



营商事工全球智库
BUSINESS AS MISSION
GLOBAL THINK TANK

极需学者

营商事工研究现状

議題小組報告

英文版: bamthinktank.org

中文版: www.chinesebam.com/bam-database/reports/

极需学者

营商事工研究现状

营商事工智库小组报告

学术与研究

二零一四年五月

英文版: bamthinktank.org

中文版: www.chinesebam.com/bam-database/reports/

议题小组组长

史蒂夫·冉德尔 (Steve Rundle)

报告合着人

布莱恩·奥尔布赖特 (Brian Albright,) , Min-Dong Paul Lee, 史蒂夫·冉德尔 (Steve Rundle)

参与小组

布莱恩·奥尔布赖特, 费尔南多·布隆, 琳达·克里斯蒂安森, 迈克尔·库珀, 珀彼得·赫斯拉姆, Min-Dong Paul Lee, 戈登·普里斯, 史蒂夫·冉德尔 (Brian Albright, Fernando Bullon, Linda Christiansen, Michael Cooper, Peter Heslam, Min-Dong Paul Lee, Gordon Preece, and Steve Rundle)



执行编辑

约·普伦麦尔与迈茨·图内哈格
(Jo Plummer and Mats Tunehag)

©营商事工智库二零一三。营商事工智库许可免费分发此报告供个人和教育使用。禁止商业拷贝或销售。若要捐款支持智库持续运作, 请登上<http://bamthinktank.org/reports>。在引用此报告时, 应该在注言和参考数据中列出报告作者, 格式如下: 报告作者, 「报告标题: 报告副标题」, 营商事工智库 (二零一三), 约·普伦麦尔与迈茨·图内哈格 (Jo Plummer and Mats Tunehag) 编, 网址<http://bamthinktank.org/reports>

目录

前言	1
本文撮要	3
营商事工研究现状	3
导言	4
营商事工学术研究简史	4
织帐篷：营商事工的先行者	4
营商事工的兴起	7
进一步研究的渠道	9
关于微型企业发展的几句话	12
总结思考	12
建议	13
参考数据	14
营商事工参考书目	18
附录 - 营商事工研究的强弱机危分析	27

前言

「营商事工全球智库」已启动一个独特的平台，便于世界各地从业者及领袖协作。第二届营商事工全球智库行动的关键词是：振兴。智库的目标是振兴全球的营商事工，装备并鼓励有志藉营商服侍神和造福各族群的人。

我们为此启动了三十多个国家、区域及国际项目小组，分别聚焦研究营商事工浪潮中之重要议题，及特定区域或国家的营商事工。

这些小组的目标是聆听、学习、分享和联系。我们制定了工具与模板，方便各组通过虚拟会议及面对面咨询作出高效协作。经过多次对话之后，每个小组都发表了总结报告，包括专题文章、实况分析、个案研究、工具和资源目录。

为了确保小组内外的沟通富有意义和建设性，我们采用以下对「营商事工」的定义：

营商事工是：

- 可持续和有盈利的商业行动；
- 定意对人及国家带出天国目的及影响；
- 着重经济、社会、环境和灵性果效，并实现整全转化；
- 关顾世界上最穷困及最少听闻福音的群体。

这个定义起源于第一届营商事工全球智库，其成果包括所发表的《营商事工——洛桑第五十九号特别报告》及〈商贸宣教宣言〉

（英文版见http://www.lausanne.org/docs/2004forum/LOP59_IG30.pdf；
中文版见 <http://www.chinesebam.com/bam-database/literature/>）等文献。

智库项目带来了全球营商事工学者和社会资本的大聚集。除了发表报告，更在二零一三年四月于泰国举行项目小组领袖论坛和营商事工全球会议，众精英济济一堂，建立起合作网络，并继续将搜集到的资源广泛分享和传播。

此报告为三十多个项目小组的系列报告之一，是全球数百位营商事工领袖的心血结晶。其余项目报告见<http://bamthinktank.org/reports>（英文版）或<http://www.chinesebam.com/bam-database/reports/>（中文版）。

我们将于二零一四年发布内容全面的《营商事工全球智库第二号报告》，跟进于二零零四年发表的《营商事工——洛桑第五十九号特别报告》。

这些报告本身并非营商事工全球智库的终论或终点，反而应被视为营商事工经营者及其他领袖到目前为止之重要反思，我们还将继续前进，迎向问题，响应需要和期望的落差。某些小组会继续下去，亦有新的活动会展开。营商事工浪潮正在起劲！

能够在这两年参与这场史无前例的全球协作，是我们的荣幸。回望过去，我们看见有些时候实际成果与期望和计划之间有距离，然而，我们也见证了神能够成就超过我们所求所想的大事。

我们真诚地感谢所有与我们一同劳苦的全球智库同仁，特别是筹划小组、议题小组、区域小组各组长、支持小组，以及我们的配偶马克和珍妮花。

祝愿这些项目报告、个案研究、工具、建议和资源能被广泛传播，鼓励和装备多人，并振兴全球营商事工的发展。

“神能照着运行在我们心里的大能充充足足地成就一切，超过我们所求所想的。愿他在教会中，并在基督耶稣里，得着荣耀，直到世世代代，永永远远。阿们”（弗三20-21）。

联席主席

祖·普伦麦尔，迈茨·图内哈格

chairs@bamthinktank.org

二零一三年九月

本文撮要

极需学者 营商事工研究现状

虽然「圣俗二分观」倾向在教会中根深柢固，但是近几年这观念已经有很大的转变，大家不断意识到通过营商来促进公益的潜力。不过，相关讨论产生的资源对基督徒商界专业人士仍未能提供足够的实际帮助。不管是书籍、网站、博客抑或其它资源，其内容不外乎是「呐喊助威」，即仅鼓励基督徒「在职场见证信仰」，或者认可营商是产生积极小区影响的工具。

这些「呐喊助威」固然宝贵，然而从业者和教育者却日益抱怨可用资源匮乏，尤其缺乏以实事求是的眼光批判性地看待经验教训和背后缘由的严谨研究。这不只是学术问题；没有优质研究及其产生的资源，从业者只能自己找寻答案，使得营商事工的长期影响继续两面化。

刺激学术资源产生的一个办法是创立营商事工学者协会，它应该包含发布研究成果的平台（学术会议和期刊）。应对需求的另一个办法是借鉴于社会创业。社会创业强调多重「底线」，与营商事工类似。其主要差异在于，社会创业容纳所有宗教角度，还容纳非宗教与人文视角。即便如此，两个领域还是可以从互相尊重的对话中借鉴学习。营商事工领域学者应该积极与他们互动，参加社会创业的会议，给相关期刊投稿。

下面的总览旨在帮助学者快速了解已经进行的研究，以及研究的不足。此报告经许可后稍微修改了圣经营商期刊 (*Journal of Biblical Integration in Business*) 中《营商事工融合：回顾与研究日程》（“‘Business as Mission’ Hybrids: A Review and Research Agenda.”）一文，并用作正文内容。

极需学者

营商事工研究现状¹

导言

顾名思义，营商事工就是带着宣教动机的营商行动。作为学术领域，它与社会创业有许多共同之处，但「以基督为中心」则是它独一无二的特点。有别于「常规企业」，和「常规事工」，它提供了新机遇，也为学者提出了新问题。之所以说营商事工提供了新机遇，是因为它是唯一一种有潜力创造财富、帮助从业者自养的事工或宣教策略。所有其它事工形式都必须将财富从一个团体（个体捐款人、政府等）转移到另一个团体，才能维持运营。然而，营商事工能够自养的特征也提出了一些重要的神学、法律及经济问题。

从神学方面而言，它要求基督徒理解营商与神的使命有何关系。从法律方面来说，从业者如果是在政府审批慈善机构背景下开展营商事工，就需要极其谨慎，不要触犯法律。从经济方面而言，由于营商事工本质上是营利性事工，它提出了如何建构及管理事工，以发挥最大影响力的问题。这些问题只是「冰山一角」，因此我们把本报告题目定为「极需学者」，盼能向各位发出研究邀请。

本报告的目的是简介营商事工作为学术研究领域的兴起。它没有囊括一切现有文献，而是进行有限的回顾，为这个新兴领域提供一个大事年表。然后，它提出了有关进一步研究的建议。本报告在结尾部分提出了关于如何激发学者研究营商事工的一些想法。此外，本报告还包含一个参考书目，为不熟悉此题目的学者和从业者提供可用资源。

营商事工学术研究简史

虽然各种形式的营商事工实践散见于教会历史的各个时期²，但它却是一个新兴而欠缺发展的学术领域。贝克Baker（二零零六）指出，基督教宣教标准历史或神学鲜见「营商」、「贸易」或「产业」这些词语；虽然关于职场信仰的讨论有着悠久历史，但我们在商业文献中几乎同样难以发现「全球宣教」或「大使命」这些名词。（例：米勒Miller，二零零七）

