

企業倫理與企業社會責任 意涵之探討

林慧芬

壹、前言

臺灣近年爆發多件塑化劑、黑心毒油等食品安全問題，使得社會人心惶惶，對企業失去信心，也對政府把關能力疑慮，巨大的集體焦慮與恐慌，在於對多數人而言，日常生活的食衣住行、柴米油鹽等是生活小事，卻也會是攸關民生福祉的國家大事。處在現代工商社會中，人人日常需求，無不高度地依賴著商業制度細密分工，從個人購買消費行為或上下游廠商原料供應鏈供應，全需要經由市場之供給與交換取得，人們也依賴勞動市場雇傭關係來賺取薪資、養家活口。這樣綿密供需關係裏，發生極少數「利之所趨」不良企業之惡性作為，便可能帶來如「蝴蝶效應」般的連鎖影響；例如，食安問題使消費者喪失信心，逐漸對基本民生物資疑慮而降低購買，連帶引發相關產業因而可能經營困難而失去利基，或營運策略以關廠歇業與裁員方式來減少成本，一旦企業減少雇用就又會降低了就業機會而造成失業，種

種問題連動結果，對社會與經濟影響至鉅，若民心思變對政府能力質疑，亦有可能產生政治危機。

再者，隨經濟全球化商業模式，大型跨國企業也發生了諸多商業醜聞、金融弊案、勞資衝突、環境污染、血汗工廠等事件，造成國際社會嚴重的問題與衝擊，因此，聯合國貿易及發展會議（UNCTAD）、經濟合作暨發展組織（OECD）、亞太經濟合作會議（APEC）、歐盟等國際組織，均開始積極倡議「企業社會責任」（Corporate Social Responsibility, CSR），希望透過制訂準則，建立共同的目標與願景（顏國端，2009）。因此，時至今日，我們可以說「企業倫理」與「企業社會責任」課題，更已被視為國際的眾人之事了。

當然，人們體認到重塑企業倫理的重要，若只是為了消極防制企業弊端，實仍不足，如能立於「企業公民責任」之宏觀思維，思考企業運作的核心價值，從全球資本主義市場經濟運作邏輯中，探討企業的商業行為在「利」與「義」之間如何平

衡並創造新思維，或許將更加重要。故本文目的主要在嘗試釐清企業倫理與企業社會責任意涵，並整理國際組織所提出兼顧企業與社會目標的建議，並略檢視臺灣推動的現況與問題。

貳、「企業倫理」的概念

「倫理」可以透過哲學思辯幫助人們判斷對錯，也可作為人際間關於是非行為的準則、探討符合社會上公認正確之行為與舉止（楊政學，2014）。但是，經濟活動關心的「企業倫理」，和我們較熟知的「個人倫理」相同嗎？我們從生活經驗觀察到的商業活動遊戲規則，不都是重視收益盈虧、關心經營績效，管理核心環繞於提升競爭力、降低成本風險以提升獲利的嗎？講求商場廝殺、向外擴張版圖與攻城掠地等追求經濟價值活動模式，是我們司空見慣之企業手段及逐利的策略（廖睿麒，2011）。因此，若結合「企業」及「倫理」的概念以思索「企業倫理」的意涵，勢必要先回歸到企業本身之組織型態與特性，乃是「理性目標追求過程之載體」，因此，若僅以「個人倫理」強調的人與人相處應遵守的原則，引進「企業倫理」來加以論述，恐會窄化了後者內涵（陳百川、楊維漢，2006），但是，如果試著回到傳統東西倫理觀，過去的企業經營者又是如何思考企業與倫理原則（如不傷害、效益、誠實及公平正義等）的議題呢？

