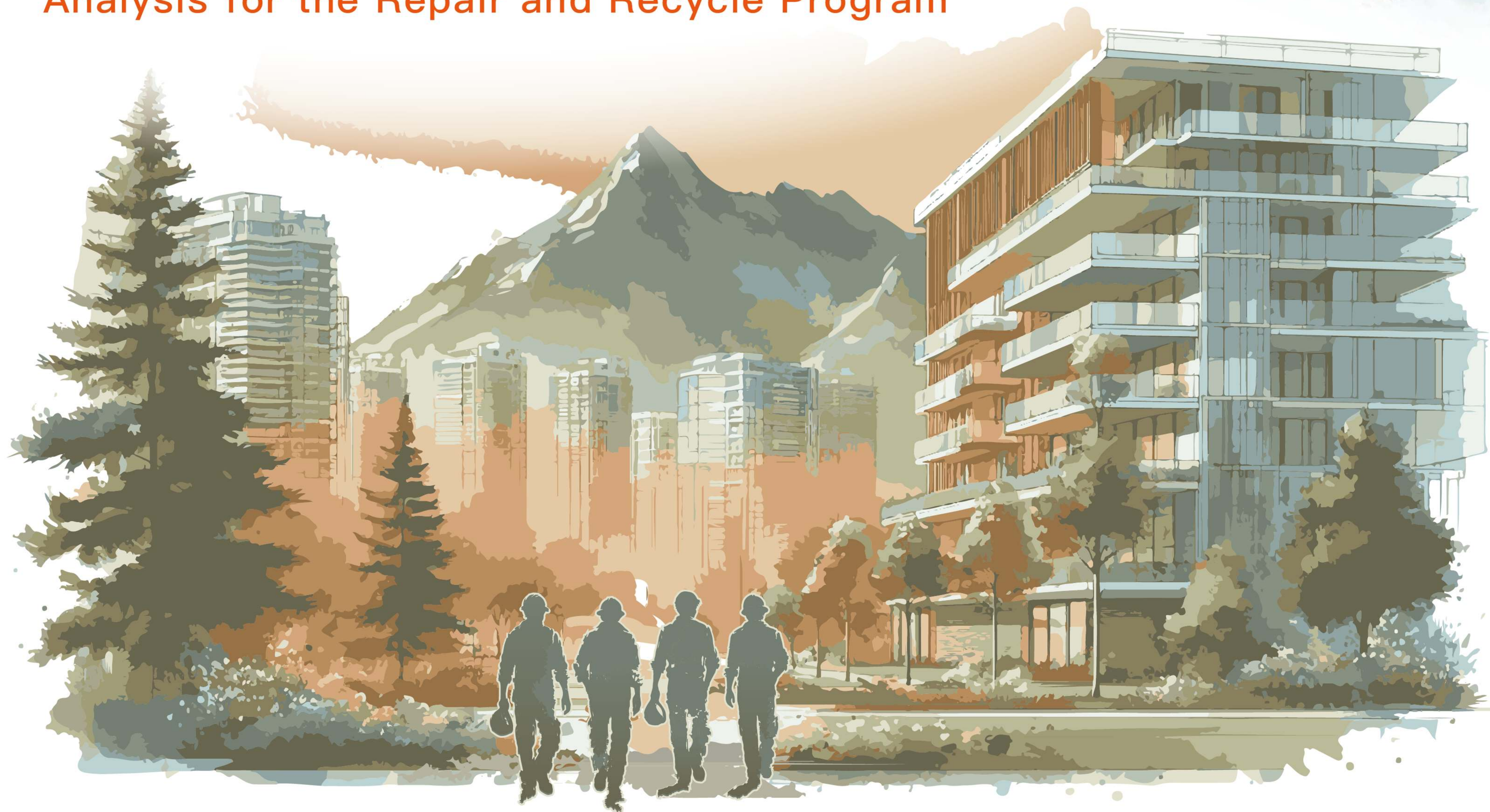




根基營造股份有限公司
KEDGE CONSTRUCTION CO., LTD.

繕循環計畫 社會影響力評估報告

Social Return on Investment (SROI)
Analysis for the Repair and Recycle Program



摘要

根基營造以自身產業與能力，致力於協助公益修繕，於 2021 年領先業界，致力於改善偏鄉弱勢家庭居住的核心挑戰「缺乏修繕人員」，ESG 功能小組啟動「繕循環計畫」，發揮根基的營建管理所長，依據服務地點、施工項目、品質與企業社會責任投入熱忱等，鑑別並快速尋找適合協助公益修繕的企業加入，善用完案工程餘料並邀請供應商一同投入偏鄉弱勢住屋的修繕。

而根基營造也希望將本計畫擴大規模，成為長期執行計畫，並推動「一個工地守護一戶家庭」，號召全台灣的根基工地一同響應計畫，並積極與台灣各地的社福團體及政府單位接洽，與樂知公益協會合作，在修繕服務中，輔導與協助街友投入其中，培育專業技能，並擴大連結地方需求，於2023年度已完成修繕共計 12 戶個案，並再度導入SROI 量化模型評估專案，力求探討擴大社會影響力的機會。

於2023 年，繕循環計畫在社會投資報酬率分析 (Social Return on Investment, SROI) 中取得 8.10 的佳績，亦即根基營造每投入 \$1 元，能夠創造 \$8.10 元的社會影響力，經敏感度分析，SROI 值落在 6.83~9.37 的區間。根據分析，繕循環專案致力於協助偏鄉弱勢家戶，透過本專案能夠為偏鄉弱勢家戶帶來「提升家庭關係」、「生活品質改善」、「獲得生活動力」、「提升人際關係」等多元成果，更為服務提供者創造「同理心增加」、「成就感提升」、「專業能力提升」等多元成果，更與合作團體、社工，攜手改善公益行動效率、擴大資源網絡，共計 9 類利害關係人創造28 項成果，影響力的存續期更可長達 3 ~ 5 年，為社會帶來深遠且持續性的正向影響力。

評估單位：捷影永續科技

學術支援：中山大學社會企業發展研究中心





目錄

CONTENTS

摘要	01
目錄	02
圖目錄	03
表目錄	03
1. 基本簡介與範疇界定	04
1.1. 專案背景	05
1.2. 評估範疇	06
1.3. 評估方法	07
1.4. 利害關係人界定與抽樣	08
2. 改變理論與成果描繪	09
2.1. 專案投入成本	10
2.2. 專案活動描述	12
2.3. 專案產出數據	13
2.4. 成果事件鏈	15
2.5. 專案成果重大性分析	25

3. 證明成果並賦予價值	28
3.1. 指標分析	29
3.2. 案家指標表現	29
3.3. 財務代理指標	37
3.4. 影響力因子分析	41
4. 影響力地圖	45
4.1. 成果價值分析	46
4.2. 敏感度分析	49
5. 綜合策略建議	50

圖目錄

圖 2-1：案家成果事件鏈	16
圖 2-2：社工成果事件鏈	17
圖 2-3：工班人員、師傅成果事件鏈	18
圖 2-4：合作廠商成果事件鏈	19
圖 2-5：根基營造成果事件鏈	20
圖 2-6：根基營造管理人員成果事件鏈	21
圖 2-7：合作團體成果事件鏈	22
圖 2-8：樂知修繕隊成果事件鏈	23
圖 2-9：社會成果事件鏈	24

圖 3-1：案家指標數據圖	31
圖 3-2：社工指標數據圖	32
圖 3-3：工班人員、師傅指標數據圖	33
圖 3-4：根基管理人員指標數據圖	34
圖 3-5：樂知修繕隊指標數據圖	36
圖 3-6：案家影響力因子數據	41
圖 3-7：社工影響力因子數據	42
圖 3-8：工班人員影響力因子數據	42
圖 3-9：樂知修繕隊影響力因子數據	43
圖 3-10：根基人員影響力因子數據	43

圖 4-1：成果數據統計儀錶板	47
-----------------	----

圖 5-1：員工認同感成因	52
---------------	----

表目錄

表 1-1：本次研究數據蒐集說明表	08
-------------------	----

表 2-1：利害關係人投入表	11
表 2-2：利害關係人產出表	14
表 2-3：案家成果重大性表	25
表 2-4：根基管理人員成果重大性表	26
表 2-5：樂知修繕隊成果重大性表	26
表 2-6：工班人員成果重大性表	27
表 2-7：社工成果重大性表	27

表 3-1：各成果的財務代理指標評估模型	37
----------------------	----

表 4-1：SROI計算結果	46
表 4-2：敏感度分析表	49





基本簡介與 範疇界定

1. 基本簡介與範疇界定

1.1. 專案背景

根基營造於2000年上市，直到2015年，在證交所推出永續報告書作業辦法時，就領先國內同業積極推動企業ESG作為，到2023年連續九年都自主揭露優於法規的永續報告書。根基營造秉持著「誠信」、「品質」、「服務」、「創新」及「永續」的核心價值，在推動永續的過程，更串聯產官學界多方合作，最值得效仿的是，根基營造推動永續作為都以自身產業以及利害關係人為出發點，將發展永續作為企業轉型的機會而不是限制或成本。其中，在社會面，根基的公益修繕已行之有年，在許多災後重建(如尼伯特風災、花蓮強震等)關懷行動都能看見根基團隊的身影。然在多次前往偏鄉修繕的途中，根基營造發現，偏鄉雖然長期有許多資金、材料等資源的捐助，但始終無法改善弱勢家庭居住環境的核心問題在於「缺乏修繕人員」。

因此，在2021年底根基永推推動小組啟動「繕循環計畫」，發揮根基的營建管理所長，依據服務地點、施工項目、品質與企業社會責任投入熱忱等，鑑別並快速尋找適合協助公益修繕的企業加入，善用完案工程餘料並邀請供應商一同投入偏鄉弱勢住屋的修繕。首先，根基營造解決了偏鄉長年盼不到施工人員的窘境，第二點，促成營建供應商社會公益的合作平台，最後，他們還與街友關懷團體合作，賦能弱勢街友，創造工作機會。如此永續轉型不但減少剩餘材料的浪費，還能創造與產業鏈共同創造社會價值的公益網絡。

因2022年施行成效良好，也在執行後，再度領先業界委託KPMG安侯建業聯合會計師事務所開始導入了社會投資報酬SROI的社會價值量化評估模型，計算出SROI值為7.62，即1元的成本創造出7.62元的社會價值。而根基營造也希望將本計畫擴大規模，成為長期執行計畫，並推動「一個工地守護一戶家庭」，號召全台灣的根基工地一同響應計畫，並積極與台灣各地的社福團體及政府單位接洽，連結地方需求，2023年度已完成修繕共計12戶個案，並再度委託捷影永續科技導入SROI量化模型評估專案，除了能檢視專案哪裡可以改進優化，持續探討如何擴大社會影響力，也能讓更多人看到根基營造如何善用本業專業及資源普及偏鄉弱勢，甚至是複製此服務模式創造更廣泛更深遠的社會影響力。





1.2. 評估範疇

偏鄉弱勢家庭長期面對居住風險，在極端氣候下，生存受到很大的挑戰，奔波處理漏水、擔憂子女安全已成生活常態，許多家戶本身更是高齡者，足見問題之嚴峻。偏鄉修繕的挑戰不僅只是資源，核心問題為「缺乏修繕人員」，因此通常只能處理設備修繕、油漆、清潔等基礎修繕，然而漏水漏電、房屋損毀、行走安全疑慮等問題卻較難協助，根基營造看見偏鄉弱勢家戶的需求，希望攜手供應商，一同善用本業專才，致力為社會創造正向影響力。

根基營造繕循環計畫2.0，在2023 年修繕服務擴展到全台各地，攜手 23 個廠商以及 3 個非營利組織，一同進入偏鄉幫助改善弱勢家戶的住家環境，與 9 位社工合作，事前進行約1個月的詳細溝通評估，包含現場會勘、房屋現況調查並詳實記錄個案的修繕需求，再由根基團隊與供應商共同評估可行性以及修繕工法之採用，確認後進行修繕工作，期間投入約 30 位根基員工，與 36 位合作廠商工班人員，每修繕案需至少進行約 36 小時的工時。除此之外，根基團隊與樂知協會積極合作，培訓 6 位街友進修 6 小時課程，並取得相關證照，並帶領街友組成的修繕隊協助弱勢家戶修繕，落實繕循環的精神，擴大社會影響力。

本次評估的修繕服務分析，主要時間範疇為2023年1月1日至12月31日，主要評估的地理範疇為台灣各處偏鄉，包含台北北投、新北林口、新北平溪、新北烏來、苗栗泰安、台中南區、屏東牡丹、屏東長治、屏東萬丹等地，評估目的為希望透過本次分析，了解服務成效與優化策略，並能夠呈現出專案為社會與利害關係人所創造出的影響力。

1 消除貧窮



10 減少不平等



11 永續城市與社區



1.3. 評估方法

社會投資報酬率分析法(Social Return on Investment, SROI)不論是在流程與評估過程上，都較為完整也較具歷史性的模型，SROI 框架最初由羅伯茨企業發展基金 (REDF) 於 1997 年開發出衡量社會企業成本效益的方法，之後逐步修訂。於 2002 年發表 SROI 方法學報告書，並於 2004 年的 SROI Framework Document 倡議下成立了 The SROI Network，逐步發展出計算上的方法學。英國政府自 2007 年開始便持續支持 SROI 在公部門的應用，隨著時間演進，最初的 SROI 方法與經濟評估和投資財務回報中通常使用的原則和過程相結合，以建立一個能夠捕捉社會、經濟和環境干預措施的評估方法，並於 2009 年出現了現行通用準則 A Guide to SROI，也成為英國政府評估公益組織績效的重要準則，目前廣泛在國際上被運用。

SROI 是一個工具框架，為全世界非營利組織常用之績效評估方法之一。不僅能使外界清楚知道專案所產生的社會影響力，亦能作為內部績效考核評估之參考，其適用對象除非營利組織外，尚適用於社會企業、營利事業、公部門等。SROI 分析法分為兩種類型：預測型與評估型，預測型 SROI 是針對未來將進行的專案，預測其成果可創造的社會影響力，目的是讓使用者瞭解如何有效配置資源，讓社會投資最大化；評估型 SROI 則屬於回顧性之方法，針對正在進行的專案評估其所產生的社會影響力，目的是讓使用者瞭解其成效及作為調整計畫之依據。英國政府協助 Social Value UK 以及 Social Value International，在 2012 年出第二版「社會投資報酬率指南 A Guide to Social Return on Investment」，用來衡量受到干預活動影響之利害關係人的改變，並計算改變所帶來的影響與社會價值，並以貨幣價值將結果呈現。更重要的是 SROI 不僅僅是一個數字，透過進一步分析，可作為決策參考的依據，提升社會整體福利管理的效益。本案屬於評估型的 SROI 案。



1.4. 利害關係人界定與抽樣

研究團隊根據全球影響力投資聯盟 (Global Impact Investing Network , GIIN) 所研發的 IRIS+ 指標確認利害關係人，並根據利害關係人與服務計畫的接觸方式做區分，將利害關係人區分為實施者、直接受益人、間接受益人、合作單位/外部參與者，最後則是進行子族群分析。根據根基營造所提供之專案資料，研究團隊針對利害關係人進行分析與初步篩選確認後，根據管理層訪談與活動資料，並依據 Social Value International 所發布的評估準則，根據利害關係人感知(Stakeholder perception)、社會的標準(Societal norms)、短期財務衝擊(Direct short term financial impacts to the organisation)、同行標準(Peer based norms)進行相關性分析，並透過存續期、程度、重要性等數據確認具備顯著性，進一步依照重大性原則納入利害關係人，工作坊討論是否有需增減、確認母體數、訪談數以及問卷發放數，以下為最終數量：

實施者為根基營造與根基營造管理人員，管理人員又分為根基營造專案人員(ESG團隊)以及根基營造監工人員，在訪談過後，發現兩者雖然在參與過程有些差異，但成果類似，因此合併納入；直接受益人為弱勢家戶，共12戶；間接受益人為社會，因弱勢家戶的居住環境改善，降低社會風險；合作單位/外部參與者包含合作廠商、工班人員及師傅、合作團體、樂知修繕隊成員以及社工。從利害關係人及母體數可以看出根基的繕循環專案結合多項資源，除了與各地多處的營建供應商合作外，還有多個非營利組織參與其中，有些個案連結也是在 2022 年透過繕循環 1.0 中認識的社工所轉介。

表1-1：本次研究數據蒐集說明表

利害關係人		母體數	訪談數	問卷發放數	無效樣本
根基營造		1	1	1	0
根基營造管理人員 (30位)	根基營造專案人員 (ESG團隊)	3	1	15	4
	根基營造監工人員	27	2		
弱勢家戶		12	3	4	0
合作廠商		23	1	3	0
工班人員、師傅		36	2	5	1
合作團體		3	2	2	0
樂知修繕隊成員		6	1	3	0
社工		9	2	4	0
社會		1	1	1	0

改變理論與 成果描繪



2. 改變理論與成果描繪

2.1. 專案投入成本

根基營造於評估期間投入的資源包含案家修繕建材成本1,670,096元，人力及時間的部分，因為根基營造管理人員的薪水不只有執行繕循環專案，因此以付出時間乘以市場上的時薪價位作計算。而在利害關係人分析提及繕循環與多個廠商工班合作，廠商也願意贊助部分修繕成本，共同幫助弱勢，包含建材、人力，甚至是打折優惠，共276,680元，另外還有額外時間成本345,600元。而合作的非營利組織部分，本專案的另一個亮點在於根基營造與樂知公益慈善協會的合作，讓街友有工作，並且在過程中增進技能，相關成果會呈現在附件中的成果事件鏈，而樂知協會也願意自行負擔出隊成本，讓修繕隊透過實作學習專業技能，訓練成本的部分為根基營造贊助樂知修繕隊成員前往台中研習台灣職安卡課程，而其他兩個合作團體主要則是在社工人力部分的支出，已算在社工部分的成本，為避免重複計算，不納入成本計算。經過計算後，繕循環專案在2023年的總投入為2,905,576元，表2-1為各項成本細項：



表2-1：利害關係人投入表

利害關係人	項目	計算
根基營造	投入案家成本	2023年繕循環專案執行成本=1,670,096 (元)
根基營造 管理人員	ESG專案人員時間成本	每案平均協助約22小時/每案*12(案)*時薪 300 元=79,200(元)
	根基監工人員時間成本	27人*每人約24小時*時薪400元=259,200(元)
	交通成本	平均每案交通花費4小時*12(案)=48小時，以計程車每小時車資計算(一小時車資900元)=43,200(元)
	績效獎金	ESG專案人員或監工人員繕循環相關績效獎金共120,000(元)
合作廠商	贊助案家費用(材料成本、人力成本、優惠)	廠商贊助修繕成本12案共 276,680 (元)
	時間成本	每案平均花費24小時*時薪400*36人=345,600(元)
	交通成本	已算在合作廠商之人力成本
社團法人 台灣樂知 公益慈善協會	出隊成本(交通、人力、餐費、耗材)	每案出隊一次20,000*3案=60,000(元)
	訓練成本	(每堂課1,200+交通費用1,400)*6(人)=15,600(元)
樂知修繕隊 成員	時間成本	已算入樂知出隊成本
	交通成本	已算入樂知出隊成本
社工	時間成本	每案花費平均15小時*9(人)*時薪200元=27,000(元)
	交通成本	平均每案交通來回各0.5小時*9(個)，以計程車每半小時車資計算(半小時車資500元)=9,000(元)
合作團體	人力成本(時間+交通成本)	已算入社工成本
總金額		2,905,576(元)

