

企業犯罪被害之實證研究 - 以販售業為例

中央警察大學行政管理學系教授 孟維德

摘要

官方資料顯示，企業被害案件日益增多。根據內政部警政署所出版的警政白皮書顯示，近年來企業被害案件逐年增多，且案件類型多樣化，兼具暴力及財產性犯罪。本研究的目的，係以實證途徑探討企業被害現象的性質以及被害企業與警察機關間的互動情形。考量近年來台灣地區許多犯罪事件與販售業有關，與其他企業相較，販售業比較容易為民眾及執法機關接觸，研究可行性較高。在評估研究可行性及研究資源之後，本研究乃選擇販售業中規模較大、分布廣泛的零售式量販店（簡稱量販店）、百貨公司及購物中心為研究標的，包含 112 家量販店、118 百貨公司及 12 家購物中心，共計 242 家販售業。此外，各家販售業所在地的派出（分駐）所，共計有 165 個派出（分駐）所，也為本研究進行探究的對象。換言之，本研究的樣本分兩部分，一是販售業，共有 242 家，另一是轄區內有量販店、百貨公司或購物中心的派出（分駐）所，共有 165 所。

本研究除針對有關文獻進行探討與分析外，研究分下列三部分進行。第一部分，筆者針對研究當時最近一年報導於中國時報、聯合報及自由時報的新聞，剪輯販售業被害案件資料，歸納整理案情，選擇重要案件進行追蹤，進而分析企業被害及警察防處作為的資料。第二部分，為能進一步了解販售業的犯罪被害問題以及販售業與執法機關的互動關係，筆者針對量販店、百貨公司及購物中心的安全管理部門經理人員，以及轄區內有上述販售業的派出（分駐）所所長進行訪談，共計十六名受訪者。第三部分，筆者針對販售業的安全管理部門經理人員（計 242 名）以及當地派出（分駐）所的所長或副所長（計 165 名）進行問卷調查。最後，綜合各種途徑所蒐集的資料，參考相關研究文獻，歸納出本研究的主要發現與結論。

關鍵詞：企業，安全管理，犯罪被害，犯罪預防，保全業。

壹、研究緣起

在國內的警政學術領域裡，有關被害者的系統性研究向來不多，這些偶見的文獻主要以個人被害（individual victim）及家戶被害（household victim）為研究標的。由於被害研究的缺乏，使得警察機關對於被害者的特性、被害者與犯罪者之間的關係及被害情境等議題存有相當程度的不解，也讓犯罪防治對策的擬定仍

有欠周延之處。

觀察國內近年治安環境的變化，犯罪不僅在數量上增加，犯罪模式亦有顯著改變（警政署刑事警察局，2004），以致民眾的被害恐懼感居高不下，生活品質備受影響。此外，值得注意的是，犯罪侵害標的的性質亦有變化，「企業」成為犯罪被害者的案件日益頻傳。根據內政部警政署近幾年公布的警政白皮書顯示，企業被害案件逐年增多，且案件類型多樣化，兼具暴力及財產性犯罪，例如擄人勒索、恐嚇取財、侵占、竊盜、侵犯著作權、詐欺、毀損等。若從犯罪者的身分來分析，這些犯罪案件包括企業內部人員及外部人員所從事的犯罪。官方資料顯示，被害企業往往擔憂犯罪事件有損企業形象，以致報案率不高。換言之，企業犯罪被害的實際數量及規模極可能超過官方資料所記載。而日益嚴重的企業被害事件，無形中提高了企業的犯罪被害恐懼感，也影響了企業投資意願與社會經濟發展。

這種針對企業所進行的犯罪，其所造成的後果往往比一般犯罪來的嚴重，且讓我們看看底下的案例。近日發生在台中地區的毒蠻牛千面人案，涉案的王姓犯罪人明知氰化物是劇毒，竟為貪圖私利（計畫向保力達公司勒索 33 萬美元），在多處商家放置毒飲料，導致保力達公司被迫將市場上的相關商品立即下架與銷毀，造成該公司商譽及財務重大損失。此外，該事件還讓多名無辜民眾因飲用有毒飲料後導致死傷，引起社會極大的恐慌。

刑事警察局於日前偵破的胡姓歹徒網路盜領集團，該集團利用網路銀行及電話與音系統的破綻，侵入多家網路銀行，破解取得其中企業客戶密碼及帳號，再轉設置自己的人頭帳戶及家中電話，使企業將款項匯進人頭帳戶後再進行盜領，已查出總計有上百家國內前五百大企業及十四家銀行受害，詐騙金額高達數百萬元。警察機關發現，此類盜領方式係利用網路結合電話語音系統，騙取金額均比傳統自動提款機盜領快速且金額龐大，不但受害者渾然不知，即使發現時也已逾數週，且無留下明顯線索，造成追查困難。

國內知名糕餅店玉珍齋及彰化地區多家販售業於日前陸續接到恐嚇信件與電話，歹徒聲稱對企業經營人相當熟悉，若不花錢消災並於指定日期前將一百萬元匯到指定帳戶，否則就會前往企業經營處丟汽油彈、燒房子或不利其家人，信中還附了三顆子彈。多家受恐嚇企業為避風頭，已暫時歇業或增設保全設施。

由於台灣地區的國際貿易活動頻繁，企業的犯罪被害事件也經常跨越國界或數地區。譬如，美商英特爾公司（Intel Corporation）於二〇〇三年二月將五萬餘個、總價超過一千萬美元的筆記型電腦中央處理器外銷到英國，當該貨物抵達倫敦機場時，英特爾公司人員前往接貨，發現整批零件早已不翼而飛，疑遭到國際竊盜集團竊取。國際刑警組織在接獲報案後，也通知我國刑事警察局。刑事警察局日前發現，英特爾公司失竊的五萬餘顆零件由一名巴基斯坦人透過揹客將部分零件兜售給台灣某企業人士，之後轉售給日本廠商，獲取數百萬元差價利潤。另一案例是國內檢調機關查獲一起海峽兩岸「高科技間諜」案，檢察機關發現大陸上海「凱登科技」公司涉嫌以重金勾結台灣上市公司「揚智科技」研發主任孫某，

侵入公司資料庫將揚智的 USB 2.0 版的設計圖資料燒錄光碟，在轉交大陸買主。該事件導致揚智損失研發成本約美金一千餘萬元，合法授權費用約美金兩百元萬元，損失相當龐大。以上案例蒐集自中時電子報及聯合電子報。

國外研究發現，這種針對企業所進行的犯罪，由於盛行率及重覆被害率甚高，其所造成的後果往往比一般犯罪來的嚴重。例如，美國就有學者估計，企業因犯罪所造成的直接經濟損失大約是國民總生產額（GNP）的 1%，其結果導致消費物品價格上漲約 10~15%（Coleman, 1998）。英國的「商業被害調查」（Commercial Victimization Survey）亦顯示，如果計算平均每件犯罪所造成的損失，企業被害的損失要高於民眾家宅被害的損失。犯罪給英格蘭及威爾斯當地的製造業造成每年約 2.75 億英鎊的損失，給販售業造成約 7.8 億英鎊的損失。另外，英國販售業協會（British Retail Consortium）曾針對販售業的犯罪被害進行調查，並讓販售業者估計因顧客及員工竊盜所造成的損失，儘管業者可能並無直接目擊或發現這些案件，調查結果發現販售業因犯罪所蒙受的損失高達 21.49 億英鎊，相當於英國販售業獲利額的 21%（Speed et al., 1995）。

值得注意的是，企業被害的龐大經濟損失與重覆被害關係密切。例如，英國最近一次在二〇〇二年所進行的商業被害調查發現，58%接受調查的販售業表示在過去一年曾遭受六次以上的竊盜，37%曾遭受六次以上的詐欺，35%曾遭受六次以上的恐嚇，20%曾遭受六次以上的毀損（vandalism），17%曾遭受六次以上的強盜。製造業的重覆被害率雖較低，但依然明顯，25%接受調查的販售業表示在過去一年曾遭受六次以上的竊盜，11%曾遭受六次以上的詐欺，18%曾遭受六次以上的恐嚇，14%曾遭受六次以上的毀損（vandalism），1%曾遭受六次以上的強盜。此外，該調查尚發現企業遭受重覆被害的犯罪類型經常是多重的，53%接受調查的販售業曾遭受兩種以上犯罪類型的侵害，23%的販售業甚至曾遭受四種以上犯罪類型的侵害。而製造業也有遭受多種犯罪侵害的情形，27%接受調查的製造業曾遭受兩種以上犯罪類型的侵害，8%的製造業曾遭受四種以上犯罪類型的侵害。而重覆被害極可能影響企業的商譽及財務狀況，企業甚至因此裁員、遷移、減少生產或倒閉（Taylor, 2004）。

從上述觀之，犯罪對企業所造成的危害，並非單純的企業經營問題，更是社會治安問題，甚至損及經濟與金融秩序。惟國內有關犯罪學的研究，以企業為標的研究並不多，若論及企業，經常將焦點集中在企業所從事的犯罪活動上，也就是以企業作為犯罪主體來進行研究（林山田、林東茂、林燦璋，2002；孟維德，2005）。企業與犯罪有關的其他面向，例如企業遭犯罪侵害的性質、範圍、類型及原因等議題，過去的本土研究則較少著墨。長久以來，可供國內企業運用的犯罪預防知識甚為有限，針對企業實施之犯罪預防方案的效能，至今仍缺乏系統性的科學驗證。顯然，針對企業之犯罪被害現況、影響及防治對策的研究，實具重要性和急迫性。本研究的目的，即是以實證途徑探討企業被害現象的性質以及被害企業與執法機關間的互動關係。

貳、相關研究文獻

針對企業的犯罪被害議題，雖然國內相關文獻甚為缺乏，但國外學界已有相當豐富的研究發現，其中對企業被害具重要描述功能的發現，本文臚列如下。

一、企業被害的一般量化數據

第一，研究顯示，企業比家宅具有更高的犯罪被害風險。以英國進行的「商業被害調查」(Commercial Victimization Survey, CVS) 為例，販售業賣場和製造業廠房遭竊的機率比一般家宅高六倍，是每一百個車主汽車被竊機率的四倍，其設備或物品遭破壞的機率是一般毀損犯罪的兩倍(Mirrlees-Black & Ross, 1995)。

第二，企業犯罪被害事件數量龐大。CVS 的資料顯示，由販售業顧客在賣場所發現的竊盜案件每年約有 580 萬件，大約等同於英格蘭及威爾斯警方所登錄的報案數量。根據英國販售業協會(British Retail Consortium, BRC) 的評估，若包含沒有目擊證人的案件也計算在內，那麼案件總數約有一千六百萬件(Speed et al., 1995)。

