國立臺灣師範大學社會教育學系碩士論文

指導教授：鄭勝分　博士

社會企業與公平貿易：
認證系統對利害關係人之影響分析
Social Enterprise and Fairtrade:
The Effect of Fairtrade Certification System for Stakeholders

研究生：郭宇文　撰

中華民國 107 年 6 月

銘謝詞

本來以為畢業的機會渺茫，2015 年從巴黎交換回國，八個月的自由奔放，讓我感受到再也不想讀書了，即使只剩下寫完論文，仍決定要聽從心裡的聲音，休學！當時抱著也許不會復學的想法，開始工作，工作三年多的日子有疲憊也有很多成長，感謝一路上不斷出現鼓勵我將論文完成的人們，一點一點累積這樣的想法，讓我在最後一年終於鼓起勇氣，想著即使機會渺茫也試著把論文完成吧！

感謝一直以來讓我自由發展，也很相信我的指導教授勝分，從大四決定要報考和大學本科系基本上無關的社教所開始，修了老師兩學期的非營利組織相關課程，研究所時期老師也不斷地以對社會企業的熱情啟發了我很多！在指導論文時期總是能解答我的各種困惑，在決定休學時充滿祝福，復學時也一如往常地接納我，有勝分教授指教的這七年，我非常感激！也感謝口試委員陳定銘教授與方珍玲教授，兩位的指導與鼓勵，讓我的論文可以更加提升，並且非常不吝於讚美，口試的幸福感十足！

感謝論文中的所有受訪者，在數次訪談的過程中，在在讓我看到社會企業的辛苦，以及這些辛苦可以帶來的意義與收穫，對於建構我對將來生涯的想像及規劃有很大的幫助，也感謝臺灣社會有這一群人努力地在協助另一群人，想著讓這個世界更美好！

感謝讓我留職停薪三個月的工作單位：願景青年行動網協會，感謝主管們的信任與包容，也感謝同事們不時的加油打氣及陪玩解悶！

感謝沒說什麼就同意我休學的爸媽，盡量地不給予我壓力讓我自由發揮，也期待弟弟、弟妹的寶寶今年能夠平安順產，2018 年絕對是能豐收的一年！

感謝總是以不同形式陪在我身邊的朋友們，忍受我像個放羊的孩子，不遵守對自己的諾言，在寫論文與其他的多重壓力下，沒有你們是絕對無法完成這篇論文的！

感謝我自己，熬過了這一切，絕對還有下一關，下一關也繼續努力吧！

宇文謹誌 2018.06.25

社會企業與公平貿易：
認證系統對利害關係人之影響分析

中文摘要

社會企業與公平貿易近十年來在臺灣蓬勃發展，許多運用公平貿易模式之社會企業應運而生，而申請國際性公平貿易認證是否為必要，也形成論戰。

本研究目的希望透過探索公平貿易運動及認證制度的發展歷史與現狀、公平貿易導向社會企業在臺灣發展的歷史及現況，以及探索未申請認證的公平貿易模式對利害關係人之影響，探討公平貿易認證是否為公平貿易導向社會企業的必要途徑。

本研究以深度訪談法及文件分析法進行，以光原社會企業、雨林咖啡、棉樂悅事工坊為個案，瞭解未受認證之公平貿易導向社會企業之公平貿易模式及形成原因，及公平貿易模式對利害關係人之影響。

研究結果發現未受認證之公平貿易模式對利害關係人之正向影響多元，其中對行銷有益、生產者有穩定且較高的收入、進行公共回饋及培力，與公平貿易認證系統對於利害關係人之正向影響重疊；未受認證之公平貿易模式對利害關係人之負向影響則歸咎於社會企業規模較小、影響力較低而帶來的種種限制，而無論有無受認證的公平貿易模式，皆因不同緣故，對於生產者的回饋，在不同程度上未帶來成效；其對公平貿易認證系統之看法，正向多於負向；最後本研究認為認證並非公平貿易模式唯一途徑。

本研究提出兩部分建議，對於不欲申請公平貿易認證之社會企業：可定期公布公平貿易模式之成效，且可開放驗證；積極加入網絡，爭取合作；授權給生產者，讓生產者能漸漸自立；對於欲申請公平貿易認證之社會企業：建議親自走訪產地，了解回饋狀況。望能透過此建議，解決其所遇到之困難與限制。

關鍵字：社會企業、公平貿易、利害關係人、認證系統

Social Enterprise and Fairtrade: The Effect of Fairtrade Certification System for Stakeholders

Social enterprise and fair trade have been developing for ten years in Taiwan, many social enterprises practice fair trade model. It becomes a conflict that if it's necessary to apply international fair trade certification.

The objectives of this study focus on finding out the history and status quo of fair trade international certification system and the Taiwanese fair trade social enterprises, and finding out the effect of fair trade model with no fair trade certification for stakeholders, then it concludes that if the international fair trade certification is the only way for fair trade social enterprises.

This study adopts the Aurora Social Enterprise, Rain Forest coffee, and Dharti Marta as study case, and uses the depth interviews and documentary research to explore how the fair trade social enterprises practice fair trade model with no certification, what is the cause of the fair trade model, and the effect for stakeholders.

This study finds that the positive effect for stakeholders are multiple, some are similar with the fair trade model with certification: good for promotion, offer stable and higher salary for producers, public construction and empowerment. The negative effect mainly caused by the social enterprises without fair trade certification are small which leads to many restricts, and no matter they have certification or not, because of different reasons, some benefits for producers are not really effective. Towards the certification system, the opinions of those social enterprises are more positive than negative. Applying the international fair trade certification is not necessary.

Two suggestions to solve the difficulties and restricts are offered below: for the social enterprises who don't want to apply the international fair trade certification, they

could publish the results of their fair trade model which could be examinated by public; join the network and cooperate with others; empower the producers to be self-supporting. For the social enterprises who want to apply the international fair trade certification, they could visit the origin to know the benefits for producers.

Keywords: Social enterprise, Fairtade, stakeholder, certification system

目錄

中文摘要……ii
英文摘要……iii

第一章 緒論……1

第一節 研究背景與動機……1
第二節 研究目的……10
第三節 名詞界定……11
第四節 研究流程……14

第二章 文獻探討……15

第一節 公平貿易與認證制度……15
第二節 臺灣公平貿易導向社會企業發展……24
第三節 公平貿易認證對利害關係人之影響……31

第三章 研究設計與實施……43

第一節 研究方法……43
第二節 研究對象與資料編碼……49
第三節 研究限制……59

第四章 資料分析與討論……61

第一節 未申請認證之公平貿易模式與選擇原因……61
第二節 未申請認證公平貿易模式對利害關係人之正向影響……79
第三節 未申請認證公平貿易模式對利害關係人之負向影響……131
第四節 對公平貿易認證系統之看法……158

第五章 結論與建議……171

第一節 研究結論……171
第二節 研究建議……178
第三節 未來研究建議……181

參考文獻……183

圖目錄

圖 1-1、公平貿易與自由貿易商品供應鏈 3

圖 1-2、研究流程圖 14

圖 2-1、公平貿易標籤 19

圖 2-2、The WFTO Product Label 22

圖 3-1、MAXQDA 譯碼結構圖 58

圖 4-1、對公平貿易認證系統之看法分析 158

圖 4-2、對公平貿易認證系統之正向看法分析 159

圖 4-3、對公平貿易認證系統之負向看法分析 163

表目錄

表 1-1、2007－2016 年公平貿易相關研究列表 6

表 2-1、製造或增加供應公平貿易產品的原因 32

表 3-1、訪談構面與大綱列表 46

表 3-2、研究對象列表 50

表 3-3、受訪對象代表性及訪談列表 56

表 5-1、公平貿易模式對利害關係人之正向影響列表 171

表 5-2、公平貿易模式對利害關係人之負向影響列表 173

第一章 緒論

社會企業（social enterprise）與公平貿易（Fairtrade）皆是這十年來在臺灣出現的新興名詞，本章節將以全球化國際貿易下的不平等貿易作為研究背景，揭示公平貿易的出現原因，並整理出本研究之研究動機、目的及待答問題，最後界定本研究中社會企業與公平貿易之意義。

第一節 研究背景與動機

壹、研究背景

隨著科技的進展，國與國的關係逐漸密切，人們越來越能從不同國家各取所需，彰顯全球化的時代來臨。全球化看似是中立的名詞，但是背後卻隱藏著很強的意識形態（金寶瑜，2005：4），它沒有一個被公認的定義，端看人們將他套用在甚麼方面，包括經濟、文化、政治、環境、科技等向度都有各自的全球化定義，而其中 Bhagwati（周和君譯，2007：2）提出經濟全球化的定義為：透過貿易直接外人投資（大企業和多國企業進行的投資）、短期資金流動、全球勞動力流動和一般人口流動，以及科技普及等因素推動下，所形成的諸國家經濟體整合為全球性經濟的現象。全球化經常與自由貿易一同被提起，提倡全球化好處的學者認為，貿易自由化可以改善發展中國家的市場環境，為發展中國家提供進入世界市場的機會（尤其是勞動密集型產品），有利於增加商品和勞務出口，進而帶動經濟增長（郭連成，2001：169）；贊成和擁護華盛頓共識[1]（Washington Consensus）的新自由主義學者和政客們用「全球化」來推銷他們的一套論述，他們用李嘉圖

[1] 華盛頓共識最早是由 John Williamson 在 1990 年時提出來的，當時此共識是以華盛頓為總部的國際貨幣基金與世界銀行對拉丁美洲國家所實行的政策。此後，華盛頓共識就被用來代表新自由主義中對待落後國家政策的最低共同點。

（David Ricardo）的比較利益貿易理論（comparative advantage）來說明自由貿易有利於所有國家，而落後國家只有在自由貿易中參與世界分工，才能取得經濟成長（金寶瑜，2005：2）。然而在這樣看似美好的全球化自由貿易下，隱藏的是發展中國家被既得利益已開發國家剝削的血淚史。

全球化既是公司跨國界擴張的活動過程，也是一種意識型態，它的作用是通過它使其看上去非常有益和不可阻擋來減少這個過程的阻力，在這個過程中建立的跨國共識，例如關貿總協定、世界貿易組織和北美自由貿易協定，其實優先考慮的是社團投資者和知識產權，讓已開發國家得到大部分的利益（李惠斌，薛曉源，2003：3）。除此之外，依賴理論也強調，發展中國家在世界體系中所處於不對稱的邊陲地位與依賴關係，除了是受到支配的關係外，也是受到了剝削的一方（張亞中，2003）。因為自由貿易並非完全的「自由」，例如富裕國的農業受到政府的巨額補貼，讓其農民可以以低成本低售價大量販售，破壞市場價格，而發展中國家的農民根本抵抗不了這樣的低價競爭（白鎮瑜、李舟生，2006）。

這樣的情勢下，世界各地同時冒現了許多反全球化或另類全球化運動，面對「自由市場」和「自由貿易」的盲目擴張，公平貿易可說是最有力的回應之一（Stiglitz & Charlton, 2005），公平貿易網絡是一套非政府組織建立的系統，透過公平貿易的規則連結了南方的小農、工人及手工藝品生產者和北方的商業夥伴（Fridell, 2007: 80），其建立了能夠在全球化市場機制下對抗剝削的實踐場域，給予消費者除了傳統市場機制的另一種選擇，美國公平貿易組織（Fair Trade USA）創辦人 Paul Rice 曾說：「公平貿易讓自由貿易可以為消弭世界貧窮做出貢獻[2]（Fair Trade Campaigns, 2016）」。公平貿易發展至今 60 年間在歐洲、北美、日本與紐澳等區域蔚為風潮，認證體系也逐漸邁入充分分化與有效運作的狀態（盧政春，2010）。

[2]原文為：Fair Trade makes free trade work for the world's poor.

公平貿易與自由貿易過程相似，差別在於所涉及的中間人較少，兩種商品供應鏈如圖 1-1 所示，在自由貿易中的生產鏈中，農民和消費者間有許多的貿易角色，每經過一層就會多一層抽成，農民容易因為市場資訊不足，被中間人剝削；也可能因為層層抽成，使得最後的購買價格較高，消費者將要花較成本高出極多的價錢購買商品。除了商品供應鏈角色減少之外，公平貿易過程中的監察及認證機制確保了其公平、透明度及可責性。

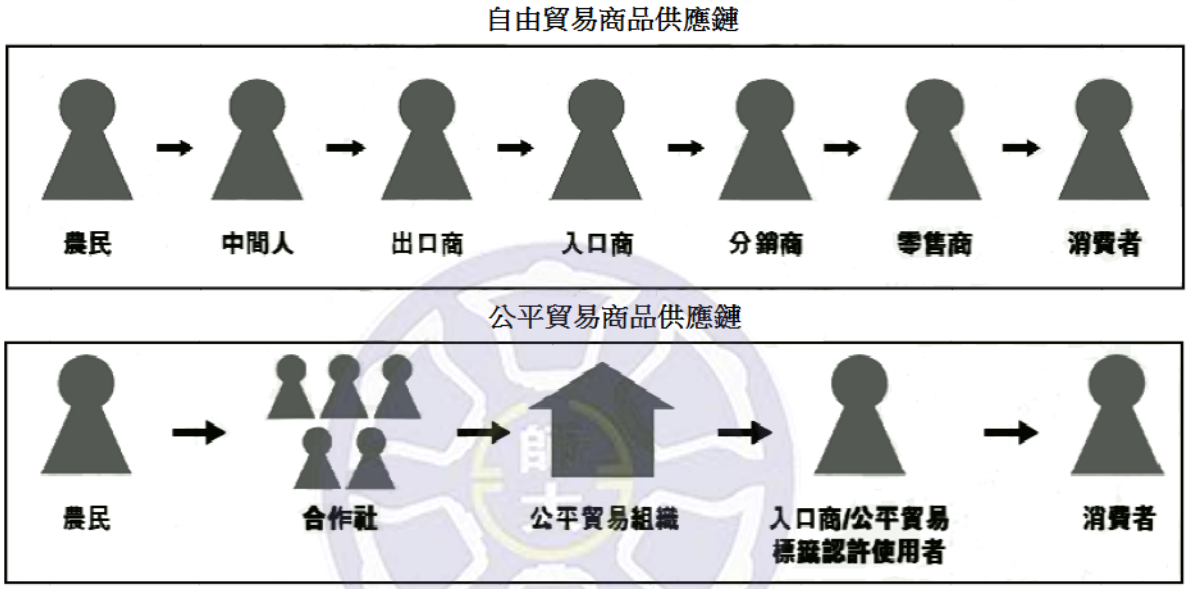

圖 1-1、公平貿易與自由貿易商品供應鏈

資料來源：香港樂施會公平貿易資源手冊，2011

同樣作為富含社會目的的營運模式，在美國，社會企業的出現可以追溯至 1970 年代晚期與 1980 年代之後，當時美國聯邦政府縮減社會福利計畫的補助，同時企業對非營利組織捐贈降低，加上社會環境的變遷，如經濟危機、失業率攀升等，大部分非營利組織補助捐款不敷組織運作，多數面臨資源匱乏的困境。因此，為了組織的永續發展與達成社會使命的目標，多數組織開始尋求自闢財源的管道，導致越來越多的非營利組織，開始向營利事業看齊，以爭取額外收入（張茂芸譯，2000）。

而在歐洲方面，根據 OECD（2003；陳定銘，2012：12）論述，社會企業的起源可以推究至社會經濟（social economy）一詞，該詞源自 19 世紀的法國，除指由非營利組織提供生產或源與服務外，若私人企業為了社會目的，而在股東同意下，也可以提供類似的活動，故社會經濟被視為社會企業的起源。

Alter（2006；陳定銘，2012：27）從實務到理論的途徑（practice-to-theory approach）將全球的社會企業案例加以分類，歸納出四種社會企業運作模式：嵌入式運作模式、綜合式運作模式、外部式運作模式、聯合與增強運作模式。其中，他將公平貿易組織歸納到嵌入式運作模式中的市場中介模式，認為此類型社會企業運作模式為提供產品開發、市場管道與信貸服務給標的人群，以及小型生產的個人廠商或公司，其主要任務及藉由幫助客戶研發與銷售產品至高價市場，以加強客戶財源的穩定，並透過公平價格購買客戶的產品出售以獲利。因此得知公平貿易組織也是社會企業的運作方式之一。

透過最低收購價、社區發展金及標籤認證制度，希望以「貿易非援助」為第三世界國家農民及生產者增加收入、改善生活，然而，公平貿易真能解決全球化與自由貿易帶來的剝削、幫助到第三世界的貧窮生產者嗎？公平貿易產品的銷售量漸漸提高後，也招致許多批評與抨擊，除了主流市場上的競爭對手外，許多學者也在有根據的研究之後，對公平貿易系統提出許多批判，例如認證門檻太高，包括認證費用過高及小農必須加入生產者團體之限制（Craxton & Rathke, 2011）、消費國較生產國得到更多的利潤、生產者對社區發展金不熟悉、吸收跨國企業進入公平貿易體系對小農及消費者的衝擊（Johannessen & Wilhite, 2010）等等。

貳、研究動機

公平貿易在美、加及歐陸各國已行之多年，買一杯咖啡只須要多付一些錢就可以幫助第三世界的生產者，這樣的「道德消費」概念吸引了不少消費者；來自

第三世界手工藝品、服飾充滿異國民族風情，也獲得許多消費者喜愛，購買這些商品也代表自己獨特的品味。公平貿易商品現在不只在大學校園或時髦的咖啡店販售，在歐美，其市場也擴展到主流的連鎖商店（包含 Walmart、Target、Safeway、Giant、Tesco、Sainsbury's 這些著名超市）。過去 10 年內，全球的公平貿易商品銷售量呈現每年約三成的成長率（FLO, 2012）。

臺灣的公平貿易發展較晚，但在不到 10 年間也累積了許多消費者，有許多社會企業以公平貿易架構為出發，開啟了以商業手段完成社會目的的途徑，除了經過國際性公平貿易非營利組織認證的「生態綠股份有限公司」（以下簡稱生態綠）及「繭裹設計公平貿易公司」（亦稱繭裹子，以下簡稱繭裹子）等社會企業外，吳子鈺先生秉持公平貿易精神成立的「雨林咖啡」在印尼直接向咖啡小農購買，背後也有一套回饋生產者的系統；臺灣品牌「棉樂悅事」在尼泊爾雇用婦女生產布衛生棉，同樣是用發展中國家的原料，給予生產者較好的薪資及工作環境。除此之外臺灣還有許多相關領域的社會企業正在邁開腳步，希冀以商業手段幫助弱勢的農民及生產者。

在消費者意識抬頭的現代社會，「公平貿易」成為了可以達成社會目的，又能賺錢的途徑，臺灣越來越多人踏足到這個領域，但因為國際上有國際公平貿易組織（Fairtrade International，2011 年以前原名為 Fairtrade Labelling Organizations International，官方網站及國際上皆在改名後仍簡稱 FLO，本研究以下簡稱 FLO）建立了認證系統，開始有人質疑，未取得此公平貿易認證的社會企業如何能向消費者證明它們的產品是經過公平地貿易而來？如同生態綠的創辦人徐文彥曾在《破報》報導中的訪談提到：「真正做了公平貿易的認證，才是不欺騙消費者的公平貿易，否則，就不應取公平貿易之名，搭公平貿易的便車。」（陳韋臻，2011）

然而，是否經過認證的公平貿易真的能幫助生產者？雨林咖啡的創辦人吳子鈺也曾說：「如果公平貿易失去動態實踐，容易淪為消費端以正義之名的空洞販

賣或商業操作。」當全球公平貿易從宣導倡議，逐漸轉為認證貼標籤、品牌化，發展的方向和有機農業變成認證標籤化是很類似的（臺灣主婦聯盟生活消費合作社，2014）。究竟公平貿易該不該被認證侷限，又或者只要能本著良好社會目的，在貿易過程中不剝削，並能對生產者增加利潤、改善生活的社會企業都能稱作公平貿易呢？

另外，公平貿易在臺灣發展多年，研究相關議題的研究者也有許多，於臺灣博碩士論文知識加值系統查詢關鍵字「公平貿易」，共出現 41 筆碩士論文資料，閱讀摘要後刪選出與本論文定義之公平貿易較無關係的論文後，發現在 2007 年前無相關主題，而 2016 年後尚未有相關主題；而在國家圖書館之臺灣期刊論文索引系統列表中鎖定「學術性期刊」查詢關鍵字「公平貿易」，則共出現 54 筆期刊論文資料，閱讀摘要後刪選出與本論文定義之公平貿易較無關係的論文後，發現在 2011 年前無相關主題，而 2015 年後尚未有相關主題，因此以下整理自 2007 年至 2016 年的 37 篇碩士論文，以及 2011 年至 2015 年的 4 篇期刊論文，統整如下表：

表 1-1、2007－2016 年公平貿易相關研究列表

年份	論文名稱	作者	研究主題／屬性
2016	廣告訴求,消費者生態環境承諾程度在公平貿易知識以及購買意願上之影響-以公平貿易咖啡豆為例	朱利佞	消費者研究／碩論
2016	知覺公平貿易組織正義與社會規範對消費者購買公平貿易產品意圖之影響	陳昱甄	消費者研究／碩論
2015	公平貿易咖啡購買意願影響因素之探討	周世宏 林怡文 張容蓉 江育賢 王子欣	消費者研究／期刊
2015	臺灣公平貿易之研究--公平貿易商店經營的困難與挑戰	楊長林 陳妍伶	公平貿易社會企業商業模式研究／期刊

		徐承道 簡毓儀	
2015	公平貿易現煮咖啡在臺灣之推廣策略	黃曉筠	公平貿易行銷研究／碩論
2015	綠色品牌形象、知覺風險和綠色消費意願之關係 --公平貿易服飾為例	莊庭懿	消費者研究／碩論
2015	農業轉型結合社會企業與公平貿易之商業模式探討-以卡維蘭為例	呂葆光	無認證公平貿易社會企業商業模式研究／碩論
2015	以計畫行為理論探討台北市、新北市消費者購買公平貿易商品的影響因素	沈翠玫	消費者研究／碩論
2015	社會企業概念影響採購意願之研究	陳貞君	消費者研究／碩論
2015	資訊環境與道德消費影響公平貿易商品購買意願之研究-以新北市國小教師為例	林欣儀	消費者研究／碩論
2014	打造正當性--公平貿易新創事業的個案分析	蔡依倫	公平貿易社會企業商業模式研究／期刊
2014	影響店家參與公平貿易之因素分析—臺北市咖啡業者之實證研究	秦偉翔	公平貿易咖啡業者研究／碩論
2014	咖啡危機與公平貿易之研究	李順發	公平貿易制度研究／碩論
2014	公平貿易對於消費者咖啡購買意願、知覺風險及知覺價值之影響：以品牌權益為調節因子	謝敏	消費者研究／碩論
2014	消費者利他主義與訊息來源可信度對購買意願影響之研究:以公平貿易為例	羅孟瑋	消費者研究／碩論
2014	社會企業家的創業動機和歷程–臺灣公平貿易咖啡企業的個案研究	朱維業	公平貿易社會企業家創業研究／碩論
2014	社會企業倫理消費經營模式分析─生態綠個案研究	林芝聖	公平貿易社會企業商業模式研究／碩論
2014	臺灣社會企業商業模式發展之研究	陳瑋婷	公平貿易社會企業商業模式研究／碩論
2014	公平貿易商品如何在臺灣銷售-繭裹子個案研究	黃珮蓉	公平貿易社會企業商業模式研究／碩論
2013	影響社會企業行銷因素之研究－以公平貿易手創商店為例	潘彥岑	公平貿易行銷研究／碩論
2013	消費者購買公平貿易產品意願相關因素之探討	朱景裕	消費者研究／碩論

2014	社會企業跨國經營模式之研究：以社團法人臺灣微客公益行動協會為例	林晏萱	無認證公平貿易社會企業商業模式研究／碩論
2013	公平貿易商品的道德性與社會認可對購買意願之影響	朱祐瑩	消費者研究／碩論
2013	全球化的另類想像： 公平貿易運動之論述分析	張靜芸	公平貿易制度研究／碩論
2013	公平貿易咖啡店經營理念與經營績效之探討	陳奕安	公平貿易咖啡業者研究／碩論
2012	臺灣零售業者生態綠採用公平貿易之個案研究	許作如	公平貿易社會企業商業模式研究／碩論
2012	消費者生活型態與認知對公平貿易咖啡產品購買意願影響之研究	許嘉玲	消費者研究／碩論
2012	臺灣消費者對公平貿易之態度：探索性研究	謝廷萱	消費者研究／碩論
2012	消費者對公平貿易商品的價格接受與商品喜好：訊息源可信度之驗證	劉佳瑩	消費者研究／碩論
2012	社會企業與 CSR—生態綠的個案研究	黃依婷	公平貿易社會企業商業模式研究／碩論
2012	國際公平貿易組織與銷售商之研究--生態綠與繭裹子的案例分析	林芳淳	公平貿易社會企業商業模式研究／碩論
2011	永續咖啡之探討：問題與機會	林希軒	公平貿易制度研究／期刊
2011	影響大學生選喝公平貿易咖啡之因素	賴譽	消費者研究／碩論
2011	探討消費者之樂活程度與綠色消費之關係─以公平貿易咖啡為例	褚慧茹	消費者研究／碩論
2010	公平正義與商品消費─臺灣公平貿易咖啡的救贖與限制	溫佳芸	公平貿易制度研究／碩論
2009	非政府組織架構下的公平貿易運動-以公平貿易咖啡為例	許哲豪	公平貿易制度研究／碩論
2009	臺灣「公平貿易」商品購買意願架構之研究－探討消費者倫理、網路資訊、及信任的角色	蕭君華	消費者研究／碩論
2008	公平貿易運動：制度演化的觀點	姚春如	公平貿易制度研究／碩論
2008	探討公平貿易發展與實踐：以咖啡產業為例	白湘銀	公平貿易制度研究／碩論

2008	消費者對公平貿易認知及態度之研究	向春玲	消費者研究／碩論
2007	臺灣民眾對於公平貿易咖啡產品之購買意願	力永強	消費者研究／碩論

來源：本研究整理

上表可見，2007 至 2016 年 41 篇碩士論文及期刊論文中，共有 19 篇消費者研究、7 篇公平貿易制度研究、8 篇公平貿易社會企業商業模式研究、2 篇公平貿易咖啡業者研究、2 篇無認證公平貿易社會企業商業模式研究、2 篇公平貿易行銷研究、1 篇公平貿易社會企業家創業研究，可見從 2007 年至 2016 年的研究中，並沒有與認證系統相關的研究題目；另外，在公平貿易模式中所觸及到的眾多利害關係人（stakeholders）中，研究消費者的主題佔大多數，對於公平貿易模式對社會企業討論較少，對生產者的研究則幾乎沒有，但是本研究認為在公平貿易模式的眾多利害關係人中，公平貿易模式是由社會企業所創立，而生產者是最直接被此模式受到影響的利害關係人，兩者受到認證系統帶來的影響將會最大，因此本研究將以社會企業及生產者為主，討論認證系統帶來的影響。

根據以上動機，本研究將透過文件分析及質性研究訪談法，以臺灣公平貿易導向社會企業及其生產者作為訪談對象，瞭解未受認證之公平貿易模式對利害關係人之影響。

第二節 研究目的

透過上一節鋪陳研究背景及釐清研究動機後，可以看出公平貿易發展是為了在全球化及自由貿易下，找到一個能讓已開發國家與開發中國家公平地貿易的方式，此節整理歸納出本研究之研究問題有四：

壹、公平貿易認證是否為公平貿易導向社會企業唯一途徑？

貳、未受認證之公平貿易模式是否對利害關係人帶來正向影響？

參、未受認證之公平貿易模式是否對利害關係人帶來限制與困難？

肆、如何尋求解決之道？

根據研究問題，本研究有二研究目的：

壹、探索未申請認證的公平貿易模式對利害關係人（社會企業及生產者）之影響。

貳、探討公平貿易認證是否為公平貿易導向社會企業的必要途徑。

根據研究目的，本研究尋找公平貿易認證系統及臺灣持有公平貿易認證之社會企業之文獻，並訪問未受認證、但社會目的和商業手段與公平貿易相近之社會企業及生產者，並據以探索比較兩方對利害關係人之影響異同，據研究結果提出建議，供臺灣公平貿易導向社會企業之相關利害關係人，及未來有意願開展公平貿易導向社會企業的大眾作參考。

第三節 名詞界定

壹、公平貿易

根據 FLO 在 2011 年的定義，公平貿易 Fair Trade（兩個英文單字），為一個立基於對話、透明，及尊重的貿易夥伴關係，在國際貿易上尋求更好的公平性，它為邊緣（尤其是發展中國家）的生產者及工作者提供了更好的貿易環境、權利保障來促進可持續發展（FLO, 2011a），不特別限定有無經過認證（有無標籤）。

而公平貿易 Fairtrade(一個英文單字)則代表 FLO、公平貿易認證組織(FLO-CERT)、公平貿易生產者網絡、各國公平貿易組織(national Fairtrade organizations)、及公平貿易行銷組織（Fairtrade marketing organizations, FMO），這個詞習慣用來代表了 FLO 所運作的商品認證及標籤系統。事實上，在文獻檢閱中還是經常會看到 Fair Trade 和 Fairtrade 互相通用的狀況。

本研究中，使用「有認證的公平貿易」一詞代表世界上受到FLO系統認證的公平貿易行動、組織、貿易商（traders）及生產者；其他未受認證，但同樣與發展中國家生產者進行「公平地貿易」的行為、組織、社會企業統稱為「未受認證的公平貿易」。研究者抱持著中立的立場，不認為未受認證即比受FLO認證的公平貿易低一等，也未預設受FLO認證的公平貿易較可信賴，望本研究能透過各方文獻、訪談整理出兩方優缺，供相關利害關係人作參考。

貳、公平貿易導向社會企業

至目前為止，社會企業還沒有一個統一的解釋，世界上許多社會企業都採納了不同的定義，這也讓建立一個國際的解釋變得很困難。經濟合作發展組織（The Organisation for Economic Co-operation and Development, OECD）在 1999 年定義社會企業為：「任何可以產生公共利益的私人活動，具有企業精神策略，

以達成特定經濟或社會目標，而非以利潤極大化為主要追求，且有助於解決社會排斥及失業問題的組織。」其中社會排斥不僅指勞動市場的排斥，而是多方面的現象，包含健康不良、遷移、食安問題、貧窮、失學等等。社會企業必須滿足雙重底線（double bottom line），同時兼具經濟目標與社會目標，由這兩種力量所驅動。

由於公平貿易範圍廣大，根據 FLO 在 2011 年定義其利害關係人包含了生產者、生產者合作社、FLO、各國公平貿易組織、公平貿易行銷組織、公平貿易認證組織、貿易商、消費者等參與者（FLO, 2011），而其中公平貿易的「貿易商」作為企業載體，其可能是社會企業或是企業行使企業社會責任（Corporate Social Responsibility, CSR）。

社會企業與企業社會責任有所不同，Archie B. Carroll （1979: 500）認為企業社會責任是由經濟責任（economic responsibilities）、法律責任（legal responsibilities）、倫理責任（ethical responsibilities）、慈善責任（philanthropic responsibilities）等四類責任組合而成，其中經濟責任乃根植於企業存在的本質、社會功能及角色推定而來；慈善責任亦被稱為自由裁量責任（discretionary responsibilities）是社會期待企業可以在非被命令、非法律亦非倫理規範束縛下，自願地提供資源予以社區，以促進社區生活品質、群體福利，進而成為一個對社會有正面貢獻的優良企業公民。從兩者之定義可以看出，社會企業指擁有社會目標，而非以利潤極大化為主要追求；企業社會責任則是以經濟目標為主要追求，但希望能在有餘力時自由提供資源以回饋社會。

Fridell（2006: 17）年將一家加拿大 100%販售公平貿易咖啡豆的咖啡店 Planet Bean，與只有販售部分公平貿易咖啡的 Starbucks 做比較，他認為 Planet Bean 除了販售 100%的公平貿易咖啡豆，這家店也致力於教育消費者何謂全球不公義，並宣導社區經濟發展，他們運用公平貿易的準則到自身的營運內容上，然而

Starbucks 一開始販售公平貿易產品是為了減輕壞名譽，對 Starbucks 來說，公平貿易的社會目標並非他們營運的中心，而只是其企業社會責任的一環而已。另外 Planet Bean 也嘗試為消費者和生產者建立連結，但 Starbucks 較聚焦於如何為自己建立顧客的品牌忠誠度。以此例可以見到將公平貿易作為社會企業的社會目的，以及將公平貿易作為企業社會責任的差異。

鄭勝分（2007：75）綜合歐美社會企業發展趨勢，認為社會企業可歸納出兩個最主要的發展方向，其一為非營利組織企業化，其類型包含企業面／經濟面的商業化，及基於社會指標的社會創新；另一為企業的非營利途徑，其類型包含力求永續發展的企業社會責任，及透過互助合作方式解決社會問題的社會合作社。我們可以看到社會企業有許多類型，而臺灣的公平貿易導向社會企業或許涵蓋了其中幾種類型，但其最大宗旨皆為公平地與生產者進行貿易，且販賣的商品是以公平貿易商品為主。

兩相比較之下，以社會目的為主要追求－作為社會企業的公平貿易貿易商，較符合本研究欲研究對象條件，公平貿易的宗旨即是希望所有的生產者可以擁有安全而永續的生活環境、可以滿足其潛力，並決定自己的未來，而「貿易」就是用來實現這些願景的方式，同時有社會與經濟目標，與社會企業的定義不謀而合。

本研究將以社會企業模式經營之「公平貿易貿易商」定義為「公平貿易導向社會企業」，並以公平貿易導向社會企業作為主要訪談個案及起始窗口，延伸至上游的生產者，將本研究之利害關係人之範圍限定於公平貿易導向社會企業與其生產者。

第四節 研究流程

根據研究目的及問題，研究者將研究流程簡化成下圖，根據研究目的，找尋相關的文獻進行檢閱回顧，再整理為訪談大綱及問題，以半結構式訪談及文件分析訪談利害關係人，最後對照文獻資料與訪談內容得出本研究之結論，提供給臺灣公平貿易導向社會企業之相關利害關係人作為參考。

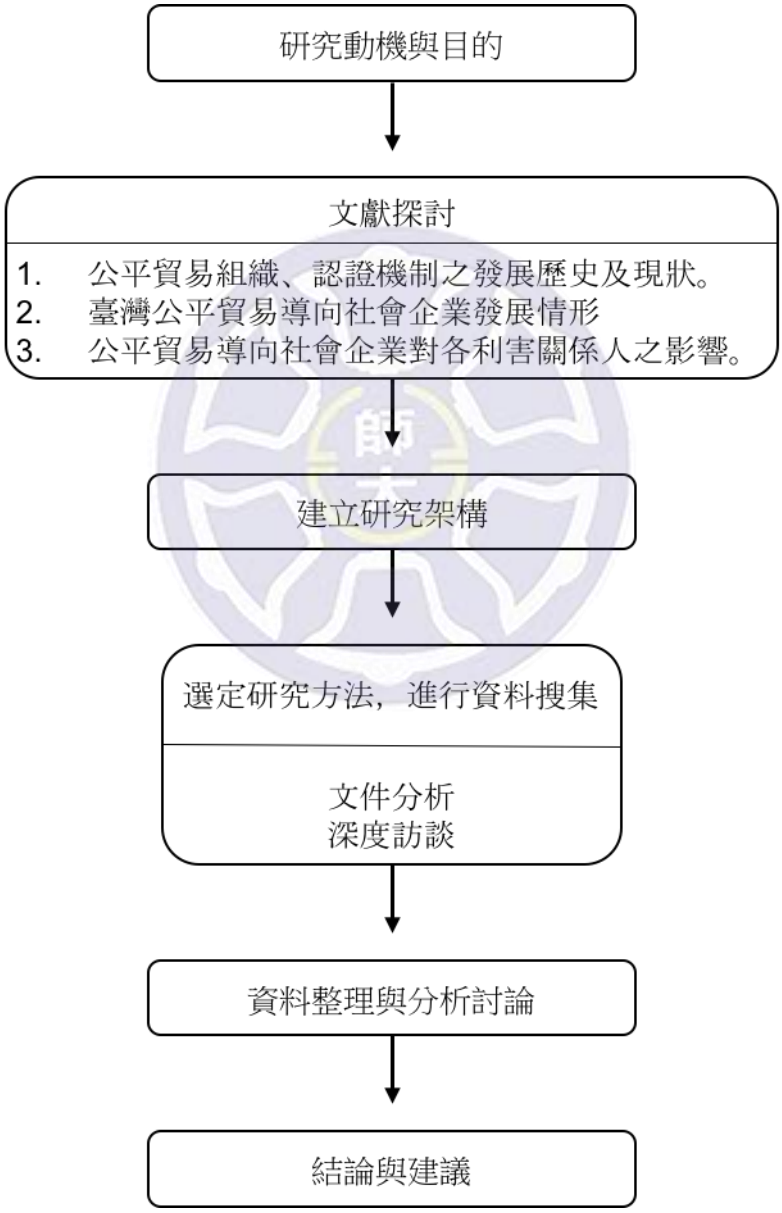

圖 1-2、研究流程圖

資料來源：本研究

第二章 文獻探討

根據上一章節之研究目的與問題，本章將先後檢閱相關文獻，本研究認為瞭解公平貿易體系及認證制度的發展歷史與運作方式，將有助於在完整的脈絡下理解公平貿易認證存在的原因及必要性；而公平貿易在歐美國家發展多年，但此概念進到臺灣只有短短 10 年，且為適應臺灣消費市場及文化，公平貿易的發展樣態不一定與歐美相同，近幾年更興起許多未申請認證，但以類公平貿易模式營運的社會企業，因此本研究將整理臺灣公平貿易導向社會企業的發展狀況；公平貿易認證對於體系中各利害關係人皆有影響，本研究期待著重在公平貿易導向社會企業及其生產者，希望瞭解在公平貿易模式下，兩者是否皆蒙受其利，或是有限制或困難。

第一節 公平貿易與認證制度

壹、歐美公平貿易與認證制度發展歷史

公平貿易最早見於美國，1946 年門諾會互助促進社（Mennonite Central Committee, MCC）的義工 Edna Ruth Byler 在旅途中發現，許多開發中國家的婦女靠著販售手工藝品和編織品維生，由於她們缺乏銷售能力及對市場的瞭解，很容易被中間商以不合理的低價收購產品，因此她創立萬村會（Ten Thousand Villages）幫助巴勒斯坦難民、波多黎各與海地人民，並於 1958 年成立第一家公平貿易商店，用公平的價格向手工藝家購買產品，並建立「預先付款」制度－在產品製作者實際出貨前就預付 50%的酬勞，讓他們能先用這筆酬勞當作投入下批生產的資金，降低在外借貸的風險（社企流，2012）。1949 年門諾會再成立了 SERRV International，販售戰後德國難民生產的咕咕鐘給信義會的美國

成員，為難民救濟工作籌備基金（WFTO, 2018a）。

公平貿易在歐洲的源頭最早可回溯到 1950 年代，英國樂施會（Oxfam UK）開始在樂施會商店販賣中國難民的手工藝品，並在 1964 年創立了第一個公平貿易組織，其他類似的組織相繼在荷蘭成立，到了 1967 年，今天的國際公平貿易組織 FLO 的原型也成立了。同時，荷蘭的第三國家團體開始以幫助貧窮國家人民之名販賣蔗糖，並販售南方的手工藝品；1969 年第一家「第三世界商店」(Third World Shop)開張，這些第三世界商店或是公平貿易商店，在公平貿易運動中扮演了相當重要的角色，不只是作為商家，他們也活躍於社會運動及竭力提升消費者對公平貿易的認知。

1960 到 1970 年代，許多非政府組織及社會運動的個人在亞、非、南美洲國家建立了公平貿易行銷組織，這樣的組織可以對弱勢的生產者提供各項協助，許多南方公平貿易組織也在這時成立，與他們建立連結的往往都是北方的新興組織，目標是讓國際間的貿易可以更加平等。

除了公民運動之外，發展中國家也致力於參與國際政治論壇，例如 1968 年第二次聯合國貿易與發展會議在印度德里舉行，傳達「貿易非援助」（Trade not Aid）的概念，強調與南方公平的貿易連結，而非北方取得所有的利益，只把少數利益回饋到發展援助上。

如前所述，公平貿易組織始於與手工藝生產者進行貿易，主要因為他們透過宗教傳道進行接觸，另一方面，對於工作機會很少的婦女來說，手工藝品更是為家庭帶來附加收入的重要方式。多數的北方公平貿易組織聚焦於買下這些手工藝品，轉賣到世界商店，手工藝市場經由這些世界商店逐漸擴展，許多公平貿易組織的營運也節節高升（WFTO, 2018a）。

公平貿易市場上，除了手工藝產業外，另外一大部分為農業，其中最為重要的即是咖啡產業，主要由拉丁美洲、非洲和亞洲的窮人、小農所生產。事實上，世界上 70%的咖啡是生長在少於 25 英畝（1 英畝為 4046.8 平方公尺）的土地上（Gresser & Tickell, 2002:7）。一位墨西哥的觀察家曾為咖啡及貧窮的關係下了一個註解：「咖啡的產地幾乎與貧窮的地圖重疊」[3]（Aranda & Morales, 2002: 18），透過這句話我們可以看見生產咖啡的農人在自由貿易下，世代脫離不了貧窮的景況。

