



第四屆《遠見》企業社會責任大調查

大企業領軍 協助供應商做CSR

編輯部

剛接任友達光電總經理滿半年的陳來助，身為年營收新台幣4800億元、全球前三大液晶面板廠掌門人，去年友達的營收與獲利創歷史新高，但他的記者會處女秀，竟然不談業績，只談友達的綠色承諾。

44歲的陳來助，2007年9月接掌友達光電總經理之後，開始大力推廣綠色環保策略。

在友達2007年度策略會議中，他與數百位主管花了整天時間討論如何降低溫室氣體排放與提升資源再利用率，最後訂出了2010年生態效益指標「八、七、七」目標——資源回收再利用率達80%、溫室氣體排放降70%、以及用水量降70%。

早在京都議定書簽訂前，友達光電已於2004年開始建立溫室氣體盤查制度。去年台灣與大陸七個廠區全部通過ISO 14064-1環保認證，成為全球第一家通過此認證的液晶顯示器（TFT-LCD）製造商。2008年友達更獲得環境與發展基金會發表台灣第一

家「第三類環境宣告」證書，代表產品經過環保認證。

為了持續推廣企業社會責任的觀念，《遠見》雜誌首創台灣地區「企業社會責任大調查」，今年堂堂邁向第四屆，今年上市企業平均分數63.66分，比去年62.16分高。

經過書面審查、媒體與各主管機關查核，再由評審團激烈討論後，今年在不同產業組別中，共評選出13家最佳企業社會責任獎的企業。

除了13家得獎企業外，今年《遠見》並首度公布台灣上市企業CSR50強排行榜。

1.企業與利害關係人溝通弱 僅26.7%上市企業已建立利害關係人溝通對話的機制並且定期開會

另外，由於台達電子與中華汽車已經連續三年獲得《遠見》CSR首獎，為表彰兩家企業在履行企業社會責任之傑出表現，評審團特別頒給兩家企業CSR榮譽榜。今後任何企業只要能連續三



今年企業社會責任流行綠化，屏東的辜嚴倬雲植物保種中心就是產官學聯手愛地球的楷模。

陳應欽攝

年獲得首獎，即可列榮譽榜，並連續三年不參加評選。

整體而言，今年台灣上市公司CSR總表現如何呢？在財務透明、環境政策、公平競爭、勞資關係、社會參與、消費者權益、利害關係人溝通機制、企業社會政策與管理系統等八大構面上，又有何不同表現？

「台灣企業在利害關係人的溝通機制，相對較薄弱，」擔任CSR評審團主席的台灣大學名譽教授孫震分析，在CSR的八大構

面上，只要有政府法令規定的，企業就比較會遵守，像財務透明度與勞資關係的分數就會較高。

但是21世紀的企業在全球化的潮流下，已經不能獨善其身，必須敞開大門，積極與包括員工、法人股東、一般股東、供應商、社區居民、官員與環保團體等利害關係人進行溝通與對話。

根據《遠見》調查顯示，僅26.7%上市企業已建立利害關係人溝通對話的機制並且定期開會，更有10.3%企業尚未建立利

害關係人溝通管道。（見頁128表1-A）

如果交叉分析可發現，多數企業只重視最直接的利害關係人，例如員工是六成九企業最想溝通的利害關係人，其次為法人股東（59.9%）、供應商（57%）及一般股東（57%）。（見頁128表1-B）

