

投稿類別：商業類

篇名：

CSR 企業社會責任帶領企業讓世界更美好

作者：

蔡明學。國立海山高級工業職業學校附設進修學校。資料處理科三年甲班

指導老師：

鄭益華老師

壹●前言

一、研究動機

「企業社會責任(CSR, Corporate Social Responsibility)過去被視為大企業沽名釣譽的奢侈之舉，如今，卻是讓企業所有相關利益人，包括消費者、員工、政府、環境、社會、股東，都能受益的唯一正道」。這是天下雜誌在 452 期刊中對於 CSR 的部份注解，而我認為好企業的定義不能只用會不會賺錢，或者是，公司規模大不大這類對好企業的商業刻板印象來說明，而有組織學大師之稱的韓第教授更是在《你拿什麼定義自己》一書中說，「公司賺錢的目的，是為了做更多或更好的事。至於那是什麼事才是定義公司在的真正意義」。這也說明了成本最低，獲利至上的傳統經營策略已經有了很巨大的改變，進而轉向了以綜合公司治理、社會參與、企業承諾、環境保護等四大面向來規劃策略，而我也希望藉由這次研究更佳的了解 CSR 企業社會責任，這個陌生的新名詞的真正涵義。

二、研究目的

根據上述研究動機，本篇小論文預期達到以下探討目的

1. 認識何謂 CSR 企業的社會責任
2. CSR 對於社會經濟有何幫助
3. 如何以 CSR 達到商業與環境共存
4. 若企業不負應該負的企業社會責任會發生什麼事
5. CSR 將加速企業之間的競爭力

三、研究範圍及對象

這篇小論文所研究的 CSR 企業社會責任，將會以目前在台灣社會上營運的各大知名企業作為範本，有大型企業、中堅企業或是外商公司。

四、研究方法

由於 CSR 企業社會責任為近幾年出現的新名詞，也不是像傳統經濟學那樣只要一堆圖表或是方程式就可以解釋的東西，CSR 可以說是一種公司全新的經營態度或抽象的觀念，它是出現在新知識經濟時代的產物，所以在討論上有困難性，因此我將以天下雜誌的 452 期刊裡面的 CSR 介紹為大綱，再以國內各大企業為例子，列出他們的所作所為，並分別以研究動機中的公司治理、社會參與、

企業承諾、環境保護等四大項來提出我的看法

貳●正文

一、CSR 企業社會責任簡介

現代的企業社會責任行爲，其主要內容並非單單是發生在商業活動之外的公益慈善，也並非只是爲提升企業商譽或是形象，而是對企業在進行商業活動的過程中對社會環境所造成的影響所進行的管理。換言之，企業社會責任是企業在其影響範圍內就企業行爲所造成的社會、環境和經濟後果負起責任，與利害關係人就如何減少負面影響和擴大正面影響進行建設性的互動和對話，並且向其社會大眾報告。

二、利用 CSR 來打敗不景氣

CSR 不只是在景氣好時才要做，事實上在景氣不好的時候更要去負起社會責任，因爲當景氣不好時，週遭的環境也會跟著不好，失業率提高、所得下降、物價上漲等等，而在這個時候需要幫助的人也會相對的增加，若在此時更加的積極從事 CSR 那麼對於社會大眾來說會是個雪中送炭的溫馨之舉，而非錦上添花，拿大型企業的「中鼎工程」來說，他們在 2010 年天下雜誌所辦的企業公民評選中，在企業承諾與社會參與的兩評選項目中，都獲得了極高的分數，在企業承諾方面，去年沒有裁員也沒有無薪休假，而且每名員工的訓練時數達 68.5 小時，社會參與方面，2009 年的八八水災供捐款 1820 萬餘元持續提供弱勢勞工子女工讀機會，而這也是參與 CSR 來打敗不景氣，幫助社會的最好例子。

三、購買型態的改變，創造綠色商機

隨著全球暖化，氣候變遷，越來越多的消費者注意到了消費習慣與環境變遷息息相關，而這些人也就是有智慧的新型態消費者，他們開始選擇不會破壞環境的綠色產品，也會去注意那一家企業有沒有做到環境保護，因此各家公司也必須開始注意自家的產品或服務，是否有符合環保的定義，如今年國內 CSR 評比第一名的企業「台達電子」來說就是如此，台達電子在 2007 年至 2010 年間持續的投入高效率省能的產品及替代能源的開發，不僅可以節能減碳救地球，也可以及早爲世界各國消費者紛紛要求的綠色產品以及各國政府所推動的綠色政策作好商業準備，創造綠色商機。

四、聽社會的聲音，才能做好社會責任

企業在社會上的所作所為很快的就會被媒體報導，不管是好事或是壞事都會報導出來，而媒體則是會一直做好他們該做的事，就是披露，這也使得媒體對於企業會有一定的影響力，使企業被迫採取行動，而我認為如果每次都是被媒體報導之後才被動的行動，那麼在你做的時候早就比其他企業慢了一大截，因此企業要聽的不是媒體的聲音，而是來自社會的聲音，如果要這麼做就必須深耕地方，了解社會大眾要的是什麼？不要的又是什麼？否則將會得到反效果，例如國內知名塑膠化工企業「台塑集團」雖然是國內最大企業集團，也是關係企業最多集團，但是他們本身卻對企業社會責任毫不關心，且對社會的怒吼沒反應，而雲林縣的六輕大火更是他們的一大危機，那次大火造成了台塑六輕二廠被勒令停工，也使得台塑四寶均跌，其中又以失火主角台塑化工的跌幅最為嚴重，共下跌了百分支三點八九，而且也讓大部分的台灣民眾對台塑企業的觀感更加惡化，讓大家認為他們只是環境的殺手。

