

社會企業的社會面向初探

黃浩然・韓文堯・林佳萍・李禮孟*

(收稿日期：105 年 02 月 03 日；第一次修正：105 年 04 月 26 日；
接受刊登：105 年 10 月 11 日)

摘要

社會企業近來受到各界人士的熱烈討論，將其視為處理社會問題的新契機。然而，社會企業融合了「社會」與「企業」兩種內在可能衝突的本質，加上社會企業在世界各國皆有其發展特色，對其本質或定義並無明確共識。本研究發現目前社會企業的研究與討論多著墨於其「企業」面向，而「社會」面向不是遭到忽略，就是被當成已知的常識，未經審視即加以運用，因此目前許多社會企業定義發生「套套邏輯」(tautology)與「獨白」(monological)的謬誤。本研究以質性研究法，對社會企業的「社會」面向分析歸納，從社會企業的服務與行動出發，疏理其背後的意義，最後從意義歸納出社會企業的「社會」面向。本研究歸納社會企業的社會概念包括了互為主體、共善性、價值、對話、賦能、空間性和時間性這七個面向，其整體意涵為「在特定時間和空間裡的一群人(雖然可能各有不同的價值信念)，但(或多或少)願意付出努力維護其價值與信念，透過對話與賦權，尋求互為主體與共善的實踐。」

關鍵詞彙：社會企業，社會，對話，互為主體，賦權

壹·緒論和研究問題

當前社會企業和社會創業理念所受到的歡迎和推崇程度，遠超過對其懷疑和批判的程度。無可置疑的，社會企業目前創造的成果讓人印象深刻，未來的發展亦令人期待，但是正因為它吸引了如此廣泛以及多元利益關係人的關注與支持，更說明了我們應該對它保持適度的警覺和批判，特別是社會企業奠基於其上的「社會」觀念。雖然學者們都一致認定，「社會」是社會企業或社會創業核心本質的觀念，這也是它獲得廣泛支持重要因素，可是到目前為止，對社會企業實質內容與架構的探討和瞭解極其缺乏，「社會」觀念和「企業」或「創業」觀念之間相符的問題，社會與企業兩者之間整合與協同綜效(Synergy)何在，也必須經由進一步對社會理念探討，才能有更深的理解。

* 作者簡介：黃浩然，輔仁大學社會企業碩士學位學程兼任助理教授；韓文堯，輔仁大學社會企業碩士在職專班；林佳萍，輔仁大學社會企業碩士在職專班；李禮孟，輔仁大學企業管理學系助理教授。

雖然社會企業已是廣為人知的概念，然而對它的定義，特別是對於社會企業的「社會」的意義，卻是少有著墨，並無一致的看法。在實際應用中，有時指向由個體建構而成的群體，有時指群體人類活動和聚居的範圍，亦用來指一個大範圍地區或是文化圈，因此上述內涵均可作為「社會」的廣義解釋。現行社會企業的「社會」定義，多由該社會企業的工作項目決定，例如 **Grameen Bank** 的貧鄉婦女的微型信貸、生態綠的公平貿易咖啡等。然而此將遭遇定義基礎錯置的問題，將定義內涵放置於處理社會問題的工作項目上，若有朝一日社會的舊問題消失、新問題出現，社會企業工作項目轉向處理新問題的時候，其定義是否需得同步變更？

大部份研究文獻指出，無論是社會企業或社會創業，都是不容易被定義的「現象」(Johnson, 2000)。Cho (2006) 認為「社會」這個內涵複雜的概念，雖然在理解「社會企業」或「社會創業」本質時，應扮演極重要的角色，可是大部份定義卻往往過於著重在「企業」(Enterprise) 或「創業」(Entrepreneurship) 概念，例如創新、管理、獲利能力等，而忽略了對「社會」概念進行定義。Cho (2006) 在其研究中更是提醒，若是缺乏對「社會」的理解，會導致忽略社會與「企業」或「創業」之間可能存在的衝突。Cho (2006) 更指出社會企業或創業家需要對他們行動或工作的「價值」面向有關鍵性的認識，只有這樣才能確保其行動與社會目標一致。

因此本研究藉由對社會企業的社會概念進行探究，揭露它隱而未現的本質、意涵與願景。而社會創業家為了能有效推展社會企業的社會目標，更需要掌握社會企業中「社會」的規範性概念，以及瞭解它與其他社會經濟議題之間的關係。

貳·文獻探討

一、社會企業定義的問題

Schuyler (1998) 曾把社會創業家形容為：擁有社會改革願景和經濟資源支持他們的理念的個人。Thompson, Alvy, & Less (2000) 認為社會創業家是：知道哪裡有滿足一些政府福利制度尚未滿足需求的機會，集合必要的資源(如人員、志工、錢和場地等)，並運用這些資源帶來改變的個人。最常被引用的 Dees (1998) 則認為社會創業家扮演著在社會領域中帶來改變的仲介者，他們承擔起創造和延續社會價值的使命，持斷地辨識並追求完成使命的機會。他們持續

涉入創新、適應和學習的過程，並在有限資源的情況下勇於行動，對所服務的人表現出高度的責信，最終實踐他們的使命。雖然對社會創業家有上述眾多定義，但 Cho (2006) 指出這些定義呈現出兩個嚴重問題：一為「套套邏輯」(Tautology)，二為「單向溝通」或「獨白」(Monological) 的問題。

「套套邏輯」看似說明了一件事，但卻欠缺可具體用經驗檢視其內容的真假，於是該陳述永遠不會錯，但卻無法增加經驗知識。例如：有社會目的的企業就是社會企業，所以社會企業都應有社會目的。Cho (2006) 認為「社會」這複雜的概念對於瞭解「社會企業」或「社會創業」的本質極為重要，可是大部份定義卻過於著重對「企業」(Enterprise) 或「創業」(Entrepreneurship) 概念的闡述，忽略了對於社會概念的實質描述。正如前述眾多學者所提及的，社會企業或社會創業之所以是社會企業或創業，是因為它們肩負「社會」的使命，但定義上卻用「社會」描述「社會」，對社會價值的本質和內容略而不談，因而陷入一種套套邏輯式的定義 (Cho, 2006)。

此外，Cho (2006) 認為大部份的定義都屬於「單向溝通」的方法，強調社會企業或創業家個人對社會改革的願景；他們如何尋求、結合與運用資源來達成使命，看重與標榜的個人主義。Cho 指出這些定義或許也是經過「討論」過程獲得，但往往傾向以主體為中心(Subject-Centered) 或主觀方式來理解環境，容易忽略其他的觀點，特別是競爭與衝突的觀點，因而排擠了真正的對話、協商與整合的機制。Cho (2006) 所憂慮的是企業和創業家的某些觀念如沒有更深入的理解與謹慎處理，將與社會的觀念有基本上的衝突；而企業/ 創業家的概念對社會企業/ 社會創業概念的衝突，可能是產生創造性張力的資產，也可能是攪和稀泥般的負債。

