

# 企業社會責任 (CSR) 對社會福利衝擊的正反面效應之探討

郭登聰

## 壹、前言：CSR 企業社會責任是真實或是假象

今年五月由國內遠見雜誌所舉辦第九屆社會企業責任 (CSR) 獎，共有六大組十七家企業。其中，台達電子囊括整體績效組及環境保護組首獎，其他首獎由台積公司、臺灣大哥大、南山人壽及順發電腦等公司獲得。本次獲獎的特點 (1) 關懷弱勢、銀髮族作法更多元 (2) 金融業獲獎多，重建社會責任 (3) 企業更懂善待員工，創造就業。但今年參與也暴露一些問題，雖然有九十二家參加，共提出 144 個 CSR 的方案，但臺灣營收前五十大企業僅有 16 家參賽，另外，臺灣二十大國際品牌只有七家參與。同時對於一些沒有得獎的企業而言，也認為 (1) 過程雖然煎熬，但可洞悉未來方向 (2) 把握學習機會，觀摩同業秘訣 (3) 透過評鑑自省，有助進行風險診斷 (高宜凡 2013)。大致而言，對於企業社會責任的頒獎也可以看出若干的端倪和思考。在這此獎項中，除了台達電子獲得整體績效和個別性獎項之外，其他的獲獎包括環

境保護組、職場健康組、教育推動組、社區社群關懷組和公益推廣組，顯見所謂 CSR 到底強調整體表現或單項的成果。其推展的重點似乎偏重在自家員工的照顧，而 CSR 是否應該除了員工之外更推廣至社會大眾層面，最後 CSR 的比賽只是用所提的方案作為評鑑的依據，而非整體企業行為的展現等現象，委實令人產生質疑，且有值得商榷之處。

在此同時，國內著名的食品公司麥當勞爆發出對於患有唐氏症婦人的不友善的行動，更誇張的是臺北市勞工局更公布該企業在身心障礙的定額雇用上有多年的成績皆是殿後。關於前者，麥當勞對於唐氏症的朋友以驅趕而招致國內相關身心障礙團體的抗議，並要求該公司要做道歉和相對的補救行動 (朱芳瑤 2013)。同時唐氏症關懷協會也將此事向美國麥當勞總部提出反映，並得到國際唐氏症協會的聲援和支持，且對麥當勞的行徑給予譴責 (中央社 2013)。而接連著臺北市勞工局又舉出麥當勞未足額身心障礙員工達三分之一，居臺北市各企業之冠，對於麥當勞這樣的國際性企業竟然有此行徑確

實令人費解和不容（林麗玉 2013）。眾所了解麥當勞是國際性跨國公司，其本身即有企業社會責任的要求與達成。梁玉芳（2013）曾提到，麥當勞在這次對唐氏症朋友的不當舉止，而取顯露出其道歉上的遲緩正好與去年 7 月份新建麥當勞兒童之家遭受社區居民的抗議，卻得到社會大眾對其實踐企業社會責任的好評和支持，相較之下，確實有著天壤之別。王順民（2013）也同樣指出麥當勞除了在此歧視的事件中反映的怠慢之外，更重要其並未積極的為身心障礙者建立友善的生活環境，並且為身心障礙者去除標籤符號，才是真正的符合其標榜的企業社會責任精神，否則可能為身心障礙者造成更大的傷害。長期以來麥當勞在國內的企業享有相當程度的肯定和接納，但也有著期許和加強之處（翁銘鴻 2008、林雅文 2008）。同時在國內由遠見雜誌所舉辦的企業社會責任獎，麥當勞曾經參與但並未得獎，然在天下雜誌所舉辦的企業公民獎自 2007 到 2012 麥當勞在外商企業中共獲得三次的得獎（天下企業公民網站 2013）。儘管不同的獎項評鑑有其差異性，但不容否認麥當勞曾經在企業社會責任的展現上獲得肯定，然今日所發生的事件，卻又造成社會大眾對於其形象的莫大質疑和困擾。

事實而言，企業社會責任近些年來雖被整體社會所認同和接納，尤其是在企業界，但是企業社會責任對企業而言其真正的涵義和價值為何，委實值得商榷。肯定企業社會責任者認為，其有五大的典範（1）企業活動原型：與社會共生（2）資本主義競爭：蒙蔽事業公益性（3）CSR：不是單純的慈善事業

（4）企業經營理念：就是社會貢獻（5）找回初衷：超越私立改造未來（陳普日譯 2008）。另外，馬克傅勒（Mark B. Fuller）強調企業的基業長青的關鍵在於深化道德競爭力，而其確實的落實在於利益與公益的共榮，也就是企業社會責任的達成（林麗冠譯 2007）。但在這些企業社會責任的背後卻也隱藏著企業營利的動機和意圖。卡斯圖里蘭根（V. Kasturi Rangan）等即提到如何讓商業利益和社會公益相結合，其強調如何善用針對貧窮人口做深入的了解而在提供服務的過程中也可以謀得利益（黃晶晶譯 2011）另外持同樣理論的有維克蘭亞古拉（Vikram Akula）提及如何發掘金字塔底層的商機，也就是如何利用商業概念的經營以創造利益，但也能達到企業社會公益的目的（潘東傑譯 2008）。當然對此論述更為明顯露骨的說法即是傑布布魯格曼（Jeb Brugmann）和普哈拉（C.K. Prahalad）提到企業只想賺錢，而且什麼錢都賺，心中沒有一點公益概念？社會團體只想著自以為是的正義，完全不管營利，更與企業勢不兩立？其實可以不這麼尖銳對立。自由市場機制讓高階主管與社運人士得以合作，發展出新的商業模式，同時改變企業組織與窮人生活（楊振富譯 2007）。

然而對於整個企業社會責任討論最為完整和具體的則是麥可波特（Michael Porter）和馬克克瑞墨（Mark R. Kramer）其提到企業社會責任一般皆是零零散散，無法連結到業務和策略面，許多造福社會的良機都錯失了。其細分 CSR 的發展過程在萌芽之際乃為公民意識抬頭，給公司當頭棒喝，接著在 CSR 草創則是公司美化形象，催生報告寫手。進

而 CSR 訴求，以道德、永續、資格、信譽為主，然後 CSR 升級，強調公司和社會，從對抗到合作。CSR 交集，則是社會議題，可能攸關公司命脈，再者 CSR 的選擇，往往企業社會責任，無法面面俱到，接連 CSR 的計畫則分類、排序，建立公司社會議程。再者 CSR 回應讓公司逐利，不致重傷社會利益，接著 CSR 的策略乃是找到公司與社會共享價值。CSR 的力量在於經濟價值與社會價值匯流，CSR 的融合則是懂得整合，就能抓住商機。CSR 的組織要拋開形象包袱，積極打造策略，最後 CSR 使命把沉重責任變成獲利利基（胡瑋珊譯 2006）。整體而言，本文將企業社會責任作為企業經營與發展的策略性思考，其最終則是能為企業獲得應有的利益，並能發揮良好的社會公益形象，並帶動其社會行銷的內涵。然對於本文將整個社會責任視為一種策略，所謂的策略是指組織評估本身資源的強弱勢，與衡量外界環境的機會與威脅後，為了發揮其強勢和隱藏其弱勢，掌握環境的機會與迴避其威脅，所採取的一種企圖達成組織目標的行動方案。基本上，策略是達到目標的手段（林建煌 2003）。既然是企業社會責任被認為是企業經營的一種手段，但問題是好的手段或不好的手段，以前述的麥當勞例子及各種相關文章的討論，似乎這個手段則傾向於企業獲利的動機為主。其雖非不好的目的，但卻是令人擔心，到底企業社會責任的真實面貌維和。

