



公民教育委員會

Committee on the Promotion of Civic Education

香港企業公民意識調查

主要報告

呈交

公民教育委員會

政策二十一有限公司，香港大學及
公民社會及治理研究中心，香港大學

撰寫

2007 年 11 月

目錄

	頁數
撮要	1
第一節 背景	10
1.1 目的	10
1.2 數據收集的框架	10
1.3 調查方法	11
數據收集方法	11
第三階段的樣本設計和規模	12
1.4 報告的組織	13
第二節 受訪商業機構的特徵	14
第三節 企業在內部致力改善員工及其家屬的現況	18
第四節 企業致力減低在社會上造成任何不良的經濟、社會及環境影響	21
4.1 在招聘及僱用員工方面的反歧視措施	21
4.2 環境保護	24
第五節 企業在經營業務與提升回報方面，致力以符合道德規範的方式辦事	27
5.1 與顧客相處	27
5.2 與供應商相處	29
5.3 與競爭對手相處	32
第六節 企業致力對社會作出貢獻	33
第七節 企業社會責任的認知與實施	40
第八節 觀察及建議	50
8.1 整體情況	50
8.2 建議	52
附錄 問卷	55

撮要

調查方法

1. 是次研究由公民教育委員會(委員會)委託進行，其目的是搜集現時香港公司的企業文化及價值觀、營運策略和措施，以及對企業公民的認知和看法，以便制訂在香港推廣企業公民的策略及方法。研究特別探討企業社會責任的四大範疇，包括 (1) 改善員工及其家屬的現況、(2) 減少在社會上造成任何不良的經濟、社會及環境影響、(3) 以符合道德規範的方式辦事、及 (4) 對社會作出貢獻。

2. 是次研究同時採取了質量分析與數量分析方法，包括聚焦小組討論、個案研究與全港性的公司調查。對於是次全港性調查，在抽樣框中隨機抽出總數共 20 147 所機構。在撇除其中 3 825 所不合資格的機構後，成功訪問了 10 094 所機構，回應率達 61%。

改善員工及其家屬的現況

3. 過半數機構關注員工工作地點安全 (佔受訪機構 64%)、工作時間(62%)、薪酬與福利(58%)、醫療福利(48%)、教育(48%)及培訓(40%)。相對而言，較少機構將關注範圍覆蓋員工家屬，為員工及其家屬安排康樂活動(25%)或向家屬提供福利(15%)僅佔少數。

4. 大部分受訪機構認為向員工提供更多福利，是符合商業利益的。受訪公司的意見如下：

- 73%機構認為，增加員工福利可提高工作效率，藉此彌補新增成本；
- 77%相信，改善員工福利有助減少員工流失情況；及
- 61%機構認為平等機會是公司企業文化或傳統的一部分。

5. 以上三項可以被認為是改善員工及其家屬的現況的「內在」誘因。以十分量度制來表示，一分代表完全不同意有關改善員工現況的內在誘因的句子及十分代表完全同意。有關改善員工及其家屬的現況的內在誘因整體指數屬於甚高，為 7.0，遠高於 5.5 分中位值。對於在改善員工及其家屬的現況方面至少有一種或以上福利措施的受訪機構，他們在改善員工及其家屬現況的內在誘因整體指數達 7.1，較沒有福利措施的受訪機構的指數 6.1 為高。

6. 受訪的機構會遵守法律，如下所示：

- 53%機構表示若是法律規定，他們才會實施防止歧視措施；及
- 56%機構表示只會因應法律規定，他們才會提供福利給員工。

7. 以上兩項可以被認為是改善員工及其家屬的現況及實施防止歧視措施的「外在」誘因。以十分量度制來表示，一分代表完全不同意有關改善員工現況及實施防止歧視措施的外在誘因的句子及十分代表完全同意。有關改善員工及其家屬的現況的外在誘因的整體指數為 6.1，略高於 5.5 分中位值。值得注意的是對於在改善員工及其家屬的現況方面至少有一種或以上福利措施的受訪機構，他們在改善員工及其家屬的現況及實施防止歧視措施的外在誘因整體指數是 6.1，與沒有福利措施的受訪機構的指數相同。

減低在社會上造成任何不良的經濟、社會及環境影響

招聘及僱用員工方面的防止歧視

8 只有小部分受訪機構在招聘與僱用員工方面明文訂立指引，以防止各類歧視情況。當中只有小部分的受訪機構訂立防止性別(14%)、年齡 (14%)及殘疾 (13%)歧視的指引。約 10%就家庭崗位與種族歧視訂立防止歧視指引。約 9%訂立防止宗教歧視指引。

9. 約 19%有聘用員工的受訪機構中，他們在招聘與僱用員工方面採取了防止歧視措施：當中 78%向負責招聘及僱用員工的同事，解釋公司的防止歧視政策；另有 44%向所有員工解釋有關的政策。

10. 值得注意的是只有約 9%的受訪機構同時有明文訂立指引及採取防止歧視措施。約 7%只有明文訂立指引但沒有在招聘與僱用員工方面採取防止歧視措施。另有 10%有採取措施但在招聘與僱用員工方面沒有明文訂立指引。

11. 只有約 30%機構表示，向弱勢社群提供就業機會是公司的傳統；同時約 35%相信有關做法有助提升公司的形象。

環境保護

12. 大部分受訪機構有針對環保問題制訂政策或措施，如下所示：

- 63%機構表示已推行減少使用膠袋的政策或措施；
- 65%機構表示已推行節約用水的政策或措施；
- 71%實行節約用電或燃氣；及
- 61%保持室內冷氣溫度於攝氏二十五點五度，以節約能源。

13. 超過半數機構(56%)就廢物管理制訂政策或措施，除沒有面對有關情況的機構，大部分機構分別就控制廢氣排放與減少排放有害化學物質制訂政策或措施，以防止空氣污染。

14. 約三分之二受訪機構(64%)認為保護環境是公司企業文化的一部分；此外，分別有 66%及 69%的機構相信，實施環保措施有助提升公司形象，以及減少成本。

15. 有關環境保護的整體指數或環保保護的內在誘因屬甚高，為 6.7，遠高於 5.5 分中位值。在環境保護及廢物處理方面至少有採取一種以上措施的受訪機構，指數為 6.8，較沒有在環境保護及廢物處理措施的受訪機構的指數 6.2 為高。

16. 來自環保團體的壓力，並不構成商業機構實施環保措施的主要考慮，只有 30%受訪機構表示這是一項因素。有更多機構指出，他們是因應法律規定及公司顧客的要求實施環保措施，兩者分別佔 51 %及 43%。

17. 環境保護的外在誘因指數顯示受訪機構受外來壓力所影響。這些由環保團體對受訪機構在環境保護方面施壓的整體指數為 5.1，低於 5.5 分中位值。值得注意的是對於在環境保護方面至少有一種或以上環境保護及廢物處理措施的受訪機構整體指數是 5.9，較沒有環境保護及廢物處理措施的受訪機構的指數 5.0 為高。

符合道德規範的方式辦事

與顧客相處

18. 大部分受訪機構表示他們備有保障顧客的政策或措施，如下所示：

- 86%機構表示已制訂政策或措施，確保向顧客提供清晰及準確的價格資料；
- 80%機構表示已制訂政策或措施，保障顧客的個人資料；
- 77%機構表示已制訂政策或措施，為顧客提供有質素的售後服務；及
- 74%機構表示已制訂政策或措施，為顧客提供有關貨品及服務、詳盡而準確的非價格資料(例如品質及安全性)。

19. 對於待客之道，大部分受訪機構(88%)同意，公司有責任向顧客出售安全及優質的貨品或服務；多數機構(87%)亦同意，保證貨品或服務質素能為公司

帶來長遠利益。此外，84%機構也認同，公平對待每位顧客是公司的企業價值觀。

20. 有關以符合道德規範的方式與顧客相處的內在誘因整體指數是非常高，為 8.2，遠高於 5.5 分中位值。

21. 69%受訪機構認同公司只按市場的供求去訂定貨品或服務的價格；66%表示，他們只會按照法律規定的標準，以保證貨品或服務的安全性。此外，約有 61%機構更指出，除非是法律規定，否則公司沒有責任向顧客披露貨品或服務的全部資料。

22. 以十分量度制來表示，一分代表完全不同意有關以符合道德規範的方式與顧客相處的外在誘因的句子及十分代表完全同意。有關以符合道德規範的方式與顧客相處的外在誘因的整體指數屬於甚高，為 6.8，遠高於 5.5 分中位值。

與供應商相處

23. 只有小部分的受訪機構表示，有制訂政策或措施，確保供應商遵從所屬國家的法律或條例(佔受訪機構 31%)；已實行環保措施(18%)；以及有良好的僱傭制度(16%)。

24. 對於那些有制訂政策或措施，確保供應商有良好僱傭制度的機構：47%解釋這是基於公司的企業價值觀；另有約 42%指這是出於買家的要求；27%表示這是總公司的要求。

25. 對於受訪機構多未有敦促供應商以符合道德規範的方式辦事，箇中原因，可能是大部分機構(72%)皆相信，應按照市場狀況決定如何處理有關供應商的事宜。此外，68%機構亦認為，公司已按照法律規定處理有關供應商的事宜，所以沒有需要給予他們額外的待遇。

26. 另一方面，69%受訪機構表示，會設法給予供應商合理的利潤；近 79%表示會致力確保供應商的貨品是安全的。

與競爭對手相處

27. 過半數受訪機構(59%)不同意，將競爭對手逐出市場是沒有問題的。此外，大部分機構(77%)也同意，對公司來說，使用合乎道德的手段，比賺取更高利潤更為重要。

企業致力對社會作出貢獻

28. 在接受訪問之前 12 個月，只有約 18%的機構曾以公司名義，向慈善機構捐款；另有 14%在此之前曾作出捐獻。此外，過半數機構(64%)從未向慈善機構捐款，在不久將來亦未有此計劃。

29. 在接受訪問之前的 12 個月，只有約 14%的機構曾以公司名義，向慈善機構提供非金錢上的資助，另有 6%在此之前亦曾提供資助。大部分機構(75%)從未向慈善機構提供非金錢上的資助，在不久將來亦未有此打算。

30. 只有約 15%的機構在接受訪問之前 12 個月，採取措施鼓勵員工捐款予慈善機構、或參與義務工作，另有 4%在此之前曾這樣做。71%機構未有採取上述措施，在不久的將來亦未有此打算。

31 另一方面，有超過一半的受訪機構認同為社會作出貢獻，有助提高公司形象(佔受訪機構 67%)，員工一同參與義務工作，有助提升他們對公司的歸屬感(66%)及建立團隊精神(69%)。

32. 以上三項可以被認為是對社會作出貢獻的「內在」誘因。以十分量度制來表示，一分代表完全不同意有關對社會作出貢獻的內在誘因的句子及十分代表完全同意。有關對社會作出貢獻的內在誘因的整體指數屬於甚高，為 6.9，遠高於 5.5 分中位值。

33. 對社會作出貢獻的受訪機構，包括曾作出捐款或提供非金錢上的資助或鼓勵員工捐款或參與義務工作，內在誘因指數為 7.3，比沒有對社會作出貢獻(如沒有捐款或提供非金錢上的資助、或沒有鼓勵員工捐款或參與義務工作)的機構指數 6.4 為高。

企業社會責任的認知與實施

34. 只有 23%的受訪機構表示，知道企業社會責任這概念。在這些機構當中：超過半數(62%)並沒有推行任何有關企業社會責任的項目。

35. 另一方面，大部分受訪機構同意，符合各項企業社會責任的原則是重要的。舉例：

- 83%受訪機構認為以符合道德規範方式辦事是重要；

- 81%受訪機構認為不斷致力減少在社會上造成任何不良的經濟、社會及環境影響是重要；
- 68%受訪機構認為不斷致力在機構內提供適當的道德教育、員工發展、學習計劃與提升生活質素措施等，以改善員工及家屬的現況是重要；及
- 62%受訪機構認為不斷致力透過各項慈善活動、義務工作及慈善捐款等，為社會作出貢獻是重要。

36. 此外，大部分受訪機構對企業社會責任的看法，似乎顯示了他們是支持這概念的。他們的意見如下：

- 74%機構同意，履行企業社會責任是所有公司的責任；
- 76%認同除了履行對外責任，對內也應著重培養價值觀與建立公司文化；及
- 76%機構同意履行企業社會責任長遠來說對公司有利。

37. 但是，超過半數機構(63%)認為，對公司來說，繳稅已算是履行了社會責任；高達 81%認為，視乎公司資源，對不同機構應有不同的企業社會責任要求。另外，約一半機構(49%)認為企業社會責任不只適用於大企業，另外一半(48%)則持相反意見(只適用於大企業)。

38. 雖然大部分受訪機構肯定企業社會責任的重要及價值，在實際執行層面，只有少數已確立機制，監督實踐情況。此外，只有約 8%受訪機構，就企業社會責任編訂使命宣言或指引；另有 20%機構指出，即使沒有就企業社會責任編訂使命宣言或指引，公司本身已有相關的傳統或做法。

39. 大部分受訪機構認為，政府在提倡企業社會責任方面，應該扮演更積極的角色。他們的意見如下：

- 75%受訪機構同意，政府應向香港所有僱主提倡企業社會責任；
- 84%機構同意，各政府部門應履行企業社會責任，以建立良好榜樣；
- 78%機構同意，政府應編訂企業社會責任約章給公司參考；及
- 76%機構同意政府應向公司提供訓練，以協助他們履行企業社會責任。

40. 大部分受訪機構認為，政府應向僱主提供更多鼓勵，推動他們履行企業社會責任。他們的意見如下：

- 78%受訪機構同意，那些在履行企業社會責任方面有良好表現的公司，應得到更多的公眾表揚；
- 71%機構同意，政府應給予在履行企業社會責任方面有良好表現的公司優惠待遇；及
- 69%機構同意政府應向在履行企業社會責任方面有良好表現的公司提供稅務減免。

觀察

實行企業社會責任誘因

41. 分析機構對實行企業社會責任的誘因可以從內在及外在兩方面解釋。內在誘因指實行企業社會責任的動機來自機構內部，包括為機構帶來利益、有助建立和諧工作環境、或履行機構的傳統。外在誘因指由於機構要適應外在因素而實行企業社會責任，如奉公守法、遵循市場需求或順應壓力團體的要求。整體而言，在推動企業社會責任時，內在誘因比外在誘因更為有效。

總結

42. 概括地說，調查結果顯示：

- 對「企業社會責任」這概念的認知程度：
 - 非常低
- 企業社會責任的實踐：
 - 符合道德規範的方式辦事：
 - 處理顧客—非常好
 - 處理供應商—不滿意
 - 減少造成對社會不良的影響：
 - 環境保護措施及政策—相當好
 - 防止歧視指引—差
 - 員工福利：一般
 - 社會貢獻：不滿意
- 企業社會責任的優先次序：
 - 符合道德規範的方式辦事
 - 減少造成不良的影響
 - 員工福利

- 社會貢獻
- 實行企業社會責任誘因：
 - 內在誘因比外在誘因重要
- 對企業社會責任的認同：
 - 高
- 對政府的期望：
 - 扮演領導角色
 - 提供協助及訓練
 - 提高企業社會責任誘因

建議

建議 1：提升對企業社會責任的認知

43. 從調查結果顯示，機構知道企業社會責任這概念偏低(23%)，而且普遍認為企業社會責任只適用於大型企業(49%)。因此，在提升企業社會責任認知方面是大有空間。提升企業社會責任認知需要大型的推廣運動配合，同時可以透過印刷品及電子媒介，以及建立一個全面為本地而設的企業社會責任網站，向公眾發放和提供資料。

建議 2：提升企業社會責任的誘因

內在誘因

44. 建議建立有形及無形獎勵計劃，高度表揚在企業社會責任有卓越表現的機構。這些獎勵應考慮機構的規模及性質以鼓勵參與。就有關有形的獎勵，對於有良好企業社會責任的機構，在參與公共項目時，可以被優先考慮。

外在誘因

45. 由於機構的行事基本上以責任為基礎，政府可以針對因為沒有嚴格規定而被忽略的企業社會責任，而要求機構對這些企業社會責任明確訂立有關措施。例如：若政府及社區相信防止歧視對於保障公平公正社會是很重要的話，政府可以要求所有機構在招聘及僱用員工方面明文訂立防止歧視指引。

46. 此外，政府可以要求所有上市機構把企業社會責任的實施發表在公司年

報上。同時，金融機構應責成公佈他們的投資政策，以顯示企業社會責任作為公司投資考慮的比重。

建議 3：提供協助及訓練

47. 當機構實施企業社會責任而不知從何入手時，若政府能夠為機構提供訓練及所需的資源，對這些公司有很大幫助。特別對於較缺乏資源的中小型企業。可考慮的做法包括透過小冊子或互聯網上提供有關企業社會責任的明文指引或優良手法的提議。

建議 4：與公民社會組織緊密合作

48. 公民社會組織如專業團體、商業組織、工會及壓力團體，可以參與推動企業社會責任。企業社會責任的程序可以因應機構的規模及商業性質而改變。建立合適的企業社會責任指引及推動採納有關企業社會責任需要政府及不同公民社會組織的合作。

建議 5：政府的角色

49. 機構對政府帶領執行企業社會責任有很高期望。政府應建立榜樣，自覺地執行企業社會責任。此外，政府可以增加內在及外在誘因誘使機構實行企業社會責任，及協助提供資源以成功達致履行企業社會責任。

50. 政府應成立委員會或指派「企業社會責任主任」以監督在政府架構內實行及在社會推廣企業社會責任。政府不但可以向社會傳遞強烈信息，示意政府決意落實執行企業社會責任，而且更有利協調不同政府部門。

(一) 背景

1.1 目的

1.1.1 是次研究由公民教育委員會(委員會)委託進行，其目的是探討企業社會責任在香港實施的現況，以便制訂在香港推廣企業公民的策略及方法。委員會是由政府委任以推廣公民教育。具體來說，是次調查的範圍如下：

- (一) 探討香港公司對企業社會責任的認知與看法；
- (二) 了解香港公司的企業文化與核心價值觀，當中特別關注企業社會責任的概念，是否已融入公司的組織策略與營運之中；
- (三) 就下列各項企業社會責任的主要範疇，評估現時香港公司的政策與實際情況：
 - 1) 就處理各項有關企業社會責任的問題，扮演領導角色；
 - 2) 在工作場所、市場環境、採購網絡、社區及與公共政策相關的事宜上顧及各方持份者，並及回應他們關注的問題及需要；
 - 3) 平等機會；
 - 4) 員工培訓、福利與發展；
 - 5) 商業營運，包括業務招徠、生產與市場推廣等；
 - 6) 社區參與及投資；
 - 7) 環境保護；
 - 8) 向公眾闡釋履行社會責任的機制；
- (四) 研究香港的公司履行企業社會責任方面的優勢和限制，以及如何通過履行企業社會責任，促進企業的長遠發展；
- (五) 蒐集香港的公司對於由政府或非政府組織為商界編訂企業社會責任手冊或約章的意見。

1.2 數據收集的框架

企業社會責任的概念

1.2.1 「企業社會責任」一般指一間公司透過其核心業務、社會投資、慈善活動以及對市民的承諾，為廣大市民應作出的正面貢獻。要衡量這些貢

獻，主要取決於企業對處理其經濟、社會及環境影響的態度；以及與不同持份者，特別是股東、員工、顧客、業務伙伴、政府、社區人士及年青人等建立良好關係的工作。

1.2.2 「企業公民」一詞，反映商業機構本身也是「公民」的一份子，亦因此須履行公民及社會責任。這些責任包括：

- (一) 守法；
- (二) 對顧客、員工及其他人士負責；
- (三) 對環境負責；及
- (四) 貢獻社會。

1.2.3 「企業公民意識」指企業與其他公民一樣，要履行上述公民及社會責任，作出負責任的行為。因此，「企業公民意識」與「企業社會責任」兩詞常被交換使用。後者指企業不斷致力以符合道德規範方式營運，促進經濟發展，並同時改善員工及其家屬的生活質素，以及為社區及廣大社會帶來裨益。這些裨益包括企業透過其核心業務、社會投資、慈善活動、對市民的承諾、以及對員工及其家屬所做的一切內部工作，與所作的正面貢獻。要衡量這些貢獻，主要取決於企業對處理其經濟、社會及環境影響的態度；以及與不同持份者，特別是股東、員工、顧客、業務伙伴、政府、社區人士及年青人等建立良好關係的態度。由此可見，「企業公民意識」或「企業社會責任」涉及範疇，已遠超一般的慈善活動、義務工作與慈善捐獻等。

1.2.4 總括而言，企業公民意識或企業社會責任涵蓋下列四大重要概念：

- (一) 在經營業務與增加回報方面，企業致力以符合道德規範的方式辦事；
- (二) 企業致力減少在社會上造成任何不良的經濟、社會及環境的影響；
- (三) 企業透過各類慈善活動、義務工作及慈善捐款等，致力貢獻社會；
- (四) 企業在機構內部提供適當的價值觀教育、員工培訓、學習計劃與提升生活質素的措施等，致力改善員工及其家屬的現況。

在設計問卷與發表調查結果的過程中，是次研究採納了上述四項重要概念。

1.3 調查方法

數據收集方法

1.3.1 是次研究同時採取了質量分析與數量分析方法，包括聚焦小組討論、個案研究與全港性的公司調查。研究分為三個階段：

- (一) 在首階段，透過文獻研究搜集資料，敲定那些值得進一步研究的議題，並為日後的資料搜集工作擬定理論框架。
- (二) 在第二階段，透過深入訪問、聚焦小組討論與個案研究等方法，搜集更深入的資料，並根據這些資料，擬備在第三階段採用的問卷。
- (三) 在第三階段，我們會向約 10 000 所商業機構，進行大規模的意見調查。

第三階段的樣本設計和規模

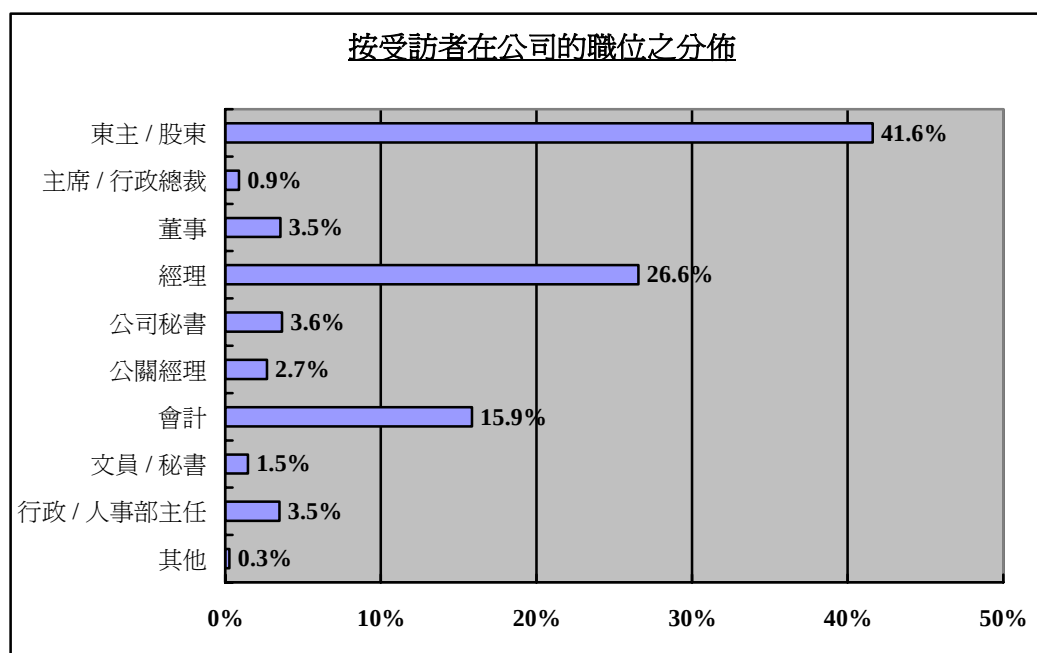
1.3.2 是次調查以政府統計處的機構記錄庫(Register of Establishment)作為抽樣框，這個抽樣框是目前全港最新、最完整及最具權威性的。記錄庫涵蓋了全港所有註冊公司，包括上市公司、跨國企業以及中小型企业等。

1.3.3 是次調查採用不按比例的分層抽樣，把註冊的機構按照所屬行業與僱用員工人數分層。在選取樣本時，我們採取了系統複製抽樣的方法。

1.3.4 我們在上述抽樣框中，隨機抽出總數共 20 147 所機構，在撇除其中 3 825 所不合資格的機構後，成功訪問了 10 094 所機構，回應率 61%。有關回應情況與結果詳列如下：

