



2019 社創大調查

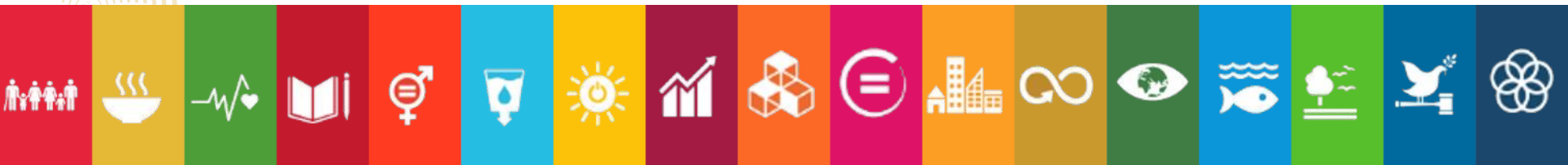
Taiwan Social Innovation Survey

指導單位： 經濟部中小企業處

共同推動： 台灣經濟研究院

星辰銀行  DBS

 願景工程
努力讓台灣更好





壹、前言

貳、社創認知度調查

參、社創企業營運調查

肆、結論



壹、前言

2019 社創大調查

Taiwan Social Innovation Survey



- 「社會企業」近年逐漸受到國際重視，我國民間及政府也積極參與，並於2015年與2017年針對民眾認知度進行調查。
- 為呼應2015年聯合國倡議「永續發展目標(SDGs)」及2018年我國通過「社會創新行動方案」，本次調查特加入相關問項。
- 今(2019)年「社會創新大調查」分別針對我國民眾與社創企業進行調查，以掌握民眾意向及相關組織營運現況。

民眾社創 認知度調查



■ 調查對象

年滿20歲以上民眾

■ 問卷設計

- 社會企業
- 社會創新
- 永續發展目標 (SDGs)

■ 抽樣設計

採用全國住宅電話為母體進行分層隨機抽樣，控制地區(縣市)、及年齡分布等變數

■ 有效樣本

2,144份

社創企業 營運調查



單位負責人或主要經營管理者，
公司型態65%，NPO 35%。

- 基本樣態
- 永續發展目標
- 管理營運現況
- 經營挑戰與需求

國內561家社會創新推動單位進行全查

297家

貳、社創認知度調查

一

社會企業

二

社會創新

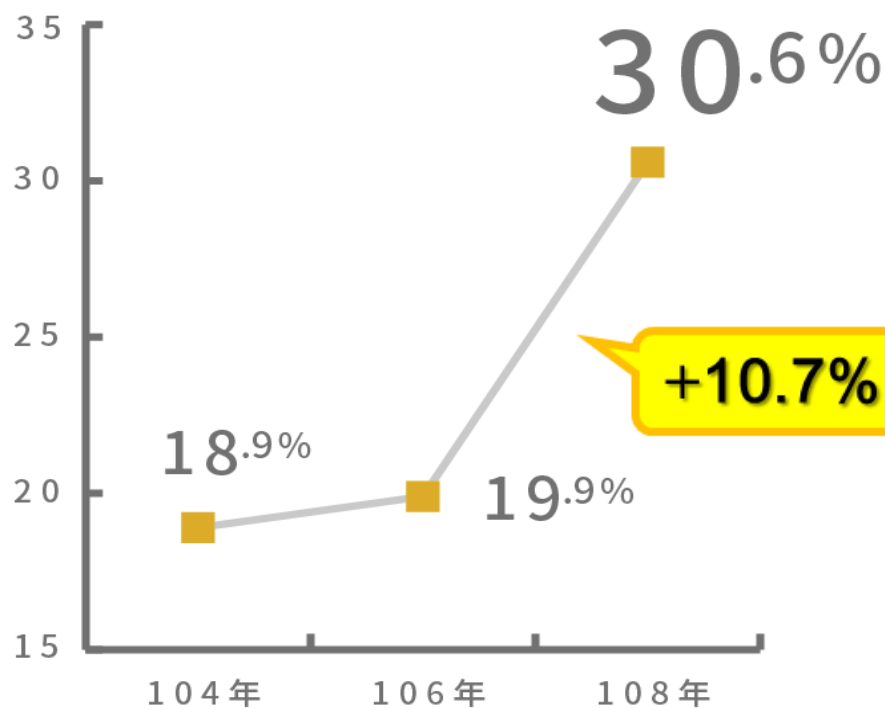
三

永續發展目標 (SDGs)

一、社會企業 (1/3)



社會企業認知度突破新高，已有**三成**民眾聽過



相較於兩年前的**19.9%**，我國民眾對社會企業認知度有相當明顯的提升。

Q：是否曾聽過「社會企業」這個名詞？

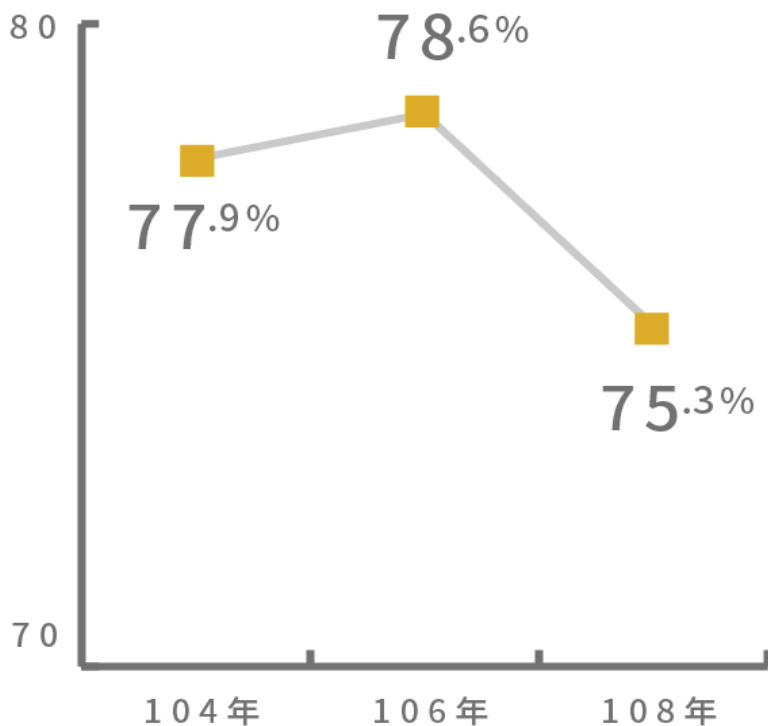
社企認知度歷年比較



一、社會企業 (2/3)



