

(註 1)

我國社會企業認證之方式與指標

鄭勝分 國立臺灣師範大學社會教育學系副教授

摘要

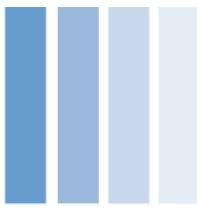
社會企業之概念濫觴於歐美國家，近年來並蔚為另一股全球風潮，而為解決社會企業定位不明所造成的政策運作困境，各國開始推動社會企業認證系統，爰本文之目的在於探討我國未來推動社會企業認證之方式與指標。社會企業認證指標研究包含兩個維度，其一以治理為導向，以 EMES 學派及韓國社會企業認證為代表，其二以環境為導向，美國 B Corp，英國 SEM、及香港 SEE Mark 則為代表。社會企業認證是否受到支持與認可，其關鍵在於認證是否有利於社會企業的發展，故社會企業更傾向透過認證排除搭便車者。基此，本文針對認證之公信力、指標設計及鑑別度提出政策建議。

關鍵詞：社會企業、認證、治理、環境

壹、前言

社會企業之概念濫觴於歐美國家，近年來並蔚為另一股全球風潮，許多公司、非營利組織及合作社皆有意轉型或創設社會企業，然而，社會企業組織型態的多樣性，致使社會企業定位難以確認，也造成租稅優惠及優先採購等政策配套難以運作之困境（Gidron and Hasenfeld 2012, OECD 1999），為解決社會企業定位不明的困境，各國開始推動社會企業認證系統（European Commission 2014）。觀察各國社會企業認證的方式，除小部分論及以「地區」為主的認證外，目前大

部分研究聚焦於組織型態的認證，其認證方式以採志願性為主，指標則以兼具經濟與社會雙重底線（double bottom line）為基礎。以歐洲為例，英國由「社會企業標章／社區利益公司」（SEM CIC）負責授予志願性的「社會企業標章」（Social Enterprise Mark，簡稱 SEM）（European Commission 2014），其認證方式與指標影響香港「社會企業認可標章」（Social Enterprise Endorsement Mark，簡稱 SEE MARK）與中國大陸公益慈善交流展示會所推動之CCF（China Charity Fair）社企認證；美國則是以「有限責任公司」（limited liability company，簡稱



LLC) 為主，其中以「公益公司」（benefit corporation）最受到矚目，推動志願性之「B型企業認證」（certified B corporations，簡稱 B Corp）制度（Stecker 2016, 373-379）；韓國則是目前唯一採取強制性認證的國家，2007年通過《社會企業振興法》(Social Enterprise Promotion Act)，該法由「就業與勞工部」（Ministry of Employment and Labor）主導，委由官方組織「韓國社會企業振興院」（Korea Social Enterprise Promotion Agency, 簡稱 KoSEA）進行認證（Lee 2015）。

我國目前尚無社會企業認證的機制，行政院於2014年公布「社會企業行動方案」，主責單位經濟部於2015年委託「我國公益團體自律聯盟」推動社會企業登錄平臺（黃德舜、鄭勝分、陳淑娟、吳佳霖，2014）。

然而，登錄不同於認證，登錄理由在於提供一個社會企業的共同身份（European Commission 2014），2016年底「社會企業行動方案」退場後，目前聚焦討論類似美國《公益公司法》精神之《兼益公司法》草案，及類似韓國《社會企業振興法》精神之《社會企業發展條例》草案，顯示我國社會企業發展已經邁入立法議程的討論，惟觀察各國社會企業立法經驗，關鍵在於需先明確定義社會企業之範疇，而認證將有助於釐清社會企業之內涵。基此，本文乃是前導性研究，分析未來我國推動社會企業認證之方式與指標，以供政策參考。

貳、文獻探討

觀察各國社會企業認證指標之研究，從兼具經濟與社會雙重底線的架構，逐漸呈現出邁向三重底線（triple bottom line）的趨勢，其一以「治理」（governance）為導向，以EMES 學派及韓國社會企業認證為代表，其二以「環境」（environment）為導向，美國 B Corp 認證，英國 SEM 認證、及香港 SEE Mark 認證都可以看到類似精神。以下從治理與環境兩個維度加以分析。

