

計畫編號：113 農再-1.1.1-1.1-保-001(11)

**建構青創團隊成果對焦國際永續影響力
標準研究計畫**

**Research on rural youth entrepreneurs
aligning with UNDP SDG impact standards**

執行單位：社團法人國際專案管理學會台灣分會

執行期間：113 年 02 月 07 日至 113 年 12 月 31 日

計畫主持人：柯勇全 共創委員會主委

農業部農村發展及水土保持署 編印

中華民國 113 年 12 月

(本報告書內容及建議純屬執行單位意見，僅供本局施政參考)

建構青創團隊成果對焦國際永續影響力標準研究計畫

摘要

本研究旨在應用社會影響力評估方法及國際永續影響力標準 (SDG Impact Standards)，研究青創或地方創生團隊的運營成果及創造的社會影響力，並對焦永續發展目標，識別其對社會和環境的重要影響。研究重點在於確認和總結哪些成果對團隊和其利害關係人最為重要，從而提供指導幫助團隊有效管理這些成果，包括正向和負向的影響。

透過建立社會影響力架構，青創團隊能夠在決策過程中進行風險評估和管理，促進組織內部協調，確保治理實踐、支持承諾和意圖的落實。本研究期待能促進青創團隊重新思考其商業模式和合作夥伴關係，推動創新和問題解決，並與未得到充分服務的利害關係人互動，讓他們參與決策過程。

本研究調查各團隊的重要成果與永續發展目標 (SDGs) 的相關性，幫助團隊更好地理解 and 應用 SDGs，並將其納入組織的使命和目標中，依據相關指標調整行動，建立追蹤永續發展和 ESG 進展的影響力架構，持續改進策略和行動。

關鍵詞：社會影響力、利害關係人、永續發展目標、農村青年創業團隊

Abstract

Our research aims to apply social impact assessment methods and international SDG Impact Standards to study the operational outcomes and social impact created by youth entrepreneurial and local revitalization teams, focusing on the Sustainable Development Goals (SDGs). The study emphasizes identifying and summarizing which outcomes are most important to the teams and their stakeholders, providing guidance to help teams effectively manage these outcomes, including both positive and negative impacts.

By establishing a social impact framework, youth entrepreneurial teams can conduct risk assessments and management during the decision-making process, enhancing internal coordination and ensuring the implementation of governance practices, commitments, and intentions. This research aims to encourage youth startup teams to rethink their business models and partnerships, promote innovation and problem-solving, and engage underserved stakeholders, allowing them to participate in the decision-making process.

The study investigates the relevance of each team's material outcomes to the SDGs, helping teams better understand and apply the SDGs, incorporating them into their mission and goals. Based on relevant indicators, actions will be adjusted to establish an impact framework for tracking progress on sustainable development and ESG principles, continuously improving strategies and actions.

Keywords: Social impact, stakeholders, sustainable development goals, Rural

Start-up and Youth Entrepreneur

目次

摘要.....	I
目次.....	III
第一章 緒論.....	1
第一節 背景與動機	1
第二節 目的與目標	2
第二章 工作執行方法與步驟	4
第一節 工作執行方法	4
第二節 工作執行步驟	8
第三章 工作進度與交付項目	14
第一節 工作執行進度	14
第二節 交付項目	15
第四章 結論及建議	79
第一節 結論	79
第二節 建議	89
參考文獻.....	92
附錄.....	附 1
113 年 Maximize Your Impact -影響力生態圈徵集計畫	1
期中審查意見回復表	6
期末審查意見回復表	9

第一章 緒論

第一節 背景與動機

在全球推動永續發展的背景下，創新創業成為促進社會變革和推動永續發展的關鍵力量。青創團隊，不僅是年輕創業者聚集的平台，更是一個創造社會影響力的重要來源。這些團隊在地區經濟發展、社會凝聚力增強、環境保護和文化傳承等方面，展現出多樣化的創新模式與積極貢獻。然而，隨著社會價值日益成為評估組織績效和資源分配的核心要素，如何科學、有系統的衡量和管理這些青創團隊所產生的社會影響力，成為一個重要課題。

近年來政府政策鼓勵下，農村青年創業團隊及地方創生團隊積極投入返鄉促進農村發展，目標不僅關注農產業的商品和服務的提供，同時注重兼顧與當地居民的合作，以促進在地商品的合作開發。此外，隨著環境（Environment）、社會（Social）和治理（Governance）三項因素的平衡發展成為焦點，這些青年創業團隊不僅尋求經濟上的成功，還關心他們的行動如何符合聯合國所提倡的永續發展目標（Sustainable Development Goals, SDGs）。

隨著 ESG 及 SDGs 的轉型浪潮，越來越多新創企業和組織投入於社會創新，期待能夠減少環境破壞，彌平社會不平等，並以此做為實現永續發展的重要任務。對於青年創業或地方創生的團隊而言，在執行計畫或是經營管理時，也該考慮生產過程不對環境造成傷害，並且關心社區的社會利益，同時建立有效的治理結構，以確保負責任的經營行為。此外如何對焦 SDGs，使做的努力都能與全球性目標保持一致，將其納入使命和策略，有助於永續發展目標的實現，不僅提高青

創或地方創生團隊們的社會影響力，還有助於吸引投資和支持。所以，我們需要一個架構或方法協助將「創造的成果對焦永續發展的目標」，以實現預期的結果，以做為決策的判斷依據，解決社會和環境問題的挑戰。

面對農村青年創業者所面臨的挑戰，也需要重視優化他們的活動，以增進農村社區的整體福祉，因此，國際 UNDP 標準中影響力評估與管理（Impact measurement and management, IMM）架構成為有力的工具。這個架構在國際上越來越被廣泛運用，以協助評估社會和環境影響，並基於這些評估結果來進一步增加影響力。

應用 IMM 架構測量農村青年創業者對社會和環境所帶來的正面和負面變化，並持續地尋找降低負面影響的方法，同時積極追求任何能夠增加影響力的機會。這種方法強調組織或創業者的靈活性，能夠隨時調整目標、戰略和營運方式，以追求最大的社會影響力，讓青創或地方創生的活動助於農村社區的發展和福祉。使農村青年創業者了解他們的影響，還可以幫助改善創業計畫，建立具包容性和永續性的創業形式，為農村社區的人們和環境提供支持和利益，進一步接軌業界的 ESG 議題，增加青創或地方創生團隊與公司企業的合作機會，對焦最新國際趨勢。

第二節 目的與目標

社會影響力(Social Impact)在於了解人們對其福祉變化的相對重要性，並從中獲得的洞察來做出更好的決策，以確保企業或組織所做的決策，專注於對人類和地球有價值的事情，增加組織活動的整體

社會價值。

本研究計畫應用社會影響力評估方法及國際 SDG Impact Standards 等方法，由青創或地方創生團隊為研究對象，從識別哪些成果(影響)事關重大且相關，進行歸納與總結，進一步提供指導，使團隊的組織能有效管理這些成果(包含正面及負面的成果)。青創團隊的發展，除了承擔經濟創造的責任，也因其活動的社會和環境影響而與 SDGs 的價值取向高度契合。如何有效地將青創團隊的創新行動與 SDGs 具體目標對接，並系統性地評估其影響，成為政策制定者和投資者在支持創業計劃時的重要考量。

本研究的目標是探討青創團隊對不同利害關係人的影響，進而分析這些影響在 SDGs 的框架下的貢獻。具體來說，本研究將聚焦於三個方面：一是辨識這些青創團隊的核心利害關係人群體；二是詳細分析各利害關係人在青創行動中的具體變化和影響；三是檢視這些影響與 SDGs 目標的聯結，以期為青創團隊的社會價值增強及策略優化提供科學依據。

透過本研究，期望能為未來的青創計劃提供更具體的影響評估工具和建議，以幫助青創團隊在創新過程中更有策略地提升其社會和環境貢獻，並在全球推動永續發展的浪潮中佔據更重要的地位。

第二章 工作執行方法與步驟

第一節 工作執行方法

一、影響力評估方法

本研究將應用影響力評估方法，以改變理論(Theory of change)的核心概念，著眼於利害關係人所經歷的改變，並描繪出投入、活動產出、成果及影響力之間的邏輯推導(如圖 2-1)，以影響力價值鏈(Impact value chain)的方式繪製出影響力地圖，了解計畫最終的成果及影響力。因此，評估過程將以相關利害關係人為研究對象，並以質性及量化的方式進行訪談及問卷調查，將從利害關係人的基本資料、屬性、改變數量(scale)、改變程度(depth)、計畫的貢獻度及感受反饋等面向設計，以探討各利害關係人之觀點與改變情形，綜整計畫整體成果及影響力。

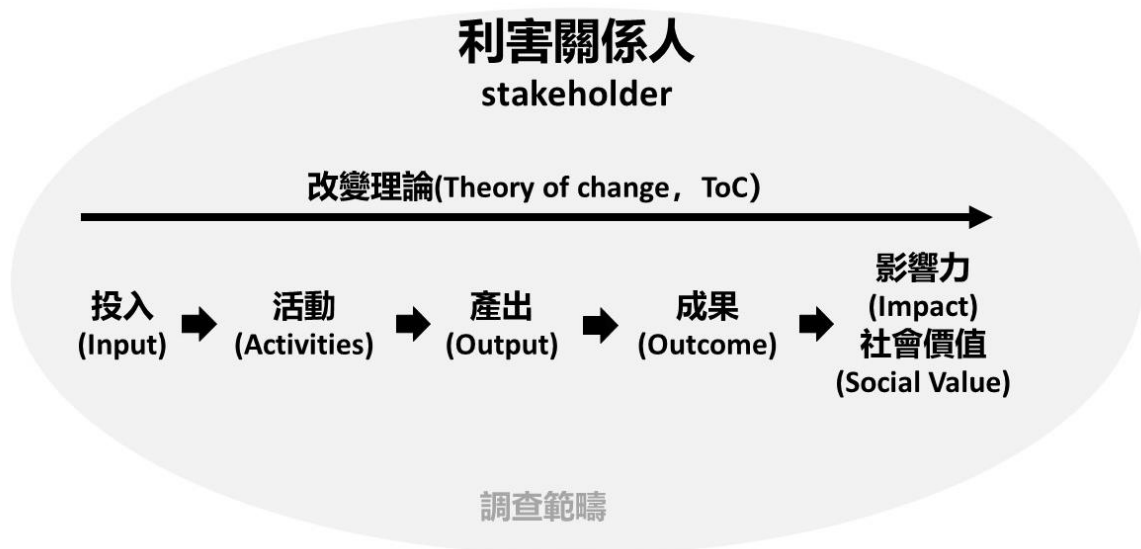


圖 2-1 以影響力價值鏈的方式繪製出影響力地圖

二、國際永續影響力標準(SDG Impact Standards)

聯合國開發計畫署（UNDP）是聯合國的全球發展網路。為幫助人民創造更美好生活，聯合國開發計畫署積極推動變革並為各國提供知識、經驗和資源，聯合國開發計畫署以推動世界根本變革為己任，以實現聯合國永續發展目標（SDGs）融合為使命。聯合國開發計畫署在全球 170 多個國家和地區開展工作，協助各國政府和人民用符合自身發展條件的解決方案應對全球和國家發展挑戰，支持國家規劃實現 SDGs。

永續發展目標影響標準(SDG Impact Standards)旨在幫助企業和投資者將永續發展和 SDG 納入其管理體系和決策實踐中。它們是類似於 ISO 標準的管理實務標準，而不是外部報告或績效標準。

SDG Impact Standards 建立在影響力衡量與管理(Impact Measurement & Management, IMM)的基礎上並對其進行補充。這標準提供一個決策框架，以理解現有的相關原則、框架和工具，同時補充當前實踐中的空白，這些空白正在破壞永續發展和實現 SDG 的進展。所有永續發展目標影響標準（包括聯合國開發計畫署 UNDP 永續發展金融影響標準）均遵循相同的架構。透過這種方式，SDG Impact Standards 為永續發展、SDG 和決策影響管理創建共享語言和方法，並將整個系統的不同參與者聯繫起來。這為永續發展目標提出新的解決方案，加強跨部門合作為創造有利環境奠定基礎。

三、SDG Impact Standards 的四個標準

核心價值為實現永續發展目標做出積極貢獻，強調如果不尊重人權、地球環境和其他負責任的商業行為，就無法實現目標，並透

過有效的影響管理和決策來實現。SDG Impact Standards 基於四個標準「策略」、「管理方法」、「透明度」和「治理」(如圖 2-2)，以增加組織永續經營並為永續發展目標做出積極貢獻。鼓勵組織使用永續發展目標影響標準和相關自我評估工具來進行差距分析，並制定計畫隨著時間的推移改進實踐，也鼓勵各組織使用與永續發展目標影響標準一起制定架構。

- 標準 1-策略：策略為核心的標準，將永續發展和 SDG 納入宗旨和策略非常重要，將注意力、焦點和資源集中到重要的事情上，以及組織可以對重要成果產生重大影響的領域，包括減少負面成果。
- 標準 2-管理方法：將負責任的商業實踐和影響管理融入組織系統和決策中，有助於組織擬定執行方法並在執行項目之間做出明智的選擇，以優化其對永續發展和實現永續發展目標的貢獻。永續經營責任和為實現永續發展目標做出貢獻並不是對已完成業務的補充而是所有業務。
- 標準 3-透明度：是指對利害關係人（包括那些在未來受到組織決策和活動影響或潛在影響的各方）負責的一個重要因素。這可以幫助利害關係人做出明智的決策，例如是否願意與組織合作或為組織工作、投資或貸款給組織、購買或使用組織的產品和服務。
- 標準 4-治理：治理是將負責任的業務和影響實踐管理納入組織決策的重要要素。組織的非正式和正式治理機制定義了行為期望、決策如何制定以及組織如何根據其價值觀、原則和政策對其決策和行動負責。



圖 2-2 SDG Impact Standards 的四個標準

四、影響力管理計畫 (Impact Management Project, IMP)

影響力(Impact)是組織引起的結果的改變，影響可以是正面的，也可以是負面的，可以有意的，也可以是無意的。成果(Outcome)是一群人因事件或行動而體驗到的福祉或自然環境改變的狀況。而影響力管理是識別企業或是小型公司對人類和地球的正面和負面影響，然後減少負面影響並增加正面影響的過程。我們將其應用於參與本計畫青創團隊，除了協助衡量團隊的影響力，進一步幫助團隊管理影響力。

第二節 工作執行步驟

一、徵求青創團隊

徵求投入農村社區、社會創新、地方創生及社會問題解決之青農、企業、社會團體、法人團體或協會組織等參與本研究計畫，針對已完成或正在進行中的組織或專案，盤點所創造的影響力，從中歸納出重要成果對焦 SDGs，並協助青創團隊建構影響力管理架構，有助於未來持續衡量影響力。

二、辦理社會影響力評估工作坊

為幫助青創團隊建構影響力基本概念，舉辦 7 小時以工作坊形式之啟動共識營，透過共識營讓參與的團隊對各自努力項目盤點其成果及使參與者皆具備影響力思維。由於大部分青創團隊對於績效認知各有不同，且大多數採以產出(output)資料為績效表現方式，因此，共識營將採用由下而上(bottom-up)方式，盤點活動或專案項目之相關利害關係人所帶來的改變，透過不同型態之利害關係人角度，盤點出共通績效(common outcomes)並確認重要之成果(material outcomes)。

本次啟動共識營有助於轉換不同角色設定目標，並在顧及橫向和縱向之關聯子目標，建構具有影響力之系統性整體目標，讓所有參與者都能理解進行影響力評估的目的與重要性。

另外，規劃於期中階段辦理一場建構指標及設計調查方法的工作坊，指導青創團隊將成果對焦 SDGs 及設定指標以確認成果發生，後續透過量化調查利害關係人，了解成果的改變數量(scale)及改變程度(depth)。

三、國際社會價值執業師輔導及回顧會議

參與本研究團隊將配有國際社會價值協會 (Social Value International, SVI) 之資深執業師 (AP3) 及認證講師進行專案輔導，並為每團隊提供初階執業師 (AP1) 或助教，進行專案監督及協助盤點成果，由執業師一對一協助建構組織影響力地圖 (Value Map)。團隊或專案完成影響力成果地圖，並由執業師共同認可 (Assured)，以確保團隊影響力成果有效性。

團隊執行期間在執業師指導下，進行利害關係人辨識、利害關係人議合 (質性調查及量化調查)，問卷分析、管理流程導入及報告撰寫等流程，同時須配合使用線上共筆 Excel、Trello、Line 或相關軟體進行報表撰寫、進度規劃及時程管控。於每隔一段時間進行回顧會議檢討修正。

四、利害關係人議合

計畫起始階段在啟動共識營中，與青創團隊確認各選定組織影響力範疇 (如表 2-1)，包含組織的目標、執行專案的目標、包含執行哪些活動及分析期間、目的及用途等。

表 2-1 社會影響力範疇分析表

範疇分析						
組織名稱					撰寫者	
組織目標					日期	
專案名稱					專案期間	
專案範疇	專案活動		專案目標		分析期間	
	共同參與 (提供資金/ 協助執行)		分析用途		分析性質 (評估/預測型)	

確認分析範疇後即進行第一次利害關係人辨識，將初步分類利害關係人，初估可議合數量及方式。並參照過去相關第三方報告來確定，可能涉及利害關係人(如表 2-2)。根據國際社會價值學會之準則，在現場議合過程，根據利害關係人回饋修正利害關係人，確認利害關係人是否納入評估，並考慮計畫活動對不同利害關係人的改變是否相關性(relevance)及顯著性(significance)，這需要隨著評估過程所獲得的利害關係人反饋中，決定或修正利害關係人是否納入。

表 2-2 利害關係人盤點議合表

利害關係人		預估可 議合母 數	瞭解/確認成果		議合 人數	列入或不列 入利害關係 人理由	列入 與否
主群組	子群組		訪談 人數	問卷調 查數量			

五、建構影響力地圖

各團隊在確定好評估範疇後，一一盤點哪些利害關係人受到計畫(活動/干預)而改變或哪些利害關係人影響計畫(活動/干預)的執行，確認相關的利害關係人，將分別針對利害關係人進行質性訪談議合，建立不同利害關係人族群之投入(如表 2-3)及成果事件鏈(如表 2-4)，以初步建立各團隊的影響力地圖 (Impact Map)，在計畫執行過程中，將結合後續對利害關係人質性和量化訪談中不斷調整修正。

表 2-3 投入說明

利害關係人 (子群組)	投入			貨幣化	投入說明
	資金	時間	物資	(NTD)	
計畫預期會影響的個人、組織、單位或特定對象	該利害關係人所投入的資金	該利害關係人所投入的時間	該利害關係人所投入的資源、貨品或實物	前面投入換算成貨幣的總和	陳述各項投入如何換算為貨幣化的依據
合計				\$	

表 2-4 成果事件鏈說明及指標盤點表

利害關係人 (子群組)	計畫投入 INPUT	活動/產出 ACTIVITIES/ OUTPUT	成果事件鏈 說明	成果 OUTCOMES	指標 (INDICATOR)
計畫預期會影響的個人、組織、單位或特定對象	投入於計畫的金錢、人力、時間或資源。	計畫中所舉辦的各種活動或各種服務時數、人數或產出物，盡可能以量化方式呈現	因為執行計畫對利害關係人所造成的改變，應該以合理的因果關係或邏輯模式，陳述計畫產出或活動對利害關係人的改變過程，撰寫成果的事件鏈。每一個利害關係人，可能會有一個以上成果	每一個利害關係人，可能會有一個以上的成果	針對前一欄之成果選定一個明確的、可量測的指標，這個指標可以是主觀的或是客觀的指標

待在完成不同利害關係人族群之成果事件鏈調查後，即開始建立不同成果之指標(indicators)系統，將根據青創團隊可收集的資料及未來管理之可行性，針對每一個不同成果，設計可行之指標及問卷調查方式。

六、成果對焦永續發展目標

團隊所建構影響力地圖將成果對應其組織目標及永續發展目標，並應用永續發展目標影響標準(SDG Impact Standards)，以策略、管理方法、透明度和治理四個標準，增加組織永續經營並為永續發展目標做出積極貢獻的可能性。將永續性置於價值創造的核心和目標的核心，幫助團隊決策哪些影響是重要且相關的，以及如何管理它們。指導組織重新構想業務模式和合作夥伴關係，以創新、創建解決方案並接觸服務不足的利害關係人，讓利害關係人參與決策。它們幫助確定決策需要多少訊息，以及在資訊不足時如何管理風險，調整整個組織的激勵措施，並確保治理實踐強化組織的承諾和意圖。

鼓勵團隊使用 SDG Impact Standards 和相關自我評估工具，來進行差距分析並制定計畫以隨著時間的推移改進實踐。也鼓勵各組織使用與 SDG Impact Standards 一起制定架構，朝著針對永續發展目標影響標準的獨立保證取得進展，有助於青創團隊未來與大企業合作響應 ESG 實踐，增加放大影響力的機會。

七、辦理成果發表

本研究結果將邀集所有參與者舉辦成果發表會，徵求青創團隊

或執業師進行個案或全案之成果發表，將影響力管理及建構青創團隊之 SDG Impact Standards 成果分享，使青創或地方創生團隊放大成果效應，進而助於農村社區的發展和福祉、接軌業界的 ESG 議題及對焦最新國際趨勢。

第三章 工作進度與交付項目

第一節 工作執行進度

本計畫重要工作項目為建構青農或地方創生團隊之國際永續影響力標準模式、招募及徵選青創團隊及國際社會影響力執業師、辦理啟動共識營及培訓工作坊、青創團隊與影響力執業師媒合、1 對 1 影響力執業師輔導追蹤及辦理成果發表會等。

本計畫已完成徵選 16 組青創團隊及 3 位國際社會影響力執業師、113 年 3 月 29 日辦理社會影響力評估啟動共識營、進行 1 對 1 輔導 60 多場線上輔導諮詢及回顧會議、113 年 6 月 1 日辦理建構指標及設計調查方法的工作坊、參與 2024 年 PMI Taiwan International Congress, PTIC 成果發表、113 年 11 月 8 日辦理 Maximize your impact 影響力生態圈成果發表會。期末進度執行情形如甘特圖(圖 3-1)

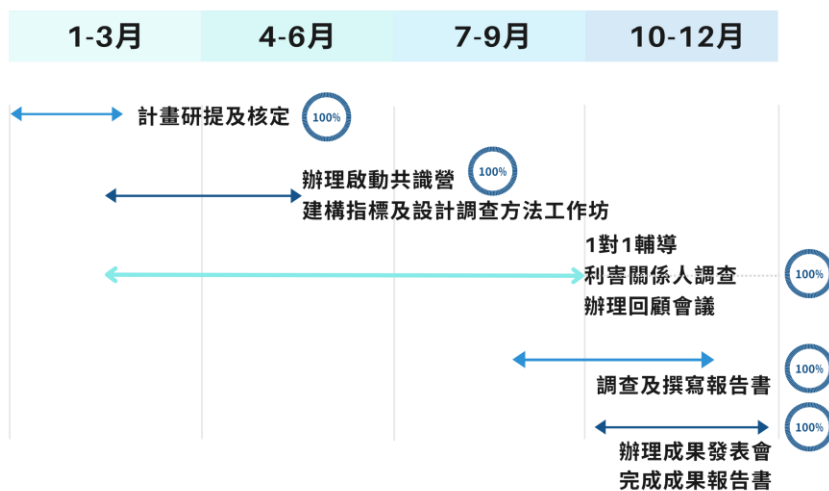


圖 3-1 期末進度執行情形進度表

第二節 交付項目

一、招募及徵選

本計畫自核定後隨即擬定徵件須知(如附錄一)，並於 113 年 2 月 19 日至 3 月 24 日公開徵求青創團隊參與社會影響力生態圈計畫(為本案對外招募之計畫名稱)(圖 3-2)，同時也招募國際社會影響力執業師參與指導。

Maximize Your Impact

2024

影響力生態圈徵集計畫

Are you ready to join us?