本文的目的是想了解企業社會責任到底所帶來的真正的面貌和真相，同時其考能隱藏在企業社會責任背後的意涵和行為是否真的符合企業社會責任的本意和目的，更重要

從麥當勞的例子中發現到，其對於身心障礙者的歧視和對於定額雇用的違反恰好正是反映出淺藏在企業社會責任的光環之下，其作為所造成對於社會福利的傷害和打擊，當然企業社會責任有其正向回饋社會福利的功能。但如今所出現的現象和結果，不得不重新思考其可能造成的負向衝擊，而不利於社會福利的執行和落實，因此要如何地改正或調整則是本文不可避免的討論與關照的重點所在。

## 貳、CSR 的發展過程及其內涵的演變

為何企業社會責任之蔚為潮流，且企業願意去承擔和實施，許主峯（2012）提到前者的原因有二（1）南北問題與財金醜聞層出不窮（2）企業追求永續發展的新倫理。至於其次有關企業願意去承擔的原因除了前述二者問題的因應與解決之外，當然也包括利潤的追求，另外也牽涉企業在社會福利的角色功能上，尤其是福利多元主義的興起而有了一定的角色功能，緊接著隨著公司治理及企業責任倫理的被重視，皆是引發企業對此的投入與承擔。對此，邱慈觀（2006）則進一步地闡述企業社會責任的組成包括四個面向，經濟面有公司必須獲利、銷貨額與利潤極大化、成本極小化、規劃健全的策略性計畫與股利政策；法律面有遵循法律與相關的法規、遵守沙賓法案、履行所有契約責任、謹守保證書的承諾；倫裡面有避免令人質疑的行為、對法律的文字與精神做回應、法律是底線，採取在此要求之上的行為、做應該

的行為，公正與公平的行為、肯定道德典範；慈善面有做良好企業公民、致力慈善捐贈、提升社區品質、參與義工計畫、提供支持社區的計畫：教育類、文化與藝術類、人群服務類。顯見對於企業社會責任的推動及其內容大致可以了解和涵蓋。當然對於企業社會責任並非全然的認同和贊成，而反對者之中以經濟學諾貝爾得主米爾頓傅利曼（Milton Friedman）最為明確，其認為企業的責任是在為公司及股東追求最大的利益，至於所謂企業社會責任則應侷限在對於公司的利得而非對於社會的恩賜，認為社會責任是一種偽善，並且這種社會責任的論說將會使政治機制的範圍擴大涵蓋到每一項人類活動，則無異於最明顯的集產主義的思想（李芳齡譯 2009）。顯見對於企業社會責任依然有著極為不同層次的考量，包括贊成與反對。

在討論企業社會責任之際，有者用企業倫理的概念，簡單說企業倫理乃是企業應當遵守的行為法則和倫理規範，企業倫理涵蓋員工、股東、顧客、關係廠商、社會大眾和政府等相關層面。從這些歸納，對企業倫理的內容提供較為明確而具體的說明，綜合而言企業倫理包括企業對員工（勞資倫理）、對股東（股東倫理）、對環境（環境倫理），對政府（政商倫理），以及對消費者（行銷倫理）的種種行為規範，企業主管和員工必須具備共同的倫理認知與素養，從相關倫理議題中加以分析與省思，做好正確的倫理判斷與抉擇，以謀求企業的長遠利益。對於企業倫理的功能包括（1）降低交易成本（2）提升企業形象（3）員工表現優異（4）企業競爭優勢（張培新 2007）。顯然由此可見，

企業倫理與企業社會責任之間確實有著極為相互的關聯，黃營杉、齊德彰（2005）即提到兩者常常被混合使用，且有著因果關聯性之二不同意涵的事件活動。另外有者用企業公民的概念與企業社會責任相互混用，楊意菁（2008）曾提到就定義來說，企業公民就是指企業應該把自己當成社會的公民，透過核心業務為社會提供價值的同時，也要向社會承諾應該負擔的責任，這意味著企業不能只滿足於在社會中做個「經濟人」，更要成為一個有責任感和道德感的「公民人」。而一個具有企業公民理念的公司，其展現的作為通常包括：（1）強調永續發展（2）領先性的將此一理念應用於本身的產業、運作及內部行為（3）明智的參與有關未來將如何法展及各個社會部門將扮演何種角色與責任的討論（4）與他人（包括競爭者）共同努力於推動永續議程（5）確保其產品與服務的生產及遞送合乎倫理的要求（6）積極的推動及影響正向的內部與外部變革（7）衡量其是否成功的方式不受限於財務方面（8）就其成功進行內部與外部的溝通（9）與利害關係人建立夥伴關係（10）允許利害關係人參與企業的決策（11）致力於建立人力資本、財務資本、生態資本及社會資本。顯見兩者之間的關係是極為密切和一致。

既然承襲麥可波特用策略的觀點來探討企業社會責任的思考及運用，事實在諸多方面也看到類此的論點，而更重要的是如何讓這個策略能夠有效的運作與發揮。胡憲倫等（2006）就提出用七大步驟來落實企業社會責任步驟一確認引發 CSR 的來源、步驟二重要範疇、步驟三建立企業個案、步驟四做出

行動承諾、步驟五整合及蒐齊資源、步驟六利害關係者參與、步驟七量制與報告。誠如此步驟，其主要乃是落實企業社會責任，並讓企業達到永續發展。在論及策略性的概念，汪浩、曾欽正（2011）也利用此等概念去探討臺灣中小企業如何推動企業社會責任，此舉打破一般認為企業社會責任是屬於大型企業所應該承擔的，對於中小企業而言，是無能為力，但事實並非如此，其研究中說明了中小型企業仍然可以利用其企業的能力及條件做事實的發揮和突破。當然對於企業社會責任的策略運用，在概念和實務上，仍屬於發展的階段，因此方世榮等（2011）則進一步地將企業社會責任的策略分做不同的模式包括（1）回應式 CSR 策略，其內容是指遵循既定的利害關係人需求，以維持組織財務績效。（2）調解式 CSR 策略，係指採取行動協商並影響利害關係人需求改變，以維持組織財務績效。（3）預防式 CSR 策略，係指預測並遵循未來利害關係人需求之改變，以創造組織財務績效。（4）積極式 CSR 策略，係指採取行動形塑利害關係人的需求，以創造組織財務績效。此四種 CSR 的核心觀念在於組織利害關係人的重視和企業財務績效的呈現，兩者有著密切關聯，簡而言之也就是整個企業社會責任所關照的重點在於面對利害關係人及財務績效兩個重要因素，此點也清楚的釐清整個企業社會責任所照應的面向。不僅是企業內部，而擴展到其利害關係人的考量，同時更不可忽略財務績效的重要性。

事實而言，前述有關於利害關係人及財務等地考量在諸多的研究文獻中皆有被提

及，就員工方面，余鑑等（2009）即在研究中提到，員工對於企業社會責任的認知並感受企業責任對員工所做的承諾，假如是正向的話，那員工的穩定性會強化，而減少離職的狀況，其原因在於企業社會責任不僅是一種公關行銷的工具，更是一種良好的內部行銷工具，當企業對社會負起應有的責任，外界對於組織產生高度評價之時，員工會因身為組織中一份子而感到光榮，提升自我評價，也會進一步提升對組織的高度認同和向心力。假如企業社會責任更能夠照顧員工並做出相當的承諾，那這之間的關聯性就更為強烈和明確。相同的，魏文欽、莊怡萱（2009）針對企業社會責任的推動對於企業形象和消費者態度及行為意象皆有正向關聯，也顯示出企業社會責任確實能夠為企業提升其形象，並且帶動消費者的消費意願及行為的支持，進而創造更大的企業商機。同時，前述企業社會責任所提到利害關係人一般而言所指的是顧客、員工、投資者、供應商、社區與環境導向等。倘若企業重視提倡並實踐社會責任，但假如企業的利害關係人對此並未深入了解其實質上的結果不然會產生落差，因此廖婉鈞等（2009）在其研究中提到，落實企業社會責任明確的可以提升組織績效，同時加強顧客、員工、投資者、供應商等的企業社會責任，更能有助於組織績效的改善，不過在臺灣現階段此方面的推動與關注尚未形成全然的認知和理解，因此期間仍存在著落差，但此論點的探討是極為重要。