一、以治理為導向的社會企業認證

1996年「EMES 歐洲研究網絡」（EMES European Research Network）提出社會企業的「企業（後修正為經濟）」與「社會」兩個目標，成為社會企業跨國研究之濫觴。EMES 所提經濟目標包含四項指標：1. 持續性的生產財貨或販售服務，2. 高度自主性，3. 經濟風險，4. 最少的支薪員工；而社會目標包含五項指標：1. 明確的社區利益，2. 公民的共同目標，3. 決策權非基於資本的所有權，4. 著重參與，5. 有限的利潤分配。EMES 以發展社會經濟為核心，聚焦社會企業如何解決身心障礙者就業及社會邊緣人之社會疏離問題。經濟合作暨發展組織（OECD）所提出的《社會企業》（Social Enterprises, 1999），及歐盟委員會（European Commission）所出版的《社會企業的浮現》（The Emergence of Social Enterprise, 2001）（Borzaga and Defourny 2001），皆採用 EMES 歐洲研究網絡所提的兩項指標進行分析。

然而，經濟與社會目標間存在結構性的衝突問題（Defourny and Nyssens 2012, 77-79），改名為「EMES 國際研究網絡」（EMES International Research Network）的研究團隊，嘗試在經濟與社會目標外，增列「治理」為第三種目標（Gidron and Hasenfeld 2012, 77-79），朝向「所有權－治理」（ownership-governance）的三重底線發展（Borzaga 2013, 319-320）。對於三重底線目標的內涵，則出現不同的詮釋，其主要差異點在於「盈餘分配」之歸類，例如，Gidron 與 Hasenfeld (2012) 採取「盈餘有限分配」原則，故認為應該屬於社會目標，此種分類方式成為歐洲委員會報告書《歐洲社會企業的圖像及其生態系統》（A Map of Social Enterprise and their Eco-systems in Europe, 2014）描繪歐洲社會企業圖像的依據（European Commission 2014）；而 Borzag 則採取「全部盈餘不得分配，或部分盈餘不得分配的限制」，而認為應屬於治理目標（Borzaga 2013），此種分類方式以強調「全部盈餘不得分配」的鄉村銀行為代表。

治理導向社會企業認證以韓國《社會企業振興法》為代表。為解決亞洲金融風暴所產生的大量非典型失業問題，韓國於 2012 年修正《社會企業振興法》，並由社會企業振興院負責社會企業的認證（Lee 2015, 1087-1089；金戴久、趙顯株，2013,143-146）。依該法第 8 條之規定，則將社會企業分為 8 大認證指標，包含：1. 獨立自主的組織；2. 必須是雇用

支薪員工的商業活動；3. 組織主要目標在於實踐社會目的；4. 決策結構應包含利益團體參與；5. 盈收來自商業活動，且至少 50% 用於支付服務及生產之總勞動力成本；6. 應有組織章程及規定；7. 依商業法設立之公司或有限合夥公司，會計年度的可分配利潤，至少有 2/3 以上，必須用於社會目標；8. 其他依總統令頒佈之運作準則（韓國法務部網站／社會企業振興法）。

韓國社會企業由於接受政府大量補助與扶持，故未獲得社會企業振興院受授予 KoSEA 認證標章者，不得使用社會企業為組織名稱，此種強制性的認證方式，搭配較為具體的認證指標，與其他國家採取志願性、較廣義的認證指標有明顯的區別。



圖 1 韓國 KoSEA 認證標章

資料來源：韓國社會企業振興院網站

二、以環境為導向的社會企業認證

環境導向社會企業源自於「企業社會責任」（CSR）的改革（Liao 2003），主張「生態企業精神」（ecopreneurship），從環境角度透視社會企業精神（Dixon and Clifford 2007）。傳統 CSR 本來就主張三重底線，但陸續發生重大的企業弊案及金融風暴後，引發各界開始重新思考企業的定位，及對於綠色商

品所可能產生「漂綠」(green-washing)之疑慮(Stecker 2016, 373-379)，促使非營利組織「B 實驗室」(B LAB)提出B Corp 認證標準，成為社會企業認證的重要衡量指標。在CSR改革基礎下，社會企業對於環境目標予以重新的定義，其一為以「土地」(planet)為核心，強調有機或無毒的土地友善概念(Mohd Tobi 2012, 68)，另一為以「人員」(people)為中心，例如強調反剝削的公平貿易主張(鄭勝分，2016, 137)，或者B LAB所推廣對員工友善之「B型企業認證」(Sulewski et al. 2012, 14)。

