

主題式商務華語學習需求調查研究：以企業社會責任為例*

林瑋鵬

國立政治大學華語文教學
碩博士學位學程 / 華語文教學中心

杜容玥**

國立政治大學華語文教學
碩博士學位學程

摘要

企業取之社會、饋之社會，除了營利賺錢，如何妥善並積極實踐企業社會責任（Corporate Social Responsibility，簡稱 CSR），將社會責任的永續發展概念融入企業經營模式之中，已經是全球化商業發展與貿易下重點討論主題之一。商務華語教學內容重視專業語言，其教學主題範疇更與全球商業活動、趨勢議題息息相關，隨著不同時間、地點、關注趨勢而衍生多樣化的特定主題討論，故本研究旨在了解華語學習者對企業社會責任為主題的商務華語學習需求及內容為何，從中梳理和檢視此主題在商務華語課程與教材發展之可行性。本研究採問卷調查與半結構式訪談，於臺灣北部華語教學中心、臉書社團、跨國企業三類場域，針對外籍商務人士、外籍商管科系在學生、對學習此主題感興趣之外國人等三類研究對象進行問卷發放，有效樣本數為 116 份；並選取 10 位願意參與受訪之調查對象進行半結構式訪談，了解學習者對企業社會責任為主題之商務華語學習需求與內容為何。研究結果顯示，外國學習者對企業社會責任為主題的商務華語內容具高度學習興趣及需求；學習內容著重在企業社會責任的華語文與跨文化知識、社會責任議題內容和臺灣企業作法的介紹。本文也針對問卷調查與訪談結果，提出「主題式商務華語學習需求調查設計」之研究方向與教學建議。

關鍵詞：主題式華語教學 企業社會責任 商務華語 華語課程教材 學習需求

* 感謝本期刊兩位匿名審查人提供寶貴建議，以及研究對象參與本次調查與訪談。

** 本文通訊作者。

1. 前言

傳統觀念認為，企業存在目的是為了幫助企業股東賺錢，營利性企業與組織透過商業活動、買賣交易等行為，賺取利潤以幫助企業股東獲得最大經濟利益。然而隨著社會時代進步，經濟全球化發展，大眾對環境保護意識逐漸重視，勞資關係、社會影響等問題也日漸高漲，人們開始對過去傳統企業經營以「營利」為最高指導原則有所反思（陳盈如 2016）；也促成商界對「企業」定義進行重整與重塑，逐步發展出今日企業社會責任的概念原型。2019 年美國 200 位企業執行長在美國商業圓桌會議（Business Roundtable）重新提出企業在社會角色中的定義，認為「企業不應只是單一追求股東利益，還要顧及顧客期待、員工權益、考慮所有利害關係人，提高企業精神與倫理價值。」（嚴和正 2019）

現今企業大多以環境永續（Environmental）、社會互動（Social）、永續管理（Governance）三類面向進行社會責任的實踐，細項內容則包含綠色金融、利害關係管理、再生能源、永續生態、公益事業、地方創生、人才培育、公司治理、企業承諾等，臺灣《天下雜誌》更以此三類面向設計子刊〈CSR@天下〉之專欄分類架構，提供國內外創新且具前瞻性的社會責任實踐案例，結合業界實務與學界理論，喚起一般大眾對企業社會責任的關注與理解。企業社會責任核心概念無不脫離企業家本身對社會貢獻、倫理精神的建構與發展，善盡社會責任不僅能提升企業形象，還能增加企業競爭力（邱誌偉等人 2021），許多公司組織每年也會對外公開企業永續報告書，說明該公司的企業社會責任相關資訊以提升所有利害關係人對其品牌好感度（Aramburu and Pescador 2019；謝秉蓉等人 2021）。

社會責任既然重視區域性倫理精神，勢必與一地的文化環境、人文涵養有高度關係，外國人要想進入華人市場從事商業貿易，甚至在中國、臺灣等地求職找工作，勢必要了解華人文化對華人企業與管理組織的影響，從跨文化觀點與自身母國文化進行比較理解，感受不同區域的特殊商業文化。既然由「人」來發想與執行企業社會責任，自然也會受到當地文化思想的影響而產生不同做法，商務華語強調專業語言知識、商務知識、文化知識三位一體（沈庶英 2013），針對商務趨勢進行課程主題編選，不僅能滿足三位一體教學設計的核心概念，也符合商管教育訓練所提倡的個案教學模式（李清潭 2009）。綜論上述內容，可得知企業社會責任切合商務華語課程的教學主題。

無論是課程發展或是華語教材編寫，許多學者皆認為專業華語（Chinese for Specific Purpose）的內容應該強調以「學習者為中心」進行設計（張黎 2006；

關道雄 2006；李玉娟 2011；杜昭玫 2011；陳麗宇、李欣欣 2012；彭妮絲 2017）。商務華語作為專業華語領域分支，以專門用途語言為本，更要注意語言學習的實用性、針對性與目的性（彭妮絲 2017）。隨著時代更迭變遷，外國人學習商務華語的目的與需求和過去不同，從泛論的商務辦公室用語、禮儀文化學習，到現在聚焦至特定商務議題討論、專業概念知識等內容輸入，都是商務華語新型態學習需求展現，故本研究即是建立在此時空背景開展，期以透過本研究為商務華語領域注入更多面向的研究內容。

2. 文獻探討

2.1 企業社會責任研究

企業社會責任的概念與定義最早由 Bowen（1953）提出，他認為企業家除了專注於自身的經濟利益，還要符合社會價值觀的整體期待，以及滿足社會需求的所有活動；李政義（1990）在《企業社會責任論》一書提到，企業社會責任定義可以分為兩種：一種是「股東至上理論」（shareholder primacy theory），認為企業存在的目的是為了追求股東的最大利益；另一種是「利害關係人理論」（stakeholder theory），企業經營的方法與目的應考量所有利害關係人，透過正當手段賺取報酬與利益，同時兼顧所有利害關係人的權益。

Carroll（1991）針對企業社會責任提出金字塔模型理論，模型架構由低到高為：經濟責任（Economic Responsibilities）、法律責任（Legal Responsibilities）、倫理責任（Ethical Responsibilities）、公益責任（Philanthropic Responsibilities），這四個層次能反映企業在實踐社會責任的整體營運狀態，獲利穩定與規模越大的企業，越能向上追求與發展。Carroll（1999:30-33）整理各方對企業社會責任發展的觀點，再將企業社會責任定義為「企業運作不僅只考慮經濟與法律責任，還要兼顧對社會環境的其他義務」，此定義也成為日後企業社會責任研究與實踐的普世價值與發展基礎。

Elkington（1997）首先提出三重底線（Triple Bottom Line，TBL）的概念，說明管理者在追求利益的同時，也應該衡量企業對經濟、社會、環境三者之間的影響（Elkington 1999）。許多企業會在此一階段，重新審視如何定位在這個世界的角色，以及思考怎麼兼顧組織利益與社會責任。與此同時，除了設法找出並解決社會議題，還將永續概念融入企業決策與管理營運之中，進一步實現「經濟、社會與環境」三方面的整合（Cochran 2007）。

由此可見，不同時期大眾對企業社會責任的行為要求與期待不盡相同（林慧芬 2015），當西方工業模式快速崛起，雖然方便人們的生活，卻也為環境帶來災難性破壞，人們開始關注經濟發展與環境保護平衡問題，許多研究也顯示出企業社會責任對氣候永續議題的重視（曾憲立等人 2015；邱意涵、郭乃文 2019）。近年來，因為國際貿易互動頻繁，企業本體的勞資議題、金融弊案等問題也逐漸浮現，在全球化競爭驅使下，當今企業社會責任探討面向變得更為龐雜立體，從社會環境各方角度切入多元發展。