受儒家思想深遠影響的日本，在「經濟與道德」的概念上，江戶至明治時代於

全國展開生意的近江地方之商人哲學為「三方よし」（売り手よし、買い手よし、世間よし）（對三方好：對賣方好、對買方好、對社會好），這些概念也被視作是日本發展「企業社會責任」的起源。江戶時期石門心學主張「讓顧客滿意、正當的利益、儉約與正直」等，也被認為是日本自古強調的資本倫理及倫理平衡重要性（松倉由紀，2009）。而我國傳統生意之道，同樣也有「貿易不欺三尺童，公平義取天下財」的態度，透過重視誠信可靠及童叟無欺的方式來規矩賺錢、因此，商家不否認「自利」重要性，但強調需要符合「公平正義」原則，不需要特別給人好處，但要實現基本的「公平」與「公義」來追求永續經營。所以，企業至少也得做到不欺騙顧客、不欺騙員工、不欺騙股東，也不欺騙政府。代表現代西方資本主義之經濟學鼻祖亞當·史密斯，則是強調「利己」，並闡述了人的「利己之心」會產生「審慎美德」；追求個人自利，要建立在公平與不傷害別人原則，最終才能夠讓社會整體利益增加（孫震，2009），意即，亞當·史密斯認為，在倫理規範下追求自利能夠有效達成公益。因此，從傳統企業倫理重視的「公道」思維上，中西倫理觀點似乎是殊途同歸的，只是西方強調的是個人自利與追求利潤動機下，社會將如亞當·史密斯所描述，因個人自利形成的「看不見的手」的牽引與帶領，達到社會整體的利益，促成效率、進步與成長。

不過，企業倫理與一般倫理基本上仍是不同的，因為權利與義務主體不同、應

用的範圍也不同，企業倫理著重在「企業經營的倫理」(楊政學，2013)。企業是透過個人組成之生產組織或生產單位，強調達成個人追求利潤的目的，因此，企業經由籌募資金、雇用生產因素、購置原物料、生產貨物或勞務，以滿足社會大眾所需，如孫震(2009)所言「企業倫理為止於公平，不進入仁慈的境界;仁慈是個人的美德，但是，企業是個人組織起來為謀取經濟利益之手段」。以現代企業的主要形式的公司為例，董事會受股東委託以經營公司，企業必需為股東負責，基本要求上需追求公司的效率及績效。若公司對於股東以外之其他利害關係人有所不公，以致損及其利益，即違背了企業倫理，反之，公司若對其他利害關係人有超越公平之對待，致損及股東的利益，對股東不公，也會讓利潤指標作用失真(孫震，2009)，因此，企業倫理係將倫理觀念，應用於企業經營規範之中，使企業經營者得以在具有明確的道德標準下，完成各項經濟活動(楊

政學，2013)。

當然，企業倫理也未能完全獨立於一般道德規範體系的道德標準與倫理概念；因為，企業若發生潛在道德及不道德的行為，也將無可避免的會使企業內部及企業外部的「利害關係人」(stakeholder)受到影響(如下表)。廣義而言，利害關係人是指一群對於企業經營有貢獻，也應當包含「所有可以影響、或會被企業的決策和行動影響的個體或群體」(莫國和，2011)，並可依其企業之連結關係而分為四類，包括「具有授權連結」的(如股東、政府、意見領袖等)、具有「功能連結」的(如員工、顧客、協力廠商、供應商等)、「具有規範連結」的(如產業公會、職業公會、政治團體等)及「具有分散連結」的利害關係人(如無特定的零星消費者、少數的學生團體等)(沈介文，2013)，所以，討論企業倫理的議題，也需要環繞在企業責任與各利害關係人的倫理思考面向。

表 1：企業對利害關係人利益影響

利害關係人	利害關係人於企業中所應獲之利益	利害關係人受企業不道德之影響
股東	一、所持公司股票之增值 二、紅利收益	一、引發投資決策的金融資訊造假或誤導 二、股票貶值帶來的損失 三、企業取消分紅帶來的損失
員工	一、工作穩定、合理薪資 二、安全合宜之工作環境	一、失業帶來的損失 二、企業缺乏足夠資金支付離職金及退休金
消費者	一、公平交易(能獲得物美價廉之商品或服務) 二、安全的及值得信賴的產品	低劣之服務質量