(一) 美國 B Corp 認證

B Corp 認證重點在於建構環境友善的指標，並避免企業假借綠色企業之名牟利，或者協助企業察覺綠色產品可能產生的外部不經濟(Honeyman 2015, Stecker 2016, 378-379)。B Corp 認證乃是由非營利組織「B 實驗室」(B LAB)所推動與負責執行，而為使B Corp 認證更具公信力及取得政府政策上支持，B 實驗室開始遊說美國各州政府陸續通過《公益公司法》，鼓勵更多企業申請為公益公司，並且志願性地參與B Corp 認證，在滿分200分內至少達到80分，且需符合透明度、合法性及簽署分享共同目標的承諾，即可取得B Corp 認證標章(Stecker 2016, 373-379)。B Corp 完成認證尚須簽署正式的同意書，內容摘要包含：認證有效期為2年，之後需重新認證；必須符合B Corp 的績效要求；必須是合法登記的組織；每年隨機抽檢10%的B Corp 組

織驗證；年度認證費用依營業額規模收費，最低500美金，最高可達50000美金以上(B LAB網站)。B Corp 認證指標依照公司規模及企業類別，有130-180個評估細項，歸納為五大面向，包含：一、對員工有利：考慮所有利害關係人，而非僅限於股東，二、對社區有利：社會目的效益需符合透明度標準，三、對環境有利：環境目的效益需符合透明度標準，四、對長期有利：組織發展需建立與政府永續性政策一致的方針，五、對核心有利：符合更高的法律及責任標準(Wilburn and Wilburn 2014, 17)。



圖2 美國B Corp 認證標章

資料來源：B LAB 網站

(二) 英國 SEM 認證

SEM CIC 受到英國政府的政策鼓勵，透過志願性認證方式，協助更多社區利益公司取得SEM 認證標章。SEM 提出六個測量指標，包含：

1. 具備社會或環境目標：應將社會或環境目標詳實登載於組織正式目標；
2. 為獨立的企業：社會企業必須具有自己的組織章程和理事會，而非其他法人組織之分支機構；
3. 超過50%收入

來自商業交易：藉由查看經會計師簽證及政府審核後的年度會計賬目，以確定該社會企業至少有超過 50% 的收入來自於市場銷售，此乃是社會企業與完全依賴捐贈的非營利組織之重要區別；

4. 利潤至少有 51% 以上用於社會或環境目的：社會企業需在章程條款中明確規定，以確認利潤盈餘運用和分配的承諾，並可通過賬目中查證；5. 解散時剩餘資產分配用於社會或環境目標：社會企業解散時其剩餘資產應被用於社會或環境目的，且須在章程中明訂資產鎖定（asset locks）原則，即部分資產需捐助予其他具有相似目標之社會企業，以確保其對社會或環境目的的承諾；6. 能夠達成社會或環境目的：必須描述如何達成社會目標，並說明如何極大化社會影響力，及縮減因交易所產生之環境外部效益（B LAB 網站）。



圖 3 英國 SEM 認證標章

資料來源：社會企業標章／社區利益公司網站

英國下議院於 2014 年提出，獲得 SEM 認證標章者，若在治理、商業倫理及財務透明度三個維度有優異表現，則可以獲得「社會企業黃金標章」（The Social Enterprise Gold Mark），並委由另一網絡組織負責認證，

包含英格蘭約克聖約翰大學（York St John University）、索爾福德大學（University of Salford）及 24 小時整合照護公司（Integrated Care 24 Ltd）。

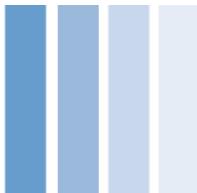


圖 4 英國 SEM 黃金標章

資料來源：社會企業標章／社區利益公司網站

（三）香港 SEE MARK 認證

香港社會企業總會於 2014 年啟動 SEE MARK，由其附屬之「社企認證獨立委員會」負責志願性的認證評審工作。SEE MARK 認證特色在於係按社會企業規模（包含成立時間與員工人數）及社會企業發展階段，將社會企業認證區分為四個等級，包含：創啟級（Incubating Member）、創建級（Start-up）、創進級（Intermediate）與創越級（Advanced）。SEE MARK 認證可分為 8 大評估指標，並歸納至「社會效益」及「環境效益」兩個維度。社會效益包含 5 個細項指標：社會參與、創造就業機會、慈善參與、公平貿易政策和實施、文化及文化遺產貢獻；就取得 SEE MARK 認證標章而言，創啟級及創建級至少滿足其中 2 項，創