1973 年，荷蘭的公平貿易原型組織向瓜地馬拉的小農合作社進口第一批公平貿易咖啡，發展至今，許多咖啡農因此受惠，歐洲也越來越多消費者購買公平貿易咖啡，現在咖啡約佔了北方的公平貿易組織營業額中的 25～50%。在咖啡之後，公平貿易商品在農作商品逐漸擴展，現在包含了茶、可可、糖、紅酒、果汁、堅果、香料、米等等，農作商品讓公平貿易組織開展了新的市場，例如大型採購市場、超市、綠色商店，接著許多非食物商品如花卉與棉花也被加進公平貿易的範疇中(WFTO, 2018a)，公平貿易的市場擴張得越來越大。

然而公平貿易一開始並不是像現在有一個統合的組織系統，認證制度是透過許多國家中對公平貿易懷有熱誠的人們透過不斷地努力而得來的。許多建立公平貿易的組織，例如國際樂施會（Oxfam International），認為這套網絡可以藉由強大的國家層級、或甚至國際的介入，來推展新的國際經濟秩序，並為南方國家提供發展支持。1980 年代，公平貿易網絡的方針有了重大的改變，從想要建立一個另類的貿易系統轉變為進入並改變傳統市場（Fridell, 2007: 80-81）。

現今，全球公平貿易體系內有兩大核心機構，它們分別為：國際公平貿易組織 FLO，及世界公平貿易組織（World Fair Trade Organization, WFTO）。

[3]原文為“…the coffee producing zones coincide exactly with a map of extreme poverty…”

一、國際公平貿易標籤組織與認證標籤

公平貿易標籤現在是世界上最廣為人知的社會及發展標章，公平貿易標籤組織代表它的會員們擁有、發行並保護這個標籤。起初世界上有許多不同的公平貿易標籤，1988 年，第一個公平貿易標籤由荷蘭 Max Havelaar 基金會開始推行，用來標示來自墨西哥的公平貿易咖啡，貿易商發現公平貿易標籤能讓消費者易於認識公平貿易產品，也增進了公平貿易的知名度，於是在 1980 年代晚期及 1990 年代早期，包括歐陸各國及美、加開始推出自己的認證標籤，然而多方進行的認證制度容易造成消費者混淆，也使其對背後的透明度及公正性產生懷疑。

因此，在 1997 年，負責公平貿易產品認證的組織 FLO 於德國波昂（Bonn）成立，開始整合公平貿易與建立獨立第三方組織的認證標準，並且在 2002 年發起新的國際公平貿易認證標章(the International FAIRTRADE Certification Mark)。此統一的認證標章（如圖 2-1 所示）可以改善標章在通路上的能見度、協助跨境貿易，對無論是生產者或出口商來說，也簡化了出口的程序（FLO，2018a）。現在這個標籤可以在超過 120 個國家中，超過 27,000 個商品上被看到，包含食物、飲品、棉花、服飾，甚至以公平貿易黃金或其他礦物製作的珠寶飾品上（FLO，2018b）。

當 FLO 越來越蓬勃發展，組織為了確定認證系統能夠持續地保持獨立、可信，以及良好的品質，負責組織認證的部分應該要獨立於 FLO 之外，才能有效地評估及查核生產者。於是在 2003 年，由 FLO 分出來、負責監督審計的公平貿易認證組織成立了，辦公室與 FLO 一樣設在德國波昂，另外在美國、印度、哥斯大黎加與南非也都有設立據點，方便各州之間的聯繫，目前有超過 100 位受過訓練的審查者（auditor）在全球 120 個國家進行審查作業（FLOCERT, 2018a）。

2011 年，FLO 將名稱縮改為 Fairtrade International（仍簡稱 FLO），反應出他們的公平貿易願景是希望能簡化系統，並為更多的利害關係人帶來好處，包含

了農民、工人、貿易商及消費者。在 2013 年，FLO 修改章程，希望能讓農民及工人能更公平地參與公平貿易運動。從此年起，生產者網絡在組織召開的大會上擁有一半的投票權（FLO, 2018a）。可見其重視對於開發中國家生產者賦權，而非如同以往較像是北方國家援助南方國家、已開發國家援助發展中國家，現在生產者更能投入實際行動。

圖 2-1、公平貿易標籤

資料來源：FLO(2018b)

貼有國際公平貿易認證標章的商品，都必須購自受認證的生產者，以及通過 FLO-CERT 的檢查。農作物必須依照 FLO 所制定的公平貿易標準來種植及收成，供應鍊也需受 FLO-CERT 的監督，以確保公平交易產品的一致性（生態綠，2014a）。透過商品上統一的公平貿易標籤，消費者便可以信任此商品通過 FLO 的認證，根據 FLO 網站資料，標籤的圖案內容代表了一個舉起手臂的人，代表生產者的樂觀，連結了在發展中國家每天擁有堅定決心的人們，和全世界各地有志向的消費者。其中藍色象徵藍色的天空，也代表潛力，綠色象徵了成長，這個圖案形成了公平貿易品牌標籤及認證標籤的基礎（FLO, 2018c）。

商品若是單一原料作物，例如一袋咖啡豆或一串香蕉貼有國際公平貿易認證標章，則表示整個商品都符合公平貿易原則；商品若是合成物，例如餅乾、冰淇淋、巧克力棒等貼有國際公平貿易認證標章，則表示此商品有至少 20%的原料符合公平貿易原則，在包裝上需標明公平貿易原料的比例（FLO, 2018b）。

FLO 年報指出，他們目前共與 73 個不同國家的 1,411 個受認證的生產者組織合作（FLO, 2018d），生產者組織在不同洲別的比例如下：亞洲與太平洋地區佔 16.13%、非洲與中東地區佔 30.24%、拉丁美洲與加勒比海地區佔 53.63%(FLO, 2016）。

二、世界公平貿易組織與認證標籤

WFTO（迄2008年底名稱為International Federation of Alternative Trade, IFAT）成立於1989年，為負責公平貿易組織的認證機構，總部位於荷蘭。作為一個全球性的公平貿易者會員組織，WFTO的工作是促進會員申請、透過認證系統確認會員組織能遵守公平貿易的十條守則，以及改善公平貿易規範。其也提供了生產者、出口商、進口商、零售商及消費者一個場域，讓所有公平貿易鏈上的利害關係人能互相連結、一起工作，使全球經濟更加永續公平（WFTO, 2018b）。根據WFTO的2016年年報指出，截至2016年底，共有來自72個國家的385個公平貿易會員組織、4個夥伴組織，及34個個人夥伴組成WFTO網絡。其中共有76%的會員來自於非洲、拉丁美洲、亞洲及中東國家（WFTO, 2016）。

公平貿易的起源便是販賣發展中國家的工藝產品到已開發國家。工藝產業指的是手工為主、機器為輔的功能性用品，產業鏈包括從工藝品的設計、製造、批發到銷售，所含括的範圍較廣，產品品項也較多元化。在 2008 年聯合國貿易暨發展會議（UNCTAD）之資料顯示，工藝產業是文化創意產業中被認為是唯一以發展中國家為主的產業，1996 至 2005 年的 10 年之內，發展中國家的工藝產業外銷額成長近乎 2 倍，從 77 億美元提升至 138 億美元（佘日新、管中閔、陳建良、鄭健雄、林依磊，2010：52），由此可見手工藝產品對發展中國家經濟貢獻的重要性，其在公平貿易商品中所佔比例也非常高，但不同於農產品的製成往往只涉及一種植物的種植、加工、包裝，一件手工藝品的原料可能有許多種，每

項原料又有複雜的生產加工鏈，FLO 的公平貿易認證標籤無法將其一一進行認證。

為補足此缺漏，IFAT 於 2004 年推出 FTO 標籤（FairTrade Organization Mark）以茲識別公平貿易組織，此標籤保證該等組織遵從公平貿易的標準，強化這些機構對政策訂定者、主流商業到消費者的可信度。此標籤可以核發給受到 IFAT 監督系統認證的會員組織，讓這些組織成為被認證的公平貿易組織。

但在 2009 年，IFAT 的會員們認為 FTO 標籤因無法作為商品標籤，在這個標籤意識越來越重的市場上，無法為他們帶來可見度，IFAT 在該年便改名為世界公平貿易組織（World Fair Trade Organization, WFTO），並於 2013 年開始了新的認證系統（Guarantee System, GS），這個認證系統由五個要素組成：新式會員申請程序（new membership admission procedure）、自我財產評估報告（self assessment report）、同儕訪視（monitoring audit,）、監督審計（peer visit,）、公平貿易問責監控（the Fair Trade accountability watch）（WFTO, 2018a）。這套系統並非商品認證系統，而是對供應鏈及組織實踐的認證機制，會員組織只要通過此套系統檢定符合十條規範，成為「受驗證的公平貿易組織」（Guaranteed Fair Trade Organisation），便可在商品上使用 WFTO 商品標籤（如圖 2-2 所示）（WFTO, 2018c）。

WFTO 的十條規範要求公平貿易組織在每日的工作中都要謹守這些規定，包括：為經濟弱勢的生產者製造機會；行事透明及負責；力行公平貿易；以公平價格付款；禁止童工及強迫勞動；去除歧視、促進性別平等、提升女性經濟能力及自由；確保良好的工作條件；幫助生產者建構能力；宣傳公平貿易；尊重自然環境（WFTO, 2018d）。

圖 2-2、The WFTO Product Label

資料來源：WFTO（2018c）

除了兩個組織的發展之外，公平貿易城鎮（Fairtrade Town）運動於 2001 年起在英國展開，自運動之始世界各地城鎮即熱烈回響；2013 年，全球更有兩百多個首長聯署要求聯合國將「公平貿易城市」列入後千禧年方案裡，聯合國貿易暨發展會議（UNCTAD）也公布「透過公平貿易將永續發展目標在地化」行動指南，建議各國推動公平貿易落地發展，公平貿易城市逐漸在「生態城市」或「智慧城市」之後，成為世界各城市爭相競取接軌國際潮流的目標之一。至 2017 年，全球共計有超過 2,000 個城鎮分布於 30 個國家通過公平貿易城鎮認證（國際公平貿易組織臺灣分會，2017）。

貳、東北亞公平貿易發展

相較於臺灣，東北亞的其他國家與城市發展公平貿易的歷史較早。2010 年代，公平貿易由歐美擴展至亞洲地區，亞洲開始有生產商取得公平貿易產品認證，並有 104 間 WFTO 認可的公平貿易產品銷售商（香港公平貿易聯盟，2018）。

其中，日本在 1995 年即由英國人 Safia Minney 在東京成立了販售公平貿易服飾的「People Tree」，開啟了日本對公平貿易的認識，多年的推動下，許多以公

平貿易為基底的社會企業蓬勃發展，而熊本市更在 2011 年取得亞洲第一個公平貿易市的殊榮（生態綠，2013）。

香港由於英國殖民的歷史，1977 年英國樂施會即開設商店販售公平貿易商品，於 2002 年推動公平貿易咖啡，開始宣揚公平貿易理念，香港公平貿易聯盟於 2008 年成立，於 2010 年註冊為非營利組織；其間，推動相同理念的社會企業和團體相繼成立，包括公平棧與香港公平貿易動力（香港樂施會，2011）。2012 年 Fairtrade Hong Kong Foundation 正式成為 FLO 轄下的公平貿易推廣組織（Fairtrade Marketing Organization, FMO），授權在香港、澳門及中國推廣及監察公平貿易標籤認證的使用，開拓該地域的消費者潛力（香港公平貿易聯盟，2018）。

2011 年韓國的公平貿易組織 Fairtrade Korea 正式成為公平貿易網絡一員，韓國在 2012 年上任的首爾市長朴元淳，過去曾是韓國公平貿易協會的理事長，上任後就積極推動公平貿易，宣佈將首爾打造成「公平交易城市」，制訂《公平交易條例》並成立了「公平交易委員會」，由政府由上至下的推廣，在市政廳中設立公平貿易商店（首爾市官方網站，2013），並讓連鎖便利商店提供公平商品上架優惠，公平咖啡一年就有 30 億韓元的銷量，連韓國最大的寺廟，都宣布成為「公平貿易寺廟」，所有寺廟的周邊商品都是公平商品（生態綠，2013），可見公平貿易近年來在韓國成長飛快。而在 2017 年，韓國富川市（Bucheon）及仁川市（Incheon）也相繼成為公平貿易城市（Fairtrade Towns International, 2017）。

而臺灣的公平貿易與公平貿易導向社會企業之發展，將在下一節詳述。

第二節 臺灣公平貿易導向社會企業發展

本章節以販售商品的商品或組織有無接受 FLO 公平貿易認證為分野，將臺灣公平貿易導向社會企業分成下列兩種類型：

壹、接受 FLO 認證的公平貿易導向社會企業

與歐美及亞洲其他國家相比，臺灣發展公平貿易的腳步較慢。臺灣公平貿易發展約從 2006 年開始，販售 FLO 認證公平貿易商品的社會企業陸續創立，透過優質商品與大力推廣，加上永續、環境、公益等議題日益受到關注，越來越多消費大眾支持著這些社會企業。2010 年，臺灣的公平貿易商與支持者共同成立臺灣公平貿易協會，推廣公平貿易產品、理念及 FLO 認證，目前有會員 35 名，包含教授、學生以及臺灣的公平貿易商，包括有：生態綠、地球樹、馥聚、洋嘎、繭裹子等，產品含括：咖啡、可可、巧克力、堅果、手工藝品、非洲花布、編織、服飾、首飾等（國際公平貿易組織臺灣分會，2018）。

2015 年，臺灣公平貿易協會成為 FLO 轄下的「公平貿易推廣組織」(Fairtrade Marketing Organization，簡稱 FMO)臺灣分會，更名為國際公平貿易組織臺灣分會，能授權、推廣及監察公平貿易認證標籤的使用，為全世界第八個，亞洲第四個 FMO（國際公平貿易組織臺灣分會，2015）。同年，台北市政府宣佈開始申請成為「公平貿易城市」，並於 2017 年底成為華人地區第一個公平貿易城市（沈佩瑤，2017）。大約 10 年間，臺灣的公平貿易運動從零開始，從民間商家、團體，到與政府一同合作，成為公平貿易城市的種種發展，快速蓬勃而令人驚訝。

一、農作物產業

公平貿易產品品項多元，FLO 網站上記載的有香蕉、巧克力、咖啡、棉花、鮮花、鮮果、黃金、蜂蜜、果汁、米、足球、糖、紅白酒、香料、藥草及複合商品等 16 種以上。其中最受討論的公平貿易商品為咖啡，因為咖啡是南方國家除了石油之外最有價值的出口商品，提供數百萬小農生計，卻也可從中看出殖民、剝削及社會不公的長遠歷史，這些都突顯出咖啡在公平貿易網絡中最重要的位置(Fridell, 2007: 80)。目前臺灣共有三家受 FLO 認證的貿易商，分別為商品為咖啡的「生態綠」及「畢嘉士基金會」，以及商品為含油種籽與含油果的「M&I International Limited」，除生態綠是以企業為載體，進行公平貿易商品販售的社會企業外，其他兩家不在本論文中討論。

生態綠的兩位創辦人徐文彥及余宛如，徐文彥大學念的是社會學，曾參與各種社會運動，並曾任進入立法院擔任辦公室主任；余宛如擁有倫敦亞非大學飲食人類學碩士學位，曾在立法院和外商公司上班，兩位創辦人借鏡國外經驗，反思臺灣農業問題，他們認為引入國際公平貿易認證體系，向國人介紹好的認證系統，建立一個生產者、消費者、通路商集結的良善市場，應能有效解決生產者貧窮、消費者權益、生態保育等問題（胡哲生、梁瓊丹、卓秀足、吳宗昇，2013：145-149）。

經過一連串努力，2007 年生態綠商業有限公司登記成立，並得到 FLO 的標籤授權，成為華文地區第一批，也是臺灣第一家公平貿易認證與標籤授權商。成立動機為實質推廣公平貿易產品與理念、推廣國際公平貿易組織 FLO 認證（林至涵、余宛如，2013：286）。

其同時扮演貿易商、咖啡供應商及公平貿易倡議者等角色，徐文彥和余宛如對於生態綠的經營策略是，先取得公平貿易商認證，同時強化消費者認知，最後則發展在地區域性倫理消費的認證機制（胡哲生等，2013：152）。

生態綠的主要營收來自公平貿易咖啡豆批發（咖啡館餐廳）、企業客戶（推廣公平貿易茶水間）、市場大通路販售，並接受「誠品」等自有品牌 ODM 代工。目前除了在生態綠可以買到其供應之公平貿易認證咖啡豆外，其他通路有：聖德科斯（86 間分店）、誠品知味專櫃（20 間分店）、HOLA（15 間分店）、天和鮮物、SOGO 敦化館 B2 超市、石尚自然探索屋、地球樹、臺灣文學館、Cheffresh Cafe、穆勒咖啡館等全國各地咖啡館，以及線上通路 PChome 商店街、露天拍賣（胡哲生等，2013：156、165）。2013 年底，專賣公平貿易產品的「公平超市」開張，有 9 成商品來自國外，都經過國際公平貿易組織（FLO）、世界公平貿易組織（WFTO）認可，而旗下擁有頂好及 JASONS 超市的惠康百貨也與生態綠合作，成為全台第一個販售公平貿易商品的連鎖通路 （林慧貞，2013）。

在生態綠的積極推動下，公平貿易咖啡通路多元，從校園、咖啡店、餐廳、旅館到連鎖的百貨，都可以見到公平貿易咖啡的蹤跡，讓臺灣消費者在全台各地皆可購買，也致力在公司行號推廣公平貿易茶水間（生態綠，2018a），讓企業可藉由公平貿易行使企業社會責任。

二、工藝產業

除了咖啡產業之外，工藝產業也在臺灣蓬勃發展，其中最早販售公平貿易認證商品的店家為「地球樹」，於 2006 年開始營業，主要進口日本兩大公平貿易團體 People Tree 與 Nepal Bazaro 所開發設計的商品，專賣公平貿易衣飾及手工藝品，目前有兩間實體店面，分別在臺北市大安區及中山區（社企流，2018）。

另外還有 2010 年成立的「繭裹子」，以公平貿易與環保設計的理念結合現代設計與傳統工藝技術，同年加入臺灣公平貿易協會（國際公平貿易組織臺灣分會前身），2013 年正式成為世界公平貿易組織 WFTO 的會員（繭裹子，2018a）。繭裹子的生產者來自於發展中國家，2017 年和 9 個國家、23 個組織合作，投入約 700 萬元的費用，90%的公平貿易組織都已通過保證公平貿易認證，遵守公平貿

易十項原則（繭裹子，2017）。目前在全臺灣有 9 家直營門市，也有在網路商店販售商品（繭裹子，2018b）。

繭裹子的產品注重造型、手工、公平貿易和環境友善的概念，結合現代設計與傳統技術，強調自然材質，環保回收的生產方式，並確保所有產品的原創性。品牌強調現代設計和傳統工藝技術可以完美結合，並認為一個好的設計產品是尊重環境與社會關懷。

除此之外臺灣還有許多代理商代理進口公平貿易的產品，但由於這些公司的產品並非全面受到公平貿易認證，不符合「接受 FLO 認證的公平貿易導向社會企業」之標準，因此不在此詳述。

貳、未受 FLO 認證的公平貿易導向社會企業

除了接受 FLO 及 WFTO 認證的社會企業之外，臺灣還有一些希望以商業模式幫助弱勢生產者的社會企業：咖啡產業有在印尼直接向小農採買咖啡豆、並進行自然保育的的「雨林咖啡」；工藝產業有在發展中國家用當地原料，用適當薪資及工作環境讓當地婦女生產的「奇姆娃手作坊」、「Motherhouse」、「棉樂悅事」等公平貿易導向社會企業；而除了幫助第三世界國家的生產者之外，也有將目標放在臺灣原住民農業發展的「光原社會企業」。這些社會企業雖沒有申請公平貿易認證，但貿易過程中皆秉持不剝削的精神，給生產者好的工作環境、酬勞，望能透過商品貿易改善生產者生活條件。

一、農作物產業

因為臺灣並非第三世界國家，臺灣生產者生產的農作物無法申請 FLO 公平貿易認證以銷售至國外市場，因此臺灣較少會將與農作物有關的社會企業和「公平貿易」聯想在一起，無論是表明自己做的是公平貿易，或者被以公平貿易報導

的社會企業數量很少；而雇用國外生產者生產農作物的社會企業更是少之又少，惟「雨林咖啡」與「光原社會企業」能做為臺灣農作物產業中未受認證公平貿易導向社會企業代表。

「雨林咖啡」由吳子鈺先生於 2008 年一手創立，販售印尼蘇門答臘咖啡豆，用高於 5~10%的收購價直接回饋給契作農民，並讓咖啡交易透明化，帳目、利潤的使用完全公開。除了社會與經濟的幫助，雨林咖啡更與印尼 3 所大學合作，提供獎學金進行熱帶雨林及熱帶殖民農業的基礎研究，50 多篇的論文成果未來可望應用在保護雨林的計畫當中；近兩年，更擴大延伸至中小學及農民教育（朱永光，2013b）。

「光原社會企業」於 2008 年成立，將目標放在協助臺灣原住民農業產銷，創辦人整合現有資源，意在創造原住民在地就業機會，將土地、人力兩者結合，推廣有機農業；同時發展自肥料製作、生產、銷售，形成產銷供應鏈，並撥出部分盈餘，推動原住民部落教育及農業發展，成為一個以原住民為主體的社會企業（光原社會企業，2014）。其對於生產者的幫助方法與 FLO 相似，皆為給予「保障收購價格」，讓生產者的經濟收入不受市場波動劇烈影響，可以穩定的拿到薪資。光原目前已經慢慢退出阿里山，於 2015 年開始到菲律賓協助當地社區發展，教導當地人用友善農法栽種咖啡、可可等作物，初期先由光原收購用自有品牌賣到海外，之後還將協助他們建立合作社，將通路經營移轉給農民，讓他們從生產到銷售都能自行掌握（顏和正，2017）。

二、工藝產業

相較之下，未受認證的公平貿易導向工藝產業數量便較多，以下以創立年份作為論述順序：

「奇姆娃」為 2004 年由林良恕成立的手織品牌，20 年前林良恕接觸罕為人知的高山克倫部落及泰緬邊境難民營，從事人道援助工作，為了鼓勵當地婦女能有一技之長，自立營生、改善生活，「奇姆娃」就在這樣的概念下誕生。「奇姆娃」工作坊位於泰緬邊境上的美索（Mae Sot），鼓勵村民在沒有化學污染的土地上，小規模友善種植棉花，手捻成粗細不太一致的棉線，再以天然染的方式，採集叢林裡的樹木、花草、昆蟲等古法染色，織出具古樸手感的布，結合現代時尚簡約設計風格，生產包包、手機套等多種極富質感的商品，並將販賣收益回饋當地。「奇姆娃」漂洋過海返回臺灣，打造社會企業品牌，並積極探索在臺灣市場生根發展的可能性，該品牌訴求的理念包含：公平貿易、國際人道救援、友善土地耕作、弱勢族群自立（朱永光，2014）。

Motherhouse 是日本時尚服飾品牌，在 2006 年由年僅 24 歲的山口繪理子成立，秉持「透過時尚來解決開發中國家的經濟問題」的理念，希望透過時尚為發展中國家孟加拉及尼泊爾建立平等、永續的經濟活動，讓他們並非只是接受援助，也能自主地改變自己和社會，在日本捲起一波公益消費的熱潮。Motherhouse 產品以各式包包為主，讓當地生產者用發展中國家素材（黃麻、牛皮等）及傳統技術（植物染、手工刺繡等）製作，給予他們優良的工作環境、較平均薪資高出許多的工資，也在發展中國家開啟了職業訓練計畫、捐助街童書包計畫等，謹守在貿易過程中公平、不剝削的原則，也給予開發中國家生產者許多實質幫助。目前在臺灣設有 1 家直營門市、在北部 5 家百貨公司設立專櫃，並於網路商店販售商品（Motherhouse，2018）。

林念慈於 2013 年創立「棉樂悅事工坊」，在尼泊爾城市及鄉村推廣布衛生棉的使用及環保正向月事運動。希望透過尼泊爾村落婦女的手作，提供女性就業機會，發展女性微型經濟及技能培養。棉樂悅事工坊在尼泊爾的計畫還包括，開發對環境、女性及家庭友善的生活用品，實踐永續生活方式；成立社區有機農產

品小舖及婦女手作工坊；以公平貿易及社會企業為基礎，成為尼泊爾社區永續發展的一環 （戴雅真，2017）。

這些公平貿易導向社會企業雖然未申請國際性的 FLO 認證，但他們皆與發展中國家生產者合作，公平對待生產者、友善對待環境，將社區發展納入他們的商業模式之中。

第三節 公平貿易認證對利害關係人之影響

公平貿易認證組織對於商品的認證不遺餘力，背後的涵義便是希望透過第三方透明公開的認證，確保商品每一個環節的社會、經濟、環境三向度皆有透過監督、符合明文規定的標準，可以帶給生產者、消費者、環境良善的改變。

由於臺灣為已發展國家，社會經濟狀況較第三世界國家穩定、進步，因此臺灣的農民或生產者無法申請成為 FLO 公平貿易的生產者團體，加上臺灣公平貿易導向社會企業僅發展 10 年左右，國內學者的文獻對公平貿易的關注較少，此節將以較多篇幅回顧國外學者透過文件分析，或實地到發展中國家的田野調查，整理出公平貿易認證帶給利害關係人的正負向影響，其中利害關係人包含「公平貿易導向社會企業」及「生產者」，然而文獻中較難找到完全符合「公平貿易導向社會企業」之資料，但其買賣行為與貿易商條件相似，皆為進口開發中國家之產品（包含農作物，如咖啡、可可、香料等，或是各類手工藝品）進行販售，因此部分資料統整自公平貿易產品之商業端（包含貿易商、零售商、製造商等）之相關文獻，以便後續設計訪談大綱及與訪談內容做討論。

壹、 對公平貿易導向社會企業的影響

一、正向影響

（一）可取信於消費者

自從 2002 年公平貿易標籤開始推廣以來，它就是世界上最廣泛被認識的社會發展標籤，擁有此標籤的貿易商能以可信的方式證明，他對供應鏈中的人們有正向的影響（FLO, 2018e）。

FLOCERT 能證明貿易商每日的商業實踐是公平的，保證其正直，並支持品牌聲譽。消費者能夠對企業有足夠的信賴基礎。貿易商能對外界展示其對生產鏈

中的生產者所做的社會、經濟與環境發展的努力（FLOCERT, 2018b）。

而貿易商選擇公平貿易的原因，根據德國公平貿易協會（Fairtrade Deutschland）發表的一項從 2000 年到 2015 年之調查，德國的傳統零售業或製造商接觸公平貿易後，從 2000 年開始慢慢增加公平貿易商品販售，到盡量完全執行公平貿易的標準，從販賣的數量到商品的多元性都可以看出其非常明顯地擴張，而擴張的原因如下表所示，可歸納為三個面向：消費者開始關注公平貿易或社會永續議題、增加市場區隔、希望盡社會責任（Sandra Bäthge, M.A., 2016）。

表 2-1、製造或增加供應公平貿易產品的原因

原因	百分比
顧客對公平貿易的要求提升	48%
希望能盡到社會責任	46%
讓自己與競爭者有所差異	42%
這些商品保證最低的社會標準，可減少因產品缺陷而產生爭議的可能	32%
想讓關注社會永續的顧客來購買商品	27%
公平貿易是個被日漸關注的市場，本公司希望能一同參與	14%
本公司的目標就是那些來自發展中國家的生產者的商品	11%
公平貿易商品的附加價值高於傳統商品	2%
無法回答	2%

來源：本研究整理自 Sandra Bäthge, M.A.（2016）

（二）與生產者網絡建立穩定關係

貿易商將會與其生產鏈保持長久的連結，確定穩定地擁有有值得信賴的生產鏈夥伴網絡，並且能進到公平貿易的平台連結許多組織，在公平貿易供應鏈中保證公平，且建立透明及值得信賴的關係（FLOCERT, 2018b）。

而 Child（2012: 10）認為，公平貿易的獨特之處是能連結一個生產鏈中不同位置的人，例如已開發國家的貿易商會親自到發展中國家的生產者社區，去簽合約、監督生產設備及過程、作訓練等，這樣的關係是很值得注意的，因為商人直接接觸到這些會因為他們的決定受到影響的人們。另外他的訪談結果也認為，美國的貿易商認知自己的努力是很高尚的，營造出關懷的自我意象，他們也認為這樣他人中心的行為將會創造出極有意義的不同。

（三）對行銷有益

Child（2012: 10）之研究訪談個案是一家有 40 年歷史的咖啡豆貿易商，其從未使用公平貿易認證咖啡豆到目前販售兩種認證咖啡豆，其稱未全數使用認證咖啡豆是因為經濟考量，因消費者無法全數接受價格上漲，另外受訪者也認為公平貿易的確是一個有價值的行銷工具。

從以上文獻可以看出，公平貿易認證除了可以對生產者帶來正向影響之外，也能夠帶給商業端保障，主要是能向外界（主要是消費者）證明該企業是公平正直的，並在商業發展之外進行企業的社會、經濟、環境發展責任，成為有價值的行銷工具，也能從公平貿易網絡中找到合適穩定的生產者夥伴。

二、負向影響

在楊長林、陳妍伶、徐承道、簡毓儀（2015：86-87）的研究中，可瞭解到臺灣販售受公平貿易認證的公平貿易商店，經營上遇到的困難有：

（一）社會目標與商業目標無法平衡

文創小市集的興起，使得部分產品與公平貿易商品重疊，從而壓縮公平貿易產品發展的空間。在競爭壓力下，使得商店一直往企業經營方向移動，造成公平貿易理念的推動受到限制，也讓社會使命與社會貢獻漸漸不明確。

（二）商品單價較高，難以行銷

由於公平貿易商品大多為手工製品，產品的生產周期較長且商品更新速度慢，使得商品的持續回購動力不足。此外，公平貿易商品的單價往往較高，在面對經濟衰退的環境中，易造成消費者購買意願不足。

在商品上僅標示著公平貿易商品，而未有其他說明，難以藉由商品的推廣讓民眾對於公平貿易多加認識。目前商品為寄售於 HOLA 及一些有機商店，受限於商家的空間與商品陳列規劃，難以有效宣揚公平貿易理念。由於公平貿易商品的訂價往往高於市面上同類型產品，在沒有足夠的說明下，將難以吸引消費者購買。

而在咖啡產業方面，De Pelsmacker 等人（2005；林希軒，2011：75）進行比利時消費者對公平交易咖啡的願付意願調查，結果指出只有 10%的調查對象願意付目前市面上公平交易咖啡豆的價錢（比一般咖啡高 27%），可見在公平貿易咖啡產業也有因為訂價較高，消費者較不買單的情況。

（三）公平貿易組織封閉保守

創業初期遇到的困難，主要來自於公平貿易組織本身的系統太過封閉且態度過於保守，對尚未經過認證的廠商較不信任，而造成與生產者合作較困難，且創業初期因銷售量不多，向生產者訂購的數量很少，無法達到規模經濟。

（四）無法將公平貿易範圍擴展到臺灣小農

許多公平貿易社會企業也期待公平貿易能協助臺灣小農，但是因為下述原因，無法順利進行：

對於臺灣的公平貿易在國際推廣部分，因臺灣非第三世界國家，使得臺灣農產品無法通過國際公平貿易組織的認證，只能在國內市場銷售。此外，臺灣的

有機認證體制相當混亂，且認證標章及費用等進場門檻高，使得小型生產者認證的推動相當困難。

另外，臺灣的咖啡生產成本相對較高，且不同地區咖啡的生產量及品質差異頗大，無法與一般進口咖啡豆競爭。並由於農民沒有一個有效行銷體系的建立及品質的把關，導致一些產區生產與銷售失衡；再加上有不肖商人摻入進口咖啡豆的仿冒事件發生，讓消費者在面對價格頗高的臺灣在咖啡時產生疑慮（張謙俊、陳惠芳、廖肇祥，2010）。

貳、 對生產者的影響

一、正向影響

根據 FLO 網站敘述，公平貿易提供生產者 4 項最重要的益處：**提供生產者穩定的價格、社區發展金、穩定的夥伴關係、對生產者的培力**(FLO, 2018e)，以及 WFTO 檢驗公平貿易組織的十大原則中，與生產者直接相關的：**為經濟弱勢的生產者製造機會；行事透明可責；力行公平貿易；以公平價格付款；禁止童工及強迫勞動；去除歧視、促進性別平等、提升女性經濟能力及自由；確保良好的工作條件；幫助生產者建構能力**。

文獻檢閱中可以看見許多公平貿易帶給生產者助益的實證，其中大多數學者關注公平貿易扶貧的經驗，以及生產者經濟能力提升後，加以社區發展金，在其他方面（如衛生條件、職業訓練、教育）投注資源，以利整體發展。

（一）提供生產者穩定而公平的價格

根據WFTO十大原則第一條：為經濟弱勢的生產者製造機會，透過貿易的形式降低貧窮一直都是公平貿易組織最主要的目標，其需要使這些生產者能夠從收入不穩定和貧窮的狀態，到經濟自立的狀態。

根據WFTO十大原則第三條：力行公平貿易，通過認證的生產者可以得到許多優惠，舉例而言，對於手工藝生產者，如果生產者需要的話，公平貿易的買家須預先支付生產者至少50%無利息的款項；而對於食物商品，公平貿易的買家須預先支付生產者至少50%合理利息的款項，讓弱勢的生產者可以免於生產成本的借款壓力。

根據WFTO十大原則第四條：以公平價格付款，此處的「公平價格」是必須要讓生產者與購買者透過對話及參與之下，對生產者公平，又能夠被市場承受的雙方同意的價格（WFTO, 2018e）。

在 FLO 系統下，公平貿易提供第三世界小農「最低收購價格」(Fairtrade Minimum Price)，這個價格包含了生產者平均的生產成本，並讓他們有辦法進入商品市場，成為一張 FLO 給予的安全網，可以讓小農不用受限於市場價格浮動的傷害，增加的收益也可以讓他們選擇用友善環境的永續方式耕作。若市場價格高於公平貿易的最低收購價格，生產者可以以當時的市場價格販售商品，或與合約方商議。根據 FLO 資料，每一種作物都有其各自的最低收購價格，以咖啡豆為例，阿拉比卡咖啡豆每磅 1.35 美元，若為有機耕作每磅 1.65 美元（FLO, 2018f）。

公平貿易的好處之一是價格穩定，降低了農民在 1999 年末的咖啡危機造成的損害（Bacon, Méndez & Fox, 2008: 337）。根據 Garza 及 Trejo（2002: 18）於墨西哥的研究發現，公平貿易合作社生產平均 1500 磅的有機咖啡豆，相對於當地在一般市場機制下只能賣出 550 美元，在 FLO 系統下可以賣出 1700 美元，超過傳統價格兩倍以上。Imhof 及 Lee（2007: 83-84）對於 4 個生產合作社（其中加入與不加入公平貿易系統的合作社數量各半）的研究也發現，加入 FLO 公平貿易系統，有助於生產者得到更穩定及更高的收入。

也有一些研究是針對企業執行公平貿易的企業社會責任作為探討，其中 Shahzad & Sillanpää（2013）對巴基斯坦公平貿易果乾公司及芬蘭公平貿易非營

利組織的個案研究可以看到，實行公平貿易可使公司或組織為生產者帶來經濟永續的能力，包含減少生產者的生產支出、給商品更好的價格、增加生產者產品的競爭力、增加利潤，甚至能讓他們將多餘收益繼續投資到其他事業上。

（二）社區發展金

除了最低收購價格，在認證系統中的生產者，能得到除了本來販售作物或是製作產品以外的益處，主要是來自「社區發展金」(Fairtrade Premium)所提供的協助。

FLO 提供給生產者「社區發展金」的來源是公平貿易特許商每年繳交的固定會員年費、標籤認證費與營收的 1%，生產合作社可以透過民主的方式決定如何運用，通常會被運用在教育、衛生、農地改善及設備更新以增加收入（FLO, 2018e）。同樣以咖啡豆為例，每磅阿拉比卡咖啡豆販售，會投入 0.2 美元的社區發展金（FLO, 2018f）。

另外，公平貿易有良好的通路，讓農民可以有信用地借貸及得到國際的支持，也讓他們得到進入當地發展網絡的機會，有些研究指出，當生產合作社願意運用社區發展金來支付青年獎學金時，會造成那些地區的青年就學率提升（Jaffee, 2007; Méndez, 2008; Taylor, 2002）。

社區發展金也帶給小農許多幫助，在墨西哥的瓦哈卡州（Oaxaca），公平貿易的生產合作社 UCIRI 利用社區發展金建立了婦女的識字訓練中心、在恰帕斯州（Chiapas），生產合作社 Majomut 則雇用了社區有機農作的促進者（promoter），讓農夫可以將他們的咖啡豆及其他作物，轉成讓他們得到較高收入，及對環境友善的有機生產（Raynolds, Murray & Taylor, 2003: 3-4）。

FLO 在 2015～2016 年的年報指出，有超過 160 萬農民及工人，接受約 1 億 5000 英鎊的社區發展金，用來投入永續發展，或訓練新組織、社區教育、健康資源，及設備發展（FLO, 2018g）。

（三）穩定的夥伴關係

生產者所做的決定都會影響到他們的未來，公平貿易認證的生產者們連帶地擁有及管理著 FLO，經由 FLO 委員會，會員們及生產者可以影響價格、社區發展金、標準及所有的策略，可見 FLO 將生產者放在很重要的位置，非常重視與其的夥伴關係（FLO, 2018e）。

根據 WFTO 十大原則第二條：行事透明可責，公平貿易組織必須對所有的利害關係人都有可責性，須找到適當的方式，讓他們的員工、會員和生產者都能參與決策過程，這能保證相關資訊都能提供給他所有的貿易夥伴，對於供應鏈上的每個層級都能有良好且開放的溝通管道（WFTO, 2018e）。

Garza 及 Trejo（2002: 17）的研究指出加入公平貿易網絡可讓合作社接觸到更多的進口商及買家，並且可以定期寄咖啡豆的樣本供其參考。

也因為穩定的合作社夥伴關係，有加入公平貿易系統的生產者較容易借貸、存款及獲得利息（Imhof & Lee, 2007：83-84；Garza & Trejo, 2002：21）。

（四）對生產者的培力

對於小農及工人們的培力是公平貿易的重要目標，小農合作社必須有民主的架構，及透明的管理經營以便被審查認證；工人有權利派出代表在委員會中決定社區發展金如何使用，FLO 支持著他們去發展能力（FLO, 2018e）。

根據 WFTO 十大原則第八條：幫助生產者建構能力，公平貿易組織需要找尋能夠透過公平貿易，以增加弱勢生產者正向發展影響的方式，例如改善其管理能力、生產能力，及進入無論在地、地區性、國際市場的能力（WFTO, 2018e）。

Imhof 及 Lee（2007: 104）的研究指出，公平貿易合作社中的生產者能從定期的訓練裡學到有機生產方式、管理能力及財務能力等等，生產者有機會持續地學習新技能，這也能改善他們的作物品質。

在非洲、亞洲、拉丁美洲的 58 個發展中國家，已約有 120 萬個工人及小農受惠於公平貿易，他們受到的幫助包括：增加、改善了他們在貿易關係中的角色；提供低利或無利的貸款；協助進行公共建設，使其增進產量；帶來了更好的衛生及教育條件；為合作社的成員們及其家人帶來多樣化的職業訓練；提供通訊系統及大眾交通。公平貿易的確能讓生產者在生活能力上有所改善，在財務狀況上也能較有償付能力（Raynolds, Murray & Taylor, 2004: 1118）。

二、負向影響

瞭解到對公平貿易許多正面評價後，也發現到許多國外學者對於公平貿易制度，及對生產者實際助益提出了批評，歸納文獻後分別有以下幾點：

（一）公平貿易市場太小

公平貿易仍是經濟全球化中的少數，且仍在市場機制中運行，並不能為小農免除所有的市場危機，許多研究者（Moberg, 2005; Berndt, 2007; OPM & IIED, 2000）指出公平貿易小農仍不能於國際市場變化多端的狀況中免疫。

根據 2002 年統計，全世界公平貿易產品銷售額累計超過 40 億美金，市場也進展快速，2003 年全球平均銷售額成長 43%，其中英國成長 61%、法國成長 81%、義大利成長 4 倍，而在美國則成長了 50%（Nicholls & Opal, 2005: 27），儘

管有這麼快速成長的需求，在公平貿易認證咖啡系統中，超過 250 個組織中包含了 80 萬名生產者，卻只能把他們產量中的 20%賣到公平貿易市場（Bitzer et al, 2008: 279），其餘咖啡豆仍然用傳統的市場價錢販售。

（二）生產者申請認證門檻高

在 FLO 公平貿易制度面，也有學者提出批評：生產者必須得到 FLO 的認證才能加入公平貿易體系，而為了得到此認證，生產者必須符合 FLO 的標準（內容共有 31 頁），且必須支付高額費用，每年要通過來自 FLO 的審核（Craxton & Rathke, 2011: 27）。根據 FLO 在 2013 年發佈之小生產者合作社費用解釋文件中顯示認證費用及年費依生產者組織規模、人數與須認證的品項數量而定，以初階生產者團體為例，認證申請費用為 525 歐元，加上在得到認證的初次審查前須繳交的最低認證費用為 1430 歐元（生產者人數在 50 位以下）加上 210 歐元（包含所有除了農民外的其他工作人員人數在 10 位以下），一共是 2,160 歐元，若此生產者團體除了咖啡之外還有其他須認證的品項，例如香蕉，則還需要加額外費用，此外每年也須繳交年度認證費用，第二、三階生產者團體須支付費用更高（FLOCERT, 2013）。