開始報名

應用影響力衡量與管理思維，促使團隊在整體資源的配置及應用上，精準對焦企業ESG或善盡社會責任之公益需求，透過專業及透明之影響力展現，創造企業在邁向永續轉型及公益推動、有效責信及管理，建立台灣影響力團隊共好生態圈。

時程規劃

2/20-3/25 徵集開跑
3/29 第一階段 影響力工作坊
3/30-9/30 輔導期 第二階段工作坊
10月 建構團隊成果
11月 成果發表會

計畫特點

- ✓ 獲得國際社會價值學會(SVI)核可之資深執業師及顧問輔導盤點
- ✓ 可優先參加本中心規劃之相關永續發展影響力衡量與管理課程
- ✓ 協助推廣與彰顯團隊影響力績效，優先串聯相關企業ESG需求

徵集對象

投入社會創新、地方創生及社會問題解決之企業、社會團體、法人團體或協會組織等

報名表單

聯絡資訊

- ☎ (04)2218-8055 徐專員 或 (04)2218-8532 許專員
- ✉ cmpl@mail.ntcu.edu.tw

農業部農村發展及水土保持署 社團法人國際專業管理學會台灣分會 國立臺中教育大學管理學院社會企業中心 台灣地方創生基金會

圖 3-2 徵件活動海報

(一)徵選青創團隊

本次徵選活動吸引來自全台不同專業背景的 25 組青創團隊報名。為了進一步提升計畫品質，並確保參與團隊對社會影響力的理解和承諾，我們針對參與的團隊的篩選機制如下：

- 1.影響力目標明確性：在申請階段要求團隊清楚闡述其預期的社會影響力目標，並具體說明衡量這些目標的方式。
- 2.永續發展目標的連結性：要求團隊說明專案與 SDGs 的關聯性，並提出具體行動方案，展現其對永續發展的承諾。
- 3.團隊多元性：鼓勵跨領域、跨背景的團隊參與，促進多元觀點的交流並推動創新解決方案的產生。
- 4.團隊經驗和能力：評估團隊在社會影響力相關領域的經驗，並考量其成員的專業背景與執行能力，以確保專案執行的有效性。
- 5.共識營篩選：在書面審查後進行共識營活動篩選，深入了解團隊的理念、執行計劃，以及其對社會影響力的理解程度。

經過啟動共識營，參加團隊對整體研究目的及後續的盤點和調查程序有了清晰的了解。最終，我們將相關成果與 SDG Impact Standards 對焦，共有 16 組團隊參與此次研究調查（如圖 3-3 及表 3-1 團隊簡介）。

影響力生態圈



圖 3-3 參與本研究之青創團隊

表 3-1 參與本研究之團隊簡介

團隊名稱	領域	簡述
環海淨塑	環境保護	推廣循環杯租借服務，減少一次性塑膠廢棄物。
蘭子工作室	傳統技藝傳承	傳承蘭草編織技藝，吸引年輕世代投入，結合文化創意提升產業價值。
袋代設計有限公司	永續教育	推廣永續思維和環保手作，將工業邊角料轉化為環保手作材料。
斯創教育工作群	環境教育	推廣永續森林經營，以互動式體驗方案引導大眾了解森林生態價值。
八百金股份有限公司	生態農業	推動無農藥生態村，以「流域收復」概念擴大石虎棲地，推動生態與農業共存。
第四市場/傳動經營	文化創意、青	活化歷史建築，結合漫插畫主題和在地農

管理顧問	年創業	特產品，打造青年創業和文化景點。
雷打石時農行銷有限公司	循環經濟	將鴨蛋殼循環再利用，轉化為抗菌用品應用於紡織、橡膠、塑膠及建材等材料中。
點點善有限公司	社會企業	透過數位共創平台，讓弱勢群體的藝術創作與商業設計結合，創造社會價值。
小羊社會創新工作室/集大陳	文化傳承	推廣多元的大陳文化，提供飲食、工藝和社區走讀活動。
阡陌游 Agri Dive	特殊教育	提供聽損家庭的農村體驗教育，以特殊教育為出發點，發展具有地方特色的深度體驗。
俗女村創意文化有限公司	地方創生	以服務主導邏輯為主軸，擾動當地文化重新挖掘、定位、創造其商品及服務，將文化、歷史、當地特色以及問題變成可永續經營發展的產品。
心之谷	身心靈健康	透過身心靈課程活動和商品服務，協助人們提升幸福感。
郡碩農創有限公司	智慧農業	使用 AIOT 技術監控龍眼乾加工溫度系統，提高生產效率和產品品質。
多加社會企業社	社會企業	協助 50 歲以上婦女透過手工縫紉與設計重拾自信，並推動永續環境行動。
拾蚯樂(澧株永續有限公司)	循環農業	推動蚯蚓養殖和蚓糞研究，處理有機廢棄物，生產天然肥料。
通利水產行	黑蜆養殖	推動漁民轉型養殖黑蜆，並將廢棄貝殼轉化為教育教材。

(二)招募國際社會影響力執業師

由本研究主持人柯勇全教授，同時也是國際社會影響力資深執業師及 Trainer of SDG Impact Standard for Enterprise，及 3 位國際社會影響力執業師(圖 3-4)共同指導各青創團隊社會影響力盤點，透過執業師豐富的實務經驗，提供各青創團隊正確的社會影響力思維，亦促進跨領域合作和學習。



做一個Change Maker，我們的使命就是協助企業、青創團隊及學校放大影響力

柯勇全

台中教育大學管理學院 社會企業中心 執行長
台灣地方創生基金會 董事
台灣社會影響力研究院 理事
國際專案管理學會 PMP/共創委員會主委
Social Value Int. Lv3資深執業師/講師
Trainer of SDG Impact Standard for Enterprise
孔雀魚普惠科技 顧問
社會影響力思維 主持人

☎+886 928-906-698
✉ycko1973@gmail.com





掌握好你的利害關係人
微小的改變也能產生巨大的影響

郭庭瑜

現職 國際敏捷專案管理師 PMI-ACP
國際社會價值執業師 (SVI Associate Practitioner)

專長 社會影響力評估、成效評估
敏捷管理、組織運作與管理
專案規劃與執行、社區合作
文案撰寫與設計、提案計畫

☎+886 960-378744
✉espntt@gmail.com





設定你想要的改變!
Work hard! Play hard!
放大發揮你的影響力!

鄭逢緯

現職 2030 SDGs Game引導師
SVI國際社會價值執業師 (Lv1 Associate Practitioner)
青年i培力 共同創辦人
社會價值影響力評估、團體動力
團隊建立、組織實務運作與管理
社會企業創新專案規劃與執行
合作文案撰寫與設計、提案計畫

☎+886 916-979-683 (LINE ID)
✉willbeok0707@gmail.com
✉go2gether.club@gmail.com





我們一起發揮社會影響力

陳姝娟

現職 人力資源管理專業講師及諮詢顧問
勞動力發展署TQOS人才品質發展管理系統輔導顧問
團隊共創專案引導者
IDG Taipei Impact Hub Coordinator「內在發展目標」倡議者

專長 策略性人力資源管理與規劃、薪酬制度設計與規劃、績效管理制度設計與規劃、ESG永續人才職能基準與職能導向設計與規劃、組織學習、組織策略與變革、領導與管理

☎+886 936122243
✉amy.sj.chen@gmail.com



圖 3-4 國際社會影響力執業師

二、辦理社會影響力評估工作坊

(一)啟動共識營

為落實永續發展目標，因應產業時代潮流需求，扶植永續創業及社會創新提案團隊，在整體資源的配置及應用上，能夠精準對焦企業 ESG 或善盡社會責任之公益需求，透過專業及透明之影響力展現，創造企業在邁向永續轉型及公益推動，能夠有效責信及管理，以建立台灣影響力團隊共好生態圈。本次舉辦培訓課程工作坊，帶領所有團隊從認識社會影響力評估，到實際導入影響力衡量與管理(Impact Measurement & Management, IMM)思維

於現行專案執行。

1. 時間：113 年 3 月 29 日(六)

2. 地點：國立臺中教育大學英才校區(台中市西區民生路 227 號)

英才樓 4 樓 R412 教室

3. 工作坊流程

時間	活動內容	人員	備註
09:00-09:30	報到		
09:30-09:40	計畫簡介	柯勇全執行長	
09:40-09:50	貴賓介紹	林欣怡院長、柯勇全 執行長	
09:50-10:00	致詞	陳美伶董事長、郭伯 臣校長	
10:00-10:30	團隊介紹	各團隊 1min	
10:30-10:35	簽約儀式	陳美伶董事長、郭伯 臣校長、林欣怡院長	
10:35-10:40	大合照	工作團隊	
10:40-12:00	為什麼需要 影響力評估與管理	柯勇全執行長、AP1 執業師、各團隊	
12:00-13:00	用餐		
13:00-15:00	計畫目標、活動及 利害關係人辨識與實作	柯勇全執行長、AP1 執業師、各團隊	
15:00-16:30	成果辨識與實作	柯勇全執行長、AP1 執業師、各團隊	
16:30-17:30	成果展現與討論	柯勇全執行長、AP1 執業師、各團隊	

4. 活動紀錄



圖 3-5 由柯老師主講社會影響力評估的原則與概念，使團隊熟悉影響力評估與管理操作。



圖 3-6 由國際社會影響力執業師與青創團隊分組討論，分析範疇與目的。



圖 3-7 由國際社會影響力執業師與青創團隊分組討論，分析範疇與目的。



圖 3-8 由國際社會影響力執業師與青創團隊分組討論，分析範疇與目的。



圖 3-9 分組討論專案執行對利害關係人的改變及專案的成果有哪些。



圖 3-10 活動大合影



圖 3-11 本次活動邀請農業部農村發展與水土保持署、臺中教育大學管理學院社會企業中心、台灣地方創生基金會及國際專案管理學會等嘉賓參與。

(二)建構指標及設計調查方法的工作坊

青創團隊依序從分析範疇、確定目標、盤點利害關係人、計算投入及描繪成果等，本次工作坊將聚焦於如何訂定成果的指標及設計問卷或調查訪剛，以利進行各青創團隊的社會價值衡量。

1. 時間：113 年 6 月 1 日(六)

2. 地點：國立臺中教育大學英才校區 3 樓 R305 橢圓會議室

3. 工作坊流程

時間	活動內容	人員	備註
09:00-09:30	報到		
09:30-11:30	檢討各青創團隊 影響力盤點表	柯勇全執行長、API 執業師、各團隊	

11:30-12:30	指標設定教學	柯勇全執行長、AP1 執業師、各團隊	
12:30-13:30	用餐		
13:30-15:00	指標設定教學	柯勇全執行長、AP1 執業師、各團隊	
15:30-17:00	問卷設計	柯勇全執行長、AP1 執業師、各團隊	
17:00-17:30	綜合討論		

4. 活動紀錄



圖 3-12 柯老師一一檢討團隊影響力地圖



圖 3-13 各青創團隊檢討及修正事件鏈及設定成果基線



圖 3-14 分組討論及檢視成果指標的設定



圖 3-15 分組討論及檢視成果指標的設定

三、國際社會價值執業師輔導及各青創團隊影響力盤點結果

本研究將由國際社會價值協會 (Social Value International, SVI) 的資深執業師 (AP3) 和認證講師進行專案輔導。每個團隊還將配備初階執業師 (AP1) 或助教，以確保專案進展並協助盤點成果。執業師將一對一幫助團隊建構組織影響力地圖 (Value Map)。團隊或專案完成影響力成果地圖後，將由執業師共同認可 (Assured)，以確保其影響力成果的有效性。以下為各青創團隊影響力盤點初步結果，雖尚非最完整，但初步已能看出相關成果類態。

(一)環海淨塑

1. 範疇分析

環海淨塑成立於 2020 年九月，是由多位產界賢達共同創立的新創公司。在公司成立之前，股東董事與管理階層已透過社會企業或基金會等方式，持續推動減塑生活的理念。環海淨塑專注於減少一次性塑膠廢棄物，提供約佔社會 20%的「不塑之客」各種減塑替代方案，包括生物可分解材料、玻璃和陶瓷等。

然而，社會上約 80%的人仍因塑膠的便利性和耐用性繼續使用塑膠產品。基於提升「源頭減廢」的效益和促進塑膠資源再利用的目標，環海淨塑認為必須立即採取行動來改變這一現狀。塑膠本身並無過錯，關鍵在於如何有效回收和再利用這些使用後的塑膠製品。

本次參與影響力評估的範疇以「塑環真循環杯行動解決方案」配合政府政策，2023 年與合作超商、飲料門市等合作，目標減少一次性飲料杯之使用達 15%，以切合 SDGs 12.5 目標。以下為環海淨塑的範疇分析表(表 3-1)。

表 3-1 環海淨塑之專案範疇分析表

專案範疇分析說明表						
範疇分析						
組織名稱	環海淨塑				撰寫者	
組織目標	透過循環設計的產品與服務，以循環經濟翻轉傳統的線性生產與消費模式					
專案名稱	塑環真循環杯行動解決方案				日期	2023/10/26
專案範疇	專案活動	1. 循環杯與相關設備之生產與設計 2. 循環杯清洗線建置 3. 會員管理平台系統 4. 產品回收再製	專案目標	配合政府政策，2023年合作超商與飲料門市15%減少一次性飲料杯之使用，並切合SDGs 12.5 目標（透過預防、減量、回收和再利用，大幅減少廢棄物產生）。	專案期間	2022/03/31 至今 啟動
					分析期間	2023/01/01 2023/12/31
		共同參與 (提供資金/協助執行)	1. 中央與地方政府相關輔導單位 2. NGO/NPO環境團體 3. 企業客戶	用途	1. 使得利害關係人能夠清楚了解效益 2. 公司營運需求，資源有效利用與分配	分析性 價值 (評估/預測型)

2.盤點利害關係人及成果事件鏈

環海淨塑與企業、超商或量販通路與品牌商攜手合作，翻轉目前多為尋找包裝的替代材質及回收的通路減塑策略，從產品設計和銷售模式的改革提供「循環包裝容器」與「循環餐飲容器」解決方案。下圖 3-16 為環海淨塑營運系統圖。



圖片來源:環海淨塑官網

圖 3-16 為環海淨塑營運系統圖

此外，「塑環真循環杯行動解決方案」透過合作通路導入循環杯租借服務，提供合作通路循環杯運送、清洗、回收等服務，同時也服務循環杯使用者便利的借還服務，減少製造一次性的塑膠廢棄物，符合國家減塑政策與關心環保議題的非政府組織合作倡議環境保護。透過利害關係人的盤點與議和，主要以「合作通路」、「循環杯使用者」、「環海執行團隊」、「非政府組織」、「政府機構」及「地球環境」等為利害關係人，經歷的改變包含節省成本、增加收益、提升品牌形象、增加成就感、對於環保減塑政策的認同感、減少廢棄物及碳排等，相關成果事件鏈如表 3-2。

表 3-2 環海淨塑之成果事件鏈表

利害關係人 (子群組)	活動/產出 ACTIVITIES/ OUTPUT	成果事件鏈說明 Theory of Change	預期成果 OUTCOMES
計畫預期會影響的個人、組織、單位或特定對象	計畫中所舉辦的各種活動或各種服務時數、人數或產出物，盡可能以量化方式呈現	因為執行計畫對利害關係人所造成的改變，應該以合理的因果關係或邏輯模式，陳述計畫產出或活動對利害關係人的改變過程，撰寫成果的事件鏈。每一個利害關係人，可能會有一個以上成果	每一個利害關係人，可能會有一個以上的成果
全家 萊爾富 OK Mart 頂呱呱 cama cafe Q Burger 鮮茶道 Coffee law 樂天棒球場	超商導入與推廣 (B2C) 全年無休循環杯租借服務	承諾與討論循環杯之服務內容=>高層向門市與員工宣傳和進行人員訓練=>導入循環杯服務	1. 節省自行建置的成本
		導入循環杯服務=> 使用環海循環杯服務=> 通路與媒體宣傳=> 使用者對品牌的認同感提升	2. 減碳減廢品牌形象提昇
		循環杯到店上架=>使用循環杯裝盛飲料=>消費者還杯=>購買其他商品	3. 增加主動來店或帶動其他產品的銷售機會
循環杯使用者	使用循環杯租借服務	至超商通路租借循環杯=>減少一次性垃圾=>覺得為環境盡心力	1. 獲得對地球盡番心力的成就感
		至超商通路租借循環杯=>使用後歸還=>感受到不用自帶循環杯的便利且無需清洗杯子	2. 使用上感到安心便利
		至超商通路租借循環杯=>免費使用循環杯服務，減輕使用者的經濟負擔=>提高參與意願	3. 免費使用覺得很有滿足感，體驗更願意繼續使用
環海執行團隊 / 股東	運營與推廣 (B2B2C) 循環杯解決方案	系統與清洗線建置，人力編制=>使用量等產生經濟規模不如預期=>產生運營時間與成本壓力	1. 投入成本與營收壓力
		通路與媒體曝光=>企業與其他類型通路提出需求=>通路增加與企業導入	2. 品牌知名度提升
綠色和平組織	1. 協助倡議與宣傳 2. 組織媒體與海外參觀團，增加曝光	持續關注導入狀況=>新聞發佈與倡議=>獲得地區與總部組織的肯定 (發布東亞首例大規模導入循環杯)	1. 增加媒體曝光

政府機構 中央)	1. 限塑政策下，超商與速食連鎖提供循環杯門市家數比例： 2023 5% 2024 10% 2025 30%	政令宣達=>通路導入循環杯=>達成政令要求	1. 對於循環杯政策之認同
	2. 經濟部產業發展署計畫補助	計畫審批=>期中報告=>期末報告	3. 政績曝光或知名度
政府機構 地方)	桃園市政府2022年地方產業創新研發推動計畫	計畫審批=>期中報告=>期末報告=>成果分享	1. 增加成功案例與政績
地球	-	使用循環杯=>減少一次性飲料杯使用=>減少廢棄物	1. 減少一次性廢棄物
	-	使用循環杯=>減少一次性飲料杯使用=>減少碳排放	2. 碳排放量減少

(二)蘭子

1.範疇分析

蘭子團隊秉持著友善蘭草產業的初衷，期望藉由「產品開發」、「品牌經營」、「友善耕作」、「工法紀錄」、「教學傳承」等五大面向，傳承蘭草的文化技藝。其影響力在於吸引中青世代投入蘭編學習，培育蘭編師資，並以系統性、圖像化方式整理蘭編工法，讓流傳兩百多年的技藝以易懂的方式讓更多人知道，此外，亦結合文化創意，提升蘭草產業的價值，活絡在的經濟並創造在地對蘭草產業的認同感。以下表 3-3 為蘭子針對「蘭編工藝復興，蘭草產業的永續發展」作為本次的範疇分析內容。

表 3-3 蘭子工作室之專案範疇分析表

專案範疇分析說明表						
範疇分析						
組織名稱	藺子工作室				撰寫者	廖怡雅
組織目標	藺編工藝復興，藺草產業的永續發展					
專案名稱	藺編工藝復興，藺草產業的永續發展				日期	112.10.21
專案範疇	專案活動	1. 藺編品製作/銷售 2. 產品研發 3. 品牌經營 4. 藺草無毒耕作 5. 工法紀錄 6. 教學傳承	專案目標	1.提升工藝師自我認同及增加收入 2.降低工藝師平均年齡，減少產業危機 3.培訓工藝師，彌補技術斷層 4.更多農人投入藺草種植，降低原料危機 5.提升民眾對產業的認同度 6.創造良好的產業工作環境	專案期間	112.1.1-112.12.31
					分析期間	112.1.1-112.1.31
		共同參與 (提供資金/協助執行)		用途	1. 內部營運及管理方針調整 2. 與消費者溝通 3. 爭取2024年政府/企業補助	分析性 值 (評估/預測型)

2.盤點利害關係人及成果事件鏈

有別於其他團隊針對專案計畫進行影響力評估，而蘭子工作室以全組織進行盤點，未來將定期追蹤相關利害關係人的影響力情形，並納入組織治理的評估依據，持續地進行管理並對利害關係人做出更負責的決策，經盤點利害關係人及議和後，主要以「蘭子組織」、「蘭子員工夥伴」、「蘭編工作者」、「消費者」、「社區編織班成員」、「草農」、「帽蓆行」及「通路」等。對於利害關係人的改變包含增加品牌知名度、增加收入、提供良好的工作環境、獲得成就感、提升自我生活認同感、提升對蘭草產業的認同感等，詳細如表 3-4 蘭子之成果事件鏈說明表。

表 3-4 蘭子之成果事件鏈說明表

利害關係人 (子群組)	活動/產出 ACTIVITIES/ OUTPUT	成果事件鏈說明 Theory of Change	預期成果 OUTCOMES
蘭子	經營2家實體門市及2個線上購物網站，販售蘭編商品與課程	民眾可以在實體店面或網站上欣賞蘭子製作的蘭編商品→民眾瞭解品牌及商品細節→認識蘭子品牌 在各地的通路上架蘭子的商品→民眾在不同地點可以購買到蘭子的商品 →原本不認識蘭子的民眾有機會認識這個品牌	1-1提升品牌知名度
		民眾可以在實體店面或網站上欣賞蘭子製作的蘭編商品→民眾瞭解品牌及商品細節→認識蘭子品牌→認同品牌理念，希望蘭編產業可以永續發展	1-2提升顧客對品牌的認同感
		民眾到實體門市參觀或是上網查看商品資訊→經由店員介紹後決定購買商品	1-3增加收入
蘭子夥伴	參與蘭子工作室的營運，經營蘭草產業鏈	在蘭子工作→獲得與民眾溝通應對技巧的提升、教學經驗累積等工作成長→因為產業環境相對單純，較不會有同事之間的競爭比較→工作氛圍開心、舒服，且上下班時間穩定，不太會影響私人生活	2-1良好的工作環境(SDG 8.5)
		在蘭子工作→覺得這份工作很有意義，收入也足以負擔生活開支→可以照顧到家裡人，覺得留在當地工作也不錯	2-1良好的工作環境(SDG 8.5)
		進行商品的製作及加工→挑戰新品的研發製作→研究製作方法→反覆打樣及調整作法→完成作品→獲得成就感→工作上的意義感	2-1良好的工作環境(SDG 8.5)
		參與銷售、企劃、文案、加工等工作→對蘭草產業有更深的了解→認同在地的蘭草文化應該被保存及延續並覺得產業有希望	2-2提升產業認同感