(一) 機構抽樣的數目	20 417
(二) 已結束營業或搬遷機構的數目	3 825
(三) 成功訪問機構的數目	10 094
(四) 未能接觸機構的數目	2 819
(五) 拒絕受訪機構的數目	3 679
(六) 回應率	61%

1.3.5 在調查期間，我們嘗試訪問被抽樣機構的僱主或管理人員。正如下圖所示：大部分(76%)受訪者的身份是僱主、主席、總裁、董事、經理或公司秘書；另有 22%是會計、公關經理以及行政或人力資源主任。



基數: 全部 10 094 間抽樣機構 (加權總數: 287 982 機構)

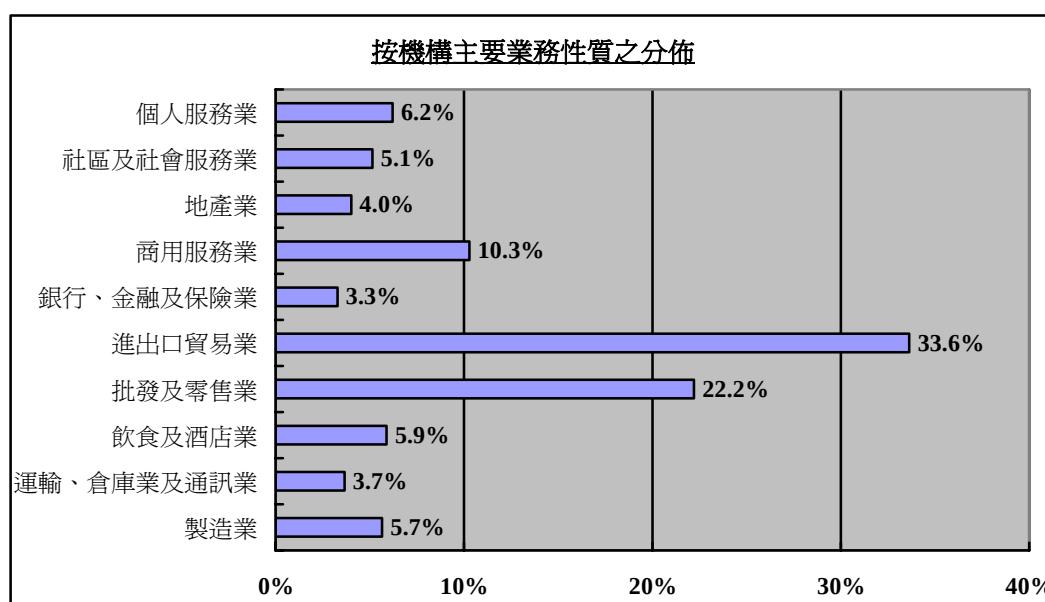
1.4 報告的組織

1.4.1 是次報告包括以下部分：

- (一) 背景；
- (二) 受訪商業機構的特徵；
- (三) 企業在內部致力改善員工及其家屬的現況；
- (四) 企業致力減低在社會上造成任何不良的經濟、社會及環境影響；
- (五) 企業在經營業務或提升回報方面，致力以符合道德規範的方式辦事；
- (六) 企業致力對社會作出貢獻；
- (七) 企業社會責任的認知與實施；
- (八) 觀察及建議。

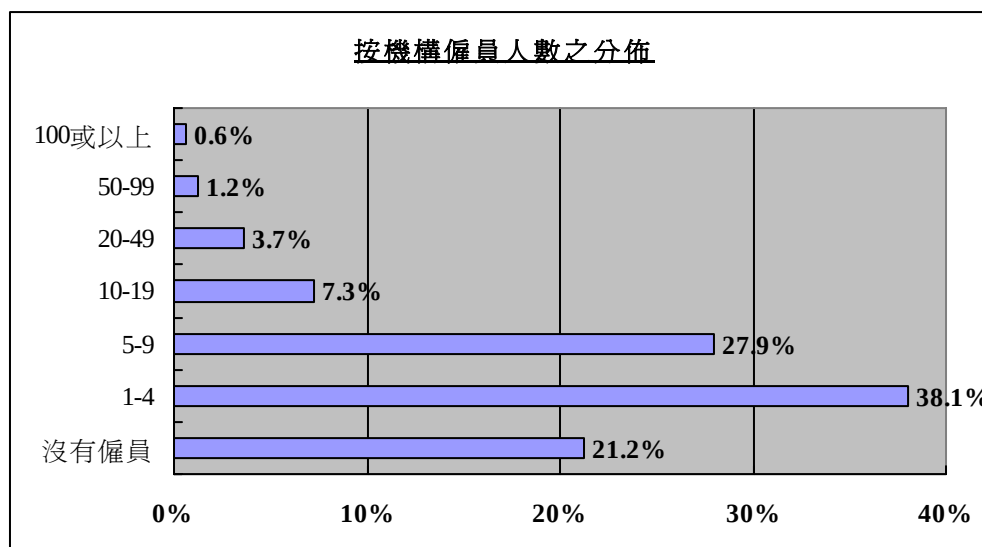
(二) 受訪商業機構的特徵

2.1 大部分受訪機構從事與商業有關的服務行業，包括進出口貿易(佔受訪機構總數 34%)；批發及零售(22%)；商用服務(10%)；酒店與餐飲(6%)；銀行、金融與保險(3%)；以及地產(4%)。此外，從事社區與個人服務業與製造業的機構，分別佔 11%及 6%。



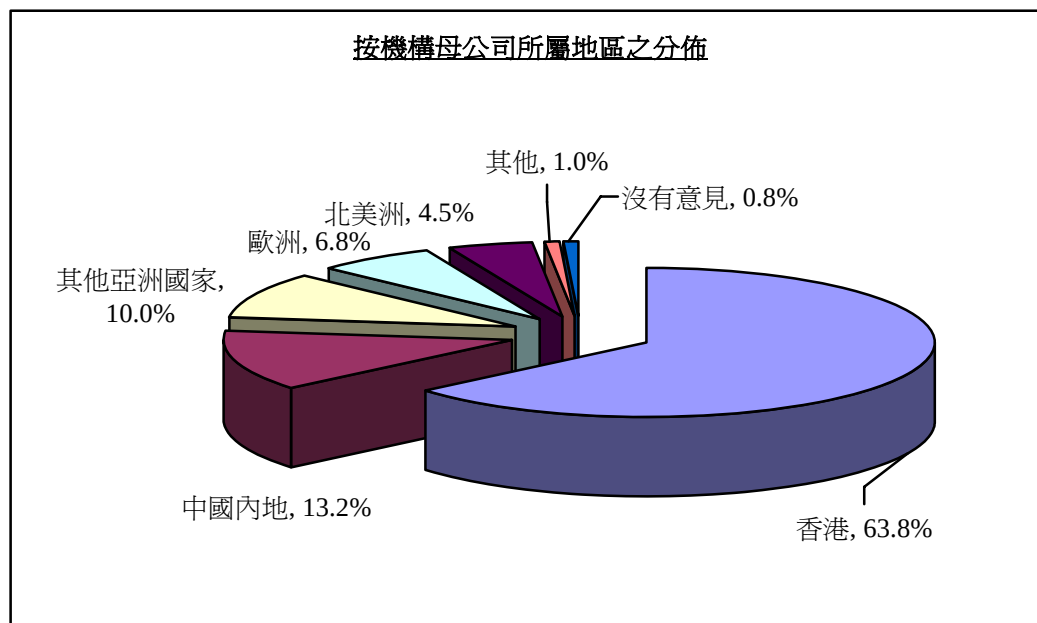
基數: 全部 10 094 間抽樣機構 (287 982)

2.2 大部分受訪機構(73%)屬於員工人數少於 20 人的企業；另 21%更未直接聘有任何員工，這些機構主要是由僱主獨自經營的小型企業。



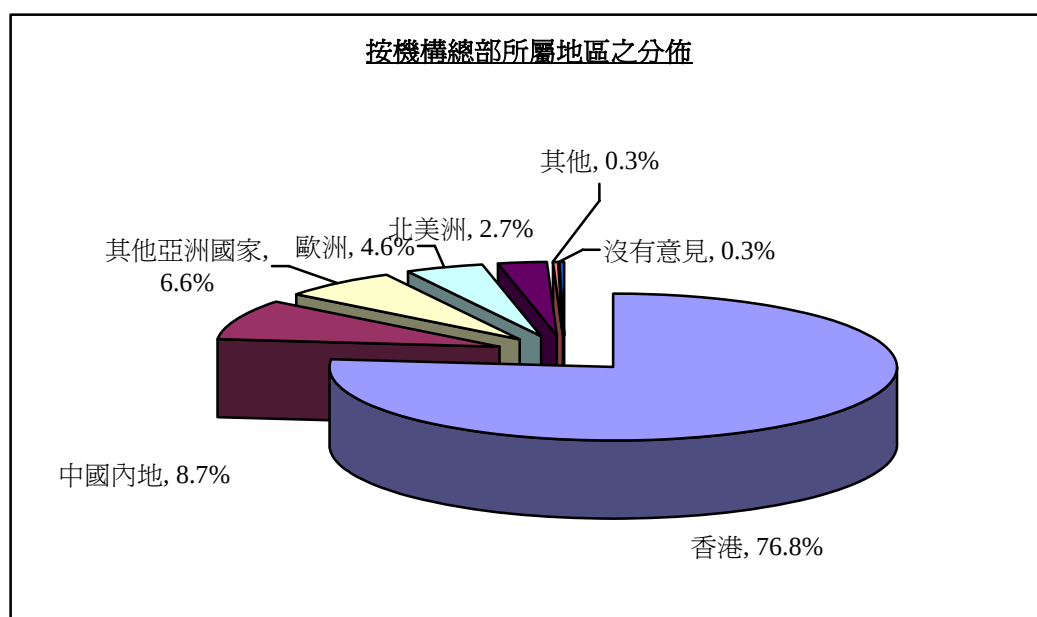
基數: 全部 10 094 間抽樣機構 (287 982)

2.3 大部分受訪機構(78%)並非母公司的附屬公司，在餘下 22%附屬公司中，他們的母公司分別位於本港(64%)、中國內地(13%)、其他亞洲國家(10%)、歐洲(7%)與北美洲(5%)。



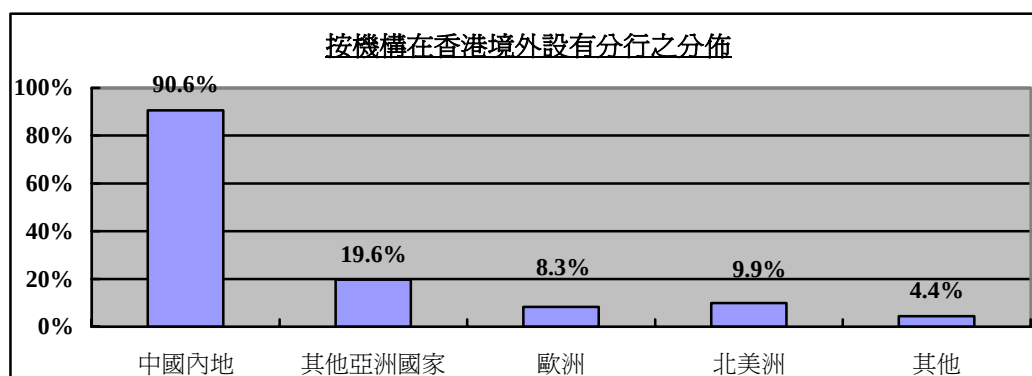
基數: 2 533 間有母公司的抽樣機構 (62 474)

2.4 大部分受訪機構(72%)不是隸屬總部的分行辦事處。在餘下 28%分行中，他們的總部分別位於本港(77%)、中國內地(9%)、其他亞洲國家(7%)、歐洲(5%)與北美洲(3%)。



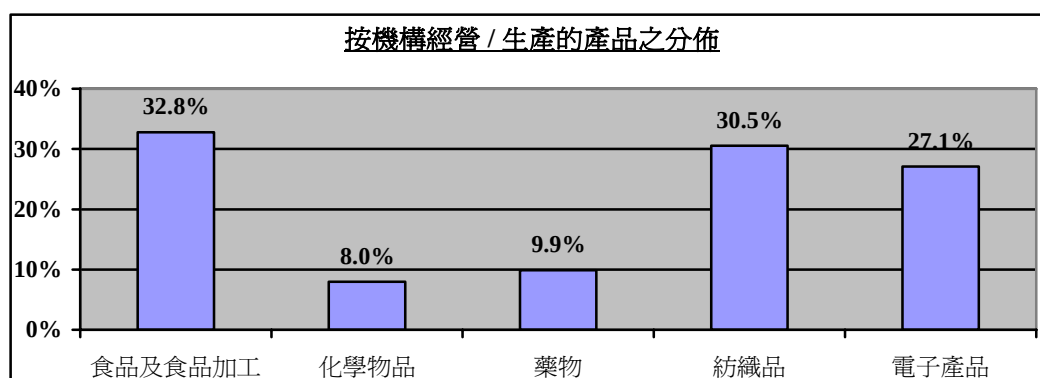
基數: 3 229 間屬於分行辦事處的抽樣機構 (80 693)

2.5 大部分受訪機構(81%)並沒有在香港境外設有分行。在餘下約 19%機構中， 91%在中國內地設有分行，其他地點包括其他亞洲國家(20%)、歐洲(8%)與北美洲(10%)。



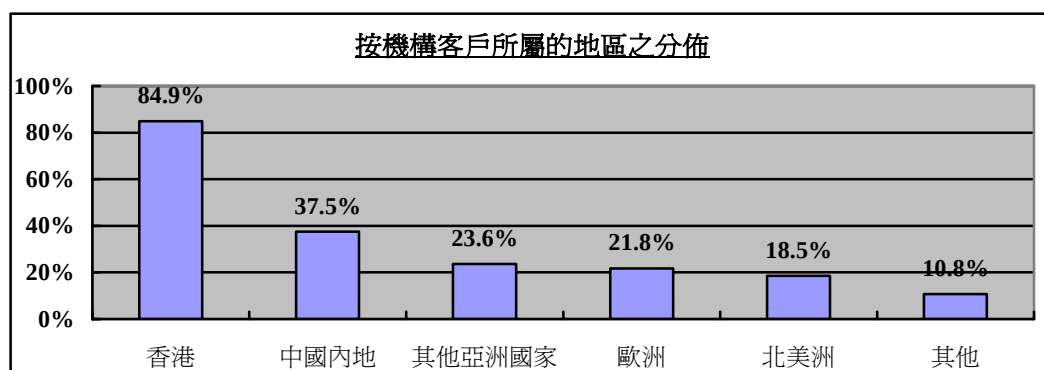
基數: 2 341 間有分行設於香港境外的抽樣機構(55 826)

2.6 約 32%受訪機構從事食品製造或加工、化學、製藥、紡織與電子等業務，有關的產品種類詳列於下圖。



基數: 2 886 間有經營 / 生產有關產品如食品及食品加工、化學物品、藥物、紡織品和電子產品的抽樣機構 (92 338)

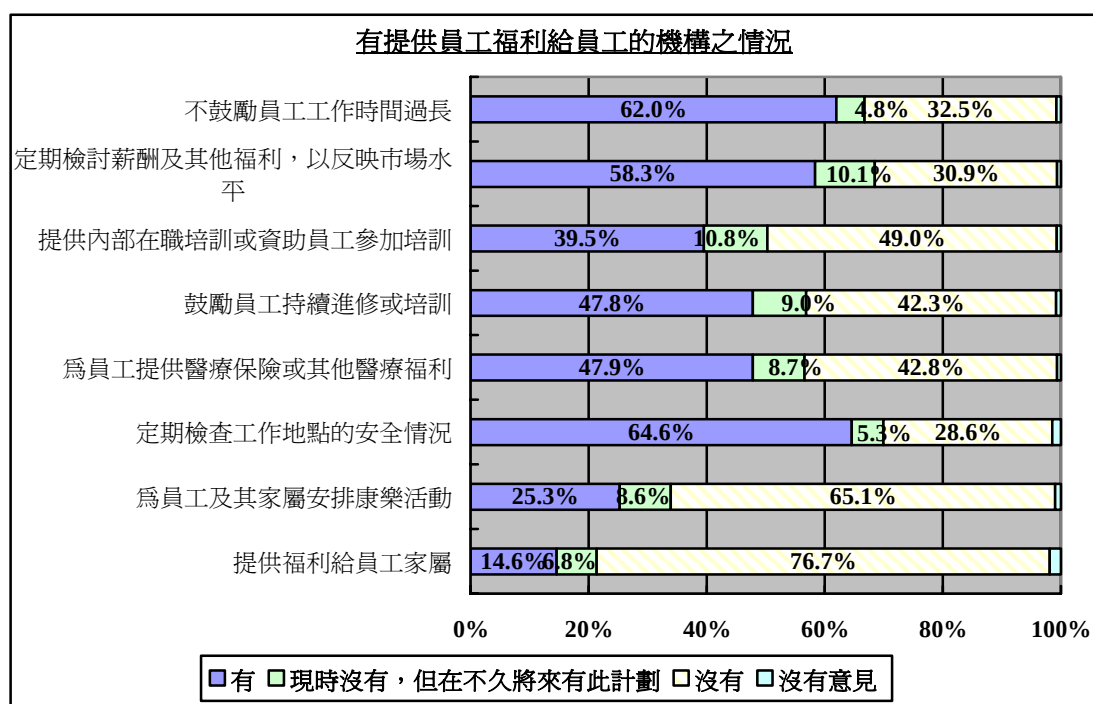
2.7 大部分受訪機構(85%)的顧客為香港人，38%是向中國內地顧客提供服務。其他顧客來自其他亞洲國家(24%)、歐洲(22%)及北美洲(19%)。



基數: 全部 10 094 間抽樣機構 (287 982)

(三) 企業在內部致力改善員工及其家屬的現況

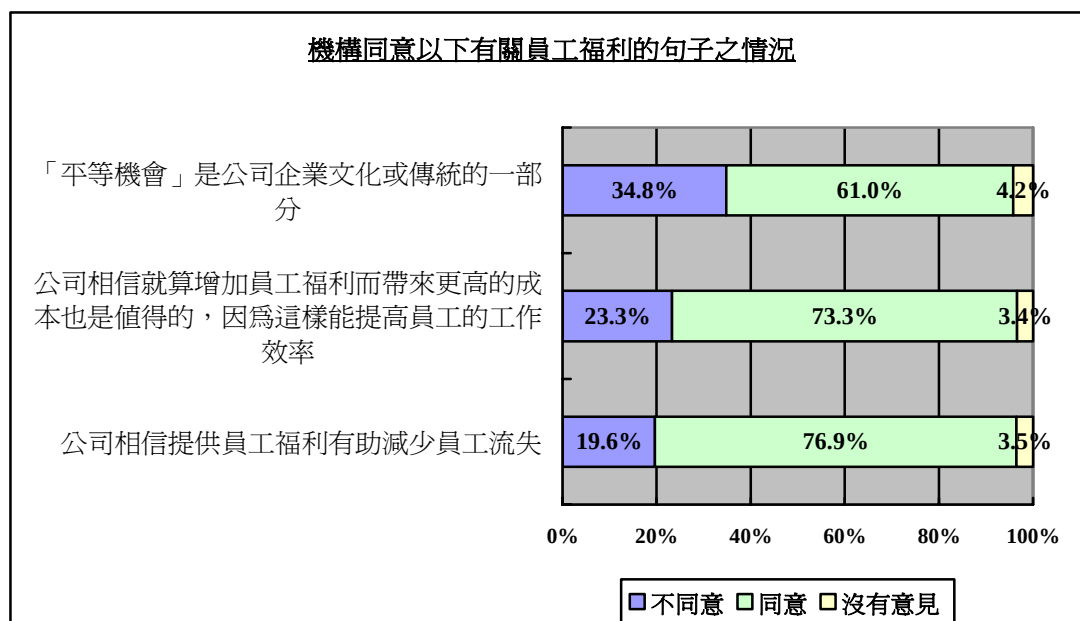
3.1 在本部分是有關受訪商業機構的內部改善員工及其家屬狀況的工作。從以下圖表可以看到，受訪機構在照顧員工福利方面，取得了不同程度的成果：當中較多機構關注工作地點安全、工作時間、薪酬與福利、以及教育與培訓等事項；相對而言，較少機構將關注範圍擴大至員工家屬，例如安排康樂活動、以及向家屬提供福利等。



基數: 8 332 間有員工的抽樣機構 (226 879)

3.2 大部分受訪機構認為向員工提供更多福利，符合商業利益。73%機構認為，增加員工福利可提高工作效率，藉此彌補新增成本；另有 77%相信，改善員工福利有助減少員工流失情況。

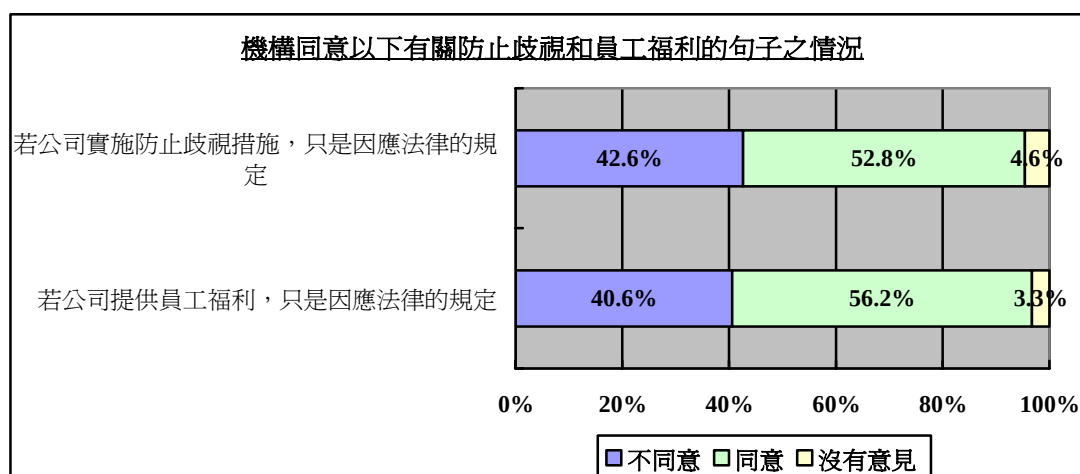
3.3 再者，超過半數的機構(61%)認為平等機會是他們公司文化或傳統的一部分。只有 35%不認為公平機會是他們公司的文化或傳統。以上三項被認為是內在誘因驅使機構改善員工及其家屬的福利。



基數: 8 332 間有員工的抽樣機構(226 879)

3.4 以十分量度制來表示，一分代表完全不同意有關改善員工及其家屬現況的「內在」誘因的句子及十分代表完全同意，以此編制改善員工及其家屬現況的內在誘因的整體指數。指數屬於甚高，為 7.0，遠高於 5.5 分中位值。值得注意的是對於在改善員工及其家屬的現況方面至少有一種或以上福利措施的受訪機構，他們在改善員工及其家屬的現況的內在誘因的整體指數達 7.1，較沒有福利措施的受訪機構的指數 6.1 為高。

3.5 受訪的商業機構會遵守法律。略多於半數的機構表示若公司實施防止歧視措施，只是因應法律的規定 (53%)，及若公司提供員工福利，亦只是因應法律的規定 (56%)。



基數: 8 332 間有員工的抽樣機構(226 879)

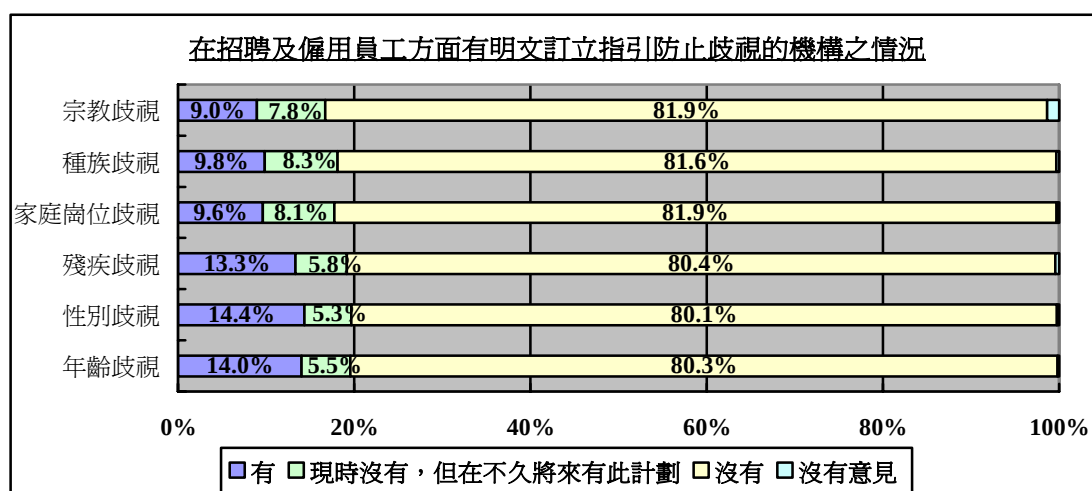
3.6 以上兩項可以被認為是改善員工及其家屬的狀況及實施防止歧視措施的「外在」誘因。以十分量度制來表示，一分代表完全不同意有關改善員工現況及實施防止歧視措施的外在誘因的句子及十分代表完全同意。有關改善員工及其家屬的現況的外在誘因的整體指數為 6.1，略高於 5.5 分中位值。

