

天主教輔仁大學社會學系學士班學士論文

指導老師：吳宗昇教授

社會企業如何可能？

與合作運動作比較

How is Social Enterprise possible?

Compared with the Co-operative Movement

學生：林磬 撰

中華民國一〇二年十二月

天主教輔仁大學社會學系學士班學士論文

社會企業如何可能？

與合作運動作比較

How is Social Enterprise possible?

Compared with the Co-operative Movement

學生：林磬 撰

指導老師簽名：

中華民國一〇二年十二月

系所章戳：

謝辭

謝謝每位曾經向我伸出援手的朋友們，誠心感謝。

做「學士論文」，或許很難有什麼研究發現，但對每個輔仁大學社會學系的學生來說是一必經過程，就像是驗收四年的學習成果一樣，研究法、社會學理論、統計，翻閱論文的那刻，這些點滴便歷歷在目。或許社會學不是條每個人未來都要走的路，但撐下去、走過去，才使這四年得以完整。

摘要

儲蓄互助社與社會企業之間有什麼關係？皆以追求理念利益而非經濟利益為首要目的。儲蓄互助社幫助一般金融機構不願提供服務的族群，並透過在市場之外獨立出一個合作體系，作為回應市場經濟的策略，讓無法透過一己之力得以改善經濟的人，有管道能夠解決困境；社會企業以解決社會問題、關懷弱勢族群、改善環境問題為目標，透過營利的方式使自身能延續，同時將營利用於實現其目標。本研究所提的兩個研究問題：（一）社會企業與儲蓄互助社有何相似處、以及（二）相比之下，社會企業處於合作運動發展歷程中的哪階段？本研究的研究方法為運用 Harrison C. White 將市場區分為「輾磨型」、「擁擠型」、「似是而非型」、「爆炸型」的市場理論，並輔以次級資料分析，運用實證資料來驗證理論的分析結果。而本文的分析結果為，在了解合作運動與社會企業在台灣的發展脈絡後，儲蓄互助社現在應屬於「擁擠型」市場，而社會企業則屬於「輾磨型」市場，兩者未來發展的可能性，可朝向「似是而非型」市場；提升組織的「內部質量」，並和「擁擠型」市場的一般金融機構及一般企業產生差異化，便能持續發展。

關鍵字：社會企業、合作運動、儲蓄互助社、經濟社會學、市場

Abstract

What is the relationship between credit union and social enterprise? Their primary purpose is both pursuing ideal interests, not economic interests. The credit union helps the people who could not get service from general financial institutions, and it also offers a way for the people who are in predicament and could not improve their living by themselves through a cooperation system that is independent of market, as a tactic of reacting market economy.

Solving social problems, caring weak ethnicity and improving environmental problem are all the purposes of social enterprise. They keep running their business by earning profit and at the same time meeting their primary goal by making use of those profits. This thesis has two research questions. First, what are the similarities have between credit union and social enterprise? Second, what is the phase of the social enterprise in the development of co-operative movement? The research method adopted in this thesis is secondary data analysis, also using Harrison C. White's markets theory to analysis social enterprise and credit union in Taiwan. After we know the progress of credit union and social enterprise in Taiwan, we can know that social enterprise is entering "grind market," and credit union belong to "crowed market."

Key word: Social Enterprise; Co-operative Movement; Credit Union; Economic Sociology; Market

目錄

| | |
|------------------------------------|----|
| 第壹章 緒論 | 1 |
| 第一節 研究背景與問題意識..... | 1 |
| 第二節 研究問題..... | 3 |
| 第貳章 文獻回顧 | 4 |
| 第一節 合作運動..... | 4 |
| 一、合作運動的起源..... | 4 |
| 二、合作運動的歷程..... | 4 |
| 三、合作運動的現況..... | 5 |
| 第二節 社會企業..... | 7 |
| 一、如何定義社會企業..... | 7 |
| 二、社會企業的現況..... | 8 |
| 第參章 研究方法與步驟 | 10 |
| 第一節 研究方法..... | 10 |
| 一、次級資料分析..... | 10 |
| 第二節 研究步驟..... | 11 |
| 第肆章 研究結果分析 | 12 |
| 第一節 Harrison C. White 市場理論之分析..... | 12 |
| 一、輾磨型市場..... | 14 |
| 二、擁擠型市場..... | 14 |
| 三、似是而非型市場..... | 14 |
| 四、爆炸型市場與不勞而獲—失敗區..... | 14 |
| 第二節 儲蓄互助社市場類型變化..... | 15 |

| | |
|--------------------------|-----------|
| 一、儲蓄互助社—輾磨型市場 | 15 |
| 二、儲蓄互助社—擁擠型市場 | 16 |
| 三、儲蓄互助社在整體金融組織中的變化 | 18 |
| 四、小結—儲蓄互助社整體分析與可能性 | 19 |
| | |
| 第三節 社會企業市場類型變化 | 21 |
| 一、社會企業發展現況 | 21 |
| 二、社會企業市場類型與可能性 | 23 |
| | |
| 第五章 結論與檢討 | 24 |
| 第一節 結論 | 24 |
| 一、市場理論分析結果 | 24 |
| 二、社會企業的可能性 | 24 |
| 第二節 檢討與建議 | 25 |
| 一、檢討 | 25 |
| 二、建議 | 25 |
| | |
| 參考文獻 | 26 |

圖表索引

圖索引

| | |
|--|----|
| 圖一、合作社與非營利組織的交叉點 | 8 |
| 圖二、研究流程圖 | 11 |
| 圖三、W(y)模式..... | 12 |
| 圖四、市場類型圖 | 13 |
| 圖五、儲蓄互助社社數與貸款額（1964 年至 1982 年） | 15 |
| 圖六、儲蓄互助社社數與貸款額（1982 年至 1997 年） | 16 |
| 圖七、儲蓄互助社社數與貸款額（1997 年至 2012 年） | 17 |
| 圖八、儲蓄互助社組織密度（1988 年至 2012 年） | 18 |
| 圖九、社會企業論文與登記數（2001 年至 2013 年） | 21 |
| 圖十、The number of social service and charity organizations（1992-2009） | 22 |
| 圖十一、The number of profit-NPO（1991-2009） | 22 |

表索引

| | |
|------------------------|---|
| 表一、儲蓄互助社都市與鄉村數量表 | 5 |
| 表二、社會企業光譜 | 7 |

第壹章 緒論

第一節 研究背景與問題意識

一般所認知的經濟行為，便是公司以追求獲利、成本最低為首要的目標，企業就是要為股東謀取最大利潤。而社會上，卻有著像 **Grameen Bank** 的銀行，專門發放微型貸款來幫助弱勢者；或是，有憨兒基金會以憨兒作為員工，開設麵包坊，幫助憨兒解決自身的困境；甚至是像日光小林，一個災後重建的社區、靠著自身的力量重建，並且以幫助社區居民生計為目標之一的成功例子。

許多的個案都說明著，一間企業，不以追求經濟利益為首要目標，同時創造經濟利益、追求社會目的、改善環境問題、服務弱勢族群、解決社會問題，是能夠生存、甚至活得比一般企業還又更好。這正是社會企業，一個新形態的企業。這些目標的取向都不是為了賺大錢，而是同時抱著社會使命在運作，可以創造營收又同時可以改善社會；可以壯大成長，也能夠具規模。

究竟為什麼不以追求經濟利益為主的企業得以存活？甚至是能夠發展數十年之久？而社會學會如何解釋這樣的現象？

Granovetter (1985, 2007) 對於經濟行動與社會結構提出討論，行動者的經濟行為是鑲嵌於社會關係之中的，而經濟行為並非全然獨立在社會網絡之外，而是會在社會關係中產生信任與制度。也就是說，信任與制度這種在經濟學中不會被拿出做討論的因素，卻是確實存在於現實中經濟行為的運作中。那麼，行動者有沒有可能正是透過鑲嵌於社會關係中，持續在現實的市場中不斷發展？

Polanyi (1957, 1999) 便提出，當經濟領域過度膨脹時，有可能會摧毀整個社會，同時社會的各階層會各自以某種鑲嵌於社會關係的經濟行動，來回應這些問題，便是作為一種「社會的自我保護機制」的形式。潘美玲與張維安 (2003) 在經濟社會學的研究中，延續 **Polanyi** 所提出的社會的自我保護機制，並加以說明機制的三種不同類型：互惠與雙贏、衝突與矛盾、隔離與迴避；在現實社會中，合作社、家族企業、儲蓄互助社，這三者正好分別代表採取上述三類型，作為其回應經濟領域的策略的例子。

在提倡社會企業的同時，會說其概念創新、甚至是必然的發展趨勢，但是不以追求經濟利益為主要目標的社會企業，難道在發展過程中都不會遇到困難？或是面對必須在市場上消失的困境？社會企業要同時獲利與追求社會利益，又更需要永續經營，那社會企業該如何選擇它的策略來回應市場競爭？

或許，社會的自我保護機制正好能夠解釋社會企業的出現。當一般企業不斷的在追求利益的同時，勢必造成許多外在的社會問題、環境汙染，以及組織內部的剝削、壓榨勞工，甚至是在營運的過程忽視、犧牲弱勢族群的權益。因此，社會企業便能夠作為改善社會的一條途徑。

但社會企業的未來尚未發生，有沒有其他組織回應市場的策略能夠作為社會企業參照的對象？

筆者認為，台灣的合作運動發展中的儲蓄互助社，應當能夠做為社會企業發展的借鏡。儲蓄互助社（以下簡稱儲互社）所採取的策略為隔離與迴避，在面對競爭激烈的金融市場時，儲互社在人與人之間的信任、互助上建立一套模式，透

