

企業社會責任 與企業價值

專二部 連奕婷工程師
管理處 西美霞處長

一、前言

何謂「企業社會責任 (Corporate social Responsibility, CSR)」？企業究竟應向社會負什麼責任？諾貝爾經濟獎得主傅利曼 (Milton Friedman) 曾說過「企業最大且唯一的責任就是賺錢，也就是替股東獲取最大利潤。」在當時引發正反兩極的辯論。企業是否應以獲取最大利益為其根本？企業承擔企業社會責任僅是企業主的「社會回饋」對公司獲利沒有幫助？企業社會責任是否增加經營成本減弱企業的競爭力？

若以經營本身的角度來看企業社會責任，管理策略大師麥可·波特 (Michael E. Porter) 提倡用「創造共享價值」(Creating Shared Value, CSV) 打造企業下一波競爭力已明確描述 CSR 的精義。相對於「創造共享價值」的企業社會責任概念，則主張將企業社會責任活動與企業競爭優勢結合，並創造出企業追求「永續經營」的競爭力。可見目前企業社會責任已不再是傳統觀念的慈善活動或捐贈及塑造企業形象的工具，而是提昇企業競爭力與檢視其商業活動是否符合道德規範等以協助企業風險管理的核心因子，也是彰顯企業社會價值之所在。

因此，企業社會責任的落實已提昇到企業經營策略的層面；推動企業社會責任不僅可以為企業帶來競爭優勢，更有助於提昇總

體社會效益，提昇企業社會價值。另一方面，在政府目前財源與管理資源有限的情形下，若能結合企業力量，將可有效整合運用資源，擴大企業對社會的貢獻與價值，為企業與社會創造雙贏。

我國 2010 年即由台灣證交所及櫃買中心公告「上市上櫃公司企業社會責任實務守則」，鼓勵上市上櫃公司於從事企業經營之同時，積極實踐企業社會責任，以符合平衡環境、社會及公司治理發展之國際趨勢。並透過企業公民擔當，提升國家經濟貢獻，改善員工、社區、社會之生活品質，促進以企業責任為本之競爭優勢。雖是志願性質，但已獲得相當多有遠見的企業主響應並積極落實實踐。

此外，近年來各類投資顧問公司或法人亦以社會責任與環保表現績優企業為投資對象的永續及社會責任型投資 (sustainable and social responsible investment, 簡稱 SRI) 也蓬勃發展，成為金融業推動永續發展主流。為因應國際趨勢，強化我國公司企業社會責任之績效，並促進我國資本市場「社會責任投資」的健全發展，政府金融監督管理委員會已責成台灣證交所與櫃買中心推動公司治理評鑑，2-3 年後再從上市櫃公司中遴選出表現優異的企業編列台股永續指數，讓投資人做為選股的參考指標，如台灣就業 99 指數、台



灣企業經營 101 指數。也彰顯企業如能落實該負的社會責任，將可得到投資大眾的青睞，對增加企業之社會價值更有貢獻。

二、企業社會責任的內涵

往昔企業創設的目的皆以股東獲利極大化為主；近年來企業價值已逐漸演變為全體社會創造最大價值。事實上，企業之所以能夠成立、生存與成長，皆是來自整體社會資源的提供與協助；當然企業經營者與投資股東的努力與高瞻遠矚的奉獻，也是企業能夠成功與永續發展的必要條件。企業願意將部份獲利回饋社會，勇於負起企業對社會、經濟與生態環境的責任，才是促成整體社會、經濟穩定及持續發展的關鍵。

至於企業何以必須對社會負起相關的責任與及向誰負責？則可分別就經濟面、法律面及社會面等不同觀點，加以申敘如后：從經濟觀點「利害關係人 (Stakeholder)」來看，由於企業的利益相關者包括股東、員工…，對於企業的生存與發展過程也有參與，並分擔企業經營風險或付出代價；因此，企業經營決策過程必須重視、考量這些利益相關者的權益。若以法律觀點來看，「企業公民 (Corporate Citizen)」的概念意味著企業不能僅做個「經濟人」，還要做個有責任感、道德感的「社會人」，享受社會賦予的經濟條件、發展機會等資源時，也應以符合倫理、道德的行為回饋社會。再以社會觀點「社會和諧 (Social Harmony)」來看，按照社會組織理論，構建社會和諧涉及到各個重要組織的社會責任，包括：政府、相關企業、特定團體及社區組織等…。因此，企業關注環境保護、勞工權益、社區關係及永續發展等議題，對建構和諧、幸福社會扮演著重要的關鍵角色。而近年來，國際間對生態環境的重視，尤其是全球氣候變遷與能資源的耗竭，也將直接衝擊企業的生存與永續發展，因此，藉由「綠色創新」、「清潔生產」等新思維，由源頭

開始減少能、資源耗損，提升能、資源生產力，降低溫室氣體排放，也逐漸成為企業另一需重視的社會責任議題。

麥可·波特曾舉例向小農（耕種土地的人）採購農產品為例，企業社會責任的作法是向農民購買產品，確保農民有較好的收入；創造共享價值則是幫助農民改善產量、品質和價格，不僅讓企業能以合宜價格買到高品質的東西，農民也有實力拓展自己的事業。波特強調，企業應善用商業的機制，提升幫助社會的力道。微軟的創辦人比爾蓋茲 (Bill Gates) 淡出微軟後，即提出「如果我們找出一種方法，可以幫助窮人又可以帶來商業利益，那麼我們就找到一種消弭世界不平等的『永續發展』道路，致力於消弭社會不平等。」並透過成立的比爾與美琳達·蓋茲基金會提供援助全球人類的健康、教育及圖書館等面向，發展社會企業。