相較之下，只有36.6%上市公司願意跟社區居民對話。但這個比例已經比去年成長了6.8%。

雖然員工是企業溝通的首要目

標，但很吊詭的是，僅有47.6%企業每年舉辦兩次以上的勞資會議，另外有35.4%企業沒有固定的勞資會議或是根本就沒有勞資會議。（見頁128表1-C）

企業參與社區，建里鄰關係

值得心喜的是，已有愈來愈多企業願意做好敦親睦鄰工作。例如科技A組首獎的奇美電子，即透過積極參與社區事務，建立良好的鄰里關係。

2005年，奇美電子宣布斥資



企業偏好與員工、法人股東建立溝通機制

表1-A 26.7%企業建立利害關係人溝通對話的機制並定期開會

☑ 有無針對利害關係人建立對話溝通的機制？

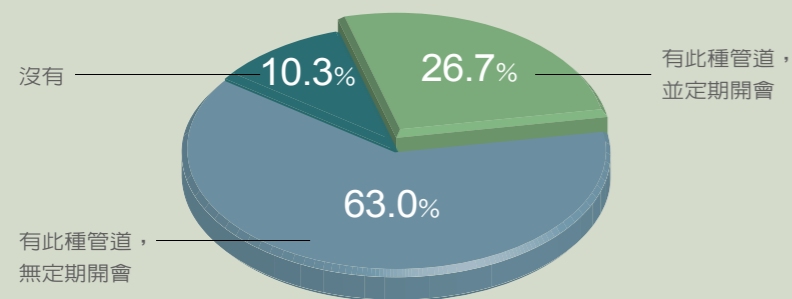


表1-B 員工是六成九企業最想溝通的利害關係人

☑ 想和哪些利害關係人建立對話機制？（可複選）

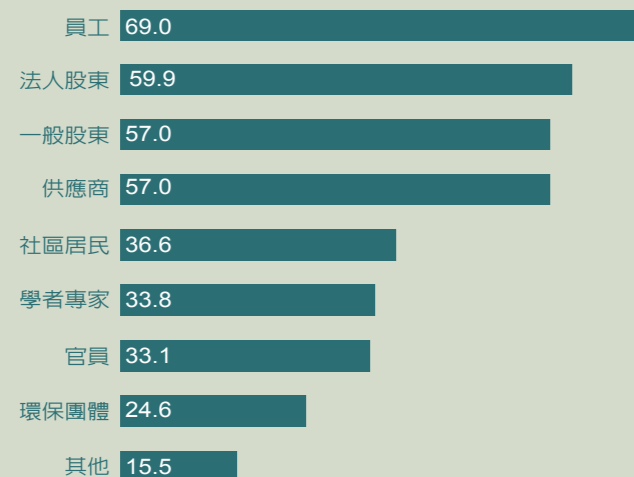
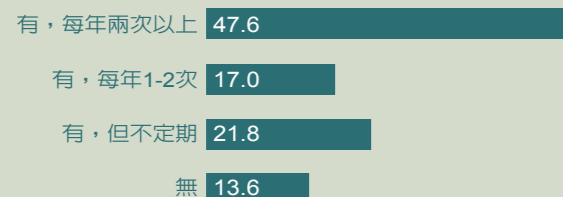


表1-C 47.6%企業每年舉辦兩次以上的勞資會議

☑ 貴公司有無舉辦經常性的勞資會議？（可複選）



142億元（不含土地成本）在南科開發樹谷園區，打造兼顧自然生態的液晶電視產業園區，園區裡種植十萬棵樹木，三年來這些樹苗已經長成三公尺的小樹。

2月底，台南地區下了一週的春雨後，南科樹谷園區一片泥濘。難得2月24日天空放晴，奇美電子邀請了700位南科附近社區居民與文史工作者，一起在園區內植下今年春天第一批樹苗，並且開放園區給光華女中的幼稚園小朋友課外教學。

最近奇美電子剛成立了樹谷文化基金會，「要把奇美集團的幸福哲學，透過社區參與，擴散到南科周遭的社區，」在奇美集團服務30多年的奇美電子副總經理林榮俊強調。

許多企業都把自己關在工廠的圍牆裡面，對於圍牆外面的社區鮮少交流溝通。林榮俊在成立了樹谷文化基金會之後，除了推動社區藝術，還將邀請12位藝術家進駐園區，先挖掘在地文化，再走出南科園區，舉辦夏令營隊，加強對於台南縣弱勢家庭小孩的輔導，讓他們能夠擁有健康陽光的人生觀。

