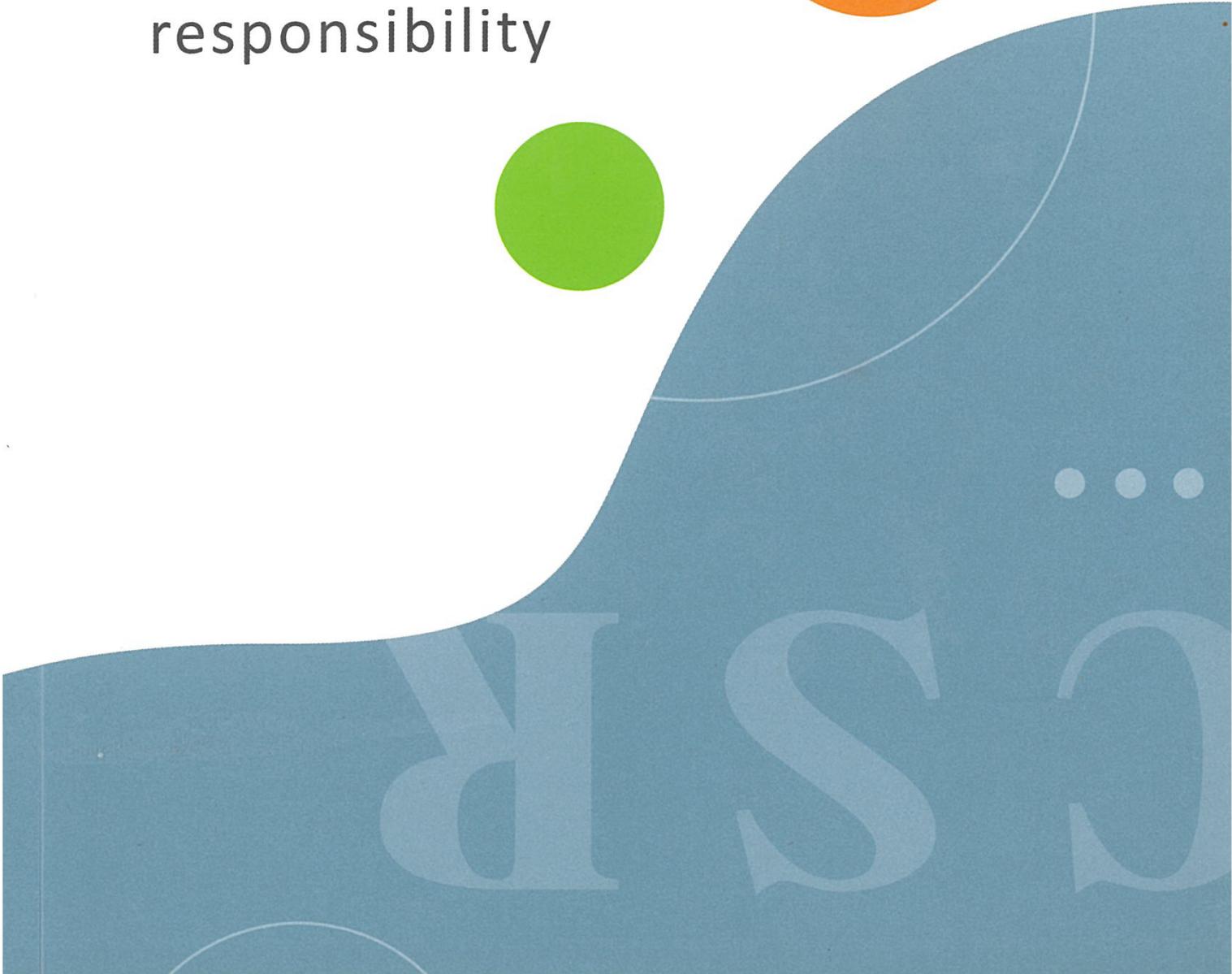
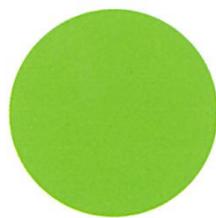




CSR 指引
手冊

實務做法

corporate
social
responsibility



CSR

序



● 為什麼要做企業社會責任？

全球化的商業活動已然是企業經營常態，企業追求國際市場的同時，其經營活動的影響範圍也隨之擴大至全球的經濟、環境與社會領域。然而當企業因為逐利而造成的金融風暴、環境污染以及社會剝削事件逐一被揭露後，各界對於環境資源有限、氣候變遷以及人權平等全球性議題更加被突顯與重視，要求企業應將環境與社會衝擊等隱性成本納入企業價值的計算公式中，並督促企業必須承擔更多的社會責任。

因此企業若要永續經營與發展，必須兼顧到各層面的影響，尤其是在人們對環境、社會問題越來越重視的今天，企業如果不能重視環保，並且違反社會、道德應有的規範等，即使沒有被政府監管部門懲罰，也會因為社會大眾的不滿而在市場上受挫。因此，當今企業經營者惟有重視企業社會責任（CSR, Corporate Social Responsibility），才能使企業得到社會的支持、創造更多的利潤，進而更有餘力地回饋社會，方使企業能永續經營發展。

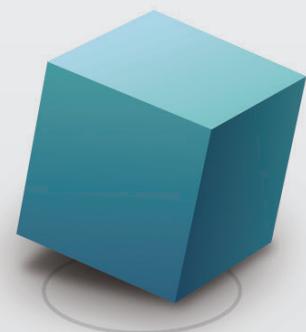




圖片來源：Shutterstock

再者，由於我國係以中小型企業為主，企業多數是供應鏈的各環節，較少自有品牌的企業，以致多為國外品牌商代工或設計；然而，各品牌商在全球化、自由化與數位化的競爭下，除了對產品本身嚴格要求品質、價格須具有競爭力之外，對於企業是否遵循法規、重視企業道德，環保議題上有無貢獻還是破壞，是否尊重在地的勞工權益並進行社會參與、投入社會公益等，也都相對有很高的標準。如最近發生的一連串食安問題，皆起因於少數企業忽視企業社會責任，對廣大消費者及其下游業者帶來莫大傷害，終而遭受社會的唾棄。因此，企業必須配合重視與推動企業社會責任，才能增加企業的優勢、商譽和商機，使企業得以永續發展。

故企業社會責任與永續發展已成為企業必須正視的議題，而來自政府、價值鏈或資本市場的相關要求亦開始浮現，因此，為回應並滿



足外界的壓力與要求，以維持企業競爭力，企業必須發展有效的績效評估工具，並具備可與關心各類相關議題的社群保持溝通的功能，而 CSR 報告書便在此目的上開始蓬勃發展。

如今，隨著相關管理系統的發展、報告書閱讀群眾的擴大、以及報告書撰寫指引與相關標準的發行，製作 CSR 報告書已成為極具價值的工作，其效益包含：作為評估企業永續發展績效系統、協助企業進行風險控管、提升企業營運穩定性、促使企業進行創新學習、提高品牌價值、作為與各種利害相關的群體進行溝通的平台等。這些效益促使 CSR 報告書的製作目的從早期的非自願性因素轉變為自願性因素，未來也將吸引更多以永續發展為核心目標的企業投入製作。



圖片來源：議事槌



目錄

CONTENTS

●	第 1 章 核心概念	7
	企業社會責任概念起源	8
	企業社會責任的概念	9
	企業社會責任推動進展	10
	企業社會責任報告書發展	10
	企業社會責任的理念	11
	誠信經營落實企業社會責任	12
●	第 2 章 分解構面	13
	構面一：公司治理	14
	構面二：環境永續	16
	構面三：友善職場	18
	構面四：社會公益	20
●	第 3 章 管理意涵	21
	原則一：從上到下	22
	原則二：核心能力結合	23
	原則三：長期持續	23
	原則四：回應社會需求	24

●	第 4 章 實務案例	25
	『環境永續』	26
	『友善職場』	29
	『社會公益』	33
●	第 5 章 行動開始	37
	1. 行動一：需要以身作則	38
	2. 行動二：改善職場環境	39
	3. 行動三：投入環境保護	40
	4. 行動四：結合社區里鄰	41
●	結語	42
●	附錄	44
	上市上櫃公司企業社會責任實務守則	44

第1章

核心概念

● 企業社會責任概念起源

早在 1923 年，由英國學者 Oliver Sheldon 的《管理哲學》中，便已提到企業社會責任的概念。有鑑於工業革命之後的生產方式，加速資本迅速累積，卻也挑戰既有的社會秩序，並且有剝削勞工的情事發生。儘管 Sheldon 提出的理念在當時並未受到重視，隨著西方國家相繼工業化，也產生類似的社會問題之後，CSR 的概念藉此開始起源。而到 1999 年 1 月，聯合國秘書長[科菲·安南](#)在達沃斯世界經濟論壇年會上，更提出「全球盟約」計畫，可說是 CSR 發展過程的重要一哩路。隔年 7 月在聯合國總部正式啟動，其「聯合國全球盟約」計畫號召各公司遵守在人權、勞工標準以及環境方面的九項基本原則。[科菲·安南](#)向全世界企業領導呼籲，遵守有共同價值的標準，實施必要的社會規則，即「聯合國全球盟約」。此「協議」使得各企業與聯合國各機構、國際勞工組織、非政府組織以及其他有關各方結成合作夥伴關係，建立一個更加廣泛和平等的世界市場。「協定」的目的是動員全世界的跨國公司直接參與減少全球化負面影響的行動，推進全球化朝積極的方向發展。