蘭編工作者	參加由蘭子舉辦的增能課程，共計40小時	參加課程學習編織新的品項或技術→反覆練習→習得新技術→可以接更多元的訂單→獲得成就感	3-1獲得成就感
	與蘭子進行接單合作	承接以前沒有做過的訂單類型→挑戰製作新的品項→研究如何編織→成功完成訂單→提升編織技術→獲得成就感	3-1獲得成就感
		接蘭子的訂單→自己或他人在蘭子的通路或報導露出上看到自己相關的內容或作品→獲得他人的肯定→獲得成就感	3-1獲得成就感
		接蘭子的訂單→完成作品交予蘭子→獲得收入→獲得可以自由支配金錢的快樂→提升自信心	3-1提升生活自我認同感
		接蘭子的訂單→完成作品交予蘭子→獲得收入	3-3增加個人經濟收入
消費者	購買蘭子的商品	前往實體門市或網站看到蘭子的商品→看了網路介紹或經由店員介紹而認識蘭子並購買商品→認識蘭草產業→願意支持本土工藝並將蘭編工藝介紹給更多人認識	4-1提升產業認同感
	參加蘭子舉辦的編織體驗活動	認識蘭草→學習編織技術→完成編織作品→在生活中使用自己的作品（如杯墊、鑰匙圈）	4-2獲得成就感
在地商家	蘭子門市開在苑裡市區，帶來週邊人潮	蘭子在各地推廣蘭草→蘭子的知名度提升→有節目或雜誌來報導→民眾來苑裡觀光→促進苑裡的觀光交流，人潮增加(帶動在地商機??) 蘭子的存在對他們產生的影響??	這個要先詢問店家才會知道要填什麼
鎮公所	邀請蘭子擔任鎮公所顧問	鎮公所找蘭子擔任顧問→協助輔導在地社區發展蘭草產業→成為政績	6-1有助政策推動
帽蓆行	蘭子在在地經營工作室	蘭子在地深耕，擾動蘭草產業→有更多人願意投入產業→民眾對蘭草的了解比過去更多→來苑裡購買蘭編作品的人變多了→整個蘭草產業比過去更活絡	7-1提升產業認同感
社區編織班班員	和蘭子進行合作	蘭子協助編織班進行目標設定→編織班成員學習不同的作品編織→成員技術日益進步→蘭子向編織班下訂單→編織班成員進行訂單製作→完成並交付訂單成果→除了技術進步之外，東西賣出覺得很有意義→編織班運用這筆經費持續運作	8-1提升生活自我認同感
		蘭子向編織班下訂單→編織班成員進行訂單製作→完成並交付訂單成果→獲得收入	8-2增加收入
草農	蘭子推廣蘭草產業，原料的需求量增加，並向其收購蘭草	蘭子向其收購蘭草，並希望草農能多栽種一些草料→蘭子也會媒合工藝師直接向草農購買→有了需求，草農願意擴大面積栽種	9-1提升產業認同感
通路	蘭子與8家實體通路合作銷售	蘭子的作品在通路販售→通路的夥伴認識蘭草產業→學習介紹蘭編作品→對產業認同感的提升	10-1提升產業認同感

(三)袋代設計有限公司

1.範疇分析

袋代設計有限公司以社會企業形式創立，專注於永續教育與環保手作推廣。公司將工業邊角料轉化為環保手作材料，並通過網絡分享版型與教學影片，在各級學校與機關團體中推廣永續思維與環保手作。袋代設計堅信「不合用的資源，一定有適合它的地方」，以此理念解決工業剩料問題，將其轉化為手作材料，讓環保手作變得個人化且有趣。

袋代設計關注環境保護、弱勢關懷與永續消費生產模式，主要利用舊衣、廢布等資源設計環保袋與生活用品。透過工作坊、分享會、夏令營、校園講座等活動進行環境教育宣導，也幫助身心障礙者與全職媽媽等族群，提供他們製作環保包袋及擔任永續教育講師的機會，創造多元工作機會，推廣減塑與零廢棄理念。

本次袋代設計以「永續教育工作坊及想學設計專案」進行影響力範疇分析，詳如表 3-5。

表 3-5 袋代設計之範疇分析說明表

專案範疇分析說明表						
範疇分析						
組織名稱	袋代設計有限公司				撰寫者	
組織目標	以永續發展SDGs為核心，進行永續設計與永續教育。 讓所有人都有機會能習得永續知識促進永續發展。					
專案名稱	永續教育工作坊及想學設計專案				日期	2023/10/20
專案範疇	專案活動	提供以廢棄資源為手作材料的減廢環保工作坊，以及永續教育服務。	專案目標	永續教育工作坊：讓所有人都有機會能習得永續知識促進永續發展。 「想學設計」專案：透過設計教育的影響，宣傳聯大工設的教育理念和成果，讓學生、民眾都有機會接觸台灣的優質設計團隊。	專案期間	2019/01/01-2023/12/31
					分析期間	2023/01/01-2023/12/31
		共同參與 (提供資金/協助執行)	2023年無	用途	「袋代“社”計年度報告」使用。 溝通外部利害關係人。	分析性值 (評估/預測型)

2.盤點利害關係人及成果事件鏈

袋代設計以社會企業形式為大家提供永續行動方案，主要透過永續設計與永續教育的耕耘，並在廢棄物回收資源材料再生上不斷努力。經盤點利害關係人及議和，主要以「袋代設計公司本身」、「講師或助教」、「設計師」、「客戶/企業」、「參與者」、「庇護工場員工」及「自然環境」等。對於利害關係人的改變包含增加袋代知名度、提升永續知識、提升教學能力、獲得成就感、自我價值的認同感、工作成就感、增加永續設計之認知及減少廢棄物數量等，詳細如表 3-6 袋代之成果事件鏈說明表。

表 3-6 袋代之成果事件鏈說明表

利害關係人 (子群組)	活動/產出 ACTIVITIES/ OUTPUT	成果事件鏈說明 Theroy of Change	預期成果 OUTCOMES
計畫預期會影響的個人、組織、單位或特定對象	計畫中所舉辦的各種活動或各種服務時數、人數或產出物，盡可能以量化方式呈現	因為執行計畫對利害關係人所造成的改變，應該以合理的因果關係或邏輯模式，陳述計畫產出或活動對利害關係人的改變過程，撰寫成果的事件鏈。每一個利害關係人，可能會有一個以上成果	每一個利害關係人，可能會有一個以上的成果
袋代設計有限公司	工作坊規劃、資源整合	企劃永續工作坊 > 培訓工作坊講師與工作人員 > 接洽或自辦工作坊活動 > 安排活動流程 > 宣傳活動 > 讓更多人參與實體永續工作坊 > 透過優化活動，提升工作坊參與者永續認知 > 推廣永續知識	增加對袋代的知名度
委任講師/助教	培訓活動(每月兩次，共24場)	每月固定參加兩次，主題以永續知識、永續生活等課程 > 課中討論SDGs相關議題、生活相關經驗分享、桌遊互動、永續生活實踐分享 > 透過手工皂課程、頂樓菜園分享、植物精油保養等更為實際的課程分享，確立永續知識與生活的連結 > 轉譯個人相關永續經驗為授課時的講稿，讓永續生活經驗轉為可授課的知識	永續知識的增加
	培訓活動(每月兩次，共24場)	袋代工作坊課程練習、廢棄物再生手作打樣 > 袋代手作練習 > 做出的樣品可以自己在生活中使用，並體驗其優缺點 > 根據使用體驗改良手作樣品，有助調整教學方式 > 除了事先排定的培訓活動以外，不定期配合袋代開展活動到現場觀摩教學 > 現場練習手作教學、表演演練 > 增加教學能力	教學能力的提升
	教學計劃制定、工作坊課程進行	由袋代官方接洽活動、確認承辦活動、規劃課程主題與內容、安排合適人員擔任工作坊講師與助手 > 核定講師與助手後，活動前線上開會沙推，演練工作坊流程、確定集合時間、練習課程PPT等 > 承接活動的講師需在活動前需準備課程內容與PPT > 安排與助手一起收拾盤點手作材料、盤點手作工具，帶展示樣品、名片、桌巾、電子秤等 > 在活動前與現場所有工作人員溝通、分工 > 課中主講講師主要是教學PPT永續知識、回應提問，助手關注學員學習狀況，解決各種手作問題 > 參與學員完成手作，協助作品秤重 > 秤重後請學員加入袋代官方Line@找到減廢記錄問卷，協助學員完成填寫 > 課後與活動方承辦人員互動，回報工作坊狀況。	增加多元人際互動 (增加工作能力?)
	工作坊	1.備課、練習 > 表達能力變好 > 授課內容更駕輕就熟 > 課堂中與學員互動良好 > 獲得學員、活動承辦人回饋 > 收穫笑容 2.備課、練習 > 與工作坊工作人員互動、協作 > 課後交流課程中優缺點 > 討論改善方式，補強不足之處 > 提升專業能力	自我價值的認同
委任設計師	袋代設計創作、版型開發	以回收資源材料打版各種生活用品 > 拆解製程並繪製版型 > 以新版型試做樣品 > 讓培訓團夥伴試做 > 獲得試做回饋、修改意見 > 修改版型列印版 > 工作坊實際讓學員使用 > 使用自己設計的版型 > 多次改版版型，更加節省材料、減少錯誤率 > 讓更多廢棄資源變成生活用品 > 協助減少地球廢棄物	感受到為地球環境付出的意義感
		以回收資源材料打版各種生活用品 > 拆解製程並繪製版型 > 多次改版版型，更加節省材料、減少錯誤率 > 讓更多廢棄資源變成生活用品 > 增加了永續設計的思維 > 其他設計工作中也考量更節省材料、更永續環保的設計方案 > 影響設計師的設計思維	擁有永續認知後改變設計思維
		以回收資源材料打版各種生活用品 > 拆解製程並繪製版型 > 以新版型試做樣品 > 修正版型 > 排版版型為列印檔案 > 工作坊實際測試後獲得回饋 > 和設計組夥伴討論後再次修正版型，再進行驗證 > 設計能力提升	提高協作設計能力
		創作自由，設計自己喜歡的包裝款式 > 以回收資源材料打版製作 > 拆解並繪製版型 > 讓夥伴試做 > 獲得回饋 > 工作坊中講師與學員製作自己設計的包裝款式 > 設計收穫好評	提升工作成就感
客戶-學校、企業、政府等	參與工作坊、提供反饋	企業尋找合適的esg合作方案與活動 > 與袋代合作企業員工手作工作坊、公開活動工作坊等 > 於活動中使用廢材、邊角料等為手作材料 > 手作後為作品秤重，統計減廢數量 > 獲得實際減廢數字	減廢數字
		USR計畫-大手攜小手「綠時尚」：企劃 > 教育部通過企劃案及預算 > 與袋代合作人才培育課程 > 與袋代合作社區鏈結手作課程 > 達成行銷推廣目的 > 獲得學生與社區民眾認同	獲取認同感
材料供應商	提供原料、回收物料	將邊角料或不易銷售的材料分類、整理 > 尋求丟棄以外更好的解決方式 > 部分袋代設計可使用材料售賣或贈送給袋代 > 減少整體廢棄物數量	減少廢棄物處理費用
庇護工場	合作生產產品	袋代尋求加工合作 > 共同確認加工流程與品質檢驗標準 > 加工多元材質，提升員工經驗 > 不同品項製程，尋練員工工作能力 > 修正庇護員工工作狀態，提升生產效率和品質，增進庇護員工工作職能。	增進庇護員工工作職能
工作坊參與者等	參與教育活動、認識永續發展相關知識、實踐學習	參與手作工作坊 > 聆聽永續議題短講 > 學習到永續知識 > 製作並完成環保手作 > 手作作品秤重 > 填寫減廢公克數紀錄與回饋單 > 意識到環境保護的重要性 > 感受到可以為永續盡一分自身努力	增加永續認知
想學設計活動參與者	參與設計教育活動、認識設計相關知識、體驗實踐設計手作等	參與「想學設計」活動 > 課中認識聯大工設系孵化設計相關品牌 > 聽品牌創辦人現身說法創立故事 > 認識設計相關工作	增加設計相關認知
自然生態		減少廢棄物 > 減少焚燒、掩埋廢棄物的環境污染 > 減少對自然生態的威脅	減少廢棄物數量、重量

(四)斯創教育工作群

1.範疇分析

斯創教育工作群 (EnvEd Centre for Innovative Learning)

由一群長期關心環境永續並深耕環境教育的夥伴組成。他們運用資訊轉譯與知識轉化的經驗與專長，將不同領域的專業及重要議題設計成參與式、操作型的創新學習模式。

本次參與影響評估以「山林博物學」專案進行範疇分析(如表 3-7)，永續森林經營 (Sustainable Forest Management) 是國際趨勢，對於森林覆蓋率超過 60%的臺灣尤為重要，特別是在 2050 淨零排放的目標下。斯創教育工作群將其轉化為淺顯易懂的互動式體驗方案，引領大眾了解臺灣森林的生態系服務價值，並支持有計畫、負責任的森林管理。透過「山林博物學」，斯創與產官學界合作，扮演資訊轉譯與大眾溝通的角色，邀請專家帶領體驗真實的林場環境，推出綠色療癒、生態探索、自然藝術、步道健行、產業體驗、木育活動、深度研習、職人培力等方案，讓大眾深入理解並支持永續森林經營。

表 3-7 斯創教育工作群之範疇分析說明表

範疇分析						
組織名稱	斯創教育工作群				撰寫者	斯創教育工作群
組織目標	透過創新學習培養關懷斯土斯民的地球公民					
專案名稱	山林博物學				日期	2023.12.15
專案範疇	專案活動	1.林業森遊圈-永泰林業林場體驗方案 2.森曜日超玩-永在林業林場體驗方案	專案目標	1. 促進國人認知氣候變遷衝擊下永續森林經營的重要性 2. 促使國人認同並支持臺灣人工林產業振興（打破砍樹是萬惡的迷思） 3. 鼓勵國人透過愛用合法國產木材促進永續發展目標	專案期間	2021-2023
					分析期間	2021.01.01-2023.12.31
	共同參與 (提供資金/協助執行)	1.永泰林業 2.永在林業 3.林業及自然保育署	用途	1.對企業/公部門/機構提案 2.外部行銷宣傳 3.內部活動方案優化調整	分析性值 (評估/預測型)	評估型

2.盤點利害關係人及成果事件鏈

「山林博物學」專案特色在於提供深入的環境學習體驗，專注於森林碳匯與淨零排放的議題。參與者實際走入林業和木業經營現場，親身體驗各項工作，包括育苗、造林、修枝、伐採、造材和加工等。透過斯創的帶領讓參與者走訪全臺各類型的森林，了解不同的經營模式。通過這些活動，將複雜的森林科學轉化為易於理解的知識，讓參與者在自然環境中輕鬆解惑，成為一個獨特且具有教育意義的體驗專案。因此，專案涉及的利害關係人經盤點包含「政府單位」、「林場主」、「林場主的員工」、「合作生態公司」、「合作夥伴」、「體驗者」、「林場研修生」、「斯創教育工作群員工」等，創造的成果可能包含增加民眾對政府機關的認同感、對於永續森林的支持、創造收益、提高公司員

工穩定度、培養多元工作技能、獲得工作成就感、增加品牌形象、

自我實現的成就感、工作的意義感等。詳如表 3-8 斯創教育工作

群之成果事件鏈說明表。

表 3-8 斯創教育工作群之成果事件鏈說明表

利害關係人 (子群組)	活動/產出 ACTIVITIES/ OUTPUT	成果事件鏈說明 Therory of Change	預期成果 OUTCOMES
政府單位-林業及自然保育署(本署+新竹分署+屏東分署)	1.活動39場次 2.活動6698人次/人時 3.成果報告書2本 4.永續林業體驗示範場域2處	宣傳行銷山林博物學相關活動方案→讓民眾知道林保署推動的活動(知道政策方向)→有興趣的民眾報名參加活動方案→藉由活動瞭解與認同機關>民眾對機關的認同提升	提高民眾對機關的認同提高
		協助山林博物學執行(相關計畫)→在活動方案辦理過程與參與者接觸→直接向參與者傳遞政策內容	
		辦理林場體驗活動→促進民眾認同負責任的森林經營/理解為什麼可以砍樹→讓大眾對永續森林經營的認同→選購木質產品時找有QRCode, TAP, CAS, FSC標章產品	獲得民眾對森林永續經營的支持
		製作林場經營各式日常貼文→讓民眾認識林產業工作內容→認同永續森林經營理念	
		辦理林場體驗活動→促進民眾認同負責任的森林經營/理解為什麼可以砍樹→選購木質產品時找有FSC標章產品	
		辦理林場體驗活動→讓參與者認識人工林進行永續森林經營的重要性→參與者認同與支持林場主的經營理念	
林場主-永泰林業生產合作社(正昌製材有限公司)之企業本體	1.活動28場次(活動收入) 2.產品賣出X件(產品銷售收入) 3.木材訂單X筆(其他林木產業合作案件)	辦理林場體驗活動→獲得活動、產品賣出、木材訂單收入→創造森林經營過程中的其他收益來源	創造收益
		製作林場經營各式日常貼文→讓民眾認識林產業工作內容→認同永泰林場經營理念	提高民眾對林場的認知與形象
		辦理林場體驗活動→讓參與者認識人工林進行永續森林經營的重要性→參與者認同與支持林場主的經營理念	
		辦理林場體驗活動→促使員工認同公司林產業發展→促成員工更有向心力→願意留下來	提高公司人力穩定度
林場主-永泰林業生產合作社(正昌製材有限公司)之員工	1.活動28場次、216時 2.社群媒體宣傳行銷32則	辦理林場體驗活動→擔任林業職人角色→與參與者互動及溝通→民眾認同林業職人形象	獲得職業成就感
		辦理林場體驗活動→學習如何向民眾說明與解釋→獲得講師技能	培養多元工作技能
林場主-永在林業之企業本體	1.活動10場次(活動收入) 2.產品賣出X件(產品銷售收入) 3.木材、太空包香菇訂單X筆(其他林木產業合作案件)	辦理林場體驗活動→獲得活動、產品賣出、木材訂單收入→創造森林經營過程中的其他收益來源	創造收益
		製作林場經營各式日常貼文→讓民眾認識林產業工作內容→認同永泰林場經營理念	提高民眾對林場的認知與形象
		辦理林場體驗活動→讓參與者認識人工林進行永續森林經營的重要性→參與者認同與支持林場主的經營理念	
		辦理林場體驗活動→促使員工認同公司林產業發展→促成員工更有向心力→願意留下來	提高公司人力穩定度
林場主-永在林業之員工	1.活動10場次、20人 2.社群媒體宣傳行銷47則	辦理林場體驗活動→擔任林業職人角色→與參與者互動及溝通→民眾認同林業職人形象	獲得職業成就感
		辦理林場體驗活動→學習如何向民眾說明與解釋→獲得講師技能	培養多元工作技能
羽林生態股份有限公司	1.生物資源監測調查報告一式	自身想要獲得林場生物資源監測資料→透過合作討論實際進入林場調查→獲得生物調查數據→數據分析與詮釋→得到全台灣第一個調查成果	自我實踐
羽林生態股份有限公司		獲得全臺灣第一個調查成果→提升公司品牌、專業與形象	增加品牌形象
森林木人建築工作室員工	1.習森-森林風雨教室1座 2.國內外獎項X項 3.使用習森人數X人次/年	有全臺灣第一個調查成果的基礎→促使其他單位的需求與關注→促成其他調查與合作機會	提高合作機會
		規劃習森→發揮自身蒸氣彎曲木專長進行建構→完成習森>感到有成就感 習森放置說明牌→讓使用者了解習森的設計與建築理念→造福大眾回饋社會>感到有成就感	獲得成就感
森林木人建築工作室		透過習森→傳遞國產材的好、運用國產木材等訊息給社會大眾→參與各大獎項→獲獎>提升形象	增加品牌形象
夥伴團隊-虎山林業	1.活動4場次 2.參加8人次	藉由林場體驗活動→擔任活動講師→展現林業專長→參與者讚嘆與肯定	獲得成就感
		藉由林場體驗活動→擔任活動講師→展現林業專長→參與者認同林業工作者的職人精神與價值	
林場體驗者-企業團體	1.企業參與11家 2.企業增能5場 3.活動130人次 4.購買林產業商品X元	增能後更了解臺灣林業→發展更有效益的ESG方案	提高ESG分數、創造競爭力與影響力
斯創教育工作群-員工	1.開發體驗方案6套 2.舉辦體驗活動39場次 3.提供學習機會837人次、6998人時 4.與2個林場主建立長期合作關係 5.與3個政府單位部門長期合作	發揮自身轉譯專業→將艱深林業知識與內容轉化成大眾可接受的内容→感到有意義與價值	意義感提升
		藉由開發與執行體驗方案→學習林業及永續森林經營相關知識與技能	林業知識提升
		認同負責任的森林經營→樹是可以被砍的→向參與者溝通永續森林經營可以幫助社會永續使用森林資源→讓社會發展更友善森林【對應3】	獲得成就感(自我實踐)
斯創教育工作群-林場研修生	1.投入培訓人員15名 2.成為兼任推廣人員10名 3.投入全職林業工作1名 4.上場實習或實作12場	參與培訓→了解林業議題→認同理念→投入林木業職場→感到有意義和價值>對林業就業意願提高	對林業就業意願提高
		參與培訓→習得林業知能與引導技巧→投入林業推廣活動→賺到斜槓收入【對應3】	收入提高
活動參加者	活動參加者	參加林場體驗活動→獲得森林永續經營的知識	對於森林知識的提升

(五)八百金股份有限公司

1.範疇分析

臺灣藍鵲茶致力於打造坪林為無農藥生態村，推動無農藥環境友善茶園、深度旅行、茶地景及生態節氣觀察，並關注山村生活及茶學地發展。透過盤商讓利和茶農讓地的策略，我們以「流域收復」為概念，在 12 個小型流域內推動環境友善茶園，利用 PPGIS 系統公眾參與地理資訊，逐步建立友善茶園網絡。

在成功推動臺灣藍鵲茶後，八百金以相同模式推動石虎米，以擴大石虎棲地為核心，與當地組織及農家合作，採用無農藥及化肥、友善石虎的農作方式，推動生態與農業共存，將石虎保育觀念融入社區，活化社區生態及經濟，實現平衡發展。石虎的主食是水田中的田鼠及野兔，透過「流域收復」策略，讓水田成為石虎覓食棲地，形成友善環境。運作模式如下圖 3-17。

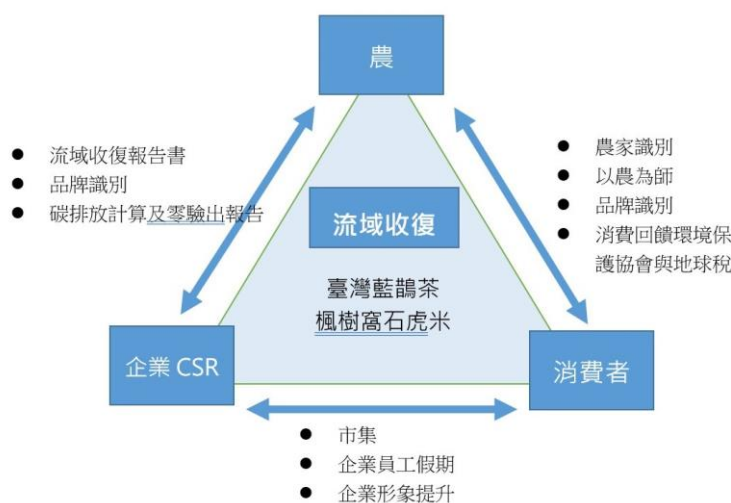


圖 3-17 八百金運作模式圖

臺灣藍鵲茶與石虎米在改善生物棲地的同時，提供農民及員工合理待遇，並持續進行社區回饋和環境文化教育。八百金實踐企業社會責任，兼顧獲利、公平與公益，邀請大家為臺灣這片土地一同改變與努力。

