

前言

近年來諸多與企業相關之社會環境議題不斷地浮現在媒體新聞中，議題如工作環境安全與員工權益、產品品質與標示、管理階層舞弊與公司治理不彰，以及企業環境汙染等。這些問題不僅影響到企業本身的營運與形象，還衝擊到與企業相關的利害關係人(stakeholders)，如員工、消費者、供應商、投資者、社區團體及自然環境。「企業社會責任」(corporate social responsibility, CSR)相關議題的文章出現在商業雜誌與學術期刊中也日益漸多¹，例如《天下雜誌》與《遠見》每年都有一期CSR專刊。雖然主流雜誌對於介紹與提倡CSR議題的文章眾多，但這些文章多半是以個案方式介紹得獎企業之作爲，而這些表現良好的企業只涵蓋部分台灣企業對於CSR表現之現況。因此，本文撰寫之目的在於提供一個整合性的文獻回顧，其次爲整理描述國內目前對於企業社會責任之相關作爲，最後根據理論或國外實務經驗，提供國內業界未來可以重視或追求之方向。

爲達成上述三個目的，本文的安排主要如下：在理論方面，首先介紹什麼是企業社會責任，企業社會責任包含哪些面向、企業社會責任之迷思爲何，然後說明目前理論上支持與反對的原因爲何；在實務方面，本文蒐集台灣國內前四大製造業與服務業公司，其在官方網站與CSR報告書中的紀錄，根據這些資料，筆者統計與評論目前在台灣企業關於CSR之作爲；最後，在未來建議方面，爲順應台灣與世界快速國際化之趨勢，提出三個可以更加注意之處以供參考。

企業社會責任之文獻回顧

企業社會責任是什麼

企業社會責任在本文之定義爲「企業在思考或回應特定議題時，能夠考量到超出原先既有對於公司之經濟、技術及法律上的規範」(Davis, 1973, p. 312)，這個定義雖然年代已久，但卻擁有其優點。第一，這個定義不僅包含事前的企業決策，也適用於事後的企業回應。許多人誤以爲企業社會責任只存在企業對於未來議題所做的

1 筆者搜尋《天下雜誌》與《遠見》，2005~2014年約有150篇關於CSR之文章。一般管理類期刊（《管理學報》、《管理評論》、《臺大管理叢論》、《中山管理評論》、《組織與管理》、《產業與管理論壇》）中有3篇以台灣企業為樣本探討企業社會責任之研究。例如，廖婉鈞、林月雲、虞邦祥(2009)發現，企業知覺利害關係人之重要性可透過企業責任相關作爲正向影響組織績效。黃瓊瑤、方世榮、陳育成(2012)研究家族控制與企業社會責任績效之關聯性。王宏仁、王致勝(2013)討論台資製鞋廠在越南運作中的衝突與矛盾。英文文獻中，2000~2014年6月發表在*Journal Business Ethics*上關於台灣CSR之文獻共有13篇，其中8篇是研究個人或組織倫理議題(Hwang, Golemon, Chen, Wang, & Hung, 2009; Ip, 2008; Tsai & Huang, 2008; Wang, 2005; Wu, 2002, 2003, 2004, 2006)，2篇研究企業非財務資訊揭露的前置因素(Chiu & Wang, 2015; Huang & Kung, 2010)，1篇研究綠色創新(Chen, Lai, & Wen, 2006)，1篇研究CSR在品牌與企業形象的影響(Hsu, 2012)，1篇研究CSR與公司財務的關係(Shen & Chang, 2009)。

規劃，例如，是否要使用環保物料、是否要參與社區慈善活動等相關議題。其實企業社會責任也存在於企業對已發生議題之回應，例如當企業被揭露非法排放廢水，企業的回應是罰款了事，還是願意更新汗水設備，採用更嚴格的排放標準？前者雖然是依法回應，無所責難，但後者的回應才確實掌握企業社會責任之精神。因此，一個犯了錯的公司也有可能是一間有社會責任的公司；第二個特點為迫使企業在思考或回應特定議題時，可以考慮不同的利害關係人。因為經濟、技術及法律上的規範，基本上即已考量企業與不同利害關係人之關係。例如，廢水這個議題如果處理不當，將可能殃及投資者的收益、員工的生計、供應商的訂單、當地社區的生活及自然環境的破壞；最後，此定義著重於規範的發展性而非規範的限制性。換句話說，企業不應僅服膺於法律的最低限度，侷限於技術的困境，或是短期經濟利益，而是要放眼未來，從長期、永續的方向思考，這樣的思考模式才有助於改善企業文化與組織創新。

根據上述定義，再考慮到不同的利害關係人，企業落實社會責任可從以下幾個面向著手。首先是財務績效，維持企業獲利能力、銷售成長及股價是企業基本的責任，也是企業功能上之目的，因為企業獲利才能照顧到相關的利害關係人。然而，公司如果僅一味追求股價獲利，則可能在合法的情況下犧牲其他利害關係人的權益。例如，一間金融公司可以合法兜售垃圾債券賺取利潤，雖然公司獲利，但卻犧牲了消費者的利益。因此，在追求財務績

效時，企業還必須考量其他面向的責任以保障利害關係人之權益，其中包含公司治理、環境管理、產品安全、員工關係、勞工權益、多樣化、社區參與 (Berman, Wicks, Kotha, & Jones, 1999; Freeman, Harrison, & Wicks, 2007)。

「公司治理」重視企業高階主管、董事會與股東間的關係，其關心的層面包含高階經營團隊的組成、薪資結構、股權結構及公司資訊的揭露透明程度；「環境管理」涉及企業營運時的能源使用、污染防治、資源回收及相關環境議題的重視程度；「產品安全」重視產品品質、研發創新及行銷議題（如不實廣告或不充分揭露）；「員工關係」則關心工會運行、資遣政策、員工分紅制度、員工參與制度、退休制度，以及員工職場之安全健康等議題。另外，台灣企業較少留心的「多樣化」，此一面向則是在關懷公司是否對於不同性別、種族、身心殘障者及性別取向之員工有包容的人力資源規劃，多樣化也關心員工的工作與家庭生活是否平衡。最後是台灣企業熟知的「社區參與」，期待企業可以從事慈善活動或捐款或相關義工服務。綜觀上述，企業社會責任似乎包含許多不同的面向，而這些面向與企業營運無直接關係，因此，有些人便質疑企業社會責任是否在反對企業獲利，而逼迫企業去解決或改善社會環境問題 (Friedman, 1970)？

企業社會責任之迷思

企業社會責任並非在反對企業獲利。企業在生產製造或是服務的過程中，會與