

商業及經濟倫理

第一課：商業社會與規範理論

商業及經濟倫理是以道德判斷來探究一些行為或制度的合理性，範圍涉及：

- ◇ 經濟制度
- ◇ 組織¹的商業行為
- ◇ 個人行為
- ◇ 組織的權利和社會責任
- ◇ 個人的權利和社會責任

I 目的

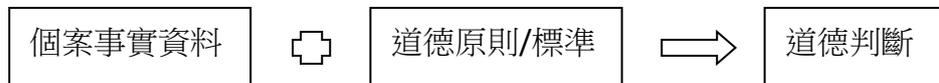
商業及經濟倫理旨在影響有關組織，希望令其行為更能合符道德規條。

II 商業活動的道德判斷

要判斷商業活動是否符合道德，可以根據道德原則，採用兩大類的方法：第一類是對某特定行為作出是非與對錯判斷，稱為行為理論，包括後果論(目的論)和義務論；第二類是有關個人或機構的價值觀和美德理論(價值論)。

道德判斷的方法 — 示例

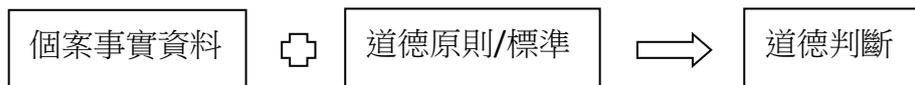
要作出一個有效的道德判斷，我們需要了解：



以某健身中心職員強迫顧客購買無效的健身套票為例，如果我們要作出一個有效的道德判斷，我們需要：

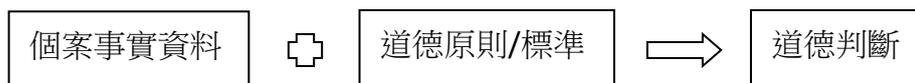
¹ 包括企業管理層、員工、供應商、分銷商、政府機構和監管機構等

a. 了解個案事實資料



- ◇ 事情的經過
- ◇ 健身中心的銷售指引
- ◇ 相關的法律條文

b. 審察個人與社會相關的道德原則/標準(與商業倫理學相關的理論)

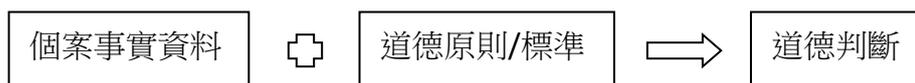


以規範倫理學的理論來討論：

- ◇ 目的論/效益主義（是否存在效益？）
- ◇ 義務論（有否尊重或侵犯個人的權利？個人有否負起應有的責任？）
- ◇ 價值論（健身中心職員的品格有問題嗎？）

我們也可以運用針對商業倫理的理論來討論：

- ◇ 社會契約論（企業有否履行自己的契約責任？）
- ◇ 公義論（企業的做法符合公義嗎？）
- ◇ 持份者理論（企業有否顧及持份者的利益？）



怎樣作出一個合理的道德判斷：

- ◇ 企業或職員有否違法？
- ◇ 企業或職員的行為有錯嗎？
- ◇ 職員的品格是高還是低？
- ◇ 企業的道德水平如何？

III 社會上較普遍的商業倫理問題

5 個常見的商業倫理問題包括：賄賂、脅迫、欺騙、偷竊和歧視。

消費者或服務使用者	企業內的僱主、僱員	市場支援，例如：研究人員
禮物、饋贈、賄賂、應召女郎	賄賂	調查的真實性
價格歧視；不合理定價	公正	公平對待外部客戶
虛假廣告	誠實	調查保密性
各種不正當的競爭行為	價格	營銷綜合及社會問題
欺騙顧客；不正當信用行為；過度推銷	產品	人事問題
競爭者之間串通價格	人事	公平對待被訪者
簽訂和履行合同中的不誠實行為	保密	公平對待企業內部的其他人士
對待僱員不公平；僱用期間的歧視行為	廣告	被訪者不誠實
其他	數據操作 採購	禮物，賄賂和娛樂招待 公平對待供應商 濫用資金

表 1 不同持份者可能遇到的商業倫理問題

某些商業行為被界定為不道德的原因，在於它們限制了行為的自由，違反了義務論界定的基本權利和義務，造成不準確或具有欺騙成分的資訊，令產品和服務衍生不良的額外投資，結果導致社會整體的生產成本增加。根據後果論而言，那也屬於不道德的行為。

行為	個案
賄賂	食品店店員收受水貨客賄賂，違反每人只限買 3 罐奶粉的規定，把店內的奶粉全部賣給他們，令有需要的人買不到所需的奶粉。
脅迫	某顧客在美容健身院中，身份證被員工藉機取去後不還，並遭 4 名員工連環游說，直至簽下 4 萬元無實際需要的健身套餐才得以離去。
欺騙	某內地人到一間電器店購買相機，店員欺騙他買了一個有防震功能的鏡頭，價值約 2 萬元，該顧客返回酒店後才發現被騙。
偷竊	某顧客在水療店卧着接受療程時，職員要求該顧客付款 3000 元，並取去其提款卡，要求顧客在他們面前輸入密碼，並乘顧客不為意的時候提取總共 2 萬 5000 元。
不公平、歧視	小型零食店以低於市價售賣即食麵，大型超市就此向供應商投訴，供應商要求小型零食店加價被拒，供應商便停止供貨。

表 2 示例

行為	對決策者的影響	行為產生的結果
賄賂	<ul style="list-style-type: none"> ◇ 不勞而獲的個人收益 ◇ 改變決策的選擇 	<ul style="list-style-type: none"> ◇ 成本增加 ◇ 服務品質下降 ◇ 對其他競爭者不公平 ◇ 打擊法治
脅迫	<ul style="list-style-type: none"> ◇ 害怕迫害 ◇ 非意願選擇服務或產品 	<ul style="list-style-type: none"> ◇ 成本增加 ◇ 服務品質下降
欺騙	<ul style="list-style-type: none"> ◇ 改變決策的選擇 	<ul style="list-style-type: none"> ◇ 滿意度降低
偷竊	<ul style="list-style-type: none"> ◇ 丟失資源 	<ul style="list-style-type: none"> ◇ 成本增加或產品/服務消失
不公平、歧視	<ul style="list-style-type: none"> ◇ 購買較差的服務 ◇ 售價高於市場價 	<ul style="list-style-type: none"> ◇ 成本增加 ◇ 造成需求減少假象

表 3 不符合倫理的行為在宏觀上的影響

IV 研究商業倫理的重要性

- ◇ 現代社會中的商業活動無遠弗屆，對我們的影響越來越大。不符合商業道德的行為可以對人的傷害也越來越深同時，合符商業道德的行為也可以帶來越來越多的利益。我們因而需要加以研究有關議題，讓企業行為合符道德標準，造福人群。
- ◇ 隨着社會和科技的發展，我們生活的節奏變得越來越快，更趨複雜，我們需要不斷討論並研究新的商業行為涉及的倫理問題，例如八達通、社交網站和大型連鎖店出售消費者個人資料以獲利所涉及的倫理問題。
- ◇ 現代社會對企業的倫理要求越來越高，不符合道德的商業行為所遭受的處分也越來越嚴厲；相反，合符道德的行為也可以讓人獲得莫大的得益。若然可加深人們對商業倫理的理解，將有助他們作出最合適的決定。企業致力養成員工良好的品格，也對企業和有關個體有幫助。
- ◇ 有關商業倫理的討論其實十分生活化，既有趣又實用，對個人亦有實際的幫助，例如：可幫助我們在重要時刻作出合符道德的決定；認識企業的不良營銷手法，可幫助我們在日常生活中作出精明的抉擇。

V 應用規範倫理學的原則來分析商業行為

a. 行為效益主義 (act-utilitarianism)

透過研究一個商業行為帶來的後果來判斷其對錯。如果某行為能夠為最多數人帶來快樂，或是讓最少數人受苦，那麼該行為就是對或善的；反之就是錯的。

b. 規條/規則效益主義 (rule-utilitarianism)

規則/規條效益主義並不考慮個別行為帶來好或壞的後果，而是顧及遵守規則會否為最多數人帶來快樂。假如遵守「不要操控價格」這個規則會為最多數人帶來快樂，即使某間企業在數次個別的情況下操控價格，並為多數人帶來快樂，它依然是錯的，只因這些行為違反了「不要操控價格」這個規則。

狹義來看，衡量效益或付出的方法是計算經濟上的利益或成本，例如利潤或虧損，以金錢為單位。可是效益主義也會利用比較宏觀的方法來衡量效益和成本，利益可包括快樂、健康、知識和信譽等；成本則可包括環境質素、國民健康、國際排名、時間和文化等。

效益主義的限制：

- 不能夠完全釐清某些利益和成本，並難以將之量化和比較，例如：我們能否把 10 條人命（成本）和一億港元的利潤（利益）相互比較？如何量化 10 條人命的價值？
- 有些利益和成本在當下並不明顯，但日後可以影響甚大，例如污染環境。
- 有時難以絕對界定利益和成本，例如相對某些人來說的利益，可能相對其他人來說是成本。例如：在某公共屋邨的商場開設投注站。
- 社會可能太過短視，過分側重於工商業的發展，並太過重視經濟利益，忽視其他重要的價值。
- 有些商業活動帶給社會的整體利益高於成本，在功利主義來說是合符道德的，但上述活動可能違背了社會正義和人權，那是現今日益重視的部分；特別是少數人的利益，只根據功利主義作出道德判斷將難以令人信服，例如要求商場安裝無障礙設施，其整體成本將遠遠大於利益，只因成本要由大部分人支付，這些設施卻只能令少數人得益。根據功利主義，商場不應安裝上述設施，但此舉卻違反了殘障人士的人權和社會正義。

c. 義務論中的責任和權利原則 (Duties)

義務論提出人天生就應該 **無條件地** 擁有某些權利，無論擁有這些能否為社會帶來更大的利益，換言之，那些權利是內在(*intrinsic*)的價值。每個人都擁有自由和平等的權利，所有人在道德上都有義務（責任）以自由和平等的方式對待他人，即是無論個人選擇以甚麼方式對待他人，也會接受他人以同樣的方式對待自己。例如：某水果店的老闆以高價售賣爛蘋果，他自問箇中的理由是甚麼(例如：我也是被騙才買了這些蘋果，所以我去騙人是對的)，他其實應該自問會否介意他人以同樣的理由去騙他。在一般情況下，人自然不想受騙，老闆受騙相當氣憤，他就不應該去欺騙顧客。義務論要求把人當作目的，永遠不可以僅把

人當作手段。在道德上，我們不應利用他人作為手段，以達到自己的目的，在營商時還要重視他人的尊嚴、自由和公平等權利，那是天賦和無條件的。義務論建基於兩個主要價值，第一個是尊重(Respect)，即尊重他人的權利，第二個是自由選擇的能力(Capacity to choose)，即他人有權掌握所有資訊，以理性作出自主的選擇。

例如：某核電站發生事故，管理層不可妄顧員工工作的危險性，他們必須尊重員工的知情權，也不應該壓迫員工從事危險的工作，因為自由和平等是人性的核心（即人之所以為人的特性）價值，我們應無條件地尊重所有人的權利，那就是目的，應當不計代價去保存。有鑑於此，管理層必須把工作的危險性全部告知員工，讓他們可以自由選擇。

