



國立高雄科技大學

高科大 USR 創造永續型商業模式

結合教育部 USR 推動中心共同辦理培力活動

國立高雄科技大學（簡稱高科大）日前於第一校區國際會議廳舉辦教育部大學社會責任(USR)計畫共同培力系列活動(四)「消費型或永續型？從商業模式看地方創生資源整合」，聚焦全國大專校院推動大學社會責任(USR)計畫，在地方資源整合上所扮演的角色與行動方案，並以「商業模式」為主軸，探討「消費型」與「永續型」的策略模式與適性。論壇邀請國內社會實踐領域的重量級學者、績優團隊與場域夥伴，進入大學社會責任與地方資源整合的旅程。

高科大副校長俞克維致詞表示，大學社會責任是如何將大學的人文關懷落實到地方，但是如果只是人文關懷，很多學校都做得好，所謂的大學社會責任應該思考的是大學如何提供專業技能與產業升級，進而活絡產業而帶動地方，不僅僅為單純的人文關懷，而是整體協助地方發展，身為大學的一份子，他期待透過大眾的努力，持續和地方、產業、資源和環境緊密結合，讓臺灣往下一個世紀大步邁前。

教育部大學社會責任推動中心協同主持人李冠榮副教授表示，大學社會責任在全世界儼然成為普世價值，教育部這幾年來也大力推動 USR，希望臺灣每所大學都能善盡社會責任，結合地方資源創造自己的社會價值和社會品牌，並與國際接軌。他提到，今年全國在 116 所大學 220 個計畫團隊的努力下，大學社會責任成果已遍地開花，他預告今年底將會舉辦 USR 全國成果展，但是 USR 仍需長時間經營與長時間扎根，期待各大學持續推動社會責任。

該論壇也邀請國立成功大學林從一副校長，概覽大學在地方資源整合過程中的角色，並透過

國立高雄科技大學、樹德科技大學、臺灣海洋大學、國立中央大學計畫團隊的分享，協助與會夥伴進一步了解課程安排、人才導入、地方整合到商業模式建構等不同階段，大學端如何推動地方資源整合的實務過程。

此外，高科大新農業計畫攜手燕巢農會、燕巢區公所、枝仔冰城、在地小農歷經半年多不斷的開會、市場調查、調整產品，於7月份上架至燕巢農會超市、枝仔冰城各通路販售，開賣短短一個半月已售出 5,400 支冰棒，創造了芭樂的加工品代表作「醜芭怪」燕巢在地芭樂冰棒。在推動過程，扶植一家「高科大好時光股份有限公司」，繼續協助扮演「醜芭怪」冰棒的行銷推廣角色，使「醜芭怪」能持續被消費者看見。

教育部期許透過本次共同培力活動，邀請全國 USR 計畫實踐夥伴，透過參與各項活動的過程，促成更多資源的串聯，形成更多跨校、跨領域、跨部門、跨世代的永續商業合作模式，強化大學社會實踐與地方串接、擴散影響效益。

