

資本主義能拯救世界嗎？

ANDREW BAKER 撰文
GUY BILLOUT 攝影



除了追求利潤外，企業也越來越重視目的。

PER SAXEGAARD 的頓悟於離婚之後到來。「多年來，我一直拼命賺錢，」挪威籍的投資銀行家 Saxegaard 說。「我的商學院同學也正在做相同的事，一心一意想發財，不停地工作。但是當我的婚姻破滅，我發現我一直忽略其他所有東西。我一直忽略意義。」

Saxegaard 必須改變，而且他知道改變必須影響一切——不只他的個人生活，還有他的企業做法。「我欠缺一些激勵，」他說。「錢能激勵，但是再多的錢也不能啟發。你需要一個更高的目的。」

在全世界各地多個產業，人們正在經驗類似 Saxegaard 的頓悟，然後嘗試去清楚說出這個理念：資本主義的要旨不在於下個月的毛利而已，並且實踐和推廣此一理念。企業有塑造世界的力量，這賦予企業人士塑造一個更美好世界的責任。這未必表示賺較少的錢。恰恰相反：他們堅持，行善基本上是好買賣。

這些有企圖心的改革者們並非都團結在單

一運動之下，但他們有許多理念都濃縮在 John Mackey（以 Whole Foods 創辦人及執行長廣為人知）及 Raj Sisodia 創造的「自覺資本主義」這個概念，後者係一個長期研究除利潤之外尚追求目的及意義而成功的公司的學術人士。

在 2005 年，Mackey 與友人共同創立 FLOW（自由照亮我們的世界），一個宗旨在於把這些觀念轉變成一個運動的非營利組織。Sisodia 協助經營一個稱為「自覺資本主義學院」類似非營利機構；今天二者已合併。自覺資本主義公司這個組織由在美國的 20 幾個城市及 13 個其他國家的分公司組成。它每年舉辦一次年會及一個為了期望相互支援的企業領導人而舉辦的「CEO 高峰會」。

「來這裡自覺企業有各種型態及規模，」Sisodia 說。「但是他們通常有幾項共同點。他們尋找一個更高的目的；他們嘗試去平衡他們所有利害關係人關心的事。」

「人們絕對渴望目的，」他說。很難激勵人去達到創意、創新、及組織的承諾，而沒

有更高的目的是無法達成長期成功以及衝擊。自覺資本主義者尋找每個受企業影響的人長期下來都能一起茁壯的方法，他解釋。「當我們談到利害關係人時，我們所指的不僅是客戶及投資人，」Sisodia 說。「我們也指員工、供應商、社會、環境——說真的，每個受到你的企業影響的人。」

目的驅動型企業需要強大、深思熟慮的領導。「在今天的企業文化，增加短期獲利的壓力可能非常大，」Sisodia 說。「這可能導致很難為較高的目的及整合利害關係者排優先順序——尤其因為經常牽涉增加先期成本。」

根據 Sisodia 及 Mackey，更高的目的及利害關係者整合帶來了具體的底線利益，此一趨勢已在加速中，因為消費者們，尤其年輕的，更關心他們購買的產品及服務如何影響世界。在許多全球調查中，越來越多的消費者已指出在他們的購買決定中品牌的社會的目的的重要性及社會影響。想要興盛的公司也必須在乎這些問題，否則它們會有失去客戶的風險。

這不同於「企業的社會責任，」或者拿出一部份利潤作為慈善捐獻的作法。雖然捐獻可能值得，焦點在於商業決策本身能——而且應該——成為世上行善的力量。做得好，捐獻給慈善機構未必就必須放棄獲利。

四大考驗酷似自覺資本主義的核心原則。事實上，去年 11 月，扶輪表彰了六個扶輪社員企業主及二個企業（巴基斯坦 Coca-Cola，及 Mercantil Banco Universal），因為他們負責任的企業做法而在聯合國的扶輪日頒獎給他們。

印度扶輪社員 Suresh Goklaney（設在孟買的 Eureka Forbes 的副董事長）是負責的企業獎的得獎人之一。他的頓悟時刻，在某種意義上，類似 Per Saxegaard 的頓悟時刻：Goklaney 發現關鍵的企業做法在世界上有助於實現有目的的進步，而不是只發現企業不能沒有目的。

他小時候曾看到他的父親幫助他們社區的最貧窮及最弱勢的居民，他的父親經常疲於

尋找慈善捐獻和申請獎助金。Goklaney 敬佩他的父親的目的——改進他們的同胞的生活——但是他因為用的方法有缺點而受挫。

「當然，他畢生追求的那些捐獻，做了一些好事，」Goklaney 說。「但在那期間我開始想，如果將他的目的感和企業力量相結合，他可以做得更好。我想那樣會導致人們一些更永久及根本的改變。」