因此廣義的企業社會責任認為，企業應當「取之社會，饋之社會」，除了追求賺錢營利、股東利益等目的，企業主還應接觸、關心社會問題，探討企業經營與社會責任的互動行為，體現對社會環境的重視；聚焦來看，則不單純是回應社會問題，因為企業在進行一切商業行為時，還需要考量其行為對利害關係人的影響，包含社會大眾、政府國家、員工部屬、合作廠商等，透過制定一個與所有利害關係人緊密相關的策略（吳崧榜 2014），目的在於提升企業形象，同時追求對社會與企業有益的長期發展目標。時至今日，企業社會責任已經從過去狹隘且邊緣化的概念，演變為今日企業在實務上發展決策、內部控管等多面向的核心參考指標（Cochran 2007）。

在商管領域教學方面，我國臺灣大學、政治大學、中山大學等多所大專院校曾開設企業社會責任相關課程，透過個案教學法（Case Study Teaching），幫助學生系統性地了解企業社會責任之專業知識與實踐應用，以提升日後求職軟實力。此外，在商管領域研究方面，從《臺灣博碩士論文知識加值系統》查找近十年（2014-2024）企業社會責任的相關學位論文已達 2,200 多筆，可見企業社會責任的研究價值與重要性。

綜合上述內容來看，企業社會責任議題無論是在商管實務還是學術領域一直都是當今顯學（Hopkins 2005; Wang et al. 2016），無論是國際期刊或是學位論文皆有持續產出和發表，然而在商務華語相關研究中則鮮少被討論，多聚焦在商務文化禮儀探討或是商務專業用語等教學指導；在國內目前的商務華語教材中，僅有《遠東商務漢語Ⅲ》一課提及此主題，顯見相關內容主題教學尚待釐清分析與設計發展，故本研究將結合商務華語和企業管理兩領域的學術研究文獻，進一步梳理與設計出基於企業社會責任為主題之商務華語學習需求調查與分析研究。

2.2 商務華語學習需求分析研究

商務華語（Business Chinese）又稱商務漢語、商貿漢語，屬於專業華語的研究分支，也是目前專業華語下轄所有科別中，發展相對完整的領域。過往的商務華語學習需求研究較多，因為對專門用途語言來說，完整的、全面的進行學習者需求分析，是首要且不可或缺的工作。

張黎（2006）針對商務漢語教學進行目標情景分析和學習需求分析，從交際活動、交際技能兩類進行目標情景分析；再對商務漢語的學習需求進行分析，提出教育的「目標級別」、「時間安排」、「組織方式」、「學習者漢語水平」、「語言學習內容範圍」五個面向，說明商務漢語學習者與需求較為多元，因此設計商務漢語課程時，應該分門別類進行研究和開發，以學習者需求為中心發散課程內容。陳芳、郭鵬（2008）分析與說明商務漢語教學學習需求的內涵與框架，同樣以「目標需求分析」、「學習需求分析」兩類切入，彙整出一個設計符合科學、問題涵蓋全面完整的調查框架。

李育娟（2011）以問卷調查蒐集與了解外國人對商務華語主題範疇、工作類別、課程內容的學習需求為何。研究結果顯示，學界能夠持續開發中級程度以上的商務教材，或是取得商務人士洽談時的實際對話資料，做為日後教材內容設計依據；增加短文教學、商務信件教學、履歷自傳書寫等課程，也能幫助學習者學習內容更貼近實務場域。駱靜美（2016）調查 26 個國家、93 位來臺主修商業或是管理學科的外籍學生，運用學習需求分析框架設計問卷題目，了解在臺商管背景外國學生對臺灣的商務華語學習需求內容為何。研究結果建議可發展出適用於特定教學對象的特定課程，從而顯現學習者的學習優勢並且提高課程參與度。

綜合上述研究結果來看，需求分析的問題面向與方法手段相當多元，而常見的方式即是透過問卷調查進行數據蒐集；在提問內容設計中要能清楚反映問題意識，使用學習需求分析（learning needs analysis）框架（Hutchinson and Waters 1987:66）幫助問題設計更富有縝密層次與系統架構，最重要的是要以學習者需求為中心進行需求調查，知道學生想學什麼、想怎麼學、為什麼而學，才能設計出符合學習者需求的商務華語課程與教材內容。故本研究將以問卷調查為主、半結構式訪談為輔，互為補充本研究以企業社會責任為主題之學習需求調查結果，了解外國學習者對企業社會責任的學習動機需求與實際內容為何，做為日後主題式商務華語課程發展、教材編寫之相關研究依據。

3. 研究方法

本次研究期間為 2023 年 01 月 01 日至 2023 年 06 月 30 日，研究對象分為「外籍商務在職人士」、「外籍商管專業背景在學生」與「對企業社會責任學習感興趣的外國人」三類，並至臺灣北部華語教學中心、企業公司、臉書社團等地進行問卷發放。

預試於北部某大學華語教學中心免費華語班進行問卷發放測試，預試目的為了解受試者是否能夠理解題意並正確答題，做為下一階段正式發放問卷之修改依據，預試結果受試者皆能正確填答，故本問卷並無刪除或修改任何題項。本研究總計發放 168 份問卷，回收 162 份，回收率 96%；有效問卷共計 116 份，其他 46 份為無效問卷。於問卷發放階段結束之後，再邀請其中十位已填答問卷對象（五位商務在職人士、五位商管背景在學生）進行半結構式訪談，深入了解與分析學習者對企業社會責任學習動機與學習內容需求為何。

調查問卷依據前人文獻探討梳理結果與本次研究目的進行命題設計，包含以下四項類別：

- （1）調查者基本資料，包含：年齡、性別、國籍、母語、專業與工作背景、工作產業與職務、管理與海外工作經驗、華語學習時長、華語學習方式、華語學習目的等細項。
- （2）商務華語的學習態度，包含：工作中使用中文的頻率、商務華語學習經驗與意願、工作對學習商務華語的重要程度與原因、商務華語學習內容選擇等細項。
- （3）企業社會責任學習動機與內容需求，包含：企業社會責任的了解程度、認為了解企業社會責任議題重要程度、是否想學企業社會責任主題內容、想學的社會責任主題內容、想或不想學企業社會責任主題內容的原因等細項。
- （4）企業社會責任單元選取與排序，包含：環境永續、社會參與、企業治理三大項目，調查對象針對三大項目的八類子項目進行學習意願排序，積分越低者，代表調查對象想學習該主題的排序越前面。

訪談內容則針對前述問卷內容進一步深度討論，受訪者能說明與補述個人對於學習商務華語和企業社會責任主題的想法，包含以下四項類別：

- (1) 受訪者基本資料，包含：國籍、性別、年紀、專業背景、工作年資與其他學經歷等。
- (2) 學習商務華語的經驗，包含：是否學習過商務華語、學過什麼主題的商務華語課程。
- (3) 學習商務華語的動機與期待
- (4) 學習企業社會責任的動機與期待
- (5) 受訪者其他問題補充，包含：案例分享、補充提問等。

4. 研究結果與討論

4.1 問卷調查結果

4.1.1 調查者基本資料

本次有效問卷填寫共計 116 人，女性填答人數共計 65 人，佔總體 56%；男性填答人數共 50 人，佔總體 43%；其他性別 1 人，佔總體不到 1%；年紀部分則集中在 21-30 歲，共 95 人，佔比約 81%，多屬於青壯年之在學生與在職人士階段；其次為 31-40 歲之間，共 12 人，佔比約 10%；再來是 51 歲以上，共 6 人，佔比約 5%；最後是 41-50 歲，僅 3 人，佔比約 2%。

填答對象國籍多元，涵蓋各大洲，包含：沙烏地阿拉伯、尼日、俄羅斯、孟加拉、捷克、荷蘭、美國、英國、菲律賓、香港、法國、德國、海地、日本、韓國、西班牙、馬來西亞、印度尼西亞、挪威、伊朗、斯洛伐克、義大利、波蘭、瑞典、厄爾瓜多、泰國、越南等國家。在母語方面，因部分受試者使用兩種以上母語，故總計母語數 24 種、填答數 123 人次。國籍作為基本資料調查，呈現多元文化背景，而部分受試者為多語者，母語則反映語言文化特性，表 1 展示受試者的母語分布。