更進一步而言，企業社會責任的推動是否有助於組織績效及財務績效的提升，在李秀英等（2011）的研究報告中，確實顯示出

其相關性，本報告是引用得到 CSR 獎的公司其在財務和非財務及研發支出解有正向的關聯。相對的，未得獎者最終的結果則有所落差，此研究似乎特指某些得獎者似乎更能展現其組織和財務的績效，而未得獎者則略有落差，但本文的用意乃是明確的點出企業若能重視 CSR 的推動，無論其得獎於否，皆應該有其正面效果。最後，值得思考的是，企業社會責任非但僅是企業社會責任實現和達成，其更重要所帶來的組織績效和財務績效，加上前述提到整體企業的形象，皆有助於企業的發展，也因此有所謂企業社會責任基金的提出。該基金乃是指社會大眾在決定其投資標的時，除了關心該公司的獲利，也同時在乎利潤是如何產生。以及該企業在環保、社會參與、公司治理的做法是否合宜，這種同時兼顧利潤及企業道德的投資方式，即是所謂的社會責任投資（Socially Responsible Investing, SRI），或是道德投資。也因此對於投資人而言，是否願意投資此類的社會責任基金。林語辰等（2011）在其研究中提到，國內的投資人對於此類企業社會責任基金尚屬陌生的狀態，市場反應也未如預期，但是在其研究中也發現投資人主觀的態度上對於此類型基金的投注有著明顯的正向反應，而男性的投資者就女性意願為高，並且有聽過企業社會責任基金者，其申購的行為意向也較強。雖然本研究的對象是以 EMBA 的學生為主，其樣本不足以代表所有的一般社會大眾，但明顯的可以看出，此等企業社會責任基金，及其相關聯的投資行為，已逐漸地產生相互關聯的正向反應。顯然對於企業社會責任的討論已不再停留在做

與不做的選擇，而是企業界皆在策略性的思考下去認知和善用企業社會責任，所帶來的各種效應和結果。有了具體的成效展現，更能助長和強化企業社會責任的推動和運作。

## 參、CSR 標準規範訂定的探討及分析

承襲前述，對於企業社會責任的探討顯然目前的社會各界對其存在和發展是有著一定的定論和看法，當然更重要的是其背後有著國際上的各種不同機構對於企業所做的各種規範和要求，其中最有名的大致為下列各項（經濟部 2011）

### 一、聯合國全球盟約

- (一) 全球盟約是由聯合國前任秘書長安南（Kofi Annan）提出。目的是尋求為 CSR 建立國際共通之標準，使企業與聯合國機構、勞工和民間社會聯合起來，共同促進社會責任之實踐。
- (二) 全球盟約包含人權、勞工、環境、反貪腐四項核心領域及 10 項原則，建立一個全球共通價值的原則。

### 二、國際勞工組織公約

- (一) 國際勞工組織是聯合國一個專門機構。主要目標為改善工作與生活條件，與促進就業機會。
- (二) 另外也重視包括職業安全衛生、員工與管理人員培訓、勞資關係、婦女和移民勞工、社會保障及其他全球重視的社會問題。

### 三、OECD 跨國企業指導綱領

- (一) OECD 跨國企業指導綱領主要為各國政府對跨國企業營運之建議事項，為一符合相關法律規範的自發性商業行為及標準。
- (二) 該綱領目的為希望跨國企業的營運目標能與政府社會目標一致，加強企業與營運地社會間的互信基礎，及協助改善國際投資氣氛及強化跨國企業對社會永續發展之貢獻。

### 四、全球蘇利文原則

- (一) 全球蘇利文原則是由國際人權工作者 Reverend Leon H. Sullivan 推動至國際之原則。
- (二) 其目的包括：支持企業符合公平正義、支持人權、訓練弱勢勞工、協助種族間包容及改善工人生活品質。

### 五、ISO 14000

- (一) 國際標準組織 (ISO) 為了提升組織對促成品質、安全與健康、環境的改善，建立企業的環境管理系統，不僅是在產品面，甚至擴及企業面也建立環境管理系統。
- (二) 在 2010 年，國際標準組織推出了 ISO26000，朝向建立 CSR 專屬的標準。

### 六、社會責任標準

- (一) SA8000 是改進勞工工作環境的國際標準規格，也是全球第一個可用於第三者驗證的社會責任國際標準，宗旨為「賦予市場經濟以人道主義」。

- (二) 目的在於改善全球勞工的工作環境及工作條件，要求企業除了在賺取利潤外，必須同時主動負起對環境、社會和利益關係人的責任。

### 七、當責性原則標準

- (一) AA1000 保證標準，乃是針對有關於組織瞭解與回應其非財務性的永續性議題的性質和程度，以及組織對其企業社會責任績效的公開揭露的資訊的品質所進行的獨立保證作業，就其執行方式而設定的種種要求。

### 八、GRI 永續性報告綱領

- (一) 全球報告倡議組織 (Global Reporting Initiative, GRI) 永續性報告第三代綱領 (Sustainability Reporting Guidelines G3) 為目前使用最為廣泛的指標，根據 Corporate Register 網站統計，在 2009 年全球的企業社會責任報告書中，約有 35% 以 GRI 永續性發展指南做為報告書編製標準。
- (二) 永續性報告第三代綱領是全球報告倡議組織 (GRI) 發展的一套永續報告架構，該架構整合經濟、環境與社會等三個面向的永續性指標，將不同地區與行業的永續性報告書合理的標準化，建立全球適用的報告書指南。

除此之外，還有 Combating Bribery、UN 社會政策宣言、OECD 消費者綱領、里約宣言、責任型投資原則、UN 消費者指導綱領、UN 商業人權規範及康克斯商務原則等。但不容置疑的每一項的原則背後皆有其相對的權

責歸屬機關，對於企業社會責任所訂立的各種屬於期特定要求的規範及原則。倘若更進一步的爬梳和整理，會發現這些國際性組織所訂立企業社會責任的規範和原則也多是屬於通則性及普世性的價值典章。

對於企業社會責任實際上所進行的評鑑在世界各國也是有不同的方式進行，吳壽山等（2012）曾提出世界各國對於 CSR 除了遵守前述的普世原則的規範外，另外則是進行實質的評鑑制度。在 2008 年 9 月經濟學人智庫曾針對 566 家美國企業與 16 位高階經理人面談及進行調查，發現有 75% 的受訪者認為，有效的 CSR 政策對公司產生正面效益，並對公司的財務狀況將有所助益。目前國內外對於 CSR 所進行的評鑑大致有下列幾種

