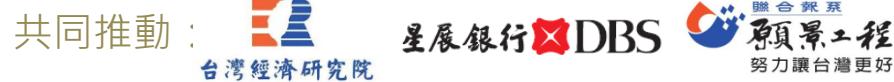




2019 社創大調查

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 星展銀行 DBS 聯合報系
願景工程 努力讓台灣更好



報告
大綱

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。

■ 調查對象

■ 問卷設計

■ 抽樣設計

■ 有效樣本

民眾社創 認知度調查



年滿20歲以上民眾

- 社會企業
- 社會創新
- 永續發展目標 (SDGs)

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

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)





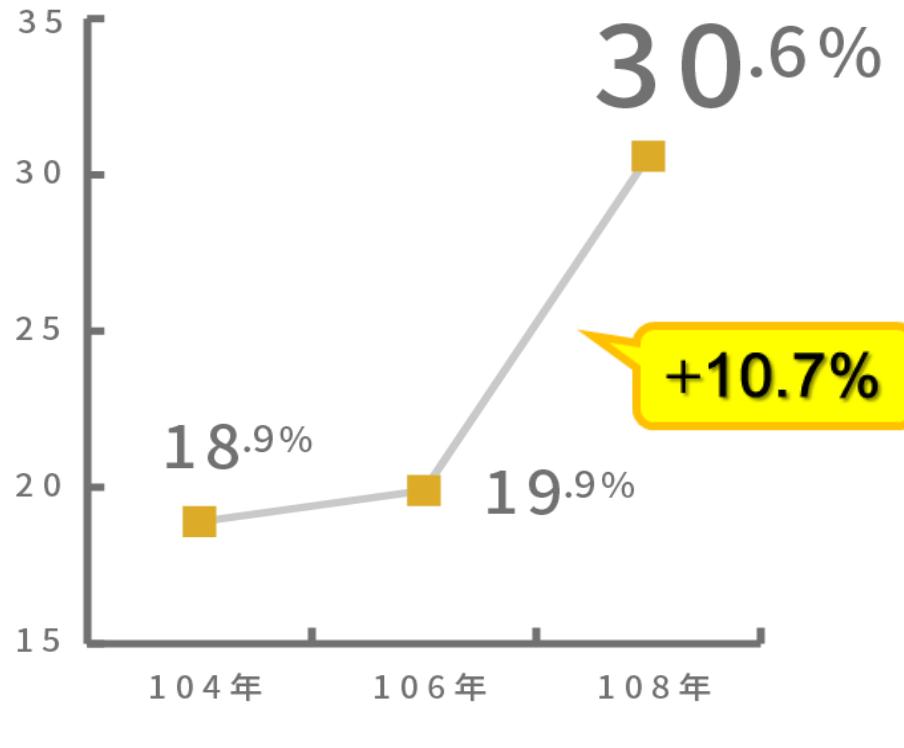
貳、社創認知度調查(1/7)

2019 社創大調查
Taiwan Social Innovation Survey

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？



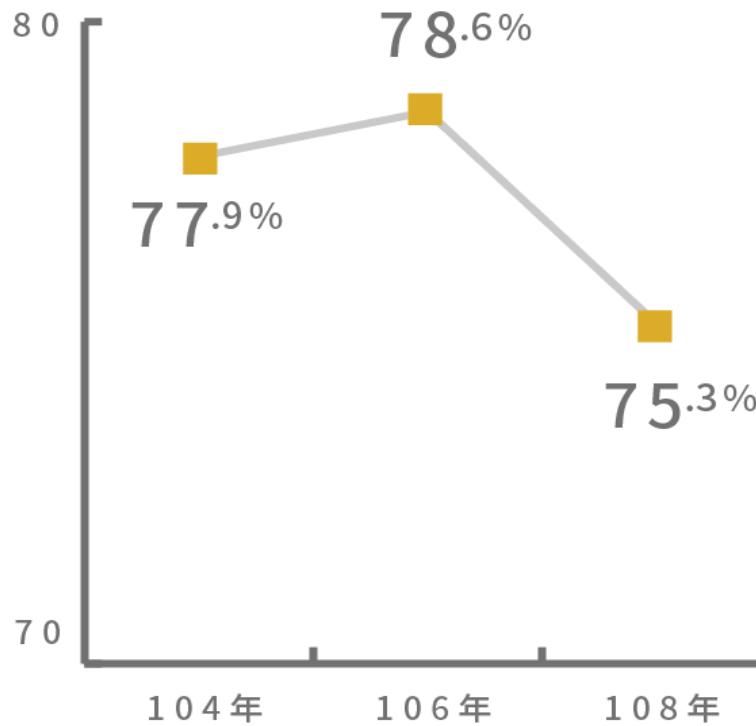
貳、社創認知度調查(2/7)

2019 社創大調查
Taiwan Social Innovation Survey

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。



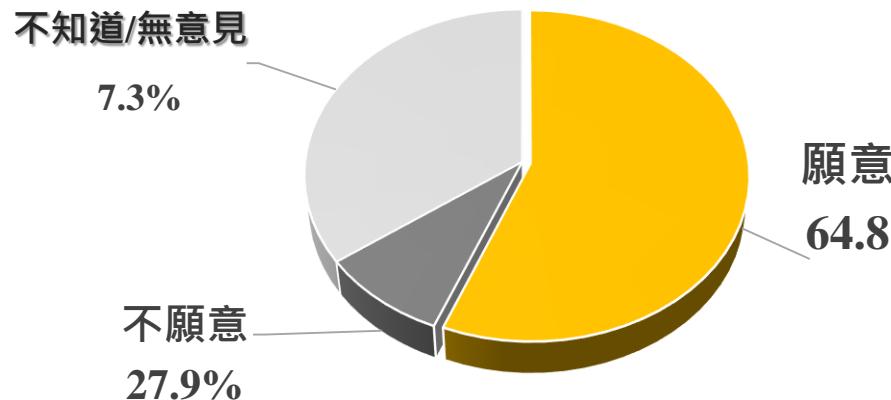
貳、社創認知度調查(3/7)