而申請公平貿易認證有大量的文字作業，例如填寫表格、註冊表單等等，對於低教育水準、甚至文盲的農民來說是很困難的負荷（Johannessen & Wilhite, 2010: 537）。由此可知，要加入 FLO 的公平貿易系統，農民必須先組成、加入生產者合作社，並要繳交高額的認證費用，可能會遇到門檻太高的問題，若無法加入 FLO 系統，這些小農將會被推往更邊緣，面臨賣不出咖啡的處境。

（三）社區發展金未帶來助益

Craxton & Rathke（2011: 34）的研究同樣提到大部分的生產合作社無法將其生產全部的咖啡豆販售給 FLO 的特許商，卻得支付高額的認證及審核費用，又必須將得到的社區發展金花費在符合公平貿易標準的要求上。

除此之外，文獻檢閱中也發現，許多受訪之初級生產者對於公平貿易體系不甚瞭解，除非社區發展金在當地帶來較具體的助益，例如辦公室、公用廁所興建（Johannessen & Wilhite, 2010: 537），多數的生產者對社區發展金缺乏瞭解，有些甚至嘲笑這樣的機制存在的可能性（Craxton & Rathke, 2011: 34）。雖然無法取得每一個國家生產者組織對於社區發展金的看法，由上述文獻中可窺知，社區發展金的概念並未普及於所有公平貿易生產者，他們沒有獲得來自社區發展金實質的回饋恐怕是最大的原因。

（四）生產者得到的獲益微小

公平貿易機制中，消費者多花一些錢購買公平貿易產品，希望能幫助第三世界的生產者，但其實消費國能得到的經濟收益更大。儘管公平貿易聲稱很重視生產者的獲益，但研究顯示初級生產者得到的獲益其實很微小，以咖啡為例，一杯咖啡售價中，96.07%利益為消費國獲得，其他部分才是生產者國獲得（Johannessen & Wilhite, 2010: 534）。另外，從 FLO 報告中可得知，以咖啡為例，公平貿易咖啡豆的生產量占全球總量只有 0.84%，但創造之利潤是全球總量的 16%（FLO, 2008）。

FLO 網站寫明，他們並無權力決定貿易商對公平貿易商品之定價（Craxton & Rathke, 2011: 29），因此除非貿易商公開資訊，消費者無法知道用較一般商品更高的金額買一件公平貿易商品，有多少比例會回饋給生產者。

（五）跨國公司漂公平

跨國公司進入公平貿易體系帶來許多衝擊，例如公平貿易系統允許獲得執照的貿易商在公平商品之外也可以販售非公平貿易商品，如此有「漂公平[4]」之嫌疑 （Craxton & Rathke, 2011: 27），例如雀巢公司曾被多次指控其被公平貿易認證的可可量只占總可可量的 1%，用破壞印尼紅猩猩棲息的原始森林以種植棕櫚樹林生產之棕櫚油製作成巧克力（綠色和平，2010：10）。另外，跨國公司加入後，公平貿易咖啡需求量增加，其會依據產品履歷及出貨量來選擇生產合作社，導致小合作社無法和大合作社競爭（Johannessen & Wilhite, 2010: 538）。

綜合上述，可以歸納出公平貿易對生產者的限制包含了：門檻高（包含認證費用及文書申請作業）、沒有得到來自社區發展金的助益或對其缺乏瞭解、生產端得到的利益遠低於消費國、跨國公司加入公平貿易體系後造成的問題等。

[4] 原文為"Fair-wash"，「漂公平」指的是企業加入公平貿易組織，以改善其在對公平貿易產品需求漸增之消費者們心中的形象。

第三章 研究設計與實施

第一節 研究方法

本研究採取質性研究方法，質性研究之長處主要是得自於它的歸納性取向，它著眼於特別的情況或人物，而且強調文字而非數字。質性研究特別適用於瞭解歷程、發展因果的解釋，及界定為預期的現象與影響，並為後者歸納出新的理論（高熏芳、林盈助、王向葵譯，2001：26）。由此可知，質性研究較能深入討論臺灣公平貿易架構的社會企業具體的營運模式，可以深入瞭解其與利害關係人之互動，在訪談中可以得到較清晰的脈絡，並勾勒出具體的輪廓。因此本研究在資料蒐集方法上，選擇了質化研究中的文件分析法（documentary analysis）及深度訪談法。本節將細述資料蒐集方式及過程。

壹、資料蒐集

一、文件分析法

文件分析法，係透過相關文件的蒐集與分析，從中獲得結論的一種研究方法，所謂文件包括組織的會議紀錄、出版品、公文、信件、札記、日記、照片、錄影帶、影片、各種紀錄等，凡與研究目的有關的文件，均可納入。文件分析法偏向實況的資訊紀錄（謝文全等，2009：10）。

由於 FLO 組織及各公平貿易導向社會企業縱使有許多研究文獻，仍然是個持續更新與變動的產業，而其有許多相關新聞報導及網站資料，本研究望能透過分析公平貿易現有的相關網站、新聞採訪報導等來建構對公平貿易及認證制度不

同面向及最即時的認識；另外本研究未訪問的臺灣受認證公平貿易導向社會企業，以及生產者，也將透過文件中的次級資料進行分析。

二、深度訪談法

在資料蒐集方面，本研究採用半結構式深度訪談法。訪談法是一種最古老，最普遍的蒐集資料的方法，也是社會研究中最重要的調查方法之一。訪問的過程實際上是訪問者與被訪問者雙方面對面的社會互動過程，訪問資料正是這種社會互動的產物。而深度訪談中的半結構式訪問，它選取研究問題的某些方面項調查對象提出問題，訪問是機動的或結構鬆散的，但仍有重點與焦點（袁方編，2002）本研究除依據事先訂定的訪談大綱提問外，亦針對研究對象在訪談過程中所回答的內容進行發問，以期蒐集更多相關資料。

另外，在訪談時除了錄下訪談內容以便重新回憶外，也會在進行訪談時隨筆紀錄，寫下研究者的想法，在撰寫分析討論時將會更有幫助。

貳、研究工具

本研究主要以深度訪談進行，藉由訪談大綱、逐字稿、文件資料做為研究工具：

一、訪談大綱

以下將根據文獻檢閱內容，詳細列出針對不同利害關係人之訪談主題：

（一）與公平貿易導向社會企業的訪談主題

自文獻檢閱可以看出，公平貿易導向社會企業能建立生產鏈上不同位置的連結，無論是生產者與消費者，或是生產者與貿易商，這些角色在透過公平貿易，從各自在世界角落分工，而開始了相互的關係；而作為公平貿易導向社會企業，

能將財務利益與社會利益最大化則會是最好的決策，公平貿易某種程度來說也是一種行銷工具。

因此訪談內容將聚焦於：公平貿易導向社會企業申請公平貿易認證與否的原因，是否能與文獻檢閱結果相符。對於公平貿易導向社會企業，公平貿易認證的效益應來自於：透過認證的保障，讓消費者認同－能穩定地經營社會企業，並持續地幫助生產者－滿足社會目的。而未受 FLO 認證的公平貿易導向社會企業，是否也能滿足上述兩項效益將一併探究。另外，本研究也期待透過瞭解這些未受認證之社會企業對公平貿易認證之看法，以瞭解其不申請公平貿易認證之原因。

（二）與生產者的訪談主題

在文獻檢閱中可見 FLO 提供的資料顯示，生產的作物或商品經過公平貿易認證後，可以得到較高、穩定的薪資，並獲得其他能透過公平貿易得到的社會價值（例如社區發展金、性別平等、教育等等）；而透過歐美學者田野調查的結果可以看到公平貿易認證對於生產者的助益主要是經濟能力提升，並對於其他方面（如衛生條件、職業訓練、教育）條件的連帶提升；而限制則是生產者門檻高（包含認證費用及文書申請作業）、沒有得到來自社區發展金的助益或對其缺乏瞭解、生產端得到的利益遠低於消費國等。

根據文獻檢閱結果，本研究對於生產者的訪談重點將聚焦於：參與公平貿易認證是否確實得到文獻中提到的效益，以及是否遇到文獻提到的限制。而未受公平貿易認證的生產者是否也能滿足上述效益、遇到何種限制將一併探究。

綜合以上針對社會企業端及生產者端之文獻蒐集結果，本研究列出以下訪談問題構面，並依據訪談問題構面，分別針對公平貿易導向之社會企業及生產者列出以下訪談大綱，其中針對公平貿易導向之社會企業的問題以英文名 Social Enterprise 的字首 SE 替代，針對生產者之問題以英文名 Producer 之字首 P 替代：

表 3-1、訪談構面與大綱列表

訪談構面	訪談大綱
1.實行公平貿易模式原因	SE：為何想運用「公平貿易」模式？
	P：開始為何想加入「公平貿易」模式？
2.公平貿易模式	SE：如何運用「公平貿易」模式？
	P：和社會企業的合作模式？
3.對生產者的好處	SE：「公平貿易」對生產者的好處為何？
	P：加入「公平貿易」模式，對自己的好處？
4.對公平貿易導向社會企業好處	SE：「公平貿易」模式對社會企業營運的好處？「公平貿易」對通路及消費者是否能成為行銷誘因？
5.運用公平貿易模式之限制	SE：運用「公平貿易」模式遇到的限制或困難？
	P：加入「公平貿易」模式，對自己的限制或困難？
6.對有認證公平貿易之想法	SE：對於有認證之公平貿易之想法

資料來源：本研究

二、逐字稿

研究者於訪談結束後，即將訪談紀錄音檔謄打為逐字稿，並將逐字稿與受訪對象以電子郵件確認無誤後，開始使用質性研究軟體 MAXQDA 搭配訪談大綱進行編碼與譯碼（詳見本章第二節第肆段落）。最後再進行資料分析時，再將編碼之逐字稿與第二章之文獻資料及所蒐集之文件資料進行對照與討論，再歸納統整後，撰寫出分析結果。

三、文件資料

由於 FLO 組織及各公平貿易導向社會企業縱使有許多研究文獻，仍然是個持續更新與變動的產業，而其有許多相關新聞報導及網站資料，本研究望能透過

分析公平貿易現有的相關網站、新聞採訪報導等來建構對公平貿易及認證制度不同面向及最即時的認識；另外本研究未訪問的臺灣受認證公平貿易導向社會企業，以及生產者，也將透過文件中的次級資料進行分析。

參、研究實施

本研究欲探討公平貿易認證系統對利害關係人之影響，因此首先需透過文獻及文件分析法瞭解整個公平貿易認證體系的發展，及其對利害關係人之好處及限制之處，並利用深度訪談法訪談臺灣未受公平貿易認證之公平貿易導向社會企業，再以前述資料與訪談結果進行交叉分析驗證，以下敘述研究實施之資料搜集過程：

本研究資料搜集過程分為三步驟：擬定訪談大綱、向受訪者邀約訪談、實際進行訪談：

一、擬定訪談大綱

詳見本節第貳段落。

二、向受訪者邀約訪談

根據本研究目的列出訪談者，分別為未申請認證之公平貿易導向社會企業之創辦人及生產者，其中社會企業之創辦人以電子郵件進行邀訪，在邀訪信件中清楚說明本研究之研究主題、目的及與該受訪對象訪談之重要性，隨信附上訪談大綱作為參考；而生產者之邀約則是在與社會企業創辦人的訪談過程中，提出希望能訪談該企業生產者之要求，讓創辦人協助進行邀約聯絡，並在訪談前皆取得訪談同意。

三、實際進行訪談

研究者邀約訪談對象並取得同意受訪後，以受訪者方便之時間及地點進行深度訪談（時間及地點詳見本章第二節第參段落）。訪談開始前，先請受訪者簽訂訪談同意書，並簡述研究者背景與訪談大綱，說明訪談內容為學術研究之用，並將依研究者對應文獻資料及歸納時，節錄於本論文中，將以電子全文形式公開於網路上，若得同意，全程以錄音紀錄，以供學術及將來實務界參考，並基於研究倫理匿名保密訪談對象個資，受訪者得放心提供資訊與經驗。

開始進行訪談後，便進行全程錄音，並輔以筆記做重點摘要，且紀錄在受訪者回答問題過程中，研究者同時想到的後續問題，在訪談過程中，依據訪談大綱對受訪者進行提問，若受訪者回答中有研究者未能理解，或需要瞭解更多之語句，便會對受訪者繼續進行提問，訪談進入尾聲時確認是否有遺漏或需要再補充詢問的問題。訪談結束後向受訪者表示誠摯的感謝，協助本研究訪談順利進行。

由於本研究因研究者個人生涯規劃，分為兩階段：對部分受訪者 2014 年便進行首次訪談，中間中止研究，於 2018 年再次進行訪談；另在與各受訪者訪談後的資料整理階段，也在受訪者的回答中有興趣對其他受訪者詢問相似問題，便對部分受訪者共進行兩次訪談，以求資料蒐集之深度與完整性。

線上訪談部分，則以線上軟體 Skype 以視訊方式進行訪談，能直接看受訪者面部表情，更能瞭解受訪者回答問題時的情緒，讓受訪更加真實，結束線上訪談後，與面談相同，一併進行錄音，並且皆在訪談後謄打逐字稿進行分析。

第二節 研究對象與資料編碼

本研究希望能透過臺灣公平貿易導向社會企業的利害關係人，包含貿易商及生產者之角度，討論並評估公平貿易認證系統對利害關係人的影響。本節將介紹訪談對象之樣本選取與代表性，與資料編碼方式。

壹、研究對象選取標準

由於「有無公平貿易認證」是本研究的最重要變項，因此挑選研究對象時，須同時檢視臺灣持有 FLO 公平貿易認證的社會企業，以及未受認證但社會目的和商業手段與公平貿易相近之社會企業，其中臺灣有公平貿易認證的社會企業目前只有兩家：生態綠及繭裹子，惟在時間限制之下，以次級資料與文獻進行對話。

相較之下，未受認證的公平貿易導向社會企業範圍較廣，研究者將選取標準訂為：

一、與 FLO 公平貿易認證特質相近，意指並非完全相同但有幾項相同特質。

二、公開表示做公平貿易的社會企業，公開意指在報導、官方網站、訪談資料中寫明其在做公平貿易。

符合這兩項標準的社會企業有：光原社會企業、雨林咖啡、棉樂悅事。經訪問社會企業創辦人後，再將觸角延伸至生產者進行訪談，其中棉樂悅事之生產者位於尼泊爾，也不能以英語清楚溝通，便以 skype 用英文訪談，並邀請英文流利之尼泊爾友人協助翻譯尼泊爾文至英文。而雨林咖啡之生產者位於印尼，但無法找到翻譯協助，因此無法直接訪問生產者，便以次級資料協助分析。

將研究對象依認證有無，及其利害關係人角色，列表如下：

表 3-2、研究對象列表

認證	公平貿易導向社會企業	生產者
無	光原社會企業	阿里山生產者 2 位
無	雨林咖啡	透過次級資料分析
無	棉樂悅事工坊	尼泊爾生產者 2 位

資料來源：本研究。（依成立年份排序）

貳、研究對象簡介

以下將針對直接訪談的研究個案：光原社會企業、雨林咖啡、棉樂悅事工坊的成立背景、宗旨，及歷年、當前主要活動進行介紹：

一、光原社會企業

（一）成立背景

光原社會企業是一間以社會企業為訴求、原住民為主體的公司，致力於改善原住民的生計問題，促進部落自立及永續發展。

其前身是印度籍神父鄭穆熙所帶領的輔仁大學原住民專案辦公室，2000 年開始從事原住民教育服務工作，實際深入部落後才真正瞭解，原住民地區的大部分問題都根源於經濟貧困──部落無法創造就業機會。在 2005 年成立「瑪納生活促進會」輔導原住民在阿里山上利用廚餘有機耕作，進而打造「有機部落」，期望利用部落現有的天然資源，在地建立一套新興產業方案，提升原住民部落的生活品質。但高山地區耕地有限，生產規模小、運費成本高，原住民部落的有機農業仍屬於競爭市場上弱勢的一方，2008 年進一步成立光原社會企業，為原住民有機農產品拓展銷售通路，以公平貿易的概念，保障部落農民的生計，讓他們能更安心地在自己的土地上耕種、生活。

多年擔任原住民社工的陳雅楨、從事貿易善於銷售的王鵬超，及擁有專案管理、教育訓練能力的李志強是光原社會企業的創業團隊，從公司成立之初便共同經歷資金短缺、大大小小的風災、產品斷貨等層出不窮的困難，但三人不同的個性、專長及處事風格，著實為公司激盪出更多的發展潛能（朱永光，2013a）。

（二）成立宗旨

光原與瑪納關係緊密，兩者核心價值一脈相承，瑪納秉持「合作與分享」的核心價值與精神，關懷原住民、尊重自然土地生態，落實有機生活、推行發展有機產業，主要宗旨是幫助全國原住民部落能有更好的發展（光原社會企業，2014a）。

以「接受服務，服務他人」的核心價值來延續，光原開發通路，將瑪納所生產的有機農產品銷售出去，其社會目標是能創造部落就業機會，生態永續、經濟自主與文化傳承（胡哲生等，2013：189）。

（三）主要活動

瑪納協助原住民小農建立農業生產機制，並透過訓練課程教導他們放下田裡的事物，拿起筆與資料，專心認真聽專業講師教授的課程，目的是要多學習有機農業技術與知識，以種出更多品質更好的農產品。光原則透過瑪納協助原住民所建立的農業生產機制，將農民生產的有機蔬菜總經銷，提供給中盤通路商或者提供更接近消費者端的零售商。

瑪納之後有光原的成立，就是為了讓原住民小農從生產、出貨到供給有更完善的流程，在買賣方面達到最公平化的步驟（光原社會企業，2014b）。

針對擁有土地的農友，透過瑪納的有機耕作知識輔導，訂定生產計劃，種出合乎市場要求的品質，光原則以「保證價格收購」，直接付給原住民公平的收購價格；針對沒有土地的農民，進行「租地雇工」，由瑪納向原住民擁有者承租土地，再以基本薪資雇用農友耕作，確保收入，也讓耕作者有機會成為作物的主人。唯耕作者必須負擔地上物所有成本，作物最後可全數由光原收購，瑪納只收取收購總額 5%的服務費，以鼓勵種植（胡哲生等，2013：173）。

從事農業活動因氣候環境因素風險很高，小農幾乎無力承擔，加上農民能抵押的資產不多，借貸金額收益不足以平衡銀行手續成本，銀行幾乎不願意貸款給農民。於是光原與聯合勸募合作成立「信德基金」，開辦小農貸款，滿足農友借貸需求、分攤種植風險。以微型貸款方式，提供有機耕作資材購置，以及農耕機具購買（胡哲生等，2013：182）。

光原致力推廣原住民所種植的「有機農產品」，農產品包括有：阿里山有機烏龍茶、金宣茶、阿里山有機咖啡、時令季節蔬菜產品（通過慈心與成大有機驗證），通路包括：里仁有機商店、巨農有機農場，以及其他不定農夫市集，線上通路有「瑪納有機團購」Facebook 專頁（胡哲生等，2013：189）。光原自承原則上不做零售、不強調倫理和公益消費，希望能以品質受到市場的肯定。

二、雨林咖啡

（一）成立背景

創辦人吳子鈺在 1999 年 921 大地震後投入家鄉東勢的救災工作，2004 年南亞海嘯，他與建築師謝英俊、大隘文化生活圈協進社總幹事蘇詩偉等社運前輩一起到印尼受災最嚴重的亞齊省訪視，此行開啟了他探索、瞭解印尼之門。之後他隨就讀的台大環工所指導教授於幼華，參與蘇門答臘北方 Bakkara 村的環境永續發展計劃，更種下如今吳子鈺在臺灣賣蘇門答臘「雨林咖啡」的種子。

在得知印尼年產 35 萬公噸咖啡、是全球第 4 大原豆出口國，而蘇門答臘的雨林卻以每年 200 萬公頃的速率消失中[5]；更在驚覺臺灣現階段生活消費所需資源來自全球，必須要耗用 29 個臺灣才足以支撐，自己也是環境的「剝削」者時，吳子鈺決定要為印尼做些事情。吳子鈺 2007 年開始進入產區，對當地的農村結構、農民生活、交易型態進行瞭解，從互動中建立彼此信任的基礎。

沒有雄厚的資金與組織的支援，當時吳子鈺利用群眾募資，透過網路郵件闡述「雨林咖啡」的理念及計畫，希望獲得消費者的認同及一人一萬元的資助，

[5]為了增加收益，當地的人們會大量砍伐雨林，擴大經濟作物的種植面積。

並允諾接下來的 2 年內每個月用 1 磅咖啡的方式回饋贊助者，吳子鈺不想將可能增加的行銷費用，轉嫁到消費者身上，淪為一般的商業操作，他認為即使不能切進主流銷售系統，也要盡量創造出不同的方式和價值，達到社會企業的理念（張瓊方，2008；萬蓓琳，2008；朱永光，2013b）。

（二）成立宗旨

吳子鈺從保護雨林生態出發，希望建立一個臺灣能直接關懷熱帶雨林的管道，透過公平貿易，直接回饋生活在雨林裡的人們，達到人與環境共生的平衡。對他來說公平貿易是起點，要讓咖啡交易透明化，帳目、利潤的使用完全公開。後續的「雨林計劃」，則把雨林咖啡的盈餘用到熱帶雨林的關懷和復育上。吳子鈺希望不再增加咖啡種植的面積，在現有的規模下增加農民收益，如果未來財力許可，理想是買下一些咖啡園復育成森林（張瓊方，2008；萬蓓琳，2008）。

相信教育是改變印尼未來和脫貧的途徑，吳子鈺將盈餘投入印尼當地學術研究，他認為唯有提升當地民眾對環境的保護意識，他們才能更具有自主性地捍衛自己的家園（朱永光，2013b）。

（三）主要活動

雨林咖啡是臺灣第一個到第三世界國家的咖啡農村，實踐公平貿易理念的團隊。自 2008 年至 2012 年，已進行 7 次的咖啡購買，共 30 噸（至 2013 年 7 月共賣出 26 噸），購買金額約 660 萬台幣。產地的公共回饋計畫約 40 萬台幣。

雨林咖啡走的是社會企業路線，利潤不分配給股東，而是回饋當地農民，以高於當地收購價 5～10%的價格，直接回饋給契作農民和村落，購買農民需要的除草機、補助村落的給水系統、清真寺興建等，從公共面回應農民和村落的需求。社區回饋也走進小學，包含捐贈教科書或是笛子、竹琴等樂器。

目前雨林咖啡與咖啡產區（亞齊省之中亞齊 Bener Meriah 縣）之縣政府合作，推展農民教育計畫。並且已與印尼三所大學建立合作關係，提供獎學金進行熱帶雨林及熱帶殖民農業的基礎研究。2008 年開始與蘇門答臘蘇北大學

（Uuiversitas Sumatera Utara, USU）的生物、農經、森林、人類等四個系合作；2012 年開始與蘇門答臘亞齊省咖啡產區的白象大學（Universitas Gajah Putih di Takengon）之農經系及農機系合作；2013 年開始與爪哇日惹 UGM 大學之生物系與人類系合作。另外更與多個印尼民間環境保育組織維持良好關係。獎學金計畫自 2008 至 2012 年底，計 43 位學生 43 篇畢業論文及一位教授之研究計畫，共 23600 美金，約台幣 70.8 萬；印尼民間環境保育組織回饋約 14 萬台幣，總額約 84.8 萬台幣。

在臺灣銷售端方面，雨林咖啡與 2 家庇護工場合作（臺北集賢和新竹愛恆）咖啡的加工和銷售，並與主婦聯盟消費合作社、獨立書店等理念商店，以及數個農民市集合作。即使不能切進主流系統，也能盡量創造出不同的方式和價值，以達社會企業的理念。

2012 年 10 月，雨林咖啡正式開發、量產全新的「日曬曼特寧」，是咖啡生產及品質提升的創新之舉，並於 2013 年 3 月開始局部銷售（雨林咖啡，2018）。

三、棉樂悅事工坊

（一）成立背景

大學畢業後，林念慈進入 NGO 組織「願景青年行動網協會」。2009 年，她帶隊到尼泊爾開闢森林防火線，看到當地女性遇到生理期時，常被迫隔離在牛棚，用舊布墊處理經血，造成感染甚至送命，這既是歧視也是生命威脅的處境，讓她開始有了停下腳步的念頭。訪談過 100 位不同種姓階級的尼泊爾婦女後，林念慈從女性自我照護、布衛生棉的規格、婦女招募開始規劃。

2011 年，她獲得約翰走路（Johnnie Walker）夢想資助計畫的 100 萬創業金，「棉樂悅事工坊」終於在尼泊爾的樸門農場落腳（盧智芳，2017）。

（二）成立宗旨

直到現在，尼泊爾仍有許多女性會因為月經遭到歧視，許多女性也因此缺乏衛生觀念，甚至在有些鄉下地區，傳統觀念認為「月經是不潔的、不乾淨的」；不僅如此，尼泊爾還有 70%的農村婦女仍在使用舊紗麗與舊布製成的布墊，也時常因為清潔及衛生問題發生感染與相關疾病。

看見了這樣的情況，林念慈 2013 年在距離尼泊爾首都加德滿都 3 小時遠的地方帕特勒克特（Phatlekhet）創立了棉樂悅事工坊，藉由推廣以及販售可重複使用的 Lovelady Pads 布衛生棉，提升當地女性對於婦女衛生的認知，也讓尼泊爾的鄉村開始能接受，並進而討論月經以及月事衛生。

林念慈說到，Lovelady Pads 源自於保護地球、保護女性以及保護健康的概念，在減少拋棄式月事產品的同時，也賦權於尼泊爾女性，並且推廣女性衛生以及環保正向月事運動；而在棉樂悅事設立之前，這裡的女性聲音，其實很難被聽見（徐乙喬、陳亭蓉，2017）。因此，她希望透過尼泊爾村落婦女的手作，提供女性就業機會，發展女性微型經濟及技能培養（戴雅真，2017）。

（三）主要活動

目前棉樂悅事工坊在尼泊爾有幾項計畫持續進行著，包括在城市及鄉村推廣 Lovelady Pads 布衛生棉的使用及環保正向月事運動；也提供村落女性就業機會，發展村落女性微型經濟及技能培養；並致力於開發對環境、女性及家庭友善的生活用品，實踐永續生活方式；同時也成立社區有機農產品小舖及婦女手作工坊，希望以公平貿易及社會企業為基礎，推動尼泊爾的各社區永續發展（徐乙喬、陳亭蓉，2017）。

在尼泊爾生產地，除了生產的工坊之外，也有在另外 2 家商店，及不定時於農夫市集擺攤販售。在臺灣，實體店面有創辦人林念慈自營的「本立自然良品」，及 10 家寄賣商店，另也在線上通路販售。而在海外，則在香港、澳門、馬來西亞、英國等地合作寄賣（棉樂悅事，2018）。

參、受訪者代表性及訪談列表

代表性列表如下：

表 3-3、受訪對象代表性及訪談列表

公平貿易導向社會企業	受訪對象	代表性	受訪日期/地點	受訪時間
雨林咖啡	創辦人	創辦人及唯一負責人	2018/04/02/東勢家中	約 120 分鐘
	生產者	唯一契作農民	次級資料分析	
棉樂悅事	創辦人	創辦人及唯一負責人	2014/12/21/本立自然良品	約 60 分鐘
			2018/02/23/本立自然良品	約 100 分鐘
	生產者 1	工作 6 年，為創始員工	2018/03/01/Skype 線上訪談	約 30 分鐘
	生產者 2	工作 1 年	2018/03/01/Skype 線上訪談	約 15 分鐘
光原社會企業	創辦人	創辦人之一及現任董事長	2018/03/20 咖啡廳	約 60 分鐘
			2018/05/14 咖啡廳	約 30 分鐘
	生產者 1	自民 96 年始與光原合作，現為瑪納有機產銷班班長	2018/4/14/阿里山	約 70 分鐘
	生產者 2	自民 95 年始與光原合作，現為瑪納分會會長	2018/4/14/阿里山	約 90 分鐘

資料來源：本研究

肆、資料編碼方式

一、逐字稿初步編碼

研究者於訪談結束後，將訪談紀錄音檔謄打為逐字稿，並將逐字稿與受訪對象以電子郵件確認無誤後，開始進行編碼分析。

逐字稿中，將每位受訪者依訪談類別進行亂數編碼，其中社會企業創辦人以社會企業英文名稱 Social Enterprise 的首字 S，分別編碼為 S1、S2、S3；若 S1 對象受訪兩次，首次訪談編碼為 S1-1，二次訪談則編碼為 S1-2，以此類推。而生產者則以英文名稱 Producer 首字 P，分別編碼為 S1、S2、S3……以此類推。此外，在受訪者回應部分，將依照「受訪者代碼，逐字稿題數，回應段落行數」的規則進行編碼，例如，若引用受訪者編碼 S1 針對逐字稿第 10 題提出回應，若逐字稿在該回應段的第 3 行至第 5 行，則編碼的夾註呈現為（S1，10，3-5）。

二、質性軟體 MAXQDA 譯碼與進階編碼

質性編碼登錄並不是件簡單的抄寫工作，它是資料分析的整合部分，受到研究問題的引導，也會產生新的問題，可以把研究者從原始資料的複雜細節中釋放，也鼓勵研究者對這些細節進行高層次的思考。研究者把原始資料組織成概念類別，並且創造主題或概念，做為日後分析資料之用（朱柔若譯，2000：791）。

本研究將逐字稿內容進行編碼後，以質性軟體 MAXQDA 譯碼與進階編碼，以協助釐清個案間關聯性，而後連同訪談紀錄與蒐集之文獻、文件資料作相互比較及分析。

MAXQDA 是一套先進（state-of-the-art）的專業文本分析工具，也是專業的質性資料分析和資料管理軟體，能協助研究者有效的執行質化資料分析和詮釋文本。MAXQDA 軟體能廣泛應用在社會學、政治學、心理學、公共衛生、人類學、教育、行銷、經濟學，以及都市計畫等領域的研究，是分析質性資料時最強有力的工具（張奕華、許正妹，2010）。

本研究整理 7 位受訪者之訪談內容逐字稿，首先依據訪談大綱的分析構面分為 5 個譯碼系統：未申請認證之公平貿易模式、使用此公平貿易模式之原因、運用公平貿易模式之正向影響、運用公平貿易模式之限制、對公平貿易認證系統

之看法，接著根據題目的核心主題賦予重要概念為次級譯碼，作為各核心主題的論述子題，本研究共包含 5 個譯碼系統與 307 個次級譯碼（詳見圖 3-1）。

而處理資料與分析過程中，研究者反覆閱讀前述所獲取之資料內容，深入探究受訪者表達的原意內容，並對照本研究之研究目的與待答問題，將訪談獲得的資料及文獻進行交差檢證與統整歸納，最後撰寫本研究之分析結果。

圖 3-1、MAXQDA 譯碼結構圖

資料來源：本研究

第三節 研究限制

本研究主題涉及公平貿易認證，是為國際性組織，範圍非常廣，研究者努力蒐集資料以求研究之完善，唯在進行資料蒐集與研究過程中仍有其限制：

壹、訪談對象較不平衡

本研究訪談對象中的未受認證公平貿易導向社會企業雖只有 3 家，但皆有其代表性，惟臺灣擁有公平貿易認證的公平貿易導向社會企業只有生態綠及繭裹子，而研究者因研究時間限制，無法進行訪談，只能以次級資料與文獻進行對話，並與未申請認證之公平貿易導向社會企業及生產者之訪談內容進行分析比較，也無法對其進行相關問題詢問，故在訪談對象的平衡上受到限制。

另外，若能將訪談對象觸及到通路商及消費者，便能夠一次瞭解整個生產鏈到消費鏈，將會是更完整的研究，但同樣礙於時間限制，無法納入訪談。

貳、語言限制

因訪談對象選取中，有兩家社會企業之生產者皆非中文使用者，其中雨林咖啡之印尼生產者便因無法找到翻譯協助而無法進行訪談，只能透過次級資料進行分析。而訪談棉樂悅事工坊之尼泊爾生產者時，雖有翻譯進行協助，但在雙方皆非母語英語的狀況下，以英文進行訪談，且尚需經過翻譯英文轉譯尼文，尼文再轉譯英文的過程，難免會有語意表達非受訪者本意之疏漏。

第四章 資料分析與討論

本研究透過文獻整理分析資料，並透過深入訪談法與文件分析法深入研究臺灣公平貿易導向社會企業，將訪談錄音檔謄寫為逐字稿後，透過質性分析軟體 MAXQDA 將訪談逐字稿譯碼（譯碼方式於第三章第二節說明），並結合相關文件，包含訪談影片、新聞雜誌訪談，一併分析所有蒐集之資料，對有無受公平貿易認證之社會企業進行比較討論，以回答本研究之待答問題。

第一節 未申請認證之公平貿易模式與選擇原因

壹、未申請認證之公平貿易模式

受公平貿易認證的社會企業通常是透過其廣大網絡，經生產者合作社購買產品或作物，而未受認證的公平貿易導向社會企業則普遍獨立進行活動，因此有相對較多元與生產者合作的模式，本研究在訪談之後歸納出以下 3 種方式：保價收購、作為生產者和通路媒介、契作。

一、保價收購

保價收購，便是給生產者固定的價錢，收購其作物，而固定的價格通常比市場高，受訪者 S3 表示，合作初期大約 2 年的時間會以保價收購方式合作，2 年後視品質再做分級，有調整的空間，而分級的標準則是不同作物有不同的標準，比較類似於以「在市場可以販售得好」來作為標準。

應該說，應該不是說 2 年或者是 6、7 年，而是說…我們的前 2 年基本上都會用固定的價錢，可是 2 年過後，我們都會看你的品質，可能我們會做

分級，我們價錢還是固定的，只是我們會做分級，這樣不同的等級用不同的價錢。（S3-1，2，1-3）

嗯，可以這樣說啦！就是說我們就會分成 A 級、B 級、C 級這樣收購，價錢就會不一樣。（S3-1，4，1-2）

不是不是，因為基本上他們都是做有機的，只是說他的標準，譬如說這顆橘子、這顆高麗菜，他可能會有一些標準，譬如說重量的標準，不可以太重、不可以太小，或者是怎麼樣，會用這樣的標準來做區別。（S3-1，6，1-3）

因為進入此社會企業的公平貿易模式，必須轉作有機，受訪者 P3 提到，依據不同作物特性，需要不同時間的「有機轉型期」，「有機轉型期」的保價收購價格會和「有機期」不同，「有機期」的價格會提高，但是在轉型期的時候，已經進入「有機期」的生產者會去協助新手，讓大家可以一起朝著有機前進。

欸只有前面的大概第 1 年會不一樣，那個叫有機轉型期，蔬菜的轉型期只有 1 年，但是像我們這種長期作物的要 3 年，當然轉型期的作物跟有機的價錢不一樣，但是到了隔年的時候，變有機期的時候都一樣，重點是大家都會相互協助，比如說你住在這個附近，他有什麼困難他會找你，那旁邊的師傅它就有義務去指導他。（P3，196，1-5）

而保價收購的價格是如何訂定的？S3 受訪者表示，參考批發市場的作物價格，再往上加一些，P1 受訪者也提到，當初訂價錢的時候他建議該社會企業去看國內大批發市場販售的平均價格，來做參考定價。

價格其實我們那時候就是看批發市場再加多少這樣，大概都這樣。（S3-2，7，1）

對啊！因為我們訂這個價錢的時候，那時候我跟王董王鵬超講，我說台北市場、西螺這個幾個大的市場，你就看他那個 1 年，高麗菜 1 年的平均價是多少，你就抓中間。（P1，26，1-3）

然而訂出來的價格是否能夠讓生產者滿意？S3 受訪者表示，一定會遇到生產者的質疑，但是要與生產溝通為何社會企業端只能提供此價格，並讓其知道成本。

一般是農民的質疑，那是一定會有的啦！（S3-2，11，1）

沒有怎麼辦啊！你就說就是這個價錢啊！我為什麼只能加這麼多，或者是怎麼樣。（S3-2，12，1-2）

你還是要跟農民說，我們的成本會在哪裡，這個是一定的。（S3-2，13，1）

而在保價收購的模式中，社會企業的利潤來源，S3 受訪者表示，來自於販售的差價，例如向生產者以 10 元收購作物，再以 15 元販售，可以獲利 5 元，但是常常遇到反而只能販售 5 元而虧損的情形。

那 OO 做的部分是，我們賺的是差價，就是今天我跟你收多少，譬如說我跟你收 10 塊，我賣 15 塊大概是這樣，可是常常就是我跟你收 10 塊，可是只有賣到 5 塊。（S3-2，16，2-4）

同樣以賺取差價獲利，採取保價收購模式的公平貿易導向社會企業跟一般的中盤商的差別又在哪裡呢？S3 認為做法其實沒有差別，但是社會企業比較公平、有良心，另外一般中盤商不會給生產者太高的價格，也容易跟隨市場價格浮動，

但是社會企業是以固定價格收購，並且保證只要生產者有種植出來的作物，會全數收購。

沒什麼不一樣，這個產業就是這樣運作的，只是光原是一個可能比較有良心的，也不要說比較有良心啦！他比較公平啦！（S3-2，17，1-2）

第一個他不會給這麼高的價錢，第二個他的價錢通常是浮動的，會跟著末端的市場或者跟批發的市場去做一個浮動。（S3-2，18，1-2）

對我們是保證一個價格，然後我們是全部收，就是你種得出來，我們就全部都收。（S3-2，19，1-2）

這樣的保價收購方式，生產者和社會企業之間是否有簽訂契約呢？S3 受訪者表示，沒有簽訂契約，因為契約對他們來說沒有用處，因為即使生產者未照合約走，社會企業端也不會有罰則，另外他們清楚瞭解，即使訂定罰則，生產者可能也無法照做。

沒有簽契約，簽契約是沒有用的。（S3-2，20，1）

你為什麼要簽契約，簽契約的目的是你希望有人，不管任何一方不照著合約走的時候會有一些罰則，那才是你簽契約的目的，啊我們沒有什麼罰則啊！第一個我們沒有什麼罰則，第二個我們很清楚就算有罰則，我也沒辦法怎麼樣。（S3-2，21，1-3）

如此保價收購的形式，並未擴及到產地所有的生產者，S3 受訪者表示，生產者可以自行選擇是否要加入與他們合作的保價收購模式，因為有需要轉作有機的門檻，有許多標準及要求，生產者若願意接受再加入，若不願意接受也可以離開。

對，都可以自己選擇，我們不會逼他啦！你自己選。（S3-2，47，1）

沒有，就是你想來就來啊！你願意來就來，我們就講得很清楚你進來這邊你有很多的標準，我們會有很多要求，你願意接受你再來啊！你不願意接受你就不要來，或者說你也可以離開啊！（S3-2，61，1-3）

以上的保價收購方式，近似於公平貿易認證系統中的提供第三世界小農「最低收購價格」，這個價格包含了生產者平均的生產成本，並讓他們有辦法進入商品市場（FLO, 2018）。

二、作為生產者和通路媒介

公平貿易導向社會企業其中一個和生產者合作的方式，便是成為其與通路的媒介，其中又分為兩個方式，其中之一是在培力生產者初期，協助生產者與通路接洽，P3 受訪者提到，通路會與社會企業接洽，而生產者們會寫每季的生產預先計劃表，分配各自種植的作物量，以滿足通路要求的要求。

都是跟 OO 接洽的，然後當時我們都有寫每一季都有一個生產預劃表。(P3，94，1)

他們要求要什麼東西然後我們再分配。（P3，95，1）

對我們分配好你這個月要種什麼。像大潤發也曾經接觸過啊！它就是要綠蘿曼啊！它就是規定每個月至少要 5 噸啊！欸 5 噸數量多少啊！我們才幾個人，蘿蔓又輕，開什麼玩笑，5 噸欸。（P3，96，1-3）

社會企業與通路間的接洽的運作方式，P3 受訪者說明了其中一種合作方式：他的苦茶種植是社會企業協助生產者和通路接洽，通路端提供苗，讓擁有土地的生產者種植、管理，收成後再交由通路端製成商品。

比如說我改種長期作物，比如說我這個苦茶，這苦茶我也是跟外面有個新北市有個叫茶籽堂的一個公司，類似就是說我跟他契作，這個苗是他提供，我提供土地跟種植、管理，將來他會…已經講好了他一公斤收購多少錢…(P3，1，15-18)

也是 OO 介紹的，就變成透過 OO 的介紹，然後就說這個海拔跟環境，非常適合這個苦茶的生長，所以這樣情形。（P3，3，1-2）

而在扶植生產者到一定程度之後，S3 受訪者表示，目前的做法是直接讓生產者與通路，包含加工廠、處理廠等接觸，直接帶著生產者見通路，讓他們自行談買賣，能夠自主運作。

對所以目前我們是已經讓客戶跟他們…都直接跟農民直接可以購買，直接交易。（S3-1，8，3-4）

對，就是我把客戶給他，我們直接帶客戶去見他們，帶他們去見客戶，然後轉給他們做。（S3-1，209，1-2）

然而為什麼要開始讓生產者自行與通路接觸呢？S3 受訪者表示，因為已經培植生產者到一段時間，是時候了，但是在生產者尚未成熟之前，大概還會有一年的時間，社會企業會協助生產者一同與通路做連結，待生產者能成熟運作。

為什麼要那樣做，是因為我們覺得是時候了。（S3-2，36，1）

沒有啦！所以我們還是慢慢的，就說有一部分是在地銷售，有一部分會讓他們跟外面的客人去做連結，這是我們需要去做。（S3-2，39，1-2）

基本上成熟了之後就不用了。（S3-2，40，1）

中間大概有一年的時間。（S3-2，41，1）

但是 S3 受訪者也提到，他們會提醒通路商即使生產者違約，也無力賠償，生產者和通路商簽約，雖然對互相可能帶來保障，但有時候雙方不一定能履行合約，若是公司違約，生產者一般沒有提出訴訟的經濟能力，若是生產者違約，公司就算提出訴訟，生產者也無力賠償。

