

白領犯罪與企業社會責任(五)：重振企業誠信與社會責任刻不容緩

林宜穎 | 國立東華大學社會學系

管理學大師麥可·波特（Michael E. Porter）說，「一個成功的社會與一個成功的企業，是同時並進的。」

近年來國內一樁又一樁的黑心食品事件層出不窮，毒害風暴襲捲全台，政府疏於把關、企業倫理崩壞、食品大廠紛紛淪陷，犯罪者有恃無恐，關於「吃」，我們還能相信誰？

利益擺中間，誠信放兩邊

以目前最受關注的鼎王火鍋為例，湯頭加雞湯塊的欺騙手法，一年可營收13億；再談到大統混充棉籽油案件，公司負責人高振利擁有超過十億台幣的身家，顯見以低價商品混充高價商品販賣的報酬相當高，可說是「致富秘密武器」。

由多起被批露食品添加非法物質的案件亦可見，許多食品業主只為追求高額利潤，不但在原料上偷工減料，甚至為追求方便與口感，在產品中濫用添加物，無視其是否為非法、有害人體化學物質，罔顧消費者健康。

政府應修法積極介入

由《刑法》第191條及《[食品衛生管理法](#)》第九章罰則第44條，可看出這些黑心業主有恃無恐的原因在於罰則過低，而且罰則和犯罪所得完全不成比例。不少專家學者呼籲修法，嚴懲重罰不肖業者，但這些都只是治標之道。據台灣負責食品查驗的食品藥物管理局（現為食藥署）局長、台大毒理學研究所教授康照洲表示，若不肖廠商在民生常用的油品、醬油、奶粉、茶、肉品等，以低價品混雜高價品，其檢驗技術上有一定的困難，因此政府應列入重點稽查項目，並積極精進檢驗技術。

除了修法，政府也應推動企業自主管理，將注重食品安全的責任回歸企業本身，企業主更應審慎思考，獲利是企業唯一的目標嗎？要使企業價值最大化，永續經營是唯一的路，

因此企業社會責任的概念也應受到重視與實踐。

重視社會責任才是企業經營長久之計

「企業社會責任」（Corporate Social Responsibility，簡稱CSR），一般泛指企業進行商業活動時，除了考慮財政及經營利潤外，也會重視股東、勞動者及消費者的權益，以及環保影響、社區參與、公開財務訊息，對利害關係人的責任等。這是企業成長和產業發展的一個規範，企業能否擔負經濟責任、環保責任和社會責任這三重底線（triple bottom line），為判斷企業經營是否符合CSR的標準。



藉由產品製作帶來工作機會、尊重人的價值與友善環境的生產方式，公平貿易帶來了一股新的倫理消費的力量，也讓消費變得更有意義。因此，企業社會責任的價值就在於企業能否擔負經濟責任、環保責任和社會責任這三重底線。（圖片來源：蘭菓子）

企業的社會責任是傾聽、了解消費者需求及維護其權益，因為企業從社會得到了許多益處，應秉持「取諸社會，用諸社會」的理念，向社會大眾承擔一定的義務、實踐對社會的責任。一個願意承擔社會責任的企業，除了能塑造良好的企業形象，其實就實質面來看，也能提升品牌價值與競爭力、增加企業利潤、減少因政府管制帶來的成本、增加顧客忠誠度、符合股東利益、與社區建立良好關係等優點。

要如何實踐企業的社會責任？以前述所提及的食品業者而言，為消費者在食品安全上把關，建立健全有效的供應鏈管理制度：包括要求合作夥伴提供安全合法的原物料、嚴格控管產品的製作過程、加強產品的定期與不定期檢測等，這些除了可以提升企業的整體形象，還兼顧上下游業者的權益，更重要的是滿足消費者對食品安全的要求與期待，確保消費者的健康無虞。

借鏡瑞典，喚起台灣企業覺醒

法律責任屬於消極的管束力量，食品安全法無法全面防制檯面下的犯罪行爲，需仰賴企業社會責任的建立。瑞典的「企業社會責任」成功創造優良的國家品牌、食品安全，並享譽國際，這是因為瑞典是第一個設立企業社會責任政府部門的國家，並要求國有企業每年提交可持續發展報告，藉此提高企業社會責任的意識，使企業在未來持續回饋社會、永續發展。

反思台灣食安事件一波未平一波又起，部分不肖業者以身試法，不顧非法食品添加物的毒性，而只以消費者的食用口感為導向，這是因為只著重市場經濟利益，也是消費者不良的飲食習慣所致。

但危機就是轉機，如何挽救消費者對「吃」的信心？管理學大師麥可·波特說，「企業社會責任是企業廿一世紀新的競爭策略。」英國《經濟學人》訊息社（EIU）的調查中，有75%的受訪者認為，有效的企業社會責任政策能夠對公司財務狀況產生正面效益。

食品事業是良心事業，單靠法律制裁、社會監督是不夠的，正如衛生福利部長邱文達感嘆，再綿密的食品安全監測網，再嚴格的標示規定，都敵不過人心險惡，企業的自律和誠信，才是長久之計。政府若成功建立企業對社會的責任，加上企業本身的自我覺醒，將比法律規範更具意義。（本文由科技部補助「犯罪問題新媒體科普傳播實作計畫」執行團隊撰稿/2014/04）

責任編輯：陳則秀 | o'rip採訪編輯

審校：呂傑華 | 國立東華大學社會學系暨財經法律研究所

相關法條：

刑法

第 191 條（製造販賣陳列妨害衛生物品罪）

製造、販賣或意圖販賣而陳列妨害衛生之飲食物品或其他物品者，處六月以下有期徒刑

食品衛生管理法

第九章罰則第44條

有下列行爲之一者，處新臺幣六萬元以上一千五百萬元以下罰鍰；情節重大者，並得命一、違反第八條第一項或第二項規定，經命其限期改正，屆期不改正。

二、違反第十五條第一項、第四項或第十六條規定。

三、經主管機關依第五十二條第二項規定，命其回收、銷毀而不遵行。

四、違反中央主管機關依第五十四條第一項所為禁止其製造、販賣、輸入或輸出之公告違反前項規定，其所得利益超過法定罰鍰最高額且經中央主管機關認定情節重大者，得

日期：2014/5/2

本單元學術名稱：人文及社會科學 > 管理學

標籤：企業社會責任、白領犯罪

2,694 瀏覽人次

延伸學習：

《企業社會責任，你了解多少？》

《劉藏巖（2010）民營企業社會責任的推進對策。》

《食安問題/面對企業巨鱷，誰來保護「吹哨者」》



上一則：[白領犯罪與企...](#)

[返回列表頁](#)

下一則：[人與機器人互...](#)



| [關於我們](#) | [FAQ](#) | [隱私權及資訊安全宣告](#) | [著作權聲明](#) | [服務條款](#) | [網站瀏覽人次](#)：

(10622)臺北市和平東路二段106號17~22樓 / 電話：(02)2737-7595 / 最佳觀看解析度 1280 x 1024，IE 7 / FireFox 9 以上



瀏覽頁次：