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



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？



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。



貳、社創認知度調查^(4/7)

2019 社創大調查
Taiwan Social Innovation Survey

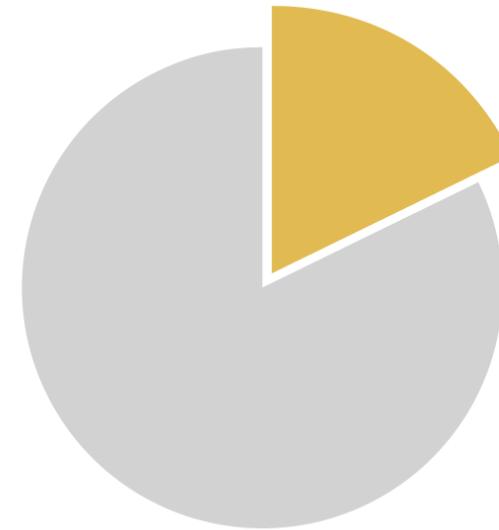
二、社會創新 (1/2)



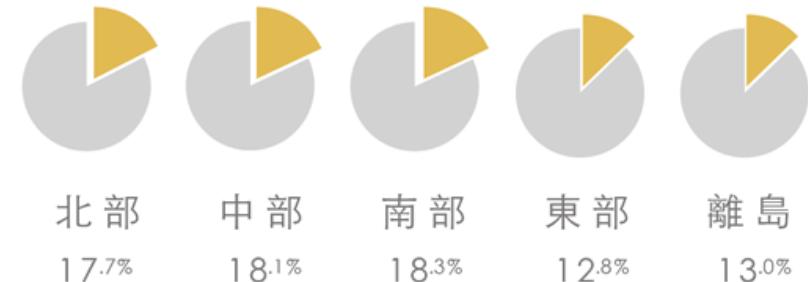
全國民眾對「社會創新」的認知度不足兩成



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%





貳、社創認知度調查(5/7)

2019 社創大調查
Taiwan Social Innovation Survey

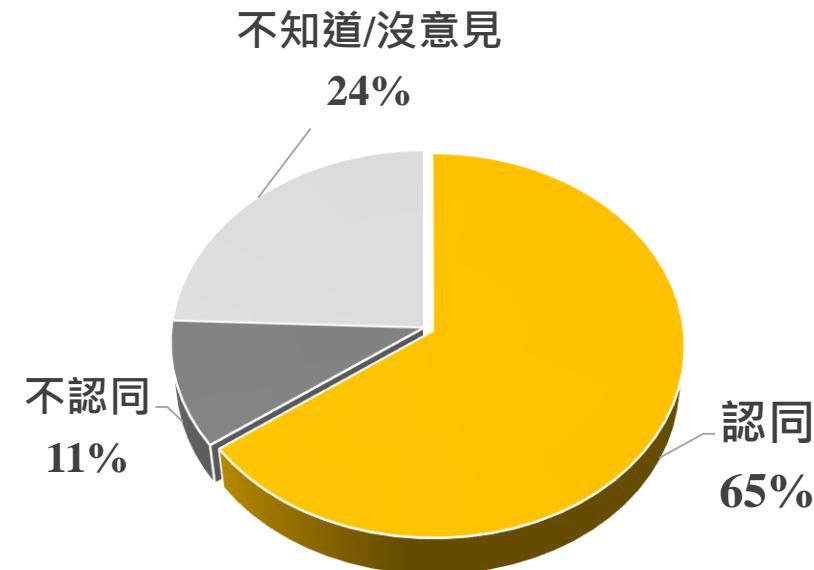
二、社會創新 (2/2)



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)。





貳、社創認知度調查(6/7)

2019 社創大調查
Taiwan Social Innovation Survey

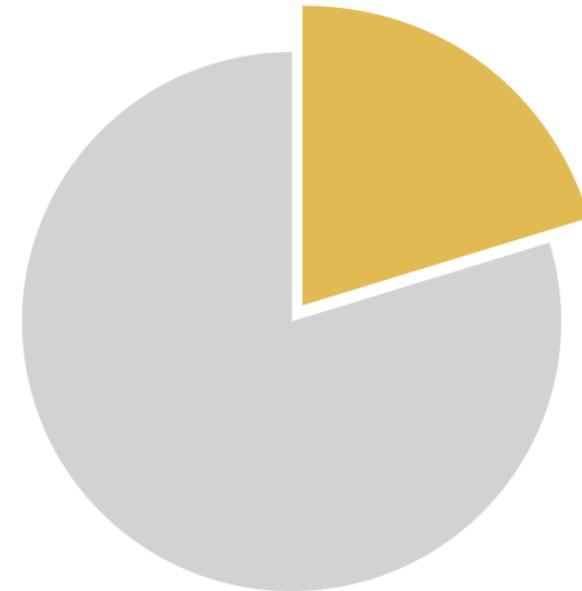
三、永續發展目標 (1/2)



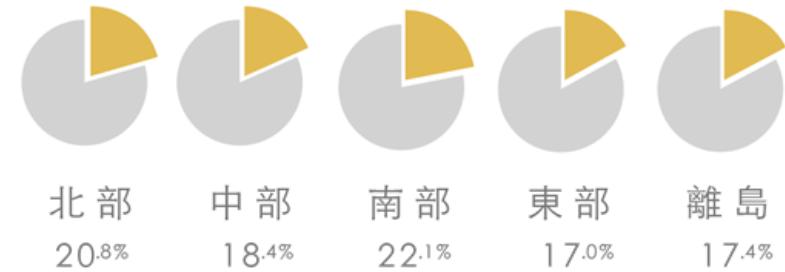
約有**兩成**民眾曾聽過聯合國所提出的永續發展目標 (SDGs)