第三、研究發現，企業犯罪被害案件具有集中趨勢。CVS 資料指出，3%的販售業者經歷了販售業犯罪被害總數的 59%案件，而製造業的犯罪被害案件中有 63%集中發生在 8%的製造業者(Mirrlees-Black & Ross, 1995)。與一般街頭犯罪被害相較，以英格蘭及威爾斯為例，4%的被害人大約解釋了 44%犯罪被害案件，企業犯罪被害案件的集中幅度要比一般街頭犯罪被害來的大。

第四、官方的犯罪紀錄系統並未將侵害企業的犯罪予以區分，官方犯罪統計亦未顯示企業的被害風險相關數據。儘管刑事司法機構已投入相當資源改善犯罪分析制度及設施，但仍無法從紀錄資料中洞察被害企業的特徵或相關條件。基於此因，警察機關無法獲取企業犯罪被害的準確資料，當然也就無法計算出企業的被害風險。顯見，調查研究工作有其必要性。

第五、許多企業已將犯罪視為一項嚴重問題。CVS 資料顯示，44%的販售業受訪者以及 36%的製造業受訪者認為犯罪是一項有些嚴重或嚴重的問題(Mirrlees-Black & Ross, 1995)。總之，與其他傳統問題相較，如停車及青少年遊蕩等問題，企業對犯罪問題表現出較高的關切。

第六，犯罪對企業造成極大的損失。CVS 資料顯示，計算平均每件犯罪所造成的損失，企業被害的損失要高於家宅被害的損失。犯罪給英格蘭及威爾斯當地的製造業造成每年約 2.75 億英鎊的損失，給販售業造成 7.8 億英鎊的損失。這兩個數字已經相當大，而英國販售業協會(BRC) 的調查結果發現販售業因犯罪所蒙受的損失高達 21.49 億英鎊，相當於英國販售業獲利額的 21%(Speed et al., 1995)。CVS 與 BRC 兩項調查的差異，在於 BRC 調查中包含讓販售業者估計因顧客及員工竊盜所造成的損失，儘管業者可能並無直接目擊或發現這些案件。

第七，企業已在犯罪預防投資相當資源。CVS 的資料顯示，每一販售業者平均每年在保全設施的運作上要支付 1040 英鎊，製造業者則是 2070 英鎊，若以總數計算，製造業者要花費 2.6 億英鎊，製造業者要花費 1.8 億英鎊

(Mirrlees-Black & Ross, 1995)。

第八，與一般街頭犯罪受害者相較，有些企業可能因為某些因素而向警方提供了較高比例的犯罪報案。這可能與企業為獲取保險理賠有關，報案成為被害企業向保險公司申請理賠的要件。CVS 的資料推估，41%的家宅受害者向警方報案，被害製造業中卻約有 60%的比例向警方報案。販售業的報案比例較低，約為 26%，原因是業者對顧客竊盜的報案率很低所致。

第九，有相當比例的被害企業對警方表現出不滿意的態度。CVS 的資料顯示，24%的受訪販售業者及 25%的受訪製造業者對警方處理犯罪問題的方式感到不滿意 (Braga, 2002; Mirrlees-Black & Ross, 1995)。

二、企業與犯罪重覆被害

英國內政部過去曾針對企業進行過兩次大規模的商業被害調查，第一次在一九九四年，另一次在二〇〇二年。以第一次為例，計有 1,259 家製造業和 1,666 家販售接受調查。就製造業部分，調查結果發現約有 2/3 的樣本表示他們在最近一年曾經遭受犯罪的侵害。24%接受調查的製造業曾遭侵入性竊盜 (burgled)，18%接受調查的製造業表示曾遭未遂性的侵入竊盜 (attempted burglary)，25%接受調查的製造業表示其所擁有或租借車輛內的財物曾經遭竊，18%接受調查的製造業曾遭詐欺，16%接受調查的製造業表其廠區、設備、物品及車輛曾遭破壞，2%接受調查的製造業曾遭索賄或恐嚇，1%接受調查的製造業曾遭強盜或搶劫 (Mirrlees-Black & Ross, 1995)。研究人員發現少數的製造業遭受大量的犯罪被害 (即重覆被害)，該調查顯示 8%接受調查的製造業經歷了被害案件總數的 63%，其中有 26%的侵入性竊盜犯罪是集中在 2%的調查樣本上。另外，51%有關汽車上物品遭竊的案件是集中在 3%的調查樣本上。

另就販售業部分，調查結果發現約有 80%的樣本表示他們在最近一年曾經遭受犯罪的侵害。24%接受調查的販售業曾遭侵入性竊盜，22%接受調查的販售業表示曾遭未遂性的侵入竊盜，23%接受調查的販售業表示其所擁有或租借車輛內的財物曾經遭竊，47%接受調查的販售業表示曾被顧客偷竊財物，22%接受調查的販售業曾遭詐欺，2%接受調查的販售業曾遭索賄或恐嚇，4%接受調查的販售業曾遭強盜或搶劫。同樣的，研究人員也發現少數的販售業遭受大量的犯罪被害 (即重覆被害)，該調查顯示 3%接受調查的販售業經歷了被害案件總數的 59%，其中有 25%的侵入性竊盜犯罪是集中在 2%的調查樣本上。另外，58%有關汽車上物品遭竊的案件是集中在 2%的調查樣本上 (Mirrlees-Black & Ross, 1995)。販售業被害的情形比製造業更為嚴重，而且重覆被害的情形也比較顯著 (大量被害事件集中在少數販售業的情形很顯著)，研究人員認為販售業因為較頻繁與消費者 (顧客) 接觸，以致被害風險較大。

二〇〇二年所進行的第二次調查，依然發現有明顯的重覆被害現象。顯見，少數企業不斷遭受犯罪侵害，有相當大量的犯罪被害事件是發生在

少數的企業身上。換言之，若能探究出企業重覆遭受犯罪侵害的原因，就有可能適時辨識出這些少數企業，引入犯罪預防措施與資源，將可降低相當數量的犯罪事件，減少企業損失。

另有研究顯示，前次被害是未來被害的重要預測指標，曾有被害經驗者，較無被害經驗者，其被害風險較高，家宅及企業竊盜亦復如此（D'Addario, 2001; Farrell, Sousa & Weisel, 2002）。Spelman 與 Eck（1989）以美國為研究場景，他們發現 10%的被害者涉及了 40%的被害事件。Farrell（1995）曾針對國際間有關重覆被害的研究文獻進行分析，他發現整體被害者中大約有 2%至 3%是被害最頻繁的被害者，這些被害者大約解釋了 25%至 33%的被害事件。顯見，重覆被害並非是隨機發生的事件。

有關重覆被害的研究發現提供執法機關預測犯罪在何時、何地發生的重要訊息，同時也有助於犯罪偵查工作的進行。Anderson 和 Pease(1997)從與犯罪者的深度訪談中發現，針對相同被害者所進行的重覆竊盜事件具有相當程度的理性及市場導向（rational and market-driven），對犯罪者而言，再次選擇先前的被害者下手風險較低，因為地域熟悉，尤其是逃離現場的路線；犯罪者也可能認為被害者購置（或保險理賠）新物品以替代先前被竊的舊物品，而新物品的價值要比舊物品高；犯罪者還可能在前次犯案後，從市場上探知原先現場殘留物品的價值，發覺還有值得偷竊的物品。換言之，重覆被害有可能是犯罪者理性選擇的一種結果，犯罪者「洞察」到侵害原先被害者的可能優勢，或是「學習」到原先被害者的弱點，而不斷利用這些優勢或弱點。此外，Anderson 和 Pease 尚發現，先前被害現場的實質改變（在感覺上，有實質性的改變），能夠降低相同犯罪者再次侵害的機率。

三、企業員工與企業被害

員工竊盜或侵占企業的財物，也是一種常見的企業被害類型。Rosoff、Pontell 與 Tillman（2004）對員工竊盜（employee theft）所下的定義經常被引用，他們將員工竊盜定義為：「員工於其職業活動過程中，在未經許可的情況下（unauthorized），拿取、控制或轉讓工作機構的財物」。最常見的例子就是商店的收銀員未向前來消費的親友收費，以及剪（收）票員收了票但未撕票或繳回，之後再轉賣給他人或自己留用（即所謂的吃票）。比較嚴重的情況就是員工集體有系統且長期性地侵占組織機構的財物，這種情況經常是當中有人擔任機構中的重要職務。

研究資料顯示，雖然其他類型犯罪對企業所造成的傷害可能比員工竊盜來得嚴重，但員工竊盜行為的發生率，卻是非常頻繁的（Baker & Westin, 1997; Tilley, 1993）。有許多員工竊盜的行為並不容易被發現，即使被發現，企業經理人也不一定會向執法機關報案。在盤點時所發現的存貨量少，員工竊盜多半為其主因之一。企業或雇主被其員工所竊取財物的價值，往往超過於外人偷竊（如消費者的偷竊）或強盜、搶劫所造成的損失（Friedrichs, 2004; Hollinger & Dabney,

1998)。

員工竊盜所造成的影響可能還會導致員工薪資或福利的減縮、組織中瀰漫不信任的氣氛、甚至企業的經營失敗。一項針對員工竊盜所進行的大規模研究發現，大約有三分之一受調查的員工（服務於零售、製造及服務業）承認他們曾經偷竊過公司的財物；另外，更有約三分之二的受調查員工表示自己曾有不實使用病假權利，以及不實填寫簽到、簽退表等不當行為（Clark & Hollinger, 1983；孟維德，2001）。還有一些自陳式的調查研究顯示，75~92%的工作者會利用一些技巧性的違法方式來增補自己的合法收入，其中有相當高的比例與員工竊盜有關（Coleman, 1998）。

並非所有侵害企業的員工犯罪僅有偷竊一種型式，員工的破壞活動（sabotage）也是一種主要的員工犯罪。根據 Hodson 與 Sullivan 的考證，英文「sabotage」一字可以追溯到十五世紀的荷蘭，當時有些不滿資方的員工將自己所穿的木製鞋子（稱為 sabot）丟進紡織機的木頭齒輪裡，破壞齒輪（Hodson & Sullivan, 2000）。員工可能為了掩飾自己的錯誤、為了獲得休息或加薪、或是為了表達對雇主或工作不滿與憤怒等因素，而從事破壞行為。當員工感到嚴重的疏離感或相信自己遭受不公平的剝削或虐待，此時員工較會採取嚴重的破壞行動。