對，就是我們一樣會跟客人講啊！就是說你簽約，就算他交不出來或他給別人，你也不能怎麼樣，說實在就是這樣，那可是有的公司它會覺得說這是一種保障，那農民有時候也會覺得這是一種保障，可是一樣，你說真的假設是公司違約好了，買方違約，那你農民能怎麼辦，你要告他嗎？你要告他光是你連律師費一審 6 萬塊你就拿不出來，你不會去告他嘛！那公司來告你，買方來告你，你拿得到錢嗎？你拿不到錢，他都要先跟你預支了，你覺得你告他收得到錢嗎？收不到錢嘛！（S3-2，24，1-7）

而生產者直接跟通路商進行交易後，生活是否有改變、是否可以讓收入較多？S3 受訪者認為沒有太大差別，但是可以讓生產者更專業，因為生產者要獨立運作的事情變多了，雖然生產者直接得到的利潤變高，相對地，需要承擔的成本也會變高，例如生產者本來付給社會企業的費用，其實變成他自己的運輸費用、時間成本。

生活應該是差不多，可是變得更專業一點。（S3-2，44，1）

其實沒有說比較多一點，啊你那個差價都是你要付出的成本，那農民很多時候是這樣，你覺得你有賺到錢，但事實上你付出的成本也比較高，這是一定的，就是說你小農要直送，你會覺得末端消費者給你的價錢比較好，

盤商給你的價錢比較差，可是那只是代表說有一部分的成本是盤商替你在負擔的，譬如說服務的成本、運輸的成本、客戶抱怨，這些是買你的貨去賣的人在負擔的，如果你要自己賣，你就要自己去負擔這個成本，可是對農民來講，他也會覺得收入比較好，可是收入比較好其實是你付出的成本也會比較高，所以說看你怎麼選擇。（S3-2，42，1-7）

而詳細來說，運輸及時間成本是指哪些項目呢？S3 受訪者舉例，在生產者與通路直接交易之前，社會企業會直接協助將作物從產地載往通路方，但直接交易之後，生產者需要自行聯絡宅急便協助運送，需要負擔宅急便費用，以及花時間處理行政作業，以及和客戶的直接溝通上，但是也有生產者覺得這樣與客戶來往是有趣的，S3 受訪者表示，一切都是生產者的選擇。

不一定是金錢的成本，當然很多也是金錢，譬如說運費誰來負擔？運費本來盤商是我到你這邊收，我直接到田裡就直接載走，那如果你要自己出，你就要自己寄宅急便或幹嘛，那運費就是你自己付，那還有很多時間啊！你光是要填那些單子、聯絡宅急便，然後宅急便幫你送錯地方了，這些有的沒有的，或者是人家客戶收到如果覺得有問題，就是你要花這些時間，就是時間的成本、金錢的成本，其實都是一樣。所以看每個人的選擇啦！那有的人可能覺得這樣跟客戶來往也滿有趣的，那也 OK。（S3-2，43，1-7）

三、契作

最後一種合作方式便是契作，社會企業端直接和生產者約定生產的作物數量，並直接買斷，這樣的方式不只是生產者收入有保障，對生產者有好處之外，S1 受訪者表示，對於社會企業端來說，也需要非常信任生產者，確定其能夠生產出足夠的量，並且能夠脫離當地習慣的合作方式，能將作物完全販售給社企端等等，才能夠與該生產者展開契作。

那除了一個完全的契作者之外，有一個他跟我們關係比較好。(S1，5，5-6)

因為他等於說是我們在那邊的一個...監護者啦！一個長者，然後跟我們的關係特別好，所以他可以...我們評估了之後，他可以脫離原先的...賣的架構，完全是給我們是 ok 的，那我們也信任他，這信任關係是很重要，很難建立的。（S1，6，1-3）

S1 受訪者提到，透過契作的方式，也可以支撐生產者的家庭收入來源。

那他的生活全部都是我在...完全都是我們的錢去照顧他的（S1，45，3-4）

貳、建立或加入公平貿易模式之原因

本段落將會分別針對社會企業端建立公平貿易模式之原因，與生產者端選擇與此社會企業合作之原因進行分析，建立或加入公平貿易模式之原因，也同樣會影響到出現怎麼樣的公平貿易模式。

一、社會企業端

（一）降低市場風險

希望能讓生產者販售作物時降低市場風險，是其中一個建立公平貿易模式的原因，S3 受訪者表示，種植及販售農產品有兩個風險：氣候及市場，公平貿易

導向社會企業無法為生產者承擔氣候風險，因此選擇以公平貿易模式－保價收購，來分攤市場價格容易變動的風險，但是社會企業只能協助降低風險，無法讓生產者完全避免風險。

好我們一開始，其實農產品這塊，它兩個啦！一個是氣候的風險，一個是市場的風險，就是價格變動的風險，那我們的想法那時候很簡單，氣候風險就是農民自己要承擔，這我們沒有辦法，所以我們來分擔某些部分，就是市場的風險，市場價格的風險，我們來分攤，所以那時候才會做個保價收購。(S3-2，1，1-4)

對啊！可是那是我們沒有辦法的，就是說我們來做保價收購也是降低風險，不是讓他沒有風險，而是降低風險，那我們例如這個風險是一，那可能我●●來幫你承擔一些這樣，那如果都沒有，當然就都沒有，可是如果有的話，那至少你的風險比較低。（S3-2，2，1-4)

S3 受訪者表示，生產者在轉作有機的一開始很辛苦，因為作物比較醜、品質也低，在市面上無法售出，因此需要為生產者分攤市場風險。

因為一開始你做有機是很辛苦的，你知道一開始做有機那東西都是沒辦法賣的。（S3-2，3，1-2)

就你在市面上是賣不出去的東西。（S3-2，4，1)

醜啊！品質也不好。（S3-2，5，1)

上述的降低及分攤市場風險的方式，與公平貿易認證系統中提供給小農的「最低收購價格」成因相似，可以讓小農不用受限於市場價格浮動的傷害，增加的收益也可以讓他們選擇用友善環境的永續方式耕作（FLO, 2018）。

而 S3 受訪者認為，這樣的公平貿易模式，可以協助生產者在每個階段學習，最後能夠自己去面對市場，與市場運作模式接軌。

因為我們的目標不是我們 OO 一直接做這些事，而是讓我們農民去面對市場，那市場是這樣，所他們必須在每個階段都都去學習，最終可以跟市場運作的模式是可以接得上的。（S3-2，6，3-5）

（二）彌補非營利組織之不足

S3 受訪者表示一開始以幫助生產者為目的，從非營利組織出發，組織中的神父知道需求之後，讓組織去評估可以怎麼行動。P3 受訪者表示，非營利組織教育生產者如何做有機農業之後，為了能夠更有效將生產者的作物販售出去，便創立了此公平貿易導向之社會企業，專門處理銷售通路，

我們基本上是這樣啦！我們通常是神父說哪裡需要，可能需要我們去，然後我們就去，然後稍微評估一下，可以做什麼就做。（S3-1，145，1-2）

沒有，不是這樣講，是●●先出來，●●是九十五年成立，對，啊 OO 是晚一年，因為那個時候想到說欸我們做有機就應該有一個銷售平台嘛！那當時剛好 OO 就成立了。(P3，10，1-3)

P1 受訪者表示，在非營利組織協助生產者一段時間之後，需要也能夠以企業的模式來處理財務方面的事情，而非營利組織無法進行，於是成立社會企業，變成非營利組織加上社會企業的方式，社會企業負責通路、非營利組織負責推廣有機農業。

後來就這樣子開始，那時候我們還沒有成立社會企業啦！後來我們等到有一點成績以後，我們發覺到有很多地方是要帳目的事情、財務的事情，協會不

能做這個，所以那個時候剛好雅楨對這個社會企業，還有鄭神父他們也滿關心的，想要做這個，剛好就從我們這個組織裡頭就撥一部分…所以我們●●跟 OO 是一體的，只是多一個王董做那個 OO，就是負責那個通路商，●●負責推廣這樣子，當然都是一體的，就這樣子後來就慢慢的…我們規模就已經出現了。（P1，6，31-37）

但是非營利組織和社會企業的人力仍然重疊，因此很難區分哪件事是由非營利組織進行，哪件事是由社會企業負責，S3 受訪者表示，以解決問題為目的，同一個問題，依據不同面向，可能會分別適合以非營利組織，或是社會企業的方式處理。

其實你不要把它想得那麼複雜，因為假設我們 focus 在這個問題上面，我們要解決問題，只是根據不同的狀況，我們用不同的方式去處理，就這樣啊！譬如說面對農民，我評估說用●●比較好，用非營利組織會比較好，那就用●●去處理，可是面對市場，用一個公司比較好，我就用一個公司來做，只是這樣而已，可是整個目的是我想要解決問題，可能問題有很多面向，你就不同面向用不同的型態去處理，有時候用個人比較好啊！所以這個完全是看要處理哪個面向，所以這些事情不是說都是●●做，或是都是 OO 做，你只能說都是這些人在做。（S3-2，70，1-7）

S3 受訪者再進一步解釋，可以把非營利組織和社會企業一起想作一家公司，公司裡的不同部門處理不同事情，然而因人力重疊，公司員工的角色可能也會依照在處理的事情不同而轉換，可能今年在為非營利組織工作，明年變成為社會企業工作。

對，你可以想成是一個公司好了，這公司裡面有業務部、有行政部、有財務部什麼的，比較類似這樣的概念，有不同部門處理不同的事情（S3-2，71，1-2）

不要說我們啦！就這些就是這些人在做而已。比如說我現在的角色可能是●●的，可是再過一年，我在菲律賓的角色可能就是 OO…（S3-2，67，1-2）

（三）和生產者共同討論

另外也有公平貿易導向社會企業的工作方式是與生產者共同討論出來的，S2 受訪者表示包括工時、工作方式都與生產者一起討論，溝通是開放且鼓勵發言的。

其實跟婦女們工作滿有趣的一塊是我們滿多的機制是一起討論出來的，譬如說要幾點上工幾點下工，然後她們比較喜歡的工作方式，然後我們在討論的時候也滿 open 的，就她們有問題都可以提出來，就是我們的溝通是很鼓勵大家發言的。（S2-1，10，1-4）

S2 受訪者期待工作氣氛能夠快樂，這一點並不是上對下的社會企業端對生產者好，而是一種創辦人、生產單位與生產者間的共好，希望能一起共同創造不同於傳統形式的工作方式，所有人可以一起提升。

那當然我們現在，我們在講的並不是說…我覺得我們要創造整體的共好，就包含我，還有我的生產單位，還有我的生產者，然後我們希望我們都可以很

快樂的工作，不是我要讓我的生產者很快樂的工作，是我也要很快樂的工作，大家可以一起提升。（S2-1，23，1-4）

那不只是為員工，也是為我們自己想要創造一個新型態的工作模式，然後它是跳脫以往我們的想像，跟我們的…在社會結構裡面的認知，因為我們從小可能就啊工作就只能這樣，就是這樣的關係這樣的方式，可是其實不是，你可以跟你的團隊共同創造，所以每個組織，我相信以後每個組織它運作方式都會不太一樣，因為他們每個人都不一樣，大家都是很多元的發展，所以每一個組織它創造出來的文化、價值都會不一樣。（S2-2，17，15-20）

而對生產者來說，P2 受訪者表示每年會有固定的會議時間，而每次創辦人來到產地時，也會有小會議進行，一起討論薪資、產品的原物料、製作的品質、接下來的工作項目等等，也會討論每個人可以如何改善，創辦人和生產者間如何相互協助，P2 受訪者認為這樣可以一起與團隊一起討論的工作方式，即使雙方有不同意見，也能互相溝通協調到彼此覺得最好的決定。

they have a board meeting once a year with Claire and Mithu.（P2，20，2-3）

And then set up smaller meetings during the year every time Claire is here, about the what kind of fabric to get, the production quality what to do, what kind of jobs to do. And then they congregate together. And they also discuss what everyone can improve and what Claire can help them with, and what they can do for Claire. And also the salary profits and she thinks it forms a better decision, production quality, salary when both of them understand each other and meet half way with each other.（P2，21，1-6）

上述與生產者一起討論工作的方式，與 WFTO 十大原則第二條相似：公平貿易組織必須對所有的利害關係人都有可責性，須找到適當的方式，讓他們的員

工、會員和生產者都能參與決策過程，這能保證相關資訊都能提供給他所有的貿易夥伴，對於供應鏈上的每個層級都能有良好且開放的溝通管道(WFTO, 2018)。

而臺灣受認證之公平導向社會企業，也同樣與生產者有公開透明的溝通，其內容包含設計到產品製作。

繭裹子從設計到產品製作都必須是公開透明的溝通，面對面地和生產者對話可以知道彼此的想法 (繭裹子，2017) 。

（四）一開始未設限

S2 受訪者先有想做什麼產品的念頭開始，有願景及目標，再一步步地走向目前的公平貿易導向社會模式，所以一開始並不設限自己要走公平貿易的路，但是的確有瞭解研究相關產業怎麼進行。

但我覺得其實最原始的初衷，我也沒有說我一定要朝完全的哪一個方向，比如說公平貿易社會企業 NGO 等等的，但是我就知道說喔我想要做一個以布衛生棉為主的工坊，然後但同時我也希望可以透過我的工作，還是可以持續做，譬如推廣讓更多婦女認識月經，然後推廣環保正向經期的概念，然後我都熟悉，我都有去研究公平貿易社會企業等等，但我沒有把自己綁在哪一個環節啦！反正就是知道自己要做什麼事情，然後就去做了這樣子，比較是這樣的精神。（S2-1，2，4-10）

二、生產者端

整理受訪者之回覆，主要有以下生產者端與社會企業合作的原因：目的與社會企業相同、能夠自立過生活、想嘗試新事物。

（一）目的與社會企業相同

P3 受訪者因為家中有祖產土地，希望能回鄉耕作，並期待可以讓環境回到小時候的自然樣貌，也剛好回鄉的時間與社會企業成立的時機相似，因為目的相投決定加入。

因為我覺得我山上有地啊！為什麼不回來經營啊！然後因為以前父親留下來的地很大，都沒有人顧啊！我有兩個弟弟但是都不在這邊工作，我退休了就想說回來做，那回來做想說，我懷念我小時候那個時候還沒有農藥，還沒有化肥的環境，剛好那個時候瑪納九十五年成立嘛！我九十六年回來然後就覺得說，欸！應該要找回我小時候所看到的環境，對面那個地方以前種水稻，那個時候沒有農藥沒有化肥，那個生態就已經平衡了嘛，就是說我要追求以前小時候所看到的環境，那個蛇追青蛙、老鷹抓蛇那種環境，所以我才要做有機啊！我知道它不好弄，但是你只要有心一定做得到啊！（P3，108，2-9）

P1 受訪者則表示，本來就想做有機農業，但是自己做有機會有許多困難，不熟悉如何進行，而剛好組織能夠協助。

因為事實上我自己本身，因為我自己也是讀農的啦！我有一段時間我很久以前就，就是還沒有認識●●以前我就想要做有機，可是有很多困難啦！因為做有機真的是，第一個我們也不熟悉要怎麼去做（P1，3，1-3）

（二）能自立過生活

P2 受訪者認為，加入此社會企業可以讓自己更自立，擁有工作可以讓自己的生活更穩定。

And then second one, to be self-independent. And then third one is… to have a job, to have stability. To be stable when you have a job.（P2，4，1-3）

（三）想嘗試新事物

P2 受訪者認為，因為此社會企業是全新開始的，她覺得有新的事情可以做。

first one it was a very new thing starting, new thing to do.（P2，4，1）

參、小結

公平貿易導向社會企業與生產者合作的模式，在本研究歸納後，分為下列三種合作模式：**保價收購、作為生產者和通路媒介、契作**，公平貿易導向社會企業可能因為與生產者合作的不同時期，而有不同的合作模式。

「保價收購」模式是公平貿易導向社會企業參考批發市場的價格再往上加價，與生產者協商訂出價格後，收購其全部作物，此價格不會因為市場浮動而改變，讓生產者可以一年四季用相同的價錢販售作物。而保價收購兩年之後，也就是「有機轉型期」結束之後，社會企業會依照生產者作物種類，以在市場可以賣得好的標準，用更好價錢分級收購作物。在保價收購模式中，公平貿易導向社會企業以向生產者收購，到賣出給通路之間的差價獲得利潤，和一般中盤商無異，差別只在於價格較高、不會浮動、保證全數收購，另外即使生產者違約也不會有罰則。然而保價收購的模式也有其門檻在，生產者需要轉作有機，符合有機的規章標準，但是社會企業會在一開始與生產者溝通清楚，若其無法接受，可以選擇不加入或是離開。此模式近似於公平貿易認證系統中提供第三世界小農的「最低收購價格」。

「作為生產者和通路媒介」則有兩種形式，其一是經由公平貿易導向社會企業，將生產者作物販售給通路，其二則是社會企業協助生產者自行與通路交易。第一種方式，生產者們會自行填寫作物生產規劃表單，分配各自種多少作物量，

以滿足通路需求，或是社會企業協助生產者接洽通路商，以契作的方式配合；第二種方式，則是社會企業與生產者合作到一定階段後，引介生產者自行與通路交易，社會企業會先在旁協助大約一年的時間，生產者需要自行承擔運費與溝通時間成本，但是獲得的直接利潤會高一些，也會變得比較專業。

「契作」模式則是社會企業端直接和生產者約定生產的作物數量，並直接買斷，對於社會企業端來說，需要非常信任生產者，確定其能夠生產出足夠的量，並且能夠脫離當地習慣的合作方式，能將作物完全販售給社企端等等，才能夠與該生產者展開契作，契作的農民通常會完全依靠這一份收入來源支持生活。

社會企業端使用此不申請認證的公平貿易模式的原因，主要是希望能**降低市場風險、彌補非營利組織之不足、和生產者共同討論、一開始不設限**。

「降低市場風險」指的是在協助生產者轉作有機之後，社會企業端期待能以公平貿易模式，保價收購作物，為生產者分攤市場價格波動的風險，而生產者也能在社會企業協助的各階段中學習自立，最後能夠與市場模式接軌。「彌補非營利組織之不足」是因為原本的非營利組織希望更加以公司模式協助生產者，進而成立社會企業，兩者雖然人力相互重疊，但結合了之後，便可以適時以非營利組織或是社會企業的方式，做對生產者最有利的協助。「與生產者討論」則是社會企業端持續以開放的態度，與生產者一起討論喜歡的工作模式，包含工時、產品品質、原物料來源等等，希望創造出不同於傳統的工作形式，一起形成目前的公平貿易模式。也有一開始並不設限要以公平貿易模式進行，只是先有了願景和目的，慢慢地走到現在的公平貿易模式。

而生產者端願意加入公平貿易模式的原因，則為下列三項：**目的與社會企業相同、能自立過生活、想嘗試新事物**。生產者與社會企業都希望能做有機農業，但生產者獨自進行比較困難，社會企業剛好能夠協助；另外也有生產者認為公平貿易模式是當地較新穎的工作形式，也能夠助其穩定自立過生活。

第二節 未申請認證公平貿易模式對利害關係人之正向影響

本節將針對未申請認證的公平貿易模式，對於公平貿易導向社會企業及其生產者之正向影響進行討論分析。此節之正向影響，並不特別針對因為未申請認證，而衍生出的正向影響，依據受訪者的回答，有可能未申請認證是為成因，亦可能不是。

壹、對公平貿易導向社會企業之正向影響

未受認證之公平貿易模式對社會企業帶來的正向影響，本研究透過質性軟體 MAXQDA 進行譯碼，歸納出三個次譯碼，分別是生產者歸屬感強、對行銷有益、來源穩定。

一、生產者歸屬感強

受訪的公平貿易導向社會企業和生產者關係緊密，從對生產者的訪談中可以瞭解到，其對社會企業之歸屬感十分強烈，關係建立時間較長，也在合作過程中社會企業端與其保持良好關係，例如 P2 受訪者表示，在此社會企業已工作數年，他認為社會企業就像是他的一部分，也希望社會企業能成功，而自己能因為在這個社會企業中工作，讓他人能夠認識他。

and now she work here so many years, she feels like a part of her own things, she feels..um..Dharti Marta is a part of her now.（P2，6，1-2）

She wants Dharti Marta to succeed and wants people to know her because of Dharti Marta.（P2，23，1-2）

P2 受訪者甚至表示，若有其他工作能提供他兩倍的薪水也不會離開該社會企業，因為他十分熱愛這份工作，雖然也很希望能賺很多錢，但是希望能在這份

工作上賺錢，而非跳槽到其他單位，對這份工作的熱愛無法因金錢衡量，顯示出生產者對社會企業的認同感一旦高，在社會企業內工作的穩定性也會較強。

She said she wouldn't go to any other job even if they paid her double. She wouldn’t go if somebody else offer her job with double salary, she said she wouldn’t go.（P2，16，1-2）

She loves work here, and she wishes to make money double here by working. Everybody wants more money, but she wants to make work here, and earn the money here by work. （P2，17，1-3）

And she has been work for some time, she loves her job so much she doesn’t want to compare it to money. （P2，22，9-10）

P1 受訪者在受訪的過程中，提到社會企業時，不斷冠上「我們」在前，顯示出其認為自己跟社會企業是為一體，並且十分感謝社會企業為該區生產者帶來的協助，並且也有得到幫助後希望能報答的想法。

所以我們特別要感謝●●跟 OO 這個，一直關心我們這個其他單位，我們沒有能力去報答他們，可是我們一個方法啊！我們好好生產乾淨的東西，讓很多人去享用，這個就是一個報答，雖然人家看不到，可是我們這些心裡…你看我們生產這麼多好吃的東西，跟供應好多人。（P1，13，13-17）

P1 受訪者十分認同此社會企業，認為其並非以賺錢為目的，只要能收支打平就是賺錢，但他認為該社會企業能有收益是很好的事情，因為這樣社會企業就能夠持續為生產者們提供協助，更可以協助更多的人。

我們 OO 他是直接就給他就這個多少錢，然後我們 OO 他沒有說準備賺…OO 這個一個社會企業，他們說這個帳務打平就是賺錢，社會企業就是這樣啊！當然它能夠賺錢，它可以服務更多的人，像他跟我…像 OO 一定是吃虧

啦！做我們這種不對啊！做起來不多啦！可是就是一種服務性質啊！（P1，28， 1-4）

那時候我們是我們班會有這樣講，後來我們班會說能夠提高一點沒有關係啦！因為它賺錢啦！或者是協會賺錢，●●、OO 賺錢，它的服務對象還是我們啊！這些錢還是回到我們這邊動啊！（P1，32，1-3）

另外，P1 受訪者也認為社會企業的功能並非只是讓生產者收入提高，更能穩住在地產業，是社會企業對社會的責任表現。另外，在經營過程中，社會企業需要花費很多心力，還有持續堅持著目標，若只是想要賺錢是無法成功的，因此很肯定社會企業對生產者們付出的愛心與耐心。

所以我覺得說它的功能不是說就讓我們賺錢，它就把整個這個在地的一些產業，能夠把它穩住，這個也是社會企業他們對社會的一個責任。所以為什麼要堅持這個，這個●●就是他們這幾個幹部要堅持，他們就是覺得對社會一個責任，所以我常常跟他們幾個開會就說，你們從我們的創會會長，創會的鄭穆熙神父、陳雅楨、王董，還有協會、OO 這幾個幹部沒有一個是學農的，他為什麼能夠把農業帶上來，那個真的也是要用愛心，要有耐心，如果你沒有心來做這個喔！如果說你第一個就要想說我要怎麼賺錢，那個做不下來（P1，47，15-22）

P3 受訪者提到，社會企業在轉作有機的路上持續陪伴著生產者，若沒人一同陪伴協助的話，很難持續下去。

對，如果沒有人協助，沒有人陪伴的話，這條路很難走的。（P3，208，1）

而生產者的歸屬感為何比較高？S3 受訪者認為，因為生產者在產地加入組織，很像是有自己的舞台，會覺得自信驕傲，進而對組織有認同感。

他們在那邊加入組織，像是有一個舞台，會滿有自信、驕傲的感覺。（S3-2，85，1）

二、對行銷有益

根據第二章文獻回顧，可見到研究認為公平貿易的確是一個有價值的行銷工具（Child, 2012: 10）。在訪談中可見，實行公平貿易模式，也讓社會企業得到許多通路的邀約合作，S2 受訪者表示，他們的通路都是主動與其邀約合作，也有來自印尼、加拿大等國外的通路邀約。

其實我們的通路都是自己主動來找我們的，然後甚至還有一些想要在國外販售的，滿多的通路的邀約。（S2-2，45，1-2）

就是印尼啊！加拿大。就開始有一些小型的一些邀約。（S2-2，46，1）

另外，S2 受訪者也覺得很開心，受到了國內受公平貿易認證的社會企業主動邀請合作，在其通路上販售產品。

現在生態綠也有在販售我們的布衛生棉了。（S2-2，41，1）

對啊我們有跟生態綠展開合作，他們主動來邀請我們，所以覺得滿開心的。（S2-2，64，1）

而為何會受到通路主動邀約呢？S2 受訪者認為是因為理念被認同，加上市場上有他們產品的需求，除了通路方面的合作，也接受到非營利組織和國際性非營利組織的合作，希望社會企業可以到村落中帶教育工作坊，開始有了不只是產品銷售的需求。

第一個就是很認同我們的理念，然後其實市場上有這個產品的需求，然後還有另外開始有比較多的合作案是接 NGO 還有 INGO 的合作，然後開始也有一些邀約，就是希望我們可以去幫忙不同村子裡面帶 workshop 像這種也有。（S2-2，54，1-3）

在通路中，S2 受訪者表示，許多消費者進到寄賣商店，會直接詢問他們的產品，有來自香港的客人來臺灣時會購買他們的產品，也有香港的合作店家協助將產品批發到更多通路，都是因為聽到社會企業的故事開始支持。而 S2 受訪者也表示，選擇寄賣的店家通路時，店家喜歡產品、願意試用都是重要因素，因為產品屬性較特別，所以需要通路能與消費者溝通，若通路可以和消費者清楚介紹產品，就會銷售得較快。

嗯我們的合作店家，寄賣店家，他們的店都是複合式的店，裡面還有很多別的產品，可是其實滿多消費者一進來就說，我要買布衛生棉，然後甚至我們現在在香港也已經有一個合作的店家他把我們的貨批到香港的其他小店，然後還有一些香港人來臺灣的時候會買我們的商品，其實就是聽到我們的故事然後覺得很支持。那寄賣的店家也是，我們的寄賣店家，因為我也沒有想要隨便寄賣到一般的店，原因是因為我希望店家是跟我合作，他們也喜歡我的產品，然後他們也願意試用，然後他們…因為他需要講，因為如果你的客人來，然後你都不知道這個產品特性的話，客人也很難買單，譬如說我們跟簡單喜悅合作，然後他們的店員都有在用，然後他們的店員就會講得很透徹，然後那邊的貨就流得很快。（S2-1，5，1-9）

而對於市場區隔，S2 受訪者認為，臺灣有許多賣相同產品的品牌，自己和其他品牌的差異，應該是消費者曾透過臉書或演講，瞭解該社會企業的品牌故事，進而購買。

對對對，就像我現在在推布衛生棉，可是超多人，也是滿多 4、5 家都在推布 衛生棉，那為什麼我的消費者要選擇我的品牌，那可能是他有在 follow 我們的 facebook，或是他有聽過我的演講，然後他跟我們比較熟悉。（S2-1，4，1-3）

S2 受訪者表示，雖然該公平貿易導向社會企業沒有受到認證，但是在許多人實際到產地參觀、實習，瞭解生產狀況後，他們的銷售量一直穩定成長中。

可是我必須要講說雖然我們並沒有一個認證，但在剛好創業初期，搭上社會企業的風潮，那我覺得針對我們的銷售，因為大家就很實際地來工坊，直接實習啊！或者是參觀啊！瞭解我們的生產狀況，那我覺得我們的銷售量一直都還滿穩定的成長當中。（S2-2，14，1-4）

除了通路合作之外，S1 受訪者則認為該公平貿易導向社會企業靠的是口耳相傳，或是朋友幫忙來做行銷。

口耳相傳，應該是口耳相傳。（S1，130，1）

PChome 是某個朋友，我完全不瞭解那是在幹嘛，到底是誰我也不知道。(S1，100，1）

三、原料及產品來源穩定

對於希望能生產、販售良好品質商品為主的社會企業來說，S2 受訪者認為，好又穩定的原物料供應商十分重要，而直接看到供應商製作產品的過程，可以讓

自己能安心，認為這樣才能為購買他們商品的消費者把關，持公平貿易精神的社會企業端，不以原物料成本做最優先考量，而是以品質作為最優先考量，便會去找尋來源穩定而安全的供應商。

而且我們有找到好的布料供應商，這很重要，因為原物料的供應要穩定。(S2-1，19，4-5)

但現在我們的布料來源就可以，就是讓我比較有信心，就是可以很為消費者把關，因為他就是很值得信賴的布商，然後就是自己織出來的，就整個過程我都有看到。（S2-1，19，9-11）

受訪者 S2 提到，因為生產規模較小，穩定的原物料供貨是很重要的，有許多供應商無法追蹤到上游，較無法信任。

很難找到好的也是一點，因為太多小的工坊，然後很多的布料現在都是可能從中國進的，或是從印度進的，而且他沒有辦法追蹤到上游，我覺得也是因緣際會找到的，然後我覺得像這種小的工坊，你就是要確保你有穩定的原物料的供貨，這個是核心。（S2-1，20，1-4）

受訪者 S3 也提到，使用公平貿易模式對社會企業端來說來源較容易確保，因為已與生產者協商好保價收購的價格，而此價格又比市場的價格高，而一般來說市場價格比保價收購價格高的機會不多，能夠確定生產者必定能供應作物。

好處當然對於我們，第一個來源比較容易確保。（S3-1，25，1-2）

比較穩定是因為你已經跟他約定了價錢，那通常這個價錢，如果市價低於這個價錢，他非常有可能把貨賣給你。（S3-2，45，1-2）

這種機會不多啦！還是有啦！可是機會其實是不多。（S3-2，46，1）

而社會企業確保生產者來源的方式，是透過生產者們在每個月開會時自行登記種植的作物產量，事先登記能讓社會企業及通路商確認這個月會有哪些作物，再評估自身的需求，若這個產地無法滿足，便會事先接洽其他的生產者，以滿足最終的需求。

我們在班會的時候我們都會登記啊！比如說這個月我們開班會，就會問說欸你要種什麼、你下個月要種什麼？種幾棵？這樣的話我們大概就已經知道，比如說高麗菜，這次四月份我們開會，我決定說下個月開始我要種高麗菜，你要種多少？一分地大概可以種 3,000 多顆左右，而且高麗菜差不多是要 70 天，夏天差不多 65 天，冬天差不多 75 天，那時候通路商它就大概，我們協會也知道，●●也知道，他就會告訴通路商說幾個月以後，大概八月中旬，大概有 3,000 顆或是 5,000 顆，他們都瞭解，他們就知道將來怎麼配送將來的，所以這個是事先登記很重要，通路商他也知道，如果說七月份剛好鬼月要拜拜，大概要用很多的蘿蔔，他就先問我們有多少，如果不夠的話他還有別的跟他合作的，比如說他們要 1 萬公斤，我們頂多才五百，喔那還有九千五百，你那邊要幾千那邊幾千，他就會把那個整個就出來了，他就比較好運作，所以這個也是一個有組織性的，也是有一個好處在這邊，第一個那個通路商他也放心，他給你這個價位他就不怕，最怕說我要 1,000 公斤，結果他出來才 500，那差 500 那個他就很麻煩，他要他的下線、下游也找不到，又少這個，後來慢慢人家就會不信任。(P1，51，1-14)

貳、對生產者之正向影響

對生產者的正向影響，經由本研究歸納受訪者提到的內容後，依據正向影響的類型分成四個不同次譯碼，分別為：工作制度層面、物質層面、能力層面及關係層面，而在每個層面之下再條列不同的次譯碼，以下詳細敘述：

一、工作制度層面

包含可調整薪資、帶來工作機會及工時彈性。

（一）可調整薪資

S2 受訪者表示，生產者會主動提議要調高薪資，而社會企業也會定期開會討論如何調整，例如曾經因婦女爭取，而開始提供週六的休假日薪資。另外因該社會企業雇用尼泊爾的生產者，因應開發中國家大幅度的物價提升，即使社會企業提供的薪資較政府規定的基本薪資還高，對於生產者來說仍會不敷使用，因此 S2 受訪者表示，需要與生產者一同討論合理的薪資，而非只是照著標準走，薪資都能以溝通來調整。

所以我們的婦女們也會說，欸我覺得要提高薪資，所以我們每隔一年或是兩年，就會開所謂的薪資的會議，就是討論說…欸好像是兩年前還是怎樣…對兩年前我們都有提供禮拜六的薪水，因為禮拜六是不用工作的，可是她們爭取，然後她們就希望可以做，希望我也可以提供禮拜六的薪資，然後後來這件事就 approve 了，就是可以。那最近可能因為，尼泊爾它發展中國家，你知道他物價是 10%、15%的這樣子的提高，那他們的薪資並沒有提升得這麼快，所以有時候你符合政府的標準，可是其實人民還是不夠，所以這時候你

就是要跟你的勞方，大家一起共同開會討論說，欸那怎樣子對你們才是合理的薪資，這些都是有溝通的空間。(S2-2，21，4-12)

P2 受訪者也提到，會議中的確可以討論到薪資，可以和創辦人一起討論出最好的決定。

And also the salary profits and she thinks it forms a better decision, production quality, salary when both of them understand each other and meet half way with each other.（P2，21，4-6）

另外 S2 表示除了薪資可以定期溝通調整之外，獎勵金也會隨著年資不同，接下來更會繼續討論薪資是否也要隨年資調整。

獎勵金會不一樣，然後隨著年資的不同是這一次要跟他們討論的。（S2-2，27，1)

受訪者 P3 提到，每年生產者可以與社會企業協商保價收購的價格是否能調整，並不是完全僵化的，而且這樣的協商是透過雙方同意，而非社會企業單方面決定，當然社會企業端會考量他能負擔的價格，會先告知生產者，再一同協商。

每年都會檢討一次，大家認為說這個菜價是不是再拉高一點啊！或者是在降低一點，他們都會討論。（P3，193，1-2）

有有有，有可能，也不是完全死在那邊。（P3，199，1）

對，有機會可以調整，不是說一成不變，還是可以調整，而且是經過大家的同意，不是 OO 說了算，OO 會講說他的彈性有多大，第一個是 OO 可以承受，再過來是 OO 可以接受，啊就 ok 了。（P3，195，1-3）

（二）帶來工作機會

受訪者 S2 表示，由於一開始便懷抱著協助偏鄉婦女就業的目標，將產地設置在離生產者家戶較近的鄉村地區，而非離原物料較近的城市地區，因此花了許多成本在運送原物料與產品的人力及交通費用上，但也因此生產者可以在離家較近的地方找到工作，這是一般鄉村中所沒有的工作機會。

後來也覺得很有趣，就當初的想法就是希望讓村子婦女有就業機會，所以才把工坊搞到山上，然後後來我發現說，沒有人在做這麼瘋狂的事情，因為所有的 production 都是在 Kathmandu，而且都是靠近那些原物料的地方，所以他們在運貨送貨什麼的都很方便，然後後來我才覺得說，哇我的工坊在山上，所以我花了很多的錢，是在交通還有運送貨物，人力都在這上面，可是這也造就說為什麼棉樂悅事比較不一樣，是我們真的是讓他們真的是有工作機會這樣子，不然你看山上哪裡有 production？沒有啊！（S2-2，10，2-9）

讓偏鄉婦女有工作機會，對於開發中國家的整個家庭都會很有幫助，因為對於受訪者 S2 的生產者來說，作為一個職業婦女，仍是要負起照顧家庭的責任，若到城市工作，便無法好好照顧家人，但是因為在離家近的這個社會企業工作，可以兩者兼顧。

然後，我們最新的那個婦女她原本是找到加德滿都的工作機會，一個 hotel 的不知道是打掃還什麼，可是後來她發現在ＯＯ可以工作，她就來我們這邊，她就不用去加德滿都，然後把小孩跟婆婆放在家裡這樣子。（S2-2，11，1-3）

除了為雇用的生產者直接帶來工作機會之外，S2 受訪者也表示，因為自己是訂量較大的客戶，便能讓原物料供應商訂單穩定，也間接地讓原物料供應商的生產者能夠有穩定的工作機會。

對對對，我們其實是他滿大的一個客戶這樣，所以讓他的所有的織布的工人可以有穩定的工作，因為他的織布量沒有那麼大，那些人可以去放假這樣子。（S2-2，21，1-2）

（三）工時彈性

S2 受訪者表示，因為和生產者一同決定工作時間，最後決定出的時間能非常符合生產者需求，能讓她們同時兼顧工作及家務；另外，跟隨當地文化和季節，若生產者需要參與節慶活動，或是隨著季節，家中需要她們協助農務工作時，可以自由請假，依照出席工作的天數計算薪資，對於傳統農業社會的婦女來說，是相對彈性高的工作。受訪者 P4 也表示，如果家中有工作忙碌時，她就會請假在家中工作。

就比如說她們訂 10 點上工 4 點下工，就是因為想要讓她們有時間可以照顧家庭，還有顧好她們的農田，所以有任何慶典跟要去播種啊！插秧啊！收成，她們都可以跟我請假，我就會讓她們去，可是就是沒有工資，可是她可以彈性的調整她的時間，那再加上現在有五個婦女，那這五個婦女有時候這家人他們要幹嘛，然後她就請假，其他人繼續上工，就她們的輪調性就會更有彈性，因為我們有簽簽到表這樣子。（S2-1，11，1-6）

There's no problems so far. Just she said when she is busy in the house she has to…day off here and go work in the house.（P4，16，1-2）

二、物質層面

（一）較好收入

許多對公平貿易認證系統的研究都指出加入公平貿易認證系統，有助於生產者得到更穩定及更高的收入(Garza & Trejo, 2002: 18, Imhof & Lee, 2007: 83-84)。然而未受認證的公平貿易導向社會企業，其實也給了生產者較好的收入。

S1 受訪者表示，該社會企業提供給契作農的收購價格很好，次級資料中也能看見契作農表示，S1 受訪者用市價 1.75 倍的價格向他購買咖啡，且他對價格非常滿意，以此可見，S1 的生產者得到較好的收入。

對，而且我給他的價格是很好的。（S1，7，1）

（一般）價格大約一公斤四萬盧比亞，但是吳先生用七萬盧比亞，我很滿意，非常滿意，沒有人認同過我的咖啡，這三十年來，我都賣給盤商。（于立平，2014a[6]）

除了給生產者較好的價格，S1 受訪者表示，他提供給當地雇用員工的薪水也比一般高出許多，他提供的月薪比一般工人高 5 倍，比一般大學畢業的工作者高至少 2.5 倍，以這樣的數據看得出來，不只生產者，S1 受訪者的雇工也拿到較好的薪資，S1 受訪者認為，他提供給產地所有人的收購價格和薪水都是很好的。

至於我給 Anggi 的薪水在當地已經是…我知道當地的工人…她當然不是工人啊！她也有 40 歲了啊！大學畢業，這不是一般工人啊！一般工人大概台幣 5,000 塊 1 個月啊！我給每個月兩萬五耶！（S1，47，8-10）

[6]引用自印尼生產者發言，影片時間：11:19-11:48

5,000 到一萬中間不等台幣，算是有給她不錯的薪水，而且我給印尼所有的，我給的價錢絕對都是很好的。（S1，49，1-2）

S2 受訪者提到，他提供給生產者的薪資比村子裡更高一些，對於怎麼樣才是合理的薪資，S2 受訪者認為，是比在地的薪資高一些，但是不能只考慮這個因素，因為即使基本薪資對人民來說還是太低。

薪資的話我們是比村子裡的薪資還要再高一點點。（S2-1，13，1）

那合理的薪資是比他們在地的薪資還要再高一些，可是有時候比他們在地的薪資再高一些，他們可能對人民來講還是太低了你懂嗎？（S2-2，21，3-4）

若不只考慮村落中一般人的薪資標準，該如何訂定公平貿易模式中的生產者薪資呢？S2 受訪者提到，他在訂定薪資時是和熟識的尼泊爾友人一起討論，並參考市區其他非營利組織或是公平貿易組織的薪資條件，以及產地國的基本工資，再往上加價。S2 受訪者認為自己給生產者的薪資不錯，因為工時只有 5 個半小時，也有供應點心，比起村子裡的其他勞力工作的薪水都好。

沒有，我會跟農場夫婦一起討論，就是看村子裡面的薪資狀況，就是比村子裡的薪資還要再高，然後也會看加德滿都目前…譬如像 Green Angel 他們也有雇用婦女，然後他們就是一個 NGO 希望可以 empower women，然後我有去問他們薪資條件，就是我會去問其他的…譬如說 fairtrade 的勞動條件，然後我再來制定我的薪資是不是符合，然後還有看這個國家的基本的平均工資，一天 8 小時是 235 塊盧比，然後就是這樣加上去，但我們的工資其實給的還不錯，因為我們的工時短。但我們還有供點心，這有包含點心的錢，然後她們中間有半小時是休息的，所以才 5 個半小時，那在村子裡面她們可能