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%





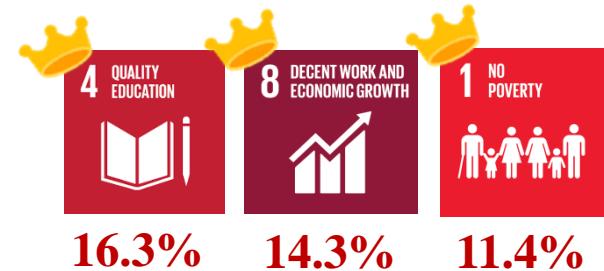
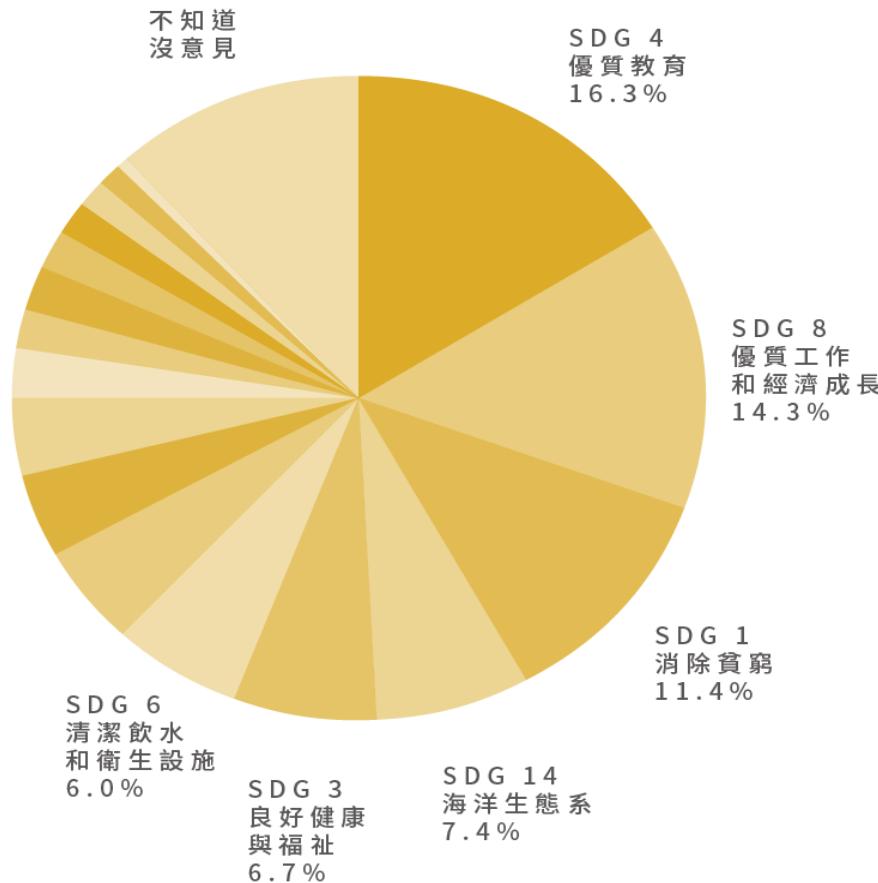
貳、社創認知度調查(7/7)

