

從企業社會責任探討企業親子體驗營

Discussing Corporate Children's Camp from Corporate Social Responsibility

翁宜閑

國立臺灣師範大學科技應用與人力資源發展學系

Yi-Sian Wong

National Taiwan Normal University

Department of Technology Application and Human Resource Development

摘要

企業社會責任牽涉的範圍廣大，舉凡教育、環境保護與社會福利等相關議題。鑑於我國工時過長、經濟負擔沉重等問題以致家庭結構逐漸轉為雙薪家庭，親子互動的時間愈來愈短，而疏離感卻日益加深。本研究將介紹中華航空、全家便利商店與麥當勞所舉辦富有教育意義且促進親子互動的親子體驗營，並比較三種親子體驗營之異同，最後從人力資源工作者的觀點給予其建議以作為參考。

關鍵字：親子營、親子體驗營

壹、前言

一、研究背景與動機

「爸爸媽媽，你們再不陪我，我就要長大了！」這是現代許多孩童的心聲，父母為了家中經濟打拼，也有說不出的苦。由於經濟活動受到全球化與代工產業微利化之影響，導致近年來我國員工薪資水準成長不易。

根據行政院主計處公布的實質平均薪資與實質經常性薪資自從民國 89 年就未明顯成長，由於經濟負擔沉重，家庭結構由單薪家庭逐步改變為雙薪家庭。勞動部於 2015 年就業者平均每年工時統計指出，我國工時排名為全球第四名，工時長與家庭的經濟問題成為多數父母無法陪伴小孩的主因，導致親子的疏離感逐漸擴大。

許多企業為落實企業社會責任(Corporate Social Responsibility)，有些從事環境相關議題、社會福利議題，有些則投身於教育議題，如偏鄉地區之教育與圖書資源，其中部分企業採取「走出教室的教育」，舉辦親子體驗營的活動。此模式的教育並不同以往從書本與課堂所獲取的知識，而是採用「做中學」的方式，主要焦點放於教育孩子們尊重與體諒，亦豐富了企業社會責任中教育的一環。

舉辦親子體驗營除了拉近企業與顧客之間的距離之外，還可以提升企業外部聲望(External Corporate Reputation)，並協助顧客使親子之間的感情更為緊密。親子體驗營「做中學」的擬真環境，使孩童在體驗工作時，學會如何尊重不同的職業，比擬到自身的情況進而體會父母養家的辛苦。接下來本研究將介紹中華航空、全家便利商店與麥當勞所舉辦的親子體驗營，再比較其異同之處給予建議。

貳、關於企業社會責任

一、何謂企業社會責任

企業社會責任 (Corporate Social Responsibility, CSR) 係指企業考慮自身的財政與經營狀況之外，也需考量企業對社會與自然環境所造成的影響。根據世界企業永續發展協會 (World Business Council for Sustainable Development, WBCSD) 所提出的定義：「企業為經濟發展做出貢獻，持續遵守道德規範，不僅只對股東負責，更提升社會、當地整體社區及員工家庭的高品質生活。」企業透過 CSR 報告書可揭露所處產業之重要關注議題，其目的為引導企業全面檢視業務及經營所面臨之風險與挑戰，並制定營運策略及因應措施，在編制 CSR 報告書的同時也協助企業掌握整體優劣並提供改善的方向。

CSRone 永續報告平台每年定期蒐集全臺灣所出版之企業永續發展、企業社會責任與環境安全等報告。2016 年臺灣 CSR 報告顯示 2015 年的臺灣企業 CSR 報告書成長超過 250%，其主要原因為近年來的食安、環境議題等接二連三的爆發，金融監督管理委員會強制要求上市（櫃）食品業、金融業、化學工業及實收資本額為新臺幣 100 億元以上之公司必須出版企業社會責任報告書。

