

論孟章句：《孟子·梁惠王章句上》 王亦曰仁義而已矣，何必曰利？

新聞事件：

第一個華文永續報告平台 CSROne (CSR, Corporate Social Responsibility, 企業社會責任) 近日公布的 2013 年度 CSR 分析報告顯示，台灣企業製作「CSR 報告書」的比例低得讓人憂心。資訊揭露嚴重不足的背後正意味著業者對此一議題的忽視，更代表了政府主管單位對 CSR 的重要性欠缺足夠認識。長此以往，不但不利台灣產業與企業的競爭力，更讓台灣消費者及大眾持續曝露在企業為追求獲利而進行不當經營的各種風險中。

CSR 並無一明確定義，據《台灣大百科全書》引用歐盟的定義：「公司自願在商業活動中加入對社會與環境的關切，並願意與其權益關係人互動的概念」；「世界企業永續發展協會」的定義，CSR 指「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、社會的生活品質」。意即 CSR 是指企業願意以比法律規範更高的標準自我要求，將企業經營融入周圍相關的人事物與環境。

CSR 這個名詞與相關規範，由 1999 年聯合國祕書長安南在「世界經濟論壇」中提出的「全球盟約」發展而來，類似觀念早見於中國傳統商業倫理，如孟子的「先義後利，以義致利」；又如諺語：「貿易不欺三尺童，公平義取天下財」。「義」是我國傳統文化強調的道德規範；朱熹曾指出，「義利之說，乃儒者第一義」，可見界定義與利是做人處世的首要準則。

實踐「義」並不表示就要放棄或損及「利」，相反的，一個企業若能遵義而行才有永續發展，也才有利可言。因此，國際著名行銷大師柯特勒 (Philip Kotler) 在其著作《行銷 3.0》中指出，當前行銷策略的主流趨勢是體現美好人性，而這點可透過 CSR 實踐；管理大師麥可·波特 (Michael Porter) 更直接表示：「企業在擬定策略時，應該把企業社會責任當作是主要的策略之一。」

據 CSROne 的調查報告，製作 CSR 報告書的台灣企業不過百家，且大部分是在國際品牌大廠嚴格要求下才進行製作，近年來不斷出問題的食品產業竟只有統一和台糖兩家企業出版，占全體產業的 2.2%；即使有 CSR 報告書的企業也並不一定能做到誠實揭露。如日月光集團公開上網的 CSR 報告書中，2011 年化學品重大外洩標示為零。比對高雄市環保局資料，日月光 K7 廠就有兩筆違規稀釋廢水、一次放流水不符規定。

企業倫理是企業的價值判斷，而其源頭往往來自經營者的人生抉擇，因此觀察經營者的人格特質往往也可研判該企業集團實踐 CSR 的心態與行動力。企業行為在今日社會已有愈來愈大影響力，目前全球排名前 100 大的經濟體中，有 49 個是國家，另外 51 個則是跨國企業；企業集團的規模和影響力已超越許多國家，CSR 因而日趨重要，一個企業集團的價值觀與行事，影響力有時甚至超越一個國家；如果世人對國家有道德上的期許和要求，對企業自然也該如此。

中國大陸已強制其國營事業做 CSR、南非也強制所有企業必須製作報告書，相較之下，台灣無論是企業或是政府部門都太輕忽 CSR 這個備受關注的議題了。台灣企業不可能長期忽略 CSR，畢竟台灣企業常常是國際企業供應鏈的一環，必須符合客戶或上游企業要求，例如包括沃爾瑪、瑪莎百貨、NIKE 等都已正式要求供應鏈業者提供 CSR 報告，甚至要求製造商成立 CSR 部門，因此即使是台灣的中小企業都很難再對 CSR 置之不理。

CSR 明顯落後的台灣，不但企業要努力，政府部門更應一改目前讓企業自由選擇的態度，改為積極管理的強制執行。如何讓企業倫理、經濟效益與公眾利益三者之間有完美的結合，已是台灣企業與政府部門無可逃避的重要課題。(中國時報；2014 年 01 月 26 日)

我的觀察與詳論：

以孟子和梁惠王的對話中可得知，孟子主張的是「先義後利，以義致利」。凡是不管做什麼都應該以「義」為首要的追求對象，之後再來談「利」，而最好的目標則是「義」「利」同時達到，以「義」去創造更多的「利」。而台灣企業則多以「利」為首要追求者，對於企業倫理道德、企業的社會責任都不怎麼重視。即使台灣處於「義」深根的中華文化地區，又全球都逐漸以「義」為首當要領時，台灣企業仍無自覺，「義」的意識和態度都過於薄弱。對外的「義」已如此渺小，對企業內部自身的「義」更是出現欺騙、不誠實面對的狀況。在追求企業永續且高度發展的目標下，台灣企業真的需要好好省思企業對於「義」「利」平衡的價值觀。