2.2. 專案活動描述

根基營造繕循環2023年專案，在期初透過與社福單位聯繫，蒐集需修繕個案，此時就會協助社福單位窗口，確認案家所需資料，以及初步評估是否適合開案，例如房東同意書等基本評估，並確認案家確實有此需求，進一步會彙整個案資料，並媒合根基營造齊下的工地，管理人員會先前往案家，評估個案需求與可協助程度及經費，在確認施工日期與方法上，會協助負責工地與社工之間的溝通聯繫，並請社工擔任需求說明與見證人的角色，最終透過施工紀錄、結案報告等等，確認修繕完成，並在後續與社福單位保持聯繫。



表格2-1：2023年修繕項目基本說明

	台北北投(1戶)	新北(林口、平溪、烏來)(3戶)	苗栗泰安(4戶)	台中南區(1戶)	屏東(牡丹、長治、萬丹)(3戶)
現況	附近階梯不敷使用 (扶手、梯面)	屋頂漏水、垃圾囤積、屋內毀損嚴重(門窗、天花板、樓梯、屋頂)	隔間損毀、房屋毀損(屋頂、門窗)、屋頂漏水、浴廁簡陋、壁癌	隔間損毀、房屋毀損(屋頂、門窗)、屋頂漏水、浴廁簡陋、壁癌	垃圾囤積、屋頂漏水、電線外漏、毀損嚴重(屋頂、天花板、牆面)、壁癌
修繕項目簡述	1.更新不鏽鋼扶手 2.修補梯面	1.更新門窗 2.更新樓梯及扶手 3.更新燈具線路 4.修復隔間、更新屋頂	1.隔間重新規劃 2.更新照明、衛浴、屋頂、門窗、家具、新設無障礙坡道 3.室內清理與粉刷、廢棄物清運	1.更新門窗 2.廢棄物清運	1.更新屋頂、天花板 2.潮濕牆面處理 3.更換照明設備、電線 4.廢棄物清運 5.防水及油漆工程

2.3. 專案產出數據

繕循環專案活動主要在於針對偏鄉與經濟弱勢戶的房屋修繕，事前會評估其家庭風險與狀況是否緊急，以及修繕範疇是否可行，如案家所在地能否抵達、是否嚴重到需要修改房屋架構，再與當地社福團體的社工進行聯繫，開始會勘、兜班，並進行修繕。而前面所提及與樂知公益慈善協會的合作，在2023年共有3案，主要讓樂知修繕隊成員進行一開始的房屋整理、牆面粉刷等等基本工作，過程中，工班師傅也會教導修繕專業知識，除此之外，根基還贊助樂知修繕隊成員考取職安卡，後續也規劃會持續合作。(表2-2)





表2-2：利害關係人產出表

活動	活動說明	利害關係人	產出	產出報告與頻率
偏鄉與經濟弱勢戶房屋修繕	根基依據弱勢家戶所在地點、施工項目，尋找適合協助修繕的企業加入、與當地的社福團體及政府單位接洽，並攜手樂知修繕隊成員，多方合作提供材料、人力、經費，幫助弱勢家庭的居住環境。	根基營造 管理人員	● 前置聯絡約1.5個月 ● 修繕需求確認(3小時)、第一次會勘(6小時)、總驗收(6小時)，資料彙整(2小時)，每案平均協助約22小時，共協助12案家，總計264小時	2023 年繕循環修繕紀錄、各案家結案報告
		根基營造	2023年根基營造總協助工地數量12個，監工人數總數 27 位	
		社工	事前聯絡約3小時，每案家前往平均4次，每次約3小時，平均而言協助時數約15小時/每案	
		合作廠商工班人員、師傅	平均修繕約2周4次，每次6小時，每案約協助修繕24小時，平均每案工程人數3位	
		樂知修繕隊成員	共協助3案，清理約6小時，油漆粉刷約6小時，3案共約36小時	
弱勢街友培訓課程	根基與樂知公益慈善協會合作模式，除了讓樂知修繕隊參與其中，負責基本清理及粉刷外，還讓根基講師開設台灣職安卡課程，免費讓樂知修繕隊成員研習並取得職安卡，學習營造工程安全等相關知識。	樂知修繕隊成員	台灣職安卡課程6小時	NA

2.4. 成果事件鏈

根基營造股份有限公司對持續改善社會、環境和經濟福祉的展現完整的承諾，為檢視專案如何進行優化，以及持續探討擴大社會影響力的創新方案，因此需透過本次訪談，了解利害關係人「在此專案中擔任的角色」，以及「參與後的對自身/組織造成的改變」與「預期及非預期之成果」，訪談過程將以實際經驗進行交流，進行改變理論的分析。

訪談樣本數目：三個核心論點：理論抽樣、理論飽和、三角檢驗

01.

理論抽樣表示研究問題要跟受訪者有關，一定有研究問題和理論觀點 (SROI)，亦即被訪談者要跟理論有關，再利害關係人確認時已經完備。

02.

理論飽和，和量化的信賴區間不太一樣，質化研究會一個一個受訪者去問，為了解資料的建構狀況，要確定新的訪談有沒有新的資訊流入，沒有的話就會停住不再進行訪談。

03.