（1）道瓊永續性指數系列（DJSI）（2）富時永續指數（FT SE4GoodIndices）（3）全球 100 評鑑（Global100）（4）The World's Most Ethic Companies（WME）（5）亞州永續評鑑（Asian Sustainability Rating, ASR）（6）香港企業公民計畫—香港傑出企業公民獎。上述皆屬於國外的評鑑情況，也大多偏重在財務管理的透明與公開，及其運作情況的良善與否，在香港的評選標準有較多非經濟性的評量標準。國內方面則是（7）遠見雜誌主辦—企業社會責任獎（8）天下雜誌主辦—臺灣最佳企業公民獎（9）臺灣永續能源研究基金會主辦—臺灣企業永續報告獎（Taiwan CSR Award）（10）行政院國家永續發展委員會主辦—國家永續發展獎。大致而言這些評審的方式其重點皆著重在揭露和實踐兩個面向，大致而言，在國內的四種評鑑方法大都在實踐方面。當然對於評鑑的發展原則上皆可以

接受，以上市上櫃公司而言，目前已接受臺灣最佳企業公民獎的評鑑。顯見評鑑在我國的發展是可以預期的，但可能遭遇的問題也需要思考和改進。

本文在此評鑑的方式及其內容再作近一步的檢視，以了解其所設立的指標或內容是否適當或是無法具體的反應事實的落差，正如同在麥當勞的事件中對於歧視身障者和漠視定額雇用是否存在於各種其指標內容。

### （一）遠見雜誌—社會企業責任獎

自 2005 年開始推動企業社會責任獎，其主要參照 OECD 多國企業指導綱領，及其他國際間通用準則，就企業是否重視股東權益、勞動人權、供應商管理、消費者權益、環境保護、社區參與及資訊披露等項目，進行調查（林宜諄 2008）。徵選範圍包括：職場健康、社區、社群關懷組、環境保護、教育推廣、公益推動、整體績效等六大組別。並於各組選出 1~3 名得獎者，向社會大眾介紹企業貫徹責任、發揮正面影響力的典範。其評選的方式採用填寫基本資料，包括公司名稱、企業概況、經營成績、在臺聘僱狀況、CSR 組織編制、CSR 統計資訊、資訊揭露、法令遵守狀況、CSR 相關認證及聯絡人等，再加上對於 CSR 的態度調查。最後依參加的組別填寫相關資料，在此以社區、社群關懷組為例，要填寫方案名稱、外部合作單位、執行日期、發起緣由、職能結合態度、內容概要、困難排除、量化指標、質化指標、滿意度調查、長期計畫、獨特創意、營運回饋及其他佐證。至於其他公益推動組或職場健康組等，皆為相同格式。但在整體績效組則

略有不同，包括組織運作、利害關係人、資訊揭露、企業治理、勞資和諧、顧客關係、環境保護、社會參與、合作推廣、評估指標、鼓勵機制、困難排除、產業特有議題、重大事件說明及營運回饋。其中對於整體績效外的各組皆已方案的方式呈現，事實上是無法了解其社會公益的實質內容，而只是偏重在方案內容的好壞，倒是整體績效組在勞資和諧中看到身心障礙員工聘雇比例。而在社會參與方面只提到投入經費多少，占營收比例多寡。由此看來，此一企業社會責任獎對於社會公益或社會福利的真正了解和掌握是極為有限（遠見雜誌 2013）。

## (二) 天下雜誌—天下企業公民獎

自 2007 年開始，參考聯合國「全球盟約」（The UN Global Compact）、OECD 多國企業指導綱領、美國道瓊永續指數（DJSI）等國際指標與評量方法，以四大面向—「公司治理」、「企業承諾」、「社會參與」、及「環境保護」，評選臺灣最佳企業公民。「公司治理」主要衡量董事會的獨立性及公司的透明度。「企業承諾」包含對消費者的承諾，對員工的培育照顧，和對創新研發的投入。「社會參與」衡量企業是否長期投入特定社會議題、並發揮積極影響力。「環境保護」則調查企業在環保及節能上是具有具體目標與作法（天下企業公民獎網站 2013）。按吳挺鋒（2012）對於天下企業公民的調查介紹，企業公民調查構面：利害關係人。「媒體、企業與民眾間的三角關係」，也就是企業經由媒體，使民眾了解企業如何做 CSR 與公司理念。其評選的階段分第一階段分本國

企業及外商企業，前者連續三年獲利為正，後者從天下雜誌千大調查專家學者推薦，第二階段採量化數據初評及資訊揭露評鑑，第三階段再經評審審核及小組會議，第四階段總評為評審團大會，最後選出天下五十大企業公民。由企業提供量化問卷及佐證資料，同時做專案報告及重大新聞參考。量化數據包括資訊揭露及佐證資料，質化資料包括影響力評估、資源整合及創新作法。對於社會參與為何評價不同其重點在於，衡量企業是否長期投入特定議題，並發揮影響力。本案著重書面審查。整體而言，上述的調查方法的介紹，顯然沒辦法深入了解其實際上的評鑑指標項目的具體內容，而容易淪為評審委員的主觀意見的考量。

## (三) 臺灣永續能源研究基金會主辦—臺灣企業永續報告獎

財團法人臺灣永續能源研究基金會為鼓勵我國產業界發行企業永續報告書，以加強其對維護永續發展、友善環境及公益社會的重視與投入，過去五年持續舉辦臺灣企業永續報告獎（Taiwan CSR Awards）評選，並舉辦企業永續報告研習會，提供國內企業對於報告書資訊交流與觀摩平臺，獲得企業及社會各界熱烈回應。有鑑於過去五年工作成果，已有效提升國內企業 CSR 出版家數與撰寫水準，自今（2013）年起在 CSR 評選工作上作較大變革，將活動層次提高，並更名為「臺灣企業永續獎」，除將評選出國內最優之前五十名企業 CSR 報告、年度最佳報告獎、新秀獎外，另將仿效國際間作法，評選頒發最佳企業永續創新獎、最佳企業透明誠

信獎、最佳企業碳揭露獎、最佳企業社會共融獎，以及最佳企業創意溝通獎等績效獎項，以進一步彰顯與獎勵企業落實永續發展之成果。本獎項評選的內容包括企業永續報告及企業永續發展績效。在永續報告參採並修正全球報告倡議組織（GRI）永續報告指引（G3.1）之相關指標，包含策略說明與報告書內容（如企業永續策略說明與承諾、報告範圍與數據計算方法等）、管理架構（如管理階層架構、對利害關係人管理等）與績效指標（包含經濟、環境、社會三大面向）三大部份；另參照 CSR Europe（2009）所提出之 Trends and Best Practice in Online CSR/Sustainability Reporting，建置企業 CSR 網站評分指標，作為第四部份之評比指標，最後以此四部份加總之綜合評比分數，作為遴選本年度獲獎企業永續報告書之依據。而企業永續發展績效則只是團體的報告內容（臺灣永續能源研究基金會 2013）。顯然這個獎對社會福利的關照是極為欠缺和不足，而其關照的重點在於企業的永續經營，尤其在於能源及環保方面。

#### **(四) 行政院國家永續發展委員會主辦—國家永續發展獎**

- 一、宗旨：行政院國家永續發展委員會（以下簡稱本會）為表揚推動永續發展績效卓越單位，鼓勵全民參與永續發展推動工作，以落實永續發展在地化及生活化目標，實現國家永續發展願景，特訂定本要點。
- 二、表揚對象：本要點之表揚對象為推動永續發展績效優良、表現卓越之

學校、企業、社會團體及政府機關，其表揚類別如下：（一）教育類（二）企業類（三）社團類（四）永續發展行動計畫類（行政院國家永續發展委員會全球資訊網 2013）。顯然本案亦偏重在永續發展的方向，並未對於社會福利有強調或突顯。