织帐篷：营商事工的先行者

学术界对于营商在全球宣教中角色的兴趣，最初始于二十世纪中叶，当时被归为「织帐篷」。根据使徒保罗和亚居拉、百基拉的事工模式（徒十八3，罗十六3，提后四19），宣教学专家开始实验这种理念：即一个人的专业技能可以作为拓展神国的工具，尤其在基督徒比例较低的国家。

在这里值得暂停片刻，来回顾保罗的动机和策略，因为它们揭示了织帐篷辩论中一些有趣而惊人的事实。首先，我们有很大把握认为，保罗的宣教工作在很大程度上都是自养的，只有少数例外。他至少在哥林多（林前九）、以弗所（徒二十34-35）和帖撒罗尼迦（帖前二9，帖后三8）做到了自养。其次，他不是必须工作，却选择工作。他虽然在哥林多前书

¹此报告经许可稍微修改了圣经营商期刊中《营商事工融合：回顾与研究日程》一文，并用作正文内容。原文链接为：<http://www.cbfa.org/JBIBVol115No1.pdf>

²见例：丹克（一九七一），贝克（二零零六），坡因特及库珀（二零零六），欧文斯（二零零六）。

九章为给属灵工人提供捐助支持提出充分肯定，而且确实从腓立比教会接受了一些资金支持（腓四15-16），但是他在哥林多前书九章十二和十五节坚决拒绝接受他人支持，这表明接受支持不是他的常规做法。既然保罗一生的负担是宣讲福音（林前九16）、在属灵荒漠看见教会兴起（罗十五20），这就提出了一个重要的问题：「保罗完全有权利依赖他人的经济支持，可他为什么要选择工作？」

如果仔细研究保罗书信，就能发现答案。对于保罗来说，自养是他宣教策略不可分割的一部分。免费宣讲福音使得他的信息更为可信（林后二17，多一10-11），而且为归信者树立了榜样（帖后三7-9，帖前二10-11，弗四28-32，林前四12, 16，林前九12-18）。要记得，他的许多追随者在信主之前都是拜偶像的、淫乱的、偷窃的、醉酒的、勒索的（林前六9-11），丝毫不知道属神的生活方式是什么样子。保罗通过示范自律且以基督为中心的生活方式，不仅能扭转他们的属灵世界观，还能改变他们的经济和社会条件。

受到保罗模式的启发，现代织帐篷的先驱者们（例如路得·西门斯Ruth Seimens，克里斯蒂J. Christy Wilson·威尔逊和肯·克罗韦尔Ken Crowell）从二十世纪中期开始以行动表明该模式今日依然有效，一个人的专业训练和经验实际上可以成为全球宣教的资产而不是负债。³然而，当时「圣俗二分」观念在教会根深抵固，人们以非常怀疑的眼光看待织帐篷。人们挂虑的问题通常围绕着下面几个主要方面：

1. 时间管理，具体来说，织帐篷者要花费时间工作，就要减少「做事工」的时间，这是否让他们处于不利位置？
2. 收入来源问题，具体来说，织帐篷者是自养更好，还是接受捐助更好？
3. 问责问题，即自养的织帐篷者代表了新型的「独狼宣教士」，他们不希望服从差派教会或宣教差会的权威。

关于时间管理和收入问题，西门斯、威尔逊和克罗韦尔基本观点一致，认为织帐篷是一种自养的宣教模式，而工作和事工不一定互相冲突。不过，需要指出的一个重点是，不像近期的「信仰与职场」著作，「事工」一词的意思都专指宣教。换言之，工作只有在为宣教提供机会的情况下，才被视为与事工有同等地位。除了金特尔（Ginter）（一九九八），极少有支持织帐篷的人，也极少有人强调工作本身就讨神喜悦，或是倡导含更广义内涵的事工或宣教模式。关于织帐篷者问责的问题，存在着更多分歧。一些人认为，与宣教差会维持正式关系是件好事，而西门斯直言不讳地批评这种关系，认为宣教差会没有差派真正的「保罗式」织帐篷者，而是「伪装宣教士」而已。她赞成问责，不过认为应该由织帐篷者的母会而非宣教差会问责。

此领域第一部值得关注的学术著作是威廉·丹克（William Danker）（一九七一）所著，现已成为经典的《为主盈利：摩拉维亚宣教和巴塞尔宣教贸易公司的经济活动》（“*Profit for the Lord: Economic Activities in Moravian Missions and the Basel Mission Trading Company*”）⁴。这项重要研究记录了营商在十八和十九世纪摩拉维亚教会和巴塞尔宣教协会的宣教策略中扮演的角色。有时候，营商充当海外宣教行动的资金来源，还有些时候，商业是宣教策略的内在成分。用今天的术语来说，这些企业有时候是「为事工而开展的营商」，有时候是

³诚然，这三个人都是不情愿的先驱，因为他们最初都计划作为传统宣教士服侍，但都由于种种原因发现此路不通。见西门斯（Seimens）（一九九七），威尔逊（Wilson）（一九七九），和戈欣（Goheen）（二零零四）。

⁴后于二零零二年由维普夫及斯托克出版社（Wipf & Stock Publishers）再版。

「作为事工而开展的营商」。在这两种情况下，企业都要在财务方面做到可自我持续，并且没有世俗工作和神圣工作之间的区分。所有的工作都被视为圣工（丹克Danker，二十九页）。这本书对于营商事工学者和从业者都是必读书目，因为它直率的评估了这些先驱企业的成败，到今天仍是很宝贵的经验教训。

对于织帐篷和营商事工浪潮来说，意义更大的著作或许是克里斯蒂·威尔逊（J. Christy Wilson）于一九七九年发表的《今日织帐篷者》（“*Today's Tentmakers*”）。它的内容针对一般读者，首要焦点是织帐篷的当代意义。这本书内容包括作者的简短自传和织帐篷的圣经依据，并为把织帐篷当作一种可能宣教策略的个人和教会提供了实际建议。威尔逊为自养宣教进行辩护，坚决认为工作和事工并不绝对冲突。然而，只要仔细阅读，就会发现此书认为工作的首要属灵意义是宣教平台，而其自身并不是敬拜或事工。威尔逊还强烈倡导织帐篷者组成团队，与差派教会或宣教差会建立问责关系。

汉米尔顿（Hamilton）的实证研究（一九八七）强化了关于织帐篷的这种观点，并力求指出促进或阻碍织帐篷者效率的种种因素。他把织帐篷者定义为跨文化的自养基督徒工作者，他们在东道国文化中虽然不被视为宗教工作者，却同其他宣教士一样受过良好训练，蒙受呼召，充满动力。他对「效率」的定义不那么清晰，但他说明，评估标准在部分程度上是基于经过修正的恩格尔量表（Engel Scale）（九十八页）。对个人属灵进展的衡量，以及此书对宣教的强调，都说明作者最关心的是属灵成果。按照这种定义，效率最高的织帐篷者有下列特征：

1. 具有带领福音性圣经学习的前期经验。
2. 前往海外的首要动机是宣教。
3. 相信神呼召他们做织帐篷者，而不是传统宣教士。
4. 他们在本国有同他人分享信仰的前期经验。
5. 他们同母会有稳固关系。
6. 他们对织帐篷非常热心，以至于招募他人来加入行列。

到二十世纪八十年代末，织帐篷在福音宣教圈变得很流行，还得到了宣教元老泰德·山森（Tetsunao (Ted) Yamamori）在一九八七年具有影响力的著作《神的新使团》（“*God's New Envoys*”）中对此表示支持，世界宣教洛桑委员会也在一九八九年做出了第一份关于织帐篷的声明⁵。洛桑声明肯定平信徒在全球宣教中可以扮演的角色，而且赋予本地教会招募与装备人员前往未得族群中去成为跨文化见证的责任。教会也被赋予为海外织帐篷者提供牧养关怀的责任，并要在他们回国时帮助他们处理回归文化冲击。

我们不可能确知趋势扭转的具体日期和原因，但截至此时，许多缺乏或不具备教会以外工作经验的宣教士都被鼓励考虑以织帐篷的方式进入不开放予宣教士的国家。新宣教机构大量涌现，专门致力于帮助宣教士进入这些「创启国家」。新世代的织帐篷者被鼓励去筹集捐款人支持（以建立问责和祷告支持系统），寻找不需要太多时间、不会让他们无法专注于事工目标的织帐篷「平台」。对于普通基督徒而言，织帐篷者和由捐款人支持的宣教士

⁵ 洛桑织帐篷声明可见于此网址：<http://www.globalopps.org/lausanne.htm>

已经不再有明显区别，除了宣教士可以在东道主国家公开从事事工，而织帐篷者则必须对他们前往该国的真正目的言语谨慎。

作为对此态度的响应，一些事工领袖开始躲避织帐篷的标签。例如，国际织帐篷交流会（Tentmakers International Exchange）的美国分支——一个称为「定睛」的机构，引进了「天国专业人士」这个术语，用来描述不以暗昧态度对待工作、而是委身于自身专业、把工作视为整全事工必要元素的人士。还有另一个例子：织帐篷先驱加里·泰勒（Gary Taylor）（一九九八）在《不要叫我织帐篷的》（“Don’t Call Me a Tentmaker”）一文中直言不讳地批评道：「在宣教行业中，几乎没人能做普通世俗意义上的工作。他们在进入宣教领域之前，看上去并没有足够工作经验可以帮助他们自养谋生，见证自己的呼召」（二十四页）。

