發佈：2011-05-30, 週一 22:57
點擊數：8473

韓國重視CSR(Corporate Social Responsibility，企業社會責任)已多年，早期以關注弱勢團體、志工服務等公益性質居多，近年來韓國企業的CSR活動範圍變得更加廣泛，以解決社會問題為中心，在提供就業機會、扶植中小企業上，都有不錯的表現。透過企業的宣傳與媒體的介紹，CSR對韓國社會來說，已經不是陌生的名詞，而是全民參與的社會議題。去年十一月國際標準組織(ISO)正式公布社會責任指引標準 - ISO26000。ISO26000並非強制條例，與商品、服務等需遵守的國際認證不同，採申請 - 認證制，主要目的為檢視企業的社會責任實踐，內容包括環境保護、人權、勞工、組織管理、公平營運、消費者議題、社區發展參與等七個領域。

隨著ISO26000公布，韓國再度發揮全國總動員的精神，政府與企業共同傾力推動企業社會責任國際化，媒體、社會團體與國民則扮演監督及鼓勵的角色。韓國政府一向對於凝聚社會極有效率，利用簡短有力的口號、標語，加上媒體的大量報導，使人民確實掌握政府的政策重心。過去在企業CSR活動中，主打「優良企業」的口號，讓社會了解企業的社會責任為何。最近韓國強打「2011年將會是善良企業的時代」，強調致力於CSR活動、注重社會回饋的企業才能在國際競爭中生存。相較於韓國，台灣對於企業社會責任的認知及投入可說相當不足，本文將介紹韓國企業如何活用CSR，不僅回饋社會，更透過CSR打造企業形象、提升競爭力。

壹、 韓國企業的社會責任活動發展

韓國的CSR活動發展始於90年代，受到美、日企業的影響，韓國企業開始重視社會活動。在這個階段，企業進行CSR活動的主要目的，仍以利益創出為主，因此以雇用弱勢團體、加強社會福利設施等，可以與勞工來源、商品生產等企業營利活動同時進行的CSR為主，以追求企業本身利益為最大目標。進入2000年後，民間社會團體導入CSR的概念，在這個階段，透過民間單位與學者的推動，以研討會、座談會的方式，讓社會大眾對CSR概念有更多認識。

韓國政府在2007年發布「社會企業育成法」，正式開始支援企業的CSR活動。此法的修訂，可說是韓國CSR發展的重大契機，在此之前的CSR活動，都由民間推動，屬於規模較小的短期計畫，政府開始推動後，提供給企業施行方向，並透過政策的配合，系統性地推行長期的CSR計劃。

2010年11月，隨著ISO26000社會責任標準發布，韓國企業的CSR活動進入新階段。國內方面，以解決現有社會、經濟問題為中心；另一方面，韓國政府及企業開始以國際認證為目標，以「國際化的社會企業」為目標，著手進行一連串的國際性CSR活動。

貳、韓國企業的社會責任實踐

一、企業對國民的社會責任

根據「社會企業育成法」，韓國企業的社會責任主要為創造就業機會、提供社會服務。政府主導的社會企業政策中，大企業的CSR活動為其重要的一環。大企業過度擴充使得國內中小型企業萎縮，一直是韓國產業結構的問題之一，因此政府希望以大企業豐沛的資金，來推動社會企業的成立，使大企業在經濟及社會問題上，都能對國家社會有所回饋。

Phoca PDF

韓國企業的國內CSR活動，除了各種社會服務，較大規模的活動，主要為大企業所主導，提供就業機會及扶植中小企業。針對解決高失業率問題，韓國【全國經濟人聯合會】在去年年底舉行了韓國史上最大規模的就業博覽會，在韓國國內造成話題。取名為「為了共同成長的就業博覽會」，參展廠商為韓國十二家大企業的優質中小企業合作廠商。十二家大企業包括三星、現代汽車、GS、SK等集團，因此囊括了電子、汽車、鋼鐵、通信等各產業，旨在為發展性良好的合作廠商吸引優秀人才，此博覽會的所有費用皆由參展的十二家大企業負擔。

以今年來說，三星集團在往後三年間，計畫投入兩百億韓元(約台幣六億元)設立社會企業，預計將可提供四百個就業機會。SK集團以通信業者的優勢，首先計畫公益型的手機應用程式開發、販賣，再加上雇用低收入失業者進行園藝栽培及造景業、弱勢團體青少年的廚師培育訓練等，預計到2013年將提供四千個就業機會。現代汽車集團則是設立二十億韓元(約台幣六千萬元)的「社會企業育成基金」，並著手計畫具體的培育政策。首先先透過集團內子公司與其他中小型社會企業間的知識傳授，解決財團壓迫中小企業生存空間的問題，達成雙贏。

