

有效／策略企業社會責任

陳怡如博士

在經濟危機、商業醜聞頻傳的今日，大眾對企業履行社會責任（CSR）的要求日趨升高。因應此趨勢，歐盟法令規定上市公司年度報告須揭露其對環境與員工的行為。Global Reporting Initiative 也將 CSR 列為企業報告的訊息之一。因此，代表政府及商業機構的投資者與投資顧問公司不再投資不發布 CSR 訊息或 CSR 表現不佳的企業。當 CSR 不再是企業的裝飾品，企業開始積極探討何謂有效（Effective）CSR 或策略（Strategic）CSR。

當前企業操作的有效／策略 CSR 可分為三類：帶來商業效益的 CSR、引發媒體報導的 CSR 及造成社會影響的 CSR。筆者認為避免浪費社會及企業資源，由美國哈佛學者 Michael Porter 與企業顧問 Mark Kramer 倡導的「造成社會影響的 CSR」才是企業應從事的有效／策略 CSR。此 CSR 行為有兩個層面：一、企業檢視自身運作對社會及環境造成的負面影響，並自發致力於降低其影響。二、企業應探尋所屬資源（專有技術、價值觀）能為社會及環境帶來的正面改變，並自發致力於創造其改變。

歐盟為 CSR 發展領先區域，定義 CSR 為：「企業自發地將社會與環境的重要議題結合到其商業運作及與公眾的互動中。」此定義最佳詮釋有效／策略 CSR 的真諦。在此定義下，歐盟不僅視 CSR 為當下脫離經濟危機重整歐洲社會市場的解決之道，更將其制定為歐洲 2020 總體智慧性、包容性及永續性發展的策略之一。

- 完 -

撰文：陳怡如博士

作者為浸會大學傳播系博士。