綜合上述國內四個重要企業社會責任獎的評鑑標準，顯然除了遠見雜誌的社會企業責任獎的評鑑內容較為明顯的區分出社會公益或社會福利的面向之外，對於其他的則是相對的欠缺和不足。因此，對於是否能夠明確的彰顯對於社會福利與否顯然是不夠清楚和明白，但也正因此，顯示出我國在 CSR 的評鑑上確實需要有近一步的研究和探討，當然此工作是由政府企業和非營利組織共同來思考和解決。以香港社會服務聯會曾出版一本企業社會責任《香港中小企業—企業社會責任指引》其列有六項評鑑指標，包括企業管治、環境保護、人力資源管理、負責任的採購、消費者的關注及社區參與及發展等，各項皆有相關的問題設定，雖然在社區參與與發展上並不完善，但整體而言此案代表著非營利組織事實上可以主動參與企業社會責任的發展其評鑑相關事項，同時本案是由香港政府協助而成，顯然可以為企業和政府提供有效的幫助，此點乃是國內的非營利組織及政府部門值得參考和思索之處（香港社聯 2011）。

肆、CSR 對於社會福利的衝擊效應

對於非營利組織與企業之間的結合互動，關係發展甚早，對非營利組織而言，需要企業的協助乃因非營利組織本身的財務及

各種資源能力上的不足。當然對企業而言，無論在企業社會責任推動之前或之後，其與非營利組織之間的連結不外由下列因素使然

- (1) 重視社會責任
- (2) 企業經營重新定位
- (3) 推廣公關活動
- (4) 注重人力素質的競爭優勢
- (5) 人文與科技的對話 (徐木蘭、楊君琦 2007)。

當然非營利組織與企業合作也有存在著風險

- (1) 浪費資源
- (2) 捐款減少
- (3) 喪失組織彈性
- (4) 合夥人聲譽欠佳
- (5) 行銷策略大相逕庭
- (6) 成功令人措手不及
- (7) 結構萎縮 (張茂芸譯 2000)。

但無論雙方的立場和考量如何，非營利組織與企業之間的關係似乎有著明確且積極的發展，一般而論，企業與非營利組織合作的模式包括

- (1) 企業慈善
- (2) 企業基金會
- (3) 許可權的協議
- (4) 贊助
- (5) 交易為基礎的贊助
- (6) 聯合議題倡導
- (7) 聯合創投。

當然此等合作模式的推動，其基本前提在於企業與非營利組織之間雙方的關係可能要從純交易的模式發展到相互合作，進而到夥伴關係的建立，雙方才能夠有一個平等對待的基礎條件和實質關係的確立 (林淑馨 2011)。

兩者之間的合作涉及到不同領域相互對話與互動，其原本存在著不同的思維模式和價值觀念，要如何有效的化解彼此的陌生或尷尬將影響到非營利組織與企業之間的相互合作是否能夠順利和有效的推動。

池祥麟 (2009) 就提到如何強化跨界的關係，包括下列各點

- (1) 合作夥伴彼此的策略、任務與價值必須要契合，否則容易發生衝突。
- (2) 合作夥伴必須清楚表明希望對方能夠負責那些事項，並負起責信
- (3) 合作必須能激發利人利己的價值並能共有願景
- (4)

合作夥伴自合作得到的利益不能過於懸殊

- (5) 合作夥伴必須在合作的過程中持續的學習與成長
- (6) 不要有過多的合作夥伴以免讓努力無法專注
- (7) 合作夥伴從業人員之間必須建立良好的情感維繫與互信
- (8) 合作夥伴的從業人員可以透過績效評估與目標管理來激勵。

顯然雙方有著彼此相互的認知和需要，作為彼此互動合作的開端，將有利於雙方的發展和推動。對一般非營利組織而言，要如何適應並了解企業本身或企業在推動企業社會責任時的思維和想法是極為必要的，正如前述，兩者之間存在思維和價值之間的出入，但兩者卻有共同的追求的利益，也就是企業社會責任的實踐和推動，當然對企業而言仍存有著獲利及追求利潤的企圖和動機，但是其相對的付出結果將有利於非營利組織的業務推動，而此等也正是對於社會福利的正向回饋與助益 (郭登聰 2007)。

但今天本文所討論的問題在於為何經過企業社會責任獎所評選出的企業，卻未能真正的落實其在社會公益或社區服務，以致於整個社會福利上的成效，無法獲得彰顯。當然從前述各獎項的訂定指標內容以普遍可以瞭解其所設定的社會公益、社區服務的要求皆是過於簡單和粗淺，並未能落實並深化於整個企業社會責任的內涵，並與整體的組織管理運作相互結合，如此必將自然導致整個結果所呈現的膚淺和侷限。尤其是這些指標有諸多皆是普世性的價值或原則，因此其欠缺實質操作和實踐的可行性和可能性，因此在評選時僅是概念性的要求，或是某些數量上的呈現，甚至有些評選的標準以各項主題做決定，其雖然有基本的要求，但是所添加

的各種主題性的評選內容卻是單薄而有限，如此所構成的企業社會責任無法深入和紮根。如此的結果當然對於其所標榜的社會公益或社區服務之對於整體的社會服務，自然無法創造積極的作用，反之倒形成負向的導引，也就是在承受企業社會責任的光環之下卻未能真切的推展和落實社會福利的成效，此點委實令人掛慮和擔心。當然要如何界定社會企業在社會公益或社區服務的評選標準，當然可能首先要了解每個企業皆有其符合其組織發展和經營方式的考量所擬定的企業社會責任報告。因而在此前提下已經對社會福利有所設定和約束，但問題是對政府部門而言，或是社會大眾以致於非營利組織皆需要對此有所質疑和關注，畢竟企業打著企業社會責任的公益形象，但卻違背應遵循相對的政策或法令，顯然是無法交代和解釋。

簡單的說，對於企業社會責任的所應遵循的與社會福利相關的標準內容，應涵蓋下列幾項（1）在社會福利方面以目前各項社會福利政策及法規，尤其是法規具有罰則者，必然成為企業應遵守的首要規定，以老人福利而言，其重點在於如何創造友善的關懷環境與空間，更重要是如何避免對老人的歧視或傷害，而在兒童及青少年方面，也是比造上述的要求，同時要加上的是如何對於兒童及青少年有積極性的保護，譬如在企業的宣導或廣告上，不應觸法，濫用對青少年的傷害及剝削，至於一般最為關注的身心障礙者福利而言，事實上整部身心障礙者保障法就是企業社會責任所應該依循的規範，以麥當勞為例，其對唐氏症婦女的歧視和未足額達成身心障礙者雇用的標準，事實上皆是違反

了社會福利的要求，倘若企業社會責任在訂定其評鑑標準時，皆迴避上述的基本要求，而只是把重點放在員工的福利上或內部成員的權益上，可能就加以檢視和探討。（2）對於在勞動福利上，現行的勞動基準法、勞工安全衛生法及性別工作平等法等，皆是對於企業社會責任的規範與要求。同時政府正在推動性別平等政策綱領，也正是用來檢視企業對於性別的認知和實質關照的程度，雖然政策綱領本身並無罰則，卻是一個評選標準訂立的參考。（3）各種相關的法令，包括對原住民的工作保障或各項衛生安全的規定在在皆是一個最基礎的要求標準。顯然企業社會責任所觸及的社會福利是包含著福利、衛生與勞動甚至原住民族等面向，其範圍和內容是極為廣泛多元。