目的和追求利益相結合在 Goklaney 的公司很明顯。自從它在 1982 年成立以來，它販賣價錢合理的家用淨水設備，減少人們暴露於致命的疾病、干涉教育、或影響他們養家活口的能力。

但是 Eureka Forbes 的更高目的——改善印度人的日常生活，就像 Goklaney 的父親向來想要的那樣——超越了他賣的產品。該公司雇用了那些若不是被該公司雇用，可能在印度很難建立專業生涯的銷售人員。「雇用員工時，我們不尋找名校畢業的，」Goklaney 說。「我們尋找飢餓的人——賺錢餬口，是的，但也有功於社會，使他們的國家更好。他們可能需要多一點訓練。但是它是值得的，因為他們有飢餓。」

很久以前，他解釋，他發現企業有潛力以其他組織做不到的方法去滿足某些需求。「我談的不只是讓人們願意掏錢買，雖然很明顯這一點很重要，」他說。「我的意思是必須，無論作為消費者或員工，感到自己參與了有價值且有意義的東西。我所做的一切都是受到這個目標的激勵：讓人們有那種感覺。它現在在我的 DNA 裡面，但是它應該在任何一個想在社會上有正向的存在的組織的 DNA 裡面。」

穩定的獲利讓 Eureka Forbes 得以在扶輪社的印度乾淨飲水計畫扮演主要角色。2004 年地震及海嘯之後，該公司和 Goklaney 的扶輪社（孟買扶輪社）合作進行一個計畫，在貧民窟設置淨水廠，因為居民們買不起家用淨水系統。該計畫成立之初就打算永續發展，直到今天還存在。「我們與社區簽合同，」Goklaney 說。「他們能買到比其他任何地方



更便宜的水。收入用來支付當地一群管理該廠財務的婦女的薪水。其餘任何收入則留下作為其他社區淨水廠的種子資金。」

在 2007 年，SAXEGAARD 成立了設在奧斯陸的非營利的和平企業基金會。該組織每年召開一個諾貝爾在和平獎或經濟學獎得獎人座談會，從全世界找出以有道德的方式創造經濟價值和社會價值來實踐資本主義的企業領導人。

Saxegaard 說，扶輪社員們是有關以價值為基礎的企業的討論的重要一部份。「你不能只顧賺錢，扶輪社員們瞭解這一點。你必須創造價值，解決問題。你必須能對著鏡子說，我就是這種企業人，我用這種方法來改善社會及世界。」他提議問幾個基本問題，這些問題適用於所有類型和規模的企業：誰是你的客戶？你的產品為他們做了什麼？你的產品能做得更多，更好嗎？你的供應品來自哪裡，為什麼？你存在於什麼樣的社區？在每個社區，你是一個好的社區成員嗎？

懷疑論者懷疑所謂企業能解決傳統被認為屬於政府管理範圍的問題的說法。社會學家暨作家 Nicole Aschoff 將 Mackey 及 Sisodia 批評為「神話創造者。」「我想他們是好意的，」Aschoff 說。「但是他們論點不承認以企業作為正向改變的工具所得到的效果是有嚴重限制的。」尤其以環境之類複雜的問題為

然。「所謂一家公司能同樣對待環境和投資人回收，這根本不是事實。巨大而且迫切的社會問題需要政治解決方法，而且那些解決方法只能來自非基於創造利潤的需求的模式及運動。」

其他人則對於 Sisodia 及 Mackey 的資料提出懷疑。企業學者 Chong Wang 懷疑他們這個結論：遵循更目的驅動方法的企業表現優於他們的競爭對手。（在其他問題之中，Wang 指出，他們刻意挑選一些公司來支持他們的主張。）

Sisodia 承認還需要做更多研究來探討到底為什麼有些高度自覺的公司成功，而其他公司卻失敗。「我們找不到做大型實證研究所需的資料，」他說。「我們只知道有些企業在更高的目的之下成立，並且獲得很大的成功。那是我們的起點。為了讓運動成長，自覺企業社群的人將會想出新的對話方式——分享資料和經驗的新方式，來研究出那些東西起作用。」

在那個對話，扶輪社員們可以是重要的一部份。「就我對於扶輪的認識來講，扶輪正是一個充滿這種人的網絡。」

Andrew Baker 作品曾出現在英國衛報、**Elle**、及紐約觀察家等媒體。

邀請一位自覺資本主義的專家下週到貴社例會演講。請至 consciouscapitalism.org/chapters 尋找在你附近的專家。