那種勞力的工作，從早做到晚一天大概 300 塊，女生的話更便宜 250，就是搬貨、搬運磚頭那些高度勞力的。（S2-1，14，1-9）

S2 受訪者提到，他的生產者都是第一次有工作機會，之前都是在家裡務農為主，若是到市區的餐廳工作，薪資條件和工作環境都很差。但是 S2 受訪者也說，無法給生產者過高的薪資，否則會破壞村子的平衡和行情，會讓村落中出現紛爭和衝突，在發展中國家工作，很需要注意這些。

對，全部都是啊！他們沒有工作機會，像加德滿都很多餐廳都超恐怖，都是從早做到晚 6,000，12 個小時，或是 5,000 而已，就是勞動條件很難講，因為真的很誇張。但如果你真的又調太高的話在村子裡面會破壞他們的平衡，就是我覺得在發展中國家做事情，你還是要看當地的狀況，然後當然就是比當地的狀況還要好，但你又不能好太多，因為好太多的話整個村子會有紛爭、有衝突，就是破壞他們的行情，或是你突然把工資提升，就這些點就是都要小心的。（S2-1，15，1-6）

除了薪資較一般高之外，S2 受訪者提到，在當地重要的節慶假日，若生產者仍然進行工作，會提供獎勵金作為薪資加給，除此之外，提供生產者一年一次的員工旅遊。

對對對，可是其實在達善節，就是他們最大的慶典，我們都會加給，我們都有額外加給。（S2-2，25，1-2）

對對對我們都有加級，都會給獎勵金這樣子，然後還有一年一次的員工旅遊。（S2-2，26，1-2）

對生產者來說，P4 受訪者表示，他覺得在這個社會企業工作可以讓他擁有自己的錢，更輕易地決定要購買物品，也更可以花費在兒女的教育上。

It's easier to buy stuff and it's nice to have your own money. And educate the children because she can pay the fee. For children also, she can spend money on them. （P4，7，1-2）

另外，公平貿易模式中的保價收購，其中的保證價格等於生產者的收入，對於此價格是否較一般高，P1 受訪者認為很高，P3 受訪者則認為，保證收購的價格是年均價，因此價格平穩，對生產者來說很有保障。

有的，價格很高啊！（P1，16，1）

當初 OO，他就是類似做契作，那就是說他這個產品是保證收購，而且有保證的價格，這個對我們來講是非常有保障。（P3，1，3-4）

還要高，而且是他是年均價，就是說一年的收購價都非常地平穩（P3，93，1）

至於價格較一般市場高出多少呢？P1 受訪者表示，從來沒有問過，但是其他生產者都認為划算，而 P3 受訪者不知道高出多少，稱自己沒有深入研究過，是直接交給社會企業去定價，顯示出生產者對社會企業的信任度極高。

我從來沒去問過，反正大家都說有划得來啊！（P1，17，1）

高多少喔？這個說實在的我沒有去深入地去研究啦！（P3，98，1）

反正我們那個時候全部都是交給 OO 去跟他們訂嘛！就是訂這個…（P3，100，1）

除了保價收購定價較高，P1 受訪者表示，因為社會企業提供較好的收購價格，也連帶帶動了市場價格，他以桶筍舉例，有次社會企業用較高價格收購桶筍，

讓其他中盤商不得不跟著提高收購價，隔年連政府都出聲希望該社會企業繼續用較好價格收購，才能穩定市場價格，讓農民利潤變高。

以前我們真的●●跟 OO 真的把這邊帶動過很多，像比如說我們的竹筍，大宗的竹筍，以前都是也都是回到 10 幾塊，最多 20 塊，後來有一次王董說我們要再收購竹筍，然後我們就找那個做桶筍的，做一桶一桶，那時候我們就把…它就把價錢定到 28 塊啊！那一年就那個價錢，這邊有幾家有在收筍嘛！他也不得不…起來把他弄到 25、26，它就跟著，所以他有把市場帶動，作用很大，所以第二年那個時候，因為我們賣的桶筍做得太多，還沒消化完畢啊！因為那個都是福業、福智要的嘛！他們有時候做活動，一桶一桶做那個大餐，一開就是好幾桶這樣煮啊！那一年我們本來不要買，農糧署就派人過來找 OO 啦！說你們一定要買，你不買的時候這個價錢馬上會趴下來，而且他們農糧署說，我們做起來如果真的太吃虧的話，就是沒有打平的話，他們會補助，它就是要穩定這個市場價錢，這樣農民也賺到錢啊！（P1，47，5-15）

而臺灣受認證之公平貿易導向社會企業，也讓生產者機構和公平貿易組織瞭解財務狀況及年報、告知生產者末端售價、給予合理的薪資及固定的工時，與未受認證之公平貿易導向社會企業做法相似。

繭裏子秉持公平貿易財務透明的原則，讓這些生產者機構和公平交易組織知道自己的財務狀況、年報，也清楚地讓生產者知道末端售價，除了落實最基本的原則如提供合理的薪資、安全的工作環境、固定工時並禁用童工外，也

跳脫「做事，給錢」的框架，尊重當地文化及工藝技術去設計商品（繭裹子，2017）。

另外在繭裹子年報中也提到，其部分生產者薪資較一般成衣生產者的薪資高出許多。

根據 Fair Wear 基金會調查顯示，一般成衣勞工的薪資佔服飾零售價的 0.6％，要達到基本生活工資，其工資至少佔零售價的 1.4％，而幫繭裹子生產手織系列服飾的公平貿易組織 TSDS 生產者薪資則佔了服飾零售價的 4.5％（繭裹子，2017）。

（二）協助急難救助

一般來說，經濟狀況較不寬裕的生產者，若遇到天災人禍，通常沒有多餘的經濟能力可以應付急需，因此公平貿易導向社會企業在平常的薪資、買賣之外，若遇到生產者有困難，也會提供協助。

S1 受訪者表示，會透過信任的當地採購者，挑選生產者中經濟狀況特別不好，到危急程度的人，多給一些錢讓他們能應付生活。

然後我們要找到一個很信任的 collector，他覺得說他的農民裡面哪幾個人是真的窮到很危急的，那我們就挑十個出來給你多一點錢。（S1，12，11-13）

若遇到非常大的天災，公平貿易導向社會企業也會給予必要的協助。S2 受訪者便表示，在生產地遇到大地震時，有提供生產者慰問金，也協助房屋災後重建。

然後還有像那時候大地震的時候的慰問金，還有協助他們蓋房子。（S2-2，26，2）

而 P1 受訪者提到，當該產地遇上嚴重的風災水災，合作的公平貿易導向社會企業第一時間給予協助，即使因為交通中斷，無法親自到受災的產地協助，也持續透過電話聯繫，他們請 P1 受訪者協助聯絡所有生產者，記錄下受災損壞狀況，並一邊找資源協助生產者。

還有就是民國九十八年八八水災以後，莫拉克颱風以後，那個時候我們這邊路不通將近兩個月，我們剛好這個部落是在阿里山公路旁邊，阿里山公路這個省道喔！政府有規定，除非是很大的災害，一個禮拜一內這個路要通，結果莫拉克颱風實在是太厲害，這個從出口開始都沒有路，一個半月以後終於路有了，那段時間我們協會就是…我們一直用電話聯繫，然後雅楨就告訴我們說，要我們去…雖然我們不能到別的部落，就跟他們聯絡那個農田損害的情形，還有農業設施啊！比如說水管啊！還有一些蓄水槽，然後全部把資料弄起來，他們來的時候再弄，所以這段時間我們真的也幾乎那一年喔！八八到年底我們都沒有什麼。（P1，9，7-15）

在災後沒有收入期間，生產者們很需要能夠快速重建農業設備，而 P1 受訪者表示，非常幸運地，公平貿易導向社會企業在交通重新恢復之後，就到產地進行拜訪，並且已蒐集好生產者受損設備的資料，並計算好重建需要的費用，製作成冊，更找到人脈來提供經費，讓生產者能快速重建損壞的農業設備，尤其是最需要即時協助的灌溉設備，而費用總共要 100 多萬台幣。

對沒有什麼收入，因為都是在重建嘛！可是我們是很幸運啦！一個半月以後

，我們都資料協會都有了，他損害的報告，還有準備重建計畫的經費他都做一本一本啦！所以一個半月以後，他們就...雅楨啊！神父、王董，協會的全部過來，在那邊看我們的時候，剛好福業的一個師姐跟雅楨很熟，他們就一起來，來了以後我在談的當中，她說她有一個任務，她說我們這邊有個嚴橫寺，這邊進去差不多距離這邊一公里啊！她有一個師傅在這邊，他跟那個師姐很熟，而且她又跟他打電話說她要來看他，那天我們就去了以後，她說那個師傅會答應幫忙我們，所以我常常說齁，我們真的是老天爺真的是很照顧我們，...後來我們就把來意跟他講，我說因為八八喔！我們土地真的是損害很多，而且我們做有機的成本又很高，我們需要師父這邊來幫忙，我就拿一本協會弄的拿給他，他這樣一翻都是數字，他說議員我不懂數字，我只會念經，這樣好了，你們覺得...因為我跟他講過這邊有好幾種，比如說灌溉設施啦！還是什麼設施，他說那你看你們哪個最迫切需要，那我們有幾個幹部也跟嘛！討論結果就是你沒有灌溉設施，你種東西就沒辦法，所以那灌溉設施一定要，結果看灌溉設施要 100 出頭。（P1，10，1-15）

因為有公平貿易導向社會企業即時地協助，P1 受訪者表示，在災後兩個月內，最重要的農業設備：灌溉設施就已經重建結束，可以繼續種植作物。

對啊！後來他說你既然說這個最重要，看多少錢這部分我來負責，你們去買，收據給我我去付錢，他很阿莎力，就這樣我們就灌溉設施我們就結束，所以那一年我們幾乎在 10 月，我們全部就都做好了。（P1，11，1-3）

（三）公共回饋

除了給予比較好的收入之外，生產者通常只能讓家庭生活較為提升，仍無力投資公共資源，以讓整體生活過得更好，因此 S1 受訪者開始進行公共回饋協助生產者社區，其中包含了蓋水塔、輸水設施、捐錢給小學。針對捐助對象之選取，他會詢問當地人意見，瞭解哪個村子需要公共回饋。

那不過後來我們有蓋像水塔啊！就是我也沒有跟那個村子買喔！我只是問說哪個村子最需要像輸水設備，他們就說那個村子需要，我們也去那個村子蓋了三座水塔跟輸水設備啊！就解決家戶的供水的問題。（S1，12，3-5）

然後公共性的回饋就是，我們那時候弄了滿多的，小學什麼一大堆的就捐。（S1，12，13-14）

而當地人需要怎麼樣的公共回饋？S1 受訪者表示，會讓生產者自行討論決定，再撥款協助。這樣的做法與公平貿易認證系統相似：工人有權利派出代表在委員會中決定社區發展金如何使用，FLO 支持著他們去發展能力（FLO，2018）

對，而且那時候我們有公共回饋嘛！除了說個別的回饋比如說像…到最後我們還撥了錢說，這個村子自己去討論說你們要什麼東西。（S1，11，1-2）

從次級資料也看到，公平貿易導向社會企業從提高收購價購買咖啡豆，到最後把錢拿來做公共回饋，建造了水塔等公共設施，也期待以農民知識教育提供生產者培力。

然而回歸「口袋不夠深」的現實，吳子鈺無法用這麼高的友情價買他所有的咖啡，因此還是得透過傳統的合作社交易，這是最挑戰的地方。一開始他以高於收購價 5%到 10%來買豆子回饋農民，後來他知道錢並沒有全部交給農

民，他只好改變作法，直接拿錢給農民，又發現所得的利潤平均下來，回饋金額有限，他又重新修正，把錢主要拿來做公共回饋，做公共設施，像是水塔，或是想說提供農民知識跟教育，也許更實惠。（于立平，2014a[7]）

臺灣受認證之公平貿易導向社會企業也透過當地公平貿易非營利機構，將資金投入生產者教育訓練，及建設學校、醫院。

重視生產者的社區建設與社會福利，透過當地公平貿易的非營利機構，將資金撥給生產者作為教育訓練、學校醫院等軟硬體建設等，讓需要幫助的人們能用他們的雙手幫助自己，脫離跨代貧窮的循環（繭裹子，2017）。

受公平貿易認證的公平貿易導向社會企業，依照 FLO 規定，公平貿易特許商每年繳固定的會員年費、標籤認證費與營收的 1%作為「社區發展金」，投入到生產者社區做公共回饋，而臺灣受認證的公平貿易導向社會企業生態綠，在年報中指出，成立 8 年間已投入 75 萬元作為「社區發展金」，這筆費用能作為發展與培力工具，為公平貿易農民合作社的成員、家庭及社區帶來益處。

生態綠支持公平貿易認證的農民合作社，支付固定比例營收成立「社區發展金」，作為發展與培力的工具。社區發展金讓生產者組織得以自我投資，組織內成員、家庭及社區都能因此受益。生態綠成立 8 年，累積支付社區發展金累積達 75 萬元，相當於在非洲蓋 8 個水井，或是在印度蓋 10 所小學（生態綠，2016）。

[7] 引用自旁白發言，影片時間：12:03-12:46

（四）類微型貸款機制[8]

除了上述三種對生產者物質性的回饋，也有社會企業提供類微型貸款解決生產者遇到的問題，並鼓勵其靈活運用資金，甚至創業：

現在也進一步提供低利率的微型貸款，鼓勵原住民更靈活地運用資金或創業（朱永光，2013a）。

P3 受訪者表示，其申請微型貸款來建造供水系統、購買肥料及菜苗。S3 受訪者也表示生產者主要購買資材、種苗、肥料。

當時就是像我們八八之後，我們主要是用在比如說供水系統的水塔跟水管，還有肥料這個部分。（P3，201，1-2）

八八風災之後因為有很多的供水系統損壞，然後再過來就是用在苗前的支應。（P3，202，1-2）

買一些資材、種苗、肥料這些。（S3-2，83，1）

而微型貸款沒有限制還款時間，也沒有利息，S3 受訪者表示較像是預支的概念，只要生產者有還款即可。而社會企業端也會和生產者一起寫微型貸款申請表單，帶著生產者一起生產作物，確保其有產出，才能有效還款。

對然後等到錢下來的時候再還。（P3，203，1）

我們會跟他們一起寫，他借錢很簡單，還錢比較難，所以你要確保它可以還錢，目的是希望他可以還錢，因為我們又沒有收利息，不是要賺你的利

[8]信德基金是瑪納農民所創辦的類微型貸款機制，將微型貸款命名為信德，意即貸款不只是貸款，也是「信心、責任、分享的意思」，農友必須有計畫的完成預定排程，共同肩負永續發展的責任，而產生的基金循環使用方式。微型貸款－信德基金計畫由聯合勸募補助執行（社團法人中華民國瑪納有機文化生活促進會，2018）。

息，我要確保你可以有產出，可以賣錢，那他才有辦法還錢。（S3-2，82，1-3）

微型貸款比較像是一個預支的概念，就是先預支再還款。（S3-2，84，1）

但很可惜這樣的微型貸款目前已經中止，S3 受訪者表示因為其實臺灣的銀行法規定，民間企業不能放款，只有銀行可以做貸款，如果企業放款給人民，表示這一筆錢會是人民的所得，後續便有稅的問題，因此臺灣的社會企業其實不能作微型貸款。

沒有後來是因為二代健保的問題，因為我們臺灣你是不可以捐錢的，應該是說我們臺灣有一個銀行法，如果我們一般民間企業，不可以做放款這件事情，對對對，所以是有一些跟稅啊跟那些有關係，變成今天如果我們給個人，就變成他有一個所得。（S3-1，29，1-4）

對對對，貸款這件事情要銀行做。（S3-1，31，1）

而 S3 受訪者表示，這樣的微型貸款進行了 4 年，生產者的還款率約是 6 成，以不收利息的微型貸款來說，還款率是相對高的。

大概是這 2、3 年才沒有的，4 年啦！因為我們有統計還款率是 4 年。（S3-2，78，1）

6 成左右。（S3-2，79，1）

以我們這種沒有收利息大概算高，如果有收利息算低。（S3-2，80，1）

三、能力層面

（一）培力

社會企業的主要特色之一在於社會企業需要具有高度的自主財源(丘昌泰，2000：366)，而這樣的自主財源若只是透過一時愛心無法永續，生產者需要提升技術能力，才能讓他們的產品或作物更好，也更能賣得較好價格，為生產者賺取更多收入，因此公平貿易導向社會企業做了許多為生產者技術培力的工作。

S1 受訪者表示，他希望能進行農民教育，一開始生產者並不瞭解複雜的農業技術－枝條管理，果樹需要剪枝才能生長得更好，若能有好的剪枝技術，甚至能達到目前產量的兩倍，S1 受訪者帶了臺灣的農業師傅到產地進行教學，他認為這才是公平貿易真正應該做的事情：找到生產者最需要的地方，進行協助。

我們做改變的第一年，從大概 2012 年開始，我心裡面就覺得說 Fairtrade 不是這種做法。那個時候我們的做法是說，把它弄的像農民教育這樣子，比如說我們觀察到一件事情，那個咖啡樹當地是長得很旺、長得很好，可是農民他完全沒有做剪枝這個動作，那這個動作在園藝…你只要是果樹，基本上都會進入到枝條管理，那它的這個葉片枝條長出去之後，有的是生長枝、有的是結果枝，然後它的葉片長出來之後光合作用，它要養分回流然後結果這樣，一套果樹生長的系統，所以要產出好的結果一定要有好的剪枝。那剪枝是高度的 craft，這個是很難的，那當地的咖啡樹就是完全沒有剪枝，所以我們比對過比如說跟夏威夷的產區，夏威夷因為是美國的，所以他的技術是比較先進的，同樣的一個咖啡樹好的剪枝是沒有剪枝咖啡樹的產量的兩倍。所以這才是真正 Fairtrade 要做的，而不是說去給錢或宣稱你有給錢，其實是那些錢也不知道給去哪裡。可是一直到我們 2013 去做這件事情，我們嘗試去…我帶了兩個農業的師傅在東勢這邊的過去，去教這件事情。(S1，15，1-13)

S1 受訪者進行農民教育的工作，包含了非常多元素，包含了剪枝、做發酵液肥、印尼咖啡史、國際貿易概況、臺灣如何喝咖啡等等，在數天的工作坊中，希望帶給農民許多不同的教學。

好那時候我們就開始，我們就上了兩天的 workshop 的課，不只兩天，我們有一天是…我剛才講的田間的管理的，我們有一個農民他去教剪枝，一個教怎麼樣去做好的發酵液肥，所以用你那個咖啡皮甜甜那個，然後教你到山上採菌，用當地的菌去做出發酵液肥、怎麼樣施、怎麼樣照顧土壤。然後呢這邊的課滿多的喔！比如說幾個重點：印尼咖啡史，我們一個臺灣團隊跑回去印尼教他們，你們是如何開始種咖啡的；然後國際咖啡貿易概況；然後臺灣怎麼喝咖啡，就是我們進口你們咖啡之後，我們這邊怎麼喝咖啡的。（S1，21，17-24）

從次級資料也可看到，公平貿易導向社會企業期待能以「公平」為最大優先，不讓買賣只有金錢往來而已，而是有更深刻的互動，讓生產者可以看見不一樣的世界，重新定義價值。

大費周章把臺灣農民帶來印尼提供技術，吳子鈺相信這就是公平貿易最具體而深刻的實踐，把公平放在貿易之前，不要讓買賣簡化成只剩金錢往來，而是希望創造更深的互動，他想替山區農民打開看見世界的那扇窗，重新定義生產者的價值（于立平，2014a[9]）

S3 受訪者也將臺灣的師傅帶到產地菲律賓，教導當地生產者如何種植可可。

[9] 引用自旁白發言，影片時間：22:54-23:21

我們一開始還是先找臺灣的過去，像我們屏東那邊種很多可可，那也有很多很有名的，我們就會請他們過去。（S3-1，63，1-2）

而農業技術教育投入的時間，S3 受訪者表示，需要花較長的時間，至少學習 3 至 4 年，雖然同一種作物的技術教育不會有太多新的變化，但是產地規模大，會一直加入新的生產者，因此農業技術教育持續的時間會較長。

這個是不會結束的啦！只是你的比重會放多少，因為農業技術是這樣的，同一種作物基本上，你大概學個 3、4 年就差不多了，也不會有什麼新的變化。（S3-1，154，1-2）

應該說我們，因為我們在菲律賓預計的規模會比臺灣大很多，所以農業技術是會一直持續的，因為我們一直會有新的農民會進來，所以你一定還是一直持續的。（S3-1，155，1-3）

除了帶臺灣有技術的農業師傅到產地之外，也有與學校合作的志工團形式，到產地協助生產者，S1 受訪者便是與交通大學合作，帶領學生設計一週的課程，希望教導生產者以不干擾當地文化的前提，透過類似樸門設計[10]的方式，在生產者生活中的水、電、能源進行改善，希望能用最小的成本，讓生產者生活過得更好，教導當地生產者製作火箭爐便是其中一例。

2014 年呢我開始跟交大合作，2014、2015 都跟交大合作，交大的的暑假國際志工團就有去了，那就把這個變成一個禮拜的課程，然後那裡面我又設計了…我希望用一種比較類樸門的那一種設計方式，適切科技的，就是說我的

[10] 樸門設計（Permaculture Design）：“Permaculture”是 “permanent”（永恆的）、“agriculture”（農業）和“culture”（文化）的縮寫字。在臺灣，Permaculture 曾被譯為永續栽培或樸門農藝。最早是由澳洲比爾．墨利森（Bill Mollison）和大衛．洪葛蘭（David Holmgren）於 1974 年所共同提出的一種生態設計方法（臺灣樸門永續設計學會，2018）。

主題在於水、電、能源的這幾個應用，就怎麼樣讓不在干擾當地的文化的大前提底下，用最小的成本去達到可能的生活的改善。（S1，22，3-7）

就特別的有一個是，那年做的是火箭爐啦！我就是請老師教他們做火箭爐，然後跑去印尼呢！去教他們火箭爐。（S1，23，3-4）

除了帶領學生志工團進行教學之外，S1 受訪者也請交大學生分享臺灣農民自創品牌的案例，透過拍攝影片的方式讓生產者瞭解臺灣經驗，帶給他們不同的觀點，而在此之後，當地人真的開始紛紛創立自己的品牌。

那當地開始自己喝咖啡這些，其實這真的是很大的改變，他們現在每個人幾乎都一個牌子，我就鼓勵他們…我還做一件事情，我跟交大的學生講說，你去搜集臺灣小農的自創品牌的故事、拍片，他們就去找，然後就放給印尼農民看，看臺灣可以這樣子喔！我們一個小農它可以有自己的品牌，這樣他們真的就品牌咚咚咚咚咚…（S1，52，7-11）

S1 受訪者表示，雖然不確定是不是因為他們在當地進行咖啡飲用分享的原因，當地人真的開始創立自己的品牌，開設了 3、40 家咖啡店，並開始用當地習慣的「加很多糖」之外的喝咖啡方式來品嚐咖啡，進行杯測。

然後我要講一下，從我們那年去…我不知道是不是我們的原因啦！我想可能即便不是我們也有很多，因為開始有看到國際的買家去那邊體驗那個。但是自從我們去做咖啡的那種飲用分享之後，那群年輕人開始瘋狂地開咖啡店，就在產地開，他們也很多就開始在那邊烘咖啡了，開始做杯測了，每個禮拜去做杯測這樣子，已經開了 3、40 家了，而且在當地都算精緻的咖啡店喔！

等於說我當初要的那個，他們要自己開始喝咖啡，他們真的…他們也開始知道說咖啡要不加糖，當然加糖的還是很多啦！（S1，32，4-10）

至於要用什麼方式進行生產者培力，S1 受訪者曾經嘗試過許多不同方式，都是希望可以讓生產者更好，包含了咖啡教育、喝咖啡的方式、臺灣咖啡店影片，希望可以帶給生產者更多視野，刺激他們。S1 受訪者曾經嘗試過直接給生產者錢，他認為這是最簡單，也最能向外界交代的方式，但卻是較沒有意義的，他認為做教育培力，雖然看不出立即成效，但是如果經年累月的效果出來時，一定是能真正改變當地的方式。

第一年就是我們去辦咖啡教育，然後隔兩年交大去，其實我都是固定的課程都有啊！固定課程就是第一…如果我們是第一世界，我們是富裕國家，我們喝咖啡的方式，我也叫他們拍臺灣咖啡店的小短片過去放這樣子，其實我們弄了很多東西，我們就在刺激他們。2008 到 2012 我就是直接投錢嘛！我覺得沒有意義啦！對我來講就我直接投錢對我來講是最簡單的，我每天跟你報告說你看我又用了多少的價格去買，我可以很容易跟你報告，可是那個東西是沒意義的，所以我 2013 之後轉成…用這個教育的，它比較看不到實際上，但是它如果有出來的話它其實…真的會改變當地。（S1，61，2-9）

除了社會企業對生產者的培力，生產者自己也感受到生產者教育的重要性，P1 受訪者表示，自從生產者產銷班成立之後，便馬上遴選幹部、開始每個月的班會，後來上任的班長覺得每月一次的教育不足，生產者們也覺得有需要，便改成每月兩次的教育。

所以後來那次我們成立之後就馬上選班長、選幹部，就那次也是第一次的成立班會，然後從那一次開始我們就每個月要開一次班會，所以那時候是每個月的第二個禮拜四固定，而且要上一天。後來第二年就是我們那個楊班長接了第二任班長以後，他覺得我們的教育不夠，後來再提說，我們一個月是不是上兩天課，我們大家都自己覺得有需要...所以後來是每個月的第二個禮拜，跟最後一個禮拜的禮拜四，就一個月上兩天，就是一直教育一直教育。(P1，4，8-16)

生產者教育的內容，P3 受訪者提到也包含了財務方面的教育，例如成本控管，若生產者瞭解販賣到消費者手上的差價的原因，就比較不會忽略管理和運輸的成本，而覺得自己賺得太少。

以前有，沒有主要是我們不會算成本，我們最糟糕的地方是在這個地方，所以前一陣子我們也為了菜價的事情在那邊爭得面紅耳赤，就比如說你看那個末端是多少錢，但是我們會往往把中間的管理跟運輸的這些費用，我們刻意把它忽略了，其實那些東西都是成本，如果大家都懂得這個成本的控管，你就會知道其實你拿的沒有很少，但這個當然要透過教育啦！你不教育的話他就認為說啊你看看，我們老是看末端價，那我告訴你我現在送那個烏殼綠竹筍到大林去，他的價錢是這個樣子，他的收購價是這個樣子，然後到了批發市場價錢又不太一樣，因為中間已經轉手了，這個我們可以理解，可是到了

批發市場到了小販之後他的價錢又提高，我當然也理解嘛！所以我不會說欸怎麼差那麼多。（P3，189，1-9）

而 P1 受訪者認為，生產者教育非常重要，可以凝聚生產者的力量，而加入社會企業組成的網絡，可以達到自己教育自己的教化作用。

就是辦教育，我覺得教育真的很重要，你才能凝聚這個力量（P1，6，16-17）

所以我們這個組織就是，我覺得教化的作用是滿大的，就是自己教育我們自己的人（P1，51，15-16）

除了農業領域生產者所接受到的技術訓練之外，在工藝領域的生產者，也也給予生產者相應的訓練，並非無條件地雇用，這也能讓產品品質保持穩定，也做到對於弱勢生產者的培力：

願意工作的婦女必須先接受一個月的無薪訓練，僱用條件包含手做品質、家人的接受度、強烈的參與動機，還必須獲得全部工坊同仁的喜愛和認可，林念慈說明：「訓練時期由資深的工作人員來帶，除了彼此磨合，賦權的過程也讓資深員工發現自己有能力教新人。」（曾怡陵，2015）

P2 受訪者表示，在公平貿易社會企業下工作，他覺得每天都學習到新事物，學了很多以前從未習得的技能，甚至覺得自己現在能學習更多新事物了。P4 受訪者也說，他學習到怎麼製作六種不同設計的布衛生棉。

first thing is she gets to learn new things every day, that’s good thing. There is new thing going on and she gets to learn about those.（P2，5，1-2）

She is got to learn about her skills and talents that she wouldn’t have learn before.（P2，8，1）

Yes, she feels like she can learn a lot more now. （P2，9，1）

The thing is she got to learn about 6 designs of pads, how can make those pads.（P4，10，1）

因為在產地剛好可以接觸到不同國家的人來做農業訓練，因此讓受訪者 P2 覺得自己學到了很多英文，有練習語言的機會；另外，這個工作也讓她有很多在人前說話的機會，因此讓她有更多機會表達自己，而這份工作中，她也學到了許多跟婦女健康相關的議題，這些都讓她感覺更有自信了。

The skills she mentioned like she got to learn English..um language skills. Public speaking, she can now speak in front of people, and then express herself. She got to learn a lot about women health and issue…Another thing is being confident on herself. （P2，12，1-5）

P4 受訪者也提到類似的概念，透過這份工作他可以說更多話，也能表達更多了。且在工作開始前，會經過訓練期，P4 受訪者表示她學到了很多婦女健康相關的事情，這對她的健康和其他婦女的健康有很大的益處。

She feels there is a lot of different change making on her life, first she can speak a lot more, she can express a lot more now.（P4，11，1-2）

Ever since started, with training ,she feels really good to learn about women health, for her benefit and other women's benefit.（P4，2，1-2）

在產地除了教育生產者之外，S1 受訪者也將培力的範圍擴展到大學青年，他提供獎學金給大學生做雨林研究，期待他們成為當地的種子。

主要就是年輕人，因為當初我們跟白象大學一直在合作，我們一直給了他們很多的獎學金，所以那群人就等於當地的種子。（S1，53，1-2）

S1 受訪者提到，這些青年也成為了他帶領國際志工團隊過去的主要協助者，他們協助接待、翻譯、提供住宿等等，成為了一個可以動員的系統，這群年輕人畢業之後不會去城市，而是選擇留在產地發展咖啡事業。

比如說交大去啊！從交大第一年去，一直到港大去，都是完全他們動員欸！因為你要接待、翻譯、要住他們家，住到快一個月欸！所以就是動員我們跟當地年輕人的系統，那年輕人其實…他們也都會…他們畢業也不會到城市去，他們就在家鄉自己發展自己的咖啡事業了。（S1，54，1-4）

除了針對生產者的培力，為了讓當地有更多財源，S3 受訪者在產地開了一家咖啡廳，先帶著當地人一起做，進行工作訓練，等到培訓成熟後，再將店面交給當地人經營。

沒有，目前那家店還是我們自己做，我們的作法基本上是這樣，前面是我們自己做，就等於你有一點像 job training 的概念，就是你在這中間去訓練。（S3-1，13，1-2）

我們就是基本上我講的例如說ＯＯ啊！我們就開ＯＯ，我們會培訓人，然後之後就是交給他，就這樣。（S3-1，173，1-2）

S3 受訪者也期待可以讓產地的大學畢業生來臺灣的社會企業當實習生，訓練三個月到半年，在臺灣教其方法，讓其回到產地可以做一樣的事情。

可是那是那個時候，可是現在我們的作法可能會改變，我們現在會找當地的人來臺灣做 intern。（S3-1，219，1-2）

對，當地的畢業生，大學畢業生來臺灣，然後可能訓練個三個月到半年。(S3-1，220，1)

其實在臺灣做的跟他到時候回去菲律賓做的事情是一樣的，可是在臺灣我們可以教他一些方法，看要怎麼做。(S3-1，222，1-2)

除了生產者與當地年輕人的培力之外，S3 受訪者也提到，他們進行了一陣子讓產地的原住民國高中生到菲律賓學英文的計畫，在大學裡面開班，讓菲律賓人教小孩英文。

Cebu 有一個大學叫做 Holi Name University，他跟輔大有非常非常深的合作，那我們那邊的 convertion 是很夠的。我們以前還有一個計畫就是帶小朋友去菲律賓，也是都在 Cebu 啊！（S3-1，227，1-3）

就原住民的小朋友啊！去菲律賓。（S3-1，229，1）

學英文啊！（S3-1，230，1）

沒有沒有，就我們開一個班，就在那個大學裡面。（S3-1，231，1）

P1 受訪者也提到，社會企業不只在產地協助生產者，也在菲律賓做很多事，其中帶著國高中的原住民小朋友，讓他們跟菲律賓同年齡的孩子在菲律賓一起讀書，小孩子學習能力很快，可以一起學英文。

所以這個東西就是我一直在講，我們 OO 夠他們這幾個真的是完全這個愛心來啦！像我們這樣做喔！他不是只有做這邊，我們還繼續在做，那個夢想起菲那群年輕人啊！大概是國中高中的小朋友，到菲律賓然後就跟他們小朋友在那邊一起讀書，國一的就跟他們國一的在一起，高一的就跟高一。（P1，37，5-9)

對就在學校，用英文…小孩子很快很容易學（P1，38，1）

而臺灣的受認證公平貿易導向社會企業所合作的公平貿易生產者機構，同樣也給予了許多工作上培力訓練，讓這些弱勢婦女生產者可以有專業的工作能力，另外也提供了關懷輔導，讓他們可以走過辛苦的過去。

廣受年輕族群歡迎的木刻印系列，乃是印度的失婚與受暴婦女，於 Creative 組織受 4 個月基礎訓練和 6 個月的專人培訓中發展自立謀生的能力。而童趣又舒適的 Freeset 有機棉系列，來自印度的前性工作者們，許多曾被迫從事性交易的婦女在組織提供關懷輔導與專業訓練後得以安身立命。(繭裹子，2017)

（二）培養生產者自主性

除了對生產者的各方面知識的教育之外，許多公平貿易社會企業也期待可以培養生產者的自主性，自主性包含了對自己生產的作物、產品的認識與想法，是否能夠自己思考。

S1 受訪者認為，因為咖啡是殖民經濟帶來的作物，生產者本身不喝咖啡、不知道咖啡的味道，所以無法分辨咖啡豆的好壞。

因為又不喝咖啡，所以他根本不曉得咖啡應該要有什麼味道，所以這些是講到更大的殖民經濟底下，你不喝自己的咖啡，你會怎麼知道好的跟不好的怎麼出來？（S1，18，1-3）

S1 受訪者的農民教育，首先希望培養農民的主體性，他認為農民若不瞭解其種植的作物，包含種咖啡的歷史原因、咖啡的味道、喝咖啡的方式等，就無法成為品質好的生產者。S1 受訪者提到，產地的生產者的主流品嚐咖啡的方式，和一般西方世界認定的好的精品咖啡之烘煮方式很不一樣，加了大量的糖調味，這樣的喝咖啡方式，理所當然地讓生產者不知道摘採好品質咖啡豆的重要性，因此一切都是連動的。

那重點其實在希望他們去培養一個主體性，你不瞭解你種咖啡的歷史，你就沒有辦法真正的那個。（S1，22，1-2）

那時候開始我們就決定要用農民教育的方式，做主要的軸線，比如說剛剛我提到那個很重要，自己不曉得自己種出來的咖啡味道這件事情，會根本性的阻礙他們往質的發展上面走，重要的關鍵這樣子。你看臺灣的茶農，拜託每一個都是喝茶的高手，因為這樣才會知道你種出來有什麼問題啊不是嗎？這個東西其實就是一個農民主體性的建立，一個農民假設不真正地掌握自己的種的植物的一切，包括味道，他不可能成為一個好的農民，可是當地的農民就斷根了，被殖民主義斷掉了，他們不知道他們為什麼要種咖啡，當初是如何開始種咖啡的，他們也不知道怎麼喝咖啡，他們到現在主流的喝咖啡模式還是…他們還是喝羅布斯塔為主喔！然後去烘得很深，然後磨得很細，然後裝在一個塑膠罐子裡面，然後客人來的時候就用當地那種高的玻璃杯弄進去，熱水下去攪，也不過濾，然後糖就加很多，這是他們一般人庶民喝咖啡的方式，這種喝咖啡方式你怎麼可能會有 quality 這個事情。所以那是一直都是連動的，以至於他們會採綠的，因為他們不覺得那個怎麼樣。（S1，21，5-17）

S1 受訪者認為，教育生產者自我意識是比較抽象的工作，他請生產者盡量找咖啡有關的資訊，給了生產者很大的刺激，S1 受訪者提到，產地的年輕人非常積極地去找資訊。

這個部分就前面說比較意識…自我意識，歷史感的重新建立，那個是一部分，那比較抽象，可是這給他們很大的刺激歐！我叫他們說盡量去往上找，有關咖啡的資訊，因為那邊的人夠，咖啡賣出去之後他就不曉得發生什麼事情，所以我叫他們去…結果他們那群年輕人真的都很好，他們到現在真的是很瘋狂地、很飢渴地去得到咖啡的資訊，這個我待會再說。（S1，25，1-5）

S1 受訪者提到，十年在產地看著生產者因為咖啡的國際價格水漲船高，而有了生活上的改變，因此他認為他要做的不再是經濟方面的給予，而是去改變農民的主體性，讓農民有自信地瞭解自己種的作物，才是有用的。

尤其我十年來看著他們生活的改變，所以該改變的是什麼，我說那農民的主體性就是我一直很…你要瞭解、你要有自信，而且你要知道你種的是什麼，這種才是有作用性的。（S1，136，3-6）

除了用培力的方式讓生產者擁有主體性，S2 受訪者則是在工作中建立生產者的自主性，他認為要和生產者團隊保持平等的關係，一起為了共同理念努力工作，創辦人和生產者團隊之間，不再只是北方南方、資方勞方的概念，而是彼此給彼此工作機會，所有的生產者都可以告訴創辦人，這間社會企業未來的路可以怎麼走。

那我覺得現在是，怎麼樣去跟我們的團隊夥伴是一個平等的關係，然後大家是為了這個理念而一起共同地工作和努力，所以我覺得他已經打破了所謂的北方南方，或者是資方勞方這樣概念，那我現在的經營模式就是：我們是一個團隊，然後我們彼此給彼此工作機會，我們的所有的婦女她們都有機會，去告訴我〇〇未來可以怎麼走。（S2-2，4，13-17）

S2 受訪者舉了例子，敘述生產者期待除了將產品賣到海外市場，也能在產地國銷售產品，因著生產者團隊的意願，社會企業現在的市場開發目標是產地國內市場。

然後另外我們也想要…其實也是我們團隊的意願，我們想要更 focus 在尼泊爾的市場開發，所以現在也有在跟尼泊爾的一些單位在談。（S2-2，46，5-6）

S2 受訪者提到，生產者團隊質疑自己生產的產品在產地國很難買到，便主動提議要在節慶時，到廟宇前擺攤，雖然沒有販售成功，但是他們努力盡自己的力量做市場開發。

她們就說，我們為什麼在尼泊爾都買不到？然後她們之前真的很…還跑去廟的 festival 前面擺攤，什麼 Shiva 生日啊什麼神生日啊！（S2-2，48，1-2）

對她們主動要去廟前擺攤，根本一片都沒賣出去，大家都嫌很貴，她們就說她們要盡她們的方式去做市場開發（S2-2，49，1-2）

P2 受訪者提到，生產者們會依據現有的訂單，在每天早上討論每個人的分工，各司其職，也可以輪流作業，他覺得很好。

So the answer is based on the order they had at the moment, every morning they will discuss what kinds of pads to make to fulfill the order, and what job each one to do like someone will do the sew making, someone will do the cutting, so they will discuss before they do the job. Everyone cycles doing different jobs. It’s nice.（P2，19，1-4）

P4 受訪者也提到，生產者們會一起討論要做哪種布衛生棉，用哪種布料，他認為比起只有一個人來決定怎麼做，可以表達自己的意見很好，即使自己只加入社會企業一年，依然可以發表自己的意見。

They discuss about what kind of pad to make, what fabric to get. They discuss everything together. And she said it's good to have a voice, rather than one person deciding and what to do, that's good. （P4，14，1-3）

Yes, even though she is working here for a year, she can still have her voice in. （P4，15，1）

（三）有能力協助他人

生產者除了得到許多能力，也開始能夠給予，有能力去協助別人。部分社會企業便製造機會讓生產者能夠幫助他人。

S2 受訪者提到，該社會企業有教婦女製作布衛生棉的工作坊，現在有兩個最資深的生產者已經可以變成教育者，他讓生產者去了許多場次工作坊，現在可以放手讓資深的生產者進行教學。

然後生產者也開始變成教育者了，像兩個最資深的婦女現在都可以去帶 workshop 了。（S2-2，66，3-4）

上次有一個 part 我就是全部交給她們。（S2-2，67，1）

她們那時候是整個教…帶她們用布衛生棉這一塊。（S2-2，68，1）

還有就是為什麼要用布衛生棉這個部分，然後有滿多場次都有讓她們去，所以慢慢她們也…尤其是最資深的婦女，她真的是也是講得滿好的。（S2-2，69，1-2）

P2 受訪者認為自己做的工作很棒，因為可以幫助到世界上的婦女。

Second one is the work she do here, with eco-pads the work she does, she feels she helps the women of the world so that feels good. （P2，5，2-4）

P2 受訪者提到，他在這個社會企業中能夠有機會去教育許多新的人，也能從他們身上學習；P4 受訪者提到，他現在能針對婦女健康和布衛生棉的議題給其他人意見了。

She also got to teach a lot of new people and learn from them also.（P2，12，1）

And then she can also advise on the other issue of women health and about the pads to other women.（P4，10，2-3）

P3 受訪者提到，自己學會了如何製作有機肥後減少了許多成本，他也透過友善耕作制度，去指導其他的生產者、將好的東西推廣出去。P3 受訪者也期待，等自己的作物種植更加穩定之後，他希望雇用工人在他的農地協作，自己則到處去講學，把經驗傳授給其他生產者。

