

# 社企教學的跨領域探勘

陳慧如·張寶蓉\*

(收稿日期：107 年 01 月 03 日；第一次修正：107 年 03 月 01 日；  
第二次修正：107 年 05 月 29 日；第三次修正：107 年 08 月 13 日；  
第四次修正：107 年 11 月 08 日；接受刊登：107 年 12 月 29 日)

## 摘要

社會企業在本質上乃一混合的概念思惟，源自迥異的學術傳統，例如：管理科學與社會科學。儘管社企有著多樣性的發展，且不同領域在論述思潮與詞彙上皆有差異，隨著社企的日益普及，實有建構不同領域之間知識橋樑的必要。本文透過課程資料探勘，進行整體場域的資訊蒐集調查，為台灣教學現場進行分析，理解在不同的學術傳統下，社企如何被解讀討論，並以數據分析以及視覺化技術，探窺其概念論述的教學樣貌，期許有助於後續知識體系以及新的理論建構。

本文以 105 學年度台灣各大專院校社企相關課程計畫為觀察基礎，計有 84 堂課跨 27 所大學以及 21 個學院，顯示出社企議題獲得跨領域科系重視的特殊趨勢。透過課程文選閱讀的資料探勘 (以詞頻、詞雲、關聯分析、集群分析等文本分析工具) 作者有下列發現：不同的學科領域，包括社會科學、商業管理、與其他三大領域，被選擇討論的社企關鍵概念，根據統計數據的強度，基本上相似，然而在概念論述有聚焦上的差異。根據關連以及集群分析，社會企業與社會創業概念究竟應被視為一體兩面，或是各有獨特不同意涵，在不同學科領域，具有不同的解讀。研究發現商管領域將社會企業與社會創業視為相似的意涵，然而社科領域卻將兩者視為不同的意涵。此外，就教材選擇的來源，不同領域間則有異有同。本文最後提出研究樣本限制，並提供後續可延伸發展的相關研究議題。

關鍵詞彙：社會企業，社會創新創業，文字探勘，文本分析

## 壹·前言

過去十餘年來，全球的社會企業潮流風起雲湧，面對這個正在發展中的新主張，不同的國家積極建構合乎其社會文化的理念型(Kerlin, 2006)。在台灣，社會企業尚屬一新名詞，以社會企業之名的起步方興未艾，但過去短短幾年內，社會企業儼然是個熱門的概念話題，不管公部門，學術單位或是民間團體，舉辦了各式各樣的研討活動，工作坊，也有越來越多的新組織以社會企業為名投入到不同產業的經營，呈現百花齊放的景致。一般而言，2014 被認定

---

\* 作者簡介：陳慧如，南華大學非營利事業管理碩士專班副教授；張寶蓉，逢甲大學企業管理學系副教授。

\* 註：本文兩位作者對此篇文章有同等貢獻。

為台灣社會企業元年，不光是民間組織過去幾年零散的倡議活動，到了此時受到主流媒體的關注，行政院の <社會企業行動方案>（經濟部，2014）也由此展開，具體展現台灣公部門對於推廣社會企業之重視以及投入。此三年期方案涵括經濟部，勞動部，衛福部，教育部，內政部，農委會，金管會，國發會等多部會，嘗試進行產官社的協力匯合。

學界方面，與社會企業以及社會創業精神相關而成立的科系別或研究中心，雖於多年前就有所發展，但相關的課程亦在 2014 年後更加蓬勃成長。台灣教育部（2016）針對社會企業以及社會創新創業相關的正式科系名稱計有：非營利與社會企業學位學程（#310819），社會企業管理學位學程（#311026），社會企業與創新學位學程（#311027），社會企業學位學程（#340332）等四項，而歷年來統計約有 15 個跨院所的科系別（呂朝賢，2016）。

這樣跨越產官學社的發展趨勢從樂觀的角度來看，代表台灣社會對於資本市場發展的反省以及公民的參與力量；然而，在缺乏共同語彙但又同時多元發展的情況下，也有可能形成認同、認知、正當性以及實踐上的質疑（鄭勝分，2007）。如同實務界人士，就認為根源於對社會企業的誤解，缺乏共識，語焉不詳的定義，造成近來台灣社會企業出現不少亂象（謝昇佑，2016）；換言之，一般企業或社會大眾若對社會企業的認識不足，則有礙於合作的促進或消費意願。

簡而言之，即使目前台灣社會對於社會企業發展有高度的興趣熱忱，然而在研究，教學或實務，都呈現一種多方、多元解讀，未有高度共識。因此對於廣大社會，相關的概念仍是模糊不清楚，甚至有善因行銷的包裝質疑。因此隨著社會創業的日益普及，我們亟需建構共識認知以及系統性剖析。如同社會創業研究先驅學者 Dees (1998) 所言：“the indiscriminate use of the term (social entrepreneurship) may undermine its significance and potential importance to those seeking to understand how societies change and progress” 無區辨性的使用社會創業一詞，可能損害相關工作者尋求瞭解社會如何改變與進展的意義以及重要性。一方面台灣社會應以多元開放的態度，接受各類型的社會企業，但過於片段散落的解讀，或許也有礙於台灣社企的發展。

本研究進行前期，發現與社會企業相關所開立的課程，包括社會創新創業、社會企業，社會事業等，跨越相當多元的系所學院，例如：工學院，教育學院，傳播學院，人文社會學院，社會科學院（公共行政，社會，社福，政治），以及商管學院（國際經營，財管，非營利組織管理，商業管理，企業管理，合作經濟，社會企業學程）。顯少有一個議題可以如此獲得跨領域科系的重視。

因此有必要透過系統性的研究方法分析，理解在不同的學術傳統，社會企業／社會創業（本文接續概稱社企）如何被解讀討論。

研究者透過三項文字探勘分析方法(陳譽晏, 2015)，試圖從大量的文獻，針對不同的領域內容，勾勒出一個形貌：以詞頻詞雲提取文獻中的重要字詞，以關聯分析找出與主題有關的重要字詞，集群分析則將關鍵字詞進行分類。藉由這些量化方法以及內容分析解讀，本研究試圖回答下列研究問題：

1. 台灣在社企議題的相關教學目前展現什麼樣貌？教學者所認知的重要概念為何？
2. 不同學門科系在社企的討論，有哪些概念上的異同？有跨領域對話的趨向？

本研究進行整體場域的資訊蒐集調查，嘗試一窺台灣教學現場狀況，並透過系統性課程資料探勘，分析在不同的學術領域，社企如何被解讀討論。

## 貳·文獻探討

社會企業與社會創業概念時常混合使用，既有之文獻並未清楚區辨兩者之間的差異 (Cukier, Trenholm, Carl, & Gekas, 2011; Kickul & Bacq, 2012)，並且亦有以集合名詞方式表述，例如“社會企業和社會創業精神”(Defourny & Nyssens, 2010)。本文順應既有文獻，“社會企業”，簡稱社企或是縮寫 SE，同時包含此兩種概念；本文討論分析所指的社企範疇，包含了社會企業做為一個組織載體，相關的社會創新創業過程以及其精神。

如同許多語彙／概念的發展，社會企業語意與強調重點，隨著時間空間更迭而有所差異。學者歸納，在傳承社會經濟與合作事業傳統的歐洲，工作整合 (work-integration) 是 90 年代發展初期的重點，隨後逐漸擴大著重治理結構 (governance structure)，強調共同參與的特質乃是社會企業的社會面向的重要指標 (Defourny & Nyssens, 2010)。至於在北美，學者提出創造不同價值的融合，例如混合價值 (Blended Value)，共享價值 (Shared Value)，倫理或是社會責任 (ethics and social responsibility)，則被認為是以商業模式為根基，建構社會企業的精神 (Emerson, 2003; Porter & Kramer, 2011)。換言之，在北美，社會企業強調營利以及營利肩負的社會責任；而在歐洲，社會企業則較傾向強調「社區共有」，以便與「私人擁有」的傳統企業有所區別 (Defourny & Nyssens, 2010)。

就社會企業崛起的背景，其多元的實踐可以回溯自七零、八零年代，當歐美政府盡行擲節和面臨嚴重失業問題的挑戰，為了解決這些問題，政府與非營利組織合作，委託它們提供失業勞工專業技術訓練並且媒合他們進入勞動市場。新型態的合作模式顯示公部門、私部門和第三部門開始有了重疊趨勢；同時間所風行的新自由主義，顯示了小政府以及自由市場的社經意識型態，一些政府的功能甚至被導入了其他部門來操作，以避免政府在階層式的官僚組織運作出現的管理失靈。因此非營利組織也開始承擔如教育、醫療、社區發展、和舒緩貧窮問題相關的服務 (Defourny and Nyssens, 2010)。這個階段的社會企業功能往往是透過既有非營利團體內部衍生而成的業務、新單位、或是新組織。研究社會企業的先驅學者 Nicholls (2008) 認為社會企業與社會創業家必須有清楚的社會目標，通常這些的社會目標是來自於社會市場失效，意即國家或市場因為不同原因沒有提供公共財，導致公民的社會需求無法得到滿足。在這個脈絡之下，促成社會改變，往往是社企存在的潛在前提；而具體的參與方式，也通常與公共性議題，或是關注被忽略的弱勢族群（創造就業、或是回應未被滿足的需求）相關。

由社會面向來說，社會企業本質上即是一種公民集體參與的形態，而且社會企業本來亦鼓勵受其活動影響的民眾，共同參與社會企業的相關活動（呂朝賢，2008）；此種藉由培養大眾投入、互信與互助，以團結大眾之力，共同來解決社區問題、滿足社區的需求的理念，是一種為社區培力的行為，有助於社區集體共識凝聚及社會資本累積 (Borzaga & Defourny, 2001)。如何讓社區行動者共同參與是一種中觀層次、社群治理 (communitarian governance) 的關注範疇，亦是學者認為社企的核心議題 (Ridley-Duff & Bull, 2011)。陳東升(2012) 認為以社群(Community)利益為主的經濟運作模式，其價值是透過社會建構，強調互惠、合作與公益，並提供數個重要的能夠促進有效治理的社群元素。

OECD (1999) 對於社企的定義：社會企業與傳統非營利組織最主要的差異在於，社會企業具有企業外貌，與國家保持一定距離的自主性，並且能夠提供創新(innovation)服務，以回應國家與市場的雙重失靈。社會企業存在的核心使命在解決特定的社會問題，而又希望能夠發揮市場機能，而非接受補貼的方式，產生可持續生存的社會影響力組織。由於社會議題的需求方通常是弱勢的一方，低生產或支付能力使得正常的商業機制無法運行，因此，若要建立社會企業的解決方案，勢必需要一定程度的商業模式創新，方能有成功的機會。換句話說，創新成為社會企業的關鍵先決要件 (imperative)。由於欲被解決的