2. CSR部門成企業推動首要

34.2%企業設立CSR專責人員或部門，較前年成長10.1%

在《遠見》雜誌連續四年宣導CSR與進行大調查後，台灣企業對於CSR的認知，其實也已大大提升，已經從認為CSR只是做公

益與環保，提升到兼顧勞資、財務透明、消費者權益等全面CSR的新時代了。

已有超過三成六的上市企業，在2007年發布履行企業社會責任的資訊。（見表2-A）

更有34.2%企業設立CSR專責人員或部門，也較前年成長10.1%。（見表2-B）

在過去，台灣上市公司傾向於公布環境報告書，今年已經提升到10.3%企業公布整合各項CSR指標的企業社會責任報告書。（見表2-C）

更重要的是，在這些有揭露履行社會資訊的企業中，有38.5%企業的報告書，獲得具有公信力的查核單位認證。

今年企業獨立製作CSR相關報告書的意願，也比去年暴增一倍。根據調查顯示，15.8%的上市企業願意獨立出版CSR相關報告書，較前年（8.3%）大幅成長近一倍，72.6%企業仍鍾愛在年報內揭露CSR資訊，63.7%上市企業在網站或股東大會上公布CSR資訊，較前年（52.2%）成長11.5%。

獲得科技A組楷模獎的光寶科技更是雙管齊下，從網站與紙本報告書同部彙整光寶科技全球各廠區的所有CSR指標，「我們把CSR列為光寶各部門的KPI指標，細到每一個廠區的二氧化碳排放等最新資料，都可以在台北總部查得到，」光寶科技公關處處長蘇怡任自豪地說。

36.6%發布CSR資訊，34.2%設專職部門

表2-A 36.6%上市企業有發布履行企業社會責任的資訊

☑ 是否有發布履行企業社會責任資訊？

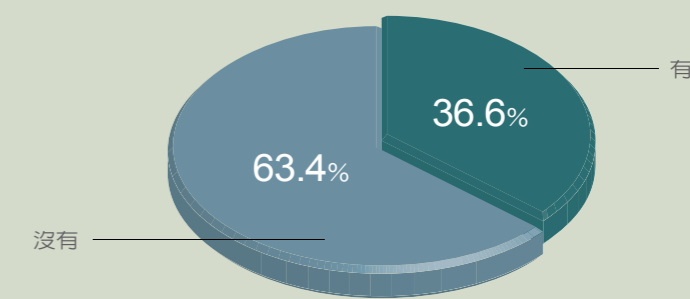


表2-B 34.2%企業設立CSR專責人員或部門，較前年成長10.1%

☑ 有無設立企業社會責任專責人員或部門（不含兼職人員）？



表2-C 企業社會責任報告書成為企業最常用的發布CSR方式

☑ 在2007年期間，是否有發布下列一項或多項的履行企業社會責任資訊？



註：在有揭露企業履行社會資訊的企業中，有38.5%企業將報告書獲得具有公信力的查核單位認證。

15.8%上市企業願意獨立出版CSR相關報告書，較前年的8.3%成長近一倍，72.6%企業仍鍾愛在年報內揭露CSR資訊，63.7%上市企業在網站或股東大會上公布CSR資訊，較前年的52.2%成長11.5%。