本次參與研究將以「流域收復」之農商整合模式，推動生態與農學共存進行範疇分析，表 3-9 為本次的範疇分析說明表。

表 3-9 八百金之範疇分析說明表

範疇分析						
組織名稱	八百金股份有限公司				撰寫者	林宜平/黃柏鈞
組織目標	八百金股份有限公司致力於『流域收復—規劃式契作』推動，「流域收復」是一種農商整合模式，推動生態與農學共存，以友善環境農業推動產地成為「無農藥流域」的B型企業。					
專案名稱	流域收復影響力分析				日期	20231101
專案範疇	專案活動	透過友善農業的理念，為推動生態與農學共存，以石虎棲地的擴張為核心，不施農藥與化肥、環境友善耕種，產出名為「臺灣藍鵲茶」、「石虎米」、「山麻雀小米」、「環境教育活動」等服務與農產品，其他亦有「流域書店」的經營。	專案目標	以新北市坪林區北勢溪上游(上德溪谷、大粗坑溪谷、漁光溪谷)、苗栗縣通霄鎮(楓樹窩集水區)、銅鑼鎮(新雞籠集水區)、與屏東縣霧台鄉(隘寮溪上游集水區)為專案調查示範點，透過無農藥的流域，讓萬物生態、農業生產、農村生活，共存共榮於集水區；強調「有機友善種植」、「環境教育」以及「棲地保全」，藉由品牌來守護水田與生態，透過認同消費讓更多農家及年輕人參與，農家更成為環境的守護者。	專案期間	20230101~20240101
		1.農家友善種植 2.體驗課程 3.企業契作 4.流域收復監測(包含生態監測) 5.電商通路販售		分析期間	2023.1.1~12.31	
	共同參與(提供資金/協助執行)	農家、契作企業、消費者、組織夥伴	用途	預計申請國際認證，作為公司檢視及落實理念與商業模式之整合，並於明年公布永續報告書使用，最後可將成果提供給契作企業參考，列入該公司之永續推動內容	分析性值(評估/預測型)	評估型

2.盤點利害關係人及成果事件鏈

臺灣藍鵲茶與石虎米透過「消費者購買、企業契作認養、農學體驗服務」三大經營方式，在坪林及苗栗通霄推動無農藥農產流域及生態村計畫。產地方面，邀請農友在特定流域使用無農藥無化肥的友善耕種方式，並與其持續溝通，平衡生計與環境保育的需求。在產品端，企業和消費者各有不同的參與方式，對於企業，認同「為環境與社會貢獻心力」的理念，認養茶園和農田，並辦理員工生態旅遊及環境志工活動，最後將契作的友善農產品作為企業禮品。消費者則透過購買多樣化商品，並參加農學體驗和生態導覽活動，直接支持友善耕作方式，了解其與慣行農法的差異。

這些努力促成多方面的成果，包含環境方面，無農藥耕作保護生態系統，有助於改善石虎棲地，農民在維持收入的同時，參與環境保育、增加生物多樣性，提高農產品的附加值，而企業方面能了解生態保育，增強社會責任，消費者則在購買和體驗活動上支持友善農業。以下表 3-10 為八百金的成果事件鏈說明。

表 3-10 八百金之成果事件鏈說明

利害關係人 (子群組)	活動/產出 ACTIVITIES/ OUTPUT	成果事件鏈說明 Theroy of Change	預期成果 OUTCOMES
有機農家	1.同一流域的農家參與友善種植，推廣3個流域	透過PPGIS工作坊確認棲地及農地合作範圍→與農家們洽談→農家簽約→成為石虎米契作農家→農家依據合約田間管理及相關要求耕種→收割前檢驗通過無農藥農檢→農家每年兩期收成交稻穀→八百金每期依據交乾穀數量付款	農家收入增加
			參與榮譽感
			同一流域農家具有生命共同體的感受
	2.一日農夫體驗課程	增加其他收入	生態意識提升
契作企業	獲得產品及寫入該企業永續報告書	企業透過企業契作可以獲得農產品及企業插牌露出，員工或相關關係人可以獲得環境友善農產品，企業也可以更具有環境友善的形象	1.獲得企業契作綠色永續的產品
			2.企業可以寫入企業永續報告書，形象加分
			3.知名度提高
			4.BUYING POWER產品獎項
環境	石虎棲地獲得保全，無農藥化肥	農地附近石虎偵測數量提升，從之前一年一次，到目前一年多達3-5次	生物棲地恢復
		全流域收復，成為第一個示範基地	10公頃環境友善面積達成
會員消費者	參與農事體驗活動	參加一日農夫體驗>了解石虎棲地與農家活動>認識石虎保育的重要性>獲得環境保護的知識	了解環境友善的意義，具有石虎保育知識與概念
八百金	獲得收入		收入
	獲得具有品質的米銷售	八百金每期耕種前調查農家需求秧苗數量→由八百金統一採購秧苗→提供契作農家耕種	農家取得同一穀種，確保稻米來源及品質
		八百金每期收割前處理烘穀廠及碾米廠配置→收割後運送到碾米廠→確認烘米之後乾穀重量→依據乾穀付費→碾米廠存放乾穀	農家統一烘穀，確保乾穀品質

(六)第四市場/傳動經營管理顧問股份有限公司

1.範疇分析

位於臺中市東區南京路的歷史建築「第四市場」，經市府引進民間資源與創意活化後，於 110 年 12 月 4 日正式開幕營運，成為兼具青年創業與文化蘊涵的景點。外觀保留太子樓屋頂，內部則以白鐵桌椅、舊市場斑駁招牌和文青閱讀專區打造出兼容並蓄的空間。獨特的風格使其成為台中熱門打卡景點。第四市場不定期舉辦歷史文化策展、漫畫及插畫主題性活動，以及在地青創市集，並結合漫插畫主題和在地農特產品進行商品販售與輕食餐飲服務，創造東區在地文化體驗與休閒娛樂兼具的場域。

第四市場同時具備歷史建築保存活化與扶植青年創業的功能，其他服務包括市場小旅行、在地食材體驗、親子故事和主題圖書展等，不定期辦理的活動公告於第四市場 Facebook 粉絲專頁上發布。透過這些多元活動和創意空間，第四市場成功吸引各年齡層的訪客，提供豐富的文化體驗，成為臺中市一個重要的文化與創業平台，既保留歷史建築的風貌，又推動當地的經濟與文化發展，本次範疇以「第四市場推動中小企業城鄉創生轉型輔導計畫」進行分析與評估，如表 3-11。

表 3-11 第四市場專案範疇分析說明表

範疇分析						
組織名稱	傳動經營管理顧問股份有限公司				撰寫者	魏彰志
組織目標	第四市場永續服務與周邊商圈活化					
專案名稱	東區第四市場SBTR				日期	
專案範疇	專案活動	1.開發永續發展商品與服務 2.辦理市場旅行・推動在地消費概念 3.推動永續餐盒 4.高齡再就業培訓 5.在地餐桌活動	專案目標	1.增加傳動顧問公司第四市場部門營收 2.帶動周邊店家營業額 3.帶動周邊觀光人潮 4.發展高齡再就業 5.以永續發展議題改變消費者意識	專案期間	112.01.01-112.11.30
					分析期間	112.01.01-112.11.30
		共同參與 (提供資金/ 協助執行)	1.經濟部中小企業處	用途	1.計畫成果報告 2.後續提案	分析性值 (評估/預測型)

2.盤點利害關係人

位於臺中市東區南京路的歷史建築「第四市場」經市府引進民間資源和創意，於 110 年 12 月 4 日正式開幕營運，成為青年創業和文化景點。第四市場舉辦多樣文化活動和青創市集，並結合漫插畫主題與在地農特產品進行商品販售及輕食餐飲服務，創造在地文化體驗及休閒娛樂兼具之場域。

經盤點利害關係人包括市政府、周邊店家、當地居民、遊客和文化愛好者以及高齡再就業者等。創造的成果包含第四市場推動文化創意產業發展，豐富當地文化活動，提高周邊店家和遊客的文化生活質量，活化社區經濟與社會活力。此外，促進教育與實踐結合，提供學生族群實踐機會。第四市場成為臺中市文化與創業平台，保留歷史風貌並推動當地經濟與文化發展。由第四

市場初步整理成果事件鏈如表 3-12。

表 3-12 第四市場之成果事件鏈說明表

利害關係人 (子群組)	活動/產出 ACTIVITIES/ OUTPUT	成果事件鏈說明 Theory of Change	預期成果 OUTCOMES
計畫預期會影響的個人、組織、單位或特定對象	計畫中所舉辦的各種活動或各種服務時數、人數或產出物，盡可能以量化方式呈現	因為執行計畫對利害關係人所造成的改變，應該以合理的因果關係或邏輯模式，陳述計畫產出或活動對利害關係人的改變過程，撰寫成果的事件鏈，每一個利害關係人，可能會有一個以上成果	每一個利害關係人，可能會有一個以上的成果
第四市場	市場小旅行/5場次	踩線->店家溝通->策劃活動->活動宣傳->辦理活動->增加來客數->增加收入	收入增加120000
第四市場	市場小旅行/5場次	踩線->店家溝通->策劃活動->高齡再就業導覽培訓->模擬導覽->實質導覽->增加高齡再就業	就業機會
第四市場	創新體驗活動	活動策劃->找出特色點->製作特色文宣或影片->上傳到社群->轉轉或分享或廣告->增加觸及	增加知名度
第四市場	在地特色新產品開發3款	找地方特色->思考可能的產品->找尋代工廠->試打樣->可行->包裝->製作商品->上架->找通路、網紅->銷售	增加收入600000元
第四市場	市場小旅行/5場次	踩線->店家溝通->策劃活動->活動宣傳->辦理活動->增加參與人數	參與人數增加150人
第四市場	活動社群宣傳	活動策劃->找出特色點->製作特色文宣或影片->上傳到社群->轉轉或分享或廣告->增加觸及	增加知名度
	食農教育體驗		
專案周邊店家	提供菜色，20場次 提供60人次		1 收入增加120000
產業故事館會員	產品銷售		
體驗活動業者	1.辦理 2.辦理5場次市集		1.增加店家營收5% 2.帶動人潮
高齡再就業者	1.再就業培訓20小時 2.參與導覽培訓2場 3.帶隊導覽3場	在家沒工作->獲得訊息->培訓->模擬導覽->實質導覽->獲得薪資	增加每月5000元收入
高齡再就業者	1.再就業培訓20小時 2.參與導覽培訓2場 3.帶隊導覽3場	在家沒工作->獲得訊息->外出參與培訓->模擬導覽->實質導覽->投入工作->獲得成就	工作成就感

(七)雷打石時農行銷有限公司

1.範疇分析

每年產生的大量蛋殼如何處理，困擾業者許久的廢棄物，出身自彰化的雷打石食品工坊創辦人李彥穎，發揮自己的化工專業，與靜宜大學理學院團隊共同研發合作，將鴨蛋殼循環再利用，轉化為抗菌用品應用於紡織、橡膠、塑膠及建材等材料中，將鴨蛋殼循環再利用，轉化為有價值的產品。詳如表 3-13 本次專案範疇分析說明。

表 3-13 雷打石之鴨蛋殼回收專案範疇分析說明

範疇分析(SCOPE)						
組織名稱	雷打石時農行銷有限公司				撰寫者	李彥穎
組織目標 Org. Policy	減少芳苑當地鹹鴨蛋殼的蛋殼堆積及焚燒					
專案名稱	鹹鴨蛋殼的回收再利用				日期	2024.3.29
專案範疇	專案活動 Activities	1、進行抗菌粉末的產出，用於紡織、橡膠、塑膠等(耗用1000公斤) 2、使用3D列印將蛋殼粉製作為成品(食器、花器、擺件)同時進行銷售(耗用500公斤) 3、用以製作牆面或裝飾用塗料，如清水模(耗用500公斤) 4、製作室內裝飾用板材，取代人造石(耗用1000公斤)	專案目標 Project Targets	1、平衡鹹蛋黃工廠單一場域產生每月3000公斤的廢棄蛋殼，達到接近零農廢 2、將處理模組進行複製，推廣至台灣各地的鹹蛋黃加工廠 3、減少社區空氣汙染、病媒蟲害等問題	專案期間	2024.5~2026.7
					分析期間	2024.7~2026.7
		共同參與 (提供資金/協助執行)	1、鴨農(蛋品供應商) 2、鹹蛋加工廠 3、芳苑鄉農會 4、靜宜大學理學院 5、二拾家居 6、彰化共好創生協會	用途 Decision Purpose	1、進行募資 2、提供給企業永續單位進行產品企業採購	分析性值 (評估/預測型)

2.盤點利害關係人及成果事件鏈

分析的專案以鴨蛋殼循環再利用，轉化為有價值的產品為目標同時達到零農廢、減少社區環境汙染或病媒蟲發生，透過回收再利用鴨蛋殼，減少了蛋殼廢棄物的處理壓力，減輕了環境負擔。經盤點專案之利害關係人，包含「芳苑鄉農會」、「政府單位」、「鹹鴨蛋加工廠」、「合作單位」、「雷打石員工」、「社區居民」及「地球環境」等，創造的成果包含增加收益、達到廢棄物零產出、增加學生就業機會、學術與業界合作經驗、增加知名度等。以下表 3-14 為本案成果事件鏈說明。

表 3-14 雷打石之鴨蛋殼回收之成果事件鏈說明表

利害關係人 (子群組)	活動/產出 ACTIVITIES/ OUTPUT	成果事件鏈說明 Outcomes chain	預期成果 OUTCOMES
計畫預期會影響的個人、組織、單位或特定對象	計畫中所舉辦的各種活動或各種服務時數、人數或產出物，盡可能以量化方式呈現(對照01範疇的專案活動)	因為執行計畫對利害關係人所造成的改變，應該以合理的因果關係或邏輯模式，陳述計畫產出或活動對利害關係人的改變過程，撰寫成果的事件鏈。每一個利害關係人，可能會有一個以上成果(不同成果就新增一列)	每一個利害關係人，可能會有一個以上的成果
鹹蛋加工廠	回收蛋殼(達每月三噸)及安裝設備一組	將特定回收蛋殼設備安裝至該場域，進行蛋殼回收，將回收的蛋殼量提升(我司的消耗量及出海口用量提升)，並達到場域的廢棄量與回收量平衡	1、達到廢棄物零產出 2、可填平土地 3、可擴建廠房 4、增加整體獲利
靜宜大學理學院	協助實驗的研究	1、學生參與新的研究及永續議題參與 2、老師研究室進行新的題目研究	1、學生就業機會增加 2、USR合作機會產生 3、老師增加相關經驗，並可能有顧問機會增加獲利
政府	提供補助或媒體介紹	將補助額運用於環境的改善	增加名聲及媒體資訊量
設計師(二拾家居、紙有為你工作室)	協助新材料設計	1、優先使用新材料 2、進行全新的永續設計方向 3、創造新品	1、開發新品 2、增加營收
紡織廠、塑膠射出廠、橡膠壓出廠、抗菌藥劑生產廠	材料新開發	1、創造永續商品 2、創造新品項	1、開發新品 2、增加營收
芳苑農會	協助地方溝通	1、回收機制建立 2、廢棄物整合 3、推動回收產物推廣	1、增加名聲及媒體量 2、獲得加工廠融資機會 3、增加營收

(八)點點善有限公司

1.範疇分析

點點善致力於讓消費者和企業融入善的行列，並與社會中的弱勢群體建立連結，共同創造更大的社會價值。希望透過持續的善舉，建立更完善的社會企業參與模式，讓小小的善舉累積成為深遠的影響力，發揮每個人的天賦和潛力。

在點點善的模式中(如下圖 3-18)，每一位參與者都受到充分的尊重和重視。他們將這種對弱勢天賦的價值提升理念具體化，讓公眾可以更深入地參與點點善的活動，他們致力於消除弱勢的存在，讓每個人的天賦得到自由展現，帶來一個全新的社會風貌。



圖 3-18 點點善運作模式圖

本次參與研究社會影響力的專案為「cooseii 數位共創平台

– 遇見被隱藏的天賦」表 3-15 為本次專案範疇分析說明。

表 3-15 點點善 cooseii 數位共創平台範疇分析說明表

範疇分析(SCOPE)						
組織名稱	點點善有限公司				撰寫者	梁亮瑩
組織目標 Org. Policy	遇見被隱藏的天賦					
專案名稱	cooseii數位共創平台 - 遇見被隱藏的天賦				日期	2024/3/31
專案範疇	專案活動 Activities	1.藝術輔療課程 2.設計師共創 3.圖像授權 4.展覽活動 5.cooseii平台	專案目標 Project Targets	帶領社會弱勢進行創作，作品經由設計師共創，成為可商用圖像受與企業使用，再將20%授權費用分潤給參與共創的弱勢群體、30%分潤給參與創作的設計師，提供他們一個工作機會，並引領大眾以美的視角認識他們。	專案期間	2023
					分析期間	2023/01/01- 2023/12/31
		共同參與 (提供資金/協助執行)	1.唐氏症基金會 2.台灣希望之芽協會 3.泡泡龍協會 4.數位發展部	用途 Decision Purpose	1.檢視目前平台社會影響力數據，是否有不足或需調整之處 2.績效檢視	分析性值 (評估/預測型)

2.盤點利害關係人及成果事件鏈

點點善 cooseii 共創平台鼓勵藝術創作的多元化和創新，也讓更多人參與 cooseii，發掘和展現那些被隱藏的天賦，為社會帶來新的面貌和價值觀。他們與非營利組織合作，特別關注社會中的弱勢群體，通過藝術課程提升他們的創作能力。專業設計師在這裡扮演重要角色，將參與者的作品共同創作成商業用圖像，透過平台授權給企業進行商業應用，這種創新的數位平台機制不僅賦能了創作者，也為社會弱勢群體帶來了額外的收入機會。經盤

點利害關係人主要為「社會弱勢」、「設計師」、「企業」、「非營利組織」、「身心受限者」、「點點善團隊」及「政府單位」等，所創造的影響力則包含增加自信心、提升肢體靈活度、融入社會、提升知名度、增加品牌形象及具備關懷社會弱勢的同理心等，詳如表 3-16。

表 3-16 點點善 cooseii 數位共創平台成果事件鏈說明表

利害關係人 (子群組)	活動/產出 ACTIVITIES/ OUTPUT	成果事件鏈說明 Outcomes chain	預期成果 OUTCOMES
計畫預期會影響的個人、組織、單位或特定對象	計畫中所舉辦的各種活動或各種服務時數、人數或產出物，盡可能以量化方式呈現(對照01範疇的專案活動)	因為執行計畫對利害關係人所造成的改變，應該以合理的因果關係或邏輯模式，陳述計畫產出或活動對利害關係人的改變過程，撰寫成果的事件鏈。每一個利害關係人，可能會有一個以上成果(不同成果就新增一列)	每一個利害關係人，可能會有一個以上的成果
社會弱勢	活動:藝術課程、展覽	參加課程>老師引導>課程創作>作品分享>作品被商業應用>增加自信心	提升自信心
社會弱勢 (1.經濟弱勢)	A1.活動:藝術教育課程 B1.產出服務時數:5,600小時 B2.產出服務人數:100人 B3.產出手稿:240幅	參加課程>老師引導>課程創作>作品分享>作品被商業應用>增加自信心	提升自信心
社會弱勢 (2.身心受限者)	A1.活動:藝術輔導課程 B1.產出服務時數:9,642小時 B2.產出服務人數:102人 B3.產出手稿:2002幅	參加課程>老師引導>課程創作>作品分享>作品被商業應用>增加自信心	提升自信心
社會弱勢	A1.活動:藝術輔導課程 B1.產出服務時數:9,642小時 B2.產出服務人數:102人 B3.產出手稿:2002幅	參加課程>老師引導>課程創作(握筆畫畫)>肢體訓練	提升肢體應用靈活度
社會弱勢 (2.身心受限者)	活動:藝術課程	參加課程>課程創作>作品分享>作品正面回饋	提升自信心
社會弱勢	活動:企業共創課程 時數:12小時 人數:20位弱勢 產出:共創作品	參加課程>企業參與>老師引導>認識彼此>共同創作>作品分享>贈送畫作	融入社會
設計師	活動:設計師共創 B1.產出時數:4,800 B2.產出服務人數:5 B3.產出作品:60幅作品	登入cooseii網站>報名共創活動>下載弱勢手稿>保留弱勢線條>進行創作>製作mockup>上傳作品與mockup>說明創作理念>cooseii網站銷售	增加收入(獲得創作分潤30%)
設計師	活動:設計師共創 B1.產出時數:4,800 B2.產出服務人數:5 B3.產出作品:60幅作品	登入cooseii網站>報名共創活動>下載弱勢手稿>保留弱勢線條>進行創作>製作mockup>上傳作品與mockup>說明創作理念>cooseii網站銷售	提升自信心
設計師	活動:設計師共創 B1.產出時數:4,800 B2.產出服務人數:5 B3.產出作品:60幅作品	登入cooseii網站>報名共創活動>下載弱勢手稿>保留弱勢線條>進行創作>製作mockup>上傳作品與mockup>說明創作理念>cooseii網站銷售	提升成就感
設計師	A1.活動:設計師共創 B1.產出時數:4,800 B2.產出服務人數:5 B3.產出作品:60幅作品	報名共創活動>下載手稿>進行創作>上傳作品>作品應用	提升對社會弱勢關注