三角驗證：會將其他訪談者講的，來問看看該訪談者，以此檢驗彼此之間認不認同彼此說的，確保訪談內容的真實度與完整度。





圖2-1：案家成果事件鏈

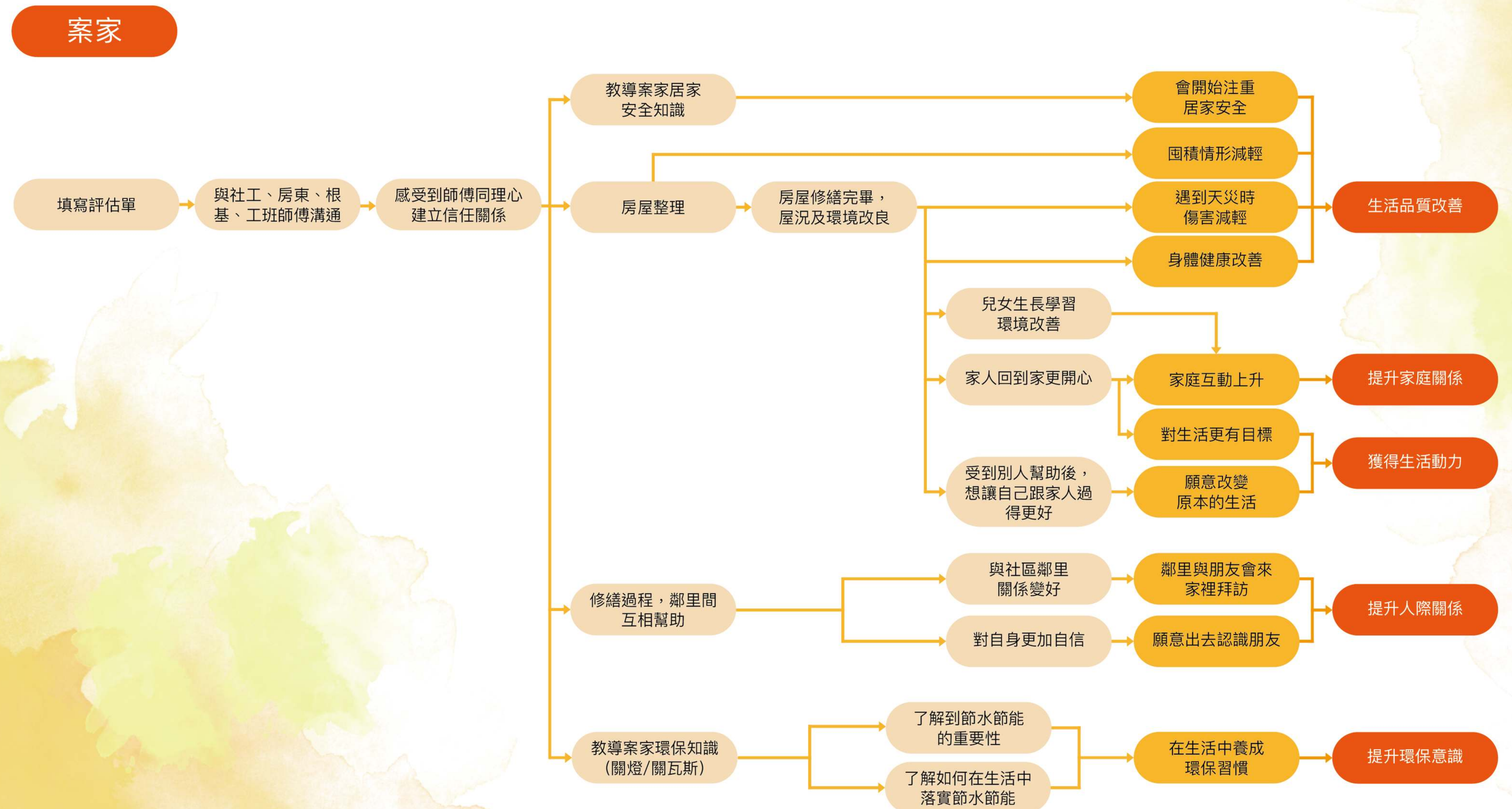


圖2-2：社工成果事件鏈

社工

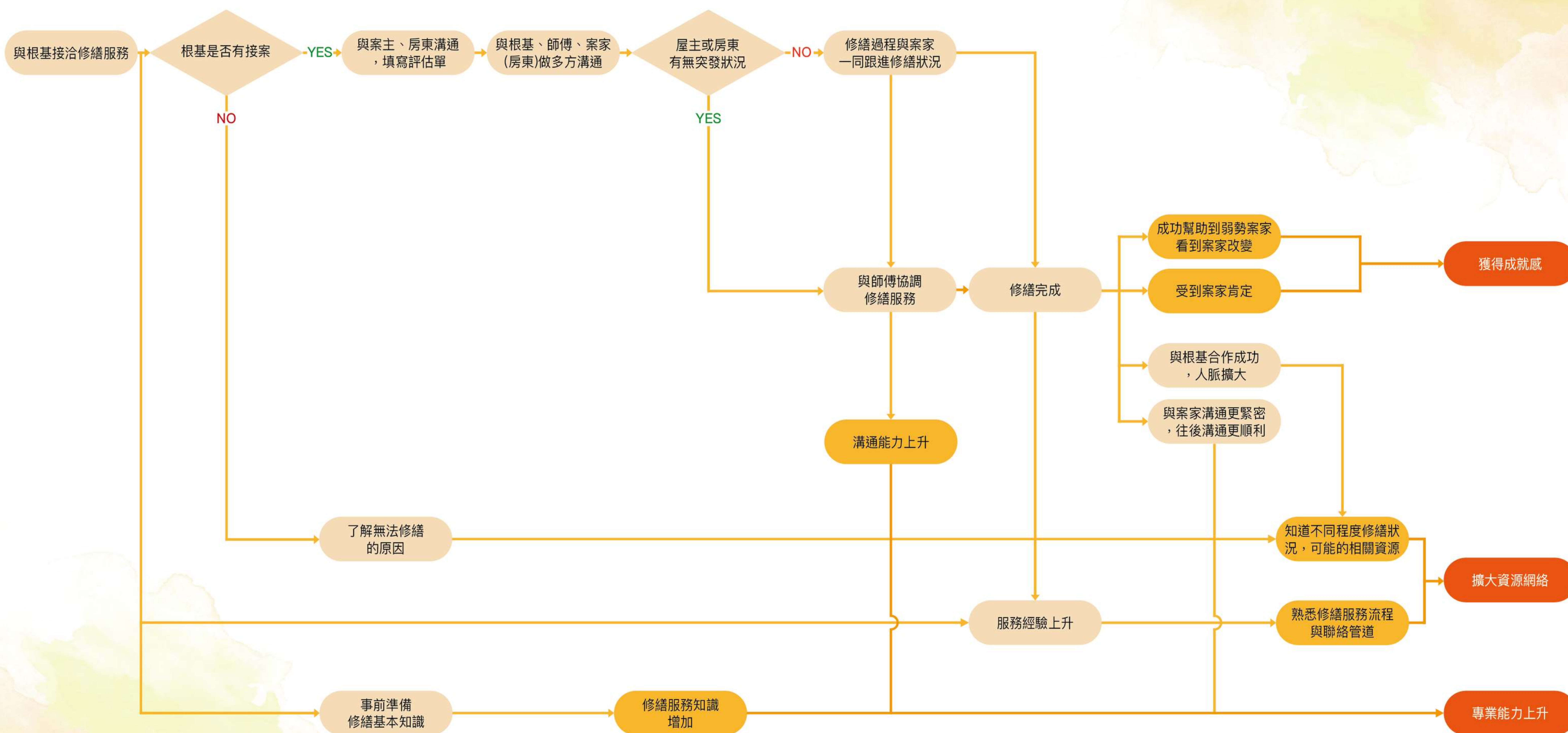


圖2-4：合作廠商成果事件鏈

合作廠商

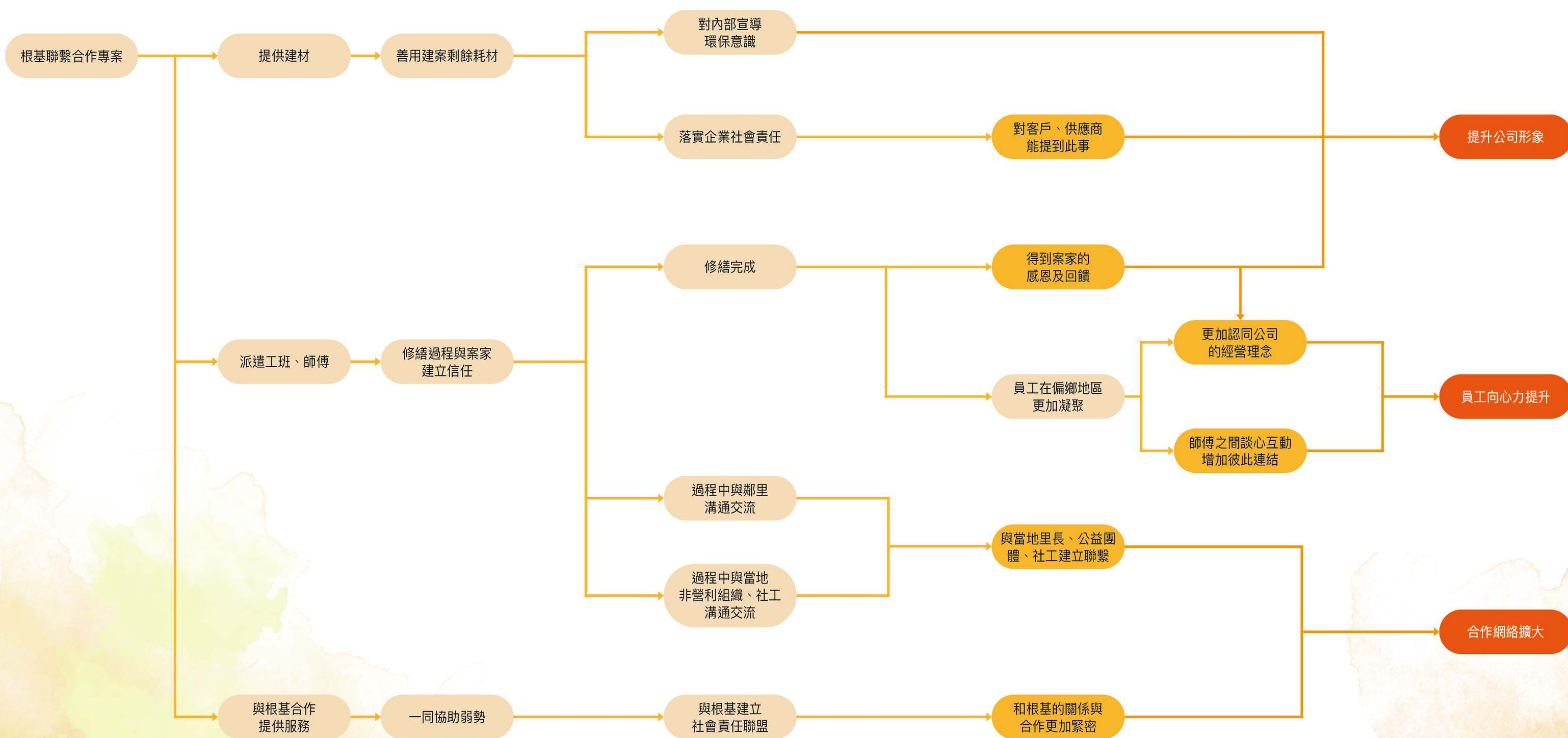


圖2-5：根基營造成果事件鏈

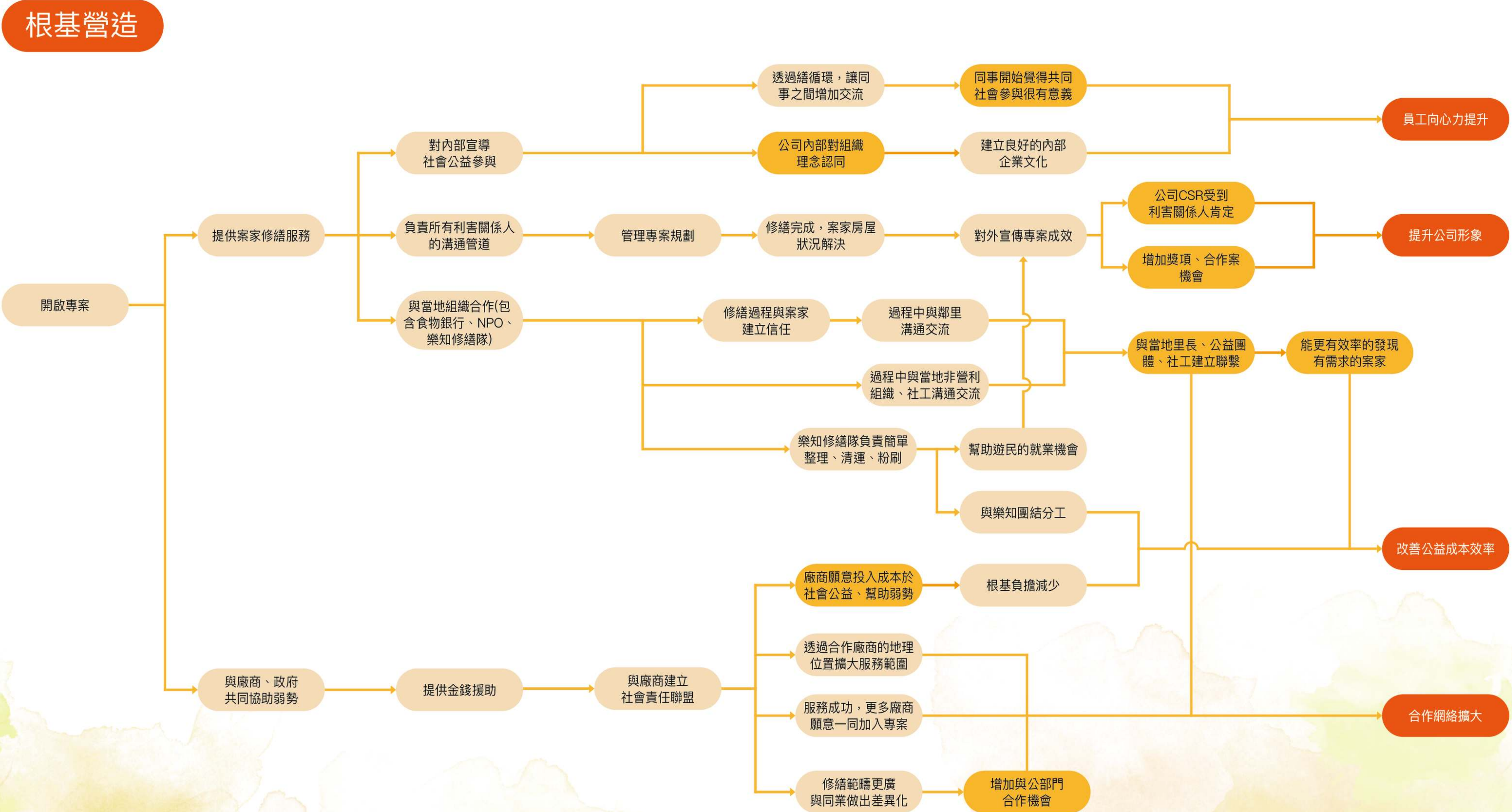


圖2-6：根基營造管理人員成果事件鏈

根基營造 管理人員

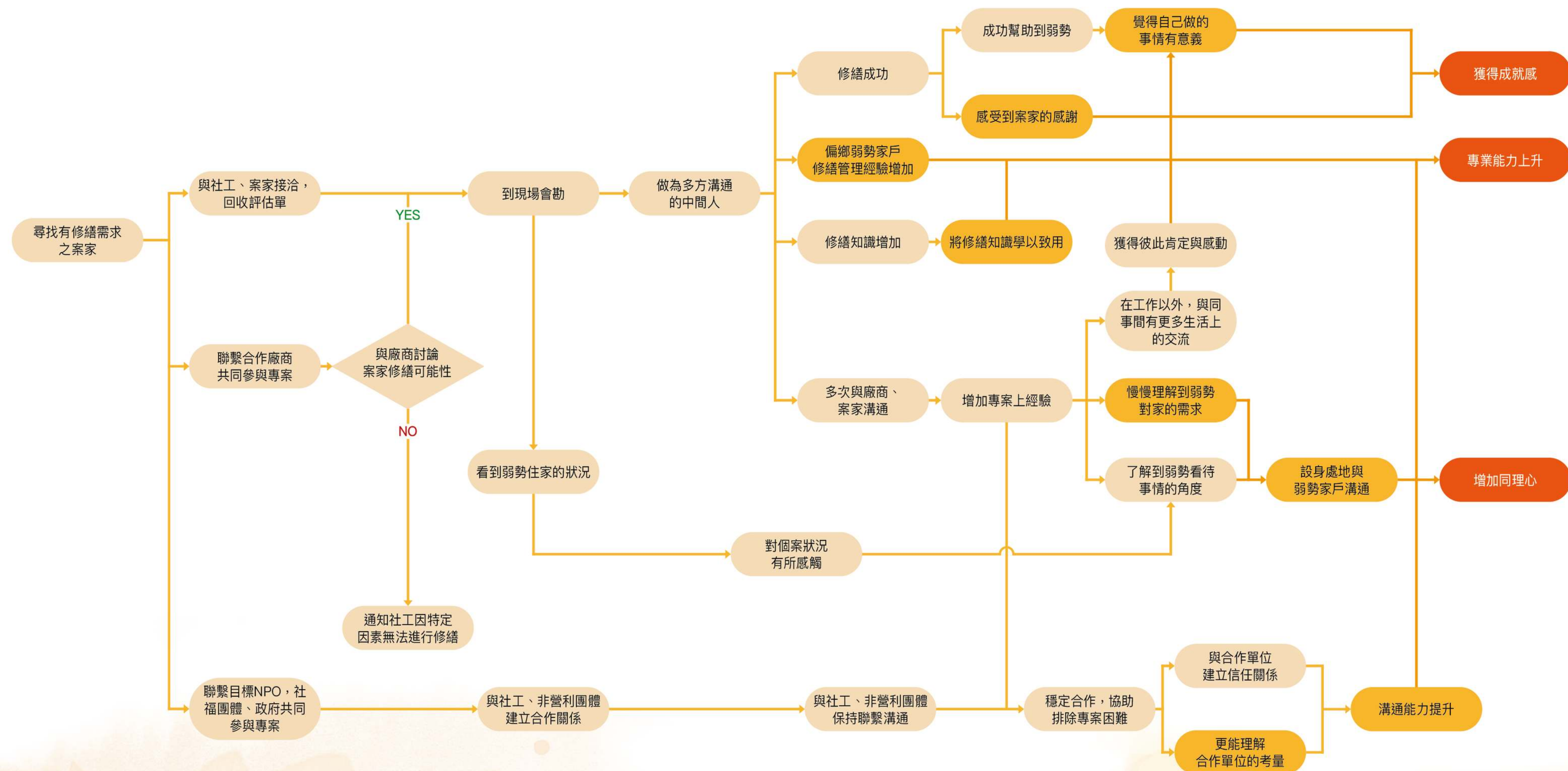


圖2-7：合作團體成果事件鏈

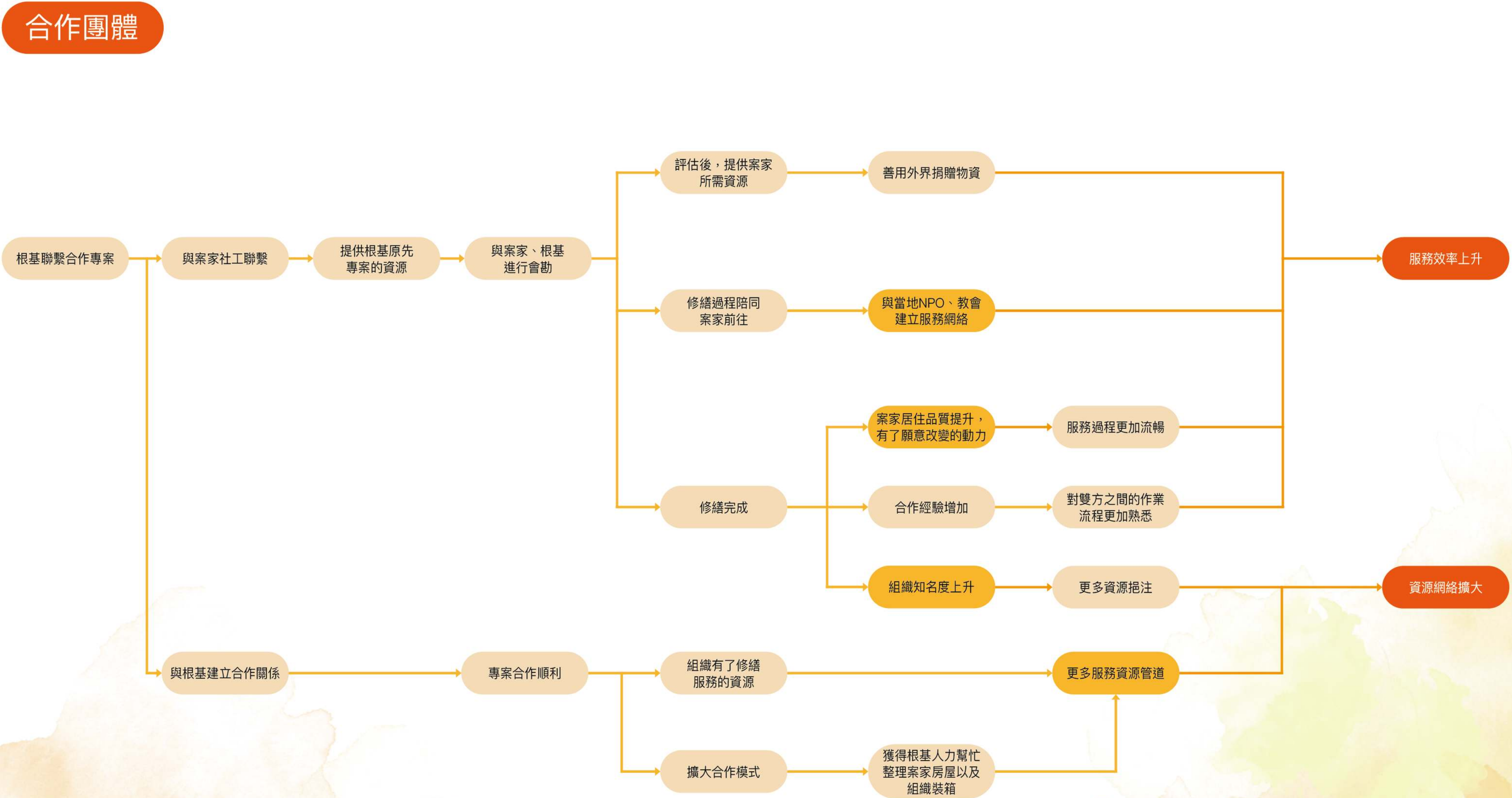


圖2-8：樂知修繕隊成果事件鏈

樂知修繕隊

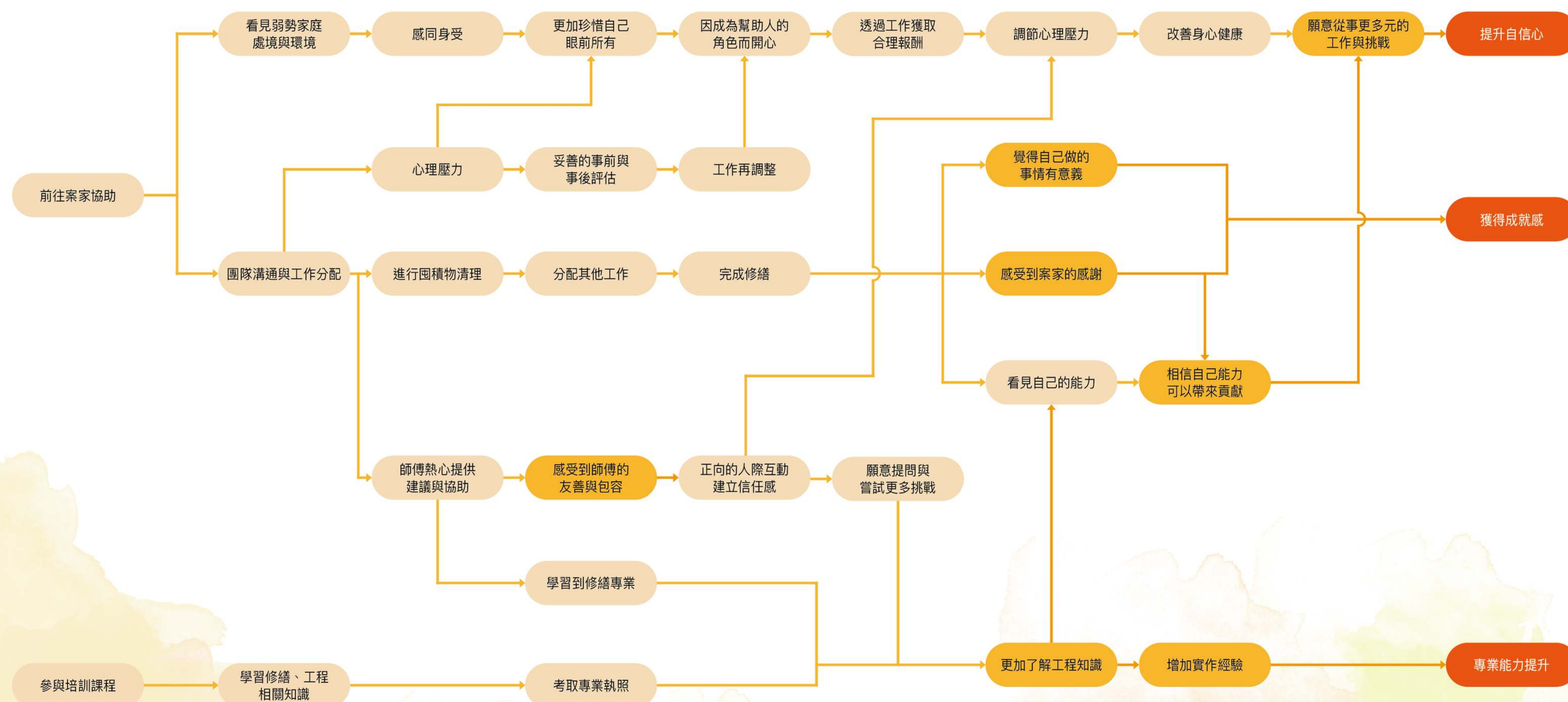
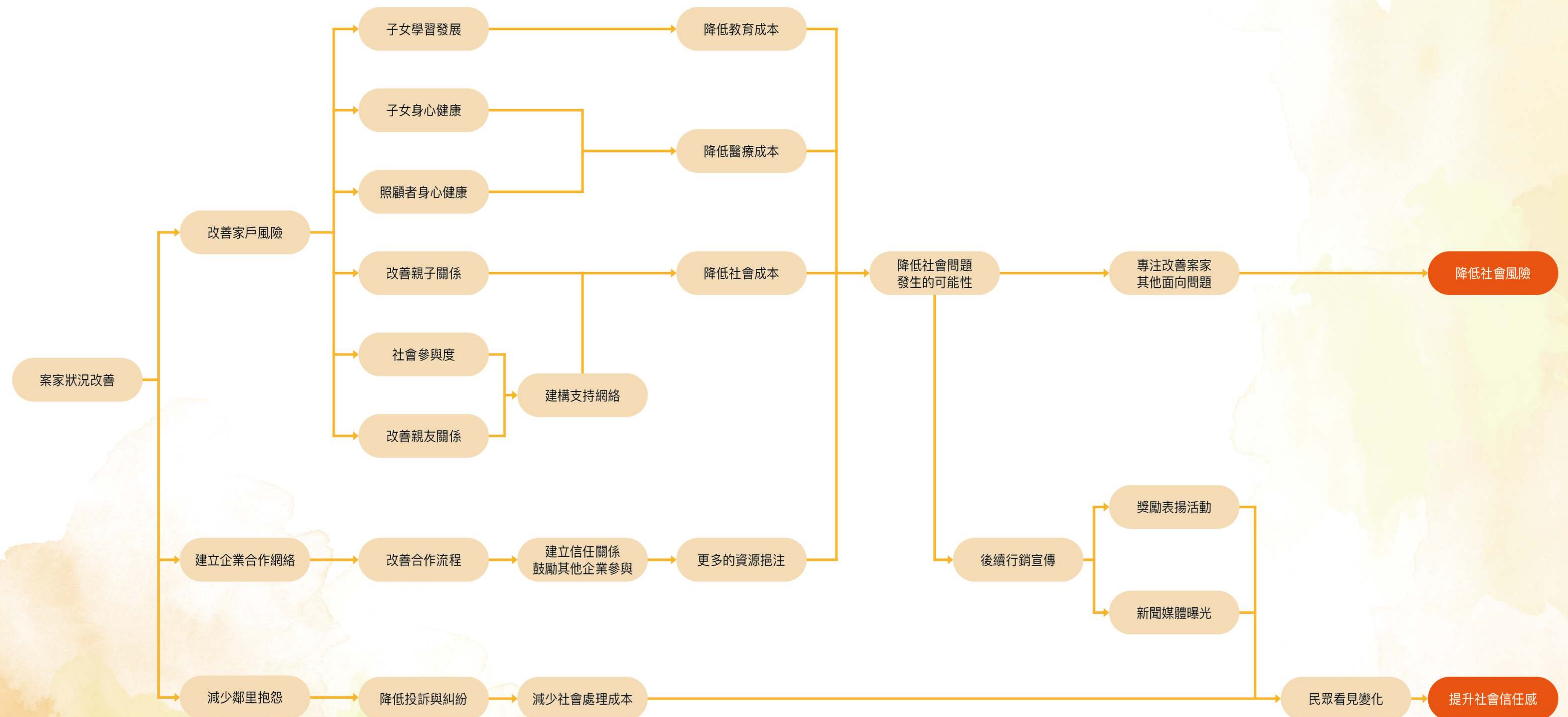




圖2-9：社會成果事件鏈

社會



2.5. 專案成果重大性分析

重大性分析會分別針對各個利害關係人，並依照三大面向進行分析，在此階段也會依照問卷回收數據結果判斷是否納入成果，成果是否納入主要會參考程度以及重要性作為標準，程度需達到70%以上，重要性需達到五分量表的3分以上。

首先針對主要受益人弱勢家戶進行分析，在訪談時，研究團隊依照案家的回答，整理出五個成果：提升人際關係、提升家庭關係、提升環保意識、獲得生活動力以及生活品質改善。從改變程度來看，除了提升環保意識僅有65%，其他成果均有85%以上，也因此提升環保意識在改變程度沒通過門檻，予以排除，對案家來說，最直觀感受到變化的就是自己的家變漂亮了，不會再到處漏水、天災來也不會造成嚴重損傷，改變程度高達100%；從重要性上來看，五個成果均有3分以上，達到門檻，而重要性的高低也符合在訪談時案家回答的排序，普遍都會將家庭關係排在第一，主要都是因為家人們更喜歡待在家，後續的指標分析會有更詳細說明，最後一名則通常是提升環保意識，如同問卷回收結果所示，主要是因為弱勢家戶本來就會為了省錢而節水節能，本來就會注重這些；最後存續期的部分，都存在3年以上，表示根基的修繕服務雖然只有一次，但卻對這些案家的改變非常深遠，環保意識的高存續期則是因為案家本來就一直遵循節水節電省錢的生活方式，比較不會有衰退的情形。

表2-3：案家成果重大性表

利害關係人	成果	程度	重要性	存續期	是否納入
弱勢家戶	提升人際關係	85 %	3.75	3	是
	提升家庭關係	90 %	4.50	4	是
	提升環保意識	65 %	3.00	5	否
	獲得生活動力	90 %	3.75	4	是
	生活品質改善	100 %	4.25	3	是





接下來，針對實施者根基營造管理人員進行分析，透過訪談整理出三個成果：增加同理心、專業能力上升、獲得成就感。從改變程度來看，落在89%~95%，皆有通過門檻，表示專案管理人員在執行繕循環專案過程均有體驗這三個改變；從重要性上來看，三個成果都在4.5分以上，達到門檻，但對於專案管理人員來說，重要性差異沒有像案家的大，推測原因為，每個人背景不像弱勢家戶族群那麼相似，因此對專案參與體驗到的改變不盡相同；最後存續期的部分，都存在3年以上，表示參與根基繕循環所獲得的改變可以存在很久。(表2-4)

表2-4：根基管理人員成果重大性表

利害關係人	成果	程度	重要性	存續期	是否納入
根基營造 管理人員	增加同理心	95 %	4.55	3	是
	專業能力上升	89 %	4.64	4	是
	獲得成就感	93 %	4.64	4	是

第三個針對另一個專案受益人族群樂知修繕隊成員進行分析，在訪問這些街友時，他們的回答主要有三個成果：提升自信心、獲得成就感、專業能力上升。從改變程度來看，大約落在70%~80%之間，均有通過門檻，訪談中也有提及他們在過程中與工班師傅學習到很多修繕知識，也因此提升很多自信心；重要性部分，三個成果都大於3分，通過門檻，排序則是自信心與成就感較高，代表對這些街友來說，修繕知識雖然學到很多，但是在服務弱勢的過程讓他們覺得過去一直接受別人的幫助，現在能反過來幫助弱勢，並看到案家變好後的回饋給他們的成就感與自信心更重要。存續期部分，也可以看出這些改變對他們來說相當深遠，都有4年以上。(表2-5)