另一位织帐篷先驱黎基传（Patrick Lai）努力澄清而不是抛弃织帐篷的概念。他引入了一系列专门名称，把织帐篷者分为五类。第一类（T-1）是由雇主派往海外工作的职场专业人士，他们不具备良好的跨文化事工训练，因此不是高效的织帐篷者。最后一类，即第五类（T-5），是完全由捐助人支持的宣教士，他们只是以织帐篷「平台」作为宣教工作的遮盖。黎基传说，使徒保罗是属于这两个极端之间的第三类（T-3），他虽然一心专注植堂，却认真对待自己的工作，并且不拒绝偶然接受捐助支持⁶。

虽然有这么多人努力澄清概念，还有许多人努力为织帐篷的圣经视角辩护，例如西门斯（一九九八）、金特尔（一九九八）、朗德尔（Rundle）（二零零零）和英格里士（English）（二零零一），但是关于织帐篷定义和目的之分歧仍继续加剧。

营商事工的兴起

「营商事工」这个术语首先于二十世纪末，在讨论中亚地区基督徒管理企业的宣教潜力的一系列会议中出现。营商事工与织帐篷的早期定义类似，因为它的性质是自养及由平信徒发起，但是它与织帐篷的差异在于它的焦点完全在企业上，并且对事工概念采取了整全的理解。实际上，在那些会议的一次发表中，马基维茨（Markiewicz）（一九九九）强调，企业在促进一个国家社会和经济转型中能够扮演重大角色，并且指出仅仅基于这一点，企业就有事工认受性。

数字神学家和宣教学家进一步完善了这个观点。迈尔斯（Myers）（一九九九）和柯克（Kirk）（二零零零）等宣教学家引用圣经依据，有力地支持了以广义视角理解事工的理念，即教会的目标不仅是宣教，还包括各个方面的个人及社会复和。谢尔曼（Sherman）、亨德里克斯（Hendricks）（一九九零）、诺瓦克（Novak）（一九九六）和史蒂文斯（Stevens）（一九九九，二零零一）等多位神学家为工作的内在价值辩护，驳斥关于工作、事工和营商的所谓「圣俗二分」倾向。这些神学家认为，就我们的「世俗」工作和企业对于公益做出的贡献程度而言，我们的工作本身就是「事工」，是「神圣」而讨神喜悦的。教会鼓励平信徒离开职场，进入狭隘定义的「事工」领域，实际上反而减损了自己的全球影响力。

基督徒商界专业人士得到这种认可，倍受鼓舞。他们抓住了营商事工的概念，而这个术语开始有了自己的生命。在短短一段时间内，就有许多与此相关的会议召开或书籍出版⁷。洛桑全球宣教委员会在二零零四年指出，营商事工是全球宣教的一个重大新发展，并从全

⁶黎基传的分类可见于二零零五年著作，二十一至二十八页。

⁷例如贝弗斯（Befus）（二零零一）、希尔沃索（Silvoso）（二零零二）、朗德尔和斯特芬（Rundle and Steffen）（二零零三）、山森和埃尔德雷德（Yamamori and Eldred）（二零零三）。

球各地邀请了约七十人会聚在泰国芭堤雅来探讨这个议题。此后，他们发布了一份官方文件（见图内哈格、麦基和普伦麦尔Tunehag, McGee and Plummer, 二零零四），清楚地声明道：「营商本身即是一种宣教、一种呼召和一种事工。」下文继续说道：「教会、宣教机构和天国企业最终的目标是一致的，都是在万国荣耀神的名。」

为期一周的洛桑会议由来自不同地域和民族的与会者组成，其中有商人、宣教学者、商界专业人士、宣教士和牧师。由于人员背景各异，某些领域存在分歧实属意料之内，到会议结束时，讨论依然继续。约翰逊和朗德尔（Johnson and Rundle）（二零零六年）的著作详细描述了当时的情形。例如，由非营利宣教机构创办、接受捐助者资助人力和资金的企业是否能够被当做「真正的企业」⁸？如果它们没有具体的宣教和植堂目标，它还有「宣教事工」性质吗？企业、宣教机构或教会之间的互惠合作关系的基本要素有哪些？事工领袖自然而然地倾向于企业由宣教机构或教会完全掌控，但许多商人认为这么做是失败的先兆。商业领袖更倾向于由他们控制合作关系的重要方面，好不致于损害企业的活力。可是这么一来，事工领袖想要的成果或许就陷入风险了。

最后制定的文件并非旨在解答每个问题，而是在这些方面允许进行多种阐释。即便如此，针对其它定义的调查发现，洛桑声明的许多关键理念都得到巩固。例如，埃尔德雷德（Eldred）（二零零五）把营商事工描述为「旨在促进神转化人群及国家的营利性企业」（六十页），约翰逊和朗德尔（二零零六）简单地把营商事工定义为「利用营利性企业作为全球事工的工具」（二十五页），在这里，「事工」概念包括个人与社会层面的转变。约翰逊（二零一零）进一步阐发了这个定义，称营商事工企业为「营利性商业企业，由基督徒带领，定意成为神事工（神的宣教使命）的工具，并且在本土或国际跨文化环境中运营」（二十八页）。

实际上，许多营商事工或营商事工从业者的定义都强调了它们在真实营利性企业背景中的跨文化、定意和整全见证特征，这包括朗德尔与史蒂芬（Rundle and Steffen）（二零零三）、朗德尔（二零零三）、埃尔德雷德（二零零五）、贝尔（Baer）（二零零六）、图内哈格（Tunehag）（二零零八）和拉塞尔（Russell）（二零一零）的定义。也有少数例外处于两个极端。一种极端认为，所有商界基督徒只要响应神对自己的呼召，就是在开展营商事工，不管他们所处的位置、意图或影响如何。另一种极端类似于某个宣教机构最近开展的营商事工研讨会的广告语，认为营商事工只是「用企业为宣教士提供遮蔽的宣教项目」。尽管有这些例外，但各界对营商事工的定义已产生不少共识，强调了若干个基本要点。具体说来，营商事工是：

1. 自养的（因此需要盈利）。
2. 由平信徒发起（因此常常有对于「呼召」和「信徒皆祭司」教义的提醒）。
3. 定意的（排除了那些对事工影响力缺乏策略性思考的群体）。
4. 整全的（即注重经济、社会 and 灵性果效的多重「底线」）。
5. 关注穷人（包括灵性贫穷的人）。

⁸如若不是，则可成为「假面宣教士」运营的「假面企业」。

需要指出的是，这个列表中没有什么因素排斥由非营利机构拥有的企业。社会创业领域的文献早已解决这个问题，接受了不同环境需要不同组织架构的现实。此领域最有影响力的学者之一格雷戈里·迪斯（Gregory Dees）（一九九八）用下面的图表阐释了这一观点，见下图一。它表明，社会创业介于「纯粹慈善」和「纯粹企业」之间。

在基督徒宣教领域中，我们可以把传统宣教士归为「纯粹慈善」一类，因为他们不为所提供的服务收取费用，而是由捐款人资助。反过来，之前说过的「常规」企业就是「纯粹企业」，因为它的产品或服务收取市场价格，也为自身的资金、劳动力和供应品支付市场价格。神可以通过慈善机构或企业做工，也可以通过二者融合产生的组织做工。基督徒商学者的任务是帮助辨明每种途径的优劣势，及开始装备下一代的基督徒商界专业人士。奠定这个基础后，我们现在可以将焦点转移到制定研究日程方面。

利益相关者	纯粹慈善	二者融合	纯粹企业
客户/受益人	无需支付	补贴价格或混合了付费者与非付费者	市场价格
资本	捐赠及拨款	低于市场资本，或混合了捐款与市场资本	市场价格
劳动力	志愿者或捐助人支持	混合了志愿者与全薪员工	市场价格
供货商	实物捐赠	特别折扣，或混合了捐赠与采购	市场价格
<small>改编自迪斯(Dees)（一九九八）</small>			

图1：「社会企业频谱图」

进一步研究的渠道

最明显的研究需求或许是评估营商事工的影响，辨别最高效营商事工从业者所具备的特征。近期有六项严谨程度不一的研究，它们得出的结论彼此间有些矛盾。首先是黎基传的研究。这项研究属于他在亚洲神学研究院博士研究的一部分。后来，此研究经过修订，于二零零五年重新发表，题目为《织帐篷：营商事工》（帙 *Tentmaking: Business as Mission* ）。黎基传调查了大约四百五十名织帐篷者（不是所有人都在企业环境中）的背景、动机、习惯和成果，他们都在所谓的10/40窗口服役。与二十年前汉米尔顿(Hamilton)的研究类似，黎基传对「高效」织帐篷者的定义侧重于宣教成果，具体来说是：一、织帐篷者带领归主的人数；二、他们按圣经开展门训的人数；三、他们植堂的数目。他的大多数研究对象都与宣教差派机构有关系，注重宣教成果多于其它方面的天国影响。