3.7 值得注意的是對於在改善員工及其家屬的現況方面至少有一種或以上福利措施的受訪機構，他們在改善員工及其家屬的狀況及實施防止歧視措施的外在誘因的整體指數是 6.1，與沒有福利措施的受訪機構的指數相同。

(四) 企業致力減低在社會上造成任何不良的經濟、社會及環境影響

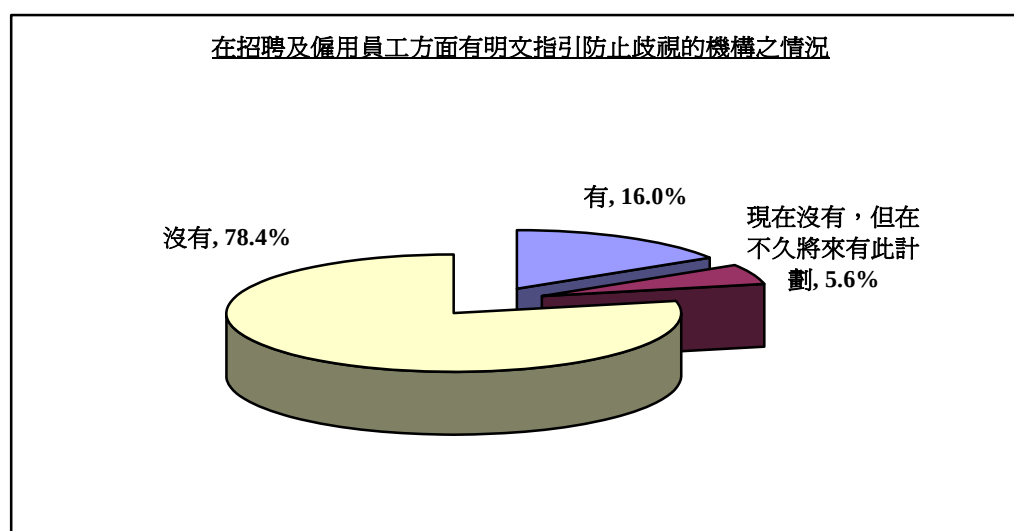
4.1 在招聘及僱用員工方面的反歧視措施

4.1.1 只有小部分受訪機構在招聘與僱用員工方面明文訂立指引，以防止各類歧視情況：當中以訂立防止性別與年齡歧視指引的機構最多，同佔 14%；其餘依次為殘疾歧視(13%)、種族與家庭崗位歧視(約 10%)、以及宗教歧視(約 9%)。



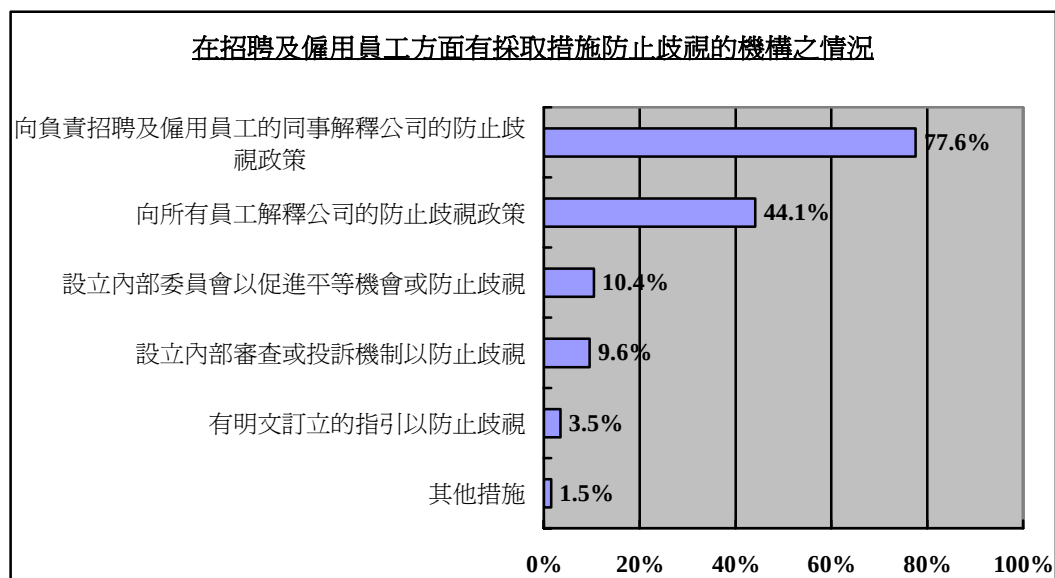
基數: 8 332 間有員工的抽樣機構(226 879)

4.1.2 只有 16%的機構在招聘及僱用員工方面，有明文指引防止以上任何一種歧視，包括性別歧視、年齡歧視、種族歧視、或有關殘疾歧視、家庭崗位歧視、或宗教歧視。約有 6%的機構雖然沒有訂立指引，但在不久將來有此計劃。



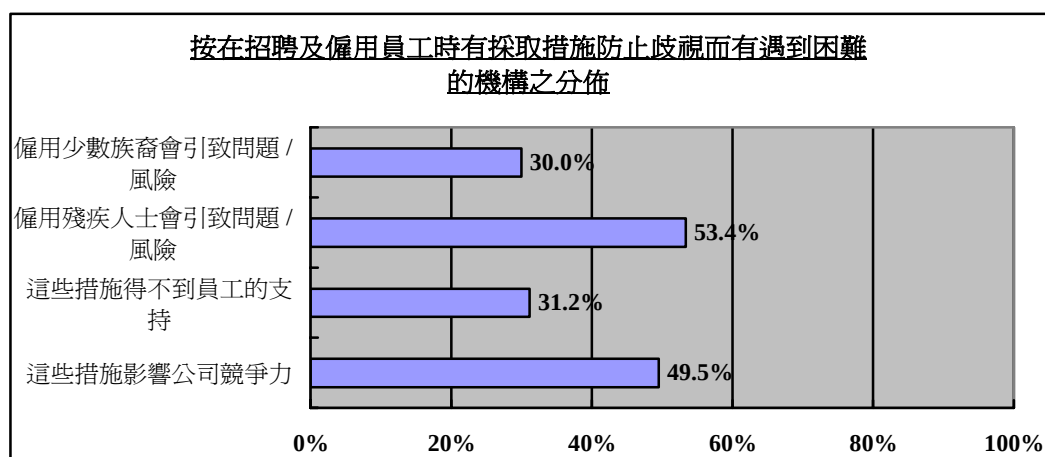
基數: 8 332 間有員工的抽樣機構(226 879)

4.1.3 約 19%有聘用員工受訪機構表示，他們在招聘與僱用員工方面採取了防止歧視措施：當中 78%向負責招聘及僱用員工的同事，解釋公司的防止歧視政策；另有 44%向所有員工解釋有關的政策。



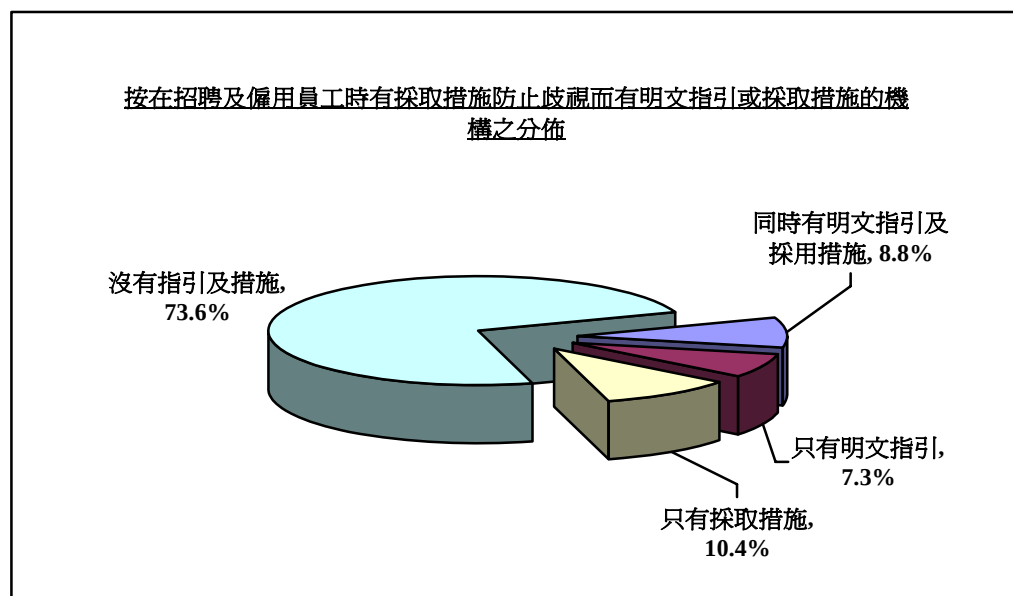
基數: 1 971 間在招聘及僱用員工方面有採取措施防止歧視之抽樣機構(43 402)

4.1.4 那些在招聘與僱用員工方面採取了防止歧視措施的機構中，約 12%表示在實施時遇上困難：當中 53%表示僱用殘疾人士會引致問題或風險；公司的競爭力受影響(50%)；31%指措施得不到員工支持；另有 30%說僱用少數族裔人士存在問題與風險。



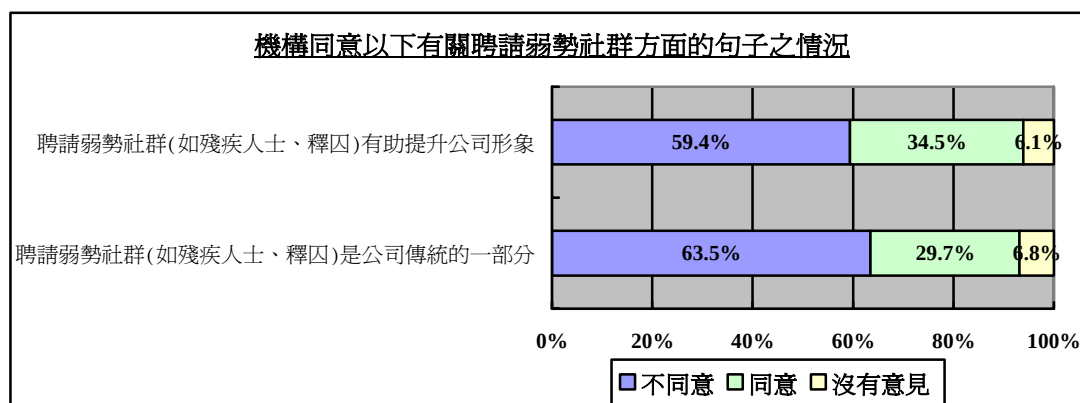
基數: 248 間在招聘及僱用員工時有採取措施防止歧視而有遇到困難之抽樣機構 (4 975)

4.1.5 那些在招聘與僱用員工方面採取了防止歧視措施的機構中，值得注意的是只有約 9%的機構有同時訂立指引及採取措施。約 7%只有訂立指引但沒有在招聘與僱用員工方面採取了防止歧視措施。另外 10%沒有訂立指引，但在招聘與僱用員工方面有採取了防止歧視措施。



基數: 8 332 間有員工的抽樣機構(226 879)

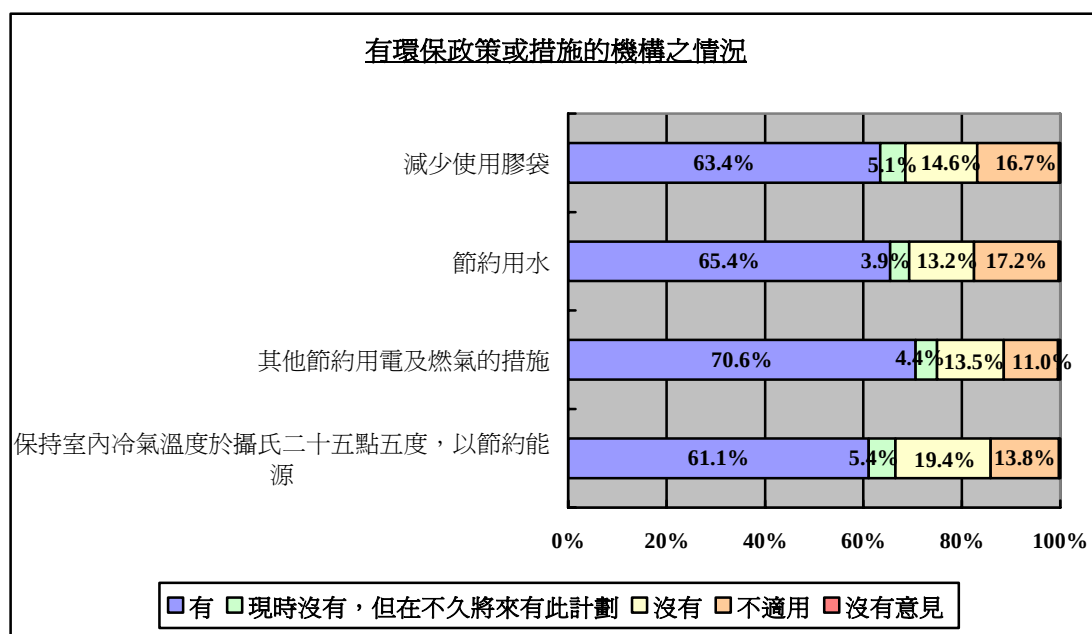
4.1.6 只有約 30%認為聘請弱勢社群是公司傳統的一部分及只有約 35%認為這樣做有助提升公司形象。很明顯，那些視平等機會為公司企業文化或傳統一部分的機構，較樂意為弱勢社群提供就業機會，即使他們未必為意，所謂提供平等機會，自然也應包括聘用弱勢社群。因此，無論是提倡平等機會，抑或公開表揚那些持續不懈、減少招聘與僱用方面歧視的商業機構，這兩方面的事工皆有很大拓展空間。



基數: 8 332 間有員工的抽樣機構(226 879)

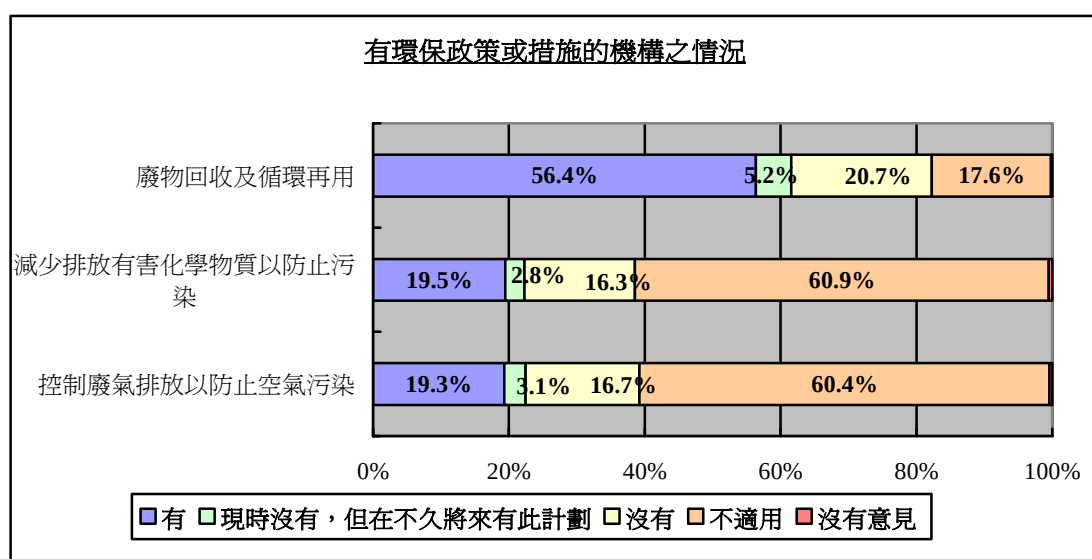
4.2 環境保護

4.2.1 大部分受訪機構有針對環保問題制訂政策或措施。分別有 63%及 65% 機構指出，已就減少使用膠袋及節約用水推行政策或措施； 71%實行節約用電或燃氣；61%保持室內冷氣溫度於攝氏二十五點五度，以節約能源。



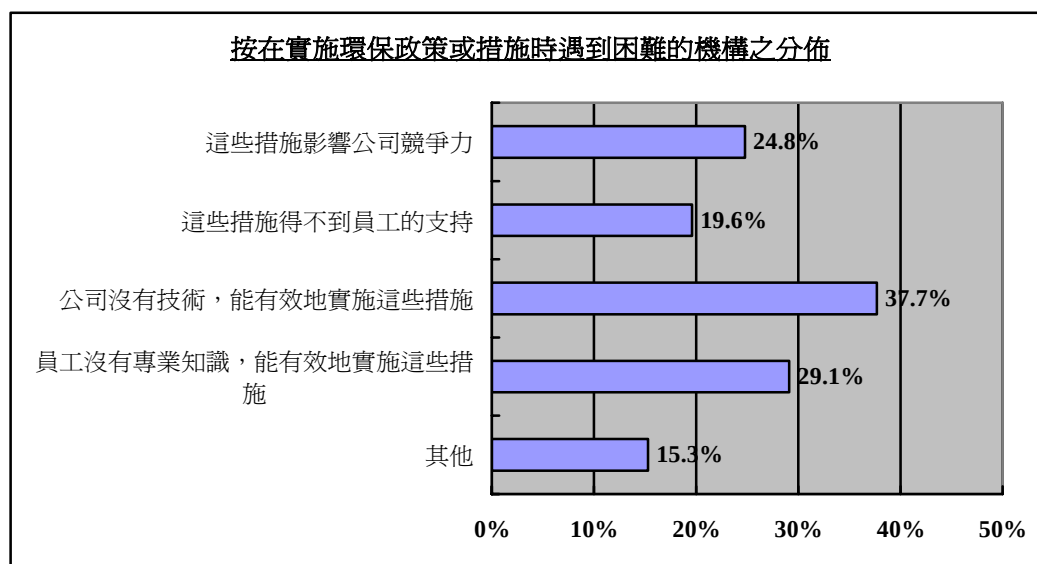
基數: 全部 10 094 間抽樣機構 (287 982)

4.2.2 超過半數(56%)機構就廢物管理制訂政策或措施，除沒有面對有關情況的機構，大部分機構分別就控制廢氣排放與減少排放有害化學物質制訂政策或措施，以防止空氣污染。



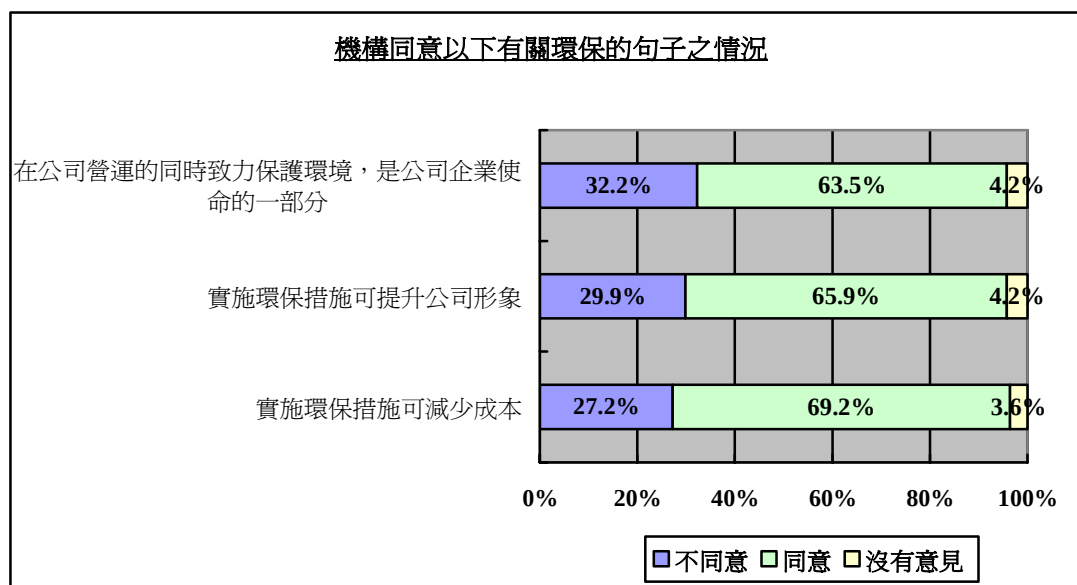
基數: 全部 10 094 間抽樣機構 (287 982)

4.2.3 對於在環境保護及廢物管理至少有採取一種以上政策或措施的受訪機構，只有 13%指在實行方面遇上困難：主要問題是缺乏所須技術，難有效推行有關措施(佔有關機構 38%)；員工缺乏專業知識，難有效實施有關措施(29%)；以及有關措施會影響公司的競爭力(25%)。



基數: 1 264 間在實施環保政策或措施時遇到困難的抽樣機構(32 751)

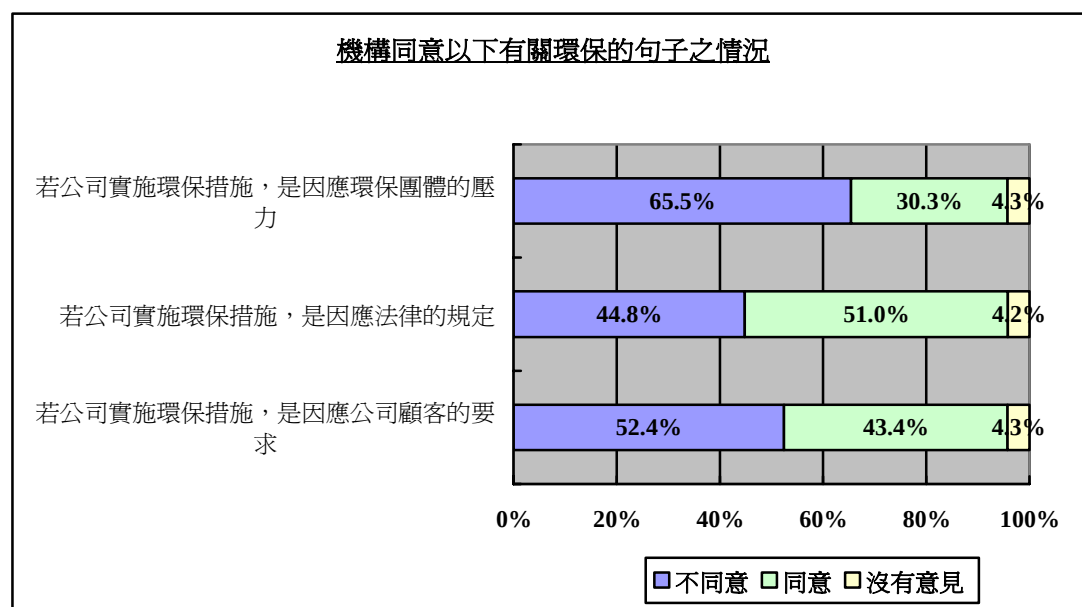
4.2.4 有關實施環保措施方面，值得注意的是，超過半數的受訪機構認為保護環境是公司企業文化的一部分；或有助提升公司形象，以及減少成本。



基數: 全部 10 094 間抽樣機構 (287 982)

4.2.5 有關環境保護情況的整體指數屬甚高，為 6.7，遠高於 5.5 分中位值。以十分量度制來表示，一分代表完全不同意有關環境保護的句子及十分代表完全同意，表示整體上對環境保護有正面的意見。有關環境保護的整體指數或環保保護的內在誘因屬甚高，值得注意的是對於在環境保護及廢物處理方面至少有採取一種以上措施的受訪機構，指數為 6.8，較沒有在環境保護及廢物處理措施的受訪機構的指數 6.2 為高。

4.2.6 來自環保團體的壓力，並不構成商業機構實施環保措施的主要考慮，只有 30%受訪機構表示這是一項因素。有更多機構指出，他們是因應法律規定及公司顧客的要求實施環保措施，兩者分別佔 51 %及約 43%。



基數: 全部 10 094 間抽樣機構 (287 982)