雖然超過 250% 的企業出版 CSR 報告書，卻僅有 46% 願意揭露其不足之處，企業的具體改善作為也未能詳細說明。不過值得慶幸的是，2016 年國內首度由學術機構國立臺北大學 CSR 中心建構臺灣企業社會責任指數 (Taiwan CSR Index)，透過鼓勵 CSR 完善的企業，並監督違反 CSR 的企業，此舉激勵國內企業重視 CSR，也期望未來能創造投資人、企業與社會雙贏的局面。除了 Taiwan CSR Index 的建立之外，過去還有持續辦理我國 CSR 的評選機構，詳見如下表：

表 1 我國 CSR 評選相關機構

機構名稱	CSR 獎項名稱	機構簡介
財團法人台灣永續能源研究基金會	TCSA 臺灣企業永續獎	為鼓勵我國產業界發行企業永續報告書，加深企業對於維護永續發展、友善環境與公益社會的投入及重視，持續舉辦「台灣企業永續獎」評選活動，並舉辦企業永續報告研習會。提供國內企業對於報告書資訊交流與觀摩平台，獲得企業及社會各界熱烈回應。
天下雜誌天下企業公民	CSR 天下企業公民	以公司治理、企業承諾、社會參與、環境保護等指標，由天下雜誌調查，與世界同步並評選出臺灣最具未來性的新價值企業。天下雜誌與企業接軌國際，訂定競爭力新標準，另有天下企業公民 TOP100、天下企業小巨人獎。
遠見雜誌	CSR 企業社會獎	為促進台灣與國際標準接軌，2005 年《遠見》推出全球華人媒體第一份企業社會責任大調查。2007 年更以「第二屆企業社會責任獎」專題報導榮獲首屆「亞洲出版經營獎」的肯定，堪稱台灣企業界每年最重要的評鑑活動之一。

大多數的 CSR 指標皆環繞在員工健康管理、公司治理、社區參與、教育、社會公益與環境等議題。其中教育方面的 CSR 作為如促進產學合作、縮短城鄉教育的落差、協助弱勢學生就學、提供青年實習機會；社區參與的 CSR 作為如營造社區友好關係、贊助社區公益活動等。

二、企業社會責任相關文獻

最先提出企業社會責任概念的 Bowen (1953) 將其定義為：「追求所有符合社會價值觀及滿足社會活動是企業的義務。」Sethi (1975) 指出：「企業為符合社會規範、價值與期望之行為。」而 Carroll (1979) 認為：「社會在特定時間對組織的期望，包含經濟、法律、倫理的自發性期望。」翁望回、黃俊英與劉水深 (民 77) 根據 Carroll 之研究彙整為：「即使企業因此降低其經濟利益也可接受的行為。在特定時間內，企業自發的顧及社會所寄予的期望，包含經濟、法律、倫理的自發性期望。」

企業社會責任的對象可分為股東、員工、供應商、顧客與社區 (Jones, 1980)，本研究主要關注企業舉辦親子體驗營加深顧客親子關係與強化企業與社區的關係，再根據 Frederick (1983) 所提出的兩個構面：

1. 強制性責任：企業遵守政府所規定之責任，如維持均等的就業機會、環境保護、保障消費者權益、保護工業安全與承認公會等。
2. 自願性責任：企業自願且主動承擔社會期望與非法律規範之行為，如協助推展社區活動、慈善捐獻、給予政府地方性問題改善建議等。

其中，體驗營屬自願性責任底下的一環，三家企業透過職業體驗的方式將食品安全、環境衛生、飛航安全教導兒童正確的觀念，同時也因舉辦體驗營活動而促進企業與社區之情誼，這些活動並非政府所強制規定的，而是企業所採取自願性 CSR 作為之一，故自願性責任較為貼切本研究所探討的體驗營之狀況，後續將作更深入的討論。

參、研究方法

一、研究流程

本研究採用資料蒐集法與文獻回顧法，為敘述性研究。目的為欲瞭解三種企業舉辦親子體驗營的異同之處，蒐集各項書面、網路資料與報告書等，加以歸納整理並提出建議。以下為研究流程圖：

