

以行動代替言語，彌補台灣社會缺口

—我讀《我們的小幸福、小經濟—9個社會企業的熱血・追
夢實戰故事》這本書

以行動代替言語，彌補台灣社會缺口

壹、前言

記得不久前曾在網站新聞上看到一則由曾凱敏(2014)編整來自荷蘭的某網路影片製作團隊，其將麥當勞的漢堡雞塊加工成精緻小點，並謊稱是「有機食物」提供給食品博覽會裡的美食家們。一聽到是有機，美食家們紛紛評論著：「組織很完整呢，吃起來不會黏黏的！」、「嘗起來很新鮮呢！」、「這口感很有層次」、「這絕對比麥當勞好吃一千倍，因為它是有機的阿！」。由此短文，可以探討背後複雜的環境結構並不會只有一個解決的答案。王宏仁(2014)也提出：針對問題，對常識性的說法或是大眾所接受的常理必須提出質疑，才能看到不同的真相。「日月老茶廠」轉型重要推手莊惠宜提到一個理念：不奉承顧客，反而贏得消費者尊重。他說：和顧客間的關係是彼此尊重、誠懇地待之以禮，盡心觀照顧客所需，讓彼此喜悅、圓滿，而不是一味遷就顧客。讓筆者藉此窺看護理品質於現今社會遇到的問題，護理專業非服務業。對於病患應有的尊重與禮貌，相信不管是哪一位護理人員，在求學加冠典禮上，宣誓謹以至誠，終身純潔、忠貞職守、盡力提高護理標準，勿為有損之事...。畢生將專心付出關愛同理之心，然仍屢見職場言語、行為暴力之新聞事件。不免心寒，台灣教育制度需要改變亦或是個人對社會觀點需要改變？也藉此反觀，現在的護理人員是否真的如同南丁格爾般，有著崇高的道德水準及獨特的專職性，而非以職業養家之心態。一體兩面，端看當下社會環境而有所作為。可見社會學有多麼重要，而社會企業的立足又能將我們帶領到怎樣的理想生活？這是眾人所期待的。

貳、專書重點

《我們得小幸福、小經濟—9 個社會企業的熱血·追夢實戰故事》由「社會創新創業學會」推動人胡哲生，以自身田野觀察台灣社會企業的多年心得，帶領梁瓊丹、卓秀足、吳宗昇共同撰稿執筆。

專書將九例社會企業起源與發展經歷針對 NPO 專業投資、企業社會化轉型、社區互助團體、合作經營組織、社會創業、公平貿易事業，詳實記錄出「社會企業」於當時的時空背景與社會條件下，所面臨的「社會體制」障礙，與其所需要的「社會創新」。茲就各章重點，整理分享如下：

一、《喜願共和國》的挑戰與創新

挑戰弱勢就業及糧食自主。本著「創業」精神，不接受捐款、不向社會募款、不申請補助，嘗試以自身專業所長與資源能力，與身心受限者共創自立自足的事業，將資源放在需要的地方，非賺錢的地方；發展出「工作該去適應人，而非人去適應工作」的行動思考，去權威化，使每個人都是師傅；不收取預定訂金、不設櫃台結帳人員、不做凡事檢核的體制，以信任驗證台灣的美麗成熟；引領社會正視「糧食自主」的重要性，實質提高「糧食自給率」，迫使僵化的農業公務體系重新思考，進而改變休耕補助的種作生態。

二、《勝利》的挑戰與創新

挑戰未被服務的族群及弱勢潛能與工作價值。開發創新職種、強化附加價值，使工作者能因為興趣多重輪調，不再侷限單一市場；以資訊技術進行工作再設計，讓工作者能掌握關鍵核心；依照工作者個

體興趣，運用多重障別搭檔，將劣勢轉為優勢，猶如一般職場團隊，彼此體諒、相互支援，填補彼此遺失的力量，使重度障礙者也能發揮工作潛能。

三、《日月老茶廠》的挑戰與創新

挑戰歷史資產廢棄凋零及土地資源被過度使用。以環保和資源循環利用為原則，保留原始廠房，從單純製茶廠改建為紅茶生產、有機農業及生態教育推廣的園地；回歸「適地適種」，運用當地原有作物—阿薩姆紅茶，找回尊重土地、生態均衡的自然農法，進而成為全台第一家有機認證茶園；逆向低調，主張產品就是理念行銷，不奉承、不推銷，贏得客戶尊重，理念更能口碑行銷、分享傳播。