此外，竊取觀念、設計、程式、及其他商業機密等，也是一種愈來愈嚴重的員工犯罪問題。以長期的影響來看，員工從事此種竊取商業機密的行為（譬如被競爭者所獲取），其對企業所造成的損失可能遠超過員工直接竊取企業財物的損失。此種竊取行為的原因，可能是因為員工對企業經理人深具不滿或敵意，也可能是競爭者的威脅利誘，這種行為已經成為當代資訊社會中一個愈來愈嚴重的問題（Friedrichs, 2004）。

由美國國家司法研究所（National Institute of Justice）所贊助的一個針對員工竊盜的研究發現，在職業活動過程中從事偷竊的員工大多數為年紀輕（16~25歲）、男性、以及未婚（Clark & Hollinger, 1983）。根據另一項研究指出，急於想要離開工作的員工有較高的可能進行偷竊（Boye, 2001）。然而，這些個人的特性與工作場所的情境及結構因素（situational and structural factors）比較起來，便顯得不是十分的重要；通常，員工不僅可以感受到這些情境及結構因素的存在，更會對這些因素做出一些回應。

由 Horning 對美國中西部一家大型電子工廠所屬 88 位員工所進行的一項著名研究發現，員工有非常強烈的傾向去分辨什麼是：公司財物、個人財物、以及所有權不明的財物。在他們的觀念裡，「公司財物」主要指的是：基本的、大型的組件及工具（如變壓器及電鑽等），這些財物受到高度的監控。「所有權不明的財物」主要是指：小型的、價值不高的、消耗性的組件和工具，諸如釘子、燈泡、廢鐵、鉗子及鑽頭等。而所謂「個人財物」是指：有標示姓名的衣服、皮夾、首飾、經過個人修正或設定過的工具等。而像遺失的金錢、或錯放位置且未標示姓名的衣物等物品，原本可能是個人財物，員工將其認為是屬於所有權不明的財物。並不令人感到驚訝的，員工最可能竊取的東西是所有權不明的財物，該研究

發現超過 90%的員工表示他們曾經竊取過此類的財物；而大多數的員工（約有 80%）感覺偷竊公司的財物是錯誤的；對於偷竊個人財物的行為，受調查的員工一致表示譴責，99%的員工認為偷竊個人財物的行為很少發生（Horning, 2002）。根據 Horning 的研究發現，員工是否偷竊？這個問題的答案可能無法以「是與不是」這麼簡單的方式來回答，反而可能與財物的型式有著密切的關係。

四、相關研究文獻一小結

根據上述文獻，可以清楚發現企業被害案件數量龐大，企業遭受犯罪侵害的風險甚高，企業被害風險比家宅及汽車要高出若干倍。國外經驗顯示，企業因犯罪被害而蒙受極大的損失，企業已逐漸將犯罪視為與市場、資本、獲利、成本、企業形象等類似重要的問題，進而在犯罪預防措施上投入相當資源。由於企業是一理性實體，對於刑事司法機關處理其犯罪被害事件極具敏感，一方面關切刑事司法機關的處理效能及專業性，另一方面也擔憂企業形象或聲譽是否因刑事司法機關介入處理其被害而受損，以致對刑事司法機關處理企業被害事件的方式，表現出相當程度的不滿意。相關文獻也揭示，企業被害的龐大經濟損失與重覆被害之間關係密切。部分企業不斷遭受犯罪侵害，有相當大量的犯罪被害事件是發生在少數的企業身上。此外，企業被害與員工犯罪意有關，機會的、情境的、以及個人的因素三者間的複雜互動關係，對企業被害事件的發生具有顯著的影響作用。

筆者從蒐集及分析文獻的過程中發現，閱讀典型或傳統的犯罪學文獻，很難瞭解吾人社會是一個主要由私人企業構成的經濟體。雖然，偶有研究把企業當作犯罪主體，但主流的犯罪學文獻很少將企業列為犯罪目標來討論，或將企業作為犯罪場所來研究（許春金，2003；孟維德，2004；黃富源、范國勇、張平吾，2002；蔡德輝、楊士隆，2003）。類似的情況，傳統的企業管理文獻也很少將犯罪視為需要嚴正解決的企業問題。從文獻探討的經驗中，筆者似乎感覺只有在犯罪學及企業管理領域的邊緣地帶，才勉強發現企業犯罪預防（business crime prevention）和安全管理（security management）等議題。然而，這些重要議題的揭示以及有關人員過去在這方面的耕耘，並未將其轉化為犯罪學及企業管理兩個領域中的核心，或把犯罪學與企業管理兩個領域予以適當連結。從學術發展的層面觀察，填補這兩個領域間的空隙以及整合過去零散的做法，都是有其必要的。

參、研究設計與實施

一、研究樣本

本研究的目的，係以實證途徑探討企業被害現象的性質以及被害企業與執法機關間的互動關係。由於台灣地區企業組織為數眾多，經營能力與企業體質各有不同，因此欲在一個研究中對各種類型企業的被害問題同時進行探究，不僅研究困難度高，研究結果也可能較不切實際。考量近年來台灣地區許多犯罪事件與販售業有關，國外研究也指出販售業遭受犯罪侵害的數量甚多、損害嚴重，與其他企業相較，販售業也比較容易為民眾及執法機關接觸，研究可行性較高。在評估研究可行性及研究資源之後，本研究乃選擇販售業中規模較大、分布廣泛的零售

式量販店（以下簡稱量販店）、百貨公司及購物中心為研究標的。

有關樣本的建構，筆者先向經濟部及各縣市政府的工商管理部門查詢，繼而透過網際網路搜尋「量販店」、「百貨公司」及「購物中心」，經由此途徑供蒐集到 112 家量販店（如家樂福量販店等）、118 百貨公司（如遠東百貨公司等）及 12 家購物中心（如台北市美麗華購物中心等），共計 242 家販售業，並建立各家地址、聯絡電話等資料檔。由於企業與執法機關的互動關係亦為本研究所欲探究的議題，故筆者在完成建構企業樣本資料檔後，接著向各縣市警察局查詢各家販售業所在地的派出（分駐）所，共計有 165 個派出（分駐）所，進一步也建立這些派出（分駐）所的地址、聯絡電話等資料檔。換言之，本研究的樣本分兩部分，一是販售業，共有 242 家，另一是轄區內有量販店、百貨公司或購物中心的派出（分駐）所，共有 165 所，如表一。

表一 研究樣本

研究標的		數量	
販售業	量販店	112 家	合 計 242 家
	百貨公司	118 家	
	購物中心	12 家	
執法單位	轄區內有量販店、百貨公司或購物中心的派出（分駐）所	165 所	

二、資料蒐集方法

筆者於研究初期廣泛蒐集中外有關文獻，包括理論與實證研究，加以歸納整理以作為本研究的概念基礎，並作為擬定研究工具內容的參考。為達研究目的，筆者尚採用下列方法蒐集研究所需資料。

（一）媒體資料的內容分析

本研究在探討完相關研究文獻後，繼而針對販售業被害有關的媒體報導進行系統分析，試圖從社會溝通中發現販售業被害現象的基本型式和結構。由於媒體充斥現代社會各個角落，因此它們對企業被害的報導，具有分析價值。筆者針對研究當時最近一年（九十三年元月一日至九十三年十二月卅一日）報導於中國時報、聯合報及自由時報的新聞（中國時報及聯合報均已建構妥善備查的電子檔，可直接上網查詢，自由時報尚未建構，需至總報社查詢），剪輯販售業被害案件資料，歸納整理案情，選擇重要案件進行追蹤，進而分析企業被害及企業預防犯罪有關議題的發展脈絡。由於國內尚缺乏系統性的企業被害研究文獻，媒體資料分析有助於增進筆者對研究議題的敏感度。

（二）訪談

為能進一步了解販售業的犯罪被害問題以及販售業與執法機關的互動關

係，以期順利編擬後續實施問卷調查所需要的量表，筆者分別前往台北市及桃園縣進行訪談。訪談對象為量販店、百貨公司及購物中心的安全管理部門經理人員，以及轄區內有上述販售業的派出（分駐）所所長，共計訪談十六名受訪者。受訪對象及人數，詳如表二。訪談內容包括商家在最近六個月內有無發生犯罪事件、被害類型、犯罪人身分、案件數量、損失金額、是否報案、是否偵破、商家與派出（分駐）所的互動、商家安全管理的改善建議等。

表二 訪談對象及人數

訪談地區	訪談對象	訪談人數
台北市	2家百貨公司安全主管：2名 2家購物中心安全主管：2名 1家量販店安全主管：1名 轄內有百貨公司的派出所所長：1名 轄內有購物中心的派出所所長：1名 轄內有量販店的派出所所長：1名	八名
桃園縣	2家百貨公司安全主管：2名 1家購物中心安全主管：1名 2家量販店安全主管：2名 轄內有百貨公司的派出所所長：1名 轄內有購物中心的派出所所長：1名 轄內有量販店的派出所所長：1名	八名
	合 計	十六名

(三) 問卷調查

為廣泛瞭解企業被害現象以及企業與執法機關的互動情形，本研究乃參考前述各途徑所蒐集之相關資料編擬量表，進行企業被害問卷調查。調查樣本為242家販售業的安全管理部門經理人員（每一家抽選一名安全管理部門經理人員接受訪查，共計242名）以及165所當地派出（分駐）所的所長或副所長（每一所抽選一名接受訪查，共計165名）。調查範疇如下：

1. **企業被害概況**：最近六個月有無被害、犯罪人身分、數量最多的被害案件、被害案件數、被害風險感受、企業處理犯罪被害的習慣模式等。
2. **報案與受理情形**：被害企業受否報案、不報案的原因、警察是否受理、警察的反應時間、是否破案、被害企業對警察處理情形的滿意度等。
3. **企業與警察機關的互動情形**：警察是否主動機處企業、企業是否主動接觸警察、警察有無提供企業有關犯罪預防的諮詢服務等。
4. **企業的安全管理品質**：企業盤損原因、盤損損失估計、安全管理措施的成效、安全管理人員的素質、企業對附近社區秩序的影響、安全管理的改善建議等。

5. 企業基本資料：開幕經營時間、員工數、賣場面積、停車場可停放汽機車數、每月平均營業額等。

有關問卷調查的進行方式，本研究係透過「中央警察大學警政民意調查中心」實施電話訪問調查。調查分兩階段進行，第一階段的調查對象為企業安全管理部門的經理人員，共計 242 名，訪查時間為民國九十四年五月廿三日至廿七日，每日下午二時至五時，共計成功完成 215 名訪查，27 名拒訪，成功訪查率為 88.84%。第二階段的調查對象為轄內有量販店、百貨公司或購物中心的派出（分駐）所所長或副所長，共計 165 名，訪查時間為民國九十四年七月十一日至十五日，每日下午二時至五時，165 名全數成功完成訪查。