社會問題通常不具備商機，採取創新而有效的商業模式，便成為社會企業創業成敗的關鍵 (Chen & Lee, 2016)。

從商管觀點出發，營運模式(Business Model)是企業經營重要的關注議題之一 (Baden-Fuller & Mangematin, 2013; Zott, Amit, & Massa, 2011)。社會企業既是與營利事業具有不同之目的，在營運模式的設計上，如何以不同於一般企業的要素來分析，相關文獻對於社會企業的營運模式，未有一致之定論。其中，Yunus, Moingeon, and Lehmann-Ortega (2010)整合營運模式相關文獻，認為社會企業營運模式，與一般企業的要素相異點在於，其一是要有支持社會效益的利害關係人 (stakeholders)，其二則是能清楚陳述的社會效益目標。在營運模式設計之初，便要將可能的利害關係人需求納入考量，同時能將社會企業運行所要達成的社會效益，具體呈現，並且讓全員知曉。Michelini & Fiorentino (2012)則認為社會企業與傳統企業之營運模式應有所差異，提出社會企業之營運模式的要素包含價值主張、生態系統(包含治理結構、價值鏈、技能、網路夥伴)、市場(顧客與配銷方式)、以及經濟特性(即營收管理)。

臺灣 SE 在師法歐美發展模式時面臨社會與商管概念上的挑戰。現有社企呈現兩種發展趨勢：既包含強調社會層面的非營利組織師法企業商業模式，也包含強調管理層面的企業師法非營利組織的公益精神 (Chen & Lee, 2016)，但由於兩類組織的本質特性不同，對於達成社會使命與經濟目的的優先順序，顯然有不同的取捨，以致於呈現相當不同的社會企業樣貌 (鄭勝分, 2005)。學者依照不同營運模式，將社會企業的運作進行分類。其中官有垣 (2007)將社會企業運作模式分為：積極性就業促進型、地方社區發展型、服務提供與產品銷售型、公益創投的獨立企業型、與社會合作社。此分類方式與 Emerson and Twersky (1996)所提出之分類方式：庇護式企業、開放市場企業、特許權企業、以方案為基礎的企業、合作社式企業類型，具有相類似之基礎。

而在中文商管的相關社會創業及社會企業研究中，單一個案或多重個案式的研究內容，仍是主要的研究取向。例如，胡哲生、張子揚、黃浩然 (2012)的研究，以社會企業為主軸，探討不同性質的社會企業所展現的社會創業模式。楊君琦、郭欣怡(2011)則以多個類社會企業案例，透過內容分析法，歸納社會企業的組織類型與經營類型之關聯。蔡敦浩、高明瑞、劉育忠、林慧音 (2013)以一個在澎湖開展的社會創業實踐歷程，透過敘說的方式，理解創建行動者如何運用與結合資源，推動社會改變的創業歷程。此外，在概念性發展的論文部分，相較之下為之少數。例如，胡哲生、陳志遠(2009)以市場經濟行為與相關文獻回顧，探究社會企業的本質，除了將社會企業視為是滿足社會需求

與具企業能力的一種組織型態，並將企業創業視為是獲得資源與創造效益的歷程；而黃浩然、韓文堯、林佳萍、李禮孟(2017)則跳脫商管學者多以企業面向探討社會企業之內涵與本質，轉以社會面向進行討論，歸納社會企業的核心社會概念。

綜觀上述中文商管論文，我們可以發現，這些論文一則以社會企業為分析載體，二則以社會創業者或其發展歷程進行討論。然而，社會創業與社會企業的定義，在這些研究論文中，仍似相互交叉討論，並無明顯區隔。

除了上述文獻的發展基礎，近年來部分學者開始對社會企業、社會創業或社會創業精神議題，進行相關的統合分析(meta-analysis)以及系統性回顧(systematic review)。其中，Phillips, Lee, James, & Ghobadian (2015)運用系統性文獻回顧方法，發現自 2008 年起，社會創業精神(social entrepreneurship)的研究開始獲得注意，並且在 2008-2011 年間高度成長。而在研究主題上，多著重於討論創業者的角色、分類、社群、網路與系統、文化、成功要素、政策、制度、跨領域合作關係等主題。Hill, Kothari, & Shea (2010)則以語言學的規則，運用網路分析方法，對社會創業的理論概念與作者關係予以分群，研究發現 social、community 與 entrepreneurship 為所有文章的共同關注主題，並以這些關鍵字聚合出關鍵語詞，因而區分區不同學派進行討論。然而，即使有眾多文章開始大量討論社會創業相關議題，Cukier, Trenholm, Carl, & Gekas (2011)也發現文獻中對概念的定義、以及概念的內涵，仍缺乏共識。

比對於 SE 研究的文獻，關於 SE 教學的文獻則相對少見。Hand (2016)曾於 Stanford Social Innovation Review 撰文指出美國最具影響力的 25 篇社企論文(意味亦常在課堂上使用)，與實務界的關注議題大相逕庭，表示產學上的潛在鴻溝。至於在台灣的教學狀況，呂朝賢(2016)除了說明社會與制度環境變遷影響社企課程數量，也指出由課程單元發展至獨立課程的趨勢；陳定銘(2016)則提出社企的發展並比較兩校四院的社企學分學程內容。但兩者皆未從課程內容進行分析。

由上列文獻探討可知，社會企業／社會創業議題發展至今，雖在國內外都受到相當的關注，但在教學現場，如何被解讀，乃至於傳遞，仍有待理解。因此，本研究以台灣教學者所應用的知識出發，試圖對不同學科領域對於此相關概念進行系統化的分析與釐清。

## 參·研究方法

本研究企圖分析台灣教學者，在社會創業相關主題概念的理解、運用與開創情形。執行重點以教學者的課程計畫為分析標的，從所蒐集的相關課程計畫，擬定重要參數，建構資料庫；並進一步分析課程計畫所使用的文獻，以瞭解台灣教學者，對於社會企業的認識與闡述。

### 一、研究對象與資料來源

研究者以 105 學年度的開課資料，以社會企業、社會創業等關鍵字進行檢索。此外，蒐集這些開課資料中的指定閱讀文獻檔案，包括書籍、讀本、期刊文章、研討會文章等，並蒐集參考文獻之電子檔案，以做為後續文本分析之範疇。

首先在課程資料的蒐集，除了針對歷年來在教育部登錄的社企相關 15 個跨院所的科系別，本計畫亦廣泛蒐集全台公私立大專院校，共有 33 所公立大學，37 所私立大學。研究團隊以下列關鍵字：「社會企業」、「社會事業」、「社會創新創業」、「合作事業」、「非營利事業產業化」，逐一搜尋七十所學校課程系統，找尋這些台灣大專院校所開設的相關課程，以分析社會企業議題，在台灣教學現場的發展脈絡。

### 二、文本分析

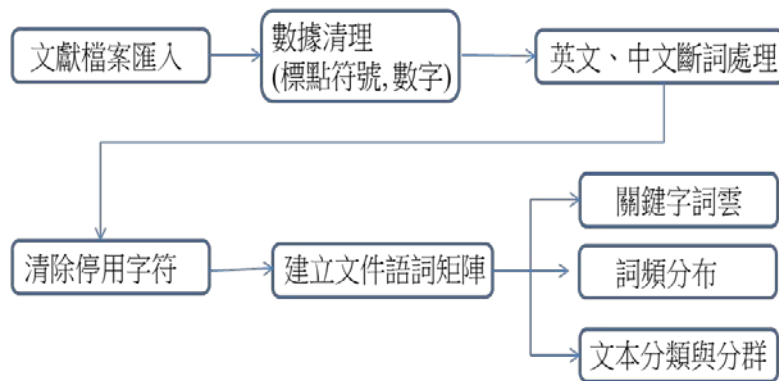
文本是指一段文章或是一段可以分析的文字或符號作品。文本分析，或稱文字探勘(text mining)，是將一文件拆解，觀察其部份之間是如何拼湊相合在一起(游美惠, 2000)；亦即在文件中，發掘出隱含、有意義且重要的資訊，透過分析、特徵擷取的過程，從中萃取出隱性資訊，進而處理儲存成為可被再用的知識，以提供特定使用者特定的資訊，以及發現某些特徵及其關聯(Sullivan, 2001)。

近年來文本分析逐漸運用在社會科學上，例如知識建構(Arts & Cassiman, 2016; WhiteIII, Guldiken, Hemphill, He, & Khoobdeh, 2016; 陳良駒, 張正宏, & 陳日鑫, 2010)、社群媒體行銷(Salloum, Al-Emran, Monem, & Shaalan, 2017; Guerreiro, Rita, & Trigueiros, 2016)、輿情分析(Stieglitz, Dang-Xuan, Bruns, & Neuberger, 2014)等領域。主要用以了解某一文章的內容，或是一連串文章中，

其關聯性如何。近年來中文文字探勘的相關研究已有相當的發展，然而，因中文文件的句法結構與用詞皆不同於英文語系，也不像英文有明顯的分隔符號，因此處理方式有所差異。以中文而言，最小的單位為字，因此所有的字彙都是由一個一個的字所組成的，因此，要先發展自定義語詞庫，根據分析文件中的某些特殊用詞，編寫詞庫文件，以準確進行分詞，進行斷詞處理。例如「社會企業」、「社會創業」，若不設置為自定義詞，那麼分詞的時候可能會分解成社會、企業；社會、創業的詞彙，而非識別為一個詞。因此，本研究透過文獻的閱讀與整理之後，定義語詞庫，作為資料擷取與分析的依據。

本文以 R 語言為分析工具(Munzert, Rubba, Meißner, & Nyhuis, 2014)，採行詞頻分析 (frequency analysis) 與文本分類與分群 (text classification and clustering)。詞頻是指每一個詞在文件中出現的頻率，通常可以看出這詞的重要性，也可以被用來判定文件間的差異。而透過文本分類與分群，由於同群的文檔相似度較大，而不同群的文檔相似度較小，則可觀察不同語詞在不同文檔中的分布狀況。此外，本文亦透過詞頻字雲，以瞭解文獻資料中不同語詞所出現的頻率與扮演的角色，以及進行關聯詞等分析，做全盤性檢視，以找出其趨勢、議題或觀點。