設計師	活動:參加展覽/活動	報名參加展覽>下載手稿>進行創作>上傳作品>入選參展>作品公開/向參加民眾介紹	增加收入
設計師	活動:參加展覽 B1.產出服務時數:160 B2.產出服務人數:2-5 B3.產出作品:	報名參加展覽>下載弱勢手稿>進行創作>保留弱勢線條>上傳作品>入選參展>作品公開>宣傳與曝光>向參加民眾介紹	提升知名度
企業	活動:購買圖像授權、參與共創課程	認識點點善cooseii數位共創平台>了解cooseii理念>報名參加共創課程>行前介紹>老師引導>認識彼此>共同創作>設計師共創>瀏覽共創圖>選購圖像>內部提案>設計應用>審核通過>執行應用>商品銷售>行銷推廣>消費者認同與支持	提升品牌形象
企業	活動:購買圖像授權、參加展覽	認識點點善cooseii數位共創平台>了解cooseii理念>瀏覽共創圖>選購圖像>內部提案>設計應用>審核通過>執行應用>商品銷售>參加展覽>行銷推廣>展覽銷售>消費者認同與支持	提升商品銷售量
企業	活動:購買圖像授權 B1.產出服務時數:3840小時 B2.產出服務人數:12間 B3.產出商品:展覽視覺、禮贈品、公益禮盒、品牌LOGO	認識點點善cooseii數位共創平台>了解cooseii理念>瀏覽共創圖>選購圖像>內部提案>設計應用>審核通過>執行應用>商品銷售>行銷推廣>內部推廣	提升員工對公司認同感
企業	活動:參與共創課程 時數:2小時 人數:6企業、每間10人 產出:共創作品	認識點點善cooseii數位共創平台>報名參加共創課程>行前介紹>老師引導>認識彼此>共同創作>作品分享>贈送畫作	提升品牌形象
企業	活動:參加展覽1次 時數:40小時 人數:2000人(參展人流) 產出:商品銷售	收到邀請>公司作品參加展覽>參觀展覽>宣傳與分享展覽	提升商品銷售量
企業	活動:參加展覽1次 時數:40小時 人數:2000人(參展人流) 產出:商品銷售	收到邀請>公司作品參加展覽>參觀展覽>宣傳與分享展覽	提升品牌知名度
非營利組織	創作分潤、參加展覽	與點點善cooseii簽約合作>上傳課程創作>繳交資料(課程紀錄)>設計師下載使用>設計師作品上傳>作品銷售>獲得創作分潤	收入(含捐款)增加
非營利組織	活動:創作分潤	與點點善cooseii簽約合作>繳交資料(課程紀錄)>獲得創作分潤>舉辦/參加展覽	提升外界對NGO認同
非營利組織	活動:參加展覽1次 時數:8小時 人數:700	展覽企劃>邀約服務對象、公眾人物參與>發新聞稿>舉辦展覽>導覽公眾人物觀展>媒體露出	知名度提升
非營利組織	活動:1次 時數:8小時 人數:700	展覽企劃>邀約服務對象、公眾人物參與>發新聞稿>舉辦展覽>導覽公眾人物觀展>媒體露出>獲得捐款	增加捐款
社會弱勢家庭	A1.活動:協助孩子上課	報名參加課程>送孩子上課>接孩子下課>觀察孩子改變	獲得心理舒緩
社會弱勢家庭 (2.身心受限者)	活動:參與展覽1次	收到展覽邀請>參與展覽>留下展覽紀錄>展覽分享	獲得收入減緩經濟壓力
社會弱勢家庭 (2.身心受限者)	活動:家人(社會弱勢)參與藝術課程	報名參與藝術課程>接送弱勢參與課程>課程創作>獲得自主時間>放鬆心情>舒緩照顧壓力	照顧者壓力舒緩(獲得自主時間)
點點善cooseii	A1.活動:藝術輔療課程 B1.時數:1300 B2.人數:6 B3.產出:創作記錄	課程規劃>參與共創課程>老師引導>陪伴創作>創作記錄>社群分享創作記錄	關懷社會弱勢(同理心增加)、工作更投入
點點善cooseii	A2.活動:企業共創 場次:2 人數:20人	發送共創活動邀請>引領企業員工認識唐寶寶>共創活動介紹>老師引導>企業員工與社會弱勢共創>共創紀錄>產出影片/照片>合作拜訪>合作洽談>圖像設計>圖像授權	增加收入
點點善cooseii	活動:圖像授權、企業共創、展覽活動	發送圖像授權合作邀請>拜訪說明圖像共創理念>合作溝通>授權簽約、提供圖像與影響力預估>提供影響力數據書	增加收入
點點善cooseii	A4.活動:展覽活動 2.時數:2112 3.人數:6 4.產出:作品展覽	展覽企劃>展覽活動辦理>邀請企業看展>展覽介紹>cooseii介紹	增加收入
cooseii團隊	A4.活動:展覽活動 2.時數:2112 3.人數:6 4.產出:作品展覽	展覽企劃>展覽活動辦理>與社會大眾溝通	提升社會認同
cooseii團隊	A4.活動:展覽活動 2.時數:2112 3.人數:6 4.產出:作品展覽	展覽企劃>展覽活動辦理>與社會大眾溝通	獲得成就感與自信心
cooseii團隊	A5.活動:影響力計算 2.時數:576 3.人數:3 4.產出:影響力數據書與即時儀表板	訪談相關關係人>影響力數據計算>影響力數據書撰寫	1.提升社會認同 2.提升成就感
數位發展部	活動:舉辦煤合會、參加展覽	煤合會規劃>邀請團隊/投資方參加煤合會>舉辦煤合會>團隊與投資方依序簡報>提供雙方聯繫方式>了解追蹤煤合情況>媒體宣傳	提升知名度
數位發展部	活動: 時數:50 人數:9萬人 產出:2場展覽	展覽規劃>邀請團隊參加展覽>協助參展>展覽活動>展覽紀錄>媒體宣傳	提升知名度
數位發展部	業師輔導	訪尋業師>邀約業師>邀約團隊>雙方碰面交流>團隊簡報>業師建議>團隊參考與執行	提升知名度

(九)小羊社會創新工作室/集大陳

1.範疇分析

大陳第四代的趙孝嚴曾經在都市工作 5 年，2020 年返鄉，將外公外婆的家作為創業基地，成立「小羊社會創新工作室」，「集大陳」品牌含義為集合大陳的文化，希望能讓在地的故事永續流傳。致力於蒐集全台灣大陳地區的人、事、物，並推廣多元的大陳文化，以建立一個包容、安全、韌性及永續發展的多元民族文化。提供多樣化的大陳節氣飲食、漁網工藝和社區走讀活動，通過現代美學和科技轉化，推動大陳文化的現代發展，展示小羊社會創新工作室在推動社區和經濟永續發展方面的承諾和成就。本次參與研究的範疇以「大陳人的文化教育達到地域族群共融共好」進行分析，如表 3-17。

表 3-17 小羊社會創新工作室之範疇分析說明表

範疇分析(SCOPE)						
組織名稱	小羊社會創新工作室/集大陳				撰寫者	趙孝嚴
	永續發展與全球公民教育 在西元2030年以前，確保所有的學子都習得必要的知識與技能而可以促進永續發展，包括永續發展教育、永續生活模式、人權、性別平等、和平及非暴力提倡、全球公民、文化差異欣賞，以及文化對永續發展的貢獻。					
專案名稱	透過大陳人的文化教育達到地域族群共融共好				日期	2024/03/29
專案範疇	專案活動 Activities	文化小旅行、飲食體驗、實習計畫、祭祀文化、特色物產伴手禮、長者服務（送暖、健檢）、環保志工隊。透過「數位」與「美學」轉譯讓青年人接受與參與。	專案目標 Project Targets	目標一：居民認同感與參與度低，社區居民凝聚力與共識、打破族群意識，促進社區文化交流與欣賞。 目標二：多元青年參與，共同大陳文化保存。	專案期間	
					分析期間	2024.1.1~2024.12.31
	共同參與 (提供資金/ 協助執行)	花蓮市公所文觀所（社區文化活動、廟會）	用途 Decision Purpose	組織存在的價值評估（對內） 對接企業ESG(對外) 選里長（公眾事務參與）	分析性值 (評估/預測型)	評估型

2.盤點利害關係人及成果事件鏈

小羊工作室由一群喜歡「社會創新」的跨國籍與跨領域的青年組成。辦理有關社區文化品牌「集大陳」蒐集全台灣大陳之人、事、物，並發揚傳承「大陳」的多元文化，經盤點利害關係人主要以「社區居民」、「政府單位」、「大學實習生」、「基金會」、「地方協會」、「企業客戶」及「一般消費者」等，創造的成果包含加深社區居民對自己文化的認識及認同感、包容多元文化、增加政府認同感、增加收益等。如下表 3-18。

表 3-18 小羊工作室之成果事件鏈說明表

利害關係人 (子群組)	活動/產出 ACTIVITIES/ OUTPUT	成果事件鏈說明 Outcomes chain	預期成果 OUTCOMES
計畫預期會影響的個人、組織、單位或特定對象	計畫中所舉辦的各種活動或各種服務時數、人數或產出物，盡可能以量化方式呈現(對照01範疇的專案活動)	因為執行計畫對利害關係人所造成的改變，應該以合理的因果關係或邏輯模式，陳述計畫產出或活動對利害關係人的改變過程，撰寫成果的事件鏈。每一個利害關係人，可能有一個以上成果(不同成果就新增一列)	每一個利害關係人，可能有一個以上的成果
社區居民	透過田調參與>社區知識提供>對於團隊認同>參與創作>進而成為未來持續支持團隊的一份子。	透過參與社區一系列的活動=>達到大陳人文化與飲食的認識=>進而認識產生認同與支持。	對多元文化的欣賞 加深對自己文化的認識與認同
實習生	同學透過學校實習計畫>活動辦理>認識大陳文化>產出實習內容>對文化盡一份力。	透過參與社區一系列的活動=>達到大陳人文化與飲食的認識=>甚至參與去共同創作產出=>達到較深度的族群認識與價值觀交換。	增加多元文化的包容與尊重
中央部會	透過團隊的計畫申請>回想起大陳人的故事>認識大陳歷史>認同文化傳承>提供支持與支援。	透過參與社區一系列的活動=>政府資源與曝光=>達到政府對於大陳人文化的認識與特殊性=>活動中增加外界對政府的認同感。	增加外界對政府的認同感
縣市公所	透過團隊的地方計畫申請參與地方競賽>知道大陳社區有動能>認同團隊文化傳承>提供地方資源與支持。	透過參與社區一系列的活動=>申請政府資源與曝光=>達到政府對於大陳人文化的認識與特殊性=>增加知名度	增加知名度
基金會	透過團隊參與基金會活動>回想起大陳人的故事>認識大陳歷史>認同文化傳承>提供支持與支援。	申請基金會資源與曝光=>達到單位對於大陳人文化的認識與特殊性=>增加知名度	增加知名度
地方協會	透過團隊與地方協會交流分享>回想起大陳人的故事>認識大陳歷史>認同文化傳承>帶領協會支援與參訪團到來。	與地方協會交流=>達到單位對於大陳人文化的認識與特殊性=>願意造訪大陳提供實質訂單與支持=>增加收益	增加收入
一般消費客戶	參與團隊辦理的活動>認識大陳人與文化>認同文化>提供購買支持與分享	透過參與社區一系列的活動=>申請政府資源與曝光=>達到政府對於大陳人文化的認識與特殊性=>認識多元的文化=>體驗到知性旅遊=>認同多元文化	認同多元文化
企業客戶	參與團隊辦理的活動>認識大陳人與文化>認同文化>提供購買支持與分享	透過參與社區一系列的活動>達到單位對於大陳人文化的認識與特殊性=>認同多元文化	認同多元文化

(十) 阡陌游 Agri Dive

1. 範疇分析

阡陌游 Agri Dive 致力於身心障礙族群進入及駐留農村，幫助這些人找到地方的生命力與發展願景。其使命是透過結合聽損學童的早期療育與特殊教育，以及「食農教育法」的特教食農體驗，降低聽損兒童在農業中的教育門檻。短期目標包括推動這些體驗，中期則希望擴展至其他特教學童，並通過社會型農場實踐成為農業裡身障族群的支持性就業資源。長期目標是建置社會性農業平台，促進農業、助人專業及身障族群的交流與合作。本次參與研究以「聽障學齡兒童的特教食農體驗」作為分析範疇，如表 3-19 範疇分析說明表。

表 3-19 阡陌游 Agri Dive 範疇分析說明表

範疇分析(SCOPE)							
組織名稱	阡陌游 Agri Dive						
組織目標 Org. Policy	阡陌游的使命是降低身心障礙族群進入/駐留農村的門檻（包括教育、生活、就業），成為他們的助力，共同找回地方的生命力與發展的願景。 為達成這樣的使命，阡陌游的短中長期目標： 短期：透過結合聽損學童的早期療育與特殊教育及《食農教育法》的特教食農體驗，降低聽損兒童在農業的教育門檻。 中期： 1. 特教食農體驗擴及到聽損兒童外的特教學童。 2. 透過社會型農場實踐，成為農業裡身障族群的支持性就業資源。 長期：透過建置社會性農業平台，讓農業、助人專業及身障族群交流與合作。					撰寫者	執行長 陳俞安 營運長 蔡紫綸
專案名稱	聽障學齡兒童的特教食農體驗					日期	2024/04/08
專案範疇	專案活動 Activities	1. 活動前：田野調查、食農特教企劃設計、招生宣傳 2. 活動中：特教食農體驗 3. 活動後：給農夫的企劃指南、給聽損家長的滿意度調查 & 經驗交流活動	專案目標 Project Targets	1. for 聽損家庭：增加親子溝通的機會與能力，以減輕聽損照顧者的壓力。 2. for 聽損兒：聽損兒的感官訓練與環境探索，讓農場成為適合且友善的學習場域。 3. for 農夫：提升其特教知能，同時增加體驗遊程收入。	專案期間	2020/8-2023/12	
					分析期間	2024/1/1-2024/12/31	
	共同參與 (提供資金/ 協助執行)	1.合作夥伴 Key partners 提供場域資源的農民 2.關鍵資源Key resources 實體資源：場域（農場/農作/地理或文化景觀...） 智慧資源：特教知能、體驗設計、阡陌游的執行經驗 人力資源：特教師資、農民、活動企劃人員 財物資源：來自消費者的營收、企業社會責任贊助、社團組織的公益活動贊助... 3.合作通路 Key channels 品牌、基金會、聽損社群	用途 Decision Purpose	1.讓聽損孩童及其家庭有在農場的學習機會（環境教育、親子教育、食農教育）。 2. 提升農夫的特教知能與農場的友善程度，支持聽損學童及未來其他身心障礙者在農業的教育。	分析性值 (評估/預測型)	評估型	

2.盤點利害關係人及成果事件鏈

阡陌游提供聽損家庭的農村體驗教育，透過與北部和中部的在地耆老、農夫合作，舉辦多場專為聽損家庭設計的農遊活動，服務上百人次。這些活動以特殊教育為出發點，注重聽損兒童的環境教育和父母的親子教育，發展出具有地方特色的深度體驗。兩年內累積高度凝聚力和迴響的社群，每月都推出更多農村特殊教育體驗，受到廣泛的認可和期待。盤點有關的利害關係人包含「阡陌游團隊」、「聽損兒童」、「聽損兒童家長」、「農場農夫」、「非營利單位」及「政府單位」等，創造的成果(如表 3-20)有幫助聽損兒童參與特教食農體驗，增加學習與成長機會、增加成就感、提高外界對於社會公益的認同感、良好的家庭關係及互動等。

如表 3-20 阡陌游成果事件鏈說明表

利害關係人 (子群組)	活動/產出 ACTIVITIES/ OUTPUT	成果事件鏈說明 Outcomes chain	預期成果 OUTCOMES
阡陌游	辦理特教食農體驗	辦理一系列特教服務>幫助弱勢族群>做初步錯的成績>得獎>讓更多認意識到社會公益的重要性>獲得外界的認同感	外界對阡陌游的認同感
		辦理一系列特教服務>幫助弱勢族群>做初步錯的成績>覺得幫助弱勢是很有意思的事>自我實現>增加成就感	成就感
聽損兒童 (1-15 歲)	在農場的食農教育活動	家長幫孩子報名活動，孩子也有意願參加>到場接觸並參與特教食農體驗>增加學習與成長機會	增加學習與成長機會
		1. 家長幫孩子報名活動，孩子也有意願參加> 2. 孩子到場參加活動> 3. 跟著農夫體驗阡陌游設計的食農教育內容> a. 跟農夫、家長以及其他聽損兒童互動> b. 感官探索> c. 瞭解農場裡的農作物、植物、地方文化等> d. 完成親子教育、環境教育的活動目標	發展感官的觀察能力
聽損兒童的家長	參加農場的食農教育活動	1. 家長幫孩子報名活動，孩子也有意願參加> 2. 於報名表付費登記，並填寫孩子的個別需求> 3. 跟聽損兒童一起體驗阡陌游設計的食農教育內容> 4. 跟聽損兒童溝通互動> 5. 增進良好的家庭關係	良好的家庭關係及互動

提供場域與活動執行的農夫	在農場辦理活動	提供場域>活化農田使用避免荒廢>獲得租用收入	增加收入
農業部農村發展及水土保持南投分署	青年回鄉獎勵金	提供資源補助計畫執行>活動中主辦單位宣傳>增加在地的聲譽>獲得民眾的認同感	增加民眾對公部門的認同感
中小企總（職涯發展中心-農村水保署小組）	合作辦理	提供資源補助計畫執行>活動中主辦單位宣傳>增加在地的聲譽>獲得民眾的認同感	增加民眾對中小企總的認同感
一般企業	媒體報導素材（新聞稿及照片）	一般企業贊助活動費用 >活動宣傳招生時露出企業單位 >活動時介紹贊助企業、露出企業相關資訊>與參與者拍合照>提供新聞稿及照片等媒體報導素材	增加知名度
2-6 歲早療階段 配戴助聽器、電子耳且以口語溝通為主		家長報名並付費 >參加活動>獲得早療與特殊教育的支援>降低教育門檻，提升學習效果	提升學習效果
2-6 歲早療階段 手語溝通為主		家長報名並付費 >參加活動>獲得早療與特殊教育的支援>降低教育門檻，提升學習效果	提升學習效果

(十一)俗女村創意文化有限公司

1.範疇分析

俗女村創意文化有限公司成立於 2020 年，發現台南後壁問題包含人口負成長及老化、老屋閒置無法活化、女性工作受限、特色產業不斷消失，便提出以服務主導邏輯為主軸，價值共創為目標，所有的服務及產品都其為擾動當地文化重新挖掘、定位、創造其商品及服務，將文化、歷史、當地特色以及問題變成可永續經營發展的產品，以及服務解決當地相關問題。下圖 3-19 為該團隊營運模式。



圖片來源:社會創新平台

圖 3-19 俗女村營運模式

本次參與研究專案為「黃家古厝保存及建構商業模式計畫」，是俗女村創意文化有限公司的地方創生計畫之一，主要為利用閒置老屋，進行保存和活化，並結合農村觀光和商業模式推動，如表 3-21 為範疇分析說明。

表 3-21 俗女村創意文化有限公司之範疇分析說明表

範疇分析(SCOPE)						
組織名稱	俗女村創意文化有限公司				撰寫者	吳翊榛創辦人
組織目標 Org. Policy	-打造農村經濟生態圈					
專案名稱	黃家古厝保存及建構商業模式計畫				日期	2024.05.01
專案範疇	專案活動 Activities	1.購置黃家古厝及土地 2.募資活動 3.號召品牌及職人 4.商業模式建構	專案目標 Project Targets	1.保存黃家古厝延續建物文化價值 2.募資活動募到300萬讓大家認識我們更認同我們在地地方推動的事務 3.號召品牌5個及職人3位進駐打造經濟生態圈 4.產出4個MVP 最小可行性產品持續發酵經濟推動可行性	專案期間	2024.1.1-2025.12.31
					分析期間	2024.1.1-2024.12.31
		共同參與 (提供資金/ 協助執行)	股東、銀行	用途 Decision Purpose	1.未來是否可以讓青年擁有農村資產進而回農村發展的可能 2.提升農村聚落發展 3.提升就業機會 4.將建構活化或保存舊有老屋可能遇見之問題模組化讓未來可以參考	分析性值 (評估/預測型)

2.盤點利害關係人及成果事件鏈

盤點並重新規劃老舊房舍成為可營運場域或展覽空間，並規劃設計俗女村旅居計畫讓居民共同投入老屋活化，搭配相關遊程規劃。與社區長者推動社區青銀共創餐廳，讓農村老年人可以共同開發餐點及製作餐點給消費者，也將農村老齡化問題轉換成

不一樣的特色服務，此外，號召藝術家駐村將藝術融入廢棄老屋作為活化，藉此讓在地髒亂空間作為不一樣的藝術場域。經盤點利害關係人主要以「地主」、「消費者」、「在地職人」、「俗女村團隊」及「合作店家」等。創造的成果有創業機會、增加收入、提升知名度、成就感、增加認同感等，整理如表 3-22。

表 3-22 俗女村創意文化有限公司之成果事件鏈說明表

利害關係人 (子群組)	活動/產出 ACTIVITIES/ OUTPUT	成果事件鏈說明 Outcomes chain	預期成果 OUTCOMES
地主	購置黃家古厝及土地	找到地主>與地主溝通>找投資方，計算股份分配>銀行貸款>購置土地及建物>銀行賺取利息>歷史建築被保留	把房子賣出
股東(自己)			保留歷史建築
股東			房地產增值
銀行			利息收入
募資平台	募資活動	募資活動設計>上架到募資平台>群眾募資>募資專案結束>募資平台抽成>團隊收到募資款項>寄送商品給消費者>消費者取得商品	抽成 增加收入
消費者 (群眾)			認同感、商品
俗女村團隊			增加收入
雲嘉南地區職人	號召品牌及職人	透過收尋及朋友介紹找出在地職人或品牌方>邀約討論經營方向>討論空間合作模式>開始營運進駐合作>賺取收入>品牌曝光、增加成就感	創業的機會
品牌店家			作品被看見的成就感
俗女村團隊	商業模式建構	與股東討論定位，團隊核心價值定位>場域評估及設計規劃>設定損益平衡點及收入來源>定位目標客群>設定商業關鍵活動(餐飲、露營區、婚禮)>找願意進駐團隊>與團隊討論可運行工項>與股東討論篩選出適合進駐的團隊>通知入取團隊進駐試營運>試運行3~6個月	提升知名度
股東			增加收入
品牌店家			增加收入
黃家古厝			古蹟被活化活用

(十二)心之谷永續教育園區

1.範疇分析

魚可文創團隊於 2020 年創辦心之谷教育園區，推動身心靈的全人教育，2022 年公司重新定位為「心之谷永續教育園區」，致力於推動 ESG 永續教育，該園區結合各領域專業人才及具共同理念的組織團體，推動以人為本、尊重自然、文化多樣性的永續教育。目標是打造一個繁華都市中的身心靈綠洲，成為人們心靈的避風港，學習平等對待他人和愛護自然生態環境，思考宇宙萬物共生共榮的概念。

心之谷永續教育園區目的是成為每個人心之所向、身之所往的靜心之地，推動全人教育，並提升人類的幸福感與自然生態的平衡。本次參與研究以「心之谷永續教育園區的幸福影響力」為範疇，如表 3-23 範疇分析說明。

如表 3-23 心之谷永續教育園區之範疇分析說明表

範疇分析(SCOPE)						
組織名稱	心之谷永續教育園區				撰寫者	魚可文創團隊
組織目標 Org. Policy	從心走在幸福路上（結合多元夥伴的力量，共同傳遞幸福能量，推動永續生活的實踐。） SDGs3.4減少非傳染性疾病造成的死亡率並促進心理健康 SDGs12.8促進對永續生活方式的普遍理解					
專案名稱	心之谷永續教育園區的幸福影響力					
專案範疇	專案活動 Activities	心之谷永續教育園區希望藉由身心靈課程活動設計搭配商品及檢測服務，協助人們從心認識自己，提升幸福感。 1. 幸福主題講座工坊 2. 『幸福體驗旅程』（身心健康檢測） （身心靈諮詢服務）	專案目標 Project Targets	以IDGs為架構出發提升民眾幸福感（五大面向的強項確認） 1. 讓民眾做出行動並改善身心健康狀態	專案期間	2024/01/01 2024/12/31
					分析期間	2024/01/01 2024/12/31
		共同參與 (提供資金/ 協助執行)	員工、消費者、身心靈老師專家顧問、組織夥伴	用途 Decision Purpose	釐清及溝通利害關係人（服務對象）	分析性值 (評估/預測型)