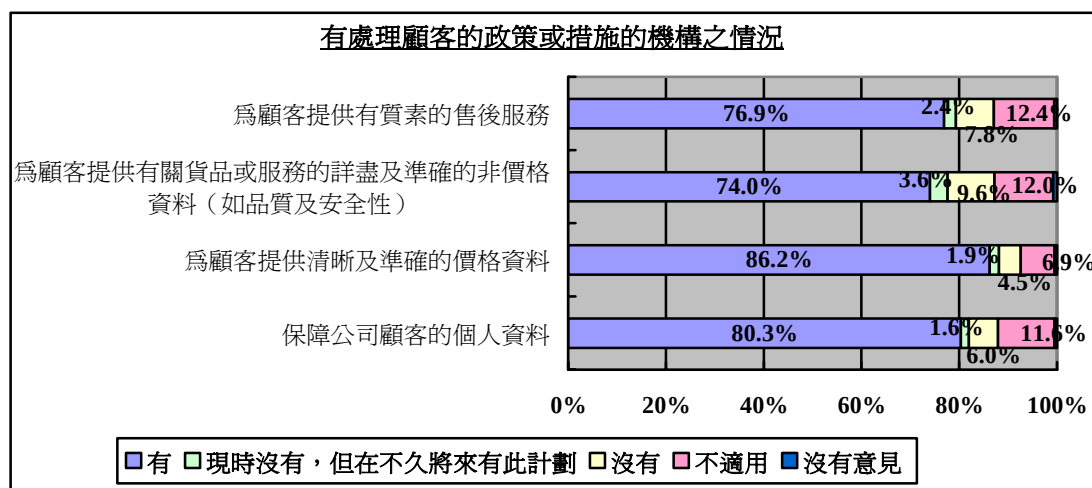
4.2.7 以十分量度制來表示，一分代表完全不同意有關外在環保團體壓力對公司在環保工作所影響的句子。環境保護的外在誘因指數顯示受訪機構受外來壓力所影響。這些由環保團體對受訪機構在環境保護方面施壓的整體指數為 5.1，低於 5.5 分中位值。值得注意的是對於在環境保護方面至少有一種或以上環境保護及廢物處理措施的受訪機構整體指數是 5.9，較沒有環境保護及廢物處理措施的受訪機構的指數 5.0 為高。

(五) 企業在經營業務與提升回報方面，致力以

符合道德規範的方式辦事

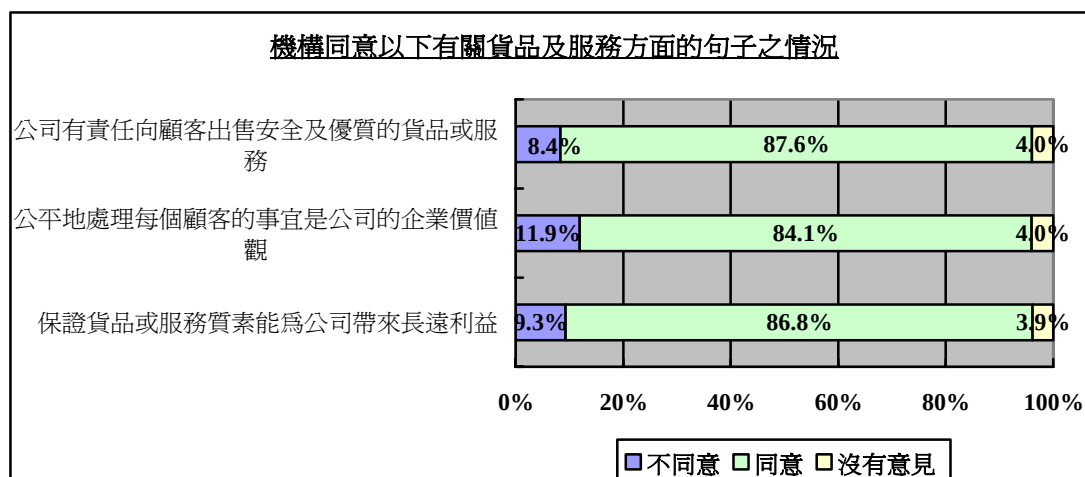
5.1 與顧客相處

5.1.1 大部分受訪機構表示，他們備有保障顧客的政策或措施。分別有 86% 及 80% 機構表示，已制訂政策或措施，確保向顧客提供清晰及準確的價格資料；以及保障他們的個人資料。77% 指出會為顧客提供有質素的售後服務；另有 74% 則指出，會為顧客提供有關貨品及服務、詳盡而準確的非價格資料(例如品質及安全性等)。



基數: 全部 10 094 間抽樣機構 (287 982)

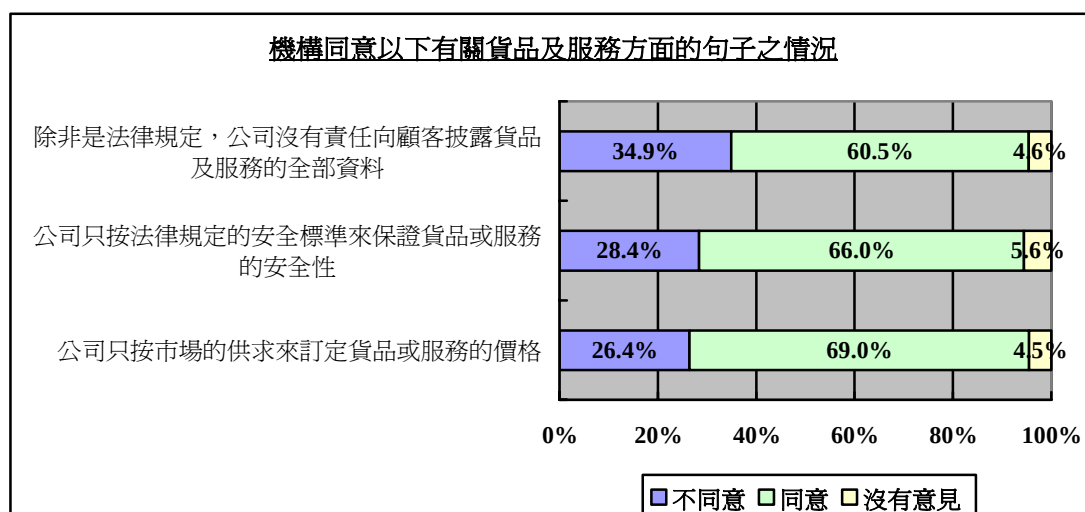
5.1.2 對於待客之道，大部分受訪機構同意，公司有責任向顧客出售安全及優質的貨品或服務(88%)；多數機構亦同意，保證貨品或服務質素能為公司帶來長遠利益(87%)。此外，84% 機構也認為，公平對待每位顧客是公司的企業價值觀。



基數: 全部 10 094 間抽樣機構 (287 982)

5.1.3 以十分量度制來表示，一分代表完全不同意有關以符合道德規範的方式與顧客相處的句子及十分代表完全同意。有關與顧客相處的整體指數屬於甚高為 8.2，遠高於 5.5 分中位值。這與顧客相處的指數可視為以符合道德規範方式待客的內在誘因。

5.1.4 69%的受訪機構認同公司只按市場的供求去訂定貨品或服務的價格；66%表示，他們只會按照法律規定的標準，以保證貨品或服務的安全性。此外，約 61%機構更指出，除非是法律規定，否則公司沒有責任向顧客披露貨品或服務的全部資料。換句話說，超過半數受訪機構相信貨品及服務買賣由市場力量決定，除非法律另有規定，他們沒有其他義務。

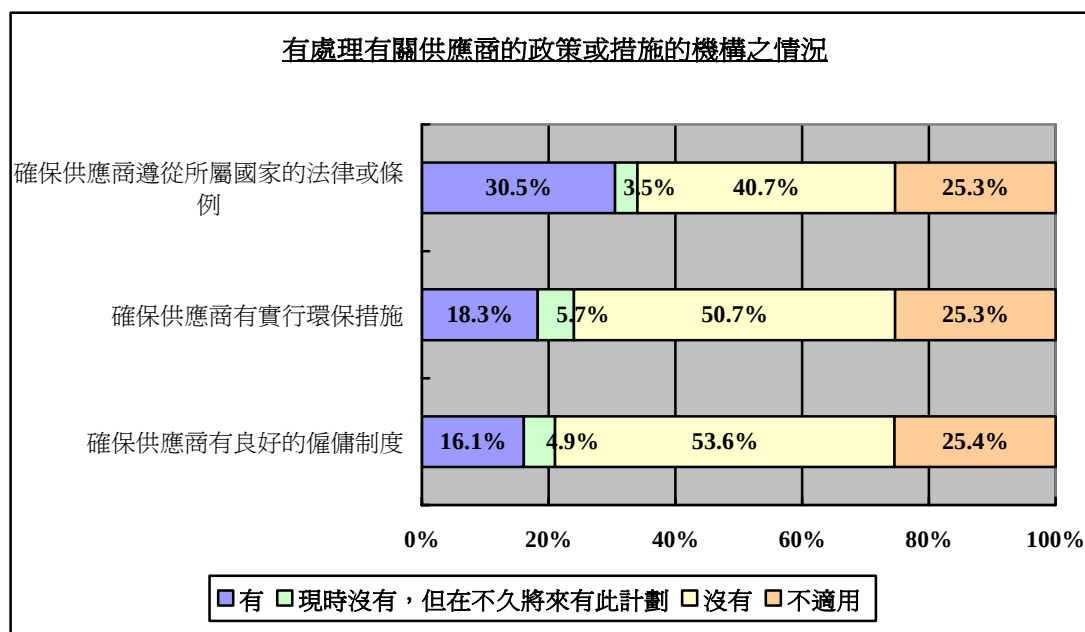


基數: 全部 10 094 間抽樣機構 (287 982)

5.1.5 以十分量度制來表示，一分代表完全不同意有關以符合道德規範的方式與顧客相處的外在誘因的句子及十分代表完全同意。有關以符合道德規範的方式與顧客相處的外在誘因的整體指數屬於甚高，為 6.8，遠高於 5.5 分中位值。

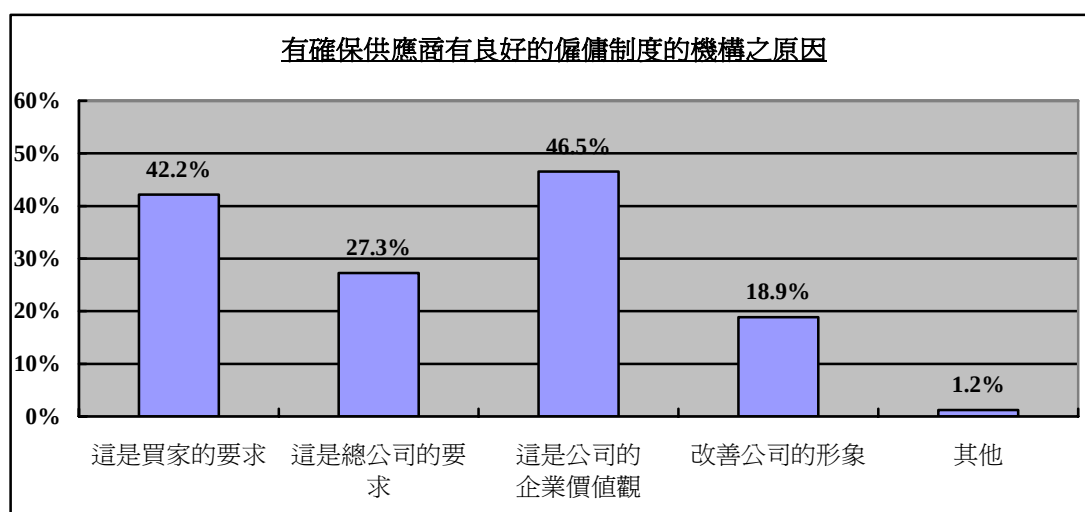
5.2 與供應商相處

5.2.1 只有小部分的受訪機構表示，有制訂政策或措施，確保供應商遵從所屬國家的法律或條例(佔受訪機構 31%)；已實行環保措施(18%)；以及有良好的僱傭制度(16%)。大部分與供應商交易的機構，並沒有實行上述政策或措施，亦即是說，這些機構大多沒有向供應商施壓，要求他們以符合道德規範的方式辦事。



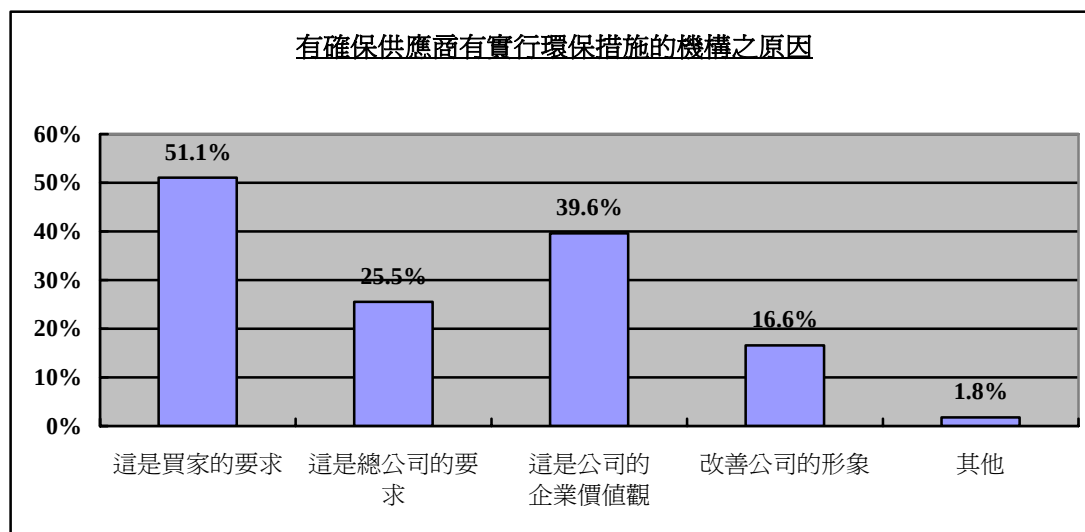
基數: 全部 10 094 間抽樣機構 (287 982)

5.2.2 對於那些有制訂政策或措施，確保供應商有良好僱傭制度的機構：47% 解釋這是基於公司的企業價值觀；另有約 42%指這是出於買家的要求；27%表示這是總公司的要求。



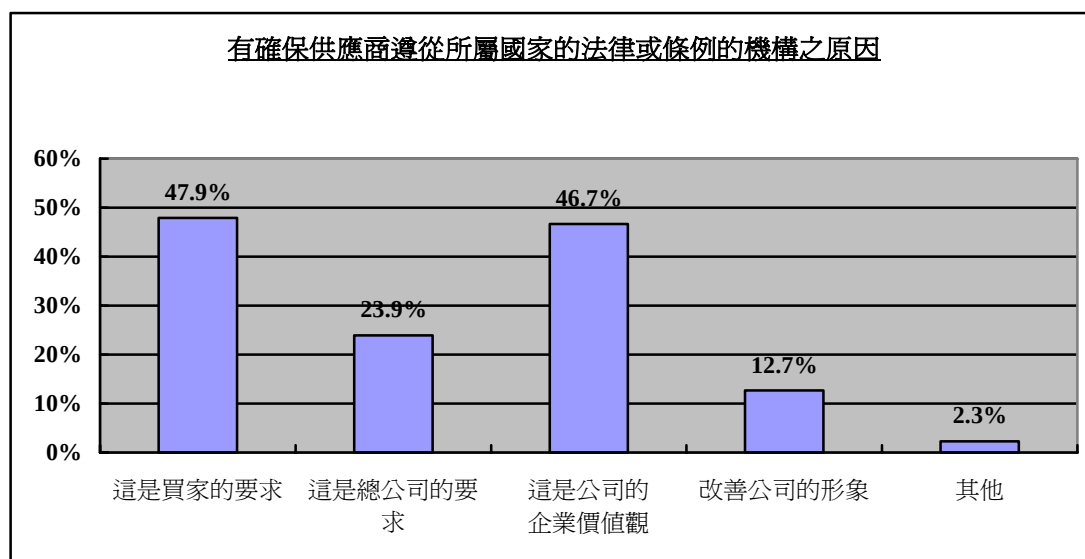
基數: 1 736 間確保供應商有良好的僱傭制度的抽樣機構(46 416)

5.2.3 在那些有制訂政策或措施，確保供應商採取行動保護環境的機構中，51%解釋這是基於買家的要求，40%指這是公司的企業價值觀，另有 26%表示這是總公司的要求。



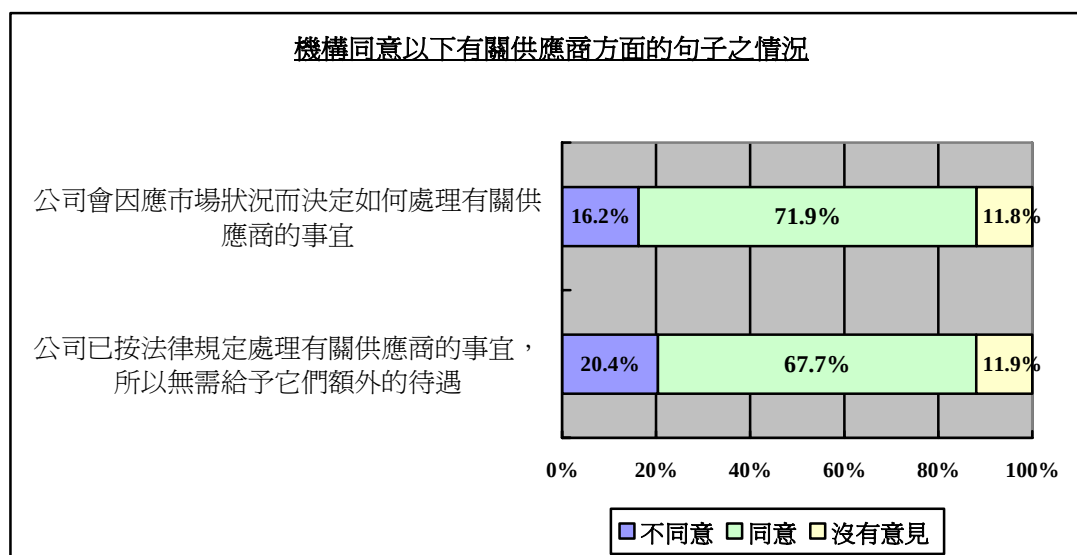
基數: 1 912 間確保供應商有實行環保措施的抽樣機構 (52 820)

5.2.4 對於那些有制訂政策或措施，確保供應商遵從所屬國家的法律或條例的機構：48%表示這是出於買家的要求；約 47%指這是公司的企業價值觀；只有 24%表示這是總公司的要求。



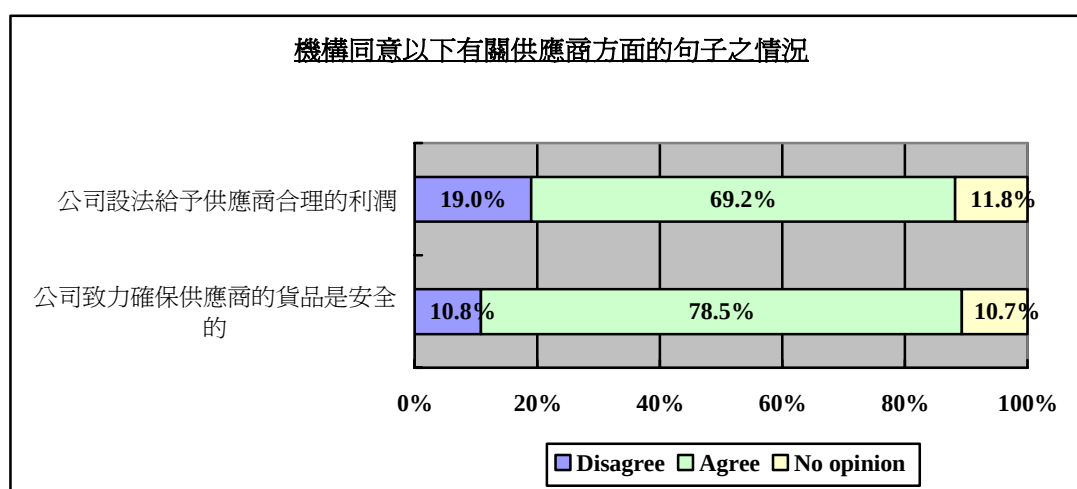
基數: 3 037 間確保供應商遵從所屬國家的法律或條例的抽樣機構 (87 763)

5.2.5 對於受訪機構多未有施加較多壓力予供應商，以符合道德規範的方式辦事，箇中原因，可能是大部分受訪機構(72%)皆相信，應按照市場狀況決定如何處理有關供應商的事宜。此外，大部分受訪機構(68%)亦認為，公司已按照法律規定處理有關供應商的事宜，所以沒有需要給予他們額外的待遇。



基數: 全部 10 094 間抽樣機構 (287 982)

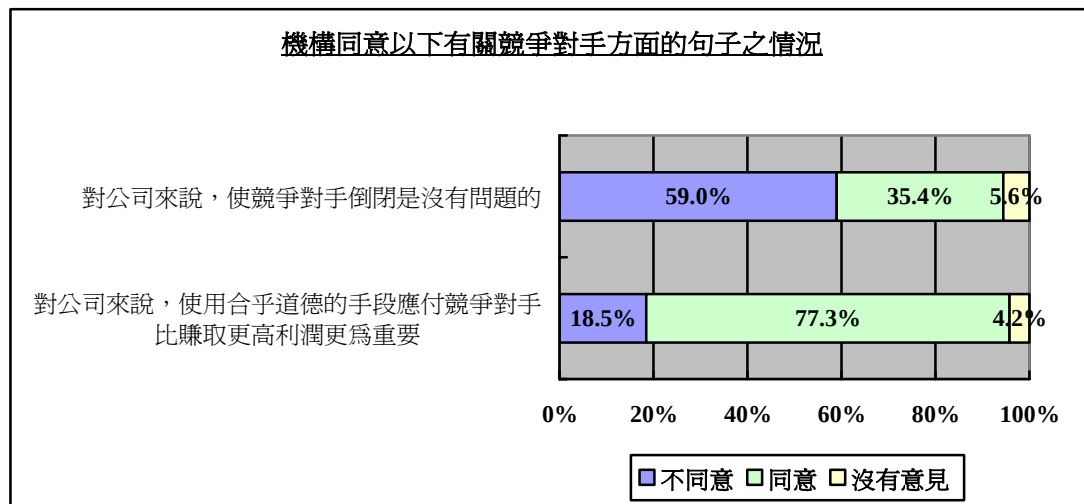
5.2.6 另一方面，69%受訪機構表示，會設法給供應商合理的利潤；約79%表示會致力確保供應商的貨品是安全的。由此可見，受訪機構在處理有關供應商的事宜時，除了倚仗市場力量，亦設法以符合道德規範的方式辦事，包括確保供應商有合理利潤，以及他們供應的貨品安全。



基數: 全部 10 094 間抽樣機構 (287 982)

5.3 與競爭對手相處

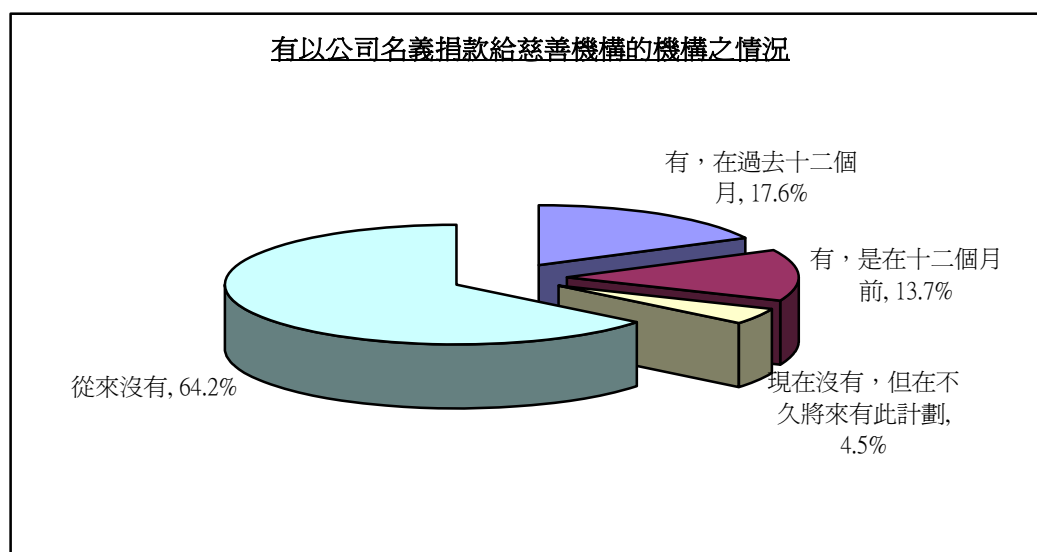
5.3.1 超過半數受訪機構(59%)不同意，將競爭對手逐出市場是沒有問題的。此外，大部分受訪機構(77%)也同意，對公司來說，使用合乎道德的手段，比賺取更高利潤更為重要。