過社員的小額貸款累積資本，當社員有需求時，能夠提供借款，這樣的策略和一般金融機構相當不一樣，卻同樣也能成功地發展茁壯。儲互社本身就像是間企業，幫助偏鄉居民、原住民等弱勢族群，提供金融管道讓他們得以改善生活，其販售的商品便是放貸，而利率就如同價格，相較一般金融機構更是相當低，儲互社照顧的是銀行、信用合作社、農漁會……等金融機構無法深入的地區、服務它們不願服務的對象。社會企業的性質就如同儲互社一樣，幫助、關懷弱勢，同樣不以營利回考量

因此，社會企業會如何發展，便作為本研究主要的問題意識。儲互社的市場發展歷程，將作為社會企業可能的市場發展變化的參照對象，同時也欲解釋社會企業的發展是曇花一現、還是能夠像儲互社一樣，持續成長茁壯。

第二節 研究問題

本研究將以經濟社會學的角度分析，合作運動中儲蓄互助社出現至今的近五十年是如何發展的？而在發展過程中，又有何轉變？接著將社會企業在台發展的這十多年歷程，與儲蓄互助社相比較。

筆者將兩者分別視為一個市場。在市場中有競爭者、有收益與虧損，市場亦有可能無法與其他廠商競爭而消失。那麼，儲蓄互助社的市場是如何生存下來、又能夠延續至今，而不被一般金融機構所沖垮；而社會企業的市場有沒有可能以儲蓄互助社市場的發展過程為借鏡，亦或是提供一條發展途徑，供現有的社會企業做為參照的對象？

本研究將說明兩者間的相似之處，再以經濟社會學中市場理論的架構來解釋儲蓄互助社與社會企業兩者的市場發展，再加以相比較。本研究提出以下的研究問題，並試著找到解答：

1. 社會企業屬於儲蓄互助社發展過程中的哪個階段？
2. 上述兩個市場有何種發展可能性？

第貳章 文獻回顧

第一節 合作運動

在台灣發展的合作事業包含：消費、農業、工業、保險、以及儲蓄互助社，在這當中就屬農業合作社與儲蓄互助社，兩者的規模最為龐大，人數上雖然都是差不多的，農業合作社截至 2010 年的社員人數約有 21 萬人（陳佳容，2010），儲蓄互助社截至 2012 年的社員人數有 21 萬人，但兩者相較之下，儲蓄互助社的資產總額高達 232 億元、放款結餘有 92 億。¹儲互社所涉及的金額相當龐大，也能夠在金融市場中以特有的策略生存而發展穩定，而其特色和社會企業有十分相似，因此本研究將針對合作運動中的儲蓄互助社進行分析，並用之與社會企業相比較。

一、合作運動的起源

從 1844 年創立的羅虛戴爾公平先驅社（Rochdale Society of Equitable Pioneers），到 1976 年尤努斯（Muhammad Yunus）所創立的 Grameen Bank，以「微型金融」方式成功的例子開始被人所看見，都一再說明有別於競爭、獲利為最終目的，以合作、互助、追求社會利益為主要目標的合作經濟模式是能夠成功的，這樣的組織在現今社會中佔有重要的一席，由下而上的合作金融模式得以幫助改善偏遠地區民眾、原住民族群，並且蓬勃發展。

儲蓄互助社以「非為營利，非為救濟，乃是互助」為主要宗旨，其六項特色為：（一）社員繳納股金、（二）社員民主參與、（三）選任幹部無支薪、（四）推港合作教育、（五）參與互助基金、（六）重視人格與信用資本。²由宗旨與特色可以看出儲蓄互助社注重的是社員在進入儲互社前，除了需要繳交股金，同時也要有社員的推薦，作為新進人員信用擔保，通過審核後才得以加入。正因為儲互社同時建立在經濟、與以人為信所形成的社會關係上，儲互社能提供社員貸放小額借款並得以改善經濟，相較於銀行、農會等金融機構對貸放對象所設下的經濟門檻，儲蓄互助社對貸放對象則是評估在社會網絡中的信用上。

二、合作運動的歷程

在台灣儲互社的合作運動，主要可區分為三個時期：（一）1964 年至 1981 年：草創開拓時期、（二）1982 年至 1996 年：穩定發展時期、（三）1997 年至今：立法挑戰時期。針對儲互社所作的調查研究已有近 50 年的歷史，並且也有發行期刊、舉辦各式不同規模的研討會，且已進入立法挑戰階段，期望能將社會企業在台的發展階段與合作運動相比，藉此了解社會企業目前、與未來的可能性。

中華民國儲蓄互助協會理事長瓦歷斯·貝林（2013）概略說明儲互社在台灣的發展背景，由 1964 年天主教于斌樞機主教引入國內，隨後成立中國互助運動協會，開始在台灣推行儲互社。到 1968 年財政部暫准試辦後成立禿行委員會專責辦理。到了 1982 年，中華民國儲蓄互助協會正式登記為公益社團法人。1987 年，明令公布《儲蓄互助社法》。在立法後，儲蓄互助社成為合法組織，並且在台灣已發展逾五十年。正因為有別於如銀行的一般金融機構對於放款對象有所限制，處較弱勢社會階層的人無法借貸融資，且因部分地區人少、業務量不夠，無

¹ 資料來源：中華民國儲蓄互助協會 <http://www.culroc.org.tw/index.php>

² 資料來源：中華民國儲蓄互助協會 http://www.culroc.org.tw/movement/movement_icu.html

法深入台灣偏鄉，所以儲蓄互助社對其社員來說，有相當大助益。透過資料分析，我國的儲蓄互助社大多屬於社區型的基層金融組織，且相較於郵局、農會，儲互社的發展在原住民地區更為普遍，為主要的自主金融組織。

三、合作運動的現況

藉由瓦歷斯·貝林（2013）對儲互社每十年的成長變化情形所做的分析，可以得知從開辦以來一直到了 2002 年，無論是社數、社員人數、股金結餘、放款結餘皆為正向成長，但到了 2012 年，除社員人數與股金結餘外，社數和放款結餘是減少的，能約略感受到儲蓄互助社從開創以來，曾歷經快速成長、到現在趨於穩定。

觀察台灣儲蓄互助社的發展現況(參考表一)可以知道，儲互社無論是社數、人數、股金，偏鄉地區都高於都市地區，說明其特別對偏遠地區的民眾或是原住民扮演相當重要的角色，提供金融服務、存款、放貸、以及改善其生活水準等諸多功能，許多的文獻都說明儲互社的重要性及其功能對社會造成的深遠影響。

表一、儲蓄互助社都市與鄉村數量表³

| | 社數 | 社員人數 | 股金 |
|----|-----|---------|----------------|
| 都市 | 127 | 77,118 | 8,078,186,776 |
| 鄉村 | 213 | 139,929 | 11,904,108,295 |
| 合計 | 340 | 211,047 | 19,982,295,071 |

合作組織內部也面臨發展困境，儲互社社員數量相當多，無法落實民主原則，以及儲互社的組織形式為民主選舉制度來推派理監事，可能造成部分社員不參與和資本增加有限；儲互社目標單一，在面對多元化的社會時無法彈性調整以滿足社員更多需求（梁玲菁，2000）。社會大眾對於合作經濟的認知少，在合作事業教育方面，無論是對社員的再教育或是向社會更多民眾推廣理念，目前都較缺乏（陳方隅，2012）。台灣合作事業的發展也未跟上國際趨勢，落後許多國家，若政府再不加緊腳步，那合作經濟的發展將繼續停滯不前（梁玲菁，2013）。

而觀察台灣歷年政府在面對儲蓄互助社議題的態度，可以發現從 1968 年暫緩試辦到 1997 年立法的期間耗時相當久，以及政府部門負責相關業務的行政單位，內政部社會司合作事業輔導科與合作行政管理科，所屬的行政人員僅 11 人，人力不足不利於合作事業的整合與推展，且對比國際間重視合作經濟的態度、實際推動合作運動，我國的中央及地方政府未將推行合作事業作為具體推行之政策（陳佳容，2010）。⁴

因此，除了儲互社組織內部的管理與提供的服務等問題外，也有學者建議政府，要能夠提升負責合作事業的行政主管機關之層級，目前的層級較低、預算有

³ 資料來源：中華民國儲蓄互助協會 <http://www.culroc.org.tw/index.php>

⁴ 原文為 9 人，而筆者於 2013 年重查為 11 人。 <http://coop.moi.gov.tw/moi-contact/index.html>

限、人員編制少（梁玲菁，2007），在行政上才有利於推動合作運動以及使管理制度完整，合作事業在政府領導之下，結合民間、學界之力量，一同推動合作事業（張堅華，2010）。

通過對於儲互社的成長過程的了解可以得知，儲互社的發展並非一路都是穩定成長的，其中經歷過快速成長和穩定，現今的資產、累積股金龐大，但貸放的金額相較下卻小，要如何提高內部營運、經營的效率和方向以回應現在多變的市場（于躍門，2011），以及在面對銀行利率持續偏低的競爭下，同樣也是一道難題（陳佳容，2010），無論是組織內還是外，現今都面臨了發展難題。但無論如何，儲互社得以生存並成長，其發展歷程都創造了它獨特的價值，能提供給社會企業做為一參照對象。

第二節 社會企業

一、如何定義社會企業

社會企業首先是由經濟合作暨發展組織（Organisation for Economic Co-operation and Development, OECD）所提出的概念，拋出許多定義來界定何謂社會企業，接著 EC 再進一步對社會企業提出討論，而這當中的問題都圍繞在：究竟何謂社會企業（Borzaga and Defourny, 2001：21；鄭勝分，2007）？

在歐洲，有「EMES 歐洲研究網絡」（EMES European Research Network）集結歐盟許多國家的學術研究中心，組成網絡型的機構對社會企業進行研究分析。同時，歐洲各國也陸續通過新法令，藉此推動社會企業的發展，以及各類型的基金會對組織、企業、人員，進行教育訓練和提供計劃支持（官有垣等，2012）。