肆、資料分析

一、樣本背景分析

在 215 家受訪的販售業（百貨公司、量販店及購物中心）中，有 9 家（佔 4.2%）的開幕時間是在一年以內，20 家（佔 9.3%）的經營時間是在 1~3 年以內，33 家（佔 15.3%）的經營時間是在 3~5 年以內，69 家（佔 32.1%）的經營時間是在 3~5 年以內，另有 81 家（佔 37.7%）經營超過 10 年，有 3 家（佔 1.4%）未表明意見。員工數（此處指的是受訪者所服務的百貨公司、量販店或購物中心，並非整個連鎖企業）100 人以下有 76 家（佔 35.3%），101~200 人有 35 家（佔 16.3%），201~300 人有 51 家（佔 23.7%），301~400 人有 20 家（佔 9.3%），401~500 人有 7 家（佔 3.3%），501 人以上有 21 家（佔 9.8%），有 5 家（佔 2.3%）未表明意見。

有關賣場面積大小，1 千坪以下有 65 家（30.2%），1~2 千坪以下有 23 家（10.7%），2~3 千坪以下有 29 家（13.5%），3~4 千坪以下有 23 家（10.7%），4 千坪以上有 65 家（30.2%），有 10 家（4.7%）未表明意見。另外，有關販售業附設停車場及附近約可停放汽車數量，表示可停放 200 輛以下者有 71 家（33.0%），可停放 201~400 輛有 33 家（15.3%），可停放 401~600 輛有 46 家（21.4%），可停放 601~800 輛有 14 家（6.5%），可停放 801~1000 輛 10 家（4.7%），可停放 1000 輛以上有 20 家（9.3%），有 21 家（9.8%）未表明意見。販售業附設停車場及附近約可停放機車數量，表示可停放 200 輛以下者有 81 家（37.7%），可停放 201~400 輛有 45 家（20.9%），可停放 401~600 輛有 31 家（14.4%），可停放 601~800 輛有 6 家（2.8%），可停放 801~1000 輛有 5 家（2.3%），可停放 1000 輛以上有 25 家（11.6%），有 22 家（10.2%）未表明意見。

有關平均每月營業額，有 84 家（39.1%）表示在 5 千萬元以內，36 家（16.7%）表示在 5 千萬元~1 億元以內，13 家（6.0%）表示在 1 億元~1 億 5 千萬元以內，6 家（2.8%）表示在 1 億 5 千萬元~2 億元以內，21 家（9.8%）表示在 2 億元以上，另有 55 家（25.6%）未表明意見。有關 215 家受訪業者的背景資料，詳如表三。

表三 販售業樣本背景分析

變 項	次數 (百分比)	變 項	次數 (百分比)
開幕經營時間		附設停車場及賣場附近可停汽車數	
1 年以內	9 (4.2%)	200 輛以下	71 (33.0%)
1~3 年以內	20 (9.3%)	201~400 輛	33 (15.3%)
3~5 年以內	33 (15.3%)	401~600 輛	46 (21.4%)
5~10 年以內	69 (32.1%)	601~800 輛	14 (6.5%)
10 年以上	81 (37.7%)	801~1000 輛	10 (4.7%)
未答	3 (1.4%)	1000 輛以上	20 (9.3%)
員工數		未答	21 (9.8%)
100 人以下	76 (35.3%)	附設停車場及賣場附近可停機車數	
101~200 人	35 (16.3%)	200 輛以下	81 (37.7%)
201~300 人	51 (23.7%)	201~400 輛	45 (20.9%)
301~400 人	20 (9.3%)	401~600 輛	31 (14.4%)
401~500 人	7 (3.3%)	601~800 輛	6 (2.8%)
501 人以上	21 (9.8%)	801~1000 輛	5 (2.3%)
未答	5 (2.3%)	1000 輛以上	25 (11.6%)
賣場面積		未答	22 (10.2%)
1 千坪以下	65 (30.2%)	每月營業額	
1~2 千坪以下	23 (10.7%)	5 千萬元以內	84 (39.1%)
2~3 千坪以下	29 (13.5%)	5 千萬元~1 億元以內	36 (16.7%)
3~4 千坪以下	23 (10.7%)	1 億元~1 億5 千萬元以內	13 (6.0%)
4 千坪以上	65 (30.2%)	1 億5 千萬元~2 億元以內	6 (2.8%)
未答	10 (4.7%)	2 億元以上	21 (9.8%)
		未答	55 (25.6%)

在接受調查的 165 個派出（分駐）所中，有 122 名（73.9%）受訪者的職稱是派出（分駐）所所長，43 名（26.1%）是派出（分駐）所副所長。教育程度為警察專科學校學歷者有 38 名（23.1%），警察大學專修科學歷者有 21 名（12.7%），警察大學二技學歷者有 34 名（20.6%），警察大學警佐班學歷者有 28 人（17.0%），警察大學大學部學歷者有 42 名（25.5%），研究所以上（含研究所）者有 1 名

(0.6%)，另有 1 名 (0.6%) 未表示意見。

有關受訪者的從警年資，5 年以下有 3 名 (1.8%)，6~10 年有 22 名 (13.3%)，11~15 年有 54 名 (32.7%)，16~20 年有 36 名 (21.8%)，21 年以上有 50 名 (30.3%)。擔任目前職位的年資，1 年以下有 45 名 (27.3%)，1~2 年有 77 名 (46.7%)，2~3 年有 22 名 (13.3%)，3 年以上有 20 名 (12.1%)，另有 1 名 (0.6%) 未表示意見。有關授訪警察的資料，詳如表四。

表四 派出（分駐）所受訪樣本背景分析

變 項	次數 (百分比)	變 項	次數 (百分比)
職稱		從警年資	
派出（分駐）所長	122 (73.9%)	5 年以下	3 (1.8%)
派出（分駐）副所長	43 (26.1%)	6~10 年	22 (13.3%)
教育程度		11~15 年	54 (32.7%)
警專警員班	27 (16.4%)	16~20 年	36 (21.8%)
警專專科班	11 (6.7%)	21 年以上	50 (30.3%)
警大專修科	21 (12.7%)	擔任目前職位的年資	
警大二技班	34 (20.6%)	1 年以下	45 (27.3%)
警大警佐班	28 (17.0%)	1~2 年	77 (46.7%)
警大大學部	42 (25.5%)	2~3 年	22 (13.3%)
研究所以上	1 (0.6%)	1 年以下	45 (27.3%)
未答	1 (0.6%)	1~2 年	77 (46.7%)
		2~3 年	22 (13.3%)
		3 年以上	20 (12.1%)
		未答	1 (0.6%)

二、業者犯罪被害概況分析

根據表五的資料顯示，有關業者被害概況四個變項中與樣本組別之間有顯著關聯的變項有「最近六個月，賣場內及所屬停車場（含附近停車場）有無發生犯罪」、「何種犯罪的類型最多」及「數量最多的犯罪其每月平均發生數」，而樣本組別與「犯罪人的身分」之關聯性分析未達統計上的顯著水準。

有關「最近六個月，賣場內及所屬停車場（含附近停車場）有無發生犯罪」，有 56.5% (n=121) 的受訪業者表示有發生犯罪事件，而有 74.5% (n=123) 的受訪派出（分駐）所表示有發生犯罪事件。換言之，大多數受訪的業者及警察人員均認為賣場內及所屬停車場（含附近停車場）在最近六個月有發生犯罪事件。觀

察卡方檢定資料 ($\chi^2=13.17$, $p=0.000$)，警察人員認為有發生犯罪的百分比顯然高於業者。

本研究針對表示有犯罪發生的受訪者續問「何種犯罪的類型最多」，其中有 80.8% (n=97) 的業者表示是賣場商品竊盜，另有 67.0% (n=77) 的警察人員表示也是賣場商品竊盜。換言之，大多數受訪的業者及警察人員均認為發生數量最多的犯罪類型是賣場商品竊盜。惟觀察卡方檢定資料 ($\chi^2=9.70$, $p=0.021$)，業者認為是賣場商品竊盜的百分比顯然高於警察人員，而警察人員認為是汽車與車內物品竊盜 (12.2%) 以及機車與車上物品竊盜 (16.5%) 的百分比要高於業者。有關「數量最多的犯罪其每月平均發生數」，65.8% (n=79) 的業者表示為 1~5 件，18.3% (n=22) 認為 6~10 件，7.5% (n=9) 認為 11~20 件，8.3% (n=10) 認為 20 件以上。而警察的估計，58.3% (n=67) 的警察人員認為 1~5 件，21.7% (n=25) 認為 6~10 件，13.0% (n=15) 認為 11~20 件，7.0% (n=8) 認為 20 件以上。雖然大多數受訪的業者及警察人員均認為每月平均發生數為 1~5 件，但觀察卡方檢定資料 ($\chi^2=7.63$, $p=0.014$)，認為每月平均發生數超過 6 件的警察人員百分比顯然要高於業者，警察人員的估計數量可能高於業者。值得注意的是，有接近三成五的業者表示，每月被害次數超過六次，顯見重覆被害問題嚴重。

有關「犯罪人的身分」，76.5% (n=91) 的業者認為是來店的消費者，16.8% (n=20) 認為是消費者以外的外部人員，6.7% (n=8) 表示不清楚犯罪人的身分。79.3% (n=92) 的警察人員認為是來店的消費者，15.5% (n=18) 認為是消費者以外的外部人員，5.2% (n=6) 表示不清楚犯罪人的身分。卡方檢定資料 ($\chi^2=0.83$, $p=0.661$) 顯示樣本組別與「犯罪人的身分」並無顯著關聯性。大多數受訪的業者及警察人員均認為犯罪人是來店的消費者。本研究問卷有關「犯罪人身分」的測量選項，原設計有「內部員工」選項，因選擇該項的樣本數甚少 (均小於 3)，故此處不予分析。

表五 樣本組別與販售業被害概況之關聯性分析

被害概況		樣本組別			卡方檢定
		業者	警察	總和	
近六個月，有無發生犯罪	有	121 (56.5%)	123 (74.5%)	244 (64.4%)	df=1 $\chi^2=13.17$ p=0.000
	無	93 (43.5%)	42 (25.5%)	135 (35.6%)	
	總和	214 (100.0%)	165 (100.0%)	379 (100.00%)	
犯罪人身分*	來店消費者	91 (76.5%)	92 (79.3%)	183 (77.9%)	df=2 $\chi^2=0.83$

