

112 學年度  
國立屏東大學  
企業管理學系  
實務專題

企業執行環保與社會責任之探討  
—以咕噠咕噠早午餐店為例

指導老師：曾志弘

專題成員：CAB108004 林奉旻

CAB108010 曾育恩

CAB108047 曾慧娥

CAB108061 朱凱儀

CAB108069 洪聖恩

CAB108070 溫婉琦

CAB108073 陳姿萍

中華民國 112 年 5 月 26 日

# 目錄

<b>第一章、</b>	<b>緒論 .....</b>	<b>4</b>
一、	研究背景.....	4
二、	研究動機.....	4
三、	研究目的.....	5
<b>第二章、</b>	<b>文獻回顧.....</b>	<b>6</b>
一、	ESG 定義、內容.....	6
二、	綠色永續.....	8
三、	社會責任.....	10
四、	員工權益.....	12
五、	消費者權益.....	14
<b>第三章、</b>	<b>研究方法.....</b>	<b>16</b>
一、	咕噥咕噥早午餐介紹.....	16
二、	次集資料收集架構.....	19
三、	企業訪談.....	20
<b>第四章、</b>	<b>研究結果.....</b>	<b>24</b>
一、	次級資料收集.....	24
二、	訪談結果.....	26
<b>第五章、</b>	<b>結論 .....</b>	<b>34</b>
一、	業者目前環境保護與社會責任.....	34
二、	結論與建議.....	36
<b>第六章、</b>	<b>附錄 .....</b>	<b>40</b>

# 圖目錄

(圖 1) 訪談業者之綠色供應鏈示意圖.....	9
(圖 2) CSR 企業社會責任 資料來源：台灣證券交易所.....	11
(圖 3) 咕噥咕噥民族店、和平店 Google 評論回覆.....	16
(圖 4) 門市資訊.....	17
(圖 5) 屏東區菜單.....	17
(圖 6) 高雄區菜單.....	18
(圖 7) 咕噥咕噥 Logo 與員工合照.....	18
(圖 8) 石斑魚事件.....	20
(圖 9) 咕噥咕噥早午餐-和平店照.....	21
(圖 10) 訪談合照.....	21
(圖 11) 電子設備.....	28
(圖 12) 愛馨待用餐.....	29
(圖 13) 在地小農合作.....	30
(圖 14) 食品安全.....	31
(圖 15) 加薪福利.....	33
(圖 16) 員工福利制度.....	33
(圖 17) 將上述的訪談結果與次級資料整合之企業已做.....	39
(圖 18) 將上述的結論與建議整合之建議企業可實施方向.....	39

# 表目錄

(表 1- 1) ESG 之內容.....	6
(表 2- 1) 三大國際規範 .....	7
(表 2- 2) 台灣行政院環境保護署對綠色產品的標準定義 .....	8
(表 2- 3) 國際消費者協會 (Consumers International) .....	14
(表 5- 1) 咕噠咕噠已實施 (來自企業訪談與次級資料) .....	34
(表 5- 2) 咕噠咕噠執行長 陳价斌的看法 .....	35

# 第一章、緒論

## 一、研究背景

因應現代人工作日趨繁忙、生活步調加快、作息時間不規律、消費型態改變、彈性工時等，而有了「早午餐」這樣的飲食習慣出現，加上消費者需求越來越多元，擁有豐富選擇及環境舒適優美的早午餐店漸漸便取代了傳統早餐店，於是在忙碌的現代社會中，早午餐店也成為了新興的聚會場所。

並且隨著近年來 ESG 概念（是 3 個英文單字的縮寫，分別是指「環境保護（Environment）」、「社會責任（Social）」與「公司治理（Governance）」）的逐漸萌芽，政府也開始推動 ESG 政策，民眾對於 ESG 議題的重視程度也大大提升，購買產品時不再只單看價錢，而是深入瞭解企業的永續面；同樣的，永續也成了各大、中小企業經營所追求的大方向，本文也將著重於探討 E（環境永續面）及 S（社會責任面）層面。

本篇論文我們將以屏東連鎖早午餐店「咕噥咕噥早午餐」為例子，著重探討中小企業的綠色策略與社會責任。

## 二、研究動機

研究動機 ESG 縮寫起源於聯合國 2005 年的『Who Cares Wins』報告，企業應該將環境（Environmental）、社會責任（Social Responsibility）、公司治理（Governance）納入企業經營的評量基準，藉此可以對社會及金融市場產生正面影響。根據台灣資誠聯合會計師事務所於 2021 年發布《2021 全球消費者洞察報告》，新冠病毒疫情下強化消費者購買符合 ESG 的產品，著重在永續的目標，不管是企業內部合作或消費者意願，指出企業須以「落實 ESG」為必要目標（資誠聯合會計師事務所，2021）。

對此在全球及台灣重視 ESG 議題之下，大型企業有足夠的資金與人力進行 ESG 的探討與實作，對於 ESG 的內容可以快速地深入了解，而中小型企業並沒有相同的資源，因此中小型企業在這過程中勢必會要面對相當多的問題。藉此透過與中小型企業合作，研究中小型企業該如何與 ESG 結合。我們將從 E 和 S 方面進行研究，哪個是企業覺得最需要被重視的，又或者是最該優先做的，在這種不再完全看營利的時代裡要脫穎而出，ESG 是最好的切入點。

早午餐的迅速的崛起，讓大眾的飲食漸漸偏向早午餐，早午餐的市場也被迅速的擴大，藉由這次 ESG 探討，也能間接了解早午餐為何會迅速的崛起，究竟是做到了哪些其他產業或企業沒做的甚至是做不到的事情，也因早午餐的興起，讓一些早午餐業者不得不提早面對 ESG。在這樣的情境下，讓早午餐與 ES 做連結，勢必會產生出嶄新的想法，這將是讓該企業在競爭中的一個助力。

### 三、 研究目的

現代企業均以追求永續經營為目標，有賴於世界的展望與法律的基本要求以及社會的附加價值，在不斷創造新價值的情況下，還需注重每一步和未來是否有盡到社會責任與永續發展，這時企業就必須用 ES 來檢視本身是否有達成公司當初設定的目的。

本研究以〈咕噥咕噥〉早午餐為研究對象，參考相關文獻及探訪咕噥咕噥老闆對於公司在 E 與 S 原則看法，與如何檢視企業的完成度，同時更希望咕噥咕噥能在環保及社會責任議題逐漸提升重視程度，融入企業使命、掌握外部機會、學習成功典範，將在咕噥咕噥做法上做探討。因此，本研究目的如下：

- I. 本研究目的以次級資料蒐集及企業探訪了解咕噥咕噥針對環境保護層面所實行的計畫及企業看法。
- II. 本研究目的以次級資料蒐集及企業探訪了解咕噥咕噥針對社會責任層面所實行的計畫及企業看法。
- III. 對於咕噥咕噥在環境保護與社會責任層面中，提出本組的建議。

## 第二章、文獻回顧

本研究以 ESG 的綠色環保與社會責任做深入的研究，並且將這兩個議題更細分出員工權益與消費者權益，因此針對這四個議題做資料的收集與整理，而這四個面向也與研究目的是相互呼應的，說明如下。

### 一、ESG 定義、內容

環境 (E)、社會 (S)、治理 (G) (Environment, Social, Governance; ESG) 是衡量 CSR 的三項指標，在 2004 年聯合國〈全球契約〉中首度被提出，被視為評估一間企業經營的指標。因此，ESG 常與永續投資或責任投資連在一起，已成為辨別及制定具體永續投資方案的數據分析工具。

(表 2- 1) ESG 之內容

<b>Environment</b> 環境保護	<b>Social</b> 社會責任	<b>Governance</b> 公司治理
空氣汙染	人權	商業倫理
能源管理	社區關係	物料採購
燃料管理	客戶福利	競爭行為
產品包裝	勞工關係	激勵措施
生物多樣性	薪酬與福利	供應鏈管理
溫室氣體排放	多樣化與共融	系統化風險
水及污水管理	僱員健康安全	意外及安全

(資料來源:經理人-周頌宜)

關於 ESG 的三個面向精準定義，本專題引用馬明圓（2020）、鐘雨辰（2012）所整理的分類方式如下（表 1），三大國際規範包含「OECD 多國企業指導綱領」（The Guidelines for Multinational Enterprises）、「聯合國全球盟約」（The UN Global Compact）、「全球蘇利文原則」（The Global Sullivan Principles）。