本期專題



圖 5 香港 SEE MARK 認證標章

資料來源：香港社會企業有限公司網站

進級至少滿足 3 項，創越級至少滿足 4 項。環境效益包含 3 個細項指標：保育和保護、污染控制、回收和廢棄物管理；就取得 SEE MARK 認證標章而言，創啟級及創建級至少滿足其中 1 項，創進級及創越級至少滿足 2 項（香港社會企業有限公司網站）。

EMES 透過治理目標調和經濟目標與社會目標的內在衝突，因為著重解決弱勢群體的社會融合問題，故為政策工具的介入奠定正當性，其指標設計偏向規範且明確，韓國強制性認證方式及指標為代表；而環境導向則將經濟目標視為達成社會目標與環境目標之手段，偏重以民間及志願性方式進行認證，例如美國 B Corp，英國 SEM、及香港 SEE Mark 認證系統，其指標設計較具彈性，政府工具介入較不明顯。

參、研究方法

本文透過深度訪談法及焦點座談法，瞭解社會企業利害關係人對於我國未來推動社會企

業認證之看法，以下茲加以說明。

一、深度訪談法

本文以立意抽樣抽取深度訪談對象。訪談對象分為三大類，已登錄於社會企業平臺之社會企業代表計 8 位，社會企業行動方案之委託單位代表計 2 位，社會企業專家學者及立法委員計 4 位，合計 14 位。

二、焦點座談法

為進一步聚焦 14 位深度訪談之結果，本文先歸納深度訪談意見，並提供主要國家認證經驗，探討我國未來推動社會企業認證之方式、指標與政策配套。2017 年 7 月 18 日上午及下午，共舉辦兩場焦點座談，包含政務委員及部會代表 2 位，專家學者 2 位，社會企業代表 2 位，社會企業中介組織 2 位，合計 8 位。

肆、資料分析

社會企業認證涉及兩個核心問題，包含認

證方式及指標為何？

一、社會企業認證方式分析

從受訪資料發現，社會企業認證的主要理由有二，一為正名，二為增加公信力。基本論述是正名有助於提升社會企業的公信力，創造社會企業的品牌價值，進而擴大社會企業的產業規模，故可以視為一種創價模式。

正名肇因於社會企業的混合（hybrid）特質，社會企業不易找到自己的定位，對於社會企業而言，正名目的在於「自證為真」，因為宣稱為社會企業者，不必然如其所言，甚至不自覺產生「漂綠」風險，而認證就是一種真偽之辨，而對政府而言，社會企業正名則涉及政策配套介入的正當性。

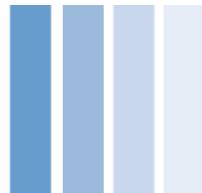
若基於創價模式，社會企業之所以得以生存，甚至得到部分大企業的奧援，其重要原因在於社會企業對其不具威脅性，一旦企業感受到來自社會企業的威脅時，此種合作模式勢必難以維持，甚至引發企業的反擊。

另一種合理解釋為認證之目的在於如何維持既有利益不被「搭便車者」所瓜分，其背後思維在於排除「搭便車者」。搭便車其源自社會企業定義過於模糊，依據 OECD (1999) 對於社會企業的廣義界定，任何組織只要用創新的商業手段解決社會問題，就可以宣稱為社會企業，此種廣義定義讓社會企業難以與福利企業或 CSR 區隔，甚至任何企業都可以宣稱

為社會企業。在此廣義解釋下，稀釋了社會企業的獨特性，故許多受訪者希望透過認證達到正名之效，許多組織或許不清楚自稱為社會企業可以得到何種政策好處，但從「社會企業行動方案」的大力鋪陳中，則感受到自稱社會企業，或許可以得到一些外部效益，而 Erchart 與 Comolli 研究發現，許多具備天使投資人特質的社會投資人，則願意以較低的利率及耐心資本的理念，支持社會企業發展（Erchart and Comolli 2013, 161-184）。此種經濟學所稱之「搭便車者」，使得好不容易熬過創業初期「死亡幽谷」（loss zone）的社會企業深感壓力（OECD 2015, 19-20），故希望透過認證方式排除搭便車效應。

透過認證排除搭便車者，此種思維也反映在對於政策的態度，多數社會企業並不期待租稅優惠或優先採購，因恐引起既得利益者的側目，而是希望政府能夠建立支持系統，而認證系統將有助於排除搭便車者。