超過**四分之三**民眾支持社會企業理念



在對所有民眾解釋社會企業的意涵後，有超過四分之三的民眾對於社會企業的理念感到**認同**，但**相較於兩年前**認同的比率，略為**下滑了3.3個百分點**，值得省思。

社企理念認同度歷年比較



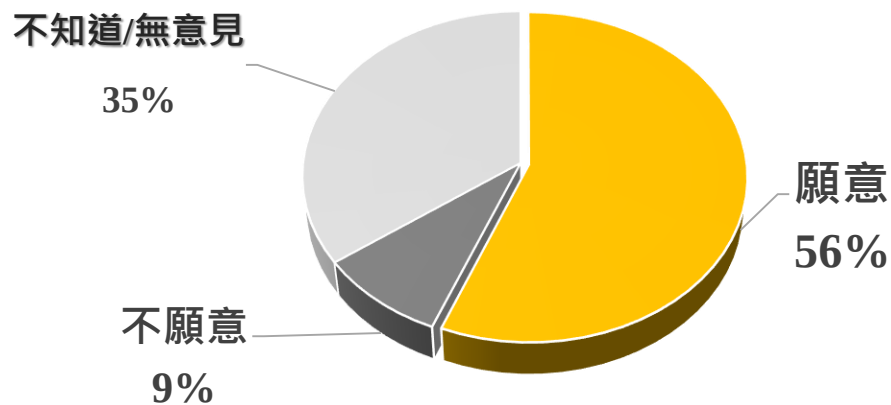
貳、社創認知度調查(3/7)

2019 社創大調查
Taiwan Social Innovation Survey

一、社會企業 (3/3)



近半數民眾願多花錢購買社企產品或服務，超過六成民眾願意推薦社企產品或服務



在民眾瞭解社會企業的運作模式後，有**64.8%**的民眾會將其產品或服務推薦給親朋好友。探究不同群體對價格的接受度，**年輕族群**且**教育程度較高**者，願付**較高價格**購買社企產品。

Q：如果社會企業產品或服務比其他同類產品價格高，您願不願意多花錢購買？



貳、社創認知度調查^(4/7)

2019 社創大調查
Taiwan Social Innovation Survey

二、社會創新 (1/2)



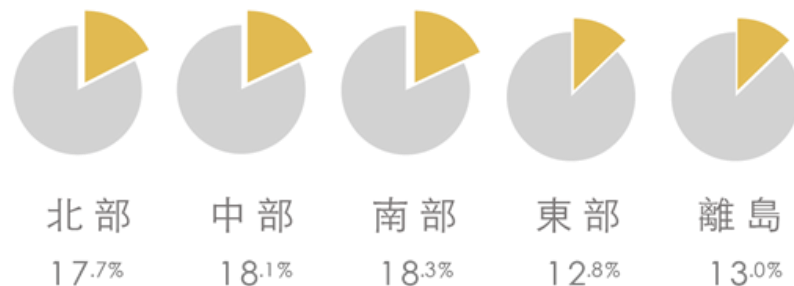
全國民眾對「社會創新」
的認知度不足兩成



全國民眾約有
17.8%曾聽過「社會創
新」這個名詞，認知度
相較於「社會企業」一
詞較低，其中又以**中南部**
的認知度較高，且透過
電視與網路得知。



17.8%





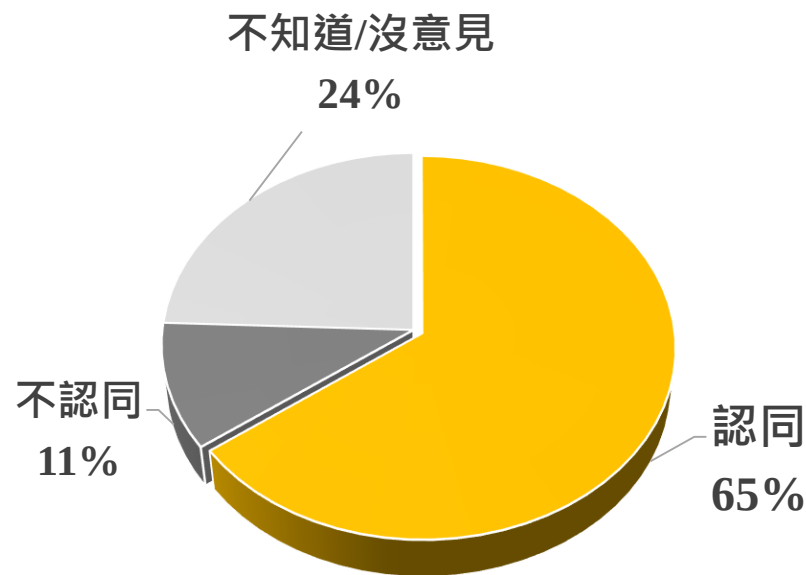
二、社會創新 (2/2)



經解釋過後，約有**6成5**的民眾皆認同社會創新理念



國內對社會創新的
認同度亦**高達6成5**，
不認同者僅約11%。
且認同者群體偏向
年輕(20~29歲)及**高
學歷**者(大學以上)。





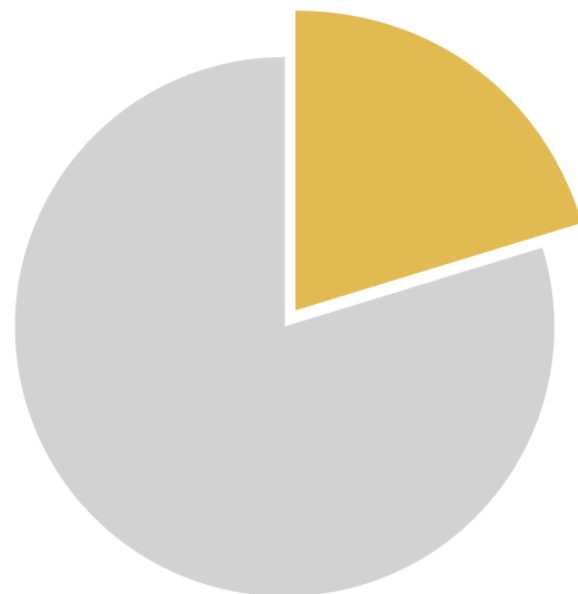
三、永續發展目標 (1/2)