	消費者以外的外部人員	20 (16.8%)	18 (15.5%)	38 (16.2%)	p=0.661
	不清楚	8 (6.7%)	6 (5.2%)	14 (5.9%)	
	總和	119 (100.0%)	116 (100.0%)	235 (100.0%)	
何種類型的犯罪最多	汽車竊盜 (含車內物品)	7 (5.8%)	14 (12.2%)	21 (8.9%)	df=3 $\chi^2=9.70$ p=0.021
	機車竊盜 (含車上物品)	8 (6.7%)	19 (16.5%)	27 (11.5%)	
	賣場商品竊盜	97 (80.8%)	77 (67.0%)	174 (74.0%)	
	其他**	8 (6.7%)	5 (4.3%)	13 (5.5%)	
	總和	120 (100.0%)	115 (100.0%)	235 (100.0%)	
上述案件平均每月數量	1~5 件	79 (65.8%)	57 (49.6%)	136 (57.9%)	df=3 $\chi^2=7.63$ p=0.014
	6~10 件	22 (18.3%)	35 (30.4%)	57 (24.3%)	
	11~20 件	9 (7.5%)	15 (13.0%)	24 (10.2%)	
	20 件以上	10 (8.3%)	8 (7.0%)	18 (7.7%)	
	總和	120 (100.0%)	115 (100.0%)	235 (100.0%)	

註：*有關「犯罪人身分」，原問卷設計有「內部員工」選項，因選擇該項的樣本數甚少（均小於3），故不予分析。

**此處所指「其他」，包括賣場設施或設備遭破壞、詐欺（含信用卡盜刷）等。

三、業者犯罪被害損失金額分析

有關業者的被害損失，本研究蒐集兩種資料，一是損失最嚴重案件的金額，另一是損失最輕微案件的金額，資料如表六。針對損失最嚴重案件的金額，卡方檢定顯示業者與警察人員意見之間並無顯著關聯（ $\chi^2=7.89$ ， $p=0.246$ ），由此可推論業者與警方意見差異不顯著，這可能是因為業者較傾向將嚴重案件報警處理，以致警察獲知的訊息較與業者接近，損失最嚴重的金額多在 1 千元至 3 萬元之間。值得注意的是，不論是業者或警察人員，有將近 10% 的受訪者表示最重金額

在 5 萬元以上，可知犯罪給企業造成的損失不一定是小損失，一但數量龐大，整體損失不可謂不大。

至於損失最輕微案件的金額，卡方檢定顯示業者與警察人員意見之間存有顯著關聯 ($\chi^2=32.30$, $p=0.000$)，由此可推論業者與警方意見有差異，有較高百分比的業者 (76.7%) 認為最輕損失金額在 1 百元以下，但卻有較高百分比的警察人員 (58.2%) 認為最輕損失金額在 1 百元至 3 千元以下。換言之，在警察所處理的案件中，損失最輕案件的金額可能比業者所認為的金額為高，有部分損失金額較低的案件並未被警察所獲知。

表六 樣本組別與販售業損失金額之關聯性分析

損失金額		樣本組別			卡方檢定
		業者	警察	總和	
損失最嚴重金額	1 千元以下	11 (9.3%)	17 (14.2%)	28 (11.8%)	df=6 $\chi^2=7.89$ p=0.246
	1 千~3 千元 以下	20 (16.9%)	28 (23.3%)	48 (20.2%)	
	3 千~5 千元 以下	25 (21.2%)	24 (20.0%)	49 (20.6%)	
	5 千~1 萬元以 下	9 (7.6%)	14 (11.7%)	23 (9.7%)	
	1 萬~3 萬元 以下	24 (20.3%)	15 (12.5%)	39 (16.4%)	
	3 萬~5 萬元 以下	17 (14.4%)	12 (10.0%)	29 (12.2%)	
	5 萬元以上	12 (10.2%)	10 (8.3%)	22 (9.2%)	
	總和	118 (100.0%)	120 (100.0%)	238 (100.0%)	
損失最輕金額	1 百元以下	92 (76.7%)	51 (41.8%)	143 (59.1%)	df=2 $\chi^2=32.30$ p=0.000
	1 百~3 百元 以下	15 (12.5%)	39 (32.0%)	54 (22.3%)	
	3 百~3 千 元以下	13 (10.8%)	32 (26.2%)	45 (18.6%)	
	總和	120 (100.0%)	122 (100.0%)	242 (100.0%)	

四、報案與受理情形之分析

針對業者遭犯罪被害後，有無向警察機關報案的問題，有 41.3%的業者表示將大部分的案件報案，其次有 33.1%的業者表示每件案件都報案，表示少部分案件報案或都未報案的百分比為 25.6%。原問卷是將「少部分報案」及「都沒有報案」兩個選項分開，因「都沒有報案」選項次數低於 5，故將兩選項合併。在警察的意見方面，69.5%的警察受訪者表示大部分的案件都報案，其次有 20.7%的受訪警察表示每件案件都報案，表示少部分案件報案或都未報案的百分比為 9.8%。卡方檢定值顯示 ($\chi^2=24.78$, $p=0.000$) 樣本組別與有無報案的意見存有顯著關聯，業者的意見在三個選項上的分配較平均，警察的意見較集中在「大部分報案」選項上。值得注意的是，業者認為「少部分案件報案或都未報案」的百分比比較警察為高（業者為 24.8%，警察為 9.8%）。

有關業者被害後選擇報案，通常是在案發後多久向警察機關報案？原問卷設計的選項為：立即報案、30 分~1 小時內、1~3 小時內、3~12 小時內、12 小時~1 天內、1~3 天內、3 天以上。調查資料顯示，除「立即報案」選項外，其餘選項的次數多有低於 5 的情形，故將「立即報案」外的其餘選項合併為「30 分鐘以上」。92.5%的受訪業者表示在案發後就立即報案，表示相同意見的受訪警察只有 64.8%。觀察卡方檢定值 ($\chi^2=45.12$, $p=0.000$)，表示在案發後 30 分鐘以上報案者，受訪警察的百分比顯然較業者為高（警察為 35.2%，業者為 7.5%）。當警察機關獲知業者被害後，是否會前往現場處理？不論是受訪的業者（95.0%）或警察人員（98.4%）均表示，一定會到現場處理。

針對警察機關得知犯罪後，多久前往現場處理案件？與前述相似，原問卷設計的選項除「5 分鐘內」選項外，尚有多項選項，因次數多有低於 5 的情形，故將「5 分鐘內」以外的其餘選項合併為「5 分鐘以上」。51.7%的受訪業者表示在 5 分鐘內，但表示相同意見的受訪警察卻高達 78.3%。觀察卡方檢定值 ($\chi^2=19.03$, $p=0.000$)，表示警察在接獲報案 5 分鐘後才前往現場處理者，受訪業者的百分比顯然較警察為高（業者為 48.3%，警察為 21.7%）。

有關已報案的案件，最後是否被偵破？有 42.0%的業者表示將大部分的案件被偵破，其次有 31.1%的業者表示每件案件都被偵破，表示少部分案件被偵破或都未被偵破的百分比為 26.9%。原問卷是將「少部分案件被偵破」及「都未被偵破」兩個選項分開，因「都未被偵破」選項次數低於 5，故將兩選項合併。在警察的意見方面，75.0%的警察受訪者表示大部分的案件被偵破，其次有 9.5%的受訪警察表示每件案件都被偵破，表示少部分案件報案或都未報案的百分比為 15.5%。卡方檢定值顯示 ($\chi^2=27.75$, $p=0.000$) 樣本組別與案件是否偵破的意見存有顯著關聯，業者的意見在三個選項上的分配較平均，警察的意見較集中在「大部分案件被偵破」選項上。值得注意的是，業者認為「少部分案件被偵破或都未被偵破」的百分比比較警察為高（業者為 26.9%，警察為 15.5%）。上述相關資料如表七。

表七 樣本組別與報案回應之關聯性分析

報案回應		樣本組別			卡方檢定
		業者	警察	總和	
有無報案	每件都報案	40 (33.1%)	34 (20.7%)	74 (26.0%)	df=2 $\chi^2=24.78$ p=0.000
	大部分報案	50 (41.3%)	114 (69.5%)	164 (57.5%)	
	少部分報案或都沒有報案*	31 (25.6%)	16 (9.8%)	47 (16.5%)	
	總和	121 (100.0%)	164 (100.0%)	285 (100.0%)	
案發多 久後報 案	立即報案	111 (92.5%)	79 (64.8%)	190 (78.5%)	df=1 $\chi^2=45.12$ p=0.000
	30分鐘以上**	9 (7.5%)	43 (35.2%)	52 (21.5%)	
	總和	120 (100.0%)	122 (100.0%)	242 (100.0%)	
警察得 知後，是 否到場 處理	一定會	114 (95.0%)	120 (98.4%)	234 (96.7%)	因有 4 個方 格內的次數 低於 5，故不 予計算卡方 值
	通常會	4 (3.3%)	2 (1.6%)	6 (2.5%)	
	偶而會	2 (1.7%)	0 (0.0%)	2 (0.8%)	
	總和	120 (100.0%)	122 (100.0%)	242 (100.0%)	
警察獲 知後，多 久到場 處理	5分鐘內	61 (51.7%)	94 (78.3%)	155 (65.1%)	df=1 $\chi^2=19.03$ p=0.000
	5分鐘 以上***	57 (48.3%)	26 (21.7%)	83 (34.9%)	
	總和	118 (100.0%)	120 (100.0%)	238 (100.0%)	
是否偵 破	每件都偵破	37 (31.1%)	11 (9.5%)	48 (20.4%)	df=2 $\chi^2=27.75$ p=0.000
	大部分偵破	50 (42.0%)	87 (75.0%)	137 (58.3%)	
	少部分偵 破或都未 偵破****	32 (26.9%)	18 (15.5%)	50 (21.3%)	
	總和	119 (100.0%)	116 (100.0%)	235 (100.0%)	

註：*原問卷是將「少部分報案」及「都沒有報案」兩個選項分開，因「都沒有報案」

選項次數低於 5，故將兩選項合併。

**原問卷的選項為：立即報案、30 分~1 小時內、1~3 小時內、3~12 小時內、12 小時~1 天內、1~3 天內、3 天以上。除「立即報案」選項外，其餘選項的次數多有低於 5 的情形，故將其合併為「30 分鐘以上」。

***與前者情形相似，除「5 分鐘內」選項外，尚有多項選項，因次數多有低於 5 的情形，故將其合併為「5 分鐘以上」。

****原問卷是將「少部分偵破」及「都未偵破」兩個選項分開，因「都未偵破」選項次數低於 5，故將兩選項合併。

本研究亦針對被害業者不願向警察機關報案的原因進行探究，有較高百分比的受訪業者表示不願報案的原因為「屬於極輕微的犯罪，損失極小」(66.7%)，其次為「不知道犯罪人是誰，證據不足」(51.9%)，再次為「犯罪人願意賠償犯罪的損害」(48.1%)以及「犯罪人苦苦哀求不要報案」(33.3%)，其餘項目的次數及百分比均甚低。有關業者處理犯罪被害的模式或習慣，雖有 56.2%的受訪業者表示較傾向向警察機關報案，由警方處理犯罪事件，但亦有超過四成(43.8%)的受訪業者認為自己公司較不傾向向警察機關報案，而由公司內部自行處理犯罪事件。另外，有關報案之被害業者對警察處理案件整個過程的滿意度，資料顯示，表示非常滿意或滿意的受訪業者佔 71.0%，表示普通、不滿意或非常不滿意的受訪業者佔 29.0%。上述相關資料如表八。