（表 2- 2）三大國際規範

規範	OECD 多國企業指導綱領	聯合國全球盟約	全球蘇利文原則
環境	(1) 環境保護，致力永續發展。	(1) 對環境挑戰採取預防性措施。 (2) 善盡企業環境責任。 (3) 鼓勵研發環保化的科技。	(1) 環境保護，提倡永續發展。
社會	(1) 應促成社會進步並鼓勵企業夥伴達成永續發展的目標。 (2) 保障勞工結社自由消除童工及各種形式的強迫勞動及就業歧視。 (3) 消弭行賄或受賄行為。 (4) 尊重消費者權益。 (5) 盡量在營運所在國家散播其研發成果。	(1) 支持並尊重國際人權。 (2) 確保公司內不違反人權。 (3) 保障勞工集會結社之自由。 (4) 消弭所有形式之強迫性勞動。 (5) 有效廢除童工。 (6) 消弭僱用及職業上的歧視。	(1) 維護全球人權（特別是員工）社區、團體、商業夥伴。 (2) 就業機會平等，不可剝削勞工及其他形式的虐待事項。 (3) 尊重員工結社的意願。 (4) 提升員工的技術及能力，提高他們的社經地位。 (5) 提升社區生活品質。
治理	(1) 遵守國內法律，採取良好的標準運用全球之營運。 (2) 定期公開具可信度的資訊，充分揭露公司重要事項及非財務績效資訊。 (3) 遵守競爭法則，避免違反競爭的行為與態度。 (4) 應適時履行納稅義務。	(1) 反對一切形式的腐敗，包括敲詐和賄賂。	(1) 建立安全且健康的職場，維護人體健康。 (2) 尊重智慧財產權，杜絕賄金。 (3) 將原則融合到企業各營運層面。 (4) 業各營運層面。

（資料來源：馬明圓（2020）、鐘雨辰（2012））



## 二、 綠色永續

永續發展之定義最初係由 1987 年聯合國「世界環境發展委員會」(World Commission on Environment and Development, WCSUSD) 所完成的一份報告:《我們共同的未來》(Our Common Future) 所示:「滿足目前需求的發展, 而不損及未來世代滿足他們那時之需求的能力。」

### (一) 綠色包裝

(表 2- 3) 台灣行政院環境保護署對綠色產品的標準定義

1	製造產品的原物料屬於可再生且可生物分解, 或是使用回收物質和廢棄物製成。
2	原物料的來源必須為可靠、永續性的。
3	在製造過程中, 使用可再生能源, 同時減少製作過程中產生的空氣污染和水污染。新科技的使用也可以達到同等的效果。有效率的生產過程能幫助保存能源和避免廢棄物產生。
4	種植時使用自然的方法、不使用農藥等化學物質的有機食品也是環境友善產品。
5	日常減少必要消費性產品的交通運輸, 或是購買附近製造的產品, 也是減少因運送產品所造成交通污染的方式之一。
6	綠色產品必須是對環境無害的, 在使用時也必須對環境是友善的。

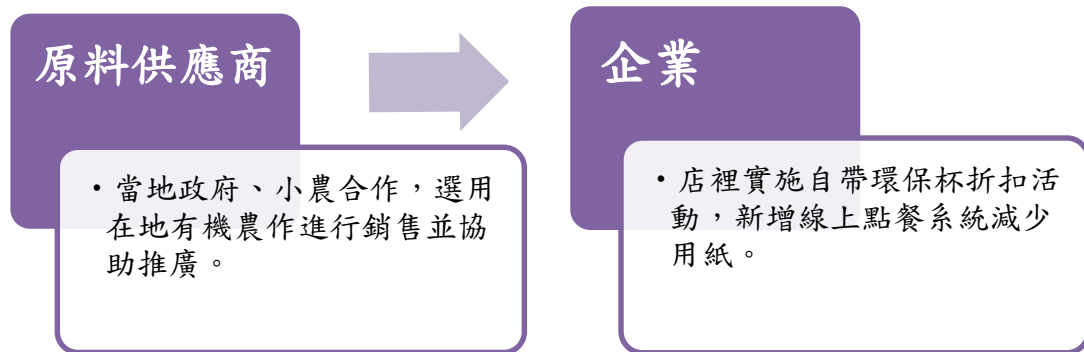
(資料來源: 台灣行政院環境保護署)

綠色包裝以「4R1D」為原則, 即減少、再利用、回收和可降解, 以環保和節省資源為核心要素, 也表明在其生產週期中, 包括設計、研發、製造、使用和回收都對環境和人體健康幾乎無害。

在接觸綠色產品時消費者期望獲得的價值可從節省能源、成本下降、污染防治、永續發展、廢棄物循環再利用、綠色產品設計、與公司環保形象管理等方面著手, 以增加綠色產品的附加價值。

## (二) 綠色供應鏈

綠色供應鏈廣義的定義是對企業自身合作的供應商進行具有環境維護行為的要求，使各生產環節皆融入環保原則，讓該企業的產品相較於同業競爭者有額外增加的競爭元素（劉蓓蕾、郭璐芸，2005）。Srivastava（2007）則定義綠色供應鏈管理為將環境思想加到供應鏈管理，包括了產品的設計，材料選購，製造工藝，最終的消費者以及產品的回收。



(圖 1) 訪談業者之綠色供應鏈示意圖

## (三) 綠色管理

Taylor（1992）主張綠色環境管理是在企業整體營運系統中全面進行環境管理，以主動積極的態度來面對環境問題。企業從事綠色管理與綠色創新將可為企業增進環保績效並帶來以下的效益：

1. 提昇企業形象，在立法者與民眾心目中建立良好企業形象。
2. 滿足綠色消費者的需求，企業永續競爭力：標竿企業的八大經營管理策略。
3. 避免環保糾紛、環保意外、環保取締支出、因顧客抵制的損失，因而可降低成本。
4. 提昇企業競爭優勢。
5. 激勵員工，使員工以工作為榮、提昇員工績效。
6. 贏得利害關係人的正面評價，提昇組織的合法性。

Hutchinson (1992) 指出以主動積極的態度來面對環境問題的企業，將可獲得以下的潛在利益：

1. 吸引更多重視綠色環保的消費者。
2. 可生產高價值的綠色產品。
3. 和周邊社區居民有較佳的關係。
4. 藉由回收再利用與污染控制來提昇生產效率以降低成本。
5. 透過節約能源來節省金錢。
6. 避免過高的保險費。
7. 獲得正面的投資審查。
8. 提高企業形象與知名度。

#### (四) 小結

現在各國所提倡的綠色永續，目的就是「滿足目前需求的發展，而不損及未來世代滿足他們那時之需求的能力」，企業營運五大面向（產、銷、人、發、財）都能搭上綠色永續，許多學者提出對執行綠色永續所帶來的利處。

### 三、 社會責任

#### (一) 何謂 CSR「企業社會責任」？

企業在營運活動過程中，所創造利潤不僅對股東利益負責，同時對利害關係人還要承擔所的責任，進而帶動社會的繁榮以及經濟的發展，並促進社會公益及環保永續的發展，這就是企業社會責任（Corporate Social Responsibility, CSR）之理念。其概念示意如下圖 2：



(圖 2) CSR 企業社會責任 資料來源：台灣證券交易所

增進員工暨其家庭的生活品質，承諾並遵守企業倫理與道德規範，為經濟發展共同努力作出貢獻外、對當地社區環境的維護及社會生活品質的提昇。企業除了應該善盡這些社會責任的課題外，更是企業邁向永續經營發展時不可或缺的責任。

讓社會或環境問題應用商業模式予以有效的解決，這樣的商業組織被稱作「社會企業」，例如協助弱勢族群創造就業機會、規劃開發促進環境保護的產品或服務、並對這些團體（弱勢團體或邊緣族群）所生產的產品進行採購做為生產所需的原料等，透過這樣的商業活動所創造的利益再對社會企業予以投資，進而替社會及環境解決了的問題，這樣的商業行為其出發點並非單純為股東或企業主謀求最大利益，也就是說將「企業社會責任」的經營理念，透過這種模式推展到極致，將商業型態的組織融合社會公益，「社會企業」也就因應而生。

經營者在思考如何讓企業邁向「永續經營」時，對企業的營利目的、組織管理、公司治理等的問題特別加以關注外，對環境保護、全球氣候變遷、社會公平正義等重大議題當作企業的使命，將公益目的和社會意義與解決社會問題放在營利價值之前，使企業家們為企業社會責任與實現社會理想所驅動，當經營企業與履行社會責任的目標趨於一致時，「社會企業」的世界也就自然形成。