表 1：受試者母語分布

母語	人數	占比 (%)	母語	人數	占比 (%)
英語	27	21%	韓語	3	2%
越南語	12	9%	馬來語	3	2%
菲律賓語	11	8%	阿薩姆語	2	1%
印尼語	9	7%	廣東話	2	1%
泰語	8	6%	捷克語	1	<1%

義大利語	7	5%	瑞典語	1	<1%
西班牙語	7	5%	斯洛伐克語	1	<1%
法語	6	4%	俄羅斯語	1	<1%
日語	6	4%	阿拉伯語	1	<1%
荷蘭語	5	4%	波斯語	1	<1%
波蘭語	4	3%	海地語	1	<1%
德語	3	2%	挪威語	1	<1%
總計 123 人次 (100%)					

研究對象學歷背景分為：學士、碩士、博士與其他共四類，學士學歷計 66 人 (56.90%)，為本次研究主要填答對象；碩士學歷共 42 人 (36.20%)；博士學歷共 4 人 (3.45%)；其他學歷共 4 人 (3.45%)。調查對象之背景專業部分，包含商務在職人士、商管專業在學生以及對商務華語學習有興趣的其他科系外國人三類，其中商管專業人數計 57 人，填答對象以企業管理系 17 人 (29.82%) 最多；非商管專業人數計 29 人，填答對象以漢學系/中文系 9 人 (31.03%) 最多。其中「商務在職人士」填答對象共計 30 人，產業分布以觀光業 9 人最多 (0.30%)；職務工作內容以行政庶務 5 人最多 (1.66%)。30 位商務在職人士的研究問卷填答結果中，10 位表示過去工作具有管理經驗，管理時長多集中在 1 年以下 (40%)，另外 20 位則表示沒有管理經驗；11 位具有海外工作經驗，海外工作時長集中 1-3 年 (72.73%)，其餘 19 位則沒有海外工作經驗。

本研究問卷亦了解 116 位調查對象學習華語的年紀與時長，詳細時長如表 2、表 3 所示，研究對象主要的開始學習華語時間落在 11-30 歲間、學習華語時長落在 1-3 年之間，研究者推斷其可能原因，為大部分學習者利用在學期間或是進入職場前學習第二外語，故該區間的學習人數比例相對高。

表 2：開始學習華語年紀

開始學習華語的年紀		填答數	占比 (%)
1	10 歲以下	14	12.06%
2	11-20 歲	50	43.11%
3	21-30 歲	47	40.52%
4	31 歲以上	5	4.31%
總計		116	100%

表 3：華語學習時長

華語學習時長		填答數	占比 (%)
1	1 年以下	21	18.11%
2	1-3 年	64	55.18%
3	3-5 年	11	9.48%
4	5-10 年	16	13.79%
5	10 年以上	4	3.44%
總計		116	100%

研究對象在學習華語方式的前三大學習管道分別為：參加語言中心正規課程（44.10%）、自學（31.06%）、參加一對一家教課程（10.56%），因此問項採複選制，故回答總數為 161 項。其他詳細華語學習方式與填答數如表 4 所示。

表 4：華語學習方式與填答數（共計 161 筆填答數）

華語學習方式		填答數	占比 (%)
1	參加語言中心課程	71	44.10%
2	自學	50	31.06%
3	參加一對一家教課程	17	10.56%
4	其他（參加大學/研究所課程）	7	4.35%
5	參加私人補習班課程	5	3.11%
6	其他（華裔家庭）	3	1.86%
7	其他（聽歌、看電影、使用 app）	3	1.86%
8	其他（與工作同事交談）	3	1.86%
9	尋找語言交換的朋友	2	1.24%
總計		161	100%

華語程度方面，其中 60 位研究對象（51.72%）表示沒有參加過任何華語文檢定測驗考試，因此華語文程度填答標記「不清楚自己目前的華語文程度」；其餘 56 位研究對象參與兩岸常見的華語文考試檢定，其中有 6 人（19.33%）選填「其他類」並考取「日本中國語檢定」。

最後，根據本次研究調查結果顯示，調查對象學習華語目的包含：讀書遊學、工作求職、觀光旅遊、認識朋友、移民、其他（興趣、學校要求等）六類，因學習語言目的與可能因素複雜且多樣，故本題項設定為複選題，學習目的前

三高依序為：讀書遊學（31.87%）、工作求職（27.10%）、認識朋友（18.33%），總回覆 251 項，詳細華語學習目的分布與填答數如表 5 所示。

表 5：華語學習目的（共計 251 筆填答數）

華語學習目的		填答數	占比（%）
1	讀書遊學	80	31.87%
2	工作求職	68	27.10%
3	觀光旅遊	41	16.34%
4	認識朋友	46	18.33%
5	移民	6	2.39%
6	其他（興趣）	7	2.78%
7	其他（學校要求）	3	1.19%
總計		251	100%

4.1.2 商務華語的學習態度

在問卷調查中亦邀請調查對象填寫自己一週中使用中文的頻率，調查結果顯示，116 位受訪者中有 36 人（31.03%）幾乎每天在工作或學習過程中都需要使用中文，研究者認為這樣的結果可能是大部分的調查對象目前都在臺灣求學或是工作，因此具高度使用中文需求。

在商務華語學習經驗中，32 位（27.59%）表示自己曾經學習過商務華語，84 位（72.41%）則沒有學習過商務華語。研究者認為這樣的比例結果與學習者學習中文時間點和目的有很大的關係，因受訪對象大部分還是在學生，或是尚處於學習日常生活等相對基礎的內容；因此屬於專業華語類的商務型中文課程修課比例相對較少。本研究進一步針對「84 位尚未學習過商務華語」的研究對象提問「是否曾經想學商務華語」，其中 70 位提出想學習商務華語；其餘 14 位則表示不想學商務華語，因本研究旨在了解主題式商務華語的學習動機與需求，故這 14 位研究對象答題至問卷的此題項即停止作答，後續題項則由其他的 102 位研究對象繼續作答。

研究者再根據「32 位曾經學習過商務華語」和「70 位曾經想學習商務華語」共 102 位研究對象繼續進行提問，他們認為「學習商務華語對工作重要性的程度」，程度設定 1 到 5 分，且 5 分最高，根據調查結果發現，認為重要（4 分以上）的共 89 位；認為普通或不重要（3 分以下）共 13 位。

89 位認為學習商務華語對工作重要（4 分以上）的研究對象，進一步提問其認為重要的原因，調查結果發現，大部分的研究對象認為「可以學習到商業領域更多專業知識」、「可以和說中文的同事聊天」、「可以找到更多工作」是學習商務華語對工作重要的前三大原因，進一步分析發現，「商務領域專業知識」是學習者最重視的部分，故商務華語課程或教材內容仍須考量到商務知識點的比重，提供情境讓學習者知道所學詞彙句式能夠如何使用。因題項為複選題，填答結果共 271 筆，詳細調查結果如表 6 所示。

表 6：學習商務華語對工作重要的原因（共計 271 筆填答數）

項次	原因	填答數	占比（%）
1	可以學到商業領域更多專業知識	74	27.30%
2	可以和說中文的同事聊天	69	25.46%
3	可以找到更多工作	67	24.72%
4	可以了解華人商業市場的動向	58	21.40%
5	其他（了解工作上使用中文的系統內容）	1	<1%
6	其他（想感受沉浸式華人商務文化）	1	<1%
7	其他（尋找更多可以投資的亞洲企業）	1	<1%
總計		271	100%

根據 13 位認為學習商務華語對工作普通或不重要（3 分以下）的研究對象進一步提問其認為普通或不重要的原因，調查結果發現，前三高原因分別是「目前用不到」、「主管或公司不在意我會不會中文」、「沒有應用在工作的機會」，其中「目前用不到」仍是學習者主要認為不重要的原因，可見商務華語內容特殊性與專業性，外國人如果沒機會在生活或是工作中使用，就不會想特別學習新的專業語言，因此題為複選題，故填答結果共 14 筆，詳細調查結果如表 7 所示。