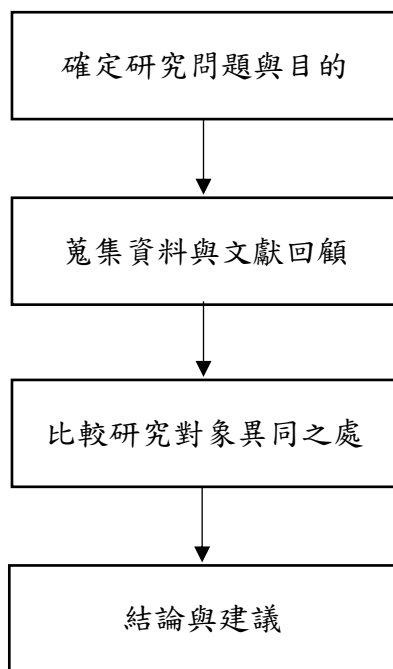


圖 1 研究流程圖

二、研究限制

由於麥當勞與全家的體驗營舉行地點與場次較多；而華航每年僅舉辦一次的體驗營，參加體驗營人數會與麥當勞、全家有所差距。若以資料完整性來評估，若要取得第一手資料，三家企業的滿意度問卷要收到差不多的數量可能需花費 2 年左右的時間。故建議未來其他研究者可朝單一企業作個案研究，對於資料回收可能受限於時間因素的限制較小，或採用質性研究訪談承辦體驗營員工與參與者，可獲得更全面性的結果。

三、研究對象

(一) 遴選標準

企業社會責任所涉及的範圍很廣，如公司治理、企業承諾、教育、社會與環境保護等，針對有關企業社會責任教育及社區參與的部分作討論，鎖定較少人提及的親子體驗營作探討，選擇三間企業分別為中華航空、全家便利商店與麥當勞作為介紹、比較其異同之處。

雖然目前許多企業亦有其他企業舉辦親子體驗營，譬如玉山金控的 VIP 理財親子營、BMW 總代理汎德所舉辦的兒童交通安全體驗營，上述兩者企業所舉辦的親子體驗營皆具有教育意義，但多為理財觀念與交通觀念的宣導，企業與地區連結、職業體驗與實作的部分較少。故本研究篩選出親子體驗營具有「職業體驗且企業與地區連結」的企業，最後較符合目標設定為中華航空（以下簡稱華航）、全家便利商店（以下簡稱全家）與麥當勞。

(二) 中華航空簡介

為臺灣最大的民航公司，擁有國內各航空業者中最多的國際線航點及搭乘人次，總部與主要轉運中心設在桃園國際機場。華航是由中華民國退伍空軍專業人員，共同創建我國第一家國人自營的航空公司，改變民航業向來為外國人壟斷的局面。主要經營貨運與國際航空客運的航線為主，也經營臺灣機場的地面代理、空中廚房、航空貨運、飛機維修、飯店經營與機上免稅品販售等周邊事業，公司願景為創造台灣第一，更追求卓越，期望每一次的飛行皆得到乘客的全心信賴。

表 2 中華航空相關資訊

創始	1959 年 12 月 16 日	行業別	航空運輸業
資本額	台幣 54,708,901,490 元	員工數	合計 12,467 人
董事長	何煖軒 先生	總經理	謝世謙 先生

(三) 全家便利商店簡介

1988 年 8 月成立臺灣全家便利商店，迄今已有 29 年。全家為日本伊藤忠商社企業集團、日本 Family Mart 株式會社及國內著名大企業共同合資經營。於 2006 年 11 月展店數突破 2,000 分店，為全國第二大的連鎖便利商店。

其品牌目標為「全家與你親密在一起，讓生活更有意思。」已連續四年（2004、2005、2008、2010 年）蟬聯遠見雜誌便利商店服務力第一名，並於 2006 年通過「SGS 國際服務驗證」，成為亞洲第一家通過之連鎖零售企業，期待提供消費者更優質與完善的服務。

表 3 全家便利商店相關資訊

創始	1988 年 8 月 18 日引進	行業別	綜合商品零售業
資本額	21 億元	員工數	4000 人
董事長	葉榮廷 先生	總經理	薛東都 先生

（四）麥當勞簡介

1955 年，Ray A. Kroc 創立第一家麥當勞於美國芝加哥 Elk Grove Village。現今全球已超過 36,000 家餐廳，遍及 100 個國家及地區。麥當勞為顧客提供超值美味的漢堡與親切服務，深深受到消費者的喜愛，同時也是全世界最大且快速的餐飲服務領導品牌。