表八 販售業不報案原因、處理犯罪模式及滿意度

變 項	次數 (百分比)	變 項	次數 (百分比)
不報案原因*		業者處理犯罪的模式習慣	
為維護公司形象，不願意公開	2 (2.5%)	傾向不報案，由公司內部處理	53 (43.8%)
屬於極輕微的犯罪，損失極小	54 (66.7%)	傾向報案，由警方處理	68 (56.2%)
犯罪人願意賠償犯罪的損害	39 (48.1%)	被害業者對警察處理過程的滿意度	
犯罪人苦苦哀求不要報案	27 (33.3%)	非常滿意	16 (13.6%)
不知道犯罪人是誰，證據不足	42 (51.9%)	滿意	67 (57.3%)
認為警察效能不彰，無法破案	1 (1.2%)	普通	29 (24.8%)
害怕犯罪人或其他人報復	2 (2.5%)	不滿意	3 (2.6%)
報案過於麻煩	2 (2.5%)	非常不滿意	2 (1.7%)
其他	4 (4.9%)		

註：*本題為複選題，故百分比總和大於 100%。

五、販售業與警察互動之分析

針對警察機關與業者間的互動，本研究分三個部分探討，一是當地派出、分駐所（以下以派出所代）的警察是否經常主動與業者接觸？二是業者是否經常與當地派出所警察接觸？三是當地派出所警察是否會向業者提供安全管理的相關資訊或專業諮詢服務？

有關當地派出所的警察是否經常主動與業者接觸的問題，雖然不論是業者或警察，均有較高百分比的受訪者表示當地派出所的警察經常主動與業者接觸，但業者認為「警察並非經常主動與業者接觸」的百分比比較警察為高（業者 47.4%，警察 25.5%），且卡方檢定值顯示該差異具統計上的顯著意義（ $\chi^2=34.46$ ， $p=0.000$ ）。

有關業者是否經常主動與當地派出所的警察接觸的問題，有較高百分比的受訪業者表示自己公司經常主動與警察接觸（50.7%），惟卻有較高百分比的受訪警察表示業者只有偶而主動與警察接觸（44.2%），且卡方檢定值顯示該差異具統計上的顯著意義（ $\chi^2=14.20$ ， $p=0.001$ ）。

從前面兩題的分析中，吾人可以清楚看出業者與警察都反映出一種現象，那就是自己要比對方更主動與對方接觸。當比較兩題中「經常主動接觸」選項的百分比，前一題的百分比比較高，似乎隱喻當地派出所的警察較經常主動與業者接觸。換言之，警察與業者間存有互動，警察主動與業者的互動較強，業者主動與警察的互動較弱。

有關當地派出所警察是否會向業者提供安全管理的相關資訊或專業諮詢服務的問題，業者的意見分布較平均，35.0%的業者認為經常提供，35.0%的業者認為偶而提供，30.0%的業者認為很少或從未提供。警察的意見較集中，60.0%的警察認為經常提供，31.5%的警察認為偶而提供，8.5%的警察認為很少或從未提供。卡方檢定值顯示雙方意見的差異具統計上的顯著意義（ $\chi^2=33.76$ ， $p=0.000$ ），顯然，業者並不像警察所認為，警察經常提供資訊或專業諮詢服務給業者。上述相關資料如表九。

表九 樣本組別與警察互動之關聯性分析

與警察互動		樣本組別			卡方檢定
		業者	警察	總和	
當地派出所是否主動與業者互動	經常主動接觸	113 (52.6%)	123 (74.5%)	236 (62.1%)	df=2 $\chi^2=34.46$ p=0.000
	偶而主動接觸	54 (25.1%)	36 (21.9%)	90 (23.7%)	
	很少主動接觸或從未接觸*	48 (22.3%)	6 (3.6%)	54 (14.2%)	

	總和	215 (100.0%)	165 (100.0%)	380 (100.0%)	
業者是否主動與當地派出所互動	經常主動接觸	109 (50.7%)	52 (31.5%)	161 (42.4%)	df=2 $\chi^2=14.20$ p=0.001
	偶而主動接觸	66 (30.7%)	73 (44.2%)	139 (36.6%)	
	很少主動接觸或從未接觸*	40 (18.6%)	40 (24.2%)	80 (21.1%)	
	總和	215 (100.0%)	165 (100.0%)	380 (100.0%)	
警察是否提供業者安全管理的諮詢服務	經常提供	75 (35.0%)	99 (60.0%)	174 (45.9%)	df=2 $\chi^2=33.76$ p=0.000
	偶而提供	75 (35.0%)	52 (31.5%)	127 (33.5%)	
	很少或從未提供**	64 (30.0%)	14 (8.5%)	78 (20.6%)	
	總和	214 (100.0%)	165 (100.0%)	379 (100.0%)	

註：*原問卷是將「很少主動接觸」及「從未接觸」兩個選項分開，因「從未接觸」選項次數低於5，故將兩選項合併。

**原問卷是將「很少提供」及「從未提供」兩個選項分開，因「從未提供」選項次數低於5，故將兩選項合併。

六、樣本組別與被害風險感受之分析

不論是業者或警察，均有較高百分比的受訪者認為業者（大型購物中心、量販店及百貨公司）經常成為犯罪的目標（業者 69.8%，警察 53.9%），惟業者表示此種意見的百分比比較警察為高，且卡方檢定值顯示該差異具統計上的顯著意義（ $\chi^2=10.02$ ， $p=0.002$ ）。顯然，業者對於犯罪被害的風險感受較警察為普遍。至於業者所在地的附近區域，不論是業者或警察，均有較高百分比的受訪者認為不會經常發生犯罪（業者 76.7%，警察 56.5%），惟警察表示此種意見的百分比比較業者為低，且卡方檢定值顯示該差異具統計上的顯著意義（ $\chi^2=13.54$ ， $p=0.000$ ）。雖然，大多數業者認為附近區域不會經常發生犯罪，但卻有相當百分比的警察（43.5%）認為經常會有犯罪發生。上述相關資料如表十。

表十 樣本組別與被害風險感受之關聯性分析

被害風險感受		樣本組別			卡方檢定
		業者	警察	總和	
業者是否經常成為犯罪目標	是	150 (69.8%)	89 (53.9%)	239 (62.9%)	df=1 $\chi^2=10.02$ p=0.002
	否	65 (30.2%)	76 (46.1%)	141 (37.1%)	
	總和	215 (100.0%)	165 (100.0%)	380 (100.00%)	
業者所在地的附近區域，是否經常發生犯罪	是	50 (23.3%)	70 (43.5%)	120 (31.9%)	df=1 $\chi^2=13.54$ p=0.000
	否	165 (76.7%)	91 (56.5%)	256 (68.1%)	
	總和	215 (100.0%)	161 (100.0%)	376 (100.00%)	

承前述，本研究針對 70 名表示業者所在地區經常發生犯罪的警察人員，繼續探究該地區何種犯罪發生數量最多。依選擇項目的樣本次數百分比排序，前五項依序為機車竊盜（80.0%）、汽車內物品竊盜（57.1%）、住宅及商店竊盜（31.4%）、汽車竊盜（27.1%）以及機車上物品竊盜（27.1%）。另本研究亦針對樣本中的所有警察人員（n=165）進行調查，探究業者對附近社區的秩序造成哪些影響？依選擇項目的樣本次數百分比排序，前三項依序為影響交通秩序（86.1%）、影響治安（31.5%）及攤販聚集（16.4%）。上述相關資料如表十一。

表十一 販售業對附近地區秩序的影響

變 項	次數 (百分比)	變 項	次數 (百分比)
業者所在附近地區哪種犯罪較多*		業者對附近社區造成哪些影響*	
汽車竊盜	19 (27.1%)	影響交通秩序	142 (86.1%)
汽車內物品竊盜	40 (57.1%)	影響治安	52 (31.5%)
機車竊盜	56 (80.0%)	影響環境衛生	5 (3.0%)
機車上物品竊盜	19 (27.1%)	製造噪音	8 (4.8%)
汽、機車破壞	8 (11.4%)	攤販聚集	27 (16.4%)
住宅及商店竊盜	22 (31.4%)	其他	11 (6.7%)
強盜、搶奪	6 (8.6%)		
性侵害	1 (1.4%)		
傷害	7 (10.0%)		
恐嚇	2 (2.9%)		

註：*本題為複選題，故百分比總和大於 100%。

七、販售業的安全管理品質分析

針對業者的安全管理品質，本研究從兩方面進行分析，一是有關業者的盤損分析，這一部份因警察不甚了解，所以只調查業者。另一是有關業者所實施的安全管理措施及安全管理人員的專業素質，這一部分調查業者及警察。

有關盤損的原因，在所有回答此題的受訪業者當中，依選擇項目的樣本次數百分比排序，前三項原因依序為遭竊盜（78.6%）、行政疏失管理不當（40.0%）、遭人為破壞（34.8%）。而盤損金額的問題較敏感，筆者進行訪談時，多位受訪的業者均不便回答，因此本研究改以「每月盤損的金額佔每月營業額的百分比」的問項調查。調查結果顯示，有 67.6% 的受訪者表示在 0.1% 以下，32.4% 的受訪者表示在 0.2% 以上。換言之，若某業者每月營業額為一億元，0.2% 的比例可以換算成每月 20 萬元的盤損，一年為 240 萬元，盤損金額不算低。而前述導致盤損的前三項原因，其中竊盜與破壞行為皆與犯罪有關，顯見販售業實無理由不重視犯罪被害所帶來的損失。上述資料詳如表十二。

表十二 販售業的盤損分析

變 項	次數 (百分比)	變 項	次數 (百分比)
盤損原因*		每月盤損佔每月營業額百分比	
行政疏失，管理不當	84 (40.0%)	0.1%以下	98 (67.6%)
遭竊盜	165 (78.6%)	0.2%~0.5%	41 (28.3%)
遭人為破壞	73 (34.8%)	0.6%~1.0%	3 (2.1%)
上游廠商應提供的商品數量與實際數量不符	31 (14.8%)	1.1%~5%	2 (1.4%)
商品品質不良或商品自然毀損造成的損失	52 (24.8%)	5.1%~10.0%	1 (0.7%)
其他	18 (8.6%)		