約有**兩成**民眾曾聽過聯合國所提出的永續發展目標 (SDGs)



民眾對SDGs的認知與社會創新一詞接近，且聽過之群體為較**年輕**(20~29歲)及**高學歷**者(大學以上)，且以**北部**與**南部**為多。



20.5%



北部

20.8%

中部

18.4%

南部

22.1%

東部

17.0%

離島

17.4%



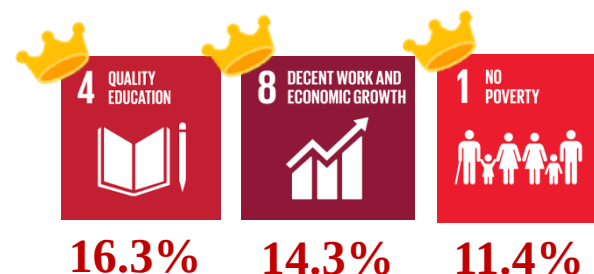
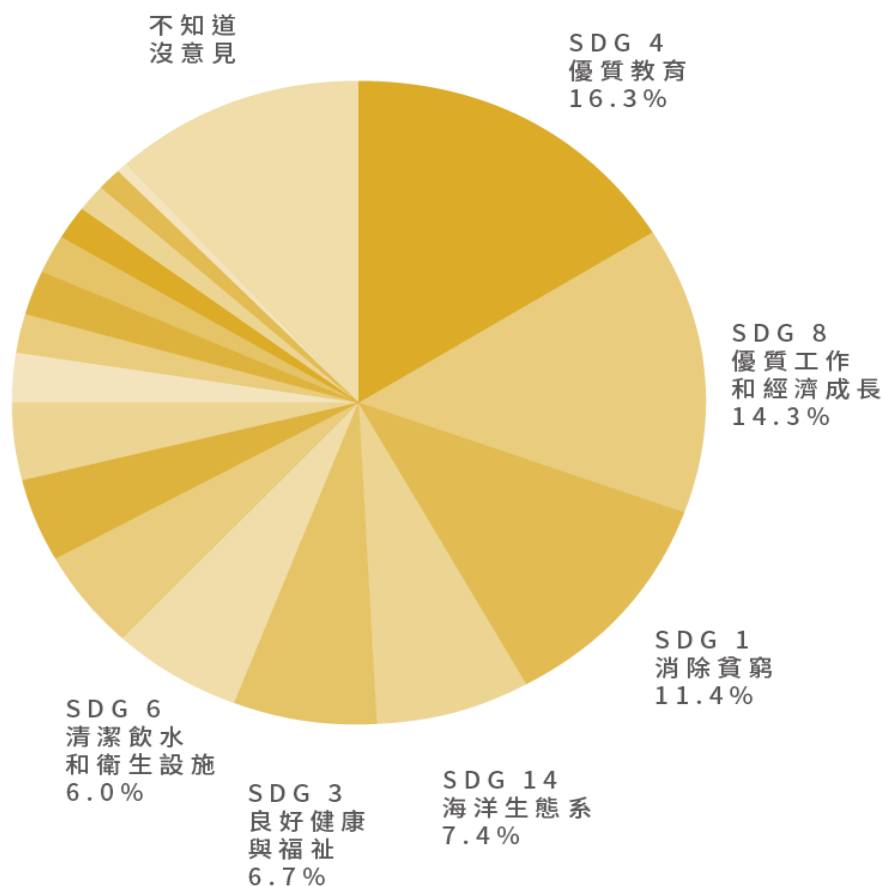
貳、社創認知度調查(7/7)

2019 社創大調查
Taiwan Social Innovation Survey

三、永續發展目標 (2/2)



民眾認為我國目前最迫切需解決SDGs前三名依序為「SDG 4優質教育」、「SDG 8優質工作和經濟成長」、「SDG 1消除貧窮」



SDG 13氣候行動 4.9 %
SDG 10縮小不平等 4.2 %
SDG 12負責任的消費和生產 3.8 %
SDG 5性別平等 2.5 %
SDG 2消除飢餓 2.2 %
SDG 11永續城市和社區 2.2 %
SDG 9工業、創新和基礎建設 1.8 %
SDG 7可負擔和清潔能源 1.8 %
SDG 16和平、正義與強大機構 1.3 %
SDG 15陸域生態系 1.2 %
SDG 17促進目標實現的夥伴關係 0.4 %

參、社創企業營運調查

一

基本樣態

二

永續發展目標 (SDGs)

三

管理營運現況

四

經營挑戰與需求



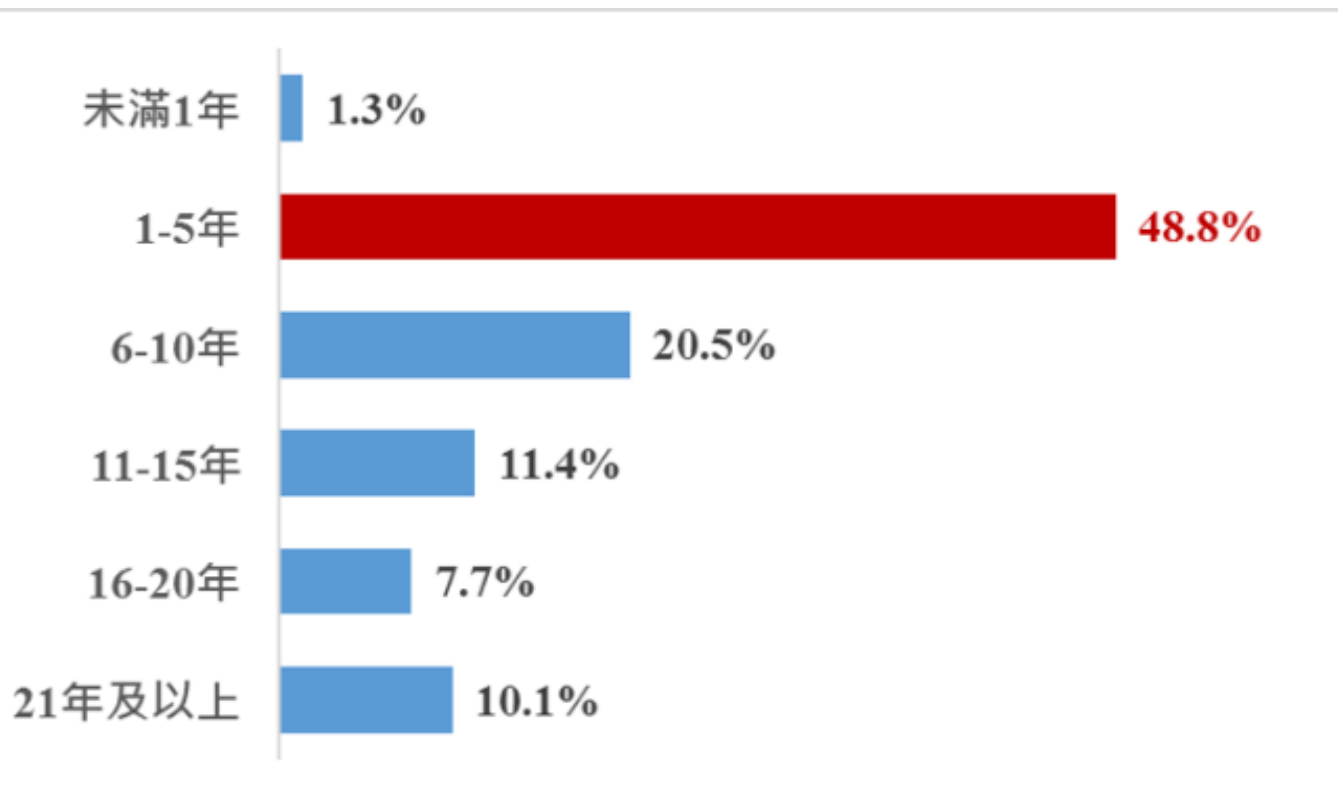
一、基本樣態(1/2)



