

企業社會責任執行模式與效益之初探-以台灣大哥大為例

王瑜哲, 洪芷芸

企業管理學系

管理學院

jerrywang@chu.edu.tw

摘要

取之於社會用之於社會，企業社會責任是一種哲學概念，沒有具體的執行標準和規則。當一家公司的經營理念多了社會責任的精神，公司由上而下所進行和規劃的事，將會產生微妙的變化。道德會放進獲利的考量之中，對客戶服務也會更加真誠，正因產品對社會有責任，員工做事的態度也會變的更嚴肅謹慎而倍具責任感，因為這是負有社會使命的工作。隨著網路科技的進步和地球村時代的來臨，世界各國政府、公益組織和媒體愈來愈重視人權、環保、與企業倫理問題，並嚴格要求企業對其經營行為的社會後果負起社會道義責任。

就上述的觀點及研究動機，本篇研究將就台灣企業其企業倫理、國際組織與各國政府制定善盡社會責任的準則，及主動承攬社會責任的內涵進行文獻整理。面對社會大眾對企業的期望愈來愈高、相對要求不斷提升，企業的社會責任變成國營與民營企業營運的文化主流，也成為國際間衡量企業成就的標竿之一。本研究採個案研究分析法，並以台灣大哥大公司作為國內電信業推動企業社會責任的行動範例，以供學術界與實務界參考。

關鍵字：企業社會責任、企業倫理、利害關係人