受訪者幾乎一面倒支持志願性認證，其理由在於自律。但弔詭的是，以自律為基礎的志願性認證，若得不到公權力委託背書，該如何排除搭便車者？以韓國《社會企業振興法》為例，該法透過強制性認證方式，非通過「社會企業振興院」認證者，不得使用社會企業一詞。多數受訪者認為應該採取志願性認證方式，而志願性認證在欠缺具公信力第三方認證機構下，其認證結果易受到質疑；若採取韓國方式推動強制性認證，社會企業雖可獲得政府政策



本期專題

配套（如補助、優先採購、投資、租稅優惠等），卻又恐過早法制化會限制社會企業的發展範疇，在兩害相權取其輕下，受訪者也不認為有立法之急迫性。故一方面希望可以採取自律的志願性認證系統，一方面又希望有助於提升公信力，此種矛盾情節，或許是社會企業認證尚難取得共識的重要原因。

二、社會企業認證指標分析

社會企業正名與公信力乃是社會企業認證系統之核心議題，而從前述分析可以發現，受訪者認為現階段應採取志願性的認證系統設計。若對照歐美發展經驗，此理念契合英國 SEM 及美國 B Corp 運作模式，由第三方機構進行非強制性的認證，經過認證的組織，其誘因不在於得到政府的政策支持，而在於 SEM 或 B Corp 乃是類似會員俱樂部（club）之型態，參與此類組織有助於強化組織本身社會資本，如正面形象、人脈及投資人的關注，此種有別於被批評陷入財務核銷漩渦的政府資源，志願性認證提供社會企業取得耐心資本（patient capital）的機會，並且有助於剔除搭便車者，進一步提升認證組織的公信力。

在社會企業認證指標設計上，則考量社會企業組織及目標的差異性，故不可能採取韓國《社會企業振興法》所定之固定性指標，從受訪者資料可以發現，大致區分成兩個視角。一為類似英國 SEM 指標設計的作法，採取分層次的方式，2016 年中國大陸慈展會也採取類似的分層作法（中國慈善項目交流展示會網

站），而香港則採取四個層級的分類方式，可以算是 SEM 指標設計的變形。另一為採取美國 B Corp 認證指標的作法，採取合格認定方式，社會企業可以依照本身屬性，只要符合達標分數，即可加以認證。無論採取分層次或合格認定方式，其指標設計皆相當繁瑣，也不易簡化成 EMES 所提之九項指標，而兩場焦點座談會受訪者回應也可以發現，很難提出類似 EMES 的認證架構，且在生態性的考量下，受訪者也認為應該提供類似「開放政府」（open government）的理念，除透明度外，也應鼓勵更多人的參與，故指標應提供開放題之題項，以利建構更適合我國本土發展的社會企業認證指標。

社會企業認證指標無法脫離認證系統的思維，在正名與公信力的驅動下，如何排除搭便車者，強化社會企業的公信力，進而提高社會企業風險承擔的能力，應該列為我國社會企業認證的領先指標，此種以風險控管為基礎的領先指標設計思維，既可以避免社會企業指標過度繁瑣，增加認證系統的可行性，也可以符合社會企業自律的思維，降低對於政府資源的依賴。

伍、結論

社會企業認證是否受到支持與認可，其關鍵在於認證是否有利於社會企業的發展，而在趨吉避險的理性考量下，對比創價模式可能樹立強大的競爭對手，社會企業更傾向透過認證

排除搭便車者，以正名增強公信力，就是此種權衡下的理性選擇。基此，本文提出三項建議：

一、以公權力委託提升志願性認證的公信力

委由民間進行志願性認證的限制在於公信力不足，政府可以頒佈社會企業認證準則，委由民間公正第三方進行多元型態社會企業的專業認證，而政府扮演監督者角度，確保認證之公信力。對於通過認證之社會企業，政府可以透過補助、育成、融合及投資等政策工具予以支持，協助社會企業進入市場之準備，且基於公平競爭原則，不授予租稅優惠及優先採購，避免社會企業樹立敵手。

二、以「開放政府」方式設計認證指標

社會企業組織型態相當多元，不宜設計統一標準，且考量我國社會企業的特殊性，以透明及參與為核心的開放政府方式，讓社會企業指標更契合本土性需求，以提升社會企業認證的公信力。