再者，經濟全球化發展和跨國公司不斷對外擴張，各國勞資關係處於一種極端不平衡的狀態，勞工權益保障開始成為全球性的社會問題，社會責任的議題成為眾人矚目的焦點。此時從歐美國家開始意識到相同的環境保護、勞工意識，不久此概念也延伸到開放中國家，故跨國公司因要面臨公會、消費者團體、非營利組織的倡議及壓力下，著手訂立「責任行為準則」，將企業社會責任的概念，延伸至其供應鏈上的重要節點。然而，在二十世紀後半，全球化的浪潮讓跨國企業興起，也讓商業的供應鏈越拉越長，已開發國家的製造業外移，以他

國的廉價勞力為代價，壓低製造成本來換取利潤。而這樣的模式也造成製造國的環境污染、勞工安全問題。為此，商業機構、國際團體推出獨立的第三方 CSR 標準，藉由國際標準來檢核企業的相關作為，包括禁止童工、反對就業歧視、實行法定工時及工資、節能減碳等，隨著全球化的發展，這些標準也逐漸受到採用。

而 CSR (Corporate Social Responsibility，企業社會責任) 的概念受到重視，可說 20 世紀工業發展極其興盛下所引發或產生的一種反省，當已開發國家在工業及商業發展達到一定的成熟度後，人民或企業開始思考企業自身與環境、社區、勞工等的合理關係。

● 企業社會責任的概念

企業社會責任 (Corporate Social Responsibility，簡稱 CSR) 尚未有公認、明確或一致性的定義，但廣泛來說企業社會責任 (Corporate Social Responsibility, CSR) 是指企業承諾在追求經營發展的同時，能夠持續遵守道德規範，並且為員工及其家庭、當地社區，以及整體社會，創造更好的生活品質。其基本精神在於企業追求利潤的同時，也要實現經濟發展、環境保護與社會共融的目標，也就是說需從三個面向：環境面、社會面、經濟面來真正實踐企業社會責任。



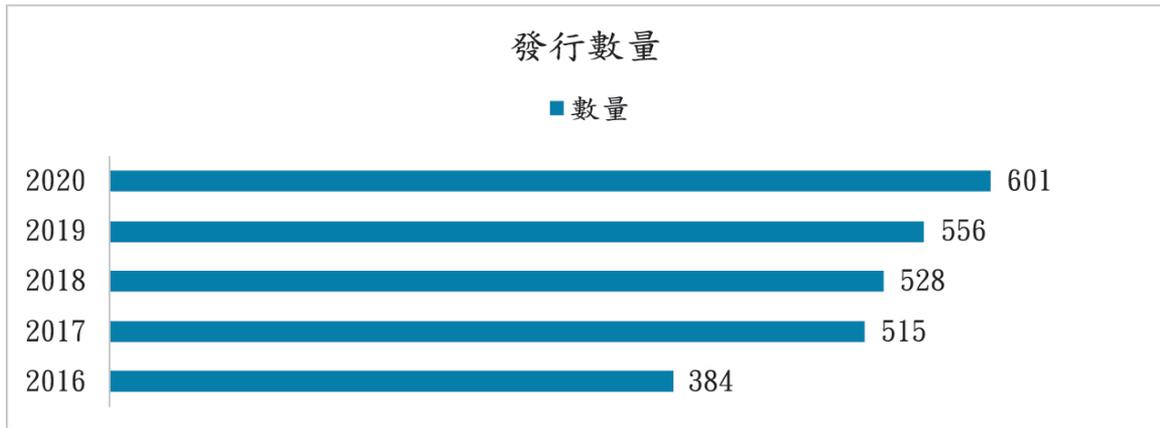
● 企業社會責任推動進展

台灣產業在面臨企業社會責任的世界浪潮下，主管機關及各相關單位對企業社會責任的推展亦不遺餘力，為喚起企業對社會責任的重視，如臺灣證券交易所股份有限公司（簡稱證交所）及財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心於 2010 年發布「上市上櫃公司企業社會責任實務守則」及「上市上櫃公司誠信經營守則」等項，藉由相關規定、資訊交流與學習，期許廠商對於環境、社會與治理等面向的規範能與國際接軌，加快我國企業投入社會責任的腳步。



● 企業社會責任報告書發展

經濟部工業局在 1999 年協助國瑞企業製作國內第 1 本企業環境報告書後，即陸續展開報告書的講習說明會、人培訓課程、諮詢服務與基礎輔導等工作，工業局並自 2013 年開始提供 CSR 報告書輔導，致力協助國內產業建立企業社會責任知識與報告書製作能力。然而根據 CSRone 永續智庫平台的統計，我國近五年公開發行報告書數量持續增加中，尤其從 2017 年發行數量開始爆炸性增加，且截至 2020 年我國發行 CSR 報告書之企業高達有 601 家公開發行報告書。



● 企業社會責任的理念

就是企業若「取之社會、用之社會」，那企業社會責任的核心價值就是在於落實企業、環境與社會的永續發展，並建立出能永續經營且兼顧環境與社會議題的商業模式。然而，全球也曾經歷了幾次的經濟衰退，自然環境面臨愈來愈嚴重的破壞，資本主義過度發展讓企業長得愈來愈大，跨國大型企業擁有的資源與能力，甚至超越許多政府。這都凸顯出企業不光只是提供就業機會與創造財富而已，對環境、社會永續的發展，都要能夠、也應該扮演更正向積極的角色。

因此像是企業進行捐款或參與社會公益活動，尚不足以能夠代表企業落實社會責任的程度；企業應該評估其核心能力，善用產業屬性與產品或服務特性，在履行社會責任的同時又能創造利潤，方能創造出最具效益且可長久實踐的方案，諸如製造業研發低碳產品、零售業推動公平貿易制度、金融業支持綠色融資產品等，皆為運用企業核心能力落實企業社會責任的例子。

其實「倫理與賺錢並非對立，兩者長期目標應該是可以一致的。」，因此過去許多企業均只認為盡企業社會責任就只是「捐錢做善事」即可，成本提高對獲利沒有實質幫助。但其實這樣的觀念已經過時且不符合當下需求，因此把 CSR 做好不僅對企業營運有正面效果，更名為企業的穩定與長期發展立下重要的根基。

● 誠信經營落實企業社會責任

經濟部為強化公司治理，於 2017 年間提出公司法修正案，2018 年 8 月 1 日修正公布，並於同年 11 月 1 日施行。本次修正重點：提供友善創新及創業環境、強化公司治理、提升股東權益、增加企業經營彈性、管理制度效率化與電子化，及遵守國際洗錢防制規範等。

金管會為強化我國公司治理藍圖，自 2014 年起辦理公司治理評鑑，參照 2021 年公司治理評鑑指標，其中「落實企業社會責任」權重比已達 21%，可見企業社會責任之重要性。另為加強企業對誠信經營的重視，鼓勵其設置專（兼）職單位推動誠信經營，金管會 2021 年公司治理評鑑 - 四、「落實企業社會責任」章節，已將「公司是否設置推動企業誠信經營專（兼）職單位，負責誠信經營政策與防範方案之制訂及監督執行，並於公司網站及年報說明設置單位之運作及執行情形，且至少一年一次向董事會報告」納入評鑑指標。

依國際透明組織歷年來之調查結果顯示，違反誠信經營的企業，短期內雖可透過非誠信手段獲利，但長期下來，最終獲利仍將低於遵守誠信經營的企業。許多世界先進國家及國際組織在日益感受到企業誠信經營的重要性之下，已紛紛擬定相關準則或企業經營原則提供予企業遵循。

2021 年公司治理評鑑指標各構面指標數及配分權重表

指標類別	各題型指標數				構面指標數 小計	構面配分權重
	A	B	AA	A+		
維護股東權益及 平等對待股東	14	1	-	1	16	20%
強化董事會 結構與運作	19	-	3	4	26	33%
提升資訊透明度	17	-	2	2	21	26%
落實企業社會責任	13	-	-	3	16	21%
合計	63	1	5	10	79	100%
額外加分題	-	-	-	-	1	-
額外減分題	-	-	-	-	1	-

第 2 章

分解構面

蒐集全球最新的企業社會責任發展趨勢，來解析企業該如何轉化 CSR 為長期價值的重要關鍵，希望藉此讓國內企業經營階層能夠更加了解將 CSR 內化到商業策略的必要性，以及如何具體實踐 CSR 的方向與領域。本手冊以聯合國永續發展協會所擬定的 17 項永續發展目標 (SDGs) 為準繩進行對照與呼應，確保管理策略與國際趨勢同步，加以彙整永續管理策略 - 則以『公司治理』、『環境永續』、『友善職場』及『社會公益』等四大構面為共同性主軸，做為執行與管理的依據，並依據所列舉構面來追求企業及環境永續的最終目標之策略。