義務論對商業倫理有重要的影響。例如：現代商業倫理認為，消費者擁有一定的權利，這些權利可以是法律賦予的（例如購買保險產品有 7 天的冷靜期），也可能是習俗賦予的（例如消費者在香港購買水果，可以用手拿起水果揀選，但世界上很多地方都不可以如此的），也可以是天賦的（例如人有工作和休息的權利）。現代社會普遍認同消費者有四大權利，包括自由選擇權、獲得資訊權、獲得安全產品權和投訴權；其次，企業有義務照顧和保障不同的持份者都可擁有以上的權利，可見義務論對商業倫理的影響。

義務論的限制：

- 義務論不能清晰地界定各種權利的內容，例如：如果外國傳媒認為某工廠是血汗工廠，強調工廠中負責某項工序的工人每日工作 20 小時並不人道（權利一）。廠方為保持訂單，於是把工時縮短至每日 12 小時，這個安排卻令很多工人怨聲四起。他們都想每日加班，在短時間內賺取最多的工錢回鄉，廠方的做法，令他們覺得失去自由選擇的權利（權利二）。究竟縮短工時是對還是錯？怎樣安排才算是合符人性？
- 義務論具有普遍性，有時卻不能解決權利之間的矛盾，例如：存戶有權自由調動自己的存款（權利：自由），恐怖份子可以自由調動他們戶口的存款嗎（權利：其他人的安全）？

d. 美德理論 (Theory of moral virtues)

美德理論認為，討論商業倫理時應注重個人的道德修養，而不應只顧訓練人怎樣作出道德判斷。我們應注意培育德性，因為一個具有美德的人，自然就能展現有道德的行為。企業培訓員工時往往十分注重訓練他們的價值觀，以確保他們具備企業要求的品性，例如「敬業樂業」、「誠信」、「尊重」和「關懷」等。



個案研究

安然公司

安然公司(Enron)曾是一間位於 美國德克薩斯州休士頓市 的 能源類企業。安然在 2001 年宣告 破產 之前，擁有約 2 萬 1000 名僱員，是世界上最大的 電力、天然氣及電訊 公司之一。該企業於 2000 年披露的營業額高達 1010 億美元，名列 《財富》(Fortune)雜誌 「美國 500 強」的第七名；掌控着美國 20% 的電能和 天然氣 交易。安然在 破產 前的資產價值高達 620 億美元，又連續 6 年獲 《財富》雜誌 評選為「美國最具創新精神公司」，股市市值高峰時曾接近 800 億美元。可是，2001 年開始有分析員質疑安然業績，短短 3 個月內，股價自 80 多美元下跌至年終的 0.26 美元，並在 11 月終突然破產，該企業更被揭發高層多年來與審計公司和投資銀行合謀策劃，利用各種合法和不合法的會計方法造假賬，虛報賬目，誤導投資者及牟取私利等。安然多名高層人員被指多次一方面鼓吹股價上升，同時暗地裡拋售該企業的股票。



影響：

- ✧ 企業多名高層人員被判入獄及罰款。
- ✧ 涉及造假並鼓吹投資者購買安然股票的證券分析員被判入獄，名譽掃地。
- ✧ 安達信會計事務所公司為安然服務，原是五大國際會計事務所之一，最後該公司被控妨礙司法公正，最後因而倒閉。
- ✧ 安然的股票市值由 800 億美元下跌至 2 億美元，股票投資者損失慘重，不少人賠上了退休金。
- ✧ 2 萬多名員工失去了大部分退休金和部分薪金。
- ✧ 花旗集團、摩根大通和美國銀行 等也因涉嫌財務欺詐，向安然破產的受害者分別支付了 20 億、22 億和 6900 萬美元的賠償金。
- ✧ 促使「世通公司」的醜聞曝光，醜聞規模比安然更大，世通公司隨後宣告破產。
- ✧ 美國上市公司的公信力下降，不再被視為是最安全和成熟的市場。
- ✧ 美國立法機構推出新的法案²，嚴厲監管上市公司、審計公司和投資銀行有關公司管治的行為，引致上市公司的營運成本上升，在美國上市的外國公司減少。
- ✧ 自 1990 年起安然長期向美國和英國政要獻金超過 600 萬美元，引發社會廣泛討論政治獻金的問題。

² Sarbanes-Oxley Act



思考問題

1. 試以規範倫理學其中兩個理論，為安然公司高層人員作出一個有效的道德判斷。
2. 試以安然公司高級管理層的行為為例，說明商業倫理的重要性。

商業及經濟倫理

第二課：導論 — 商業及經濟倫理

在第一課中，我們提及怎樣以道德原則來判斷一些商業的行為。倫理學家也針對商業及經濟行為，增潤了許多理論，作為進行道德判斷時依據的原則，包括社會契約論、公義論及持份者理論。

I 商業及經濟倫理理論

a. 社會契約論

社會契約論認為個別公民(Citizen)的權利應該受到群體的保護。同樣地，個別公民都有責任保護他人的權利。為了和平共處，人與人之間透過自由和自主的過程達到一致同意的協議 (consensual agreement)，其後每個人都自主地放棄某些自然的自由，以換取群體給予的保護。莫論個人的狀況（財富、出身）如何，每個人放棄的自由必須同等，而保障群體的責任則由政府執行。

商業機構也可視為是一個企業公民(Corporate citizen)，也是社會契約簽訂者之一。為了得到社會的支援，例如法律保障、運輸基建、人才培訓和設施供應等，企業公民同樣需要放棄一些自由，為整個社會的福祉負上責任。假如企業不負社會責任，只牟取利潤，對社會的個別公民或其他企業公民造成傷害，它就是違反契約，應受到懲治，甚至被取消企業公民的資格。

b. 公義論

公義論旨在以公義作為標準，從而界定社會各成員的權利與義務。

公義論³認為公平就是公義。在討論分配式公義時，人應該在自由、平等和理性的情況下，同意跟隨一套大家皆同意的方法，以決定分配社會資源或分擔社會責任。社會上每個人都應擁有和他人相等的自由權（也即是說沒有任何一個人可以擁有比其他人多的自由），所有人的權利都應該受到保護，各人亦有責任保護他人的權利。遇上不平等情況時，例如國民收入差異懸殊，政府應該支援最不幸的人，以最有利於他們的方式分配，令他們也享有平等的權利。另外，所有人都有平等的機會，得以擔任所有職位和得到一切地位，這個原則又稱為平

³本課主要討論羅爾斯(John Rawls)的公義論

等機會原則。(注意：平等機會並不一定導致均等結果)

自由權的範圍廣泛，包括投票權、言論自由權、私有產權、不被無理逮捕權和安全權等。保護弱者可以解決社會上不公平的情況，讓較有能力的企業承擔較多的責任，例如：在處理污染上要求大企業付出較多資源。平等機會確保所有人都有同等的機會得到社會上較優越的工作，所有企業在招聘人手和升遷員工時都不應該存有任何歧視的行為，所有人都應該有同樣的機會接受訓練和教育。

c. 持份者理論

企業在運作時影響的人除了東主外，還有很多其他的個體，例如僱員、消費者、供應商、投資者、政府、傳媒和競爭對手等。在很多方面來說，企業營運對其他個體的影響，遠遠高於對東主的影響。所有受公司影響利益的個體被稱為**持份者**，他們可以是個人或是一群人士；持份者可以被企業的行為傷害或是從中得益，換言之，他們的權利可以被企業的行為侵犯或是尊重。

企業管理人員決策時不應只顧及持股者的利益，他們也應該保障和尊重其他持份者的利益。當一項決策對不同持份者產生不同的影響時，管理人員需要平衡各方的利益，而非只顧及某一持份者的利益。企業繼而可邀請各持份者參與企業決策，讓他們可加以保障自己的利益。企業不應該侵犯持份者的利益，應要為自己行為對持份者造成的後果負責，並在必要時作出補償。

企業的持份者

主要的持份者

- ✧ 企業擁有人（或股東）
- ✧ 僱員
- ✧ 顧客
- ✧ 供應商

次要的利害關係人（其他有關人士與組織）

- ✧ 政府
- ✧ 其他消費者
- ✧ 傳媒
- ✧ 競爭對手
- ✧ 法庭
- ✧ 民間團體



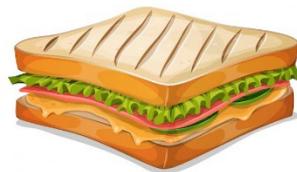
個案研究

香港特別行政區政府 食物安全中心 二零二零年發生的大規模流行病學關連食物中毒個案摘要

二零二零年五月，食安中心接獲 99 宗流行病學關連食物中毒個案，合共 236 人受影響，涉及進食同一品牌的預先包裝三文治。當中有 42 人的糞便樣本含有沙門氏菌。有一人需要接受深切治療，其血液樣本驗出腸炎沙門氏菌。在一名患者所購買仍未食用的三文治中，亦檢驗出 D 組沙門氏菌。

涉事三文治由一所本地食物製造工場生產。實地調查發現，個案的成因有多項，包括即食配料被未經煮熟的配料及食物處理人員所污染、三文治在運送往零售點的過程中貯存溫度不當，以及製成品貯存溫度不當，即置於危險溫度範圍內，使病原體得以生長。此外，生產商沒有在三文治包裝上標示生產日期及食用期限供員工及顧客參考。食安中心在其中一個零售點所抽取的一個三文治樣本中，檢驗出對 D 組沙門氏菌呈陽性反應。

其後，涉事食物製造工場的經營商已停止營運有關食品業務。三文治在製作過程中通常都是以人手處理，而食物製造工場生產的預先包裝三文治會分銷予大量顧客。因此，食物製造工場應採取嚴格的食物安全及衛生措施，以避免污染。



參考資料：

https://www.cfs.gov.hk/english/multimedia/multimedia_pub/files/FSF163_2020_02_19.pdf



思考問題

1. 試以社會契約論評論以上食物中毒個案。
2. 試以公義論評論以上食物中毒個案。
3. 試以持份者理論評論以上食物中毒個案。



延伸問題

1. 某企業的僱傭條款中有同工不同酬的情況，即男性員工的薪金比女性員工高，女性員工在入職時也同意這種安排。試根據社會契約論來評論這個制度。
2. 某企業招聘了數個身有殘疾的文職員工，並提供同等的薪酬條件，有些沒有殘疾的人卻因而失去了在該企業工作的機會。試根據公義論來評論這個制度。
3. 某企業東主認為，其公司在合法的情況下賺取最大的利潤是合符道德，至於其他的社會責任，鑑於他創立企業時並無對此作出任何承諾，那根本不用他來履行。試根據社會契約論來評論他的觀點。

商業及經濟倫理

第三課：經濟、市場、倫理

在經濟學中，我們可以簡單地把市場定義為「交易」的地方，即買賣雙方以不同形式交換物品或貨幣的地方。根據市場上的買賣雙方關係，可以將市場分為三大類型：**完全競爭市場**、**完全壟斷市場**和**寡頭壟斷市場**。

在現實世界中，大部分市場都介乎於完全競爭市場與完全壟斷市場之間。

◇ 完全競爭市場

一個完全競爭的市場有大量的買家和賣家，沒有任何一個個體的行為可以影響到市場上產品的價格、供應與需求的數量。買家和賣家有完全的自由去選擇購買或生產產品，產品的供應和需求很快便能到達均衡點，這時買家願意付出的最高價錢剛好是賣家願意接受的最低價錢；生產和消費的產品數量剛好相等，沒有任何浪費。完全競爭市場一般只可能在理論層面存在，在實際層面上難以出現。