表 7：學習商務華語對工作不重要或普通的原因（共計 14 筆填答數）

項次	原因	填答數	占比（%）
1	我目前用不到	8	57.14%
2	主管或公司不在意我會不會中文	3	21.43%
3	沒有應用在工作的機會	2	14.29%
4	沒有商務華語學習興趣	0	0%

5	其他（在我的公司，大家都說英文）	1	7.14%
總計		14	100%

針對 89 位認為「學習商務華語對工作重要」的研究對象進一步提問，他們認為哪些商務華語內容對工作有幫助，根據調查結果如表 8 所示，前三高依序為：商業語言知識 87 筆（23.71%）、商業專業知識 65 筆（17.71%）、特定主題討論 63 筆（17.16%），前兩項如實反映學界目前提出的商務語言、商務知識教學重要性（沈庶英 2013），商務文化知識則居於時事話題討論之後。第三高為特定主題討論，此結果可能和商務領域的教育訓練有關，多數商務課程的開設聚焦在解決特定議題，故議題式、主題式討論能夠快速點出課程內容與員工應該學習的目的。因此題項採複選題，故填答數共計 367 筆。

表 8：學習哪些商務華語內容對工作有幫助（共計 367 筆填答數）

項次	原因	填答數	占比（%）
1	商務語言知識	87	23.71%
2	商務專業知識	65	17.71%
3	特定主題討論	63	17.16%
4	時事話題討論	62	16.89%
5	商務文化知識	55	14.99%
6	其他（任務活動與練習）	35	9.54%
總計		367	100%

最後，再針對 89 位研究對象詢問他們認為「學習商務華語內容對個人的幫助」，調查結果發現，前三高依序為：可以在說中文的地方找到工作（20.62%）、了解華人商業文化（19.06%）、可以和說中文的主管同事溝通（18.53%），顯示出外國人學習商務華語的個人期待主要是為了能夠到說中文的地方找到工作。此題項採複選題，填答數共 383 筆，詳細調查結果如表 9 所示。

表 9：學習商務華語內容對個人的幫助（共計 383 筆填答數）

項次	原因	填答數	占比（%）
1	可以在說中文的地方找到工作	79	20.62%
2	了解華人商業文化	73	19.06%
3	可以和說中文的主管、同事溝通	71	18.53%

4	了解華人市場討論的話題	63	16.45%
5	可以認識更多人	54	14.10%
6	可以加薪	42	10.96%
7	其他（證明可以在國外工作的能力和獨立性）	1	<1%
總計		383	100%

4.1.3 企業社會責任學習動機與內容需求

本研究問卷第三部分詢問調查對象對企業社會責任的了解程度，程度設定 1 到 5 分，且 5 分最高，根據調查結果發現，認為了解（4 分以上）的共 59 位；認為普通或不了解（3 分以下）共 42 位。透過此調查結果發現，了解與不了解此主題的研究對象比例差不多。大部分尚未開始工作、或是就讀非商管科系的調查對象可能對此主題相對不熟悉，另一方面亦有部分受試者已了解此主題。詳細作答情況如表 10 所示。

表 10：對企業社會責任了解程度

程度分數	1 非常不了解	2 不了解	3 普通	4 了解	5 非常了解	總計
人數	7	13	23	29	30	102
占比（%）	6.86%	12.75%	22.55%	28.43%	29.41%	100%

進一步提問調查對象「您認為了解企業社會責任議題的重要程度為何」，程度設定 1 到 5 分，且 5 分最高，根據本研究調查結果發現，認為重要（4 分以上）的共 87 位；認為普通或不重要（3 分以下）共 15 位。大部分調查對象認為了解企業社會責任這個主題內容是重要的，研究者認為此結果與企業社會責任屬於商務趨勢議題有關係，詳細作答情況如表 11 所示。

表 11：認為了解企業社會責任議題的重要程度為何

程度分數	1 非常不了解	2 不了解	3 普通	4 了解	5 非常了解	總計
人數	1	9	5	46	41	102
占比（%）	<1%	8.82%	4.90%	45.10%	40.20%	100%

此外，本研究也調查了研究對象是否會想學習主題為企業社會責任的商務華語內容，根據調查結果如表 12 所示，90 位調查對象想學習此主題，前三高原因分別為：了解這個議題對我的職涯發展有幫助（24.15%）、自己想了解商管領域趨勢議題（21.25%）、對這個議題感興趣（20.28%），顯示出大部分研究對象的學習動機，主要是基於外部因素，認為此主題對自己的職涯發展有一定幫助、想了解商管領域的趨勢議題，以及源於內在因素，即自身對此議題的學習興趣。

表 12：想學習企業社會責任議題的原因（共計 207 筆填答數）

項次	原因	填答數	占比（%）
1	了解這個議題對我的職涯發展有幫助	50	24.15%
2	自己想了解商管領域的趨勢議題	44	21.25%
3	對這個議題感興趣	42	20.29%
4	可以和其他人一起討論這個議題	34	16.43%
5	工作內容與企業社會責任議題相關	25	12.08%
6	公司或主管希望我了解這個議題的內容	10	4.83%
7	其他（我覺得也跟地方的政治議題相關）	1	<1%
8	其他（想投資其他公司，我需要知道他們的企業社會責任做得怎麼樣）	1	<1%
總計		207	100%

在企業社會責任的內容選取部分，根據調查結果顯示，前三項想學習的內容依序為「了解華人企業社會責任的執行方式」、「能與別人討論企業社會責任的議題」、「了解企業社會責任的專有名詞」，其中「了解華人的企業社會責任執行方式」是調查對象首要想學習的內容。此題項採複選題，填答數共 376 筆，詳細調查結果如表 13 所示。

表 13：想學習哪些企業社會責任內容（共計 376 筆填答數）

項次	原因	填答數	占比（%）
1	了解華人企業社會責任的執行方式	61	16.22%
2	能與別人討論企業社會責任議題	49	13.03%
3	了解企業社會責任的中文專有名詞	48	12.76%

4	了解企業社會責任中的商務文化意涵	47	12.50%
5	知道華人文化對企業社會責任的影響	45	11.96%
6	了解企業社會責任的各項子議題	43	11.43%
7	能比較不同企業的社會責任方法	43	11.43%
8	能說明自己對企業社會責任的看法	39	10.37%
9	其他（未說明內容原因）	1	<1%
總計		376	100%

4.1.4 企業社會責任單元選取與排序

研究者以《天下雜誌》¹的子刊〈CSR@天下〉專欄之企業社會責任三大主題：環境永續(Environmental Sustainability)、社會參與(Social Participation)、企業治理(Corporate Governance)為框架，以及聯合國提出之 17 項永續發展目標 (SDGs)²進行整合和篩選，歸納出每一主題各八項常見的子題，共計 24 項，再由研究對象進行排序，最想學習的子題為 1 分，最不想學習的子題為 8 分，以此類推。計算結果時，子題積分越低者排序順位越高，如表 14-16 所示。

表 14：環境永續學習排序結果

排序順位	子題項目	積分
1	氣候變遷 (Climate change)	305
2	生態保育 (Ecological conservation)	334
3	節能減碳 (Energy saving and carbon reduction)	373

¹ 〈CSR@天下〉書目專欄：《天下雜誌》1994 年率先倡導企業公民的理念，每年會進行「標竿企業」評比，並加入企業社會責任評分項目；2007 年更將企業社會責任發展指標獨立成為「天下企業公民獎」，成為臺灣最具指標性的 CSR 評鑑獎項，從公司治理、企業承諾、社會參與、環境保護等四大面向，檢視企業對股東員工、合作夥伴、社會與環境應負起之責任。（參考資料取自：<https://csr.cw.com.tw/about>）