2.盤點利害關係人及成果事件鏈

心之谷永續教育園區透過設計身心靈課程活動，搭配商品及檢測服務，協助人們從內心深處認識自己，提升幸福感。該園區提供多樣化的活動，如幸福主題講座工坊，讓參與者在學習中體驗幸福的真諦。還有幸福體驗旅程包括身心健康檢測和身心靈諮詢服務，幫助人們全面了解自己的身心狀態，從而提升整體幸福感和生活質量，打造一個促進全人健康與幸福的綠洲。經盤點主要的利害關係人有「心之谷團隊」、「參與者」及「參訪團」等，目前尚在議和階段初步整理成果包含增加參與者身心靈健康、增加服務品質獲得知名度、增加幸福感及增加營收等。如表3-24。

表 3-24 心之谷成果事件鏈說明表

利害關係人 (子群組)	活動/產出 ACTIVITIES/ OUTPUT	成果事件鏈說明 Outcomes chain	預期成果 OUTCOMES
心之谷團隊	活動：規劃多元工作坊及旅程活動 時間：317天（一年扣除週一） 產出：滿意度調查表	規劃活動 > 宣傳 > 現場執行>檢討評估	課程內容優化 服務品質提升
心之谷團隊	活動：規劃多元工作坊及旅程活動 時間：317天（一年扣除週一） 產出：財務報表	規劃活動 > 宣傳 > 現場執行>檢討評估	營運模式永續
關心身心健康的人（自己 進來館內的人） （25-65歲）	活動：幸福體驗旅程（導覽結合體驗） 時間：60分鐘/次 產出：前後測的檢測量表	入館解說 > 導覽體驗 > 飲品體驗 > 結束後抽卡了解自身狀態	幸福指數/歸屬感提升
	活動：幸福主題講座工坊 時間：2-3小時/次 產出：前後測的檢測量表	活動前先檢測一次 > 活動/工作坊體驗解說 > 活動後再次檢測	身心健康指數提升
參訪團	活動：導覽體驗一次 時間：60分鐘/次，20人次以上 產出：服務滿意度調查表	到秋紅谷公園體驗生態解說 > 到Gallery場館導覽 > 到Showroom介紹[心之谷]及透過軟性方式，瞭解永續議題 > 互動並於FB回饋 > 扭蛋體驗，連結自身內在> 使用撲滿及聲光效果提供滿意度回饋 > 帶著笑臉離開	服務滿意度高

(十三)郡碩農莊(郡碩農創有限公司)

1.範疇分析

2021 年接手家族傳統的龍眼種植業務，面臨病蟲害如荔枝椿象和龍眼膠蟲的挑戰。郡碩農莊選擇在友善耕作和農藥使用之間尋找平衡，減少農藥使用量，採用推薦資材用藥，不使用化學肥料，並延長安全用藥採收期。這些措施使他們逐步轉型為友善耕作，並追求產銷履歷驗證，開創在地食農永續農業的創新發展。本次參與研究以「龍享甜計畫-(AIOT 智慧炭焙龍眼乾加工溫度監控系統)」為範疇，如表 3-25 範疇分析說明。

表 3-25 郡碩農莊範疇分析說明表

專案範疇分析說明表						
範疇分析(SCOPE)						
組織名稱	郡碩農莊(郡碩農創有限公司)				撰寫者	田家易
組織目標 Org. Policy	(1)南投中寮地方龍眼產業永續經營。(2)智慧科技導入傳統農業，優化加工生產作業。					
專案名稱	龍享甜計畫-(AIOT智慧炭焙龍眼乾加工溫度監控系統)				日期	2024/03/29
專案範疇	專案活動 Activities	(1)設計開發AIOT智慧炭焙龍眼乾加工溫度監控系統。 (2)系統測試評估(硬體設備、雲端軟體、效能壽限、便利性)。	專案目標 Project Targets	保留傳統柴烘風味，科技導入降低生產成本 (1)遠程監控：降低人力管理負擔(60H降低至30H)，提升從農生活品質。 (2)自動記錄：取代人工記錄，導入至生產管理，穩定農產加工品質。 (3)即時預警：溫度異常警示，降低投入門檻。	專案期間	2023/4/1 2025/7/1
					分析期間	2024/4/1 2024/10/31
		共同參與 (提供資金/協助執行)	國立虎尾科技大學 中寮果樹產銷班第四班、 在地農民	用途 Decision Purpose	(1)與利害關係人溝通 (2)申請臺灣新型/發明專利 (3)對政府部門提案/爭取預算 (4)碩專班論文	分析性值 (評估/預測型)

2.盤點利害關係人及成果事件鏈

龍享甜計畫使用 AIOT（人工智慧物聯網）技術來監控智慧

炭焙龍眼乾加工的溫度系統，以提高龍眼生產效率、品質控制及

創新產品開發。經盤點涉及的利害關係人主要以「郡碩農創團

隊」、「果農」、「政府單位」、「技術單位」及「合作廠商」

等，創造的成果包含提升農產業競爭優勢(競爭力)、增加收益、

節省時間、獲得更多自主時間、增加品牌知名度等，如表 3-26

成果事件鏈說明表。

表 3-26 郡碩農莊之成果事件鏈說明表

利害關係人 (子群組)	活動/產出 ACTIVITIES/ OUTPUT	成果事件鏈說明 Outcomes chain	預期成果 OUTCOMES
郡碩農創有限公司	參與龍享甜計畫-專案團隊3位	需求調查與分析→技術研發→系統整合→進行階段測試(包含單元測試、系統測試和實機測試)→撰寫測試報告與改進方案→確認系統功能性和可靠性→迭代修改→申請新型專利	新型專利申請 (G)競爭優勢
		市場調查和競爭分析→建立示範場域→進行市場推廣活動→客戶購買→安裝和培訓→系統運作投入使用→客戶滿意度→保固與售後服務	提高客戶滿意度和收益(銷售、服務) (S)客戶福利 (G)財務表現
		專業培訓和技能提升→參加研討會或國際展會交流→收集客戶回饋分析研究→提升系統的競爭力與商業價值→擴散至其他產業(烏梅、荔枝、柴燒陶藝...)的應用	增強生產效率和應用效益 (E)降低資源消耗 (G)增加利潤和市場競爭力
硬體設備製造商 (益港金屬有限公司)	參與龍享甜計畫-軟體系統設計開發1家	初步可行性研究→概念設計→細部規劃→樣機(模型)製作→初步測試→材料採購→部件加工與製造→組裝與調整測試→試營運測試→蒐整數據與優化調整→正式量產	提高硬體開發競爭力和盈利 (G)增加利潤和市場競爭力
軟體系統開發商 (國立虎尾科技大學、農識國際股份有限公司)	參與龍享甜計畫-硬體設備設計開發1家	需求調查→需求確立(產品定位、核心功能)→原型設計→材料採購→軟體開發→階段測試→調整修正→軟硬體整合組裝→試營運測試→蒐整數據與優化調整→正式量產	提高技術的豐富與創新能量 (G)增加利潤和市場競爭力
環球驗證公司	從參與龍享甜計畫中找到已通過產銷履歷驗證果農2位	完成申請前評估表→驗證文件準備→進行資料初審與補正→確認稽核派工→現場稽核/採樣→不符事項矯正→結案報告審議→核發證書/系統登錄	降低驗證機構承擔的淺在風險 (S)健康福祉
產業環境監測分析	在實際加工作業中，偵測蒐集實際工作環境的條件狀態	設備安裝與配置→實時監控→數據收集→數據分析→描述性分析→診斷性分析→預測性分析→分析結果→提供建議改善方案	改善龍眼加工作業條件 (S)健康福祉
中寮在地專業農民 (具10年以上種植經驗)	參與龍享甜計畫-透過郡碩農莊找到試營運果農2位	設備安裝→教育訓練→即時監看異常預警→溫溼度自動監測上傳雲端資料庫→降低人工管理時間→優化柴烘龍眼乾加工生產流程→穩定產品加工品質	降低龍眼乾加工管理成本 (E)降低資源消耗
		對農民進行教育培訓→確保農民能正確使用系統→系統異常處置或售後服務→透過行動裝置直接或間接處理加工現場異常狀況→縮短加工時間→提升工作時間的彈性	提升農民的管理整合能力 (S)客戶福利 (E)能源管理
中部地區兼職農民 (5年以下種植經驗)	參與龍享甜計畫-透過郡碩農莊找到試營運果農1位	設備安裝→教育訓練→即時監看異常預警→溫溼度自動監測上傳雲端資料庫→降低人工管理時間→優化柴烘龍眼乾加工生產流程→降低新手投入門檻	降低新手投入門檻(節省人力成本) (S)客戶福利
		對農民進行教育培訓→確保農民能正確使用系統→系統異常處置或售後服務→透過行動裝置直接或間接處理加工現場異常狀況→縮短加工時間→提升工作時間的彈性	提升農民的管理整合能力 (S)客戶福利 (E)能源管理
中寮在地農產品初級加工工場(民間代烘業者、農會)	參與龍享甜計畫-透過郡碩農莊找到試營運加工廠1處	設備安裝→教育訓練→即時監看異常預警→溫溼度自動監測上傳雲端資料庫→降低人工管理時間→優化柴烘龍眼乾加工生產流程→穩定產品加工品質	降低龍眼乾加工管理成本 (E)降低資源消耗
		對加工業者進行教育培訓→確保業者能正確使用系統→系統異常處置或售後服務→透過行動裝置直接或間接處理加工現場異常狀況→縮短加工時間→提升工作時間的彈性	提升農民的管理整合能力 (S)客戶福利 (E)能源管理

(十四)多加社會企業社

1.範疇分析

多加思所 Do+T 源自於台南市以恩關懷協會，以人為核心價值，專注於照顧脆弱家庭兒童、特殊困境家庭的婦女。他們探索如何善用婦女獨特的能力，不僅幫助她們自我成長，也貢獻社會。協助將 50 歲以上之婦女透過手工縫紉與設計，重拾自信與人生價值。他們使用「零碼布」重新製作商品，已運用超過 1000 公斤的邊布，積極推動永續環境行動。下圖 3-20 為多加社會企業社營運模式。



圖 3-20 為多加社會企業社營運模式

引領更多媽媽參與製作商品，同時也幫助社區中的中高齡女性，提供社區駐點職人課程，本次參與研究以「多加思所與跨

國企業 ESG 合作之影響力評估」為範疇，如表 3-27。

表 3-27 多加思所之範疇分析說明表

範疇分析(SCOPE)						
組織名稱	多加社會企業社				撰寫者	劉婷萱
組織目標 Org. Policy	讓50+女性能透過延續自身技能（縫紉）發展第三人生					
專案名稱	多加思所與跨國企業ESG合作之影響力評估				日期	0113/4/8
專案範疇	專案活動 Activities	結合企業公益支持活動，共同研發設計商品，運用「邊布料」、「工場廢棄物」，並共同執行現場活動（兩場） 喚醒員工意識，透過公益支持計畫，也連結其他企業的永續採購	專案目標 Project Targets	1.50+女力再現 2.企業廢棄物之永續循環 3.為高齡者預備第三人生的舞台	專案期間	112/11/1~113/12/31
					分析期間	113/1/1~113/12/31
		共同參與 (提供資金/ 協助執行)	企業公益支持 企業臺南工廠廢料 執行單位：IMPACT HUB	用途 Decision Purpose	了解多加思所與跨國企業合作之社會影響力	分析性值 (評估/預測型)

2.盤點利害關係人及成果事件鏈

多加思所透過與設計師合作，打造多元化、獨特且市場導向的產品，產品結合「邊布」與「特色材質」，如邊布與漁網的「希望系列」及邊布與泰北育幼院手工十字繡的「多加祝福系列」，每個系列都有專屬故事。企業在 ESG 採購中提供永續材料，與多加思所共同設計產品，將環境與社會責任緊密連結。此外，讓 50 歲以上的女性開創第三人生，開辦「多加學堂」提供美學設計、專業技術及生命成長等課程。經盤點利害關係人有「合作的公司企業」、「工廠」、「50+大女團隊」、「多加思所團隊」，創造的成果(如表 3-28)包含增加企業員工對公司的認同感、

提升工廠形象、增加 50+女性成就感、技術提升及增加收入等。

表 3-28 多加思索之成果事件鏈說明表

利害關係人 (子群組)	活動/產出 ACTIVITIES/ OUTPUT	成果事件鏈說明 Outcomes chain	預期成果 OUTCOMES (透過訪談)
1-1台北辦公室	舉辦1場台北午餐，參與人數40人	一場在世界地球日的活動，現場讓員工選擇提袋手把顏色，並立即製作永續提袋，多加與共同合作喜樂帽的包裝活動，讓他們認識多加的工作以及做出祝福的行動，了解公司的公益支持計畫，員工更加認同公司	增加對公司的認同感
1-2臺南工廠	提供50張濾嘴包裝袋、200個塑膠環、5公斤打包繩 舉辦一場地球日的贈禮儀式 9位工廠夥伴到多加思所參訪 與多加思所的大女共同研發出7款商品	與工廠的員工共同研發，並使用工廠廢棄物（塑膠環、打包繩、濾嘴包裝）放進產品設計中，減少廢棄物產出，參與地球日活動，提升工廠的企業形象	提升工廠品牌形象
2-1 50+大女團隊	共同設計商品7款 製作500個包 參與3場活動	與50+婦女商品研發會議（商品設計）-產品打樣-產品量產-展示商品-參與企業活動（與企業互動）-出國參訪（開擴視野）	1.自我價值提升（有歸屬感、成就感、自信心）
		設計出商品>銷售>獲得收入	2.收入增加
		為設計出好的作品>與大家切磋交流>自己也更投入學習高品質的作品>提升自己的設計能力及製作能力	3.技術提升
2-2 多加團隊	提案一式 共同設計商品7款 參與3場活動	1.提案-與臺南工廠夥伴開會（了解需求）-與50+婦女商品研發會議（商品設計）-協調專案細節-溝通商品與定案後續活動聯繫 2.內部大女工作分配-進度追蹤與管理-內部工作問題解決	人際關係變廣(1) 溝通能力提升(1) 專案管理能力提升(2) 企業合作經驗增加(2)

(十五)拾蚯樂(灋杯永續有限公司)

1.範疇分析

拾蚯樂 Circular 自 2017 年起致力於蚯蚓養殖和蚓糞研究，推動循環農業和友善環境，透過在不同場域的養殖經驗，發現許多循環農業的潛力和機會，並深耕於此領域。蚯蚓養殖不僅能有效處理有機廢棄物，還能生產高品質的蚓糞，為農業提供天然肥料，促進土壤健康和農作物的生長，實現了資源的循環利用，減少了對化學肥料的依賴，從而減少環境污染。

除了在農業和環境領域的投入，拾蚯樂 Circular 近年來也積極探索和參與社會創新、社會設計以及 ESG（環境、社會、公司治理）等領域。透過多方合作推動社會和環境的永續發展、提升社區的生活品質，並以創新的商業模式和技術手段，實現社會價值和經濟效益的雙贏。本次參與以「永續農業導入循環經濟之社會影響力研究」為範疇進行分析，如表 3-29。

如表 3-29 拾蚯樂之範疇分析說明表

範疇分析(SCOPE)						
組織名稱	澧杯永續有限公司				撰寫者	楊智凱
組織目標 Org. Policy						
專案名稱	永續農業導入循環經濟之社會影響力研究 ——以生物性方式處理為例				日期	
專案範疇	專案活動 Activities	1.農業剩餘資材(有機廢棄物)堆肥前處理調整 2.蚯蚓生物性處理農業剩餘資材 3.製作成肥料，生產符合法規之肥料 4.向農友溝通副產物(蚯蚓糞)應用方式及用量	專案目標 Project Targets	1.農剩(廢)合法處理量572公噸 2.減少生雞糞入田72公噸	專案期間	2023.01-2023.12
					分析期間	2024.01-2024.06
		共同參與 (提供資金/ 協助執行)	農村水保署、雙福牧場、源有牧場、共同處理廠、BNI雲富分會(農業特色分會)、農場、財團法人台灣尤努斯基金會、國立虎尾科技大學農業研究及推廣中心	用途 Decision Purpose	溝通利害關係人、呈現績效、爭取預算、學位論文	分析性值 (評估/預測型)

2.盤點利害關係人及成果事件鏈

拾蚯樂致力於蚯蚓養殖和蚓糞研究，推動循環農業和友善環境，經盤點利害關係人包含「農民/農企社」、「政府機構」、「畜/禽牧場」、「合作單位」及「地球環境」等。透過專案的行動使農民獲得高品質的蚓糞作為天然肥料，減少對化學肥料的依賴，提高土壤肥力和作物產量。此外，蚯蚓養殖技術幫助他們處理有機廢棄物，減少環境污染。合作夥伴和投資者透過與拾蚯樂的合作，參與到環境保護和社會創新中，提升自身的社會影響力和企業形象，同時實現經濟回報。詳如表 3-30。

表 3-30 拾蚯樂之成果事件鏈說明表

利害關係人 (子群組)	活動/產出 ACTIVITIES/ OUTPUT	成果事件鏈說明 Outcomes chain	預期成果 OUTCOMES
澧杯永續有限公司	向農友溝通副產物(蚯蚓糞)應用方式及用量	將蚯蚓糞、肥料於田間做試驗對照組>將成果整理製成文宣>輔導消費者、農民推廣使用>提供農民取得第三方驗證(有機、產銷履歷)輔導服務>教導農民如何使用蚯蚓糞搭配其他農業資材提升種植技術>幫助農友獲得認同感	增加外界對公司的認同感
	蚯蚓生物性處理農業剩餘資材	於牛場堆肥區養殖蚯蚓>定期至牧場現場管理>協助雙福牧場在源頭將廢棄物減量>將繁殖後的蚯蚓移出場外>將蚯蚓糞載至共同處理場製作成肥料>提供農友使用	增加營收
雙福牧場	農業剩餘資材(有機廢棄物)堆肥前處理調整	澧杯永續與雙福牧場簽約>牧場養殖牛，牛隻每日排放糞尿>牧場員工每日清洗牛舍，固液分離後產生固態牛糞>員工協助牛糞堆置>團隊提供堆肥顧問服務>牧場員工協助將牛糞翻堆，靜置自然發酵>運輸出場載至共同處理廠當原料或裝袋出售>在現地廢棄物減量及去化>降低牧場處理成本，增加員工獎金	降低牧場處理成本
源有牧場	農業剩餘資材(有機廢棄物)堆肥前處理調整	澧杯永續與源有牧場簽約>牧場養殖牛，牛隻每日排放糞尿>牧場員工每日清洗牛舍，固液分離後產生固態牛糞>員工協助牛糞堆置>團隊提供堆肥顧問服務>牧場員工協助將牛糞翻堆，靜置自然發酵>運輸出場載至共同處理廠當原料或裝袋出售>在現地廢棄物減量及去化>降低牧場處理成本，增加員工獎金	降低牧場處理成本
一晨農場	農業剩餘資材(有機廢棄物蒐集)	一晨農場之雞場養殖雞>每兩週清理雞舍一次，用山貓+舉斗貨車將雞糞送至共同處理廠>增加處理去化雞糞管道，減少委外處理費用>將雞糞載至共同處理廠堆肥區下料，與其他禽畜糞等配料混合發酵後熟>生產出符合法規之有機肥	降低牧場處理成本
農泉國際有限公司 (共同處理場)	生產符合法規之肥料	將雙福牧場半腐熟牛糞、一晨農場>雞糞及添加之配料調整比例混合>發酵、後熟處理至符合法規條件>秤重、包裝、出貨>生產出符合法規之肥料產品>銷售肥料增加收入	合作此專案可獲得之營收(G)
農民	使用永續資材(蚯蚓糞)施用於田間	農民以高品質的蚓糞作為天然肥料，減少對化學肥料的依賴，提高土壤肥力和作物產量>作物生長況況提升，產量增加>增加營收	增加收入
BNI雲富分會(農企業特色分會)	採購永續資材(蚯蚓糞)施用於田間	採購肥料供種植農作物用>作物生長況況提升，產量增加>增加收入	增加收入
合作夥伴和投資者	支持本計畫行動	參與到環境保護和社會創新中，提升自身的社會影響力和企業形象>實現經濟回報	增加品牌形象
地球環境	減少環境二次汙染	將牛糞及雞糞經過等比例調整堆肥>透過蚯蚓生物性方式分解>製作成有機肥料>提供販售給農民於田間使用>避免農民直接使用生雞糞於田間>減少環境二次汙染的機會	降低碳排放

(十六)通利水產行

1.範疇分析

通利水產行致力於推動當地漁民轉型養殖黑蜆，以實現環保和經濟效益的雙贏。黑蜆養殖具有巨大的環保潛力，因其貝殼接近百分之百是碳酸鈣，每公頃的養殖場固碳量相當於 792 棵樹。此外，他們提倡綠色養殖方式，堅持不超抽地下水、使用有機養殖技術並避免使用化學藥劑，採用光合益生菌來促進貝類的生長。公司希望通過其影響力，推廣這種養殖方式給當地漁民，鼓勵他們轉型養殖黑蜆。

為支持這一轉型，通利水產行提供轉職培訓課程和相關培訓活動，課程內容包括實用的知識和技能，幫助漁民理解並參與生態友善型養殖過程。培養更多養殖專業人才，不僅有助於減輕對文蛤等傳統養植物種的過度壓力，也能實現漁業資源的永續利用，為當地漁民提供更穩定和持續的經濟收入。

本次參與研究以「漁民轉型計畫：黑蜆養殖與教育創新」為範疇分析(表 3-31)，通利水產行以創新的方式，將廢棄文蛤殼和因加工品製造而產生的蜆殼轉化為教育教材，推動環境保護和資源再利用。

表 3-31 通利水產之範疇分析說明表

範疇分析(SCOPE)						
組織名稱	通利水產行				撰寫者	楊雅閔、楊渝涵
組織目標 Org. Policy	推廣漁業文化與環境永續理念，目標成為台灣黑蜆領先品牌					
專案名稱	漁民轉型計畫：黑蜆養殖與教育創新				日期	2024/5/9
專案範疇	專案活動 Activities	1.推動黑蜆養殖轉型計畫，包括培訓當地漁民養殖黑蜆的技術和知識，提供必要的設備和資源支援。 2.開發廢棄貝類殼製作的教學教材，組織偏鄉學生進行實地探索和製作，啟發創造力和創新思維。3.利用創新方式處理廢棄貝類殼，轉化為有價值的產品，如再生杯墊、再生擴香石、再生盆栽。	專案目標 Project Targets	1.鼓勵當地漁民轉型養殖黑蜆 2.利用廢棄文蛤殼、因加工品製造而產生的蜆殼開發教材 3.利用廢棄文蛤殼、因加工品製造而產生的蜆殼開發教材	專案期間	2024/05/01-2025/12/31
					分析期間	2025/05/01-2025/12/31
		共同參與 (提供資金/協助執行)	提供資金支援: 地方政府、企業捐助、環保組織等提供資金支持。協助執行: 地方協會、學校教育單位、環境保護團體、社區組織等協助專案的執行和推廣。	用途 Decision Purpose	1.永續鄉鎮2.社區活化與凝聚3.環境保護4.教育發展5.地方經濟發展	分析性值 (評估/預測型)

2.盤點利害關係人及成果事件鏈

利用廢棄貝類殼，減少了廢棄物對環境造成的負面影響，促進了環境永續發展，不僅有助於減少垃圾量，還能有效降低廢棄物處理的環境成本。通利水產行將廢棄貝類殼轉化為教育教材，有效資源再利用，降低對新鮮材料的需求，有助於節約自然資源，廢棄貝殼被賦予了新的價值，成了有用的資源。