本研究進行的文本分析流程如下所示。首先，將蒐集到的文獻檔案讀取匯入，之後進行數據清理，清除停用字詞、標點符號、數字、刪除換行符號等。數據清理之後，進行中文及英文的斷詞處理，由現有的語詞庫，再加上本研究新定義的語詞，作為斷詞依據。在中文部分，則另外採用 jiebaR 套件進行中文斷詞。斷詞後建立語詞文件矩陣 (term-document matrix)，之後可進行字頻計算、文字雲、關聯分析與集群分析。



圖一 文本分析流程



## (一) 字頻與文字雲分析

在字頻與文字雲部分，本研究採兩種方式進行。第一種在套件斷詞處理後，即由系統跑出所有文章中的字詞，並計算頻率；第二種則是由我們設定中文、英文關鍵語詞後，找出在文獻中這些關鍵詞出現的頻率。文字雲乃使用套件，依字詞出現次數畫出圖形。字頻越高者，則出現的字越大。

本研究所設定的英文與中文關鍵語詞如下表，包含字(word)與語詞(term)，關鍵語詞訂定的來源包括: A. 根據研究者的文獻回顧 (Hill, Kothari, Shea, 2010) 以及解讀，挑選出所認知具代表性的概念語詞；B. 透過先導性測試 (pilot study)，將第一輪關鍵字進行局部增減，測試的取樣來自持續開課兩學年以上的北、中、南大學，包括輔仁、東海、中正共計 45 篇文獻；C. 再經由專家學者的檢視與建議，包括來自管理學院一名、公共行政一名，以及社企創投的實務專家一名，再度修正關鍵語詞。

表一 自訂關鍵語詞

英文關鍵語詞		中文關鍵語詞	
business	social economy	永續	非營利組織
communitarian governance	social enterprise	企業	持續
community / communities	social entrepreneurship	企業社會責任	商業
community economy	social innovation	共享	設計
cooperative economics	social investment	合作經濟	創新
CSR / corporate social responsibility	social venture	社區	創業家
design	societal transformation	社區經濟	評估
economic / economies	solidarity economy	社會企業	經濟
enterprise	stakeholders	社會投資	需求
entrepreneur	sustainability / sustainable	社會設計	價值
entrepreneurship	value	社會創新	影響
governance	value creation	社會經濟	模式
government	value capture	社群	衡量
impact	value appropriation	社群治理	政府
impact investing	venture philanthropy		
impact measurement	social impact		
innovation / innovate	ethical investment		
measure / measures / measurement	ethical investing		
model / models	inclusive economy		
needs	inclusive business		
non-profit organization/nonprofit organization /npo / npos	social purpose organization		
shared	financial inclusion		
social change	accountability / accountable		

## (二) 關聯分析 (word association)

關聯分析計算語詞與其他語詞的相關係數(correlation coefficient)，係數介於-1 與+1 之間，正號代表正相關，負號代表附相關；此外，數字為大，則表示兩者間相關性強。相關係數的計算方式為：

$$r = \frac{\sigma_{xy}}{\sigma_x \sigma_y}$$

## (三) 集群分析 (Clustering analysis)

在分群的方法中，我們採取階層式分群法(Hierarchical clustering)，不指定分群數目，而是透過分析，讓資料由下而上結合起來。本研究先以歐式距離(Euclidean distances)，計算資料之間的距離遠近，建立文本資料的資料矩陣；之後用華德最小變異法(Wards method)，將資料結合起來。藉此達到使群內總變異最小，群之間總變異最大的樣貌，以瞭解不同領域間，字詞概念的組成與分群狀況。

換言之，階層式分群法的概念是，最相近的關鍵詞會被聚合成小的集合，然後再和其他關鍵詞聚合成更大的集合。若以最後產生的樹狀圖來看，集合的位置越高，就代表他們之間越不相近。

# 肆·結果分析

本文分析共計有三個層次，第一層為課程大綱；第二層為課程大綱中所列之文獻，包括指定教材、參考教材；第三層則為各文獻的文本分析。

受限於教學大綱未開放，或是校園內網路無法取得，將以可取得課程大綱或連結者為主要蒐集對象。以 105 學年度的開課資料為例，共有 84 筆開設課名包括社會創業、創新、社會企業，共計跨 27 所大學，而開課層級也包括大學部、碩士班與專班。

以 105 學年度課程合併計算，文獻檔案數共計 530 筆，其中專書占 60%，期刊論文占 17%，其餘類型則為 22%。受限於專書多無檔案可供下載，因此在本次研究中，以期刊論文為主，占 50%，其他類型如電子書、專書章節、研究報告等，則占 47%，共計 159 筆文獻檔案。

表二 課綱與文獻蒐集統計表

	總課綱數	已下載課綱數	文獻數	已下載文獻數	百分比
1051	44	30	244	63	26%
1052	40	28	286	96	34%
總計	84	58	530	159	30%

表三 文獻類型統計表

文獻類型	1051		1052		105 學年度							
	全部文獻	下載文獻	全部文獻	下載文獻	全部文獻	下載文獻	全部文獻	下載文獻				
專書	169	69%	0	0%	150	52%	0	0%	319	60%	0	0%
期刊論文	41	17%	38	60%	51	18%	42	44%	92	17%	80	50%
其他(含電子書、研究報告、學位論文、網路文章、雜誌、法令、等)	34	14%	28	44%	85	30%	46	48%	119	22%	74	47%
總計	244		63		286		96		530		159	30%

依據上列所收集的資料概況，本研究依序分析如下：

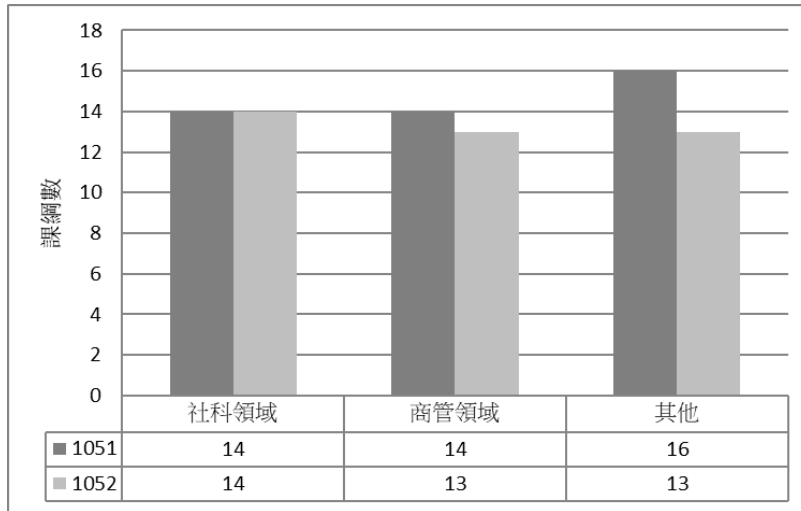
## 一、課程敘述統計分析

### (一) 依學校統計

以 105 學年度為例，第一學期有 44 門課、第二學期有 40 門課與社會企業相關。以開課的學校來看，輔仁大學開設的相關課程最多，兩學期加總共計 14 門課(第一學期 8 門，第二學期 6 門)，其次則為東海大學、逢甲大學，第三則是中正大學及成功大學。

### (二) 依領域統計

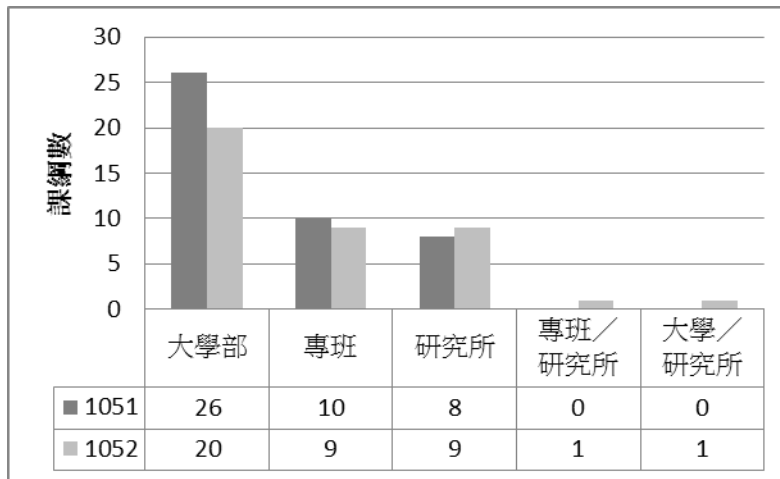
這些課程分布於 19 個不同學院、2 個中心、以及 1 個學群。為能對資料做細部比較與分析，我們將開課的學院/中心/學群類別，依照領域進行劃分與歸類。其中，領域一為社科領域，包括社會科學院、人文社會學院、人文社會學群、公共事務學院；領域二為商管領域，包括商學院、管理學院；領域三則歸類為其他，包括通識中心、工學院、人文學院、教育學院、傳播學院、創意設計暨藝術學院。三大領域的開課數旗鼓相當。



圖二 課綱數-依領域分析

### (三) 依開課層級統計

在開課層級上，開在大學部的課程最多，上下學期合計有 46 門課；其次則為專班與研究所層級。



圖三 課綱數-依開課層級分析

## 二、文獻統計分析

分析 530 筆文獻檔案，超過兩次使用者，共有 54 筆文獻。其中，又以書籍為大宗。以總次數來看，「社企力！社會企業=翻轉世界的變革力量」被課程教師使用最多次(18 次)，其次則為「社會企業：臺灣與香港的比較」(15 次)、以及「社會企業管理」(10 次)。

進一步探索各領域所重視的參考書目，領域一（社科領域）排名第一為「社會企業：臺灣與香港的比較」(7 筆)，其次則為「社企力！社會企業=翻轉世界的變革力量」(4 筆)、「社會企業管理」(4 筆)、與「我們的小幸福、小經濟：9 個社會企業的熱血·追夢實戰故事」(4 筆)。

領域二（商管領域）引用次數排名則分別為：社企力！社會企業=翻轉世界的變革力量、獲利世代：自己動手，畫出你的商業模式、Enterprising Nonprofits: A Toolkit for Social Entrepreneurs、Critical Chain、General Management: Processes and Action，多著重於商管基本知識建構、以及如何企業化與管理議題。