社會企業或創業在本質上就是「對話的行動」(Cho, 2006)，Cho 並指出社會企業的「套套邏輯」定義與「單向溝通」問題並非僅僅是無心失誤，而是反映出我們對社會企業或創業以及對話之間關係認知的落差。在社會企業或創業家希望以追求社會目標來與一般企業或創業作區隔時，就注定必然得走上對話之路，或 Cho (2006) 稱為政治之路。因為他們必須透過尋找、溝通及協商等過程，來決定什麼是社會所關心、對社會有價值和屬於社會的目標。這在一個民主體制中尤其重要，單向的創業過程極有可能會迴避掉對話的實踐，因而侵蝕了社會目標的基礎。社會企業或創業家和他們所服務的利害關係人，需要面對鑲嵌於他們在行動中透過對話所衍生的價值。Cho (2006) 更指出社會企業或創業家，需要對他們行動或工作的「價值」面向有關鍵性認識，只有這樣才能確保其行為與社會目標一致。

二、社會是什麼？

根據《韋氏辭典》，「社會」(Social) 一詞源於中古英語，而它又可追溯自拉丁語中的 *Socialis*，是從 *Socius* (同伴，戰友，合夥人) 等辭彙轉化而來；有著「趨向於形成與他人合作且相互依存的關係」、「生活和繁衍於或多或少有組織的社區」、「趨向於團體或群眾，從而形成一個純粹的立場」、「在一個特定的團體或群眾中屬於、有關，或基於級別或地位」、「屬於、或有關人類社會，個人的互動和群組，或人類的福利作為社會成員」之意。社會學家 Georg Simmel 從互動的角度來理解社會，認為社會不是實體，亦非具體存在的事物，社會僅僅是一個名稱，用來指稱一群由互動連結的個人(Wolff, 1950)。社會學家韋伯則認為人類的行為可被看作為「社會」的行為，因為人們能夠藉著把主觀的意義連結到其個人行動中，並在其中考慮到他人的行為，並由此為其當然的導向。

呂朝賢 (2008) 認為，社會企業或創業最常被提及的特徵，就是它們是為了創造某些特定社會利益、或實現某種社會目的而存在的 (Dees, 1998/2001; Ducci, Stentella, & Vulterini, 2002)。但是對於社會利益或目的之內容為何，到目前並無一定的共識。Ducci et al. (2002)、鄭勝分(2005) 及呂朝賢(2008) 等指出，社會企業在歐洲具有為弱勢者(Disadvantaged people)創造就業的功能。除此以外，社會企業也藉由如減輕貧窮、推廣教育、促進兩性平等、預防疾病等行動，來滿足社會需求與解決社會問題。以上各種社會企業的行動，皆具有催化社會轉型的潛力 (Mair & Marti, 2005)。從社會參與面來說，呂朝賢(2008) 認為社會企業本質上是一種公民集體參與的組織形態，鼓勵民眾與受社會企業行動影響的各群體共同參與其活動(Defourny, 2001)，使社區凝聚集體共識及累積社會資本(Borzaga & Defourny, 2001a)。無論上述任何一種社會性特質，皆有助減低弱勢群體的社會排除(Social Exclusion) 及促進社會包容(Social Inclusion)。

三、社會企業其社會目的與利益

以回應社會需求的時間步調來說，呂朝賢(2008) 指出社會創業家為社區帶來的益處，可分短、中、長三期，如同 Catford (1998) 的看法，短期來說可創造新的設施、服務與工作或提高既有服務的可近性、效率與效益；中期來說，可作為國家社福政策改革有效的參考；長期來說，可以創造與累積社區社會資本。呂朝賢(2008) 認為社會企業實現其使命的最優先事項為創造工作機會，

並藉此改正國家政策的偏頗處，累積社會資本，進而促進社區與地方發展的長遠目標。

社會企業的存在除了可實現某些社會使命外，有些學者更視其附有「社會共有(Social Ownership)」的特性 (Defourny, 2001; Social Enterprise Coalition, 2005)。對此，呂朝賢(2008)認為可從兩點來看：首先，在組織運作和決策上，社會企業並非完全由股東掌握企業的經營方向與利潤分配；社會企業所賺取的利潤，也會再投資到其目的事業之上 (Defourny, 2001; Department of Trade & Industry, 2002; OECD, 1999)；其次，社會企業的許多資源都是來自於「社會」(Defourny, 2001)，其所有權也相對有社會的部份而非完全屬於個人。

參·研究方法

本研究質性研究方法探討社會企業中的「社會」為何。首先針對社會企業的現象進行分類，進而對其行動歸納分析，找出該社會企業所創造的社會利益和社會意義，最後藉由譯碼的方式萃取出「社會企業」中「社會」這個概念的規範性意涵。本研究並非從既存的理論演繹出社會企業的社會面向，而是透過對社會企業現象的觀察分析歸納而來，將社會企業的現象透過詮釋掌握其意義。

本研究資料的依據，以輔仁大學社會企業研究中心 2012 年為勞委會(現為勞動部)撰寫的「社會企業人才培訓白皮書」裡對於現有的社會企業現象和類型為主。社會企業人才培訓白皮書是台灣第一份與社會企業相關的白皮書，其中集合了輔仁大學社會企業研究中心數位學者及國內外許多研究文獻，對目前社會企業的現象做了深入、嚴謹及相對完整探討，尤其是針對台灣的社會企業，因此具有重要的參考價值。本研究針對白皮書對現有的社會企業現象和類型及其服務與行動，進一步歸納出社會意義及社會面向。

肆·研究結果

一、社會企業其社會目標或社會利益

輔仁大學社會企業研究中心 2012 年的「社會企業人才培訓白皮書」裡對於現有的社會企業做了完整的彙整，提出該現象教育、環保以及資源分配等三個面向，並根據其社會目標或社會利益做了以下 14 項分類：

(一) 教育：隨著設立宗旨之不同，此類型社會企業設立之主要目的為：

1. 為身心障礙朋友，在文教、職訓與福利政策方面，提供全面性服務與前瞻性的規劃。
2. 以全方位服務為身心障礙者與弱勢團體，重建環境、身體心理與社會功能，維護其尊嚴與人權。
3. 推動台灣熱血青年到海外服務弱勢社群、探討國際議題、體驗異國文化與創造改變。
4. 為身心障礙提供職業訓練與就業協助、提供身心障礙者工作環境調整、工作試做及輔助器具設備。