以品質（Quality）、服務（Service）、衛生（Cleanliness）與超值（Value）等核心價值廣受消費者的支持。臺灣麥當勞於 1984 年 1 月 28 日成立第一家餐廳。近年來持續創新服務，推出快速便利的「得來速」、「24 小時營業」、「McCafé」與「為你現做」等服務，麥當勞不僅滿足消費者的味蕾，也將服務提升至感官美學的享受，提供顧客美學風格、美味多元及美感服務的饗宴。

表 4 麥當勞相關資訊

創始	1984 年 01 月 28 日進駐	行業別	餐飲業
資本額	28 億元	員工數	20,000 人

四、親子體驗營介紹

（一）中華航空—我愛寶貝空服員體驗營

1. 我愛寶貝空服員體驗營 簡介

我愛寶貝空服體驗營為華航暑期熱門的親子活動。採小班制的設計，體驗營皆有專業的空訓教師與親子互動。美姿美儀的課程結束後，孩童可親自感受穿梭於客艙並實際

演練旅客登機、餐飲服務及安全示範等，並且由家長扮演旅客親身感受小寶貝的服務，更添加親子間互動的樂趣。

表 5 我愛寶貝空服體驗營報名相關資訊

報名日期	日期請參酌報名網站
舉辦日期	暑假期間的每周五，共有五梯次，每梯次最多 15 人
報名資格	7-10 歲的孩童
報名網站	https://calec.china-airlines.com/egtr/TrainingService-Index.html

2. 我愛寶貝空服員體驗營 活動流程

下圖為我愛寶貝空服員體驗營之活動流程圖，其中擔任小小空服員至模擬客艙服務父母，使孩童體驗迎賓帶位與送餐等工作，最後參訪華航博物館與空服訓練設施。

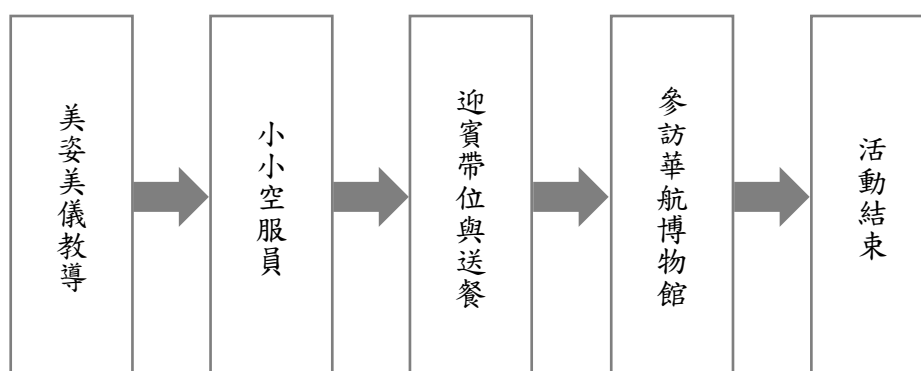


圖 2 我愛寶貝空服體驗營活動流程

3. 與 CSR 之連結

華航藉由定期舉辦英語教學活動，與竹圍國小與溪海國小的學童們分享航空相關知識，長期投身於社區關懷、回饋鄉里等。華航於 2014 年 1 月 20 日、21 日特別舉行「兒童空服體驗營」，使孩童透過體驗營一窺空服員的工作內容，從美姿美儀開始教導，展現端莊的儀態再學習迎賓帶位、發送枕頭毛毯及報章雜誌等服務，並於客艙實際體驗服務旅客的工作內容，使孩童留下美好的寒假回憶。

(二) 全家便利商店—小小店長 2.0

1. 小小店長 2.0 簡介

小小店長體驗營屬於全家經典社區活動之一，自 2008 年舉辦後，一舉獲得家長與學校老師的喜愛，至 2015 年長達八年多，已累積 3 萬多人次參加。2014 年首度串聯全台的門市擴大舉辦體驗營活動，1800 個名額瞬間秒殺，網路上甚至出現北部爸媽揪團，一齊報名東部門市的體驗營活動，成為親子社群間的熱門話題。