◇ 完全壟斷市場

完全競爭市場的相反是完全壟斷市場。當中只有一個生產者，其他生產者因為各種原因而不能進入市場，例如開廠成本過高，法律禁止等；消費者在別無選擇下，只好被動地接受這個唯一生產者提供的產品及訂立的價格。在一般情況下，完全壟斷市場中的生產者都會抬高價格，享受壟斷者的利潤。

◇ 寡頭壟斷市場

寡頭壟斷比較接近完全壟斷市場，這類市場只有少數生產者，其他生產者由於各種的原因如法律限制或成本太高等而難以進入市場生產。由於市場由少數幾家廠商壟斷，每家廠商對整個行業的價格與產量的影響舉足輕重。他們控制了該行業的供應，由於提高價格可以帶來很多好處，那些廠家往往互相協調，操控價格（見小資料 i）ⁱ。

I 以規範倫理學來評論各種市場

a. 效益主義

完全競爭市場從不同的規範倫理學派的觀點來看都是比較理想的，也能滿足公義論對公義的大部分要求。

以效益主義的原則來看，完全競爭市場能創造最大的效益，原因是買家有完全的選擇權和市場資訊，所以賣家必須以最有效益的方式生產，得以盡量降低成本，盡量改善產品質素，才能吸引買家購買產品。買家因而也可以最低的價錢獲得最好的產品。

以效益主義的原則來看，寡頭或完全壟斷市場的生產者不能創造最大的效益，原因是賣方毋須以最佳效益生產也可以享有利潤，買方在沒有選擇權下，只有以高價買入產品。由於缺乏競爭，賣方也沒有動機不斷的改善產品質素和技術水平，對社會整體而言，效益較少。

b. 義務論

以義務論的原則來看，完全競爭市場保證了消費者最大的自由選擇權、自主權和資訊權，所有購買行為都是在自願的情況下發生的，消費者的權利得到完全的尊重。

以義務論的原則來看，寡頭或完全壟斷市場不能保證消費者最基本的自由選擇權、自主權和資訊權。如果產品是必需品，所有購買行為都是在不自願的情況下發生的，消費者的權利沒有得到應得的尊重。同時，賣家能操控市場價格，消費者失去自由選擇的權利。如果產品不是必需品，消費者雖然不會被迫消費，但也會失去選擇權。

寡頭或完全壟斷者在經濟上沒有效益，在倫理上也存在很多問題，現代不少社會因而訂立反壟斷法案（或稱為公平競爭法案、競爭法案等），強迫已達到壟斷地位的公司分拆或加以罰款，以保持消費者和社會的權益。

II 以商業倫理來評論各種市場

a. 公義論（或正義論）

根據公義論來說，每個人都應擁有和其他人相等的自由權，換言之，沒有任何人可以擁有比他人多的自由。在完全競爭市場中，所有人都有權自行決定貨品的價格和數量，不會受其他非市場的力量干擾，在這點上相較理想；但在完全競爭市場中，弱者會被自然淘汰，沒有生存的空間，因此不太理想。總括來說，公義論認為具有平等的自由權比較重要，完全競爭市場還是可以接受的。

寡頭或完全壟斷市場則充滿不公平，市場上只剩下大企業經營，它們往往透過一些反競爭行為（例如大企業之間私下協定產品價格）來獲取不合理的利潤，消費者要付出較高的代價購買消費品，亦沒有自由選擇權，這樣對他們並不公義（公平）。由此可見，寡頭或完全壟斷市場是不公義(**unjust**)或不道德的，政府應該介入，以保障公民最大的自由權。

b. 資本主義式的公義(Capitalist Justice)：經濟自由主義 (Economic Liberalism)

資本主義式的公義認為，人應按其貢獻的多少來獲取利益，例如：制定員工報酬的方法是按照某員工的生意額而定，生意額越高，報酬越多。亞當·斯密提出，自由市場是最有效率的經濟運行模式，如果市場的干預最少，人的自由就會最大，基於人皆自私的本性，個人自然能夠找到最有利於自己的生產方式，社會整體的效益就會最大，市場也會以最有效率的方式運作⁴。就此，政府應該盡量不干預自由市場的經濟，應以自由放任(**laissez-faire**)的形式讓市場自行運作，政府的角色只是給予一些私人機構不願提供的基本公共物品(**public goods**)⁵，或是維持治安和法律等制度。

由於完全競爭市場具有最大的效益，根據經濟自由主義而言，完全競爭市場是善的，寡頭或完全壟斷市場則是惡的，有礙競爭，令效率緩慢，並非理想的市場形態。如果市場出現壟斷，政府應該介入，確保市場充滿競爭。

⁴ 亞當·斯密以著名的「一隻看不見的手」來形容這種狀態。

⁵ 如提供道路、運河、學校與橋樑等設施。



個案研究

大型超市的壟斷行為

在 2011 年年終，社會發生了數次有關超級市場商品定價的事件，引起社會熱烈討論。有兩間小型零食和食品雜貨店向傳媒投訴，指他們出售某品牌的汽水和即食麵的價格低於大型連鎖超級市場，其中一間大型連鎖超市向供應商施壓，供應商因而要求兩店提高價格，與超市的零售價一致，否則停止供貨，其中一間最後被停止供貨。另外，一間於深水埗經營的雜貨店，一向從即食麵生產商直接入貨，零售價卻低於代理的「建議零售價」9%。該店後來接獲生產商通知，指其違反建議零售價，若店方不跟從建議零售價，生產商便停止供貨。後來雜貨店拒絕提高售價，供應商隨即停止供貨。據報生產商和供應商是因被大型連鎖超級市場施壓才發出該警告，但涉事的大型連鎖超級市場、供應商和生產商都作出否認。有傳媒引述前香港食品委員會理事長李廣林的話，指出大型零售商聯同供應商威脅小商戶的情況存在多年，只是一直沒有傳媒揭露。

有學者指出，兩間大型連鎖超級市場的市場佔有率超過 8 成，即使報道屬實，根據現行法律，他們的行為卻無違法。立法會正在審議《競爭條例草案》，港大法律學院助理教授鄭建韓解釋，《競爭條例草案》中的「濫用市場權勢」條文可監管掠奪性定價，即具市場權勢（市場佔有率逾 25%）的商戶，定出低於成本的價格，令對手無法經營，便屬於反競爭。《明報》11 月 3 日的報道指出，具市場影響力的超市與售賣具競爭產品的供應商，以斷貨作為手段，迫使小商戶以建議零售價售貨，可構成濫用市場優勢，超市及供應商都可成為被告；若然超市透過供應商與其他商戶議定建議售價，則可構成「合謀定價」，而「超市與超市或雜貨店間共同商討訂出反競爭的零售價」也屬於合謀定價。



思考問題

1. 試以經濟自由主義來提供論據，支持大型超市和供應商行為的道德合理性。
2. 試以公義論和綜合社會契約論來批評大型超市和供應商的行為。
3. 你的個人立場是甚麼？請說明你的理由。
4. 你認為政府和公共機構應該採取甚麼行動？

商業及經濟倫理

第四課：扶貧與公平貿易

窮，篆文，等於（穴，洞）+ （躬，屈體，無法站直），造字本義是身居洞穴，身體被迫彎屈、不自由。俗體楷書「穷」，以「力」代替正體楷書的「躬」，表示無能為力。

I 人海故事

小明的一天

小明在街上閒蕩了超過兩小時，不想回家。他的家是個木板間隔的房間木虱很多，沒有空調。同學相約到海洋公園遊玩，可是小明沒有錢，又怕同學嘲笑，只好找個藉口推辭。小明從來沒有零用錢，為了省下車費買些零食，他每天走路 45 分鐘上學；雖然現在就讀中二，但他仍沒有試過到西餐廳吃牛扒。

走得累了，小明便到球場旁邊的觀眾席坐下，舒服地靠在椅背。家裏只有 80 多平方呎，住了媽媽、妹妹和他，沒有地方可以放椅子。他在家中做功課時只能夠低頭曲着身體，坐在床上完成。他今天運氣很差，在附近碼頭釣了一小時的魚都沒有收穫，他已經幾天沒有肉絲吃了，平日的青菜豆腐很快便消化掉，肚子空空的，腳步浮浮的感覺真的難受。

小明小時候十分活潑，但從小五開始便沉默寡言，家中的電腦近兩年來雖然可以上網，妹妹卻經常需要使用，他又沒有手提電話，不能和同學溝通，漸漸他就獨自躲起來，同學也越來越感受不到他的存在。小明在街上流浪 3 個小時了，終於要回家做功課，明天那份英文作業定要完成，否則老師又要見家長，媽媽又不可以隨便請假與老師會面。可是，明天要交的功課要求小明寫下一次欣賞西洋樂器音樂會的經歷，他從來沒有聽過；他的英語水平差，自小四起媽媽就沒有再陪他做功課，不明白時又沒有人可以詢問。不過小明總是有方法的，一會兒上網找一份類似的抄抄就可以了。

快要放暑假了，小明很期待新學年來臨，只因讀畢中三後，他就可以工作。日後領取人生首份工資，第一件要做的事情就是帶媽媽和妹妹到燒味店吃乳豬。他最近只吃過燒肉，上星期媽媽說乳豬近年貴了很多，租金又加了，她收入的

三分之一都用來交租，買不起來吃，要等待下一次小明生日才買來吃了。因此，小明這個星期最新的志願：支薪後請媽媽和妹妹吃乳豬。

小明在夕陽下歸家，滿心期待中三畢業後可以工作，其他的都顧不上了，他已經懶得去問：「窮人的日子難道就應該是這樣的嗎？」

*本故事根據多個真實個案資料綜合寫成。



問題討論

1. 貧窮對小明有甚麼影響？
2. 試寫出三個令小明貧窮的原因。
3. 試寫出三個可以令他擺脫貧窮的方法。

II 貧窮的定義

發達國家組成的經濟合作及發展組織(Organization for Economic Co-operation and Development, OECD) 其中的35個成員國，大多以住戶入息中位數的50%以下作為貧窮指標。英國更將高於入息中位數10%的住戶定於邊緣社群。

在香港而言，貧窮戶在過去 10 年間一直維持在 40 萬戶以上，貧窮人口一直維持在 110 萬以上，佔整體人口近兩成，相應的貧窮率一直維持在 **17.6%**，即平均每 6 個香港人，便有一人生活於貧窮線下。在這 17.6% 的人口中，10% 的家庭中有成員擁有工作，稱為在職貧窮戶(working poor household)，相對 2003 年上升 11.6%。邊緣貧窮戶則佔整體住戶 8%。

III 議題分析

a. 貧富不均

香港貧富不均的情況非常嚴重，並正在惡化。在 **2012** 年第二季，在全港最富裕的 **10%** 住戶中，其每月入息中位數是最貧窮的 **10%** 住戶的 **26.1** 倍，這個差距於 2003 年是 23.3 倍。過去 10 年，全港最貧窮的 10% 住戶的每月入息中位數，由 2003 年的 3,000 元輕微增長至 2012 年第二季的 3,400 元，增幅約一成。同時，最富裕的 10% 家庭的每月入息中位數，由 2003 年的 7 萬元增至 2012 年第二季的 8 萬 8 千 800 元，高達 30%。根據統計處的報告，比較 5 個國家(加拿