另一方面，針對未來的國內CSR活動方向，主要以解決高齡就業、老人福利、城鄉差距等社會問題為主。近年來，科技也成為CSR活動的一部分，例如開發視障團體可使用的鍵盤、滑鼠，就是企業社會責任的一種表現。簡單來說，現在的韓國企業，除了追求CSR活動之外，也致力於開發「CSR商品」- 即「商品中實現社會責任」的概念。

二、韓國企業的國際CSR

隨著ISO26000發布，國際社會責任認證成為韓國企業的目標，不僅擴大落後地區及第三世界國家的人道救護活動，為響應韓國政府在2011年大量宣傳的「親環境」，也就是環保議題，各企業開始提倡環保節能建築、鼓勵國人使用環保商品、購買響應環保企業的商品等。並提出「綠色行銷(green marketing)」的概念，結合CSR理念開發出的環保節能商品，既搶攻國際市場，也提升企業形象。

三星電子 - 隱藏在商品中的CSR秘密

2011年開始，韓國政府將企業的CSR活動，聚焦在環保議題上。韓國最大企業三星集團旗下的子公司早已在全球各地進行環保活動。三星電子從購買原料開始，到廢棄商品的處理，階段性地實施社會責任。三星電子首先要求上游廠商不可供應開採自剛果山的錫、鉭金屬，如同電影「血鑽石」的內容，不僅是鑽石，這些金屬的開採也是當地內戰武器的資金來源。在處理廢棄產品方面，三星電子從2008年開始，在美國、加拿大等地，開始廢棄品回收活動，此活動於2009年在美國被選為優秀環保活動。

生產充電電池的三星SDI，以生產節能商品為重點，開發出省電電視的技術及節能儲電系統，不僅在商品販賣數字上有所長進，對於節能的新環保意識也有諸多貢獻。三星家電在洗衣機的包裝上創新開發出所謂的「收縮包裝」，將過去使用紙箱包裝的洗衣機，改為密封包裝，減少70%的紙漿使用，在包裝過程中，減少接著劑及保麗龍等有害物質的使用達70%。

三星家電、三星電子、三星SDI，目前皆為列名美國道瓊永續群組指數(DJSI)的企業。(DJSI是自全世界兩千五百家以上大型公司中，挑選各產業在經濟、環保與社會面上表現最好的前十分之一公司加以登載，該指數主要跟蹤在永續發展方面有卓越表現的大型公司，台灣目前入選該指數的企業，僅有兩家，分別是台積電及聯電)。DJSI被公認為球社會責任投資的重要參考標竿之一，因此被編入DJSI企業，對於企業形象及聲譽、提高企業價值皆有幫助。

Phoca PDF

現代汽車 - 綠能汽車的開發

汽車工業可說是對於環境最為敏感的產業之一，從生產過程到產品的使用、廢棄過程，都會產生溫室氣體，對環境造成極大的影響，汽車的環保化已是國際性的議題。針對此問題，韓國最大汽車集團現代汽車及其下品牌KIA，分別開發了Blue Drive及 Eco Dynamics兩款品牌，做為環保車輛打進國際市場的先鋒。現代汽車於去年九月公布其第一台純電動車「Blueon」，2011年將開始準備量產。

現代汽車集團的綠能車計畫中，其中最值得一提的是，依照外銷國的規格，開發不同的環保車輛。舉例來說，美國所使用的plug-in hybrid汽車(汽油插電混合式汽車)、巴西的乙醇(ethanol)燃料、歐洲的生物柴油、中國的電動車等，以符合各國的特性。現代汽車集團的綠能車策略，不只搶佔外國的環保車市場，也能提升企業的國際形象。

LG電子 - 工會成員的CSR活動

去年七月，LG電子工會成員們，以慈善活動募得的錢，為非洲衣索比亞的Konso村「LG希望學校」的學生添購了新桌椅，學生們拿著寫著韓文「謝謝，LG」的圖畫，拍下感謝影片。LG電子工會的二十名成員，於去年五月背上行囊，參與了柬埔寨北部內陸地區的國際救濟活動。鑿井、建造廁所、兒童遊樂設施及社區會館等；除此之外，LG電子的工會成員們，還參與了肯亞、衣索比亞地區的疫苗救護活動。

除了國際救護活動之外，從1995年開始，LG電子工會成員們，以員工每月薪水中，不滿一千元(約台幣三十元)的零頭數字，累積為一筆「零頭基金」，以做為慈善捐款之用，利用這筆零頭基金，LG電子工會在海地地震後捐出五千萬韓元(約台幣一百五十萬)的捐款。他們也在公司內部展開各種小型活動，工會成員們在公司的員工餐廳開設每日茶攤，販賣茶及麵包，這些原料都是來自非洲救護地區迦納及伊索比亞村民的禮物。工會體育館中裝設的販賣機收入也做為慈善捐款之用。

LG電子的例子，讓我們看到企業員工以上班族的力量聚沙成塔，對CSR活動的貢獻。一些看似舉手之勞的小型活動，不僅拓展國際社會上的盟友，長期來看，透過CSR活動培育出的人才，也對於企業的未來有所幫助。

參、反觀台灣企業...