● 構面一：公司治理

公司治理的構面內涵主要衡量董事會的獨立性及資訊揭露透明度，以及所提供的產品與服務、業務與市場、以及企業規模與經營現況進行說明。因此，本構面核心內涵應包含『經營概況』、『經營理念』及『產品與服務』等三大面向，以下將分別說明：

■ 經營概況

其主要是說明目前企業的員工人數、總營業額、市值與資產、實際所有權等其企業規模相關資訊，並陳述企業的營運地點與架構等資訊，加以提供完整的文字介紹與量化數據，通常函括內容包括如下：

1. 企業營運架構，包括主要部門、營運公司、分公司及合資公司。
2. 企業總部所在地。
3. 企業在多少國家營運，在哪些國家有主要業務。
4. 所有權與法律形式的性質。
5. 企業的管理階層架構，包括最高管理單位管轄下專責特定事物的各個委員會，並各別說明董事會及各個委員會的職權範圍與

企業架構圖。

6. 員工人數、總資產、淨銷售額、按債務及權益細分的總市值等企業規模資訊。
7. 公協會的會員資格，以及是否擔任公協會職務。

■ 經營理念

另外可適當補充可以彰顯企業優勢之資訊，以使利害關係人更進一步了解企業在永續經營上的理念與成效，藉由提供完整的文字介紹與量化數據，來加以凸顯差異性，通常函括內容包括如下：

1. 中、短期有關永續發展的優先發展策略及主要項目。
2. 各期間內發生的重大事件及企業相關績效成果。
3. 展望未來主要的挑戰與目標及相關應對策略方針。
4. 經濟、環境、社會面所獲得之獎項、認證或標章。
5. 支持國際標準或國際倡儀等內容。
6. 說明如何協助貧困地區等公益事績。
7. 說明如何改善社會或環境之事績。

■ 產品與服務

其主要是描述企業品牌、產品與服務、主要經營市場以及顧客類型等與產品、服務、供應市場等相關資訊，藉由提供完整的文字介紹與量化數據，可以清楚了解企業概況及企業核心能力，故通常函括內容包括如下：

1. 企業主要品牌、產品與服務。
2. 供應的主要行業（客戶類型）。
3. 各類市場的營收占企業總營收的比例。

4. 企業所供應的市場，包括地域分布、所服務的產業、客戶種類等數據。
5. 提供產品或服務的總量。
6. 行銷宣傳計畫與行為，包括展覽、產品發表會等。
7. 顧客滿意度調查與結果。

● 構面二：環境永續

環境永續的構面內涵主要是企業在環保及能源管理上是具有具體目標與作法，而環境績效相關指標的揭露目的在於反映企業經營活動對環境與生態系統的影響，因此，本構面主要用來說明企業在環境管理能力，並盡可能的將環境成本內化，並採取相關措施來持續降低因企業營運活動而帶來的環境衝擊。

另外，環境永續核心涵蓋了能資源使用、環境排放（包含水、溫室氣體、廢棄物）、環境法規遵循，以及對供應商等合作夥伴之環保要求符合性評估，故為了解企業的環保作為，本構面核心內涵應包含『環境保護管理方針』，以及『環境保護措施』兩大面向，以下將分別說明：

■ 環境保護管理方針

環境保護管理方針應說明企業如何辨別與管理重大環境議題，重大環境議題通常與產業屬性，以及來自客戶、政府等利害關係人關切程度有直接相關。環境保護管理方針更應該說明企業對環境面向的管理方法及評估機制，其核心內涵建議至少包含環境保護政策、具體行動兩個部分。

1. 環境保護政策：企業對於環境保護的承諾及目標，特別在已被

辨視為重大之環境議題上，企業應具體說明對該項議題的管理政策，例如水資源管理議題上，可說明企業的用水政策及目標，像是支持零排水目標，並致力於水循環利用率達到多少百分比以上等。

2. 具體行動：內容包含企業推動環境相關管理系統運作、廠房設備整改及預期環境績效，資源投入與責任分配等。例如公司編列多少預算投入老舊設備汰換、預期可達到多大程度的能資源改善，以及所帶來的環境保護效益；或是部門投入廢棄物專案，從製程面、包材面等多方規劃，設計節約資源的行動方案，並收得廢棄物總量減少之成效等。

■ 環境保護措施

措施主要是以已被辨別出的重大環境議題，提供完整的文字介紹與量化數據；另外，為能使利害關係人了解企業在環境保護上的管理與努力，建議可以將公司或政府機關已列入管考之指標，一併整理納入並揭露，有助評估環境保護績效之良窳，後續更可據以為比較基準，並逐年提出環境持續改善目標，而環境保護措施常見核心內涵應該包括：

1. 能源使用總量，包含可再生及不可再生的能源，例如電、熱、蒸汽、太陽能、風能與生質能等，並可以使用 kcal、MJ 等熱值單位換算後加總。
2. 依各來源來區分的總用水量，包括自來水公司等媒介、地表水、地下水、河川及海洋等。
3. 循環水量及總廢水排放量。
4. 溫室氣體氣體排放量。

5. 有害與無害廢棄物的各別總量，並說明廢棄物的處理方式，以及企業推動廢棄物減量的相關作為。
6. 企業為降低產品或服務對環境的影響而採取的具體措施，例如產品碳中和、低碳產品研發等。

● 構面三：友善職場

友善職場的構面內涵主要是針對企業內部著眼人才培育、幸福職場的打造，再者基於政府與社會群眾越來越關注企業在社會面向的績效表現與責任承擔情形，企業必須更加主動的透過社會面向相關績效指標的呈現，加以展現企業對於形塑友善職場的投入與管理成效。

另外，友善職場相關指標內涵可反映企業經營活動對員工及員工之家庭的影響，核心議題涵蓋了勞僱關係、訓練與教育、員工多元化與平等機會等議題。為了能使大眾通盤了解企業與員工之間的關係與回饋，建議本構面核心內涵應該包含『友善職場管理方針』、『人才管理』以及『職業安全衛生』三大面向，以下將分別說明：

■ 友善職場管理方針

友善職場管理方針應說明企業經營與員工關係的管理方法及評估機制。每家企業皆需要經常性面對員工管理、員工照顧等的議題，不同的企業在友善職場管理上，常有相似的重大議題，並另外受企業形態不同而有部分差異。像是醫療業會可能會參酌加入職場暴力防治的議題；而對於創新領域的商務服務公司來說，彈性的工時制度或多面向的員工福利會是其他可考量的重點。然而，友善職場管理方針，應說明企業對友善職場面向的管理方法及評估機制，其核心內涵應該包含友善職場政策、具體行動兩個部分。

1. 友善職場政策：企業對於友善職場的承諾及目標，特別在已被辨視為重大之友善職場議題上，企業應具體說明對該項議題的

管理政策，例如在勞僱關係議題上，可以從與員工溝通、平等包容、人才培育等觀點進行說明，並以員工滿意度調查結果，或關鍵員工留任情況做為該項議題的考核方法。此外，若企業已有運作臺灣職業安全衛生管理系統 (TOSHMS)、ISO 45001 職業安全衛生管理系統或其他與職場具相關性的管理系統，在政策內容闡釋上應有一致性。

2. 具體行動：內容包含企業推動友善職場相關管理系統運作、員工聘任、人才培育原則及預期人力提升績效，打造健康及安全職場環境的方法，及職業安全衛生相關指標等所投入之資源與責任分配。例如公司編列多少預算投入研發人才培育、預期可達到多少證照 / 專利取得，以及所帶來的新產品 / 既有產品改善件數及市場成效；或是部門投入職安衛改善專案，規劃及設計危害防止的行動方案，並收得工傷案件減少之成效等。

■ 人才管理

常見的人才管理議題包括企業內部的人力結構、關鍵人才指標、人才培育等，提供完整的文字介紹與量化數據，並建議可以將公司或政府機關積極推動的行動方案，包括人力提升計畫、關鍵人才留任、接班人計畫、兩性平權、母性職場等，一併整理揭露，反映企業照顧員工的能力與負責程度。然而，人才管理其核心內涵應該包含員工 (總人數、年齡、性別比、新進率及離職率等)、教育訓練 (課程內容、時數及評率等)、績效考核、福利等等。

■ 職業安全衛生

職業安全衛生為本構面最為重要且為企業間最應重視的核心議題之一。本構面就已被辨別出的重大職業安全衛生議題，提供完整的文字介紹與量化數據；另外，為能使利害關係人了解企業在提供安全職

場上的管理與努力，建議可以將公司或政府機關已列入管考之指標，一併整理並納入，有助評估職場安全衛生績效之良窳，後續更可據以為比較基準，逐年提出持續改善目標。然而，職業安全衛生核心內涵應該包括以下指標：

1. 在職安衛委員會組織圖、組織章程以及勞方代表比例。
2. 傷害類別、職業病、損工日數、缺勤等比率，以及因公死亡件數。
3. 各地區總勞動人力（含正式與非正式員工）的工傷率（IR）、職業病率（ODR）、誤工率（LDR）、缺勤率（AR）與死亡人數。
4. 說明工傷事件的原因，以及提出避免再度發生的改善計畫。
5. 嚴重疾病的教育與預防計畫，針對嚴重疾病，提供給員工、員工家庭或社區居民的教育、輔導、預防、風險管理與治療計畫。