(二) 環保：隨著設立宗旨之不同，此類型社會企業設立之主要目的為：

5. 以綠色消費的理想，守護土地和家園。
6. 提供消費者平價且健康的有機作物，推動環境保護及保護農民與消費者的健康。
7. 推動良知消費與土地復耕的觀念與行動，提升台灣糧食自給率。
8. 重視生產端環保議題，努力朝向尊重生命和大自然的耕作方式邁進。

(三) 資源分配：隨著設立宗旨之不同，可區分為商品配銷、媒體宣傳、顧問行銷、二手回收、收容照護服務、公平貿易與急難救助等，此類型社會企業設立之主要目的為：

9. 透過建立部落小農生產網絡，創造部落在地就業機會，脫離貧窮，吸引年輕人返鄉，傳承部落文化。
10. 提供社會大眾在購買商品的同時，對生產端的議題能有更多的思考，直接幫助貧窮國家的農民與工人有機會經濟獨立。
11. 公平貿易對生產者承諾提供一個能維持永續經營與長期貿易夥伴的「保證收購價格」，給生產者生存的空間，幫助他們免除價格波動的傷害，度

過耕種初期 的財務拮据，協助他們經濟獨立，並因此能專心培育出健康的農作物，甚至達到公平貿易對維護永續環境的要求。

12. 進口國外公平貿易商品讓台灣知道，將來也將台灣同樣優秀的產品帶到其他國家，讓國外的朋友認識台灣美味兼顧健康的食品。

13. 透過一個可以自食其力的機會，讓弱勢族群重新掌握生活主導權。

14. 成立基金會將金流資源重新分配，針對教育與慈善兩部份進行延伸擴展。在教育上，扶助弱勢學童就學，同時關注藝術文化的提升；在慈善工作上，著眼於兒童、青少年、老人、身心障礙者的社會公益。

二、社會意義

上述這些不同的社會企業，透過他們所提供的服務，為其對象及整體的社會，創造了不同的社會價值，並帶來了不同的社會利益，實現其社會使命。這些社會企業的服務與行動背後帶有其欲傳達或實現的素質(Quality)，即我們所謂的社會意義(social significance)。本文將其服務或行動中所觀察到的社會意義歸納如下：

- 民主深化：群體間的權力平等並促進決策參與；
- 多元社會：促進社會多元性；
- 經濟賦權：促進經濟參與之機會平等，創造經濟產出、消費循環、就業機會等；
- 健康環境：促進和改善衛生健康條件、休閒與環境提升生活品質；
- 社會互動：鼓勵並創造溝通與對話；建立友誼、促進歸屬感、合作與團結；
- 個人發展：促進個人技術、知識、自我認知和接納等發展、並達成自我實踐；
- 文化保存：促進文化或價值觀的保存與分享；
- 社會倡議：提供抒發、不滿和發聲管道；促進個人社會權益的取得與維護；

三、「社會」的面向

使用「社會」這個觀念來形容企業或創業時，其意涵為「屬於社會」或「與社會利益有關」之意。本研究參考 Cho (2006)對社會企業或社會創業「社會」概念規範性內容的討論，並從不同的社會企業之服務與行動作分析歸納，

提出「社會」的本質的七個面向：互為主體、共善性、價值、對話、賦能、空間性和時間性。我們發現，人們在使用「社會」來說明社會企業或社會創業現象時，所表達的意涵可由這七個面向予以理解。因此這些面向並非單純是對「社會」意涵之學術反思，更是對社會企業或社會創業現象的認知與詮釋。

(一) 互為主體 (Inter-Subjectivity)

一個平等互利的社會，人與人之間的關係就應該是互為主體的，彼此間不應有從屬或主僕式的關係，即便在組織中有管理階層，也是基於工作權責而產生的權力而不是任意的(Discretionary) 指揮。此外，每個人都是獨特的主體，有他自己的想法、感受、背景、需求、學習方式等等，一個社會需要重視每個人的主體性，用互為主體的方式建立人與人之間的關係。許多社會企業認為窮人不只是需要被幫助的個案，他們有獨特的價值，也是有能力貢獻社會的人，這就是一種人與人互為主體的信念。例如黑暗對話社會企業，運用並轉化視障者的優勢，成為有能力開發他人潛能的人。社會企業或創業實踐一個真正平等和互相尊重的環境，「互為主體性」是非常重要的核心信念。

互為主體性的概念通常有以下這些認知：在人與人彼此互動間，透過人們所建構的共享意義，用在日常社會與文化生活中意義詮釋的資源。翁開誠(1999)認為在互為主體性的理念中，自己、他人、萬物都各自是主體 (Subject)，各自去追求其主體性 (Subjectivity)，充分實現自己，讓自己自由自在。然而也因為相信各自都是主體；因此，彼此間不應有從屬、上下的關係，而是「互為主體」(Inter-Subjectivity) 的關係。在此互為主體的關係中，各自發展自己的主體，卻不自我封閉或刻意壓迫其他主體。彼此間，由於各自的主體展現，反而更能自由建立同感、讚賞彼此，形成一種不是宰制式的，而是彼此欣賞、參與彼此的世界，成為一種相互助長，豐富彼此的善意循環。

現象學中的互為主體性另有特殊的意義；在討論知識起源問題時，現象學者認為人在世界上群居，人與人之間有各種不同的關係，最根本的就在於知識，即一個主體意識和另一個或多個主體意識之間的關係，雙方各有認識作用即互為主體性。舒茲(A. Schutz) 綜合了韋伯(M. Weber) 和現象學鼻祖胡塞爾(Ed. Husserl) 的思想，建構其社會學闡述 Husserl「互為主體性」的說法；強調每個人在認知主體中有一先驗的自我，有認知他我的能力，由此構成認知上的相互共同性或同理性，這種社會意識也是互為主體性的表現。

(二) 共善性

「共善」(Common Good) 或「共同利益」的根源是人類的生活是彼此相連，共同居住在這個地球。我們所有的行為都或多或少會影響到他人，也受他人影響。當今世界面臨的環境危機，並不是工業革命當時所能預料的，在資本主義市場經濟全球化之初也未受到關注。工業化與經濟成長的主要動力來自於煤與石油，其污染與排放卻造成全球暖化、環境破壞與貧富差距，危及人類生存。

「共善」或「共同利益」是對於「公共財」或「共享資源」(例如空氣、環境)的認知，法律並無法對共享資源做完善的規範，共享資源也不可能依靠完全的私有化或國有化來管理。任何的經濟活動總是有些成本是由外部環境負擔，不會出現在損益表裡面的，這些所謂的「外部性(Externalities)」或「外部成本」便由環境或下一代來承擔。因此，我們必須自覺到，短期對自己有利的行為可能在長期對人類有負面效果；我們要真正提升生活品質就不能犧牲共善的價值。