大、英國、美國、新加坡及澳洲)，香港的貧富差距最為嚴重，亦是發達地區中最嚴重的。

b. 政府現行政策

政府推行了不少政策及措施，試圖舒緩在職貧窮家庭的生活壓力，以及支援在職貧窮人士的就業需要。現行一系列的扶貧政策，包括綜援計劃、鼓勵就業交通津貼計劃、鄰里支援幼兒照顧計劃、課餘託管計劃和短期食物援助服務計劃（即食物銀行）等，另外還有多次的單次性舒緩措施，例如6000元計劃，增加高齡津貼等，旨在培養貧窮人口的自立文化，不希望他們依賴福利，因而為貧窮家庭提供社會安全網⁶，即維持貧窮家庭的基本生活，但不提供高福利的生活給無業家庭享受。

c. 幫助貧窮家庭的重要性

- ✧ 關心貧窮人口是世上所有主流宗教和各大民族的共同價值。
- ✧ 根據社會契約論，企業作為公民的一份子，有責任幫助營運地區的弱勢人口。
- ✧ 人的生命價值是至高無上的，根據公義論而言，我們有義務幫助社會上的貧窮家庭，以確定他們和他人一樣，享受到同樣的權利，家庭越是沒有能力提升自己的生活，我們越有義務幫助他們。
- ✧ 根據效益主義而言，幫助貧窮家庭脫貧有助社會增進整體的幸福程度，減少社會成本。幫助貧窮家庭可以提高他們的收入，從而增加和促進他們消費。同時，提升他們的教育也可以提升整體生產力。另外，企業也可以透過能夠衍生盈利的方式，幫助貧窮人口。
- ✧ 根據效益主義而言，社會的貧窮家庭過多，容易造成社會動盪，幫助他們可以避免他們影響社會整體的幸福程度⁷。

d. 貧窮的成因

- ✧ 貧窮家庭缺乏金錢及物質來提升生活，無論成人或小孩都缺乏金錢及物質去接受良好的教育，更使他們減少與別人交往，令他們受到排斥，感到羞恥，影響他們向上流的動力，出現世襲貧窮的現象。
- ✧ 在現代社會中，貧窮人口難以得到和他人同等的權利，他們不懂得使用新的資訊科技，無法隨其意願調配時間參與工作，得以多點時間陪伴子女；

⁶英國前首相柴契爾認為「社會有一個梯子和一張安全網，梯子用來供人努力改善生活，安全網則用來防止人跌入深淵。」

⁷美國總統甘迺迪曾說：「如果自由社會不能幫助眾多的窮人，就不能保全少數富人。」

他們鑑於經濟壓力，難以抽身參與政治，同時難以政治的手段來保護自身的利益。另外，他們的經濟活動受到限制，礙於缺少抵押品及存款甚少的原因，他們難以使用銀行的借貸和其他服務。

- ✧ 自上世紀 90 年代起，香港經濟轉型，加上全球化的影響，工作人口出現兩極化，高技術和高教育程度的職位收入上升速度加快，低技術和低收入的職位收入的升幅緩慢，加劇貧富不均的情況。同時，低技術的職位迅速消失，令失業的人口增加。
- ✧ 香港地價高昂，如果沒有公營房屋福利，租金往往佔去低收入人士支出三分之一以上，令貧窮家庭沒有剩餘財力提升自己。同時，貧窮家庭亦難以藉着創業來改善自己的生活。

e. 企業如何幫助減少貧窮⁸

企業在扶貧時，除了能夠滿足義務責任外，往往也可以從中獲利。

- ✧ 格爾米銀行(Grameen Bank)設於孟加拉，銀行早於 70 年代在農村地區推出「農村銀行」的計劃，向無數的赤貧農民貸款，尤其是婦女，令他們可以翻身，擺脫貧窮的魔掌。其中一個例子是，該銀行向一名農民貸款 245 美元，讓對方能夠購買一部手提電話，該農民在兩年之內就還清了借款。農村計劃採取大額一次過收費的方法，該農民貸款購買手提電話後，藉着租借電話給其他農民的收費圖利，賺取的金錢是那筆一次過付款總額一倍。他除了能以盈利還債以外，每日平均還有 2 美元進賬。這份收入看似微不足道，但於孟加拉在職人口中，四分之三的收入比這還少！
- ✧ 花旗集團(Citigroup)推出一個具創意的方案，以一間工廠作為開戶單位，企業或工廠的每一個成員，從守門警衛到一般工人，開戶只需 20 美元，令每人都擁有銀行戶口，配合自動櫃員機及電話服務來減低經營成本。這種以多取勝的策略，證實十分有效。該集團在 1998 年於 Bangalore 試辦這個理念，現時有 25 萬名客戶，並只有一間分行來服務這些客戶。
- ✧ 聯合利華(Unilever)在印度的分公司 Hindustan Lever 發現，印度人買不起一瓶大裝洗髮水，他們亦只會因應特別場合才洗髮。有見於此，該公司把大裝的洗髮水拆散包裝，變成不同份量的一次用完小包裝，售價只需數美仙，結果生意興隆，現時每年銷量為 45 億包。

⁸葉保強的（2004）〈企業如何協助全球扶貧〉應用倫理通訊，第三十期。

<http://www.ncu.edu.tw/~phi/NRAE/newsletter/no30/05.html>



個案研究

IV 公平貿易的定義

由於知識和市場結構的問題，貧窮國家有大量被邊緣化的勞工及生產者，他們的權益被中間商層層剝削，一直未能擺脫貧窮。設立公平貿易的目的，旨在幫助他們，透過互相尊重的貿易夥伴關係，務求讓國際交易更趨公平。

a. 運作概況

- ✧ 由經過認證的分銷商以「公平」的價格購入生產者的產品。
- ✧ 透過公平貿易的分銷渠道，把產品送到重視這項價值的消費者。

b. 公平貿易的特色

- ✧ 是一種可持續發展及減輕貧窮的策略。
- ✧ 公平貿易以透明的管理模式和商業關係，以平等及互相尊重的態度與交易夥伴相處。
- ✧ 公平貿易能夠發展生產者的獨立能力，包括訓練生產者及其市場組織，改善其管理技巧及發掘市場的能力。
- ✧ 公平價格一般比市場價格為高，消費者卻樂意支付，因為價格不單包含生產成本，也符合社會正義與環保的原則。這個價格給予生產者公平的報酬，同時也兼顧了男女平等同酬的原則。
- ✧ 公平貿易為生產者提供一個健康及安全的工作環境；如果有兒童參與，則不能影響兒童完整成長、安全及教育的要求，同時也要符合聯合國兒童權利的慣例。
- ✧ 公平貿易大大鼓勵更好的環保實踐及負責任的生產手法。
- ✧ 公平貿易系統涵蓋許多商品種類，類別更不斷增加，例如：香蕉、蜂蜜、咖啡、橙、可可、棉花、新鮮水果及蔬菜、水果乾、果汁、堅果、植物油、奎寧、米、香料、糖、茶及紅酒等。



思考問題

1. 試根據本課內容，列出我們需要扶貧的原因。
2. 試根據本個案內容，解釋公平貿易如何可以幫助貧窮農戶擺脫貧窮。

3. 試從社會契約論、公義論及持份者理論的角度，分別評論有關公平貿易的措施。

參考資料

1. 香港樂施會網頁

商業及經濟倫理

第五課：市場營銷與廣告(消費者議題)

企業在作市場營銷(marketing)決策時，需要就四大方面進行考量，又稱為市場營銷組合(4Ps)，包括產品的特質(product)、價格(price)、推廣(promotion)和分銷(place)，每一方面都可以涉及倫理考慮，例如產品是否安全。義務論會審察交易過程中涉及的雙方是否自願，有否尊重，是否完全知情等，目的論會考慮經過交易後雙方和社會的總體幸福有否增加，公義論會審察交易是否公平，有否欺壓弱者。廣告屬於推廣範疇，亦是市場營銷中較多倫理爭議的部分。

你認為以下的個案是否符合道德？試加以解釋。

- ✧ 醫院藥劑師學會進行了全港十大常用注射及外用醫學美容療程成分療效和安全分析調查，發現其中 5 種療程沒有足夠臨床實證支持，安全成疑，消費者有機會受到嚴重細菌感染，甚至死亡。
- ✧ 某廣告推銷「減肥鞋」，聲稱穿上該鞋子就能減肥，卻完全沒有實驗根據。
- ✧ 某電視廣告內容：一個穿西裝的中年男性和朋友在酒吧品嚐某品牌的烈酒，被對面一個穿西裝的漂亮女性吸引，鏡頭中的她表現出半羞澀半挑逗的表情，中年男人以該烈酒的酒齡和吸引力來暗喻這個美貌女人，並向其舉杯示意，對方報以挑逗的眼神。
- ✧ 英國一個時尚品牌廣告中的模特兒身材太過消瘦，身材與厭食症患者相似。
- ✧ 供應商以極低或低於成本價的價格，把產品售予大集團；同時以高於成本價的價格售予小商戶，旨在令大集團提高市場佔有率。
- ✧ 銀行向低學歷的長者推銷複雜的財務產品，說服他們以極低回報購買極高風險的財務產品。
- ✧ 某款電話的生產商推出最新款式，開售時大量水貨客在零售店排隊，令真正的消費者買不到該款電話。

I 市場營銷決策時的倫理考慮

顧客是企業重要的持份者，根據持份者理論，企業有 3 種對待顧客的不同取向：

- a. 不道德

- ✧ 視顧客為剝削的對象，藉剝削顧客增進個人或機構的利益；
- ✧ 不提倡循道德準則辦事之風，反而常常立意欺詐或誤導顧客；
- ✧ 一切市場營銷的決策，包括：廣告、價格、包裝及分銷決策，都是為了佔盡顧客便宜而制定。

b. 非道德（僅僅是合法）

- ✧ 管理階層沒有從道德角度來考慮決策及行動，純粹以「在法律準則下謀利」作為決策方針；
- ✧ 管理階層不重視從顧客角度出發的公平原則，只重視管理階層的權益；
- ✧ 沒有顧及與顧客接觸時牽涉的倫理道德問題。

c. 道德

- ✧ 視顧客為交易活動的平等夥伴；
- ✧ 顧客提供交易活動的需求及期望，受到公平的對待；
- ✧ 管理決策在於向顧客提供公平的價格，全面的資訊，以及合理的保障和滿足感；
- ✧ 公允地詮釋及尊重消費者權益；
- ✧ 積極賠償顧客的損失。

另外，從社會契約論或義務論來看，企業有道德責任保護消費者權利，一旦消費者購買了某產品，該企業就有契約責任善待消費者，企業不應僅視消費為獲取盈利的工具，而是有義務保護消費者多方面的權利。