表 6 小小店長 2.0 報名相關資訊

報名日期	每月 1-15 號為報名線上報名期間，額滿為止
舉辦日期	每月限定場次
報名資格	3 歲~10 歲小朋友參與體驗，需由家長現場陪同
報名網站	http://www.family.com.tw/enterprise/littlefamily/

2. 小小店長 2.0 活動流程

下圖為小小店長 2.0 之活動流程圖，其中第三關懂健康的飲食教育活動內容為教導孩童學會辨識保存期限與鮮乳標章、教導均衡飲食觀念，活動結束後領取讀本與證書，與父母拍照留念寫下全家美好的回憶。

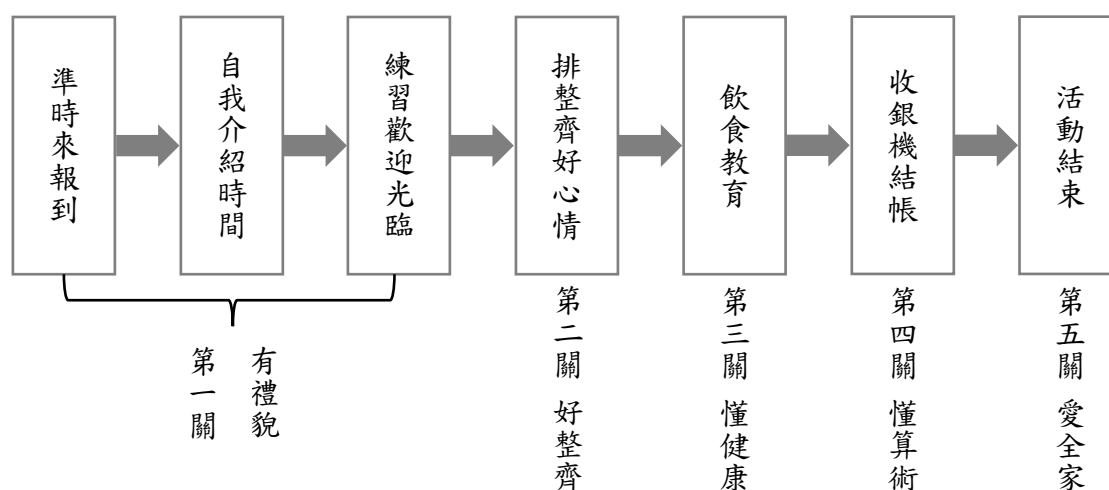


圖 3 小小店長 2.0 活動流程

3. 與 CSR 之連結

全家舉辦的小小店長體驗營獲得消費者與社區鄰里之廣大迴響，截至 2014 年底，已有 30,000 人次參與一日店長的體驗活動參與門市的經營。全家相信透過消費者與社區之間的互動，可提升企業差異化品牌形象與增進消費者的親子互動，歷經每次的體驗營活動也再再提醒全家販賣好的產品與維護下一世代環境的企業責任。

(三) 麥當勞—小麥麥體驗營

1. 小麥麥體驗營 簡介

麥當勞於 2015 年首度推出小麥麥體驗營時，即刻受到家庭客層的歡迎。經過一年的時間重新整頓再出發後，2016 年推出全新小麥麥體驗營，相較於 2015 年的體驗營，其中增加新的職業體驗。麥當勞於努力創造親子之間的快樂體驗，透過體驗營活動使孩童們瞭解食品安全與環境衛生的重要，孩童除了職業體驗之外，也能與父母沉浸於歡樂的氣氛中，透過動手作學習服務的精神。

表 7 小麥麥體驗營報名相關資訊

報名日期	採預約制開放網路報名，額滿為止
舉辦日期	每月 1 日至每月 14 日
報名資格	3 歲以上兒童（制服適合身高 120 公分以內的兒童）。
報名網站	http://campaign.mcdonalds.com.tw/mcdcamp/