## (二) 中小企業的社會責任

資源有限的中小企業，想要在能力範圍最有效地落實企業社會責任，做法上可以參考《企業社會責任實務全書》書中的建議：從「社會公益」著手，因為社會公益雖不是 CSR 的全部內涵，但卻是企業彰顯形象最直接可見的領域，因此在推行上，也最容易受到消費者、投資人或企業合作夥伴的理解和參與。

以此出發，企業在思考企業社會責任落實面向上，主要可以分為 5 項：

1. 產品服務：產品或服務內涵有益於消費者、社會或環境。
2. 供應鏈：運用供應鏈或通路的關係創造社會價值，例如基於社會或環保理由篩選供應商、鼓勵薄利多銷，以服務低收入的貧窮消費者、運用採購力量鼓勵供應商採行有助於社會及環保的政策等。

3. 內部運營：將公益思考納入公司內部人員採用、行政倫理等制度中。例如鼓勵促進社會正面發展的雇用政策（例如少數民族或婦女優先）、殘障弱勢人員的培訓雇用、縮短員工通勤距離等。
4. 倡導慈善：以公司做為推廣社會變革的平台，或捐款來落實公益活動。例如運用產品包裝或銷售據點來協助推廣社會議題、自公司盈餘中捐款進行慈善或公益倡導、成立企業基金會來規畫並定期進行公益活動、以公司對等捐款方式，鼓勵員工慈善捐款等。
5. 倫理規範：針對「哪些事務是公司致力的道德目標與規範」明確探討。例如針對員工與社會大眾發布倫理宣言和政策或成立委員會，表達落實倫理行動、在公司會議上公開討論企業關鍵決策的倫理面向。

### （三） 小結

企業社會責任是指企業要「取之社會、用之社會」，企業不是只有考慮公司獲利，還要對社會、環境的永續發展有所貢獻。企業透過幫助弱勢、協助環保等商業活動來創造利益、獲得利害關係人的重視，替社會解決問題。且隨著近幾年觀念的改變，企業社會責任已經不是選擇及條件，而是企業現在應有的認知。

## 四、 員工權益

### （一） 勞工權益：

企業的活動必須透過員工加以執行，因此事關勞工權益的議題越來越受到重視，以下說明幾項近來有關勞工權益之重要議題。在這些議題上，企業所作所為若是超越法律規範的期待，可謂盡到社會責任。

#### 1. 勞工薪資與福利：

一般員工最重視的就是自身的薪資與福利，因此有關薪資、休假安排、退休金與其他權益，都是員工關注的焦點。

#### 2. 非典型雇用與血汗工廠：

除了正值員工，愈來愈多企業雇用更多的約聘雇人員或是派遣人員作為企業營運所需之人力需求，這些人力雇用稱為非典型雇用。不論是兼

職、約聘雇或是派遣人員，其薪資與福利保障皆不如長期雇用的正職員工。與基層勞工權益相關議題是血汗工廠，包括綜合了底薪、超時工作與惡劣環境的現象。許多工廠為了競爭取得訂單而大力壓低成本，容易從降低員工薪資、超時工作、惡劣的環境等下手，剝削勞工中搾取利潤。

### 3. 勞動力多元性：

勞工權益除了基本薪資、福利與工作條件外，勞動力的多元性亦是一個愈來愈需要重視的議題。

## (二) 工作滿意度：

「員工滿意度」是員工在工作的領域中不論是外在或內在所感受到一種喜歡或不喜歡的知覺，這可能包含了需求、期盼、願景等個人主觀的看法與想法，也是一種內心對工作反映出來的表現。

工作滿意度的定義基本上可分為三種概念來解釋，也就是：綜合性、差距性及參考架構性等三種定義。

Spector (1996) 將影響工作滿意的因素分為：主管賞識、同事關係、組織政策、薪資條件、福利措施、工作環境、工作內容、組織本身、個人成長、升遷、認同感、安全感、督導等。

## (三) 員工社會責任的重要性：

員工對企業社會責任的重要性，Collier and Esteban (2007) 強調員工的回應能力，確保企業社會責任活動成功有效，員工與組織彼此的關係對企業社會責任活動發揮作用，員工相對扮演關鍵的角色。鄧雅方 (2010) 在利害關係人中員工已成為最接近企業核心的人，因此企業進行或推動企業社會責任時，員工勢必也是重要夥伴之一，因此員工對社會活動的參與程度越深，知覺也會越深。

Kimetal (2010) 研究指出，許多公司意識到擁有社會責任是企業的重要資產，從事社會責任活動的公司會使顧客滿意度和良好的客戶評價等好處，然而卻忽視了內部利害相關者（員工），因此企業在舉辦企業社會責任的活動時讓員工參與，這樣推行企業社會責任可提高外部聲望，當公司有做企業社會責任

可以增加員工與公司的認同且影響員工對組織的承諾，認為企業社會責任的績效可以為公司與員工對組織是認同的且可達雙贏的局面。

Ceil (2012) 企業社會責任對企業是非常重要的，公司必須實踐企業社會責任，以吸引員工並激勵員工為社會盡一份心，讓員工參與公司 CSR 的決策有好處，企業必須重視員工，企業可以提高員工的組織承諾，改善員工福祉是實踐 CSR 的方法之一。

#### (四) 小結

勞工的權益也是企業社會責任的一部份，企業在獲取營利的同時也必須要兼顧員工的工作滿意度，這部分做得好，外界對企業的評論才不會有負面的，並且員工對於企業才會有更好的向心力。同時員工對於綠色環保、社會責任沒有一定的認知，企業在推動這方面的事情是會有所阻礙的，也可以了解到企業實踐各項議題也可以間接激勵員工做這方面的事情，增加員工的認知。

### 五、 消費者權益

#### (一) 消費者定義

所謂消費者，是指以消費為目的而為交易、使用商品或接受服務之人，就此而言，每個人包括企業經營者都能為消費者，反之，消費者不能為企業經營者，因消費者主觀上必須以消費為目的，客觀上為交易或使用商品或接受服務者始為消費者，而企業經營者乃消費者之對稱概念。

#### (二) 消費者權益

消費者權益系指消費者購買企業的商品或接受服務時及其後一段時間內，按照法例獲保障的權利及利益，主要由企業及社會承擔，傳媒及消費者組織或個人監督。國際消費者協會 (Consumers International) 共提出了八項有關消費者權益之事項，其可表示消費者在購買商品或服務時所應得的保障。如表 2-4：

(表 2-4) 國際消費者協會 (Consumers International)

- |  |
|--|
| <ol style="list-style-type: none"><li>1. 滿足基本需求的權利</li><li>2. 講求安全的權力</li><li>3. 獲取足夠且正確的資訊的權利</li></ol> |
|--|

- |  |
|--|
| <ol style="list-style-type: none"><li>4. 選擇的權利</li><li>5. 意見表達的權利</li><li>6. 獲得賠償與救濟的權利</li><li>7. 接受消費者教育的權利</li><li>8. 享有健康環境之權利</li></ol> |
|--|

在這個消費者可以快速且容易取得許多的資訊的時代，企業應該更加謹慎的保證消費者的權益，以免產生不必要的糾紛，破壞企業的形象。

### （三）小結

ESG 是未來企業需面臨的重大調整，因此在進行 ESG、CSR 改革過程時，需看重消費者權益在這其中所扮演的角色。企業可隨時調查消費者的感受，讓消費者也可以成為企業決策上的考量因素。應如何在消費者意願及企業改革上取得兩邊的平衡，是企業主需思考的。



### 第三章、 研究方法

以下介紹咕噠咕噠早餐店以及本組研究方法, 包括次級資料收集與訪談。

#### 一、 咕噠咕噠早午餐介紹

2009/5/17 號創始於屏東市大同北路上「公雞喔喔啼」賦予了咕噠咕噠早午餐鮮明好記憶的印象，而咕噠咕噠的音喻就像是我們之間的對話，聚再一起彼此分享與相互溝通。