消費者權利	例子
獲得安全及有效的產品	醫院藥劑師學會進行了全港十大常用注射及外用醫學美容療程成分療效和安全分析調查，發現其中5種療程沒有足夠實證臨床支持，安全成疑，消費者有機會受到嚴重細菌感染，甚至死亡。
獲得誠實和公平的訊息	<ul style="list-style-type: none"> ● 某廣告推銷「減肥鞋」，聲稱穿上該鞋子就能減肥，完全沒有實驗根據。 ● 一個穿西裝的中年男性和朋友在酒吧品嚐某品牌的烈酒，被對面一個穿西裝的漂亮女性吸引，鏡頭中的她表現出半羞澀半挑逗的表情，中年男人以該烈酒的酒齡和吸引力來暗喻這個美貌女人，並向其舉杯示意，對方報以挑逗的眼神。 <p>英國一個時尚品牌最近的廣告遭到國家廣告標準局譴責，指廣告中的模特兒身材太過消瘦，因此遭到禁播，避免給予社會不良的審美觀。國家廣告標準局更表示，該廣告的衣服主要鎖定年輕族群，少女若看到這廣告，可能會誤以為這樣「極瘦」的身材才是最完美的，恐怕會引發一連串的減肥效應。</p>
個人私隱得到尊重和保護	香港金融管理局早前公佈有6間銀行把客戶個人資料出售或是轉交沒有關連的第三者。個案中有銀行曾經把客戶姓名及電話出售給一間電話中心作推銷保險，銀行客戶投訴經常收到失卡保險公司的推銷電話，覺得受到滋擾。
付出合理公平的價格	<ul style="list-style-type: none"> ● 數年前香港有幾家電話公司一致加價20元，對不同類別的消費者不公平。 ● 供應商以極低或低於成本價的價格，把產品售予大集團或同系公司；同時以高於成本價的價格售予小商戶或非同系公司，旨在令大集團或同系公司提高市場佔有率。 ● 銀行向低學歷的長者推銷複雜的結構性財務產品，說服他們以極低回報購買極高風險的結構性財務產品。
獲得購買產品的權利	某款電話深受歡迎，生產商推出最新款式，開售時大量水貨客在零售店排隊購買，令真正的消費者買不到該款電話。

表2 侵犯消費者權利的例子

II 制定廣告策略時的倫理考慮

a. 廣告的定義

廣告是組織或個人以付費方式，把訊息透過適當的媒體向對象發放，以達到預期的效果，包括傳達訊息，引發行為(例如：消費)，建立形象。

b. 廣告的類型

- ✧ 商業廣告：商業廣告是廣告中最常見的形式，是廣告學理論研究的重點物件。商業廣告以推銷商品為目的，向消費者提供商品資訊為主的廣告。
- ✧ 文化廣告：以傳播科學、文化、教育、體育及新聞出版等為內容的廣告。
- ✧ 社會廣告：指提供社會服務的廣告，例如：社會福利、醫療保健、社會保險及徵婚、尋人、掛失和招聘工作等。
- ✧ 政府公告：指政府部門發佈的公告，也具有廣告的作用。例如：公安、交通、法院、財政、稅務、工商和衛生等部門發佈的公告性資訊。

c. 廣告的目的

廣告旨在達到 3 個層次的目的，包括傳播資料，說服消費者購買和傳播一些價值。

d. 廣告的價值

- ✧ 經濟價值：指廣告的基本效能，例如：廣告能夠刺激消費，為企業帶來收入；有效的廣告又能夠減低成本。廣告業現已成為一個重要的行業，創造大量就業的機會。
- ✧ 文化價值：廣告能夠影響社會，形成消費趨向。廣告具備導引消費者消費觀念，消費心理和消費行為趨向的作用，例如：亞洲盛行大量美白用品的廣告，形成亞洲人較為欣賞較為白皙的肌膚，護膚產品也佔整體化妝品市場 5 成以上。另外，大量瘦削的時裝模特兒廣告也令社會出現瘦身風氣。

e. 正面的影響

- ✧ 提供資訊、思想、意識、信念和道德的溝通橋樑，例如：一些志願團體在廣告中傳遞正面的價值/訊息；在《生命滿希望，前路由我創》的廣告中，我們學到積極面對人生處境的價值。
- ✧ 創造經濟價值，促進產品銷售和經濟發展，提高社會生產活動的效率，為社會創造更多財富。
- ✧ 廣告能夠教育社會大眾新的知識與新的技術，開拓視野，促進思想。
- ✧ 廣告有美學上的功能，具有審美價值，滿足消費者的審美需要。

f. 負面的影響

- ✧ 廣告口號語言精練，朗朗上口，令人印象深刻。可是，如果語言低俗，意識不良，一來令人反感，二來容易誤導市民，特別是青少年。例如：香港多年前有一廣告口號是「想做就去做！」，廣告播出後引起社會熱烈討論，

後來廣告商把口號改為：「應做就去做！」

- ✧ 廣告具有傳遞價值的作用，正面來看，一些重要的價值如《生命有 Take Two》廣告，教人珍惜生命，發人深省；另一方面，廣告也可以傳遞負面的價值，例如享樂主義，父權主義等。以享樂主義為例，不少廣告引導青少年注重擁有物質，以此解決所有的煩惱，獲得尊重。這些廣告歪曲人的價值，助長青少年追逐名牌的不良風氣，讓生命變得商品化。例如：內地某樓盤廣告以「女人當自強，婚前有套房，男人有套房，不怕丈母娘」為標題，把房屋與人的自尊掛鉤。
- ✧ 為了追求感官刺激，越來越多廣告帶有暴力鏡頭和色情暗示，不利於青少年的身心健康。那些廣告一般格調低俗，表面上歌頌女性的美麗，實質上貶低女性的社會地位，例如：某即食麵廣告畫面中有一碗即食麵，還有一個美女，廣告標題為：「只等你來泡」；又例如本課開首談及第三個案中的職業女性，表面上重視女性美麗的外表，實際上是把女性貶低成為男性玩物，冒犯女性的尊嚴，也涉及性別歧視。更甚的是一般人，特別是小孩會視此為常態，誤認為女性是男性的附屬物。
- ✧ 不同的企業為了推銷同一類產品，推出大量相似的廣告，久而久之，會出現典型化的現象，例如：大量纖體廣告會令人有錯覺，以為極瘦才是健康。不良的典型化可帶來不良的社會後果，例如：少女為了保持瘦削而忽略進食，造成營養不良；又例如：家居用品廣告一律把女性定型為做家务的人，這樣無論對女性和男性來說都是不公平的。

假如我們的社會充斥具有負面影響的廣告，將為社會風氣造成不良的影響，我們將慢慢失去一些正面的價值，例如尊重與平等，不利社會的發展。

我們生活上每一個細節都充斥廣告，對我們形成價值觀方面影響深遠，世上很多國家因而對有廣告有所限制，以免廣告對兒童有不良的影響：

III 以應用倫理學來分析廣告

a. 社會契約論

作為公民的一份子，企業和廣告商應該注意在生產的過程保持一般社會規範和重視的價值，例如人權、尊重與平等。企業應該對整個社會的福祉負上責任，應盡量製作具有正面影響的廣告，不應製作有負面影響的廣告。

b. 公義論

企業應保護每個人的權益，以公平和公義的方式謀利，多加關注不幸的人，以

達到公平的境地。另外，兒童的心智不太成熟，在製作或播放廣告時，也應盡量考慮這些廣告會否對兒童有不良的影響。

c. 持份者理論

企業在製作廣告時除了應顧及股東和顧客的利益，還應保障和尊重其他持份者的利益，包括非顧客的社區人士的權益。就此，企業不應製作含有性別歧視、宗教偏見和種族歧視等的廣告，例如：清潔用品公司多芬(Dove)有一輯宣傳沐浴乳的廣告，畫面左至右安排了3個分別為黑人、拉美裔和白人的女模特兒，3人背後則有「使用前」和「使用後」字樣。廣告被指為暗示使用產品後，黑人的膚色因清潔而變為白人的膚色，屬於種族歧視。著名的黑人牙膏行銷世界，品牌以前的商標是「Darkie」，這個字在美國含有對黑人的貶義，後來該企業耗巨資把商標改為不含貶義的「Darlie」。



個案研究

試以社會契約論、公義論或持份者理論來評論以下的個案：

1. 香港《幸福要走多步》廣告：某醫藥廠的廣告，內容是香港殘奧運動會金牌選手蘇樺偉和母親相依為命的片段，非常感人。
2. 國內《山姆篇》廣告：山姆患了白血病，化療後頭髮全部脫落，當他重返學校時，顯得很膽小和自卑。然而令他感動和驚喜的是，他一進教室，所有同學都站起來把帽子脫掉，原來他們都剃成了光頭。同學的愛心激勵了山姆，增添他學習和生活的勇氣。
3. 英國某超市投放一段耗資數千萬港元的廣告遭到投訴，最終或被禁播。廣告的口號是「每個完美的聖誕節背後都有一個母親」，內容是母親在聖誕節前忙得團團轉，父親和孩子卻不幫忙，在旁閑談，似乎所有家務都落到了母親的肩上。
4. 台北市某電視台為宣傳將上映的戲劇，特別租用廿多個巴士候車亭廣告板，刊登大幅廣告。巨型海報上的廣告文字把候車亭取名為「剩女候車亭」，引發部分女乘客不滿。有女乘客感到「不舒服」，認為好像是被諷刺「嫁不出去」，在候車亭內等車，就像被貼上標籤一樣。

商業及經濟倫理

第六課：企業的社會責任—員工篇

企業最重要的持份者是誰？美國管理協會曾經對 6000 名經理進行一項調查，結果顯示最重要的是顧客，其次就是員工：

持份者	得分排序（最高為 7 分）
顧客	6.40
員工	6.01
主要股東	5.30
一般大眾	4.52
一般股東	4.51
政府	3.79

各持份者對企業的重要性

從管理層的角度來看，員工是第二重要的持份者。一間企業的成敗，大大取決於員工的質素和員工關係。

I 無良僱主大踢爆

以下公司的行為被視為沒有一盡企業對於員工的社會責任：

1. 某琴行要求新入職員工簽定 3 年合約，提早離職者必須向公司賠償 3 年工資，並訂立刻薄的條款，包括遲到一分鐘扣一元，缺勤每天扣取 300 元，即使請病假也不例外。
2. 某書商在每年一度的書展期間，要求員工每天加班 7 小時，一共工作 15 小時，而且只有 30 分鐘用膳時間。
3. 某香港酒樓習慣拖欠員工工資，一般延遲 10 天發放當月工資。
4. 某公司的員工一旦懷孕，則會被公司以各種理由刁難，直至她們自願辭職。
5. 一間食品公司的薪酬福利微薄，亦沒有足夠的勞工保障，老闆不注重勞工安全，工作環境危險。
6. 一間著名日資家電品牌的員工投訴，指出公司侵犯個人私隱，緊密的跟蹤

和監視員工在辦公室的工作情況。

7. 某韓國公司在深圳投資開設工廠，管理人員在一次失竊事件中強行對 56 名女工搜身，令員工感到受辱。另外，曾經有一條生產線因未能完成生產額的目標，整條生產線的員工被罰跪在公司門口謝罪，引起傳媒關注。
8. 某美資快餐連鎖店的工資是市場價格的下限，員工沒有就業保障，隨時工作不保。該企業又強調「團隊精神」，要求員工加班，不加班的員工會被醜化，在朋友和同事面前丟臉。



思考問題

1. 假設你是剛新婚的女士，並打算生育。如果你在以上任何一間企業工作，你會努力工作嗎？你會願意在這間企業發展嗎？
2. 試以目的論來綜合評論以上僱主的行為及各種措施。
3. 試以義務論和公義論來綜合評論以上僱主的行為及各種措施。
4. 試以持份者理論綜合評論以上僱主的行為及各種措施。

僱主不尊重員工的權利：

涉及的權益	個案
安全工作環境的權利	5,7
合理報酬的權利	1,3,5
合理工作條件的權利	2,8
平等就業的權利	4,8
私隱權	6,7
不受歧視的權利	4,7
受尊重的權利	7,8
人身自由的權利	7