此外，這些教材被廣泛應用於漁食農教育課程，特別是為偏鄉學生提供了接觸、探索和利用身邊資源的機會，啟發學生的創造力和創新思維，培養他們對環境保護和資源再利用的意識，從而促進教育發展和知識傳遞。通利水產行鼓勵社區成員參與教育活動和資源共享，增強了社區凝聚力和共同發展。社區參與提

高教育項目的影響力，促進社區成員之間的合作和交流，推動整體社區的進步。盤點出利害關係人為「當地漁民」、「學校單位」、「在地居民」及「通利水產團隊」等，創造的成果包含提升黑蜆養殖技術、增加經濟收入、增加環境保護意識及解決廢棄貝類問題降低環境問題等，如表 3-32 成果事件鏈說明表。

表 3-32 通利水產行之成果事件鏈說明表

利害關係人 (子群組)	活動/產出 ACTIVITIES/ OUTPUT	成果事件鏈說明 Outcomes chain	預期成果 OUTCOMES
當地漁民	參加黑蜆養殖專業培訓課程	接受專業培訓和支援： 提供專業技術培訓和轉型養殖指導→ 提供資金和設備支援→漁民轉型至黑蜆養殖。	掌握黑蜆養殖技術
當地漁民	參加黑蜆養殖專業培訓課程	增加收入和穩定就業： 轉型至黑蜆→漁民收成穩定→漁民的收入增加→ 漁民更穩定和可持續的經濟收入來源	獲得穩定和可持續的經濟收入
學校單位(老師)	製作廢棄貝類殼教學教材 推動教育活動，如漁村環境保護講座、資源再利用教育活動等	提供環境教育和創造力培養： 使用廢棄貝殼製作教學教材的環境教育活動→啟發學生對環境保護和資源再利用的意識→培養創造力和創新思維。	幫助學生對環境保護和資源再利用有更深的認識和意識
學校單位(學生)	製作廢棄貝類殼教學教材 推動教育活動，如漁村環境保護講座、資源再利用教育活動等	提供環境教育和創造力培養： 使用廢棄貝殼製作教學教材的環境教育活動→啟發學生對環境保護和資源再利用的意識→培養創造力和創新思維。	幫助學生對環境保護和資源再利用有更深的認識和意識
居民	降低在地居民對於環境負面評價	產業價值提升： 廢棄貝殼開發新產品→提升地方產業的價值和競爭力→轉化廢棄貝殼為有價值的產品→促進地方產業的發展和繁榮。	1.提升地方產業價值 2.解決廢棄貝類殼問題，降低環境汙染程度
通利水產行	舉辦黑蜆養殖專業培訓課程	提供漁民專業技術培訓和轉型養殖指導→ 提供資金和設備支援→漁民轉型至黑蜆養殖→收購黑蜆→外銷給日本客戶→公司營收增加	增加公司營收

四、青創團隊對利害關係人及對焦SDGs影響分析

(一)利害關係人群體分析

(二)多加

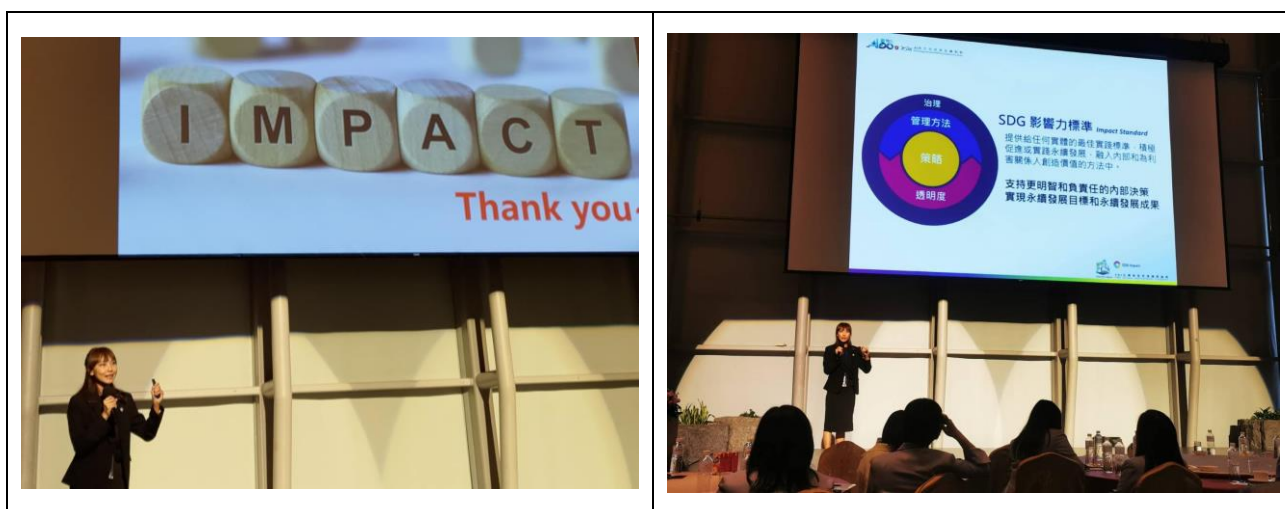
(三)拾

五、成果發表會

(一)2024 年 PMI 台灣專案管理國際論壇(PTIC)發表計畫成果

在 2024 年 PMI 台灣專案管理國際論壇 (PTIC) 上分享本計畫的創新應用與實踐經驗。計畫運用社會影響力評估方法，協助青創團隊在國際永續發展目標 (SDGs) 下強化其社會責任意識與實踐能力。透過清晰的影響力目標設定、跨領域協作以及與利害關係人的深度溝通，本計畫展示有效的專案管理策略如何支持青創團隊達成顯著的社會價值。

本次發表強調團隊在評估過程中的挑戰和經驗，包含如何運用質性與量化指標進行效益衡量，並從利害關係人的角度檢視計畫成果，透過案例展示如何在持續優化和回應過程中，達成實質的社會價值創造。為台灣的專案管理與社會企業提供有力的參考，推動更多團隊在資源配置及決策時以社會價值為核心，並進一步實現對環境和社會的正向影響。



(二)113 年 11 月 8 日舉辦成果發表會

本次成果發表與國立臺中教育大學合作辦理「113 年 Maximize Your Impact 計畫成果發表會」圓滿落幕。成果發表會聚焦於青創團隊與社會企業如何透過社會影響力評估方法，強化社會責任意識並創造實質影響，以達成國際永續發展目標 (SDGs)。活動吸引多位專案管理、社會企業與社會影響評估領域的專家學者、地方創生團隊代表及學生參與，共同見證青創團隊的創新實

踐成果。

本次邀請參與計畫的青創團隊代表介紹其專案的核心理念，透過明確的社會影響目標設定、跨領域合作以及利害關係人深度參與，盤點出所創造的成果及對焦達成 SDGs 的價值。團隊成員分享計畫執行過程中的創新實踐，包括在專案管理中的挑戰、目標評估指標的選定，以及如何以社會回報率（SROI）進行量化分析，提供參與者具體的評估框架。

本次也展示具代表性的青創團隊案例，這些案例透過社會影響力評估方法有效衡量不同專案的正向社會影響。青創團隊成員以個案故事形式分享其在國際永續發展目標對接過程中的學習與成效，展現出透過具體策略和評估工具所創造的社會價值。

專題討論聚焦於影響力評估的挑戰與未來發展，現場參與者圍繞如何提升量化指標的有效性、應對評估過程中的不確定性，以及如何在影響力評估中充分融入利害關係人意見進行交流。與會者認為，透過持續的調整與回應，可以更有效地在專案管理中實現正向的社會變革。

此次發表會不僅展示 Maximize Your Impact 計畫的影響力評估成果，也為未來青創團隊及社會企業提供參考模型。激發更多團隊在未來的專案規劃中融入影響力評估方法，以促進社會企

業在資源配置及決策時，更多地考量對社會和環境的正向影響，
助力永續發展的實現。

社會企業中心

Maximize Your Impact

影響力生態圈

成果發表會

2024.11.08 (五)

國立臺中教育大學英才校區R412室

13:30 p.m. - 17:00 p.m. | (臺中市西區民生路227號)

時間	議程	主講人
13:30-13:45	迎賓報到	
13:45-14:15	開幕致詞	林欣怡 院長 陳美伶 董事長 郭鳳玉 執行長 柯勇全 執行長
	社企中心活動回顧	
14:15-15:45 影響力生態圈計畫收穫分享	14:15-14:30	流域保育的影響力決策 黃柏鈞 創辦人
	14:30-14:45	走在蘭編工藝復興的路上 廖怡雅 執行長
	14:45-15:00	傳統養殖漁業智慧化及產業升級 楊渝涵 共同創辦人
	15:00-15:15	點點善cooseii數位共創平台-遇見被隱藏的天賦 梁亮堂 行銷專員
	15:15-15:30	發揮女性影響力 李琪 創辦人
	15:30-15:45	永續林業推廣：從成效滿意度轉化到社會影響力評估 林佳青 行政總監
15:45-16:10	影響力生態圈團隊分享	
16:10-17:00	茶會與交流	

敬請蒞臨指導

管理學院
社會企業中心

林欣怡 院長
柯勇全 執行長

敬邀

國立臺中教育大學 管理學院 社會企業中心、台灣地方創生基金會

台灣上市櫃公司協會 台灣女力協進會、農業部農村發展及水土保持署

蘭子



“傳承美好的蘭編技藝，創造對職人友善的工作環境。”

營造健全的產業環境，創造經濟價值是一大關鍵。

商品開發

品牌經營

友善耕作

工法紀錄

教學傳承

- 延續老職人手路，傳遞蘭編美好為熱心。
- 與當地多位蘭編職人合作，亦同時致力於蘭編工法紀錄及人才培訓。
- 以「結合過去與現在的永續生活設計」為出發，藉由設計加總與在地編織師手工製作，達到環境友善、合理的收購價、工藝傳承的共好精神。

八百金股份有限公司

“以流域收復為核心精神，致力打造無農藥的生態村。”

台灣藍鵲茶

+

石虎米

友善農業推動坪林成為「無農藥流域」



- 藉由品牌來守護茶園與生態，透過實際消費讓更多農家、年輕人參加環境友善耕作，並以「帶消費者深入農家體驗」的模式，讓消費者對產地產生認同。
- 培訓當地農家講述自己家鄉的故事，引領兼顧生態與農業的品牌，創造土地價值。
- 以北勢溪三個支流集水區為起點，建構上游集水區為一無農藥的流域，讓萬物生態與農村共存共榮於歡歌區，強調「產出不能農藥與化肥」以及「生物棲地」，透過建立自有品牌提升作物價值的概念。

第四章 結論及建議

第一節 結論

本研究以青創團隊為研究對象，依序從幫助團隊建立影響力思維及提供社會影響力的知識與概念，使青創團隊開始調整工作方式和行動模式，以更能夠達到其組織或專案的目標。國際社會影響力執業師輔導團隊盤點所做的服務或行動，可能造成哪些利害關係人受影響及改變，進而創造出哪些社會價值，透過成果事件鏈逐一盤點及梳理清楚成果是如何發生，讓團隊更加重視可見成果(包含正向及負向成果；預期或非預期的成果)，規劃並管理組織或專案的行動，以持續提供利害關係人重要的價值。

綜觀本次參與研究之 16 個團隊盤點影響力情況，截至期末進度，已完成分析範疇的確定、設定目標、盤點所有可能的利害關係人、辨識重要的利害關係人、進行訪談或調查重要利害關係人、完成成果事件鏈及彙整成果，對焦 SDGs 相關領域的子目標等，研究結果如下：

一、利害關係人分析

根據不同團隊在地創新解決專案問題之經驗，逐一分析 16 個個案所列利害關係人，可以發現不同個案的評估內容，利害關係人雖然複雜多元，但仍可歸納為幾個主要的利害關係人，最核心即是以團隊成員及組織為主的「青創團隊本身」，他們是策畫專案及執行者，透

過辦理一系列的活動或干預，影響相關的利害關係人改變，並從中解決問題達到組織或專案的目標。

另外，和青創團隊密切合作或交換價值的「合作對象」，這類利害關係人最為複雜，包含屬於個人角色的在地農民、解說員、志工或社區幹部等，也有的是合作通路、在地學校、非政府組織、非營利組織或是上下游廠商等。

執行專案中往往涉及不同程度的活動參與者或是目標服務對象，青創團隊的投入，除了改善當地農村或環境問題之外，另一個重點也會服務廣大的社會包含循環杯使用者、弱勢族群、大齡婦女、聽障兒童等這類「服務對象」的改變往往是專案重要成果的來源，為重要的利害關係人。

補助專案執行的「政府單位」，因業務職掌有關進而挹注經費，使青創團隊所提專案得以實現或落實執行，亦為重要的利害關係人。另外涉及環境減廢、減碳、生物多樣性等環境改變，為對「地球環境」造成改變將影響周遭居住人口或整體人類的福祉，亦將把地球納入重要的利害關係方。

二、青創團隊創造的影響力

青創團隊的盤點結果顯示，因不同專案涉及不同的利害關係人，經彙整利害關係人的改變(Outcome)，這些改變包含創造良好工

作環境、環境保護、增加利害關係人自信心、成就感、促進人際交流網絡、改善弱勢族群身理及心理的健康等。透過社會影響力評估方法，團隊能有效地了解成果的影響，並確定哪些成果對其利害關係人最為重要。本研究利用歸納法，將同類型的成果初步歸納為 12 個成果面向，如表 4-1 參與本研究之青創團隊影響力彙整。

表 4-1 青創團隊之影響力表

青創團隊之個別成果	歸納原則	代表成果(影響力)
增加營業額、增加經濟收入、提升個人經濟收入、提升企業營收等	實質增加貨幣收入或營收，均屬於本項成果	編號 1：增加經濟收入 (increase income)
增加團隊知名度、與青創團隊合作後增加品牌知名度、提升企業永續形象	不管是個人、組織或企業，只要成果為知名度增加，均屬本項成果	編號 2：增加知名度 (Positive impact on reputation)
獲得自我實現需求(成就感)、增加成就感與自信心、提升成就感、增進自我實現、獲得自我實現能力、工作意義感	獲得自信心、成就感及自我實現感，均屬本項成果	編號 3：增加成就感 (Obtainment of happiness and sense of accomplishment)
提升產品設計技巧、提升就業能力、提升農漁產業知識、提升就業能力、增進溝通能力、提升蘭草知識與蘭編技巧、提提升友善種植知識、增加人文知識等	獲得各種專業知識、技能、技巧或能力者，均屬本項成果	編號 4：增加知識或技能 Improved knowledge/skills on personal strengths and weaknesses)

獲得資源、增加社區合作機會、建立商業人脈連結、增加外界捐款或支持、節省農民工時及人力需求等	實質增加非貨幣收入之資產，均屬於本項成果	編號 5：增加組織資產 (increase intangible assets)
提升人際關係與互動、提升同事之間的情誼、增加在地連結	增加在地人際互動關係及連結，均屬於本項成果	編號 6：增加在地溝通互動(improve communication)
對工作有意義感、提升個人工作成長、友善的工作環境及同事互動等	增加良好的工作環境或就業機會，均屬於本項成果	編號 7：良好的就業環境(decent work)
增加對政府的認同感、增加在地社區認同感、提升組織向心力、增加對產業發展的信心、多元文化的認同感	增加認同感及向心力，均屬於本項成果	編號 8：增加認同感 (increase identity)
影響身心健康、改善身體健康、覺得開心與、提升身體健康、減緩退化等	增加身體健康及心靈愉悅，均屬於本項成果	編號 9：增加身心健康 (physical and mental health)
增加政策宣傳效益、增加外界對政府的認識、提升政府單位的知名度（專屬於政府單位）	增加政府單位之政策宣傳效益，均屬於本項成果	編號 10：增加政策效益 (increase publicity)
提升居住品質、社區環境變乾淨	增加社區居住、公共空間之環境品質及寧適性，均屬於本項成果	編號 11：在地環境改善 (clean of public space)
增加生態多樣性、減少廢棄物、零廢棄物產出、減碳減塑（屬於地球環境）	對環境保護、生態改善，均屬於本項成果	編號 12：友善地球環境 (Friendly to the environment)

三、青創團隊成果對焦永續發展目標

本次參與研究之團隊透過各自的核心活動，創造的成果對應聯合國永續發展目標（SDGs）的多個子目標，並在經濟、社會、環境三方面共同響應永續成效。

在農業環境保護方面，八百金股份有限公司、拾蚯樂、郡碩農創等團隊推動友善農業、蚯蚓養殖和智慧技術應用，促進生態保育和農戶收入成長，對應 SDG 2.3 和 2.4。同時，這些實踐也減少化學肥料的依賴，維持土壤健康與生態系統的穩定性。

此外，環海淨塑、袋代設計有限公司、雷打石時農行銷有限公司等團隊則透過廢棄物再利用，對焦 SDG 12.5 中「減少廢棄物產生」的目標，並鼓勵資源循環利用，為環境減負。斯創教育工作群推動永續森林經營與碳匯管理，幫助大眾了解氣候變遷的影響，呼應 SDG 13.2 中的環境教育目標。

在促進包容性與就業機會方面，這些團隊為年長者、身心障礙者及其他弱勢群體提供永續的工作機會，對應 SDG 8.5 及 10.2。多加社會企業通過手工藝工作，提升 50 歲以上婦女的收入和自信心；點點善有限公司為社會弱勢群體提供收入機會，增強其社會參與感；而通利水產則提供黑蜆養殖專業培訓，提高漁民收入並促進環境保護。

另外，小羊社會創新工作室、郡碩農創和第四市場等團隊透過創業扶持和社區經濟推廣，支持 SDG 8.3 中「鼓勵創新和創業」的目標，進一步促進包容且永續的經濟成長。

在文化保存和文化認同感方面，小羊社會創新工作室、俗女村創意文化和第四市場等團隊專注於文化遺產的保護，透過活化歷史建築和推廣地方文化，強化居民對在地文化的認同感，實現 SDG 11.4。整理如表 4-1。

表 4-1 青創團隊成果對焦 SDGs 彙整表

團隊	具體成果	SDGs
八百金股份有限公司、郡碩農創	無農藥農業提升農戶收入；智慧技術提升農業效率和收益	SDG 2.3 - 增加小型糧食生產者的生產力和收入
拾蚯樂、八百金股份有限公司	蚯蚓養殖減少化肥使用、改善土壤健康；友善農業保護生物多樣性	SDG 2.4 - 確保永續的農業生產體系，維持生態系統和土壤健康
心之谷永續教育園區、阡陌游	提供身心靈課程提升幸福感；促進聽損兒童家庭互動，改善支持系統	SDG 3.4 - 提升心理健康和福祉
阡陌游	為聽損兒童提供農村體驗教育，促進教育公平	SDG 4.5 - 確保教育機會平等，消除教育中的性別和弱勢群體差距
斯創教育工作群、袋代設計有限公司、通利水產	推廣永續森林知識；永續教育工作坊；環境教育增進資源再利用理解	SDG 4.7 - 確保所有人學到促進永續發展的知識和技能
蘭子、多加社會企業	為年長婦女提供手工藝和設計機會，提升自信和社會參與	SDG 5.5 - 確保婦女有同等的參與機會，增強婦女權能

八百金股份有限公司、郡碩農創、雷打石時農行銷有限公司	推廣高價值農產品；AIOT 技術提升農產品品質；蛋殼再利用創造高附加值產品	SDG 8.2 - 促進高附加值的經濟增長
小羊社會創新工作室/集大陳、郡碩農創	提供在地創業平台促進地方經濟；降低產業門檻，鼓勵新農民	SDG 8.3 - 促進包容且永續的經濟成長，鼓勵創新和創業
蘭子、袋代設計有限公司、點點善有限公司、多加社會企業、通利水產、斯創教育工作群	提供就業機會給弱勢和年長族群，並提升收入	SDG 8.5 - 讓所有人享有充分且具生產力的就業機會
蘭子、俗女村創意文化、心之谷永續教育園區	推廣地方文化觀光，促進經濟和就業	SDG 8.9 - 促進永續觀光，以創造就業機會和促進地方經濟發展
點點善有限公司、阡陌游	促進弱勢群體自信心，增強社會包容性	SDG 10.2 - 促進包容性，確保弱勢群體的社會參與
小羊社會創新工作室/集大陳、俗女村創意文化、第四市場	活化歷史建築與推廣在地文化，保護文化資產	SDG 11.4 - 加強保護和維護文化遺產
環海淨塑、袋代設計有限公司、雷打石時農行銷有限公司、通利水產	推廣循環杯、邊角料和蛋殼再利用，減少廢棄物	SDG 12.5 - 減少廢棄物的產生，透過回收和再利用
八百金股份有限公司、袋代設計有限公司、心之谷永續教育園區、通利水產	通過課程和教育提升環保意識，促進永續消費	SDG 12.8 - 提升大眾在永續生活方式方面的認知能力
斯創教育工作群	推動森林經營和碳匯管理以減緩氣候變遷	SDG 13.2 - 將氣候變遷措施納入政策、策略和規劃
斯創教育工作群、八百金股份有限公司	保護森林和石虎棲地，維護生態系統完整性	SDG 15.1 - 保護陸域和內陸淡水生態系統
八百金股份有限公司	擴大石虎棲地，保護生物多樣性	SDG 15.5 - 減少生物多樣性流失，保護受威脅物種
環海淨塑、小羊社會創新工作室/集大陳、第四市場、斯創教育工作群	政府與公私合作推動循環杯、文化傳承與林業發展	SDG 17.17 - 促進有效的公私部門和民間合作

四、策過程中風險評估

根據研究成果，進一步探索團隊在決策過程中如何強化風險評估，確保在實踐 SDGs 的過程中能夠識別和減少潛在的負面影響。本研究針對各團隊的潛在風險點進行分析，並提出具體的風險管理和預防措施，以幫助團隊在決策過程中更全面地掌控風險。團隊可以將風險管理融入其經營策略，從而確保永續發展的成效。

(一)識別潛在風險點並進行分類

- 1.財務風險：八百金股份有限公司和心之谷永續教育園區的產品及服務對於市場需求和消費者接受度依賴較高，市場波動可能影響收入。
- 2.運營風險：通利水產的黑蜆養殖和郡碩農創的智慧農業技術涉及生產技術的高要求，若技術操作不當或失靈，可能導致產量減少。
- 3.環境風險：環海淨塑的循環杯計劃涉及環保行動，但如果未妥善管理回收和清潔，可能反而造成更多的環境污染。
- 4.社會風險：小羊社會創新工作室和俗女村創意文化在推動地方文化活動時，需確保不同族群和利害關係人之間的和諧，避免文化誤解帶來的社會矛盾。

(二)風險評估機制的建立

每個團隊建立標準化的風險評估流程，將風險識別和風險管理融入決策過程，並定期檢視和更新風險清單。

1.制定風險指標：針對財務、運營、環境和聲譽等不同類型的風險，

建立相應的關鍵指標（KPI），例如資金缺口、技術失誤率、環境負擔指數和社會反饋率。

2.設置定期評估機制：各團隊應設立定期風險評估會議，匯報風險

進展、分析新興風險因素，並對已有風險進行再評估，以確保風險管理持續有效。

3.加強員工培訓與能力提升

團隊在風險管理方面應強化員工的風險意識和應變能力，定期舉辦風險識別和管理的培訓，讓員工在日常工作中更具敏感度。

(三)建立利害關係人參與機制以加強監控

各團隊建立有效的利害關係人參與機制，邀請利害關係人在決策過程中提供反饋，以幫助預見並評估風險。例如，點點善有限公司可定期舉辦社區座談會，收集弱勢群體和合作企業的意見，識別可能的社會風險。環海淨塑則可通過與政府、企業和社會組織的聯繫，確保循環杯計劃符合公共健康和環保要求。