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

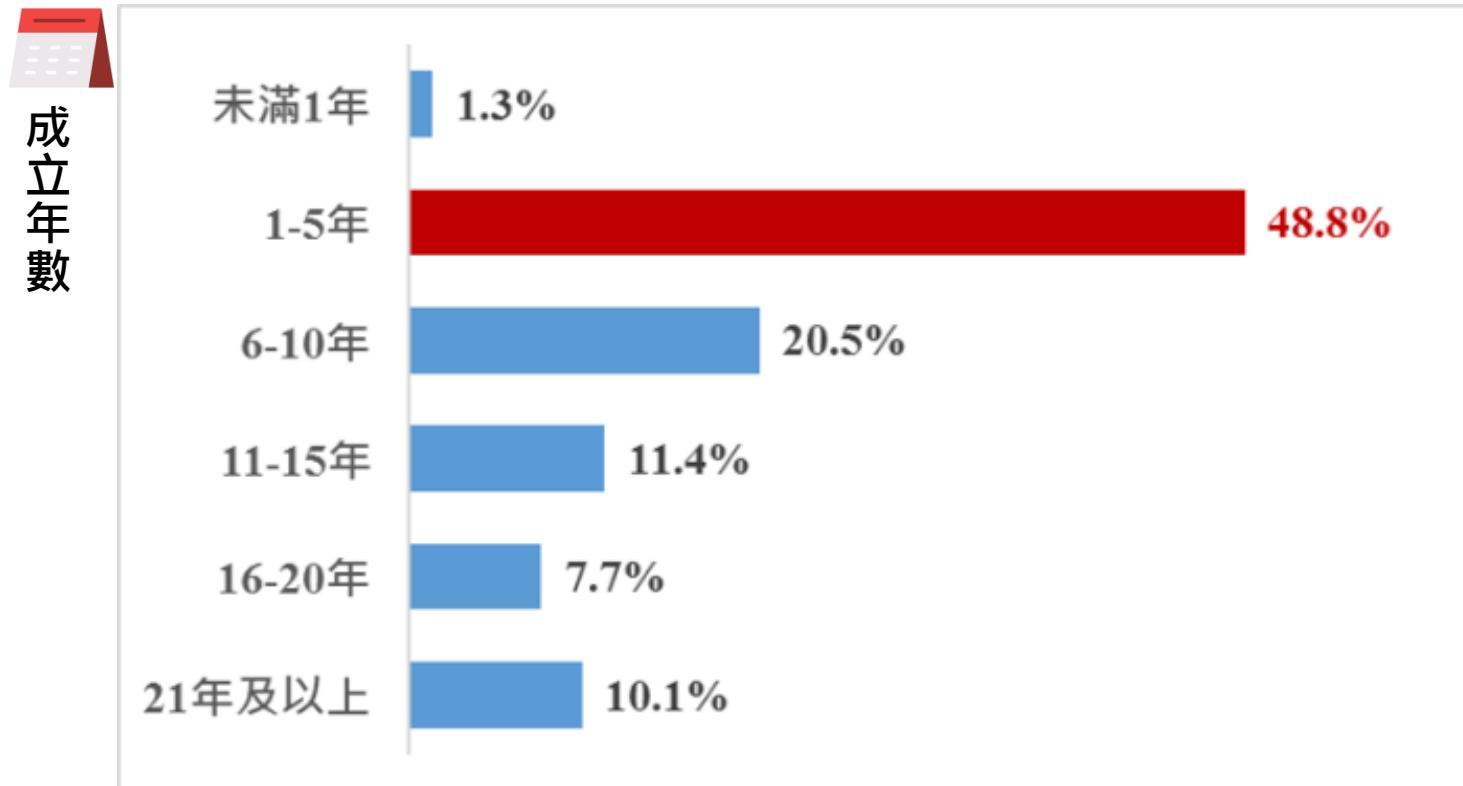
四 經營挑戰與需求



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**。

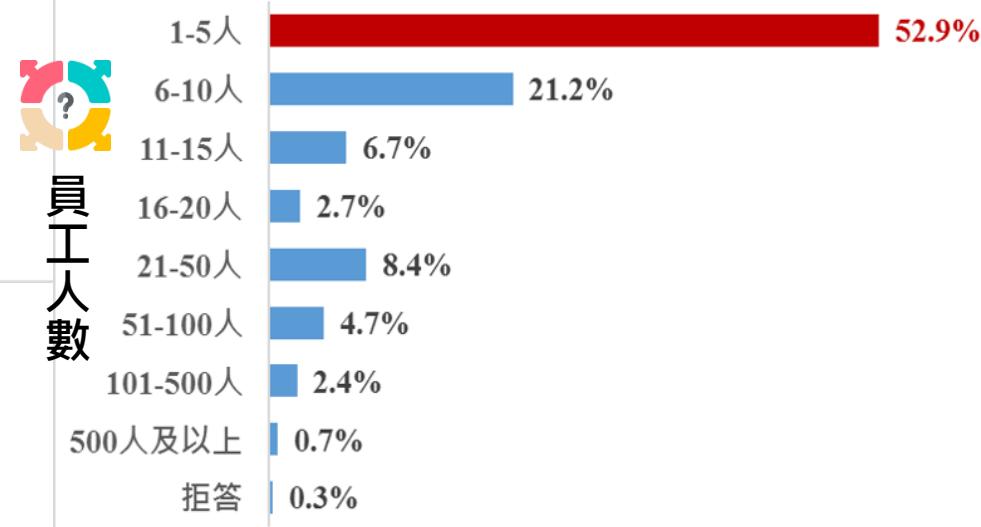
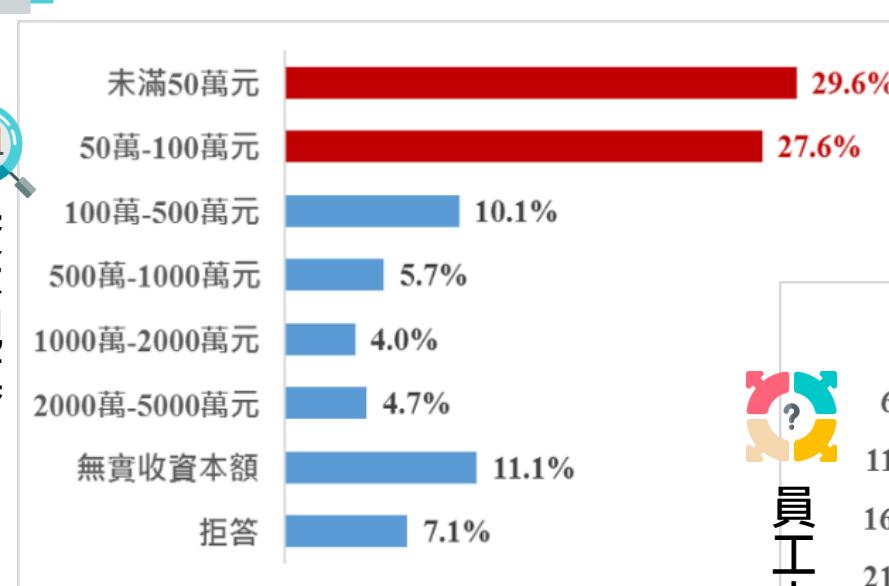




一、基本樣態(2/2)