社創組織以公司占多數，且主要為成立5年以下。



成立年數





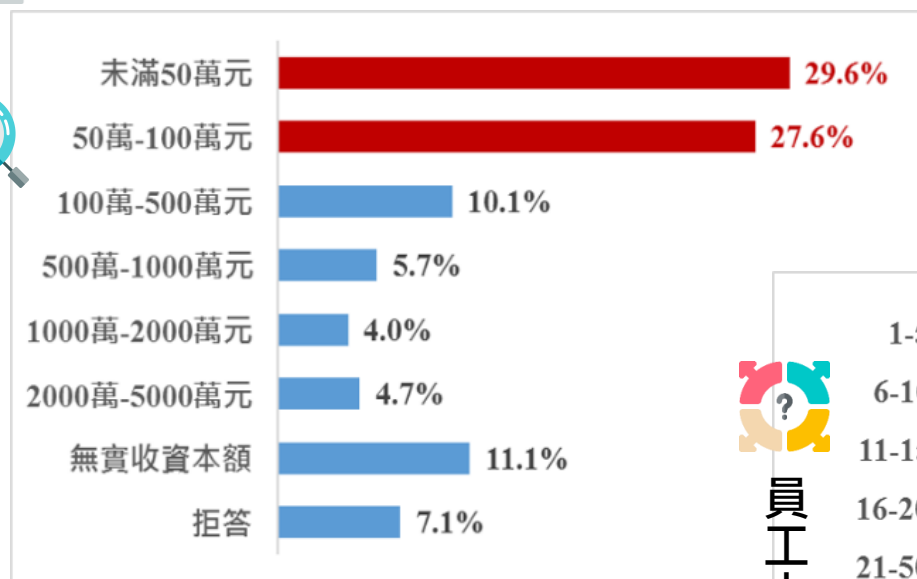
一、基本樣態(2/2)