● 構面四：社會公益

社會公益的構面內涵主要是衡量企業是否長期投入特定社會議題、並發揮積極影響力。因此，本構面主要用來說明企業推動社會公益或進行社會參與活動，也是企業社會責任的一種表現外，而多數的企業會在營運期間，會藉由金錢或實物捐贈、免費服務或投資交通、安全、休閒與運動等公共福利基礎設施，以回饋或者補足社會鄰里需求缺口的角度，為社會發展做出貢獻。然而，社會公益核心內涵應該包括以下指標：

1. 企業對社區或當地的經濟、環境及社會面向的當前與未來影響，包含正面與負面影響。
2. 企業是否對當地進行需求評估以了解其基礎設施和其他服務的需求，並說明其評估結果。
3. 對社區或當地的經濟、環境及社會面向的支持方式。
4. 參與社會公益或社會參與活動的資源投入，以及相關活動的紀錄及內容。

第3章

管理意涵

如何才能做好企業社會責任？其實沒有標準答案或統一作法，但其實這跟經營企業或經營一門生意一樣，企業社會責任要發揮成效，那就需要下重本的心態以及長期耕耘的打算，因為一次性或短暫的作法，成效終究難以彰顯且容易造成反效果。不過，大致上還是有幾個原則可以考量，如包括『從上到下』、『與核心能力結合』、『長期持續』及『回應社會需求』等，這才能真正達到企業社會責任核心管理意涵所在。

● 原則一：從上到下

若要 CSR 推動要有效，那首先要讓 CSR 能成為企業的 DNA，就必須由上到下來推動。企業最高層人員必須重視且參與，才有可能帶動員工。否則，基層員工往往忙於各自工作，往往只認為 CSR 是人資或公關部門的事。因此，唯有最高管理階層真正展現出對 CSR 的支持與承諾，才有可能讓員工都認真看待 CSR。

高階主管的支持，向來是推動企業永續或社會責任的關鍵動力，畢竟這牽涉組織內龐雜的單位與議題。若有高階主管的參與式支持，將會最令人振奮士氣。因為唯有高階主管親自參與，才有讓原本平行的「營運核心」與「企業永續」，能夠在組織內部建立連結的機會。若沒有高階主管的支持，將只會淪落成口號，其口號式的支持，如同心靈解方一樣，僅能舒緩片刻，對於企業永續的長期推動，助益有限。

然而雖有高階主管支持下，但要在組織內部真正落實時卻會身陷窘境與面臨無比艱難的挑戰，因為獎勵制度主要掌握在人力資源單位，永續績效目標則是分佈在不同的業務單位。實務上，關鍵的橫向連結往往並不存在，而且具有改變制度能力的中階主管，卻通常也鮮少參與其中，但偏偏多數的企業永續議題又是牽涉不同單位。故，若中階

主管不在現場或不願力全力支持，這很難搭建起關鍵的橫向連結，最終對於企業永續推動也是助長有限。

因此，其實企業推動 CSR 是需要從上到下齊力一心，共同商討出最佳的方式來且建立一套持續改善與檢視自我的制度推動，能使企業永續的價值永存，再透過學習強化組織韌性，企業才能百年長存，持續永續經營下去。

● 原則二：核心能力結合

企業社會責任的面向既寬廣又寬闊，該怎麼選擇以及要做哪些事？其實要從企業本身的核心能力來剖析，這才是最直接且最有效的方式，畢竟企業自身才是最清楚自己最擅長的事物，這樣不僅容易做出自己的特色，讓其他企業難以超越，也比較容易持續永續經營下去。

企業社會責任其實也會有「跟風潮」，例如偏鄉送愛、淨灘、捐錢做公益等等都是如此。並非這些活動或作法不是不好，但是如果這些作法跟企業本身的核心價值毫無關聯下，難免淪為「me too」，就意味著其實誰來做都一樣，反而無法突顯出個別企業的核心特色。就像市場競爭一樣，如果企業推出的 CSR 專案跟其他企業都一模一樣或者相近時候，自然難有辨識度，也難有突破或創新性，這樣無法充分發揮該有核心價值，這樣的方式難以對企業社會責任有助益。

● 原則三：長期持續

企業社會責任推動最好是能長期且持續投入，因為一次性或短期性的推動，是毫無效益且難以能真正落實其核心概念，因此企業推動上要有下定決心，要堅決果斷持續投入，不因為眼前短期利益或長期投入成本高就放棄，因為企業社會責任是需要長時間時效下才能看出

其效益所在。

除了長期持續投入外，企業更應該要會持續改變並創新，但是長期專案要如何創新？其實創新做法並非一定要有顛覆性的做法或突破性的模式，反之是每年針對企業自身推動策略進行通盤檢視，檢視完針對執行策略進行微調並加以改善，這些都是創新的一種方式。故，企業社會責任是需要長期且持續外，更要有持續改變的心態，這樣對企業永續發展才會有助益性。

● 原則四：回應社會需求

企業社會責任這個無形的東西，其實是必須要與時俱進，需要跟著社會現況的發展而來制定發展走向，因此若企業能夠即時制定相關策略來回應當下現存社會問題的企業社會責任，那對於企業推動企業社會責任成效相當有助益，以及其成效會更加明顯，那企業也會更受到社會大眾肯定及讚賞。

故企業要有能創造無形資產的能力，且需有激發產品與服務中深化環境與社會的創新能耐，再藉由企業內部上而下同企一心的管理理念，以及董事會監管及驅動，核心經營團隊確實執行管理及推動下，才有機會讓 CSR 成為創造公司價值的關鍵元素，更藉本業核心來加以實踐 CSR，這樣才可以有效發揮管理、治理、監督、及風險管理的功能。

因此企業若做好企業社會責任，如照顧員工，員工認同度升高，對企業競爭力自然有所幫助。形象好也會對生意有正面影響，甚至因為形象而得到更多機會，因此雖然 CSR 跟業績雖並無法直接劃上等號或有相關聯性存在，但若推動上能優先結合本業，凝聚員工向心力，讓社會大眾能聯想到企業本業，與企業形象有正向連結下，形成一種善的循環，替企業建立起口碑，這都能對營運帶來間接的好處，加以幫助企業帶進巨大商機與價值。

第4章

實務案例

那對於企業而言企業社會責任到底該怎麼做？該怎麼進行？要從哪個方向開始著手呢？其實這沒有標準答案或統一作法，但其實有百百種的方式或作法都可以著手進行，只是通常萬事起頭難，因此本章節內容將節錄企業在推動企業社會責任的實務案例，以至於引導企業如何開始著手企業社會責任。此外，本章節也將呼應到 CSR 的核心主軸構面，將依照核心構面分別提供實質案例作為企業推動企業社會責任之參照作法，以下將列舉實質案例分別說明：

● 『環境永續』

1. 案例一：宏恩塑膠

隱身彰化縣芳苑工業區內的宏恩塑膠股份有限公司，為台灣再生塑膠處理界龍頭，創辦人因對「愛護環境」有使命，因此開啟回收再利用的念頭，



圖片來源：中時記者潘千詩

讓廢塑膠擁有綠色產品之價值，並落實「資源再利用」的目標。其主要產品為處理廢塑膠、海廢、農業廢棄物與包裝材廢棄物，透過品質分析、檢測，再廢棄物將倒進製粒機打碎，經高溫加熱用冷水降溫，原本被打碎的廢棄物，瞬間變成一顆顆的塑膠粒從機器尾端噴出，產出所謂的「再生塑膠粒子」，依海、內外客戶需求客製化成有價商品。

在宏恩塑膠獨有技術處理下，塑膠廢棄物可搖身變成產業原料的一種，大大顛覆過往民眾將塑膠廢棄物視為垃圾的概念，更是讓垃圾瞬間變成黃金的商機，其宏恩的企業精神有責任解決廢塑膠造成的環境問題，並對愛護地球盡一份心力，同時也秉持相信「沒有不能再利



圖片來源：今周刊攝影 / 蕭芃凱

用的資源，只有放錯位置的垃圾」之理念來呼應『循環經濟』並落實，這樣將減少對於環境之傷害，得以讓企業永續經營。

2. 案例二：祥圃實業

祥圃實業坐落為台南科技工業園區內，為台灣動物營養品製造大廠，其追求建構令人安心的農食鏈，並將永續理念落實在農食鏈的各階段，最為人稱奇的是



圖片來源：今周刊

牧場竟然建置沼氣發電設備，將其減少污染並產生綠電，加以落實循環經濟。此外，配合政府推動夏月節電政策，更採用儲冰式空調系統，移轉夏月尖峰用電，利用深夜製冰，白天釋冷外，考量廠內有熱水使用需求，製冷過程會產生廢熱，將兩套系統管線串聯一起，將廢熱回收在儲存槽裡，回收再利用，這都實現資源循環、減少耗能的雙重效益，成果超過預期。然而工廠設置能源管理監控中心，即時掌握能耗使用情形及進行資料分析，有效節約用電。

不僅如此，祥圃更為全臺灣第一個申請到碳足跡標籤的豬肉品牌（品牌名稱：究好豬），其 2016 年時在雲林縣大埤鄉豐田工業區成立的良作工場，選擇這裡作為飲食觀念與環境保育的推廣基地，讓良