四、《上下游新聞市集》的挑戰與創新

挑戰餐桌、農業及媒體公信危機。以「產品開發」的非捐款方式，支持媒體運作，不再依賴廣告預算，使閱聽人能得到無商業干擾的糧食與農業訊息；設立食物與農地專業網站，將種籽保存、食物安全、糧食自主等看似枯燥抽象的議題，或最不透明的資訊，轉化為閱讀趣味，進而連結起友善耕作運動；友善開發無不當添加的無毒產品，延長了生鮮的利用價值，也填補現有市場的空缺選項；重建媒體公信力，帶動主流媒體跟進、合作深入報導，無虛假新聞，找回專業素養。

五、《芳榮米廠》的挑戰與創新

挑戰大環境惡化及農友轉型瓶頸。化被動為主動的市場出擊，整合稻農、碾米廠、行銷公司的多方溝通角色，將農糧的「生產導向」

扭轉為「市場導向」，從「追求產量」到「講究品質」；源頭式制度化
管理，自田間教育、種作技術、資材採購、產銷履歷到行銷包裝，透
過共同管理，使成本降低，又助於增強品質競爭力。並將經濟營收投
注社區再造，凝聚在地認同進行環境綠化美化、應用創意舉辦文化人
文資產活動，也順勢打開正港農村的觀光商機。

六、《生態綠》的挑戰與創新

挑戰環境市場體制問題及第三世界貧困人口的經濟問題。藉由公
平貿易商品，喚醒台灣尚未開發的新市場，改變企業壓低成本、大量
傾銷的獲益方程式；加入國際認證，透明化行銷，將營收的 1%交由
國際公平貿易標籤組織「社區發展金」統籌營運。解決個別公益慈善
組織無法有效徵信的問題，亦避免小農收入無法維持生存的問題；推
動倫理消費架構，消費者從過往慈善購買，得以走入合作支持的體
系，透過合理利潤分配，保證收購，讓社區合作、利潤回流小農，消
費者與生產者均能雙贏。

七、《光原社會企業》的挑戰與創新

挑戰貧窮與人口外流，及生態危機的無力。不讓生產者單打獨
鬥，以「集體驗證、共同行銷」，建立起全台第一個有機驗證原住民
地區，打造出共有品牌，解決小農銷售困境；新土地策略、小農微型
貸款，收購議價的討論權，僅 5%的低服務費，鼓勵農友留在自己的
土地經營種植；互助分享的文化重建，包括部落的輪工傳統、家庭間
互助親密、人與自然土地的和諧、族群與老祖宗的認同。

八、《四方報》的挑戰與創新

挑戰移工孤立無援及移民資訊取得困難。為移工或移民者辦報，讓讀者當家、編輯只決定印刷頁數，得以大幅縮減報社人事編制成本，而日常生活書寫更成為彼此連結最好的方式；逆向創意，先把跨界連結的小吃店、雜貨店經營為通路，獲得大量購買需求後，再推進在地主流的便利商店販售；對讀者免費或是低價收費，向有錢人爭取財源支持。

九、《大誌》的挑戰與創新

挑戰工作者就業門檻及大環境的不友善。使街友化身為雜誌販售員，藉由人際互動中，重建其與社會對話的橋樑、自我信心的建立；並提供 Y 世代讀者面向世界之窗，提供世界觀的商業科技、藝文設計、環境永續訊息，滿足 Y 世代「愚人」讀者的閱讀渴求，為網路化衝擊萎縮的平面媒體再創新局；突破商業框架，翻轉街友社會處境，以「批售關係」取代權力義務式「聘雇關係」，免除街友面臨卡債、帳戶盜用等問題，同時重建自主管理的自信。

參、專書評價

以樸實言語描述出每個社會企業家，自創辦發想起，歷經資金、人力、環境、經濟交易種種艱困問題，並適時帶入歷程圖片，讓筆者能在文字閱讀中，深切感受到當下環境困境，更藉由視覽過程，攝入那堅忍不拔的意念與感動。文末以「簡單務實」為中心，達到產品行銷及社區推廣；甚至將營運所得直接分享回饋於消費者及生產者。也許發起人本身就有些許資產，在初期投入時，尚不易見資金問題，但套一句話：有錢才能出力。如果飯都吃不飽了，要如何想著讓自己周遭的環境變得更好？也是因為能有多一點能力，才會開始注意到生活