供應商	一、及時獲得貨款 二、以能夠接受的利潤率獲得定期採購訂單	一、積欠拖延貸款或服務費 二、公司宣告破產時，收不到應收款項
零售批發商	一、以合理的費用及獲得足量的合格商品 二、收到安全可靠的產品	一、連帶影響商譽或減少銷售營收 二、直接或間接承擔消費者索賠義務
政府	一、稅收收入 二、企業經營管理能符合相關法規	一、稅收損失 二、違反相關的法律規定
債權人	一、本金及利息收入 二、根據議定的時間表收回債務	一、本金及利息的損失 二、到期無法收回款項
社區	一、當地居民的就業 二、經濟增長 三、地方環境獲得保護	一、當地居民的失業 二、經濟蕭條

資料來源：修改自 Ghillyer, A. 原著，張霄譯（2010）。《企業的道德——走進真實的世界》。北京：中國人民大學出版社。頁 25-26。

換言之，若「倫理」議題指的是「環繞在某一情境下，不論是發生問題或機會，行為者必須採取一些出於自願選擇，並可能對他人造成影響（受益或受害）的行為」（沈介文，2013），企業倫理可提供一組倫理的規則、標準或信條，以便在企業情境中實踐正確行為的參考。企業倫理之實踐，便關係到「一個企業如何能透過公司管理人員履行所在部門對利害關係人的權利與義務上的作為」（Ghillyer, 2008）。因此，企業需要能夠落實、識別及處理違背道德事件，避免對利害關係人產生利益損失之消極影響，此外，企業也應該具備足夠處理類似事件的能力，並且能透過制訂適當政策與程序而有利於企業徹底遵循執行。同時，企業組織制訂「企業倫理守則」，公開及明確的彰顯企業對倫理的重視與執行的決心。透過企業倫理守則

的具體實踐，更可以提供支撐企業日常決策的核心導向來奠定企業的基石，而據以形成企業使命、價值與原則，將有助企業的經理、員工及利害關係人等皆能清楚知悉，讓企業內外部的利害關係人也能將這些倫理基石，轉化為每日的決策、行動與活動中。如此，企業倫理守則不會被視為是限制行為、綁手綁腳的拘束，相對的，有完備的倫理守則，更有助於企業成員展現自由與力量，更有信心實踐符合倫理之有效的決策。

參、「企業社會責任」的發展脈絡

「企業社會責任」又與「企業倫理」有何關連？我們可以說「企業社會責任」乃是將抽象的企業倫理具體化的落實途徑之一，但是，企業社會責任並不是實踐企業

倫理之全部，依據「利害關係人理論」(stakeholder theory)，其強調企業不應只照顧股東的利益，也應關注其他利害關係者的利益上，包括顧客、員工、生意往來夥伴、所在社區，乃至更廣泛的社會及自然環境(孫震，2009)。若以卡羅爾企業社會責任金字塔模型(Carroll's CSR Pyramid)，則提出四類企業社會責任。符合社會責任的企業，可稱之為「企業公民」(corporate citizenship)(沈介文，2013)。此四類社會責任包括：

(一)「經濟責任」(Economic)，此乃企業責任的基礎，因為企業需具備必要運作，於企業生存前提下有長期獲利能力。企業作為經濟主體責任，依社會需要而生產貨物或提供勞務來創造利潤，追求獲利同時也滿足了社會需求，故自身利益也能與社會共同利益有所協調。此外，依據利害關係人的持股及相對應的利益關係，於經濟上予對等的回饋(如為股東盡心賺取盈餘、因消費者付出了金額應獲良好產品與服務，及員工工作付出心力應予合理薪資與工作保障)；(二)「法律責任」(Legal)，則將企業視為應守法公民的一份子，故須在遵守法律規範強制要求下從事企業活動，且企業應符合利害關係人的期待而遵守法律，如關於競爭的約束的公平交易法、關於消費者與環境保護及產品安全等)；(三)「道德責任」(Ethical)則強調某些沒有被法律明文規範的社會標準及價值，於企業運作中也不得違反，否則也可能導致社會譴責(例如消費者抵制行動)；(四)「慈善責任」(Philanthropic)則是企業