「取之於民，用之於民」。在韓國，這句話不只是對於政府的要求，也是企業財團的道德標準。韓國各個企業無不致力於各種公益活動、社會服務，首先韓國大企業都專設有CSR部門制訂相關計畫，配合大量的宣傳品及媒體曝光，CSR已經成為韓國企業的兵家必爭之地，不可否認地，提升企業形象、增加收入可說是CSR終極目的之一，但對社會的實質幫助仍是不可抹滅的。

雖然台灣與韓國的企業環境不盡相同，但在國際市場的競爭關係，讓我們不得不檢視當韓國企業努力追上國際趨勢時，台灣企業為我們的社會做了什麼？相較於韓國各企業投入CSR的人力、物力，台灣企業的CSR活動規模則小得多。由【台灣永續基金會】頒發的《2010年台灣企業永續報告獎》，雖命名為「Taiwan CSR Reward」，得獎企業的貢獻，多以環保、永續經營為主，得獎企業的產業別，也幾乎是電子製造
業與通信企業[1]

Phoca PDF

，在解決社會問題、對地方社會的回饋仍十分有限。由於地理環境因素，台灣比韓國更早推動環境保護，人民對於環保的概念也較韓國完整，環保是國際趨勢，若能將固有強項發揚光大，並多元發展，與國際接軌，相信我們也可以創造出國際級的CSR企業。

韓國社會對於CSR的重視，民間團體與媒體也是相當大的推動力量。韓國媒體對於企業的大小CSR活動，基本上持友善態度，媒體雖接受企業CSR部門發出的新聞稿，一邊也報導民間社會團體的批評，並非一貫持歌頌態度也不一味批評。在媒體的強調下，韓國一般民眾對CSR並不陌生，大學生為此開設討論會、社會團體針對大企業提出要求事項，在韓國，CSR並非遙不可及的高道德標準，而是全民關注的話題。相較於韓國媒體對於CSR活動的大幅報導，台灣媒體對於企業做出的「善行」可說是興趣缺缺。在台灣，一個大企業老闆親自下鄉送暖，可能會被媒體貼上「做秀」的標籤。雖然CSR活動的確屬於企業公關的一種手段，但若一味指責企業只是在消費弱勢族群與炒作，以至於變得對此議題無感，可說是本末倒置，造成本土企業原地踏步。若媒體與社會大眾能對企業做出善意的回應及適當表揚，相信企業也能更加感受到肩負社會責任的使命感。無論是政府、媒體或是台灣社會，都應對社會責任企業多一些關心與鼓勵，對於積極發展CSR的企業給予實質上的支持，監督無心回饋社會的企業，當企業形象與銷售數字成正比時，企業也會從消極的態度轉為積極參與。

重視CSR的風氣在歐美國家已十分成熟，在社會責任成為檢視企業能力的標準後，台灣企業是否能跟上國際的腳步？如同本文一開始所提及的，ISO26000雖然不是強制性的檢驗標準，社會責任的實踐，勢必成為國際企業受到檢驗的項目之一，可能在未來成為無形的貿易壁壘，若台灣企業想要增加國際競爭力，CSR是不可忽略的一環。不僅韓國，中國社科院也在《企業社會責任藍皮書》內指出，ISO26000可能對中國的企業產生衝擊，對中國企業的國際化造成阻礙。當周邊競爭國都對CSR抱持著一定敏感度時，台灣政府卻未對此發表相關意見， 政府與企業當務之急應擬定相關政策、加緊腳步推動企業CSR，以免遲了腳步，讓台灣企業在下一輪的國際競爭中落人之後。

希望在台灣，CSR可以成為全民共識與企業的努力目標，不再只是財經或是管理雜誌上的一個篇章。台灣與韓國在多方面都處於競爭關係，各種實力都不比韓國差，但韓國人積極的行事態度及團結力，成為成功的最大推手。期望台灣各界可以對企業有多些要求與期待，積極督促，將台灣企業更加推向國際舞台發光。

作者韓國觀測站為一群研究韓國的專家所共同執筆
（本文僅代表作者個人意見，不代表本智庫立場）

【2010台灣企業永續報告獎(Taiwan CSR Awards)獲獎企業】

大型製造業組：
金獎：台灣積體電路製造股份有限公司
銀獎：聯華電子股份有限公司
銅獎：友達光電股份有限公司
佳作：日月光半導體製造股份有限公司、中華映管股份有限公司、佳華科技股份有限公司

大型服務業組：
金獎：中華電信股份有限公司

Phoca PDF

發佈：2011-05-30, 週一 22:57
點擊數：8473

銀獎：台灣電力公司
銅獎：中鼎工程股份有限公司、信義房屋仲介股份有限公司
佳作：台灣大哥大股份有限公司

中小企業製造業銀獎：中聯資源股份有限公司

(資料來源：台灣永續能源研究基金會)

Phoca PDF