基數: 全部 10 094 間抽樣機構 (287 982)

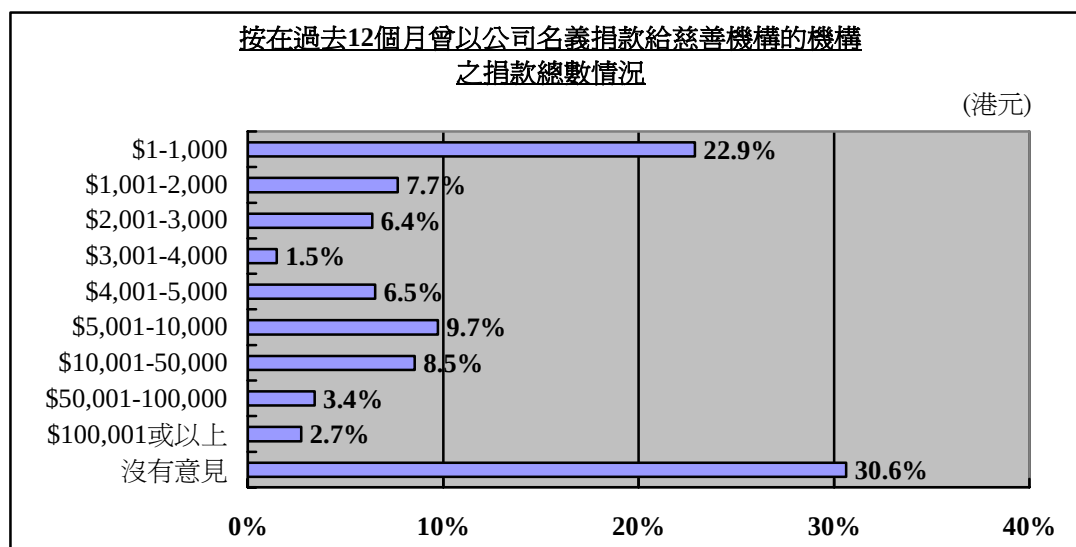
(六) 企業致力對社會作出貢獻

6.1 在接受訪問之前 12 個月，只有約 18%的機構曾以公司名義，向慈善機構捐款；另有 14%在此之前曾作出捐獻。此外，超過半數(64%)機構從未向慈善機構捐款，在不久將來亦未有此計劃。



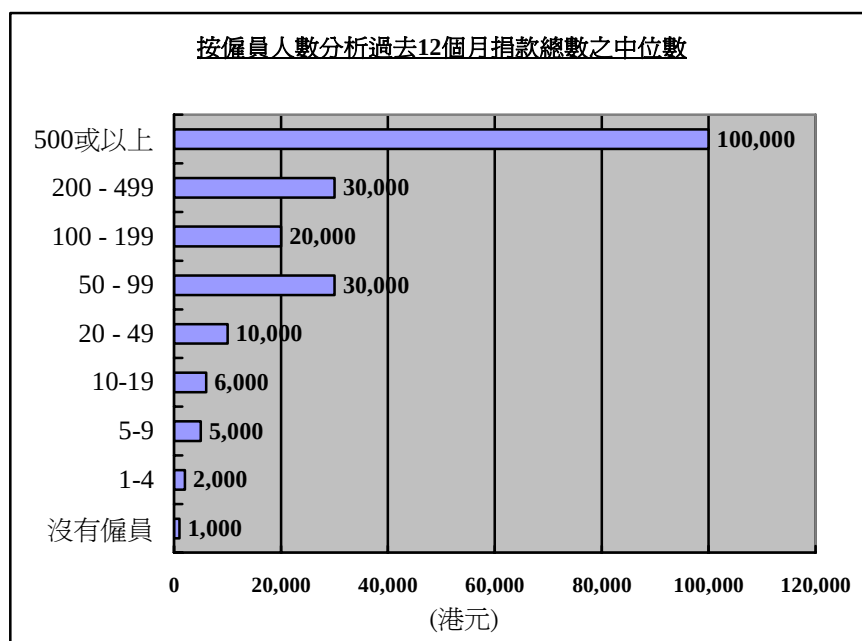
基數: 全部 10 094 間抽樣機構 (287 982)

6.2 那些過去 12 個月曾以公司名義向慈善機構捐款的公司中，約 55%的捐款數目在港幣 10,000 元或以下，另有 15%的捐款額超過港幣 10,000 元。捐款平均數是\$39,994 及捐款中位數是\$3,000。



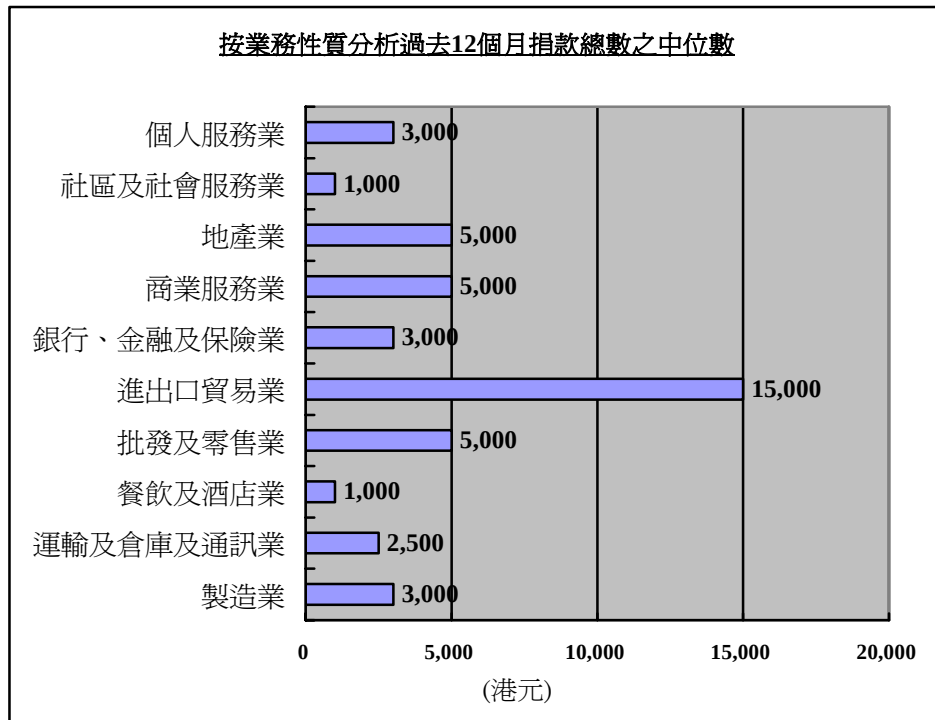
基數: 2 102 間在過去 12 個月曾以公司名義捐款給慈善機構的抽樣機構 (50 686)

6.3 較多員工人數的機構會有較高的捐款數目。在過去 12 個月，500 人或以上的機構的捐款中位數是\$100,000，但 1-4 位員工的機構為\$2,000，而沒有員工的機構為\$1,000。



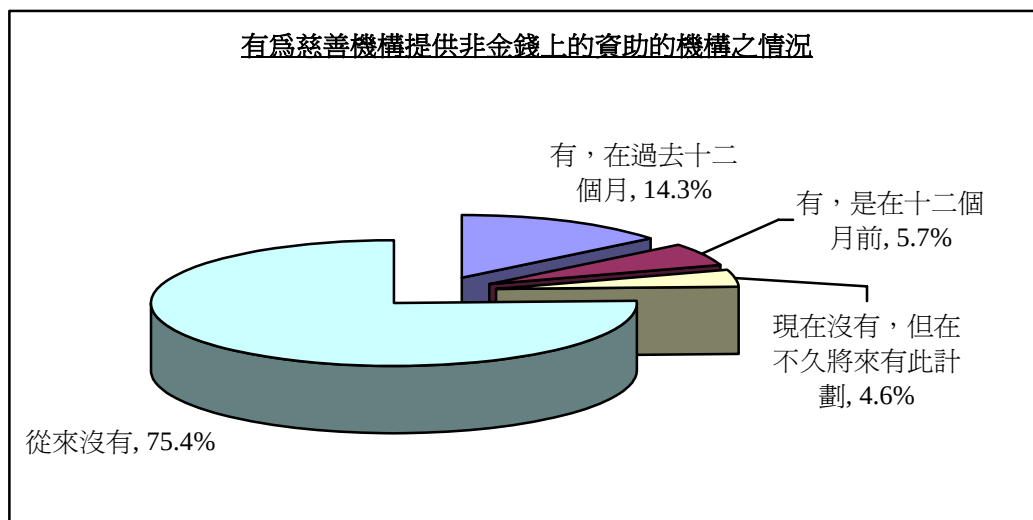
基數: 全部 10 094 間抽樣機構 (287 982)

6.4 以機構的業務性質分析，在過去 12 個月，進出口貿易業的捐款數目較高 (\$15,000)，而較低的為餐飲及酒店業 (\$1,000)及社區及社會服務業 (\$1,000)。



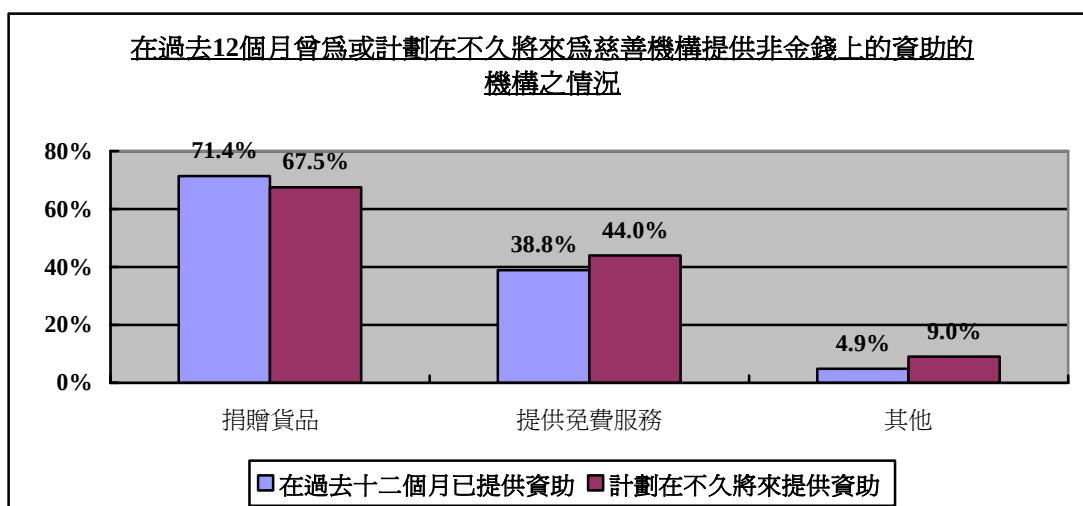
基數: 全部 10 094 間抽樣機構 (287 982)

6.5 在接受訪問之前的 12 個月，只有約 14%的機構曾以公司名義，向慈善機構提供非金錢上的資助，另有 6%在此之前亦曾提供資助。此外，大部分受訪機構(75%)從未向慈善機構提供非金錢上的資助，在不久將來亦未有此打算。



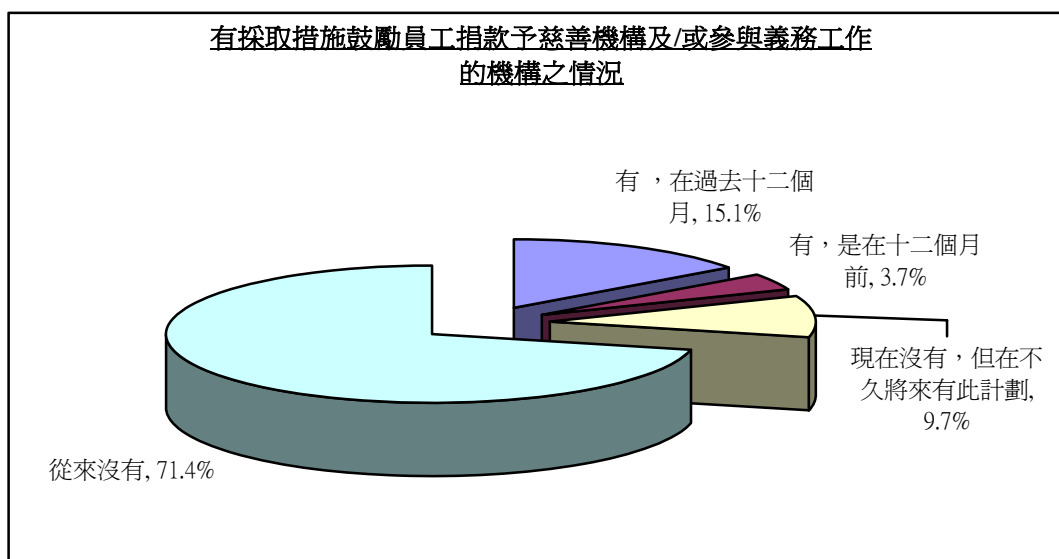
基數: 全部 10 094 間抽樣機構 (287 982)

6.6 那些過去 12 個月曾向慈善機構提供非金錢資助的公司中，71%受訪機構捐贈貨品，另 39%提供免費服務。對於至於那些在 12 個月之前曾作出非金錢資助的公司，68%受訪機構捐贈貨品，另 44%提供免費服務。



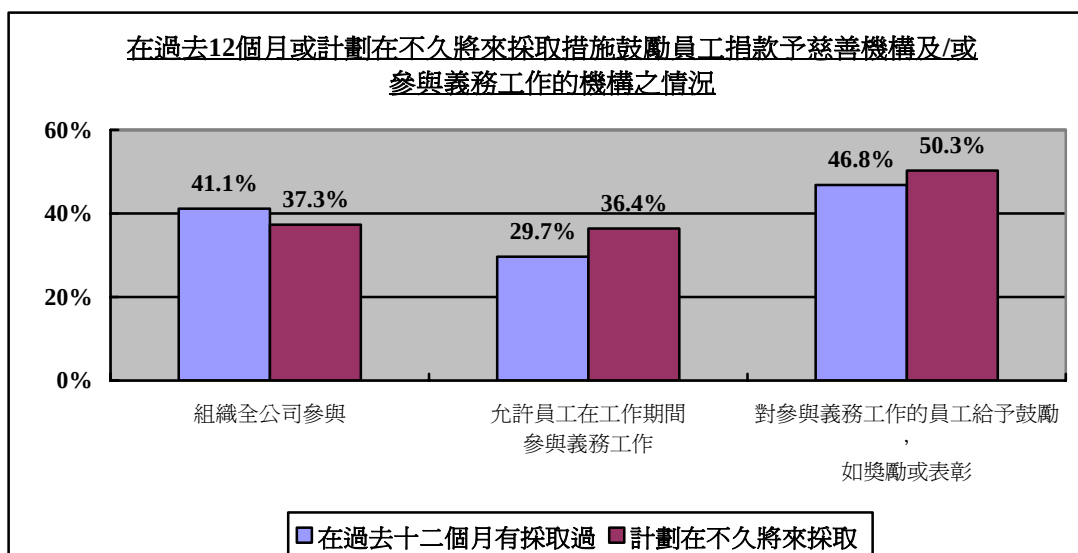
基數: 1710 間在過去 12 個月曾為慈善機構提供非金錢上的資助的抽樣機構 (41 094) / 418 間有計劃在不久將來為慈善機構提供非金錢上的資助的抽樣機構(13 304)

6.7 只有約 15%的機構在接受訪問之前 12 個月，採取措施鼓勵員工捐款予慈善機構、或參與義務工作，另有 4%在此之前曾這樣做。此外，約 71%的受訪機構未有採取上述措施，在不久的將來亦未有此打算。



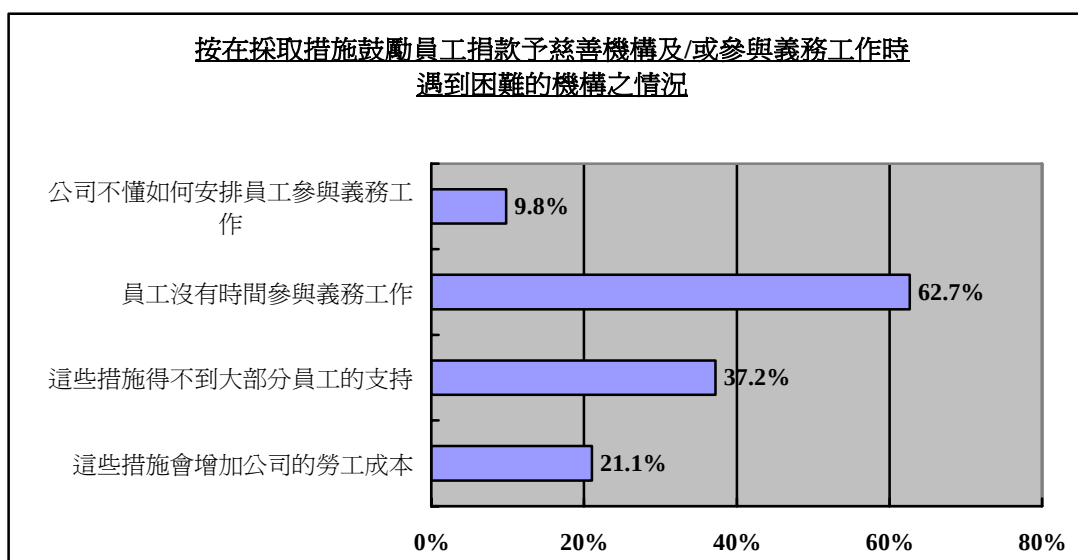
基數: 8 342 間有員工的抽樣機構 (227 214)

6.8 那些過去 12 個月曾鼓勵員工捐款予慈善機構或參與義務工作的公司中： 41%曾組織全公司參與的活動；其他措施尚包括獎勵或表彰參與義務工作的員工(47%)、允許員工在工作期間參與義務工作(30%)。至於那些曾在 12 個月之前鼓勵員工捐款或做義工的公司，其所採取措施亦相類似。



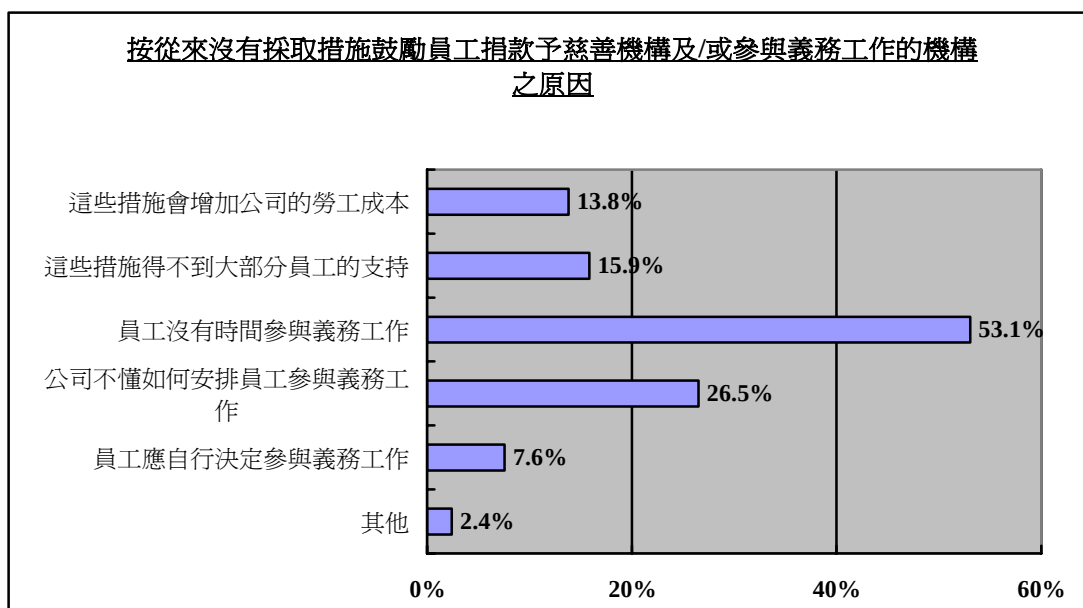
基數: 1514 間在過去 12 個月有採取措施鼓勵員工捐款予慈善機構及/或參與義務工作的抽樣機構 (34 372) / 815 間有計劃在不久將來會採取措施鼓勵員工捐款予慈善機構及/或參與義務工作的抽樣機構 (22 101)

6.9 對於那些曾經採取措施鼓勵員工捐款或參與義務工作的機構，約 19% 曾遇到困難，主要遇到的困難是員工沒有時間做義工(佔受訪機構 63%)。



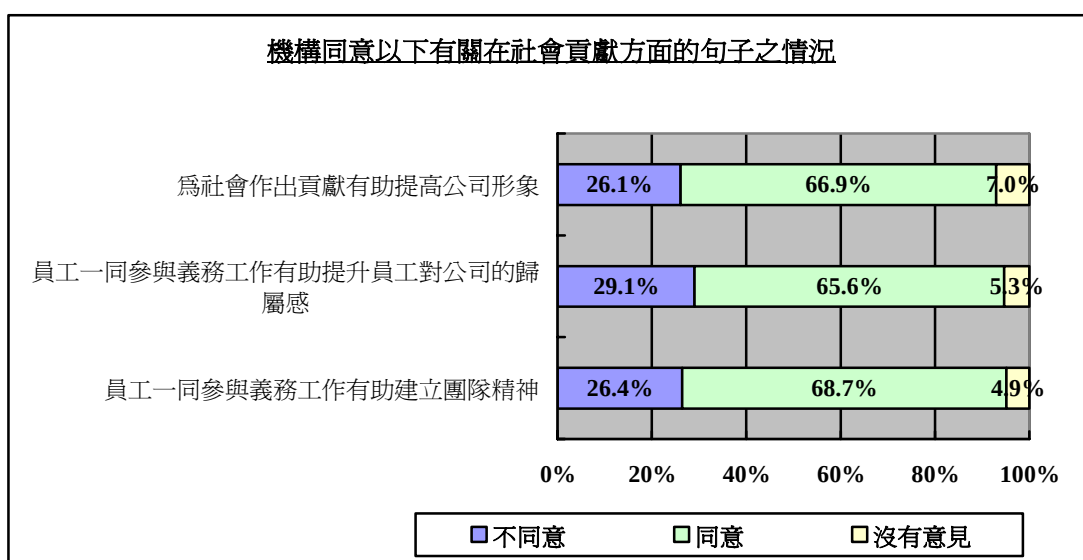
基數: 292 間在過去 12 個月採取措施鼓勵員工捐款予慈善機構及/或參與義務工作時遇到困難的抽樣機構 (6 638)

6.10 至於那些從來沒有採取措施鼓勵員工捐款或參與義務工作的機構，主要的原因是員工沒有時間做義工(佔有關機構 53%)。然而，有關問題雖然有待解決，機構本身其實仍可推行鼓勵員工做義工的措施，兩者之間並不存在任何衝突。



基數: 5644 間從來沒有採取措施鼓勵員工捐款予慈善機構及/或參與義務工作的抽樣機構 (162 333)

6.11 雖然有超過半數的受訪機構，未曾捐款予慈善機構，或鼓勵員工作出捐獻，以及參與義務工作；值得注意的是，約超過半數的機構(67%)同意，為社會作出貢獻，有助提高公司形象。此外，有機構亦認同，員工一同參與義務工作，有助提升他們對公司的歸屬感(66%)，以及建立團隊精神(69%)。由此可見，商業機構貢獻社會，不只是為了他人，可同時帶來商業效益；因此，有關鼓勵商業機構作出慈善捐款與參與義務工作方面的事工，仍然有很大的拓展空間。