九成推辦公室節能，1/3金融業貸款看環保績效

表3 76.7%企業沒做溫室氣體排放統計追蹤

Q 貴公司有無公布2007年溫室氣體統計資訊？

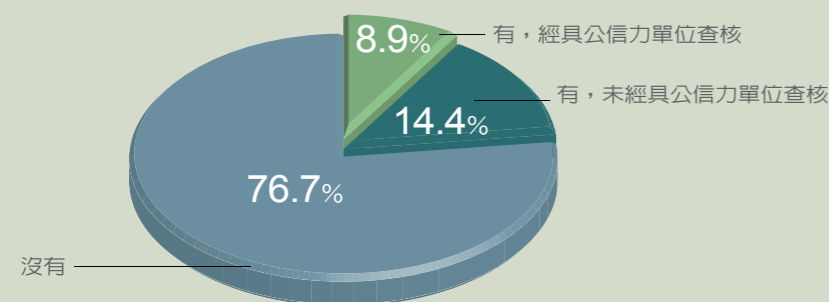


表4 六成九重視供應商CSR績效，較前年提高17%

Q 選擇上下游供應商時，是否把供應商履行CSR做為考量的標準？



表5 三成三金融業重視貸款企業的環保績效

Q 在審核企業貸款的過程中，台灣上市金融業者會將哪些CSR項目列入審核的考量？（可複選）

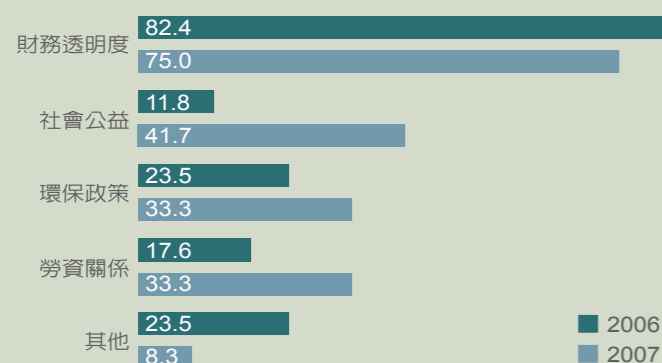
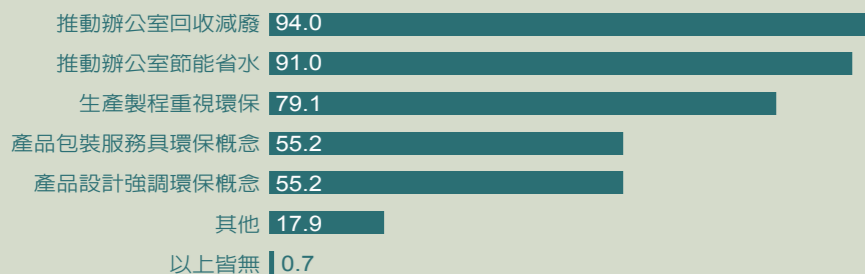


表6 九成推動辦公室回收、減廢、節能與省水

Q 除金融業外，貴公司有無實施下列的環保策略？（可複選）



3.減碳與碳揭露待加強

76.7%上市企業沒有公布2007年溫室氣體排放統計資訊

在38個工業國簽定京都議定書之後，減碳已經成為擋不住的大潮流，台灣企業也開始感受到嚴格控制與降低溫室氣體排放的壓力。例如戴爾電腦、沃爾瑪、寶麟、聯合利華等全球500大企業已經相繼要求供應商必須完成溫室氣體排放統計資料，並且承諾減碳。台灣企業在全球產業供應鏈上扮演極重要角色，國內公司準備好迎接減碳戰爭了嗎？

調查顯示，有76.7%上市企業沒有公布2007年溫室氣體排放統計資訊，只有8.9%企業的溫室氣體排放報告書有經過具公信力單位查核認證。（見表3）

如果再按照產業組別交叉分析，可發現到年營收1000億元以上的科技A組奇美電子、友達光電、聯華電子、台積電及光寶科技五家企業，堪稱模範生，都完成了溫室氣體排放統計的具公信力的機構查核認證。

不過，從今年開始，愈來愈多台商承受到歐美客戶的要求碳揭露的壓力，未來一年內將有29%上市企業規劃公布碳揭露資訊。

4.近七成重視供應商CSR績效

69.4%企業選擇供應商時，會考量供應商的CSR履行績效，較前年提高17%

在全球產業分工的年代，事實上沒有一家企業可以躲避企業

社會責任的實踐。

例如《遠見》本次調查就顯示，69.4%上市企業選擇供應商時，會考量供應商的CSR履行績效，這個比例已較前一年提高了17%，並且會把供應商CSR成果列為下單與否的考量。（見表4）