表2-5：樂知修繕隊成果重大性表

利害關係人	成果	程度	重要性	存續期	是否納入
樂知修繕隊 成員	提升自信心	80 %	4.00	4	是
	獲得成就感	73 %	4.00	5	是
	專業能力上升	80 %	3.67	5	是

針對另一個會負責整個案家修繕，並全程與案家接觸的工班人員、師傅而言，在訪談中，提及三個成果：增加同理心、提升環保意識、獲得成就感。從改變程度來看，三個成果都在80%以上，通過門檻，且程度都非常大，同理心則是相較之下較大的，從訪談中也可以聽到，師傅們常常講的第一個成果就是，他們看到案家的情況後，會更能體會他們的處境；從重要性來看，都在3分以上，通過門檻，不過從這邊的環保意識跟案家的環保意識就可以看出，環保意識的提升對工班人員、師傅的重要性低，對案家的改變程度也低，可能是未來可以多加著墨的地方；從存續期來看，都是3年，影響時間不短，但也不算深遠，可能是有些師傅與案家的接觸少，這也是有些師傅在訪談中提及的，案家有時候不敢表達謝意，師傅也有些不太會說話，接觸就會比較少。(表2-6)

表2-6：工班人員成果重大性表

利害關係人	成果	程度	重要性	存續期	是否納入
工班人員、師傅	增加同理心	85%	4.00	3	是
	提升環保意識	80%	3.50	3	是
	獲得成就感	80%	4.50	3	是

最後一個利害關係人社工的成果，在訪談後，主要有三個成果：專業能力上升、擴大資源網絡、獲得成就感。社工在整個專案中，主要負責的是作為案家與根基以及工班的聯繫，有時候案家的房子不是本人的，房東有時候也會是溝通的另一個困難，專案參與程度高。從改變程度來看，可以看到都在90%以上，可見根基的修繕服務，讓社工有很大的改變，除了對案家服務的成就感，因為新資源管道的導入也讓他們有更多方式幫助個案，還可以從中增進專業；從重要性來看，也都在4.5分以上，其中資源網絡的擴大對社工們來說是最重要的，達到滿分，在訪談中，多個社工確實提及，根基的修繕服務非常專業，且請來的工班也都很有耐心，是他們很需要的修繕資源管道；而存續期的部分，也都有3~4年，改變深遠。(表2-7)

表2-7：社工成果重大性表

利害關係人	成果	程度	重要性	存續期	是否納入
社工	專業能力上升	90%	4.50	3	是
	擴大資源網絡	95%	5.00	4	是
	獲得成就感	95%	4.50	4	是



證明成果 並賦予價值



3. 證明成果並賦予價值

3.1. 指標分析

根據成果事件鍊，透過指標我們能夠驗證改變是否確實發生，並針對改變路徑去思考其成效，對於表現較不好的指標，可以透過增加改變路徑或增加活動來去加強改變發生的可能性，對於表現較好的指標，則是要在未來活動設計中嘗試去保持其良好表現。

3.2. 案家指標表現

案家成果家庭關係提升的指標分別為「家庭互動上升(4.75)」和「家中小孩有好的成長環境(4)」，可以看到家庭互動上升是最為顯著的改變，根據訪談亦可以明確地聽到案家分享，家戶在修繕過後，因為環境的改善(例如減少漏水、髒亂)，可以讓子女因為房間不再漏水，更加願意待在家裡，出外工作的兒女放假也更常回到家裡，其他家人也因為知道子女在家，因此大幅提升回家的意願，一家人有了更多的相處機會、更好的相處空間，能夠增進彼此之間的距離，透過更多的互動提升彼此的關係，同時許多案家表示，因此深刻感受到了家庭的溫暖，更不用擔心小孩不回家，在外可能發生的危險，在訪談中亦可以深刻感受到，修繕對於家庭關係的改善的相當明顯的，也是案家最為重視的成效。第二項指標「家中小孩有好的成長環境」相對表現較普通，主要是因為子女發展與學習空間有較大的關聯性，在修繕上比較少涉及到這塊，未來若能夠往子女發展、學習空間的修繕，讓他們能夠有寫作業、多元學習的空間，應有助於帶來更長遠的效益，在教育與發展議題上，帶給子女們更多的潛在機會。

第二個成果生活品質改善的指標分別為「會開始注重居住安全」、「家裡比較少囤積情形」、「遇到天災時傷害減輕」、「身心健康改善」，可以看到最為明顯的是會開始注重居住安全的改善，可以看到確實在修繕時師父們提醒的居住安全確實都有所改善(例如:注意容易跌倒、積水的地方、協助水溝蓋清理等等)，部分案家也有反饋，師父有協助提醒周遭鄰居幫忙注意，因此有見面時都會提醒，使他們更加注重整體安全，也能深刻感受到修繕後自己的居家環境更加安全了；其中身心健康改善的指標數據也十分亮眼，過去，濕氣重常常會讓家裡人有各種毛病，比如皮膚病、過敏、心情鬱悶……等等，經過修繕後，濕氣問題解決了，這些疾病也自然慢慢緩解，也更能夠讓大家心理壓力明顯的降低，例如下大雨時不用再擔心凌晨要起床注意漏水、家具與珍視的物品受到損害等等問題；而表現較不亮眼的指標為家裡比較少囤積情形，根據訪談與問卷調查，可以得知囤積的情況依然會發生，案家主要描述為實在沒有空間去進行收納，這部分在未來有優化改善的機會，可以更深入的教導案家囤積問題的嚴重性，抑或是協助建置收納空間，進一步改善此問題，避免環境隨時間下逐漸惡化；最後，遇到天災時傷害減輕這項指標也有很好的表現，適逢調查期間經歷頻繁的地震、颱風、強降雨，案家皆表示修繕的地方並沒有出現損傷，足見工程品質相當良好，有助於抵擋天然災害帶來的傷害，唯修繕大多是針對生活使用區域(例如睡覺、客廳)進行修繕，部分案家表示沒有修繕的地方(例如廚房、陽台)，依然要面對天災的威脅，但依然對於根基協助的修繕表達感謝，並明確表示降低了許多傷害的發生。



第三個成果獲得生活動力的指標分別為「願意積極改善生活及工作的現狀(4.5)」、「願意維護居家環境，找到生活安定感(4.25)」，生活動力主要受到內在動機(Intrinsic Motivation)和外在動機 (Extrinsic Motivation) 的影響，生活環境改善後，會開始更加願意去維護環境，因為維護環境的機會成本下降了，此時可能自身或者親友，會開始願意協助環境的維持或改善，進而內在動機的發展，可能自然而然讓身處其中的家庭成員，開始慢慢提升動力，因此以「願意維護居家環境，找到生活安定感」來進行內在動機的衡量，至於外在動機則是看是否會願意去做更多的挑戰或工作，換取報酬來過更好的生活條件，本研究以「願意積極改善生活及工作的現狀」來去進行量測，最終可以發現，透過修繕服務，案家在外在動機上有較好的改變，開始嘗試去積極的改善生活與工作狀況，部分案家即提及到，因為家裡狀況好一些了，沒有後顧之憂，每天工作也更加勤快，期待早點回家見到孩子們，工作的壓力也下降了許多，因此可以更加地努力；內在動機上表現也很好，至於低於外在動機改變量的可能性是，案家在生活環境上還是會有些受限，沒有明確的工作或學習空間、部分尚未修繕的、缺失的家具設備等等，依然較難讓他們在一個完全舒適的狀態下，這也反映在囤積物品的指標改善較小，在居家環境上，自然且主動的去維持環境的意願依然較低，若要增強其內在動機，除了嘗試改善囤積物品的心理狀態，或可透過空間使用的建議、協助規劃居家工作與學習環境等方式，來嘗試加強。

第四個成果提升人際關係的指標分別為「鄰里與朋友會開始來家裡拜訪(4.5)」、「更加自信，願意出去認識朋友(3.75)」，可以看到最明顯有改變的是鄰里與朋友會開始來案家家裡拜訪，這在許多案家訪談中也可以確認確實會發生，在屋子完成修繕後，會開始有鄰居、親友拜訪，出於好奇或關心的心理，這些拜訪確實可以帶給他們更好的人際溝通機會，同時也會讓其生活中的安全網更加完備，更多人關注案家的狀況，有助於更多幫助的挹注，例如鄰里會開始協助注意案家身心狀況，除了安全上的效益外，更能夠讓案家保持更正向的心情，但須注意此項成果的存續期(3)相對較低，多數案家也認為親朋好友的拜訪次數會逐漸下降，認為不會是長期性的互動，若能協助案家與鄰里、親友建立更緊密與長期的關係，相信有助於帶來更大的社會影響力；第二項指標更加自信以至於願意出去認識朋友的表現較不理想，多半案家對自身情況依然較缺乏自信，不太會主動認識朋友，案家的自信是其持續成長發展的關鍵，更好的自信能夠帶來積極向上的力量，或許也可以嘗試讓案家了解到師傅們對於案家的努力的肯定，抑或是鼓勵案家與師傅之間除了修繕以外的互動、交流機會，亦可以透過激勵措施等等，嘗試加強案家的自信。



第五個成果提升環保意識在各項指標表現上較為不明顯，僅有「了解節水節能的重要性(4.25)」較為理想，然而在「在生活中開始養成節水節能習慣(3.25)」、「會注意沒使用時保持關水、關燈、關瓦斯(3)」就沒有太多的改變，案家對於此成果認為相對重要性較低，且其生活中對電器、用水等本就較為節制，因此不太會特別去注意生活中的節能節水習慣，但案家也認同師傅們對於節水節能的提醒，但在生活中並不會特別去注意這件事，針對環保議題上在意識上的改變較不顯著。

圖3-1：案家指標數據圖



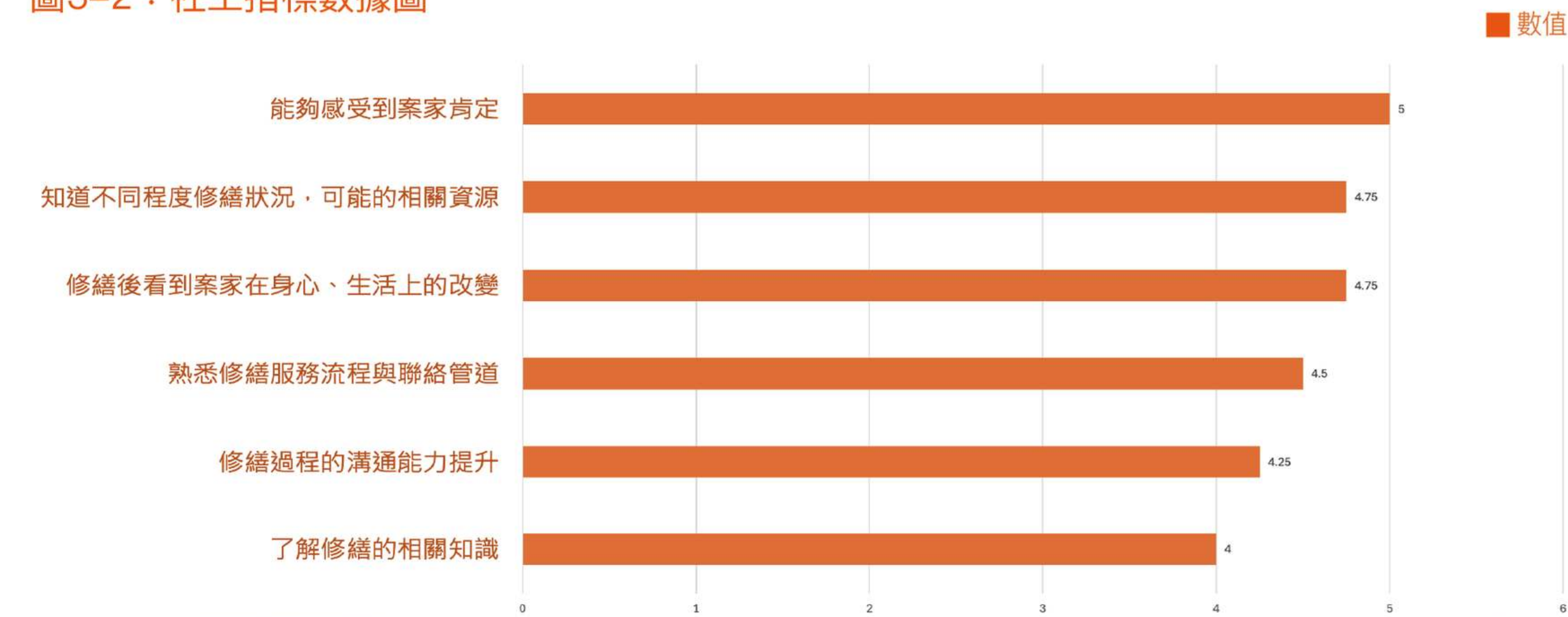
3.2.1. 社工指標表現

社工的第一個成果獲得成就感的指標分別為「修繕後看到案家在身心、生活上的改變(4.75)」
、「能夠感受到案家肯定(5)」，兩項指標都有很亮眼的表現，社工與案家相處時間長久，較能夠深入看見案家的改變，對於根基的修繕案，是較為完整的協助，社工皆回饋可以在此類案件中看見具體的成效，因此會有許多的成就感，更能夠深刻感受到案家的感謝，其中對於社工的信任也會提高，甚至有動力去改善生活條件，因此此項成果對社工來說感受相當明顯。

第二個成果為擴大資源網絡，指標分別為「知道不同程度修繕狀況，可能的相關資源(4.75)」
、「熟悉修繕服務流程與聯絡管道(4.5)」，社工反饋到透過繕循環專案，能夠深入了解到不同修繕案件可能需要的資源，例如有社工在後續就有運用過程中認識的水塔廠商，進一步接洽去替其他案家提供服務，因此透過這個過程確實可以擴大未來更多的服務資源，並且有此次經驗後，更能夠在未來看到有需求的案家，知道要如何聯繫根基團隊，更熟悉作業流程，能夠妥善做好準備。

第三個成果為專業能力上升，指標分別為「了解修繕的相關知識(4)」
、「修繕過程的溝通能力提升(4.25)」，在與根基合作的過程中，社工確實能夠透過場勘、師傅說明學習到更多修繕知識，例如房屋毀損嚴重程度可能在未來帶來的風險、不同的修繕問題是否涉及到房屋結構、修繕服務所需要的前置作業(例如房東/地主同意)等等，這部分的知識其實至關重要，有助於社工未來更清楚知道底下的案家是否適合根基提供的服務，更能夠在過程中協助案家與師傅更清楚的溝通，對於無法修繕的部分也能夠較清楚理解原因，進而向案家說明，此外在訪談中，多位社工表達了許多案家申請案沒有通過，漫長的等待會讓部分案家較為焦急與失落，若能加強社工在修繕程度上的專業知識，也能夠讓他們較能夠推測到案件執行的可能性，進一步更好的與案家溝通或安撫，避免其失落感的產生，也避免更多最終無法修繕的案家投入申請，建議或許在未來可以先錄製說明影片，讓申請案件的社工事先對修繕服務、修繕程度等知識有更多提前的認識，此外這樣的專業知識培訓，也有助於社工在未來能夠提供案家更多的服務。

圖3-2：社工指標數據圖



3.2.2. 工班人員、師傅

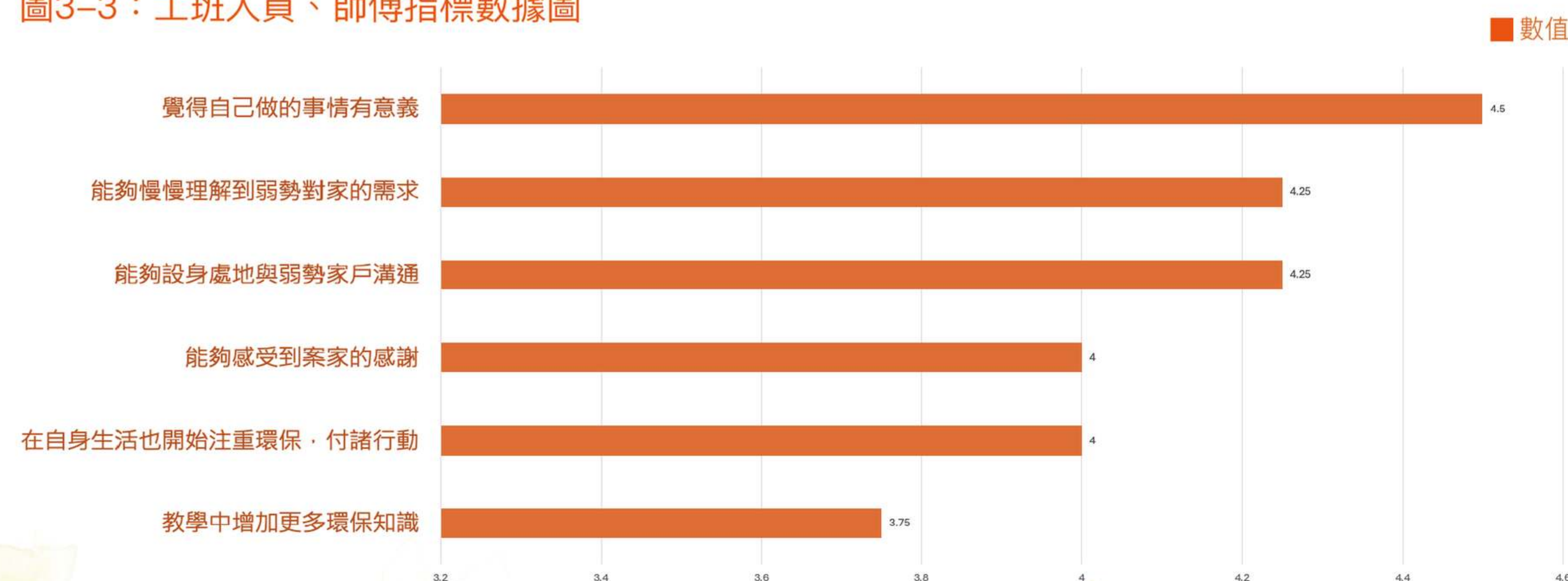
工班人員的第一個成果獲得成就感的指標分別為「覺得自己做的事情有意義(4.5)」、「能夠感受到案家感謝(4)」，可以看到確實多數工班人員在經歷修繕活動後確實能夠取得成就感，但多數來自於自身認為這件事情是有意義、能夠回饋社會的，而在感受到案家感謝上相對較低，可能的原因有幾種，分別為極少部分案家可能給予的回饋並非正向的、多數案件工班人員與案家不會有太深入的接觸、案家表達感謝時通常會因為覺得自身能力而不敢明確表達，根據訪談我們可以發現，工班人員再進行此類修繕案件時，案家的感謝是能為他們來帶極為積極正向的鼓勵與感動的，可以改變「認為這只是一項工作」的看法，也較能對其產生影響力，因此建議在修繕案件後，依然可以嘗試讓工班人員看到家戶後改善的情況，相信無論是案家或社工的回饋，都能夠帶給工班人員更多的正向影響。

第二個成果增加同理心的指標分別為「能夠慢慢理解到弱勢對家的需求(4.25)」、「能夠設身處地與弱勢家戶溝通(4.25)」，可以從訪談與數據得知，透過偏鄉修繕服務，會帶給工班人員很大的震撼，看到案家的環境與房屋混損情況，能夠加體會到弱勢家戶的處境，並理解到他們的困難之處，多數工班人員會更加有耐心與同理的與案家溝通，這在案家的回饋中也可以看到，多數案家反饋根基繕循環的師傅們，比其以往其他類似的服務，可以更明確感受到師傅們的溫暖。