對，自己製作然後可以減少很多成本支出，我們這個工夫學會了以後我們也不藏私啊！我們如果特別是最近做的友善耕作，友善耕作就是不農藥、不化肥、不基因轉殖，他們願意這樣做的話，我們也非常樂意去指導，去教他們怎麼去做，把這個東西去推廣，就是說我剛講的他有從事友善耕作的這些農友，我們都願意協助。（P3，131，1-5）

到那個時候啊！我有時間我會請工人來，然後我會到處去遊學、講學，把經驗傳授出去。（P3，187，1-2）

在產地受到幫助之後，P1 受訪者表示，菲律賓的海燕颱風災後，社會企業受到靈醫會神父的委託，到菲律賓協助災後重建，P1 受訪者的兒子也一起去了兩次菲律賓。

啊甚至於那個海燕颱風在菲律賓，我第一個去我兒子，因為派三個比較年輕的去，去看那邊能不能夠幫忙，後來也是透過這邊的靈醫會的那神父，就知道我們有這個，然後我兒子也去了兩次菲律賓。（P1，38，2-4）

S3 受訪者表示，到目前每年該社會企業仍會出機票錢，讓生產者一年去兩次菲律賓，一次去一個月的時間。

會， 一年還是會去。（S3-1，39，1）

現在沒有，現在大概一年大概兩次。（S3-1，40，1）

大概一個月吧！（S3-1，41，1）

沒有機票錢都我們出。（S3-1，42，1）

S3 受訪者表示，讓生產者去菲律賓，這是社會企業的要求，因為他們希望生產者受到幫助之後，也能去協助別人，雖然語言不通，無法給予太多實際技術的協助，主要能帶給菲律賓當地人支持的力量，讓他們知道臺灣的生產者可以做到，菲律賓當地人也可以。

可以這樣講，因為那是我們的要求啦！就是說你們還是需要去…協助別人。（S3-1，60，1）

我覺得他們主要是一種，比較像是支持的力量，就是說我們可以做到你們也可以。（S3-1，58，1-2）

（四）協助產品開發

除了知識教育之外，S1 受訪者提到，如果要說自己對產地帶來什麼改變，便是協助產地開發出咖啡豆的新處理方法，像是為產地打開全新的窗子。

好那我剛說的那個日曬豆的開發，我覺得真的是...如果說我對當地有什麼改變的話，不過這要當地人來講比較準，不能由我講，但是如果我真的要講的話，日曬豆的開發，真的是打開了一扇全新的窗子。（S1，37，8-10）

真的講的就是我剛才說的，我覺得比如說日曬豆這個，這個真的有改變的。（S1，52，6-7）

S1 受訪者覺得開發出新的豆子是社會企業介入更深的改變，他們在當地嘗試兩年多開始量產，後來這一款豆子是一般的三倍價格。

還有一個很重要的，我覺得是我們介入更深的一個改變，是我們開發出日曬曼特寧。我們開始做的時候就有人注意了，我們在當地試了兩年多才開始量產的，結果量產回來之後，他們當地就開始就傳開來了，然後它是一般咖啡豆的將近三倍的價格。（S1，32，10-13）

而為什麼一開始會協助產地開發新豆子？S1 受訪者表示，希望能改變現狀、找更多可能性，去做沒有人想到做的事情，做一些衝撞。

不至於不好，我只是想改變現狀，看有沒有更多的可能性，就像日曬豆一樣，水洗豆沒有不好，可是就沒有人想去改變日曬，我不過是去做了一些衝撞。（S1，141，1-2）

四、關係層面

在生產者與社會企業的合作中，除了直接地對生產者的協助，也會在生產者有需要的時候，為其開拓資源，找尋人脈來幫忙協助；也或者在培力的過程中，讓生產者找到其他能夠為他們帶來益處的人脈關係；或者因為社會企業較特殊的

環境，讓原本地處偏僻、資源較少的生產者，因此有了與外界接觸的機會，有的時候為生產者帶來機會，是為他們打開一扇窗，讓他們看到更多、視野更廣，對自己可能做到的想像也會更寬廣。

（一）開拓資源

社會企業在尚未讓成本與營收達到平衡之創業初期，也經過替生產者向外尋求資源的時期，P1 受訪者表示，社會企業創辦人曾為生產者四處找資源，透過網路上的比賽、做企劃，成為了生產者們早期的基金，若生產者發現缺少經費，社會企業的創辦人便會盡力去找資源。

像我可以跟你報告一下喔！我們剛開始的時候什麼錢都沒有，比如說我們現在辦什麼需要經費，那個時候雅楨就開始頭痛，可是她有一個厲害的，她就上網去找哪一家公司要做企劃，她就抓這個企劃去跟人家比賽，後來我才知道她拿到的 50 萬啊還是多少，那個都是我們最早期的基金，所以有時候我們班員說沒錢怎麼辦？她就一句話說沒有關係我想辦法，她就是用這樣去找經費啊！所以我說她跟鄭神父就是很重要的概念是社會企業的概念來工作，才能一直堅持。(P1，47，22-28)

P1 受訪者也提到，對生產者的培力，也是社會企業到處找人幫生產者上課，而生產者學會如何進行有機農作之後，仍然很難實際銷售，而此時社會企業又替他們找到通路商一起合作。

尤其是 95 到 96 年當中啊！一年我們是沒有人，那時候就是雅楨他們真的很辛苦啦！就是協會的那些人，我們今天上課，下個月上課還不知道要找誰啊！他們就要上網去找啊找到你，啊你做有機，拜託拜託你下個月來這

邊幫我們上個課，就這樣子一年啦！當然我們可以聽到他們的經驗，可是你要實際去做，我們沒有辦法做，後來雅楨不知道在什麼場合認識到福業，就斗六的福業，就認識他們，因為他們覺得這個不錯，後來他們就來，就開始有個好的規劃、計劃。（P1，6，18-23）

然而，在社會企業協助生產者做出成果之後，P1 受訪者提到，社會企業仍然不斷地為生產者牽線，協助他們拿到更多政府資源，其中 P1 受訪者曾到農糧署進行簡報，而爭取到冷藏庫、製冰機等可以讓產銷班使用的公共資源。

所以我就常常說這個東西就是要先自立，自己要自己站穩，人家自然會看到，果然那一年的好像是 10 月吧！雅楨突然打電話給我說農糧署要我們去做簡報，我說好啊！我說你去做簡報，簡報他們要我們 15 分鐘到 20 分鐘，我說簡報你去做，實際工作的操作我們就跟那個蔡副署長還有農糧署的人，由我們講。大概就是連簡報連那個大概一個多小時，然後他們都問好以後，副署長就講了一句話講說，我這裡還有錢你們還要不要？…所以我們就答應說要，我們就說我們要冷藏庫 4 坪大的，我們要 3 座，製冰機 4 台。（P1，12，5-16）

有了第一次成功的的政府資源連結之後，P1 生產者表示，農糧署隔年又主動聯絡他們，而整個產銷班一同開會討論之後，決定為還沒有溫室的班員，爭取經費搭建溫室，當時做了好幾座溫室，面積從 90 坪到 100 多坪的都有。

所以那一年第二年喔農糧署又打電話給雅楨說，你們還有沒有什麼需要？那就把這個議題，那個月的班會又提出來，馬上就是說我們要溫室，有很多班

員沒有，只有我有溫室其他班員沒有溫室啊！從 90 坪的、100 多坪的，好像那時候也做了好幾座（P1，13，4-7）

P1 生產者提到，除了與農糧署的合作經驗，之後也向原民會（原住民族委員會）進行簡報，當時擔任主委的孫大川博士十分讚賞社會企業與生產者的合作經驗，甚至對下屬說，這才是能讓原住民站起來的產業模式，P1 受訪者認為，而後原民會編列了 3,000 萬的預算進行原住民農業推廣，也與他們當時去做簡報有關。

所以在大概 89 年，八八以後的第一年、第二年，農糧署叫我們去簡報之後，雅楨又打給我說，原民會也要我們去做簡報，喔我們又去了，去做簡報以後，那個時候的主委是孫大川博士，他就叫他的一級主管，全部參加那個簡報去聽，後來我們簡報完之後，大家做交談以後，後來孫大川他就講了一句話，他說我上任以後，我一直給你們說要在原住民做不同的產業，讓原住民能夠站起來的就是這個東西，就你們沒有一個人可以給我做出來，結果那一年他們原民會就編列了 3,000 萬，就是做原住民的農業推廣。（P1，32，5-11）

除了連結資源在財務及農業設備上進行協助，社會企業也定期與不同企業合作，讓員工成為志工到產地進行服務，在本研究進行訪談當天，便有十幾位星展銀行的志工前來協助 P3 受訪者農務工作，P3 表示，剛開始他不太喜歡與志工合作，因為志工們不瞭解農務，例如請志工拔草，他們會把作物也一起拔掉，甚至會讓他有所損失，越幫越忙，可以以「搞亂」來形容。但是他知道要先對志工進行教育之後，因為志工人力多，P3 受訪者需要兩天時間做完的農務，志工們幾個小時就可以完成，已經可以對他帶來協助。

今天他們做的喔！雖然來了十幾個人，如果我個人做的話，我可能也要花上兩天的時間，你看鑽洞、放肥料、拔草，這個會耗掉我兩天的時間。以前我種菜的時候我都不太喜歡他們來，為什麼？因為他們雜草跟菜都分不清楚，然後讓我們損失慘重，可是我現在學聰明了，跟他介紹一下這叫苦茶不能拔喔！其他都可以拔喔！喔他就知道苦茶，以前可能是沒有教育好嘛！那個高麗菜在草堆裡面，喔拔得那麼乾淨，我的菜勒？以前是越幫越忙啊！我以前會拒絕，因為他只會來搞亂，但是現在不會。（P3，173，1-7）

除了實務上的勞力協助之外，P3 受訪者表示，這些志工之後也會向人介紹他們在產地附近開設的咖啡廳，作為宣傳。

也是，而且他們回去之後他們會介紹啊！他們會講說，在那個十八號道 63.7 公里有一個一起鄒咖啡，他們會介紹。（P3，176，1-2）

而在志工到來之後，P1 受訪者表示，他們除了進行農務協助之外，大老遠進到產地，也希望能夠透過旅遊瞭解產地，因此產銷班班會一起討論之後，決定將「旅遊」也成為他們的工作之一，P1 受訪者主要為志工帶來解說導覽，他認為這個業務開展，讓生產者有了更多元的工作內容。

所以那個時候開始我們的農業開始進入軌道以後，我們那個協會就慢慢開會的時候他們說，因為常常來，來了以後有時候他們做半天的志工，第二天他們想到哪裡，想出去走一走，想瞭解我們當地，就開始有旅遊方面的也納入我們的工作，那最主要旅遊的，做解說只有我一個人負責，所以就慢慢慢慢地我們就變成比較多元性的。（P1，6，44-48）

P3 受訪者也提到了「生態旅遊」，在旅遊過程中，志工或遊客會購買生產者的作物，對 P3 受訪者來說也是一個經濟來源，另外旅遊過後，他們也會協助宣傳生產者的產品。

好處喔？前一陣子我們還有結合生態旅遊，當然他們會幫我們介紹我們的產品，特別是咖啡的部分。（P3，154，1-2）

會啊！有東西當然會買啊！（P3，159，1）

對，也是一個經濟來源，自己幫自己打廣告阿！（P3，160，1）

在社會企業與生產者的保價收購關係結束之後，P1 受訪者表示，雖然互動較以往少，但是社會企業端仍然給生產者許多資訊，持續為他們帶來協助。P1 受訪者提到，例如農糧署的友善耕種計劃，也是社會企業端帶給生產者們的資訊，讓他們得以申請成為輔導團體，P1 受訪者接受訓練課程之後，拿到證書，便可以成為輔導員。

雖然有時候我們自己感覺到說，我們跟 OO 跟●●的互動已經比較輕，可是他是有很多資訊就是我們從那邊接收到，或是說我們現在自己要怎麼去做，那個都是還是從 OO…所以雖然看起來互動沒有，可是有很多真的是還是一直幫我們。（P1，43，5-8）

如果當初不是雅楨知道這個事情跟我們講，我們阿里山鄉也沒有欸！而且是農糧署找雅楨說，你們也申請做一個輔導團體，因為他們農糧署認定說我們有這個能力來做。（P1，43，1-3）

所以我們這個組織我們就慢慢比較多元化，一直到目前為止，我們也承接了農糧署的友善土地、友善耕種，這個是我們最近有另外在做，這個工作剛好

是我跟那個班長，我們兩個負責這個區塊，因為要做這種輔導員，我們還去台南農改場去上課，上課以後才拿到證書以後我們才真正去做這樣的一個工作。（P1，7，6-10）

（二）與外界接觸

受訪的生產者居住地，同時也是社會企業的產地皆位於較為封閉、離城市較遠的農村，一般來說較少與外界接觸的機會，而社會企業則為他們帶來了對外界的連結，P3 受訪者甚至認為，這是比學會技術更好的一項益處。

別的喔！就是可以跟外面有連結，重點在這邊，那個技術那個不算什麼，是主要是我們還能跟外面連結。（P3，181，1-2）

另外，因著社會企業開拓的資源，P1 受訪者提到，對生產者們展開協助團體有很多，在宗教上，天主教及佛教團體都有協助，企業界也有星展銀行的協助，因此他們認識了許多來自不同單位的朋友。

這個時候大部分是一些民間團體幫我們啦！所以我常常給我們的同伴說啦！說我們要自己努力，因為你們看看，成立我們、輔導我們這個地方，剛剛成立的時候是我們天主教，真正在工作輔導都是佛教界的，或是根本沒有宗教信仰的團體，就是愛心人士，一直到目前的，一直跟我們合作好幾年的星展銀行，他們也是幾個老闆過來這邊啊！來看我們看起來好像滿有這個心啊！而且他們也想體驗山上的一些工作。所以就這樣子慢慢有個不同的一些團體，這個東西真的是上天給我們的一個福氣啦！可以認識各種不同宗教，各種不同行業的一些朋友啦！（P1，6，37-44）

除了給予協助的外界資源之外，S1 受訪者也提到，社會企業帶著志工到產地進行服務，由於當地是封閉的農村，較少見到外國人，對生產者來說尤其興奮，可比為「內心的嘉年華」，當志工們要離開的時候，甚至連大人都哭著送別。

當地也很好，當地是一種…因為當地是不流動的農村嘛！那他們很少會看到外國人，所以每次外國人來的時候對他們來說就是一種…內心的嘉年華，那香港去的時候你知道住的村子，他們那個媽媽這樣哭著送他們出村，媽媽喔！大人喔！小孩子哭我遇過很多次了，大人也這樣子。（S1，34，13-16）

P2 受訪者表示到公平貿易導向社會企業工作之後，比起在家中，認識了更多的人，交了許多朋友。而由於產地位置恰巧有許多外國人到訪，接受農業訓練，P4 受訪者也表示她因為這個工作遇見了許多外國人。

ok so the first one is she got to know and understand a lot more people than just staying home. She is making a lot many new friends.（P2，10，1-2）

And she got to meet and learn about a lot of foreign people.（P4，11，2-3）

P1 受訪者表示，除了生產者到菲律賓去進行協助之外，菲律賓農民也來到他們的產地進行交流，另外也有兩次到香港參與社會企業交流的活動，有不同的體驗，另外也有到海外韓國、德國參與會議的機會，

對，（菲律賓農民）就是來這邊跟我們一起溝通、一起在聊天啦！所以我覺得說我們有做到這個啦！像我們成立的了這個社會企業以後，我們有兩次到香港參加這個…在香港他們有一個叫…黑暗料理的，那個也是社會企業方面…（P1，39，1-3）

對黑暗對話，有一次在臺灣舉辦嘛！也在嘉義，那時候我們借住在那個基督教醫院的那個地下室，把它弄的暗暗的，就體驗到說真的看不到。還有雅楨

她也承接了那個 MCW 那個，老人什麼志工類的我搞不清楚，我第一次去參加是在東南亞地區，那時候東南亞就是包括印度、香港，還有臺灣、日本、韓國，第一次去是韓國，韓國在那邊開會，前幾年我們到德國是世界性的，我也跟雅楨一起去，慢慢地要叫年輕人跑了。上個月那個日本人也跑來這邊啊！因為我們前些時候有幾個人過去去參加開會，我們這邊年紀比較大的都會講日語啊！（P1，40，1-7）

P2 受訪者表示，現在在這個社會企業工作很開心，因為生活變得忙碌了，她不需單純煩惱家務事、小爭執，而是知道自己有更多的事情可以做。

Yes. She feels very happy to work here. And then the life is busier so because…it's better because she doesn't worry about the small matters in the house like small quarrel because there is so much better things she could be doing.（P2，13，1-3）

參、小結

本節主要討論未申請認證的公平貿易模式對於社會企業及生產者的正向影響，其中對公平貿易導向社會企業之正向影響，依據受訪者訪談之歸納，有以下三點：**生產者歸屬感強、對行銷有益、原料或產品來源穩定**。

公平貿易導向社會企業最主要的協助對象，或是工作夥伴便是生產者，「生產者歸屬感強」也代表著其實踐公平貿易有其成果，生產者們提到即使其他地方給兩倍薪水也不跳槽、在受訪過程中提到社會企業時不斷冠上「我們」在前、肯定社會企業花費的努力等等，都顯示出生產者對社會企業的認同感一旦高，在社會企業內工作的穩定性也會較強。

另外實行公平貿易模式也「對行銷有益」，許多國內外的通路，甚至是有公平貿易認證的通路主動邀約合作，也有許多消費者是因為認同理念而購買產品，

另外也有公平貿易導向社會企業靠的是口耳相傳，或是朋友幫忙來做行銷。這一點與文獻中公平貿易認證系統對商業端帶來的好處相符。

對於希望能生產、販售好品質的商品為主的社會企業來說，「原料或產品來源穩定」相當重要，無論是產品的原物料供應，或是生產者種植的作物供應穩定，對於社會企業來說，因為運用公平貿易模式而能夠確保來源穩定。

而公平貿易模式對生產者的正向影響，本研究依據正向影響的類型分成四個不同次譯碼，分別為：工作制度層面、物質層面、能力層面及關係層面。

工作制度層面包含了以下正向影響：**可調整薪資、帶來工作機會、工時彈性**。部分公平貿易導向社會企業與生產者會有定期會議以調整薪資；也因為將產地設置在離城市較遠的地區，為偏遠山區的生產者帶來工作機會；對於需要同時兼顧家務的生產者，公平貿易導向社會企業也提供了彈性調整工時的制度。

物質層面則包含以下正向影響：**較好收入、協助急難救助、公共回饋、類微型貸款機制**。公平貿易導向社會企業提供生產者「較好收入」，給生產者的薪資或收購價格都是高於一般其他生產者，這一點與臺灣受認證之公平貿易導向社會企業提供給生產者的正向影響相符；在產地遇到嚴重天災時，公平貿易導向社會企業會尋找資源協助生產者重建；也有公平貿易導向社會企業將收益部分回饋給生產者進行公共建設，依據生產者討論出的需求，建造水塔、輸水設備等建設，此點與公平貿易認證系統中的「社區發展金」用途相當；另外也有公平貿易導向社會企業提供類微型貸款，讓生產者無息申請，通常生產者會使用其建造供水系統、購買肥料及菜苗。

能力層面包含以下正向影響：**培力、培養生產者自主性、有能力協助他人、協助產品開發**。公平貿易導向社會企業多會帶給生產者「培力」課程，例如農民知識教育、技術教育，生產者也感受到教育的重要性，並認為自己在工作過程中學到許多、甚至更有自信。除了生產者教育之外，部分社會企業將培力範圍擴展到產地的大學生，或是生產者的小孩上，都希望帶給產地更多的可能。而當生產

者與社會企業合作穩定之後，社會企業也會製造讓生產者有幫助他人的機會，或是生產者自行有協助別人的念頭產生。最後，也有公平貿易導向社會企業協助當地研發新產品，新產品販售價格高，也間接讓生產者獲利增加。

關係層面包含以下正向影響：**開拓資源、與外界接觸**。在生產者與社會企業的合作中，除了直接地對生產者的協助，也會在生產者有需要的時候，為其開拓資源，找尋人脈來幫忙協助；也或者在培力的過程中，讓生產者找到其他能夠為他們帶來益處的人脈關係；或者因為社會企業較特殊的環境，讓原本地處偏僻、資源較少的生產者，因此有了與外界接觸的機會，有的時候為生產者帶來機會，是為他們打開一扇窗，讓他們看到更多、視野更廣，對自己可能做到的想像也會更寬廣。

第三節 未申請認證公平貿易模式對利害關係人之負向影響

公平貿易導向之社會企業模式中，除了能讓生產者與社會企業端得到許多益處之外，也會為其帶來一些負向影響，包含了對其的限制與困難，本節將會分別對社會企業與生產者端的訪談結果進行分析，本研究在兩造之下皆分別歸納出物質層面及關係層面中所遇到的難關。此節之負向影響，並不特別針對因為未申請認證，而衍生出的負向影響，依據受訪者的回答，有可能未申請認證是為成因，亦可能不是。

壹、對公平貿易導向社會企業之負向影響

一、物質層面

（一）缺乏行銷

在上一節公平貿易模式對公平貿易導向社會企業的正向影響中，有一項是公平貿易模式有益於行銷，可知公平貿易模式有機會能以故事行銷來推動產品，但部分社會企業並沒有著重在行銷上，其中一個原因是欠缺行銷規劃，S1 受訪者表示，知道自己的社會企業整體欠缺行銷，行銷需要主動、有策略，但他們的做法是比較隨緣，有合作機會就接受，沒有成功就結束，過程中有許多合作沒有成功，但是仍不希望用一般公司的方式去面對。

因為我們沒有去行銷，我們是欠缺，我們整體欠缺行銷，那行銷你就要有策略，你就要主動，那我們是完全沒有這個東西，雨林咖啡的銷售跟印尼的事情，其實我們是非常隨緣的，事情來了那就承受啊！緣份來了那就成，沒有的就消失，我們多少合作者就消失掉了，就是讓它自然一點，所以我們不會

用一般公司的型態去面對我們整體啦！一般公司它會很嚴格的…(S1，130，1-5)

S1 受訪者也坦承，應該可以將社會企業在做的事、產地發生的事情整理成動態的櫥窗，讓外界瞭解，但目前並沒有這樣做。

我覺得啦！我覺得比較不那個話，我其實應該把它弄成一個動態的一種櫥窗，讓別人知道我們在幹嘛，以及那邊在幹什麼。（S1，90，3-5）

S1 受訪者表示，目前的可以看到關於該社會企業的網站和臉書專頁都不是自己成立的，是朋友幫忙，他自己很少是用臉書專頁，甚至沒有看過該網站。S1 受訪者認為，自己心境不好、身體狀況也差，如果有多餘的人力就可以交代員工做事，但是目前的員工只有家人協助包裝咖啡豆，沒有安排人力處理行銷相關的事情。

那所有網站、臉書都不是我弄的，我不會去弄那種東西，那網站也是，我也沒有上過那網站。（S1，92，1-2）

對，會通知到我的手機，但我幾乎 PO 過一兩次東西，但都是他們自己 PO 這樣，但是我就沒有想要去…可能我心境不好吧！然後又累，其實我知道應該怎麼做啦！那我的狀態，如果我有員工我就交代，可是我也沒有員工，我員工包咖啡其實每個禮拜到現在還是一樣的，家人，對啊！所以我好像就沒有去處理行銷上面的事情。（S1，95，1-5）

S3 受訪者也提到本身人力不足，所以無法與消費者溝通，他們會讓通路知道自己在做的公平貿易模式，但是直接和消費者溝通的通路是否會讓消費者知道，則是讓其自由選擇，也不太重視有沒有講，因為他認為和消費者溝通並非社會企業的重點。

理論上應該是要讓他們知道，可是因為我們人很少、人力很少，所以不太做跟消費者溝通這件事情，可是當然我們會讓我們的客戶知道，那我們的客戶他要不要讓他們的客戶知道，那就他自己選擇。（S3-1，200，1-3）

其實我們沒有很介意，沒有很重視他們到底要不要講啦！因為跟消費者溝通從來就不是我們的重點。（S3-1，204，1-2）

問道是否不曾想過建立品牌形象？S3 受訪者直言不想，因為如果要建立品牌，接下來就無法把這些轉移給生產者，因為生產者不可能繼續做品牌。

不太想。（S3-1，206，1）

這就是我講的我們 OO 並不是希望說我 OO 越長越大，不是這樣啊！如果我要走品牌這條路，我們沒有辦法把東西轉給我們的農民，因為他們不可能做。（S3-1，207，1-2）

問道會否把自己的公平貿易模式中好的部分拿來行銷，S2 受訪者表示，有機會會在臉書專頁上讓大家知道，但如果每件事情都要說滿累的，因此不會一直說。

就是有機會我會說，可是就不會一直說，因為也很難啦！就是可能會在 facebook 上 promote 一下，可是也如果做每件事都需要去特別講，也是有時候是有點累啦！（S2-1，1，1-3）

相較之下臺灣受認證的公平貿易組織做了較多的公平貿易推廣，其中像是繭裹子推動了公平貿易活動，包含了紀錄片放映、講座、工作坊、市集、服裝秀等等，以多元的方式，結合國際品牌舉辦活動。

2017 年第一次集合了臺灣、香港、英國 10 個品牌舉辦 Fashion Revolution Taiwan 活動，雖然是很小規模的活動但是一天內完成了一場紀錄片、三場講座、一場工作坊、綠色時尚市集、二手衣交換、綠色時尚服裝秀。（繭裹子，2017）

（二）影響力小

若公平貿易導向社會企業的規模較小，即使做的事情很好，沒辦法把影響擴大。

他出發的意義絕對是很好的，但是我一直也很遺憾就是說，他還是沒有把這個雨林咖啡的公平貿易做大，他那個影響的層面只有那幾個，少數的幾個，所以說沒有辦法去帶動怎麼樣的一個，比較有機的，或是關懷的這個風潮，困難度會比較高。（于立平，2014b[11]）

S1 受訪者表示，他的規模很小，只能與不到 20 位生產者做買賣，除了總量較小，S1 受訪者表示，訂貨時間較機動、無法固定，綜合兩個原因，他無法給生產者最完整的承諾，以預定下半年與生產者的訂量。所以生產者有機會在作物收成好之時，直接賣給當地能夠快速收購的買家，以便直接拿到現金，對生產者來說，直接拿到錢是最好、最穩定的買賣方式。

好我跟你說這裡面有一個關鍵就是說：我們的量不夠大，如果今天你量體夠大的話，我跟你說我們現在的量體喔！即便說我們跟第一年已經有所成長了，我們現在一年也差不多 7、8 公噸。一個農民如果說不要太誇張的話，一

[11]引用自東勢農民黃德雄發言，影片時間：08:07-08:35

個農民一年大概可以有 500 公斤，所以我們不到 20 個農民，就可以滿足我們一年的量，以至於你可以想像我們的小。（S1，2，1-5）

那我們量就是我預估，如果一年進兩次的話，就把它分著進這樣子，所以我們都是機動性的，我們都是在這半年之內，決定下次要買的量的多寡，所以並沒有辦法給他們一個完整的承諾啦！（S1，5，3-5）

因為我們比如說叫的時間不一定啊！可是他們咖啡都出來了，他等我們？而且他們有時候為了現金，他們要一直等我嗎？他們直接賣出去 cash 就來了啊！對他來講是最立即，在當地的收購網裡面可以完成，對農民的思考來說，能夠最快換到錢就是最好的。（S1，3，1-4）

因為總量較小、訂貨時間亦無法固定，S1 受訪者表示，若他想對產品進行改善或調整時，就無法要求生產者配合進行，例如希望生產者可以只採收全紅的咖啡果實，產出的咖啡豆品質會較好，但是因為 S1 受訪者收購的量不夠大，即使增加 10%的收購價，仍無法說服生產者照著指示進行。

但是我知道如果說如果那 30％都是全紅的話，它的咖啡的 quality 會往前跳，可是當地不是一個講 quality 的。那像我們這種買家又太小，如果我們大一點的話強制的那個…因為你就是每天採下來的十分之一就是你的工資，所以這個問題要怎麼解決呢？我現在還是沒有辦法解決。（S1，19，1-6）

我已經講了很多次，我說我再加 10％的錢給你們…請你們…做不到，因為我的量太小，我的控制力不夠大。（S1，20，1-2）

對 S1 受訪者來說，規模大小決定了許多事情，若規模是能夠收購 7、80 噸的咖啡豆，社會企業便能設處理廠、聘請更多工人，但是目前量體只有一年 7、8 噸，因此想做的事情便會受到限制。

如果我規模大對我來講根本沒什麼，我就設一個處理廠，我就聘工人什麼的，我現在一年 7、8 噸，如果我們到 7、80 噸，我們可以做所有事情，可是我們大概這幾年就是這個量，所以規模真的會決定太多事情（S1，44，1-4）

（三）國際市場價格持續上漲

S1 受訪者表示國際市場的價格持續上漲，開始營運社會企業的十年來，價格已經從一公斤台幣 90 元漲到 250 元，是一開始的 2.7 倍，導致即使自己和生產者合作的模式是每公斤多給一些錢，都變得沒有意義，因為漲幅太大了。

這裡面又講到咖啡豆的價格，我 2008 年第一次去問的時候台幣九十塊，100 塊已經買到不錯的，10 年來，到早上我還在付錢喔！現在漲到 1 公斤 250 塊。（S1，28，2-4）

所以 2010 年開始，自從我進場之後差不多價格就一直漲，所以你再去追加一個人，我給你多 5 塊錢的這種，我覺得沒有意義了，我 2012 年的時候就覺得我去追加那一點點錢給你沒有意義。（S1，32，1-4）

然而，S1 受訪者表示，國際市場的價格漲價，但他們賣給消費者的咖啡豆沒有隨之漲價，進而讓他們的收益降低，也壓縮到對生產者的回饋能力。

而且坦白說這個價格一直漲，其實有壓縮我們回饋的能力，因為我們都沒有漲價的。（S1，67，8-9）

（四）生產者期待實質回饋

S1 受訪者表示，當地許多生產者都知道他們是友善的收購團隊，會主動接洽，但是向他開的收購價會比一般高，S1 受訪者認為若只是多給一些錢，並不是真正公平貿易的意義與做法。

就是我覺得說即便我那麼小，可是我們在當地還滿出名的，就是 Anggi 她常常接到電話啊！說你們要不要買我的豆子，因為他們知道我們是友善的收購團隊：臺灣那個，在當地只要提到臺灣那個，他們就覺得說…所以這也是我後來不想直接發錢的原因，我嚴重的變成了聖誕老公公，每個人遇到我咖啡開的價格就自動跳一級，然後每個人都說只要是臺灣那個他們很好，到後來我覺得說這是 fairtrade 的意義跟做法嗎？我覺得不是。（S1，47，3-8）

S1 受訪者表示，在產地咖啡販售競爭激烈的狀況下，即使他已經跟生產者談好價格，生產者有可能隔天便抬高價格，且如果有別的買家給更好的收購價，生產者便會直接賣出，純粹以價高為考量。

現在大家要搶咖啡，根本拿不到咖啡，然後我今天跟你談好的，他明天又再漲，然後他有更好的價錢，他馬上賣他不會理我的。（S1，82，2-3）

S1 受訪者希望用農民教育來改善生產者的生計，但是生產者並不感興趣，他們認為只要用更高的價格來收購咖啡即可，對於其他較不立竿見影的合作模式，還沒有合作的動力，甚至會直接吐槽 S1 受訪者，不理解他為何辛苦推行農民教育，但是 S1 受訪者還是不希望放棄。

就像我剛剛跟你說的，我想要田間推多樣性種植，沒有農民有興趣，就說你就用高價買我的咖啡，因為我就只想要錢，他們還沒有合作的動力。（S1，61，10-12）

對，這裡面很重要是…我也不能這樣講啦！就是價格一直漲，他們就直接吐我啊！啊我就只要你買我的咖啡就好啦！為什麼要那麼累去弄那個，我還是會想要做啦！（S1，27，1-3）

（五）花成本

因為希望能給生產者好的回饋，加上國際市場頻頻漲價，S1 受訪者表示，購買咖啡豆的成本佔了營業額的三分之一，成本非常高。

還是一樣啊！所以我們每年買咖啡豆價格，佔了我們…假設說我們營業額是 x 的話，我們買咖啡豆就是三分之一 x，咖啡豆本身喔！這是一個很恐怖的數字。（S1，33，1-3）

另外在公平貿易上，公平貿易社會企業也期待給予消費者高品質的產品，S2 受訪者即表示，他們願意付出高價買較好的原物料。

對對對，而且我們還願意給更高的錢去買布，等於說我們布花了非常多的錢，那個布的錢基本上跟臺灣買有機棉的布差不多。（S2-2，28，1-2）

S1 受訪者認為，在公平貿易上無法輕易降低成本，只能在較無關緊要的部分降低成本，例如包裝材料，但是在產地給生產者的收購價或是雇工的薪水是無法縮減的，也因此可看出，公平貿易社會企業與一般企業的精神有所不同。

對，績效，你要怎麼樣…你要 cost down 什麼什麼，Fairtrade 怎麼會 cost down？Fairtrade 你只能在比如說包材這些東西你可以去…因為那是不重要的，那你在產地怎麼會有 cost down 這種事情，所以它的精神應該就跟一般的企業不一樣了。（S1，131，1-4）

二、關係層面

（一）難找到合適夥伴

在公平貿易社會企業上，很需要找到理念相合的生產者、工作夥伴、合作組織，或是原物料供應商，才能夠在過程中順利進行營運，或是做許多能對生產者好、符合公平貿易的模式，但是在過程中常常遇到難關，其中也有可能會受騙：

我也會焦慮，會害怕啊！我不知道我這個舉動是不是犯了什麼禁忌這樣子。包括我們咖啡的買賣也是，因為你是去牽動他們一個不流動的產銷結構這樣。（有被騙過嗎？）有，（很多次嗎？）我想這就是公平貿易真實經驗的累積（于立平，2014b[12]）。

S1 受訪者提到曾經受騙的經驗：在產地的第一級採購者，原本承諾會將他收到的咖啡收購金額中的 5%給生產者，結果並未提供，也因此 S1 受訪者改變方法，直接更靠近產地認識生產者，以其中一個生產者作為窗口，向村子購買咖啡豆。

第一年我們是讓就像你講的那個狀況，就是 first collector 他承諾 5％ 那個，後來我們馬上就發現了啊！他根本沒有給，那怎麼辦呢？所以我們第 2 年買

[12] 引用自雨林咖啡創辦人吳子鈺發言，影片時間：01:52-02:14

的時候，我們就跟村子的，就找到一個特定的村子，那也認識了村民，就是農民，然後就跟這個人買，就跟村子買的意思。（S1，9，10-13）

或者是他們跟我講有給，其實他沒給啊！這是最多的狀況啊！（S1，8，1）

對 S1 受訪者來說，在產地要找尋一個能夠信任的人非常難，其中在產地協助收購咖啡豆的合作者便換了非常多次，好不容易換到比較踏實的合作者，協助 S1 受訪者做了許多生產者回饋，但是該合作者近年來財務狀況有問題，也向 S1 受訪者借了幾次錢，S1 受訪者表示十分擔心若該合作者撐不下去，接下來再找下一個可信任的合作者會很困難。

對，我這個合作者它是我們找了…我們中間換過 N 個合作者，後來發現這個人是比較踏實的，每次我們做回饋的時候他也會幫我們，可是他這幾年財務又出了狀況，他有點破產，他跟我借了好幾次錢。（S1，43，1-3）

我很擔心，我在找一個信用可靠的人真的很難。（S1，44，1）

找到可信任的合作夥伴已經很難，S1 受訪者提及產地合作夥伴遇到生病的難關，因為合作夥伴是在當地一切的執行者，他生病使其得產地的回饋上，很多事情無法執行，需要中斷，包含和香港大學的合作，S1 受訪者擔心當地合作夥伴因病身體太勞累，若是身體垮了，接下來就算可以換人再繼續做，也會是和現在不一樣的方式。

因為我剛才說的，就 Anggi 她長瘤，她去開刀，在馬來西亞，那坦白說她是一個…就是我要發動什麼事情，因為她是執行者，所以她其實身體出狀況，會影響到我們的就是我剛講的這些事情。（S1，71，1-3）

我其實去年港大有再要求，然後我就跟她討論，我就說真的還要嗎？因為我其實很害怕如果她垮掉的話我們等於...可以再繼續做，可是那東西一定很不一樣。（S1，72，1-3）

除了像上述合作夥伴有困難時，想要進行的事情可能會中斷之外，S3 受訪者則提到，因為人力不足的因素，希望在菲律賓為當地婦女培力而開設的美甲店需要延期。

後來改到明年了，人力不足。（S3-1，223，1）

在發展中國家產地進行工作，需要能夠符合當地文化會做得更好，因此有合適的當地合作夥伴十分重要，S1 受訪者提到，其實他也可以不透過當地夥伴，自行在產地做產地回饋的接洽，但是因為當地合作夥伴不只是他的執行者而已，他也會與其一起討論、聽取合作夥伴的意見，因為他是當地人，另外合作久了，也比較瞭解 S1 受訪者的想法，由此可見好的合作夥伴會扮演相當重要的角色。

那這個東西也是 Anggi 要扮演一個很重要的角色，因為她早期也是從這個團體出來的，她也是蘇北大學生物系的，所以她其實，她的身體不行的話，我也是會卡到啦！那我不是說不能直接跟這個聯繫，其實也是可以，我每次有什麼計畫我會聽她的意見，我在去年之前我其實還是不斷地說，我們來做什麼、我們來做這個做那個，那常常她會直接否決啊！以她一個印尼人，而且她比較瞭解我真正在想的事情。（S1，125，8-14）

S2 受訪者也表示，目前有非當地人的朋友或志工在產地短期地協助工作，但期待可以找到適合的當地合作夥伴，是可以受過良好教育、懂得經營管理，也願意交通移動去買原物料，這樣比較能展開長期的合作，但是對尼泊爾當地婦女來說，卻不是一件容易的事情，因為她們會認為交通移動就是旅行。

我現在缺一個在當地的 coordinator，因為我其實現在很多都會依賴朋友，或是志工，像現在有一個志工已經做第二個月了，可是現在他都是出貨啊！郵寄啊！品質控管都做得滿好，就是滿積極的，但我現在缺一個當地女生幫我做這件事情，就是一個有受良好教育，又懂得經營管理，然後她又願意趴趴走，因為有時候會需要去哪邊買料幹嘛幹嘛，我現在就是缺這樣的人才，我想要找一個尼泊爾人來做這件事情。（S2-1，16，1-6）

長久啊！長久在那裡，然後她是要具備…有時候尼泊爾女生你要他出來工作可以，她可以定點工作，可是你叫她要常常移動，到哪裡哪裡，她就覺得這是 travel，一個女生沒有辦法一直移動。（S2-1，17，1-3）

另外在培力上，S1 受訪者也表示，找不到有技術的農民持續到產地進行教育，因此農民教育做一陣子之後也暫停了。

第二個是田間技術的部分，田間技術坦白說這是對我來講最困難的，因為要找到…哪有人閒閒給你每天這樣找，果樹的這個剪枝其實臺灣夠格的人又不是很多，說真的它對我來講最最最困難，所以其實後來我們有停掉了，因為我找不到適當的那個啊！（S1，26，6-9）

對於要帶給農民新的技術方面，研究者提問是否可以讓持續合作的契作生產者先試做，若成功了便可以成為楷模，讓其他生產者效仿，S1 受訪者表示該契作生產者年歲已高，對他來說嘗試新的技術太辛苦，但他又是唯一可完全信任的生產者，在當地要信任一個人需要經過很長的時間、很多事情累積，因此還找不到可以先嘗試新技術而作為楷模的人。

76、7 歲了，他如果年輕個 20 歲的話，他 76、7 歲，我實在覺得太辛苦，但他是唯一我們覺得信任的，在那個地方你要對一個人完全的信任，要經過好多好多事情。（S1，62，1-3）

除了收購咖啡豆之外，S1 受訪者一開始創立社會企業的目的是希望可以做雨林保護，他花費兩年的時間尋找當地幫助雨林的組織，與許多組織談過，但發現許多領導人都有問題，因此尚在尋找適合的合作單位。

有一些，其實最主要的是，我很想改變啦！因為那部分主要是雨林的部分，我們前幾年有兩年多的時間，一直想要找一個好的組織，去做實體的事情。（S1，113，1-2）

還在找，我們有談過很多，可是後來發現，那領導人都有問題。（S1，114，1）

在公平貿易導向社會企業合作中，有其品質的要求，S2 受訪者表示，一開始的原物料供應廠商供貨不穩，而且表現的就是單純的商人，無法符合他的需求。

他的供貨也超級不穩，然後那個合作的廠商我就沒有那麼喜歡，因為我就覺得他就是商人。（S2-1，19，8-9）

除了在產地找到可信任的合作生產者或收購者很難，S1 受訪者也表示，他缺少一個同質的人可以一起討論、分享經驗，只能自己思考可以如何回饋產地，或是解決問題。S1 受訪者提到，之前雖然有跟不同的人以不同形式合作過，但是都沒有很成功，他認為也許適合的合作對象尚未出現。

我覺得我主要是要在...因為沒有人可以討論你知道嗎？因為沒有人可以說經驗的跟我一樣有同質的，同個質地的經驗可以分享，所以每次都是我自己一個人想這樣子，那跟我印尼那邊的人討論。（S1，67，3-5）

就那個人我希望...我之前有跟不同的都有合作，可是後來都並不是說，事情有往前進，那我覺得說不定那個正確那個人還沒有出現這樣。(S1，123，1-2)