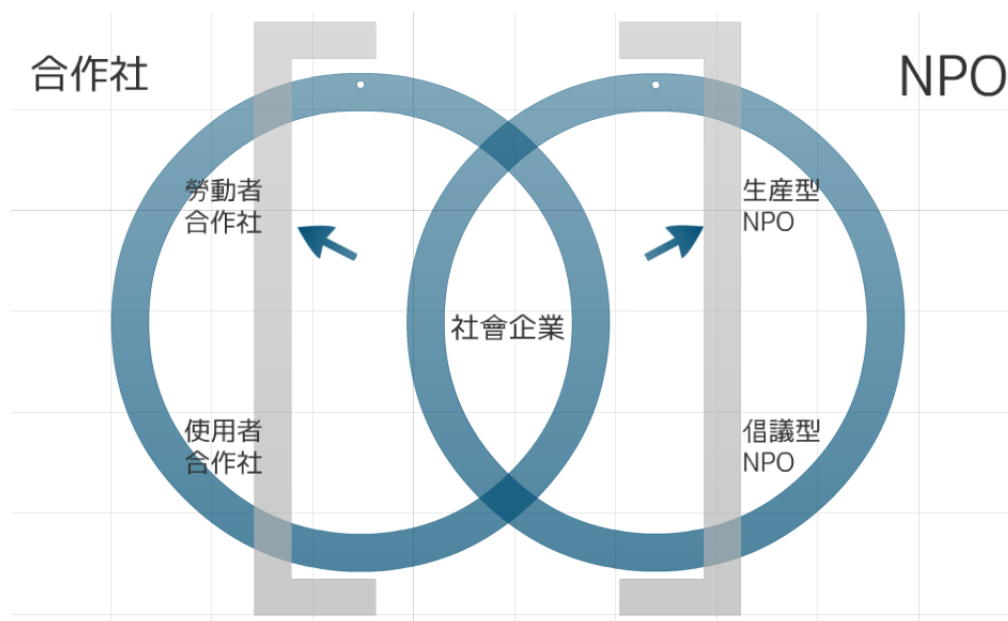
在社會企業的概念剛出現時，有學者 Dees（1999）對社會企業的界定提出分析，社會企業應是介於追求純慈善以及純商業，這兩種利益之間，並依照兩者所佔的比重不同，本身的動機、方法和目標也隨之不同，而社會企業便會像光譜般分成使命導向、混合導向、市場導向三類型（參考表二）。

表二、社會企業光譜

| 動機、方法、目標 | | 追求慈善 使命導向 社會價值 | 混合動機 使命與市場導向 社會與經濟價值 | 追求利益 市場導向 經濟價值 |
|----------|-----|----------------------|----------------------------|----------------------|
| 主要利害關係人 | 受益人 | 無報酬 | 補助， 或混合全額支付者和無報酬 | 市場行情價格 |
| | 資本 | 捐款予補助 | 低於市場資本， 或混合捐款與市場行情資本 | 市場行情資本 |
| | 人力 | 志工 | 低於市場薪資， 或混合志工與全薪員工 | 市場行情報酬 |
| | 供應商 | 非現金捐款 | 特別折扣， 或是混合非現金與全價捐款 | 市場行情價格 |

資料來源：Dees，1999：147；轉引自：鄭勝分，2007：80

也有學者 Defourny (2001) 提出社會企業是合作社 (co-operatives) 和非營利組織 (non-profit organization, NPO) 交叉點的概念 (參考圖一)，而社會企業又特別偏向勞動者合作社與生產型非營利組織兩者的混合。



圖一、合作社與非營利組織的交叉點

資料來源：Defourny, 2001: 22; 轉引自：鄭勝分, 2007: 73

鄭勝分 (2008) 的研究中，接續討論社會企業同時也是市場、公共政策與公民社會的交叉點。並且，指出社會企業應為獨立於政府、市場、公民社會外之獨立部門，以及試圖調和市場與非市場資源，鑲嵌於政策系落中。因此，社會企業的主要目的也是由三個目標所構成：社會目標、經濟目標、社會政策目標 (公民目標)。

二、社會企業的現況

社會企業發展至今，雖然有著各種不同定義，這當中也有許多著名的例子，說明社會企業並非只是空談，而是真實能夠在市場中生存。

鄭勝分 (2007) 將社會企業歸納出二個發展途徑，一個是非營利組織邁向企業，如：喜憨兒基金會、陽光基金會洗車中心，皆以庇護工場的形式，幫助弱勢者；另一是企業邁向非營利組織，如：比爾蓋茲夫婦基金會、巴菲特基金會、鄉村銀行 (Grameen Bank)、彭婉如基金會。

也有對社會企業所追求的利益進行分析。蔡志強 (2010) 將利益區分為理念利益與經濟利益兩種，社會企業為滿足其所追求的理念利益，因此需先以商業手段獲利為基礎，爾後才得以實現理念意義。並且再進一步討論社會企業所追求的理念主要為：弱勢貧窮、環境保護、營利資訊落差三種。

但無論如何，社會企業在發展過程中並非能夠一路順遂，勢必會碰上困難。呂朝賢 (2008) 便提出，社會企業在組織內部必然會遭遇到，如追求營利和追求社會目的兩者比重如何衡量的問題，以及在市場競爭的環境中，社會企業自身同樣需要承擔失敗的風險，而經營管理者能否承受，和這過程中弱勢者的福祉是否

會被犧牲，這些都是社會企業可能遭遇到的內憂和外患。接著再對台灣社會企業的發展所面臨的挑戰進行整理：目前的發展環境不良、如何維持企業自身特色、如何維持企業競爭優勢、組織決策問題、在行為與文化上的挑戰、以及目的與工具錯置的焦慮。

綜觀目前針對社會企業的文獻中，雖然社會企業確切的定義仍未明確，但它概念的發展已有許多界定方式，這當中也有許多聲音指出，社會企業的發展極有可能形成一股趨勢、規模將能夠和一般企業競爭、甚至取得優勢。但是，其中仍隱含著許多挑戰，社會企業的目的即使帶有創造社會價值與改善社會的目的，但目前的發展趨勢仍無法下定論。

目前以台灣社會企業為名登記的公司共有 29 家，其中有 3 家公司營運狀況為解散（愛爾達、魚飲、廣廈）。其他未登記為社會企業的公司也有發生停止經營之情形，如若水（投資社會企業），主要營運內容為投資社會企業、與愛爾播（改善貧窮）：主要目的為幫助弱勢就業。也有聽聞社會企業內成員分道揚鑣的情形，如光仁（二手商品販售）與綠天使（二手商品販售）：幫助心智障礙者就業與販售二手商品、吉甲地（網路市集平台）：販售台灣設計、製造的商品之網路平台。⁵

社會企業有成功，當然不乏也有面臨倒閉的案例，但究竟社會企業在未來將如何發展？擁有那些可能性？這些問題的答案也是本研究亟欲得知的。藉由對儲蓄互助社的市場分析，社會企業自身的市場又將如何發展？又像是儲互社發展歷程的何種階段？接下來有可能遭遇那些困難、又該如何迴避？期望在透過對兩者的市場進行分析後，能夠找出解答。

⁵ 資料來源：經濟部商業司—公司及分公司基本資料查詢，鍵入「社會企業」後搜尋之結果。
<http://gcis.nat.gov.tw/pub/comp/compInfoListAction.do>

第參章 研究方法與步驟

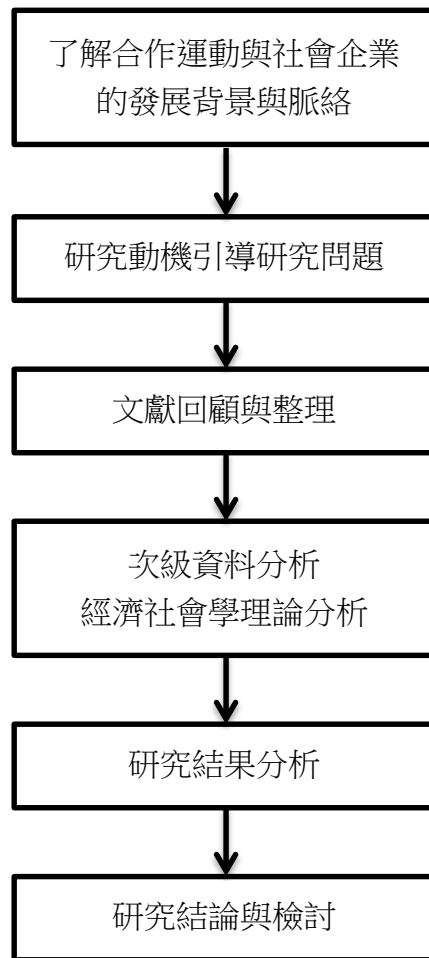
第一節 研究方法

一、次級資料分析

向可信賴的機關單位蒐集大量的量化資料，藉此來回答新的研究問題，是一般研究中常用的研究方法 (Neuman, 2008)。而本研究雖屬於質性研究，但為說明市場理論的假設能夠解釋儲蓄互助社、以及社會企業的市場變化，故將輔以量化資料來增加本研究的可信度。

因此，本研究將蒐集歷年來既有儲蓄互助社的各式數據，從數目、資產金額、貸款金額、股金，藉此了解其歷年變化情形；以及一般商業銀行的數量、資產金額、個人消費性貸款金額。接著將試著用次級資料輔以說明兩者的市場變化情形，並嘗試回答本研究的問題。