五、CSR 大型國際企業上的新競爭

不論是在歐洲或美洲，或是新興的亞洲國家，CSR 社會責任已經不是大家隨便說說的道德觀念，而是成爲了企業執行力上的新比賽場，越來越多的企業開始積極的投入企業公民的身分，分別在環境保護、社會參與、價值創造上，展現出極高的成果，以台灣專精的半導體及電子代工這兩大產業來說就是如此，雖然在台灣對產業沒有碳排減量的政策，但這兩項產業卻也開始減少溫室氣體的排放量與國際間的大型企業同步，是什麼原因使得他們開始投入環境保護呢？我的答案是：CSR 的競爭力！

六、重新思考 CSR 對於企業的意義

「企業，可以是全球化的惡魔，也可以是全球化的天使」在 Web Only 367 期中，專欄作者辜樹仁這麼說，以前些日子鬧得沸沸揚揚得豐田汽車來說更是如此，2009 年 8 月豐田汽車，因爲旗下的凌志車款，在腳踏墊方面設計不良，導致美國駕駛人在加速時卡到油門車體翻覆至死，可畏豐田汽車在汽車出現瑕疵方面，開響第一槍，然而在 2010 年 1 月開始發生的一連串瑕疵事件使得豐田汽車進入了最慘的一年，但其實這次的事件我們要看的並不是他們出現瑕疵的汽車，而是他們處理事務的態度，在事情發生不到一個月，豐田汽車即宣布召回所有在世界各地的瑕疵車款，豐田汽車社長，豐田章男先生，更親自抵達美國接受國會質詢，之後轉往北京開記者會，一連串的緊湊行程讓我們看到了豐田汽車在負責任上面的態度是相當的良好，動之以情，關心消費者，更是他們一直持續在進行的，然而隨著這次事

件緩緩的落幕，豐田汽車也將重新定義自己是否對社會的關懷，CSR 社會責任更進入了豐田汽車，成爲了他們的本命，使他們了解到所生產的已經不只是一部汽車，更是一份對於地球村消費者的責任。

肆●結論

一、重新定義

根據上列正文裡的討論事項，我已經對 CSR 企業社責任有了一定程度的瞭解，以整體結論來說，CSR 已經成爲了企業不可或缺的經營理念，不管是民生產業或者是高科技產業都是，在現今全球化分工中，企業對於設廠的地方必須負起自己應有的責任，出廠的產品也是，以前段的豐田汽車來說，企業必須重新定義自己真正存在的意義，取之於社會，回饋於社會。

二、核心價值

進行社會責任不是另外的去做一套，而是放進企業的核心業務去研究，從企業自己專業的地方回饋給社會，這才是企業社會責任最精華的價值精神。

三、責任轉移

消除經濟學中因商業活動中產生負的外部效果已不單單是政府的責任，乃是企業爲首，政府爲輔去進行。

四、投入感情

負社會責任並不是說上級長官請下屬去做就好了，主管自己本身也必須動起來，而運行的方法也不可以那麼的制度化，必須人性化，以大眾需求爲優先。

五、艱鉅挑戰

要同時兼顧 CSR 與公司營運可謂是在這裡最大的挑戰，因爲要進行 CSR，那就勢必要捨棄一些原本的經營方式，這一步可能是冒險，但也會是好改變的開始，至於如何從好到更好，那就有待公司經理人去克服了。

六、世界主流

從正文中，我們可以發現 CSR 已經成爲世界商業的主流概念，傳統資本主

義開始出現缺失，從前幾年的金融風暴可以知道，在華爾街的投機客們，毫無節制的以賭博的方式操弄股票，導致世界金融中心的股盤崩毀，使得原本不介入市場的美國不得不採取行動，而我認為若要使企業的相關人都得到利益，那麼負起企業的社會責任才是唯一正道。

肆●引註資料

註一、賀桂芬。CSR—投資企業的新指標。天下雜誌 452 雙週刊

註二、查爾斯·韓第。你拿什麼定義自己？：組織大師韓第的生命故事，天下文化出版。譯者。唐勤

註三、天下雜誌網站。用 CSR 打敗不景氣，作者。林紹婷
<http://www.cw.com.tw/article/index.jsp?id=41080>

註四、天下雜誌網站。諾瑞娜·赫茲：CSR 已成企業策略核心。作者。吳韻儀（採訪）、盧昭燕（整理）
<http://www.cw.com.tw/article/index.jsp?id=34233>

註五、馬可·愛普斯坦。企業永續發展指南：管理與評量企業對社會、環境與經濟影響的最佳實務。天下雜誌出版。譯者。李芳齡

註六、黃怡翔。決戰 CSR。鳴嵐出版社出版