圖片來源：豐年社

作工場不只是單純的豬肉分切加工廠與觀光工廠，更藉此基地來推廣與善盡企業社會責任，也替在地農業循環經濟創造出新的藍圖策略。此外，在 2019 年時購入「新合興牧場」，其初目的為保護環境、提升品牌形象為主，

但祥圃毅然決定投入資金，導入沼氣發電設備，將過往豬糞尿視為廢物角度，如今在循環經濟的概念下，則轉變視為一種生質料源，肥糞經過有效處理，重新回到農地，不但減少地球暖化、減少廢水處理過程，土地也因獲得有機肥滋養，減少了化學肥支出。沼氣發電後，可供豬舍保溫設備使用，廢水處理後，也已達排放標準，可用以清洗豬舍，完全符合環境永續，更落實循環經濟的 CIRCLE。

3. 案例三：美上鎂科技

美上鎂科技座落於南崗工業區內，是國內專業之金屬表面處理業者，主要處理有鋁、鎂、鈦等合金的表面處理技術，此外提供複合鍍鐵氟龍、硬膜陽極、微弧氧化、三價鉻化成皮膜等 11 種表面處理製程，這可以大量應用於齒輪、單車零件、航太零件與工具機零件等工業零件之中。此外，鎂上鎂更是在航太產業領域裡 AS 9100 航太品質認證及 Nadcap 航太特殊製程認證，是國內金屬表面處理界少數獲此殊榮的表面處理業者。



圖片來源：美上鎂科技

近年來經濟與環保議題呈現拉鋸戰，這兩者之間爭議持續不斷，尤其隸屬表面處理業的美上鎂科技更為首當其衝。但對美上鎂科技而言，企業內部早早就已經超前部署，在製程上早已投入相當資源及技術，製程上加以採



圖片來源：美上鎂科技

用環保製程，在製程中回到源頭徹底改善廢水排放問題，加以達到『汗水和重金屬回收再利用』之循環製程，乃至後續採用先端之製程廢水處理設備，以致未來將追求『零污染』的目標，屆時可減少用水、廢水的水量，並且省下可觀的費用，並以達到廢水零排放，藉此樹立表面處理業的典範，以環保角度救地球為最終目的，也真正落實環境永續的理念。

● 『友善職場』



圖片來源：商業周刊

1. 案例一：全拓工業

全拓工業位於彰化花壇鄉，員工數約 130 人、年營收約 4 億，為台灣典型的製造業隱形冠軍中小企業，主要產品為確保引擎不漏油的

防塵防油油封，客戶囊括頂級超跑車商藍寶堅尼、法拉利、保時捷等，商業週刊形容為「全台罕見打進歐洲頂級超跑供應鏈的台灣製造業先鋒」，而其吳崇讓董事長推崇「誠信、創新、熱情、同理心」之經營哲學與學習型組織的管理方針，更以不上市上櫃為原則，並將盈餘全

轉為員工福利（2021 年均月薪即將達 8 萬）；公司的財務報表更全部透明公開，這使全拓別樹一格，更是彰化產業界為人稱道之幸福企業。

此外，全拓工業內部創造舒適的工作環境，整個作業廠區規劃簡單整齊，從辦公室就可以輕鬆的環顧全區的工作概況，而乾淨跟寧靜的工作空間也大大顛覆傳產工廠內充滿油臭味跟髒亂的工作環境，而這也直接提升員工的工作效率，另外在用餐空間跟休閒空間規劃上，則是將員工當成家人的概念，強調公司就是員工的第二個家生活照顧，包含食、衣、育、樂，不僅午餐提供免費餐點，每天 10 點及 14 點還有專人提供飲料。而在穿著方面，則是希望員工穿得好，還要兼顧舒服格調。不僅如此，吳董事長更強調同事間宛如一家人，彼此信任相待，同時目標一致的往前邁進，共同的目的就是讓公司更好。他驕傲的說，全體同仁齊心合作、激勵彼此，每個人都有獨當面的作業能力、每個人也都是未來的可能接班人選。



圖片來源：1111 職涯論壇幸福企業採訪小組 - 米霏

2. 案例二：燦揚企業

燦揚企業座落於台南科技工業區內，是國內最大車燈製造商，從最初員工僅 10 人，一直擴展至今逾 540 人，並於歐洲、北美及澳洲設據點，產品行銷遍及全球，更



圖片來源：燦揚企業

躍居北美第 3 大卡車燈廠商，但卻選擇不上市櫃，極為低調但卻人人稱羨的幸福企業。其最為人稱羨是開放員工認股制，主要出自於燦揚「黃文獻董事長」理念，因是貧困的家庭成長，有機會創業，希望企業不是單單屬於某個人，而是屬於是員工大家庭共有，因此民國 78 年就開始讓資深員工認股，現在有一半員工是股果，公司百分 30% 之多 是員工所共同擁有，秉持著希望員工在職場上做得長長久久，退休後 股份可以帶給生活上的改善，有需要時可以賣掉一些股份，像房子的 重建或想做一件比較大的事件，不希望退休後成為孩子的負擔，反而 可以活得更健康更有尊嚴。



圖片來源：鍾士為

不只這樣，燦揚還有跟其他企業最不同且最特殊的員工福利，就是獎勵「燦揚寶寶」。這理念主要緣由黃董事長因曾探望生產女同事，看到員工生育小孩很辛苦，就省思企業能

夠幫忙員工負擔什麼？特別是台灣生育率在全球敬陪末座，年輕人不敢生小孩，是很嚴重的問題，更可能是國家危安問題。於是燦揚就祭

出生育獎勵，員工生第一胎給五萬，第二胎加碼到十萬，願意生第三胎給十五萬，接著是一到三歲每個月給五千元的津貼，藉此呼應並落實「員工如同家人，更是公司最大的資產」的永續經營理念。

3. 案例三：振鋒企業

振鋒企業座落於台中工業區內，主要生產工業起重用安全鉤具，公司規模不大但卻是全球最大的個人防墜安全吊鉤廠，以及世界第三



圖片來源：遠見雜誌攝影 / 陳之俊

大的工業起重用安全鉤具製造商，是標準的隱形冠軍「台霸」。當一走進企業，明亮寬敞的辦公空間，會議室外還擺著一架鋼琴，每半小時鋼琴也會自動流洩悠揚琴音，員工自然跟著放鬆緊繃情緒、起身伸展，其悅耳優雅的爵士樂從早到晚在廠區內不停傳送，穿拂過楓樹與桂花，彷彿每一步都雀躍地踩著音符前進，能將工作環境打造出像家一般的舒適，這可顛覆一般人對黑手產業的印象，故振鋒可有傳產界的 GOOGLE 辦公室之稱號。



圖片來源：振鋒企業

振鋒企業洪榮德董事長以「人是振鋒最重要的資產」作為經營理念，故不惜砸下重金在做人才培育，因為「堅信企業品牌的價值，要透過人展現

出來」。不僅如此，員工照護最為業界所聞名，其以「一支鉤子代表一條人命，一條人命代表一個家庭。」作為經營哲學，因為振鋒認為賣的『不只是產品，更是安全』，而「沒有健康的員工，就做不出安

全的產品。」因此，10年前就開始不分年紀、不按職級，提供全部員工每年一般健檢、每5年進行高階健檢；還有員工「吃的健康」也是振鋒非常要緊的事，其午餐可是禁用加工食品，必須是原型食物；1週只提供1次炸物，而且每一餐都有1顆全蛋料理，避免營養素經過二次烹調被破壞。這樣長期多年用心耕耘下，將員工照顧到無微不至，讓員工專注於自身工作上，只需專注將產品做到很完美就好，這就是所謂善的循環，將可創造出更多企業的核心競爭力。

● 『社會公益』

1. 案例一：上鎧鋼鐵

上鎧鋼鐵座落於大發工業區內，目前是台灣金屬擴張網龍頭，國內市占率逾七成，董事長林宗志勇於創新也深耕地方，熱心公益，從



圖片來源：輔英科技大學

先前高麗菜、鳳梨等農產品滯銷時，都率先伸援手認購，同時曾認養國小棒球隊、發動捐血等社會公益，皆是有口皆碑。但上鎧鋼鐵創造出不同的公益模式，是直接深入到社區之中，更實質性的來幫助社區。尤其台灣近年邁入高齡社會，失智症人口快速增加，為提升民眾對失智症的正確認識及友善態度，為消弭對失智症的歧視和偏見之觀念，上鎧鋼鐵與輔英科大共同合作一起打造失智友善社區照護網絡，共同守護失智症患者，並減少子女們的照顧負擔壓力。

其上鎧鋼鐵完成培訓的志工是直接深入到高雄市大寮區永芳社區關懷據點，直接讓員工真正實際參與，帶領銀髮族長者大跳樂齡健康



圖片來源：輔英科技大學

體適能，倡導樂活與健康，藉此預防與延緩失智與失能，讓青銀加以互動並鏈結。這樣的方式讓公司志工接受專業的失智預防與照護等正確觀念，同時亦可擴大服務量能，加以落實社區關懷與在地認同感。然而，未來也持續