由此可知，企業社會責任的內涵與範疇相當廣泛，除了經濟層面的成長、發展、獲利、透明、誠信外，對所有利害相關者，包括：對員工健康、生活照顧與人權關懷，對社區、團體、生態環境及全球永續發展議題之關懷等皆為企業社會責任關心的範疇。

三、企業對社會責任的實踐

麥可·波特曾說企業社會責任應該是企業的核心營運策略之一，企業因應社會責任最大的挑戰因素應該是『效率』。企業應該有策略地選擇企業想要解決的問題，並決定哪一個領域是企業最有能力帶來積極正面的影響。而企業實現企業社會責任的關鍵則為選擇與企業本身的產業領域與核心策略有關，並且能夠發揮影響力的領域。

企業聚焦於本身可以發揮影響力的領域可分為 (1) 綠色創新研發，強化對環境友善的綠色設計，如：省能資源、低污染、可回收。(2) 強化供應鏈網絡，結合重視社會責任的供應商，如：綠色採購、綠色產品管理系統。(3) 宣導環

境保護議題，培育重視環保意識的社會公民，如：提倡節約能源、推動資源回收再利用、重視全球暖化議題。(4) 促進社會和諧，學習與利益相關者共同分享資源。如：提供就業機會、擴大產學合作、援助經濟弱勢團體…等。

企業發行企業社會責任或企業永續報告書已成為國際趨勢，以企業永續報告(Corporate Sustainability Reports, CSR)而言，係指企業為展現其善盡社會責任之承諾、績效及成果所進行之資訊揭露活動，通常以出版報告書或以網頁等數位化之資訊呈現，並提供與利害相關者溝通之用；其主體為企業之利害相關人，企業對於利害相關者關切議題之回應與責任履行，重點在表達企業之當責性(accountability)。所以企業社會責任與企業永續報告二者所涵蓋之環境、社會、經濟與公司治理領域大致相同。由 CSR 報告書的資訊揭露，企業可建立與利害關係人溝通的管道，傳達永續發展的理念，說明企業在創造經濟效益的同時，也能夠落實環保、善盡社會責任，以符合社會的期待，為當今企業「內創效益、外塑形象」的重要工具。此外，為了提高企業經營穩定度並降低管理風險，許多國際大廠已將 CSR 相關議題列入供應鏈管理評估的項目之一，連帶使得 CSR 報告書逐漸成為綠色採購的重要考量。因之，企業如何透過編撰發行 CSR 報告書公開透明且誠實揭露企業經營資訊已蔚為趨勢，也是企業組織經營管理、風險控管及內外溝通的工具，經營者必須審慎、積極的看待。

CSR 既是企業管理永續議題的風險管理工具，則單純數據或資料揭露的 CSR 並無任何實質效益，企業 CSR 應聚焦在重大議題上，避免提供過多非必要或不重要資訊，徒增利害關係人混淆。編撰 CSR 最重要的是讓報告書能協助投資人及利害關係者瞭解公司經營的實際現況，並有助於投資人及利害相關者做出正確決定。CSR 並應具備可比較性(與其他同業)和相關的佐證資料，並確保揭露資訊的完整性與可信度；如能透過第三者查證，則可增加公信力，提高溝通對象的信任度。

四、結語

「企業社會責任」管理，事實上就是第四代企業，即企業價值驅動營運模式的全方位展現；強調環保、社會及治理的價值，並全面應用落實於產、銷、人、發、財、資等，深化於企業經營策略。善盡社會責任、遵守誠信經營原則不僅是提升企業形象的方法，更是企業的天職與基本價值。以平衡、透明、誠信的態度揭露企業在環境、社會和經濟面的作為與績效，是企業社會責任的基礎。企業若能將本身的核心能力擴展到提昇環境與社會的福祉上，則其社會責任的實踐不僅可以憾動人心，也可為企業創造更高的商業與社會價值。

日本經營之神松下幸之助有句名言：「企業不賺錢，就是罪惡！」其本意是因為企業必須使用許多社會資源與人才，如果不能賺錢，代表這些資源與人才未能充分發揮應有的效益，對不起社會、國家，就是一種罪惡。面對當前競爭劇烈的市場，CSR 重新定義了企業成就的高度。CSR 也成為除了財務指標外評價企業優劣的另一項重要指標，更是企業追求「永續經營」的必備條件。面對全球追求「永續發展」的未來，企業經營應特別重視企業的社會責任；並透過綠色創新、綠色成長，達到綠色經濟發展的目標，成為新型「社會企業(Social Enterprises)」的典範。

參考文獻

1. 林志森，企業社會責任(CSR)，2013年。
2. 林志森，綠色服務·升級轉型，2013年。
3. 《30》雜誌 2013年10月號第110期，「比爾蓋茲：教育是脫貧的階梯」，陳莞欣。
4. 哈佛商業評論 HBR，2013年12月號88期，「企業社會責任讓企業、員工、社會三贏」，李郁怡(Eve Li)、路易絲·戴維斯(Louise Davis)
5. 錢為家，企業社會責任實務全書，商周出版，2009年。
6. 天下雜誌 2012/10/31 第509期，「企業下一個競爭優勢:CSV」，整理/吳怡靜。
7. 台灣證交所 <http://www.twse.com.tw/ch/index.php>