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。





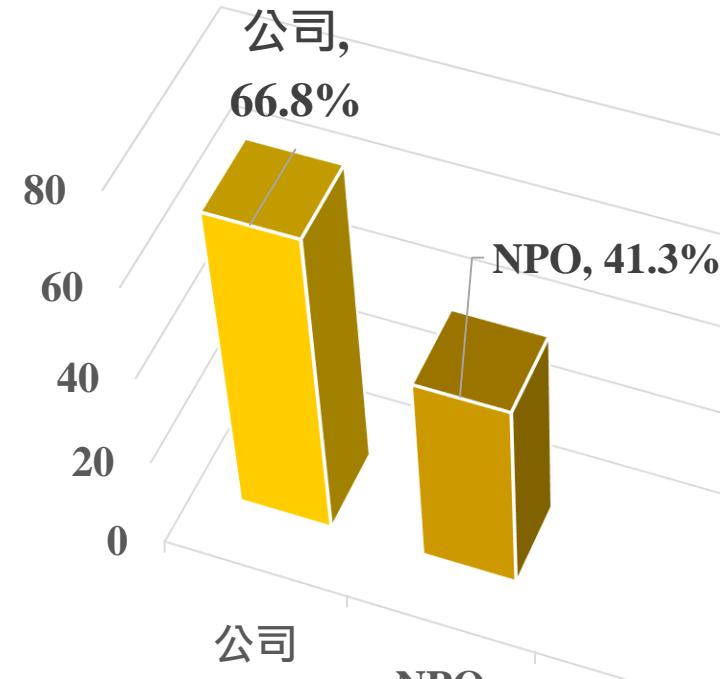
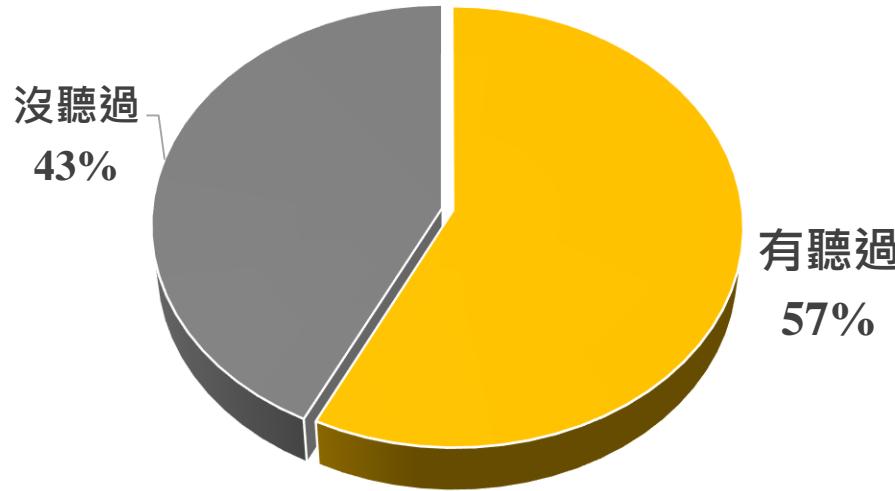
二、永續發展目標 (1/3)



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**。



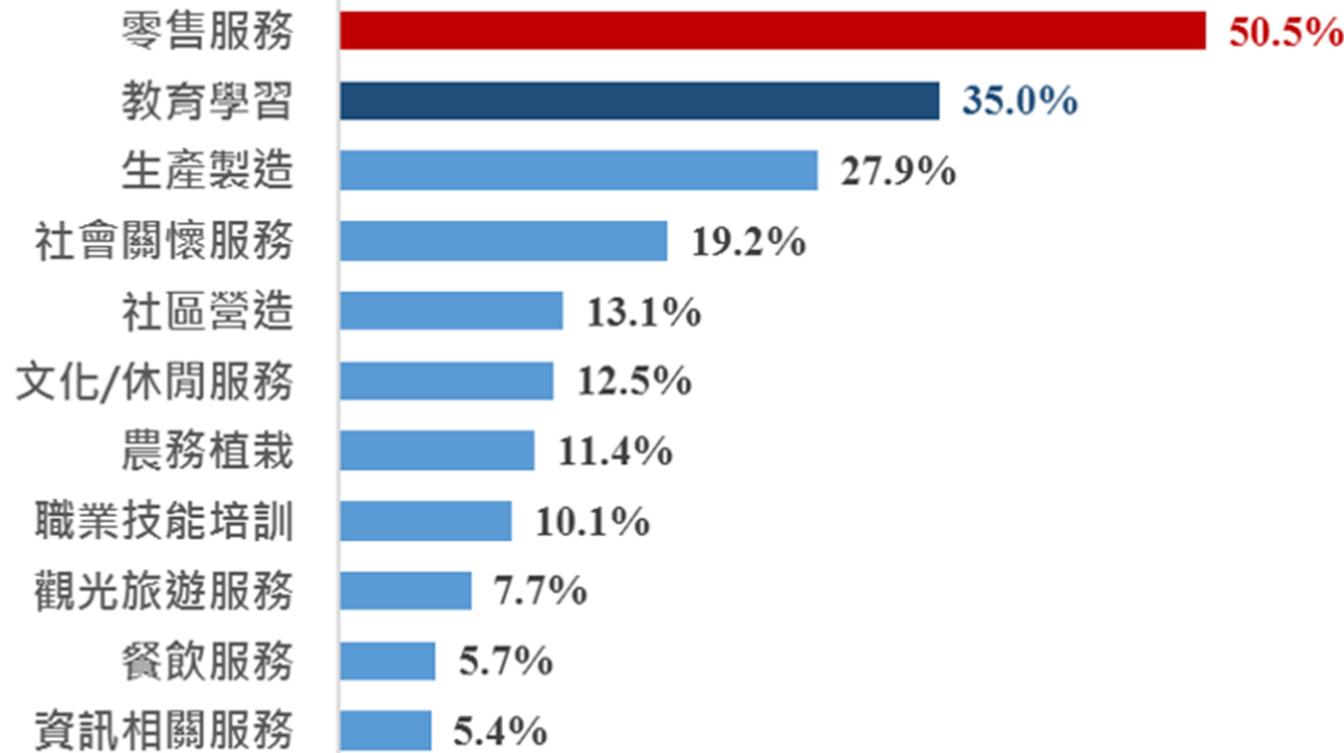


二、永續發展目標 (2/3)