註：*本題為複選題，故百分比總和大於 100%。

有關業者所實施的安全管理措施的成效，儘管大多數受訪的業者及警察均表示良好，但認為不良的警察百分比顯高於業者 ($\chi^2=41.39$, $p=0.000$)。至於業者安全管理人員的專業素質，有較高百分比的業者認為良好，但卻有較高百分比的警察認為不良，雙方意見的差異在統計上具有顯著意義 ($\chi^2=87.44$, $p=0.000$)。上述相關資料如表十三。

表十三 樣本組別與安全管理品質之關聯性分析

安全管理品質		樣本組別			卡方檢定
		業者	警察	總和	
業者安全管理措施的成效	良好	176 (81.9%)	84 (50.9%)	260 (68.4%)	df=1 $\chi^2=41.39$ p=0.000
	不良	39 (18.1%)	81 (49.1%)	120 (31.6%)	
	總和	215 (100.0%)	165 (100.0%)	380 (100.00%)	
業者安全管理人員的專業素質	良好	167 (77.7%)	44 (28.8%)	211 (57.3%)	df=1 $\chi^2=87.44$ p=0.000
	不良	48 (22.3%)	109 (71.2%)	157 (42.7%)	
	總和	215 (100.0%)	153 (100.0%)	368 (100.00%)	

八、業者最需改善的安全管理項目

針對業者如欲改善安全管理品質，最需改項的項目，依選擇項目的樣本次數百分比排序，在業者的意見部分，前三項分別為強化安全設備（33.2%）、加強安全管理部門員工的專業訓練（32.7%）、加強員工辨識犯罪的敏感度（15.0%）。在警察的意見部分，次數分配呈現集中趨勢，強化安全設備（79.4%）、加強安全管理部門員工的專業訓練（10.3%）是最重要的兩項。上述相關資料如表十四。

表十四 業者最需改善的安全管理項目

選項	業者次數(百分比)	警察次數(百分比)
強化安全設備	71 (33.2%)	131 (79.4%)
加強全體員工的品德操守	10 (4.7%)	4 (2.4%)
加強安全管理部門員工的專業訓練	70 (32.7%)	17 (10.3%)
加強員工辨識犯罪的敏感度	32 (15.0%)	5 (3.0%)
加強對收銀線人員的監控	2 (0.9%)	1 (0.6%)
調整賣場擺設及動線	1 (0.5%)	2 (1.2%)
增加與警察的聯繫與合作	7 (3.3%)	4 (2.4%)
公司高層主管應更加重視安全管理業務	16 (7.5%)	1 (0.6%)
其他	5 (2.3%)	0 (0.0%)

伍、研究發現

一、業者的犯罪被害概況

- (一) 大多數受訪的業者及警察人員均認為賣場內及所屬停車場（含附近停車場）在最近六個月有發生犯罪事件。業者與警察人員相比較，警察人員認為有發生犯罪的百分比顯然高於業者。
- (二) 大多數受訪的業者及警察人員均認為發生數量最多的犯罪類型是賣場商品竊盜，警察人員尚表示汽車與車內物品竊盜以及機車與機車上物品竊盜也是賣場附近發生數量較多的犯罪。
- (三) 有關發生數量最多的犯罪類型（即賣場商品竊盜），大多數受訪的業者及警察人員均認為每月平均發生數為 1~5 件，但雙方的估計仍有差異，認為每月平均發生數超過 6 件的警察人員百分比顯然要高於業者，警察人員的估計數量可能高於業者。值得注意的是，在有被害經驗的業者中，大約三成五的業者表示每月被害次數超過六次，顯見重覆被害問題嚴重。
- (四) 大多數受訪的業者及警察人員均認為大多數的犯罪人是來店的消費者，有部分警察人員表示賣場的內部員工可能涉及犯罪。

二、犯罪被害損失金額

- (一) 有關損失最嚴重案件的金額，業者與警察人員之間意見的差異不顯著，業者可能傾向將較嚴重的案件報警處理，損失輕微的案件較可能被忽略，以致警察獲知的訊息與業者在意的案件接近。選項的次數百分比並無明顯的集中現象，損失最嚴重的金額多在 1 千元至 3 萬元之間。值得注意的是，不論是業者或警察人員，有將近 10% 的受訪者表示最重金額在 5 萬元以上，犯罪給企業造成的損失不一定是小金額，一但數量龐大，整體損失不可謂不大。
- (二) 至於損失最輕微案件的金額，業者與警察人員意見之間存有差異，有較高百分比的業者認為最輕損失金額在 1 百元以下，但卻有較高百分比的警察人員認為最輕損失金額在 1 百元至 3 千元以下。換言之，在警察所處理的案件中，損失最輕案件的金額可能比業者所認為的金額為高，有部分損失金額較低的案件並未被警察所獲知。

三、報案與受理情形

- (一) 針對業者遭犯罪被害後，有無向警察機關報案的問題，有 41.3% 的業者表示將大部分的案件報案，表示相同意見的警察其百分比為 69.5%，業者與警察對報案率的估算結果不同 ($\chi^2=24.78$, $p=0.000$)。業者可能保留部分的被害案件沒有向警方報案。
- (二) 在業者被害後選擇報案的案件中，92.5% 的受訪業者表示在案發後就立

即報案，表示相同意見的受訪警察只有 64.8%。表示在案發後 30 分鐘以上報案者（非立即報案），受訪警察的百分比較業者為高（警察為 35.2%，業者為 7.5%）。

- (三) 不論是受訪的業者或警察人員均表示，當警察機關獲知業者被害後，一定會到現場處理。
- (四) 有關警察獲知犯罪後的反應時間，51.7%的受訪業者表示警察會在 5 分鐘內前往現場，表示相同意見的受訪警察卻高達 78.3%。觀察卡方檢定值 ($\chi^2=19.03$, $p=0.000$)，表示警察在接獲報案 5 分鐘後才前往現場處理者，受訪業者的百分比顯然較警察為高（業者為 48.3%，警察為 21.7%）。
- (五) 有關已報案的案件是否被偵破的問題，有 42.0%的業者表示將大部分的案件被偵破，表示相同意見的受訪警察卻高達 75.0%，業者與警察所估算的破案率不同。
- (六) 被害業者不願向警察機關報案的主要原為：「屬於極輕微的犯罪，損失極小」、「不知道犯罪人是誰，證據不足」、「犯罪人願意賠償犯罪的損害」及「犯罪人苦苦哀求不要報案」。
- (七) 有關業者處理犯罪被害的模式或習慣，雖有 56.2%的受訪業者表示較傾向向警察機關報案，由警方處理犯罪事件，但亦有超過四成(43.8%)的受訪業者認為自己公司較不傾向向警察機關報案，而由公司內部自行處理犯罪事件。
- (八) 有關報案之被害業者對警察處理案件整個過程的滿意度，約七成的受訪業者表示非常滿意或滿意，約有三成受訪業者表示普通、不滿意或非常不滿意。

四、販售業與警察的互動

- (一) 不論是業者或警察，均有較高百分比的受訪者表示當地派出所的警察經常主動與業者接觸，但業者認為「警察並非經常主動與業者接觸」的百分比較警察為高（業者 47.4%，警察 25.5%）。
- (二) 有較高百分比的受訪業者表示自己公司經常主動與警察接觸，惟卻有較高百分比的受訪警察表示業者只有偶而主動與警察接觸（警察 44.2%，業者 30.7%）。
- (三) 針對犯罪問題的處理，警察與業者間存有互動，警察主動和業者的互動較強，業者主動和警察的互動較弱。
- (四) 在主觀感受上，業者並不像警察所認為，警察經常提供資訊或專業諮詢服務給業者。換言之，針對犯罪問題，警察與業者之間的互動品質應加強。

五、被害風險感受

- (一) 不論是業者或警察，均有較高百分比的受訪者認為大型購物中心、量販店及百貨公司經常成為犯罪的目標，惟業者表示此種意見的百分比

較警察為高，業者對於犯罪被害的風險感受較警察為普遍。

- (二) 有關大型購物中心、量販店及百貨公司的附近區域，警察比業者較傾向認為經常發生犯罪，業者似乎對賣場外的安全問題較不關心。賣場附近區域主要的犯罪類型，依選項次數百分比排序，依序為：機車竊盜、汽車內物品竊盜、住宅及商店竊盜、汽車竊盜及機車上物品竊盜。
- (三) 業者對附近社區秩序造成的主要影響為：影響交通秩序、影響治安及攤販聚集。

六、販售業的安全管理品質

- (一) 有關盤損的原因，依選項次數百分比排序，前三項原因依序為：遭竊盜、行政疏失管理不當、遭人為破壞。每月盤損的金額佔每月營業額百分比，67.6%的受訪者表示在0.1%以下，有32.4%的受訪者表示在0.2%以上。在盤損的主要原因中，竊盜與破壞行為皆與犯罪有關，販售業實應重視犯罪預防以減少損失。
- (二) 大多數受訪的業者及警察均認為業者所實施安全管理措施的成效良好，但認為不良者，警察比業者多（警察49.1%，業者18.1%）。
- (三) 有關業者安全管理人員的素質，有較高百分比的業者認為良好，但卻有較高百分比的警察認為不良，雙方意見的差異在統計上具有顯著意義。71.2%的受訪警察表示業者安全管理人員的素質不良，77.7%的業者表示良好。研究資料顯示，業者似有必要接觸更多有關犯罪預防方面的專業資訊。

七、業者最需改善的安全管理項目

- (一) 業者認為的項目包括：強化安全設備、加強安全管理部門員工的專業訓練、加強員工辨識犯罪的敏感度。
- (二) 警察認為的項目包括：強化安全設備、加強安全管理部門員工的專業訓練。

陸、結 論

企業與犯罪被害，一般人大多不會將其視為一項公共議題，經常認為是企業自己的問題。這樣的觀點，至少可能有底下兩個謬誤，第一，忽略了企業因犯罪所造成的損失未來可能會擴及或影響至社會。第二，忽略了企業涉及民眾生活的範圍與程度，也就是說，被害企業極可能不是唯一的被害標的，尚包括其他與被害企業有關的民眾、團體或組織。