根據索鄔達 (François Houtart, 2011)，「共善」或「共同利益」的概念包括以下三個主張。第一，即是「公共財」。「公共財」包括了諸如水、空氣、種子等生活不可或缺的元素，以及不論在南半球或北半球，此時正被新自由主義政策瓦解的「公共事業」。傳統觀點認為，公共事業管理就是在一定的環境中，以政府為核心的公共組織憑藉公共權力，為促進社會整體利益和協調發展，採取一定的方式對公共事業單位進行規劃、組織、指揮、協調和控制的活動過程。其特點可歸納如下面幾點：其核心目標是為了滿足社會的各種公共需要；往往具有一定的強制性、非營利性、服務性等。「共善」或「共同利益」的概念與對抗公共事業私第二個主張則是與現今全人類的「共享利益」概念有關。亞里士多德在他的《政治學》裡認為除非有些東西能夠互相分享，否則社會不可能存在。

第三個主張涉及的是普世或普遍的性質，與「人類共善」有關，涉及的是關於人類福祉(Well-Being)，它是許多因素結合起來對人類在地球生活的結果。它不是相對於「個人利益」或國家觀念下所界定的「共同利益」或「公共生活」。「人類共善」的概念包括了關於全人類生命的課題。鄔達認為我們必須深入檢視這危機的本質，指出目前國際間為了農業工業化，尤其是農作生質燃料及採礦業，在許多地方正持續進行土地的掠奪。這種破壞正以同樣的邏輯，在資本主義的中心與邊陲地區損害著人類的「共善」。為解決這樣的問題，他建議追究其本：必須重新建構人類共同善的條件；從描繪危機的根本性、系統本質，及其主要的元素開始。

社會企業或社會創業所要實踐的「共善」可視為是促進「社會生活各種條件的總和，使每個人都有相同的優勢，提供社會團體及其個別成員相對深入及暢通管道，獲得自我的發展與實踐」。與共善或共同利益有關的例子包括了人們能夠取得和負擔得起的公共醫療體系、有效的公共安全和保障制度、國際之間的和平、一個公正的法律和政治制度、不被污染破壞的自然環境和蓬勃發展的經濟體系等。這樣的制度、體制和環境對其社會成員的幸福均有強大影響力，因此這些制度和機構如何運作皆影響了社會問題的結構與出路。因此，社會企業嘗試消滅社會問題、創造社會價值，經營目標是為了特定社群的利益，長遠來看則是鼓勵人們朝向「共善」社會前進的鼓手。

(三) 價值

「價值」是多元且多層次的。很多行動的價值無法用金錢來衡量，也有不少價值主張是說的多、做的少。社會企業重視社會價值的創造，需要把其所重視的價值清楚界定並確實付諸行動。為了創造價值一定要投入資源，沒有努力也就不可能創造價值；然而，跟社會價值相反、對立的概念並不是「成本」，成本跟價值並不是對立的，有價值就必然有成本，兩者的本質其實同樣反映了人們的付出與價值期待。跟價值相反的概念其實是「小家子主義」或者「社區冷漠主義」，抱持小家子主義的人基本上認為社區中的人與人之間不需要也不可能產生信任、互利的關係，不可能共創出社會價值，因此只想自掃門前雪，認為別人的事或公眾的事跟他毫無關係，因此不願意為社會、為社區投入任何成本或努力。

Schwartz (1992) 認為價值觀的形成建立於三構面之上，分別是個人目標（目的性或工具性）、利益的獲得（個人或群體）和激勵元素（如：成就感、權勢等）。Schwartz 認為價值觀是個人在生活中，透過其所給予各價值元素重要性組合下所獲得的利益，進而達到個人目標的手段。Schwartz (1992) 在 20 個國家選擇多種樣本進行價值研究後，提出了 10 項價值類型，其中包括：權力、成就、享樂主義、刺激、自我發展、普遍性、仁慈、傳統、遵從和安全。此外 Schwartz 還測試了「靈性」這個類型，也就是「生命的意義」，但因其普世性具有爭議，所以沒有被納入。

Rokeach (1973) 定義價值為「個人或社會偏好的某種行為方式或生存目標的持久性信念」，並說明價值觀的五項本質：(1) 價值觀具有持久性；(2) 價值觀是一種信念，包括描述或存在信念、評價信念、規範或禁止信念，具有認知、情感和行為三個成分；(3) 價值觀可視為是行為模式與生存的最終狀態；

(4) 價值觀是個人的偏好(Preferences)；(5) 價值觀也是社會的、集體的偏好，指引個體從事能被其所屬社會接受的行為。Rokeach (1973) 強調「價值系統 (Value System)」的功能與運作，認為「價值系統」是由許多信念形成的一個持久的信念結構，人類的行為方式或生存目標都是依此信念結構的相對重要性而呈現出連續譜的分佈型態」。Schwartz & Bilsky (1987) 整理其他學者對價值觀定義，歸納出五項價值特性：(1) 價值是概念或信念，(2) 與欲求之最終存在狀態或行為有關，(3) 因個別情境而轉換，(4) 引導行為或事件的選擇或評估，(5) 人有能力作價值評估，即對各種價值作比較與排序(每個人的排序可能不相同)。

歸納以上定義，價值可被視為是個人或群體所持有、可觀察或不自覺之持久信念或概念，是個體對特定目標的偏好傾向，並作為個人在行動時據以選擇之準則。因為存在於人的心理狀態中，中文闡述時加上「觀」以表對事物的看法或心中的感念，是以評價者為立足點，評估各相關事物價值的看法（熊仁義，1999）；以「價值觀」稱之，亦與事物評價結果所慣用之「價值」用語區分。

社會企業或創業家和他們的所服務的利害關係人，必須透過尋找、溝通及協商等過程來決定什麼才是他們所關心的價值和符合社會目標的價值。探討社會創業的社會價值面向時可能碰到下述幾個課題：

- 一、是否存在普世價值？
- 二、有共識的價值包括哪些？
- 三、該如何詮釋和表達這些價值？

Cho 認為社會企業或社會創業可被視為創造社會價值與目標的工具與手段，其重要性立基於它們所希望促進的終極價值與目標，因此瞭解這些價值或目標的本質也是瞭解社會企業和創業的一部份。此外 Cho 也提醒我們從社會過程的觀點來看，特別是從民主系統的觀點，透過尋找、溝通及協商等過程來決定什麼才是社會所關心、社會的價值和目標是社會企業和創業家必須經歷的過程，在一個民主社會裡價值是多元且多層次，這樣的價值尋找、溝通、協商過程極具挑戰卻是非常重要的。

(四) 對話

「對話 (Dialogue)」跟我們常用的或「談話 (Talking)」及「辯論 (Debate, Argument)」是不同的。談話及辯論都是站在自己的立場講話，辯論更是為了要贏對方。「對話」的目的是從不同經驗、想法、看法的意見中，互相溝通、