周遭的變化，然後試著找到方法讓走樣的，慢慢回歸到過往的純正，也提升到純粹。另外，專書於每篇故事的結尾，重新將每個社會企業所面臨的難題、執行的解決方法，以列點式呈現，清楚明瞭。並提供各個社會企業團體所成立的營運產銷點，供讀者進一步搜尋、探解。而後再進行個案延伸討論，針對不同企業的故事，主動提出反向思考問題予讀者，讓人能在故事中得到啟發後，反思自己與現存周遭環境的互動，找出自己的優點、專長，試著與現今社會問題融合，找出自我貢獻的能力。

肆、讀後見解

一、做好產品比賣好產品重要

文中提到的九個社會企業發起故事，不難看見發起人都有一些特點：相信個人對工作的單純意願及擁有的基本工作能力，把隱藏在社會對其「不方便」的理所當然剔除，開創人生而平等的伸展舞台。如喜願共和國創立人施明煌，他提倡了「讓工作適應人，而非人去適應工作」、「去權威化，每個人都是師傅」。讓每位麵包師傅一次只做一件事，以 SOP 標準化訓練，待了解每個人的特質後，再放到適當的位置。讓工作者上手後達到過程作業的「絕對標準」及產品結果的「相對標準」結合。筆者發現，在社會體制下，人多不是問題，而是在眾多人當中，統一作業流程後，再講究所能提供的最高價值。但也從中發覺到訓練體制下的缺陷。台灣滿街的大學生、碩博士，大多高不成低不就，但也眼高手低。缺乏的總是那多一點的創新與創意。再多的論文，也比不上一個真正的人才。所以應該將專業跨領域，將自身的專業，再帶入另一個專業領域，如施明煌將工業管理帶入以人為主體

的烘培事業，進而推展到農業社會。他提到了：把資源放在需要處，而非賺錢的地方。這也強調了社會企業重質不重量的精神。

二、善用自然資產並發揚自然資源

以生態、有機、環境教育為理念，提倡糧食自主、公平貿易，也是社會企業重點之一。台灣偏鄉地區原住民人才濟濟，農耕、山務能力與生俱來，但因貧窮深植而不易改善，縱使有土地可以種植，卻無法銷售，更加使人口外移，無法好好善用大自然所賦予的豐沛資產。再者，於平原地區，農村因 WTO 及休耕政策的衝擊；進口米、小麥引進及食用米人工銳減導致老農友們視農事為家務事的生活型態稀疏落沒。不禁想起，自 2014 年引爆的食安風暴，除對人體造成傷害外，台灣的國際形象也重重受損。一直很喜歡李紳的那篇五言絕句：鋤禾日當午，汗滴禾下土；誰知盤中飧，粒粒皆辛苦。憫農之心體現於中。面對現在已經無法是政府統一行政可以改革的台灣，我覺得目前最需要的是：每個台灣人親身彎腰拔草，重新學習的重要時刻。沒有親自體驗感受，哪能知道現有的一切是多麼珍貴。就像是看了齊柏林空拍攝影師的「看見台灣」後，會對台灣所遭受到的環境迫害感到不可思議，再帶有憐憫的心結，可是真有幾個人能真正落實隨手關燈、減少用電、珍惜水資源、資源回收再利用。並且體驗有機農耕，土地整育的重要性。在實際生活體驗中，也常看到許多民間社會團體，開始看重有機與環境保育，紛紛辦起農村體驗等活動，可以讓生活於繁忙都市的人們，親自脫下鞋去體驗土地的柔軟及雙腳踏下後，於腳縫間吱吱冒出的土膏。話說土壤是陸地上所有生物扎根的地方，雖說空氣、陽光、水同等重要。但沒有土壤，大地將是一片死寂。