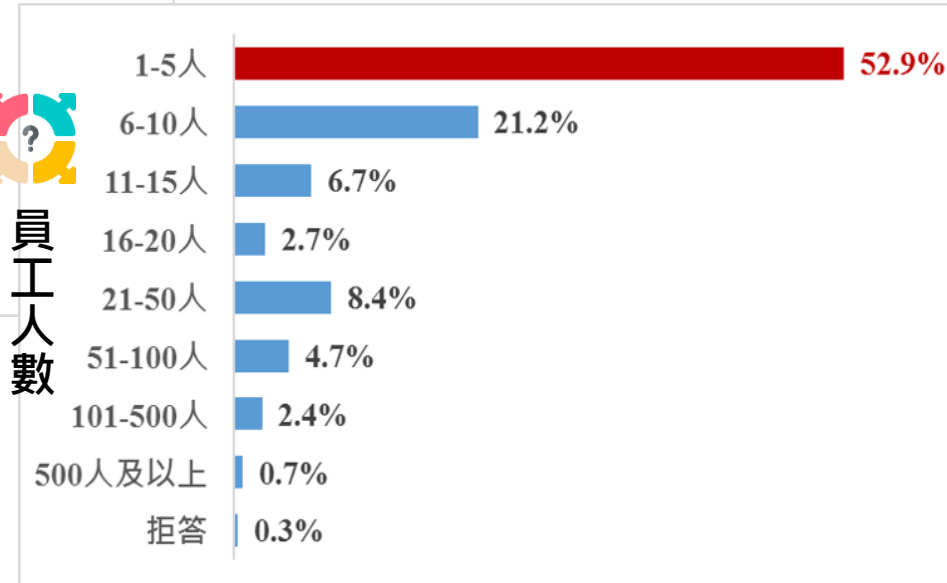
社創組織以資本規模**100萬元以下**、員工5人以下之單位占多數。



資本規模



員工人數

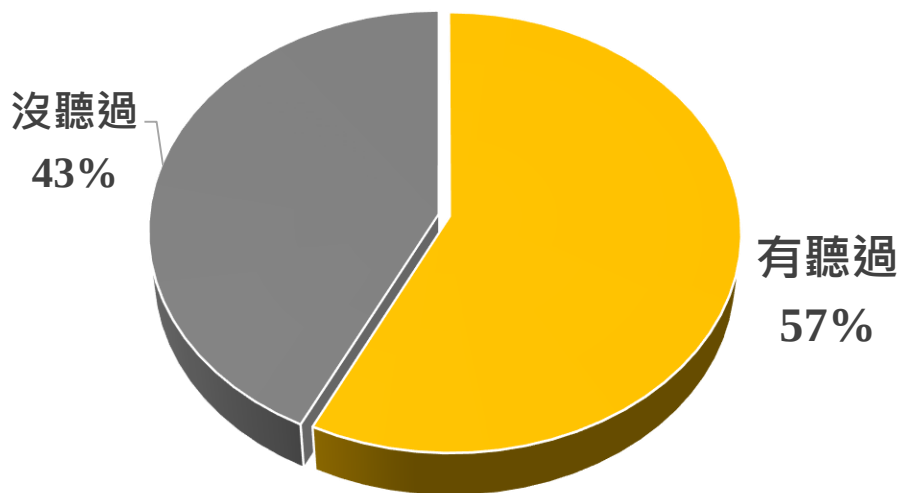




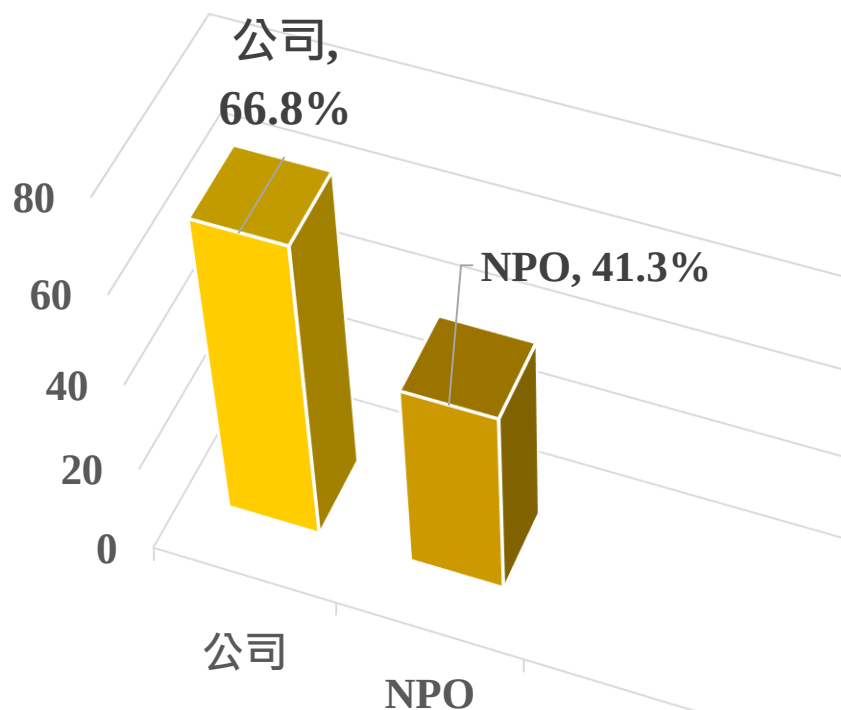
二、永續發展目標 (1/3)



約**過半**的社創組織
聽過SDGs相關資訊。



在組織型態方面，**公**
司曾聽過SDGs之比例
高於非營利組織。



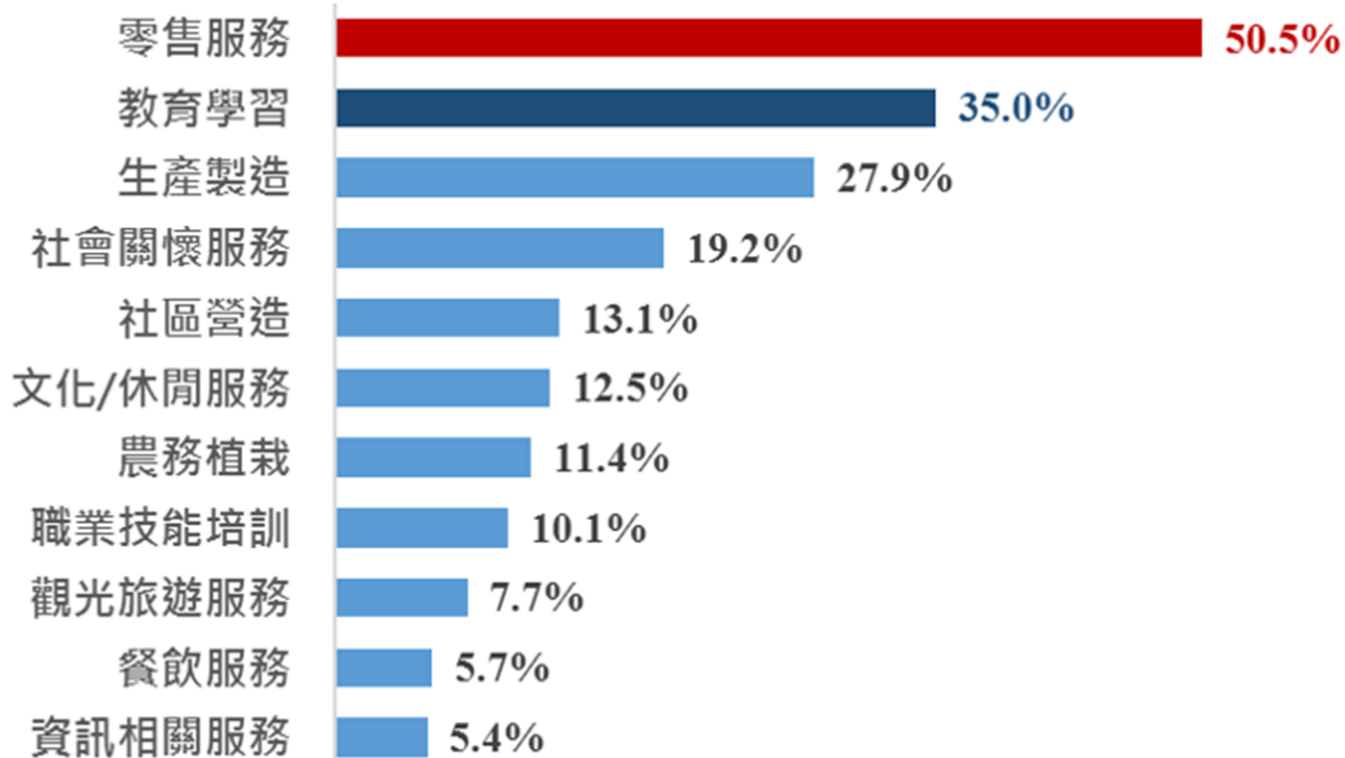


二、永續發展目標 (2/3)