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

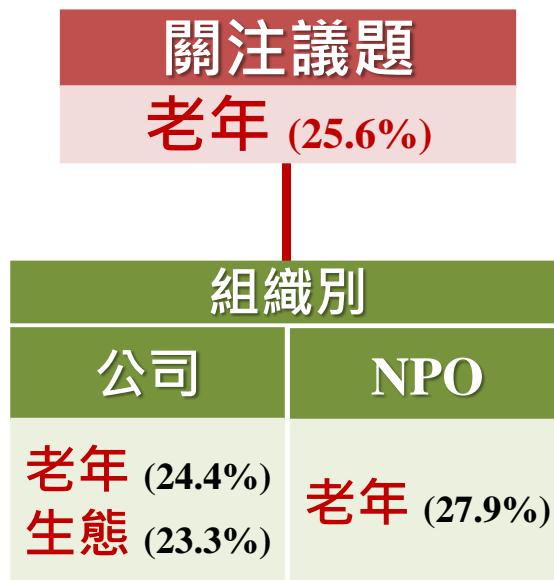




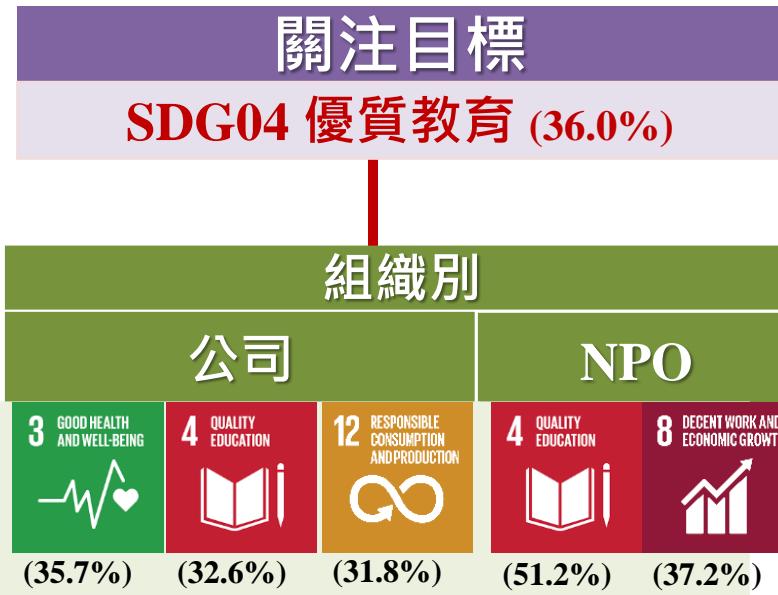
二、永續發展目標 (3/3)



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。

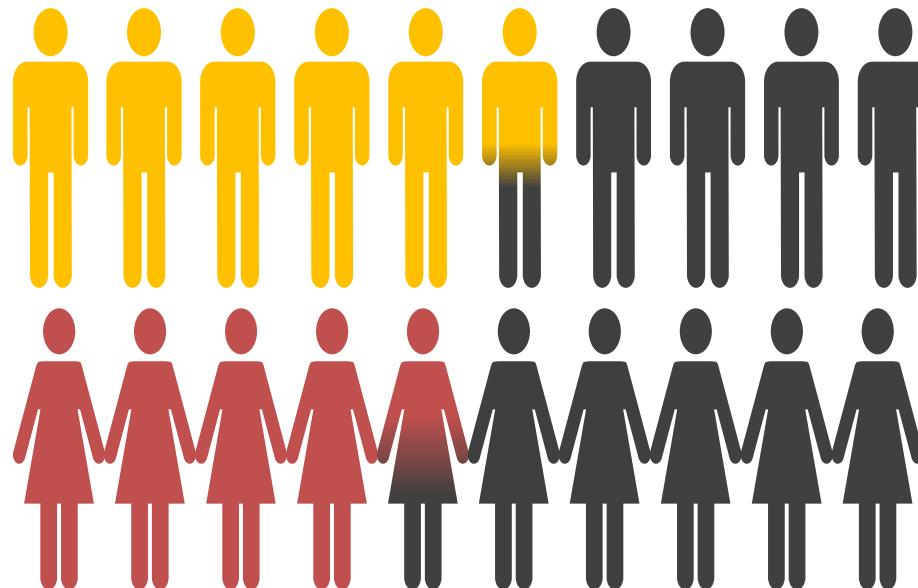




三、管理營運現況 (1/4)



→ 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%

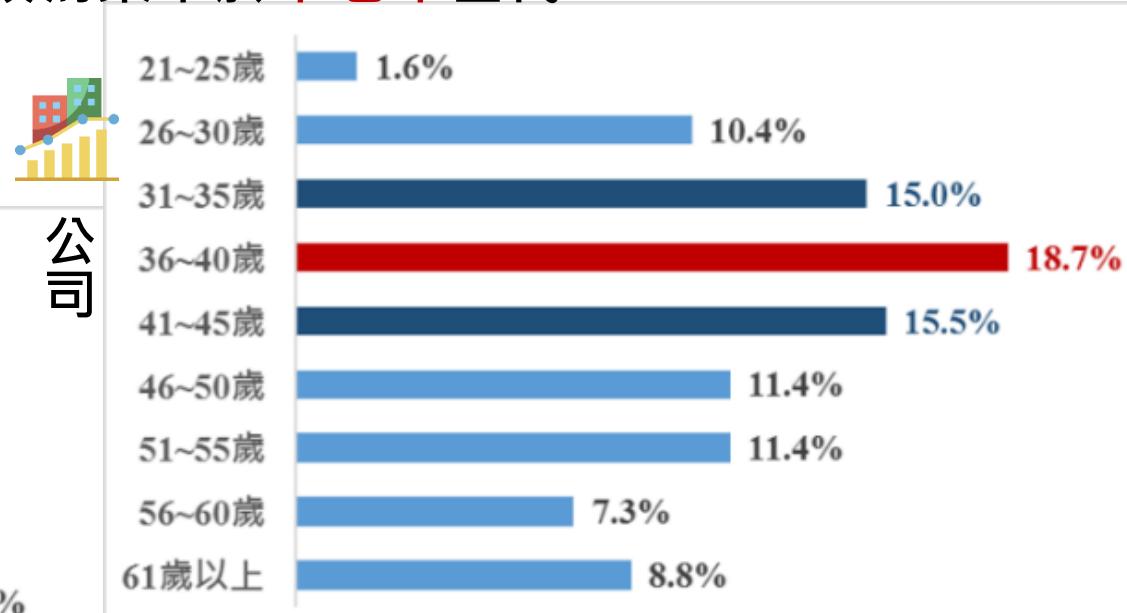
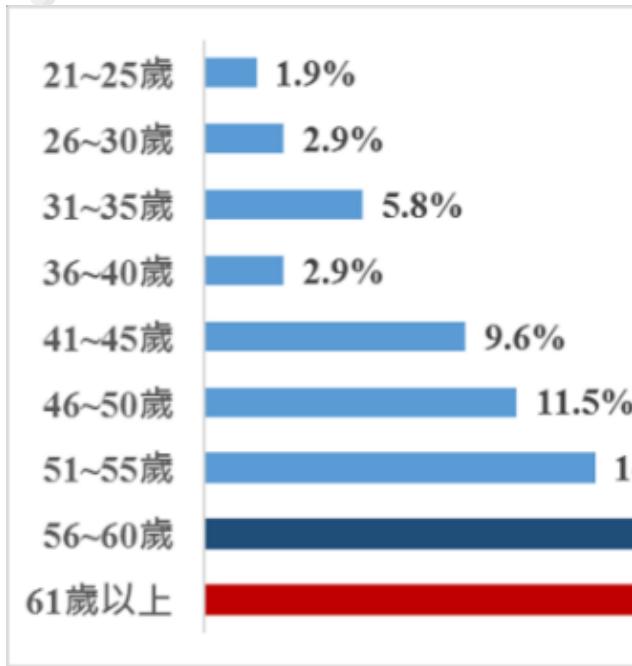
43.1%