了解和學習；是為了建立互相信任的氣氛，可以有不同的意見，但是是以包容開朗的心相互聆聽、以了解他人的想法為主；不輕易下判斷。「對話」的關鍵是聆聽，真心想了解可能不同的想法與立場，願意讓不同甚至有衝突的「劇本」同時出現在對話現場，對於不同的劇本都保持尊重與聆聽，而不會急於消滅衝突或不同的意見。

方永泉(2000)認為「對話」一詞在一般用法裡包括四種意思：(1) 指日常生活中在兩個人或更多人間所發生的會話(Conversation)；(2) 在戲劇或小說中，兩個人物間的會話；(3) 有時亦可指觀念、論點的交流（特別在政治議題上），以達成兩方的共識；(4) 指一種以會話形式寫成的文學或哲學作品，如柏拉圖(Plato, 427~347 B.C.)的《對話錄》(Dialogues)即屬此類；《論語》也是以對話體方式記載的著作。方永泉(2000)指出英文 Dialogue 來自與 Dialect（辯證），相同的希臘字根 Dialogos 或拉丁文中的 Dialogus，其意原指 Discourse（討論或論辯）。蘇格拉底(Socrates, 470~399 B.C.)時代，對話或辯證指透過討論所作的哲學思考方法。在柏拉圖的《對話錄》中即記載了蘇格拉底生前與其弟子、友人之間的對話。柏拉圖之後，西方有很長的時間均認為，對話或辯證的形式應該是開頭時對於某一問題提出許多但稍嫌散漫的答案，經過不斷批判修正的論辯過程，強化或釐清了其中某個答案。

當代的神學家與哲學家 M. Buber (1878~1965)則著眼於人與世界及他人的關係，提出他關於「對話」的看法。Buber認為，對話便是自我(Self)透過「我汝關係」(I-Thou Relationship)相互揭露的過程，因此對話實際上便是存有者之間的存有共融溝通。在 Buber 的觀點中，生命就是「遇合」，而個人與他人或藝術、自然間的關係，應該如同與神之間的「我汝關係」，亦即是不含有任何標幟或限制的關係。「開放的對話」(Open Dialogue)並不是「拆穿對方」，而是尊重對方無限的可能性，只有在「我汝關係」中才能發生，也是人類未來的唯一希望（方永泉, 2000）。

詮釋學者 H.G. Gadamer 融合柏拉圖《對話錄》中的精神及其對於「實用智慧」(Phronesis)理解，認為「對話」即是一個到達理解(Coming to an Understanding)的過程，而人則是「對話的存在」(Dialogical Being)。Gadamer 考察了哲學史之後，認為前述觀念是西方哲學從開始便有，而且也是當代哲學中必須從傳統哲學學習的課題。Gadamer 主張，在真正的對話中，對話的兩者應該彼此開放，真誠地接受對方的論點，並將自己置換於他人的位置上，以求個人所理解的並非對方這個特殊的個體，而是對方所說的內容。在對話過程中，個人並不是將對方的意見歸於對方身上，而是真正使對方的意見與自己的

意見發生關係。當對話者僅將對方視為個體來理解時，那只是一種治療性 (Therapeutic) 的對話，並不是兩個人間企圖達到理解的真實情境。引申而言，Gadamer 所講的對話，並不限於人與人間的溝通，而是與「文本的理解」(Understanding Texts) 有關。雖然文本是寫好的、固定的，只有透過詮釋者這一方才能表達出來，但人們理解文本其實就像兩個人間活生生的溝通一樣，文本與詮釋者都是整個理解過程的參與者 (方永泉, 2000)。

教育學者 P. Freire 受 Buber 與 Gadamer 等人對話思想的影響，也主張人是語言的存在，人類正是透過對話來相互顯示彼此的存在。Freire 甚至更進一步提出「對話教育」，教育就是以對話為基礎，培養人類具有批判能力，並且不斷創造人性化社會的社會實踐過程。Freire 的對話教育思想強調批判與質疑，因此又稱為「批判教育(Critical Pedagogy)」，教育對話過程視為啟發個人認知引導批判並改進社會，對話由存在的價值導向社會批判的價值。個人透過不斷的對話質疑，人類的存在處境才能不停地朝人性化前進，社會文明也才能向人性發展(方永泉, 2000)。

對話的成果往往可能獲得更有創造力的新想法或經過溝通整合後更完整的觀點。跟對話相反的是「威權」，運用威權試圖創造表面表象上的意見一致，卻反而妨礙了可能發生的對話。「威權」不一定只發生在上對下的權力之中，也可能以賣弄術語、引起恐懼或擅作結論等形式出現。社會企業重視參與，因此不宜採威權領導，而應採取對話的方式來促進組織學習與個人成長。正如 Cho 所提出的社會企業或創業家在希望以追求社會為目標，並與一般企業或創業作一區分時，就以註定他們必然要走上對話之路，他們必須透過尋找、溝通及協商等過程來決定什麼才是社會所關心的、對社會有價值和屬於社會的目標。

(五) 賦權 (Empowerment)

賦權的英文是 (Empowerment) 中文有時會譯為培力、賦能、充權、充能、授權與授能等，是藉由學習、參與、合作等過程，獲得掌握自己本身事物的能力，以提昇個人、組織與社區的生活品質。

許多社會問題乃是起源於資源分配不均，那些無法獲得資源的人最好能夠互助並爭取應得的權利，而不是僅由社會救助的方式來彌補。賦權的觀點重視「自覺」，也就是體悟到自己是具有主體性的，而社會結構造成了不平等，自己不能只是以受害者自居，應當保持主動，改善自己的同時也促進社會結構的

變革。賦權觀點以「正向促進」取代「殘缺補救」，以「發掘優勢」取代「改善缺點」，使社會中的相對弱勢群體發展積極的身份認同與能力感。

社會企業激勵人們去建設更美好的生活和社區。社會企業可以透過多種賦權方式來促進社群的認同感與合作能力，例如：(1) 提升社區成員之自覺意識與行動能力，使之由被動而變為主動；(2) 培養在地行動者，強化自主領導能力；(3) 舉辦願景共識討論會，促進社區成員參與願景形塑；(4) 協助社區成員了解自身權利，幫助他們發聲；(5) 開展社區行動，促進經濟、社會、環境、文化等面向之健全。

社區心理學家如 Rappaport (1987, 1992)；Perkins & Zimmerman (1995) 認為，賦權乃是個人、組織與社區藉由一種學習、參與、合作等過程或機制，使獲得掌控(Control) 自己本身相關事務的力量，以提昇個人生活、組織功能與社區生活品質(Quality of Life)。根據研究顯示，知覺控制(Perceived Control) 是非常重要的，它可以減少心理壓力，能預測正向的健康行為，並與促進社會行動及政治參與有關 (Oxford, 2008; Perkins & Zimmerman, 1995; Dalton, Elias & Wandersman, 2007)。