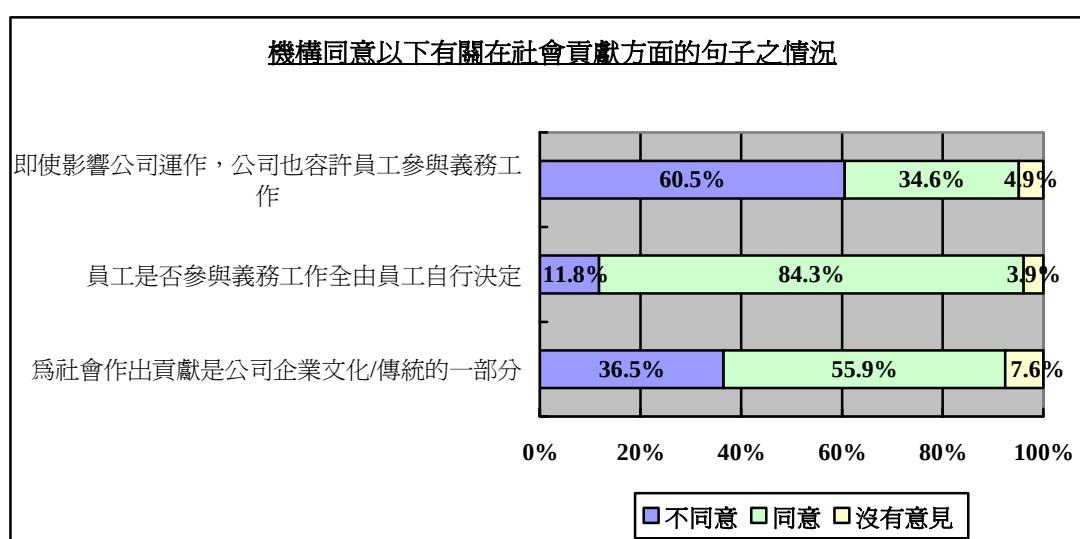
基數: 第一個句子: 全部 10 094 間抽樣機構 (287 982) /第二個和第三個句子: 8332 間有員工的抽樣機構 (226 879)

6.12 以上三項可以被認為是對社會作出貢獻的「內在」誘因。以十分量度制來表示，一分代表完全不同意有關對社會作出貢獻的內在誘因的句子及十分代表

完全同意。有關對社會作出貢獻的內在誘因的整體指數屬於甚高，為 6.9，遠高於 5.5 分中位值。

6.13 值得注意的是，對社會作出貢獻的受訪機構，包括曾作出捐款或提供非金錢上的資助或鼓勵員工捐款或參與義務工作，他們的內在誘因整體指數為 7.3，比沒有對社會作出貢獻(如沒有捐款或提供非金錢上的資助、或沒有鼓勵員工捐款或參與義務工作)的機構指數 6.4 為高。

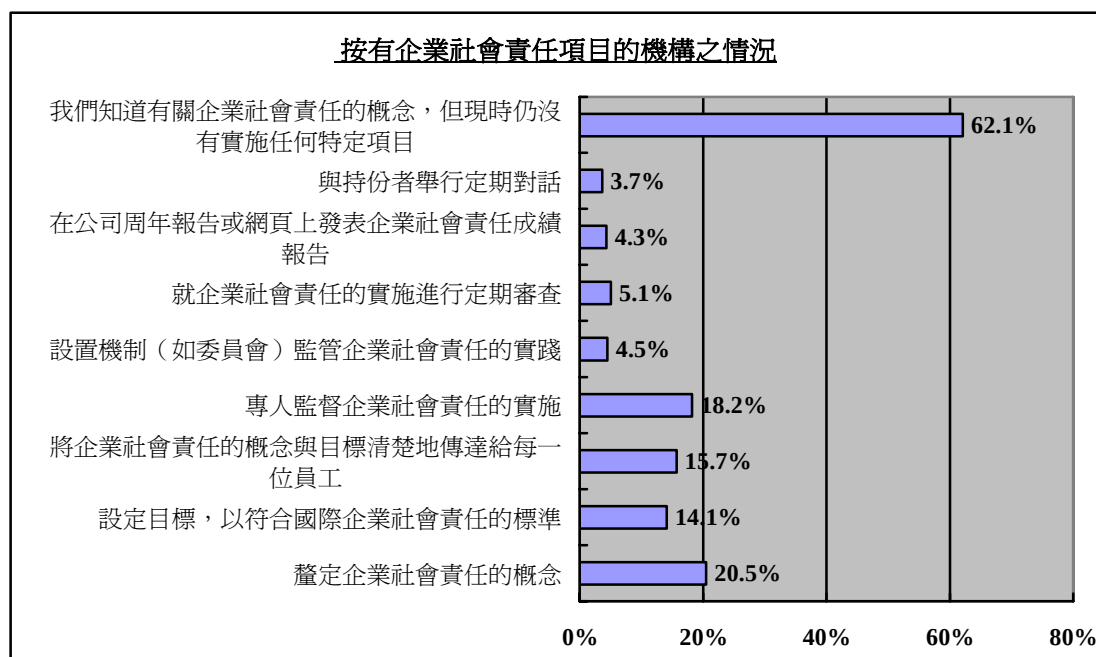
6.14 此外，超過半數(56%)受訪機構表示，為社會作出貢獻是公司文化或傳統的一部分；約 35%更指出，即使影響公司運作，也會容許員工參與義務工作。不過，大部分機構(84%)認為，是否參與義務工作，應由個別員工自行決定。



基數: 第一個和第二個句子: 8332 間有員工的抽樣機構(226 879) /第三個句子: 全部 10 094 間抽樣機構(287 982)

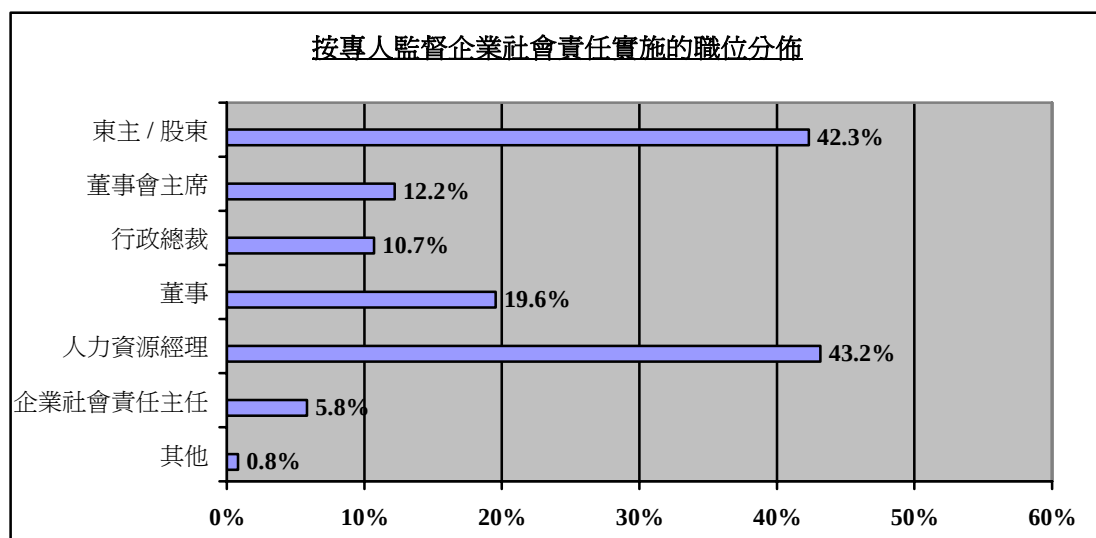
(七) 企業社會責任的認知與實施

7.1 只有 23%的受訪機構表示，知道企業社會責任這概念。在這些機構當中：62%並沒有推行任何有關企業社會責任的項目；約 21%已釐訂企業社會責任的概念、約 18%有委派專人監督企業社會責任的實施、約 16%向員工清晰傳達企業社會責任的概念、14%已設定目標，以符合國際企業社會責任的標準。



基數: 2 632 間知道企業社會責任概念的抽樣機構(66 983)

7.2 那些已委派專人監督企業社會責任實施的機構中，約 43%委派人力資源經理負責有關事宜，另約 42%由東主親掌此事。



基數: 535 間有專人監督企業社會責任的實施的抽樣機構 (12 178)

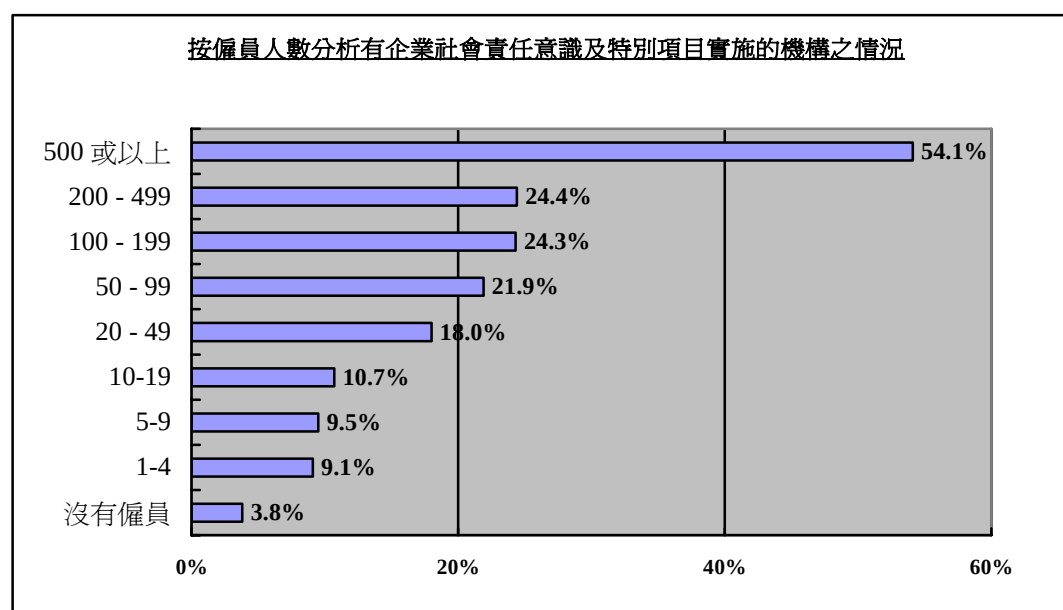
7.3 值得注意的是，知道企業社會責任的概念的機構會傾向於以符合道德規範的方式辦事。舉例：對於知道企業社會責任的概念的機構，在改善員工及其家屬的現況方面，有至少一種或以上福利措施的機構，較多於沒有福利措施的機構。

改善員工及其家屬福利的措施	知道企業社會責任的概念	
	否	是
沒有措施	89.2%	10.8%
至少有採取一種措施	73.8%	26.2%
所有機構	75.7%	24.3%

7.4 同樣，對於知道企業社會責任的概念的機構，在環境保護及廢物處理方面，有至少一種或以上政策或措施的機構，較多於沒有政策或措施的機構。

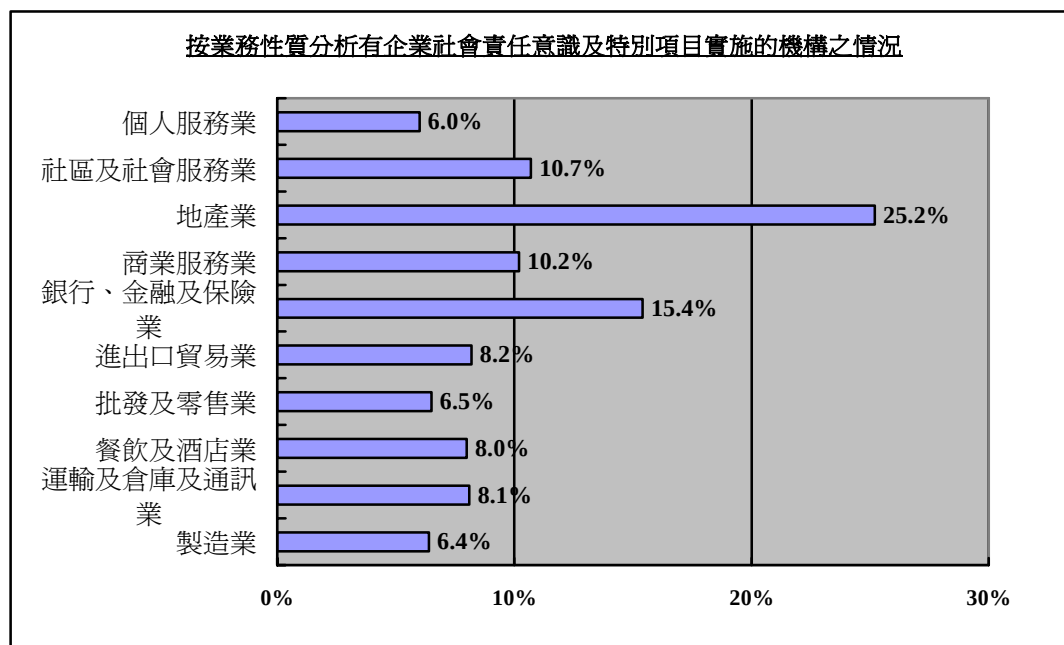
在環境保護及廢物處理的措施	知道企業社會責任的概念	
	否	是
沒有措施	88.5%	11.5%
至少有採取一種措施	76.1%	23.9%
所有機構	76.7%	23.3%

7.5 只有約 8.8%的機構同時有知道企業社會責任的概念及有特別項目實施企業社會責任。員工人數的大機構有較大的百分比。例如：有 500 人或以上機構高達 54%，有 1-4 位員工的機構有 9%而沒有員工的機構只有 4%。



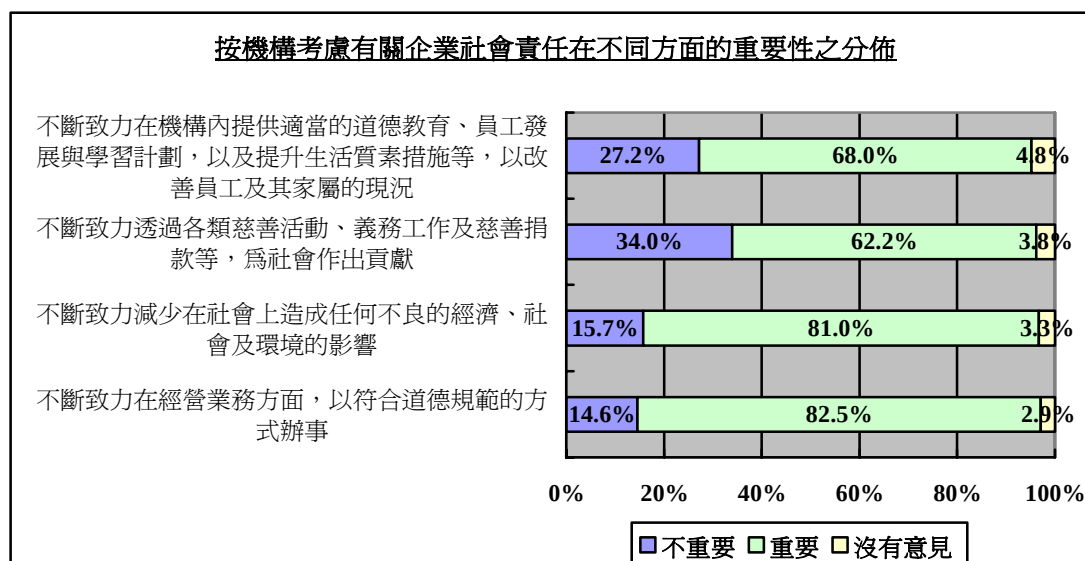
基數: 全部 10 094 間抽樣機構 (287 982)

7.6 以機構的業務性質分析，同時有企業社會責任及特別項目實施企業社會責任的機構中，以地產業(25%)及銀行、金融及保險業 (15%)較高，而較低的行業包括製造業(6%)、批發及零售業(7%)以及個人服務業 (6%)。



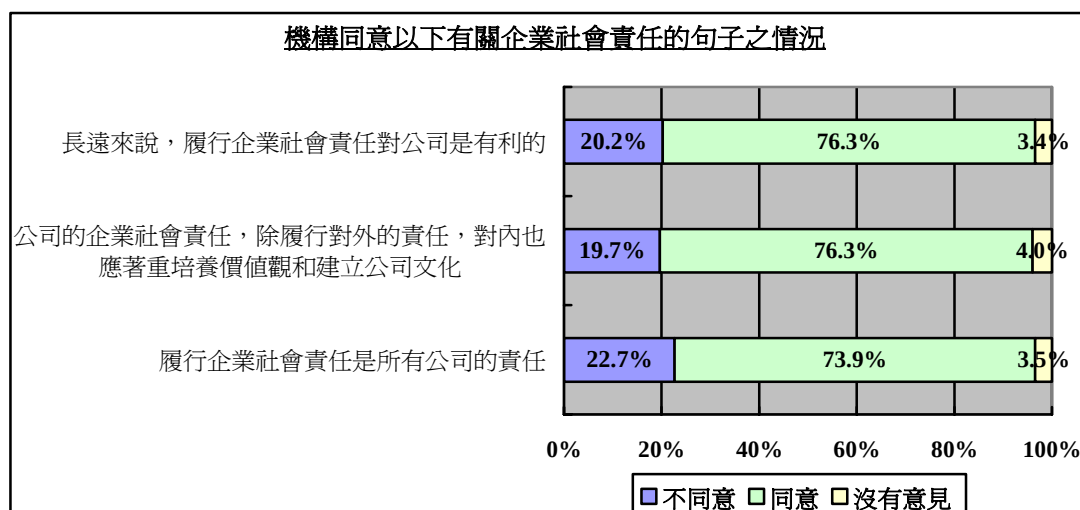
基數: 全部 10 094 間抽樣機構 (287 982)

7.7 大部分受訪機構同意，符合各項企業社會責任的原則是重要的，當中包括不斷致力在經營業務方面，以符合道德規範方式辦事，約 83%受訪機構認為這是重要；約 81%不斷致力減少在社會上造成任何不良的經濟、社會及環境影響；約 68%不斷致力在機構內提供適當的道德教育、員工發展、學習計劃與提升生活質素措施等，以改善員工及家屬的現況；以及約 62%不斷致力透過各項慈善活動、義務工作及慈善捐款等，為社會作出貢獻。



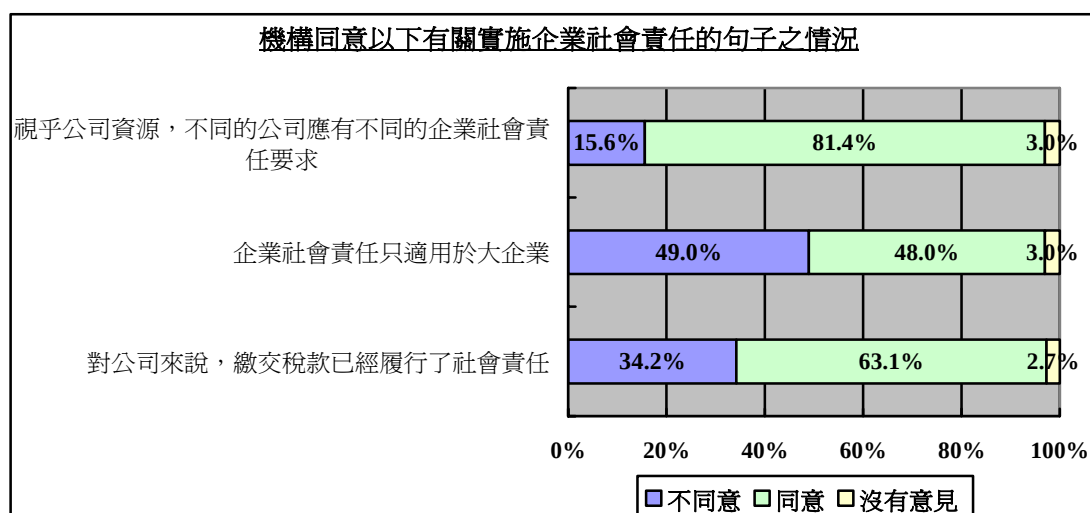
基數: 全部 10 094 間抽樣機構(287 982)

7.8 此外，大部分受訪機構對企業社會責任的看法，以乎顯示了他們是支持這概念的。約 74%的機構同意，履行企業社會責任是所有公司的責任；約 76%認同除了履行對外責任，對內也應著重培養價值觀與建立公司文化；約 76%的機構亦同意，履行企業社會責任長遠來說對公司有利。



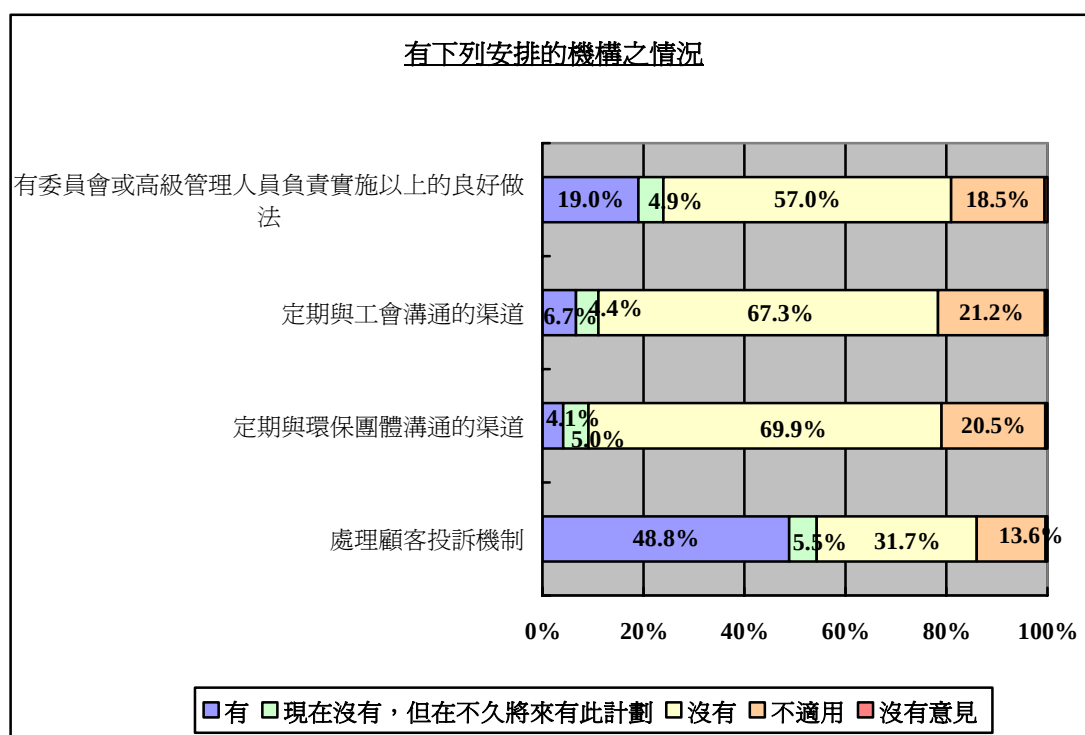
基數: 全部 10 094 間抽樣機構(287 982)

7.9 不過，超過半數的受訪機構(63%)認為，對公司來說，繳稅已算是履行了社會責任；高達 81%認為，視乎公司資源，對不同機構應有不同的企業社會責任要求。另外，約一半機構(49%)認為企業社會責任不只適用於大企業，另外一半(48%)則持相反意見(只適用於大企業)。



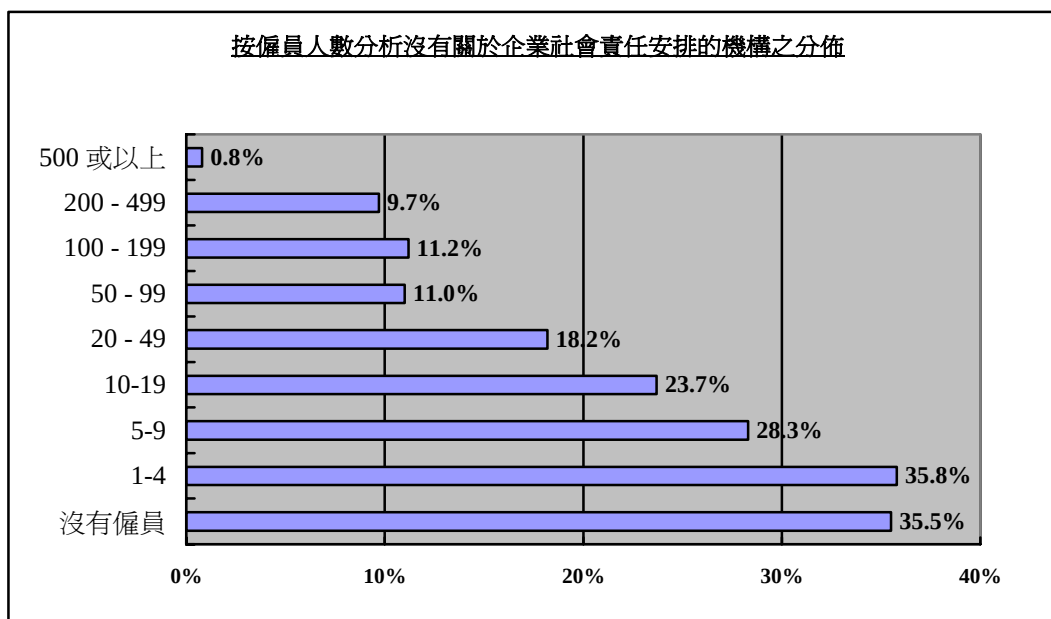
基數: 全部 10 094 間抽樣機構(287 982)