第三個成果提升環保意識的指標分別為「在自身生活也開始注重環保，付諸行動(4)」、「教學中增加更多環保知識(3.75)」，這項成果的相關指標皆較低，可能原因為多數師傅對於環保議題、節能節水已經較為熟悉，因此在這些改變上並不顯著，不太會因為修繕服務去提升環保意識。

此外，需特別注意部分案件的執行風險，在工班師傅與案家訪談中，皆可以發現「修繕程度的預期不一致」會導致正向成果的成效降低，案家會因為修繕結果與場勘時所答應的項目落差，因而有預期落空的失落感，會讓正向成效受影響，然多數案家還是會表示感謝之意，也認為師傅們確實在施工中會注意細節，例如有的案家也反映師傅會主動注意用電安全，額外去做了線路的嫁接，確保居住安全；在師傅的影響力數據與反饋中，也可以看到，預期落差會導致案家在修繕過程中，一再強調其需求，亦會減少彼此的良好互動，對於成果的成效都是有所影響的，因此，在一開始洽談與確認需求時，須儘量避免後續的施工上無法對照，或是有大幅度的調整，有助於加強正向成果，創造更大的社會影響力。

圖3-3：工班人員、師傅指標數據圖



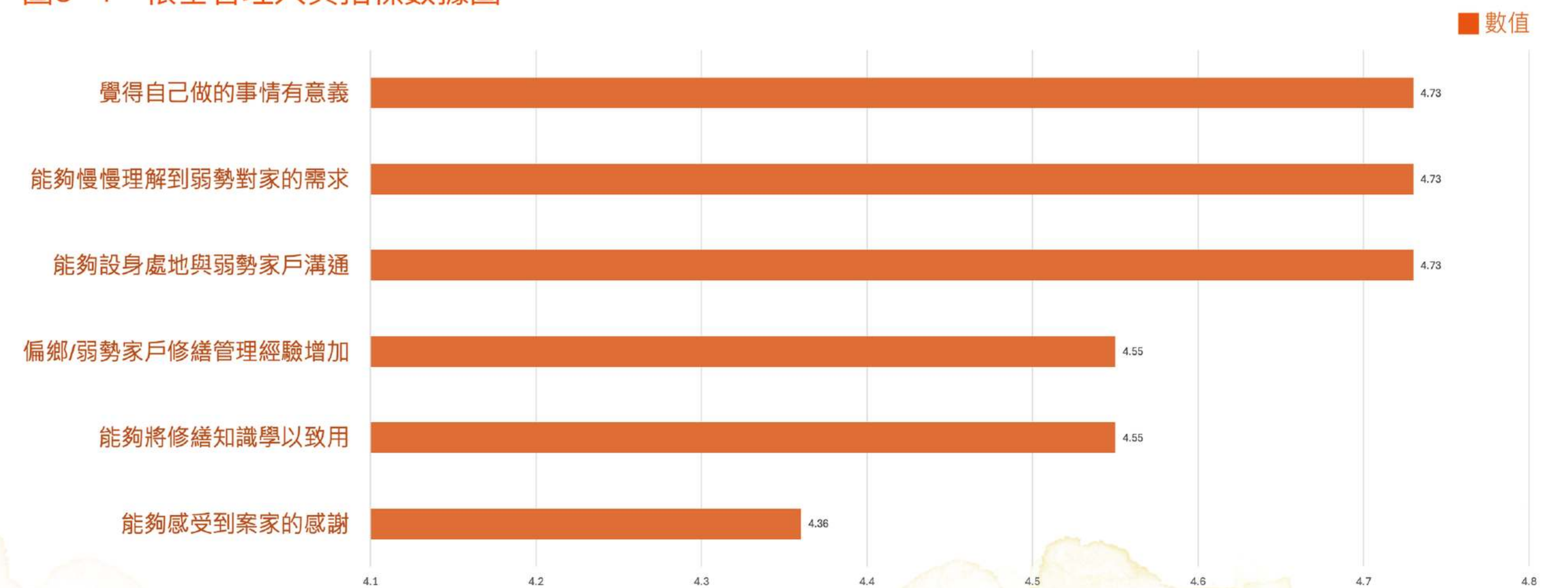
3.2.3. 根基營造管理人員

根基營造管理人員的第一個成果獲得成就感的指標分別為「覺得自己做的事情有意義(4.7)」、「能夠感受到案家感謝(4.36)」，可以看到確實多數管理人員在經歷修繕活動後確實能夠取得成就感，這部分是類似於工班人員的指標表現的，相同的是，多數來自於自身認為這件事情是有意義、能夠回饋社會的，而在感受到案家感謝上也同樣相對較低，建議這塊同樣在修繕案件後，可以嘗試讓管理人員看到家戶後改善的情況，相信無論是案家或社工的回饋，都能夠帶給管理人員更多的正向影響，這在社工的指標中也能看見，無論是「感受到案家感謝」抑或是「看見案家長期的改善」都有助於擴大成就感所帶來的影響力。

第二個成果專業能力上升的指標分別為「偏鄉/弱勢家戶修繕管理經驗增加(4.55)」、「能夠將修繕知識學以致用(4.55)」，根據數據結果可以明確看到，確實透過偏鄉修繕專案管理過程，能夠提升專業能力，訪談中多數管理人員提及，一般較少直接接觸修繕過程，親自協助偏鄉修繕的過程中，能深刻感受到求學歷程與實務之間的差異性，從中獲得許多經驗，且因為弱勢家戶的修繕，多半是涉及不同工程方法，且較為嚴重的房屋損害，因此可以學習到許多平日較不會接觸的技術，能夠為未來相關工程、專案的管理上，帶來許多助益。

第三個成果增加同理心的指標分別為「能夠慢慢理解到弱勢對家的需求(4.73)」、「能夠設身處地與弱勢家戶溝通(4.73)」，此項成果是管理人員相關指標表現最好的，足見在溝通過程中，管理人員確實能夠學習到理解弱勢家戶的需求，並且能夠與之溝通良好，較能夠設身處地，然而需要注意的是，此兩項指標對於工班人員來說就相對較低，主要在於，管理人員主要負責前期評估與過程管理，工班則是實際進行修繕，對於弱勢家戶的需求，工班人員會因此在施工上較容易感到壓力與受影響，這部分需要在未來進行相關管理，亦有多個案家會提及需求評估時所答應的修繕項目，與施工過程、結果是有些許落差，雖然多數案家依然表示感謝，然而這些差異難免會導致部分案家在修繕過程中提出質疑與要求，這些會導致工班人員較難以增加同理心，建議在需求評估時，對於工項的執行可行性，可以與工班人員、案家取得更一致的決定，在彼此清楚目標的情況下，應有助於更加擴大此成果的社會影響力。

圖3-4：根基管理人員指標數據圖



3.2.4. 樂知修繕隊成員指標表現

樂知修繕隊成員的第一個成果提升自信心的指標分別為「願意從事更多元的工作與挑戰(4.67)」、「相信自己能力可以帶來貢獻(4.33)」，兩項指標都有很亮眼的表現，這些街友進到樂知協會之前也常常接受社會、政府的幫助，而現在參與根基繕循環專案能夠培養自己的一技之長，甚至可以幫助這些弱勢家戶，回饋社會，訪談中，修繕隊成員即提到說因為參與到弱勢家戶修繕的案子，在完成工作的同時，除了相信自己終於有能力可以幫助到同為弱勢的案家，在精進自己的技能同時，也覺得自己可以面對更多挑戰。

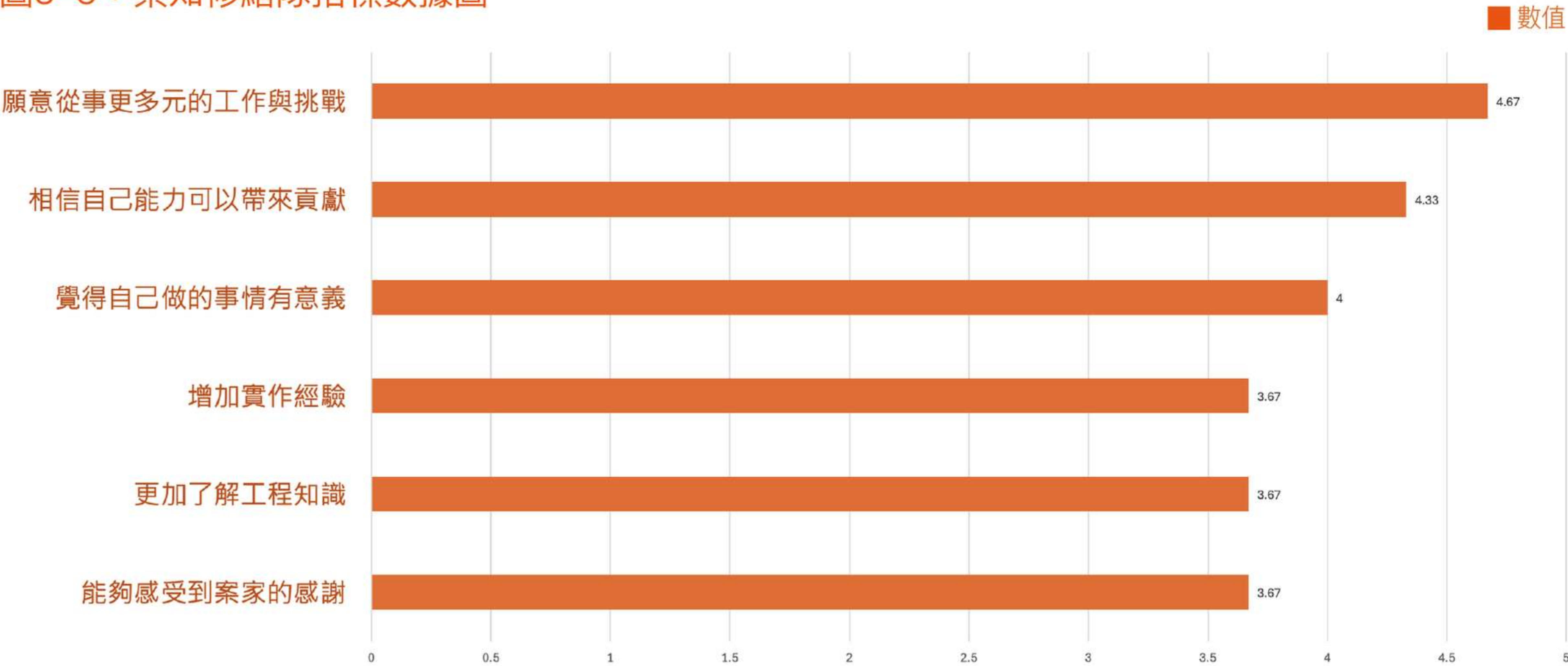
第二個成果為獲得成就感，指標分別為「覺得自己做的事情有意義(4)」、「能夠感受到案家的感謝(3.67)」，修繕隊成員提到看到自己幫忙整理修繕後的案家房屋變乾淨變好，會覺得自己做的事有意義，有些年紀較大的成員也回饋樂知協會與工班師傅們讓他們活到老學到老，會產生許多的成就感。但多數修繕隊成員對於案家回饋則是較少感受，主要是較少接觸，也有提及雖然案家或許不善表達，但內心是能理解的，因為自身也經歷過這種情況，但若是能收到案家的感謝獲肯定，確實也會加深更多的成就感。



第三個成果為專業能力提升，指標分別為「增加實作經驗(3.67)」、「更加了解工程知識(3.67)」，在與根基合作的過程中，確實能夠透過實作過程、師傅耐心的教導學習到更多專業的油漆粉刷、修繕抓漏等等知識，如不同的牆壁質地、房屋周遭環境、室內條件要挑選適合的油漆，而不是完全由價格決定油漆品質好壞等等。而且，這些知識也是因為與根基合作才能遇到這些工班師傅，學習更專業的修繕知識，案子的難度也比平常協會所能應付的案子大，增加許多實作經驗。但是從分數來看，可以看到明顯比其他兩個成果的指標還低，表示雖然對修繕隊成員來說，工班師傅給他們的專業知識精進上幫助很大，能夠增加過程中獲得的自信心、成就感，但確實也會意識到自身專業能力有進步的空間，他們其實內心也很有意思願學習更多專業技能，更提及很高興與根基的師傅願意耐心回答與指導，後續若也能專注此層面，讓修繕隊能增加學習與實作機會，應能夠大幅改善指標表現，創造更多影響力。

另外，在本次合作過程，樂知協會也意識到要讓街友們專精在修繕服務需要的成本比想像中要高，因此改變策略，未來會嘗試以多種服務種類為主，如同本次合作，在各領域與專業團隊合作，在不同服務中找到專長項目，讓街友們能夠參與更多工作機會，更能夠在不同工作中有明確的能提供的技能，例如修繕服務，可以讓修繕隊成員在基本的房屋整理、油漆粉刷等等項目上更加專注學習，未來在這些工項上能夠有更穩定的服務表現，相信能夠增加團隊合作效率，更能夠有效改善多方利害關係人的成果表現。

圖3-5：樂知修繕隊指標數據圖



3.3. 財務代理指標

以下將分別說明最終各項成果所採行之估值方法，如前述多數成果採行Value Game進行估值，惟財務成果則採行Cost-Benefit Approach進行準確的財務數字衡量，部分較容易取得市場替代物品的，則會採用Revealed Preference進行估值：

表3-1：各成果的財務代理指標評估模型

利害關係人	成果	計算方式	估值模型
根基營造	員工向心力提升	時間管理與生產力提升課程3小時 \$2,500，以根基營造人員每人在本案花費時間約1天(24小時)，總計為 \$20000*30人，共 \$600,000	Revealed Preference
	提升公司形象	外部行銷公司廣告費用以及獎項獎金扣除獎項報名費 \$1,160,000	Cost-benefit analysis
	改善公益成本效率	1.廠商贊助成本 \$276,680 2.樂知3案人力成本 \$60,000，共 \$336,680	Cost-benefit analysis
	合作網絡擴大	以根基人員所減少的時間成本來估算 \$338,400	Cost-benefit analysis
合作廠商	員工向心力提升	與利害關係人訪談後，以根基營造員工向心力課程乘上問卷結果(5/7)，再乘上工班總人數，平均分配到所有廠商，每間廠商 \$22,360.25	Revealed Preference
	合作網絡擴大	以廠商節省與根基合作的溝通成本來估算，共 \$15026.09	Cost-benefit analysis
合作團體	服務效率上升	根據問卷結果，對案家的服務所減少的時間成本，每年 \$72,500	Cost-benefit analysis
	資源網絡擴大	根據問卷結果，因為此案所增加的合作管道以及與根基合作後額外獲得的捐款、物資以及人力，每年共 \$125,000	Cost-benefit analysis
社會	降低社會風險	一戶案家所節省的社會風險成本(包含教育、醫療、社會成本)估算並乘上12戶，共 \$499,866.12	Cost-benefit analysis
	提升社會信任感	以民間通報處理成本的節省估算為每年 \$442,800	Cost-benefit analysis

表3-1：各成果的財務代理指標評估模型

利害關係人	成果	計算方式	估值模型
案家	提升人際關係	1L型沙發(\$100000以下) 1趟地中海12日遊輪之旅(\$100001~\$200000) 1台SONY85吋4K電視(\$200001~\$250000) 1顆限量真皮包包(\$250001~\$325000) 1組兩聲道音響進階組(\$325001~\$400000) 1輛車況良好的中古車(\$400001~\$500000)	Value Game
	提升家庭關係		
	獲得生活動力		
	生活品質改善		
社工	專業能力上升	1支GOOGLE旗艦手機(\$30000以下) 1台中低階文書筆電(\$30001~\$40000) 1支蘋果i15手機(\$40001~\$50000) 1台皮革按摩椅(\$50001~\$60000) 1趟日本青森滑雪5日遊(\$60001~\$70000) 1顆LV包包(\$70001~\$80000) 1趟義大利10日遊(\$80001~\$90000)	Value Game
	擴大資源網絡		
	獲得成就感		
工班人員、師傅	增加同理心	1台小沙發按摩椅(\$20000以下) 1支GOOGLE旗艦手機(\$20001~\$30000) 1趟日本九州自駕10日遊(\$30001~\$40000) 1支SEIKO手錶(\$40001~\$50000) 1輛125CC機車(\$50001~\$60000) 1名牌精品包包(\$60001~\$70000) 1趟東歐10日遊(\$70001~\$80000)	Value Game
	提升環保意識		
	獲得成就感		

表3-1：各成果的財務代理指標評估模型

利害關係人	成果	計算方式	估值模型
根基營造 管理人員	增加同理心	1頓和牛燒肉晚餐(\$5000以下)	Value Game
	專業能力上升	1晚五星級飯店(\$5001~\$10000)	
		1趟台灣環島5日旅行(\$10001~\$20000)	
樂知修繕隊 成員	獲得成就感	1支GOOGLE旗艦手機(\$20001~\$25000)	Value Game
		1趟日本東京5天4夜自由行(\$25001~\$30000)	
	提升自信心	1台中低階文書筆電(\$30001~\$35000)	
		1支蘋果i15手機(\$35001~\$45000)	
	獲得成就感	1條精品純銀項鍊(\$5001~\$15000)	
樂知修繕隊 成員	獲得成就感	5天4夜環島旅行團(\$15001~\$25000)	Value Game
		1個名牌包包(\$25001~\$35000)	
	專業能力提升	1趟日本九州自駕10日遊(\$35001~\$45000)	
		1支SEIKO手錶(\$45001~\$50000)	
樂知修繕隊 成員	專業能力提升	1輛125CC機車(\$50001~\$60000)	Value Game





社會相關成果估值補充說明：

(一). 修繕後每一年帶來多少「降低社會風險」的社會成效？

弱勢家戶修繕能夠為家戶降低因為受傷、身體不適而去就醫，甚至於住院的風險，因此本研究衛生福利部社會福利公務統計資料「1.2.8社會救助醫療及看護補助113Q1r」所統計的112年中低收入住院看護補助數據，以每家戶若至少1人面臨醫療風險來估計，在112年，平均每人一年社會投入成本為 \$19,265.71元；另根據訪談，家戶修繕亦能夠降低社會風險、急難問題的發生，因此本研究根據衛生福利部社會福利公務統計資料「1.2.7急難救助113Q1」所統計的全國112年急難救助數據，以每家戶若至少1人面臨急難救助風險來估計，在112年，平均每人一年社會投入成本為 \$7,106.28元；此外，家戶修繕問題在訪談與家戶表達中，均提及能夠改善家庭關係以及讓子女有更好的環境，有助於其未來發展，因此本研究依據衛生福利部社會福利公務統計資料「2.1.1+弱勢兒童及少年扶助概況」所統計的全國112年弱勢兒童及少年生活扶助數據，以每家戶若至少1名子女面臨生活和發展風險來估計，平均每人一年社會投入成本為 \$15,283.52元。

總結上述數據，若計算可能的社會效益，將包含醫療成本、社會成本、子女發展成本，若進行加總，平均每戶的社會風險成本為一年 \$41,655.51元，而根基營造在112年總計協助12個家戶，因此潛在帶來未來每年效益為 \$499,866.12元。