² 聯合國 17 項永續發展目標：永續發展目標 (Sustainable Development Goals, 簡稱 SDGs) 由聯合國於 2015 年提出，定義出 17 項核心永續目標，依序包含：終結貧窮、消除飢餓、健康與福祉、優質教育、性別平權、純淨水資源、潔淨能源、合適工作與經濟成長、工業化與創新基礎建設、減少不平等、永續城鄉、責任消費與生產、關注氣候行動、保育海洋資源、和平正義與健全制度、多元夥伴關係，作為全球國家與企業組織一起共同努力的永續發展指標。（參考資料取自：<https://globalgoals.tw/>）

4	再生能源 (Renewable energy)	416
5	永續政策 (Sustainability policy)	417
6	清潔飲水 (Clean drinking water)	438
7	棄物處理 (Waste disposal)	441
8	病毒防疫 (Virus and epidemic prevention)	481

表 15：社會參與學習排序結果

排序順位	子題項目	積分
1	社區轉型 (Community transformation)	357
2	銀髮照護 (Elder care)	373
3	偏鄉教育 (Rural education)	384
4	經濟成長 (Economic growth)	401
5	終止飢餓 (Ending hunger)	421
6	地方創生 (Local Creation)	442
7	慈善公益 (Charity)	446
8	藝文支持 (Art support)	531

表 16：企業治理學習排序結果

排序順位	子題項目	積分
1	多元平權 (Diversity and equal rights)	329
2	人才培育 (Talent training/ employees training)	352
3	員工照護 (Employee care)	359
4	友善職場 (Friendly workplace)	397
5	女力支持 (Support for female power)	438
6	誠信經營 (Integrity management)	454
7	永續投資 (Sustainable investments)	468
8	策略發展 (Strategy development)	505

問卷中的 24 項子題，皆已廣泛實踐並發布在國內外企業的社會責任永續報告書。以三大主題排序第一的子題為例，以下簡述之。(1) 環境永續—氣候變遷：法國一間能源新創公司長期關注氣候變遷議題，從能源轉化著手，配合當地政府鼓勵使用電力來源為主的供暖設備規定，降低天然氣、煤油等化石燃

料的使用比例。(2) 社會參與—社區轉型：臺灣一間國際觀光飯店推出訂房活動，促進當地社區發展轉型，創造共好經濟。結合原住民飲食和服飾文化特色，增加訂房率，讓房客有更好的觀光體驗。(3) 企業治理—多元平權：臺灣一家製作安全系統的科技集團，落實企業治理的多元平權理念，降低近百位外籍員工之文化不適應及語言隔閡。提供完整的外籍員工照護與福利，並且不向外籍移工收取任何在聘僱過程中所產生的費用。

企業社會責任討論的範疇和做法多元，不同企業對社會責任做法與著重項目不盡相同，案例討論在商務教育訓練及語言教學領域都是常用的課程型態。而商務華語研究，不僅探討案例情境與主題分布（李育娟等人 2010；陳麗宇 2011），亦強調商務語言和專業知識的高實用性和針對性（彭妮絲等人 2016）。有鑑於此，本研究選用〈CSR@天下〉作為企業社會責任主題之商務華語學習需求調查的主要分類框架，因其藉由國際趨勢議題報導、專家學者研究剖析、經典案例介紹等，導入具前瞻性的觀念和方法。故本研究透過此分類框架及案例簡介，將企業社會責任知識學理與企業商管實務做法相結合，體現本研究之原創性與教學應用價值。

4.2 訪談調查結果

研究者於問卷發放結束後，與 10 位填答問卷對象進行半結構式訪談，透過訪談深入了解學習者觀點在商務華語與企業社會責任議題的學習需求與動機，並將訪談結果與前述問卷調查分析結果互為補充。

4.2.1 受訪者基本資料

本研究第二階段選取 10 位問卷調查對象進一步進行半結構式訪談，為保障資料與受訪者背景的隱私性，研究者在半結構式訪談結束後，將研究資料與錄音口述資料謄寫為逐字稿，並針對逐字稿內容進行編碼（coding）。編碼規則將根據受訪對象身分（商務人士 W/在學生 S）、受訪次序（01-05）、受訪時間（00 月/00 日）三項進行 10 位受訪者背景資料編碼再譯，如表 17 所示。

表 17：受訪者詳細資料

編碼	國籍	性別	年紀	專業背景	工作年資	最高學歷
W-01-0515	厄爾瓜多	男	30	產品經理	8	學士
W-02-0515	韓國	男	38	房仲業務	17	學士

W-03-0516	日本	男	27	銀行行員	5	學士
W-04-0516	美國	男	31	會計人員	5.5	碩士
W-05-0517	日本	女	46	專案經理	25	學士
S-01-0601	法國	女	24	企管在學	1.5	碩士
S-02-0601	日本	女	27	企管在學	2.5	碩士
S-03-0601	印尼	女	27	行銷在學	3	碩士
S-04-0602	印尼	女	19	統計在學	0	學士
S-05-0602	越南	男	20	國貿在學	0	學士

4.2.2 學習商務華語的經驗

十位受訪對象中，七位表示曾學過商務華語，三位則沒有學過商務華語的經驗；研究者進一步提問七位學過商務華語的學習管道與方式，其中六位在語言中心的商務華語團體班學習；僅一位是採一對一線上授課形式學習。此一結果顯示已有七位曾學過商務華語，反映目前國內語言中心開設的華語課程，會根據學生的中文程度調整教學內容，不只安排生活華語，也會開設專業華語內容。

再根據七位學過商務華語課程的訪談對象分享，所學主題包含：面試自我介紹、職場衝突、廣告行銷、商品退換貨、商務簡報製作、創新創業、業務行銷、辦公室用語等等，顯示目前商務華語課程主題取向仍以工作本身或是辦公室內容為主，趨勢議題的討論則比較少出現，此結果亦和前述問卷調查結果相吻合，如表 18 所示。

表 18：訪談對象學過的商務華語主題

項次	主題	填答數
1	面試自我介紹	7
2	辦公室用語	7
3	廣告行銷	5
4	商品退換貨	5

5	職場衝突	3
6	商務簡報製作	3
7	創新創業	1
8	業務行銷	1

4.2.3 學習商務華語的動機與期待

研究者詢問已經學過商務華語的 7 位受訪者學習商務華語的原因，其中 6 位提到「語言中心安排」；另一位則說明「想到臺灣工作，所以先學。」W-01-0515 提到「雖然是語言中心安排，但是我在臺灣公司上班，也跟中國人做生意，所以上這個課很好。」S-01-0601、S-02-0601 也表示「開課前學校曾經跟我們確認過願不願意學商務華語，我們都有興趣，就開始上這個課了。」顯示出學習者本身感興趣、工作上具有使用需求，是主要會讓他們進一步學習商務華語的原因，詳細回答如表 19 所示。

表 19：學習商務華語的原因

項次	編碼	學習商務華語的原因
1	W-01-0515	語言中心安排，但是我在臺灣的公司上班，也跟中國人做生意，所以上這個課（商務華語）很好。
2	W-02-0515	中級班上完以後，學校（語言中心）決定的。
3	W-03-0516	辦公室（語言中心）問我要不要來這個班。
4	W-05-0517	我想在臺灣工作，所以我要先學這個（商務華語）。
5	S-01-0601	學校（語言中心）問我要不要上商務華語，我聽了有興趣，所以繼續學這個內容。
6	S-02-0601	學校（語言中心）跟我說現在有商務華語班，問我要不要試試看，我覺得可以，也有興趣，所以就上這個課。
7	S-05-0602	語言中心的老師安排的。

針對其餘三位沒有學習商務華語經驗的訪談對象，進一步提問是否會想學習商務華語內容，三位皆表示會想學習；其中 S-03-0601 提到「自己想留在臺灣工作，所以一定要學」，顯示對受訪對象來說，認為學習商務華語對在臺灣或是職場溝通為中文等地區工作是非常重要的，詳細答覆如表 20 所示。