目前有 9 間門市，屏東 5 家、楠梓 1 家、鳳山 2 家、前鎮 1 家。菜單分為屏東區、高雄區。

咕噠咕噠早午餐回復網路評論與客人互動，以下為咕噠咕噠早午餐店網路評論：



(圖 3) 咕噠咕噠民族店、和平店 Google 評論回覆

門店的詳細資訊：

門店資訊		
屏東和平店   屏東市和平路472號		08-734-6699
屏東民族店   屏東市民族路231號		08-365-5033
屏東永大店   屏東市永大路50號	整修中 暫停營業	08-755-1777
屏東林森店   屏東市林森路41號		08-732-1687
屏東潮州店   屏東縣潮州鎮忠孝路46號		08-789-0896
楠梓德賢店   高雄市楠梓區德賢路107之5號		07-363-0075
鳳山文建店   高雄市鳳山區文建街195號		07-780-2206
前鎮瑞南店   高雄市前鎮區瑞南街2號		07-821-1232
鳳山傢俱街店   高雄市鳳山區三民路41號		07-747-5777

(圖 4) 門市資訊

屏東區及高雄區的菜單，有按照連鎖店家基本需求，提供客戶一樣的菜單。

The menu is organized into several sections:

- 日式濃麵吐司**: Includes items like 厚醬系列, 陽光煎蛋, 雞蛋煎蛋吐司, 雞蛋煎蛋吐司, 咕嚕麵製雞肉, 西式蛋餅.
- 咕嚕麵式早午餐**: Includes 博客媽媽的早餐, 雞蛋丹麥吐司, 咕嚕麵製雞肉排盤, 咕嚕麵製雞肉排盤.
- 6盎司板肉手拍堡**: Includes 經典原味, 黃金玉米, 薯片火腿, 香煎培根, 蒜香豬蹄子, 咕嚕麵製雞肉, 脆皮法式香腸, 古早豬蹄子.
- 鍋燒碗火燻肉系列**: Includes 蒜香湯, 濃郁白湯, 韓式泡菜.
- 日式丼飯系列**: Includes 日式打點豬丼飯, 蒜香紫火燒肉丼, 蒜味嫩雞丼, 日式蛋黃醬豬丼, 蒜香豬蹄子.
- 日式蒸蛋飯系列**: Includes 雙龍紅燒雞, 美式手打漢堡排, 日式嫩雞腿, 日式蒜香豬蹄, 好囉大薯餅排.
- 美本兩人食單**: Includes 樂雞系列, 高筋梓麥乳酪, 龍蝦龍蝦乳酪, 花生蓮姑煎蛋, 蒜香雞肉排, 布魯那巧克力.
- 好囉大薯餅排**: Includes 好囉大薯餅排, 好囉大薯餅排.
- 原品小點**: Includes 油炸日式濃麵, 麥克龍(6塊), 古早味雞腿(3片), 洋蔥圈, 椒鹽炸薯米花, 咕嚕麵製雞肉, 黃金勁薯, 脆皮法式香腸, 蒜味麵包, 薯餅, 荷蘭蛋, 荷蘭蛋.
- 紅蒜/青醬義大利麵**: Includes 培根燻肉, 脆皮法式香腸, 西式蛋餅, 西式蛋餅, 日式濃麵, 美式手打漢堡排.
- 飲品**: Includes 濃醇豆漿, 紅米豆漿, 經典紅茶, 咕嚕私茶, 清甜奶茶, 經典奶茶, 冰沙奶茶, 濃醇奶茶, 特調咖啡牛奶, 紅豆鮮奶茶, 鮮奶咖啡, 鮮奶可可, 蜂蜜綠茶, 水果茶, 蜂蜜綠茶, 蜂蜜綠茶.
- 咖啡**: Includes 美式咖啡, 研磨拿鐵咖啡, 摩卡咖啡, 摩卡咖啡.

(圖 5) 屏東區菜單

日式濃醬吐司		咕噠盤式早午餐		6盎司板煎肉手拍蛋		鍋燒碗火燻肉系列		外帶 內用			
<b>濃醬系列</b> 椰香花生 38 巧克力 38 陽光煎蛋 39 椰香甜醬吐司 50 甜家威沙拉吐司 55 咕噠秘製燻肉 65 西西室燻肉 75	<b>咕噠盤式早午餐</b> 情客媽媽的早餐 179 絲襪丹麥西多士 119 咕噠秘製燻肉手拍蛋 168 咕噠秘製燻肉手拍蛋 168	<b>經典風味</b> 35 黃金玉米 39 薯片火鍋 38 香煎培根 38 蒜香雞柳子 50 咕噠秘製燻肉 58 脆皮西式香腸 58 古早豬肉卷 58	<b>日式煎麵系列</b> 香式打點豬排麵 145 秘製燻火燻肉片 148 蒜味嫩雞排 169 日式蛋麵豬排麵 169 薯片豬排麵 179	<b>桌號</b> <b>飲品</b> 濃郁豆漿 38 紅燕豆漿 38 經典紅茶 38 咕噠私厨茶 38 清甜奶茶 38 經典奶茶 48 私家奶茶 48 濃濃椰奶汁 48 經典鮮奶茶 48 特製咖啡牛奶 48 私家鮮奶茶 48 鮮奶咖啡 48 鮮奶可可 53 椰香絲拿鐵 53 水果茶 58 洋菓拿鐵 58 半熟鳳梨冰茶 68	<b>日式濃醬厚片</b> 香濃花生 45 OHP吐司內石力 45 佛吉仁手打奶酥 55 奶泡甜厚片 55 麻糬乳酪甜厚片 68 燒烤印國燻肉 75	<b>精選三明治</b> 進擊單沙拉 88 咕噠秘製燻肉 308 西西室燻肉 308 香煎豬柳 308 日式煎炸豬排 325	<b>美本兩人早茶</b> 樂意系列 60 椰香椰乳酪 75 鐵板脆皮乳酪 80 花生蓮花軟糖 89 椰製燻肉飽道 90 布羅尼巧克力 70	<b>好味大雞腿排餐</b> 198 <b>好味大雞腿排餐</b> 198 <b>好味大雞腿排餐</b> 198	<b>單品小點</b> 油炸日式康羅麗 75 麥克羅麗(5塊) 49 古早味麻糬(3內) 49 洋蔥圈 49 糖醋炸雞米花 49 咕噠秘製燻肉 49 主廚蛋湯(附小麵包) 40 黃金奶露 40 脆皮西式香腸 39 蒜味麵包 30 薯片豬排 30 荷蘭蛋 15	<b>紅藍/青醬義大利麵</b> 優優燻肉 155 脆皮西式香腸 165 西西室燻肉 170 蒜味雞排 175 日式康羅麗 175	<b>紅醬甜菜燻飯</b> 香濃燻肉 155 脆皮西式香腸 165 西西室燻肉 170 日式康羅麗 175 美式手打漢堡排 175

(圖 6) 高雄區菜單



(圖 7) 咕噠咕噠 Logo 與員工合照

經營理念：

每個人生活都不容易，但是日子可以是甜的~咕噠咕噠早午餐從一而終的堅持-努力會讓自己的世界很不同。事實上你可以比你自已想像中的還要努力，不要輕忽了自己的每段經歷與時程，要堅持到底，就像黑夜後一定會來的天亮，而就在咕噠咕噠早午餐的「公雞喔喔啼」後，我們一起看到的是晨曦光亮帶來的燦爛世界。

## 二、 次集資料收集架構

本組界藉由學術文章、新聞報導以了解企業在各面向做了哪些事情。(次級資料由咕噥的官網及新聞報導中搜集)

(表 3- 1) 研究架構

訪談題目	企業已做 (小組收集資料)
環保 (綠色永續)	
社會	
消費者	
員工	

### 三、 企業訪談

前期在篩選探討、研究之店家時，做了十分充足的作業及搜集了許多資訊，發現咕噥咕噥所做過的各層面發展及所推行的活動十分特別且有探討之意義，舉例來說：在咕噥咕噥臉書專頁中搜尋到了當初縣府因石斑魚無法出口至中國導致功大於需，因此委託咕噥咕噥幫忙推出特色料理石斑魚事件等等，令我們對於咕噥咕噥的各層面管理以及打算如何永續經營完成社會責任感到好奇且想了解，並組內討論後與曾老師說明並尋求進一步聯絡的資訊，因緣際會下因曾老師熟識的友人認識咕噥咕噥的老闆，進而協助我們對於咕噥咕噥有近一步的訪談機會。