會繼續投入並深耕，讓學校、企業與社區共同築起關懷失智、守護社區的照顧網。未來，上鎧鋼鐵亦將持續投入及關心周遭社區，藉此解決社會問題，並落實「共益企業」的理念。

2. 案例二：鑫永銓

鑫永銓座落於南崗工業區內，扎根南投 40 多年，更為全台最大橡膠輸送帶生產廠商，董事長林季進堅持根留台灣、不到海外設廠，為在地鄰里創造許多就業機會。其公司的產品技術名揚國際，更長期投入社會公益，光是鑫永銓林季進董事長認養助學的弱勢孩童就多達上百人，真正是賺錢企業回饋社會良心善舉的典範。



圖片來源：鼎新電腦 FB

不僅如此，由於今年度國內受本土新冠疫情影響下，造成百業停擺及蕭條下，政府雖推出相當多紓困情況下，但其中仍然有政府的紓困方案無法雨露均霑而導致社會邊緣民眾生活困頓。其鑫永銓不忍疫情衝擊民眾生計，故秉持著『取之社會，用之社會，回饋里民』之理念，推出總額高達 3000 萬元的急難救助補助方案，來回饋工業區周遭三



圖片來源：中央社記者蕭博陽

個鄉鎮市民眾，只要因疫情而導致家有經濟變故，或無勞保領不到紓困補助，每戶最高可領 6 萬元補助。此外，鑫永銓林董事長更表示受疫情影響者，太多是經濟弱勢卻只能在社會邊緣角落苦撐，這次籌出這些補助金額，單

純就是希望給緊急且最需要的人，藉此能夠得到喘息空間，在疫情打擊下繼續撐下去，也希望周遭里民能一同度過這最艱難時刻，藉此達到拋磚引玉的精神，同時也能落實企業社會責任精神之所在。

3. 案例三：明緯企業

明緯企業總部座落於新北產業園區內，是全球少數以標準品電源供應器為主業的專業製造商。根據 Micro Technology Consultant 於 2021 年報告，在全球電源供應器（DC 輸出）製



圖片來源：王建棟

造商排名中，明緯排列於全球第 4，其 99% 營收來自標準電源，更以自有品牌 -MEAN WELL 為主要經營策略的電源廠商，更是國內標準電源供應器的隱形冠軍。本年度歷經疫情、停工、復工、防疫急單湧入等大起大落，明緯始終抱持著善意與合作夥伴並肩作戰，更秉持「一顆零件，救人一命」的生產共識理念，加以注入實際行動回饋社會的具體作為，藉此成為安定社會的力量。



圖片來源：擷取自 Youtube@ 明緯 MEAN WELL

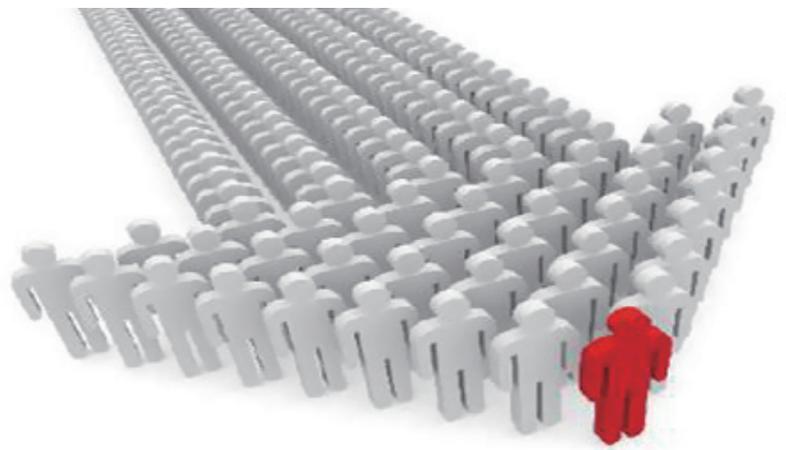
明緯深知電源產業可是工業設備中重要零組件之一，因此只有整體產業復原、興盛，才會是持續成長及永續發展的根本，因此號召各地的合作廠商跟夥伴，共同推動「產業復原 3% 回饋基金」，將其 7 成直接回饋給經銷商與終端客戶，做以支持產業復甦發展用途，而剩餘 3 成則由各分公司用作當地公益基金，在疫情期間協助慈善機構與公益團體能作為社會最底層的防護網來持續運作；明緯希望藉此行動帶領相關夥伴共同來面對疫情，對產業及社會盡一份小小心力，並宣示「心懷善意，關懷夥伴，提供穩定力量，注入復興能量，促進產業復原」為後續永續目標。這種不同於過往只單純捐贈方式來回饋社會的型態，反之則轉變成領頭羊角色來帶領上下游產業鏈來共渡動盪的疫情時代，讓供應夥伴減緩疫情波及，這樣方式卻讓明緯走上另一個巔峰，帶領明緯營收創新高，站上更高的新領域。這種新型態回饋社會方式，讓企業夥伴更了解到各自擔負對社會的責任與成就感的重要，同時也能感受到一己之力亦能發揮的社會影響力所在。

第 5 章

行動開始

對於企業社會責任已有基礎概念，也知道核心構面有哪些，亦同時既有優質案例可以作為指引參考下，那對於廠商而言那該從何種構面開始著手、該從何種方向開始進行呢？這些都是需要時間及思慮才能明確清楚自身需要從哪些方向進行以及做哪些構面，故本章節內容將針對簡單可行且可立即執行的內容，來加以引導廠商針對企業社會責任如何著手及推動，以下將分成四大行動構面做為說明：

● 1. 行動一：需要以身作則



要推動企業社會責任並非困難的事情，但其最重要的因素在於董事會是否願意支持，若願意支持下那高階主管願不願意共同承擔這責任，再者高階主管願不願意以身作則，這又是最為關鍵之因素所在。畢竟若廠商上下一條心願意傾力推動企業社會責任，這雖然是跨出一大步了，但未來逐步推動的每一步，就需要高階主管親力親為並配合，其更需要以身作則方式做給員工看，讓員工能真正了解公司是真得有決心來推動 CSR，因此若高階主管都願意以身作則的情況，那中低階主管再帶領員工來推動時就更有說服力及向心力，員工也更願意配合公司的推動政策，一同為公司 CSR 目標共同來努力，這也就是所謂的身教勝過於苦口婆心的言教的意涵所在。因此，對於企業而言若真的

下定決心要來推動企業社會責任，那位處高階職位的主管就更應該要以身作則，其要在推動中建立起一個樣板並加以全心全意帶領公司上下員工一同落實企業社會責任政策，這樣後續推動上才能事半功倍。

● 2. 行動二：改善職場環境

每位員工每天都需要投入大量的時間在職場，所花費的時間都是為了企業永續經營再努力打拚，故員工對公司而言可是非常最重要的資產，而人才吸引與留任也是現今非常重視之議題。因此，企業若能打造出一個良好的工作環境，將對於公司未來永續發展將是一個重大的立基點。故，企業可以從小細節的改善做起，如從建構清潔明亮空間、舒適寧靜的辦公空間、開闊的公共休憩空間、提供健康又安心的餐點及健康休閒場所等等之類改善做起，若能創造優良的職場環境，將會讓每位員工都能充分發揮才能，這也是對企業競爭力提升有所助益。



圖片來源：臉書



圖片來源：中時報資料照

不僅如此，企業的友善職場 - 育兒職場政策推動更令員工重視，若能對員工從孕期母嬰的健康關懷、生產的陪伴、生育的照護到孩童撫養以及回到職場身心銜接協助等等，加以建立起樂居職場 - 「推動友善生養，促進健康職場」，讓員工能安心、放心及寬心，就能減少擔憂則能專心及專注於職場，間接使得生產效率提升、品質提高及減

少工安意外產生，這對企業而言反而可以得到更多額外的助益，因此企業未來要勇於跨出第一步，加快建構促進友善兼容的生育環境。

● 3. 行動三：投入環境保護

隨著產業結構及氣候環境快速變遷等嚴峻的挑戰下，環境保護已為現今世界潮流中的最主流，況且我們只有一個地球，更需要好好愛護它，才能永續「地球人」的生存空間，但企業談論到如何保護地球



這目標好像有點過遠，若談到如何保護寶島目標就急該優先重視了吧！然而對於企業而言最重要得環境保護是不是應該要回歸到自身生產製程過程來加以放大檢視，檢視生產製程使用的原物料是否符合政府環保法令法規；製程如何節約用水量、產出廢水是否能回收再利用；製程是否有使用再生能源、製程該如何減少用電需求加以節約用電；製程所產生空氣內部是否自行處理，再加以排放出去，減少造成空氣汙染的可行性；還有製程中產生的廢棄物是否能進行處置後回到源頭加以利用，或者將產生的廢棄物媒介到其他產業作為原物料加以循環等等，這些對企業而言都是簡單並且可立即進行的做法，從製程源頭減量做起的動作，不僅可以救寶島，更可以節省花費成本，這樣的循環方式何樂而何不為呢？

其實企業在投入環境保護，不再應該只是落實垃圾分類、做好資源回收等動作之外，則在推行環境保護應該必須從『心』出發並從『頭』開始，也就是說經營者要有心投入環境保護之中，更要回到製程源頭去重新檢視，檢視可改善之處，投入一定資源來改善藉此精進