個別判斷及選擇下，自願為基礎、多樣性的、超越法律與道德的企業參與社會活動與支持行為(吳必然、賴衍輔，2006；洪秀芬，2009；沈介文，2013)。

不過，不同時期對於企業社會責任觀點有所不同，20世紀30年代之前，企業社會責任普遍被認同是企業經由管理以獲取最大利益，因此，「為股東賺取利潤」在當時被認為是企業營運的主要目的，而企業之經濟功能也被認為是可以帶領社會的進步，30年代至60年代，企業管理者角色，則由授權者轉為受權者，從追求利潤擴展為平衡利益，企業負責的對象也由企業持有者，轉向要對更多的持份者負責(莫國和，2011)。至90年代，如莫冬立(2006)指出，企業社會責任概念因「反全球化」聲浪推波助瀾，企業領袖、政治人物及國際組織開始正視全球經濟整合過程中，可能帶來的不平等現象，以及關注到激化這些不平等的可能後果。換言之，晚近企業社會責任的概念，為來自二十世紀工業達蓬勃發展至高點後的反思，結合國際性與在地之非政府組織、官方國際合作組織的力量，於全球化進程中，對已開發國家及開發中國家，透過「企業社會責任」的要求與準則，企圖積極倡議與推動成普世價值之經營理念，以促成跨國企業或本土企業等都能善盡其社會責任(吳必然、賴衍輔，2006)。

晚近對於企業社會責任的關切，如同日本學者Iwao Taka(2006)所認為的，與全球化的經濟模式息息相關；因為全球化，再無單一的政府或單一的法律，能對

跨國企業一體適用，即便是國際協約形式的存在，也都可能被輕易規避。再者，即使多數開發中國家有完備國內法律或規範，也可能欠缺對跨國企業足夠的強制力；或是，開發中國家也可能為了經濟成長，企圖吸引更多國際資金投入，朝「去管制化」鬆綁原有勞動或環境規範造成各種影響。因此，全球化讓企業擁有「無比的自由」，同樣，也會因為自由，造就了企業「可以完全不必負責」的惡果；企業社會責任的發展方向，便是試圖讓「自由」再度連結到「責任」的基礎上，希望能減少全球化負面效應，也對外部利害關係人增加更多正向影響。

那麼「企業社會責任」達成全球企業公民責任之實際內容又該如何？具體而言，企業社會責任可被界定是「企業應為其營運過程中所影響之任何個體、組織、機構、環境與社區負責，並對其修復還原及補償之責任，使社會能均衡且持續的運作」(Frederick, 1992；引自陳百川、楊維漢，2006)，或者，進一步強調「企業必須對社會作出符合道德的行為，特別是在經營上對所有利害關係人負責」。依據「世界企業永續工商理事會」(World Business Council for Sustainable Development, WBCSD)的看法，則提出企業社會責任是「企業承諾持續遵守道德規範，為經濟發展做出貢獻，並且改善員工及其家庭、當地整體社區，以及整個社會的生活品質」(黃正忠，2008)，所以，企業社會責任亦可泛指「企業的營運方式達到或超越道德、法律及公眾要求的標準，並且於進行

商業活動時考量度各利益關係人的影響」，透過該理念，企業必須考慮自身的財政及經營狀況之外，也需關注其對於社會及自然環境的影響，使其商業運作在必須符合「可持續發展」想法為基礎下，兼顧既能滿足我們現今的需求，又不危及子孫後代滿足其自身需求的發展模式(莫國和，2011)。

不過，面對全球化席捲而來的挑戰日益嚴峻，對於企業而言，往往更關切於如何生存與競爭、如何兼顧成本盈收且能經營發展，故若僅呼籲企業應本著良知、自發性的善盡社會責任，企業有可能視之為貿然的資金投入、陌生的企業管理方式，甚至是額外的社會成本支出，因此，透過建立企業經營新策略，認同「企業實益」與「社會績效」是可相輔相成的經營理念，更能帶動企業之實踐行動。70年代後，國際間初期為朝向訂各種準則及規範，希望透過一些外在壓力(他律)以促使企業能善盡社會責任(胡憲倫、許家偉，2008)，晚近，則透過聯合國貿易及發展會議(UNCTAD)、經濟合作暨發展組織(OECD)、亞太經濟合作會議(APEC)、歐盟等國際組織，積極倡議「企業社會責任」(CSR)準則，且共創目標與願景(顏國端，2009)，透過政府、非政府組織及各國際合作組織的合作，使「企業社會責任」的理念，成為協助企業提升未來競爭力的重要策略，當企業社會責任風潮蔚為主流價值後，面對全球化潮流，如何扮演全球企業公民、實踐企業社會責任成為無可迴避的議題。