(圖 8) 石斑魚事件

#### 1. 受訪者、地點、時間：

受訪者：咕噥咕噥老闆 陳价斌

地點：咕噥咕噥早午餐（和平店）

時間：112/3/2 上午 09:30 至 11:30，約 2 小時



(圖 9) 咕噠咕噠早午餐-和平店照



(圖 10) 訪談合照

## 2. 訪談問題：

此份訪談問題以 E(環境)、S(社會)兩個面向去設計，其中環境本組歸類為 E 面向，S 面相則包含社會、消費者、員工等。

### 1. 環保（綠色永續）

企業本身對於綠色環保永續相關課題之看法/做法為何？例如：

- (1) 企業本身對於綠色環保永續相關課題之看法為何？
- (2) 綠色產品（如使用再生紙包裝…）？
- (3) 綠色供應鏈（如強調上游廠商）？
- (4) 綠色製成？
- (5) 其他？

### 2. 社會（社區）

企業本身對於所處社區或是社會/居民相關課題之看法/做法為何？例如：

- (1) 與當地社區各級學校建立關係（如到小學辦活動傳授早餐重要性）？
- (2) 對於社區/社會弱勢族群的幫助？
- (3) 固定捐助/贊助各種社區活動等？
- (4) 其他？
- (5) 您覺得進行上述相關事項對企業是否有幫助？
- (6) 企業從事上述事項之壓力是否增加？

### 3. 消費者

企業本身對於顧客（消費者）相關課題之看法/做法為何？例如：

- (1) 食品成分標示（生產履歷），食品（食材）安全？
- (2) 健康成分？
- (3) 與消費者之互動（回應消費者之問題、宣導浪費食物議題等）？
- (4) 其他？
- (5) 您覺得進行上述相關事項對企業是否有幫助？
- (6) 企業從事上述事項之壓力是否增加？

#### 4. 員工

企業本身對於自身員工相關課題之看法/做法為何？例如：

- (1) 招募員工有遇到問題（如缺工/離職率高等）？
- (2) 員工薪資福利與同業比較？
- (3) 提供弱勢族群就業機會？
- (4) 其他？
- (5) 您覺得進行上述相關事項對企業是否有幫助？
- (6) 企業從事上述事項之壓力是否增加？



## 第四章、 研究結果

### 一、 次級資料收集

此表為本組在訪談前整理對於每個層面所提出的問題、企業已做的事情以及我們建議企業未來可做的事情，因此連接性為主題，而非事情。

主題	企業已做	我們建議做（訪談前，參考次級資料而討論出的建議）
<p><b>環保（綠色永續）</b></p> <p>企業本身對於綠色環保永續相關課題之看法/做法為何？例如：</p> <p>(1) 企業本身執行綠色環保永續困難處為？</p> <p>(2) 綠色產品（如使用再生紙包裝…）？</p> <p>(3) 綠色供應鏈（如強調上游廠商）？</p> <p>(4) 綠色製成？</p> <p>(5) 其他？</p>	<p>1. 企業配合環保政令，投資環保設備。</p> <p>2. 企業目前所實施的社會責任相關環保策略，如自帶杯折扣。</p>	<p>1. 未來 10 年內規劃的社會責任涵蓋了不提供免洗碗筷。</p> <p>2. 企業的規模與資源試著推動綠色供應鏈。</p> <p>3. 因應吃素救地球，推出更環保的餐點。</p> <p>4. 將產品外袋包裝改為綠色包裝，並且標有綠色標籤，且運送申請碳標籤以便管控產品所造成環境負擔的程度。</p> <p>5. 了解顧客購買綠色產品的意圖及購後反應。</p>
<p><b>社會</b></p> <p>企業本身對於所處社區或是社會/居民相關課題之看法/做法為何？例如：</p> <p>(1) 與當地社區各級學校建立關係（如到小學辦活動傳授早餐重要性）？</p> <p>(2) 對於社區/社會弱勢族群的幫助？</p>	<p>1. 2021 年 12/1~12/10 號期間推出龍膽石斑的料理。</p> <p>2. 2022 年 5/1~7/31 參與勵馨基金會舉辦的愛馨待用餐。</p>	<p>1. 編列預算贊助公益活動。</p> <p>2. 增加參加慈善活動的次數。</p> <p>3. 優先考慮有實行社會責任的供應廠商。</p>

<p>(3) 固定捐助/贊助各種社區活動等？</p> <p>(4) 其他？</p> <p>(5) 您覺得進行上述相關事項對企業是否有幫助？</p> <p>(6) 企業從事上述事項之壓力是否增加？</p>		
<p style="text-align: center;"><b>消費者</b></p> <p>企業本身對於顧客（消費者）相關課題之看法/做法為何？例如：</p> <p>(1) 食品成分標示（生產履歷），食品（食材）安全？</p> <p>(2) 健康成分？</p> <p>(3) 與消費者之互動（回應消費者之問題、宣導浪費食物議題等）？</p> <p>(4) 其他？</p> <p>(5) 您覺得進行上述相關事項對企業是否有幫助？</p> <p>(6) 企業從事上述事項之壓力是否增加？</p>	<p>1. 在選擇原料時，企業尋求低成本也衡量原料來源的社會與環境因素。例如；選擇與有機小農長期配合原料收購。</p> <p>2. 主動標明消費者可能產生疑慮的產品源。例如：食材簡歷，像是台灣豬、有機蔬菜。</p>	<p>1. 是否會因為萊豬便宜台灣豬許多而更換成萊豬，若是透過問卷、app、網站詢問等管道，若消費者對於萊豬的意見無太大反應，是否會更改成萊豬。會去了解並根擴你們的建議去審查每間店的狀態。</p> <p>2. 對於文案撰寫以及評論回覆還有海報製作等等行銷是有社群小編，目前會去了解並根擴建議去審查每間店的狀態。</p>
<p style="text-align: center;"><b>員工</b></p> <p>企業本身對於自身員工相關課題之看法/做法為何？例如：</p> <p>(1) 招募員工有遇到問題（如缺工/離職率高等）？</p> <p>(2) 員工薪資福利與同業比較？</p> <p>(3) 提供弱勢族群就業機會？</p> <p>(4) 其他？</p>	<p>1. 加開晚餐或宵夜模式增進夜間客群，以及根據客群或時點推出符合（特色）餐點。</p>	<p>1. 是否鼓勵員工參與社區的志工活動以提高員工實施社會責任的認知。例如：公司提供額外福利給予每月參與養老院志工活動的員工。</p>

(5) 您覺得進行上述相關事項對企業是否有幫助?		
(6) 企業從事上述事項之壓力是否增加?		

## 二、 訪談結果

### (一) 環保 (綠色永續)

對於此政策可能未來面向不會太深的發展，本研究限制在只訪談一個個案為研究對象，因此可能會造成無法代表整個產業，或許會過於主觀。後續研究建議可以多增加幾個個案，增加研究結果的客觀性。

#### 1. 企業本身執行綠色環保永續困難處為？

##### (1) 政府現行推廣 CSR 之制度與相關條例暫且不夠健全無約束性

政府目前政策更偏向推廣，以鼓勵為主並無強制性，因而不會是企業在成本及同業競爭壓力下選擇的第一考量要點。

##### (2) 現有綠色供應鏈偏少使企業難以將需求及環保兩手兼得

企業面對環境競爭、成本考量，供應鏈本身可提供的綠色產業選擇並不多，只能盡可能選擇一些綠色環保的包材。

##### (3) ESG 是否進行的關鍵

企業進行 ESG 成本反應在產品價格後，是否能夠發現新客群的需求，能夠有完整的產品及服務設計，並且兼顧企業本身獲利，是決定 ESG 是否進行的關鍵。

#### 2. 綠色產品 (如使用再生紙包裝…) ？

##### (1) 搭配器具進行日常節約用水

餐廳用水部分，事前定量泡水再搭配洗碗機使用，能夠將用水量控制。

##### (2) 紙袋交換計畫

鼓勵消費者提供家中不需用到的紙袋給需要的人，來做到重複利用的部

分。目前紙袋交換計畫，為鼓勵顧客也會成立一筆基金，以此激勵顧客提供紙袋之意願，而此想法如更多大型企業願意聯合進行類似活動，想必能有更高的響應度。

### 3. 綠色供應鏈（如強調上游供應商）？

#### (1) 選用綠色食材

目前店內所使用的原物料，如豬肉、蝦，皆為特選安全養殖的原物料，但成本也相對提高，內用型店家較能夠適用於價格高品質高的產品試用，而外帶型則為價格競爭激烈，極可能無法進行，未來企業如有計畫多角化經營，加開不同型式的店面，則成本的考量將會是一大重點。