三、起身比發聲更為重要

民主在社會另一個重要的角色就是為弱勢團體發聲。以往均以老弱婦孺、身心障礙者為主要對象，近年因台灣長期的勞動缺工、人口老化帶來的安養照護、男女薪資比例及人口比導致的婚配失衡，使台灣面臨了跨越地理區域隔閡的文化交會。街友、新移民女性及外籍移民、移工也成了社會企業支援、重視的問題。常聽人們開玩笑說：賤人就是矯情。自古以來，非貴族之老百姓，皆屬「賤人」階級。依文字上解釋，矯情即便是改變原本真實的情感。為何要改變原本真實的情感，簡單來說，無非是為了維持共同的道德規則及社會生活所必須付出的代價，所以隱藏赤裸的自我，呈現他人所期待的樣子。套用在現今的弱勢團體，其實也就是為了「維生」，只好按照權力者規定行事，以保生計。但是，何謂人權，提倡人人皆平等的時代，不應再有「賤人」的名詞出現，所以更應該摒棄「矯情」。讓街友也能有自給謀生的能力，使新移民女性、外籍移工能有抒發的管道。

就書中核心結論：「社會企業」就是做好事又能賺錢，賺了錢又去做好事。還好，社會企業的崛起，如「喜願共和國」的謙卑，既不是社福團體，也不是社團法人基金會，更堅持三不原則：不接受捐款、不向社會募款、不申請補助，完全透過自主營運，與工作夥伴們共創屬於自己的事業。再如「勝利」雖是財團法人，卻無股東，是非營利組織卻不斷從事著營利事業。而徐文彥、余婉如創辦了「生態綠」所引進的公平貿易咖啡豆，也開始由消費者角度去探討勞工剝削，將原本對血汗咖啡的批判和抱怨，採取實際行動，勇於向不合理的商業機制挑戰。而提倡追求無愧天地萬物的有機之道的「日月老茶廠」則是起自於單純顧及家人健康的家庭主婦莊惠宜。不僅提倡有機，也反向思考，在南投魚池若不種植檳榔，那農民該以何維生？想到了以阿薩

姆紅茶有機農法耕作後，堅持茶廠不灑農藥，不使用除草劑，卻面臨了茶廠周圍茶園的農民耕種問題。能將本身茶廠提升為有機，但周遭茶園若仍使用農藥及除草劑，則茶廠的茶葉產出品質也會受影響。而他的解決之道也很簡單，「幫農民除草」。為了讓彼此更好，不惜成本，不計辛勞，這也是社會企業的根本。實踐根本後，再看看《上下游新聞市集》，對於餐桌與農業危機，首先與其他社會企業合作，生產無添加物的有機食品，並支持媒體運作，設立食物與土地專業網站，使消費者藉由閱聽資訊中，進而連結起友善耕作運動。台南後壁的「芳榮米廠」及阿里山上的「光原社會企業」皆是有機耕作，走向健康無毒生產的農村產業典範。這不僅僅帶動了有機耕種的興起，也將社區勞動活絡起來，藉由經濟營收注入社區再造，凝聚在地公共環境保育，並帶動地方文化觀光商機。這些社會企業的思想改革理念，印證了個人對自身為國家主人的自覺，不再對公共事務漠不關心。而這股力量並非靠少數社會企業團體可以持續，應該全國人民一起團結起來，將台灣原有的環境生態保持，藉由可利用資源，達到永續經營。

伍、結語

自野百合時代到近期的太陽花學運事件，不難見到一些社會學者對台灣真民主的捍衛，但大多的民眾也只是在新聞渲染報導後，依自己的感受及認知，進行所謂的民主言論及街頭運動，但閱讀完本書後，對「社會」有另一種認識：當發生個人問題的時候，必須觀察當下個人所處的社會環境，因為個人問題通常都是社會環境所造成。真正卸下「個人主義」及「社會規範」，才能成就公平正義的台灣社會。而社會企業的帶動，則是使台灣產業能更向國際發展，促進人與環境間達到平和又能帶來相對成效利益的重要推手。

陸、參考文獻

王宏仁(2014)。巷口社會學。新北市：大家出版。

曾凱敏(2014)。美食家讚口感豐富、味美「高檔美食」是麥當勞
啦！。取自 yahoo 奇摩新聞。取自於 <https://tw.news.yahoo.com/%E7%BE%8E%E9%A3%9F%E5%AE%B6%E8%AE%9A%E5%8F%A3%E6%84%9F%E8%B1%90%E5%AF%8C-%E5%91%B3%E7%BE%8E-%E9%AB%98%E6%AA%94%E7%BE%8E%E9%A3%9F-%E6%98%AF%E9%BA%A5%E7%95%B6%E5%8B%9E%E5%95%A6-101800712.htm>

1