如果再進行交叉分析可以發現到，在《遠見》CSR50強排行榜中，入榜的五家營收千億元以上的科技A組企業都把供應商的CSR納入考核的項目之一。

而傳產製造業業者對於供應商的CSR管理也正逐步落實中。在50強排行榜中，高達94.7%傳產企業已經把供應商的CSR績效做為評估供應商的考量。

事實上，規模愈大的企業，愈有資源協助供應商做好CSR，扮演火車頭角色。

友達光電在總經理陳來助的要求下，從去年開始針對旗下的全球1000多家供應商進行輔導，舉辦十多場數百人的說明會，宣導溝通什麼是「第三類環境宣告」，要求供應商必須做好產品從設計、原材料生產、組裝到包材都必須符合環保節能減廢的要求，所有的零組件都必須要有一個綠色身分證。

「友達一次就發放了400多份厚達數十頁的問卷，所有供應商都傻眼了，」陳來助說，許多零組件供應商由於資源有限，很難做到友達の環保要求，像是檢驗有毒物質的機器造價動輒幾百萬元，供應商很難買得起。

優退優離是企業解決裁員的首選

表7 19.7%上市企業裁員或關閉生產（營運）據點

Q 在過去三年內，是否有精簡員額或關閉生產線（或營運據點）？

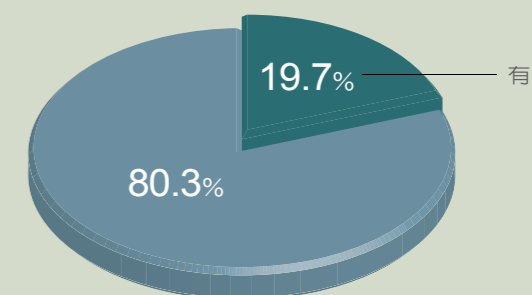


表7-B 79.3%裁員時採取優退優離

Q 針對被精簡員額的員工，有採取何種補償或輔導措施？（可複選）

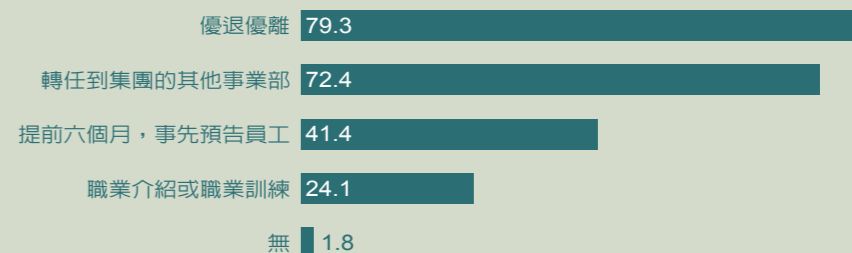
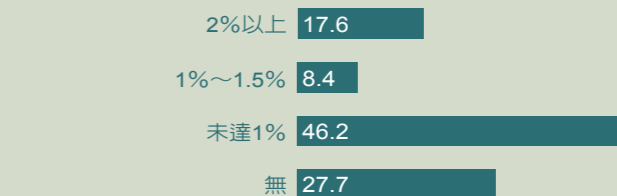


表7-C 僅17.6%聘雇殘障人士占總員工數2%

Q 企業聘雇殘障人士占總員工數的比例？



【調查方法說明】

「2008年企業社會責任大調查」，調查對象為2007年期間之國內670家上市企業，扣除2007年上市企業、最近三年（截至2007年第三季財報）有虧損者不列入評比，經篩選後，460家企業符合調查資格，調查時間為2007年12月3日~12月21日，有效回收問卷147份，回收率32.0%，其中前200大上市企業回收有效問卷86份，回收率達43%。本調查採用的20項企業社會責任（CSR）指標，主要參考「OECD多國企業指導綱領」及其他國際間通用準則，並考量台灣產業現況設計問卷，就台灣上市企業是否重視股東權益、勞動人權、供應商管理、消費者權益、環境保護、社區參與、資訊揭露及利害關係人溝通等項目，進行問卷調查。（調查經費來源：《遠見》雜誌。調查執行：遠見民意調查中心發放及回收統計問卷）繪表：杜軍儀