三、以分層方式提升認證標章的鑑別度

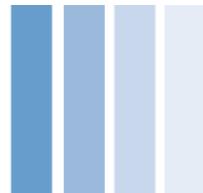
參考英國 SEM 及美國 B Corp 指標運作經驗，以基本門檻方式設立社會企業認證合規標準，並且考量社會企業發展階段與規模的差異，設計類似 SEM「社會企業黃金標章」，或香港 SEE MARK 四個等級的認證標章。對於通過公權力委託之志願性認證，授予認證標章，以利消費者區別，透過市場機制剔除搭便車者，提升社會企業的鑑別度，進而降低社會企業的經濟風險。

附註

註 1：本文為科技部專題研究計畫之部分成果。計畫名稱：臺灣社會企業認證系統之研究，計畫編號：105-2410-H-003-004。

參考文獻

1. Honeyman, R 著。2015。B 型企業：現在最需要的好公司（陳俐雯譯）。臺北市：城邦商業週刊。
2. 金戴久、趙顯株。2013。當前韓國社會企業的重要議題與相關政策。*社區發展季刊* 143：140-150。
3. 黃德舜、鄭勝分、陳淑娟與吳佳霖著。2014。社會企業管理。新北市：指南書局。
4. 鄭勝分。2016。補助或投資？政策工具對社會企業發展之影響。*行政暨政策學報* 62：127-157。
5. Borzaga, C. 2013. Social enterprise. *Handbook on the economics of reciprocity and social enterprise*. Edited by L. Bruni and S. Zamagni, 318-326. Cheltenham and Northampton: Edward Elgar.
6. Borzaga, C. and J. Defourny, ed. 2001. *The emergence of social enterprise*. London and New York: Routledge.
7. Defourny, J. and M. Nyssens. 2012. Conception of social enterprise in Europe: A comparative perspective with the United States. *Social Enterprise: An Organizational Perspective*. Edited by B. Gidron and Y. Hasenfeld, 71-90. Hampshire: Palgrave Macmillan.



本期專題

8. Dixon, S., and A. Cliffors. 2007. Ecopreneurship: A new approach to managing the triple bottom line. *Journal of Organizational Change Management* 20(3): 326-345.
9. Etchart, N. and L. Comolli. 2013. *Social enterprise in emerging market countries: No free ride*. Hampshire: Palgrave Macmillan.
10. European Commission. 2014. *A map of social enterprise and their eco-systems in Europe*. London: European Commission.
11. Gidron, B. and Y. Hasenfeld, ed. 2012. *Social enterprises: An organization perspective*. Hampshire: Palgrave Macmillan.
12. Lee, E. S. 2015. Social enterprise, policy entrepreneurs, and the third sector: The case of South Korea. *Voluntas* 26: 1084-1099.
13. Liao, C. 2003. The next stage of CSR for Canada: Transformational corporate governance, hybrid legal structures, and the growth of social enterprise. *JSDLP-RDPDD* 9(1): 53-85.
14. Mohd Tobi, S. U. 2012. *Social enterprise application in urban facilities management setting: A service delivery model*. Saarbrücken: Lap Lambert Academic Publishing.
15. OECD 1999. *Social enterprise*. Paris: OECD.
16. OECD 2015. *Social impact invest: Building the evidence base*. Paris: OECD.
17. Stecker, M. J. 2016. Awash in a sea of confusion: Benefit corporations, social enterprise, and the fear of greenwashing. *Journal of Economics Issues* 2: 373-38.
18. Sulewski, T. , R. Dzombak, C. Bell and K. Mehta. 2012. A systemic and systematic assessment methodology for technology-based social enterprise. *International Journal for Service Learning in Engineering* 7(2): 13-34.
19. Wilburn, K. and R. Wilburn. 2014. The double bottom line: Profit and social benefit. *Business Horizons* 57: 11-20.
20. 中國慈善項目交流展示會網站。<<http://www.cncf.org.cn/>>（檢索於 2017 年 12 月）。
21. 社會企業標章／社區利益公司網站。<<https://www.socialenterprisemark.org.uk/goldmark>>（檢索於 2017 年 12 月）。
22. 香港社會企業有限公司網站。<<http://www.seemark.hk>>（檢索於 2017 年 12 月）。
23. 韓國法務部網站。<<http://www.law.go.kr/eng/engLsSc.do?menuId=1&query=social+enterprise&x=0&y=0#liBgcol0>>（檢索於 2017 年 12 月）。
24. 韓國社會企業振興院網站。<<http://socialenterprise.or.kr/eng/index.do>>（檢索於 2017 年 12 月）。
25. B LAB 網站。<<https://www.bcorporation.net/become-a-b-corp/how-to-become-a-b-corp/make-it-official>>（檢索於 2017 年 12 月）。