2. 小麥麥體驗營 活動流程

下圖為麥當勞親子體驗營之活動流程圖，其中因應不同職務有不同的工作內容，如：經理職體驗樓面巡視與製作漢堡、服務員職體驗補充醬包與製作漢堡、接待員職體驗廣播親善與製作聖代、咖啡師職體驗試做飲料與製作聖代、外送員職體驗備餐送達與製作聖代等，活動結束後頒發證書與大合照。

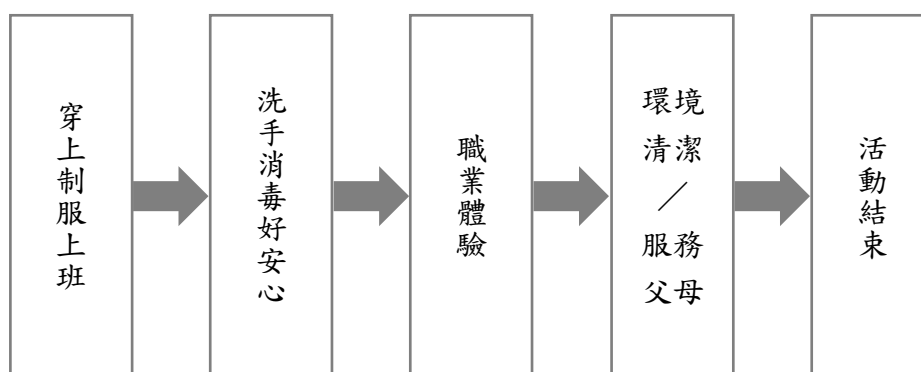


圖 4 小麥麥體驗營活動流程

3. 與 CSR 之連結

麥當勞的消費群多半是兒童，幾乎多數店都設有的兒童遊樂區、且舉辦童樂生日派對及兒童餐隨餐附贈的玩具，公益活動也主要以關心兒童為主。如「麥當勞兒童慈善基金會」及「麥當勞叔叔兒童之家」。其創立宗旨在於協助推廣兒童醫療、社會福利與兒童教育（如小麥麥體驗營）之公益活動，進而落實到麥當勞創始者的理念，使麥當勞更具有企業社會責任。

五、親子體驗營之異同

（一）相同之處

三家企業的體驗營參與對象雖然年齡有些微差距，但主要仍以孩童為主，體驗營期間父母均可一同參與。三者所舉辦體驗營皆具有教育意義，如職業體驗、飛航安全、食品安全、飲食教育（如教導孩童如何吃才健康）、環境衛生（如製作食品前之清潔消毒）、顧客服務（以熱情且有禮貌的態度面對顧客）與辨識鮮乳標章及食品有效期限等。

職業體驗分別為空服員、便利超商店員、速食店經理與店員，由於三者行業皆屬服務性質高之工作，故將此分類為相同之處。體驗營創新部分主要為三家企業相較過往是否新增體驗職業或活動之處作比較，其中華航於 2016 年新增小小機師體驗營、麥當勞新增外送員職業體驗，全家則因應熱銷產品需求新增擠霜淇淋的體驗活動。

表 8 三者相同之處

項目 \ 公司	中華航空	全家	麥當勞
參與對象資格	7-10 歲兒童	3 歲-10 歲兒童	3 歲以上兒童
體驗職業性質	空服員	店長	經理、服務員 接待員、咖啡師
是否持續改善	是，新增機師	是，新增活動	是，新增外送員
親子共同參與	可	可	可
是否具教育意義	是	是	是

(二) 相異之處

根據我國行政院主計處編印的行業標準分類，三者行業類別依序為：航空運輸業、綜合商品零售業與餐飲業。

教育層面在體驗顧客服務方面大同小異，華航著重使孩童模擬空服員於機上送餐之顧客服務禮儀、美姿美儀等，全家與麥當勞則是聚焦於店長、店員以親切的態度招呼顧客、維持工作場所整潔並模擬結帳收銀工作。相較其他企業捐贈經費於教育方面，三者採取動手做的方式使孩童體驗職業，除了教導上述簡單工作之外，也能使孩童對於尊重不同的職業並瞭解工作的辛苦，更知足於父母給予的一切。