### 4. 綠色製程？

#### (1) 新增電子設備（如圖 11）

線上點餐、多元結帳，皆為企業一直進行中的項目，提供顧客更多支付方式的选择，也在其中陸續減少紙張、點餐相關消耗品之使用。

### 5. 其他？

#### (1) 綠色標章認證

政府在與綠色相關標章方面的認證機制不夠完善，導致企業進行的意願降低，並且消費者對於這方面較為無感，企業選擇做不做的原因，最主要的問題還是市場的反應效果並不佳。



(圖 11) 電子設備

## (二) 社會責任

社區部分較沒太大的涉略，但有與當地社區各級學校建立關係（如到小學辦活動傳授早餐重要性）家扶、立新國小等活動贊助，也提供過代餐服務等。

### 1. 固定捐助/贊助各種社區活動等（如圖 12）

(1) 企業本身曾向家扶中心購買愛心零食箱，在特定時間內擺放在店內供民眾索取，並由民眾以免費索取的方式帶回家中幫忙把箱內的零食填滿再帶回店中做愛心，再統一帶去給家扶中心的孩子們，也會做回饋進行捐款。

### 2. 公益贊助方面是否會想宣傳讓顧客知道？

(1) 對於公益贊助方面，可能面對許多方面的考量，例如：太刻意去建立公益形象，但民眾可能並不關心而帶來反效果，所以並不會進行宣傳。

### 3. 是否有考慮與在地小農合作？（如圖 13）

- (1) 陸續有與多家小農進行合作，但稍有規模的小農目前許多企業皆有合作，而大部分小農由於產品質與量的問題，往往無法進行長期的提供。

### 4. 您覺得進行上述相關事項對企業是否有幫助？

- (1) 對於實際上的狀況，幫助並無大於付出的努力再加上企業比起營造企業形象，更重視員工的福利、培訓等，所以此層面的服務，除了公益活動，與員工一起做志工外，對於員工以及消費者面向較為無感。



(圖 12) 愛馨待用餐



(圖 13) 在地小農合作

### (三) 消費者

企業認為未來 ESG 較可能由消費者及員工的面向進行。以開發新客源為主，增加新的餐點設計，並與特定平台進行推廣，尋找新客群。提高產品價格，以客單價去彌補客流失，並且進行客群更替。

#### 1. 食品成分標示（生產履歷）、食品（食材）安全

##### (1) 食品安全：

經過一些食安事件，已經成長很好的環境。有在官網公告，但消費者意識才是重點，大多數都以價錢、賣象為優先考量如：無毒蝦子，不放保鮮劑就很容易黑頭，賣相就不好，消費者就會認定是不新鮮。（如圖 14）

#### 2. 在菜單上標註成分、熱量

##### (1) 比較困難，食品跟食物的概念不太一樣。

成分（所用食材名稱）不用再特別註明，沒有意義。更重視食材來源。但熱量標示是可以的，比較偏向於服務設計，設計不同需求餐點。如：健康、減重、健身。

### 3. 您覺得進行上述相關事項對企業是否有幫助？

- (1) 形象加分是有的，但成本增加以致價格增加，消費者願不願意買單，為主要考量。
- (2) 做了是否能產出實質上的效益。
- (3) 消費者風氣在南部消費者對於綠色環保好感度不大。
- (4) 針對客群老化，餐廳本身較無感，客總量也許變少，但以競爭者沒有過多的狀況，並無感受客群萎縮。



(圖 14) 食品安全

#### (四) 員工

員工是我們的競爭條件，所以在整個 ESG 裡面員工對咕噠咕噠來說是第一順位，加上現在環境的改變，員工也成了非常重要的一個環節。

教育訓練-咕噠咕噠重視職前訓練，目前大部分早餐店市場僅接觸在職訓練 (OJT)，因為認為進行員工課程訓練的成本過高，但我們以培養未來



店長為目標不計成本去培訓員工。

### 1. 招募員工有遇到問題（如缺工/離職率高等）

- (1) 目前少子化導致缺工嚴重，缺工已是現在大部分企業在面對的問題，加上新進員工對於高壓環境下有所避諱，導致請人方面更加困難。
- (2) 當員工開始追求更高的生活水準（薪資）的時候就不會考慮進入早午餐這個餐飲行業，或是已在職中的員工就會在騎驢找馬的狀態下工作。

### 2. 員工薪資福利與同業比較（如圖 15、圖 16）

- (1) 在官方網站對優秀員工進行表揚，並且給予實際加薪獎勵，如圖 15。
- (2) 我們創造一個好的環境，讓員工工作的同時享有最基本的權利，在早期早餐店大都沒有冷氣的時候，我們的廚房就有裝設冷氣，顧及員工升遷培養員工成為店長，如果員工有意願也能入股，如圖 16。
- (3) 時間到點準時下班，不讓員工加班、超時工作。
- (4) 疫情最嚴峻時候，眾多餐廳都將員工砍班，而我們選擇挪用隔年的假來補足員工的權利，避免員工在生活上遇到經濟上的困難。

### 3. 提供弱勢族群就業機會

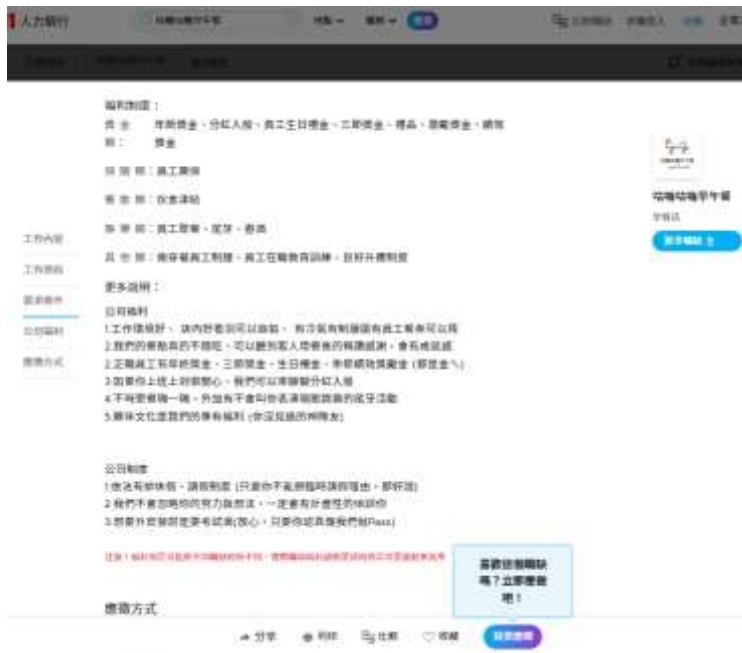
- (1) 咕噥咕噥的員工很多像家庭主婦、單親媽媽或是學生都是偏家庭弱勢的族群，若是員工有需要幫助的地方，我們會盡可能地幫助員工解決他的困難。
- (2) 身心障礙者就比較困難，因為工作性質不適合且工作環境太高壓，怕他們會無法負荷。

### 4. 企業從事上述事項之壓力是否增加？

- (1) 因為對堅持員工實行職前教育訓練，所以在員工這部分的成本會相對高昂。



(圖 15) 加薪福利



(圖 16) 員工福利制度

## 第五章、 結論

### 一、 業者目前環境保護與社會責任

將訪談時了解業者已做，以及蒐集的次級資料統整業者已做的相關事項，並以業者角度提供業者能做的建議，如（表 5-1）所示。

（表 5- 1）咕噥咕噥已實施（來自企業訪談與次級資料）

層面	企業已實施
綠色環保	(1) 企業配合環保政令，投資環保設備，如:洗碗機。 (2) 企業目前所實施的社會責任相關環保策略，如自帶杯折扣。 (3) 環保袋交換計畫，消費者可以將自己的環保袋放置於店內，讓有需要的顧客索取。 (4) 基於成本、價格的考量，只能選用較環保的原物料。
社會責任	(1) 與小農合作，並幫忙政府解決小農問題。 例：石斑魚事件時推出特色料理。 (2) 代餐服務以及公益贊助等活動。
消費者	(1) 既定消費者意識及社會風氣。 (2) 貴企業在選擇食材原料時，企業尋求低成本之外、品質與來源也有要求。例如:選擇與有機小農長期配合、和光蝦、台灣豬。
員工	(1) 去年曾加開過晚餐時段增加夜間客群。 (2) 為正職員工設立獎金制度，增進員工上進心。 (3) 疫情期間為員工加薪。 (4) 升為店長可投資入股公司，激勵勞資雙方。