第二節 研究步驟



圖二、研究流程圖

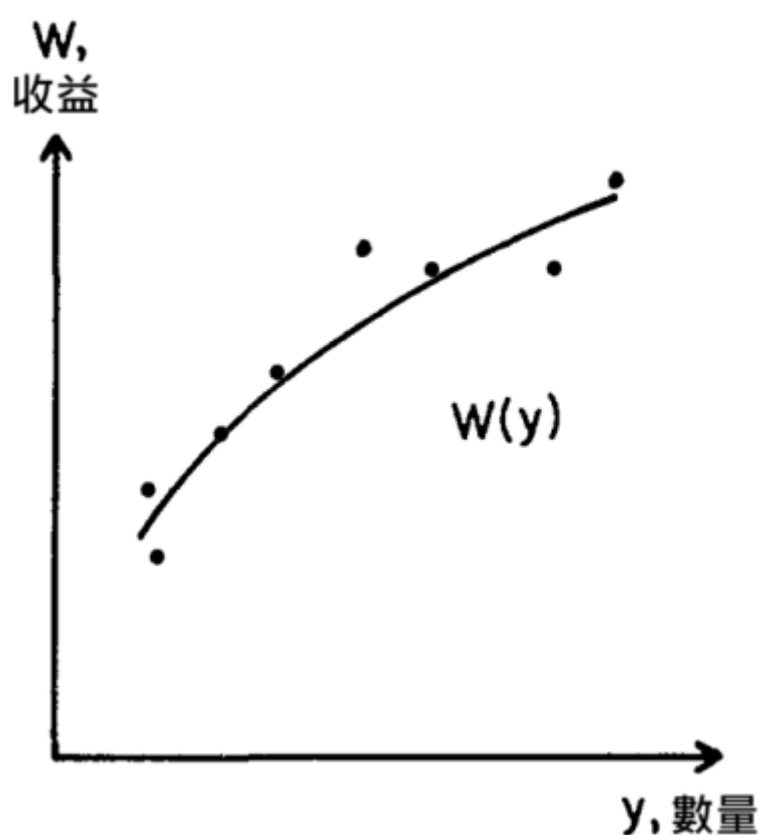
第肆章 研究結果分析

第一節 Harrison C. White 市場理論之分析

市場是各個相互監視的生產者組成的切實的小集團。來自購買方的壓力為生產者創造了一面鏡子，使其可以從中清醒地認識自己，而非消費者。

—White, 1981: 543

White 所建構的模型 $W(y)$ 模式中，假定 X 軸為廠商生產的數量 (y)，Y 軸為廠商的收益 (W)，廠商的收益函數 $W(y)$ 為一邊際收益遞減之增函數，因此，可以了解隨著數量的提高總收益也會隨之提升。而 White 假設現實世界中，市場中的各個廠商散落在 $W(y)$ 模式中（參考圖三），並形成市場中總廠商的 $W(y)$ 曲線。



圖三、 $W(y)$ 模式

轉譯自：White, 1981b: figure 1

在 White 建構的模型中對廠商 (firm) 的假設和經濟學相同，皆假定廠商以追求利潤極大化作為廠商行動之動力，並且假定每間廠商所生產的產品都有差異，而廠商決定要生產多少數量，則是透過關注其他生產者而決定的。對廠商來說，消費者如何看待其產品、如何決定購買都無從得知，因此消費者對生產者來說是面鏡子與壓力，透過面對消費者時的壓力廠商將決定自身的生產行為。而對消費者來說，假定消費者會評價商品的「質量 (quality)」，並且依照各個產品對消費者的滿意程度不同，來決定對廠商生產的全部產品之評價。

生產者的成本函數定義為：

$$C(y, n) = qy^c/n^d, \text{ with } a \text{ and } c \text{ positive.}$$

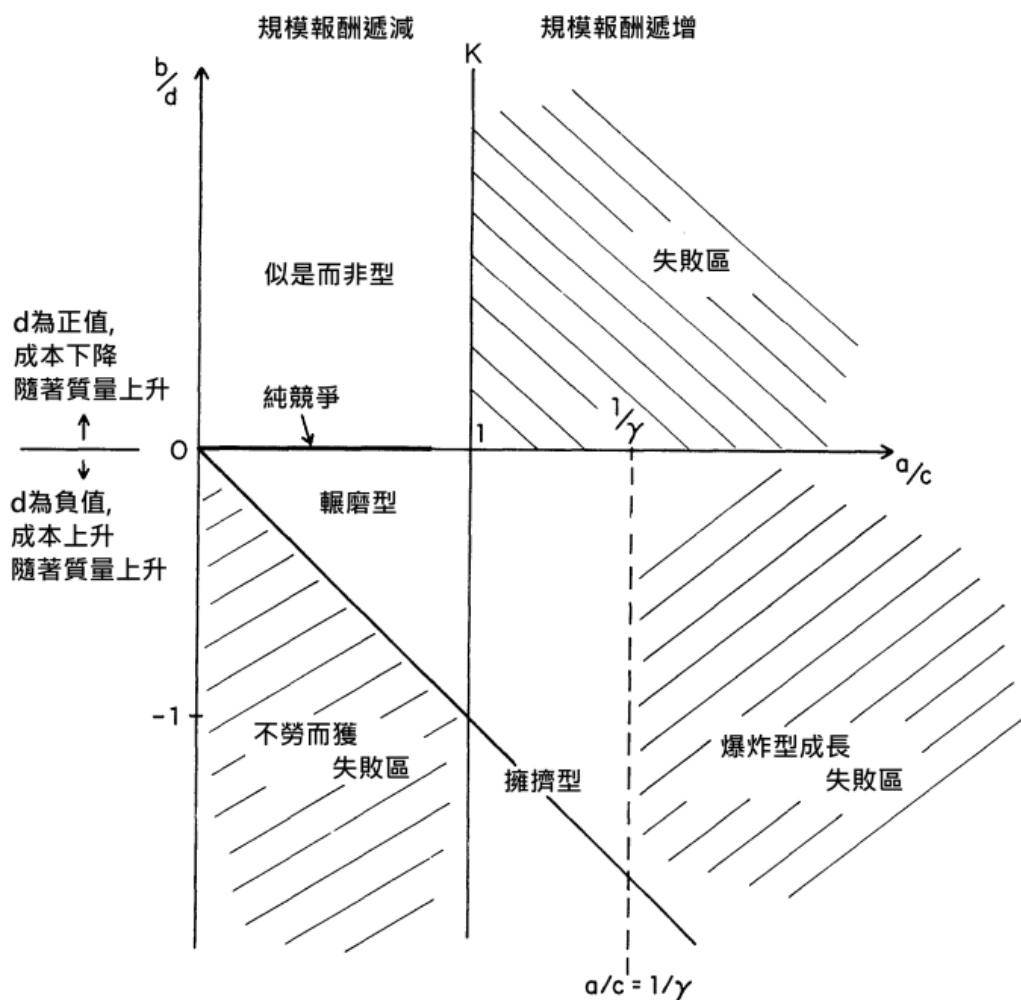
消費者對於商品的滿意程度為：

$$S(y, n) = ry^a n^b, \text{ with } r, a, \text{ and } b \text{ positive.}$$

接著透過數學運算的推導後，得知市場會依生產者與消費者的數學式中，四個市場彈性係數（a, b, c, d）來界定出不同的市場：

$$a/c \text{ (abscissa), and } b/d \text{ (ordinate)}$$

依四個市場彈性係數 $1/\gamma$ 與常數K的正負數值的不同，決定出四個市場（參考圖四），其中的斜線部分為不可存活區，以及（一）「輾磨型」（grind）、（二）「擁擠型」（crowded）、（三）「似是而非型」（paradox）、（四）「爆炸型」（explosive），四種市場。



圖四、市場類型圖

轉譯自：White, 1981b: figure 3

即便 White 建構的市場模型導入經濟學的分析工具至社會學的分析思維中，使其能更貼近現實社會，並且曾當時的工業產業定位在他的市場模型中，但是卻存有一個無法解釋的問題，即：模型中的市場彈性係數該如何決定？要透過何種實證資料來加以佐證現實市場中，不同產業的市場彈性係數確切數值為多少？

因此，王曉路（2007）對 White 所建構的市場模型中非結構因素，提出進一步的討論：「質量」（n）是市場模型中最重要的基本概念，卻也是最具有非結構性的概念。法國的學者 Olivier Favereau（2002）等人，也為 White 的市場模型中的非結構性因素，「質量」（n），提出一特殊的定義並決定市場應屬於何種類型釋（Favereau 等，2002；王曉路，2007）。由質量所界定的四個市場特徵：

一、輻磨型市場（市場彈性係數為： $d < 0, a/c < 1, a/c > (-b/d), K \geq 0$ ）

輻磨型市場中的產品質量決定在「商業質量」（merchant quality）上，產品的質量高低與否取決於「消費者集體的喜好」而定，當其他消費者都喜歡某商品後，則在群體中該商品便會熱賣。在輻磨型市場，因為此市場的變數數值，導致當質量增加時廠商的收益會減少（ $d < 0$ ，質量上升而成本上升），且有其他廠商加入後廠商的市場的總收益也會減少。

二、擁擠型市場（市場彈性係數為： $d < 0, 1 < a/c, a/c < 1/r, K = 0$ ）

擁擠型市場的產品質量決定於「工業質量」（industrial quality），在此市場中質量決定於市場外的組織所決定，可能是訂定技術標準機構、協會、政府組織、評估部門，可以發現質量被「技術」以及「政治」兩者因素所決定。因為此市場的變數數值，使得廠商會隨著生產數量增加而降低其成本，有規模經濟後廠商收益會增加，而新廠商的增加會使得市場的總收益減少（ $d < 0$ ，雖質量上升而成本上升，但有規模經濟後，產量增加可降低成本）。