表 20：想學習商務華語的原因

項次	編碼	學習商務華語的原因
1	W-04-0516	會，我有興趣，感覺很好玩。
2	S-03-0601	我很有興趣，因為如果有機會在臺灣工作，我覺得會這個（商務華語）很重要。
3	S-04-0602	我想學，雖然感覺很難，但我有興趣。

本研究進一步提問，詢問訪談對象認為「學習商務華語，對工作發展的影響程度」，十位訪談對象中，其中八位認為學習商務華語對工作發展的影響程度為 5 分；一位 4 分；一位 3 分，平均為 4.7 分，極高比例的受訪者認為學習商務華語對自己的工作發展有一定程度的影響。

在「學習商務華語對工作發展影響原因」部分，多數訪談對象認為「能夠和別人使用商務華語進行溝通交流」是對工作發展影響的主要原因，也提到「求職機會和薪資成長」、「對華人企業文化的理解」都是學習商務華語對個人工作發展產生影響的原因，說明受訪者認為學習商務華語與個人工作發展和企業文化理解有相關性。詳細回答如表 21 所示。

表 21：學習商務華語對工作發展影響的原因

項次	編碼	學習商務華語對工作發展影響的原因
1	W-01-0515	我可以聽懂其他人、其他公司、其他行業的語言，而且多了解一些商業話題，我可以建立社交自信。
2	W-02-0515	未來我的工作還要當賣房子的業務，工作時尤其會跟說中文的外國人見面，賣房子的時候可以用現在學過的商業中文跟客戶說話。
3	W-03-0516	目前我做的工作和會不會商務中文無關，但是以後我回去的工作跟華人有關，學商業華語應該會有效果。
4	W-04-0516	我想到中國工作，所以我要會辦公室用的中文，才能跟同事說話。
5	W-05-0517	真的想要跟臺灣或中國企業做生意，我想學企業真的會用到的專門生詞和語法；或是企業文化，還有現在大老闆在討論的話題。

6	S-01-0601	我以後想去很多國家工作，在工作上會遇到說中文的人，如果我聽得懂他們在說什麼很重要；說不定老闆看我會說中文，讓我當領導或是薪水比較多。
7	S-02-0601	商務語言代表這個國家的文化的感覺（例如商務日語很有禮貌、很長、跟其他國家要表現禮貌的感覺就不一樣），如果在臺灣工作生活一定有影響。
8	S-03-0601	學習新的東西可以給我們很多工作機會，可以除了現在的工作、還可以找別的（工作機會）。在印尼有很多臺灣或是中國的公司，因此知道商務華語很重要。
9	S-04-0602	在工作上用中文的機會很多（辦公室在臺灣或是中國等其他國家），會說商務中文應該很加分。
10	S-05-0602	我想知道臺灣或是中國的企業文化和其他國家的企業文化哪裡不一樣，但是現在上課（生活華語）比較少說這個，學會可以幫助我在這裡（臺灣）工作。

4.2.4 學習企業社會責任的動機與期待

本研究目的在於了解商務華語學習者對企業社會責任主題的學習需求與內容，訪問十位對象是否想學習「企業社會責任」這個主題，其中九位對象在訪談過程中表示想學習這個主題，一位則表示「還好，可以學，也可以不學。」（W-01-0515）。進一步詢問想學對象的原因為何，大部分都提到「覺得主題特別」；也有受訪者表示「與自身工作內容、科系所學有關」、「曾關注這個主題」、「認為這個主題可以在工作中成為討論話題」等原因，詳細答覆如表 22 所示；而表示「還好，可以學，也可以不學。」的受訪者，研究者進一步詢問其原因，受訪者則表示，「大公司比較會討論這個話題，我目前的公司沒有很在意。」反向顯示學習者會因為「主題的受關注程度」，而影響個人是否願意學習該特定主題。

表 22：是否想學企業社會責任和原因

項次	編碼	是否想學企業社會責任	原因
1	W-01-0515	還好，可以學，	大公司比較會討論這個話題，我目前

		也可以不學	的公司沒有很在意。
2	W-02-0515	想	很特別的主題，感覺學起來很好玩。
3	W-03-0516	想	當作學習新東西、內容很特別。
4	W-04-0516	想	我有興趣，而且我知道很多外國人對這個主題有興趣。
5	W-05-0517	想	我現在的工作跟企業社會責任有關。
6	S-01-0601	想	以後我也可能會自己開公司，知道這個很重要。
7	S-02-0601	想	我以前就是學這個（科系），跟環境保護有關係，所以我想知道其他國家怎麼做。
8	S-03-0601	想	這是很多國家都在討論的，學了可以跟更多人聊這個主題。
9	S-04-0602	想	感覺很有趣，而且可以聽臺灣人的作法。
10	S-05-0602	想	跟我未來想做的工作有關係。

在「學習企業社會責任對工作發展的影響程度」部分，根據本次訪談結果顯示，三位受訪者認為學習企業社會責任對工作發展的影響程度是 5 分、五位則認為 4 分、兩位認為 3 分，其影響原因包含學習這個主題「可以幫助企業建立品牌形象」，因此如果自己了解這個議題，能夠順利找到更多的工作、和企業內部同事有共同話題；也有人提到「透過學習企業社會責任了解臺灣企業會重視什麼議題」、「了解做法，提升個人與華人企業的連結」，詳細答覆如表 23 所示。

表 23：學習企業社會責任對工作發展影響的原因

項次	編碼	學習企業社會責任對工作發展影響的原因
1	W-01-0515	合作客戶的公司在意，那我就需要知道這個內容。
2	W-02-0515	現在自己成立工作室用不到，但是我還是覺得跟工作發展有關係，因為我最後目標想開公司，所以以後要知道，有用。
3	W-03-0516	可以了解公司對在地社會的影響，我知道（企業社會

		責任)的話,面試的時候可以跟老闆討論。
4	W-04-0516	我是公司員工的話,我應該要知道我的公司做了什麼(企業社會責任)。
5	W-05-0517	我已經知道很多(企業社會責任)的作法,我想知道臺灣人跟中國人重視企業社會責任的什麼議題、他們重視的想法或是做法,我也會重視,因為我要做生意。
6	S-01-0601	我沒想過企業社會責任的學習會影響到我的生活,但是對公司(身為員工)來說,有點重要,因為代表形象。
7	S-02-0601	我學環境保護,除了政府的工作,企業的工作就是跟這個(企業社會責任)有關;多學一些,我在臺灣找更好的企業工作。
8	S-03-0601	企業一定要做這件事情,所以員工是需要知道的;也能幫助企業推廣品牌。(注意到公司品牌)
9	S-04-0602	不太熟悉這個內容,所以更要學習,這樣在工作的時候,我跟同事討論時才不會沒東西可以說。
10	S-05-0602	我學這個主題,可以幫公司想怎麼做企業社會責任。

最後,在想學習企業社會責任的內容部分,多數受訪者提到,希望可以了解「企業執行社會責任方式」、「不同國家或是企業的做法比較」、「華人實踐企業社會責任的價值觀」、「深入討論特定議題,如:員工關係、環保能源」等內容。由此可見,受訪者建立議題知識的需求比學習商務文化的需求來得高,亦與問卷調查結果一致。

4.2.5 受訪者其他問題補充

為了深入了解訪談對象對於企業社會責任實踐的理解程度,以及多方蒐集、參考目前企業的社會責任做法,研究者進一步提問受訪者是否能分享聽過或是看過的企業社會責任案例;以及有沒有什麼問題和內容想補充的;大部分的受訪者都能分享出至少一個社會責任案例,但是無法順暢地用華語說明案例內容,顯示在這個主題中,仍須編列華語文專門詞彙或是語言定式,以做為教材設計與教學內容。