1. 一般來說，企業可以有 3 種取向來對待員工。根據持份者理論，企業需要對員工盡社會責任。

不道德

- ◇ 視員工為生產工具；
- ◇ 利用、剝削及操控員工以增添個別管理人員或企業的利潤；

- ✧ 忽視員工的需要、權益及期望；
- ✧ 高壓、霸權及疏離的管理模式。

非道德

- ✧ 依法對待員工；
- ✧ 以促進生產量為目標，而非旨在滿足員工不同階段的需要；
- ✧ 同樣視員工為生產工具，同時採納酬謝制度；
- ✧ 組織為本身利益，會給予員工最低限度的尊重；
- ✧ 組織的架構、工資獎賞和報酬，全是為了促進短期或中期的生產量。

道德

- ✧ 視員工為重要的一份子，給予尊重及保障他們的尊嚴；
- ✧ 以採納商議性或參與性的領導方式為目標，期望藉此建立相互信任的關係；
- ✧ 反覆重申「承諾」這個主要概念；
- ✧ 所有決策皆盡量顧及員工享受合法程序、私隱、言論自由及個人安全的權利；
- ✧ 管理階層尋找公平的方法來處理員工問題。

以上個案中的企業，顯然是以不道德的管理方法來對待員工。

II 最佳僱主何處尋？

對員工盡責的僱主：

a. 香港上市公司恒安集團

- ✧ 公司成立以來，大股東不斷把部分股權讓給員工，與員工分享利益。公司注重員工的工作環境和安全生產，歷年安全生產事故死亡率為零；安全生產工傷事故年發生率均控制在千分之一以下。
- ✧ 公司改善員工的工作環境，為外來員工的宿舍安裝空調和熱水器等生活設施；每年定期安排員工到市級醫院接受免費身體檢查；安排員工到香港旅遊；設立恒安醫療室、圖書館、健身房、網吧及員工內部招待所。
- ✧ 公司注重培訓員工，與多間大學聯合辦學，讓員工從基層崗位逐步成為各級崗位的技術員和管理人員。

b. 美國賽仕(SAS)公司（軟件公司，連續 15 年入選美國《財富》雜誌 (Fortune)最佳僱主名單）

背景資料

- ✧ 於 1976 年成立，從沒虧損，營業額增長近 2 萬倍。
- ✧ 旨在為員工提供長遠的計劃，讓他們在生活與工作中獲得平衡。
- ✧ 注重如何增強員工使用資訊和創造知識的能力。
- ✧ 軟件行業的人才競爭劇烈，業內員工流動率動輒 20%，賽仕卻不足 3%。

獲選原因

- ✧ 設立一間超過 6 萬 8000 多平方呎的娛樂健身中心，備有游泳池、足球場、籃球場、按摩室、美髮沙龍等，樣樣俱全，免費給接近 5000 名員工及其家人使用。
- ✧ 引進蒙特梭利系統的托兒制度，讓員工不必在工作時擔心幼年子女，安心上班。
- ✧ 設立健康看護中心，為員工以至其直系家屬提供檢查和諮詢，全部免費。中心最初從一名護士和醫生開始，至今已有 53 名醫療人員，包括物理治療師和心理治療師等。
- ✧ 一週平均工作 35 小時，上班和下班不用打卡，午休時還可以打籃球比賽，沒有任何監察系統。
- ✧ 設有 3 間員工餐廳，促進員工交流，並鼓勵他們設立部落格，並開立社交網站，以建立和增進信任。員工也組成籃球隊，又舉辦野餐活動。賽仕每年也進行問卷調查，收集員工對於福利措施的創新建議，瞭解他們的需求。
- ✧ 所有員工都被邀請參加由賽仕首席執行官吉姆·古德奈特(Jim Goodnight)每月召開一次的早餐會議 — 咖啡座談會，員工在會議上可以參與各種問題的討論。
- ✧ 設立「課程路徑」專案，免費開放給美國所有教育工作者使用，為 5 萬多名美國教師提供英語、科學、數學、社會學及西班牙語等方面的標準教育資源。



思考問題

1. 假設你是剛新婚的女士，並打算生育。如果你在賽仕工作，你會努力工作嗎？你會願意在這間企業發展嗎？
2. 試以目的論來綜合評論以上僱主的行為及各種措施。
3. 試以義務論和公義論來綜合評論以上僱主的行為及各種措施。
4. 試以持份者理論綜合評論以上僱主的行為及各種措施。

III 總結

在工業時代，企業要成功，減低生產成本是最重要的方法。可是，隨着我們進入資訊科技的時代，增加效益才是最重要的方法。企業要成功，定要以合符道義的條件善待員工，才能吸引人才留下。事實證明，善待員工雖然會增加成本，員工的生產力卻會因而大幅提升，綜合的效益更大。無論從目的論還是義務論來看，善待員工都是對的。企業要提供一套完整的方案⁹，包括提供安全與健康的工作環境和條件，提供合理的報酬和尊重，信任員工，為員工提供健康的社交環境，提供合理的工時，讓員工能夠平衡家庭與工作的需要；為員工提供發展事業的機會，讓他們有機會服務社區。如此一方面是道德善舉，另一方面也能夠匯聚有創意和懂得自發工作的人才，讓企業持續發展之際，亦可一盡對於員工的社會責任。

知多一點點：其他最佳僱主善待員工的方法

- a. 可口可樂 (Coca-Cola) 在秘魯、阿根廷和智利的分公司：為解決員工在長途旅行後的時差反應和假日後綜合症，該企業規定員工休假若超過 10 天，則員工返回工作崗位的第二天可多休息兩小時，第二天多休息一小時。
- b. 谷歌(Google)：為員工提供大量福利，包括咖啡廳免費飲食、攀岩及免費洗衣服務。該企業去年收入實現 20% 的增長，向每名員工加薪 10%。
- c. Recreational Equipment：工作 15 年以上的員工可享受每 5 年一次的 4 星期有薪假期；員工購買該品牌戶外設備享有 50% 至 75% 優惠，同時可以免費租借器材。
- d. 夢工廠動畫公司 (DreamWorks Animation SKG，創作《功夫熊貓》動畫的公司)：員工可以享用免費早午餐、電影放映、午後瑜伽、藝術課程和每月派對。每名員工都有機會直接向總裁提出自己的電影創意。
- e. 上海波特曼麗思卡爾頓酒店(The Portman Ritz-Carlton)酒店：高層管理人員經常現身酒店大堂照顧客人，履行一些如提取行李的細務。每名員工獲授權可免去 2000 美元的客戶費用，例如：在餐廳遇到顧客對菜色不滿，如果員工覺得客人不滿的理由充分，他便有權決定是否給予客人免單。
- f. 沃爾瑪(Wal-Mart)：總部每逢週六舉行大會，有時做健美操，有時喊口號，有時唱歌，有時請來喜劇演員，有時舉行拳擊比賽。一眾總經理和董事和員工一起大喊大叫，甚至跳起奇形怪狀的舞蹈。公司取消門衛，取消考勤，取消衣着規定，取消高層停車位等。員工可以在自由的環境中快樂的工作。
- g. 美國莊生公司(SC Johnson)：總監和經理每天早上 9 時 30 分之前和下午 5 時後不得召集下屬開會，這樣員工就能夠接送孩子往返學校。

⁹ 可參考馬斯洛需求階梯理論。

- h. 美國微軟公司(Microsoft)：公司給予員工每年 40 個小時的有薪假期從事義務工作。

資料來源

1. 國際管理顧問公司翰威特(Hewitt Associates)的亞洲最佳企業僱主(Best Employers in Asia)排行榜。
2. 《財富》雜誌(Fortune)：最佳僱主 100 強

商業及經濟倫理

第七課：企業的社會責任

I 人間慘事

a. 印度：育有兩子的 42 歲卡瑪

「我在製衣廠工作，生產名牌服裝，可是月薪難以維持生計，資方又時常剋扣工錢，我工餘必須兼職幫補家計，但仍難以令家人溫飽，往往舉債度日。工作壓力沉重，不達標便得捱罵，好像受酷刑一般，工作時不能休息、喝水或上廁所，每天要站 10 多小時，經理還時常出言侮辱，叫我為『驢』、『貓頭鷹』（印度視為邪惡之物）和『狗』。去年我再度懷孕，但工作時也不能坐下，我向經理申請在休息時進食以補充體力，他說所有在休息期間進食的工人都會被解僱，我最終也流產了，真慘！」

b. 發展中國家農村村民

「我住的村內有不少人中了砷毒¹⁰，只因在上源的一家冶煉廠的含砷廢水外溢，後來環保局局長等官員也被撤職處分。去年，又有村民中了鎘毒，幸好沒有人死亡。幾年前，村內有兒童檢出血液含鉛量超標。我每天都擔心呼吸的空氣，喝的水會有毒，我想搬離這條村，卻沒有錢，真慘！」

c. 電子產品生產集團董事長

「我承認我的工廠對工友很嚴格，有人把我的工廠稱為血汗工廠。血汗工廠有甚麼不好？這樣沒有犯法，我相信一分耕耘一分收穫，員工如果受不了，大可以辭工不幹，不少人會爭相接替他們的工作呢！工友應該和我們一起，流血流汗，以換取最大的利潤，這是天經地義的事。我賺取的一分一毫都是正當的，我從沒有因此良心不安。我勞心勞力，為社會創造數以 10 萬計的職位，現在還被某些傳媒辱罵，真慘！」

後記：為了保護我的名譽，我決定依循法律途徑，狀告記者誹謗，要求賠償名譽損失，且看還有沒有人敢無中生有。

¹⁰即重金屬中毒，令人出現肺炎、肺水腫、呼吸困難，甚至可因肝腎綜合症而死亡

小資料：

「血汗工廠」(sweatshop) 意指條件惡劣和報酬低微的工作環境。不少學者指出，要避免出現血汗工廠，廠商必須提升工人權益，最佳的方法是給予工人集體談判權，因此，工會就成為消除血汗工廠最重要的工具。

事實證明，設有工會的企業也可以成就不凡。無論在東方還是西方社會，盈利豐厚的良心企業不計其數，足證毋須剝削工人，也可取得成就。



思考問題

卡瑪工作的工廠、冶煉廠和電子廠，三者有甚麼共同點？（答案在本課最後一段）

II 企業可持續發展的定義

聯合國環境與發展世界委員會(World Commission on Environment and Development)在 1987 年提出可持續發展的概念：「既能滿足我們現今的需求，又不損害子孫後代各種能夠滿足他們需求的發展模式。」從商業倫理的層面來看，可持續發展的企業在制定及執行各種計劃時，除了須包含現有的重要持份者的利益，也要考慮將來持份者的利益。企業不可為了現在持份者的短期利益，犧牲將來持份者的利益。以環境保護為例，企業不可過度開採自然資源，犧牲將來持份者的利益。另外，企業的價值觀、文化、決策和營運必須揉合對於社會、環境和經濟的關注；除了合符社會、環境和經濟的法例法規外，還要合符當地各種道德規範。

III 企業可持續發展報告的定義

近 20 年來，我們監察企業履行社會責任的主要方法，在於細看企業的可持續發展報告。在香港而言，一些機構會定期發佈有關企業的可持續發展報告研究。機構透過撰寫有關報告，可以審視企業有否顧及現在和將來重要持份者的一切利益，對於社會整體來說，大有益處。