● 「降低社會風險」成效能夠維持幾年？

除了要考量每年平均效益以外，更要考慮此效益可以持續存在幾年，因為針對的是修繕服務，未來可能因為「修繕的部分再度受損」、「帶來的效益不再顯著」導致成效不會產生，且持續計算亦容易造成數據偏誤過大，因此本研究認為，繕循環服務的修繕成效只計算修繕完成後的隔一年度能夠帶來此成果，亦即社會的效益只持續存在1年。

(二). 修繕後每一年帶來多少價值的「提升社會信任感」成效？

弱勢家戶修繕能夠減少社區囤積物等環境問題，甚至能夠改善街坊關係，避免衍生的糾紛，進一步透過公開活動、新聞媒體，能有效提升社會中的信任感，降低社會處理相關社區通報的溝通成本，其中的溝通成本能用人力所進行評估，在弱勢家戶議題上，以1個社工人力進行推估，本研究依據111人力銀行薪資行情「社工人員大學畢業平均薪資」所示，以1~3年年資進行計算，每個月1名人力支出的費用為\$36,900，以12個月計算，每年社會投入處理弱勢家戶修繕議題相關的民間糾紛、民怨。用以提升社會信任感可能的價值為 \$442,800元。

● 「提升社會信任感」成效能夠維持幾年？

除了要考量每年平均效益以外，更要考慮此效益可以持續存在幾年，因為針對的是修繕服務，未來可能因為「修繕的部分再度受損」、「帶來的效益不再顯著」導致成效不會產生，且持續計算亦容易造成數據偏誤過大，因此本研究認為，繕循環服務的修繕成效只計算修繕完成後的隔一年度能夠帶來此成果，亦即社會的效益只持續存在1年。

3.4. 影響力因子分析

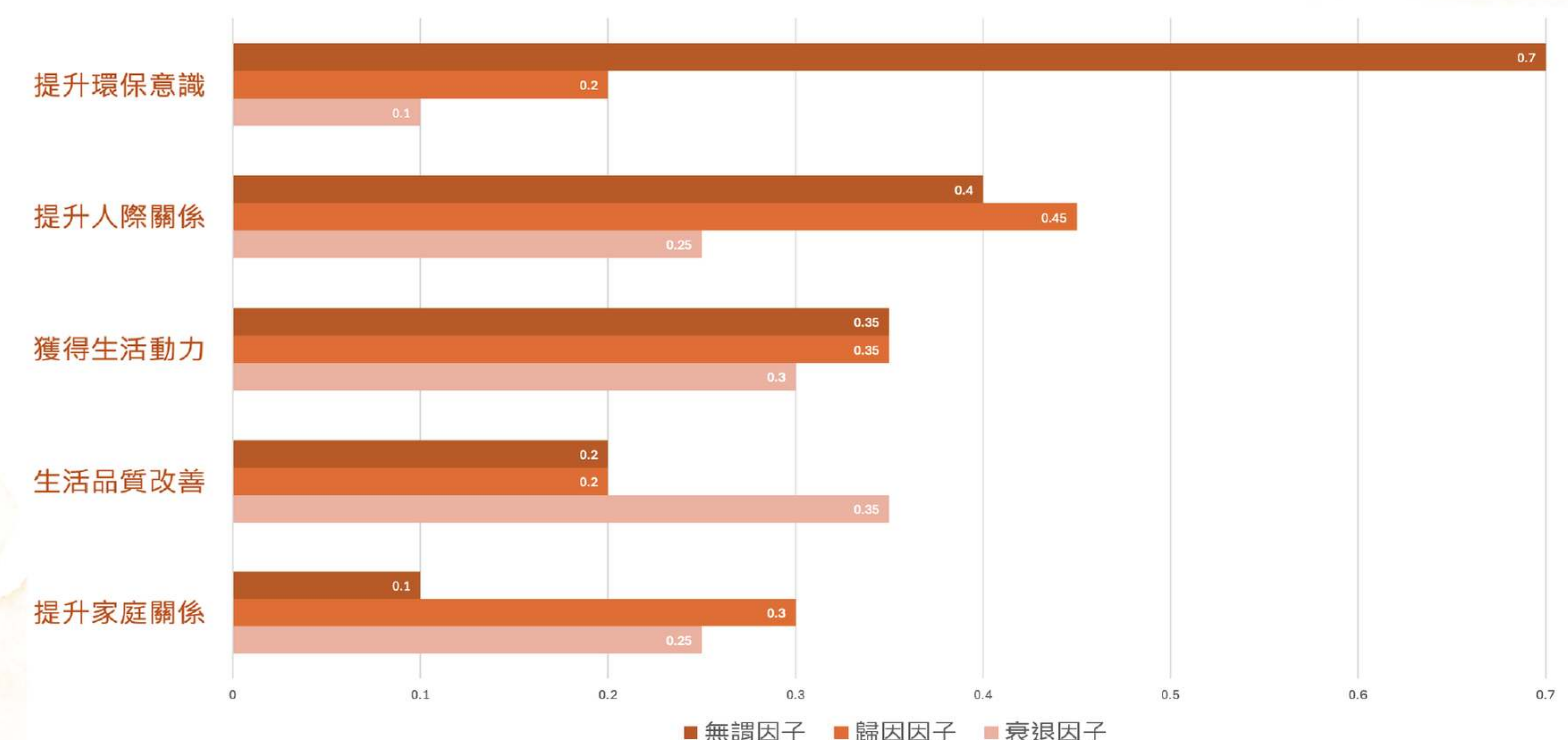
3.4.1. 案家影響力因子分析

根據數據分析，可以看到提升家庭關係的外部貢獻較小，成果的影響力有63%是由根基繕循環專案所貢獻的，其中無謂因子、歸因因子都相對較小，亦即案家自身要達到這項成果的難度較高，其他活動亦較難帶來這項成果，因此絕大多數的家庭關係提升是來自於根基繕循環專案所帶來的。至於生活品質改善亦是較難由自身或其他機構所帶來，成果的影響力有64%是由根基繕循環專案所貢獻的，從數據可以確認根基所提供的修繕服務是難以被替代的，修繕品質與程度帶來顯著改變，從歸因因子較低可以看到此現象，然而生活品味改善的衰退因子較高，代表該成果隨著時間過去會遞減較快，案家訪談中亦提及，修繕帶來的生活品質改善，會隨著天災、自然損壞而慢慢減少，以及對於生活品質改善的感受也會隨時間推進而減少，第一年對於生活品質的提升會有較高的感受，但過了幾年後，依然會對部分尚未修繕完成的環境感到較不好的生活品質，這樣的結果是符合預期的，確實在生活品質的感受上會有比較高的衰退，若要持續維持生活品質的延續，需要長期的案件追蹤，定期維修損壞的部分，抑或是導入長期性的扶助資源，才能持續維繫案家的生活品質；生活動力上，也都可以看到多數貢獻是由根基所帶來的，成果的影響力有42%是由根基繕循環專案所貢獻的，但在衰退上亦相對較高，主要是生活環境改善帶來的生活動力提升也會隨環境難以維持、隨時間下損壞等原因受到影響，若能協助案家配音更多的內在動機與外在動機，有助於在此成果上帶來更長遠的影響力。

在提升人際關係這項成果上，成果的影響力有33%是由根基繕循環專案所貢獻的，然而有較高的無謂因子與歸因因子，主要是過往案家本身即有一定基本的能力去維繫與親朋好友的關係，以及也會有不同的社交活動（例如教會、部落活動等等），所以是符合預期的，若能透過策略加強其自信以及擴大交友圈，有助於提升此成果的貢獻度，帶來更多層次的人際影響力。

提升環保意識本項成果的影響力有24%是由根基繕循環專案所貢獻的，但本成果具有很高的無謂因子，主要原因是多數案家在過往就會注意節水節電等事項，因此這部分許多的貢獻會來自於案家本身過去的經歷，而非本專案所帶來的，然而環保意識的成果有較低的衰退，主要在於這樣的知識是可以持續性帶來幫助的，也不太容易忘記，因此其成效的衰退相對較低。

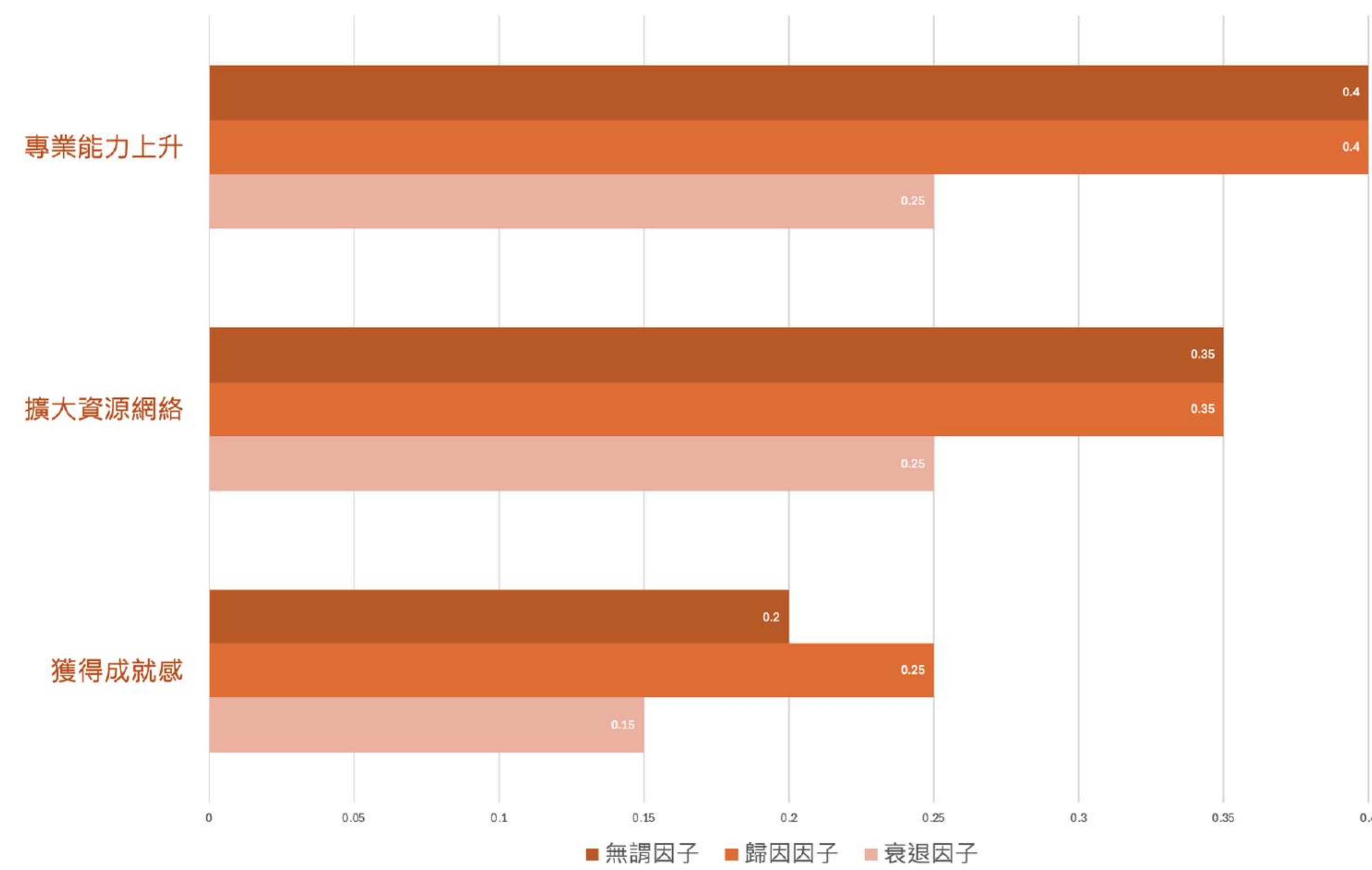
圖3-6：案家影響力因子數據



3.4.2. 社工影響力因子分析

根據數據分析，可以看到根基繕循環專案對社工貢獻最大的成果為「獲得成就感」，成果的影響力有60%是由根基繕循環專案所貢獻的，足見本專案確實對於社工來說是較具特別的服務，也能夠帶來許多助益與改變，因此對社工來說，完成本專案具備許多成就感，其他成果上也可以看到，多數影響力是來自於本專案所帶來的貢獻，其中擴大資源網絡的影響力有42%是由根基繕循環專案所貢獻的，專業能力上升的影響力則是有36%是由根基繕循環專案所貢獻的，社工的衰退因子普遍較低，足見成果在未來都可以帶給社工豐富的效益。

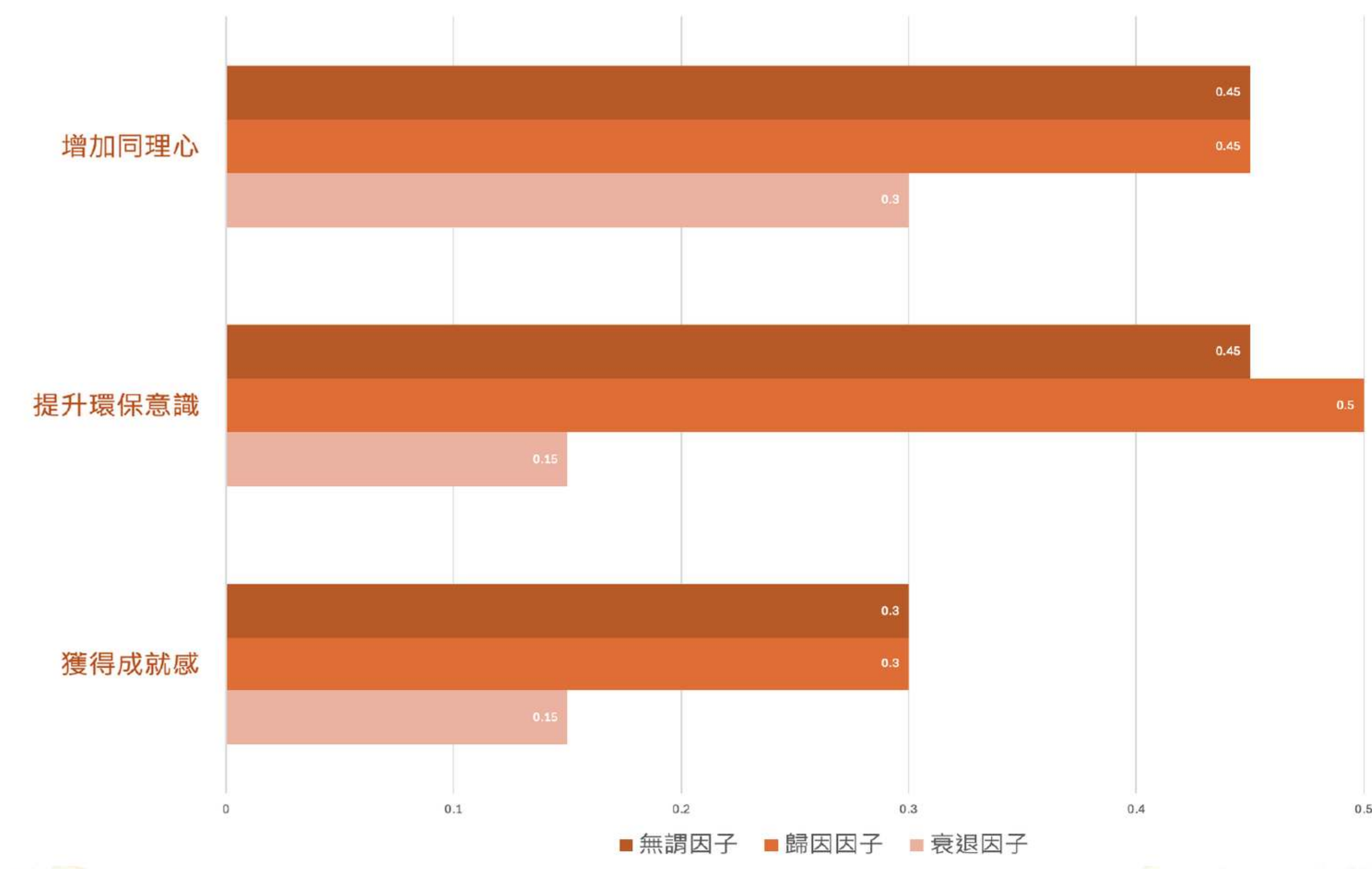
圖3-7：社工影響力因子數據



3.4.3. 工班人員、師傅影響力因子分析

根據數據分析，可以看到根基繕循環專案對工班人員、師傅貢獻最大的成果為「獲得成就感」，足見本專案確實能夠帶給工班人員成就感，主要是偏鄉家戶的損壞程度、環境髒亂程度是十分嚴重的，能夠親手完成這項修繕工作是十分具有成就感的，並且才能真正看到自身運用才能回饋社會，這樣的活動對工班人員來說，要靠自身或其他活動獲得此成果是較難的，多數的成果影響力貢獻是來自本案；至於貢獻度較低的成果為「提升環保意識」，主要是工班師傅在節水節電的議題上，平常工作或接觸的其他案子，皆很常帶來此影響；最後，需要注意成果「增加同理心」的衰退因子相對較大，主要是在專案結束後，很少工班人員會與利害關係人再有持續性的接觸，或可透過長期追蹤，並定期將案家長期的改善結果去讓工班人員了解，可降低衰退因子的影響。