Sadan (2004) 認為賦權首先是一種理念，是一種能夠打破惡性的循環或解決複雜問題的理念。Sadan 認為人們受苦不只是由於其他人的疏忽和冷漠，更因為「不當」的社會服務。Sadan 指出賦能受到存在主義哲學，如 Nietzsche、Albert Camus 和 Martin Buber 等哲學家思想，和心理學領域中如 Victor Frankl、Carl Rogers 和 Rollo May 等的影響；在這些哲學和心理學觀念的影響下，賦權理念認為人對其周遭世界承諾與責任的實踐是他們能力發展的結果。這些能力不單只是知識和技術能力，它更包含了那些因為對自己需求的覺醒和對他人需求的敏感延伸而出的意義探索。正如改革往往發生在權力衝突的關係中，在這些情況下大部份人可以明顯感受到對歸屬和意義的需求，就算是這些需求可能會受到隔離、冷漠、懷疑和對自己有能力做出改變的質疑所蒙蔽。人的需求可以是也應該是多層次和多元的，而無論在那一個層面上賦能正是要為個人或社區注入能夠積極參與的生命。Sadan 認為社會所面對的真正危險是來自於落入一種持續性和系統性「失能」的惡化。

賦權的重要價值在於它對有效解決複雜社會問題的重要性。許多社會問題的存在，乃是起源於資源分配不均，這些無法獲得資源的人最好透過互相、幫助別人或自己爭取他們應得的權利，而不是由社福機構或慈善團體來滿足其需求。賦能觀點是以「健康促進」取代傳統的修復問題，以「發掘優勢」取代

傳統的將危險因子收集成冊，以尋找「環境影響」取代傳統的責備受害者 (Victim Blaming)。(Rappaport & Siedman, 2000) 賦權的重要特性基於它是具有多層次(個人、團體、組織及社區)與多面向(人際、社會、行為、組織及社區)的構念；涉及由下而上(Bottom-Up)的改變；在不同脈絡下的情況亦有差異；發生在一個集體脈絡(Collective Context)之中；是一段進程而非處於一個穩定狀態 (Rocio, 2003; Dalton, Elias & Wandersman, 2007)。

賦權理念發展始於 1970 年左右，並且在 1980 年代之後開始被不同專業領域所應用。社區賦權的概念除受到賦能理念的影響外，亦受到地方治理的思潮的影響，因此社區的居民在此思潮下被期待具有現代公民的責任與義務(廖石，2003)。因此，社區賦能的內涵就包括意識喚醒、知識增進和採取行動，甚至 Wallerstein(2002)認為賦權社區的目標就是要透過一系列的社會運動促使社會改革，進而達到資源的公平分配(李怡娟等，2006，p. 24；羅秀華，2001)。

專業團體的協助就扮演十分重要的角色 (Dobrin, 2008)，在主流社會主導下的社區發展之下，除了需要有在地組織的運作外，更需要一些外部資源、資訊、經費及相關必要的技術引進(如電腦技能、撰寫計畫等)，特別是在那些教育程度與資訊落後的偏遠地區而言，資訊、資源及技術相對是較缺乏的，因此相關的專業組織(跨專業)協助對於賦權的推動也就相對重要 (Conyers & Cumanzala, 2004)。

李怡娟等(2003)的賦權過程模式包含三個部份：前置因素－引發賦權的誘因，也就是激發對象對自身問題及所處環境產生覺醒；過程因素－進行方式及過程；和結果－產生的成果。引發賦權能發生的因素包括：(1) 發生適應不良的行為；(2) 引發各方解決問題的動機；(3) 具個別獨特性且個人自覺重要的自發性選擇；(4) 對資源及社會影響力感到疏離；(5) 無望；(6) 自我責備與不信任。

進行方式及過程的因素則有：(1) 互助性參與；(2) 主動性傾聽；(3) 獲得或發展出個別性、獨特性的知識。而產生的成果是：(1) 產生自己做決定的能力；(2) 建立起特有的促進健康行為；(3) 主動尋求資源；(4) 具備作選擇及決定能力及與他人互動；(5) 具有正向自我概念、個人滿足感、自我效能、感覺希望及社會公義(李怡娟等，2003)。

人與社區是社會企業和社會創業存在的基礎。無論社會企業或社會創業致力於解決什麼問題，他們的初衷都是改善人們的生活，增進社會或社區利

益。但社會企業不僅僅是紓解苦難的人道主義組織或慈善事業，他們還帶有增進個人、團體和社區的權能，激勵人們建設更美好的生活和社區。社會企業為了發揮這一個功能，會透過為社區成員提供必要的知識和技能、增強其信心、滿足自身需求和倡導自身利益。通常在一開始的時候這個社會企業向社區成員敞開大門，讓他們可以參與項目，幫助策劃、管理和評估項目。社會企業可以透過多種方式鼓勵參與，例如：

- 在領導力培養方面投入資源、提供支援、瞭解問題所在、確定解決方案並制定行動計劃；
- 透過願景會議，讓社區成員表達自己對生活和社區的夢想，並將這些夢想融合成共同願景；
- 協助社區成員倡導自己的權利，幫助他們向決策者提出自己關心的問題。

參與和賦權是相輔相成的，人們透過參與可以學習新技能、樹立信心、發表自己的意見、培養掌控自己生活的能力。當人們感到自己被賦予權力和能力時，他們更有可能積極參與。

(六) 空間性

社會的另一個面向是「空間性(Spatial)」，畢竟社會或社區是由具體的地域界線、功能界線或互動場域所界定，或藉關注的議題和歸屬感所形成。像「社區」指的就是居住在同一區域的人群，像傳統的農村就是一種社區，而這個區域就是一種「空間性」。社區居民可能有共同的文化，也可能有不同的文化，在同一個空間中生活，居民需要建立共同的行為期待規範，也需適應彼此的文化差異；有共享的資源要管理，也有居民各自的獨立性要維持。社會學家和地理學家通常會用 *society* 或較局限的觀念社區(*Community*) 來說明這種在某些邊界線、地區或領域內發生作用的一切社會關係。

Cho 認為一開始當我們有的國家概念是「公共的領域」，雖然這公共的領域可能是很多元或相互矛盾，卻已被設置於國家的地理和社會疆域中。當然我們也有相當令人信服的論點去相信有超越邊界線的社會需求存在，尤其是從國際性的或普世主義的(*Cosmopolitan*) 的觀點。但從目前許多的爭議中我們可以看出，從全球觀點認為是有益處的事情，在國家或區域的層次上不一定會是被認同或不一定在政治上可行，例如外包(*Outsourcing*) 白領工作就引起特別的關注和激辯，或大量醫護人員移民流入已開發國家也引起原先國家社會利益及倫理層面的討論。