肆、企業社會責任與永續經營

邁入 21 世紀之際，接踵而來的企業醜聞，帶來影響也引發覺醒，落實企業社會責任成爲國際企業營運策略方向已經開展。2005 年始，許多世界具影響力的企業，開始願意推行及採用企業社會責任倡議行動與相關政策扮演領頭羊，如奇異公司創立「生態想像」(Ecomagination) 環境責任倡議方案、沃爾瑪 (Wal-Mart) 大範圍的環境及社會責任的承諾 (包括百分之百再生能源、零廢棄物、增加女性及少數民族經理人等)，高盛銀行 (Goldman Sach) 成爲繼摩根大通 (JPMorgan Chase)、美國銀行與花旗集團後，第四家願意採行全面性環境投資的大型金融機構，此外，星巴克及雀巢咖啡等開始願意朝公平交易上持續努力 (黃正中，2006)。在全球強調企業社會責任趨勢中，無疑可以發現，願意落實企業社會責任的企業，往往是懂得將這樣的策略與概念，轉型爲製造品牌差異化、彰顯企業滿足社會需求與創造企業新價值。新的視野與行動，更有助於在全球市場中展現優勢、掌握先機及贏得尊重與支持。

目前，全球尤其彰顯的企業社會責任的四大領域，包括：(一)人、社區及社會；(二)能源及氣候變遷；(三)環境及資源；(四)倫理、治理及透明化。如進一步衍生至經濟、環境及社會方面的責任層面時，莫國和 (2011) 參考 ISO 26000 社會責任指南，整理七大核心主題，包括：(一)公司治理：

著重建立提升企業履行社會責任的決策及治理架構，及促進企業社會責任核心原則之實際運用；(二)人權：企業在影響力範圍下尊重及支持人權，其影響力也應延伸到如供應鏈、當地社區等；(三)勞動：企業建立與勞工相關的政策與實務，包括對以企業名義的工作及代表企業工作之承包商；(四)環境：企業應關注其決策及行動，對經濟、社會、健康及環境所帶來之直接與間接影響，透過整合的方式以減少對環境的影響；(五)公平營運：企業營運與其他機構洽商往來應合乎道德爲原則 (這些機構包括政府機關、合作夥伴、供應商、承包商、客戶與競爭者等)；(六)消費者：企業應對其產品與服務的消費者負相關責任；(七)社區參與及發展：企業與在地社區建立關係，透過在社區參與以達到社區發展。如同張培新 (2007) 提到，企業核心價值、組織結構及組織行爲與落實 CSR 息息相關，公司治理與企業高層的道德高度有關，它影響公司道德規範，亦攸關面臨競爭壓力所作的決策。而反映在股東倫理及政商倫理上，以資訊揭露與透明化之公平營運方式，展現企業重視利害關係人權利的誠信作爲。同時，回應在勞資倫理、環境倫理，實踐人權、勞動權益與社區發展，以及以宏觀思維增進環境永續發展，更是落實企業社會責任的具體作爲。

另外，經濟合作及發展組織 (OECD) 鑑於跨國企業之國際角色日趨重要，透過「多國企業指導綱領」提出企業社會責任的建議事項，其目標爲希望政府政策及跨國企業營運目標能有一致的方向，建立企