由此可見，上述所有相關政策和法令所構成的法定規範，是作為企業社會責任的最基本要求，倘若連國家規定的法定政策及法令皆可任意取捨和拋棄，如此的企業社會責任，又將是如何達到所謂社會公益，甚至社會福利的目標底線，除此之外，企業組織在依其核心價值和永續發展的理念，並參酌前述的基本規定，而完整的呈現其應有關於社會公益的指標內容。從勞工而言，皆強調創造安全的生產環境的重要性，其也符合國際SA8000的標準，如此才能達到企業社會責任上的基本要求（崔文彩、趙雲勝 2007）。其次，職業衛生安全的管理系統也是與環境倫理相互關聯，而環境倫理也是整個企業社會責任中不可忽視也極為重要的環節，因此如何建構一套有效的職業衛生安全管理系統將是社會企業落實的一個指標，而此等也正

符合 ISO14000 及 OHSAS18000 的聯合國規定 (翁裕峰、游素芬 2010)。顯見以目前國際上的潮流和趨勢,各種規定和指標的發展逐漸的成為社會企業遵循的參考,而更重要的是其如何落實在企業的社會責任報告書和評選和標準內容之中,則是重要的關照重點。

當然企業社會責任目前的關照層面皆偏重在內部的福利和權益及環境,欠缺較為積極有效的外展和開拓性服務,也就是企業社會責任的社會責任不應只侷限在內部的組織層面,而應該擴及到外在的社會環境,如此將使得企業社會責任可以扮演與政府部門或非營利組織之間的合作關係,而能夠積極開拓整體的協力合作工作,以帶動地方的永續發展 (黃正忠 2005)。事實而言,對於企業社會責任的如此要求,可能會造成前述如彌爾頓傅利曼所稱的過度要求與過度干預,且讓企業背負極大的負擔和責任,難怪其會對社會企業責任持高度的反對意見,但事實而言,臺灣在現階段整個企業社會責任的推動,尤其是在社會公益方面,仍屬於現金或實物的捐贈之短期或立即性的慈善行為,或是偏重在方案導向的施行或推動的暫時性效用。本質而言,其社會公益並無法真正的落實和生根,同時也使得其實質內容顯得粗淺和庸俗 (康峰菁 2010)。當然對於整個企業社會責任的推動,一般認為皆屬於民間企業組織的自省或自利的活動,通常政府並不會積極的干預或介入,但實則不然,企業社會責任是否有效實施將關乎國家的發展,以社會福利而言,倘若連最基本的法定政策和法令皆被視為無物,那又將如何確保國家社會福利的推動和執行,如此將造成國家在政

策和法令上的汗顏和無言。葉保強 (2007) 即提到企業社會責任發展與國家角色的密切關係,政府不能只站在邊緣而不積極的介入監督和規範。同此徐耀澍 (2006) 更直接的點出政府基於如何創造一個較好的環境,其更應該對於企業社會責任有著明確的要求和規範,以確保整個投資環境的合理和適當,以便招引國外投資的合理判斷和選擇,如此一來更確認政府在此角色上的不可或缺。正如對於麥當勞違反定額雇用的規定,政府卻僅坐視無為,僅以罰鍰替代,如此又如何讓跨國公司對於政府的福利政策及法令會給予應有的遵守和重視。當然正因為有此漏洞,可能也讓這些跨國公司誤認或曲解國內的投資環境是如此的渙散和放任,而誤認成為有利的投資環境,如此的結果將是對於整個投資環境莫大曲解和誤判,更重要的是傷及國內社會福利的推動和落實,明顯的導致負向的效果產生,顯然政府的角度是如此的必要和重要。

## 伍、結論與建議：CSR 的轉折及政府與社會福利的因應

近來著名管理學大師—麥可波特 (Michael Porter) 對於企業社會責任的發展提出新的看法和見解,簡單的講,其觀念為創造共同價值 (Creating Shared Value, CSV) 其重點是利用資本主義的機制解決社會問題,它是百分之百資本主義,以賺錢為目的,但不同的是 CSV 主張企業不見得要按照傳統主流方式 (創造消費者需求來賺錢)。傳統而言 CSR 的理念是從「不危害」的想法開始,

意味著如何降低災害產生，但後來企業對社會則強調責任。問題是，這種來自責任的動機，跟企業的核心業務完全兩回事，因此 CSV 則認為，重點不是在降低傷害，而是應該創造更多價值，不只是為某個社會問題創造價值，同時還可以從商業模式中獲益。大致而言，歸納企業最有可能走向 CSV 的是第一個領域是創造共享價值，其次第二個領域是價值鏈，也就是企業從整個供應鏈、採購、營運、後勤到客服等活動，第三個有機會創造共享價值的領域是企業的群聚或生態體系，也就是那些為企業提供支援的在地廠商和機構（吳怡靜譯 2012）。事實上，Michael Porter 和 Mark R. Kramer 所提的創造共享價值，其定義為一種企業的政策及營運方式，他們在增強企業競爭力之虞，還能改善企業所在社區的經濟與社會環境。創造共享價值的工作，聚焦在找出社會與經濟進步之間的關係，並進一步擴展這種關係。其基本上是跨越營利與非營利之間的概念，重點在於，如何從社會價值通道經濟價值。其運作的方式如同社會企業，卻更強調其所創造的共享價值，而不是社會效益而已，同時，整個共享價值的原則不僅限於企業，而包括政府與非營利組織皆是，更重要的是，政府的規範得宜的話，可以鼓勵企業追求共享價值，倘若規範不當，則可能妨礙企業的運作並迫使企業在經濟與社會之間做取捨（許瑞宋譯 2011）。

顯然，此一觀點跟最近極為流行的社會企業（Social Enterprise, SE）有著異曲同工的效果，根據 OECD 所稱社會企業是指任何可以產生公共利益的私人活動，具有企業精神策略，已達成特定經濟或社會問題，而非以

利潤極大化為主要追求，且有助於解決社會排斥及失業問題的組織。其重點在於不同於企業社會責任，偏向非營利的做法，同時社會企業強調的是社會創新的概念和精神（鄭勝分 2007）。而前述的 CSV 和 SE 兩者皆是以營利為目的，和本文所要討論的社會企業責任顯然有所出入，況且對於企業社會責任（CSR）的推動事實上仍存著諸多的爭議和困擾，尤其是在我國的環境，郭登聰（2007）在討論企業社會責任與非營利組織的關聯的時候，曾有下列的質疑（1）企業經營 vs 社會企業（2）利潤追求 vs 責任達成（3）成本效益 vs 價值規範（4）投資行為 vs 投資動作（5）營利性質 vs 非營利性（6）行善作為 vs 偽善包裝。同樣，呂朝賢（2007）提到（1）企業社會責任資訊揭露仍顯不足，而外商公司較本土公司更願意揭露企業社會責任相關作為（2）強調內隱（implicit）而非外顯（explicit）的 CSR（3）注重法律與經濟責任，對倫理及慈善責任較少著墨。對此近一步的認定，企業社會責任在臺灣有其吸引力，但實質上的作為仍有諸多的落差出現，顯見 CSR 在臺灣的發展和討論仍有諸多的商榷空間和問題。

相對於社會企業而言，被視為是近年來對於企業介入慈善公益的創新作法。也就是跳脫了傳統企業藉由成立基金會或是贊助非營利組織的慈善公益行為模式，而直接由企業自己以企業經營管理的理念和手法直接投身社會慈善公益及其他各種社會公共議題的介入。此社會企業的崛起某種程度是對現行的基金會或非營利組織的經營管理和績效成果的表現之侷限不足而有所突破和創新。當然對於社會企業而言，其背後的出資或贊助