本研究調查對象包含 57 位商管在學生、30 位商務在職人士、29 位對主題式商務華語學習感興趣的外國人，年齡層介於 21-50 歲之間，華語學習時長 1-3 年不等，其中青壯年族群（21-40 歲）填答占 92%；在華語學習目的上，選擇工作求職排名第二高，僅次於讀書遊學；學習商務華語對個人的幫助則希望能夠在說中文的地區工作為主、了解華人商業文化為輔，並希望能透過議題、主題式討論學習商務華語內容。在企業社會責任子題選擇排序部分，本次調查對象最感興趣的 12 項子題包含：1.氣候變遷、2.生態保育、3.節能減碳、4.再生能源、5.社區轉型、6.銀髮照護、7.偏鄉教育、8.經濟成長、9.多元平權、10.人才培育、11.員工照護、12.友善職場。

透過本次問卷調查與訪談結果發現，89%的人表示想學習企業社會責任商務主題；想在商務華語課程中學習企業社會責任的主要原因，是認為此主題能夠強化個人商務知識能力和職涯發展選擇，也能夠學習如何和他人討論商務場域趨勢議題。80%的人認為，學習此主題對個人的職涯發展有一定影響，原因是可以透過此主題的知識暨做法理解，藉以順利找到更多相關工作，同時，個人和企業內部同事有共通話題、外國商務人士能夠了解臺灣企業重視哪些議題，提升個人與華人企業的連結等因素；對企業執行社會責任的方式、不同國家或是企業做法比較、華人實踐企業社會責任的價值觀、深入討論特定議題等內容，則是研究對象主要想學習企業社會責任議題的項目與專業內涵。

5. 結論與建議

本研究旨在了解外國學習者對以企業社會責任為題的主題式商務華語學習需求動機為何，以及想學習的企業社會責任內容為何，研究者針對 168 位調查對象進行問卷調查，回收有效問卷共計 116 份。現今商務華語學習對象和需求多元，本研究透過三類不同身分的對象進行調查訪談，落實文獻中提到應針對各式層次與類型的學習需求加以研究（張黎 2006；李玉娟 2011）。

本研究透過文獻探討、問卷調查與半結構式訪談結果，梳理與分析商務華語學習者對企業社會責任主題式華語學習需求與學習內容。根據研究結果顯示，調查對象對企業社會責任的學習動機來源，主要在於此主題能夠強化個人商務知識能力和增加華人地區求職的職涯發展可能性；在學習內容需求部分，調查對象則表示想學會如何討論企業社會責任趨勢議題的中文專業知識內容、熟悉臺灣企業案例做法和理解華人商務文化展現。本研究第二階段針對商務人士與商管科系在學生進行半結構式訪談，訪談結果顯示，10 位受訪對象皆認

為，個人對課程主題內容會感興趣和對個人未來工作的影響，是他們願意學習商務華語的核心考量；另外，學習商務華語對個人職涯發展具一定影響力，受訪者認為影響層面包含能夠和別人使用商務華語進行溝通交流、求職機會和薪資成長、對華人企業文化的理解等面向。

以企業社會責任為主題在商務華語研究中，仍有諸多待探討的議題，本研究聚焦在學習需求調查，亦呼應專業華語教學應該以學習者需求為核心考量（彭妮絲 2017）。關於主題式商務華語的未來研究方向，本文提出以下參考建議：

（1）商務華語調查問卷可依研究對象的工作職級和職等來設計題目

考量到每一位學習者的工作專業、需求主題之待強化面向不盡相同，企業在規劃訓練課程時也會以職等、職位進行初步分類，對應員工待提升職能來開辦不同的主題式課程，因此在進行需求調查的時候，可以提供更貼合調查對象背景之問卷內容，獲得日後主題式課程和教材設計更具體的學習需求參考指引。

（2）主題的選取應契合當今商務場域的趨勢話題

現今商務場域的熱門話題，如：AI 與數位協作、資訊安全、跨世代求職、企業轉型、多元文化共融等主題內容，可開展作為主題式商務華語課程與教材的選題依據，提供商務華語更多元的課程主題內容，強化外國學習者對全球化下商務趨勢議題的商務語言知識、商務專業知識和商務文化知識的理解。

引用文獻

- Aramburu, Izaskun A. and Irune G Pescador. 2019. The effects of corporate social responsibility on customer loyalty: The mediating effect of reputation in cooperative banks versus commercial banks in the Basque country. *Journal of Business Ethics*, 154.3: 701-719.
- Bowen, Howard R. 1953. *Social responsibilities of the businessman*. New York: Harper. H.
- Carroll, Archie B. 1991. The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34.4: 39-48.

- Carroll, Archie B. 1999. Corporate social responsibility. *Business and Society*, 38.3: 30-33.
- Cochran, Philip L. 2007. The evolution of corporate social responsibility. *Business horizons*, 50.6: 449-454.
- Elkington, John. 1999. *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Oxford: Capstone.
- Elkington, John. 1997. The triple bottom line. *Environmental Management: Readings and Cases*. 2: 49-66.
- Hopkins, Michael. 2005. Measurement of corporate social responsibility. *International Journal of Management and Decision Making*, 6.3-4: 213-231.
- Hutchinson, Tom, and Alan Waters. 1987. *English for Specific Purposes*. Cambridge University Press.
- Wang, Heli, Li Tong, Riki Takeuchi and Gerard George. 2016. Corporate social responsibility: An overview and new research directions: Thematic issue on corporate social responsibility. *Academy of Management journal*, 59.2: 534-544.
- 李育娟。2011。〈商務華語學習者需求分析〉，《華語文教學研究》，第8卷第3期，23-46。[Li Yujun. 2011. A Needs Analysis of Business Chinese Learners. *Journal of Chinese Language Teaching and Research* 8.3: 23-46.]
- 李育娟、杜昭玫、陳立芬。2010。〈商務華語主題及其需求分析〉，《臺灣華語文教學年會暨國際學術研討會論文集》，269-289。臺北：台灣華語文教學學會。[Li Yujun, Du Zhaomei, and Chen Lifen. 2010. Analysis of Business Chinese Topics and Their Needs. *Proceedings of the Taiwan Conference on Chinese Language Teaching and International Academic Seminar*, 269-289. Taipei: Taiwan Chinese Language Teaching Association.]
- 李清潭。2009。〈商管教育個案方法中教學策略的思維步驟〉，《商管科技季刊》，第10卷第1期，179-184。[Li Qingtan. 2009. Teaching Strategies in Business Management Case Study Methods. *Journal of Business Management and Technology* 10.1: 179-184.]
- 李政義。1990。《企業社會責任論》。新北：巨流圖書公司。[Li Zhengyi. 1990. *Corporate Social Responsibility*. New Taipei: Giant Flow Publishing Company.]

- 杜昭玫。2011。〈商務漢語教材之內容分析與建議〉，《華語文教學研究》，第 8 卷第 2 期，81-98。[Du Zhaomei. 2011. Content Analysis and Suggestions for Business Chinese Textbooks. *Journal of Chinese Language Teaching and Research* 8.2: 81-98.]
- 沈庶英。2013。《商務漢語教學理論研究與方法創新》。北京：北京語言大學出版社。[Shen Shuying. 2013. *Theoretical Research and Methodological Innovation in Business Chinese Teaching*. Beijing: Beijing Language and Culture University Press.]
- 林慧芬。2015。〈企業倫理與企業社會責任意涵之探討〉，《社區發展季刊》，59-68。[Lin Huifen. 2015. Exploration of Corporate Ethics and Corporate Social Responsibility. *Community Development Quarterly*, 59-68.]
- 邱意涵、郭乃文。2019。〈臺灣糧商企業社會責任探討〉，《地理研究》，第 70 期，55-78。[Qiu Yihan and Guo Naiwen. 2019. Exploring Corporate Social Responsibility in Taiwan's Grain Industry. *Geographical Research* 70: 55-78.]
- 邱誌偉、徐玉華、張傳忠。2021。〈全聯企業社會責任、品牌形象、品牌信任與購買意願之研究〉，《管理資訊計算》，第 10 卷特刊 2，95-104。[Qiu Zhiwei, Xu Yuhua, and Zhang Chuanzhong. 2021. A Study on PX Mart's Corporate Social Responsibility, Brand Image, Brand Trust, and Purchase Intentions. *Management Information and Computing* 10. Special Issue 2: 95-104.]
- 張黎。2006。〈商務漢語教學需求分析〉，《語言教學與研究》，第 3 期，55-60。[Zhang Li. 2006. Needs Analysis in Business Chinese Teaching. *Language Teaching and Research* 3: 55-60.]
- 陳芳、郭鵬。2008。〈商務漢語教學需求分析的內涵和框架〉，《瀋陽師範大學學報》，第 4 卷第 32 期，163-166。[Chen Fang and Guo Peng. 2008. The Content and Framework of Needs Analysis in Business Chinese Teaching. *Journal of Shenyang Normal University* 4.32: 163-166.]
- 陳盈如。2016。〈社會企業之定義與其對於傳統公司法挑戰之迷思〉，《政大法學評論》，87-145。[Chen Yingru. 2016. The Definition of Social Enterprises and Its Challenges to Traditional Company Law. *National Chengchi University Law Review*, 87-145.]
- 陳麗宇。2011。〈情境分佈對於華語文教材編寫的重要性探討－以 CEFR 之 B1 級商用華語教材為例〉，《中原華語文學報》，第 7 期，135-159。[Chen Liyu.