7.10 無論如何，雖然大部分受訪機構肯定企業社會責任的重要及價值，在實際執行層面，只有少數已確立機制，監督實踐情況，只有約 19%的機構，已委派高級管理人員或設立委員會，負責實施各類企業社會責任的良好做法；已設立渠道、定期與工會組織及環保團體溝通的只佔 7%與 4%。相對來說，有更多機構(49%)設置機制，處理顧客投訴。



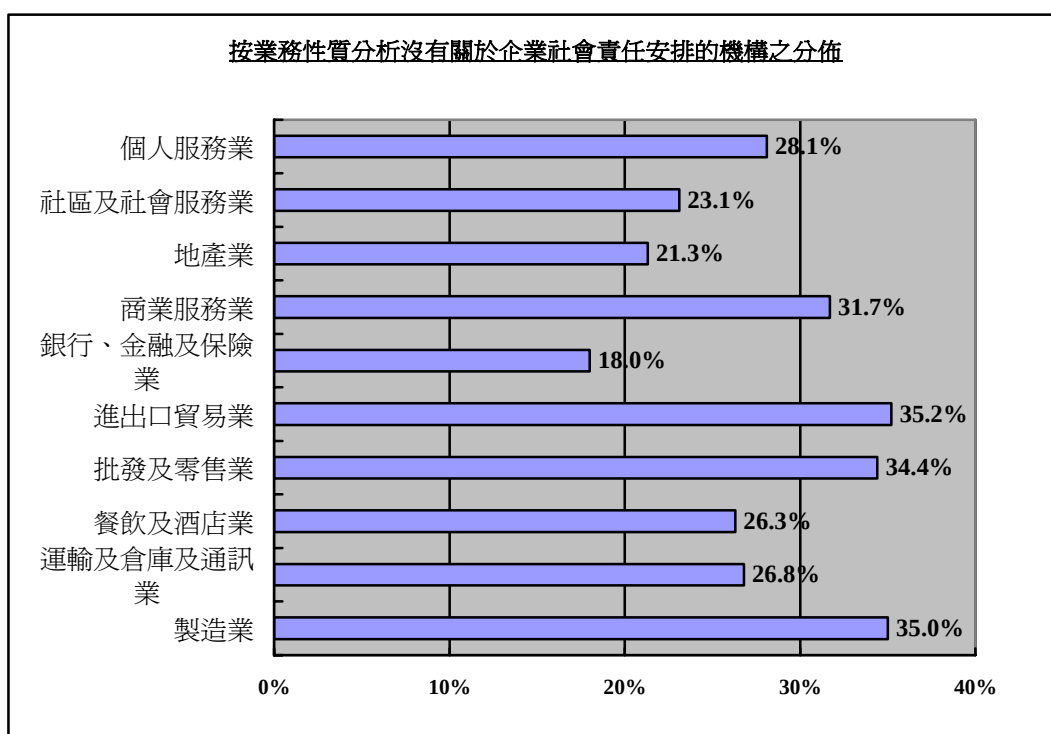
基數: 全部 10 094 間抽樣機構(287 982)

7.11 約 32%的機構沒有以上四種中任何一種安排(包括委員會或高級管理人員負責實施以上的好做法、定期與工會溝通的渠道、定期與環保團體溝通的渠道及處理顧客投訴機制)。員工數目較小的機構的百分比較高。例如：500 人或以上的機構佔少於 1%，有 1-4 位員工的機構及沒有員工的機構，分別高達 36%。



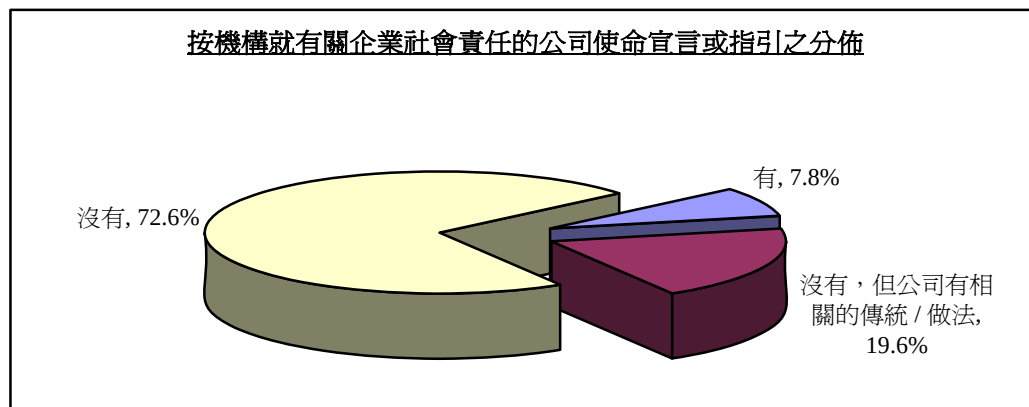
基數: 全部 10 094 間抽樣機構(287 982)

7.12 以機構的業務性質分析，沒有以上四種中任何一種安排的機構(包括委員會或高級管理人員負責實施以上的良好做法、定期與工會溝通的渠道、定期與環保團體溝通的渠道及處理顧客投訴機制)，最低百分比的行業是銀行、金融及保險業(18%)。較高百分比的行業是進出口(35%)、製造業(35%)、及批發及零售業(34%)。



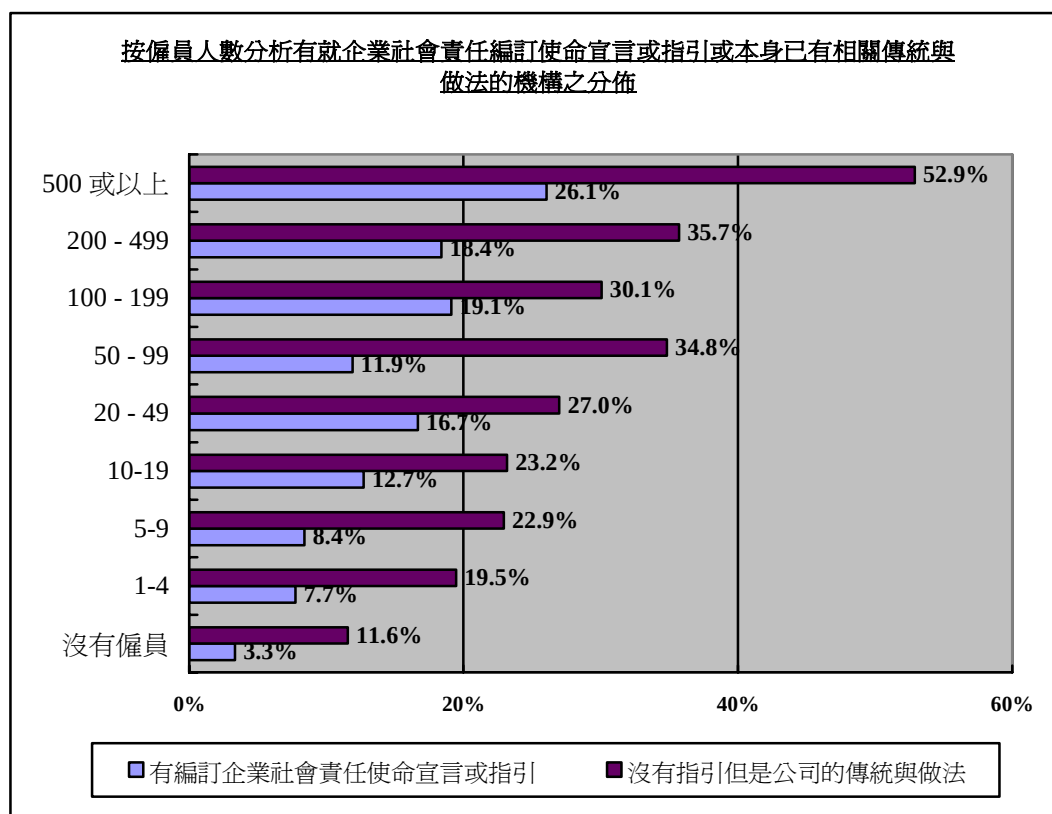
基數: 全部 10 094 間抽樣機構(287 982)

7.13 再者，只有約 8%受訪機構，就企業社會責任編訂使命宣言或指引；另有 20%機構指出，即使沒有就企業社會責任編訂使命宣言或指引，公司本身已有相關的傳統或做法。



基數: 全部 10 094 間抽樣機構(287 982)

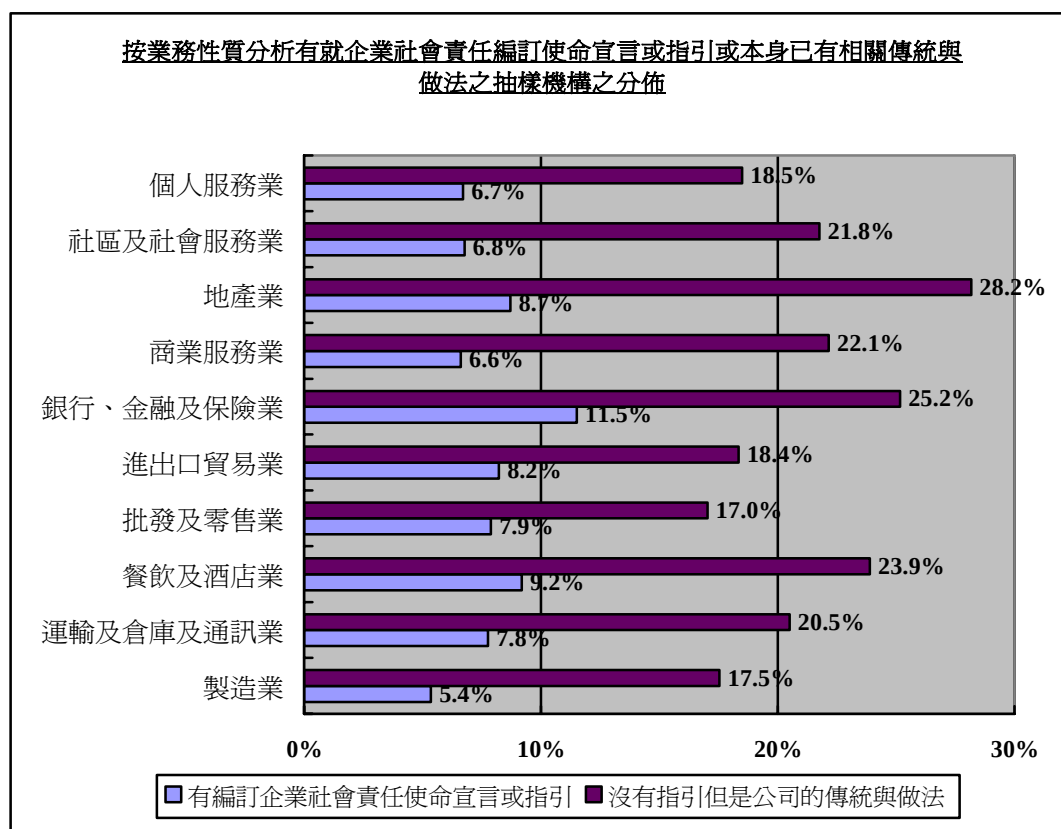
7.14 以機構的員工數目分析，較多員工數目的機構，就企業社會責任編訂使命宣言或指引或本身已有相關傳統與做法的機構當中，他們的比例較高。例如：500 人或以上有編訂使命宣言或指引的機構佔 26%，但有 1-4 位員工的機構佔 8% 而沒有員工的有關機構只佔 3%。



基數: 全部 10 094 間抽樣機構 (287 982)

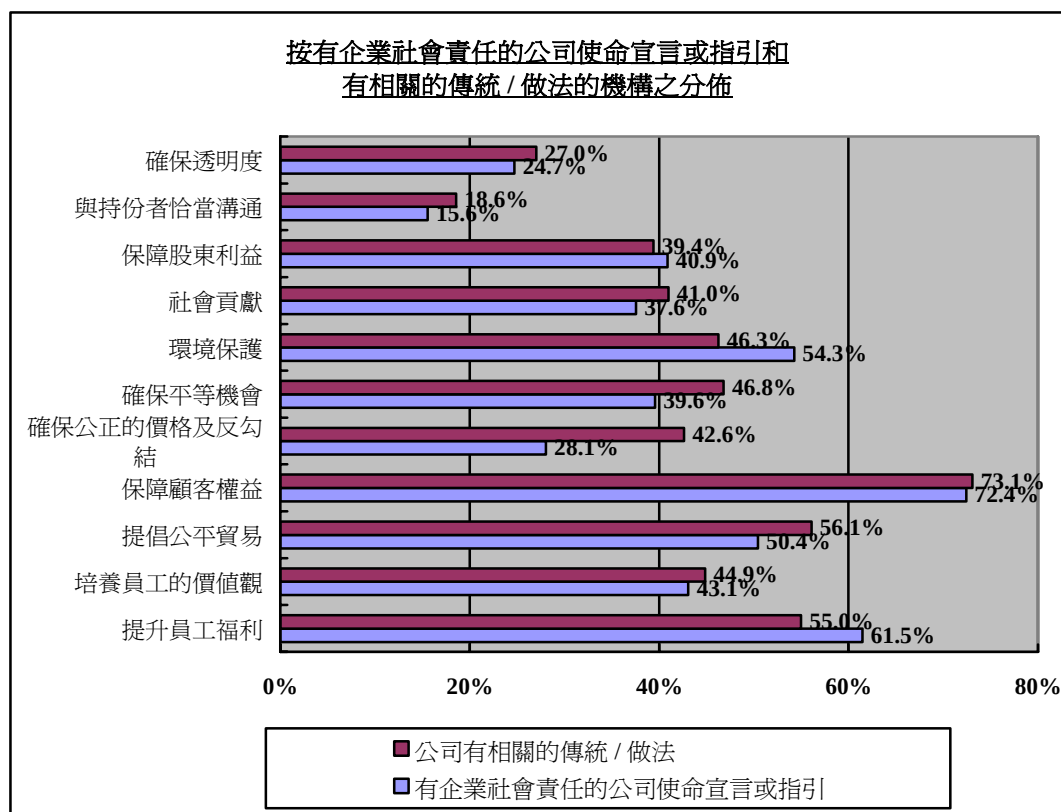
7.15 以機構的業務性質分析，就企業社會責任有編訂使命宣言或指引的機構當中，以銀行、金融及保險業(12%)較高，但較低的是製造業(5%)。

7.16 有關那些沒有就企業社會責任編訂使命宣言或指引但本身已有相關傳統與做法的機構的百分比，以地產業 (28%)及銀行、金融及保險業(25%)較高，而製造業 (18%)、進出口業 (18%)及批發及零售業 (17%)則較低。



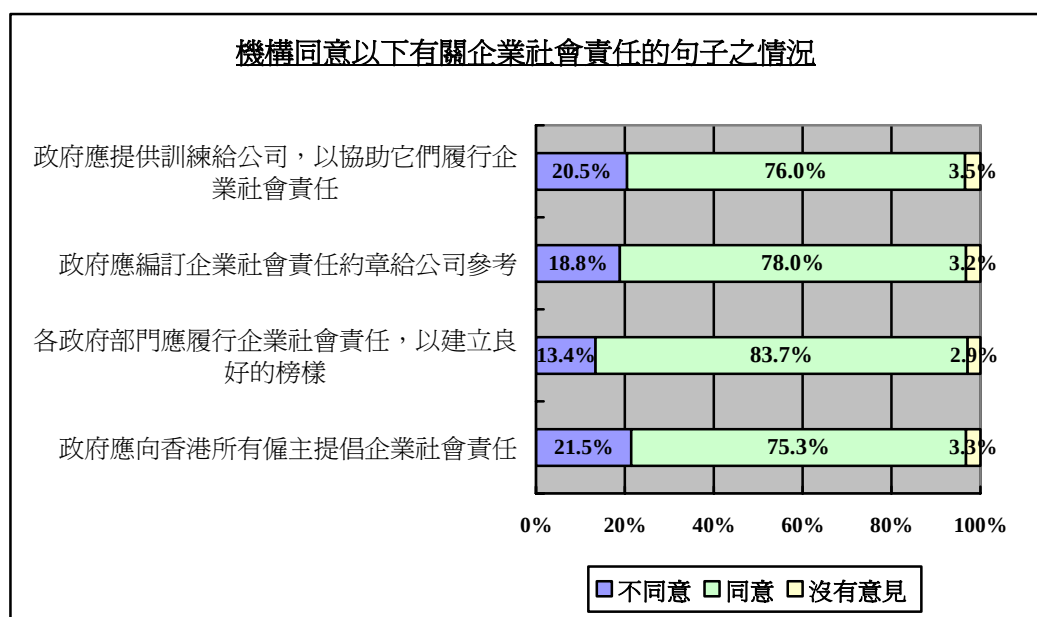
基數: 全部 10 094 間抽樣機構 (287 982)

7.17 那些已就企業社會責任編訂使命宣言或指引，或本身已有相關傳統與做法的機構當中，有關指引或傳統，通常包括保障顧客權益、提升員工福利、提倡公平貿易、培養員工的價值觀、保障股東利益、貢獻社會以及確保平等機會等等。其他較少涵蓋的範圍還有確保公正的價格與反勾結、確保透明度以及與持份者恰當溝通等。



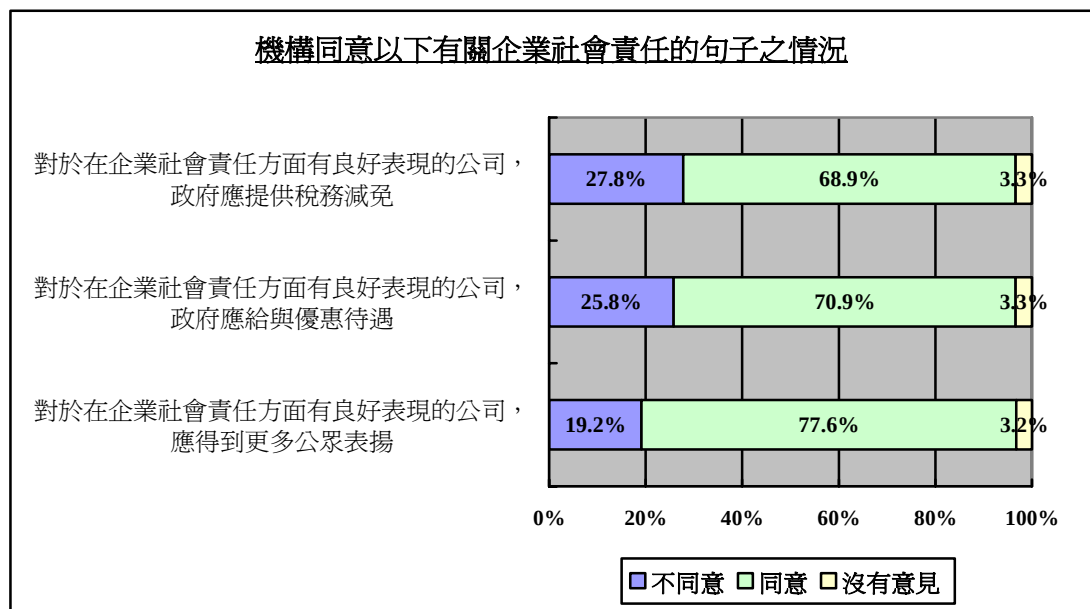
基數: 942 間有企業社會責任的公司使命宣言或指引的抽樣機構(22 525) / 2 172 間有相關的傳統 / 做法的抽樣機構 (56 480)

7.18 有關政府的支持，大部分機構認為政府應該扮演更主動的角色推廣企業社會責任。約 75%的機構同意政府應向香港所有僱主提倡企業社會責任、約 84% 同意各政府部門應履行企業社會責任，以建立良好的榜樣，約 78%同意政府應編訂企業社會責任約章給公司參考，及約 76%同意政府應提供訓練給公司，以協助他們履行企業社會責任。



基數: 全部 10 094 間抽樣機構 (287 982)

7.19 大部分機構認為政府應向僱主提供更多鼓勵。約 78% 機構同意對於在企業社會責任方面有良好表現的公司，應得到更多公眾表揚；約 71% 同意對於在企業社會責任方面有良好表現的公司，政府應給與優惠待遇；及約 69% 同意，對於在企業社會責任方面有良好表現的公司，政府應提供稅務減免。



基數: 全部 10 094 間抽樣機構 (287 982)

(八) 觀察及建議

8.1 整體情況

企業社會責任的四大範疇

8.1.1 本研究特別深入探討企業社會責任的四大範疇，包括 (1) 改善員工及其家屬的現況、(2) 減低在社會上造成任何不良的經濟、社會及環境影響、(3) 以符合道德規範的方式辦事、及 (4) 對社會作出貢獻。

企業社會責任的實施

8.1.2 有關企業社會責任的實施，研究發現大部分的機構備有處理顧客的措施或政策(範疇 3)。大部分機構亦會致力減低在社會上造成任何不良的影響(範疇 2)。有大部分機構為員工提供福利(範疇 1)。但向慈善機構捐款，提供非金錢上的資助或參與義務工作的社會的貢獻，整體上是偏低(範疇 4)。

對企業社會責任的理解

8.1.3 研究結果反映較高百分比的機構認為堅守以符合道德規範的方式辦事(範疇 3)比減低在社會上造成任何不良的影響(範疇 2)更為重要；繼而是改善員工福利(範疇 1)。對社會作出貢獻的重要性是四個範疇內最低的一個。

實行企業社會責任的誘因

8.1.4 分析企業社會責任，可以從對機構的內在及外在兩方面解釋。內在誘因指實行企業社會責任的動機來自機構的內部，包括為機構帶來利益、有助建立和諧工作環境、或履行機構的傳統。外在誘因指由於機構要適應外在因素而實行企業社會責任，如奉公守法、遵循市場需求或順應壓力團體的要求。整體而言，在推動企業社會責任時，內在誘因比外在誘因更為有效。有實施企業社會責任的機構在很大程度上較傾向相信機構可從實施企業社會責任中為機構帶來利益；機構亦內化企業社會責任的價值，並認為企業社會責任是公司文化或傳統的一部分。

對企業社會責任的認知

8.1.5 雖然政府在宣傳企業社會責任方面有所出力，但只有 23%的機構聲稱知道企業社會責任的概念。對企業社會責任這概念有認知的機構較多持續地執行良好的企業社會責任措施。值得鼓舞是在調查中有四分之三的機構對履行企業社會責任持正面的態度。

對政府的期望

8.1.6 在推廣企業社會責任中，政府擔當一個重要的角色。機構期望政府領導，以身作則，自覺地實施企業社會責任。同時，政府也可以編訂有關企業公民約章，及為有志實施企業社會責任的機構提供訓練。機構相信政府可以透過設置獎勵計劃，增加實施企業社會責任的誘因。

觀察總結

8.1.7 概括地說，調查結果顯示：

- 企業社會責任這概念的認知程度：
 - 非常低
- 實踐企業社會責任：
 - 符合道德規範的方式辦事：
 - 處理顧客—非常好
 - 處理供應商—不滿意
 - 減少造成對社會不良的影響：
 - 環境保護措施及政策—相當好
 - 防止歧視指引—差
 - 員工福利：一般
 - 社會貢獻：不滿意
- 企業社會責任四個範疇的優先次序：
 - 符合道德規範的方式辦事
 - 減少造成不良的影響
 - 員工福利
 - 社會貢獻
- 實行企業社會責任的誘因：
 - 內在誘因比外在誘因重要

- 對企業社會責任的認同：
 - 高
- 對政府的期望：
 - 扮演領導角色
 - 提供協助及訓練
 - 提升企業社會責任誘因

8.1.8 最後，有以下幾方面值得注意

- 機構的行動以責任為基礎，顯示他們能夠依從基本道德規範或法律措施
- 超越責任基礎的行動：
 - 以利益為基礎；只會在有助商業利益時，才實施企業社會責任
 - 對員工福利或社會的正面貢獻整體比較薄弱（做多於自己本份的事情）
- 期望政府應扮演領導角色推廣企業社會責任

8.2 建議

海外經驗

8.2.1 由 1990 年代末開始，企業社會責任在許多西方國家已成為一個主要的項目。有些歐洲國家委派政府官員或由特定政府部門負責推廣這項目。例如，英國任命企業社會責任部長大臣。西班牙政府在就業和社會事務部(Employment and Social Affairs Ministry)內，特設企業社會責任的專家技術顧問委員會(Technical Advisor Committee of Experts on CSR)。意大利政府則設立及資助一個名為意大利社會責任中心的基金(The Italian Centre for Social Responsibility)及成立意大利企業社會責任多重持份者論壇(Italian Multi-stakeholder Forum for Corporate Social Responsibility)。