三、似是而非型市場（市場彈性係數為： $d > 0, a/c < 1, K \leq 0$ ）

似是而非型市場中，會因為產量增加使得廠商的收益減少；隨產品質量提升，會使得生產成本降低。因此，廠商會選擇提升產品的「內部質量」（domestic quality），而內部質量是由其生產過程整體水準來決定的，當質量提升後成本會降低（ $d > 0$ ，質量上升而成本下降），廠商在擁有名聲、技術後便會形成品牌的優勢，與其他廠商形成差異化，使得廠商能夠在市場中繼續發展。

四、爆炸型市場與不勞而獲一失敗區

爆炸型失敗區與不勞而獲失敗區，兩者會因為 $W(y)$ 模式無法穩定存在，前者因為市場不易飽和使得新的廠商不斷進入市場中，而 W 會無限膨脹，因而市場無法趨於穩定，所以廠商落在市場的失敗區時，將無法生存。

第二節 儲蓄互助社市場類型變化

由經濟學的角度看廠商的行為便是追求「利益（profit）極大化」（Maxπ），為廠商行為的主要動力、進而推導各種模型。儲蓄互助社在經濟模型中的價格（P）即為「利率」，並以此相互競爭。但由儲互社的特性可以得知，儲互社並非像經濟學中所定義的廠商（firm）一樣，以追求利益極大化為目標，而是將服務社員、以小額貸款改善生活……等目標，視為儲互社追求的「利益」之一。

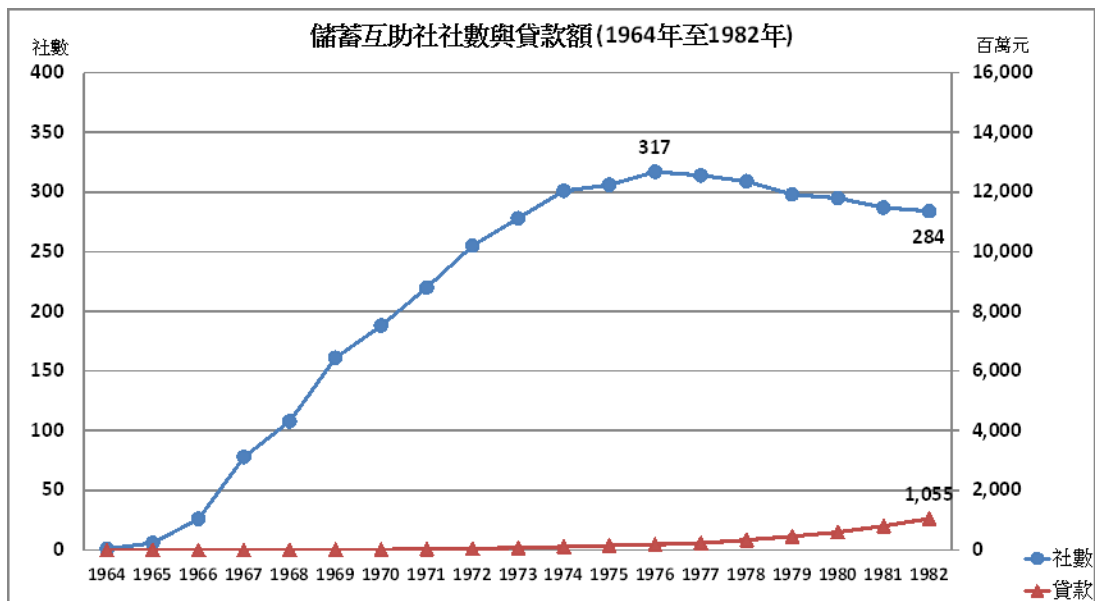
成立儲互社的原因正是以互助為本、小額儲蓄累積股金，當社員有需要借貸時便得以向儲互社貸款。因此，儲互社本身的價格（利率）就會比一般商業銀行、錢莊來得低，所以社員更加願意向儲互社購買低價格（利率）的商品（貸款）。

將儲互社和一般商業銀行區隔開後，再以第一節對 White 所提出的市場理論架構對儲互社進行分析。本節將界定儲互社在不同時期應屬於何種市場、以及它所屬的市場類型在哪些時間點上轉換，並且提出實證數據資料輔以說明。

一、儲蓄互助社—輻磨型市場（1964 年至 1996 年）

在「輻磨型」市場中，非結構性因素的質量所看重的是「商業質量」，按照市場模型的定義，社員認為儲互社像是一股流行趨勢，且更會傾向向儲互社購買商品（借貸），本應隨著社員對儲互社越趨熱絡、儲互社的價格（利率）也將隨之升高，進而使儲互社的總收益開始減少。

但正因為儲互社本身所追求的並非利潤極大化，因此不會隨著商業質量的提高，同時提高借貸的利率，所以可以看出，儲互社市場在剛出現時，處於輻磨型市場，無論社數的增減，都可以看到放貸的金額始終是正向成長（參考圖五）。⁶



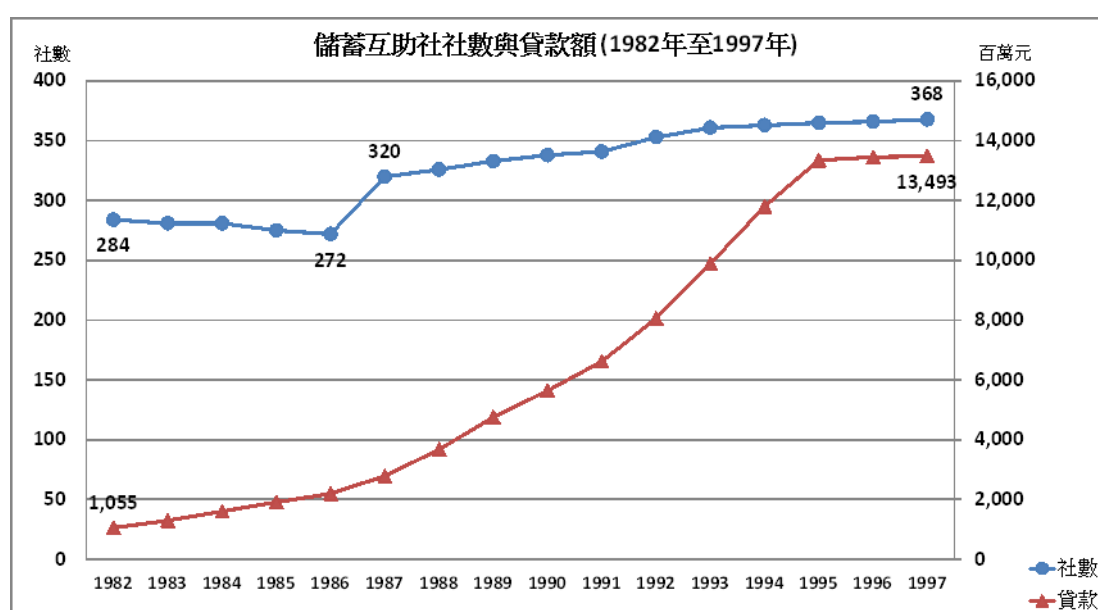
圖五、儲蓄互助社社數與貸款額（1964 年至 1982 年）

⁶ 資料來源：筆者整理自：黃博怡，1985，〈台灣地區儲蓄互助社的發展與管理〉、中華民國儲蓄互助協會年度報 http://www.culroc.org.tw/mediacenter/an_report.html

到了 1982 年時「中華民國儲蓄互助協會」正式登記成為社團法人，⁷儲互社開始轉變為「擁擠型」市場。

擁擠型市場的市場特徵為受「技術」以及「政治」二因素所決定，因此可以理解為有正式的組織來對現有的儲互社進行審核、評估、輔導、教育……等，以及幫助其他地區成立新的儲互社。但是由於到目前為止儲互社仍屬於「暫准試辦」的階段，尚未通過「儲蓄互助社法」就市場模型來看待，仍未完全進入擁擠型市場。

觀察 1982 年到 1997 年「儲蓄互助社法」正式通過的這段期間，可以觀察到儲互社在社數的變化雖然在 1986 年有稍微減少外，整體而言此市場轉變的時期是增加的，放貸的金額也持續成長（參考圖六），⁸並且，儲互社達到在臺灣發展歷史上的最高峰，社數達 368 社、放貸金額已逾 134 億元。



圖六、儲蓄互助社社數與貸款額（1982 年至 1997 年）

二、儲蓄互助社—擁擠型市場（1997 年至 2012 年）

1997 年，三讀通過「儲蓄互助社法」，⁹法律上正式承認儲互社為合法組織，「技術」上已成立中華民國儲蓄互助協會，以及「政治」上通過儲蓄互助社法，非結構因素皆達到後，就市場理論定義來說，儲互社便進入了「擁擠型」市場。