2011. The Importance of Context Distribution in Chinese Language Textbook Compilation: A Case Study of CEFR B1 Level Business Chinese Textbooks. *Zhongyuan Journal of Chinese Language Studies* 7, 135-159.]
- 陳麗宇、李欣欣。2012。〈商務華語教材詞彙研析：師培需求暨觀點研究〉，《臺灣華語教學研究》，第2期，15-42。[Chen Liyu and Li Xinxin. 2012. Analysis of Vocabulary in Business Chinese Textbooks: Teacher Training Needs and Perspectives. *Taiwan Chinese Language Teaching Research* 2: 15-42.]
- 彭妮絲。2017。〈專業華語的教與學〉，《華文世界》，第119期，72-78。[Peng Nisi. 2017. Teaching and Learning Professional Chinese. *Chinese World* 119, 72-78.]
- 彭妮絲、吳氏祿、李紫菱、姜景嚴、陳俞秀、陳鈺茹、傅筱雯、廖宜瑤、劉碩、衛祥、黎承豪。2016。《專業華語概論》。臺北：新學林出版股份有限公司。[Peng Nisi, Wu Shilu, Li Ziling, Jiang Jingyan, Chen Yuxiu, Chen Yuru, Fu Xiaowen, Liao Yiyao, Liu Shuo, Wei Xiang, and Li Chenghao. 2016. *Introduction to Professional Chinese*. Taipei: New Learning Publishing Co., Ltd.]
- 曾憲立、朱斌好、吳濟華。2015。〈影響企業環境友善行為之關鍵因素：法令制度與利害關係人之整合觀點〉，《公共行政學報》，第48期，43-72。[Zeng Xianli, Zhu Binyu, and Wu Jihua. 2015. Key Factors Influencing Corporate Environmentally Friendly Behavior: An Integrative Perspective of Legal Systems and Stakeholders. *Journal of Public Administration* 48: 43-72.]
- 謝秉蓉、陳建志、王銀杏。2021。〈臺灣企業社會責任報告書揭露品質與企業價值之關聯性探討〉，《管理與系統》，第28卷第1期，61-87。[Xie Bingrong, Chen Jianzhi, and Wang Yinxing. 2021. Exploring the Relationship Between the Quality of Corporate Social Responsibility Reports and Corporate Value in Taiwan. *Management and Systems* 28.1: 61-87.]
- 關道雄。2006。〈商務漢語教材的範圍、內容和開放式架構設計〉，《國際漢語教學動態與研究》，第2期，3-10。[Guan Daoxiong. 2006. Scope, Content, and Open Structure Design of Business Chinese Textbooks. *Dynamics and Research of International Chinese Teaching* 2: 3-10.]
- 吳崧榜。2014。《企業社會責任與組織人才吸引力關係之探討－危機事件與危機回應策略的衝擊》。臺中：靜宜大學企業管理學系碩士論文。[Wu

- Songbang. 2014. *A Study on the Relationship Between Corporate Social Responsibility and Organizational Talent Attraction – Impact of Crisis Events and Crisis Response Strategies*. Taichung: Master's Thesis, Department of Business Administration, Providence University.]
- 駱靜美。2016。《商務華語學習需求分析之研究－以商管學院外籍學生為範圍》。臺北：中國文化大學華語文教學碩士學位學程碩士論文。[Luo Jingmei. 2016. *A Study on the Learning Needs of Business Chinese – Focusing on Foreign Students in Business Schools*. Taipei: Master's Thesis, Master's Program in Chinese Language Teaching, Chinese Culture University.]
- 嚴和正。2019。〈什麼是企業社會責任？一次搞懂關鍵字 CSR、ESG、SDGs〉，《CSR@天下》。2021 年 11 月 3 日取自 <https://csr.cw.com.tw/article/40743>。[Yan Hezheng. 2019. What is Corporate Social Responsibility? Understanding the Key Terms CSR, ESG, and SDGs. *CSR@天下*. Accessed November 3, 2021, from <https://csr.cw.com.tw/article/40743>.]

[審查：2024.5.29 修改：2024.9.2 接受：2024.9.3]

林瑋鵬

Wei-Peng LIN

11605 臺北市文山區指南路二段 64 號

國立政治大學華語文教學碩博士學位學程 / 華語文教學中心

No. 64, Sec. 2, ZhiNan Rd., Wenshan District, Taipei, Taiwan R.O.C.

PhD/MA Program in Teaching Chinese as a Second Language, Chinese Language Center, National Chengchi University

cjlin981203@gmail.com

杜容玥

Jung-Yueh TU

11605 臺北市文山區指南路二段 64 號

國立政治大學華語文教學碩博士學位學程

No. 64, Sec. 2, ZhiNan Rd., Wenshan District, Taipei, Taiwan R.O.C.

華語文教學研究

PhD/MA Program in Teaching Chinese as a Second Language, National Chengchi
University
jytu@g.nccu.edu.tw

Research on Theme-based Business Chinese Learning Needs Assessment: A Case Study on Corporate Social Responsibility

Wei-Peng LIN

**PhD/MA Program in Teaching
Chinese as a Second Language,
Chinese Language Center,
National Chengchi University**

Jung-Yueh TU

**PhD/MA Program in Teaching
Chinese as a Second Language,
National Chengchi University**

Abstract

Corporate Social Responsibility (CSR), a concept that integrates sustainable development with business operations, has become a key topic in the discourse of global business development and trade discussions. Business Chinese teaching and learning which emphasizes specialized language skill, are closely related to global business activities and trending issues. This study aims to understand the learning needs and content preferences regarding CSR among learners of Business Chinese, in order to assess the feasibility of integrating this topic into the Business Chinese curriculum and materials. The research employed questionnaire surveys and semi-structured interviews in three settings: Chinese language centers in northern Taiwan, Facebook groups, and multinational corporations. The study engaged three target groups: foreign business professionals, students in foreign business management programs, and foreign individuals interested in learning about this CSR, with a total of 116 valid responses collected. In addition, 10 participants volunteered for semi-structured interviews to further probe their specific learning needs and content preferences regarding CSR in Business Chinese. The results indicate a high level of interest and demand among foreign learners for Business Chinese content focusing on CSR. Desired learning content includes proficiency in Chinese language usage in CSR contexts, cross-cultural knowledge related to CSR, and introductions to CSR practices in Taiwan-based companies. Based on the findings from the survey and

interviews, this paper proposes recommendations for the design of ‘Theme-based Business Chinese Learning Needs Assessment’ and provides teaching suggestions.

Keywords: Business Chinese, Chinese Language Course Materials, Corporate Social Responsibility, Learning Needs, Theme-based Chinese Teaching