8.2.2 除了跨國政治組織如歐洲聯盟外，國家政府通常在推廣企業社會責任中扮演主要角色，提供誘因及通過有關條例。對於大多數西方國家，鼓勵機構作出社會責任投資已成為一項經常任務。在這方面，德國、法國、瑞典、及英國有多種針對退休金的法例，要求公司匯報他們在作投資時，具體考慮到的社會、環境及道德標準。

8.2.3 整體來說，外國政府提供誘因鼓勵企業社會責任在四方面發展：社區、

工作環境、市場、及環境保護。政府用有形或無形的獎賞去鼓勵有良好表現的公司。在工作環境方面，匈牙利的公司可競逐家庭友好就業獎(Family Friendly Employment Prize)或最佳工作環境獎(Best Workplace Award) 而西班牙的公司則可競逐靈活機構獎(Flexible Company Award)(有關工作及生活的平衡方面)。在環境方面，愛爾蘭政府透過環境管理計劃(Environmental Management Scheme)提供資助、支援、及訓練；及德國政府為中小型企業提供資助發展環保措施及政策。在社區方面，葡萄牙政府頒發「公平就是優質」獎(Equality is Quality)給予有模範公平機會政策的葡萄牙機構。至於針對市場方面，德國政府設有財政撥備，用作促進及推廣公平貿易計劃。除了以上的例子，這些國家還有由政府推廣企業社會責任的其他策略。

在香港推廣企業社會責任

8.2.4 參考海外的研究結果及經驗，相信在香港推廣企業社會責任可以透過以下措施：

建議 1：提升企業社會責任意識

8.2.5 從調查結果顯示，只有 23%的機構知道企業社會責任這概念。調查亦發現知道這概念的機構相對上有較多企業社會責任的措施，因此，我們值得向社會推廣這概念。與此同時，應加強改變以為企業社會責任只適用於大型企業這個普遍的觀念。

8.2.6 在提升企業社會責任認知方面，需要大型的推廣運動配合，同時透過印刷品及電子媒介，以及建立一個全面為本地而設的企業社會責任網站，向公眾發放和提供資料。

建議 2：提升企業社會責任誘因

內在誘因

8.2.7 當機構視企業社會責任為他們的傳統或認為實行企業社會責任可為他們帶來利益時，他們實施企業社會責任措施的機會便較高。就此，鼓勵機構實施企業社會責任時，可設立有形及無形獎勵計劃，高度表揚在企業社會責任有卓越表現的機構。這些獎勵應考慮機構的規模及性質以鼓勵參與。就有關有形的獎勵，對於有良好企業社會責任的機構，在參與公共項目時，可以被優先考慮。例如，在政府項目公開招標時，可以對企業社會責任的得獎公司給予獎賞積分。

外在誘因

8.2.8 由於機構大部分以責任為基礎，政府可以針對因為沒有嚴格規定而被忽略的企業社會責任，而要求機構對這些企業社會責任明確訂立有關措施。例如：若政府及社區相信防止歧視對於保障公平公正社會是很重要的話，政府可以要求所有機構在招聘及僱用員工方面明文訂立防止歧視指引。

8.2.9 此外，政府可以要求所有上市機構把企業社會責任的實施發表在公司年報上。同時，金融機構應責成公佈他們的投資政策，以顯示企業社會責任作為公司投資考慮的比重。

建議 3：提供協助及訓練

8.2.10 當機構實施企業社會責任而不知從何入手時，若政府能夠為機構提供訓練及所需的資源，對這些公司會有很大幫助。特別對於較缺乏資源的中小型企業。

8.2.11 政府可以透過印刷小冊子或在互聯網上提供有關企業社會責任的明文指引或分享優良企業社會責任的措施。這些指引及建議應按機構的規模及行業設計，使機構更容易地去選擇跟從。政府可以提供訓練以協助機構實施企業社會責任及鼓勵他們參加有關企業社會責任的獎項比賽。

建議 4：與公民社會組織緊密合作

8.2.12 公民社會組織如專業團體、商業組織、工會及壓力團體，一起參與推動企業社會責任是非常重要的。研究指出實施企業社會責任與機構的規模及性質有關。企業社會責任的程序可以因應機構的規模及商業性質而改變。建立合適的企業社會責任指引及推動有關企業社會責任需要政府及不同公民社會組織的合作。

建議 5：政府的角色

8.2.13 機構對政府帶領執行企業社會責任有很高期望。政府應建立榜樣，自覺地執行企業社會責任。此外，如前所述，政府可以增加內在及外在誘因鼓勵機構實行企業社會責任，及提供資源以協助機構履行企業社會責任。

8.2.14 政府應成立委員會或指派「企業社會責任主任」以監督企業社會責任在政府內部的實行及在社會上的推廣成效。政府不但可以向社會傳遞強烈信息，示意政府決意落實執行企業社會責任，而且更有利協調不同之政府部門。

附錄 香港企業公民意識調查

編號： _____

訪問員編號： E _____

1. 貴公司的僱員人數是：

- | | |
|--|---|
| <p>(1) ☐ 0 (請跳至第 7 題)</p> <p>(2) ☐ 1 - 4</p> <p>(3) ☐ 5 - 9</p> <p>(4) ☐ 10 - 19</p> <p>(5) ☐ 20 - 49</p> | <p>(6) ☐ 50 - 99</p> <p>(7) ☐ 100 - 199</p> <p>(8) ☐ 200 - 499</p> <p>(9) ☐ 500 人以上</p> |
|--|---|
- (請續答第 2 題)

2. 貴公司有沒有提供下列之員工福利？

	有	現時沒有，但在不久將來有此計劃	沒有
	(1)	(2)	(3)
a) 不鼓勵員工工作時間過長	☐	☐	☐
b) 定期檢討薪酬及其他福利，以反映市場水平	☐	☐	☐
c) 提供內部在職培訓或資助員工參加培訓	☐	☐	☐
d) 鼓勵員工持續進修或培訓	☐	☐	☐
e) 為員工提供醫療保險或其他醫療福利	☐	☐	☐
f) 定期檢查工作地點的安全情況	☐	☐	☐
g) 為員工及其家屬安排康樂活動	☐	☐	☐
h) 提供福利給員工家屬	☐	☐	☐
i) 其他，請說明 _____			

3. 在招聘及僱用員工方面，貴公司有沒有明文訂立的指引，防止以下類別的歧視？

	有	現時沒有，但在不久將來有此計劃	沒有
	(1)	(2)	(3)
a) 年齡歧視	☐	☐	☐
b) 性別歧視	☐	☐	☐
c) 殘疾歧視	☐	☐	☐
d) 家庭崗位歧視	☐	☐	☐
e) 種族歧視	☐	☐	☐
f) 宗教歧視	☐	☐	☐
g) 其他，請說明 _____			

4. 在招聘及僱用員工方面，貴公司有沒有採用任何措施以防止歧視？

- (1) ☐ 有，這些措施是（可選多項）
- (a) ☐ 向負責招聘及僱用員工的同事解釋公司的防止歧視政策
 - (b) ☐ 向所有員工解釋公司的防止歧視政策
 - (c) ☐ 設立內部委員會以促進平等+機會或防止歧視
 - (d) ☐ 設立內部審查或投訴機制以防止歧視
 - (e) ☐ 其他措施，請說明 _____
- (2) ☐ 沒有

5. 在招聘及僱用員工方面，當實施第4題所提及的防止歧視措施時，有沒有遇到任何困難？

(1) ☐ 有，困難是（可選多項）

(a) ☐ 這些措施影響公司競爭力

(d) ☐ 僱用少數族裔會引致問題 / 風險

(b) ☐ 這些措施得不到員工的支持

(e) ☐ 其他，請說明_____

(c) ☐ 僱用殘疾人士會引致問題 / 風險

(2) ☐ 沒有遇到任何困難

(3) ☐ 沒有實施第4題所提及有關招聘及僱用員工方面的防止歧視措施

6. 你是否同意下列形容貴公司員工的句子？

(請在下列適當的方格內加上“√”號。請選擇(1)至(10)，(1)代表“完全不同意”，(10)代表“完全同意”。)

	完全不同意										完全同意									
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
a) 聘請弱勢社群(如殘疾人士、釋囚)是公司傳統的一部分																				
b) 若公司提供員工福利，只是因應法律的規定																				
c) 公司相信提供員工福利有助減少員工流失																				
d) 公司相信就算增加員工福利而帶來更高的成本也是值得的，因為這樣能提高員工的工作效率																				
e) 聘請弱勢社群(如殘疾人士、釋囚)有助提升公司形象																				
f) 若公司實施防止歧視措施，只是因應法律的規定																				
g) 『平等機會』是公司企業文化或傳統的一部分																				

7. 貴公司有沒有下列處理顧客的政策或措施？

	有	現在沒有，但在不久將來有此計劃	沒有	不適用
	(1)	(2)	(3)	(99)
a) 保障公司顧客的個人資料	☐	☐	☐	☐
b) 為顧客提供清晰及準確的價格資料	☐	☐	☐	☐
c) 為顧客提供有關貨品或服務的詳盡及準確的非價格資料 (如品質及安全性)	☐	☐	☐	☐
d) 為顧客提供有質素的售後服務	☐	☐	☐	☐

8. 你是否同意下列形容貴公司貨品及服務方面的句子？

(請在下列適當的方格內加上“√”號。請選擇(1)至(10)，(1)代表“完全不同意”，(10)代表“完全同意”。)

	完全不同意										完全同意									
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
a) 公司只按市場的供求來訂定貨品或服務的價格																				
b) 公司只按法律規定的安全標準來保證貨品或服務的安全性																				
c) 保證貨品或服務質素能為公司帶來長遠利益																				
d) 公平地處理每個顧客的事宜是公司的企業價值觀																				
e) 公司有責任向顧客出售安全及優質的貨品或服務																				
f) 除非是法律規定，公司沒有責任向顧客披露貨品及服務的全部資料																				

9. 貴公司有沒有下列處理有關供應商的政策或措施？

a) 確保供應商有良好的僱傭制度

(1) ☐ 有，原因是（可選多項）

(a) ☐ 這是買家的要求

(d) ☐ 改善公司的形象

(b) ☐ 這是總公司的要求

(e) ☐ 其他，請說明_____

(c) ☐ 這是公司的企業價值觀

(2) ☐ 現在沒有，但在不久將來有此計劃

(3) ☐ 沒有

(99) ☐ 不適用

b) 確保供應商有實行環保措施

(1) ☐ 有，原因是（可選多項）

(a) ☐ 這是買家的要求

(d) ☐ 改善公司的形象

(b) ☐ 這是總公司的要求

(e) ☐ 其他，請說明_____

(c) ☐ 這是公司的企業價值觀

(2) ☐ 現在沒有，但在不久將來有此計劃

(3) ☐ 沒有

(99) ☐ 不適用

c) 確保供應商遵從所屬國家的法律或條例

(1) ☐ 有，原因是（可選多項）

(a) ☐ 這是買家的要求

(d) ☐ 改善公司的形象

(b) ☐ 這是總公司的要求

(e) ☐ 其他，請說明_____

(c) ☐ 這是公司的企業價值觀

(2) ☐ 現在沒有，但在不久將來有此計劃

(3) ☐ 沒有

(99) ☐ 不適用

10. 你是否同意下列形容貴公司供應商方面的句子？

(請在下列適當的方格內加上“√”號。請選擇(1)至(10)，(1)代表“完全不同意”，(10)代表“完全同意”。)

	完全不同意										完全同意
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	
a) 公司致力確保供應商的貨品是安全的											
b) 公司設法給供應商合理的利潤											
c) 公司已按法律規定處理有關供應商的事宜，所以無需給予它們額外的待遇											
d) 公司會因應市場狀況而決定如何處理有關供應商的事宜											

11. 你是否同意下列形容貴公司競爭對手方面的句子？

(請在下列適當的方格內加上“√”號。請選擇(1)至(10)，(1)代表“完全不同意”，(10)代表“完全同意”。)

	完全不同意										完全同意
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	
a) 對公司來說，使用合乎道德的手段應付競爭對手比賺取更高利潤更為重要											
b) 對公司來說，使競爭對手倒閉是沒有問題的											

12. 貴公司有沒有對社會作出貢獻？

a) 以公司名義捐款給慈善機構

- (1) ☐ 有，在過去十二個月的捐款數目約為港幣\$_____
- (2) ☐ 有，是在十二個月前
- (3) ☐ 現在沒有，但在不久將來有此計劃，而每年預留的捐款數目為港幣\$_____
- (4) ☐ 從來沒有

b) 為慈善機構提供非金錢上的資助

- (1) ☐ 有，在過去十二個月已提供的資助是（可選多項）
- (a) ☐ 捐贈貨品 (c) ☐ 其他，請說明_____
- (b) ☐ 提供免費服務
- (2) ☐ 有，是在十二個月前
- (3) ☐ 現在沒有，但在不久將來有此計劃（可選多項）
- (a) ☐ 捐贈貨品 (c) ☐ 其他，請說明_____
- (b) ☐ 提供免費服務
- (4) ☐ 從來沒有

c) 採取措施鼓勵員工捐款予慈善機構及/或參與義務工作

- (1) ☐ 有，(i) 在過去十二個月採取的措施是（可選多項）
- (a) ☐ 組織全公司參與
- (b) ☐ 允許員工在工作期間參與義務工作
- (c) ☐ 對參與義務工作的員工給予鼓勵，如獎勵或表彰
- (d) ☐ 其他，請說明_____
- (ii) 有沒有遇到任何困難？
- (1) ☐ 有，這些困難是（可選多項）
- (a) ☐ 這些措施會增加公司的勞工成本
- (b) ☐ 這些措施得不到大部分員工的支持
- (c) ☐ 員工沒有時間參與義務工作
- (d) ☐ 公司不懂如何安排員工參與義務工作
- (e) ☐ 其他，請說明_____
- (2) ☐ 沒有遇到任何困難
- (2) ☐ 有，是在十二個月前
- (3) ☐ 現在沒有，但在不久將來有此計劃（可選多項）
- (a) ☐ 組織全公司參與
- (b) ☐ 允許員工在工作期間參與義務工作
- (c) ☐ 對參與義務工作的員工給予鼓勵，如獎勵或表彰
- (d) ☐ 其他，請說明_____
- (4) ☐ 從來沒有，不鼓勵的原因是（可選多項）
- (a) ☐ 這些措施會增加公司的勞工成本
- (b) ☐ 這些措施得不到大部分員工的支持
- (c) ☐ 員工沒有時間參與義務工作
- (d) ☐ 公司不懂如何安排員工參與義務工作
- (e) ☐ 其他，請說明_____
- (99) ☐ 公司沒有聘請員工

13. 你是否同意下列形容貴公司在社會貢獻方面的句子？

(請在下列適當的方格內加上“√”號。請選擇(1)至(10)，(1)代表“完全不同意”，(10)代表“完全同意”。)

	完全不同意										完全同意	公司沒有 聘請員工 (99)
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)		
a) 員工一同參與義務工作有助建立團隊精神												☐
b) 員工一同參與義務工作有助提升員工對公司的歸屬感												☐
c) 為社會作出貢獻有助提高公司形象												
d) 為社會作出貢獻是公司企業文化/傳統的一部分												
e) 員工是否參與義務工作全由員工自行決定												☐
f) 即使影響公司運作，公司也容許員工參與義務工作												☐

14. 貴公司有沒有下列的環保政策或措施？

	有	現在沒有，但在不久 將來有此計劃	沒有	不適用
	(1)	(2)	(3)	(99)
a) 控制廢氣排放以防止空氣污染	☐	☐	☐	☐
b) 減少排放有害化學物質以防止污染	☐	☐	☐	☐
c) 保持室內冷氣溫度於攝氏二十五點五度，以節約能源	☐	☐	☐	☐
d) 其他節約用電及燃氣的措施	☐	☐	☐	☐
e) 節約用水	☐	☐	☐	☐
f) 減少使用膠袋	☐	☐	☐	☐
g) 廢物回收及循環再用	☐	☐	☐	☐

15. 在實施第 14 題所提及的環保措施時，有沒有遇到任何困難？

- (1) ☐ 有，這些困難是（可選多項）
- (a) ☐ 這些措施影響公司競爭力
- (b) ☐ 這些措施得不到員工的支持
- (c) ☐ 公司沒有技術，能有效地實施這些措施
- (d) ☐ 員工沒有專業知識，能有效地實施這些措施
- (e) ☐ 其他，請說明_____
- (2) ☐ 沒有遇到任何困難
- (3) ☐ 沒有實施第 14 題所提及的環保措施
- (99) ☐ 不適用

16. 你是否同意下列形容貴公司在環保方面的句子？

(請在下列適當的方格內加上“√”號。請選擇(1)至(10)，(1)代表“完全不同意”，(10)代表“完全同意”。)

	完全不同意										完全同意
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	
a) 實施環保措施可減少成本											
b) 實施環保措施可提升公司形象											
c) 若公司實施環保措施，是因應公司顧客的要求											
d) 若公司實施環保措施，是因應法律的規定											
e) 在公司營運的同時致力保護環境，是公司企業使命的一部分											
f) 若公司實施環保措施，是因應環保團體的壓力											

17. 貴公司有沒有下列安排？

	現在沒有，但在不久			
	有	將來有此計劃	沒有	不適用
	(1)	(2)	(3)	(99)
a) 處理顧客投訴機制	☐	☐	☐	☐
b) 定期與環保團體溝通的渠道	☐	☐	☐	☐
c) 定期與工會溝通的渠道	☐	☐	☐	☐
d) 有委員會或高級管理人員負責實施以上的好做法	☐	☐	☐	☐

18. 貴公司是否知道『企業社會責任』概念？

(1) ☐ 知道。 哪些是貴公司企業社會責任的項目？(可選多項)

(如有周年報告、企業社會責任約章或企業社會責任報告，請附上有關的副本)

- (a) ☐ 釐定企業社會責任的概念
- (b) ☐ 設定目標，以符合國際企業社會責任的標準
- (c) ☐ 將企業社會責任的概念與目標清楚地傳達給每一位員工
- (d) ☐ 專人監督企業社會責任的實施

i ☐ 東主 / 股東

ii ☐ 董事會主席

iii ☐ 行政總裁

iv ☐ 董事

v ☐ 人力資源經理

vi ☐ 企業社會責任主任

vii ☐ 其他，請說明_____

(e) ☐ 設置機制（如委員會）監管企業社會責任的實踐

(f) ☐ 就企業社會責任的實施進行定期審查

(g) ☐ 在公司周年報告或網頁上發表企業社會責任成績報告

(h) ☐ 與持份者舉行定期對話

(i) ☐ 其他，請說明_____

(j) ☐ 我們知道有關企業社會責任的概念，但現時仍沒有實施任何特定項目

(2) ☐ 不知道

19. 按貴公司的觀點，請評估以下有關『**企業社會責任**』不同方面的重要性。

(請在下列適當的方格內加上“√”號。請選擇(1)至(10)，(1)代表“完全不重要”，(10)代表“非常重要”。)

	完全不重要								非常重要	
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
a) 不斷致力在經營業務方面，以符合道德規範的方式辦事										
b) 不斷致力減少在社會上造成任何不良的經濟、社會及環境的影響										
c) 不斷致力透過各類慈善活動、義務工作及慈善捐款等，為社會作出貢獻										
d) 不斷致力在機構內提供適當的道德教育、員工發展與學習計劃，以及提升生活質素措施等，以改善員工及其家屬的現況										

20. 你是否同意下列有關『**企業社會責任**』的句子？

(請在下列適當的方格內加上“√”號。請選擇(1)至(10)，(1)代表“完全不同意”，(10)代表“完全同意”。)

	完全不同意										完全同意
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	
a) 履行企業社會責任是所有公司的責任											
b) 對公司來說，繳交稅款已經履行了社會責任											
c) 公司的企業社會責任，除履行對外的責任，對內也應著重培養價值觀和建立公司文化											
d) 企業社會責任只適用於大企業											
e) 政府應向香港所有僱主提倡企業社會責任											
f) 長遠來說，履行企業社會責任對公司是有利的											
g) 視乎公司資源，不同的公司應有不同的企業社會責任要求											
h) 各政府部門應履行企業社會責任，以建立良好的榜樣											
i) 政府應編訂企業社會責任約章給公司參考											
j) 政府應提供訓練給公司，以協助它們履行企業社會責任											
k) 對於在企業社會責任方面有良好表現的公司，應得到更多公眾表揚											
l) 對於在企業社會責任方面有良好表現的公司，政府應給與優惠待遇											
m) 對於在企業社會責任方面有良好表現的公司，政府應提供稅務減免											

21. 貴公司有沒有有關『企業社會責任』的公司使命宣言或指引？

(1) ☐ 有，主要內容包括 (可選多項)

(請附上使命宣言或指引等副本)

(a) ☐ 提升員工福利

(g) ☐ 環境保護

(b) ☐ 培養員工的價值觀

(h) ☐ 社會貢獻

(c) ☐ 提倡公平貿易

(i) ☐ 保障股東利益

(d) ☐ 保障顧客權益

(j) ☐ 與持份者恰當溝通

(e) ☐ 確保公正的價格及反勾結

(k) ☐ 確保透明度

(f) ☐ 確保平等機會

(l) ☐ 其他，請說明_____

(2) ☐ 沒有，但我所屬公司有相關的傳統 / 做法，目的是 (可選多項)

(a) ☐ 提升員工福利

(g) ☐ 環境保護

(b) ☐ 培養員工的價值觀

(h) ☐ 社會貢獻

(c) ☐ 提倡公平貿易

(i) ☐ 保障股東利益

(d) ☐ 保障顧客權益

(j) ☐ 與持份者恰當溝通

(e) ☐ 確保公正的價格及反勾結

(k) ☐ 確保透明度

(f) ☐ 確保平等機會

(l) ☐ 其他，請說明_____

(3) ☐ 沒有

22. 貴公司的主要業務性質是：

(1) ☐ 農業、漁業及採礦業

(7) ☐ 酒店業

(12) ☐ 保險業

(2) ☐ 電力、燃氣及水務業

(8) ☐ 酒樓、餐廳及飲食業

(13) ☐ 商用服務業

(3) ☐ 製造業

(9) ☐ 批發及零售業

(14) ☐ 地產業

(4) ☐ 建造業

(10) ☐ 進出口貿易業

(15) ☐ 社區及社會服務業

(5) ☐ 運輸及倉庫業

(11) ☐ 銀行及金融業

(16) ☐ 個人服務業

(6) ☐ 通訊業

23. 貴公司有沒有經營 / 生產下列產品？(可選多項)

(1) ☐ 食品及食品加工

(4) ☐ 紡織品

(2) ☐ 化學物品

(5) ☐ 電子產品

(3) ☐ 藥物

(6) ☐ 沒有經營 / 生產上列產品

24. 貴公司是否母公司的附屬公司？

(1) ☐ 是，母公司設於：

(a) ☐ 香港

(d) ☐ 歐洲

(b) ☐ 中國內地

(e) ☐ 北美洲

(c) ☐ 其他亞洲國家(包括澳洲、紐西蘭)

(f) ☐ 其他(包括南美洲、非洲)

(2) ☐ 沒有母公司

25. 貴公司是否總部的分行辦公室？

(1) ☐ 是，公司的總部設在：

(a) ☐ 香港

(b) ☐ 中國內地

(c) ☐ 其他亞洲國家(包括澳洲、紐西蘭)

(d) ☐ 歐洲

(e) ☐ 北美洲

(f) ☐ 其他(包括南美洲、非洲)

(2) ☐ 沒有總部

26. 貴公司有沒有在香港境外設有分行？

(1) ☐ 有，公司有分行設在以下地區 (可選多項)

(a) ☐ 中國內地

(b) ☐ 其他亞洲國家(包括澳洲、紐西蘭)

(c) ☐ 歐洲

(d) ☐ 北美洲

(e) ☐ 其他(包括南美洲、非洲)

(2) ☐ 沒有

27. 貴公司的客戶來自：(可選多項)

(1) ☐ 香港

(2) ☐ 中國內地

(3) ☐ 其他亞洲國家(包括澳洲、紐西蘭)

(4) ☐ 歐洲

(5) ☐ 北美洲

(6) ☐ 其他(包括南美洲、非洲)

28. 你在公司的職位是：(請選一項最適合的答案)

(1) ☐ 東主 / 股東

(2) ☐ 主席 / 行政總裁

(3) ☐ 董事

(4) ☐ 經理

(5) ☐ 公司秘書

(6) ☐ 公關經理

(7) ☐ 會計

(8) ☐ 文員 / 秘書

(9) ☐ 其他，請說明_____

-- 多謝合作 --

請附上有關的副本

(例如：周年報告、企業社會責任約章或企業社會責任報告、使命宣言或指引)