



供應鏈管理



中華電信每年向國、內外供應商採購可分為三類：財物、勞務及工程，舉凡網路設備、資訊設備、纜線、行銷設計與廢棄物處理服務，採購量及供應商數量甚為龐大。



註：國外供應商範圍包含「國外廠商、國外廠商在台之分公司或代理商」。

S
strategy

策略

善用中華電信廣大影響力，帶動供應商共同履行企業社會責任

M
anagement

管理

- 訂定《中華電信供應商社會責任準則》
- 訂定《中華電信股份有限公司採購申訴作業處理程序》

A
ction

行動

- 每年舉辦「企業社會責任夥伴交流會」
- 執行「供應商企業社會責任現況調查問卷」
- 每年委託第三方機構稽核十家關鍵供應商
- 不定期現場稽核及巡視

R
esponse

回應

- 「中華電信 CSR 供應商夥伴交流會」
- 「供應商環境永續參訪交流」

T
arget

目標

透過積極的行動，與供應商共同打造永續的經營生態圈

I
ndicator

指標

- CHT** 關鍵供應商二者稽核10家
- CHT** 土木線路廠商稽核58家，次數100次

龐大的採購量之下，意味著我們對供應商具有深且廣的影響力。因此，中華電信藉由合約規範、問卷調查分析、企業社會責任供應商夥伴交流會及現場稽核，提升供應商對企業社會責任的認知與了解，加速我們推動供應鏈管理的承諾與努力。我們將企業社會責任的推動分為兩個層次，第一：對於企業社會責任認知處於剛起步的供應商，我們採取鼓勵原則，宣導並教育其了解相關內容，並規劃相關介面協助其改善；第二：為已具備CSR基礎的供應商，我們透過第三方稽核、線上CSR問卷、夥伴交流會及永續活動等，致力共創雙贏。

2016年關鍵供應商

契約種類	類別	家數
勞務	Tier1	8
	non-tier1	0
財物	Tier1	28
	non-tier1	0
工程	Tier1	1
	non-tier1	0

註：

- 三大契約種類扣除重複簽約廠商，共計34家關鍵供應商。
- 關鍵供應商Tier1定義：直接向中華電信提供產品或服務，且金額為5,000萬元以上之供應商；關鍵供應商Non-tier1定義：關鍵但不屬於第一階供應商。

CSR成果速覽

項目	說明	2016 目標	2016 成果	2017 目標
線上供應商CSR評估比例	採購金額500萬元以上的供應商，每年需填覆「供應商企業社會責任現況調查問卷」，評估項目涵蓋： • 企業倫理 • 勞動人權 • 環境管理 • 職業安全衛生	86%	87%	88%
中華電信接受CSR相關訓練之採購人員比例	確保所有採購人員，理解與嚴謹執行《中華電信供應商社會責任準則》	100%	100%	100%
中華電信供應商合約列有CSR相關條文比例	採購合約明確要求供應商遵守《中華電信供應商社會責任準則》	100%	100%	100%
供應商無違法環境保護法之比例	透過線上問卷，了解供應商環境管理現況	90%	96%	96%
供應商企業社會責任二者稽核	自2014年起，以每年完成10間關鍵供應商二者稽核為目標；預計2023年完成百大供應商二者稽核，確保關鍵供應商並無環境風險及強迫勞動等人權風險。 稽核項目涵蓋： • 公司的行為守則或勞工、道德及環境與健康安全政策 • 行為守則或勞工、道德及環境與健康安全政策訓練材料和記錄 • 保護供應商、客戶、消費者和員工隱私的程序 • 禁止使用童工政策 • 安全衛生管理員資格證照環境保護、污染預防/資源減少的政策、過程和要求	100%	100%	100%
土木線路廠商稽核	共執行58家，稽核次數100次。至2016年底，共計38家違規，違規記點共計1點，累計罰款金額共計新台幣1,038仟元。			
安全衛生現場巡視	北、南分公司及行通分公司轄下各營運處職安衛人員，平均每週至少實施安全衛生現場巡視三次，發現缺失事項並通知相關單位追蹤改善，2016年共巡視承攬商458家，計7,210次。			