為此，友達1200多人的研發團隊與供應商合作，提供檢驗設備給供應伙伴，並且提供相關的技術諮詢。「出人出力，只是爲了讓供應商也能夠提高綠色產品的設計生產能力，爲地球盡一份心力，」陳來助感性地說，如果友達不跳出來協助供應商，可能他們也沒有辦法提升競爭力。

5. 金融業貸款考量社會公益

41.7%金融業者把社會公益列到審核企業貸款的考量中，較去年成長近四倍

此外，台灣金融業在貸款時候，也搭上了全球CSR的潮流。

在今年的調查裡面，金融業者不再只是把財務透明度當成是否貸款給企業的考量。高達41.7%金融業者把社會公益列到審核企業貸款的考量中，較去年成長了近四倍；而更有1/3的金融業者把環保與勞資關係也納入貸款的評估項目。（見頁130表5）

6. 企業節能成環保策略主流

94%推動辦公室回收減廢，91%推動辦公室節能省水

面對全球暖化與原油價格破衝100美元大關，九成以上的企業（不含金融業）啓動節能、減廢與回收大作戰。

台灣企業第一步就是改用省電燈泡。家樂福等大型賣場，計畫在三年內，減少用電量5~10%。

而台灣連鎖通路龍頭統一超商從2007年7月起推動「Light

Down」活動，全國超過4000家的門市，傍晚9點陸續關閉騎樓與橫式招牌燈，同時改換用爲環保燈具。關燈將可讓統一每月省下77萬度電力，並減少400公噸二氧化碳排放，一年可省下超過1200萬元的電費。

再者，目前有79.1%上市企業開始重視生產流程的環保，更有55.2%企業從產品設計源頭就考慮到環保問題。（見頁130表6）而在採購再生原料方面，高達51.2%企業開始提升再生原料的採購比例。

倘若再從有提升再生原料採購比例的企業深度分析，可以發現到36.9%企業把提升採購再生原料納入年度營運計畫中，並且有29.2%企業定期檢討採購比例，30.8%企業有專人負責提升再生原料的採購比例。

7. 優退優離是企業裁員首選

79.3%企業採取優退優離，41.4%業者願意提前六個月告知相關員工

過去幾年，台商加速全球布局，也把台灣的工廠關閉生產線，根據《遠見》調查顯示，去年度，19.7%上市企業裁員或關閉生產（營運）據點。（見頁131表7-A）

企業在決定裁員之後，優退優離是對員工最常用的補償措施。79.3%企業採取優退優離，但只有41.4%的業者願意提前六個月告知相關員工。（見頁131表7-B）在保障殘障人士工作權領

域，許多台灣企業寧可被罰錢，也不願聘雇殘障人士。僅有17.6%企業聘雇殘障人士占總員工數2%，更有27.7%企業根本沒有聘雇殘障人士。（見頁131表7-C）

另外在兩性平權方面，雖然政府有相關的規定，但仍有13.6%企業沒有制訂禁止性騷擾政策，大鑽法律漏洞。

不過今年的得獎者、位在新竹湖口的全懋精密卻是大量雇用身心障礙者，2年來，累計有100多位身障者在全懋上班。執行長兼總經理胡竹青甚至在公司裡開辦手語班，要求主管學手語與聽障員工溝通。全懋也積極提供受家暴威脅或外籍新娘工作機會，目前已經有20多位女性員工因此進入全懋工作。

全懋對於女性員工的體貼也展現在宿舍大樓的設計上。胡竹青斥資千萬元爲外籍勞工蓋宿舍大樓，深怕女性員工返回宿舍時遇到歹徒，於是每月花3萬元租金，向對面的公司租借，設計一條專屬通道，讓員工可以安全無虞地走向宿舍。

企業社會責任就像是放長線釣大魚，短期間不見得會有立竿見影的收益，只要願意持續深耕，總有一天公益會變成利益。「企業做CSR要有一股傻勁，」友達光電總經理陳來助說，CSR不像是工廠擴產，多增加幾條生產線，業績就會成長幾倍，CSR要一直做下去，才有可能開花結果。G