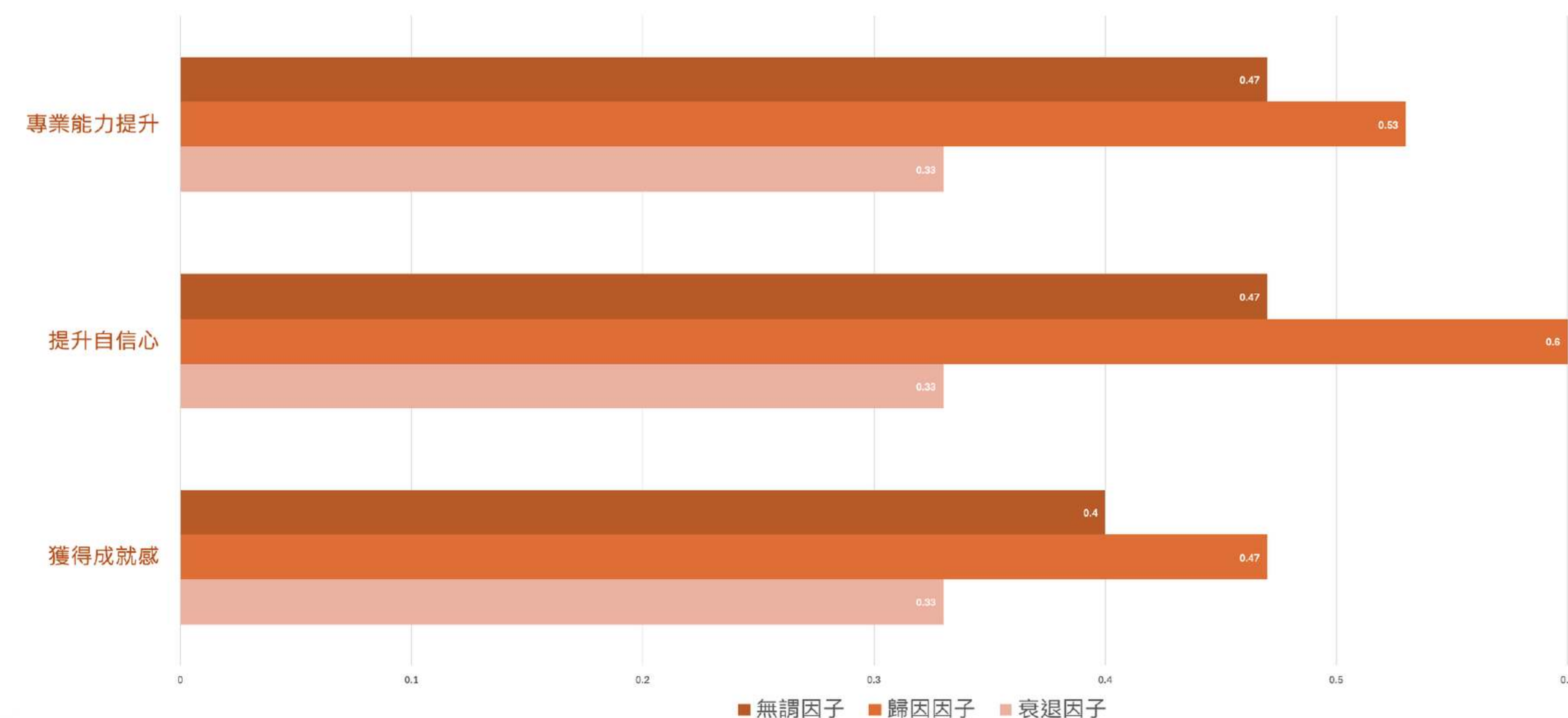
圖3-8：工班人員影響力因子數據



3.4.4. 樂知修繕隊成員影響力因子分析

根據數據分析，可以看到根基繕循環專案對樂知修繕隊成員的貢獻程度大約落在20%~30%左右，主因在於樂知協會以及些修繕隊的成員平常服務的對象較廣，因此繕循環的貢獻程度相較於其他利害關係人會較低，其中貢獻最大的成果與工班師傅以及社工一樣為「獲得成就感」，成果的影響力有32%是由根基繕循環專案所貢獻的，代表本專案對於修繕隊成員來說，在成就感的獲得上還是有一定比例的貢獻，無謂與歸因因子都是三個成果最低的；另外兩個成果的因子數據結合前面的重大性分析，可以發現到一個有趣的事實，在重大性分析中，修繕隊成員對自信心以及成就感的重要性分數都是4分，專業能力提升為3.67分，但到了貢獻程度的數據，專業能力提升卻比提升自信心高，甚至最後的SROI數值排序也顛倒了，兩個成果不同的地方在於歸因因子的不同，代表修繕隊成員同時間有多個弱勢案子正在執行，每個專案帶來的自信心對他們來說都很重要，但是到了專業能力時，因為繕循環專案的工班師傅的專業性，更協助讓他們到台中上課進修，顯示根基營造在修繕方面的專業知識對他們來說確實有一定程度的獨特性，確實是繕循環專案所帶來的貢獻為主。

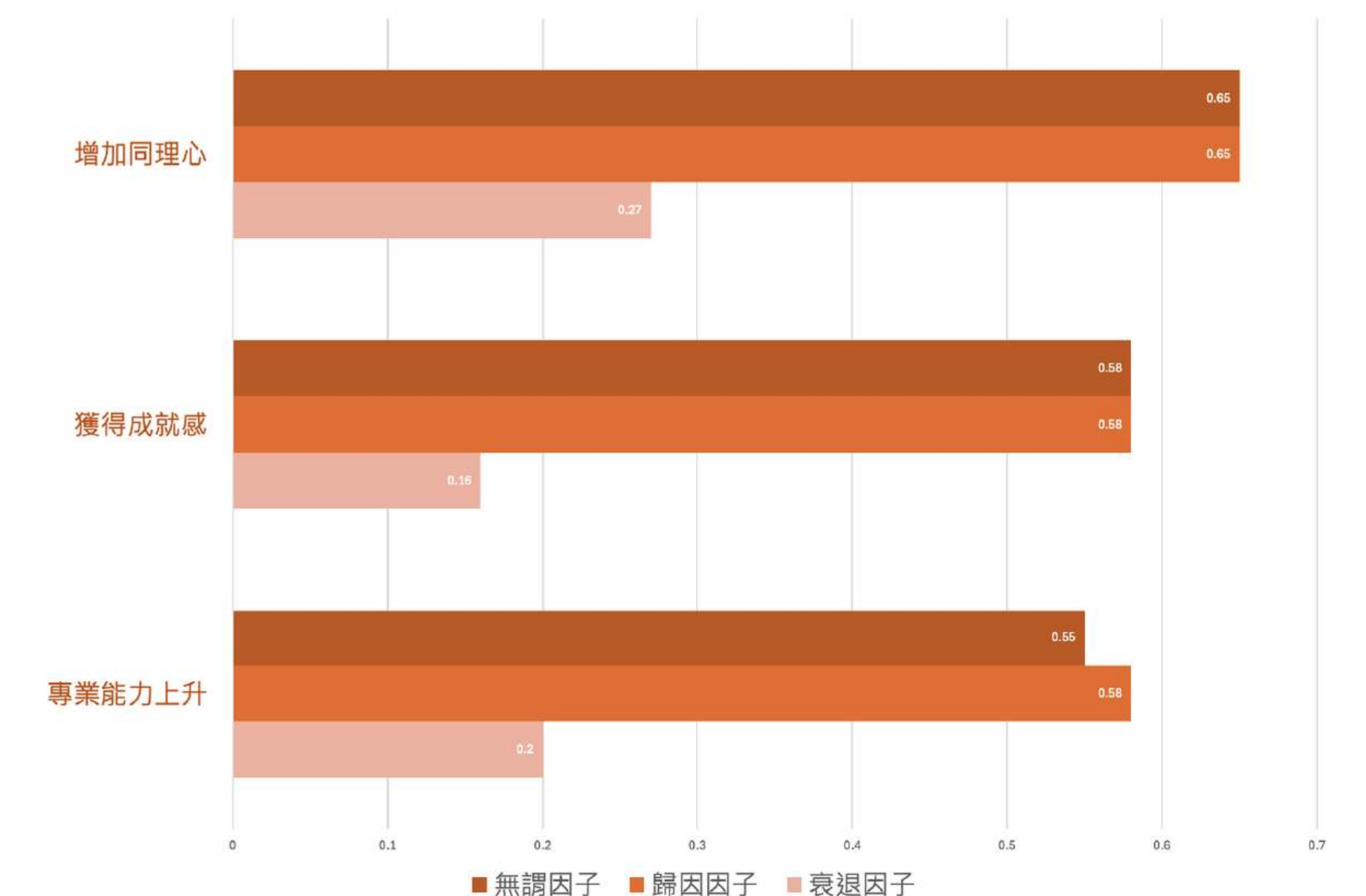
圖3-9：樂知修繕隊影響力因子數據



3.4.5. 根基營造管理人員影響力因子分析

透過數據分析我們可以看到，根基管理人員普遍具有較高的無謂因子與歸因因子，可以推斷為，過去的相關修繕專案或是公益專案，已經能夠帶給他們相關的成果，因此本專案的貢獻度相對較低，此為正常之情況，因繕循環已經邁入第二年，許多同仁過去已經接觸過相似過程，抑或是早期的鄰里修繕等等，都是可能帶來這些成果的，另外同樣的，在衰退因子的部分，成果「增加同理心」的衰退因子相對較大，主要是在專案結束後，較少與利害關係人再有持續性的接觸，或可透過長期追蹤，並定期將案家長期的改善結果去讓相關人員了解，可降低衰退因子的影響。

圖3-10：根基人員影響力因子數據





3.4.6. 社會影響力因子分析

弱勢家戶的修繕能夠降低醫療成本、社會成本、子女發展成本，然而很大一部分成效亦有可能來自弱勢家戶本身的努力，為力求社會效益計算之合理性，以112年台灣每年最低必要生活費用 \$170,760元/(平均每家戶修繕成本 \$214,231.33元+112年台灣每年最低必要生活費用 \$170,760元)=44.35%，作為弱勢家戶本身即有可能帶來改變的貢獻比例；另外除了根基營造、弱勢家戶自身努力，亦有可能部分貢獻來自於民間其他公益團體投入所致，因此根據台灣公益責信協會統計，112年在兒少、身障、急難上的捐助總額約為537億元，若分配在285,785中低收入戶人數上，每年約投入給每人 \$187,903元在與之相關的議題上，因此以112年平均每人公益受捐款 \$187,903元/(平均每家戶修繕成本 \$214,231.33元+112年平均每人公益受捐款 \$187,903元)=46.73%，作為民間其他公益團體可能帶來改變的貢獻比例。因此，根基營造的貢獻比例約為 $(1-44.35%)*(1-46.73%)=29.64\%$ 。



影響力地圖



4. 影響力地圖

4.1. 成果價值分析

前述已確認利害關係人的改變過程及成果，並尋找作為衡量成果的指標 (Indictor)、財務代理變數(Financial Proxy)及影響力因子，接下來將計算各利害關係人之成果價值。

本報告採用之折現率以(1.75%)為計算基準，並在本次分析中也對此做了敏感度分析，以確保分析合理性。最終SROI計算方式為成果總現值除以總投入價值，得出本評估案之社會投資報酬率(SROI)為8.10，亦即每投資根基繕循環專案1元，可以創造8.10元的社會影響力。

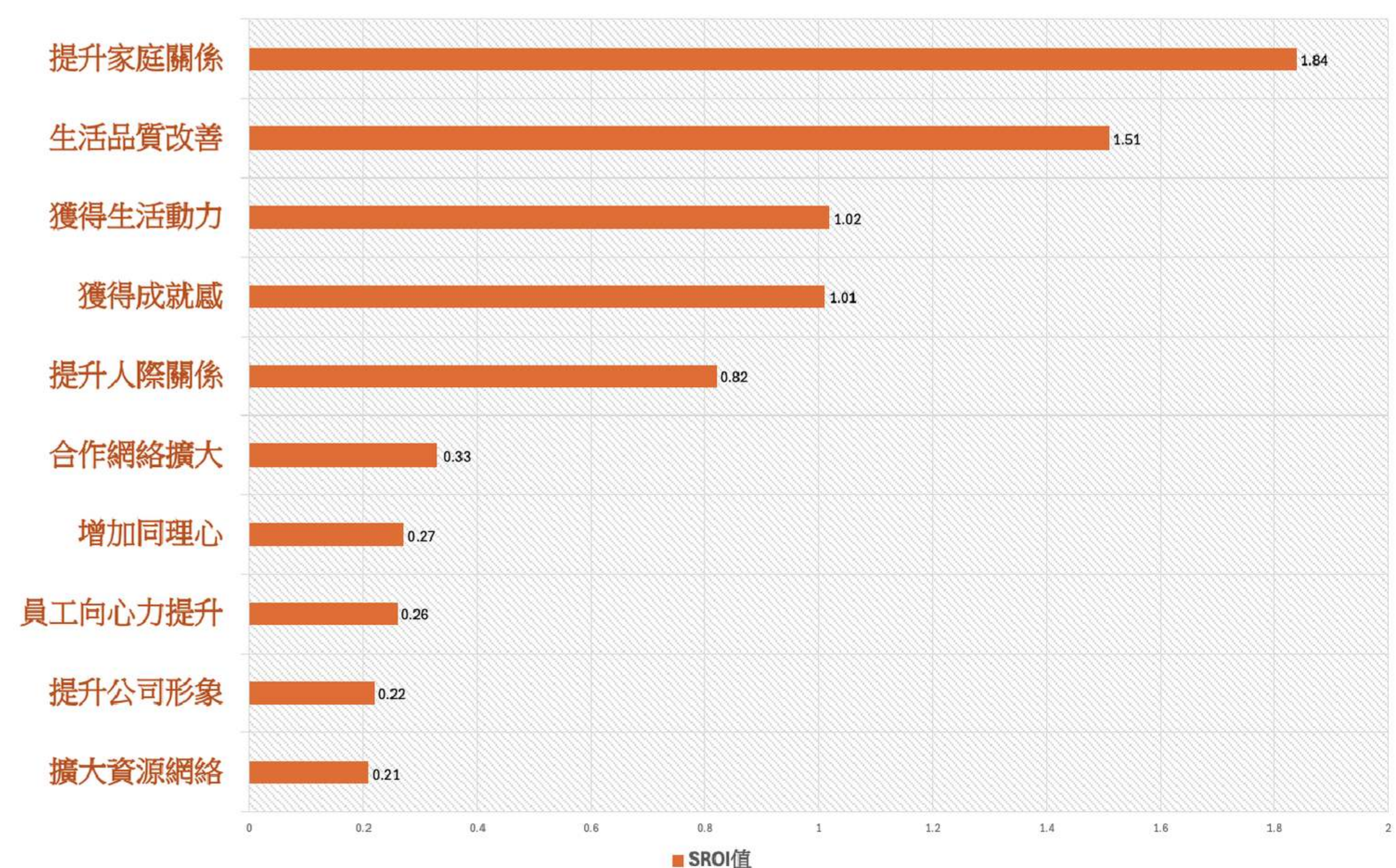
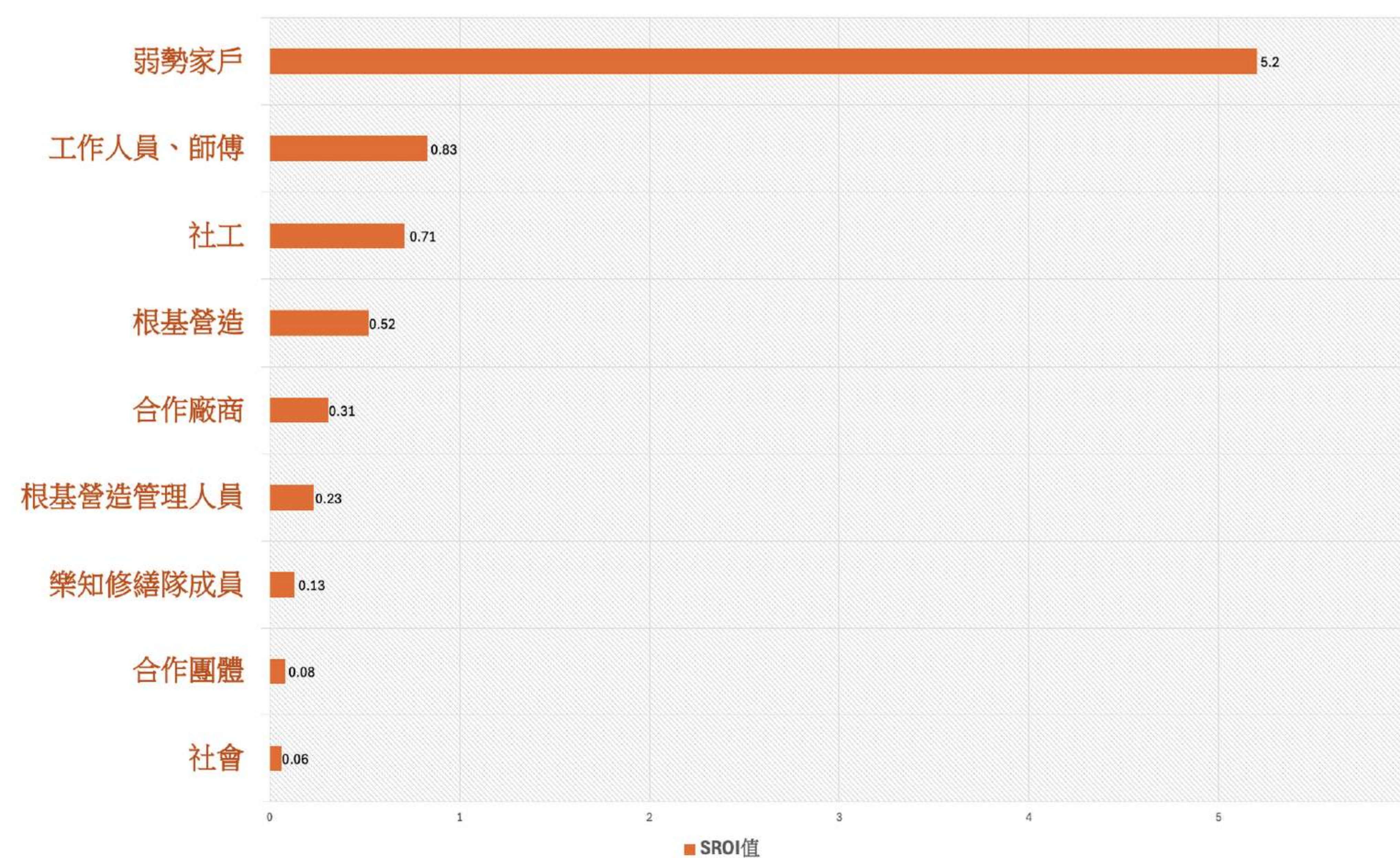
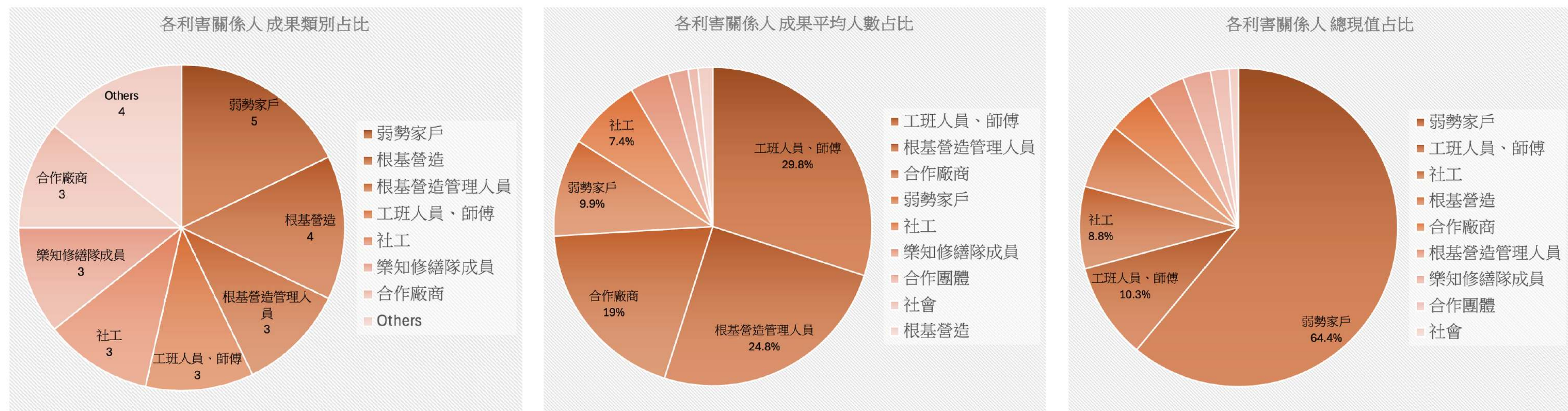
表4-1：SROI 計算結果

總 價 值	\$ 23,545,420.62
總 投 入	\$ 2,905,576
SROI	8.10

從本次的評估可以看到，首先，最大的效益落在弱勢家戶身上，案家的 SROI 值佔了總體效益的64.1%，也產生了5個成果，代表專案創造的社會影響力確實主要落在弱勢家戶身上；第二名及第三名分別是工班人員、師傅以及社工，分別佔了10.2%以及8.8%，成果數分別都有3個，這兩個利害關係人，工班師傅除了因為人數較多，也因為實際到住家修繕，親眼看到修繕前後弱勢家戶房屋的改變，社工則是協助整個修繕過程，多方角色的溝通橋樑，而且也是與案家接觸最多的人，目睹案家在修繕前後的完整變化，也因此對這兩類利害關係人來說有很大的改變。且從利害關係人數與各自的SROI值來看，弱勢家戶與社工的母體數雖然分別只有12人及9人，但是產生的SROI值卻佔了整體的72.9%，代表並非母體大的利害關係人就會產生較大的SROI值，也如同前述，弱勢家戶確實是繕循環專案的主要受益對象。