可想而知，最高效的织帐篷者都是灵命成熟和热心传道的，而且善于适应社会、有焦点、组织性强⁹。不过，黎基传还发现了一些有悖直觉的结论：仅仅把赢人归主作为事工最终目标的那些人，在实现这个目标上却是得到较低成效的。最能保持高效的织帐篷者是那些以转变整体社会为目标的人。这些织帐篷者也重视宣教和门训，但他们的最终目标宽泛的多。这些发现具有重要意义，也很有趣，但是他对「高效」的狭隘定义，加上样本选择的偏差，使得发现是否具有普遍性成为问题。

⁹关于高效织帐篷者特征的更多内容，可见于其著作《织帐篷：营商事工》的第四章。

另一项对营商事工效率的研究得出了类似的结论。如同前一项研究，它是阿斯伯里神学院（Asbury Theological Seminary）（拉塞尔，二零零八）博士研究项目的一部分，于二零一一年发表，书名为《泰国清迈事工对于营商的运用》（年*The Use of Business in Missions in Chiang Mai, Thailand*）。拉塞尔为了尽量控制文化和地缘政治变量，把目光全部集中在一个城市，即泰国清迈，并针对十二家自认是宣教士运营的企业开展了深入研究。研究结果与黎基传类似，但更加显著。那些一心于宣教和植堂项目的，领人归主的效率低于那些注重全面效益的企业，这一点令人惊讶。换言之，对其目标持有整全理解的群体，比那些单单关注属灵效益的群体产生的属灵效益更多！这些发现有趣及具有重要意义，然而，由于样本量少，加上位置太集中，研究的普遍性也有限制。

在二零一三年四月召开的营商事工全球大会上，史蒂夫·朗德尔(Steve Rundle)（拜欧拉大学）分享了¹⁰当时尚未发表的一项研究。这项研究由他和Min-Dong Paul Lee（惠顿学院）共同开展¹¹，他们调查了世界各地一百一十九名自认是营商事工从业者的人，具体考察问责制度、从业者的「事工导向」与企业成果之间的关系。他们最重要的发现包括：

- 接受独立董事会问责与产生影响之间存在着强烈的正相关性（但是在只接受非政府机构或宣教机构问责的从业者中未发现此相关性）。
- 具有发展成功企业的财务动力、在很大程度上依赖企业获取工资的从业者，在产生「整全」影响方面，「效率」远远高于完全依赖捐款人支持的从业者。
- 对于事工和营商事工持有更「整全」和多重底线视角的从业者（他们的「事工导向」），不仅在物质领域收获更多成果（经济和社会利益），在属灵领域的成果上，与那些只关注属灵成果的从业者也是不相伯仲的。

在过去十年间，已经有三项科学可信的研究发现从业者「事工导向」（即他们对于「事工性企业的意义是什么？」这个问题的答案）与企业影响力之间的强烈关联。具体来说，他们发现，对企业目标和成功抱持整全定义的从业者，绩效普遍优于那些只关心宣教成果的从业者，至少不会比他们更差。这个发现明显挑战了招募和装备潜在营商事工从业者的传统思维模式。

另外三项仅仅考察营商事工从业者动机的研究得出了矛盾的结论。其中一项是克里斯托弗布朗(Christopher Brown)在东方大学的硕士论文成果，它后来由布隆科马和布朗(Bronkema and Brown)（二零零九）发表。这项研究发现，虽然关于营商事工「多重底线」的讨论很多，但实际上，热心营商事工的人好像只关心经济和属灵底线。在接受调查的三十九名「从业者和理论家」中，没有一位说社会或发展转型是他们期望的成果或最佳实践。两位作者把这个现象归因于许多宣教士至今仍然对于将社会关怀融于事工目标态度暗昧不明。他们的观点或许有一些参考性，但鉴于样本量少，断言这是广泛问题仍为时尚早。

在另一篇硕士论文中，琳达·克里斯蒂安森(Linda Christiansen)（二零零八）调查了一个营商事工进深课程的参与者，与布朗得出了相反的结论。她发现，课程参与者实际上不关心经济影响（或宽泛地说，企业生命力），而是主要关心社会和属灵成果。由于课程参与者一半都是宣教士和教会领袖，他们刚开始考虑营商事工或是刚刚才开展，因此这个发现可以

¹⁰朗德尔在二零一三年四月营商事工全球大会的发表可见于此网址：<http://youtu.be/L3oho6jhBxc>。

¹¹一篇文章名为《捐助人支持帮助还是阻碍了营商事工从业者？》（朗德尔，二零一四）此文已经于二零一四年一月发表在《宣教研究国际简报》上，链接为<http://www.internationalbulletin.org/system/files/2014-01-021-rundle.pdf>。由于朗德尔和李还未完成数据分析，所以很可能还有后续的和文章。

说是意料之中。此项研究和前项研究一样，不能草率论定其研究成果能代表整个营商事工浪潮。

最后，布莱恩·奥尔布赖特（Brian Albright）（二零一四）研究了撒哈拉以南非洲地区营商事工的架构、目标和成果，具体包括非洲企业家与美国企业家之间的合作关系。他发现，由于经济环境严峻，从业者都用「可持续性」描述经济目标，而且常常采用非营利与营利性互相结合的组织架构。至于希望获得的属灵影响，由于撒哈拉以南非洲地区基督徒比例已经很高，这方面的目标倾向于推进圣经为本的商业原则。

这六项研究表明，还需要更多的理论和实证工作，我们才能确定地说营商事工是否有果效，如何产生果效，以及在哪些情况下有果效。一个需要更多研究的领域是「效率」概念本身：高效的营商事工企业有哪些不可或缺的成果，哪些指标对于评价效率最有用？高效营商事工从业者或管理团队需要何种动机、背景和支持架构？管理团队的资源和技能如何扩充？纵向研究将特别有帮助，因为它们能帮助我们了解营商事工企业的发展进程，及其最终成功或失败的影响因素¹²。

另一个紧密相关的问题是关于营商事工企业的架构和治理。与图一所示的「社会企业频谱图」类似，自称营商事工企业的所有企业目前也可以被视为一个频谱图（如下图二），其中包含不同的组织架构和事工理念。频谱的一端是由宣教士或其（非营利性）差派机构拥有的小企业，其动机主要在于属灵而非经济机遇。对于他们来说，企业主要是达到目的之手段，而营商所用的时间，不算作做事工的时间。为了让这些从业者免于营运企业的压力、专心于事工目标，他们通常喜欢开创小型企业，而且一定要有捐助者支持。可以意料的是，这些人通常对宣教目标兴趣更大，虽然黎基传（二零零三）、拉塞尔（二零零八）和朗德尔（二零一四）的研究质疑他们获取的成功不一定比得上其他从业者。

←	→
宣教士差派机构	「常规」企业
<ul style="list-style-type: none"> ● 从业者由捐款人支持 ● 属灵成果是唯一重要的事项 ● 营商是「事工」的干扰 ● 企业是达到目的之手段 	<ul style="list-style-type: none"> ● 自养 ● 整全看待事工 ● 企业本身就能荣耀神 ● 企业成功对于产生有意义的影响不可或缺

图二：营商事工频谱图

频谱图的另一端，是另一些人：他们认为营商事工早该得到认可，营商早该被当做神圣的呼召和事工，它和牧师及宣教士的工作一样重要。持有这种观点的从业者通常在「常规企业」背景下工作，不隶属于宣教差派机构。这群热心的基督徒，由于各种经济原因，进到社会及属灵需求巨大的地区。他们对事工的定义，往往比普通宣教士的定义更宽泛，但他们在圣灵带领下取得的影响力并不减损。

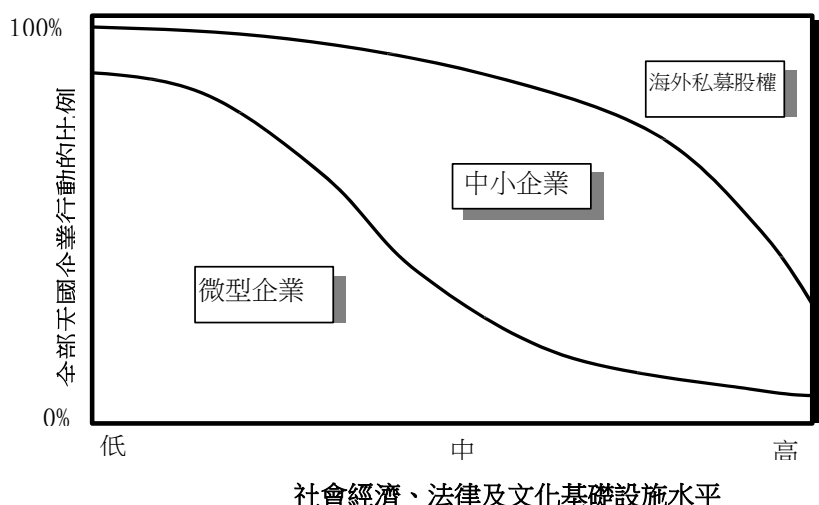
在这两个极端之间，有许多二者互相融合的组织及管理架构，包括一些类似于许可协议、合作关系、合资企业和半特许经营类的组织。它们提供了进一步研究的肥沃田地，学者可以研究这些组织，以确定哪些最为有用，在哪些情况下二者能够相得益彰。