領域三(其他)引用次數則分別為：社企力！社會企業=翻轉世界的變革力量、社會企業：臺灣與香港的比較、社會企業管理、Social Enterprise: At the crossroads of market, public policies and civil society、獲利世代：自己動手，畫出你的商業模式、B 型企業，現在最需要的好公司、英國社會企業之旅：以公民參與實現社會得利的經濟行動、我們的小幸福、小經濟：9 個社會企業的熱血·追夢實戰故事、Critical Chain、General Management: Processes and Action 等文獻。

表四 課程文獻統計

篇名	領域一	篇名	領域二	篇名	領域三
社會企業：臺灣與香港的比較	7	社企力！社會企業=翻轉世界的變革力量	3	社企力！社會企業=翻轉世界的變革力量	11
社企力！社會企業=翻轉世界的變革力量	4	獲利世代：自己動手，畫出你的商業模式	2	社會企業：臺灣與香港的比較	8
社會企業管理	4	Enterprising Nonprofits: A Toolkit for Social Entrepreneurs	2	社會企業管理	6
我們的小幸福、小經濟：9個社會企業的熱血·追夢實戰故事	4	Critical Chain	2	Social Enterprise: At the crossroads of market, public policies and civil society	4
The legitimacy of social enterprise	3	General Management: Processes and Action	2	獲利世代：自己動手，畫出你的商業模式	3
1個理想x10種創新=社會企業是門好生意	3	It's Not Luck	2	我們的小幸福、小經濟：9個社會企業的熱血·追夢實戰故事	3
Social Enterprise Typology	3	Necessary But Not Sufficient	2	B型企業，現在最需要的好公司	3
非營利部門：組織與運作	3	The Goal—A Process of Ongoing Improvement	2	英國社會企業之旅：以公民參與實現社會得利的經濟行動	3
		平台革命：原樣全球社交、購物、遊戲、媒體的商業模式創新	2	真實烏托邦Envisioning	3
		創造共享價值	2		

本次所下載分析之文獻，共計 159 筆，分析三大領域的文獻筆數，領域一有 74 筆，領域二有 46 筆，領域三有 39 筆。而中文文獻比例偏低，僅有 21 筆，占 13%。尤其在領域二的商管領域中，中文文獻僅有一筆。

表五 課程文獻統計

中英文文獻	領域一	領域二	領域三	小計	比例
中文文獻	12	1	8	21	13%
英文文獻	62	45	31	138	87%
小計	74	46	39	159	

### 三、文本分析

#### (一) 字頻分析

本研究採取兩種字頻分析方法，第一種為不預測關鍵字；第二種則由研究者依據文獻以及前測經驗設立關鍵字進行分析。在不預設關鍵字的字頻分析上，藉由套件斷詞處理後觀察三大領域所出現關鍵字頻；設關鍵字時，為使相關字詞能大範圍被搜尋出來，因此一個字詞設多個關鍵詞作字頻分析，之後計算次數時再予以合併。例如：CSR 與 corporate social responsibility 合併為 CSR；NPO、NPOs、non-profit organization，則合併為 NPOs。

在不預設關鍵字的字頻分析結果，以英文文獻來看，領域一與領域三所出現首要關鍵字相似(social 與 social enterprise)，而領域二出現的首要關鍵字包括 market、social、firm、manage，與傳統商管領域著重經濟、市場面向的分析不謀而合。

而在中文文獻部份，領域一的首要關鍵字包括機關、組織、社會企業，顯示社科領域著重探討各機關組織(包括公私部門)的關係與內容。領域二則因為中文文獻僅有一篇，在數量上未能有具體的結論。領域三的首要關鍵字包括服務、社會企業、企業，服務此詞出現，可能與領域三包括許多通識教育中心的課程相關，較強調社會企業與服務的關係。

其次，依據預設的關鍵字進行字頻分析以及文字雲繪製，各領域取前 20 大分別如下：

表六 預設關鍵字的字頻分析

排序	領域一(社科領域)				領域二(商管領域)				領域三(其他)			
	英文		中文		英文		中文		英文		中文	
	關鍵字	次數	關鍵字	次數	關鍵字	次數	關鍵字	次數	關鍵字	次數	關鍵字	次數
1	social enterprise	4809	社會企業	752	business	3934	創新	8	social enterprise	2896	社會企業	917
2	business	3546	企業	338	stakeholders	3810	企業	8	business	1504	企業	407
3	community	2508	政府	245	economic	2385	設計	7	community	1464	評估	259
4	economic	1630	非營利組織	94	government	1995	非營利組織	2	economic	1313	社區	242
5	model	1383	模式	93	community	1730	價值	1	model	1105	政府	190
6	government	1310	社區	85	innovation	1464	商業	1	impact	832	經濟	183
7	enterprise	1274	經濟	83	model	1369			government	771	非營利組織	155
8	innovation	1214	價值	59	accountability	1160			stakeholders	713	價值	140
9	entrepreneur	1069	商業	56	shared	1100			enterprise	630	模式	113
10	npo	983	需求	49	measure	1086			design	605	需求	96
11	governance	899	設計	46	entrepreneur	1066			economies	582	創新	93
12	social entrepreneurship	846	創新	45	economies	1062			innovation	568	設計	89
13	measure	839	影響	37	design	953			social economy	566	商業	68
14	stakeholders	726	持續	30	impact	949			measure	559	永續	67
15	sustainability	720	永續	22	sustainability	692			shared	522	影響	60
16	social innovation	701	評估	21	social innovation	545			governance	519	持續	49
17	impact	691	社會經濟	14	value	486			sustainability	498	創業家	39
18	accountability	642	社會創新	9	social entrepreneurship	444			social impact	478	衡量	31
19	social investment	567	企業社會責任	8	governance	436			entrepreneur	439	社會創新	31
20	entrepreneurship	436	社群	8	enterprise	400			accountability	398	企業社會責任	28



圖四 領域一自設關鍵字文字雲分析



圖五 領域二自設關鍵字文字雲分析



圖六 領域三自設關鍵字文字雲分析

在前五個最常出現的英文關鍵詞上，三個領域皆非常相近。領域一以及領域三出現完全相同的趨勢（只有排序略有對調），在指定的英文閱讀文獻，最頻繁出現的概念為：social enterprise、business、community、economic、model。領域二略有差異，stakeholders 亦列入前五大。

在最常出現的中文關鍵詞上，三個領域則略顯不同。領域一和領域三仍舊較為相似，前五大關鍵詞中有三個相同；領域二則因為僅有一篇中文文獻，分析的意義不足，故未能看出趨勢與確切結論。

在文字雲部分，字詞出現頻率越多者，在圖形中出現的字越大。從圖四的圖形，可發現領域一中 social enterprise、business 與 community 出現的頻率



最多；在圖五則顯示領域二中 *business* 與 *stakeholders* 出現頻率相近；然而，圖六則顯示領域三以 *social enterprise* 為主的趨勢。除了字頻之外，從文字雲當中我們進一步發現，領域一與領域三的 *community* 受到相似程度的重視，這與社科領域(領域一)以及近年來通識教育(領域三的大部分來源)著重社群、社區的議題不謀而合。而領域二與其他兩個領域相較，*governance* 與 *economic* 的重視程度略大。顯示商管在社會企業與社會創業的研究脈絡，仍是以傳統經濟學的思維為主軸，或是探討如何進行分配的統治/治理(*governance*)為面向。而在中文部分，領域一的「政府」，以及領域三的「評估」，亦較為突顯；進一步探究其原因，與社科領域(領域一)強調第一部門(公部門)、第二部門(民間企業)、與第三部門(非營利組織)各自之角色與功能有關；而領域三試圖從通識教育中，探討與建構出不同衡量的面向，以及價值的評估準則。

## (二) 關聯分析

本研究以 *social enterprise*、*community*、*CSR* 以及 *stakeholders* 四個關鍵詞，進行關聯分析，探討這些字詞與其他關鍵字之相關程度，並了解不同領域間的概念差異。本研究以社企課程與文獻為主要研究標的，因此 *social enterprise* 是我們主要釐清的概念；本研究參考 Hill, Kothari & Shea (2010)之研究，顯示 *community* 為近來社企、社創重要的關鍵字之一，因此被列入我們的分析對象；此外，*CSR* 近來不論在社會科學領域與商學管理領域，常與 *social enterprise* 同時出現，有鑑於此，本研究將 *CSR* 列入探討。最後，*stakeholders* 在領域二字頻分析中，出現相當多次數，因此，亦將 *stakeholder* 列為關聯分析的標的。

關聯分析的計算方式，乃是在斷詞後建立語詞文件矩陣 (*term-document matrix*; TDM)，可以看出每個關鍵詞在各文檔中的出現頻率；之後，運用 *findAssocs* 指令，計算我們主要關注的四個關鍵詞，與其他所有關鍵詞的相關係數。

首先，探討 *social enterprise* 與其他關鍵字的相關分析(表七)。*Social enterprise* 在領域一中，與 *enterprise*、*model*、*business* 相關係數皆高於 0.7。而在領域二中，則與 *community economy*、*social purpose organization*、*social venture*、*societal transformation*、*social entrepreneurship*、*entrepreneurship* 的相關係數高於 0.9。在領域三中，與 *solidarity economy*、*social venture*、*enterprise* 相關係數高於 0.9。

Community 與其他關鍵字的相關分析中(表八)，領域一與 government、shared 關鍵詞相關係數高於 0.7。在領域二中，與 social change、entrepreneur 等關鍵詞相關係數高於 0.7。而在領域三中，則與各關鍵詞的相關係數都低於 0.5，而與 sustainability 的相關係數則為 0.4。

CSR 與其他關鍵字的相關分析中(表九)，領域一與領域三呈現相近的趨勢，僅與 corporate social responsibility 的相關係數達 0.7 以上；領域二與 corporate social responsibility、stakeholders、business 相關係數為 0.8 以上。本研究設定關鍵字時，將一個字詞設多個關鍵詞作字頻分析，並在計算次數時予以合併；而在進行關聯分析時，為能進一步探索不同關鍵字之間的關聯，因此並未進行合併。表九觀察到 CSR 與 corporate social responsibility 在三個領域中皆具高度相關，由於僅是縮寫關係，因此關聯程度可以忽略。

設關鍵字時，為使相關字詞能大範圍被搜尋出來，因此一個字詞設多個關鍵詞作字頻分析，之後計算次數時再予以合併。例如：CSR 與 corporate social responsibility 合併為 CSR；NPO、NPOs、non-profit organization，則合併為 NPOs。