S3 受訪者則表示，很難找到適合的工作夥伴，可能因為工作環境不在市中心，或因為該社會企業較為低調，或也許因為在做的事情是複雜而多的。

應該是我們還沒有找到好的人，我們最近有在討論這個問題啊！就是我們為什麼找不到好的人，可能是第一個我們地處偏遠，第一個是這樣。第二個可能是我們太低調了。（S3-1，237，1-3）

對啊！OO 做的事情太多了太雜了。（S3-1，238，1）

（二）花時間心力

未申請認證的公平貿易導向社會企業，因為沒有像受認證的社會企業一樣有強大的網絡，創業初期都是從對生產者進行培力開始，S2 受訪者便表示，受認證的公平貿易社會企業會直接跟已有規模的生產單位合作，不需要煩惱生產線的問題，但是他們需要從培養生產者團隊開始，因此花了很多精力，便較無法費神進行對外的組織連結與合作。

因為像繭裹子的形式，他們是不用去管生產線，因為他們是跟不同的生產單位合作，那我們是從培養一個生產團隊開始，所以那個真的花很多精力。(S2-2，11，5-6)

只是說在前期因為…我覺得在前期比較不一樣的是因為，我們是從生產者，我們去培養一個生產團隊，所以我們花太多精神在這一塊，那很多外界的組織連結還有合作，這個就相對沒有精力去弄那些東西，還有市場開發這些。（S2-2，4，26-29)

S1 受訪者也認為，因為他從產地開始與生產者聯繫，需要處理許多當地脈絡的問題，不像一般的商業模式，他需要多處理許多產地人、事、物的狀況，但是一般的出口商，都只要付錢收購咖啡豆就好了，通常不瞭解產地的狀況，相對較單純，這樣的模式雖然會有困擾，也讓他更加瞭解產區。

所以我跟你說，像我們這種全包式的 Fairtrade 喔！煩的事情太多了。尤其當地的脈絡的問題，如果我只跟那些輕鬆的拿那個的話…我只要狂賣就好了，我根本不用管他產地的任何人事物啊！可是現在產地的每一個人事物都直接回報到我這邊，那我就想說，啊我現在要怎麼做？（S1，44，6-10)

對，他們在商業模式裡面，可是我們這個不純粹商業模式，就是說產地的事情會產到我們這邊來。（S1，84，1-2)

對，我相信任何只要跨進產區的人遇到困難都跟我一樣，不是只有我，只要你是跨產區的，那你跟出口商比的話，出口商根本不知道前面這些事情啊！他只要拿了有錢拿到豆子就好，那前面產區有大大小小不同的事情的時候，

它對我們來講到底是一個困擾呢？還是一種我們更理解產區的…都是吧！（S1，89，1-4）

與生產者直接合作有哪些需要花心力的地方呢？S1 受訪者舉例，即使他發現了可以改善作物品質的方法，也很難讓生產者做到，花了很長的時間也無法做到。

可是你的品質要更好的話是什麼呢？請你採豆子的時候，請你採全紅的豆子，全 cherry 的做不到，一直到現在我講話的時候都還做不到，我氣死了，大概只有我契作的那個爸爸做得到。（S1，16，8-10）

S1 受訪者也提到，每年需要花很多時間調整咖啡豆的味道，咖啡豆因為氣候的關係品質也會不好，S1 受訪者表示，自己需要花很多時間來處理產品與人的問題。

那每一年我都要花很多時間，像我們去年的水洗豆，八月進來的那個，哎怎麼調都調不到那個味道，一直到這個月才…可是也快用完了，我後來才發現說…其實是去年整個，他們豆子的品質全部都不好，跟氣候有關係，所以我花了很多時間要處理這種，人的啦！產品的啦！然後我的人呢又去年去開刀兩次…（S1，39，6-10）

除了花時間在生產者與作物之上，S2 受訪者提到了原物料供應商，他花了一年多才找到適合的原物料。

因為我之前有大概一年的時間是為了找布料所苦，就是覺得說找不到好的原物料，但現在就是搞了一年多才被我找到好的有機棉，我覺得這是最大的突破。（S2-1，19，5-7）

找到了適合的原物料供應商之後，S2 受訪者表示，仍然要需要很有耐心等待布料的生產，甚至需要扶植上游供應商，一切都很辛苦、很不容易。

確實滿辛苦的，它確實沒有那麼容易，因為其實光是我們的那個有機棉的布料，它真的…我們彼此都要很有耐心，去等那個布料去生產啊！然後還有去…我們也是扶植上游廠商。（S2-2，19，1-3）

公平貿易模式要如何扶植上游供應商呢？S2 受訪者表示，和該供應商有長期的訂單，在過程中遇到許多問題，都不能取消合作，例如他們遇過重大天災，供應商工廠停擺，無法染布交貨、工廠資深員工離職，需要等待供應商重新培訓新人、原物料供應趕不出來等等，因為社會企業和供應商是共生關係，若供應商遇到困難，社會企業可以與其一起討論如何解決，是否有他們可以協助的解法，希望可以成為共同成長、共同支持的關係。S2 受訪者認為，做織染，手工織、手工染的供應商會越來越沒落，但品質很好且有其價值存在，他希望即使花時間、沒有效率，也能夠堅持使用。

就是說我們跟他長期的訂單，然後我們中間也遭遇到大地震，他整個工廠停擺，沒有辦法染布，我們也遭遇到他最資深的員工離職，然後他要重新培訓新的人，然後他的布料趕不出來，我們也不能說把他 fired 掉，就是我們是共生關係，那所以呢我們要跟我們上游的合作的廠商，織染工坊，我們要保持很好的一個共生，就是說喔你遇到什麼困難，那我們可以怎麼樣解決，你的布料在一個月內沒有辦法給我，那你什麼時候會給我，還是你有其他的布可以提供給我，你現在人員流失了，你布料亂七八糟沒有人整理，我們是不是可以未來派實習生去幫你做這些事情，所以就是共同成長，然後一個共同支持的一個關係。那因為他的產業相對也是會越來越沒落，就是織染，手工

織、手工染，那為什麼要…一定要用這麼很難搞到的布，就是因為他真的有他的 value 在，然後他也是品質很好，只是說 takes time，沒有辦法很有效率的，可是這也是我們堅持的原因。（S2-2，20，11）

（三）依賴創辦人

社會企業的人力通常較少，創辦人有較大的決定、調節事務的權力與功能，在訪談中可以瞭解到，創辦人扮演著極其重要的角色，導致如果創辦人生病或是不在產地，很多事情便無法處理。S1 受訪者提到，因為自己身體不好、需要休息，產地的回饋便停止了，

去年我就跟他們說先停先停，那剛好我也需要時間休息啦！因為我身體不好很多因素。（S1，37，1-2）

從去年八月開始，然後去年我也…我這輩子第一次住院，我肺炎，那整年身體都不好，所以為什麼我們會停。（S1，97，5-7）

S1 生產者表示，因為去年自己和產地的當地員工都身體狀況不好，所以他希望可以多留時間給自己，產地的回饋就順其自然。

就像我們去年 Anggi 也生病，然後我整年度…其實從前年就不好，所以我覺得停下，我那陣子也覺得我寧願…而且我不太想碰咖啡這種，我寧願自己多看書，或者多運動，或多去體會什麼，就是該有事情出來會讓我們做的時候…因為這是之前的經驗，我們絕對就會 follow 那個，所以我們不是說，欸每年一定都有那個，我是很害怕跟抗拒那種東西的，我寧願比較自然一點，啊我們兩個去年身體都爛到一個程度。（S1，97，9-14）

S2 受訪者並非一直待在產地，他提到有許多事情還是要由他決定，如果不在就會很慘，另外有許多想做的事情，他覺得自己一個人做不來，希望可以除了生產者之外，也培養一些當地的管理人才。

如果我不在就會很慘，我還是要在，因為很多東西還是要由我決定。(S2-1，19，1)

那只是說我覺得我一個人真的是做不來，所以我才想要培養一些中間的人才、尼泊爾的人才。（S2-2，55，2-3）

S3 受訪者則近一步認為，以社會企業來說，整體經營和創辦人有很大關係，創辦人不在就會消失，因此執行工作時都不是以永續為目標，而是以解決問題，讓生產者自立為目標。

是對我們來講，我們的目標不是 OO 越做越大，OO 是可以消失的，因為做這種事情來講，以社企來講我覺得創辦人不在就會不在了。（S3-1，210，2-4）

對啊但我們沒有希望說要靠這些永續啊！我們不會這樣想，可是這些基本上這些問題解決，他們成長了，就是他們的。OO 不會靠阿里山的農民說我要永續經營，我們跟別的社企不一樣是在這裡。（S3-1，217，1-3）

對，那他也可以選擇他要不要做社企啊！他也可以做一般營利事業啊！只要活得下去就好，沒有說要永續啊！社企跟創辦人有非常非常大的關係。(S3-1，218，1-2)

（四）引來批評

不申請公平貿易認證，但是在包裝上標示自己是公平貿易，社會企業也招來質疑，讓多年來辛苦的創辦人灰心到萌生退意。

索性不申請國際認證標章，吳子鈺卻招來質疑，認為他的產品沒經過認證，不能算公平貿易，讓多年來勞心勞力的他，灰心到萌生退意。(于立平，2014b[13])

貳、對生產者之負向影響

一、物質層面

（一）回饋無成效

即使社會企業在產地進行許多物質回饋或是教育培力，也有許多無成效的例子。S1 受訪者提到，一開始進行物質性回饋，直接給錢、給東西，並沒有效果，他認為並沒有做到很重點的改變，因為生產者並不會因為物質性回饋而有觀念上的改變。

可是後來我的不爽在於說，直接給東西齁...給錢齁它其實沒有什麼效果。(S1，12，14)

對，他不會去思考，他主觀的那種改變的那種...因為我們後來觀察到太多太多，應該要改變...就是很重點式的那種改變，都沒有。(S1，14，1-2)

針對後來進行的教育培力，S1 受訪者提到，例如讓大學生國際志工到當地教生產者製作火箭爐，接受度很低，他想了許多農民教育的願景，有一些失敗了，

[13] 引用自旁白發言，影片時間：04:55-05:07

例如希望讓生產者在田間種植許多作物，以增進田間多樣性，這些多種植的作物也可以再成為生產者的額外經濟來源等等，但是沒有生產者支持。

有啊！可是接受度坦白說很低。（S1，24，1）

我有一套整個農民教育，或當地教育的圖像，那有的 failed 了啊！（S1，61，9-10）

所以我要做真的要怎麼做呢？我要讓他們去開始在田間種別的東西，我們瞄準了好幾樣，比如說臺灣的聖女番茄啊！草莓啊！然後菇類從木耳開始，木耳是比較簡單的，然後他們先給自己家裡吃，然後如果有餘量先拿到當地的市場賣，然後慢慢的去體驗一個真的合作社是怎麼弄起來的。我還想推養蜂、多樣性種植，就是你可以增加自己家戶的生產，你也可以豐富當地的多樣性，那重要田間的多樣性可以出來，生態跟經濟方面都可以。結果，沒人要理我。（S1，26，14-20）

而對於提供當地大學生獎學金的成效，S1 受訪者提到他追蹤了拿到獎學金的學生之後續發展，原本期待他們能成為環境的捍衛者，但是迫於生計，其並沒有走向與環境保護相關的路上，但他認為情有可原，和幾十年前的臺灣是相似的狀況，生計一定優先於理想。

所以這造成了我不斷在思考這個問題。我們獎學金這些學生，很多賣車子的啦做直銷的，其實我後來追蹤了一下覺得…哎！我本來希望他們成為環境的捍衛者，可是我不能強求，每個人都有生計，你生計這關過不了的話，所有

的環境其實都不可能你真正奮鬥的一個目標，幾十年前臺灣就是這樣，所以我能夠強求他們嗎？（S1，127，6-10）

S1 受訪者便表示，因為產地的變化很大，這兩年希望可以停下來，思考如何進行更精準的產地回饋。

對，就是我們其實已經不太…我們主要就是去構思說下一步的…嘖！因為產地的變化很大，變成說…我其實去年跟今年有點想要停一下。（S1，65，1-2）

不是不是，就是說我要如何進行更精準的產地回饋這樣子。（S1，66，1）

（二）初期收益較低

在社會企業與生產者合作初期生產者的收益較低，P1 便表示，之前過渡期很累，曾經有別的組織可提供較高的經費，他也曾想要離開。

沒有關係啦！以前怎麼樣，那時候我們也是一個過渡期，也很累，剛好那個時候剛好有那麼多經費，大家要分享也不錯啦！我說曾經我也有一段時間我想跑，要不是我當會長我大概就跑掉了。（P1，36，6-8）

P3 受訪者提到，如果自己沒有退休俸的話，初期只靠生產作物的收入撐不過去，因為轉作有機一開始很辛苦，其他生產者若沒有撐過比較辛苦的前 3 年，為了實際生活就會放棄有機，使用農藥，否則會沒有收入。

是啊！我坦白講如果說我沒有退休俸的話齁，我撐不過去啦！真的撐不過去。（P3，90，1-2）

主要就是說，做有機這條路噢！剛開始如果說你沒有撐過...大概你要成功的話大概也是 3 年以後，但是很多人，他為了實際生活，他沒有辦法撐過啊！所以他又用農藥啊！要不然的話他沒有收入啊！（P3，24，1-3）

另外透過社會企業與通路商進行契作的方式，P3 受訪者表示，因為合作種植長期作物，在作物還不夠成熟、尚未開花結果的前 3 年，都不會有收入。

它第三年才會開始，其實我種的部分已經開花結果啦！但是還不能採，因為他植株還不夠大，不行。（P3，60，1-2）

對，就賺不到。（P3，63，1）

雖然合作的初期會沒有收入，但 S3 受訪者表示，一般來說生產者可以向廠商預支 30～50%的收入，以購買肥料，因為生產者通常沒有現金。

一般他們會預支大概 30%到 50%。（S3-2，27，1）

一般是這樣，也不是說完全沒有收入，是他需要去購買肥料什麼的，那是一定要，可是你也知道，就是這些農民，是沒什麼現金的。（S3-2，28，1-2）

上述做法與 WFTO 給生產者的融資做法相似：而對於食物商品，公平貿易的買家須預先支付至少 50%合理利息的款項，讓弱勢的生產者可以免於生產成本的借款壓力（WFTO，2018）。

另外，臺灣受認證的公平貿易導向社會企業，也同樣提供了 50%的預先支付款給生產者，目的是希望可以和生產者形成長期夥伴關係，且能逐步讓生產者自立運作。

生態綠堅持每一筆交易都預先支付 50%採購款，與生產者形成「長期的夥伴關係」，使生產者組織透過長期的合作而逐漸成長、進入市場、獲得市場資訊，進而逐漸獨立自主運作，不需依賴援助（生態綠，2016）。

（三）介入後有好有壞

S3 受訪者認為社會企業對生產者的生活一定有差異，對其帶來的影響可能有好有壞，無法避免，因此會讓生產者自由選擇。

有很多的差異啦！差異一定是很多，可是你也不知道是好還是壞。（S3-1，148，1)

應該是說好壞都會有，你有好的影響可是也會，同時也會造成不好的影響，這是不能避免的。所以他們也是…我們也是跟他們說你可以自己選擇。(S3-1，149，1-2)

S3 受訪者教育生產者儲蓄來舉例，他表示教育生產者財務管理時，一定會教生產者儲蓄的概念，但是他認為儲蓄會改變生產者原有的文化，不能確定好不好，但是這樣的文化是目前社會主流，所以他會請生產者自由選擇，不會逼他們。

都一樣，可是儲蓄到底好不好，我也不曉得。（S3-1，158，1)

不是，我們當然會教，因為你在教財務管理的時候你一定會教，可是這個基本上是，在我的角度來講，我是覺得有一點會改變他原本的文化。（S3-1，159，1-2)

還是會做啊！因為社會這樣子，所以說這就自己選擇啦！我們也是會說這當然有好也有壞，就自己選擇，我們也不會逼你說你一定要這樣子。（S3-1，160，1-2）

二、關係層面

（一）需同時兼顧家務

P4 受訪者提到，家人支持其在社會企業工作，但是因為他需要同時兼顧家務，因此在去社會企業工作之前，需要早起先完成家務工作。

She said family supports it, but she has to wake up early in the morning to finish her jobs, do the job before she comes here, but other than that, family support it.（P4，17，1-2）

（二）從零發展

P2 受訪者提到，社會企業剛創立時非常辛苦，對生產者來說因為工作是全新的，沒有人確切知道要怎麼進行，也沒有技術，所以他們一步步地自我發展。

She is telling about how when they were starting, it was difficult because the work was new, they didn't know how to go about it. （P2，22，1-2）

And even when they started, nobody knew exactly how to start, how to do with fabric, they haven't done the sewing before, so they have to find work with new way, they have to develop themselves. （P2，22，6-8）

（三）與家人溝通

P2 受訪者提到，因為這是一個外國人來到當地開展的全新工作，生產者需要和家人、村落的人溝通這個社會企業在做什麼，也很難找到其他人一起工作，大家都不知道是否能成功。

And also they have to explain it to family member and all villagers what it was. And it's hard to find the member work in Dharti Marta also. And then there was a risk involved because a new kind of job, a foreigner coming to start it, they wouldn't know if it's succeed or not, so they have to overcome that to start to work here（P2，22，2-5）

參、小結

本節主要討論未申請認證的公平貿易模式，對於社會企業及生產者的負向影響，其中對公平貿易導向社會企業之負向影響，依據受訪者訪談之歸納，分為物質層面及關係層面兩個譯碼。

其中物質層面有以下負向影響：**缺乏行銷、影響力小、國際市場價格持續上漲、生產者期待實質回饋、花成本**。公平貿易導向社會企業能用故事行銷來推動產品，但部分社會企業並未著重在行銷上，原因包含欠缺行銷規劃及人力不足，或是考慮到做品牌行銷之後較難轉手給生產者讓其自主運作。另外，公平貿易社會導向社會企業若規模比較小，會遇到的困難有：無法與生產者確認收購時間及訂貨量、希望調整生產者作物品質時無法要求生產者等等，希望做的事情因為規模小而有所限制。而作物在國際市場價格持續上漲，也間接壓縮到公平貿易導向社會企業的產地回饋。「生產者期待實質回饋」指的是生產者知道公平貿易導向社會企業給的收購價較高，會直接向他開高價；而希望對生產者進行的培力模式，會因為生產者只期待拿到實質的金錢回饋，非緩慢的教育，而難以推行。最後，在公平貿易模式中，由於要給生產者好的價錢，或是希望帶給消費者較好的原物料，公平貿易導向社會企業在實行公平貿易模式時，需要花費較高成本。

關係層面有以下負向影響：**難找到合適夥伴、花時間心力、依賴創辦人、引來批評**。公平貿易導向社會企業需找到理念相合的生產者、工作夥伴、合作組織，或是原物料供應商，才能在過程中順利進行營運，會因為以下因素遇到難關：在產地找到信任的人很難、合作夥伴身體狀況不佳、人力不足、找不到適合的人及合作單位。另外，許多公平貿易導向社會企業都是從產地開始培養生產者，需要勞心勞力的事情很多，包含產品味道調整、原物料供應商的扶持等等，大多是一般貿易商或受認證的公平貿易組織不會遇到的問題。社會企業的人力通常較少，創辦人有較大的決定、調節事務的權利與功能，在訪談中可以瞭解到，創辦人扮演著極其重要角色，導致如果創辦人生病或是不在產地，很多事情便無法處理。最後，因為未申請認證但標榜自己做公平貿易，未申請認證的公平貿易導向社會企業也會受到質疑。

而針對公平貿易模式對生產者之負向影響，依據受訪者訪談之歸納，也分為物質層面及關係層面兩個譯碼。

物質層面包含以下負向影響：**回饋無成效、初期收益較低、介入後有好有壞**。公平貿易導向社會企業在產地進行許多物質回饋或是教育培力，也有許多無成效的例子。提供物質回饋無法讓生產者得到觀念上的改變，也有些教育培力並不得到生產者的支持，或是見不到期待的成效。另外，在社會企業與生產者合作初期生產者的收益較低，因為一開始還在培育的過程，無法先有穩定收入。也有公平貿易導向社會企業坦言，介入生產者的生活有好的影響，也一定有壞的影響，因此會讓生產者自由選擇。

關係層面包含以下負向影響：**需同時兼顧家務、從零發展、與家人溝通**。生產者在工作之餘同時須花時間兼顧家務。也因為公平貿易導向社會企業對產地來說是新的工作，需要從頭開始學習，並需要與家人溝通工作內容。

第四節 對公平貿易認證系統之看法

本節透過整理未受認證之公平貿易導向社會企業對公平貿易認證系統之看法，希望瞭解公平貿易認證系統對其來說是否為必要途徑，分為正向及負向兩種看法。本研究透過質性分析工具 MAXQDA 軟體，統計出受訪者對於公平貿易認證系統之觀點分佈比例（如圖），其中正向觀點被提及有 16 個語句，佔 61.5%，而負向觀點則被提及 10 個語句，佔 38.5%，正向較負向為多。

圖 4-1、對公平貿易認證系統之看法分析

資料來源：本研究

壹、正向

本研究透過質性分析工具 MAXQDA 軟體，統計出受訪者對於公平貿易認證系統之正向觀點分佈比例（如圖 4-2），其中「貢獻良多」與「考慮申請認證」之被提及討論程度最高，各有 5 個語句，各佔 31.3%，「認證申請中」則有 4 條語句，佔 25%，最後是有 2 條語句，佔 12.5%的「提供工作提醒」。

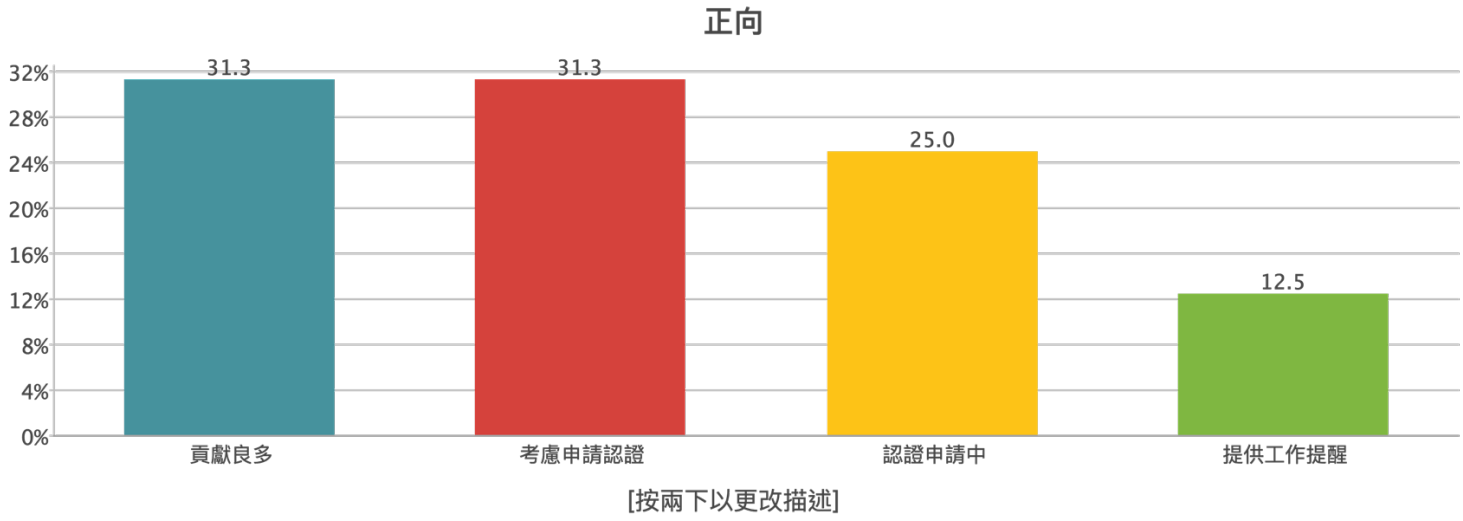

圖 4-2、對公平貿易認證系統之正向看法分析

資料來源：本研究

一、貢獻良多

對於國際公平貿易系統，S2 受訪者認為他成功保存了許多第三世界國家的傳統手工藝，協助這樣的技藝再設計、再開發，是很好的傳承。

那確實早期的公平貿易它幫助了很多第三世界國家的傳統技藝的保存，或者是一些傳統手工藝，然後再設計再開發，我覺得它是一個很好的一個傳承（S2-2，17，7-9）

而產地國其他受公平貿易認證的組織，S2 受訪者表示，他們目前都已經發展得相對成熟，為中型或大型的生產團隊，他認為這些組織都有很好的基礎，很成熟穩定，他期待這些組織的下一階段任務是，持續創造更多就業機會，或扶植其他團體。

我自己在參訪這些組織，其實我覺得這些第三世界的...我不知道以前十幾年前那些公平貿易組織，我覺得他們已經發展得很好，以尼泊爾來講他們都是相對成熟，而且是中型，甚至是大型的一個...生產團隊。（S2-2，17，20-23）

對對對，他們其實都是一些非常已經有很好的基礎，然後運作良好，然後很成熟穩定的組織，那當然如果他們可以持續創造更多就業機會，或者是他可以再去扶植其他的團體起來，也是他們下一階段的任務，因為我覺得他們已經起來了，已經站起來了。（S2-2，18，1-4）

針對臺灣的受公平貿易認證社會企業，S2 受訪者認為他們做得很好，也越做越大，能將原本小眾的公平貿易，變成大眾可以接受且認同的事情，是很好的消費翻轉。S2 受訪者也說，目前這些社會企業都很穩定的經營，因此有其影響性。

我覺得他們做得很好啊！也越做越大，我覺得他們可以把小眾的東西變成，有一些一般大眾都可以很接受，而且認同的一件事情，我覺得它是一個消費的翻轉，我覺得很好。（S2-2，62，1-3）

嗯，而且都是已經很穩定的經營，所以我覺得有它的影響性。（S2-2，63，1）

二、考慮申請認證

而未受認證的公平貿易社會企業，也有在思考是否申請認證，S2 受訪者表示，他認為申請公平貿易認證，若能夠讓該社會企業產生實際效益、帶動更好的合作連結、更好的突破，能讓社會企業永續走下去，申請公平貿易認證也是一個選擇。

那同時我們在整個過程，其實我覺得加入公平貿易組織也很好，如果未來它對我們的永續發展，或是公平貿易它也正在轉型當中…那所以我覺得，加入也好不加入也好，但只要很清楚說我們組織未來它的方向在哪裡，然後我們

做這件事情，它確實是可以創造，對我們組織的發展，可以永續走下去然後也可以對我們要做的事情有產生實際的效益，那我覺得就很好，那我覺得加入公平貿易組織，如果它可以帶動更好的合作連結，或者是它可以讓我們有更多的突破，why not？（S2-2，4，18-26）

S2 受訪者表示，之前沒有考慮申請公平貿易認證的原因之一，是覺得當時社會企業還在起步階段，沒有那麼穩健，而現在已經比較穩定，也考慮做國際串聯，或是與更多公平貿易組織合作。

所以其實我們不排斥公平貿易，我只是覺得說等一開始我們的組織各方面，還不是那麼的穩健（S2-2，11，3-4）

那我覺得現在如果五年過後，一切都站穩腳步，比較穩定，我們就可以開始做一些國際串聯，或者是跟更多公平貿易組織合作，這都是有可能。（S2-2，4，29-30）

S2 受訪者也認為，等社會企業更加穩定之後，就有人力研究要如何加入公平貿易組織，他覺得擁有認證的標章可以讓消費者一看就知道產品無疑慮、有保障。但是也因為目前銷售穩定成長，還在考慮是不是一定要加入。

會比較清楚，對啊所以我覺得…不排斥，然後未來也希望說，如果我們各方面都更穩定之後，我們就可以有人力去研究說怎麼樣加入公平貿易組織，我覺得這是方便消費者它一看就知道這可能沒有問題，然後它是有保障的。（S2-2，13，1-3）

那我覺得我們的銷售量一直都還滿穩定的成長當中，所以我也不確定說是不是一定要，全部人都要加入公平貿易的這個聯盟這樣子。（S2-2，14，3-5）

三、認證申請中

除了在考慮加入的公平貿易導向社會企業，也有正在申請認證的公平貿易組織，S3 受訪者目前已在菲律賓產地為生產者成立合作社，並正在為其申請公平貿易認證。

我們現在還是在規劃的階段，我們在協助做認證。（S3-2，66，1）

那邊的話基本上我們的產品，就是我們有成立一個合作社，然後會做公平貿易的認證。（S3-1，33，1-2）

為什麼選擇申請公平貿易認證呢？S3 受訪者表示，生產者的作物適合，因為他們生產的可可、咖啡、椰子都是公平貿易圈子中成熟的產品。他也提到申請認證有行銷的考量，但需要花很多費用以申請認證。

因為他們的產品，我覺得那是要看啦！第一個是說公平貿易他們的產品比較適合，就可可啊！咖啡啊！椰子，這些在公平貿易的圈子裡面都是成熟的產品。（S3-2，52，1-2）

當然啊！但這個也是要花錢的，也要花很多錢。（S3-2，53，1）

四、提供工作提醒

受訪者 S2 表示，公平貿易認證系統對該社會企業有很好的工作提醒，提醒自己需要給生產者好的工作條件、快樂的工作氛圍。另外，還有能在這樣的基本條件之上多做什麼。

其實我覺得是很好的一個提醒，在我們在做創業初期的一個發想，還有一個創業的初衷，因爲它讓我們知道說，其實是你是有可能提供員工好的一個條

件，那我覺得這是一個...必須的東西，因為我們大家都不想要在不愉快跟不快樂的環境裡面工作。（S2-2，17，1-4）

那所謂的...剛提到的優勢就是他其實幫助我們一些很基本的思考，還有我們可以提供給員工什麼。那這是基本，那這個基本之上我們還可以做什麼。(S2-2，17，13-14)

貳、負向

本研究透過質性分析工具 MAXQDA 軟體，統計出受訪者對於公平貿易認證系統之負向觀點分佈比例（如圖 4-3），其中「質疑可信度」之被提及討論程度最高，有 40%，「回饋不足」則有 30%，「應為基本要求」有 20%，最後「無監督」則有 10%。

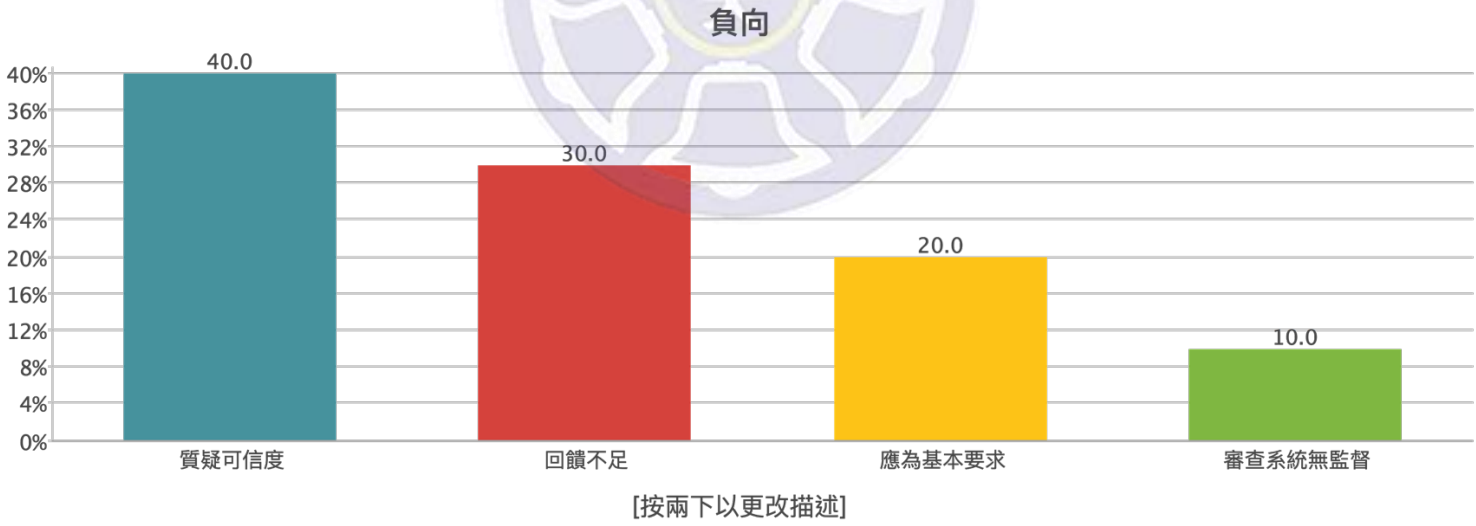

圖 4-3、對公平貿易認證系統之負向看法分析

資料來源：本研究

一、質疑可信度

透過次級資料，可以看到在產地的公平貿易咖啡豆處理廠，其中的工人工作量大而工資低，雨林咖啡的創辦人便認為認證標章的形式大於實質，質疑貿易商是否能確認錢給到生產者手中，因此他覺得不須申請認證標章，應直接在產地做生產者回饋。

這間大盤商處理廠，一天供應 4 噸咖啡豆，雇用 3、40 十位婦女，手選咖啡，把劣質的豆一顆顆挑出來，工人一天挑近百公斤的咖啡豆，工資 100 元台幣，月薪 3,000 元左右，而工廠門口就貼著公平貿易的標章。吳子鈺在產地打滾多年，他直言產地認證標章形式大於實質，真實性也被打上問號，多少貿易商能確認錢真的進到農民口袋呢？因而加深他相信與其追求標章，不如在產地做好農民回饋。(于立平，2014b[14])

雨林咖啡創辦人也認為公平貿易標章認證可能只是打著道德名稱，做一般貿易做的事情，他不希望他的公平貿易成為這樣的公平貿易。

然後我們盡量不希望自己成為商業體制底下，公平貿易只是打著不同道德的名稱去玩同樣的一種遊戲，對啊！那對我來講標章認證很可能淪為這種遊戲的一部分。(于立平，2014b[15])

對於公平貿易組織會找當地的合作社合作，收購咖啡豆，S1 受訪者質疑當地合作社運作的可信度，他認為當地的咖啡合作社都爛掉了。

[14] 引用自旁白發言，影片時間：03:48-04:30
[15] 引用自雨林咖啡創辦人吳子鈺發言，影片時間：04:32-04:52

我要推真正的合作社，因為當地的咖啡合作社全部都爛掉了，當地的咖啡合作社就是有牌子的 Fairtrade 的那些機構最強調說你看！我們都是給當地合作社做的嘛！那都是假的拜託。（S1，26，12-14）

是，問題是當地的合作社是玩真的還玩假的？（S1，51，1）

對於公平貿易認證系統如何面對咖啡在國際市場的價格持續上漲的問題，S1 受訪者也提出質疑，因為生產者賣咖啡豆的收入已經變高，再提高價格意義不大。

我也很想質疑就是所謂的那些認證系統，那種怎麼去面對這個問題啊？其實你不需要再去做價格追加的動作了，他們已經漲到…你一個月比如假如 4 萬塊的薪水，現在變 10 萬塊，那個感覺是什麼？就是他們現在的這個狀態啊！（S1，30，4-6）

對於公平貿易認證系統是否有效用，S2 受訪者以他所瞭解的產地國的公平貿易組織舉例，他表示公平貿易組織會接世界各國的訂單，再分配給小型的工廠，但是小型的工廠卻沒有公平貿易認證，因此他認為有認證和沒認證也可能在做同樣的事情。

所以現在尼泊爾的公平貿易很有趣啊！它也有分公平貿易的上游，就是他去接世界各國的訂單，然後他再發單給各個小型的工廠，可是這些工廠也沒有公平貿易的認證，所以也有這種，所以就是很難講，你有那個 licence 跟沒有那個 licence，其實在做的都是同樣的事情。(S2-2，31，2-5)

二、回饋不足

在第二章的文獻檢閱中，可見到公平貿易認證系統中的社區發展金對產地及生產者的回饋，有許多數據支持，但也有部分研究發現社區發展金無帶來助益，以及生產者得到的獲益微小，而 S1 受訪者帶著臺灣的農業師傅到產地做生產者農業技術教育時，他發現從來沒有國際公平貿易組織的人去做相同的事情，他認為真正公平貿易做的事情，並非只是給錢又不能確定流向。

所以這才是真正 Fairtrade 要做的，而不是說去給錢或宣稱你有給錢，其實是那些錢也不知道給去哪裡。可是一直到我們 2013 去做這件事情，我們嘗試去…我帶了兩個農業的師傅在東勢這邊的過去，去教這件事情，我發現從來沒有國際的，宣稱做 Fairtrade 的人去那邊做這些基本的事情。（S1，15，10-13）

S1 受訪者收購咖啡豆的產地是國際上熱門的產區，他提到國際公平貿易組織在 90 年代末期就已經到此地，根據 S1 受訪者做的訪查，國際公平貿易組織曾經引起很大的動亂，農民不高興公平貿易組織承諾要給的回饋沒做到，曾經跑進公司裡製造暴動。而 S1 受訪者表示，他第一年到產地時就曾問過生產者關於公平貿易的事情，當時農民笑笑的，他認為產地的農民都認為公平貿易只是遊戲。

那個是非常熱門的一個產區，所有國際上你可以看到有標示的全部在那個地方亂成一塌糊塗，它在 90 年代末期就已經進去了，那時候我做過之前的訪調，他們引起很大的那個啊！就是農民不爽他們，然後跑進他們公司去，因為他們承諾要回饋給農民的都沒有做到，所以就農民有點小暴動這樣子。我不是跟你說過我第一年去的時候，07 年底去的時候我就問 Fairtrade，每個農

民聽到就笑笑這樣子，每個人都知道這是一個 game 而已啦！（S1，16，1-6）

S1 受訪者表示，也許國際公平貿易組織在中南美洲有做到產地回饋，但是透過在當地的人脈，他知道國際公平貿易組織在他收購咖啡豆的產區只做到極少回饋，資源沒有用到位。

至少我那個產區沒有，可能中南美洲有，我不確定，但至少你說亞齊那個城區，有的話我會知道，因為我的人會回報，因為我在當地眼線眾多，這十年了啦！他們有沒有做什麼事情這也是很清楚，就你可以去當地問說，他們有沒有任何所謂的回饋？這你就要當地去問，極少啦！而且用那種資源其實要用到位你知道嗎？用到重點，像 Starbucks 他們也是每年一大堆回饋金啊！他們給你報告書會給你講了一大堆，可是真的對當地產生什麼？我跟你說極少。（S1，52，1-6）

針對 S1 受訪者的質疑，的確在文獻中有見到研究指出公平貿易認證組織在墨西哥的產地回饋進行「給錢之外」的實際回饋：瓦哈卡州（Oaxaca），公平貿易的生產合作社 UCIRI 利用社區發展金建立了婦女的識字訓練中心、在恰帕斯州（Chiapas），生產合作社 Majomut 則雇用了社區有機農作的促進者，讓農夫可以將他們的咖啡豆及其他作物，轉成讓他們得到較高收入，及對環境友善的有機生產（Raynolds, Murray & Taylor, 2003: 3-4）。

三、應為基本要求

S2 受訪者認為，公平貿易認證是歷史產物，過去有其必要性，但是現在對於公司或生產單位來說，合理工資、不用童工、良好的工作環境皆為基本要求，如同法律對社會的功能相同，是容易被超越的。

對我來講公平貿易認證，他是很久之前的東西，對我來講他是一個 basic，基本的要求，合理的工資，當然要給人家合理的工資，不能用童工，當然，然後良好的工作環境，這是必然，所以我覺得他對於一個，對我來講，對於一個公司或是一個生產單位，他就是一個很基本的要求，就像法律對人一樣，法律對人的社會它就是一個基本的要求，那我覺得他是一個容易被超越的，因為他只是一個基本要求。（S2-1，23，1-6）

S2 受訪者認為，現在網路發達，社群媒體、人民意識皆已崛起，在第三世界國家已經有許多社會企業團體，不同於以前通訊不發達的狀況，因此若未達到公平貿易認證系統中規定的基本要求時，人民是有機會組織工會反抗的。

那其實現在南北半球我們在還有…我覺得網路啊！像社群媒體，還有人民意識都已經起來了，所以像現在在我們的第三世界國家，或者是所謂的南半球國家，他們自己就興起了很多的社會企業團體，或者是年輕人他們起來，所以他們以前因為沒有網路、他們沒有社群，所以他們搞不清楚發生了什麼事情，因為其實現在我們的員工都很清楚。那我覺得公平貿易它只是一個標準，它是一個 basic，那我覺得現在工作當然是要基於公平貿易之上。提供友善的環境、合理的工資，或者是不要去用童工，這些東西…在一般的企業都不

可能再發生這種事情，因為這件事情是人民他們會組織工會來抗議的。(S2-2，4，5-12)

四、審查系統無監督

而針對外界對公平貿易認證系統的質疑，S1 受訪者提到，曾經深入這個領域、且不在公平貿易認證系統內的人很容易會質疑其有許多問題，但是沒有人能確切監督此認證系統，牽涉的議題很多，在臺灣也不會是主流議題。

這從像 Greenpeace 那樣子的，到 Fairtrade 的這個，都有這個問題啊！只是監督這些人的是誰？那就不多啊！有質疑一直都有這個質疑，你比較內行的比較曾經去深入這個領域的，都會跑出這種質疑，而且不是他們那個系統的，都會有這個質疑跑出來，可是這個不是主流議題，那它裡面可以牽涉到的議題太多太多了，但是在臺灣我可以跟你保證它不會是主流問題。(S1，125，1-4)