社創組織最主要業務為**零售服務**，其次是**教育學習**。

總體主要業務

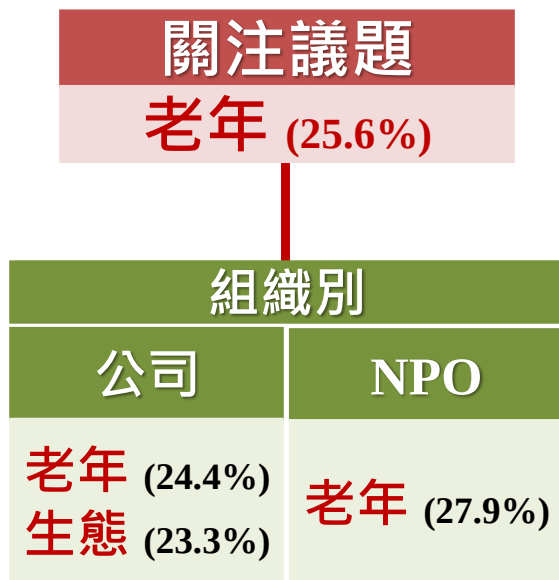




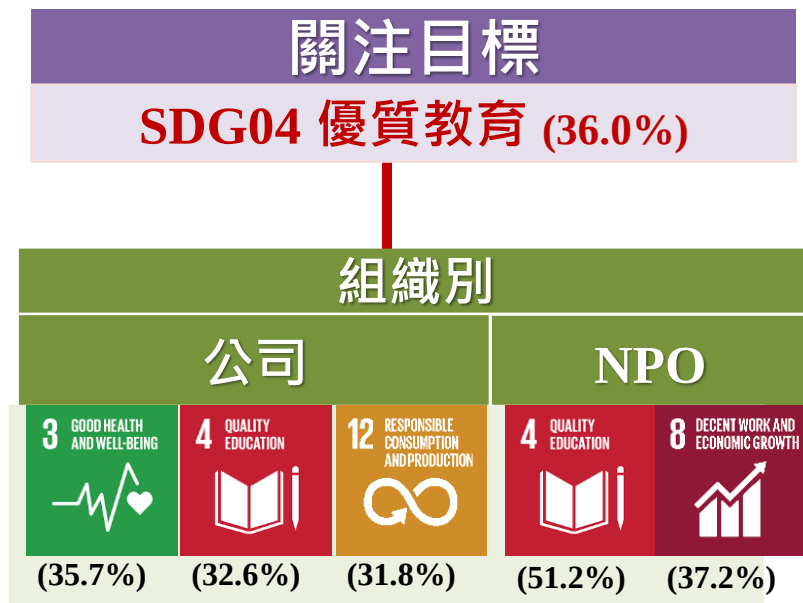
二、永續發展目標 (3/3)



以銀髮/老年議題為主要關注項目，其中公司也同樣關注生態議題。



在SDGs各項目標中以「**SDG04 優質教育**」為最主要關注項目，其中公司更為關注「**SDG03 良好健康與福祉**」、「**SDG12 負責任的消費與生產**」等目標。





三、管理營運現況 (1/4)



社創組織女性創辦人達**43.1%**，高於我國整體中小企業比例 (36.4%)。



56.9%

43.1%



三、管理營運現況 (2/4)



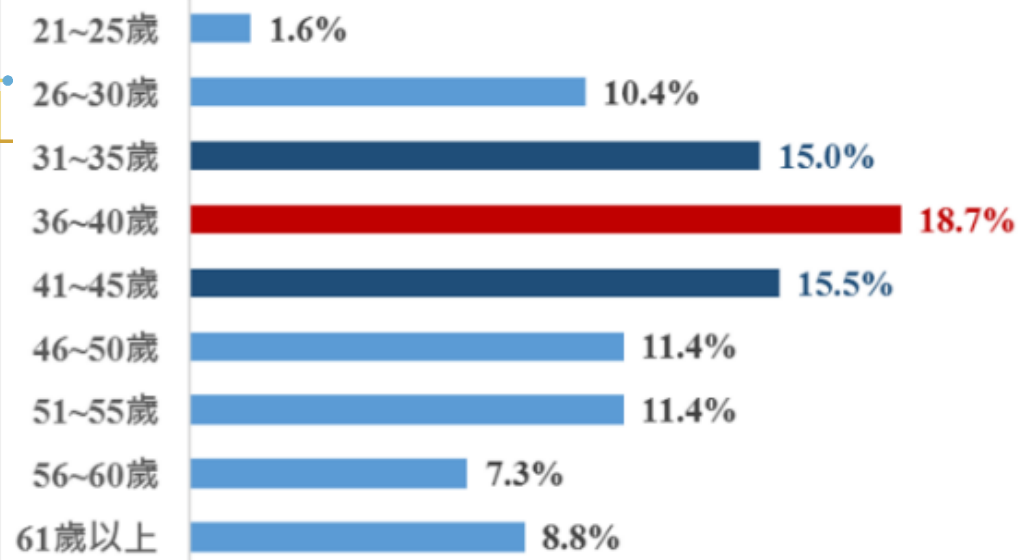
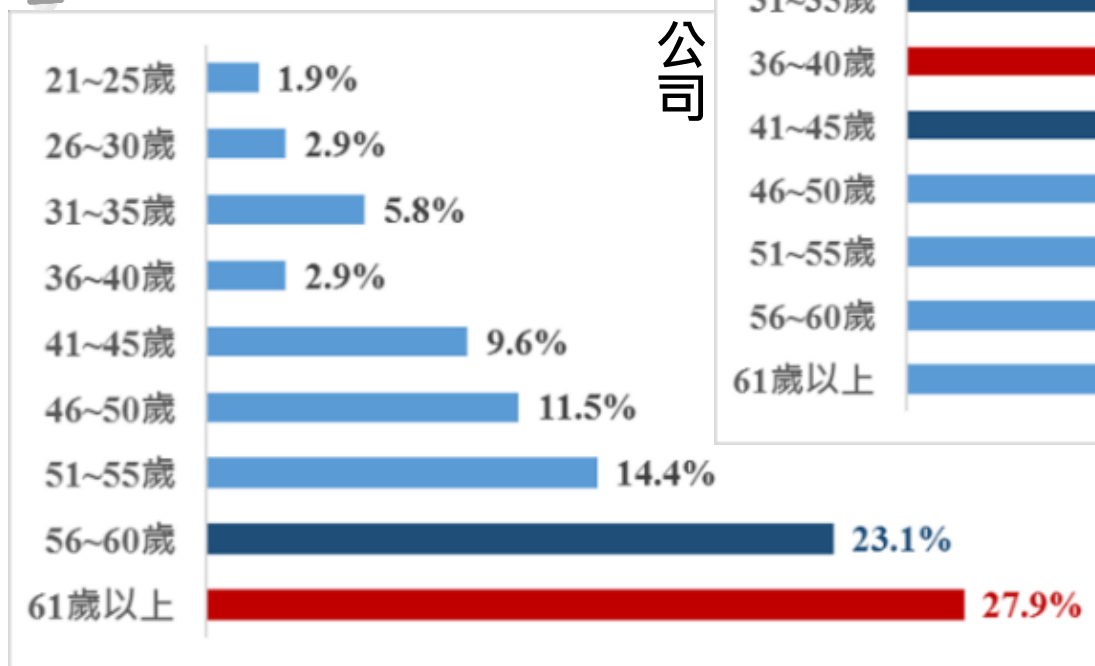
在年齡分布方面，公司創辦人主要在**青壯**年齡層，非營利組織創辦人較為集中於**中老年**世代。