綜合業者的回應，整合出各層面的總結，了解各層面企業主之看法。

(表 5- 2) 咕噠咕噠執行長 陳价斌的看法

層面	企業看法
綠色環保	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 政府綠色標章的相關機制不夠完善。</li> <li>(2) 業界缺少領頭羊。</li> <li>(3) 綠色供應鏈選擇少。</li> <li>(4) 消費者市場不太在乎業者是否有做環保相關事情。</li> </ul>
社會責任	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 代餐服務、公益活動一直有持續在做。</li> <li>(2) 消費者較為不關心的面向。</li> <li>(3) 不想過於營造形象。</li> </ul>
消費者	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 消費者意識形態正在改變，但南部少數人重視。</li> <li>(2) 既有社會風氣，若限制消費者，怕會有反彈。</li> <li>(3) 形象加分，有顧客疑問訂價太高，解釋高價原因（食材選用）後理解並認可；但多數還是以價錢衡量。</li> </ul>
員工	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 比起其他同業相對注重職前訓練。</li> <li>(2) 認為員工不是公司的資產而是夥伴。</li> <li>(3) 讓員工認為自己在咕噠咕噠上班一件值得驕傲的事。</li> </ul>

## 二、 結論與建議

### (一) 綠色環保:

以台灣政府對於綠色環保相關議題的重視程度，並沒有太多的政策、領導者推動與執行。同業間也因競爭關係沒有企業願意第一個實施，因此在這樣的情境之下，要實施綠色環保是相當的困難，因此本組針對各項問題提出建議，如下:

1. 申請政府持續提出各項專案活動，如：補助綠色供應鏈研發資金、海外深造…等，以此壯大綠色供應鏈，提高企業的選擇性。
2. 偕手各企業一同推動，減少各中小企業在行動過程中的難度，也藉由推廣規模逐漸龐大，提升消費者對此議題的重視程度。
3. 新增電子設備，讓點餐機制簡單化並且能減少紙張的運用。
4. 增添其他環保設備，如：排煙、煎台、設備等。
5. 不再直接提供吸管，讓顧客撕封膜直接飲用，如顧客有需要再提供。

### (二) 社會責任:

以某些角度去看企業落實社會責任是可以增加企業的形象與知名度，並且是否要公開讓大眾知道也成為企業需要面臨的問題，要做多少與公開多少，在各行各業都有所不同，本組針對能提升企業形象與知名度提出下列建議:

1. 持續積極參與社會公益保持對社會公益一定的關心

雖然對於企業來說，與社福機構及社區持續有志工服務贊助等並不是最注重的，但是若可以建立在不給員工壓力及影響營運的情況下做志工服務、贊助等才是對企業來說最理想的，不特地營造企業形象但卻可以讓消費者在想起企業時是知道也感同身受企業對於社會的回饋，是企業努力達成的面向，不僅是企業積極參與社會公益，落實企業回饋社會的理念，消費者、政府等若能對於企業落實社會責任給予更大的肯定以及幫助，相信不會有不願意做的企業。

2. 可以考慮跨區合作並擴大公益社區、校園的範圍，利用合作的方式不僅可以在外縣市打出知名度也可以減少企業所需承擔的成本。

### （三）消費者：

消費者的認知程度較多取決於企業廣告宣傳作的程度，企業能做的就是將一些觀念與議題灌輸給消費者，讓消費者了解企業這樣做是為了什麼以及要如何去實施，消費者認同後會間接影響整個大環境在推動各項議題的成效，因此本組提出下列建議：

1. 可以用賞與罰（折價、加價）來改善風氣，但更多是需要同業力量，若同業都響應就較不會因此策略減少客群。讓消費者慢慢適應環保氛圍。
2. 「但知行好事，莫要問前程」雖然是人們一直追求的品德，但現今社會很少思考好壞，多以金錢衡量。我認為企業能再多宣傳自我理念及追求共同利益的想法，讓消費者願意花多一些錢，享用更好的食物。
3. 能更多宣傳選食材的用心及想法。