參、小結

本節透過整理未受認證之公平貿易導向社會企業對公平貿易認證系統之看法，希望瞭解公平貿易認證系統對其來說是否為必要途徑，分為正向及負向兩種看法。

其中正向看法包含了以下四點：**貢獻良多、考慮申請認證、認證申請中、提供工作提醒**。有公平貿易導向社會企業表示，認為認證系統成熟穩定，已經有很好的發展，也協助許多第三世界國家保存傳統手工藝；臺灣受公平貿易認證的社會企業皆穩定發展，帶來消費翻轉。也有公平貿易導向社會企業認為，若申請公平貿易認證可以讓社會企業產生實質效益，也考慮未來加入。更有公平貿易導向

社會企業正在為生產者成立合作社，申請公平貿易認證中，主要考量生產的作物是公平貿易圈中成熟的產品，有行銷的考量，但也需要花許多成本。最後，也有公平貿易導向社會企業認為，公平貿易認證系統提供了很好的工作提醒，協助基礎思考。

而負向看法包含下列四點：**質疑可性度、回饋不足、應為基本要求、審查系統無監督**。對於公平貿易認證系統，有許多質疑的觀點，例如無法確認錢是否到生產者手中、可能只是打著道德名稱，做一般貿易、合作的合作社運作可信度不佳、接受沒認證的上游廠商製作的產品等等。而公平貿易認證系統對生產者的回饋，也有未受認證的公平貿易導向社會企業得到其回饋極少，甚至引發爭端的資訊，也指出他們只有給錢，沒有做真正該做的事情。另外，也有未受認證的公平貿易導向社會企業認為，國際公平貿易組織提出的規範目前已經是最基本的要求，是容易被超越的。最後，公平貿易認證系統沒有被監督，也備受質疑。

第五章 結論與建議

透過第四章的資料分析，看未受認證之公平貿易模式及其成因，以及此模式對利害關係人之正向影響，與其帶來的限制與困難，加上未受認證之公平貿易導向社會企業對公平貿易認證系統之看法，本章先歸納研究結論，再進一步提出研究建議。

第一節 研究結論

本節回應本研究之待答問題，討論公平貿易認證是否為公平貿易導向社會企業唯一途徑？未受認證之公平貿易模式是否對利害關係人帶來哪些正負向影響？並據以提出研究結論。而如何解決公平貿易模式下，利害關係人受到的限制與困難，則將於下一節「研究建議」中提出。

壹、未受認證之公平貿易模式對利害關係人之正向影響多元

綜合第二章第三節對於國際認證系統的公平貿易相關文獻，以及第四章對於受訪者的訪談資料分析，本研究整理出以下公平貿易模式對利害關係人之正向影響列表：

表 5-1、公平貿易模式對利害關係人之正向影響列表

	受認證	未受認證
社會企業	一、取信於消費者 二、與生產者網絡建立穩定關係 **三、對行銷有益**	一、生產者歸屬感強 **二、對行銷有益** 三、原料或產品來源穩定

生產者	**一、給生產者穩定而公平的價格** **二、社區發展金** 三、穩定的夥伴關係 **四、對生產者的培力**	一、工作制度層面： 可調整薪資、帶來工作機會、工時彈性 二、物質層面： **較好收入**、協助急難救助、**公共回饋**、類微型貸款機制 三、能力層面： **培力**、培養生產者自主性、有能力協助他人、協助產品開發 四、關係層面： 開拓資源、與外界接觸

資料來源：本研究整理

根據第四章的資料分析，未受認證之公平貿易模式對社會企業的正向影響包含了生產者歸屬感強、原料或產品來源穩定及對行銷有益，本研究認為生產者歸屬感強能使生產者長期留在該社會企業工作，或與社會企業合作的穩定性提高，人力流動可能較低；而原料或產品來源穩定可以讓社會企業對外（通路商及消費者）的供貨較有保障，並減少產品品質變化的風險；對行銷有益這一點，與第二章的文獻回顧中看到加入公平貿易認證體系有助於商業端行銷，兩者有共通點，顯示出公平貿易導向社會企業若能向外宣傳其執行的公平貿易模式，無論有無受到認證，對行銷都有不同程度上的幫助。

而對於生產者，在未受認證的公平貿易模式之下，有四種不同面向的正向影響，其中生產者有穩定且較高的收入、進行公共回饋及培力這三點，與文獻回顧中，公平貿易認證系統帶給生產者的正面影響相同。

除了這三點之外，未受認證的公平貿易導向社會企業還對生產者帶來了其他正向影響，本研究認為可能因其規模較小，創辦人和生產者距離近，更能夠與

其協商溝通，並且給予適當的培力與回饋，發生天災人禍需要急難救助時，即使社會企業本身沒有餘裕協助生產者，也會以募款或是人脈關係，盡力找資源協助生產者重建。

貳、未受認證之公平貿易模式對社會企業之負向影響較生產者多

綜合第二章第三節對於國際認證系統的公平貿易相關文獻，以及第四章對於受訪者的訪談資料分析，本研究整理出以下公平貿易模式對利害關係人之負向影響列表：

表 5-2、公平貿易模式對利害關係人之負向影響列表

	受認證	未受認證
社會企業	一、社會目標與商業目標無法平衡 **二、商品單價較高，難以行銷** 三、公平貿易組織封閉保守 四、無法將公平貿易範圍擴展到臺灣小農	一、物質層面： **缺乏行銷**、影響力小、國際市場價格持續上漲、生產者期待實質回饋、花成本。 二、關係層面： 難找到合適夥伴、花時間心力、依賴創辦人、引來批評
生產者	一、市場太小 二、高門檻 **三、社區發展金無帶來助益** 四、生產者得到的獲益微小 五、跨國公司漂公平	一、物質層面： **回饋無成效**、初期收益較低、介入後有好有壞 二、關係層面： 需同時兼顧家務、從零發展、與家人溝通

資料來源：本研究整理

根據第四章的資料分析，公平貿易模式對社會企業之負向影響較生產者多，社會企業對此問題大多可以侃侃而談，本研究歸納未受認證之公平貿易模式對社會企業的負向影響，可看作一個各個環節中脈脈相連的循環：因為規模較小，能雇用的人力不足，也因為其特殊性，難以找到合適夥伴，創辦人又從生產者開始培養需要耗費時間心力及高成本，進而缺乏行銷，而較少人知道該公平貿易導向社會企業，規模便陷入依然無法做大，影響力便無法擴展的循環，而影響力小便連帶讓公平貿易社會企業可以協助的生產者僅限於少數。連足跡幾乎遍佈全球的公平貿易認證系統都在研究中被質疑市場太小，未受認證的公平貿易社會企業更是小。

針對生產者的負向影響，在文獻檢閱中看到的公平貿易認證系統對生產者帶來的負向影響，包含市場太小、高門檻、社區發展金無帶來助益、生產者得到的獲益微小、跨國公司漂公平，其中「高門檻」及「社區發展金無帶來助益」兩者的相同成因來自於公平貿易認證之申請及審核費用對於生產者來說過高，這也是因為公平貿易認證組織需要成本以負擔跨國審查的人力費用，而未受認證的公平貿易導向社會企業較小型，也無跨國審查機制，所以並無相同限制。

而針對此題，由訪談歸納出的譯碼，部分來自社會企業端的回答，其自省出許多公平貿易模式對生產者的負向影響，例如回饋無成效、介入有好有壞等，其中在未受認證的公平貿易模式中，與文獻中提到公平貿易認證系統之相似困難處在於「回饋無成效」和「初期收益較低」，然而他們卻有相異的成因，在文獻中可見受認證公平貿易之社區發展金無帶來助益的原因，是合作社將社區發展金花費在繼續符合公平貿易標準的要求上，或生產者並不知道社區發展金為何，或是未獲得社區發展金實質的回饋，而未受認證之公平貿易模式回饋無成效的成因，卻是創辦人在多年提供物質性的產地回饋之後，覺得意義較小，希望能轉換成教育培力，然而，生產者只期待金錢的回饋，較不在意創辦人期待創造的教育培力。可以見得，進行生產者回饋而能得到成效，對兩者來說都是困難的事情，未受認

證的公平貿易需要花費大量心力去思考和嘗試不同方式的回饋，但結果也許不是生產者認為最需要的；而公平貿易認證系統存在的問題，卻是生產者得不到認證系統標榜可以得到的回饋。

然而，歸納生產者們針對此問題的回答，卻發現部分並非因為「公平貿易模式」而帶來的負向影響，例如「需同時兼顧家務」，其實是因為「工作」而產生的困擾，無論是哪個工作，似乎都會帶來此困擾；而「從零發展」及「與家人溝通」原因則來自於此社會企業的跨國特性，對在鄉村的生產者較新穎，因此會有這些挑戰，與公平貿易模式之關聯較低；最後「初期受益較低」較大的原因來自於生產者在與該公平貿易導向社會企業合作初期需要轉作有機，而轉作有機在初期本需要一段過渡期，社會企業也有協助轉作時的培力扶助，可說是生產者為進入公平貿易模式的合理限制。

參、對公平貿易認證系統之看法，正向多於負向

根據第四章的資料分析，可見得對公平貿易認證系統抱持的正向看法討論多於負向，正向看法的觀點認為公平貿易認證系統行之有年，已成熟穩定，接下來可繼續扶植其他組織；也有部分社會企業考慮若申請認證能對其發展更好，未來可以嘗試；更有公平貿易導向社會企業，在開始輔導開發中國家生產者後，已正在為生產者申請公平貿易認證。可見得即使未受認證，部分公平貿易導向社會企業仍然讚賞公平貿易認證系統，或者因為認證系統可以帶來的益處，正在向其靠攏。

對公平貿易認證系統抱持的負面看法，則是因為透過訪查，或是在產地實際見到公平貿易認證系統的作為，而不信任其所稱可以帶給農民的回饋，也認為其帶來的回饋只有給錢，並沒有提供生產者實際所需。又或者也有公平貿易導向社會企業，瞭解到受認證公平貿易合作社將接到的訂單發包到未接受認證的廠商，而認為認證系統其實並不那麼符實。

本研究認為，公平貿易認證系統牽涉範圍廣大，產品品項多元，產地遍佈非洲、美洲、亞洲，販售產品的貿易商或社會企業也在各地皆有，因此難以瞭解所有公平貿易認證組織是否對生產者做到確實的回饋，等於只能信任公平貿易認證系統的稽查制度，稽查制度雖然會指派稽查員定時到各組織抽查，但是這樣的稽查制度是否有漏洞，而又能再被誰稽查，似乎不得而知。

但是針對這樣的質疑，公平貿易認證系統可稱自己有第三方組織 FLO-CERT 稽查各公平貿易組織，只是如何稽查 FLOCERT 不得而知，相對來說，未受認證的公平貿易組織也同樣難以有效證明自己確實實行公平貿易，通路商或許能透過長期與社會企業運作瞭解其在做的事情，而去相信這個公平貿易模式，但是消費者便無從確認。

肆、認證並非公平貿易模式唯一途徑

未受認證的公平貿易導向社會企業的開展原因皆是希望能協助生產者，因為沒有特別的限制，便各自發展出最適合生產者及產地的公平貿易模式，其中包含了保價收購、作為通路及生產者中介、契作等等，而本研究認為公平貿易認證系統固然有其好處，但是透過訪談及文件分析後，得知了未受認證公平貿易模式及其形成原因，瞭解到並非每個社會企業和生產者都適用公平貿易認證，例如在臺灣協助轉作有機農業生產者的公平貿易導向社會企業，因為其服務的生產者之收入遠遠高於開發中國家生產者，雖然與公平貿易認證系統用相似的模式（保價收購與最低收購價格），但無法申請公平貿易認證，因此他們無法走公平貿易認證途徑；從為特定區域生產者製造工作機會，對其進行培力而開展事業的公平貿易導向社會企業，也跟認證系統中需要與合作社展開合作，是不同途徑。儘管這些公平貿易導向社會企業因為產業特性或其他原因，無法申請公平貿易認證，但他們都依生產者需求，做了因地制宜、適合其目標對象的公平貿易模式。

而以 Alter（2006）將公平貿易組織歸納到嵌入式運作模式中的市場中介模式的定義，來比對這些未受認證的公平貿易模式，可以看出這些社會企業運作模

式的確提供了產品開發、市場管道與信貸服務給生產者，並透過公平價格購買客戶的產品出售以獲利，其並未提及是否需要受到認證，本研究認為這也是一個認證並非公平貿易模式唯一途徑的原因。

唯一可能受到質疑之處是，若非透過研究，或有心人士主動去瞭解或參觀，無人可以監督這些公平貿易導向社會企業是否真正實行公平貿易模式，也相對讓他們在做的事情，若沒有透過好的行銷包裝，公開宣揚，便較難被大眾知道。

而生產者願意加入公平貿易模式的原因，本研究歸納有三：與社會企業目的相同、能夠自立過生活、嘗試新事物，受訪的生產者幾乎未提到與「公平貿易模式」相關的原因，例如加入公平貿易模式可以讓收入變高，或是能有更多銷售機會等希望獲得協助的原因，與本研究預想不同，本研究認為會有這樣的結果，可能是因為生產者一開始接觸這些公平貿易導向社會企業時都還在開展階段，而公平貿易模式都是逐步發展出來的，在生產者加入之初，並未完全定型。

透過本研究可看出，未受認證之公平貿易導向社會企業，依照生產者需求，發展出多元的公平貿易模式，同樣也為生產者帶來許多不同面向的正向影響，公平貿易認證可成為讓社會企業有更多合作網絡，更容易被消費者看到的途徑，但同時也要負擔較高成本，若公平貿易導向社會企業評估自身需要此認證，並且相信此認證系統，便可成為一種選擇，但是透過本研究瞭解到公平貿易模式對利害關係人之正向影響多元，生產者也的確蒙受其利；而其受到的限制及困難則可透過不同途徑解決，將在下節一一說明，總而言之，本研究認為，申請公平貿易認證並非公平貿易導向社會企業之唯一途徑。

第二節 研究建議

根據上節本研究的研究結論，瞭解到公平貿易認證系統並非公平貿易導向社會企業之唯一途徑，然而與受認證之公平貿易導向社會企業相比，未受認證之社會企業因為規模較小導致了許多困難與限制，為解決這些困難與限制，本研究提供以下建議給以下兩種對象參考：**不欲申請公平貿易認證之社會企業**（包含目前未申請認證，但正在進行公平貿易導向之社會企業，以及欲開展公平貿易導向社會企業，但暫時或未來不欲申請公平貿易認證之民眾）、**欲申請公平貿易認證之社會企業**。

壹、不欲申請公平貿易認證之社會企業

一、定期公布公平貿易模式之成效，且可開放驗證

從未受認證的公平貿易導向社會企業所實行的公平貿易模式，及其帶給自身及生產者的正向影響來看，確實帶來了許多益處，也因為規模較小所以可以實行得更適地適人，因此可看出認證並非公平貿易唯一途徑，然而無法向外界證明這些正向影響，是未受認證的公平貿易導向社會企業重要的限制，也是容易被質疑之處，若能解決此困難，對這些公平貿易導向社會企業來說，也會成為助益。

為免除被誤解或被質疑的困難，其中較消極的做法，便是以產品品質為重，不強調公平貿易模式，許多公平貿易導向社會企業之產品都非常有品質，產品也有其特殊之處，或許可以低調實行公平貿易模式，不特別在外包裝或宣傳上強調自己是公平貿易，或用其他名詞取代，便較不容易被攻擊。

但若稱本身是公平貿易，積極的做法可效法受認證之公平貿易導向社會企業，製作可被檢驗的公開文件，例如年度公益報告書、登錄社會企業自律平台等等，定期更新其公平貿易實行近況，並且可透過安排，讓願意到產地進行參訪的

單位，前往參觀，並能詳實紀錄，讓產地回饋成為好的口碑行銷，這些公開的文件，也能成為希望進行道德消費之消費者的正向參考。

而因應許多公平貿易導向社會企業的人力不足，若是因為尚無財力雇用正式員工進行以上工作，也許可以招攬對公平貿易議題有興趣，或相關科系的學生志工協助規劃運作。若要解決此困難，需將此置於工作的較優先順位，因為這樣的做法不只能解決困難，也能成為一個為積極行銷的方式。

二、積極加入網絡，爭取合作

目前可以看出有無認證之公平貿易導向社會企業最大的差異在於規模大小，以及因規模大小帶出的影響力程度。臺灣受公平貿易認證之社會企業組成了臺灣公平貿易協會（國際公平貿易組織臺灣分會前身），能夠結合彼此的影響力一起推動有認證的公平貿易，不僅在全台各大小通路鋪點無數、開設許多分店；甚至因為公平貿易認證組織為國際性組織，讓其政治上也有影響力，臺灣公平貿易協會努力為臺北市爭取成為公平貿易城市後，讓更多消費者認識了公平貿易認證系統，其規模大了之後，帶來的影響力就更大，這一點是未受認證之公平貿易導向社會企業目前仍無法企及的。而這些公平貿易導向社會企業，因為產業不同、實行公平貿易之模式各異，不常被歸納入同一類型，彼此之間沒有特定網絡，因此本研究認為其在未來也較難發揮集體的影響力。

本研究建議公平貿易導向社會企業可以透過相互諮詢，學習彼此的公平貿易模式及行銷方式，積極擴展人脈，或是可加入與自己產業相關之網絡，亦或社會企業的網絡，例如社企流，讓品牌可以有較多曝光、更被目標群眾看見，或者可以嘗試與企業合作，便可擴展影響力，幫助更多生產者。

三、授權給生產者，讓生產者能漸漸自立

除此之外，公平貿易導向社會企業皆有過度依賴創辦人的相同問題，創辦人身體有狀況便可能中斷公平貿易的回饋，或是在工作上有困難無人能決定，且創辦人若是離開，整個社會企業可能就會消失，這也是根本上的重大困難。

公平貿易導向社會企業規模以小型為主，且希望解決之社會目標都是由創辦人訂定，因此非常依賴創辦人，然而訪談內容可見其中一個公平貿易模式，社會企業的角色從保價收購，到成為通路商與生產者的中介，訂定階段讓生產者可以一步步自立，一開始便不以永續為目的，也許會是較好的協助生產者之方式。建議未來若想開展公平貿易導向社會企業之民眾，可以先行規劃好退場機制，思考如何制定能讓目標服務對象逐步自立的公平貿易模式。

貳、欲申請公平貿易認證之社會企業

一、親自走訪產地，了解回饋狀況

本研究認為，有無認證之公平貿易導向社會企業最大的差異在於規模大小，以及因規模大小帶出的影響力程度，但是若社會企業可以在有限的範圍內，協助特定的生產者，對自身及生產者皆能帶來正向影響，便可以透過前述的建議，嘗試改善自身狀況，並將自身定位在小而紮實的社會企業，便無須申請公平貿易認證。

若創業目標便是希望成立規模大、能協助越多生產者越好的社會企業，並能夠負擔較高成本，便較適合透過申請公平貿易認證，以達到目的。惟參與公平貿易認證系統有兩種途徑，其一為直接與開發中國家之公平貿易合作社或組織合作，進口其產品，從本研究之文獻探討及訪談中可看出，即使透過 FLOCERT 之固定審查，仍有許多生產者表示未因公平貿易認證系統之社區發展金而受益，本研究建議欲透過此途徑之社會企業，可親自到產地，透過與生產者一起生活數日，或是口頭訪查，以確認社區發展金是否確實流向生產者，能避免本研究受訪者提到的公平貿易認證系統弊端；其二便是扶植生產者，並為其申請認證，這也是本研究受訪者之一正在進行之途徑，較為勞心勞力，但適合已有特定服務群眾的社會企業。

第三節 未來研究建議

本研究之議題範圍廣，無法就單一主題瞭解公平貿易的每個面貌，以及探究各公平貿易導向社會企業更詳細的生產消費鏈，以下未來研究建議，提供後續相關研究參考比較。

壹、同產業公平貿易導向社會企業之比較研究

訪談的三個產業皆為不同產業，生產者也都在不同國家，因此背景先天上有許多不同，有些生產者是第一次擁有工作，無法與別的工作比較，因此覺得這份工作帶給他們的好處，比較像是「工作」帶來的好處，而非「公平貿易」帶來的好處，建議未來研究可以有無公平貿易認證為變因，來比較同產業之公平貿易導向社會企業。

貳、擴大利害關係人範圍

每一間公平貿易導向社會企業都有其可以深入探究的面向，但礙於研究範圍，無法一次探討所有的面向，例如各間公平貿易導向社會企業都在訪談間提到了自身對環境帶來的正向影響，但是本研究的研究範圍無法一起討論，甚為可惜；另外也因為時間的關係，無法訪談各間公平貿易導向社會企業之上下游供應商、通路商，以及消費者，建議未來的研究中，能再將利害關係人範圍擴大，可含及環境、消費者和通路商。

參、針對個別公平貿易導向社會企業進行個案討論

本研究分類的方法是由訪談大綱來歸納出不同社會企業的創辦人及生產者的觀點，因此可以比較在每個問題面向，各家社會企業綜合的觀點，但是便無法

順暢而完整地探討各個社會企業的觀點，變得比較分散，建議未來研究可以針對同一間社會企業進行個案討論。

參考文獻

壹、中文部分

朱永光（2014 年 11 月 4 日）。創愛的業／奇姆娃 泰緬邊境激盪生命力。**經濟日報**，A18 版。

朱柔若（譯）（2000）。**社會研究方法—質化與量化取向**（原作者：Neuman, W. Lawrence）。臺北：楊智。

佘日新、管中閔、陳建良、鄭健雄、林依磊（2010）。**文化創意產業發展策略與願景**。中華民國總統府委託研究報告（編號：OOP-FB-098-002）。

李惠斌、薛曉源（2003）。**全球化與公民社會**。桂林：廣西師範大學出版社。

周和君（譯）（2007）。**全球化浪潮**（原作者：Jagdish Bhagwati）。臺北：五南（原著出版年：2004）。

林至涵、余宛如（譯）（2013）。**香蕉戰爭與公平貿易**（原作者：Harriet Lamb）。臺北：南方家園文化。

林希軒（2011）。永續咖啡之探討：問題與機會。**中華家政學刊**，第 49 期，62-83。

金寶瑜（2005）。**全球化與資本主義危機**。臺北：巨流。

胡哲生、梁瓊丹、卓秀足、吳宗昇（2013）。**我們的小幸福小經濟**。臺北：新自然主義、幸福綠光。

袁方主編，林萬億審訂（2002）。**社會研究方法，初版**。臺北：五南。

高熏芳、林盈助、王向葵（譯）（2001）。**質化研究設計**（原作者：Maxwell, Joseph A.）。臺北：心理出版社。

張亞中（2003）。**國際關係總論**。臺北：楊智。

張茂芸（譯）（2000）。**非營利組織**（原作者：Herzlinger, Regina E.）。臺北：天下遠見出版公司。

張奕華、許正妹（2010）。**質化資料分析：MAXQDA 軟體的應用**。臺北：心理出版社。

張謙俊、陳惠芳、廖肇祥（2010）。舶來品 out 本土有機咖啡鮮風潮。2010-4-12，**中國時報**。

郭連成（2001）。**經濟全球化與不同類型國家的應對**。中國財政經濟出版社。

陳定銘（2012）。**客家社會企業與社會網絡分析**。臺北：智勝。

鄭勝分（2007）。社會企業的概念分析。**政策研究學報（7）**，65-107。

盧政春（2010）。以公平交易模式作為促進弱勢群體積極就業之平台。**就業安全半年刊**，9：1，4-11。

謝文全等（2009）。**教育行政學：理論與案例**。臺北：五南。

謝廷萱（2012）。**臺灣消費者對公平貿易之態度：探索性研究**。國立中正大學行銷管理研究所碩士論文，未出版，嘉義縣。

丘昌泰（2000）。**公共管理－理論與實務手冊**。台北：元照。

曾怡陵（2015）。**棉樂悅事工坊｜月事回歸自然**。《綠主張》月刊，144 期。

楊長林、陳妍伶、徐承道、簡毓儀（2015）。臺灣公平貿易之研究-公平貿易商店經營的困難與挑戰。**輔仁管理評論(社會企業專刊)**，第二十二卷第一期，75-94。

貳、中文線上資料

Motherhouse（2018）。**店鋪資訊**。2018 年 4 月 19 日，取自 http://www.mother-house.tw/shop-list/

于立平（製作人），林靜梅、林燕如（採訪及撰稿）（2014a）。**我們的島，第 740 集『雨林咖啡的滋味』【新聞性節目】**。臺灣：公共電視文化事業基金會新聞部。（本節目無導演）。2018 年 4 月 1 日取自 YouTube，取自 https://www.youtube.com/watch?v=qHo8TNlyp0I

于立平（製作人），林靜梅、林燕如（採訪及撰稿）（2014b）。**我們的島，第 740 集『雨林之路考驗多』**【新聞性節目】。臺灣：公共電視文化事業基金會新聞部。（本節目無導演）。2018 年 4 月 1 日取自 YouTube，取自 https://www.youtube.com/watch?v=vitpUJ1iUo4

臺灣樸門永續設計學會（2018）。**關於樸門永續生活設計**。2018 年 4 月 19 日，取自 http://www.permaculture.org.tw/about-permaculture

生態綠（2013）。**[國際公平貿易城鎮會議之一]從地方到中央，小市民雙手打造的城市願景**。2014 年 1 月 16 日，取自 http://okogreen.com.tw/blog/356

生態綠（2014a）。**公平貿易的標籤**。2013 年 11 月 23 日，取自 http://okogreen.goodgreen.tw/content/fairtrade_labels.php。

生態綠（2016）。**2014-2015 公益報告書**。2018 年 3 月 29 日，取自 http://okogreen.com.tw/node/4082

生態綠（2018a）。**公平夥伴**。2018 年 4 月 19 日，取自 http://okogreen.com.tw/partner/channel

白鎮瑜、李舟生（2006）。**美國與巴西 WTO 棉花爭端案概述，農政與農情（165）**。2014 年 1 月 30 日，取自 http://www.coa.gov.tw/view.php?catid=10818

光原社會企業（2014a）。**關於光原—使命**。2014 年 6 月 2 日，取自 http://www.o-power.com.tw/guanwuguangyuan/shiming.html

光原社會企業（2014b）。**關於光原—光原與瑪納**。2014 年 6 月 2 日，取自 http://www.o-power.com.tw/guanwuguangyuan/guangyuanyumana.html

地球樹（2014）。**關於我們**。2013 年 11 月 23 日，取自 http://www.earthtree.com.tw/about.htm。

朱永光（2013a）。**創愛的業／光原社會企業 深耕原民有機農業**。社企流。2014 年 6 月 2 日，取自 http://www.seinsights.asia/story/250/5/1237

朱永光（2013b）。**創愛的業／雨林咖啡 守護雨林的實踐家**。社企流。2014 年 6 月 8 日，取自 http://www.seinsights.asia/story/250/8/1543

沈佩瑤（2017）。**台北成華人首處公平貿易城市 柯：推廣企業支持**。自由時報。2018 年 4 月 19 日，取自 http://news.ltn.com.tw/news/life/breakingnews/2280689

林宛縈（2012）。**繭裏子，甘願自己爆肝也不要血汗工廠**。MOT TIMES 明日誌。2014 年 6 月 2 日，取自 http://www.mottimes.com/cht/interview_detail.php?serial=68

林慧貞（2013）。**想喝公平貿易咖啡，260 家頂好買得到**。上下游 News&Market 。2014 年 1 月 22 日，取自 http://www.newsmarket.com.tw/blog/43463/

社企流（2012）。**Ten Thousand Villages**。2018 年 4 月 22 日，取自 http://www.seinsights.asia/node/186

社企流（2018）。**地球樹**。2018 年 4 月 22 日，取自 http://www.seinsights.asia/info/130/467

社團法人中華民國瑪納有機文化生活促進會（2018）。信德基金。2018 年 5 月 20 日，取自：http://www.manna.org.tw/index.php?option=com_content&view=article&id=238&Itemid=126

金靖恩（2012）。**品質加好故事 孟加拉貨也能打入日本**。商業週刊。2014 年 6 月 8 日，取自 http://www.businessweekly.com.tw/KBlogArticle.aspx?ID=1836&pnumber=1

金靖恩、陳宜萍、林以涵（2012）。**本月社企：Motherhouse－「有溫度」的時尚品牌**。社企流。2014 年 3 月 8 日，取自 http://www.seinsights.asia/story/257/794/291

雨林咖啡（2018）。**產地公共回饋**。2018 年 3 月 23 日，取自 http://www.rainforestcoffee.com.tw/public.html。

首爾市官方網站（2013）。**首爾市將成為公平交易城市**。2013 年 11 月 24 日取自首爾市長朴元淳的希望日記 128，網址：http://goo.gl/YvORdF。

香港公平貿易聯盟（2018）。**公平貿易在全球**。2018 年 4 月 20 日，取自 http://www.fairtradehk.org/about-fthk/fairtrade-in-global/

香港樂施會（2011）。**公平貿易資源手冊**。2014 年 1 月 16 日，取自 http://www.cyberschool.oxfam.org.hk/resources/234/speaker%20chi%20part1%20v2.pdf

國際公平貿易組織臺灣分會（2015）。**Go for FMO Taiwan-臺灣公平貿易協會正式成為國際公平貿易組織臺灣分會！**2018 年 4 月 19 日，取自 http://fairtrade.org.tw/?p=1449

國際公平貿易組織臺灣分會（2017）。**公平台北 世界城市：台北市成為華文世界第一個國際公平貿易城市**。2018 年 4 月 20 日，取自 http://fairtrade.org.tw/?p=2275。

國際公平貿易組織臺灣分會（2018）。**關於協會**。2018 年 4 月 19 日，取自 http://fairtrade.org.tw/?page_id=6

張瓊方（2008）。**雨林咖啡 ──吳子鈺改變世界的起點**。臺灣光華雜誌。2013 年 10 月 4 日，取自 http://www.taiwan-panorama.com/show_issue.php?id=2008119711024c.txt&table=...

陳韋臻（2011）。**《來自咖啡產地的急件》送達臺灣－專訪 Dean Cycon 與生態綠徐文彥**。生態綠。2014 年 6 月 4 日，取自 http://okogreen.com.tw/about/media-report/4011

棉樂悅事（2018）。**關於**。2018 年 3 月 23 日，取自 https://www.facebook.com/pg/Loveladypads/about/?ref=page_internal

萬蓓琳（2008）。**從三噸咖啡豆開始捍衛雨林生態**。今週刊（612 期）。2014 年 4 月 22 日，取自 https://www.businesstoday.com.tw/article-content-80415-94480

綠色和平（2010）。**雀巢購買的棕櫚油如何推動雨林、氣候和紅猩猩毀滅？**綠色和平調查報告。2013 年 10 月 6 日，取自 http://www.greenpeace.org/hk/campaigns/forests/#tab=4

臺灣主婦聯盟生活消費合作社（2014）。**雨林咖啡掛耳包—認識生產者**。2014 年 6 月 8 日，取自 http://goo.gl/V6xkSx

戴雅真（2017）。**BBC 年度百大女性 臺灣林念慈入選**。中央社。2018 年 4 月 19 日，取自 https://www.nownews.com/news/20171018/2627483

顏和正（2017）。**另類新南向　社企前進菲律賓種咖啡、做美甲**。天下雜誌。2018 年 4 月 19 日，取自 https://csr.cw.com.tw/article/40038

繭裹子（2017）。**繭裹子公益報告書**。2018 年 3 月 20 日，取自 https://www.twine.com.tw/social-report。

繭裹子(2018a)。**關於繭裹**。2018 年 4 月 19 日，取自 https://www.twine.com.tw/about-us

繭裹子(2018b)。**門市資訊**。2018 年 4 月 19 日，取自 https://www.twine.com.tw/shop

參、西文部分

Bacon, C. M., V. E. Mendez & J. A. Fox (2008). *Confronting the Coffee Crisis: Fair Trade, Sustainable Livelihoods and Ecosystems in Mexico and Central America.* MIT Press: Cambridge, MA, 337-372.

Bitzer, Verena, Mara Francken & Pieter Glasbergen(2008). *Intersectoral partnerships for a sustainable coffee chain: Really addressing sustainability or just picking (coffee) cherries?* Global Environmental Change,(18), 271-284.

Carroll, A. B. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *The Academy of Management Review*, 4(4), 497-505.

Child, Curtis(2012). Chasing the Double-Bottom Line: Fair Trade and the Elusive Win–Win, in Gidron, B., & Y. Hasenfeld. (Eds.). *Social enterprises: an organizational perspective.* Palgrave Macmillan, 185-197.

Craxton, Melanie & Wade Rathke(2011).Unfair Fairtrade? *Social Policy*, 41(4), 26-34.

Fridell, Gavin(2006). *International solidarity in the era of neo-liberalism: Fair trade north in comparative perspective.* Presented to the Canadian Political Science Association (CPSA).

Fridell, Gavin(2007). Fair-Trade Coffee and Commodity Fetishism: The Limits of Market-Driven Social Justice. *Historical Materialism*, 15, 79–104.

Imhof, Sandra & Andrew Lee(2007). *Assessing the potential of Fairtrade for poverty reduction and conflict prevention: A case study of Bolivian coffee producers*. Europa Institut, University of Basel.

Jaffee, D. (2007). *Brewing justice*. Berkeley, CA: University of California Press.

Johannessen, Silje & Harold Wilhite(2010).Who Really Benefits from Fairtrade? An Analysis of Value Distribution in Fairtrade Coffee. *Globalizations*, 7(4), 525-544.

Khuram Shahzad & Ilkka Sillanpää(2013, May).*The Role of Fair Trade in Developing Corporate Social Responsibility: An Empirical Examination Base on Multiple Cases*. 2013 International Conference on Technology Innovation and Industrial Management, Phuket, Thailand.

Linton, April(2008). A Niche for Sustainability? Fair Labor and Environmentally Sound Practices in the Specialty Coffee Industry. *Globalizations, 5(2)*, 231–245.

Moberg, M.(2005). Fairtrade and Eastern Caribbean Banana Farmers: Rhetoric and Reality in the Anti-Globalization Movement. *Human Organization, 64*:4-16.

OECD(1999).*Social Enterprise*. OECD.

OPM & IIED(2000). *Overview, Impact, Challenges, Fairtrade: Study to Inform DFID's Support to Fairtrade.* OPM & IIED

Raynolds, Laura T., Douglas Murray & Peter Taylor(2004). Fair Trade Coffee: Building Producer Capacity via Global Networks. *Journal of International Development, 16*, 1109-1121.

Sandra Bäthge, M.A.(2016). *Executive Summary: Final report "Does Fair Trade*

change society?" English version. TransFair e.V. (Fairtrade Deutschland)

Stiglitz, Joseph & Andrew Charlton(2005). *Fair trade for all: How trade can promote development*. New York: Oxford University Press.

Stratton, Jeanine P. & Matt J. Werner(2013). Consumer Behavior Analysis of Fair Trade Coffee: Evidence From Field Research. *The Psychological Record, 63,* 363–374.

肆、西文線上資料

Aranda, Josefina & Carmen Morales(2002). *Poverty alleviation through participation in fair trade coffee: the case of CEPCO, Oaxaca, Mexico.* Center for fair & alternative trade of Colorado State University. Retrieved Feb 25, 2014, from http://cfat.colostate.edu/wp-content/uploads/2009/09/Case-Study-CEPCO-Oaxaca-Mexico.pdf

Fair Trade Campaigns (2016). *Fair trade basics myth-busters & FAQs*. Retrieved Mar 11, 2018, from https://fairtradecampaigns.org/wp-content/uploads/2016/05/FT-Myths-and-FAQs.pdf

Fairtrade Towns International(2017). *Korea has become the 30th country to have Fair Trade Towns*. Retrieved Apri 11, 2018, from http://www.fairtradetowns.org/20-news-events-conferences/331-new-dynamics-in-korean-fair-trade-towns-campaign

FLO(2011). *Fair trade glossary.* Retrieved Mar 21, 2018, from http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/about_fairtrade/2011-06-28_fair-trade-glossary_WFTO-FLO-FLOCERT.pdf

FLO(2016). *Monitoring and impact reports.* Retrieved Apr 20, 2018, from https://www.fairtrade.net/impact-research/monitoring-impact-reports.html

FLO(2018a). *History of Fairtrade.* Retrieved Apr 20, 2018, from

https://www.fairtrade.net/about-fairtrade/history-of-fairtrade.html

FLO(2018b). *The FAIRTRADE Mark.* Retrieved Apr 20, 2018, from https://www.fairtrade.net/about-fairtrade/the-fairtrade-marks/fairtrade-mark.html

FLO(2018c). *The history and meaning of the Fairtrade Trademarks*. Retrieved Apr 20, 2018, from https://www.fairtrade.net/about-fairtrade/the-fairtrade-marks/history-of-the-fairtrade-mark.html

FLO(2018d). *Deepening impact through programmes.* Retrieved Apr 20, 2018, from https://annualreport16-17.fairtrade.net/en/deepening-impact-through-programmes/

FLO(2018e). *Benefits of Fairtrade.* Retrieved Feb 11, 2018, from http://www.fairtrade.net/benefits-of-fairtrade.html

FLO(2018f). *Minimum price and Premium information.* Retrieved Apr 20, 2018, from https://www.fairtrade.net/standards/price-and-premium-info.html

FLO(2018g). *Driving sales, bettering lives.* Retrieved Apr 20, 2018, from https://annualreport16-17.fairtrade.net/en/driving-sales-bettering-lives/

FLOCERT(2013).*Fee system small producer organization-explanatory document.* Retrieved Nov 10, 2013, from http://www.flo-cert.net/wp-content/uploads/2014/03/PC_FeeSysSPO_ED_24_en.pdf

FLOCERET(2018a). *Roots and role in Fairtrade.* Retrieved Apr 20, 2018, from https://www.flocert.net/about-flocert/vision-values/roots-role-fairtrade/。

FLOCERT(2018b). *The impact of Fairtrade on your business and our world.* Retrieved Apr 22, 2018, from https://www.flocert.net/solutions/standard-assurance/fairtrade-certification/

Garza, Víctor Pérezgrovas & Edith Cervantes Trejo(2002). *Poverty alleviation through participation in fair trade coffee networks: The case of Union Majomut, Chiapas, Mexico.* Center for fair & alternative trade of Colorado State University. Retrieved

Feb 21, 2014, from http://welcome2.libarts.colostate.edu/centers/cfat/wp-content/uploads/2009/09/Case-Study-Uni%C3%B3n-Majomut-Chiapas-Mexico.pdf

Gresser, Charis& Sophia Tickell(2002). *Mugged: Poverty in your coffee cup.* Oxfam International. Retrieved Feb 21, 2018, from https://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/Fairtrade_society_study_short_version_EN.pdf

Murray, Douglas, Laura T. Raynolds & Peter Leigh Taylor (2003). *One cup at a time: Poverty alleviation and fair trade coffee in Latin America.* Center for fair & alternative trade of Colorado State University. Retrieved October 15, 2013, from http://cfat.colostate.edu/wp-content/uploads/2009/09/One-Cup-at-a-Time.pdf

Nicholls, Alex & Charlotte Opal(2005). *Fair trade: Market-driven ethical consumption.* [Google Reader version]. Retrieved Jan 22, 2014, from: http://books.google.com.tw/books?id=ZzN63m4tEi4C&printsec=frontcover&hl=zh-TW&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

WFTO(2016). *WFTO annual report 2016*. Retrieved Apr 20, 2018, from https://issuu.com/fairtradewfto/docs/2016_annual_report_of_wfto-digital_

WFTO(2018a). *History of fair trade.* Retrieved Apr 21 2018, from https://wfto.com/about-us/history-wfto/history-fair-trade

WFTO(2018b). *What we do.* Retrieved Apr 11 2018, from https://wfto.com/about-us/what-we-do

WFTO(2018c). *Our guarantee system.* Retrieved Apr 21 2018, from https://wfto.com/standard-and-guarantee-system/guarantee-system

WFTO(2018d). *10 principles of fair trade.* Retrieved Apr 20, 2018, from https://wfto.com/fair-trade/10-principles-fair-trade

WFTO(2018e). *Principles of fair trade.* Retrieved Apr 23, 2018, from https://wfto-

asia.com/credibility/charter-of-fair-trade-principles/

Wheeler, Kathryn(2012). *Fair trade and the citizen-consumer- shopping for justice?* [Google Reader version]. Retrieved from http://goo.gl/Oh3TCd

參與研究同意書

親愛的受訪者:

您好，我是國立臺灣師範大學社會教育系碩士班學生郭宇文，正著手碩士論文研究。研究主題為《社會企業與公平貿易：認證系統對利害關係人之影響分析》，目的為探討具公平貿易精神之社會企業，有或無認證對利害關係人的影響。期盼借重您真實的想法與經驗，並提供個人意見以協助本研究進行。

本研究以深度訪談法進行訪談，訪談時間約 1~2 小時。同時，為避免研究者遺漏您豐富的經驗或是對您提供的資訊有所誤解，故將全程進行錄音紀錄，以便訪談後於資料上的核對與澄清，希望您同意於訪談過程中錄音，錄音內容僅作研究者分析資料、編碼及因素歸類之用，因此，希望您能提供真實的意見，以增加研究資料的正確性，對於您的訪談資料，僅供研究者論文之分析與整理，研究結果將以論文發表。若您對本研究有任何寶貴的意見，歡迎隨時提供給研究者，誠摯邀請您參與本研究。

非常感謝您閱讀此同意書。

敬祝 順心如意

國立臺灣師範大學社會教育學系

指導教授：鄭勝分 博士

研究生：郭宇文 敬上

本人同意參與本研究的權利與過程，也明白我的參與及合作對本研究的重要性。因此，本人同意接受訪問，參與本研究。

□具名　　□匿名　　訪談對象：　　(簽名)

研究者：　　(簽名)

日期：　　年　　月　　日