我國自 2011 年塑化劑事件、2013 年毒澱粉事件、2014 年劣質油品事件及 2015 年手搖茶飲農藥超標等接二連三爆發後，食安議題已成為民眾所關注的焦點，有鑑於此，全家與麥當勞的體驗營皆重視食品安全相關之教育，如環境衛生、飲食教育、辨識鮮乳標章及食品有效期限等。

社區參與促進地區連結的部分，由於華航親子體驗營歷年來的舉辦地點皆在桃園總部，全家與麥當勞的體驗營據點分布於臺灣各地，其中全家可舉辦親子體驗營的據點為 103 家分店（此為 106 年 4 月份數據，每月配合體驗營的分店數不固定）；麥當勞可舉辦親子體驗營的據點為 247 分店，因此本研究認為全家與麥當勞分店所舉辦體驗營可以促進企業與地區之連結，相對地，華航的親子體驗營在與其他地區連結會較為少些。最後，親子體驗營

的滿意度調查華航是於活動結束後發放紙本問卷請父母填寫，全家以簡訊發送問卷，至於麥當勞尚則是尚未主動作體驗營活動的滿意度調查。

表 9 三者相異之處

項目 \ 公司	中華航空	全家	麥當勞
行業別	航空運輸業	綜合商品零售業	餐飲業
教育層面	美姿美儀	食品安全	食品安全
	顧客服務		顧客服務
	飛航安全		
滿意度問卷	紙本問卷	簡訊問卷	無
促進地區連結	少（桃園地區）	多（103 家分店）	較多（247 家分店）

肆、討論與建議

一、討論

臺灣多數企業抱持著「取之於社會，用之於社會」的精神，致力於企業社會責任的推動，但主要將焦點放於公司治理、企業承諾與環境保護等層面，而本研究主要以三家企業：中華航空、全家便利商店與麥當勞為例，介紹臺灣現今的企業社會責任裡，較少為被注意的親子體驗營的部分。

體驗營的優點一為可增加企業與地區之連結；二為促進親子之間的互動與感情；三為具有教育意義，除了體驗活動的美姿美儀、飛航安全、顧客服務、食品安全與環境衛生等知識之外，亦能使兒童藉由職業體驗，啟發尊重他人、體會不同職業的辛苦之處，更能夠知足感謝父母給予的一切。本研究認為此教育是課本與學校所難以給予的。

Cheers 快樂工作人雜誌陳雅琦（民 102）曾報導美國專業社群網站 LinkedIn 網路調查顯示全美 16,000 位父母，有三分之一的父母不太瞭解子女的工作內容，其中超過一半的父母表示想更加瞭解、且會因此更支持他們做的事。為人父母的上班族也可以帶著孩童體驗工作環境。美國「帶兒女上班基金會」（Take Our Daughters and Sons to Work Foundation）自 2003 年

起，將每年4月的第4個週四定為全美「帶兒女上班日」。美國的帶兒女上班日活動其實最初目的是使孩童提早接觸職場，不過近年來也成為拉近親子關係的方法之一。

本研究所介紹的三種親子體驗營皆以「顧客」角度出發設計親子體驗的活動，而本研究認為人力資源工作者可嘗試從「員工」的角度切入並規劃出完善的親子體驗營。研究也顯示出正面的CSR活動為公司治理與員工關係的影響最大，建議公司加強正面的公司治理與員工關係活動（池祥萱、池祥麟與梁綺羚，2016）。再根據研究動機所述臺灣勞工工時過長與家庭經濟負擔沉重導致親子之間疏離感加深，舉辦企業親子體驗營或許能促進企業員工關係的提升，使員工的家屬（父母、配偶與子女）能從體驗營體會家人工作的辛苦，也瞭解工作屬性與加深家人對其公司的認識，進而增加員工與家人對公司的認同感。