NPO



公司





參、社創企業營運調 (8/11)

2019 社創大調查
Taiwan Social Innovation Survey

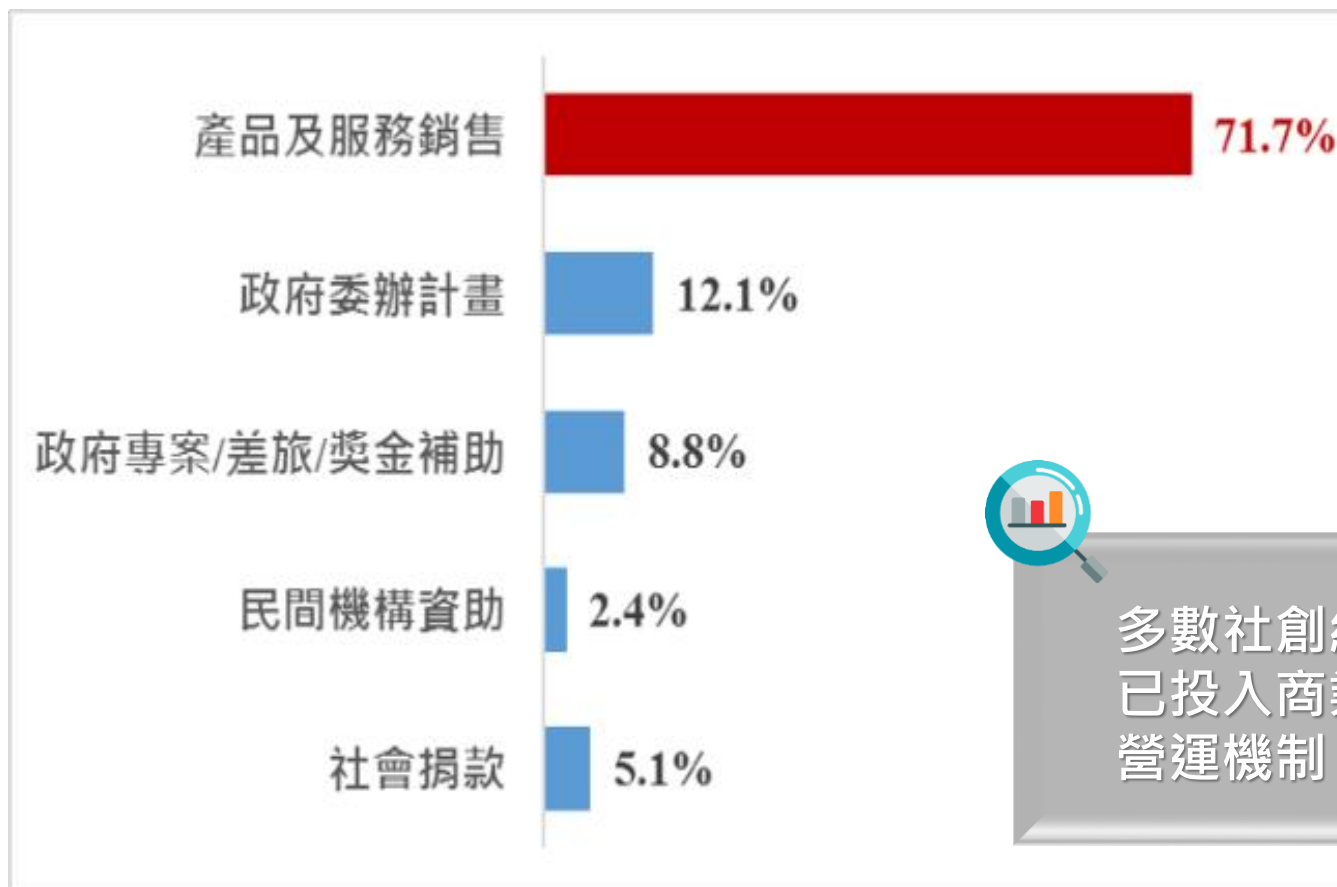
三、管理營運現況 (3/4)



社創組織主要營收來源為**產品及服務銷售**為主。



營
收
來
源



多數社創組織
已投入商業化
營運機制



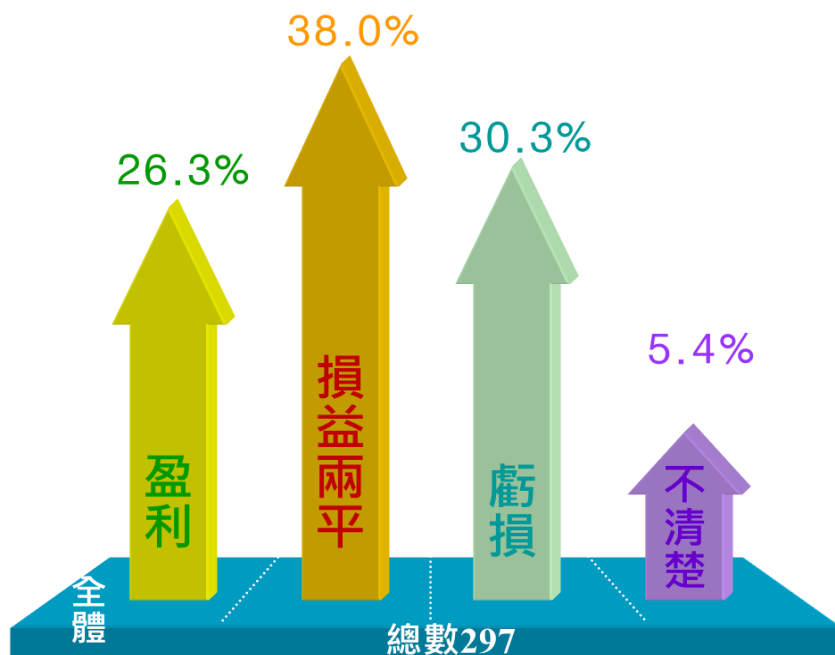
參、社創企業營運調 (9/11)