根據畢馬威會計師事務所(KPMG)2011 年的企業社會責任報告全球調查報告所示，就全球最大的 250 間企業(G250)和所涉及國家的 100 強企業(N100)而言，95%的 G250 和 64%的 N100 都發佈了企業社會責任報告，較 2008 年全球調查對象數量分別上升 14%和 11%。時至今日，社會責任和企業日常營運密不可分，可持續發展報告成為了必須重視的項目。

IV 企業可持續發展的內容

現時主要有 10 套通用的報告標準。「ISO 26000」¹¹是最多人和最多國家參與制定的標準，適用於所有形式的機構。上市公司則多採用 GRI 標準，適用於工商業，兩者都旨在推動企業七大社會責任，加深社區不同人士對於企業這方面表現的理解。各大民間機構和消費者可透過企業每年所發報的報告，監察企業的社會責任表現。

a. 「ISO 26000」規範範圍

✧ 組織治理 (Organizational Governance)

企業在各級層面的管理決策也應考慮社會責任。首先應確定企業的總體社會責任和價值觀，並訂立機制，藉此推動和監管企業的社會責任意識，例如防止賄賂機制等。

我們可透過企業的可持續報告，瞭解該公司重視的價值。例如：恒生銀行在可持續發展報告中界定了其基礎原則及核心價值：恒生卓越服務為基礎原則；至於核心價值方面，第一是勇於正直誠實行事，決策時不會違背銀行的道德標準及誠信，規定銀行的員工是可靠的，包容不同意見和文化，與客戶、社區及彼此之間保持連繫。第二是財務實力，保持盈利能力之餘也注意推動環保；第三是保持領導地位，向中產及私人銀行客戶提供優質服務；第四是高透明度及有效溝通，與各持份者保持良好的溝通，不時傳達銀行忠誠和信任的價值觀。如果有員工在某一處境下需要作出「利潤」或「忠誠」的道德抉擇，他應該知道要選取「忠誠」，並知道這個選擇將獲得公司讚揚。另外，銀行職員在批核貸款時，他們也會注意環保的價值，例如：如果申請貸款一方是採礦公司，銀行職員將要求該公司容許銀行參與確定各個範疇（勘探、開採、封礦及填礦）備有足夠的環保措施。

✧ 人權 (Human rights)

人權可分為兩類：第一類為公民權與政治權，包括生命、自由與公平權。第二類為經濟、社會與文化權利，包括工作權、食物權、教育權與社會安全的權利。

企業應該在其內部與持份者交往時強調人權的價值。企業可建立專責機構，監

¹¹國際標準化組織於 2005 年着手為社會責任開發一個名為「ISO 26000」的指導式標準。

察各部門是否尊重人權，並設立可供員工參與的上訴機制，確保企業內部的各種人權得到保障，包括防止各種歧視，確保對於弱勢社群的支援，保障企業內部的公民權和政治權等，例如：不會阻礙員工參加各種工會組織，鼓勵員工參加扶助弱勢社群的義務工作，設立員工申訴平台，確定內部各個層面有否歧視員工，禁止企業運作有聘請童工等侵犯人權的行為，以及平衡內部性別和種族的比例等。企業訂立有關原則以後，接着由個別部門訂立具體的執行細則，例如人事部制定在招聘中防止性別和種族歧視的指引；客戶服務部則確定員工如何應對不同種族和宗教客人的特別需求；採購部確立屬下員工不會與侵犯人權的供應商有業務來往等。

其他例子包括：伊斯蘭教規定信徒每天定時禱告，香港國際機場就此設有供穆斯林專用的祈禱室，免得他們在眾目睽睽下俯地祈禱。航空公司準備飛機餐時也會顧及不同宗教人士的特別需求，例如：不會提供冒犯宗教的食物。企業在採購方面也會考慮供應商有否侵犯人權，如果發現那是本課個案所述的血汗工廠，企業則會考慮停止採購，或是要求供應商改善勞工條件，

✧ 員工實務 (Labour Practices)

企業對員工的關懷，應該普及至承包工作的員工，例如：宜家集團(IKEA)要求供應商每年必須加薪。在員工實務方面（包括僱傭條件，工作環境等），企業至少須先符合勞工法例，其次是透過各種設施來滿足員工各個層面的需求，這一點在第六課已經加以探討。

✧ 環境 (The Environment)

企業應要承擔保護環境的責任，採取預警(precautionary approach)措施，由專人定期檢查污染，並作出預防措施。企業如要減少生產過程中浪費的程度，其中一個指標是減少排放溫室氣體，可採用再生能源¹²或低消耗電器的方法；其他指標包括能源、水、紙張和其他生產物料的消耗。在採購方面，企業也應盡量使用環保物料。減廢也是重要的措施之一，其中一項是回收陳舊產品，分拆後循環使用。政府在制定政策時，應以污染者自付的原則來鼓勵企業改善生產方式；企業也應定期在社區推廣環保的訊息。

宜家集團是全球最大的木製傢具生產商之一，以木材為主要的生產物料。該集團為達到可持續發展的目的，對於供應商的要求非常嚴格，要求供應商證明所

¹²例如，電能實業的南丫發電廠的天然氣發電量約佔整體電力供應 33%，令到二氧化碳排放量較 2005 年引進天然氣發電前減少 13.4%。

用木材都是可持續發展的木材，即是被砍伐的木材都有新種的樹木代替。供應商必須出示植林證明，也要求對方在生產過程中，不可浪費油漆等物料。宜家另一項主要生產物料是棉花，他們在世界各地協助農夫改良生產方式，採納「更優良棉花」認證制度。棉農不僅需要遵守宜家 and 世界自然基金會設定的環境標準，還要合符「更優良棉花倡議」界定的體面勞動標準，保障勞工生產條件。棉農使用這種生產方式，在種植過程中足以減少水和殺蟲劑一半的用量，化肥用量也減少三分之一。目前僅是印巴地區來說，已有 10 萬個棉農戶經過認證，至於可持續發展的更優良棉花，目前約佔宜家總採購額的四分之一，估計數年內將全面使用。

在香港方面，企業透過簡單的方法已可達到減廢的效果，例如把空調調低 1 度，關掉待機的電器，使用發光二極管，使用雙面影印等。電能實業（Power Assests Holdings Ltd.）提倡「4R」文化，減少消耗和浪費資源。該企業在南丫發電廠收集廢水和雨水，循環再用。就 2011 年而言，該企業循環再用的雨水和廢水量達到 13 萬 8400 立方米，相等於全年用水量 6.1%。他們亦提倡廢物回收，在企業內部收集不同種類的工業廢物，包括廢紙、金屬、塑膠、廢電池、慳電燈泡及打印機墨盒等。南丫發電廠收集的廢物，包括廢潤滑油、煤灰和石膏，將交會由承辦商處理，作為工業用途。

◇ 公平營運 (Fair Operating Practices)

企業應以合符道德規條的方式，與其他持份者公平交往，包括制定防止貪污的指引，避免反競爭的行為，將企業的價值體現在採購過程，保護知識產權等。具體來說，企業可以多向各持份者傳達各項價值觀。以員工培訓為例，企業可以訓練他們準時繳交企業稅，支付賬單及貸款，與重視道德規範的公司合作等。政府和銀行機構特別注重防貪，除了透過多重方式加以審視和檢查外，還透過培訓來提醒員工。宜家制定「宜家行為準則 — IWAY」，界定了其對供應商的各項要求，例如：在 2012 年為供應商員工訂立最高工時，規定每週工作不可超過 60 小時，每天加班不超過 3 小時。宜家亦為供應商提供培訓，並設立專責部門，定期和突擊審計（檢查）全球供應商。在 2011 年，宜家對各地供應商一共進行多達 1000 次的定期審計和接近 800 次的突擊審計，也聘請獨立第三方人士對供應商進行審計，合共 47 次，達標率近 9 成 8；又設立供應商道德援助熱線 — 信任熱線，供應商可採用英文和本地語言尋求說明或舉報違反商業道德的行為。現時宜家的全球供應商超過 4 萬間，可見 IWAY 對於推動宜家的價值觀影響巨大。

✧ 消費者議題 (Consumer Issues)

企業應該致力保護消費者各大權益，包括安全權、知情權、與企業溝通的權利、選擇權和私隱權，並應以公平及負責任的方式對待消費者，也有責任教育消費者和提供售後的服務。例如：有電子消費品公司推出新產品時，提供足夠的熱線電話支援消費者，並定期發佈軟件更新程式；銀行定期舉辦投資者講座等。

✧ 社區參與和發展 (Community Involvement and Development)

傳統來說，企業傾向參與單次和隨機的社區善舉，大多數更是以捐款的形式實行。社區是企業の間接持份者，企業應該按照本身的目的，有策略和系統地參與社區活動，例如推動社區環保，促進身體與精神健康的活動，保護文化遺產，推動文化活動，支援弱勢社群，支援發展中國家，以及不進行有違企業價值觀的投資等。

以宜家集團為例，那是跨國企業，業務遍及 40 多個國家，顧客超過 6 億 6000 萬人次。毛絨玩具活動和桑耐太陽能燈具銷售活動，屬於宜家每年重大的社區善舉，裨益發展中國家的兒童。每年年終的節日期間，宜家商場每售出一個毛絨玩具，IKEA 基金就向聯合國兒童基金會捐贈一歐元，以改善兒童教育。另外，顧客每購買一盞太陽能燈具，IKEA 基金即捐獻一盞給聯合國兒童基金會，用以贈予發展中國家的兒童。香港中華電力有限公司(CLP)除了推動員工參與義務工作外，還推行社區投資計劃，就環境、教育、社區健康及文化藝術等 4 個範疇，與不同的非政府機構合作，支援相關機構。

b. 香港的情況

根據《樂施會恒指成份股公司調查報告 2009》¹³，在香港恒生指數成份公司中，公平營運部分從事供應鏈管理的企業，社區參與和發展的表現比較遜色。那些企業往往沒有對供應商存有社會責任的期望，忽略了供應商是否以合符道德的生產手法提供產品。在環境一節上，只有少量企業制定了具體可行的方針；在員工實務中，大部分企業有待改進，沒有顧及有些員工的合理需求。僅有少數企業明確地把有關人權的條文納入其道德守則中。大部分企業都僅以捐款形式參與社區發展，其他部分的表現則一般較為滿意。

¹³ http://www.oxfam.org.hk/content/98/content_4371tc.pdf



個案研究

請在可持續發展電子資源庫中¹⁴，選擇一間企業，並尋找以下有關的資料。

範圍	資料
組織治理	企業重視哪些價值？有哪些具體的措施？
人權	企業重視哪些人權？有哪些具體的措施？
員工實務	企業如何滿足員工不同的需求？
環境	企業如何保護環境？
公平營運	企業如何在營運時體現公平的價值？
消費者議題	企業如何保護消費者的利益？
社區參與和發展	企業如何促進社區的發展？

¹⁴ http://files.caringcompany.org.hk/e-library_v2_p2.html

V 總結

在本課開始時提及 3 個工廠的個案中，廠方顯然不是以「可持續發展」的態度經營業務。首先，我們看到那 3 間工廠不符合企業道德倫理的要求，卡瑪工作的工廠不重視員工的權益，工廠東主的經營目標是在短期內賺取最多的金錢，這類工廠一般都只能夠依靠低技術的勞動力盈利，人才流失率偏高，利潤十分微薄。一旦訂單流失，工廠可便很容易倒閉，難以持續發展。

