

主流企業 vs B 型企業

許多企業高層只顧股東價值最大化（Maximizing Shareholders' Values，簡稱 MSV），忽視了非股東持份者（如員工、顧客、社區及環境）的利益。MSV 「賺到盡」概念的一個錯誤假設，就是董事及管理高層在法律上只向股東負上受信責任（fiduciary duties），但事實上 MSV 只是一個市場習慣而非法規。近年美國一些新的立法及法庭個案已清楚說明，董事及高層必須向不同持份者負受信責任。

為了維持資本主義的正當性及可持續性，在過去十多年，歐美各國出現了一些反思、探索和運動，以積極推動從「股東至上」轉為「持份者為本」，以改善企業的大眾形象及創造更多社會價值。除相對較普遍的企業社會責任

（Corporate Social Responsibility, 簡稱 CSR）及創造共享價值（Creating Shared Values, 簡稱 CSV）運動外，近年的另類運動包括社會企業（社企）和共益企業（Benefit Corporations, 簡稱 B Corps 或 B 型企業）等公益目標機構（Social-Purpose Organizations, SPO）。

近年不少人鼓吹更多主流企業轉變成 B Corps，這究竟是否一個可取現象？還是這個 B Corps 運動會為主流企業提供藉口，誇大現有法律對董事決策的限制，從而減少考慮其他持份者的利益？如大部分主流企業採用持份者為本模式，我們還需要 B Corps 嗎？究竟這兩類實體有什麼角色差異與關係？B Corps 是否應有其獨特的補充角色？

由於一些社會問題可以轉化為商機，策略性 CSR 和 CSV 強調主流企業在提升經濟價值或競爭力的同時，亦可解決社會一些問題或需要，從而建立更可持續的商業營運模式。然而，許多主流企業只關注有較大生意潛力的社會問題，傾向忽視一些重要但商機或利錢不高的社會需求。因此，我們仍需要一些公益目標機構來填補這缺口。

社企發揮重要補充作用

有別於主流企業，社企有明確的社會使命，並利用市場力量達到自負盈虧；有別於主流企業專注於創造私人 and 經濟價值，社企着重創造社會（公共）價值。

很多社企起源於非牟利或慈善界別，而其他則由公益創業者設立，目前大部分社企強調「個人創業精神」多於「公共價值」，也缺乏創新，而創新最終會決定能創造多少經濟和社會價值；社企的增長也受制於其缺乏一個公認的認證制度、狹窄的集資來源、捐資者未能扣稅，以及股東的利潤分配限制（通常最高為 35%）。

社企的總收入只是主流牟利企業的一個很小百分比，後者更是政府開支的十多倍，因此社企對社會的影響力仍然相對很小。然而，鑑於主流企業未必對一些社會需要或問題感興趣，故社企仍能發揮重要的補充作用。長遠來說，社企應專注於特定的社會問題與更多的創新。

B Corps 是一種介乎社企與主流企業之間的新形態企業，也是近年一個環球抗衡「賺到盡」的社會運動，其公司章程要明確地說明採用持份者為本模式，在賺取利潤之餘，以市場力量解決或紓緩一些社會問題。這明確的「立憲」為董事和 CEO 在照顧非股東持份者的利益時提供更多法律保障，儘管董事會的決定不能使股東價值最大化。與社企股東不同，B Corps 股東在賺取高投資回報上沒有限制，雖然他們一般都把賺錢放在次要。

B Corps 的概念在 2007 年由一間美國非牟利組織 B-Lab 發起，並推出國際認證制度，以確保 B Corps 的章程滿足既定的公益與環保標準。經過相互協議，獲認證的 B Corps 之間的交易可互供優惠。美國現時大多數州份已立法批准公司註冊成為 B Corps，發展至今全球 50 個國家已有近 2000 間經認證的 B Corps，在大中華地區則正在起步階段。

大部分前述社企面對的限制也適用於 B Corps（除分紅沒有上限）。此外，B Corps 的主要理據是基於一個普遍但錯誤的假設，即現行法律迫使企業高層單一地追求 MSV，從而阻礙董事會考慮非股東持份者的利益。如前文所述，MSV 不是管理層的責任，只是市場常規與管理層的選擇。

然而，B Corps 仍可透過專注於特定的社會問題，在持份者為本模式的運動中發揮重要的補充作用。一間被認證 B Corp 的公司章程，連同其會計及透明度要求，將有助吸引更多公益投資者。B Corps 的標誌也讓企業享有更多的營銷、招聘及其他管理優勢。

持份者為本 各具獨特角色

賺錢和解決社會需要顯然不是相互排斥的，只是主流企業與公益目標機構在創造公共價值方面各具獨特角色，前提是兩者都承諾採納持份者為本的管治模式。

要加強 B Corps 的獨特角色，即使盈利能力較低，它們應專注於解決特定的社會問題（即主流企業未必感興趣的問題），但在創造社會變革與發揮可持續影響方面，單靠社企與 B Corps 並不足夠；此外，社企與 B Corps 也不一定是達到某些社會目標的最有效的平台。

鑑於創造財富的力量和誘因，改變社會的主要力量來源似乎仍是主流牟利企業，通過採用以持份者為本的管治模式，主流企業可自行推出創新的 CSR/CSV 項目，或與其他主流企業、非政府機構、政府、社企或 B Corps 合作，以創造更多社會創新和價值。

很多今天創新的社會方案跨越了傳統分離不同界別的界線，讓想法、價值及資源可自由地流動於不同界別。如進一步消除這些界別之間的障礙，就可以開發更新穎與可持續的解決方案，應付最迫切的社會問題。

作者為恒生管理學院校長