

## 香港企業公民意識調查報告

\*\*\*\*\*

下稿代公民教育委員會發出：

公民教育委員會今日（十一月十二日）公布香港企業公民意識（一般亦稱作「企業社會責任」）調查報告。

這項調查在二零零六年十一月至今年四月期間進行，目的是了解現時香港公司的公司文化和價值觀、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意識的策略和方法。

委員會委託了香港大學公民社會及治理研究中心和政策二十一有限公司進行這項調查。調查方式包括聚焦小組討論、面談和一項對全港公司進行的大型問卷調查。訪問對象是從政府統計處機構記錄庫抽出的 2 0 4 1 7 家不同規模的公司，當中有 1 0 0 9 4 家公司完成問卷，回應率達 6 1 %。

調查結果顯示， 2 3 % 的受訪公司知道企業社會責任的概念，而 9 % 的公司已設有機制，以推行、監督及評估企業社會責任的活動計劃。大公司對企業社會責任有較多認識，並已推行有關的活動計劃；而認識這個概念的公司所推行的企業社會責任措施，也較不認識這個概念的公司的有關措施為佳。

公民教育委員會主席彭敬慈博士於今日記者會發表這項調查的主要結果時表示，這項調查特別探討企業社會責任的四大範疇，即企業以符合道德規範的方式辦事、減低不良影響、對社會作出貢獻，以及改善員工的現況。雖然調查結果顯示，公司對企業社會責任的認知並不特別高，但大部分公司支持企業社會責任的原則，並認為值得推行，實在令人感到鼓舞。大部分公司相信，履行企業社會責任長遠來說對他們有利，也認為本身有責任建立和發展公司文化，並認為所有公司都必須履行企業社會責任。

彭博士說：「就行動而言，調查結果顯示，公司的行動大多是按照基本道德規範或法律措施的規定。除此之外，這些公司只

會因為履行企業社會責任能帶來商業利益，才履行這些責任。因此，他們在減低不良影響和以符合道德規範的方式辦事這兩方面，表現頗佳，但卻較少會積極改善員工的現況或貢獻社會，認為此舉超越了本身應盡的責任。」

彭博士補充：「關於誘因結構的分析顯示，認為企業社會責任會為公司帶來利益或認為企業社會責任是其公司文化一部分（內在誘因）的公司，較因為法例規定或市場壓力（外在誘因）才履行企業社會責任的公司，更有可能推行關於企業社會責任的措施。」

彭博士續稱：「這些公司認為應由政府牽頭推廣企業社會責任和推行有關措施，例如為公司提供培訓、加強企業社會責任的誘因、制訂企業社會責任約章等。」

彭博士總結說：「日後委員會制訂企業公民意識推廣計劃時，會仔細考慮這次調查的結果。」

有關企業公民的四個範疇，主要調查結果如下：

#### 範疇一：員工及其家屬的福利

- \* 88%的受訪機構已向員工及其家屬提供福利。
- \* 差不多所有僱用50人或以上的機構（超過98%）都有提供員工福利。
- \* 較多機構關注工作地點安全（65%）、工時（62%）、薪酬與福利（58%）；較少機構關注教育（48%）、醫療福利（48%）和培訓（40%）；更加少機構為員工及其家屬安排康樂活動（25%），以及為員工家屬提供福利（15%）。
- \* 大部分受訪機構認為，向員工提供福利可提高工作效率（73%）和有助減少員工流失（77%），相當值得。另外，61%的受訪機構認為公平機會是其公司文化的一部分。

## 範疇二：減低不良影響

---

### （甲）環境保護：

- \* 95%的受訪機構已採取環保措施或推行有關政策。
- \* 大公司較小公司更具環保意識。
- \* 大約三分之二的受訪機構認為，保護環境是其公司文化的一部分（64%）；或認為保護環境有助提升公司形象（66%），以及減少成本（69%）。
- \* 30%的受訪機構認為，來自環保團體的壓力是機構推行環保措施的主因。有較多機構表示因為法律規定（51%）或顧客的要求（43%）而推行環保措施。