因此為社會企業或創業界定其社區是極重要的過程。不同的社會企業會依不同的方式界定其社區疆域。對一些社會企業來說，社區指一個地理區域—街區、村莊、城市或地區。另一些組織將社區視為特定的少數民族、弱勢群體或語言相同、年齡相近或性別相同的群體，也有一些社會企業將其社區定義為任何受特定問題影響的人，例如受疾病，老年人口、環保或失業等問題。往往社會企業會透過對話和互為主體的過程，界定其目標社區。

因此，社會企業在一個特定空間場域中開展，不能輕率地以為文化差異不存在或文化適應是自然而然的事；認為有放諸四海皆不變的經營管理方式，或是認為社區居民跟社區是隸屬關係而無個人利害關係或主張。社區也是處於一個更大的社會網絡與結構之中，有的社區在社會經濟發展中變成中心，有的變成邊緣；有的資源豐富，有的相對匱乏；有的社區人情濃厚，有的冷漠防衛。這些都是社會企業在社區空間性的限制當中，所可能面對的課題。

(七) 時間性

跟空間性類似，時間性(Temporal) 這面向代表我們意識到社會企業是在時間歷史軸裡面開展的。像「永續發展 (Sustainable Development)」這個理想，就是有關時間歷史的思考，重視的是我們今天應當如何做，才能確保尚未出生的世代有個美好的社會。從時間面向來看，我們對社會價值的認知也會因時代的演變而改變。

近年來有人提出了「永續發展」(Sustainable Development) 的觀念試圖解決現今社會與未來社會之間折衷權衡所引發的兩難問題。永續發展一般是指在保護環境的條件下既滿足當代人的需求，又不損害後代人需求的發展模式。這個觀念以布倫特蘭委員會(Brundtland Commission) 提出的最廣為人知，後來也成為最經常被引用的永續發展的定義：「人類的發展能夠滿足當代的需求，且不致危及到我們的子孫滿足其需要的能力」(Development that meets the needs of the present, without compromising the ability of future generations to meet their own needs.)。(United Nations, 1987；Smith, 1998) 永續發展的重要精神在於追求社會、經濟與環境三面向的均衡發展，即：社會層面主張公平分配，以滿足當代及後代全體人民的基本需求；經濟層面主張建立在保護地球自然環境基礎上的持續經濟成長；環境層面：主張人類與自然和諧相處。

永續發展(Sustainable Development) 的觀念和論述，在不同的地域、文化、政治、經濟和時間的社會界限中，在目標設定與方法選擇上均可能有衝突，也可能導致不同的結論，往往難以有效進行對話。在這脈絡中，社會企業往往可

扮演重要的在地耕耘、建立模式、跨域連結、溝通促進、平台發展、政策倡議等角色。

伍·結論

本研究分析歸納社會企業中「社會」意涵，提出「社會」和「企業」觀念間如何扣合與整合。我們發現社會企業並不是一半社會、一半企業，而是一個完整的以人為本的社會企業，其「社會」性可視為是在特定時間和空間裡的一群人，雖然可能各有不同的價值信念，但或多或少都願意為維護其價值與信念而付出努力，透過對話與賦權，尋求互為主體與共善的實踐。

因此，「社會」理念是社會企業立基的核心觀念，它包括：互為主體、共善性、價值、對話、賦能、空間性和時間性這七個面向。社會企業的本質是互為主體與共善的；社會企業在組織人力資源與整體發展上，應當採用價值、對話、賦權的原則與方法，引發人們的自覺與同理心，發揮自身潛能；而社會企業在實踐行動時，則需對空間的限制保持敏銳，在文化與資源的空間差異中確保調適能力；此外需關注時間性課題，維護環境與自身之可持續性。

參考文獻

- 方永泉，「Dialog, Dialogue (對話) 解釋」，國家教育研究院雙語詞彙、學術名詞暨辭書資訊網，2000 年 12 月，
<http://terms.naer.edu.tw/detail/1313106/>。
- 李俊妮、周思中譯，弗弘索·鄔達著，「從「公共財產」到「人類共善」」，羅莎盧森堡基金會布魯塞爾辦公室出版，2011 年。
- 呂朝賢，「社會企業與創業精神：意義與評論」，國立政治大學社會學報，第 39 期，2008 年，頁 81-117。
- 李怡娟、陳俞琪、王慧群，「賦權／充能式的社區發展過程：以台北市某社區為例」，護理雜誌，第 53 卷第 2 期，2006 年，頁 23-29。
- 李怡娟、葉若分、張麗春，「建構賦權式以社區為基礎的獨居老人照護模式」，護理雜誌，第 50 卷第 3 期，2003 年，頁 49-55。
- 社會企業人才培訓白皮書。
- 翁開誠，「互為主體性的人文主義與教育改革：對來自另一個方向的迴響」，應用心理研究，第 2 期，1999 年，頁 7-9。
- 廖石，「從「地方治理」的思潮變遷探討「社區賦權」在鄉村發展政策中的定位與課題」，城市與設計學報，第 15/16 期，2003 年，頁 93-115。
- 熊仁義，「現代人的價值觀」，台北：青年日報社，1999 年。
- 趙曉維，「互為主體性」，收錄於教育大辭書(一)，國立編譯館(編)，台北：文景，2000 年，頁 871。
- 謝伯芳，「淺談“對話”」，太平洋時報，2013 年 3 月 14 日。
- 羅秀華，「社區充權的行動研究—以木新永安組織經驗為例」，臺大社工學刊，第 5 期，2001 年，頁 151-195。
- Cho, A. H., "Politics, Values and Social Entrepreneurship A Critical Appraisal, in Social Entrepreneurship", Ed. by: John Mair, Jeffrey Robinson and Kai Hockerts, Basingstoke: Palgrave Macmillan UK, 2006.
- Borzaga, C., Defourny, J., "The emergence of social enterprise", London and New York: Routledge, 2001.
- Borzaga, C., Defourny, J., "Conclusions: Social Enterprises in Europe: A Diversity of Initiatives and Prospects", in Borzaga, C., Defourny, J. (eds.), The Emergence of Social Enterprise, London: Routledge, 2001.
- Catford, J., "Social entrepreneurs are vital for health promotion—but they need supportive environments too. Editorial", Health Promotion International, Vol. 13, 1998, pp.95-98.