者不全然皆是具有大型化、財團化或規模化的企業組織。可能是來自於既有某些資金來源的創意者，其追求社會創新與改革的理念和心態作祟而直接投身於慈善公益的行為上。由於社會企業本身在國內依然有著諸多的未定性和爭議性，但不容否認其發展確實是有目共睹。對於原有的 CSR 而言，本即是企業投入或參與慈善公益的一種方法或手段。但也可能其出發點來自於整體企業倫理規範上的要求。畢竟近年來從國際到國內，CSR 已經成為企業存身立命的一套基本規則和要求。各項標準的訂定及驅使或強制企業必然要符合 CSR 的規定，並遵循其各項標準原則。然 CSR 所採用的方式則正如前述大多趨於保守和消極，尤其是其藉由基金會的成立和非營利組織之間的合作，卻是有其先天結構上的極限和欠缺。也因此導致社會企業被賦予更大的期待和想像。然而正由於社會企業本身依然在一個正在發展的狀況下，CSR 一個明顯的例子，假如企業因推動 CSR 成立基金會或參與非營利組織的各項合作型態，其結果皆能獲得政府在稅賦上的減免，而此項優惠在社會企業在目前是看不到的。或許社會企業在其更為成熟穩定且制度發展更為健全，屆時 CSR 可能會與社會企業有著緊密的結合與發展（郭登聰，2012）。

誠然對於 CSR 的認知有其落差和出入，但陳欽春（2006）則指出企業社會責任可以扮演著與政府之間的公共事務的角色，從過去看不見的手的利潤導向主進而轉向責任導向。也從過去「公/私」領域涇渭分明固守績效的片面立場，持續發展中成為企業、政府與社會互相「鑲嵌」下，演化形成之「夥伴

關係」的理論建構。由此可見，企業社會責任依然有其可被預期的可能，既然成為政府的夥伴關係，更應該清楚地達成其應盡的責任，尤其是本文所探討的企業社會責任是否因不同指標的規範和不同評選的標準，使得企業社會責任非但未能善盡其應有的職責，更遑論對於政府或社會公益責任的實踐和履行。對此，本文提出下列的建議以作為企業社會責任在社會福利角色功能上的適當和合法之參考。

## 一、政府層面

- (一) 政府對於企業社會責任不應處於消極與被動的位置和心態，畢竟企業社會責任攸關到企業本身是否善盡其社會責任，尤其是政府部門以現在而言即是衛福部或其他的相关部會皆應在其相關的社會政策和立法中，對於企業應盡的責任和應遵循的法律規定皆需要明確的釐定，並能與時修訂，以因應並配合企業社會責任的需要與變遷。
- (二) 政府部門尤其是衛福與勞動等相关部門，在對企業社會責任標準的訂定時應該表達政策的立場和意向，並且對於企業社會責任卻違逆政策及立法相關規定屆時在其罰則上應該以加重刑責或罰鍰。
- (三) 政府部門在訂立相關政策及法令時，應相對的增加對於企業社會責任是否符合法定規則之相關業務檢查或標準審核的人員，以確切落實政策是否被有效執行。
- (四) 政府部門對於企業倘有觸犯違反企業社會責任的相關事宜，因登錄記載作為日後

各企業社會責任評選機關在選擇企業是否獲得企業社會責任獎賞或認可時的參考。

- (五) 政府部門對於企業未能遵守企業社會責任而任意以罰鍰替代，譬如身心障礙者的雇用，長期且多次未達標準或名次落後而不改正之惡性企圖者，因加重其處罰，並將其事蹟公告也列作企業社會責任評選的參考。

## 二、企業層面

- (一) 既然企業標榜企業社會責任，本身就要徹底清楚其追求的目的和用意，儘管常有私利的考量，但卻不能忽略公益的達成。不可將企業社會責任視為一種經營策略的運用，而非徹底地從組織內外去釐清和貫徹，此項任務的意義和價值。
- (二) 對於跨國性的企業組織，在本國訂立企業社會責任的規範時，不可過度的便宜行事或低估該國的實際情況，清楚的說，就是不能有兩套標準，在其企業的母國所訂立的標準和該企業所處的當地標準之間有著巨大的落差或偏失。
- (三) 企業對於各種法令規定的看待不可將其視為只是參考性的指標，而應該將此政策及法令的規定確實得列入企業社會責任的標準之內，同時不能僅將其視為最低標準的看待或是象徵性的呈現，而應切實且積極的展現，並發揮其作用。
- (四) 企業對於企業社會責任不能僅將其標準的內容侷限在內部的福利或權益的改善，而應該試圖積極的將其所列的標準要求能夠外展推延到外部社會環境，以切實盡到「社會責任」，而不僅是企業責任。

- (五) 對於企業社會責任除了盡到政策法令的規定之外，並加上企業本身的認定標準要求的達成，同時也應考慮更積極的從企業的內部環境拓展到外部環境。更清楚的說，即是以政府部門能夠建立積極的協力夥伴關係，當然政府也應該修訂相關的法令以便在企業能夠遂行和達成。

## 三、非營利組織層面

- (一) 企業的企業社會責任達成與否，攸關到其是否真正落實企業應盡的職責，千萬不能任其自訂企業責任的標準，應該由政府或企業共同的討論，同時要有非營利組織的介入作為監督和輔助的角色，使其企業社會責任能夠真正符合政策的要求和法治的規定。
- (二) 非營利組織雖然受惠於企業社會責任的推動，但卻不可英此鬆懈其對於企業在操作或運轉其標準內容時任其隨意或輕忽。最理想的狀況是非營利組織可以透過共同的力量與政府和企業之間訂立一套符合社會福利內涵的企業社會責任規定，以作為企業的參考依據。
- (三) 非營利組織應積極爭取各項企業社會責任評選的資格，以確實關照並檢視各項評選的標準內容和評選過程是否達到真正符合社會福利的要求與規定，不可任其隨意訂定和選取。
- (四) 非營利組織對於未盡到或違反企業社會責任之企業在建立彼此的合作關係時，應重新檢視和審慎考核，不可應企業施予小惠或利益，就為其護航或撐腰，如此將作賤非營利組織本身的角色與功

能，同時也汗巖和貶抑非營利組織也應盡到的社會責任。

- (五) 非營利組織對於企業為能遵照政策或法令規定而透過繳交罰鍰來替代，進而這筆經費匯集成各種福利基金，而非營利組織其極力爭取該項基金的運用，此點乍看並無差錯，但細究其結果，無形中恣意或縱放這些違反福利政策及法令者。使得社會形成一種偏差觀念即是企業可以用金錢換取或買通其罰則的減免，或是公益形象的獲得。

綜合上述本文關注企業社會責任，到底是福利的推手或是阻礙，除了取決於企業社會責任本身應有的認清和理解，到底真正的企業社會責任只是消極地達到最低社會福利

或慈善公益的最低標準，或是能積極地讓社會福利或慈善公益得以深化於企業內部，並且能夠外展到整體社會環境。同時更重要是整個社會大眾，尤其是在非營利組織必然需善盡其監督的職責，更重要也得取決於政府的決心和魄力，及其對於企業社會責任的心態和看法。倘若三者間的關聯未能妥當調理或配置，其結果必將是對社會福利的莫大傷害，反之則是共創三贏的崇高福利境界。

(本文作者為輔仁大學社會工作系專任副教授、兼非營利組織管理碩士學位學程主任)