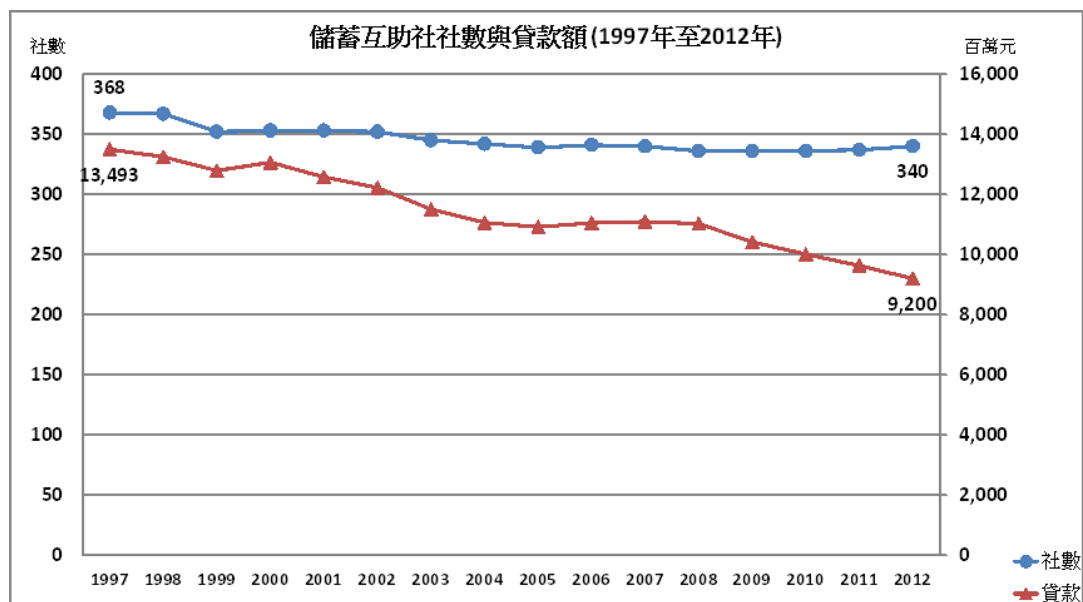
在擁擠型市場中，儲互社勢必要和其他的金融機構競爭，也就是一般的商業銀行。台灣早已成立能夠監督銀行的「中央銀行」、以及「金融監督管理委員會」，並且也有規範銀行行為的法律。因此，在市場理論中，商業銀行的市場已屬於「擁擠型」市場，當儲互社也屬擁擠行市場時，將必須和一般的金融體系相競爭，無法再以隔離的方式迴避。

⁷ 資料來源：內政部人民團體全球資訊網 <http://cois.moi.gov.tw/MOIWEB/Web/frmHome.aspx>

⁸ 資料來源：同圖六。

⁹ 資料來源：全國法規資料庫 <http://law.moj.gov.tw/Index.aspx>

由 1982 年至 1997 年的資料可以看出，儲互社在此段時間內由「輾磨型」市場開始轉變為「擁擠型」市場，並且在儲蓄互助社法通過、正式轉變為擁擠型市場的 1997 年，社數和放貸金額來到發展歷史上的最高點，隨後至今的發展，無論是在社數還是放貸的金額上，皆開始不再繼續成長（參考圖七），¹⁰筆者對此的解釋是，以市場理論的觀點來看，儲互社已經無法由原先迴避一般金融體系中廠商的方式繼續成長，因為兩者的市場都屬於擁擠型。

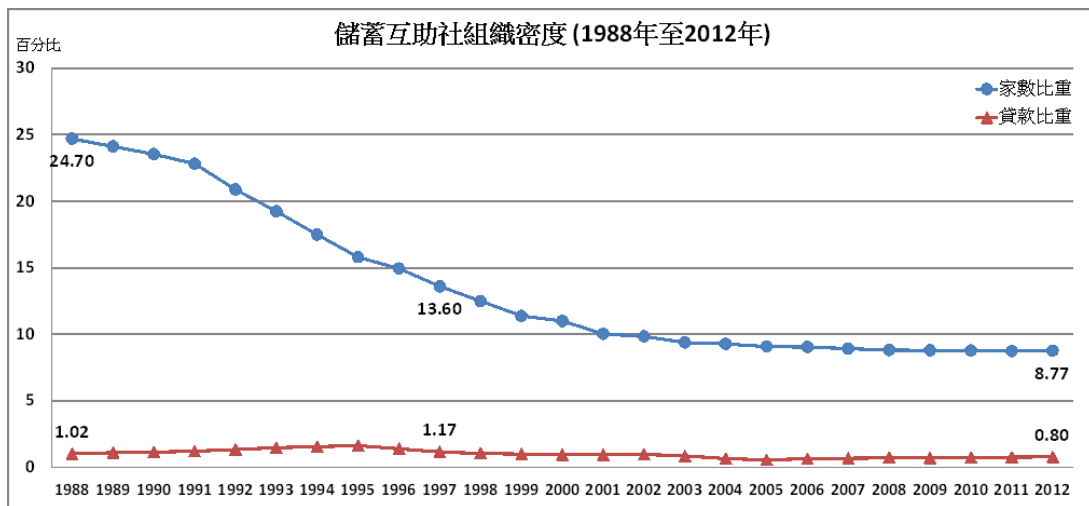


圖七、儲蓄互助社社數與貸款額（1997 年至 2012 年）

¹⁰ 資料來源：同圖六。

三、儲蓄互助社在整體金融組織中的變化（1988 年至 2012 年）

再藉由觀察 1988 年至 2012 年儲互社在本國與外國銀行家數上所佔的比率變化、以及儲互社貸款在本國與外國銀行「個人消費性貸款」所佔的比率變化（參考圖八），¹¹¹²便可以發現在完全進入擁擠型市場前，也就是在 1997 年前，無論社數和貸款金額雖然是成長的，但「家數比重」是持續下降，「貸款比重」則是持平保持在 1 個百分比上下；在進入擁擠型市場後，儲互社的社數與貸款金額都持續下降，而無論是家數還是貸款的比重都下降、並越趨越平緩。



圖八、儲蓄互助社組織密度（1988 年至 2012 年）¹³

這樣的發展過程可以解釋為，儲互社即便在進入擁擠型市場前、數量上是擴張的，但其速度仍不及整體金融環境的擴張速度，而在進入後，儲互社數量上的發展稍降低，整體金融機構的數量是成長的，但儲互社所佔比率卻是持續平緩降低，因此儲互社在整體組織的密度同樣也降低。

¹¹ 資料來源：儲蓄互助協會年度報告 http://www.culroc.org.tw/mediacenter/an_report.html、中央銀行統計資料庫 <http://www.pxweb.cbc.gov.tw/dialog/statfile9.asp>。

¹² 銀行的「消費性貸款」僅計算「個人消費貸款」與「房屋修繕貸款」相加總，因社員向儲互社的貸款用途多用作在個人消費與房屋修繕上，故僅用兩者相比較。

¹³ 「家數比重」計算方式：儲互社社數與本國銀行、外國銀行本行和分行相加總，接著以社數除以總數並乘以百分比；「貸款比重」計算方式：儲互社貸款金額與本國銀行、外國銀行的個人消費貸款與房屋修繕貸款相加總，接著以儲互社貸款除以總數並乘以百分比。

四、小結—儲蓄互助社整體分析與可能性

表三、White 市場理論對儲蓄互助社之分析

| 時間 | 市場類型 | 策略 | 特徵 |
|-------------|-----------------|--------------------|---|
| 1964 年 在台發展 | 輾磨型 | 隔離 將競爭的金融市場阻絕在外 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 在台開始發展，並穩定成長。 2. 服務對象和一般銀行不同，多為原住民或偏鄉居民。 3. 進入門檻主要為關係網絡，和銀行區隔。 |
| 1982 年 協會成立 | 輾磨型 轉 擁擠型 | | <ol style="list-style-type: none"> 1. 持續成長，並於 1997 年達到發展過程的最高點。 |
| 1997 年 立法通過 | 擁擠型 | 競爭 無法迴避競爭的金融市場 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 發展開始趨緩並下降。 2. 須和各種金融機構相競爭。 3. 組織密度降低。 |
| 2012 年 | | | |

資料來源：研究者自行整理

綜觀儲互社獨特市場脈絡後，為何儲互社在歷經兩市場的變化過程中，先是處在輾磨型市場時能夠快速擴張、並且於 1997 年發展到最高峰，而在進入擁擠型市場後，發展卻趨緩、甚至貸款數量開始有下降的趨勢？

吳宗昇（2011）在其分析中對儲互社的市場策略為：創造一獨立於市場之外的特殊交換體系，以「隔離」（segregation）的策略將競爭激烈的金融市場隔絕在外，同時也取得在政治上與市場機制上的妥協。

以市場理論的觀點來看，儲互社歷經了兩個市場的變化，或許正好說明了儲互社無法再繼續以隔離的策略將競爭市場阻隔開。社員除了向儲互社借款外，尚有一般商業銀行、以及信用合作社、農漁會信用部、中華郵政、民間標會、錢莊……等等管道能夠借貸。

當儲互社和商業銀行同屬擁擠型市場時，勢必要與更多的金融機構相競爭，社員是否還會繼續向儲互社借款？儲互社在金融體系中又該如何競爭？再加上

信用卡的普及，辦理信用卡並貸款，相較於入社的門檻又更低，儲互社正面臨種種的挑戰，又該如何回應？

或許答案能夠從市場理論中找到。在「似是而非型」市場中要取得優勢，便需要提升廠商的生產水準，提升自身產品的「內部質量」，便能使成本降低、利潤提高。要能和其他金融機構相競爭的關鍵在於要能形成差異化、建立儲互社的名聲、提升自身的技術或是服務，要能夠彈性回應市場中的各種需求，才能從擁擠型市場中轉換至似是而非型市場。