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。





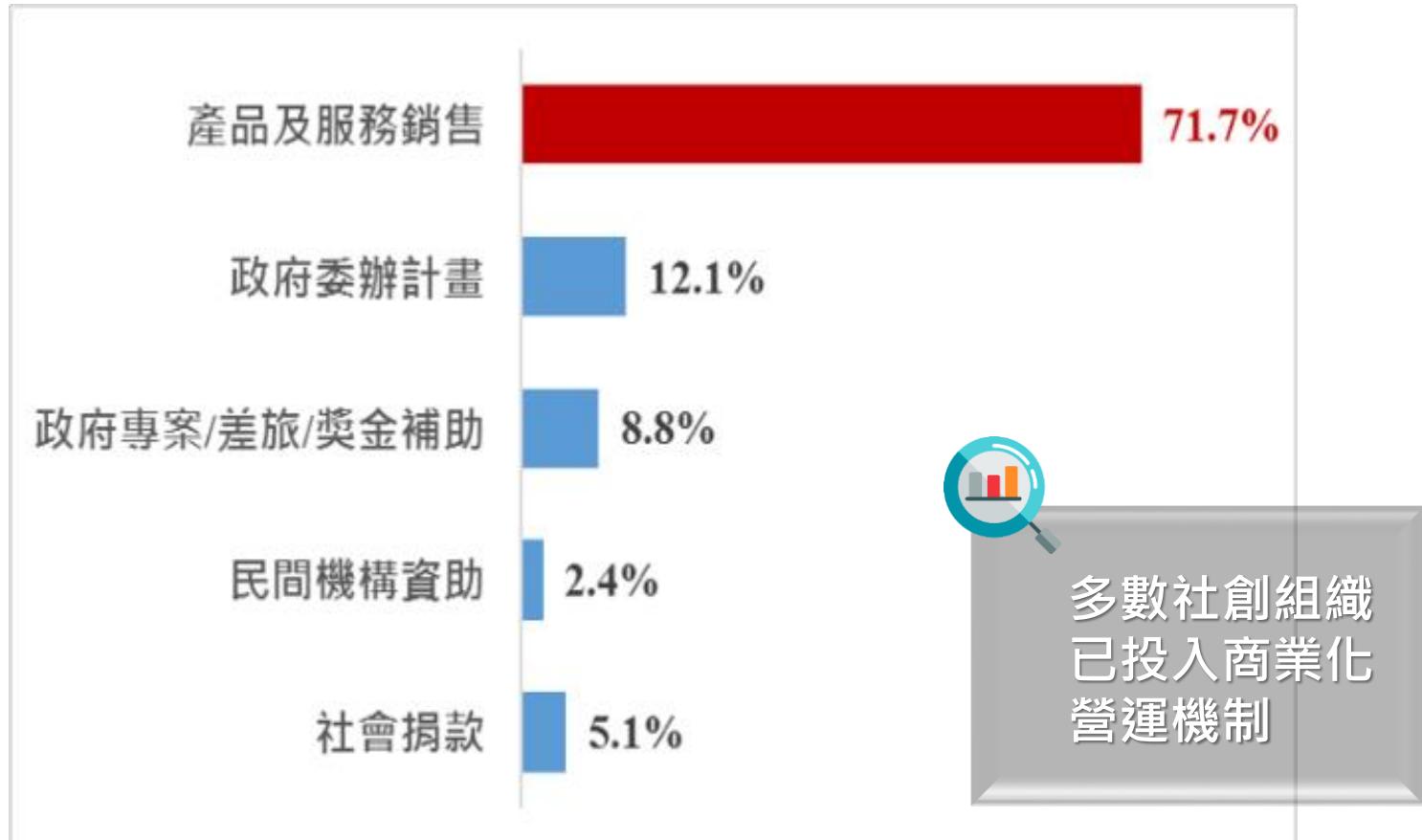
三、管理營運現況 (3/4)