電子產品生產集團董事長則顯然混淆了符合法律和符合道德這兩個概念，以為合法就等於合理。事實上，他在開設的工廠主要負責組裝產品，依靠低技術的勞動力，經營的目光較短，不重視可持續發展；只要某地方的勞工成本太高，他即可把工廠搬往其他地方。相反，台灣的員工主要負責設計等高科技工序，享有當地電子業最佳的待遇，可見集團董事長十分重視母公司的可持續發展。

在第三個案中，村民居住的地方，以往發生多宗有毒重金屬洩漏的事件，即使多名涉事官員因而遭到革職，同時多名管理層遭受刑事起訴和坐牢、罰款，有毒重金屬洩漏事件還是沒完沒了。箇中原因，在於不論官員、企業高層人員還是村民，皆對環境保護的意識貧乏，只重視發展經濟，創造就業，被動地理解環保的概念，沒有加以預防的措施，悲劇才會重複發生，亦不符合可持續發展的觀念。

總括來說，企業可持續發展一環，已成為我們現在對企業的道德要求之一。我們期望企業不僅合法，還要積極在經營的社區推動各種價值觀為本的活動，改善人類的福祉。我們從各大企業的可持續發展報告中可以得知，企業如何保護持份者的權益，以及致力關注社會責任，兩者已成為一大趨勢。

參考資料

1. 莫國和主編 (2011) :《企業社會責任在香港》，青森文化出版。
2. 香港社會服務聯會出版《企業社會責任》。
3. 宜家集團 2011 年可持續發展報告。

商業及經濟倫理

第八課：總結篇—企業推動倫理

I 在商言商：盈利至上

現今有人仍是抱持「在商言商」的信念。他們認為，企業的責任只在於經營得法，盡量提高利潤，不應浪費資源進行與利潤無關的行為，例如公益慈善。那些活動應交回政府或慈善團體等機構進行。他們相信，賺取最大利潤就是企業應要履行的最主要社會責任，毋須為社會帶來公義、公平和關懷等道德價值。現實證明，那些無視社會責任的企業，釀成各種惡果，危害貿易及社會。

自 20 世紀中葉開始，越來越多人對營商之道抱持不同的看法。他們認為企業除了具備財務責任以外（利潤極大化），還要負起社會責任：

- 社會責任不一定和盡量提高利潤的概念互相矛盾。具備社會責任的企業，可以吸引更多顧客和更優秀的員工，同時避免政府的嚴厲規管。（目的論）
- 企業在生產的過程中可能產生很多社會成本（例如污染）和不公義。在道義來說，企業有責任解決那些問題，並防止問題惡化。（義務論、公義論）
- 企業的規模越來越大，影響力與日俱增，實有賴於社會的支持，因而應負上相應的責任。（社會契約論）
- 企業的持份者除了東主以外，還有員工、供應商、顧客、政府和分銷商等，盡量提高利潤只對東主有利；企業不應只顧一個成員的利益，從而漠視其他成員的利益。（持份者理論）

經過多年發展，現今社會大多數人認為，企業應要實踐社會責任。事實上，企業要持續發展，也須負上社會責任。

以上的論點強調，企業行為必須顧及現行社會普遍的規範，企業主要都是適應的角色，頗為被動，究竟企業應否主動引領社會新的風氣，制定和引領新的規範？

II 企業的社會責任(Corporate Social Responsibility)

卡羅爾(Carl Rawls)認為，社會期望企業負上的社會責任，包括經濟責任、法律責任、倫理責任和慈惠責任。在上述 4 大類別中社會要求企業必須負上經濟和

法律責任，那是最基本的要求。企業履行該兩種責任後，社會進一步**期望**企業負上倫理責任。那是合理的期望，企業有義務正確、公正和公平地對待利益相關者，避免傷害他們，或是把傷害盡量減少；社會最後更**希望**企業負上慈惠責任，那是額外的要求，希望他們成為優秀的企業公民，貢獻社會，提升人的生活質素。

社會越發展，企業規模越大，民眾對企業的要求也更高。卡羅爾要求企業最少須合符前 3 層的責任，否則人們就可以評論該企業並不道德。若然企業不能完成第四層的責任，我們不會視之為不道德，但卡羅爾強調，4 種社會責任是一個整體，不可偏廢。其次，企業可以在倫理責任層次中引領社會制定新的規範，也可以在慈惠責任層次以新的方法，改善人的生活質素。

a. 經濟責任

- ✧ 企業為社會提供一些合理價格的產品與服務，滿足社會的需要。
- ✧ 處事方針以可增進利潤為依歸。
- ✧ 賺取最多的利潤。
- ✧ 在市場上保持強勁的競爭能力。
- ✧ 保持高水平的營運效率。
- ✧ 致力成為一間既成功又長期賺取利潤的企業

b. 法律責任

- ✧ 營運方式遵守管制商業活動的法律。
- ✧ 遵守各級政府訂下的相關守則。
- ✧ 強調自己為守法的企業成員。
- ✧ 側重於成為一間成功和勇於履行法律責任的企業。
- ✧ 提供合符最低法律要求的商品。

c. 倫理責任

- ✧ 做事方式側重於配合社會的道德期望及倫理規範。
- ✧ 確認及尊重漸被社會接受的新倫理/道德規範。
- ✧ 毋須改變倫理法則來遷就企業的目標。
- ✧ 側重於成為優秀的企業成員，照顧各持份者的利益，進行具道德或合倫理的活動。

d. 慈惠責任

- ✧ 做事方式側重於配合社會上慈惠及慈善的期望。
- ✧ 支援藝術及文化的發展。
- ✧ 鼓勵管理階層及員工參與本身社區的義務及慈善活動。

- ✧ 尋找機會支援私立及公立的教育機構。
- ✧ 自願支援各項有助提高社區「生活質素」的計劃，成為對社會有正面貢獻的優良企業公民(Corporate Citizen)。

III 個案討論

美體小舖(The Body Shop)被認為是履行現代企業社會責任的先驅，創辦人安妮塔·羅迪克(Anita Roddick)早在上世紀 80 年代開始，提倡多項價值：「使用天然物料來美顏，不使用動物來測試產品安全，簡約，循環再用，公平貿易，保護發展中國家人權，保護政治犯人權，反對血汗工廠，環境保護，動物權益保護，成立基金推動社會發展等」。自 1996 年起，美體小舖每年出版價值觀報告(Values Report)，成為現在流行的可持續發展報告的先驅。羅迪克認為，企業有能力和責任行善，企業本身應該也是行善的工具。她把企業的宣言定為「將我們的公司委身於追求社會和環境改革」，並身體力行，運用旗下的零售店和產品，向世界宣揚人權和環保的價值，獲得廣大重視相同價值的消費者共鳴，同時令她獲得巨大的商業成就，成為億萬富豪。

美體小舖改變了社會對企業的觀感，證明企業不一定被動地接受社會價值觀的束縛，被動地完成倫理責任；相反，企業可以提倡新的價值，主動地完成倫理責任，大大推動社會改革，同時保持利潤，持續發展。80 年代化妝業一直使用動物測試，但這個做法對動物非常殘忍，羅迪克一直反對，主張棄用那個方式，並建議運用其他成本較高的測試方法。時至今日，歐盟規定超過 90% 的化妝業產品不可以使用動物測試。美體小舖的顧客除了喜歡其產品外，不少更支持並認同其信念和價值觀。另外，該企業主張公平貿易，除了以公平價格收購原料以外，羅迪克更以基金支援，揭發世界各地血汗工廠的團體，漸漸改變世人的價值觀。

在推動慈惠責任方面，美體小舖改變人使用化妝品的心態。現代化妝品業盛行把外貌等同美麗，該企業反其道而行，主張「深信美麗源自心靈，是生命的自然流露。藉着個性、自信及幽默感而流露出來」，把化妝品定性為健康產品，改變人的價值觀，令消費者不再基於恐懼感消費，改善自我感覺，增加社會整體幸福感。

美體小舖的經營方式滿足了卡羅爾 4 個層級的社會責任；尤其在第三及第四層的责任上，他們不斷推動社會改革，提升消費者的道德意識，間接令其他企業也相應改變，把美體小舖提倡的變革，演變成現時大眾遵從的規範。

羅迪克著名的演說：「有原則的貿易」(Trading With Principles) (節錄)

怎樣衡量企業的成就？讓我們以企業能夠為人類促進多少幸福來衡量，美體小舖是其中一間讓社會來監察的企業，越來越多其他的企業也一起接受社會監察。

人類的幸福才是最重要的，才是最值得重視的，那是衡量一切商業成就的標準，以這個作為標準量度企業，可以為我們帶來一場慈惠的革命。

最後，我們要緊記，作為消費者，我們團結起來就可以形成一股越來越大的影響力，推動社會改革，推動原本不願增進人類幸福的企業改變。

IV 總結

企業的活動影響我們日常的生活。現今世界主要認為，企業應該負上各種不同的社會責任；同時，公民社會的道德意識也越來越敏銳，大家都相信，維持社會公義對達致社會整體的福祉是非常重要的。公民更敢於以行動來實踐道德，例如以消費者的力量來抵制沒有社會責任的企業；企業為了持續發展，必須主動地負上各種社會責任，甚至可以主導改革社會，開創先河。我們相信，當越來越多企業得以視社會的福祉為本身的福祉，社會就會變得更加幸福。



個案研究

飯鐘錢

在 2011 終，香港實行最低工資制度，有連鎖快餐店把月薪制員工午間休息用膳的時間從工作時間中扣除，即是不把用膳的時間納入工作時間。此舉被社會大眾理解為「變相減薪」，引發全港傳媒抨擊，讓連鎖快餐店背負「無良僱主」的罵名，成為眾矢之的，甚至有政黨發起罷食行動。其後連鎖快餐店管理層迅即終止那些扣減「飯鐘錢」措施，並維持加薪決定。連鎖快餐店主席在事件後召開記者招待會，向社會解釋新措施令公司節省的成本不到當年利潤的萬分之八，實行新措施的目的，旨在建立一個合理的計算工資的制度，並非為了節省成本。他認為，最低工資的立法精神是用實際工時計算最低工資，法理上不應計算午膳時間，但他承認公司扣減「飯鐘錢」的決定是沒有政治智慧。有評論員認為，連鎖快餐店的新措施雖然合法，但惟利是圖，只顧及股東的利益，視企業本身由持股人專屬，忽略了其他持份者的利益，因而招致社會抨擊，破壞企業形象，大有機會令營業額下降，最終影響股東的利益，十分不智。其次，連鎖快餐店規模龐大，企業的言行對社會影響巨大，「變相減薪」即使對企業本身影響不大，但衍生的示範作用，將影響社會其他企業的員工。



思考問題

1. 根據卡羅爾的企業社會責任概念，連鎖快餐店管理層「扣飯鐘」，能否完成 4 種責任？試舉例說明。
2. 連鎖快餐店主席自稱沒有政治智慧，試以卡羅爾企業社會責任概念來解釋「沒有政治智慧」的意思。
3. 滿足倫理責任和慈惠責任會否損害企業的利潤，令企業不能滿足經濟責任？試以本個案為例，加解釋。

¹在香港，有不少行業都進入寡頭壟斷的市場形態，例如超市、汽油供應、電力、電訊、地產、銀行等行業。要提高利潤，寡頭壟斷者毋須提高產品質素或生產效益，只須透過操控價格〔協議價格〕、收緊供應、獨家分銷協議、零售商價格協議、價格歧視、行賄等方法即可。