第三个几乎拥有无限研究潜力的领域是：哪些环境因素会阻碍或促进营商事工的目标与策略？例如，在市场严重不健全的国家，那种模式或管理方式较有效？政府和非政府机构能够以哪

¹²为了这个目标，朗德尔和史蒂芬（二零零三）于二零一一年修订并更新了结果，第二版提供了原有案例研究的最新进展。不过，有两家企业已经关闭，只在序言里提到。如果针对失败的营商事工企业开展独立研究，结果将非常具有启发性。

些方式帮助或阻碍营商事工企业的开展？营商事工企业可以从哪些方面帮助改善社会的政治、法律或文化气候？反过来问，成功需要有哪些政治、法律或文化环境前提？下图三选自肯·埃尔德雷德（Ken Eldred）二零零五年的著作《神在做工》（“*God is at Work*”），它揭示出社会经济、法律和文化基础薄弱的国家比较不适合开展「海外私募股权」企业，我们理解营商事工时要结合这一点。据我们所知，这个耐人寻味、具有潜在重要意义的断言还没有被验证过。

我们的知识还是相当有限，远非完整。宣教学家、人类学家、心理学家、神学家和其它学者无疑也有一长列问题，因此，学者要组成跨学科协会，把研究中不同的「点」贯穿起来。



微型企业：启动资金少于五千美元的超小型企业。
 中小企业：启动资金在五千至十万美元之间的企业。
 海外私募股权：启动资金要求在十万美元或以上的企业。

来源：肯·埃尔德雷德（二零零五）
 图三：理想的营商事工策略

关于微型企业发展的几句话

有些人一听到「营商事工」这个词，就会本能地想到小额信贷和微型企业发展，即非政府机构帮助穷人开展小生意的项目¹³。由于牵涉的机构有着非常不同的目的和取向，一些营商事工倡导者坚持把它当作另一个单独的课题。我们把这个问题留给他人争论。当然，这些努力带有事工因素，也牵涉企业，关于小额信贷应该由营利性还是非营利性机构开展的议题也存在着类似的争论。本文不回顾微型企业与小额信贷领域的任何文献，或讨论与其相关的任何挑战，是因为该领域的学术研究已有较长历史，发展也较长足。感兴趣的读者可以去阅读基督徒在此领域的著作，例如贝弗斯（Befus）（二零一三）、迈尔斯（Myers）（一九九九）、布索与马斯克（Bussau and Mask）（二零零三）、史密斯与瑟曼（Smith and Thurman）（二零零七）、格里尔与史密斯（Greer and Smith）（二零零九）、科贝特与菲柯特（Corbett and Fikkert）（二零零九）及霍克伯根（Hoksbergen）（二零零七、二零零九）等人的著述。

总结思考

至今为止，营商事工领域的大多数学术讨论都围绕着营商与事工的兼容性，或笼统地说是工作与事工的兼容性¹⁴。在策略、治理和操作方面，研究工作要少得多。例如：

- 营商事工企业的不同组织形式是否有某些可以预测的优劣势？

¹³为了简洁，我们不区分帮助人建立微型企业或中小企业。

¹⁴约翰逊（二零零九）著作的第一部分相当全面地回顾了这内容广泛的神学文献。此外，还有范·杜泽（Van Duzer）（二零一零）及Wong and Rae（二零一一）两项近期的优秀成果。

- 哪些刺激和限制因素会影响营商事工从业者的营商策略和行为？它们能否被浓缩为一个最佳实践列表？
- 这些最佳实践是否一个人所处文化或地理环境形成的结果？如果是，它如何形成？
- 最佳实践会否因不同组织形式的企业而有所不同？
- 如何更好的界定与衡量属灵成果？如何更好的训练与支持从业者？

这些问题只是「冰山一角」。营商事工有潜力成为帮助全球中需求最严峻地区的主要力量，但本领域的学术研究一直处于滞后状态。这不只是学术问题；没有优质研究及其产生的资源，从业者就只能自己找寻答案，使得营商事工的长期影响继续两面化。

建议

为了促进领域内的学术研究，对这个话题感兴趣的基督徒学者需要组成跨学科协会。协会成员将包括人类学家、神学家、宣教学家、政治科学学者、社会学家等。他们不一定需要组织协会会议，至少起初阶段不用。他们可以在各自学科会议内组织研究发表，通过共享电子网络交流成果，分享论文。建立发表途径也是促进领域内更多研究的一个重要步骤。我们希望，本文能激发更多学者对这个重要且快速发展的议题产生兴趣。

读者若希望就本报告、这些建议和行动计划与报告编辑或工作小组沟通，请电邮至 steve.rundle@biola.edu 或 info@bamthinktank.org。

参考数据

- Albright, Brian (2014). *When Business is the Mission: A Study of Faith Based Social Business in Sub-Saharan Africa*. Unpublished doctoral dissertation, Eastern University, St. Davids, PA. Available at: <https://drive.google.com/file/d/0B2h5rWki5zPtekFzMHolU1BwZ3M/edit?usp=sharing>
- Befus, D. (2001). *Kingdom Business: The Ministry of Promoting Economic Activity*. Miami, FL: Latin America Mission.
- Befus, D. (2005). *Where There Are No Jobs: Enterprise Solutions for Employment and "Public Goods" for the Poor*. Miami, FL: Latin America Mission.
- Befus, D. (2013). "Business Education and Microenterprise Revisited: Productivity, Entrepreneurship, and Job Creation," *Christian Business Academy Review*, 115-121.
- Baer, M. R. (2006.) *Business as Mission: The Power of Business in the Kingdom of God*. Seattle, WA: YWAM Publishing.
- Baker, D. (2006.) *Missional Geometry: Plotting the Coordinates of Business as Mission*. In T. Steffen & M. Barnett (Eds.), *Business as Mission: From Impoverished to Empowered* (pp. 37-64). Pasadena, CA: William Carey Library.
- Bronkema, D. & Brown, C. M. (2009). Business as Mission Through the Lens of Development. *Transformation*, 26(2), 82-88.
- Bussau, D. & Mask, R. (2003). *Christian Microenterprise Development: An Introduction*. Waynesboro, GA: Regnum Books.
- Christiansen, L. (2008). *Faith-Based Social Entrepreneurship: Business as Mission*. Unpublished master's thesis, Copenhagen Business School, Copenhagen, Denmark. Available at: http://studenttheses.cbs.dk/bitstream/handle/10417/681/linda_christiansen.pdf?sequence=1
- Corbett, S. & Fikkert, B. (2009). *When Helping Hurts: How to Alleviate Poverty Without Hurting the Poor...and Yourself*. Chicago, IL: Moody Publishers.
- Danker, W. (1971). *Profit for the Lord*. Grand Rapids, MI: Eerdmans Publishing Co.
- Dees, J. G. (1998). Enterprising Nonprofits. *Harvard Business Review*, 76(1), 54-67.
- Eldred, K. (2005). *God is at Work: Transforming People and Nations Through Business*. Ventura, CA: Regal Books.
- English, D. (2001). Paul's Secret: A 1st-Century Strategy for a 21st Century World. *World Christian*, 14(3), 22-26.

- Ginter, G. (1998). Overcoming Resistance Through Tentmaking. In J. D. Woodberry (Ed.), *Reaching the Resistant: Barriers and Bridges for Mission* (pp. 209 - 218). EMS Series #6. Pasadena, CA: William Carey Library.
- Goheem, W. (2004). *The Galtronics Story*. Eugene, OR: Wipf and Stock Publishers.
- Greer, P. & Smith, P. (2009). *The Poor Will be Glad: Joining the Revolution to Lift the World Out of Poverty*. Grand Rapids, MI: Zondervan.
- Hamilton, D. (1987). *Tentmakers Speak: Practical Advice from Over 400 Missionary Tentmakers*. Duarte, CA: TMQ Research.
- Hoksbergen, R. & Veenema, J. (2007). Million Mentors Initiatives: Haiti, Nicaragua and Kenya Final Evaluation Report (USAID Grant # REE-A-00-03-00105-00, September 10). Washington, DC: U.S. Agency for International Development.
- Hoksbergen, R. (2009). Transformational Development: The Role of Christian NGOs in SME Development. In S. Rundle (Ed.), *Economic Justice in a Flat World: Christian Perspectives on Globalization* (pp. 201-222). Colorado Springs, CO: Paternoster Publishing Co.
- Johnson, C. N. (2003). Toward a Marketplace Missiology. *Missiology: An International Review*, 31(1), 87-97.
- Johnson, C. N. (2009). *Business as Mission: A Complete Guide to Theory and Practice*. Downers Grove, IL: IVP Academic.
- Johnson, C. N. & Rundle, S. (2006.) The Distinctives and Challenges of Business as Mission. In T. Steffen & M. Barnett (Eds), *Business as Mission: From Impoverished to Empowered* (pp. 19-36). Pasadena, CA: William Carey Library.
- Kirk, A. (2000). *What is Mission? Theological Explorations*. Minneapolis, MN: Fortress Press.
- Lai, P. (2003). *Problems and solutions for enhancing the effectiveness of tentmakers doing church planting in the 10/40 window*. Unpublished doctoral dissertation, Asia Graduate School of Theology, Quezon City, Philippines.
- Lai, P. (2005). *Tentmaking: Business as Mission*. Colorado Springs, CO: Authentic Media.
- Lausanne Tentmaker Statement. 1989. Available at <http://www.globalopps.org/lausanne.htm>.