製程效能，減少製程所產生之浪費。再加以採用現今最夯的再生能源，這樣就能兼顧經濟發展與健康的生活，共同為永續盡

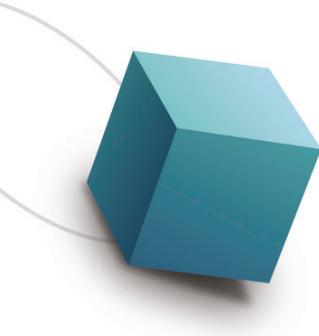


一份心力，逐步落實循環經濟並加以建立一個美麗又健康的永續臺灣。

● 4. 行動四：結合社區里鄰

過往再設立產業園區當屬於台灣經濟快速起飛年代，園區周遭並非是當地社區發展重地或是人口密集之處，但隨之年代演變及推移之下，現今很多產業園區周遭卻為發展重地或者是密集住宅區所在地，產業園區因此都變成周遭社區里鄰嫌惡設施之一。因此，企業在推動外部企業社會責任階段，應該將產業園區周遭里鄰的『人、物、產及景』等等納入推動政策之中，將外部政策加以鏈結周遭鄰里，打造出里仁為美的中道力量，促進企業與里鄰的互動與交流，這當中可以提升企業社會形象，並具體實踐產業園區與社區里鄰一家共好的永續精神所在。

因此企業更應該要將社區里鄰納入自身 CSR 推動政策，將其列入「企業社會責任」推動首要目標之一，且結合企業本身核心本業能耐，來呼應社區里鄰需求核心所在，並『深耕在地社區，邁向永續發展』且落實「在地資源、結合在地、當即行動」之共享精神，讓企業成為周遭里鄰的友善好鄰居，最終達成與周遭社區里鄰共生、共存、共榮及共好的願景，打造社會企業的典範，這樣企業社會責任更是別具意義所在。



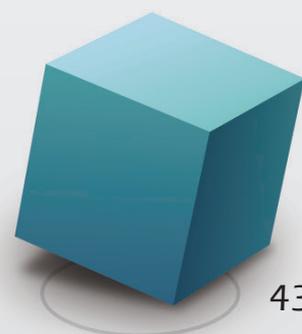
結語

企業社會責任的核心價值在於落實經濟與公司治理、環境與社會面向的永續發展，若企業將核心能力與企業社會責任觀念結合，則可建立出能夠持續營運、獲利，且同時兼顧環境與社會利益的新商業模式。然而，全球化發展下，關注企業營運發展的對象，已由直接相關的政府、公司股東、投資者、價值鏈成員及合作夥伴、員工、客戶及消費者，擴大至社區里鄰、社會公眾、非政府組織以及媒體等間接相關性族群。這些對象或族群，都是企業在推動企業社會責任的主要利害關係者，而隨著社會議題的演進及影響層面逐漸擴大下，CSR 利害關係者將預期擴及更多有關聯之族群，這未來將成為企業所須要留意且正視的課題。

不僅如此，企業更應該由上到下全心全意來推動企業社會責任，其推動政策更應由本業出發，結合自身核心能耐、專業技術以及思考如何創造出影響力，這都是現今實踐企業社會責任的新趨勢。此外，企業要持續提供友善環境並更加照顧員工，讓員工認同度升高，對於企業向心力隨之增加，對企業競爭力上自然有所幫助，同時企業形象亦會隨之轉好，這對業績上可能會產生正面效益。雖然 CSR 推動跟業績表面上並無直接關聯，卻能對企業營運上帶來間接的助益。這種微妙的關係，卻能促使企業受到消費市場的青睞，加以持續經營，並且邁向永續發展階段。

不過隨著全球經濟的快速變動，當今企業永續經營及發展的價值觀主流，已成為企業在二十一世紀地球村永續經營的通行證。很多企業亦將此通行證彙整成 CSR 報告書，藉著發行 CSR 報告書將作為資訊揭露的工具，企業更將其 CSR 報告書視為推動的主軸及方向，同時將報告書當作一種管理工具，並透過管理方針及績效指標的管考，定期檢討企業在經濟與公司治理、環境、社會各面向之管理目標與成效，並據以訂定持續改善目標，就能在穩健的基礎上持續進步。企業也透過 CSR 報告書的定期發行，在發揮企業核心能力的同時，逐步實踐永續經營的目標，並成為典範企業。

最後，要做企業社會責任並不難，主要是萬事起頭難，但只要企業願意做、由高層開始推動、核心能力結合、打造友善職場、持續推動與創新，並結合到社區里鄰等構面做為推動的依據，相信做好企業社會責任的目標並不遙遠，反之可能輕而易舉就能達成。因此，企業別再觀望了，下定決心勇於推動企業社會責任就對了！！！！



附錄

上市上櫃公司企業社會責任實務守則

(公布日期：民國 109 年 02 月 13 日)

第一章 總則

第一條

為協助上市上櫃公司實踐企業社會責任，並促成經濟、環境及社會之進步，以達永續發展之目標，臺灣證券交易所股份有限公司（以下簡稱證券交易所）及財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心（以下簡稱櫃檯買賣中心）爰共同制定本實務守則，以資遵循。

上市上櫃公司宜參照本守則訂定公司本身之企業社會責任守則，以管理其對經濟、環境及社會風險與影響。

第二條

本守則以上市上櫃公司為適用對象，其範圍包括公司及其集團企業之整體營運活動。

本守則鼓勵上市上櫃公司於從事企業經營之同時，積極實踐企業社會責任，以符合國際發展趨勢，並透過企業公民擔當，提升國家經濟貢獻，改善員工、社區、社會之生活品質，促進以企業責任為本之競爭優勢。

第三條

上市上櫃公司履行企業社會責任，應注意利害關係人之權益，在追求永續經營與獲利之同時，重視環境、社會與公司治理之因素，並將其納入公司管理方針與營運活動。

上市上櫃公司應依重大性原則，進行與公司營運相關之環境、社會及公司治理議題之風險評估，並訂定相關風險管理政策或策略。

第四條

上市上櫃公司對於企業社會責任之實踐，宜依下列原則為之：

- 一、落實公司治理。
- 二、發展永續環境。
- 三、維護社會公益。
- 四、加強企業社會責任資訊揭露。

第五條

上市上櫃公司應考量國內外企業社會責任之發展趨勢與企業核心業務之關聯性、公司本身及其集團企業整體營運活動對利害關係人之影響等，訂定企業社會責任政策、制度或相關管理方針及具體推動計畫，經董事會通過後，並提股東會報告。

股東提出涉及企業社會責任之相關議案時，公司董事會宜審酌列為股東會議案。

■ 第二章 落實公司治理

第六條

上市上櫃公司宜遵循上市上櫃公司治理實務守則、上市上櫃公司誠信經營守則及上市上櫃公司訂定道德行為準則參考範例，建置有效之治理架構及相關道德標準，以健全公司治理。

第七條

上市上櫃公司之董事應盡善良管理人之注意義務，督促企業實踐社會責任，並隨時檢討其實施成效及持續改進，以確保企業社會責任政策之落實。

上市上櫃公司之董事會於公司履行企業社會責任時，宜充分考量利害關係人之利益並包括下列事項：

- 一、提出企業社會責任使命或願景，制定企業社會責任政策、制度或相關管理方針。
- 二、將企業社會責任納入公司之營運活動與發展方向，並核定企業社會責任之具體推動計畫。
- 三、確保企業社會責任相關資訊揭露之即時性與正確性。

上市上櫃公司針對營運活動所產生之經濟、環境及社會議題，應由董事會授權高階管理階層處理，並向董事會報告處理情形，其作業處理流程及各相關負責之人員應具體明確。

第八條

上市上櫃公司宜定期舉辦履行企業社會責任之教育訓練，包括宣導前條第二項等事項。

第九條

上市上櫃公司為健全企業社會責任之管理，宜設置推動企業社會責任之專（兼）職單位，負責企業社會責任政策、制度或相關管理方針及具體推動計畫之提出及執行，並定期向董事會報告。

上市上櫃公司宜訂定合理之薪資報酬政策，以確保薪酬規劃能符合組織策略目標及利害關係人利益。

員工績效考核制度宜與企業社會責任政策結合，並設立明確有效之獎勵及懲戒制度。

第十條

上市上櫃公司應本於尊重利害關係人權益，辨識公司之利害關係人，並於公司網站設置利害關係人專區；透過適當溝通方式，瞭解利害關係人之合理期望及需求，並妥適回應其所關切之重要企業社會責任議題。

■ 第三章 發展永續環境

第十一條

上市上櫃公司應遵循環境相關法規及相關之國際準則，適切地保護自然環境，且於執行營運活動及內部管理時，應致力於達成環境永續之目標。

第十二條

上市上櫃公司宜致力於提升各項資源之利用效率，並使用對環境負荷衝擊低之再生物料，使地球資源能永續利用。

第十三條

上市上櫃公司宜依其產業特性建立合適之環境管理制度，該制度應包括下列項目：

- 一、收集與評估營運活動對自然環境所造成影響之充分且及時之資訊。
- 二、建立可衡量之環境永續目標，並定期檢討其發展之持續性及相關性。
- 三、訂定具體計畫或行動方案等執行措施，定期檢討其運行之成效。