二、建議

高端訓（2013）指出企業社會責任之活動對於消費者購買意願產生影響，同時也建議企業透過日常營業作業增加與消費者互動的良好關係，強化且保持消費者的品牌依附效果（Brand Attachment）。目前尚未有研究量化親子體驗營為企業所帶來的品牌依附效益為何，除此之外也可朝向舉辦內部的親子體驗營是否能促進員工關係（Employment Relationship）的強化、提升員工的工作表現之研究，故本研究建議未來可朝此方向深入的探討。

參考資料

- Bowen, H. R. (1953). Social responsibility of the businessman. New York: Harpers and Brothers.
- Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of management review*, 4(4), 497-505.
- CSRone 永續報告平台。台灣永續報告現況與趨勢 2016。取自 http://www.csronereporting.com/report_1391#
- Family Mart。企業概要。取自 http://www.family.com.tw/enterprise/about_history.aspx
- Frederick, W. C. (1983). Corporate social responsibility in the Reagan era and beyond. *California management review*, 25(3), 145-157.
- Jones, T. M. (1980). Corporate social responsibility revisited, redefined. *California management review*, 22(3), 59-67.
- McDonald's Taiwan。企業發展。取自 http://www.mcdonalds.com.tw/tw/ch/about_us/profile/story.html
- McDonald's Taiwan。社會責任。取自 http://www.mcdonalds.com.tw/tw/ch/about_us/csr.html
- Sethi, S. P. (1975). Dimensions of corporate social performance: An analytical framework. *California management review*, 17(3), 58-64.
- TCSA 台灣企業永續獎。關於永續獎。取自 <https://tcsaward.org.tw/tw/about/index/Origin>
- World Business Council For Sustainable Development (WBCSD)。取自 <http://www.wbcsd.org/>
- 中華航空。企業永續網。取自 http://calec.china-airlines.com/csr/social_sport.html
- 中華航空。華航夏日親子遊 小小機長空服員招募中。取自 <https://www.china-airlines.com/tw/zh/discover/news/press-release/20160608>
- 中華航空。華航簡介。取自 <https://www.china-airlines.com/tw/zh/about-us/index>
- 中華航空。關於華航。取自 <http://calec.china-airlines.com/csr/about2-1.html>
- 天下雜誌。什麼是「天下企業公民」獎？。取自 <http://topic.cw.com.tw/csr/QA.aspx>
- 全家小小店長體驗營 2.0。直擊小小店長。取自 <http://www.family.com.tw/enterprise/littlefamily/>

全家便利商店。全家 CSR 報告。取自

<http://www.family.com.tw/newenterprise/csr/CsrreportIndex/Index>

池祥萱、池祥麟、梁綺玲 (民 105)。企業社會責任之策略性分析。管理評論, 35(1), 21-45。

行政院主計處。針對自由時報報導薪資倒退之澄清說明。取自

<http://www.dgbas.gov.tw/ct.asp?xItem=34990&ctNode=5624>

沈婉玉 (民 105)。企業社會責任關鍵指標 首檔台灣 CSR 指數誕生。聯合報。取自

http://www.csronereporting.com/news_2905

金融監督管理委員會。強制上市(櫃)特定公司編製企業社會責任報告書。取自

http://www.fsc.gov.tw/ch/home.jsp?id=96&parentpath=0,2&mcustomize=news_view.jsp&data_serno=201409180005&toolsflag=Y&dtable=News

翁望回、黃俊英、劉水深 (民 77)。企業正當性之實證研究—社會責任的觀點。管理評論, 7, 153-171。

高端訓 (民 102)。企業社會責任對消費者購買意願影響之研究-品牌依附及品牌形象之中介效果。臺北大學企業管理學系學位論文, 1-93。

陳雅琦 (民 102, 11)。企業新潮流：帶家人上班日。Cheers 快樂工作人雜誌, 158, 01-02。取自 <http://www.cheers.com.tw/article/article.action?id=5053501>

麥麥童樂會親子活動網。小麥麥體驗營。取自 <http://fun.mcdonalds.com.tw/camp.html>

勞動部國際勞動統計。工時：表 6-1 就業者平均每年工時。取自

<http://www.mol.gov.tw/statistics/2452/2457/>

遠見雜誌。關於 CSR。取自 <https://www.gym.com.tw/2015CSR/about.html>