Markiewicz, M. (1999). *Business as Mission: How Two Grocers Changed the Course of a Nation*. Paper presented at the Central Asia Business Consultation. Available at: <http://www.intheworkplace.com/apps/articles/default.asp?articleid=12787&columnid=1935>.

Middleton, D. (2009, October 15). MBAs Seek Social Change. *Wall Street Journal*, p. B7. Miller, D. (2007). *God at Work: The History and Promise of the Faith at Work Movement*. New York, NY: Oxford University Press.

Myers, B. (1999). *Walking with the Poor: Principles and Practices of Transformational Development*. Maryknoll, NY: Orbis Books.

Novak, M. (1996). *Business as a Calling: Work and the Examined Life*. New York: The Free Press.

Owens, H. (2006). Nestorian Merchant Missionaries and Today's Unreached People Groups. In T. Steffen & M. Barnett (Eds), *Business as Mission: From Impoverished to Empowered* (pp. 133–146). Pasadena, CA: William Carey Library.

Pointer, S. & Cooper, M. (2006). Seventeenth Century Puritan Missions: Some Implications for Business as Mission. In T. Steffen & M. Barnett (Eds), *Business as Mission: From Impoverished to Empowered* (pp. 167–180). Pasadena, CA: William Carey Library.

Rundle, S. (2000). Ministry, Profits, and the Schizophrenic Tentmaker. *Evangelical Missions Quarterly*, 36(3), 292–300.

Rundle, S. (2003). Preparing the Next Generation of Kingdom Entrepreneurs. In T. Yamamori & K. Eldred (Eds.), *On Kingdom Business: Transforming World Mission Through Kingdom Entrepreneurs* (pp. 225–244). Wheaton, IL: Crossway Books.

Rundle, S. (2014). Does Donor Support Help or Hinder BAM Practitioners? An Empirical Assessment.

International Bulletin of Missionary Research, 38(1), 21–26. Available at: <http://www.internationalbulletin.org/system/files/2014-01-021-rundle.pdf>

Rundle, S. & Steffen, T. (2003, 2011). *Great Commission Companies: The Emerging Role of Business in Missions*. Downers Grove, IL: InterVarsity Press.

Russell, M. (2008). *The Use of Business in Missions in Chiang Mai, Thailand*. Unpublished doctoral dissertation, Asbury Theological Seminary, Wilmore, Kentucky.

Russell, M. (2011). *The Use of Business in Missions in Chiang Mai, Thailand*. Pasadena, CA: William Carey International University.

- Sherman, D. & Hendricks, W. (1987). *Your Work Matters to God*. Colorado Springs, CO:NavPress.
- Silvoso, E. (2002). *Anointed for Business:How to Use Your Influence in the Marketplace to Change the World*. Ventura, CA:Regal Books.
- Smith, P. & Thurman, E. (2007). *A Billion Bootstraps:Microcredit, Barefoot Banking, and the Business Solution for Ending Poverty*. New York, NY:McGraw-Hill.
- Steffen, T. & Barnett, M. (Eds). (2006). *Business as Mission:From Impoverished to Empowered*. Pasadena, CA:William Carey Library.
- Stevens, R. P. (1999). *The Other Six Days:Vocation, Work, and Ministry in Biblical Perspective*. Grand Rapids, MI:Eerdmans Publishing Co..
- Stevens, R. P. (2001). The Marketplace:Mission Field or Mission?*Crux*, 37(3), 7-16.
- Siemens, R. E. (1997). Ruth' s Story. *International Journal of Frontier Missions*, 14(3), 121-129.
- Siemens, R. E. (1998). Why Did Paul Make Tents?A Biblical Basis for Tentmaking. GO Paper A-1.
- Taylor, G. (1998). Don' t Call Me a Tentmaker. *International Journal of Frontier Missions*, 15(1), 23-26.
- Tunehag, M., McGee, W. & Plummer, J. (Eds.) (2004). Business as Mission. Lausanne [Occasional Paper #59](http://www.lausanne.org/documents/2004forum/LOP59_IG30.pdf). Available at: http://www.lausanne.org/documents/2004forum/LOP59_IG30.pdf
- Tunehag, M. (2008). A Global Overview of the Business as Mission Movement:Need s & [Gaps](http://www.lausanne.org/all-documents/needs-gaps.html). Available at: <http://www.lausanne.org/all-documents/needs-gaps.html>
- Van Duzer, J. (2010). *Why Business Matters to God (And What Still Needs to Be Fixed)*. Downers Grove, IL:IVP Academic.
- Wilson, J. C. (1979). *Today' s Tentmakers*. Wheaton, IL:Tyndale House Publishers.
- Wong, S. R. (2011). *Business for the Common Good:A Christian Vision for the Marketplace*. Downers Grove, IL:IVP Academic.
- Yamamori, T. (1987). *God' s New Envoys:A Bold Strategy for Penetrating "Closed Countries"*. Portland, OR:Multnomah Press.
- Yamamori, T. & Eldred, K. A. (Eds). (2003). *On Kingdom Business:Transforming Mission Through Entrepreneurial Strategies*. Wheaton, IL:Crossway Books.

营商事工参考书目

自从基督在世的时代以来，基督徒一直在反思信仰与营商以及经济的关系。这些参考书目仅限于通常被称为「营商事工」这一微小而相对新颖领域中的出版物。虽然营商事工的定义尚未完全确立，但它与社会创业有许多共同之处，包括定意通过营商来解决社会、环境及 / 或属灵问题，而其主要区别在于营商事工带有明确的基督教世界观。

这些参考书目的宗旨是为不熟悉本话题的学者和从业者提供可用资源。它们包括社会创业、营商事工和「织帐篷」领域的相关重要著作。为了保持内容范围易于掌握，聚焦重点，本书目**不**包括信仰与经济、信仰与工作、或信仰与商业伦理领域的大量著作。对这些话题感兴趣的读者请参考戈登·康维尔神学院 (Gordon-Conwell Seminary) 的「信仰与工作参考书目」 (Faith and Work Bibliography)，网址为：<http://www.gordonconwell.edu/resources/documents/faithandworkbibliography.pdf>。

参考书目

Anonymous. (2013). Transformational development: Lessons from central Asia. *Evangelical missions quarterly*, 49(1), 64-70.

Alvord, S., Brown, D., & Letts, W. (2004). Social entrepreneurship and societal transformation: An exploratory study. *Journal of applied behavioral science*, 40(3), 260-282.

Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both? *Entrepreneurship theory and practice*, 30(1), 1-22.

Baer, M. (2006). *Business as mission: The power of business in the kingdom of God*. Seattle, WA: YWAM Publishing.

Baker, D. (2006). Missional geometry: Plotting the coordinates of business as mission. In Steffen & M. Barnett (Eds.), *Business as Mission: From Impoverished to Empowered* (pp. 37-64). Pasadena, CA: William Carey Library.

Befus, D. (2002). *Kingdom business: The ministry of promoting economic development*. Miami, FL: Latin America Mission.

Befus, D. (2005). *Where there are no jobs: Enterprise solutions for employment and public goods for the poor*. Miami, FL: Latin America Mission.

Befus, D. (2013). "Business Education and Microenterprise Revisited: Productivity, Entrepreneurship, and Job Creation," *Christian Business Academy Review*, 115-121.