第十四條

上市上櫃公司宜設立環境管理專責單位或人員，以擬訂、推動及維護相關環境管理制度及具體行動方案，並定期舉辦對管理階層及員工之環境教育課程。

第十五條

上市上櫃公司宜考慮營運對生態效益之影響，促進及宣導永續消費之概念，並依下列原則從事研發、採購、生產、作業及服務等營運活動，以降低公司營運對自然環境及人類之衝擊：

- 一、減少產品與服務之資源及能源消耗。

- 二、減少污染物、有毒物及廢棄物之排放，並應妥善處理廢棄物。
- 三、增進原料或產品之可回收性與再利用。
- 四、使可再生資源達到最大限度之永續使用。
- 五、延長產品之耐久性。
- 六、增加產品與服務之效能。

第十六條

為提升水資源之使用效率，上市上櫃公司應妥善與永續利用水資源，並訂定相關管理措施。

上市上櫃公司應興建與強化相關環境保護處理設施，以避免污染水、空氣與土地；並盡最大努力減少對人類健康與環境之不利影響，採行最佳可行的污染防治和控制技術之措施。

第十七條

上市上櫃公司宜評估氣候變遷對企業現在及未來的潛在風險與機會，並採取氣候相關議題之因應措施。

上市上櫃公司宜採用國內外通用之標準或指引，執行企業溫室氣體盤查並予以揭露，其範疇宜包括：

- 一、直接溫室氣體排放：溫室氣體排放源為公司所擁有或控制。
- 二、間接溫室氣體排放：外購電力、熱或蒸汽等能源利用所產生者。

上市上櫃公司宜統計溫室氣體排放量、用水量及廢棄物總重量，並制定節能減碳、溫室氣體減量、減少用水或其他廢棄物管理之政策，及將碳權之取得納入公司減碳策略規劃中，且據以推動，以降低公司營運活動對氣候變遷之衝擊。

■ 第四章 維護社會公益

第十八條

上市上櫃公司應遵守相關法規，及遵循國際人權公約，如性別平等、工作權及禁止歧視等權利。

上市上櫃公司為履行其保障人權之責任，應制定相關之管理政策與程序，其包括：

- 一、提出企業之人權政策或聲明。
- 二、評估公司營運活動及內部管理對人權之影響，並訂定相應之處理程序。
- 三、定期檢討企業人權政策或聲明之實效。
- 四、涉及人權侵害時，應揭露對所涉利害關係人之處理程序。

上市上櫃公司應遵循國際公認之勞動人權，如結社自由、集體協商權、關懷弱勢族群、禁用童工、消除各種形式之強迫勞動、消除僱傭與就業歧視等，並確認其人力資源運用政策無性別、種族、社經階級、年齡、婚姻與家庭狀況等差別待遇，以落實就業、雇用條件、薪酬、福利、訓練、考評與升遷機會之平等及公允。

對於危害勞工權益之情事，上市上櫃公司應提供有效及適當之申訴機制，確保申訴過程之平等、透明。申訴管道應簡明、便捷與暢通，且對員工之申訴應予以妥適之回應。

第十九條

上市上櫃公司應提供員工資訊，使其了解依營運所在地國家之勞動法律及其所享有之權利。

第二十條

上市上櫃公司宜提供員工安全與健康之工作環境，包括提供必要之健

康與急救設施，並致力於降低對員工安全與健康之危害因子，以預防職業上災害。

上市上櫃公司宜對員工定期實施安全與健康教育訓練。

第二十一條

上市上櫃公司宜為員工之職涯發展創造良好環境，並建立有效之職涯能力發展培訓計畫。

上市上櫃公司應訂定及實施合理員工福利措施（包括薪酬、休假及其他福利等），並將經營績效或成果適當反映於員工薪酬，以確保人力資源之招募、留任和鼓勵，達成永續經營之目標。

第二十二條

上市上櫃公司應建立員工定期溝通對話之管道，讓員工對於公司之經營管理活動和決策，有獲得資訊及表達意見之權利。

上市上櫃公司應尊重員工代表針對工作條件行使協商之權力，並提供員工必要之資訊與硬體設施，以促進雇主與員工及員工代表間之協商與合作。

上市上櫃公司應以合理方式通知對員工可能造成重大影響之營運變動。

第二十二條之一

上市上櫃公司對其產品或服務所面對之客戶或消費者，宜以公平合理之方式對待，其方式包括訂約公平誠信、注意與忠實義務、廣告招攬真實、商品或服務適合度、告知與揭露、酬金與業績衡平、申訴保障、業務人員專業性等原則，並訂定相關執行策略及具體措施。

第二十三條

上市上櫃公司應對產品與服務負責並重視行銷倫理。其研發、採購、

生產、作業及服務流程，應確保產品及服務資訊之透明性及安全性，制定且公開其消費者權益政策，並落實於營運活動，以防止產品或服務損害消費者權益、健康與安全。

第二十四條

上市上櫃公司應依政府法規與產業之相關規範，確保產品與服務品質。上市上櫃公司對產品與服務之顧客健康與安全、客戶隱私、行銷及標示，應遵循相關法規與國際準則，不得有欺騙、誤導、詐欺或任何其他破壞消費者信任、損害消費者權益之行為。

第二十五條

上市上櫃公司宜評估並管理可能造成營運中斷之各種風險，降低其對於消費者與社會造成之衝擊。

上市上櫃公司宜對其產品與服務提供透明且有效之消費者申訴程序，公平、即時處理消費者之申訴，並應遵守個人資料保護法等相關法規，確實尊重消費者之隱私權，保護消費者提供之個人資料。

第二十六條

上市上櫃公司宜評估採購行為對供應來源社區之環境與社會之影響，並與其供應商合作，共同致力落實企業社會責任。

上市上櫃公司宜訂定供應商管理政策，要求供應商在環保、職業安全衛生或勞動人權等議題遵循相關規範，於商業往來之前，宜評估其供應商是否有影響環境與社會之紀錄，避免與企業之社會責任政策牴觸者進行交易。

上市上櫃公司與其主要供應商簽訂契約時，其內容宜包含遵守雙方之企業社會責任政策，及供應商如涉及違反政策，且對供應來源社區之環境與社會造成顯著影響時，得隨時終止或解除契約之條款。

第二十七條

上市上櫃公司應評估公司經營對社區之影響，並適當聘用公司營運所在地之人力，以增進社區認同。

上市上櫃公司宜經由股權投資、商業活動、捐贈、企業志工服務或其他公益專業服務等，將資源投入透過商業模式解決社會或環境問題之組織，或參與社區發展及社區教育之公民組織、慈善公益團體及政府機構之相關活動，以促進社區發展。

■ 第五章 加強企業社會責任資訊揭露

第二十八條

上市上櫃公司應依相關法規及上市上櫃公司治理實務守則辦理資訊公開，並應充分揭露具攸關性及可靠性之企業社會責任相關資訊，以提升資訊透明度。

上市上櫃公司揭露企業社會責任之相關資訊如下：

- 一、經董事會決議通過之企業社會責任之政策、制度或相關管理方針及具體推動計畫。
- 二、落實公司治理、發展永續環境及維護社會公益等因素對公司營運與財務狀況所產生之風險與影響。
- 三、公司為企業社會責任所擬定之履行目標、措施及實施績效。
- 四、主要利害關係人及其關注之議題。
- 五、主要供應商對環境與社會重大議題之管理與績效資訊之揭露。
- 六、其他企業社會責任相關資訊。

第二十九條

上市上櫃公司編製企業社會責任報告書應採用國際上廣泛認可之準則或指引，以揭露推動企業社會責任情形，並宜取得第三方確信或保證，

以提高資訊可靠性。其內容宜包括：

- 一、實施企業社會責任政策、制度或相關管理方針及具體推動計畫。
- 二、主要利害關係人及其關注之議題。
- 三、公司於落實公司治理、發展永續環境、維護社會公益及促進經濟發展之執行績效與檢討。
- 四、未來之改進方向與目標。

■ 第六章 附則

第三十條

上市上櫃公司應隨時注意國內外企業社會責任相關準則之發展及企業環境之變遷，據以檢討並改進公司所建置之企業社會責任制度，以提升履行企業社會責任成效。

工業區企業社會責任實務做法指引手冊

指導單位 經濟部工業局

發行單位 中華民國工業區廠商聯合總會

編撰團隊 經濟部工業局政風室 徐旻鈺主任
經濟部工業局政風室 全體同仁
中華民國工業區廠商聯合總會 蔡培松秘書長
中華民國工業區廠商聯合總會 陳亞嵐專案顧問
中華民國工業區廠商聯合總會 何嘉嘉專案經理
中華民國工業區廠商聯合總會 陳信任專案副理

設計整合 中華民國工業區廠商聯合總會

地 址 台中市西屯區工業區四路 1 號 2F

電 話 04-23585158

傳 真 04-23585998

電子郵件 muga@hibox.hinet.net

印刷廠商 綠凌興業社

地 址 臺中市烏日區中華路 128 巷 11 弄 16 號

電 話 04-23370015

出版年月 2021 年 09 月