從各項成果的SROI值來看，前面幾名確實都是弱勢家戶的成果，其中家庭關係的提升以及生活品質的SROI值分別為1.84與1.51，佔了總體效益的41.36%，可見修繕後的居住品質以及融洽的家庭關係對這些偏鄉弱勢來說非常重要，也產生非常大的價值。除此之外，服務提供者的「獲得成就感」以及「增加同理心」這兩個成果的SROI總值也高達1.28，佔了整體效益的15.8%，「獲得成就感」的價值甚至比弱勢家戶的「提升人際關係」的價值還高，代表繕循環除了對服務接受者產生重要且顯著的效益，對服務提供者來說，也造成相當大的改變，在幫助弱勢、回饋社會的同時，自身也會因此獲得成果。

圖4-1：成果數據統計儀錶板





而機構部分，SROI佔比最大的利害關係人為根基營造，大約6.5%，總共有4個成果的效益，代表根基營造執行繕循環專案做社會公益的同時，對公司經營上也帶來了一定的成效。接續為合作廠商、合作團體(非營利組織)以及社會，這三個機構型利害關係人的SROI總值為0.48，佔了總體的5.94%，原因可能在於個案數少，每個合作機構接觸到的案家差不多1~3家，在其他部分的分析也有提及合作廠商雖然有23家，但是部份廠商的負責人也回饋在對外宣傳上，關於繕循環專案的部分很少提及，與此結果相符。不過從成果的SROI值來看，合作網絡的擴大的SROI值為0.33，為所有機構參與繕循環專案後產生最顯著的效益，在所有成果中也排在第六名，也達到繕循環的計畫目的之一，攜手多方組織合作創造更廣大的效益，讓各方資源有效利用，利用修繕服務為弱勢建立繕循環合作平台。

表格4-1：根基繕循環專案影響力分布表

利害關係人	成果	成果人數	總現值	SROI值	占比
根基營造管理人員	增加同理心	30	\$121,211.02	0.04171669	0.515%
	專業能力上升	30	\$251,073.89	0.08641106	1.066%
	獲得成就感	30	\$306,318.18	0.10542425	1.301%
案家	提升人際關係	12	\$2,385,194.21	0.82090236	10.130%
	提升家庭關係	12	\$5,353,232.86	1.84239987	22.736%
	獲得生活動力	12	\$2,964,667.75	1.02033736	12.591%
	生活品質改善	12	\$4,391,638.08	1.51145180	18.652%
社工	專業能力上升	9	\$309,155.66	0.10640082	1.313%
	擴大資源網絡	9	\$613,898.59	0.21128292	2.607%
	獲得成就感	9	\$1,144,024.44	0.39373413	4.859%
根基營造	員工向心力提升	1	\$256,083.65	0.08813524	1.088%
	提升公司形象	1	\$649,947.21	0.22368963	2.760%
	改善公益成本效率	1	\$189,382.50	0.06517899	0.804%
	合作網絡擴大	1	\$426,611.90	0.14682524	1.812%
合作廠商	員工向心力提升	23	\$510,969.51	0.17585825	2.170%
	合作網絡擴大	23	\$381,195.29	0.13119440	1.619%
工班人員、師傅	增加同理心	36	\$665,022.65	0.22887808	2.824%
	提升環保意識	36	\$437,497.74	0.15057178	1.858%
	獲得成就感	36	\$1,306,555.34	0.44967171	5.549%
合作團體	服務效率上升	3	\$78,680.80	0.02707924	0.334%
	合作網絡擴大	3	\$153,894.43	0.05296520	0.654%
樂知修繕隊成員	提升自信心	6	\$100,264.39	0.03450758	0.426%
	獲得成就感	6	\$164,052.87	0.05646139	0.697%
	專業能力提升	6	\$110,205.42	0.03792894	0.468%
社會	降低社會風險	1	\$145,634.13	0.05012229	0.619%
	提升社會信任感	1	\$129,008.12	0.04440019	0.548%
總計			\$23,545,420.62	8.10	100%

4.2. 敏感度分析

根據敏感度分析，繕循環專案的社會影響力將落在\$6.83~\$9.37這個區間，我們可以看到歸因因子、存續期、無謂因子、衰退因子具有較大的敏感性，亦即這些面向可能為影響專案成效的主要變動因素，專案的活動特性需要嘗試增加獨特性，提供弱勢家戶更多元、不與其他機構相似的服務，應能有效降低無謂因子與歸因因子的變動風險；至於存續期與衰退因子，我們可以從大多干預措施中得知，較少對個案做長期性的追蹤，長期性追蹤有兩個主要成效，一個是確認修繕後是否案家有發生改變，針對期需求提供較長期性的協助，另外，也需要持續地讓個案改善後的相關資訊，廣泛的讓利害關係人了解與參與，持續看見自身所創造的社會影響力。

表4-2：敏感度分析表

項目	調整	SROI
無謂因子	+10%	6.93
	-10%	9.28
歸因因子	+10%	6.83
	-10%	9.37
衰退因子	+10%	7.13
	-10%	9.21
移轉因子	+10%	7.29
	+15%	6.89
折現率	+1%	7.95
	-1%	8.26
存續期	+1年	9.32
	-1年	6.47





綜合策略建議



5. 綜合策略建議

(一). 「一個工地守護一個家庭」，弱勢家戶修繕成效顯著

從數據來看，2023年的修繕服務確實成效顯著，取得SROI值 \$8.10 的佳績，亦即根基營造每投入\$1元，能夠創造 \$8.10 元的社會影響力，經敏感度分析，SROI值落在 \$6.83~\$9.37 的區間。根據分析，繕循環專案致力於協助偏鄉弱勢家戶，透過本專案能夠為偏鄉弱勢家戶帶來「提升家庭關係(35.46%)」、「生活品質改善(29.09%)」、「獲得生活動力(19.64%)」、「提升人際關係(15.80%)」。

(二). 擴大對高齡弱勢家戶的社會影響力

根據過往服務經驗，多數弱勢家戶同時也具有高齡長照的需求，其中2023年的家戶，即有高達58.3%為高齡家戶，因此，未來若要擴大服務面向，可從高齡設備、無障礙設施等方向著手，本次評估中，亦可以從指標發現身心健康確實能夠改善(4.5)，為第二好的指標，多半案家是反映的健康改善，主要是因為濕氣問題改善，所帶來的效果，因此確實在未來，可以針對健康議題，去提升更好的影響力。

(三). 優化工班師傅與根基同仁影響力

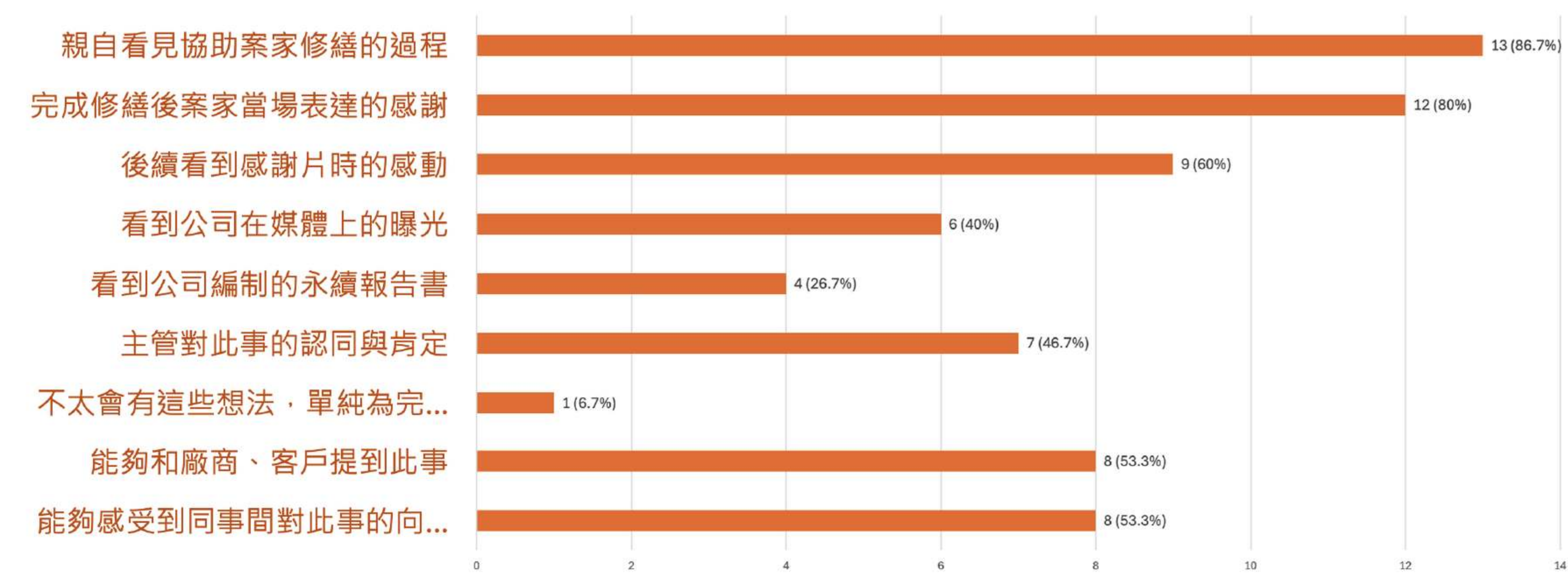
經過研究可以發現，在工班師傅與根基同仁的相關數據與訪談上，皆可以發現對於案家回饋上有較不顯著的成效，指標「能夠感受到案家感謝」皆是最低的表現，經過訪談主因可能為與案家接觸不深、案家無法自信的表達感謝等等，導致修繕人員不太容易有此感受，然而看見案家的改變與感受到案家的感謝，在其他相似社福行動中，都能夠帶給服務提供者更多的感動，能夠讓這件事情跳脫「只是工作」的看法，後續可以更積極用案家或社工的訪談影片、追蹤紀錄、感謝小卡等方式，讓善意能夠相互流通，對於供應商同仁與根基同仁來說，皆會帶來正向效果。

此外，管理人員主要負責前期評估與過程管理，工班則是實際進行修繕，對於弱勢家戶的需求，工班人員會因此在施工上較容易感到壓力與受影響，這部分需要在未來進行相關管理，亦有多個案家會提及需求評估時所答應的修繕項目，與施工過程、結果是有些許落差，雖然多數案家依然表示感謝，然而這些差異難免會導致部分案家在修繕過程中提出質疑與要求，這些會導致工班人員較難以增加同理心，建議在需求評估時，對於工項的執行可行性，可以與工班人員、案家取得更一致的決定，在彼此清楚目標的情況下，應有助於更加擴大此成果的社會影響力。

(四). 建立員工認同感，提升ESG對企業價值

企業公益行動，對於員工來說經常是兩種看法，一種為「此行動只是公司的行銷行為，為工作的一部份」，另一種為「這行動確實能夠發揮本業所長，更加認同公司理念」，第二種能夠增加較多的員工認同感，本次評估可以發現親自參與修繕的過程，確實能夠增加同仁對公司的認同感，因為更能夠親眼所見公司對於案家的貢獻，抑或是相當重要的感受到案家的感謝，這樣的認同感，是相當有助於凝聚同仁的向心力的，但對於無法直接參與專案的同仁來說，要感受到相同的事情是較難的，除了相關影像宣傳，可以嘗試向沒有直接參與的同仁去強調「根基以自身力量，呼籲供應商回饋社會」的角度去進行相關價值傳遞，透過這些方式，能夠讓同仁之間以此話題來提升對公司的認同感，更能成為與廠商、客戶的話題之一，當形成同事之間的話題時，確實能夠帶給彼此一定程度的認同感，此外，建議多方結合「社群」宣傳，社群(如臉書、IG)雖然不見得為一般民眾所知，但有助於作為同事向外人提及公司社會責任的中介，更有助於讓想認識公司的人才可以有可以互動與參考資訊的領域(Jose Benitez與Laura Ruiz等人。2020)，以上的策略，有助於建立員工認同感，提升ESG對企業價值。

圖5-1：員工認同感成因



(五). 思考如何為供應商創造更多效益，利於專案永續發展

在針對合作廠商的訪談中，可以理解到廠商多半願意協助有兩大因素，一方面為「老闆本身對公益理念的支持」，另一方面為「建立與根基營造的關係」，多半不是為了企業形象或員工向心力，這在指標中能夠發現，因為對於這些廠商來說，行銷的意義不大，與根基之間的信任是較為有效的業務推動方式，至於員工向心力來說，雖有一些效果，但對於實際投入工程的員工來說，目前較多的感受依然是認為是一項工作，僅少數受到案家熱烈招待與感謝的案件，才有此效果。

因此，仔細了解兩種動力驅使廠商願意配合，對於長期合作公益的廠商，多半是屬於「老闆本身對公益理念的支持」，且都已經與根基有較好的關係，而對於新合作的廠商，多半是考量「建立與根基營造的關係」，為有利於培養未來合作廠商的意願，以及鼓勵現行合作過的廠商，需要研擬更具備誘因的合作機制，對於提升「老闆本身對公益理念的支持」現行的做法為頒獎機制，未來若要加強，能夠以實質的案家或社工回饋影片、抑或是激勵機制，例如感謝小卡、公開表揚與媒體宣傳等等，加強廠商認同這對於社會是有貢獻與意義的理念。

至於對於考量「建立與根基營造的關係」的廠商，或許可以研擬拉近彼此關係的策略或方法，例如主管一同參與的感謝餐敘、高層實體拜訪鼓勵、優良廠商表揚、尾牙邀請、提供講習課程等培訓資源、企業感謝函，透過這些方式可以有效讓配合廠商感受到與根基營造的關係拉近，相信更能夠鼓勵更多供應商共同投入為社會共好的目標，加強專案未來的穩定性與規模化。



(六). 培育社工多元專業能力，降低移轉因子影響

根據訪談與數據回饋，可以發現社工在與修繕相關的專業知識上較為不顯著，這部分未來可以嘗試加強，例如在事前提供社工對房屋修繕的基礎介紹、可能的協助流程與注意事項宣導影片，或提供給欲申請修繕案件的社工，讓社工能大致清楚不同的房屋狀況可能的處理方式。這項措施有多重效益，第一個是「讓社工更完整地進行前置準備」，有助於案件流程的效率，對於較不可能通過的修繕案件也能初步排除，降低根基營造的評估成本。

另外也能夠「降低沒有申請到案件的負面影響」，許多社工與案家皆回饋，在等待審核通過的過程，案家會有非常多的期盼，甚至經常致電社工確認，漫長的等待容易生成失落感，因為也沒接受的明確地拒絕，長期的失落感累積容易形成負面影響，因此若能提前讓社工大致有相關知識，或可避免較難通過的案件進入等待期，更能夠在案家等待期間，使社工能夠協助初步判斷原因，給予案家基本的說明，避免持續累積期待所造成的失落感。

最後，透過提供社工相關知識資源，也能夠讓案家在與師傅溝通過程中，降低彼此的資訊不對稱與錯誤傳達，導致修繕過程的想法差異，造成負面影響，相信皆有助於整體計畫的社會影響力。

(七). 擴大公私部門合作團體，強化專案永續性

在合作團體中，同樣的有提及到非常認同根基營造的理念與合作方式，能深刻感受到根基營造的實在，以及為社會奉獻的精神，此部分的合作模式是相當溝通通暢的，若使對於長期性合作，且案家確實皆能夠符合需求的合作團體，或許可考慮建立更加穩定的關係，例如每年度給予該團體相關的修繕名額，更穩定的資源有助於合作團體的相關規劃，相信也有助於提升合作互信的關係。

另外在與合作團體、公部門訪談，可以看到對於本身就有在做「案件資料(例如房東同意書)」的合作團體，在服務流程上能夠更加順暢，有助於改善彼此的聯繫成本，建議可以推廣較好的資料收集方式，提供給合作團體更好的學習與事前準備，有助於擴大繕循環合作平台的建立。



(八). 弱勢街友賦能成效顯著，持續擴大專業職能

2023年的目標之一為與樂知公益協會合作，為街友賦能，本次指標可以看到在專業能力提升和提升自信心的成果上較不顯著，提升自信心為樂知原先就會帶來的成果，因此在外部因子上較高，至於專業能力上則是修繕隊認為效益較低的成果，然而卻是存續期較高的，可以在訪談與數據中較明確感受到，修繕隊成員也認知到修繕的專業能力與身體負擔上，是他們較難克服的挑戰，雖然高度有意願工作，但修繕的複雜度較高，因此他們主要負責的是清潔與油漆工作，但油漆工作依然有他一定的技術，本次過程中即有發生他們油漆不成功，因此其他師傅協助他們重新漆的情況。

但多數修繕隊成員表示，能深刻感受到師傅的同理心與耐心，願意好好的指導他們也因此他們感到事相當不好意思，我們從存續期來看，專業能力對修繕隊成員來說是可以延續較長期的成果，他們其實也願意學習，只是本次在相關技術上，還需要持續提升更多實作能力，類似職務再設計的概念，樂知調整其策略，針對多種工項，找出適切弱勢街友學習與執行的工作，讓他們能夠有穩定、多元的就業機會，在修繕服務上亦可以參考此方向，針對修繕過程中他們可行的工項，進行深入的教學，相信能逐步提升專業能力，擴大為街友賦能的效果。





串聯正向力 轉動社會繕循環

繕循環計畫邁入第三個年了！暖心服務仍持續轉動，今年與新北市好日子愛心大平台合作，根基以「修繕服務」成為平台資源，結合樂知修繕隊在幫助偏鄉弱勢的同時也「賦能」無家者(街友)，透過專業職訓讓街友獲得一技之長轉投入到弱勢與偏鄉家庭的公益修繕，每年根基在全台工地以「一個工地守護一個家庭」做工的人 更疼惜辛苦的人！



根基繕循環 讓家更圓滿

偏鄉資源缺乏是長期城鄉發展差距所致，但每個人對於「家」的安全感期待，卻不會因為地區而有差異。2021年起，根基營造看見了修繕人力及物資無法運抵山區部落的困境，善用結案工程材料就近服務偏鄉家庭，讓建材、設備友善循環，成就台灣最溫暖的「心」循環經濟。



愛，是家的根基 (0403花蓮震災修繕紀錄片)

2024年「0403大地震」為花蓮帶來嚴重災損，許多有安全隱患的房屋，讓「家」成為危機四伏的場域。延續「繕循環計畫」的精神，第一時間「根基營造」率先響應台積電慈善基金會號召，組織專業工程團隊，親赴花蓮投入災後房屋修繕工作。在兩個月的時間內，完成了118戶住宅補強與重建。「愛，是家的根基」是根基繕循環計畫的信念。善用工程管理專業投入社會公益與弱勢家庭扶助，用最實際的行動實踐聯合國永續發展目標(SDG1消除貧窮、SDG10減少不平等、SDG11永續發展的市鎮規劃)。地震帶來無情的破壞，根基用愛修復住屋，也修補都會與偏鄉間的隔閡。僅以此片，獻給心繫花蓮重建的每一位朋友，花蓮加油！



根基營造股份有限公司
KEDGE CONSTRUCTION CO.,LTD.

Add: 台北市大安區和平東路三段131號6樓
Email: kedge_service@kindom.com.tw
Tel: +886-2-2378-6789