Stakeholders 與其他關鍵字的相關分析中(表十)，在領域一及領域三與其他關鍵字相關係數皆低於 0.7，顯示 stakeholders 在這兩個領域中與其他字詞的關聯性低；而在領域二中，則與 corporate social responsibility、CSR、business、accountability、accountable 的相關係數高於 0.7，且與 corporate social responsibility、CSR 的相關係數高於 0.9，具高度相關。

表七 social enterprise在三領域的關聯分析

領域一	social enterprise	領域二	social enterprise	領域三	social enterprise
enterprise	0.76	community economy	0.99	solidarity economy	0.94
model	0.74	social purpose organization	0.99	social venture	0.92
models	0.74	social venture	0.99	enterprise	0.91
business	0.71	societal transformation	0.98	social innovation	0.88
sustainability	0.65	social entrepreneurship	0.96	social investment	0.76
sustainable	0.65	entrepreneurship	0.94	impact measurement	0.57
economic	0.64	enterprise	0.89	npo	0.53
social impact	0.58	social impact	0.85	business	0.51
design	0.51	entrepreneur	0.81	social entrepreneurship	0.49
shared	0.50	impact	0.81	shared	0.47
corporate social responsibility	0.43	venture philanthropy	0.76	governance	0.43
non-profit organization	0.39	sustainability	0.69	social economy	0.42
nonprofit organization	0.39	sustainable	0.69	entrepreneurship	0.41
social economy	0.27	social change	0.56	measure	0.36
community	0.25	community	0.46	measurement	0.36
economies	0.24	value	0.38	measures	0.36
stakeholders	0.22	innovate	0.37	impact investing	0.34
governance	0.20	innovation	0.37	stakeholders	0.34
accountability	0.19	impact measurement	0.31	venture philanthropy	0.33
accountable	0.19	model	0.31	cooperative economics	0.28
solidarity economy	0.19	models	0.31	entrepreneur	0.26
needs	0.18	business	0.27	social impact	0.26
inclusive business	0.17	economic	0.22	government	0.23
community economy	0.15	needs	0.19	model	0.22
government	0.14	CSR	0.16	models	0.22
impact	0.13	social innovation	0.15	corporate social responsibility	0.18
venture philanthropy	0.12	measure	0.14	economic	0.18
cooperative economics	0.09	measurement	0.14	accountability	0.16
social entrepreneurship	0.09	measures	0.14	accountable	0.16
social purpose organization	0.09	social economy	0.11	impact	0.16
measure	0.06	design	0.09	sustainability	0.14
measurement	0.06	corporate social responsibility	0.08	sustainable	0.14
measures	0.06	shared	0.07	innovate	0.11
social change	0.06	economies	0.05	innovation	0.11
CSR	0.04	social investment	0.05	social purpose organization	0.1
entrepreneur	0.04	accountability	0.04	community economy	0.08
impact measurement	0.03	accountable	0.04	societal transformation	0.08
value	0.03	governance	0.04	CSR	0.07
		government	0.03	design	0.02
				community	0.01
				economies	0.01

表八 community在三領域的關聯分析

領域一	community	領域二	community	領域三	community
government	0.76	social change	0.89	sustainability	0.4
shared	0.76	entrepreneur	0.73	sustainable	0.4
needs	0.69	needs	0.68	shared	0.36
social change	0.65	social investment	0.68	value	0.27
design	0.59	government	0.66	needs	0.22
entrepreneurship	0.57	entrepreneurship	0.64	impact	0.18
entrepreneur	0.55	venture philanthropy	0.61	design	0.16
model	0.52	innovate	0.57	economic	0.16
models	0.52	innovation	0.57	social change	0.15
sustainability	0.5	model	0.56	accountability	0.13
sustainable	0.5	models	0.56	accountable	0.13
accountability	0.46	enterprise	0.54	economies	0.12
accountable	0.46	impact measurement	0.54	entrepreneurship	0.12
enterprise	0.46	value	0.54	model	0.12
innovate	0.45	impact	0.53	models	0.12
innovation	0.45	social innovation	0.5	ethical investing	0.11
economic	0.44	social impact	0.49	ethical investment	0.11
social innovation	0.37	social entrepreneurship	0.48	inclusive economy	0.11
business	0.36	accountability	0.47	cooperative economics	0.1
impact	0.3	accountable	0.47	social economy	0.1
value	0.29	social enterprise	0.46	social investment	0.1
measure	0.27	sustainability	0.45	innovate	0.09
measurement	0.27	sustainable	0.45	innovation	0.09
measures	0.27	social venture	0.43	measure	0.08
social impact	0.26	community economy	0.41	measurement	0.08
social enterprise	0.25	social purpose organization	0.41	measures	0.08
economies	0.24	governance	0.4	social entrepreneurship	0.08
corporate social responsibility	0.2	societal transformation	0.4	stakeholders	0.08
social venture	0.16	social economy	0.38	enterprise	0.07
social investment	0.15	measure	0.37	government	0.07
non-profit organization	0.1	measurement	0.37	impact investing	0.07
nonprofit organization	0.1	measures	0.37	impact measurement	0.07
impact investing	0.06	economic	0.36	social impact	0.06
social entrepreneurship	0.06	cooperative economics	0.34	societal transformation	0.06
community economy	0.04	business	0.33	social innovation	0.05
venture philanthropy	0.04	non-profit organization	0.32	solidarity economy	0.05
impact measurement	0.03	nonprofit organization	0.32	governance	0.04
		npo	0.27	social venture	0.03
		CSR	0.24	entrepreneur	0.01
		corporate social responsibility	0.21	social enterprise	0.01
		economies	0.21		
		design	0.2		
		shared	0.2		
		stakeholders	0.18		

表九 CSR在三領域的關聯分析

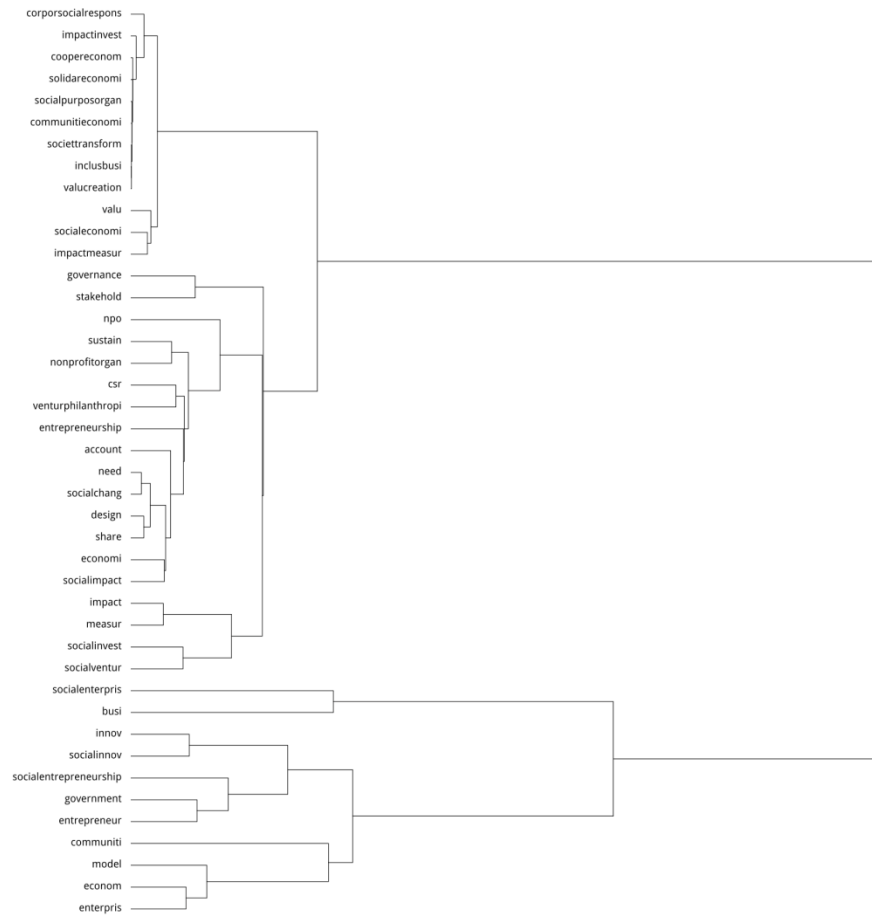
領域一	CSR	領域二	CSR	領域三	CSR
corporate social responsibility	0.77	corporate social responsibility	0.99	corporate social responsibility	0.94
value	0.07	stakeholders	0.98	business	0.17
business	0.06	business	0.82	measure	0.15
social enterprise	0.04	accountability	0.66	measurement	0.15
stakeholders	0.04	accountable	0.66	measures	0.15
accountability	0.03	governance	0.58	accountability	0.13
accountable	0.03	value	0.52	accountable	0.13
enterprise	0.03	sustainability	0.48	entrepreneurship	0.12
measure	0.02	sustainable	0.48	impact investing	0.12
measurement	0.02	enterprise	0.44	social entrepreneurship	0.12
measures	0.02	model	0.41	social impact	0.12
impact	0.01	models	0.41	societal transformation	0.12
social investment	0.01	economic	0.3	impact	0.11
		measure	0.25	enterprise	0.1
		measurement	0.25	impact measurement	0.1
		measures	0.25	model	0.08
		needs	0.25	models	0.08
		community	0.24	entrepreneur	0.07
		entrepreneurship	0.23	social enterprise	0.07
		impact	0.23	stakeholders	0.05
		social impact	0.19	sustainability	0.05
		community economy	0.17	sustainable	0.05
		social purpose organization	0.17	social innovation	0.04
		social enterprise	0.16	social investment	0.04
		social venture	0.16	value	0.04
		societal transformation	0.16		
		entrepreneur	0.15		
		social entrepreneurship	0.15		
		design	0.13		
		venture philanthropy	0.11		
		social change	0.09		
		shared	0.08		
		innovate	0.07		
		innovation	0.07		
		government	0.05		
		economies	0.02		
		impact measurement	0.01		