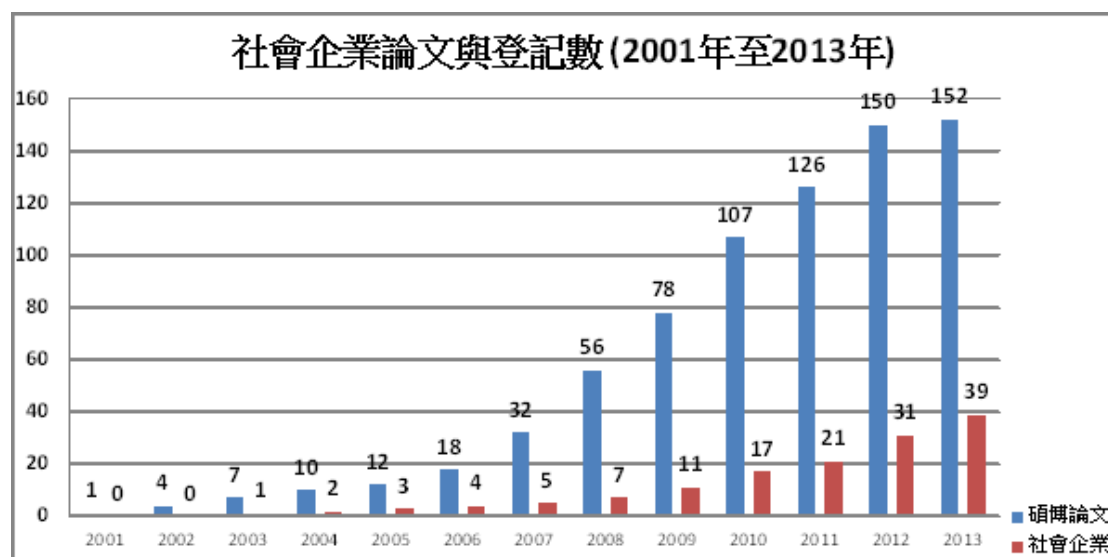
除此之外，吳宗昇（2011）對儲互社的分析中，也提及國外的學者 Lune and Martinez（1999）認為儲互社應產生創新的作用，以面對同型化形式的壓力（isomorphic pressure）（1999：609，630）。並舉出，美國的儲互社發展趨勢逐漸導向銀行化、工業化；英國的儲互社則是逐漸邁向社區化（Kaushil and Lopez，1994；Merrick，2001；吳宗昇，2011）。于躍門（2011）更提出，儲互社要提高自身的競爭力，就該滿足社區中的新需求，而儲互社轉型成為社會企業應當是條有效路徑（2011：27）。

第三節 社會企業市場類型變化

White 的市場理論或許正好能夠說明儲蓄互助社發展歷程中市場類型的變化，那麼，目前在台灣發展十餘年的社會企業，又是如何發展的呢？儲互社的市場類型起初是輾磨型、接著開始轉變為擁擠型市場，而社會企業現階段又是屬於何種市場？本節將透過對儲互社的分析，試著對社會企業進行分析，並提出未來的可能性。

一、社會企業發展現況

隨著知曉社會企業的人越來越多，學術上與實務上開始對此作更多研究，可看出社會企業是近年才開始在台灣被研究與討論，相關的研究包含社會企業的起源、如何界定、發展可能性、和非營利組織或合作社之不同。而企業中也有以社會企業為名稱作登記，論文與登記數量累計至 2013 年止分別為 152 篇與 39 家(參考圖九)，明顯可以看出兩者的數量每年都在成長。¹⁴



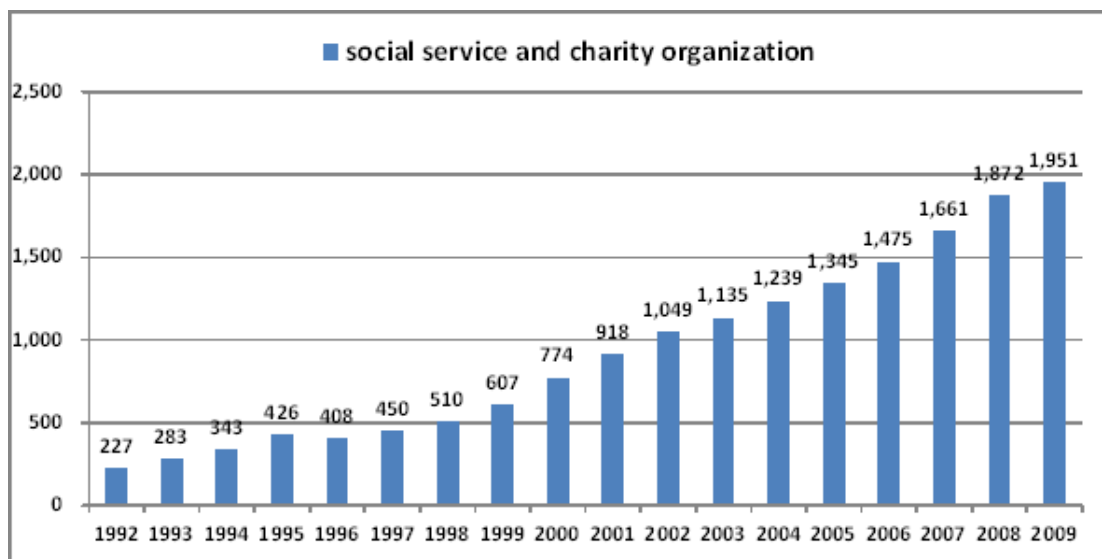
圖九、社會企業論文與登記數（2001 年至 2013 年）

但若是依照圖四的方式計算，仍可能忽略了研討會、期刊、專書、報導……等對社會企業的討論；以及，其他以非營利組織、基金會形式成立，但同樣能自給自足的「類社會企業」(similar social enterprise) 的數量。由社會企業相關文獻可以知道，社會企業仍未有明確的定義，有許多種分類方式，像是光譜般分散在純慈善與商業間的組織形式 (Dees, 1999)、亦或像是合作社與非營利組織的混合體 (Defourny, 2001)。

吳宗昇 (2011) 在其研究中便以較廣的定義來分析社會企業。從事貧窮或特殊社會服務等含有社會目的的非營利組織在 Defourny 亦能夠視為社會企業的一種，從該研究中可以看到社會慈善組織成長的速度相當快，2009 年時數量已將近 2000 家 (參考圖十)。同時，亦蒐集了從事營利行為的非營利組織，這類型的

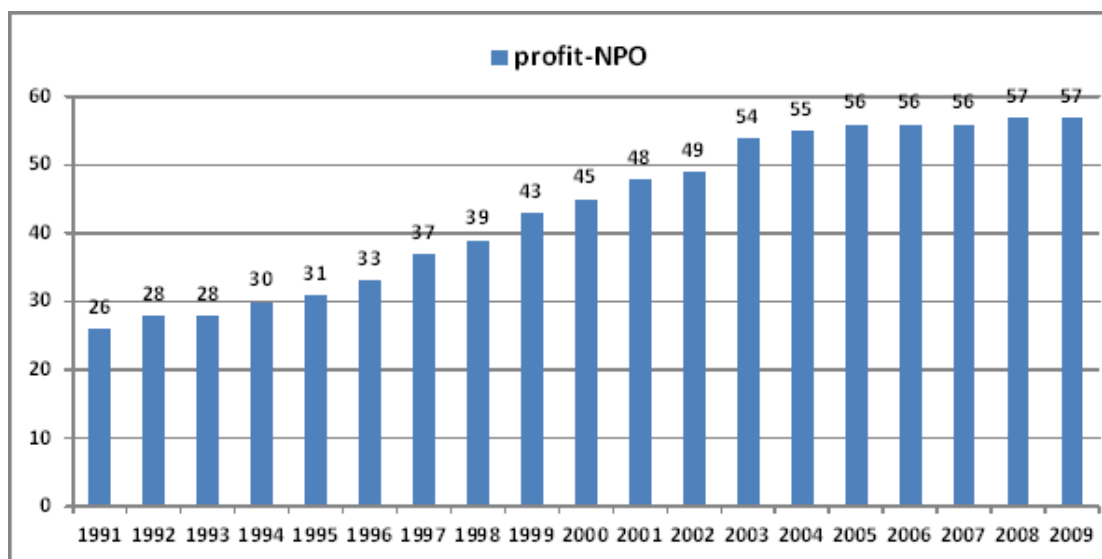
¹⁴ 論文資料來源：台灣博碩士論文知識加值系統，檢索日期 2013/10/30。(以「社會企業」為標題、關鍵詞作檢索) <http://ndltd.ncl.edu.tw/cgi-bin/gs32/gswweb.cgi/login?o=dwebmge>；社會企業數量來源：經濟部商業司，檢索日期 2013/10/02。(以「社會企業」作檢索) <http://gcis.nat.gov.tw/pub/cmpy/cmpyInfoListAction.do>

組織相較含有社會目的的非營利組織，又更貼近社會企業的概念，在 2009 年時在台灣已有 57 家（參考圖十一）。



圖十、The number of social service and charity organizations (1992-2009)

轉引自：吳宗昇，2011：10



圖十一、The number of profit-NPO (1991-2009)

轉引自：吳宗昇，2011：11

二、社會企業市場類型與可能性

無論是哪個定義來看待社會企業，無庸置疑的是數量上都是成長的，但究竟社會企業目前又是屬於市場理論中的何種市場類型？較為可能的類型應是「輾磨型」市場，因為社會企業在台灣的發展歷程相較於儲互社仍算相當短暫，許多民眾未聽過社會企業為何、在做什麼，也有部分質疑社會企業真能夠長久經營。

在台灣的社会企業目前沒有專門的法規規範，僅適用公司法或是社團法人法來成立社會企業，當想要成立幫助弱勢的社會企業時，又可能會受到其他對身心障礙者法規的要求，在經營上面對理念以及利益追求的同時便會產生衝突（官有垣等，2012），應當審慎評估對社會企業的法律規範架構；同時，也尚未成立具備監督、輔導、教育社會企業……等功能的獨立組織。也就是說，目前社會企業的市場類型也不會是「擁擠型」。

回過頭來看儲互社的市場變化並與社會企業相比較，社會企業持續發展是有可能型的，但若由儲互社為對照，便可知道若直接進入到擁擠型市場，恐怕會受到擠壓、無法競爭、面對被市場所淘汰的命運。社會企業相較一般企業，要同時能兼顧社會利益與經濟利益也是社會企業家在經營時面對的衝突之一，其產品先姑且不論品質，其成本和價格可能是來得較高的，種種因素都使得社會企業在面對市場競爭時處於較不利的位置。