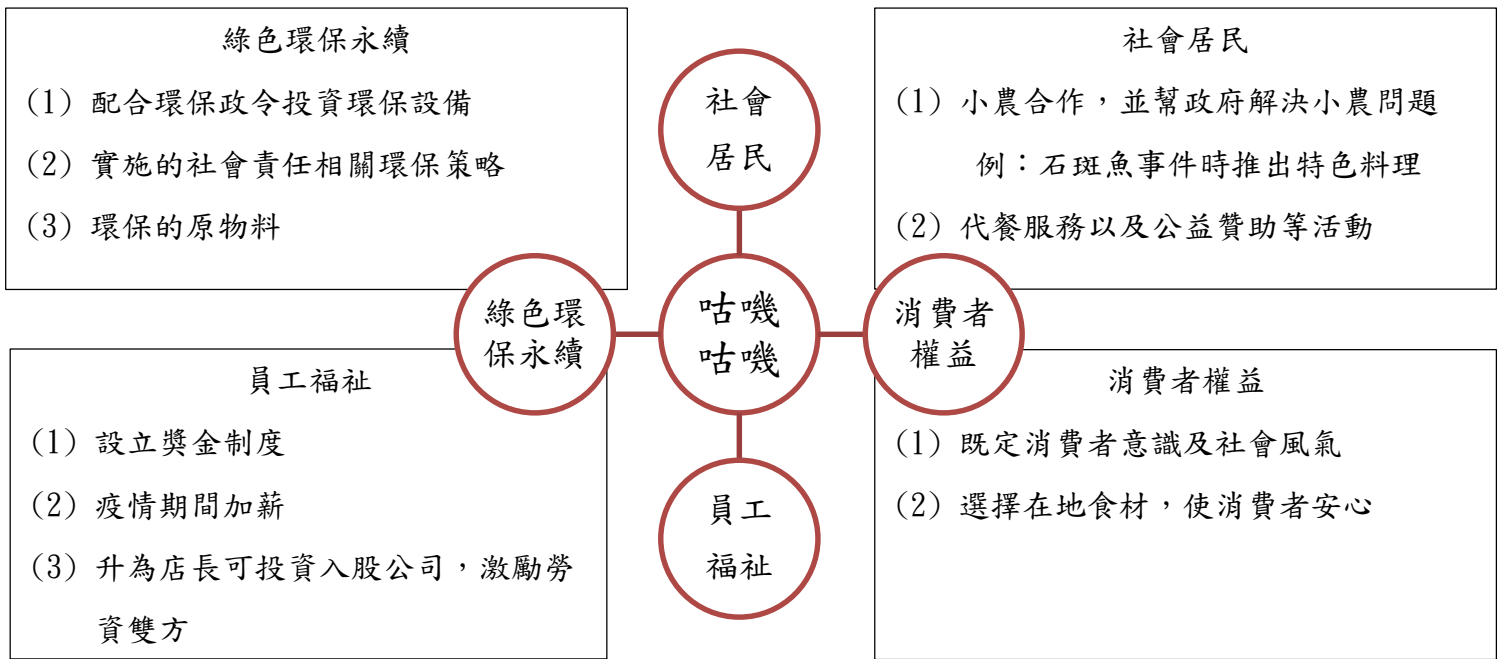
### （四）員工：

員工對於企業來說不僅是成本支出，同時也算是一種投資，所以員工的權益等，會間接影響企業的收益與形象，因此針對員工的權益及其他各項問題，本組提出下列建議：

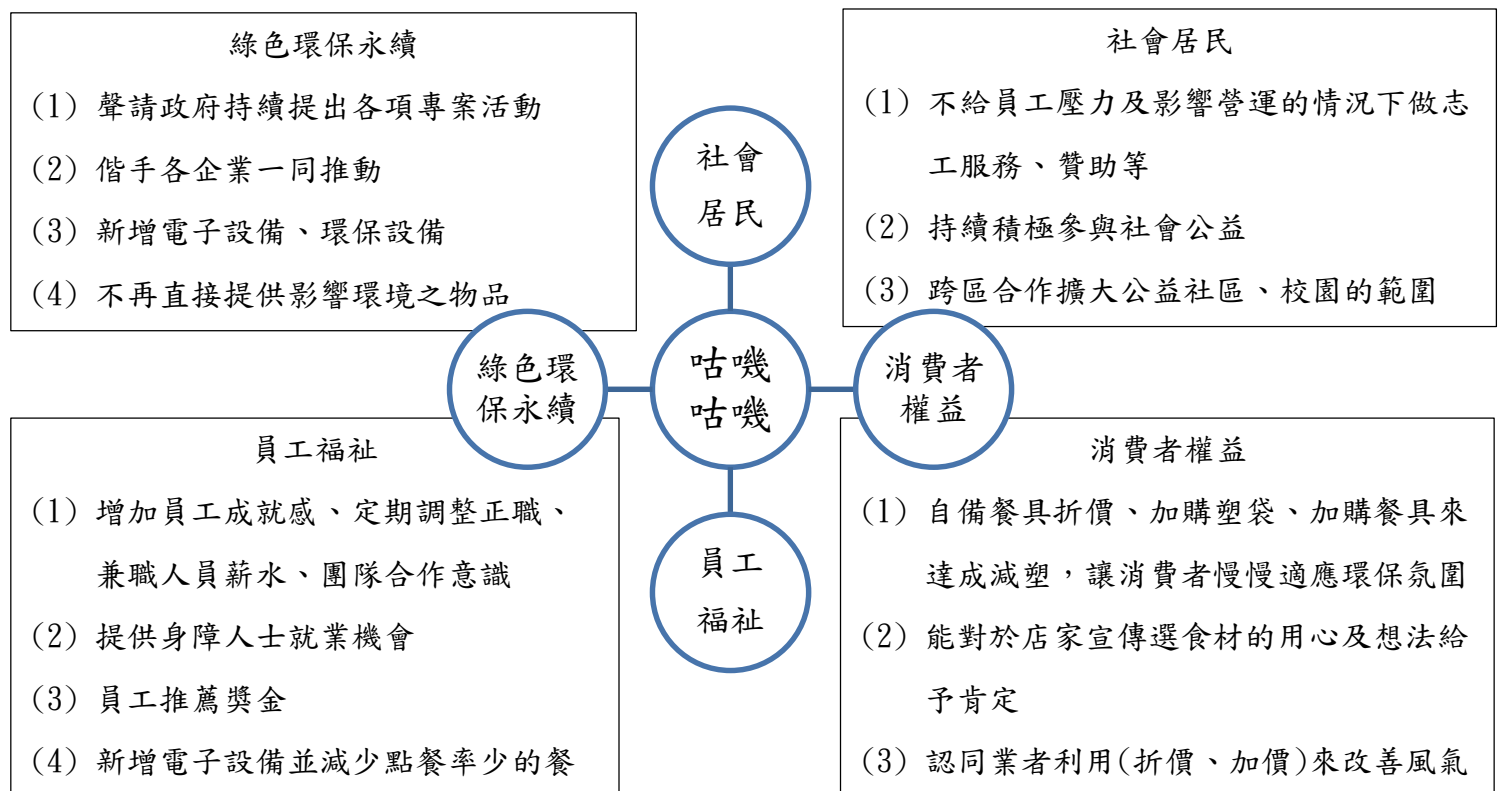
1. 目前員工在企業仍舊是難以被替代的存在，而要招募及留住人才是每間企業一定會面臨的問題，但我們認為比起持續招募新員工，如何把握住既有的人力才是最關鍵的，像是讓員工參與餐點的開發讓員工有成就感、定期調整正職、兼職人員薪水、增加團隊合作意識減低員工個人壓力，甚至是各式各樣的獎金機制等方式，凡能與員工達成共識，即能長久留住人心。
2. 咕噥咕噥對於員工的職前訓練不計成本，雖然能最有效的培養員工獨立，但在訓練成本這部分若仔細精算可能還是會發現花費有點高昂，因此我們認為可以申請政府推動的企業員工訓練補助計畫，這是政府

用以鼓勵企業運用政府資源辦理內部員工訓練，在強化員工在職技能的同時獲得補助減輕負擔。

3. 提供身障人士（EX：聽障、聾啞人士）少名額的就業機會，並為該員工製作名牌，讓來店的顧客了解這名員工是「特別」的。
4. 建議可以慢慢減少不常被點到的餐點，專注把已有的餐點做的更有特色（減少員工出錯的機率，降低壓力）。
5. 員工推薦獎金：讓夥伴引薦自己的親友來公司上班，如果滿一段時間介紹人就可以領到獎金。
6. 新增電子設備：讓員工可以更有效率服務客人或是製作餐點。



(圖 17) 將上述的訪談結果與次級資料整合之企業已做



(圖 18) 將上述的結論與建議整合之建議企業可實施方向



## 第六章、 附錄

### 參考文獻：

消費者購物行為：

Arnold & Reynolds， 2003； Kim， 2006 新冠肺炎疫情前後消費者行為的變動分析

綠色包裝：

童言，綠色偏好與通路策略之關聯性探索

綠色管理：

陳宥杉，綠色企業與綠色創新

社會責任：

黃正雄，我國中小企業社會責任之研究

Milton Friedman（米爾頓·弗里德曼），（1970 Friedman）企業的社會責任是增加利潤，1970年9月13日首次發表在《紐約時報》上

文獻回顧：

蔡卓芳，企業的ESG發展藍圖：從合規到承諾的價值共創之旅

馬明圓，企業永續發展策略比較地圖之包括ESG原則

經紀人編輯部，ESG是什麼？投資關鍵字CSR、ESG、SDGs 一次讀懂

工作滿意度：

張佩婷，員工滿意度與員工建言行為之關係

中小企業社會責任：

顏和正，什麼是企業社會責任？一次搞懂關鍵字CSR、ESG、SDGs

企業社會責任（CSR）是什麼？中小企業如何從小地方落實？

綠色供應鏈：

曾奕涵，企業綠色管理為意向之研究—以政府永續治理、企業綠色夥伴與社會責任為影響因素

綠色永續：

王之佳、柯金良等譯《我們共同未來》

企業綠色管理行為意向之研究-以政府永續治理、企業綠色夥伴與社會責任為影響因素

員工：

方至民、曾志弘，管理學理論探索與實務應用

員工社會責任的重要性：

饒斯涵，從歸因理論觀點探討員工對企業社會責任認知之研究

## 圖片來源：

### 文獻回顧：

#### ESG 定義：

表 1-1: ESG 之內容 (經理人-周頌宜)

表 2-1: 三大國際規範 (馬明圓 (2020)、鐘雨辰 (2012))

表 2-2: 臺灣行政院環境保護署對綠色產品的標準定義

圖 1: 訪談業者之綠色供應鏈 (示意本組自行繪圖)

圖 2: 台灣證券交易所

#### 消費者：

表 2-3: 國際消費者協會 (Consumers International)

### 研究方法：

1. 早午餐民族店、和平店 Google 評論回覆：

圖 3: 截自 Google map 評論 咕噥咕噥早午餐-民族店、和平店

2. 咕噥咕噥門市資訊：

圖 4: 咕噥咕噥早午餐 品牌總部官網

3. 屏東區菜單：

圖 5: 咕噥咕噥早午餐 品牌總部官網

4. 高雄區菜單：

圖 6: 咕噥咕噥早午餐 品牌總部官網

5. 咕噥咕噥 Logo 與員工合照：

圖 7: 咕噥咕噥早午餐 品牌總部 FB 官網

6. 龍膽石斑：

圖 8: 咕噥咕噥早午餐-與屏東政府合作協助銷售龍膽石斑：  
咕噥咕噥早午餐 品牌總部 FB 官網

7. 受訪地點：

圖 9: 咕噥咕噥早午餐和平店:google map 咕噥咕噥早午餐-和平店

3. 訪談合照：

圖 10: 咕噥咕噥早午餐訪談合照：本組組員自行拍攝

### 訪談結果：

1. 環保供應鏈：

圖 11: 電子設備:咕噥咕噥早午餐-線上點餐系統:咕噥咕噥早午餐-林森店 Line 官方帳號

2. 社會責任：

圖 12: 咕噥咕噥早午餐-定期參與公益活動:咕噥咕噥早午餐品牌總部 FB 官網

圖 13:咕噠咕噠早午餐-與在地農民合作:咕噠咕噠早午餐  
品牌總部 FB 官網

3. 消費者:

圖 14:食品安全:咕噠咕噠早午餐-注重食品安全範例圖:  
咕噠咕噠早午餐 品牌總部 FB 官網

4. 員工:

圖 15:咕噠咕噠早午餐-員工薪資福利:咕噠咕噠早午餐 品  
牌總部 FB 官網

圖 16:咕噠咕噠早午餐-員工福利制度:1111 人力銀行 咕  
噠咕噠早午餐-假日工讀生

5. 結論:

表 5-1:本組自行繪圖

表 5-2:本組自行繪圖

圖 17:本組自行繪圖

圖 18:本組自行繪圖