### （乙）在招聘及僱用員工方面的反歧視措施：

- \* 74%的受訪機構既沒有訂立反歧視指引，也沒有採取有關措施。這個情況，在小公司當中更加明顯。
- \* 只有小部分受訪機構訂立指引防止性別歧視（14%）、年齡歧視（14%）及殘疾歧視（13%）；大約10%的受訪機構訂立指引防止種族及家庭崗位歧視；大約9%的受訪機構訂立指引防止宗教歧視。
- \* 大約19%的受訪機構在招聘和僱用員工方面採取了防止歧視措施，較常用的方法是向負責招聘及僱用員工的同事解釋公司的防止歧視政策（78%），以及向所有員工解釋有關的政策（44%）。有些機構設有內部委員會，以防止歧視（10%）或促進平等機會（10%），但這不是常見的做法。
- \* 大約30%的受訪機構認為，僱用弱勢社人士是公司的傳統；大約35%的受訪機構認為此舉有助於提升公司的形象。

## 範疇三：以符合道德規範的方式辦事

---

(甲) 符合道德規範的對待顧客方式：

\* 大部分受訪機構都實行保障顧客的政策或措施，例如向顧客提供清晰準確的價格資料（86%）、售後服務（77%）和價格以外的其他資料（74%），他們也十分注重保障顧客的個人資料（80%）。

\* 大部分受訪機構相信，機構有責任向顧客提供安全和優質的貨品或服務（88%）；他們認為這樣能為機構帶來長遠利益（87%），也認為公平對待每位顧客是公司的價值觀（84%）。

\* 外在因素對於鞏固符合道德規範的辦事方式，也十分重要。大約61%的受訪機構指出，除非法律有所規定，否則機構沒有責任披露貨品或服務的資料。同樣，66%的受訪機構表示，只會保證貨品或服務的安全程度達到法律規定的標準。此外，69%的受訪機構為貨品或服務定價時，完全按市場的力量來決定。

(乙) 要求供應商以符合道德規範的方式辦事：

\* 受訪的機構對其供應商有較低的道德要求。在受訪的機構當中，已實行政策或措施以確保供應商守法的佔31%；確保供應商採取環保措施的佔18%；確保供應商實行良好的僱傭制度的佔16%。

\* 超過三分之二的受訪機構表示，與供應商的業務往來取決於市場力量（72%）；另外，只要供應商守法，便無必要對供應商施加額外要求（68%）。

\* 大部分受訪機構相信，使用合乎道德的手段跟對手競爭，較賺取利潤更加重要（77%）；另外，他們認為使對手的公司倒閉是不對的（59%）。

範疇四：對社會的貢獻

---

\* 18%的受訪機構在接受訪問前12個月內，曾向慈善機構捐款，捐款中位數為\$3,000。

\* 14%的受訪機構在接受訪問前12個月內，曾向慈善機構作出非金錢的捐贈，包括免費提供產品或服務。

\* 15%的受訪機構在接受訪問前12個月內曾鼓勵員工捐款或參與義務工作，鼓勵方式包括給予獎勵、組織全公司員工參與義務工作、給予補假等。

\* 整體來說，37%的受訪機構在接受訪問前12個月內，沒有向慈善機構作出金錢或非金錢的捐贈，也沒有鼓勵員工參與義務工作。

\* 三分之二的受訪機構同意為社會作出貢獻，有助建立團隊精神（69%），提高公司形象（67%），以及加強員工對公司的歸屬感（66%）。

公民教育委員會聯同民政事務局將於十一月二十四日舉辦一個名為「為你的企業增值 – 企業公民研討會2007」，向商業機構公布這次調查結果，希望透過嘉賓講者的分享和討論，進一步在本港推廣企業公民的概念。

完

2007年11月12日（星期一）  
香港時間17時25分