**轉變**

**─《我們的小幸福小經濟》讀後感**

# 壹、前言：改變的力量

2014年1月份天下雜誌的封面故事「希望台灣」談及：*當台灣經濟力、政治力問題層出不窮時，卻有一股清新、堅毅的社會力，快速升起。他們用嘹亮而清晰的聲音大聲說：我在這裡，做出選擇，主動承擔，創造改變，讓世界看到台灣，讓台灣走進世界[[1]](#footnote-1)。*當台灣的食安問題層出不窮、貧富差距越來越大、農地漸漸消失、弱勢族群被壓榨和忽視…，諸多問題在龐大財團的金錢勢力與政府部門的改革牛步下讓社會大眾對台灣的未來失去信心，許多人選擇批評謾罵，也有人選擇冷漠以對，但總有人勇敢跳出來面對，跳出來面對的這群人，不圖私利，只求公平正義，他們用行動代替批判，以實踐代替悲傷，化逃避為承擔，讓希望的種子遍地開花，帶動蓬勃發展的公民運動，從「人民」到「公民」，改變的希望不全然在政府，每個公民都是改變的種子。

《我們的小幸福小經濟》一書，描繪9個公民改變台灣的故事，他們經營社會企業[[2]](#footnote-2)落實土地永續、弱勢族群就業、環境生態以及公平正義，翻轉資本主義唯利是圖的商業模式，打破弱勢族群「被動」接受社會救濟的刻板印象，書中的主角用創意及熱情為弱勢族群及我們的土地創造不一樣「市場」風貌，溫和而堅毅，未掀起滔天巨浪，也未挑動族群衝突，他們像涓涓細水般悄悄地改變我們的消費意識和型態，「生態綠」的創辦人徐文彥、余宛如：*若能讓每天花錢這件事，成為改變世界的動力，豈不是太美妙了!*[[3]](#footnote-3)一股改變的力量正在進行中。

# 貳、專書概述

本專書以淺顯易懂的文字描繪目前台灣社會企業的案例，樸實無華的圖片生動地反映出社會企業經營現狀，每個故事末更分析企業創辦人勇於挑戰的難題，分享他們創新解決策略與經營模式，另有個案延伸討論，企圖引導讀者去思考自身的夢想以及投入社會企業的契機。胡哲生教授，專書撰稿執筆者之一，也是台灣社會企業創新創業學會秘書長，依據社會企業創業當時的背景將專書中的社會企業分為六大類，茲將各企業關懷領域及企業類型整理如下表：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 專書蒐集案例 | 關注領域 | | 企業類型 |
| 「喜願共和國」 | 弱勢就業 | 糧食自主 | 合作經營組織 |
| 「勝利潛能發展中心」 | 弱勢就業 | | NPO事業投資 |
| 「日月老茶廠」 | 有機產銷 | 環境教育 | 企業社會化 |
| 「上下游新聞市集」 | 農業問題 | 食物運動 | 社會創業 |
| 「芳榮米廠」 | 社區營造 | 糧食自主 | 社會互助團體 |
| 「生態綠」 | 公平貿易 | 食物運動 | 公平貿易事業 |
| 「光原社會企業」 | 弱勢自立 | 生態有機 | NPO事業投資 |
| 《四方報》 | 弱勢發聲 | 文創媒體 | 社會創業 |
| 《大誌》 | 弱勢就業 | 文創媒體 | 社會創業 |

資料來源：專書第16-17頁

以下就各個社會企業創辦人關懷核心以及經營特性，分享如下：

1. 「喜願共和國」─創造弱勢就業，取回糧食自主權

*創辦人施明煌：「要把資源放在需要的所在，而非賺錢的地方。」[[4]](#footnote-4)*

從一句承諾到身體力行，「喜願麵包工坊」，為保育院的孩子營造一個尊重、關懷、安心的就業環境；「喜願小麥」、「喜願大豆特攻隊」、「喜願雜糧俱樂部」不計成本地讓台灣農業重新發光發熱，不問收穫，只問自己能為社會做甚麼，用「熱情」、「實踐」建立一個信任、相互扶持的國度。