業與營運所在社區之互信基礎，並且改善外國投資環境與強化跨國企業對永續發展的貢獻（顏國端，2009、李明機，2009），該綱領主要內容包括十項指導原則：（一）觀念與原則；（二）一般政策；（三）揭露；（四）就業與勞資關係；（五）環境；（六）打擊賄賂；（七）消費者權益；（八）科技；（九）競爭及（十）稅捐。前述（一）至（五）項的內容，與社會責任指南 ISO 26000 的核心內容相近，較特別的是，對於跨國企業營運目標及社會責任，該綱領提出需要落實「打擊賄賂」，諸如企業應致力消弭為保障自身商業利益而造成的行賄或受賄行為且遵守「OECD 打擊賄賂外國公務人員公約」。另外，企業應在不損及智慧財產權、經濟可行性、競爭等前提下，對營運所在國家散播其研發成果，共享「科技」創新及經濟發展。同時，「稅捐」方面也應該適時履行納稅義務，為地主國財政盡一份心力。

伍、臺灣推行企業社會責任概況

面對世界主要國家及國際組織強調企業責任的潮流，我國於 1990 年代開始推展 CSR 概念，除成立官方網站、針對勞工保護、工作安全、環境保護、食品安全與反貪瀆等面向，結合財經、勞動、消保、環保與法務等單位推展，行政院金融監督管理委員會（金管會）則著重企業 CSR 的資訊揭露規範，要求上市上櫃公司公開發行公司應揭露其對社會責任（如公司對環保、社會參與、社會貢獻、社會公益、消費者權益、人權及安全與衛生等）將採行

的制度、措施及履行社會責任等資訊揭露，以使投資大眾深入瞭解（顏國端，2009）。

但是，臺灣企業履行社會責任的意願及狀況，參考 2006 年 3 月第 343 期天下雜誌對全臺 3,300 家大型企業及中小企業進行的「企業公民調查」，以「環境保護」、「社會參與」與「教育文化」三大面向的調查結果顯示，87% 企業願意將環境保護概念納入政策、具社會參與目標及願景之企業為 76%、曾有贊助教育文化的企業比率為 72%。如依據 2007 年遠見雜誌第三屆社會責任獎的八項評比的標準規範（包括企業社會政策與管理系統、財務管理與透明度、環境政策藍圖、公平競爭、勞資關係與員工福利、社會參與、消費者權益及利害關係人的溝通機制等）。該刊物於第 251 期之企業社會責任問卷「臺灣上市企業 CSR 的動機調查」結果呈現，實踐企業社會責任的動機，以財務資訊揭露方面，企業達最高比例動機（近九成四）勾選，次為維護員工權益（八成六），再次為強調永續發展與環境保育工作（七成四），同時，該調查也指出臺灣企業 CSR 的趨勢上，開始有較多上市企業願意公布其 CSR 履行績效、臺商在國際大廠要求下開始被迫積極符合 CSR 規範較利國際接軌、上市大型企業所成立的基金會逐漸扮演更積極整合集團內部公益資源與外部連結角色，同時企業也開始強化與利害關係人（員工、一般股東、供應商、社區居民、官員及環保團體）對話以加強溝通、消弭因不瞭解而產生之誤解等。再根據經濟部投資業務部

2009 年委託「臺灣企業責任協會」針對我國 373 家上市上櫃公司的問卷調查，及 2008 年針對國內排行大企業共 350 家（天下雜誌公布之 200 家大製造業、100 家大服務業及 50 家大金融業）的結果顯示，近 32% 國內企業將 CSR 導入營運中及發行 CSR 報告書、37% 有提出願景及策略但無發行 CSR 報告書，但是，尚有 31% 未有任何行動。

從上述資料可以發現，臺灣實現企業社會責任方面，企業有意願但缺乏具體行動的仍佔多數，尤其，臺灣透過民間力量能監督落實企業社會責任之非政府組織相當不足，此外，也缺乏更多具公信力、足以衡量與評估臺灣 CSR 執行成效的研究單位以統整、累積與發展更多議題研究與實踐策略。再加上目前政府部門並沒有設立推動 CSR 之專責單位，便無法有效統整不同部會之權責單位以落實相關政策。因此，我們可以說，臺灣在全球興起的企業經營新典範趨勢中，尚待展現出更多具企業公民意識的具體行動，期盼未來在與國際接軌的歷程，能慢慢由現行意識萌芽下，逐步開創更上一層樓的成果以開創新局。

