

一、前言：香港社會企業近年的發展趨勢

在大中華地區，社會企業（下稱社企）曾經是新事物，但在各地政府、公民社會組織、創效投資者（或稱為影響力投資者）、大專學界，以至企業界的落力推動下，社企近年在兩岸三地都有長足的發展。

過去十多年來，中港兩地因著其本身的政經發展脈絡，使社企在兩地都能找到特殊的發展空間，並得到兩地政府及非牟利公益業界的大力支持(Chan and Yuen 2013)；在台灣方面，行政院將 2014 年定調為台灣「社會企業元年」，並推出為期 3 年的「社會企業行動方案」，社企發展的速度加快，以催生更多具有台灣特色的「企業型社企」和「非營利組織(NPO)型社企」(林安妮 2014)。社企發展在兩岸三地均獲得了各社會界別給予跨域支持，各地出現了不少供社會創業者使用的社企共用工作空間(co-working space)及孵化實驗室(incubation lab)，不同類型的「社企始創公司」(social enterprise startups)有如雨後春筍，與它們相關的報導更經常出現在各地的報章上。

另一方面，社企對公益業界以至一般市民，已不再是一個陌生的名詞，從 2013 年一個香港電話民調的結果得以證明。爲了要更深入瞭解香港市民對社企的認知及理解，香港特區政府民政事務局轄下的社會企業諮詢委員會委託學術機構進行了「香港市民對社會企業意見調查」的民調，該電話調查主要的結果包括：¹

(一) 調查發現有接近八成的受訪市民(78.9%)曾聽聞「社會企業」或「社企」這個名稱，而在不同的年齡組別當中，29 歲或以下的年青人

¹ 由香港中文大學亞太研究所電話調查研究室於 2013 年 9 月 9~18 日期間進行調查，成功以電話形式訪問了 1,005 名 18 歲或以上能說粵語或普通話的香港居民，整體回應率為 44.3%。民意調查是一個更大型的「透視香港社企實況」研究計畫的一部分(CIE-SEBC 2014)。本研究第一作者有份參與民調研究並負責該問卷的設計。本研究第二至第四節的部分內容亦參考了「透視香港社企實況」報告的研究結果。

對社企的認知度最高，達 88.6%；30~59 歲成年人的認知度亦非常高，達 81.3%；60 歲或以上的年齡組群對社企的認識則相對較低，但亦有 62.6%。

(二) 相較之前一個在 2009 年由另一學術機構進行的同類型調查，當年香港市民對社企的整體認知只有大約六成(59%)。最新的民調結果顯示，在 4 年間香港市民對社企的認識有顯著提升。²

(三) 在表示認識社企的市民當中，絕大部分認同社企是要為弱勢社群創造就業機會(84.9%)，而認同社企是「利用創新的商業模式去提供社會服務」及「賺取利潤並同時追求公益目標的企業」的則分別為 60.6% 和 68.8%。

(四) 在表示認識社企的市民當中，絕大部分表示他們是透過廣播媒體的管道接觸到社企的資訊。

(五) 受訪市民中，有接近兩成的受訪者(17.9%)表示他們在過去半年有「經常」或「間中」選購社企的服務產或品，當中經常購買的占 2%，間中購買的占 15.9%；而「好少」或「完全沒有」則分別占 21.8%及 54.3%。

從以上的民調結果可看到香港市民目前在「知、明、信、行、慣」這五個範疇，對「社企」的認知方面明顯已達到很高的水平，但卻未必充分明瞭和真正相信社企所能達致的社會價值和效用。儘管如此，已有頗多的市民會選擇購買社企的產品或服務，以實際行動來支持社企的發展。

事實上，不單市民對社企的認識已大幅提升，近年來社企在香港的發展模式，亦由單一走向多元，投身參與推動成立社企的個人和組織變得愈來愈多樣化，甚至可說是已形成了一個不小的潮流。³社企在香港的

² 2009 年的電話民調是由社會服務組織浸會愛群社會服務處委託香港大學民意研究計劃進行。

³ 關於香港社企的發展歷程，可參考香港社會服務聯會的相關研究報告（譚穎茜、何俊傑 2014）。香港社企早期的發展，主要是配合當時香港政府的扶貧政策，以創造就業為首要目標，而手法亦大同小異，多數是由社會福利團體設立一些聘用弱勢社群的業務（如餐飲和零售業），以商業形式於市場營運。