(四) 透明度與公開性

各團隊保持風險管理的透明度，定期向內部員工和外部利害關係人報告風險狀況及應對措施，以增加風險管理的信任度和可見性。例如，多加社會企業可在年度報告中披露廢棄物再利用和年長婦女就業方面的風險管理情況，讓相關方了解組織對風險的處理方法，增強外界的支持與信任。

第二節 建議

本研究幫助團隊建立影響力的管理架構，透過成果事件鏈的推導及記錄，檢視每個成果發生的環節與可改進的地方，以達到其影響力目標和承諾。然而，一開始大部分的團隊在治理透明度、利害關係人參與和決策等的概念相當薄弱，透過共識營由資深執業師的教學及啟發後，本研究經訪談及觀察發現，參與的團隊現在都能以利害關係人的立場來規劃或調整計畫執行方式，並且在執行的過程中盡可能的納入利害關係人的觀點或需求進行優化，以符合目標的發展。

透過對這 16 個團隊的利害關係人分析、創造的社會成果及其對應的 SDGs 子目標，進一步探討團隊在永續發展中的組織內部協調與治理實踐。基於永續發展目標影響標準（SDG Impact Standards）和影響力衡量與管理（Impact Measurement & Management, IMM）的架構，本研究針對策略、管理方法、透明度和治理等面向提出建議，有助於提升團隊的組織運作效率，確保影響力成果的持續性與可衡量性。

一、策略（Strategy）

在影響力策略上，這 16 個團隊未來可建立與 SDGs 緊密對接的長期策略，將永續發展目標整合進組織的核心運營中。具體而言，團隊

根據對應的 SDGs 子目標，為各個業務領域設定明確的影響力目標與指標。例如，八百金股份有限公司可將其「石虎米」和「無農藥農業」推動策略與 SDG 2.4（永續農業）和 SDG 15.5（生物多樣性保護）具體掛鉤，並明確每年需達成的生態和經濟成果。這種影響力目標的細化和分階段規劃，有助於團隊成員統一認知，讓組織的資源更聚焦於創造高效且可衡量的社會價值。

二、管理方法（Management Approach）

在管理方法上，團隊未來永續落實 IMM 方法，透過數據驅動和標準化的影響力衡量工具來跟蹤進展，進而優化決策。例如，環海淨塑和袋代設計有限公司等團隊採用社會回報率（SROI）或社會影響評估等工具來量化環境效益和社會影響，並透過影響力會議的形式分享進展和挑戰，以促進不同部門的協作和數據分享。這不僅確保每個團隊成員對目標進展的清晰認識，也能有效地識別改進空間，進而根據實際數據進行調整，以確保影響力成果的達成。

三、透明度（Transparency）

透明度是影響力治理中的關鍵組成。每個團隊建立內外部的報告機制，定期向利害關係人披露影響力的進展與挑戰，提升影響力實踐的公開性和信任度。具體來說，這些團隊可以年度或季度為週期發佈影響力報告，分享關鍵成果、成效數據以及未來計劃。多加社會企業

若能通過年度報告來展示廢棄物減少和支持年長婦女就業的進展，不僅能向利害關係人證明其社會價值，還能增強公眾信心並吸引更多企業合作。此外，對於更深入的數據揭露，可考慮在報告中提供影響力衡量方法的細節，展示影響力數據的可靠性。

四、治理（Governance）

在治理方面，確保影響力推動落實到團隊領導層的決策流程中，讓領導層對影響力成果負責。同時，每個團隊建立跨職能協調機制，提升內部的影響力教育，讓成員了解如何在日常工作中推動 SDGs 目標。例如，心之谷永續教育園區可以將定期的策略會議中加入影響力目標回顧，並通過影響力工作坊來提升員工的環保和健康意識。此外，為確保實踐的客觀性和成效，這些團隊可以引入外部評估機構進行定期審查。斯創教育工作群可藉由第三方評估其森林保育成效，進一步增強利害關係人對其生態保護成果的信心。

上述建議的落實，期待青創和地方創生團隊能更好的管理其社會影響力及重要成果，並在推動永續發展和社會福祉方面發揮更大的作用。

參考文獻

Social Value International. Principles of social value and accountability.

<https://www.socialvalueint.org/standards-and-guidance>

Social value International. What Is Social Value? Retrieved from

<https://www.socialvalueint.org/what-is-social-value>

Nicholls, J., Lawlor, E., Neitzert, E., and Goodspeed, T. (2012). A Guide to Social Return On Investment. UK: The SROI Network.

<https://socialvalueuk.org/resource/a-guide-to-social-return-on-investment-2012/>

SDG Impact. About the SDG Impact Standards.

<https://sdgimpact.undp.org/about-the-sdg-impact-standards.html>

附錄

113 年 Maximize Your Impact -影響力生態圈徵集計畫

徵件須知

一、徵集目的

社會影響力(Social Impact)在於了解人們對其福祉變化的相對重要性，並從中獲得的洞察來做出更好的決策，以確保企業或組織所做的決策，專注於對人類和地球有價值的事情，增加組織活動的整體社會價值。

隨著 ESG 及 SDG 的轉型浪潮，越來越多新創企業和組織投入於社會創新，期待能夠減少環境破壞，彌平社會不平等，然而新創企業或組織卻缺乏資金和技術，評估其組織或計畫之影響力，更遑論在整體資源的配置上，放大組織影響力。

因此，為落實永續發展目標，因應產業時代潮流需求，扶植永續創業及社會創新提案團隊，提出「Maximize Your Impact -影響力生態圈徵集計畫」，一方面鎖定社會企業、新創團隊及非營利組織之公益或社會創新專案，導入影響力衡量與管理 (Impact Measurement & Management, IMM) 思維(圖 1)，促使團隊在整體資源的配置及應用上，能夠精準對焦企業 ESG 或善盡社會責任之公益需求，另外一方面，透過專業及透明之影響力展現，創造企業在邁向永續轉型及公益推動，能夠有效責信及管理，以建立台灣影響力團隊共好生態圈。



圖 影響力思維與管理概念圖

(The impact thinking approach was developed within “Know Your Impact: Social Impact Management Tools for Young Social Entrepreneurs” by Estonian Social Enterprise Network, Koç University Social Impact Forum, Mikado Sustainable Development Consulting and Social Value UK)

二、辦理單位

國立臺中教育大學管理學院社會企業中心、台灣地方創生基金會、國際專案管理學會台灣分會、社會影響力思維。

三、徵集內容

1. 徵集對象：投入社會創新、地方創生及社會問題解決之企業、社會團體、法人團體或協會組織等。
2. 募集數量：針對已完成或正在進行中的企業組織或專案，協助估算組織所擁有的影響力為目的，徵選以 10 組為原則。
3. 徵選方式：本計畫以協助解決社會議題，並以促進永續發展為目標，下表為徵選評估項目及比重情形。

表 本計畫徵選評估準則表

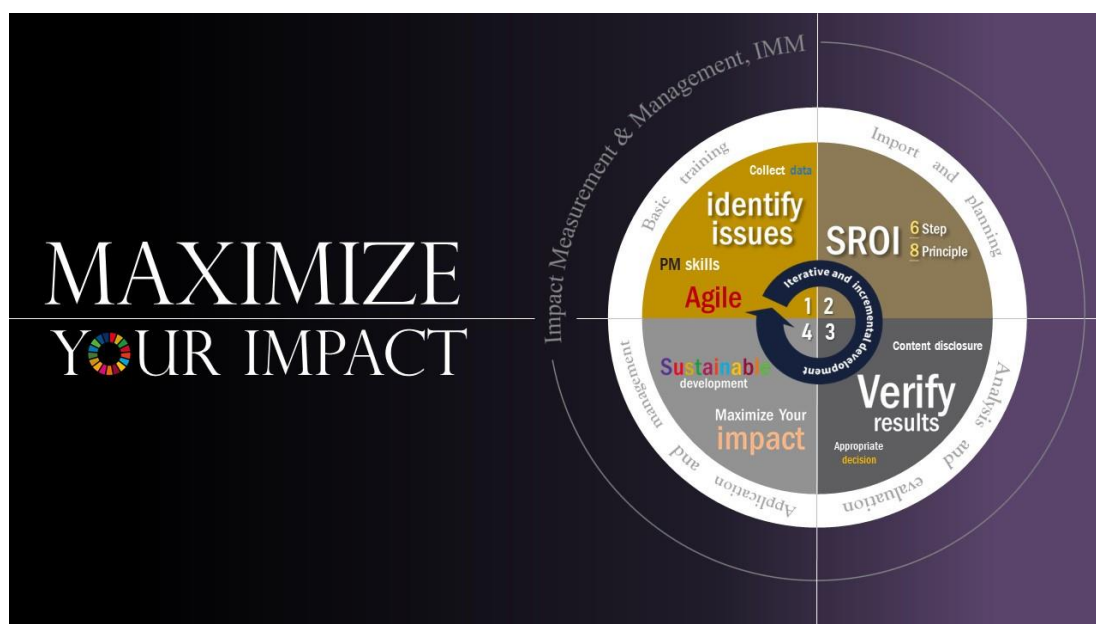
項目	關注重點	比重
組織或專案主題	擬導入議題或專案應符合解決社會議題，促進永續發展主軸	30%
組織或專案規模	影響力管理需要長期持續改進，組織或專案應能協助組織長期發展，並非一次性活動或倡議	30%
導入管理配合度	組織或企業承諾協助資料調查及蒐集，並且同意揭露組織影響力，並逐步改善放大影響力	40%

4. 申請時間：即日起至 113 年 3 月 25 日。
5. 申請方式：「網路填寫報名表」

https://docs.google.com/forms/d/1dQPe0JJyz-lM3JEODHXeA_ElG6jLSLIoQ9xZRF7B_ds/edit

四、執行方式

- (一)入選影響力團隊將由國際社會價值協會 (Social Value International, SVI)之資深執業師(AP3)及認證講師進行專案輔導，並由中心為每團隊提供初階執業師(AP1)或助教，進行專案監督及導入協助。
- (二)入選影響力團隊將可獲得與國際社會價值協會(SVI)認證教育訓練同等級之課程，並由台灣社會影響力研究院及國立臺中教育大學管理學院發放完訓證書，並且由執業師一對一協助建構組織影響力地圖(Value Map)，入選團隊須配合計畫推動進度要求，配合進行影響力評估訓練工作坊 1 日課程(時間：113 年 3 月 29 日，地點：國立臺中教育大學管理學院)、113 年 6-7 月擇日辦理影響力衡量課程(1 日課程)、資料收集及定期議合會議等。
- (三)本中心邀請之專業執業師將與入選影響力團隊，共同導入影響力評估與管理專案，並以社會價值投資報酬率(Social Return On Investment, SROI)工作方法，依循 SVI 八大社會價值準則進行評估與管理導入，團隊將有義務在執行期間，在輔導執業師指導下，進行利害關係人辨識、利害關係人議合(質性調查及量化調查)，問卷分析、管理流程導入及報告撰寫等流程，同時須配合使用線上共筆 Excel、Trello、Line 及相關軟體進行報表撰寫、進度規劃及時程管控。
- (四)入選影響力團隊或專案最終將完成影響力成果地圖，將由本中心統一揭露於公開平台上，並由本中心及執業師共同認可(Assured)，以確保團隊影響力成果有效性，如需完成認證報告書(SROI report)，得委請本中心將由執業師協助輔導爭取國際認證，惟申請國際認證書之服務，得依國際規費收取代辦費用。
- (五)為持續導入長期影響力管理，入選團隊即可優先獲得影響力管理校準，並由本中心協助確認影響力績效。



五、時程規劃

- 1.辦理影響力評估訓練工作坊：完成團隊招募及徵選，並於 3/29 進行影響力評估訓練工作坊，為團隊建構影響力評估觀念及提供專業知識；並完成團隊與國際社會影響力執業師之媒合，啟動 SROI 六大步驟之確定範圍與利害關係人盤點與議合、盤點影響力事件鏈等。
- 2.國際社會影響力執業師六個月輔導：自 3/30~9/30 進行一對一影響力評估輔導，將邀請團隊與執業師及顧問方、助教，進行每月 1-2 次線上討論會議、回顧會議，並不定期舉辦相關永續及社會影響力評估課程。預定於 113 年 6-7 月擇 1 日辦理影響力衡量課程，協助各團體確定其組織或專案之指標的訂定、後續調查的規劃及執行等。
- 3.團體之社會影響力發表：產出 SROI 報告書，預計 113 年 10-11 月擇期舉辦成果發表會，針對專案執行成果與歷程進行分享，如有必要，後續將協助代送英國 SVI(國際社會價值學會)，協助取得 SROI 國際認證書。
- 4.持續迭代階段：利用影響力資料規劃及決定組織策略，持續放大團隊影響力。



六、權利義務事項

- (一)本計畫報名作業、專業課程、導入顧問諮詢、專案輔導工具及行銷推廣，由本中心募集資金負擔；惟如需製作影響力報告書，協助取得 SROI 國際認證書之翻譯、送件服務及審查規費，得收取代辦費用。
- (二)為維持相對品質，影響力團隊應指派專案窗口至少 1 人，以組織負責人、創辦人或具備組織決策權代表為原則，並以線上 line 為交流工具。
- (三)除專案討論、團隊會議外，本中心將不定期舉辦跨團隊交流、經驗分享或企業媒合等活動，鼓勵入選團隊踴躍參加。
- (四)入選團隊影響力評估及管理成果，入選團隊本中心均可自由運用應用，作品資料與聯絡方式將納入本中心資料庫中留存，供未來訪談、報導、教學使用，本次徵件所蒐集之個人及商業機密資料將受保護，僅作為本計畫之身分確認與聯絡依據，蒐集與利用之個人資料為即日起至 113 年 12 月 31 日。

- (五)入選團隊如有侵害第三人權利之行為，入選者應自行負責處理；如因此致主辦權益受損時，入選者須負賠償責任。如有抄襲、違反著作權法或其他法令者，本中心得撤銷或廢止補助。
- (六)入選團隊於培力訓練期間無須負擔培訓及專家諮詢費用，然期待該團隊能配合整體規劃規定時程，依規定出席研訓活動或按時程繳交相關資料。
- (七)本中心得依著作權法行使報告書作品一切重製及公開展示等之權利，如有印刷宣傳、網路、雜誌發表、專輯印製等均不另給酬金。
- (八)本次計畫由本中心對個人、企業或政府募集之經費支應，入選團隊應配合揭露報告書全部或部分內容予贊助單位或配合冠名。
- (九)入選專案應配合本中心派任 AP3 高階執業師、AP1 初階執業師、顧問、助教進行報告書撰寫及輔導，入選團隊有權利替換 AP1 初階執業師、顧問、助教乙次；SROI 報告書製作完成，需提供予 AP1 初階執業師進行作品發表。
- (十)主辦單位保有修改、變更或暫停本活動之權利，如有未盡事宜，悉依主辦單位相關規定或解釋辦理，並得隨時補充公告之。

期中審查意見回復表

審查意見	回復內容
一、本計畫於微選青創團隊階段共有 25 組報名，最後有 16 組團隊參與本計畫，於第 17 頁簡述甄選過程，建議的補充篩選機制。另，針對納入計畫之 16 組團隊宜有總表簡述(報告以圖 3-3 呈現)。	已補充本案篩選機制及團隊總表簡述於期末報告書 P17~19。
二、部分參與團隊前曾參加社會影響力評估導入示範計畫，期末報告如能適予說明其後續應用，以及與本計畫之鏈結，當有助於後續相關工作推展參考。	我們於成果發表會邀請參與示範計畫的團隊分享計畫帶來的成效，包含提升團隊對社會影響力的認識、影響力目標與衡量指標的設置、利害關係人溝通策略的應用、以及專案執行方法的優化。此外，團隊也分享如何持續追蹤過往計畫的長期影響力，並結合這些經驗於本計畫的改進中，以促進計畫目標的達成。 最後，結合團隊專案與 SDGs 目標的相關性，例如 SDG 8「就業與經濟成長」和 SDG 12「負責任的消費與生產」，以展示計畫對永續發展的貢獻。期望強化團隊對社會影響力的重視和承諾，同時為未來的團隊提供參考和示範，推動社會影響力評估的應用與發展。

三、期中報告各參與團隊個案分析較偏向正向成果敘述，期待期末報告能強化負向影響，以及如何在決策過程中強化風險評估的建議，以期對參與團隊後續經營策略與行動有所助益，同時可據以整理納入關鍵因素，為後續施政推動參考。	於期末報告中針對各參與團隊可能負向影響的分析，並納入在決策過程中強化風險評估的建議。整理關鍵因素以協助各團隊未來的經營策略調整，並為後續施政提供參考依據。
四、入選各團隊的發展階段不同，其與永續發展目標(SDGs)的相關性，以及後續推動策略與行動計畫的建議與進程，可能有程度上的差異，如能適予區分更佳。	於期末報告中分析各團隊成果與永續發展目標(SDGs)的相關性，並針對不同階段提出適宜的推動策略和行動建議。
五、另希望能知道影響力相關評估在實踐面向能否簡化落地，讓青創團隊能快速進入狀況，建議能歸納簡化一套好的教學方法及簡化型的操作步驟，避免每個分析都落入個案的成果展現。	感謝委員建議，我們將規劃設計一套簡化且易於落地的影響力評估教學方法，並針對青創團隊的需求，歸納出一系列簡便的操作步驟。期幫助團隊迅速掌握評估的重點，減少繁瑣流程，強化實質應用。

六、 (一)可評估是否能以 2 年的計畫協助將整個青年回鄉行動獎勵計畫做一套成果評估，綜整歷年青年回鄉計畫成果，提供做為未來計畫轉型之參考依據。 (二)如 114 年有延續計畫，亦可將有在實踐永續旅遊之休閒農業業者，納入為分析評估之名單。	感謝委員建議，我們將納入未來計畫的評估考量。
--	-------------------------------

期末審查意見回復表

審查意見	回復內容
一、各團隊既有成果與 SDG 目標高度相關，但若是一個新的青創團隊要去建構跟 SDG 目標結合的願景，方法與流程評估是否皆能適用？	本研究採用的影響力衡量與管理（IMM）架構，能適用於新加入的青創團隊在建構對焦 SDG 的願景。因 IMM 架構具有彈性和通用性，根據團隊的規模、目標及資源情況進行調整。對於新團隊，建議幾個步驟來建構目標： 1. 識別團隊核心目標：根據團隊的核心業務範疇，確定與其直接相關的 SDG 目標及子目標，避免目標過於廣泛或模糊。 2. 建構願景與路徑：繪製影響力地圖，明確利害關係人（如合作夥伴、服務對象）及預期的社會或環境改變，確保目標具體、可實現。 3. 設計初期評估架構：建立簡單、適合初創團隊的指標，例如受益人數、廢棄物減量等，以便衡量早期成效並積累基線數據。 4. 迭代優化：持續監測與回饋，針對評估結果進行策略調整，確保團隊能在資源限制下逐步對焦 SDG 目標。

二、若要用於署內的計畫(如青年回鄉、青年洄游成果)效益評估，需如何簡化以供署內參考。	效益評估重點可簡化以下三個步驟，有助於相關計畫的應用： 1. 聚焦核心成果：根據 SDG 目標，選定計畫影響的關鍵領域（如農業、就業、文化、環境保護等），聚焦主要利害關係人（如青年、地方居民）的具體改變。 2. 收集數據：設計簡單的問題卷和訪談工具，以快速蒐集核心數據（如收入變化、就業成效、社區參與度等），結合質性與量化方式，確保數據易於獲取且具代表性。 3. 成果標準化：將收集的數據套用至標準化模板，整理成清晰易讀的簡報或報告格式，用於政策評估與決策。
三、影響力如何轉換為社會企業價值或社會企業責任(CSR)?	社會影響力可作為社會企業價值和企業社會責任(CSR)策略的核心，透過整合影響力成果和經營策略，不僅提升社會價值，還能強化市場競爭力。 1. 價值定位 青創團隊將其社會影響力成果（如促進包容性就業、推動資源循環利用、提升弱勢群體生活品質等）作為企業核心價值，確立自身與 SDGs 目標的深

度連結。例如，專注於環境保護的團隊可將碳排放減量或廢棄物減少的成效明確定義為企業的長期使命，吸引認同永續發展理念的投資者、合作夥伴及客戶，進一步鞏固其市場地位。

2. 品牌形象塑造

透過透明公開的影響力報告，展示企業在社會及環境領域的貢獻。青創團隊可定期發布影響力報告，清楚量化和描述與 SDGs 相關的成果，如受益人數、節約資源量等，向公眾、投資者及合作夥伴表明其在實現永續目標中的角色。有助於增強品牌信譽，提升消費者及合作夥伴對企業的社會責任形象的認同度。

3. 商業策略整合

青創團隊可將其影響力成果轉化為市場優勢，設計符合社會價值的產品和服務實現經濟與社會雙重效益。例如，團隊可開發使用再生材料的環保產品，或提供針對特定社會需求的定制化服務，滿足消費者日益增長的永續消費需求。同時，設計回饋社會的營運模式，如將部分利

	潤投入社區建設或環境保護項目，增強消費者的參與感和品牌忠誠度。 4. 投資吸引力提升 社會影響力成果的具體量化與公開透明有助於吸引 ESG 導向的投資者和支持者。投資者越來越關注企業的非財務績效，青創團隊通過影響力展示，能更有效地進入關注社會和環境價值的資本市場，為企業帶來長期穩定的資源支持。 5. 內部文化與治理 將社會影響力融入企業內部治理結構，建立促進影響力目標實現的制度與文化。例如，透過內部培訓和員工參與計畫，讓團隊成員理解並支持企業的社會價值使命，形成強大的內部驅動力，確保社會責任在企業內部得到全面實施。
四、期望後續能繼續推廣 SDG 影響力評估，以讓大眾更了解如何管理影響力。	謝謝委員，影響力評估需要制定較全面性的推廣策略，促進更廣泛的應用和社會影響力管理。 1. 教育與培訓:針對青創團隊及其利害關係人，開展多層次的教育計畫，包括 SDG 影響力評估的專題工作坊和線上課程。內容涵蓋 SDG 框

	架介紹、影響力指標設計、數據分析方法等，幫助參與者掌握評估工具並提高實務應用能力。 2. 工具與資源開發: 開發操作簡便的影響力評估工具，例如指標模板、數據收集與分析表、影響力地圖工具包等，降低技術門檻。這些資源應具備模組化特性，以便團隊根據自身需求進行靈活應用。 3. 典範案例分享: 收集並公開優秀團隊的影響力評估實踐案例，展示其與 SDG 目標的聯結成效及具體成果。這些案例不僅能提供參考模板，還能激發其他組織的創新思維，推動更多團隊採用評估框架。 4. 政策支持與推廣: 政府支持將 SDG 影響力評估納入相關政策支持架構內，提供補助、技術培訓及公共平台宣傳等措施，鼓勵更多企業與團隊採用評估工具，實現更大規模的社會影響力管理。 我們後續將積極推廣影響力評估方法，在今年的研究結果基礎上，擬定實證計畫幫助更多團隊應用及管理影響力。
--	---