社創組織主要營收來源為**產品及服務銷售**為主。



營收來源

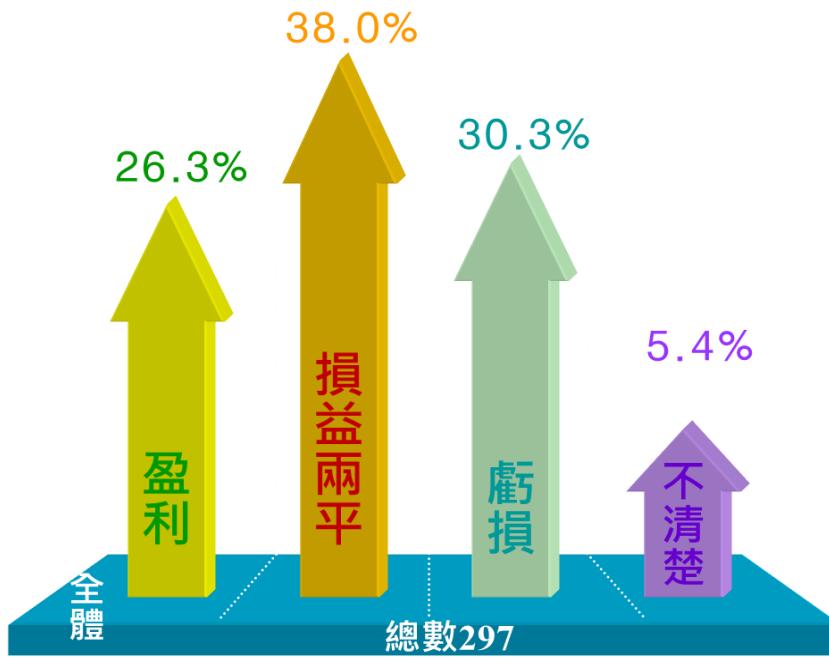




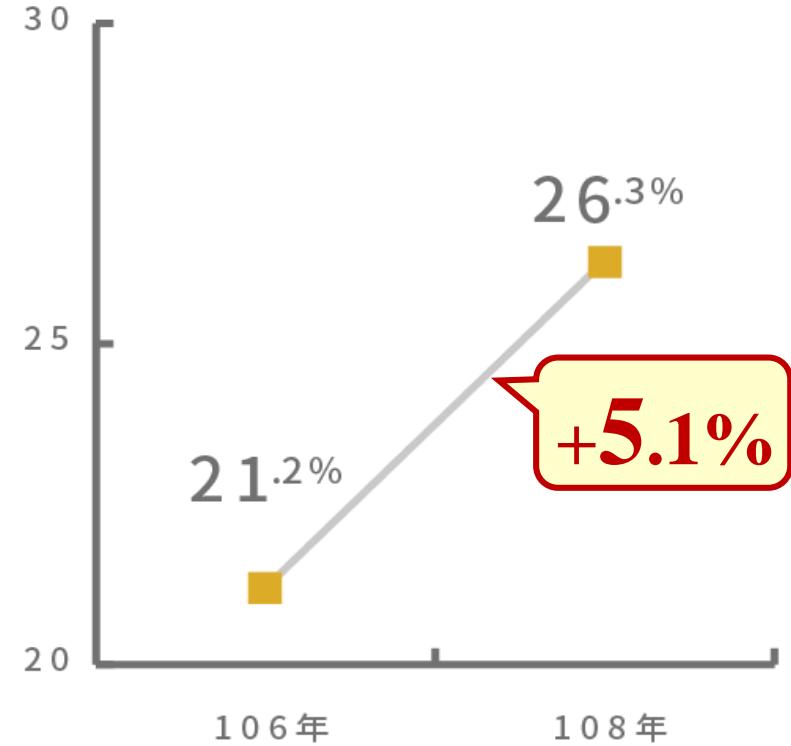
三、管理營運現況 (4/4)



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**。

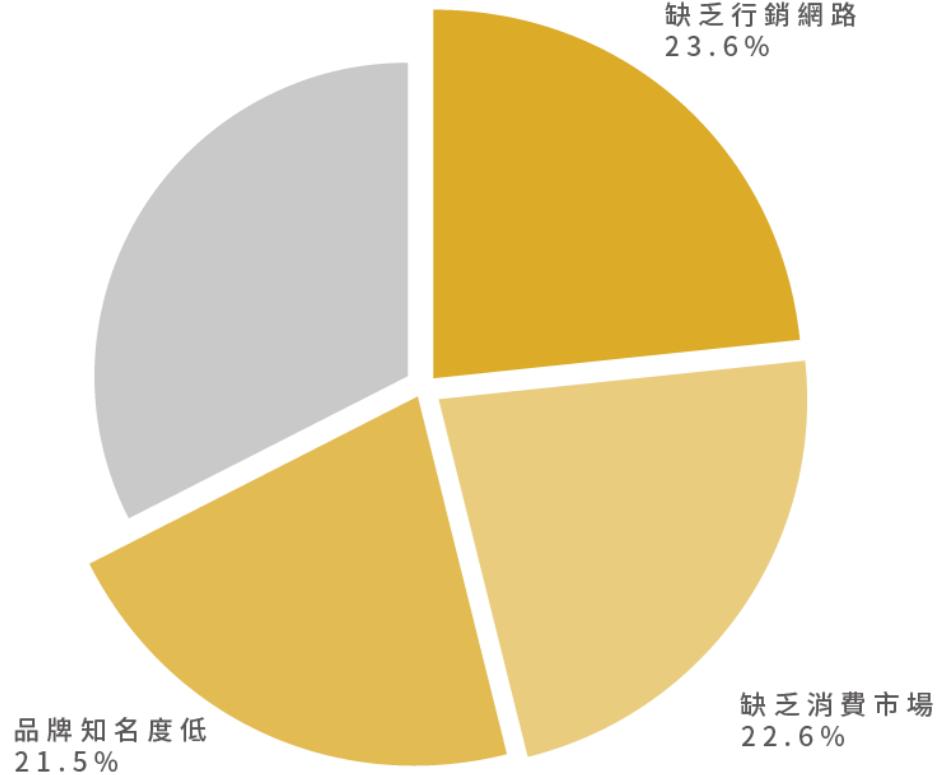




四、經營挑戰與需求 (1/2)



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」、「SDG1 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