**關鍵詞：**非營利組織、企業社會責任、創造共同價值、社會福利

## 📖 參考文獻

- 中央社 (2013)，唐氏症遭歧視 國際團體聲援，中央社，2013/6/26。
- 天下企業公民網站 (2013)，<http://issue.cw.com.tw/issue/csr/2012news.jsp>。
- 天下雜誌 (2013)，天下企業公民獎介紹，<http://issue.cw.com.tw/issue/csr/2012news.jsp>。
- 方世榮等 (2011)，組織企業社會責任回應模型，管理與系統，第十八卷第四期，頁 551~580。
- 王順民 (2013)，道歉之後 麥當勞應助身障除標籤，國家政策研究中心。
- 臺灣永續能源研究基金會 (2013)，臺灣企業永續獎介紹，[http://taise.org.tw/active\\_areashow.php?cid=218](http://taise.org.tw/active_areashow.php?cid=218)。
- 朱芳瑤 (2013)，身障團體抗議麥當勞歧視，中國時報，2013/6/26，A1 版。
- 池祥麟 (2009)，非營利組織與企業的互動關係，收錄在蕭新煌等主編非營利部門：組織與運作 (第二版)，臺北巨流，頁 179~196。
- 行政院國家永續發展委員會全球資訊網 (2013)，國家永續發展獎介紹，<http://nsdn.epa.gov.tw/>。
- 余鑑等 (2009)，員工企業社會責任知覺對組織承諾與離職傾向影響之實證研究，臺北科技大學學報，第四十二之二期，頁 147~173。
- 吳怡靜譯 (2012)，企業下一個競爭優勢：CSV，天下雜誌，第 509 期，頁 20~22。
- 吳挺鋒 (2012)，天下企業公民調查介紹，ECCT。

- 吳壽山等（2012），我國辦理企業社會責任評鑑之可行性分析，證券櫃檯雙月刊，第 160 期，頁 6~19。
- 呂朝賢（2011），企業社會責任之特徵與反省：以臺灣為例，收錄於《社會福利模式—從傳承到創新研討會論文集》，臺北，中華救助總會。
- 李秀英等（2011），企業社會責任與公司績效之關聯性，東海管理評論，第 13 卷第 1 期，頁 77~112。
- 李芳齡譯（2009），企業的社會責任，收錄在從貪婪到慈悲 啟動金字塔底層的商機，臺北天下，頁 293~301。
- 汪浩、曾欽正（2011），意外的結果?臺灣中小企業的策略性企業社會責任行動，臺灣企業績效學刊，第五卷第一期，頁 89~123。
- 林宜諄（2008），CSR 企業社會責任入門手冊，天下遠見，第 224~225。
- 林建煌（2003），策略管理，臺北智勝。
- 林淑馨（2011），非營利組織概論，臺北三民，頁 47~65。
- 林雅文（2008），企業社會責任之顧客導向研究—以新竹市麥當勞為個案分析，國立新竹教育大學人力資源發展研究所，畢業論文。
- 林語辰等（2011），影響企業社會責任基金首次申購行為意向之研究，輔仁管理評論，第 18 卷第 2 期，頁 1~22。
- 林麗玉（2013），再添負面形象 麥當勞未足額進用身心障礙員工，中廣新聞網，2013/6/26。
- 林麗冠譯（2007），深化道德競爭力，哈佛商業評論，第 16 期，頁 132~136。
- 邱慈觀（2006），企業社會責任：理論與實務，第二屆信義文化基金會倫理教育紮根計畫。
- 胡瑋珊譯（2006），公司與社會有福同享，哈佛商業評論，第四期，頁 60~77。
- 胡憲倫等（2006），策略的企業社會責任：企業永續發展的新課題，應用倫理研究通訊，第 40 期，頁 37~50。
- 香港社聯（2011），《香港中小企業—企業社會責任指引》。
- 徐木蘭、楊君琦（2007），企業的非營利事業規劃，收錄在蕭新煌主編非營利部門 組織與運作，第一版，臺北巨流，頁 315~338。
- 徐耀宏（2006）企業責任與投資環境：政府的功能與角色，應用倫理研究通訊，第 40 期，頁 18~32。
- 翁裕峰、游素芬（2010），環境倫理與職業安全衛生管理系統，政大勞動學報，第二十六期，頁 49~90。
- 翁銘鴻（2008），麥當勞社會責任之顧客導向研究—以新竹市為例，國立新竹教育大學人力資源發展研究所，畢業論文。
- 高宜凡（2013），CSR 真價值 企業學會照顧自家員工，遠見雜誌，第 323 期，頁 208~245。
- 崔文彩、趙雲勝（2007），從安全生產角度談企業社會責任，工業安全衛生月刊，2007/10，

- 頁 66~72。
- 康峰菁 (2010)，企業社會責任的整體認知與實際作為之研究：以臺灣服務業為例，企業管理學報，第 86 期，頁 75~114。
- 張茂芸譯 (2000)，非營利組織，臺北天下，頁 114~136。
- 張培新 (2007)，企業倫理的理論與實踐初探，應用倫理研究通訊，第 44 期，頁 36~51。
- 梁玉芳 (2013)，掉漆的黃金拱門，聯合報，2013/6/27。
- 許主峯 (2012)，公營事業私有化實施 CSR 的策略—中華電信的個案分析，臺北海洋技術學院學報，第五卷第二期，頁 120~143。
- 許瑞宋譯 (2011)，策略大師的企業社會責任新解 波特：創造共享價值，哈佛商業評論，第五十三期，頁 1~17。
- 郭登聰 (2007)，企業社會責任 (CSR) 的發展 對社會福利非營利組織的影響和對策，社區發展季刊，第 118 期，頁 142~162。
- 郭登聰 (2012)，非營利組織事業化發展的困境與突破兼論與社會企業的關聯，第六屆《非營利組織管理學術與實務研討會》，輔仁大學。
- 陳普日譯 (2008)，企業社會互利五大典範，哈佛商業評論，第 25 期，頁 92~95。
- 陳欽春 (2006)，「企業與社會的鑲嵌與接軌：企業社會責任的省思」，政府與企業法制關係學術研討會。
- 黃正忠 (2005)，企業在地方永續發展扮演角色之探討，研考雙月刊，第 29 卷第 5 期，頁 110~119。
- 黃晶晶譯 (2011)，大發良心財，哈佛商業評論，第 58 期，頁 118~125。
- 黃營杉、齊德彰 (2005)，企業倫理、社會責任與慈善公益行為之研究—以臺灣高科技電子產業為例，人文暨社會科學期刊，第一卷第二期，頁 65~82。
- 楊振富譯 (2007)，窮人成爲企業金雞母，哈佛商業評論，第 6 期，頁 112~126。
- 楊意菁 (2008)，企業公民、公民社會與社會議題建構 以「Keep Walking 夢想資助計畫」爲例，廣告學研究，第三十集，頁 85~120。
- 經濟部投資業務處 (2011)，全球八大 CSR 規範，<http://csr.moea.gov.tw/standards/standards.aspx>。
- 葉保強 (2007)，企業社會責任的發展與國家角色，應用倫理研究通訊，第 41 期，頁 35~47。
- 廖婉鈞等 (2009)，知覺組織利害關係人重要程度與組織績效之關係：企業責任作爲之中介效果，管理學報，第 26 卷第 2 期，頁 213~232。
- 遠見雜誌 (2013)，CSR 企業社會責任獎介紹，<http://www.gvm.com.tw/2013CSR/>。
- 潘東傑譯 (2008)，我的貧窮大客戶，哈佛商業評論，第 22 期，頁 76~80。
- 鄭勝分 (2007)，社會企業的概念分析，政策研究學報，第七期，頁 65~107。
- 魏文欽、莊怡萱 (2009)，企業社會責任、企業形象、消費者態度與行爲意向關係之實證研究，International Journal of LISREL，第二卷第二期，頁 1~21。