表十 stakeholders在三領域的關聯分析

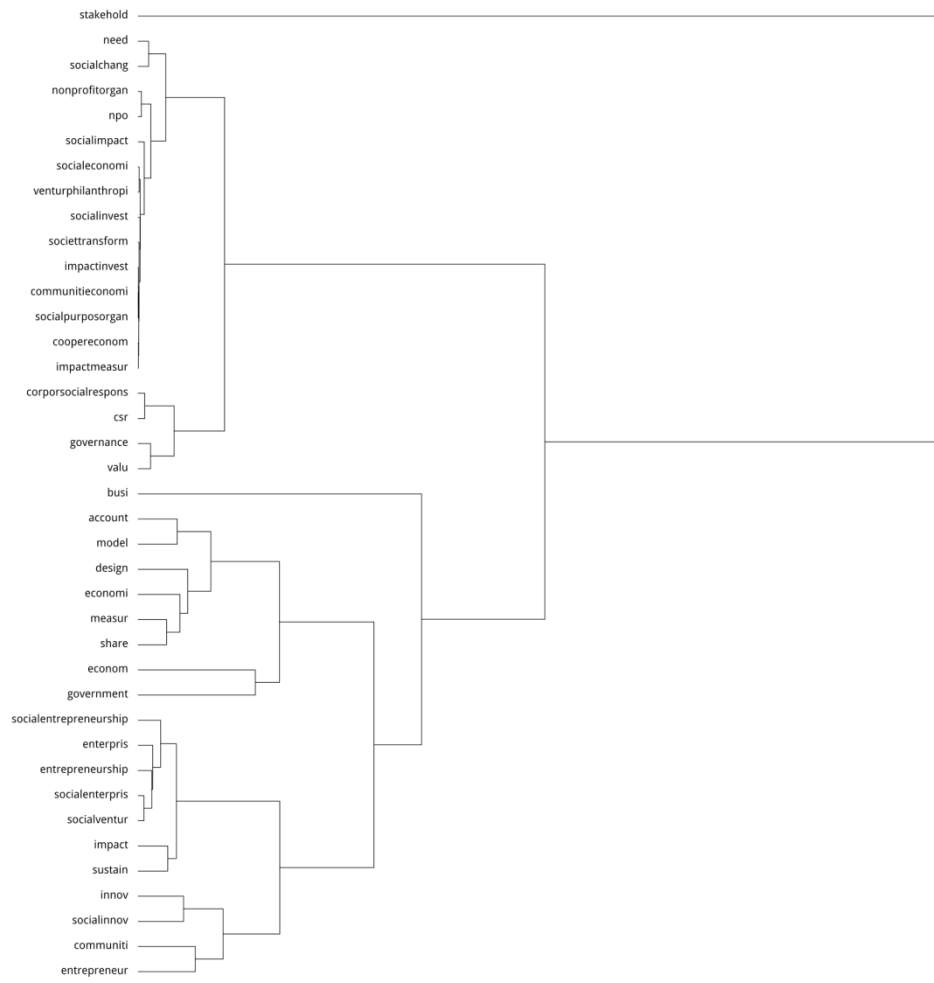
領域一	stakeholders	領域二	stakeholders	領域三	stakeholders
governance	0.59	corporate social responsibility	0.99	sustainability	0.46
cooperative economics	0.37	CSR	0.98	sustainable	0.46
value	0.24	business	0.79	governance	0.45
social enterprise	0.22	accountability	0.7	impact	0.45
accountability	0.21	accountable	0.7	impact measurement	0.44
accountable	0.21	governance	0.62	accountability	0.43
social purpose organization	0.19	value	0.49	accountable	0.43
community economy	0.18	model	0.39	measure	0.43
corporate social responsibility	0.11	models	0.39	measurement	0.43
shared	0.11	sustainability	0.36	measures	0.43
model	0.1	sustainable	0.36	model	0.43
models	0.1	enterprise	0.28	models	0.43
impact measurement	0.09	economic	0.27	impact investing	0.42
solidarity economy	0.07	measure	0.24	social entrepreneurship	0.42
inclusive business	0.06	measurement	0.24	entrepreneurship	0.41
measure	0.06	measures	0.24	social impact	0.4
measurement	0.06	needs	0.23	shared	0.37
measures	0.06	community	0.18	societal transformation	0.37
social economy	0.06	design	0.13	value	0.37
social impact	0.05	impact	0.1	cooperative economics	0.36
business	0.04	government	0.09	design	0.35
CSR	0.04	shared	0.07	social innovation	0.35
impact	0.02	entrepreneurship	0.06	social enterprise	0.34
		social impact	0.04	enterprise	0.31
		economies	0.03	entrepreneur	0.29
		cooperative economics	0.02	community economy	0.28
		entrepreneur	0.01	government	0.27
		non-profit organization	0.01	social venture	0.27
		nonprofit organization	0.01	solidarity economy	0.24
		social change	0.01	economic	0.21
		social economy	0.01	business	0.2
				social investment	0.18
				needs	0.17
				social change	0.17
				innovate	0.16
				innovation	0.16
				corporate social responsibility	0.12
				social economy	0.12
				npo	0.1
				venture philanthropy	0.09
				community	0.08
				economies	0.06
				CSR	0.05

### (三) 集群分析

在集群分析中，我們將中文、英文分開，但因為中文文獻少，故本研究以英文文獻的集群分析進行討論。我們以相對距離與相似程度進行分群，辨識出字詞被歸類的組別之後，闡述其意義。集群分析的目的是將相似的概念歸類，將同類型的概念分在同一集群，而集群跟集群之間，具有顯著差異。透過 R 的分析工具，運用 cluster 的語法，我們將資料由下而上結合起來，先將彼此間距離最小、或相似係數最大的資料合併成一群，依此方法持續合併直到所有資料皆合併成一群。

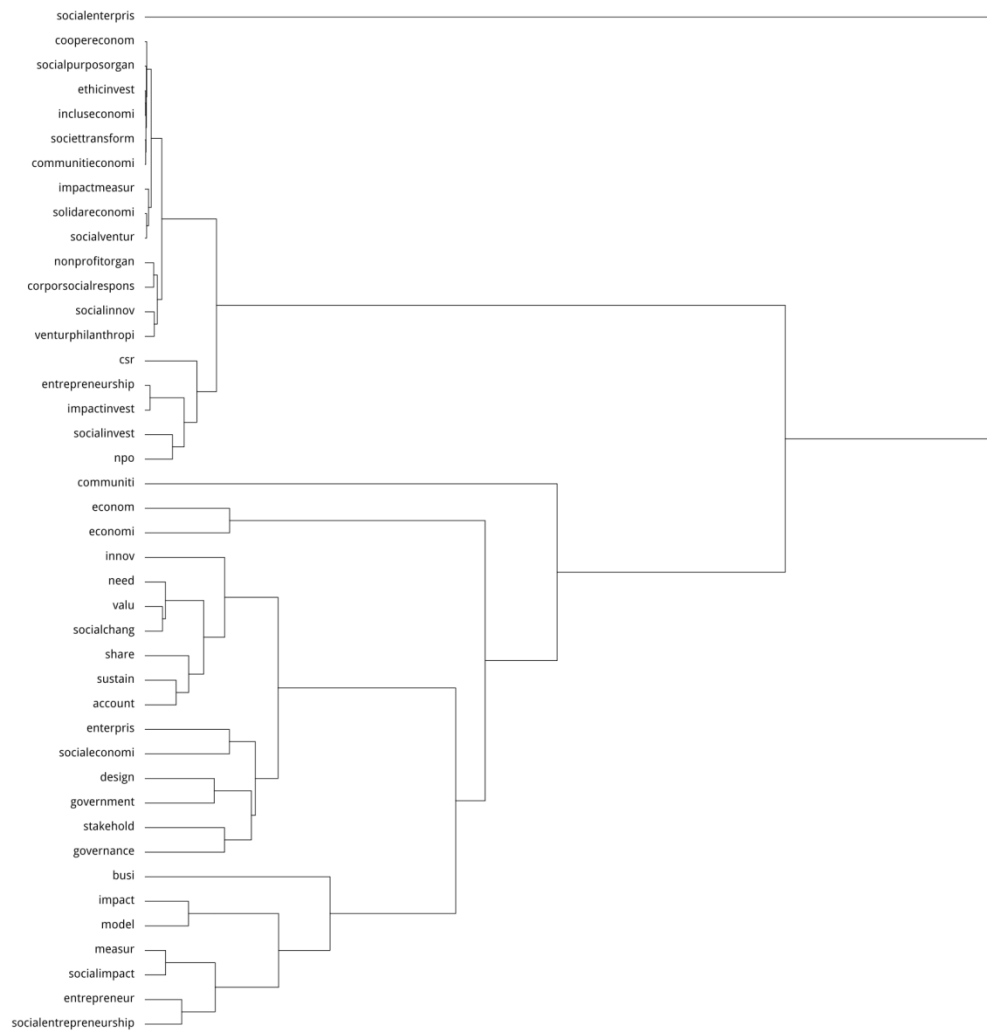


圖七 領域一的集群分析



圖八 領域二的集群分析





圖九 領域三的集群分析

集群分析的主要觀念，字詞概念若關聯性較高，則相對距離愈近，顯示字詞觀念愈相近。在領域一的樹狀圖中，我們發現社科領域 social enterprise 的概念與 business 高度相關，而 social entrepreneurship 與 government、entrepreneur 的相關性較強，形成另一個小集合，顯示這些概念時常在文章中同時出現。NPO、governance、stakeholders、sustainability 則組成較小集合。此外，social enterprise 與 social entrepreneurship 的相對距離，在三個領域中屬

於中等，顯示兩個字詞在該領域的討論中雖有所差異，但仍具有一定程度關聯性。

在領域二的樹狀圖中，可看到 stakeholders 的概念獨立呈現，與其他字詞的同質性低。整個社企相關概念字詞 social enterprise、social entrepreneurship、entrepreneurship、enterprise 形成聚落，顯示商管領域中，social enterprise 與 social entrepreneurship 的概念並無明顯區分，且與相關的 social enterprise、social venture、entrepreneurship 等詞，時常交互使用。另外一群則為 CSR、governance、needs 等字詞。

在領域三的樹狀圖中，social enterprise 的概念獨立呈現，與其他字詞的同質性低，且特別的是與 social entrepreneurship 的概念距離最遠。此外，在 social enterprise 的概念獨立之外，其他字詞可區分成兩群；其中，CSR、entrepreneurship、impact investment 等組成一類；另一類則為 community、economic、social entrepreneurship 等所集合而成。

## 伍·討論與結語

本研究嘗試一窺目前台灣社會企業教學現場狀況。研究者蒐集課程計畫，做為第一階的資料單位，並將各個教學大綱所提列之指定文章、讀本、等文獻內容，視為第二階的資料蒐集單位，以當作文本分析的基礎。透過課程的歸類，研究者逐一以學校、學院以及領域進行統計敘述，並藉由不同學科領域的使用教材分析，勾勒出不同學科的教學者所選擇社企相關知識，具有哪些內容特性。最後，以文檔為分析單位，進行詞頻，詞雲，關連分析，以及集群分析，理解商管科學以及社會科學領域在關鍵概念上的認知異同。從初步的結果分析，我們可以歸納如下：