- Conyers, D., Cumanzala, F., "Community Empowerment and Democracy in Zimbabwe: A Case Study from Binga District", *Social Policy & Administration*, Vol. 38(4), 2004, pp.383-398.
- Dalton, J. H., Elias, M. J., Wandersman, A., "Community psychology: Linking individuals and communities", Stamford: Wadsworth, 2007.
- Dees, G., "The Meaning of Social Entrepreneurship", 2001,
http://www.fuqua.duke.edu/centers/case/documents/dees_SE.pdf#search=%22social%20entrepreneurship%22
- Dees, J. G., "Enterprising nonprofits: What do you do when traditional sources of funding fall short?" *Harvard Business Review*, Vol. 76 (1), 1998, pp.55-67.
- Defourny, J., "From third sector to social enterprise", In Borzaga, C., Defourny, J. (Eds.), *The Emergence of Social Enterprise* (pp. 1-28), London: Routledge, 2001.
- Great Britain Department of Trade and Industry, "Social Enterprise: A Strategy for Success", Department of Trade and Industry, July 2002.
- Dobrin, L. M., "From linguistic elicitation to eliciting the linguist: Lessons in community empowerment from Melanesia", *Language*, Vol. 84(2), 2008, pp.300.
- Ducci, M., Gazzano, A., Villani, C., Cela, V., Artini, P. G., Martelli, F., Genazzani, A. R., "Membrane integrity evaluation in rabbit spermatozoa." *European journal of obstetrics, gynecology and reproductive biology*, Vol. 102(1), 2002, pp.53-56.
- Ducci, G., Stentella, C., Vulterini, P., "The Social Enterprise in Europe", *International Journal of Mental Health*, Vol. 31(3), 2002, pp.76-91.
- Fernandez-Ballesteros, R., "Encyclopedia of Psychological Assessment", London: SAGE Publications Ltd, 2003.
- Johnson, S., "Literature review on social entrepreneurship. Canadian Center for Social Entrepreneurship", 2000,
<http://www.bus.ualberta.ca/ccse/Publications>
- Mair, J. & Marti, I., "Social entrepreneurship research: a source of explanation, prediction, and delight", *Journal of world business*, Vol. 41(1), February 2006, pp.36-44.
- OECD, "Social Enterprise: A Comparative Perspective", International Conference, Trento, 2001.
- Orford, J., "Community Psychology: Challenges, Controversies and Emerging Consensus", New Jersey: John Wiley & Sons, Ltd., 2008.
- Perkins, D. D., Zimmerman, M. A., "Empowerment theory, research, and application", *American Journal of Community Psychology*, vol. 23(5), October 1995, pp.569-579.
- Rappaport, Edward, "Preliminary report", Hurricane Andrew.: National Oceanic and Atmospheric Administration, National Weather Service, National Hurricane Center, Coral Gables, Fla., August 1992, pp.16-28.
- Rappaport, J., "Terms of empowerment/exemplars of prevention: Toward a theory for community psychology", *American Journal of Community Psychology*, Vol. 15(2), 1987, pp.121-148.
- Rappaport, J., Edward S., "Handbook of Community Psychology", New York: Springer, 2000.

- Rokeach, M., "The Nature of Human Values", New York: The Free Press, 1973.
- Sadan, Elisheva, "Empowerment and Community Planning: Theory and Practice of People-Focused Social Solutions", Translated from Hebrew by Richard Flantz, Tel Aviv: HakibbutzHameuchad, 2004.
- Sanchez-Fernandez, R. & Iniesta-Bonillo, M. A., "Consumer Perception of Value: Literature Review and A New Conceptual Framework", *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, Vol. 19, 2006, pp.40-58.
- Schuyler, G., "Social entrepreneurship: A prot as a means, not as an End. In Kauffman Centre for Entrepreneurial Leadership", Clearing House on Entrepreneurial Education (CELCEE), 1998, <http://www.celcee.edu/products/digest/dig98-7html>.
- Schwartz, S. H., Bilsky, W., "Toward a Universal Psychological Structure of Human Values", *Journal of Marketing, Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 53 (3), 1987, pp.550-562.
- Schwartz, S. H., "Universals in the Content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical Tests in 20 Countries", *Advances in Experimental Social Psychology*, Vol. 25, 1992, pp.1-65.
- Smith, C., Rees, G., "Economic Development", Basingstoke: Palgrave Macmillan, 1998.
- "Social Enterprise Coalition", 2005
<https://webgate.ec.europa.eu/socialinnovationeurope/en/directory/organisation/social-enterprise-coalition>
- Thompson, J., Alvy, G., Lees, A., "Social entrepreneurship—A new look at the people and the potential", *Management Decision*, Vol. 38 (5), 2000, pp.328–338.
- United Nations, "Report of the World Commission on Environment and Development", General Assembly Resolution, Vol. 42(187), 1987, pp.154-156.
- Wallerstein, N., "Empowerment to reduce health disparities", *Scandinavian Journal of Public Health*, Vol. 59, 2002, pp.72–77.

The Social Dimensions of Social Enterprise

HAW-RAN WONG, WEN-YAO HAN, CHIA-PING LIN, LEEMEN LEE*

ABSTRACT

Social enterprises recently have been lively discussed among all sectors, the government and nonprofit organizations treat them as a new alternative solution of invested policies and public donation to deal with social problems. However, social enterprises consist of two innate characters – “social” and “enterprise” -which may be conflict to each other. In addition, social enterprises worldwide have developed distinctively; therefore there is no clear consensus on the nature or definition of social enterprise. In this study, observations showing that the current studies and discussions on social enterprises tend to focus on the “enterprise” aspect, while the “social” aspect is usually assumed without being carefully looked at, as it has been either ignored or known as a common sense. As the result, “tautology” and “monological” fallacy occurs when defining social enterprises. This study attempts to improve the way to define social enterprises. The definition was conducted according to the “social” aspect of the social enterprises rather than the social issues they are handling. In this study, qualitative research method was adopted to analyze and to induct the “social” aspect of the social enterprises. The analysis began with the phenomenon of social enterprise, identifying their services and actions. The social significance behind the theme was therefore explored. Finally, the dimensions of “social” were inducted based on the social significance. In this study, the analytical induction of the “social” concept of social enterprises was consisted of seven dimensions – inter-subjectivity, common good, value, empowerment, dialogue, spatial and temporal, which then defined “social” as “a relatively identifiable group of people, who hold values and beliefs (the values and beliefs held by different people may be different) and (to some extent) are willing to make efforts to act upon their values and beliefs, to pursue the actualization of inter-subjectivity and common good through the approaches of dialogue and empowerment, in a specific temporal and spatial context.”

Keywords: Social Enterprise, Social, Dialogue, Inter-subjectivity, Empowerment

* Haw-Ran Wong, Assistant Professor, Master of Social Enterprise, Fu Jen Catholic University. Wen-Yao Han, Graduate Student, Executive Master of Social Enterprise, Fu Jen Catholic University. Chia-Ping Lin, Graduate Student, Master of Social Enterprise, Fu Jen Catholic University. Leemen Lee, Assistant Professor, Department of Business Administration, Fu Jen Catholic University.