2019 社創大調查
Taiwan Social Innovation Survey

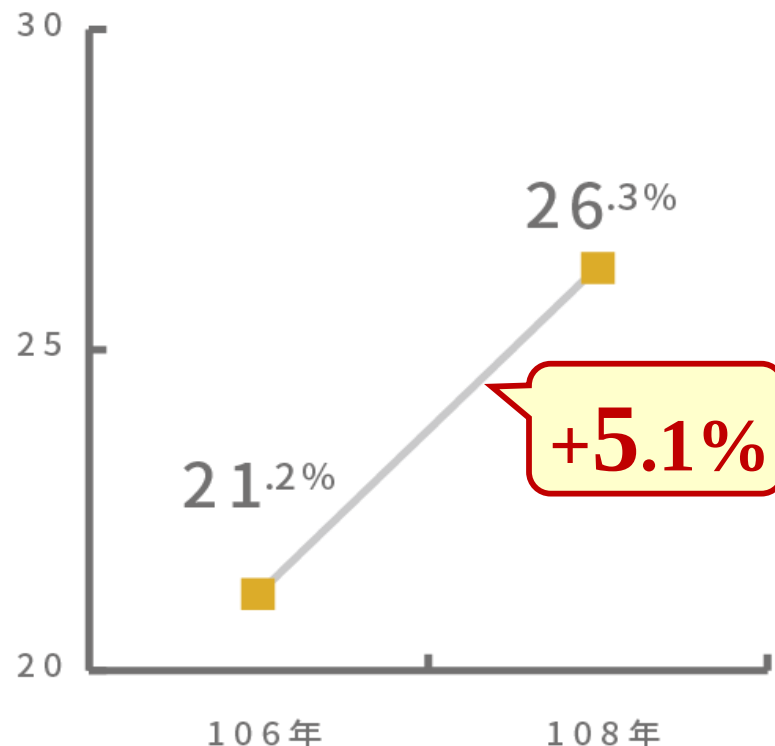
三、管理營運現況 (4/4)



社會創新企業有 **26.3%** 表示有**盈利**，**38%**則能維持**損益兩平**。



已開始**獲利**之業者比例有**微幅上升**。

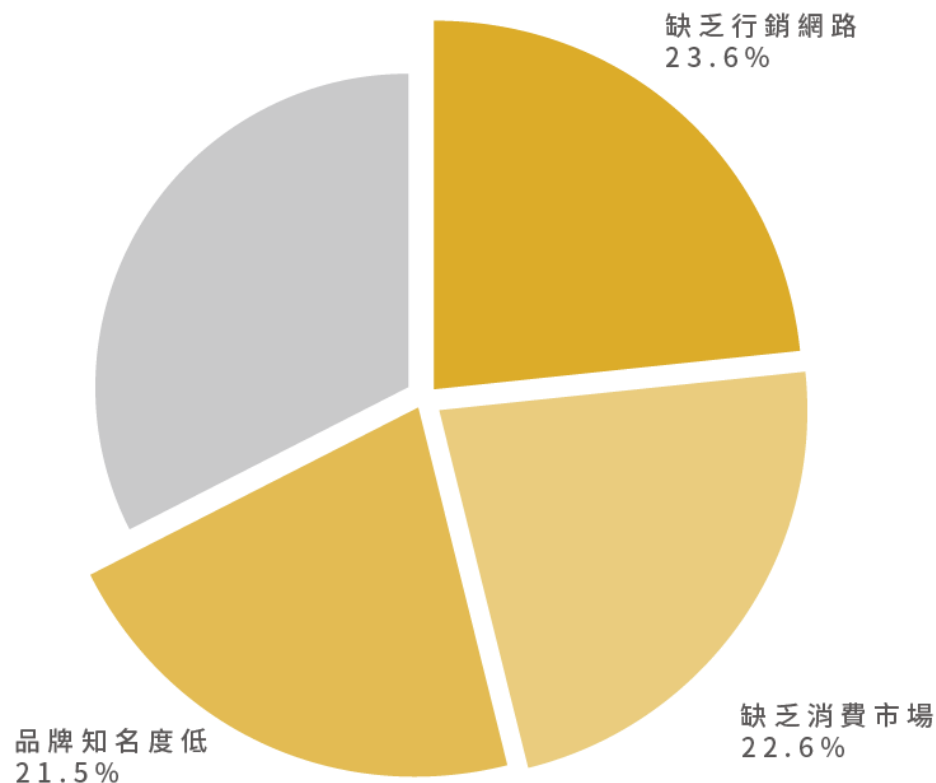




四、經營挑戰與需求 (1/2)



在經營挑戰方面，
社創組織在主要
面臨**缺乏行銷網
絡、缺乏消費市
場以及品牌知名
度低**等挑戰。





四、經營挑戰與需求 (2/2)



在政策需求方面，過半社創組織主要建議政府應
加強民眾社創認知。



在社創認知度調查
中亦顯示全國民眾
對「社會創新」的
認知不足，有進步
的空間。

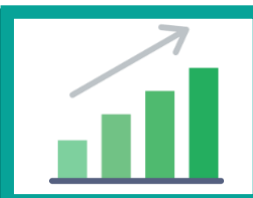


56.9%



社創認知度調查

(一) 社會企業認知度突破新高，達三成



(二) 社會創新認知度雖較低，但支持其理念者多



(三) 我國民眾認為「SDG 4 優質教育」、「SDG 8 優質工作和經濟成長」、「SDG 1 消除貧窮」為我國最迫切需要發展的目標





社創企業營運調查

(一) 社創組織多成立時間短、規模較小



(二) 社創組織女性創業家比例較一般高



(三) 過半業者知曉SDGs，且關注教育議題



(四) 能獲利之社創組織比例逐年提高



(五) 社創組織在行銷、市場與品牌較具挑戰



簡報結束
敬請指教