不同的學科領域，教學者所選擇的社企相關知識，從表象上基本上相似。各領域課程所選擇的文獻內容，從詞頻出現的強度，最頻繁出現的概念為：social enterprise、business、community、economic、model。

然而不同學科領域的課程文獻閱讀內容在關鍵概念上雖有類似的比重，在概念論述有聚焦上的差異。換言之，關鍵概念提及的頻率雖然相距不遠，各領域所選擇的讀本，在概念的認知上卻有不同的解讀。我們發現商管與社科的閱讀在幾個重要概念有著值得留意的不同焦距；至於其他領域，所得的分析結果，大多落在前兩個領域之間(除了下列舉例之外)，較無特別顯著突出的差異。

舉例而言，我們的初步發現呼應文獻探討中所討論到的，既有文獻並未有清楚共識，區辨社會企業 (social enterprise) 與社會創業精神 (social entrepreneurship) 兩者之間的差異 (Cukier, Trenholm, Carl, & Gekas, 2011; Kickul & Bacq, 2012)。在商管領域不管是透過兩兩的關聯分析，或是分組的集群分析，皆明顯呈現關連性高以及分組重疊性相近，表示兩個概念被認為是息息相關。這分析結論，與我們回顧中文商管相關文獻的發現相符，即使以社會企業為分析載體，但內容中仍時常會與社會創業、或社會創業精神，相互交叉討論。然而在社科領域，卻似乎顯得各有不同面向的意涵；在兩兩分析中，直接關連性低，在集群分析中，則分屬不同的小集合，不過相對距離並未太遠，表示一方面有其獨特之面向，亦有其可相提並論之處。這樣的初步統整，呈現一種同中顯異的結論。陳慧如(2017)曾提出社會企業與社會創業可從靜態以及動態的面向做區辨。從靜態的面向，乃是互為表裡；換言之，社會企業 (SE, social enterprise) 是一種組織形態，一個承載社會創業 (SE, social entrepreneurship) 的載具；從動態的面向，社會創業是一種襲承彼得創業精神傳統 (意內含創新) 的過程，其載體可以是一個新創組織 (entrepreneurship)，一個既有組織的新單位 (intrapreneurship)，或是系列的活動方案 (project based)。本研究因此歸納，兩者語意的差距，在於不同領域文本論述的脈絡情境以及聚焦。

此外，利害關係人 (stakeholders) 在社科與商管領域的讀本呈現著相異的頻率以及思考脈絡。此概念在社科領域出現的字頻，相較於商管明顯偏低，其具相關性的概念為治理 (governance)，相較於管院的 CSR。這樣的差異可能是因為社會科學在其學術傳統，有著鑲嵌的核心思維，對於 stakeholder 傾向於不言而喻，而研究的分析單位則傾向以機制、系統或社群的中觀層次，並關注因而衍生的治理挑戰 (Ostrom, 2010)。商管領域以 Freeman(1984) 的利害關係人理論 (stakeholder theory) 為基礎架構，分析單位以企業為主體 (firm level)，強調企業體應該關注投資者 (stockholders) 以外的共享利益 (利害) 者，也因此往往與企業社會責任 (CSR) 有著密切的關連。

關於教材的來源，不同領域之間則有異有同。相異之處在於文選來源有所區別：領域一或三更趨向使用自產的知識 (台灣研究者的著作)，而領域二幾乎全面援用國外英文文選，唯一的一篇中文文選，亦是翻譯作品。究竟是因為社企的議題在商管領域相對較新，研究者還未有足夠的論文產出，還是有其他因素？這點差異，值得討論。相同之處則在於，課程教材除了文選之外，專書使用的情況都相當普遍。至於書籍的類別選擇，我們發現實務案例教材，

更是跨三個領域都普遍被指定使用，反應出社會企業教學的應用實務特性。這點發現，可與 Hill, Kothari, & Shea(2010)的統合分析形成互補。Hill et al. (2010)的分析因著重於理論觀點，因而剔除實務型文章；我們的研究則對於台灣教學現場著重實務專書的類型與內容，有一初步的了解。

另外，值得提及的是，在關鍵字詞建構的過程，我們曾邀請社企創業者提供補充意見；然而，實務專家所提出的觀念，例如 *impact investing*...等，卻顯少反應在透過教學課程計畫所搜尋到的文獻讀本。這樣的落差，是否代表一種時序上的落差；例如，實務運用是否領先於研究與教學，亦可持續觀察。

社會企業的本質是個混合(hybrid)的思惟，教學者因而需理解根植於不同學術傳統的論述以及脈絡，才能開展跨領域的對話。社會科學的焦距往往在於行動者與體制結構，著重於 *know-why* 的概念性知識；相對的，商管的焦距在於個人以及組織在資源有限前提下的選擇，著重於 *know-how* 的工具性知識。從本研究的關連分析，我們看到社科與商管領域的教學者似乎對於這樣的差異有所覺知，並在所選擇的閱讀文本，有意識的尋找互補或對話之處。例如，從表七可看出，領域一的社企概念與商業相關的關鍵詞有高關連性，而領域二的社企概念則與社會目的或社會變革有明顯的高度關連。這樣的跡象雖無法代表不同學門在概念上有共識的基礎，但已呈現有著互相理解的嘗試以及企圖。

從中文商管文獻回顧中，我們發現由於商管領域多強調應用層面，因此在文獻中，探究社會企業與社會創業之內容、歷程，或如何進行與發展，似乎為此社群的潛在研究傾向；然而對於社會企業或社會創業概念的基礎定義與本質差異，較非研究重心。在胡哲生、張子揚、黃浩然 (2012)的研究中，文中曾提及社會創業是不同於傳統的制度變革，而社會企業的這種組織型態，則是社會性的價值產出；此概念似將社會企業視為是執行社會創業的載體，恰與本研究所歸結出的既有文獻發現相同。而楊君琦、郭欣怡(2011)分析不同社會企業組織類型，以及其相對應的營運方式，但仍是在社會企業的光譜框架上進行討論。其研究發現，組織類型與營運方式若缺乏配適，則會引發定位模糊不清的問題。這與本研究結果，發現商管領域中 *Business* 與 *Governance* 的字詞頻率名列前茅的現象，不謀而合，也顯示如何選擇、或進行最適的統治，仍是商管領域的主要關心議題。由於研究者又同時多為教學者，本次研究結果顯示，這些潛在研究傾向，確實反映在其所選的教學文選中。因此，研究者如何綜整其所關注的研究重點，又能對於不同領域在同一概念本質上的差異有所理解，是未來進行跨域對談的基礎。

本文作者認為社企的“社會”面向，除了從商管院著重的“如何兼顧，如何永續”的角度思考，亦可將外部性(externality)的概念納入，做為是否具有社會面向的解讀。如同黃浩然、韓文堯、林佳萍、李禮孟(2017)在其中文章中所言，現有文獻著重社會創業與社會企業兩者討論的同時，“社會”面向常被視為是既定與已知的概念，而少有深入的探討。組織行為對社會整體必然會衍生若干影響，而這些對外影響即所謂外部性 (Buchanan & Stubblebine, 1962)；正面外部性則可視為外部效益 (Goolsbee, Levitt & Syverson, 2016)，而這也是社企有別於一般企業的營運特色。若將此概念含入，未來研究的分析單位，除了以組織為微觀(micro)主體，也會擴及中觀(meso)架構，例如社區／社群的成效評估等 (陳慧如, 2017)。從這個角度，社企不免涉及公共性的治理與管理技術，必須依靠跨領域知識互通互補，才能深化我們對於社企的認知、觀察以及實踐；這些跨域交流議題，值得研究者與教學者進一步探討。

本研究主要貢獻，在於針對社會企業課程教學的蒐集與彙整，並將課程中所指定的文章與讀本，作為文本分析的素材，並透過量化的分析結果，呈現不同領域的知識建構與傳遞脈絡。透過分析，本研究梳理了社科、商管與其他三大領域對於社會企業概念的差異，並進一步分析與解釋差異的來源，有助於未來不同領域者的交流與對話。

本研究的限制有一部份在於所分析的樣本。能夠下載課綱數佔所有課程的 70%，因此分析結果無法代表所有台灣社企相關課程的完整全貌。其次，書本佔了 60% 的教材比例，但量化文本分析的單位僅限可下載的論文或專章，因此我們也忽略了很大一部份的教材。這點或許也和實務界人士所提出的觀念辭彙未能在文本分析充分反應亦有關係。但這些資料限制共同存在於所觀察的三個領域類別，而本文的焦距乃是在於學科領域之間的比較，因此上述的資料限制應不會過於影響分析結果，

本研究乃探索性質，期許拋磚引玉，提供未來其他可持續發展深究的方向，諸如教學與研究的比較，或是教學於實務操作的比較。前者，可透過蒐集科技部的專題研究計畫，了解台灣研究者在此議題的研發趨勢；後者，則可將資料蒐集擴及至實務場域，統整產業界、育成平台所開設的社會創業相關之課程或是工作坊，進行分析。此外，亦可衍生至質性研究，例如專家訪談，邀約代表不同學門的教學以及研究者進行訪談，以便發掘隱含在客觀資料背後的更深一層的洞見，奠基後續知識體系以及新的理論建構。

