

社企大趨勢〈未來重點行業趨勢篇〉

社企自給自足 瞄準生活事業化

為弱勢者發聲，以實際行動協助他們改變命運，用教育或知識或飲食及經濟方式多管齊下，以觀念革命創造更平等的社會，邁向新時代…

楊珮玲

「社會正義」這四個字，對某些人來說也許聽來太沈重、太遙遠或太八股，但底下深藏的卻是位於社會各處的每一個弱勢者的呼喊和祈求。

想要用合理的自給自足模?虎惘 M「社會正義」相關課題，可說是社會企業興起的原點，也是社企的最大使命之一。舉凡為社會中的弱勢者發聲、以實際行動協助他們改變命運、用教育或知識或飲食及經濟方式改善貧窮和受壓迫者未來，以觀念革命創造更平等的社會等，都是社企存在的核心價值。

推動社會正義 扶助弱勢

但在一般營利事業中「付費消費者」等於「受益者」的模式，不易直接應用在改善弱勢者生活或創造平等概念等抽象運動。因此與「社會正義」相關的社會企業，面臨比其他社會企業更大的自給收入挑戰。如何脫離或減少傳統不定期的捐款或過度仰賴補助金等方式，成為這類企業的最大的課題。

困難，常是激發創意的幫手。新世代的社會企業家，創造新收入管道或有效聚集既有補助資源，與營利企業創造「最佳合作夥伴」關係，讓每一分錢的來源及流向「可視化」、「透明化」，活用網路等新科技與不同資源，讓弱勢「受益者」成功自立，也讓「付費者」感到自己也「受益」。

如何運用創意將抽象概念與實際生活結合是事業化的第一步。

在日本，「育兒爸爸」(Fathering Japan) 組織希望增加日本男性參與和享受育兒比例。雖然舉辦各項活動和演講等都是其重要活動，但真正讓這個組織在日本打響名號的還是它從 2008 年在全國數個重要都市開始定期舉辦的「育兒爸爸能力檢定考試」。

很多日本民眾喜歡透過考試、檢定來取得資格。「育兒爸爸」創造這個特別的考試吸引了許多爸爸參加。

它還出版與考試相關的書籍，題目內容生動有趣實用，同樣吸引人購買。透過媒體報導和企業合作，這個組織在日本全國推廣開來，讓更多男性積極參與育兒過程。

創意妙點子 找尋立足點

除了開源，也可節流。做為日本自製哺乳服先鋒的「Mo-House」除了製作販售既舒適又美觀的哺乳之外，更靈活採用彈性工作模式和環境來提供員工選擇，並節省人事經費。

員工可依自己情形，正職兼職或當不支薪的志工，有必要帶孩子來上班時也完全沒問題。員工安心工作，效率更高。

成功找到有心做公益的營利企業或營利企業主，以他們的熱情與詳盡計畫打動人心，也是讓這些組織找到立足點的重要關鍵。

金史密斯(Kim Smith)當年與夥伴一起創立「Teach for America」(「TFA——為美國而教」)，後來又與矽谷創投者一起成立「NewSchools Venture Fund」(「新學校基金」)。前者後來茁壯成為美國非營利事業組織中最吸引人才的大型雇用者，概念並推廣到許多其他國家，後者成為美國教育改革近年來的最重要先鋒。它的成功背後有著許多熱情企業和企業人的贊助。

營利企業攜手社企 雙贏

當年TFA在1989年草創時極需資金。雖然許多人都給它閉門羹或澆冷水，認為沒有大學生會願意放棄大好工作機會先花兩年去缺老師的偏遠貧窮區域教書，但三位分別來自Mobil Oil、租車公司Hertz和投資銀行摩根史坦利的企業家，或出錢或提供場地或提供設備，協助「為美國而教」跨出了重要一步。

之後TFA更與大摩、高盛等銀行和許多醫藥生技公司創辦「共同夥伴計畫」。公司允許內定學生先為TFA擔任兩年教師，解決TFA尋找優秀老師的難題。

這些合作企業認為新人們從TFA計畫裡學到的領導力、創意和解決問題能力，比什麼都珍貴。兩者的合作是企業和社企創造「雙贏」的模範。

來自政府或許多基金會的補助金也隨時在找尋好的社企計畫投資，與過去不同的是它們也要求更清楚的「公益績效」評估。這些社企也都深知要能獲得固定且長期的支持，捐款運用和捐款方式的「可視化」(visualization)和「數字化」絕不可缺。

像致力用影像改變弱勢者命運和揭發社會不公的「影像志工」(Video Volunteers)、和致力消除國際人身販賣的「北極星計畫」(Polaris Project)等，他們的第一桶金都是因獲得當地政府或相關基金會的認同開始運作。有了這些有公信力機構的背書，之後獲得捐款和固定會員的路就走得更順遂。

「社會公益」促進「社會公義」。社企人正一步一腳印，走出新時代軌跡。

（作者是專欄作家，曾任美日國際金融機構專事行銷與國際事業企畫。長期旅日，現居美國。本專欄隔周四刊登）

【2016-01-21/經濟日報/B4 版/經營管理】