針對上述第一個謬誤，本研究的資料顯示，企業因犯罪的損失極可能會延伸至企業以外的範圍。被害企業可能將其損失轉嫁到消費者、股東或是員工的薪資福利上。犯罪對企業經營所造成的附加成本，必然給企業的財務帶來負面影響，無形中也就影響企業所提供的工作機會、商品及服務品質，這些成本極可能轉嫁到消費者的身上。雖然，企業被害的問題或許有利於保全業發展，但筆者還是很

難相信保全業的獲利及提供的就業機會，可以沖銷企業被害所造成的整體社會損失。就生產層面而言，一個具高工資率（wage rate）的國家，若與其他無需為犯罪支付沉重保全負擔的國家相比，其競爭力無形中增添了许多牽絆。

第二個謬誤，就是忽略了企業是民生日常活動鏈中的重要環節，民眾的日常活動很可能因企業被害而脫序。當企業遭受犯罪侵害後，除犯罪所造成的直接損害（如財物失竊）外，企業的活動行程、設施、員工型態、貨物運送、顧客型態等，都可能因犯罪侵害而受影響。筆者在訪談中發現，某些企業被害後（如遭恐嚇），員工隨之有很高的犯罪被害風險，可能是在員工上班的途中、上班中或下班後。高犯罪被害風險，往往會影響未來的員工徵募，同時也可能給現有員工帶來一些額外的困擾，或給員工家屬帶來恐懼。另一方面，本研究針對「販售業給當地社區之影響」所蒐集的資料顯示，某地區有新企業進入，可能因為出現較多有利於犯罪發生的標的或引進更多的潛在犯罪者，而使得當地的犯罪增多。值得注意的是，筆者發現企業也有其正面功能，新企業遷入犯罪率較高的地區，也可能將較多的監控力帶入該區，犯罪因此受到抑制。如果企業有助於當地社區祥和及秩序感的建構，那麼該企業可能有助於抑制犯罪的發生。換言之，企業如果對其所在社區的安全未予關切或未善盡責任，那麼有可能製造或惡化社區的治安問題，這些治安問題未來又很可能反過頭來對企業造成威脅或侵害。顯然，犯罪預防的研究，是不應該將企業排除在外的。

從企業擁有的資源來觀察，企業應蘊藏豐富的犯罪預防能量，不論是站在企業利益或社會公益的立場，這些能量應被適當開發。筆者認為，如何增進外界與企業間的溝通以瞭解企業資源的實用性，應是關鍵。傳統上，刑事司法人員是犯罪學家傳輸政策知識的主要對象，企業人士很少討論或向外表達他們有關犯罪的知識，理由可能是他們忙於日常事務，也可能是因為缺乏誘因。儘管企業偶有參與犯罪知識的研討，但似乎並未喚起政府或犯罪學家的注意。企業、政府與犯罪學界三者之間的溝通與互動平台，基於改善社會治安的目的，有其建構的必要。

文獻顯示，在整體犯罪中，有相當高比例的犯罪是以企業為侵害對象。事實上，在如此龐大的犯罪被害事件中，包含了許多足以驗證及修正理論的資料。當犯罪學界獲得更多有關企業與犯罪的資料，犯罪學知識可以獲得更精進的養分。國外犯罪學家已從企業與犯罪的研究中發現：第一，以往強調企業是犯罪者（criminal）的觀念，逐漸轉換成企業經常是犯罪被害者（victim）。第二，犯罪學家獲得更多有關社會如何提供誘因給犯罪者的資訊。第三，犯罪學家洞察出如何在企業日常活動中實施非懲罰性的犯罪預防措施。第四，犯罪學家更加瞭解犯罪被害恐懼感如何形成及其影響。第五，犯罪學家更加瞭解企業在促進犯罪發生和抑制犯罪中所扮演的重要角色。第六，企業中的專業資源可以協助犯罪學界更精準計算犯罪的直接與間接經濟損失。總之，犯罪學因企業犯罪研究的導入而更加完整與充實，犯罪預防的理論基礎也因此更加穩固。

企業的犯罪預防潛力雖不可小看，但企業現有的犯罪預防能力則不宜誇大。在時間的順位上，多數企業晚近才將安全管理視為重要經營問題來處理，且焦點

多集中在昂貴科技或警衛設置上，而不是在便宜甚至無需開支的情境犯罪預防措施。此外，設置警衛的目的，經常是為逮捕犯罪者，而不是為了設計一套能夠有效預防犯罪的系統。因此，在犯罪預防的領域裡，企業仍有學習的空間。

許多情境犯罪預防的方法花費低廉甚至無需開支，設置具降低犯罪功能的措施並不昂貴，有時比一般經營設備還要價廉。犯罪學者瞭解這些方法，有能力幫助企業減少犯罪所造成的損失，而且在過程中，犯罪學者不會放棄科學立場及學術倫理。就算某些嚴正的學術準則無法兼顧，犯罪學家仍舊可以傳輸企業必要的犯罪預防知識，協助企業評估犯罪預防方案的成本，理性選擇適當的方案。

傳統的保全措施，多屬勞力密集的活動。販售業、金融業、保險業、製造業、娛樂業等商業組織為保護企業財物、員工及顧客免於犯罪的侵害而投入大量資源。一些規模較大的機構，內部設置安全部門，另有許多企業則向保全業購買保全服務。隨著保全服務需求的快速增加，保全業不僅提供諸如警報器、監視攝影機等保全硬體產品，還提供運鈔、警衛等專業保全服務。許多國家的私人保全從業人數，已超過該國的公共警察編制。面對保全業的出現與發展，犯罪學者有能力提供保全業客觀且具前瞻性的知識來選擇經濟有效的犯罪預防方案，而學術機構（如大學）也可以培養及訓練保全業、企業所需要的安全專業人才，降低企業的被害風險，協助企業節省經營成本。

此外，犯罪相關知識，還可協助企業更完整分析犯罪的影響，釐清企業決策如何增加或降低當地犯罪。例如，犯罪如何影響當地顧客消費行為及企業人才的徵募？企業決策如何影響犯罪被害者的法律訴訟？犯罪如何形成及影響犯罪被害恐懼感？犯罪被害恐懼感如何影響企業利益？等問題。

企業不應以自私立場或短視眼光來面對這些問題，企業若忽略所處外在環境或社區，極可能助長犯罪的發生，未來很難避免自食惡果。累積多年的犯罪學知識及犯罪預防經驗顯示，以往需耗費昂貴資源的安全維護方法，如今已可由廉價設計或措施取代，且效果更加良善。而地方公共事務的處理，若有企業的參與及合作，也可提升事務處理的效率和效果。對於犯罪問題，政府與當地企業共同合作，某求解決之道，應具有很高的合理性與可行性。犯罪學者應該樂意為政府及企業蒐集相關資訊，慷慨提供學界力量。企業、政府及學界的良好溝通，對於犯罪問題的處理，肯定有正面意義。

參考文獻

中文部分：

- 林山田、林東茂、林燦璋，(2002)，犯罪學，台北：三民書局。
孟維德，(2005)，警察與犯罪控制，台北：五南圖書出版公司。
孟維德，(2004)，公司犯罪—問題與對策，台北：五南圖書出版公司。

孟維德，(2001)，白領犯罪－現象、理論與對策，台北：亞太圖書出版公司。
黃富源、范國勇、張平吾，(2002)，犯罪學概論，台北：三民書局。
許春金，(2003)，犯罪學，台北：三民書局。
蔡德輝、楊士隆，(2003)，犯罪學，台北：五南圖書出版公司。
警政署刑事警察局，(2004)，台閩刑案統計（中華民國九十二年）。

英文部分：

- Anderson, D. & Pease, K. (1997). "Biting Back: Preventing Repeat Burglary and Car Crime in Huddersfield." In R. V. Clarke (ed.), *Situational Crime Prevention: Successful Case Studies*. New York, NY: Harrow and Heston.
- Baker, M. & Westin, A. (1997). *Employer Perceptions of Workplace Crime*. Washington, DC: Bureau of Justice Statistics.
- Boye, M. W. (2001). *Self-Reported Employee Theft and Counterproductivity as a Function of Employee Turnover Antecedents*. Ph.D. Dissertation, Depaul University.
- Braga, A. A. (2002). *Problem-Oriented Policing and Crime Prevention*. Monsey, NY: Criminal Justice Press.
- Coleman, J. W. (1998). *The Criminal Elite: Understanding White-Collar Crime*. New York: St. Martin's Press.
- Clark, J. P. & Hollinger, R. C. (1983). *Thefts by Employees in Work Organizations*. Washington, DC: National Institute of Justice.
- D'Addario, F. J. (2001). *Loss Prevention Through Crime Analysis*. Boston, MA: Butterworths.
- Farrell, G. (1995). "Preventing Repeat Victimization." In M. Tonry and D. Farrington (eds.), *Building a Safer Society: Strategic Approaches to Crime Prevention*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Farrell, G., Sousa, W. & Weisel, D. L. (2002). "The Time-Window Effect in the Measurement of Repeat Victimization: A Methodology for its Examination, and an Empirical Study." In N. Tilley (ed.), *Analysis for Crime Prevention*. Monsey, NY: Criminal Justice Press.
- Friedrichs, D. O. (2004). *Trusted Criminals: White Collar Crime in Contemporary Society*. Belmont, CA: Thomson & Wadsworth.
- Hodson, R. & Sullivan, T. A. (2000). *The Social Organization of Work*. Belmont, CA: Wadsworth.
- Hollinger, R. & Dabney, D. (1998). "Reducing Shrinkage in the Retail Store: It's Not Just a Job for the Loss Prevention Department." *Security Journal* 15: 2-10.
- Horning, D. (2002). "Employee Theft." Pp. 698-704, in S. Kadish (ed.), *Encyclopedia of Crime and Justice*. New York: Macmillan and Free Press.

- Mirrlees-Black, C. & Ross, A. (1995). *Crime against Retail and Manufacturing Premises: Findings from the 1994 Commercial Victimization Survey*. Home Office Research Study No. 146. London, UK: Home Office.
- Rosoff, S. M., Pontell, H. N. & Tillman, R. (2004). *Profit without Honor: White-Collar Crime and the Looting of America*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Speed, M., Burrows, J. & Bamfield, J. (1995). *Retail Crime Cost, 1993/1994 Survey*. London, UK: British Retail Consortium.
- Spelman, W. & Eck, J. E. (1989). "Sitting Ducks, Ravenous Wolves, and Helping Hands: New Approaches to Urban Policing." *Public Affairs Comment*, 35(2):1-9.
- Taylor, J. (2004). *Crime against Retail and Manufacturing Premises: Findings from the 2002 Commercial Victimization Survey*. London, UK: Home Office.
- Tilley, N. (1993). *The Prevention of Crime against Small Business: The Safer Cities Experience. Home Office Crime Prevention Unit Paper 45*. London: Home Office.