供應鏈CSR管理行動



● 與合作夥伴互利共生

2011年公布的《中華電信供應商社會責任準則》，明白宣誓我們於「企業、道德、勞工、環境，以及安全與衛生」等面向的期望，適用所有向中華電信、子公司暨合資公司提供商品與服務的供應商，並擴及與供應商直接或間接關聯的供應鍊廠商。期望供應商夥伴能與我們一起承諾，透過更永續的作為，共同邁向更永續的經營生態圈。

中華電信將自身的資源與供應商分享，藉此提升其研發能力，除了掌握未來技術，也致力友善環境的創新。例如共同研發並提供獎勵；平等的移轉取得的技術專利權。硬體部分，持續支援電信設施與測試環境的發展；軟體方面，透過擴充、開放式合作平台，與供應商達到利益共享的目標。

* 供應商線上管理平台：<https://scm.cht.com.tw/outboard/>

<p>獎勵績優供應商</p>	<p>於南部地區試行推辦「投標免繳納押標金；得標簽約時，繳納履約保證金之額度調降為契約金額5%」之優惠措施，希望能藉此發揮大企業的影響力，讓更多企業落實企業社會責任。</p>
<p>專業技能培訓</p>	<p>針對業務需求，提供供應商進修、認證等課程，如纜線作業承商技能檢定、電信線路工程品管員認證或光纜接續承商訓練等。2016年共開課29班、共505人參訓，計294人取得相關認證。</p>



2014 委託第三方公證機構SGS公司，首次展開對關鍵供應商實施「供應商二者稽核」共計10家。

2015

- 持續實施關鍵供應商「供應商企業社會責任二者稽核」。
- 訂頒《中華電信股份有限公司採購申訴作業處理程序》，提供供應商申訴管道，並建置公開透明之採購環境。

» 2016

- 2013
- 率先推動「電信業供應鍊企業社會責任二者稽核輔導」行動。
 - 修訂《中華電信公司電信器材合格供應商供料管理要點》，將供應商執行企業社會責任、誠信經營的狀況，納入管理規範。

- 持續實施關鍵供應商「供應商企業社會責任二者稽核」。
- 舉辦首屆「供應商環境永續參訪交流」。

2016年中華電信CSR供應商夥伴交流會

2016年「中華電信CSR供應商夥伴交流會」，由吳麗秀執行副總經理主持，邀請三位企業代表經驗分享，共計89位企業代表與會。

為期許與引導供應商夥伴與國際接軌，特別邀請道瓊永續指數(DJSI)新興市場指數成分股，供應商管理成績亮眼的宏碁股份有限公司永續發展辦公室劉靜靜博士，分享宏碁管理機制。會議上也公開表揚六家「年度績優供應商」，其中太平洋電線電纜公司李慶嵐經理及中磊電子公司林斌執行副總，皆表示對交流會的認同與企業應刻不容緩的團結行動。

中華電信以成為永續發展的「綠色企業」為目標，期望透過鼓勵與分享帶動企業永續經營的良好風氣。會議最後，李銘芳副總特別說明新年度即將進行的中華電信綠色標章制度，期望未來能透過環境管理規範，帶動綠色採購、企業用水、能源效率提升，發揮中華電信實質影響能力，帶領產業邁向永續未來。

影音紀錄



2016年供應商環境永續參訪交流

中華電信2016年舉辦首屆供應商環境永續參訪交流活動，由供應處李銘芳副總經理領隊，邀請31間企業、共49位企業代表參訪台北木柵垃圾焚化廠，透過課程設計與安排，藉以提升企業對環境永續之認知。2016年的主軸方向：

1. 體驗型的環境教育參訪活動

透過實地參訪之學習情境，協助供應商正視環境問題，從源頭責任做起、肩負製造者責任，寄望未來一同落實綠色產品理念。

2. 邀請供應商加入生態旅遊

生態旅遊係指有責任的旅遊方式，由生活、旅遊開始做起，透過行為的改變，以降低人們旅遊時對環境的衝擊。

3. 專業的企業社會責任課程

依據供應商回饋，以「想了解企業社會責任之管理機制」為大宗。透過安排交流課程，討論企業社會責任管理機制相關問題，使彼此教學相長。

影音紀錄