## 參考文獻

- 呂朝賢 (2008)。社會企業與創業精神：意義與評論。國立政治大學社會學報，39，81-117。
- 呂朝賢 (2016)。非營利組織與公民社會研究與教學引言 footnote 9。台灣公共行政的自省與躍升：學術與實務整合研討會。2016/5/27 台北大學。
- 官有垣 (2007)。社會企業組織在台灣的發展。中國非營利評論，1，146-181。
- 胡哲生、張子揚、黃浩然 (2012)。社會創業模式與社會企業資源整合的關連性。創業管理研究，7(1)，1-25。
- 胡哲生、陳志遠 (2009)。社會企業本質、任務與發展。創業管理研究，4(4)，1-28。
- 教育部 (2016)。大專院校學科標準分類 科系代碼／名稱。12, 2016  
<https://stats.moe.gov.tw/bcode>。
- 陳良駒、張正宏、陳日鑫 (2010)。以特徵詞共現特性探討知識管理研究議題相關性—使用共詞與關聯法則分析。資訊管理學報，10(1)，31-60。
- 陳定銘 (2016)。非營利組織與公民社會教學研究之議題分析。台灣公共行政的自省與躍升：學術與實務整合研討會。2016/5/27 台北大學。
- 陳東升 (2012)。社群治理與社會創新。臺灣社會學刊，49，1-40。
- 陳慧如 (2017)。社會創業精神論述：管理視角的觀察與省思以及跨領域的對話嘗試。台灣社會福利學會年會。2017/5/19-20 亞洲大學。
- 陳譽晏 (2015)。運用 R Shiny 建立文字探勘平台之語意分析及輿情分析。數據分析，10(6)，51-78。
- 游美惠 (2000)。內容分析、文本分析與論述分析在社會研究的運用。調查研究，8，5-42。
- 黃浩然、韓文堯、林佳萍、李禮孟 (2017)。社會企業的社會面向初探。輔仁管理評論，24(1)，103-124。
- 楊君琦、郭欣怡 (2011)。社會企業組織型態與經營類型之初探。輔仁管理評論，18(1)，53-77。
- 經濟部 (2014)。社會企業行動方案。12, 2016  
<https://www.slideshare.net/OpenMic1/20140904-38673956>。
- 蔡敦浩、高明瑞、劉育忠、林慧音 (2013)。從都會到漁翁之島—敘說一段在澎湖開展的社會創業歷程。輔仁管理評論，20(1)，105-126。
- 鄭勝分 (2005)。歐美社會企業發展及其在臺灣應用之研究。國立政治大學公共行政學系博士論文。
- 鄭勝分 (2007)。社會企業的概念分析。政策研究學報，7，65 - 107。

- 謝昇佑 (2016)。別再誤會社會企業了！。台灣社會企業園編輯室 07, 2016  
<http://www.taiwanseo.org/perspective/>。
- Arts, S., & Cassiman, B. (2016). Geographic Localization of Knowledge Spillovers from R&D: A Reassessment Using Text Mining. Paper presented at the Academy of Management Proceedings, Briarcliff Manor, NY 10510.
- Baden-Fuller, C., & Mangematin, V. (2013). Business Models: A Challenging Agenda. *Strategic Organization*, 11(4), 418-427.
- Borzaga, C., & Defourny, J. (2001). *The Emergence of Social Enterprise*. London and New York: Routledge.
- Buchanan, J., & Stubblebine, W. (1962). Externality. *Economica*, 29, 371-384.
- Chen, J. & Lee, J. R. (2016). Social Entrepreneurship in Taiwan: Opportunities and Challenges. In Chandra, Y. & Wong, L. (Eds), *Social Entrepreneurship in the Greater China: Policy and Cases* (pp.90-108). New York, NY: Routledge.
- Cukier, W., Trenholm, S., Carl, D., & Gekas, G. (2011). Social Entrepreneurship: A Content Analysis. *Journal of Strategic Innovation and Sustainability*, 7(1), 99-119.
- Dees, J. G. (1998). The Meaning of Social Entrepreneurship. Retrieved September 26, 2017, from <https://entrepreneurship.duke.edu/news-item/the-meaning-of-social-entrepreneurship/>
- Defourny, J., & Nyssens, M. (2010). Conceptions of Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and Divergences. *Journal of Social Entrepreneurship*, 1(1), 32-53.
- Emerson, J. (2003). The Blended Value Proposition: Integrating Social and Financial Returns. *California Management Review*, 45(4), 35-51.
- Emerson, J., & Twersky, F. (1996). *New Social Entrepreneurs: The 228 Social entrepreneurship in the age of atrocities Success, Challenge and Lessons of Non-Profit Enterprise Creation*. San Francisco, CA: Roberts Foundation.
- Freeman, R. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston, MA: Pitman.
- Goolsbee, A., Levitt, S., & Syverson, C. (2016). Chap 17- Externalities and Public Goods. *Microeconomics* (Second Edition). London, England: Macmillan.
- Guerreiro, J., Rita, P., & Trigueiros, D. (2016). A Text Mining-Based Review of Cause-Related Marketing Literature. *Journal of Business Ethics*, 139(1), 111-128.
- Hand, M. (2016). The Research Gap in Social Entrepreneurship (SSIR). Retrieved September 26, 2017, from [https://ssir.org/articles/entry/the\\_research\\_gap\\_in\\_social\\_entrepreneurship](https://ssir.org/articles/entry/the_research_gap_in_social_entrepreneurship)
- Hill, T.L, Kothari, T. H., & Shea, M. (2010). Patterns of Meaning in the Social Entrepreneurship Literature: A Research Platform. *Journal of Social Entrepreneurship*, 1(1), 5-31.
- Kerlin, J. A. (2006). Social Enterprise in the United States and Europe: Understanding and Learning from the Differences. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 17(3), 246-262.
- Kickul, J., & Bacq, S. (Eds) (2012). *Patterns in Social Entrepreneurship Research*. Northampton, MA: Edward Elgar.

- Michelini, L., & Fiorentino, D. (2012). New Business Models for Creating Shared Value. *Social Responsibility Journal*, 8(4), 561-577.
- Munzert, S., Rubba, C., Meißner, P., & Nyhuis, D. (2014). *Automated Data Collection with R – A Practical Guide to Web Scraping and Text Mining*. Chichester, NY: John Wiley & Sons.
- Nicholls, A. (2008). *Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change*. Oxford, England: Oxford University Press.
- OECD. (1999). *Social Enterprises: OECD*.
- Ostrom, E. (2010). Beyond Markets and States: Polycentric Governance of Complex Economic Systems. *American Economic Review*, 100(3), 641-72.
- Phillips, W., Lee, H., James, P., & Ghobadian, A. (2015). Social Innovation and Social Entrepreneurship: A Systematic Review. *Group & Organization Management*, 40(3), 428-461.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating Shared Value. *Harvard Business Review*, 89(1-2), 62-77.
- Ridley-Duff, R., & Bull, M. (2011). *Understanding Social Enterprise: Theory & Practice*. London, England: SAGE.
- Salloum, S. A., Al-Emran, M., Monem, A. A., & Shaalan, K. (2017). A Survey of Text Mining in Social Media: Facebook and Twitter Perspectives. *Advances in Science, Technology and Engineering Systems Journal*, 2(1), 127-133.
- Stieglitz, S., Dang-Xuan, L., Bruns, A., & Neuberger, C. (2014). Social Media Analytics. *Business & Information Systems Engineering*, 6(2), 89-96.
- Sullivan, D. (2001). *Document Warehousing and Text Mining: Techniques for Improving Business Operations, Marketing and Sales*. Canada: Wiley.
- WhiteIII, G. O., Guldiken, O., Hemphill, T. A., He, W., & Khoobdeh, M. S. (2016). Trends in International Strategic Management Research from 2000 to 2013: Text Mining and Bibliometric Analyses. *Management International Review*, 56(1), 35-65.
- Yunus, M., Moingeon, B., & Lehmann-Ortega, L. (2010). Building Social Business Models: Lessons from the Grameen Experience. *Long Range Planning*, 43(2-3), 308-325.
- Zott, C., Amit, R., & Massa, L. (2011). The Business Model: Recent Developments and Future Research. *Journal of Management*, 37(4), 1019-1042.



### 附錄一 課程清單案例

以輔仁大學為例，105 第一學期有 8 門課，105 第二學期有 6 門課，共計 14 門；研究者依照學期別，課程名稱、開課系所、開課層級，以及開課老師，建構資料庫如下：

學期別	課程名稱	開課系所	開課層級	學分數	開課老師
1051	社會企業基礎理論	社會企業碩士在職學位學程	E	3	胡哲生
	社會企業策略與組織	社會企業碩士在職學位學程	E	3	周宗穎
	社會企業概論	企業管理學系	U	3	李禮孟
	社會企業管理	社會企業碩士在職學位學程	E	3	黃浩然
	社會變遷、問題與社會企業	社會企業碩士在職學位學程	E	3	吳宗昇
	非營利組織與民營化專題	非營利組織管理碩士學位學程在職專班	E	2	郭登聰
	傳播與社會創新	大眾傳播學士學位學程	U	2	林鴻亦
	管理學與社會創新	商業管理學士學位學程	U	3	孔健中
1052	服務學習：社會企業的發展	企業管理學系	U	3	李禮孟
	社會企業流程管理	社會企業碩士在職學位學程	E	3	夏侯欣鵬
	社會企業專案管理	社會企業碩士在職學位學程	E	3	魏賜聰
	社會企業策略與組織	社會企業碩士在職學位學程	E	3	周宗穎
	社會企業經營管理	社會企業碩士在職學位學程	E	3	黃浩然
	組織領導與社會創新實務	企業管理學系	U	2	李禮孟

註：開課層級：E: Executive /U: Undergraduate

# Social Entrepreneurship Teaching Discourses among Different Disciplines

JENNIFER H. J. CHEN, BAU-JUNG CHANG \*

## ABSTRACT

Social entrepreneurship (SE) is a hybrid concept involved disparate scholarly traditions, i.e. the management science and social science, and with SE's increasing popularity, there seems necessary for an intellectual bridge across disciplines. While diversities are encouraged and different lexicon do exist, as the field of SE grows, we do need to seek systematic exploration to come up with a common conceptual ground for a better integration. The objective of this exploratory study is to unveil the core concepts being taught at the university level among different disciplinary groups for the same subject of concerned, i.e. SE.

We surveyed university courses offered during the school year of 2016, yielding 84 SE related courses. From the sample, we looked into the course syllabi, and examined over hundreds of course assigned readings, from which we conducted text analysis for all the reading articles. Our findings show that based on frequency count (also illustrated in word cloud format), the content selected by the teaching faculty across the three disciplinary groups (social science, business and management, and others) show some similar attributes, such as source and the intensity of key concepts among the reading materials. However, how these concepts being interpreted appear different particularly between social science and management science disciplines, according to word association and cluster analysis. The findings show business and management discipline treat social enterprise and social entrepreneurship as similar concepts, whereas social science group does not. We discussed the data restriction of this study and suggested several directions for further research.

Keywords: social entrepreneurship, social enterprise, text analysis

---

\* Jennifer H. J. Chen, Associate Professor, Graduate Program of NPO Management, Nanhua University. Bau-Jung Chang, Associate Professor, Department of Business Administration, Feng Chia University.

\* Note: The two authors have contributed equally to this article.