- Bronkema, D., & Brown, C. (2009). Business as mission through the lens of development: *Transformation*, 26(2), 82–88.
- Bussau, D., & Mask, R. (2003). *Christian microenterprise development: An introduction*. Waynesboro, GA: Regnum Books.
- Chan, K., & Yamamori, T. (2002). *Holistic entrepreneurs in China: A Handbook on the world trade organization and the new opportunities for Christians*. Pasadena, CA: William Carey International University Press.
- Chewning, R. (2012). “Augustine and Aquinas: Their theological progeny come face to face with “business as mission.” ” *Journal of biblical integration in business*, 15(2), 64–101 (including responses).
- Christensen, D. (1997). Training: Endurance food for serious tentmakers. *International journal of frontier missions*, 14(3), 133–138.
- Christiansen, L. (2008). *Faith-based social entrepreneurship: Business as mission*. Unpublished master’s thesis, Copenhagen Business School, Copenhagen, [Denmark. Available at: http://studenttheses.cbs.dk/bitstream/handle/10417/681/linda_christiansen.pdf?sequence=1](http://studenttheses.cbs.dk/bitstream/handle/10417/681/linda_christiansen.pdf?sequence=1)
- Corbett, S., & Fikkert, B. (2009). *When helping hurts: How to alleviate poverty without hurting the poor...and Yourself*. Chicago, IL: Moody Publishers.
- Cox, J. (1997). The tentmaking movement in historical perspective. *International journal of frontier missions*, 14(3), 111–117.
- Danker, W. (2002). *Profit for the Lord*. Wipf and Stock Publishers.
- Dees, G. (1998). Enterprising nonprofits. *Harvard business review*, 76(1), 54–67.
- Dees, G., Emerson, J. & Economy P. (2001). *Enterprising Nonprofits: A toolkit for social entrepreneurs*. New York, NY: John Wiley & Sons, Inc.
- Eikenberry, M., & Kluver, D. (2004). The marketization of the non-profit sector: Civil society at risk? *Public administration review*, 64(2), 132–140.
- Eldred, K. (2005). *God is at work: Transforming people and nations through business*. Ventura, CA: Regal Books.
- Emerson, J. (2003). The blended value proposition: Integrating social and financial returns. *California management review*, 45(4), 35–51.

English, D. (2001). Paul's secret: A 1st-century strategy for a 21st century world. *World Christian*, 14(3), 22-26.

Ewert, N. (1992). The role of business enterprise in Christian mission. *Transformation*. (9), 7-14.

Ewert, N. (2006) God's kingdom purpose for business: Business as integral mission. In T. Steffen & M. Barnett (Eds.), *Business as mission: From impoverished to empowered* (pp. 19-36). Pasadena, CA: William Carey Library.

Fruchterman, J. (2011). For love or lucre. *Stanford social innovation review*, Spring, 41-47.

Gillespie, T., & Lucas, T. (2012). Blurring the boundaries: Emerging legal forms for hybrid organizations, implications for Christian social entrepreneurs. *The journal of biblical integration in business*, 15(1), 11-28.

Ginter, G. (1998). Overcoming resistance through tentmaking in Woodberry, J. Dudley (ed.) *Reaching the resistant: Barriers and bridges for mission*. (pp. 209-218). EMS Series #6. Pasadena, CA: William Carey Library.

Goheem, W. (2004). *The Galtronics Story*. Eugene, OR: Wipf and Stock Publishers.

Golden, K., Hewitt, A., & McBane, M. (2010). Social entrepreneurship: Social impact metrics. Available at: <http://www.marsdd.com/news-insights/mars-reports/social-entrepreneurship-social-impact-metrics/>

Greer, P., & Smith, P. (2009). *The poor will be glad: Joining the revolution to lift the world out of poverty*. Grand Rapids, MI: Zondervan.

Grenz, S. (1999). God's business: A foundation for Christian mission in the marketplace. *Crux*, 35(1), 19-25.

Grudem, W. (2003). *Business for the glory of God*. Wheaton, IL: Crossway.

Guthrie, S. (2000). Tentmaking. In *Missions in the third millennium: 21 key trends for the 21st century*. (pp. 117-122). Waynesboro, GA: Paternoster Press.

Hamilton, D. (1987). *Tentmakers speak: Practical advice from over 400 missionary tentmakers*. Duarte, CA: TMQ Research.

Hock, R. (1979). The workshop as a social setting for Paul's missionary preaching. *The catholic biblical quarterly*. 14(3), 439-450.

Hoksbergen, R. (2009). Transformational development: The Role of Christian NGOs in SME development. In S. Rundle (Ed.), *Economic justice in a flat world: Christian perspectives on globalization* (pp. 201–222). Colorado Springs, CO: Paternoster Publishing Co.

Johnson, C. N. (2003). Toward a marketplace missiology. *Missiology: An international review*, 31(1), 87–97.

Johnson, C. N. (2009). *Business as mission: A complete guide to theory and practice*. Downers Grove, IL: IVP Academic.

Johnson, C., & Rundle, S. (2006.) The distinctives and challenges of business as mission. In T. Steffen & M. Barnett (Eds), *Business as mission: From impoverished to empowered* (pp. 19–36). Pasadena, CA: William Carey Library.

Available at:

<http://faith-at-work.net/Docs/DistinctivesAndChallengesOfBusinessAsMission.pdf>

Lai, P. (1998). Starting a business in a restricted access nation: *International journal of frontier missions*, 15(1), 41–46.

Lai, P. (2003). *Problems and solutions for enhancing the effectiveness of tentmakers doing church planting in the 10/40 window*. Unpublished doctoral dissertation, Asia Graduate School of Theology, Quezon City, Philippines.

Lai, P. (2005). *Tentmaking: Business as mission*. Colorado Springs, CO: Authentic Media. [Lausanne Tentmaker Statement. Available at http://www.globalopps.org/lausanne.htm.](http://www.globalopps.org/lausanne.htm)

Lavoy, D. (2012). Social enterprise ROI: Measuring the immeasurable. Available at: <http://www.cmswire.com/cms/social-business/social-enterprise-roi-measuring-the-immeasurable-015149.php>

Lingane, A., & Olsen S. (2004). Guidelines for social return on investment. *California management review*, 46(3), 116–135.

Little, C. (2014) Business as Mission Under Scrutiny. *Evangelical Missions Quarterly* (April), 177–185.

Little, J. (2009). *Merchant to Romania: Business as Missions in Post-Communist Eastern Europe*. Day One Publications.

Livingstone, G. (1994). Tentmaker's Credibility. *Evangelical missions quarterly*. 30(1), 6.

- Markiewicz, M. (1999). *Business as mission: How two grocers changed the course of a nation*. Available at: <http://www.intheworkplace.com/apps/articles/default.asp?articleid=12787&columnid=1935>.
- Marshall, R. S. (2011). Conceptualizing the international for-profit social entrepreneur. *Journal of business ethics*, 98, 183–198.
- Martin, D. (1997). The place of the local church in tentmaking. *International journal of frontier missions*, 14(3), 131–132.
- McLoughlin, M. (2000). Back to the future of missions: The case for marketplace ministry. *Vocatio*, 1–6.
- Miles, T. (2013). *7 Reasons Tentmaking Businesses Fail: Lessons Learned in Business as Mission*. Kindle e-book.
- Miller, D. (2007). *God at work: The history and promise of the faith at work movement*. New York, NY: Oxford University Press.
- Morris, R. (1998). Shrewd yet innocent: Thoughts on tentmaking integrity. *International journal of frontier missions*, 15(1), 5–8.
- Myers, B. (2011). *Walking with the poor: Principles and practices of transformational development*. Maryknoll, NY: Orbis Books.
- Name Withheld (2011). *Business as mission: The effective use of tentmaking in North Africa*. Ph.D. diss., Southern Baptist Theological Seminary.
- Nichols, J. (2010). *Salience of faith: The Role of religious values and practices on strategic decision-making of Christian business owners*. Doctoral dissertation, Anderson University, Anderson, Indiana.
- Nordstrom, D., & Nielsen J. (1998). How business is integral to tentmaking. *International journal of frontier missions*, 15(1), 15–18.
- Norrish, H. (1990). Lone ranger: Yes or no? *Evangelical missions quarterly*, 26:6–14.
- Novak, M. (1996). *Business as a calling: Work and the examined life*. New York: The Free Press.
- Owens, H. (2006). Nestorian merchant missionaries and today's unreached people groups. In T. Steffen & M. Barnett (Eds), *Business as mission: From impoverished to empowered* (pp. 133–146). Pasadena, CA: William Carey Library.

Packer, J. (1990). The Christian's purpose in business. In Chewning, Richard C. (ed.) *Biblical principles and business: The practice* (pp. 16-25) Colorado Springs, CO: NavPress.

Pedersen, E. (2006). Making corporate social responsibility (CSR) operable: How companies translate stakeholder dialogue into practice. *Business and society review*, 111(2), 137-163.

Pointer, S. & Cooper, M. (2006). Seventeenth century puritan missions: Some implications for business as mission. In T. Steffen & M. Barnett (Eds), *Business as mission: From impoverished to empowered* (pp. 167-180). Pasadena, CA: William Carey Library.

Quattro, S.A. (2012). Is Business as Mission a Flawed Concept? A Reformed Christian Perspective on the BAM Movement. *The Journal of Biblical Integration in Business*, 15(1), 80-87. Available at: <http://www.cbfa.org/JBIBV0115No1.pdf>

Rotheroe, N., & Richards, A. (2007). Social return on investment and social enterprise: Transparent accountability for sustainable development. *Social enterprise journal*, 3(1), 31-48.

Rundle, S. (2000). Ministry, profits, and the schizophrenic tentmaker. *Evangelical missions quarterly*, 36(3), 292-300.

Rundle, S. (2000). The Christian business scholar and the great commission: A proposal for expanding the agenda. *Journal of biblical integration in business*, 94-108.