📖 參考文獻

- 沈介文（2013）。企業倫理商業世界的道德省思。臺北：雙葉。
- 吳必然、賴衍輔（2006）。企業社會責任（CSR）概念的理論與實踐。證券櫃臺月刊，第 122 期，頁 31 至 41。
- 李明機（2009）。檢析企業社會責任（CSR）之發展趨勢。證券櫃臺月刊，第 141 期，頁 14 至 21。

陸、代結論

在全球化的進程中，企業倫理及企業社會責任課題備受關注，本文僅粗淺整理了相關概念，實待更多具系統性的理論及結構性的論述加以填補，並也需要從企業角度思考企業實踐社會責任的實務思維及案例。因為，若僅由企業倫理或道德經濟角度，將無法與企業經營者的實際決策觀點銜接，單循國際組織的準則面向探討，又恐無法與臺灣本土發展過程對話。不過，從本文整理國際社會在企業實踐社會責任準則內容上發現，我國於落實企業社會責任的現況上，仍面對「自律不深」、「互律不存」且「他律不嚴」之困境，企盼臺灣未來能在落實企業倫理及企業社會責任的行動，除展現企業公民責任，也達成企業及社會目標互蒙其利，以促成雙贏之共榮局面。

（本文作者為中國文化大學社會福利學系助理教授）

關鍵詞：企業倫理、企業社會責任、企業公民

- 松倉由紀 (2009)。日本企業社會責任 (CSR) 的現況與課題。臺灣大學國家發展研究所碩士論文。
- 洪秀芬 (2009)。德國企業社會責任之理論與實踐。萬國法律月刊，第 164 期，頁 37 至 64。
- 莫國和 (2011)。企業社會責任在香港。香港：青森文化。
- 楊百川、楊維漢 (2006)。企業社會責任與倫理之績效衡量構面與動態模式之探討。證券櫃臺月刊，第 122 期，頁 43 至 61。
- 楊政學 (2013)。企業倫理－倫理教育與社會責任。臺北：全華。
- 莫冬立 (2006)。追求典範：企業社會責任平等系統的發展與應用。證券櫃臺月刊，第 122 期，頁 62 至 71。
- 胡憲倫、許家偉 (2008)。國際間企業社會責任相關準則與規範介紹。環境工程月刊，第 11 卷第 1 期，頁 7 至 12。
- 黃正忠 (2006)。21 世紀企業全球佈局的通行證－企業社會責任。證券櫃臺月刊，第 122 期，頁 21 至 30。
- 黃鈴如 (2010)。國內外企業社會責任 (CSR) 之實施概況，標準與檢驗，第 139 期，頁 33 至 46。
- 孫震 (2006)。企業倫理與企業社會責任。臺北：天下文化。
- 殷梅譯，Smith, A. 原著 (2012)。國富論。長春：吉林出版集團
- 錢為家 (2009)。企業社會責任實務全書。臺北：商周出版。
- 廖睿麒 (2011)。「論語」中企業社會責任 (CSR) 之意涵。逢甲大學經營管理碩士在職專班碩士論文。
- 劉寶成譯，Peitersen, N. & Arvidsson, A 原著 (2014)。道德經濟－後危機時代的價值重塑。北京：中信出版。
- 張霄譯 (2010)，Ghillyer, A. 原著。企業的道德－走進真實的世界。北京：中國人民大學出版社。
- 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 至 51。
- 顏國瑞 (2009)。國際潮流下的企業社會責任。證券櫃臺月刊，第 141 期，頁 7 至 13。
- 天下雜誌 (2006)。企業公民調查，第 343 期，頁 94。
- 遠見雜誌 (2007)。臺灣企業社會責任 10 大進展，第 251 期，頁 271 至 277。
- Iwao Taka (2006), Corporate Social Responsibility: Current Context and Future Responsibility, Report of the APO Top Management Forum on Corporate Social Responsibility.