1. 「勝利潛能發展中心」─身障就業多元化專業化

*張英樹：「只有當工作者不依賴購買者的愛心消費，身心障礙者才能正確看待自己的工作。」[[5]](#footnote-5)*

跳脫社會大眾對身障者的就業範圍的刻板印象，聚焦個體的興趣、能力和意願，輔以專業教育訓練、工作再設計等方式，為身障者工作者開啟的不只是一扇窗，更為其樹立專業的形象。

1. 「日月老茶廠」─將環境教育置入生產行銷中

*莊惠宜：「當人們的想法改了，行為就會跟著改變，而這就是『環境教育』的功能。」[[6]](#footnote-6)*

百貨公司是您假日的最佳去處嗎？當企業的經營傾向取悅消費者，一切向「錢」看齊，潛藏的環境生態及文化價值將被忽視。老茶廠的重生帶動土地、人情、消費倫理的重生，創辦人將環境生態教育融入茶葉生產到消費的每個環節中，徹底翻轉人們的消費型態，老茶廠變身為教育現場。

1. 「上下游新聞市集」─不一樣的新聞報導

*馮小非：「如果能改變貨架上的選擇，生產出好吃、價格又合理的產品，是否就能促進消費行動？」[[7]](#footnote-7)*

緣起於公民記者創辦的網路媒體「小地方社區新聞網」、「莫拉克新聞網」如實報導社會問題，馮小非進一步運用其擅長的網路媒體結合「新聞」與「市集」，創新建構起生產者與消費者直接溝通的網路平台，除了持續關注農業問題、社會問題，更開發新產品豐富貨架上的選擇。

1. 「芳榮米廠」─團結就是力量

*黃麗琴：「如果我們(米廠)活不下去，老農可能也活不下去。在地的農業就沒了。」[[8]](#footnote-8)*

就是這種憂慮激盪出台南後壁菁寮社區相互依存的革命情感，「芳榮米廠」在台灣加入WTO後，一肩扛起菁寮社區的農業發展問題，像領頭羊般，提供教育輔導、行政協助、硬體設備投資、品質控管等資源，帶領老農們有機一同，呵護土地，永續經營，重現農村有機好風景。

1. 「生態綠」─改變世界的咖啡

*徐文彥：「我想做的不是生意，而是一種改變市場體系的工程。唯有改變這個體系，相互剝削的循環才可能有終止的一天。」[[9]](#footnote-9)*

所謂「市場」的定義因人而異，對資本家而言，市場是獲取最大利潤的場域，利潤的來源通常來自買賣雙方因資訊的不對等所產生的不同認知。而徐文彥企圖彌平這種不對等，創造出透明、平等、互利的市場，終結商人不肖剝削、坐享生產者辛苦工作的果實。

1. 「光原社會企業」─原住民永續大未來

*陳雅楨：「原住民空有土地卻沒有種植，或有種植卻無法銷售。原住民辛苦種出來的蔬果，不論是通路、資金、技術，統統多是別人的，只有『創新』，才有機會。」[[10]](#footnote-10)*

「慣行農法」方便、省時，快速解決問題，農產品賣相佳，快速獲利，卻帶領土地和生產者走向沒有明天的未來。「瑪納有機文化生活促進會」成立「光原企業社」打通有機產銷通路，讓阿里山原住民，深根立「機」。

1. 《四方報》─他鄉變故鄉

*張正：「我不能忍受他們看不到自己文字的飢渴與缺憾。」[[11]](#footnote-11)*

創業者苦尋不得的「藍海」，原來就藏在關懷異鄉人的心思中。《四方報》異於主流媒體的報導方向，為台灣的新移民發聲，慰藉異鄉遊子的心靈，運用創新思考重現台灣媒體民主多元的特色。

1. 《大誌》─創造遊民的工作機會

*李取中：「凡是遇到問題，想辦法解決就好，不會先用風險角度思考。」[[12]](#footnote-12)*

「遊民」，企業避之唯恐不及，但對李取中而言，卻是《The Big Issue》中文版《大誌》的銷售主力，「把手舉起來，而非把手伸出來！」(A hand up,not a hand out!)[[13]](#footnote-13) 《The Big Issue》遠渡重洋給與台灣不穩定因子一個堅實的後盾。