因此，除了成立獨立組織與立法規範，使社會企業進入擁擠型市場外，也可以採取提升產品「內部質量」的策略，也就是轉型至「似是而非型」市場。透過產品、服務、經營模式……等，和一般企業產生差異化，並讓更多消費者認同社會企業的理念，不失為社會企業作為其市場策略的另一條途徑。

第五章 結論與檢討

第一節 結論

本研究試著以 White 的市場理論對儲蓄互助社與社會企業的發展脈絡進行分析，透過區辨出可穩定存在的三類型市場，提供經濟社會學角度的觀點來看待兩者的發展與可能性。

一、市場理論分析結果

本研究提出有別於經濟學中研究廠商的動力、決策、行為等的模型，運用的是經濟社會學中，White (1985) 對於研究市場的理論觀點，以實證數據來證明現實世界中，不同產業是確實存在於該理論所建構的模型。模型在 Favereau (2002) 加入非結構因素「質量」後，描繪不同市場應有何種特徵，使得理論更加貼近現實。

儲互社在市場理論中，透過社數和貸款金額的變化可以清楚看出，在不同類型市場有不同的成長速度，也因為儲互社採取的策略模式、及面對的競爭對手在不同的發展時期都有所差異，更加清楚界定出它在發展脈絡上，市場類型是如何轉變、或是在何時會有交疊。

二、社會企業的可能性

找到明確區分不同市場類型的關鍵因素後，再回過頭來對社會企業進行分析。

參照儲互社的發展歷程後，社會企業的可能性：

(一) 社會企業確實可能持續成長。

當出現關鍵的協會組織、或是立法通過後，表示正邁向下一階段的發展，此時勢必會面臨市場類型轉換的難題與挑戰，屆時將無法繼續只仰賴輻磨型市場中的「商業質量」；若是進入到擁擠型市場，倚仗「工業質量」的社會企業廠商，恐怕又無法和一般的企業相競爭。

(二) 提升「內部質量」。

無論是儲互社還是社會企業，都必須和擁擠型市場中的一般企業做出區隔，因為不管是資本、規模、成本，恐怕都難與他們競爭。但若是朝向似是而非型市場邁進、提升社會企業的內部質量，讓生產水準、產品水準皆有所提升，建立社會企業的獨特品牌與良好名聲，將更有機會讓社會企業的市場繼續穩定成長，而不至於萎縮或甚至消失，如此，社會企業才能擁有獨特的優勢且更有競爭力。

第二節 檢討與建議

一、檢討

(一) 無法解釋市場彈性係數值的來由。

本研究由於 White 在理論模型的建構中，未能解釋其「市場彈性係數」是如何界定的，雖然 White 嘗試界定出當時美國的部分產業應位於何種市場類型，但令人困惑的是，要如何著手，才能對其他產業進行分析？因此，僅能使用非結構因素「質量」來對本研究中的儲蓄互助社與社會企業進行分析。

(二) 部分實證資料無法取得。

研究中輔以說明的實證資料僅有儲蓄互助社與商業銀行可以取得較完整的機構數量、放貸數量的資料；由於社會企業的定義仍未有定案，因此僅能分別取以社會企業登記的企業數量或是「類社會企業」數量的資料輔以分析；且無法取得社會企業的營收、收益與虧損……等屬於公司機密而無法公開的資料，故無法深入研究現有的社會企業是否轉虧為盈、還是仍在虧損中。

(三) 忽略其他金融機構。

此外，儲互社的資料蒐集中，僅以一般商業銀行的資料來進行分析，忽略了信用合作社、農漁會信用部、中華郵政三者也同樣提供民眾借貸功能的數據資料，更甚者，還有民間標會、錢莊……等私營的金融機構未考量進去，也是較為可惜之處。

(四) 理論回顧之不足。

最後，經濟社會學中對於市場的研究脈絡，也朝向「鑲嵌」(embeddedness) 命題發展，或許有較本研究所使用的市場理論更為適合的分析架構，而筆者卻未發現，未能深入了解經濟社會學的脈絡，也是缺憾之處。

二、建議

(一) 若是要繼續研究台灣儲蓄互助社的發展，筆者建議可以尋找國外的儲互社發展途徑來進行分析比較。台灣目前儲互社提供的服務僅有貸款，在累積龐大的股金後貸放的金額相較下卻相當少。也就是儲互社經營的產品應當多樣化，以符合多元的需求；並且提升組織的營運效率、調整經營方向，才能回應不斷變化的市場（于躍門，2011）。或許，社會企業正好是將來儲互社適合的發展途徑。

(二) 對於以後社會企業的研究，筆者建議朝向如何評估社會企業所創造的社會價值前進。目前許多企業都說自己的企業有著「企業社會責任」(corporate social responsibility, CSR)、善盡社會義務，甚至直接說自己也是社會企業，但卻缺少一評估標準來審視這些企業。而現在已有計算社會投資報酬率 (social return on investment, SROI) 來評估社會創新方案（張抒凡，2013），並且能夠有效用在分析社會企業上。或許這套評估標準能夠用來審視一家企業是否符合一個社會企業的最低標準。

參考書目

一、中文資料

- 于躍門 (2011)。〈儲蓄互助社為何需要發展社會企業〉。刊載於中華民國儲蓄互助協會編印。儲蓄互助社雜誌，97，21-27。
- 王曉路 (2007)。〈對哈里森·懷特市場模型的討論：解析、探源與改進〉。社會學研究，1，175-219，245-246。
- 瓦歷斯·貝林 (2013)。〈我國儲蓄互助社運動發展概況〉。刊載於財團法人台灣新世紀文教基金會編印。新世紀智庫論壇，62，54-63。
- 吳宗昇 (2011)。〈群聚、隔離與共生：社會企業非營利組織的市場策略〉。行政院國家科學委員會專題研究計畫成果報告 (NSC-99-2410-H-030-066)。
- _____ (2011)。〈教會與社會：台灣儲互社的宗教、社群與貨幣網絡分析〉。輔仁社會研究，1，73-104。
- 呂朝賢 (2007)。〈社會企業與創業精神：意義與評論〉。刊載於國立政治大學社會學系編印。政治大學社會學報，39，81-117。
- 周長城等譯 (2007)。Richard Swedberg (2007) 原著。《經濟社會學原理 (Principles of Economic Sociology)》。台北：巨流。
- 官有垣、陳錦棠、陸宛蘋與王仕圖 (2012)。《社會企業：臺灣與香港的比較》。台北：巨流。
- 張堅華 (2010)。〈今日合作事業面臨之困境及其解決方法〉。合作經濟，104，31-39。
- 梁玲菁 (2011)。〈微型融資機制培植臺灣婦女「合作社創業」之政策建議〉。合作經濟，109，7-16。
- _____ (2013)。〈聯合國、台灣與國際合作社發展—解決貧窮的機制與思潮〉。刊載於財團法人台灣新世紀文教基金會編印。新世紀智庫論壇，62，35-53。
- 郭思餘譯 (2012)。Neuman, W. Lawrence (2008) 原著。《研究方法：質化與量化方法之應用 (Understanding Research)》。台北：雙葉。
- 陳方隅 (2012)。〈論社會經濟的需要性以及合作經濟可行性〉。合作經濟，115，36-47。
- 陳佳容 (2010)。〈臺灣合作事業現況與展望〉。合作經濟，107，6-16。
- 陳金貴 (2002)。〈非營利組織社會企業化經營探討〉。刊載於財團法人台灣新世紀文教基金會編印。新世紀智庫論壇，19，39-51。
- 黃博怡 (1985)。《台灣地區儲蓄互助社的發展與管理》。南投：基層金融。
- 黃樹民、石佳音與廖立文等譯 (1999)。Polanyi, Karl (1957) 原著。《鉅變：當代政治、經濟的起源 (The Great Transformation: The Political and economic Origins of Our Time)》。台北：遠流。

- 潘美玲，張維安（2003）。〈經濟行動與社會關係：社會自我保護機制的研究〉。臺灣社會學刊，30，51-88。
- 蔡志強（2010）。〈弱勢資本家—以利益的觀點分析台灣社會企業〉。私立輔仁大學社會學系碩士班碩士論文（未出版）。
- 鄭勝分（2004）。〈歐美社會企業發展及其在台灣應用之研究〉。國立政治大學公共行政學系博士論文（未出版）。
- _____（2007）。〈社會企業的概念分析〉。刊載於私立南華大學社會科學院公共行政與政策研究所編印。政策研究學報，7，65-108。
- _____（2008）。〈社會企業：市場、公共政策與公民社會的交叉點〉。刊載於國立政治大學公共行政學系編印。公共行政學報，27，199-206。
- 賴益如（2010）。〈合作式的融資機制：儲蓄互助社與原住民家庭婦女的借貸關係〉。私立輔仁大學社會學系碩士班碩士論文（未出版）。
- 羅家德譯（2007）。Granovetter, Mark（1985）原著。《鑲嵌：社會網與經濟行動（Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness）》。北京：社會科學文獻。

二、英文資料

Harrison, White. 1981b. "Where Do Market Come From?". *American Journal of Sociology* 87: 517-547.

三、網路資料

中華民國儲蓄互助協會

<http://www.culroc.org.tw/>

經濟部商業司公司及分公司基本資料查詢

<http://gcis.nat.gov.tw/pub/cmpy/cmpyInfoListAction.do>

中央銀行統計資料庫

<http://www.pxweb.cbc.gov.tw/dialog/statfile9.asp>

內政部合作事業入口網站

<http://coop.moi.gov.tw/index.html>

儲蓄互助協會年度會報

http://www.culroc.org.tw/mediacenter/an_report.html

全國法規資料庫

<http://law.moj.gov.tw/Index.aspx>

內政部人民團體全球資訊網

<http://cois.moi.gov.tw/MOIWEB/Web/frmHome.aspx>