Rundle, S. (2003). Preparing the next generation of kingdom entrepreneurs. In T. Yamamori & K. Eldred (Eds.), *On kingdom business: Transforming world mission through kingdom entrepreneurs* (pp. 225-244). Wheaton, IL: Crossway Books.

Rundle, S. (2004). Corporate Social Responsibility in a Globalizing World: What's a Christian Executive to Do? *Business and professional ethics journal*, 23(4), 171-183. Available at: [https://secure.pdcnet.org/8525737F0058014C/file/ODA5D77BAE80AD0F8525742100619F00/\\$FILE/bpej_2004_0023_0004_0173_0185.pdf](https://secure.pdcnet.org/8525737F0058014C/file/ODA5D77BAE80AD0F8525742100619F00/$FILE/bpej_2004_0023_0004_0173_0185.pdf)

Rundle, S. (2009). Restoring the Role of Business in Mission. In Winter, R. D. and S. C. Hawthorne (eds.) *Perspectives on the world Christian movement*. Fourth Edition (757-763). Pasadena, CA: William Carey Library.

Rundle, S. (2012). Business as mission hybrids: A review and research agenda. *The Journal of Biblical Integration in Business*, 15(1), 66-79. Available at: <http://www.cbfa.org/JBIBVol15No1.pdf>

Rundle, S. (2014). Does Donor Support Help or Hinder BAM Practitioners? An Empirical Assessment. *International Bulletin of Missionary Research*, 38(1), 21-26. Available at: <http://www.internationalbulletin.org/system/files/2014-01-021-rundle.pdf>

Rundle, S. & Steffen, T. (2011). *Great commission companies: The Emerging role of business in missions*. Downers Grove, IL: InterVarsity Press.

Rundle, S. & Sudyk, T. (2007). Funding a kingdom company. *Evangelical missions quarterly* 43(4), 442-448.

Russell, M. (2008). *The use of business in missions in Chiang Mai, Thailand*. Unpublished doctoral dissertation, Asbury Theological Seminary, Wilmore, Kentucky.

Russell, M. (2010). *The missional entrepreneur: Principles and practices for business as mission*. Birmingham, AL: New Hope Publishing.

Seebeck, D. & Stoner T. (2009). *My Business, My Mission*. Grand Rapids, MI: Partners Worldwide.

Siemens, R. (1998). Why did Paul make tents? A biblical basis for tentmaking. GO Paper A-1. Available at: <http://www.globalopps.org>.

Silvoso, E. (2002). *Anointed for business: How to use your influence in the marketplace to change the world*. Ventura, CA: Regal Books.

Smith, P., & Thurman, E. (2007). *A Billion bootstraps: Microcredit, barefoot banking, and the business solution for ending poverty*. New York, NY: McGraw-Hill.

Spear, R. (2006). Social entrepreneurship: A different model? *International journal of social economics*, 33(5/6), 399-410.

Steffen, T., & Barnett, M. (Eds). (2006). *Business as mission: From impoverished to empowered*. Pasadena, CA: William Carey Library.

Stevens, P. (1999). *The other six days: Vocation, work, and ministry in biblical perspective*. Grand Rapids, MI: Eerdmans Publishing Co.

Stevens, P. (2001). The marketplace: Mission field or mission? *Crux*, 37(3), 7-

16. Suter, H., & Gmur, M. (1997). *Business power for God's purpose*. VKG Publishing.
- Swarr, B., & Nordstrom, D. (1999). *Transform the world: Biblical vision and purpose for business*. Center for entrepreneurship and economic development.
- Taylor, G. (1998). Don't call me a tentmaker. *International journal of frontier missions*, 15(1), 23-26.
- Tongoi, D. (2009). The challenges and opportunities for business as mission: A perspective from Africa. *Connections*, 8(2), 1-3.
- Townsend, D., & Hart, T. (2008). Perceived institutional ambiguity and the choice of organizational form in social entrepreneurial ventures. *Entrepreneurship: Theory and practice*, 685-700.
- Tunehag, M. (2001). Business as mission. Available at: <http://www.globalconnections.co.uk/pdfs/businessasmissiontunehag.pdf>.
- Tunehag, M. (2008). A global overview of the business as mission movement: Needs & gaps. Available at: <http://www.lausanne.org/all-documents/needs-gaps.html>
- Tunehag, M. (2009). The mission of business: CSR+. Available at: <http://www.mats-tunehag.com/wp-content/uploads/2011/04/The-Mission-of-Business-CSR+1.pdf>
- Tunehag, M., McGee, W., & Plummer, J. (2004). Business as mission. Lausanne Occasional Paper #59. Available at: http://www.lausanne.org/documents/2004forum/LOP59_IG30.pdf
- Van Duzer, J. (2010). *Why business matters to God (and what still needs to be fixed)*. Downers Grove, IL: IVP Academic.
- Vickers, I. (2010). Social enterprise and the environment: A review of the literature. [Working Paper 22, Third Sector Research Centre. Available at: http://www.tsrc.ac.uk/LinkClick.aspx?fileticket=ecj pz7whQe4%3D&tabid=654](http://www.tsrc.ac.uk/LinkClick.aspx?fileticket=ecj pz7whQe4%3D&tabid=654)
- Westaway, K. (2011). New legal structures for 'social entrepreneurs'. *Wall Street Journal*, December 12, 2011.
- Wilson, Jr., & Wilson, C. (1979). *Today's tentmakers*. Wheaton, IL: Tyndale Publishing Co.
- Wong, S. and Rae, S. (2011). *Business for the common good: A Christian vision for the marketplace*. Downers Grove, IL: IVP Academic.
- Yamamori, T. & Eldred, K. (Eds). (2003). *On Kingdom business: Transforming*

mission through entrepreneurial strategies. Wheaton, IL:Crossway Books.

Yamamori, T. (1987). *God's new envoys: A bold strategy for penetrating closed countries.* Portland, OR: Multnomah Press.

Yamamori, T. (1993). *Penetrating missions' final frontier: A new strategy for unreached peoples.* Downers Grove, IL: InterVarsity Press.

Yunus, M., & Weber, K. (2007). *Creating a world without poverty: Social business and the future of capitalism.* New York: Public Affairs.

Yunus, M., Moingeon, B., & Lehmann-Ortega, L. (2010). Building social business models: Lessons from the Grameen experience. *Long Range Planning*, 43, 308-325.

附录 - 营商事工研究的强弱机危分析

营商事工智库学术与研究议题小组强弱机危分析

目前营商事工研究的优势

1. 它的相对优势在于，福音派基督教与天主教对营商、工作与事工的神学视角研究。（这并不意味着不需要更多的神学研究，而是说神学在围绕着营商事工的各种话题中获得了最多关注。）
2. 表述清晰的入门性文章奠定了良好基础。
3. 优质案例研究的样本量在增加。
4. 营商事工作为一个相当新的研究领域，为学者能做出贡献提供了主要机遇。
5. 研究大体都是以应用或实践为导向（相对于缺乏实时益处的基础研究而言）。
6. 基督教大学和学院正开始在商科课程设计中加入营商事工内容（这要求有优质资源，包括案例研究）。
7. 除了种类繁多的以从业者为导向的会议，营商事工作为一个学术领域日益得到更多重视，已成为学术会议的一个主题。

目前营商事工研究的劣势

1. 只要营商事工还存在着各种互相冲突的定义，它作为一个合理研究领域被接纳的程度就会受到限制。
2. 营商事工、国际发展以及社会创业之间的关系还没有厘清，限制了协同合作的可能性。
3. 学术研究主要来自英语国家，尤其北美。来自世界其它地区的研究还没有为北美所知，或者还没有出现。
4. 各种基督教传统之间很少沟通（福音派、圣公会、天主教等）。
5. 极少研究超出认可营商事工（如其圣经依据）或启发营商事工（例如：看这位营商事工从业者的成就）的范围。至今为止，还是只有很少研究以严谨批判的目光审视营商事工企业的实践、架构或影响。
6. 很少历史研究来揭示天国企业在各个时期中的生命周期（贵格会、清教徒等时期），它们的兴起与衰落、于今日的教益等。

目前营商事工研究的机遇

1. 跨学科协作是一个机遇。许多其它学科（国际发展、跨文化研究、神学、社会学、心理学等）都认识到营商对促进公益的重要性。营商事工学者有机遇同其它学科的学者一同教学、研究和协作，进行调查，并以广泛技能装备从业者提高效率。
2. 营商事工提供了更好地装备和激励下一代基督徒商界专业人士的机遇（并帮助他们避免前几代所犯的错误）。
3. 经验教训可以直接应用于更广泛的社会创业和企业社会责任领域。
4. 研究或许有益于非政府机构界别的发展。

营商事工研究面临的威胁

1. 此领域的学术研究进展可能会受到下列因素的阻滞：
 - 1) 定义繁多，其中某些定义隐含否定意味，可能会使从业者和学者气馁。
 - 2) 相对缺乏严密分析，如果不正视此问题，将造成有抱负的从业者和学者否定整个概念。
2. 缺乏「深入」研究，让从业者无从准备，易犯下原本可以避免的错误。