# 參、見解心得

專書從NPO事業投資、現有企業社會化、社區互助、合作經營組織及社會創業等各個層面提出社會企業的創業故事，企圖拋磚引玉，激勵更多族群投入「能夠賺錢又能做好事」的行業，然「創業維艱」，成功的企業經營者已是可遇不可求，若要進一步創造社會企業，對於有能力創業的極少數人來說，更是深具挑戰，除了必備的資金、創新、堅持、努力外，社會企業創業者還需具備一顆關懷社會的心，無「心」無以為繼，感恩社會企業創業者，創造出不同於資本主義商品的選擇，讓小小的消費者，可以透過簡單的消費行為參與關懷。本文茲從消費者角度分享心得如下：

1. 覺醒─改變的開始

齊柏林拍攝的紀錄片「看見台灣」，用影像訴說台灣地理之美，《我們的小幸福小經濟》一書用文字描繪台灣公民之善，對於本身早已積極以消費行動支持在地農業與公平貿易的我而言，倍感親切，從關懷家人飲食健康開始，發現過去習以為常的飲食習慣及購買傾向潛藏資本主義者的謊言，根據產品的表象和廣告商營造出的溫馨氣氛，消費者很容易忽略產品的生產製造及銷售過程，而著眼於產品帶來的視聽嗅味觸的感覺。然而，了解是覺醒的開始，當我透過網路、書籍了解食品加工的真相後，產品成分是我購買時考量的主要因素，太多添加物的食品成為我家的拒絕往來戶，在這樣的情況下，我加入台灣主婦聯盟消費合作社[[14]](#footnote-14)，從合作社了解更多支持在地小農、有機農業及公平貿易的議題，深深感受到我所消費的每一分錢，都在支持農業，支持公平貿易，消費行為已超越其本身的意義，昇華成一股關懷的力量。

1. 食物─實實在在

浪漫的法國人吃一餐飯可以花上好幾個小時，對於三餐老是在外的忙碌台灣人而言，「吃飯」這件事總在方便、簡單、快速的情況下被解決，外食人口的增加可從如雨後春筍出現餐飲業可見一斑，連鎖早餐店、餐廳小吃店掌控外食人口三餐飲食內容及品質，並且從中獲利。然而「便利」背後的代價是犧牲「食物選擇的主導權」。在過去的農業時代，雖然物資匱乏，但吃進肚子的大多是親手栽種或是未經加工的「食物」，然而隨著人類智慧的增長，發展出食品加工業，不但可以延長食物的保鮮期，更可以創造「人工的美味」，「假食物」取代真食物，長期麻痺人類的味蕾，而「食品」物美價廉、方便快速的特色，悄悄的形塑我們的購物習慣，攻佔我們的身心靈，讓我們有如鴕鳥般的品嘗食品加工業出產「美食」。在食安風暴層出不窮的情況下，吃一份「真心誠意」的餐點已成為一種奢求。

食安問題可說是國家安全議題，如果人民對於自己的飲食毫不在意，反在醫療或保險方面追求健康保障無異是緣木求魚，因此，社會大眾若能多加了解社會企業成立的緣由，提高對「食物」的關心程度，更進一步透過行動，加入社會企業家打造的「食物產銷」共和國，拿回食物選擇的主導權，從選擇食物開始，創造餐桌上的幸福，雖然我們沒有能力做個社會企業家，但至少可以做個選擇真食物的智慧公民。

1. 選擇─無所不在

我們無時無刻都在做選擇，從「柴米油鹽醬醋茶」到「食衣住行育樂」，從「前後左右」到「人生方向」，什麼因素會促成決定的產生？是「公利」還是「私利」？是「利已」還是「利人」？是「盲從」還是「慎思」？是「關懷」還是「掠奪」？是「虛榮」還是「實際」？影響選擇的因素並非絕對的二分法，但每個決定的做成不只影響自己，也在某個程度上或多或少影響著他人。如果我們喜歡選擇漂亮精美的商品、喜歡品質一等的農產品，那麼市場為了利潤，自然會迎合消費者需求，排除萬難提供所需；如果我們在做選擇時，可以同時考慮公益，考慮到地球的未來，我們將發現很多消費行為不只可以滿足基本需求，更可以永續未來。

# 肆、結語─一個可以跟孩子說得故事

台灣民間總存在一群「公民」，不論是默默耕耘、守候台灣的土地，還是不計成本的協助社會的弱勢族群，他們在社會充斥著暴力衝突、無情絕望時帶給我們希望，從追求土地正義的樂生療養院事件、捍衛大埔農地事件、反國光石化運動到捍衛人權平等的高科技冷血運動、原住民運動，台灣公民以激進抗爭的方式傳達對政府政策及大財團的不滿，杯葛傷害土地正義的法案，同時也催生諸多保護法案，他們猶如星星之火，遍布各個不公不義的角落，透過網路的連結，他們的力量足以燎原。

若說公民是維護社會公益的倡議者、促進者，那麼經營社會企業的公民就是社會公益的實踐者，他們用專業、熱情、關懷與尊重為弱勢族群撐起一片天，讓他們得以昂首闊步迎向美麗的明天。

一袋麵粉，是一個台灣糧食自主的故事；一杯布丁，是一個身障者創業的故事；一杯紅茶，是一個環境生態保育的故事；一包蜜餞，是一個年輕人關懷小農的故事；一包白米，是社區和諧共處的故事；一杯咖啡，是國際公平貿易的故事；一顆高麗菜，是高山原住民生根立命的故事；一份報紙，是來台異鄉人紓解鄉愁的故事；一份雜誌，是街友自立更生的故事…。雖然我們沒有能力可以創造故事，至少我們可以對我們的下一代訴說這些溫馨又美麗的故事，讓我們的孩子有那樣的機緣成為社會企業的創業者!

# 參考資料

公民行動影音紀錄資料庫，管中祥主編(2013)。公民不冷血。台北市：紅桌文化。

天下雜誌封面故事：希望台灣(2014.1.22)。天下雜誌，第540期，第96頁。

官有垣。社會企業組織在台灣的發展（上）。原文出處：<http://www.npocenter.org.tw/sites/default/files/attfiles/%E7%A4%BE%E6%9C%83%E4%BC%81%E6%A5%AD%E7%B5%84%E7%B9%94%E5%9C%A8%E5%8F%B0%E7%81%A3%E7%9A%84%E7%99%BC%E5%B1%95%20%EF%BC%88%E4%B8%8A%EF%BC%89.pdf>，瀏覽日期：2015.4.10。

台灣主婦聯盟消費合作社。瀏覽網站http://www.hucc-coop.tw/about-us ，瀏覽日期：2015.6.30。

1. 天下雜誌第540期第94頁。 [↑](#footnote-ref-1)
2. 社會企業是「兼顧社會價值與獲利能力的組織」(「台灣社會企業創新創業學會」於2009年定義)，引述自專書第16頁。 [↑](#footnote-ref-2)
3. 引述自專書第142頁。 [↑](#footnote-ref-3)
4. 專書第25頁。 [↑](#footnote-ref-4)
5. 專書第67頁。 [↑](#footnote-ref-5)
6. 專書第85頁。 [↑](#footnote-ref-6)
7. 專書第107頁。 [↑](#footnote-ref-7)
8. 專書第121頁。 [↑](#footnote-ref-8)
9. 專書第145頁。 [↑](#footnote-ref-9)
10. 專書第169頁。 [↑](#footnote-ref-10)
11. 專書第209頁。 [↑](#footnote-ref-11)
12. 專書第222頁。 [↑](#footnote-ref-12)
13. 專書第221頁。 [↑](#footnote-ref-13)
14. 「綠主張公司」於2001年轉型為「台灣主婦聯盟生活消費合作社」，以公益與非營利原則，守護環境，並由會員共同購買，從消費力的集結展現社會關懷。 [↑](#footnote-ref-14)