

企業社會責任管理

中華電信以成為「最有價值與最值得信賴的資通訊公司」為願景，除了在本業上不斷創新突破，更重視永續發展議題對企業經營的長遠影響。我們推動企業社會責任的關鍵，在於創造一種思考CSR、討論CSR，以及實踐CSR的組織文化。



企業永續發展策略 - 創造永續價值

為了達成「活水沃土、綠能永續、繁榮創新、多元共生、與各界互利共榮」的理念，我們從2006年開始陸續導入企業社會責任管理機制，用系統化、組織化的機制，包括設置CSR委員會、訂定各項永續政策，並以六大組別來推動各項永續行動，由上而下來落實，而不僅只是停留在活動及口號的層次。

成為永續企業的關鍵因素，在於理解及觀察社會、產業趨勢，利用核心業務專長，採取更負責任、創新的行動，來影響營運所及的利害關係人。也因此，中華電信的企業永續發展策略，在於利用企業獨特的資源和專長，投入「創造社會共融、數位包容、綠色ICT產品與服務、綠色品牌管理、節能減碳」等永續議題。

也因此，訂定與落實企業的社會責任策略與管理，將有效控制風險、降低成本、增加品牌價值和帶來新的成長機會，為利害關係人帶來更多價值。

中華電信持續與國際永續標準規範接軌，用高標準的誠信道德理念自我要求，透過完整機制的建議，讓每位中華電信員工具備正確的企業社會責任觀念，將理念與行動落實企業社會責任於日常營運業務中，並內化為公司企業文化的基因之中，為所有利害關係人創造永續價值。

全球八大永續電信企業 - 道瓊永續(DJSI)指數雙料成份股

中華電信2014年再度同時入選道瓊永續指數(Dow Jones Sustainability Index, DJSI)「世界指數(DJSI-World)」及「新興市場指數(DJSI-Emerging Markets)」成份股，成為台灣唯一獲DJSI雙料肯定的電信業，與英國電信BT、葡萄牙電信PT、南韓電信SK等企業，一同名列為全球前八大永續電信企業。

2014年台灣總共有10家企業入選DJSI-Emerging Markets指數，7家企業入選DJSI-World指數，而中華電信則是台灣唯一，再次雙料入選DJSI世界指數的電信公司，證明中華電信積極將企業社會責任內化於公司文化，在公司治理、環境保護以及社會共融等各面向，全方位落實企業社會責任，並具體反應在營運績效上，獲得全球國際投資人的認可。

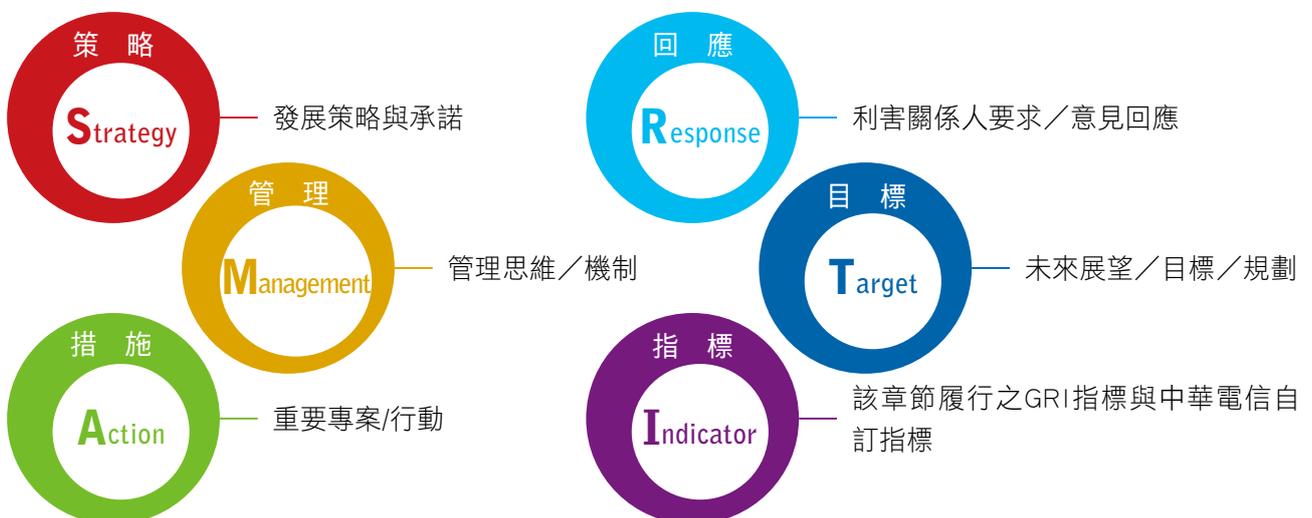
另外，中華電信在「隱私權保護」、「環境策略與管理系統」2個題組均獲得滿分；在「企業公民與慈善」、「人才吸引與留用」2個題組，亦以高分領先產業，說明中華電信在經濟、環境及社會面向上的表現，已達到國際電信業最佳水準。

SMART-I管理架構

中華電信獨特的Strategy-Management-Action-Response-Target(SMART)的企業社會責任管理機制，系統化管理並彙整、揭露相關社會責任作為，而為回應GRI G4版綱領之精神，2014年我們新增Indicator項目，具體呈現該章節所對應之指標，也代表我們接軌國際規範之承諾。

SMART-I代表中華電信回應CSR議題之績效成果，未來，我們會更專注於對中華電信影響較為重大的考量面與議題，與利害關係人進行溝通與揭露。

我們透過意見回饋、外部調查問卷及內部評估程序，在每年年底啟動檢核機制，重新評估短、中、長期的目標，並檢視相關策略、管理、措施、回應與目標是否有需要增補改善；加入外部利害關係人建議及回應，我們相信，對企業社會責任進行策略與管理，將有助推動企業社會責任的永續經營。



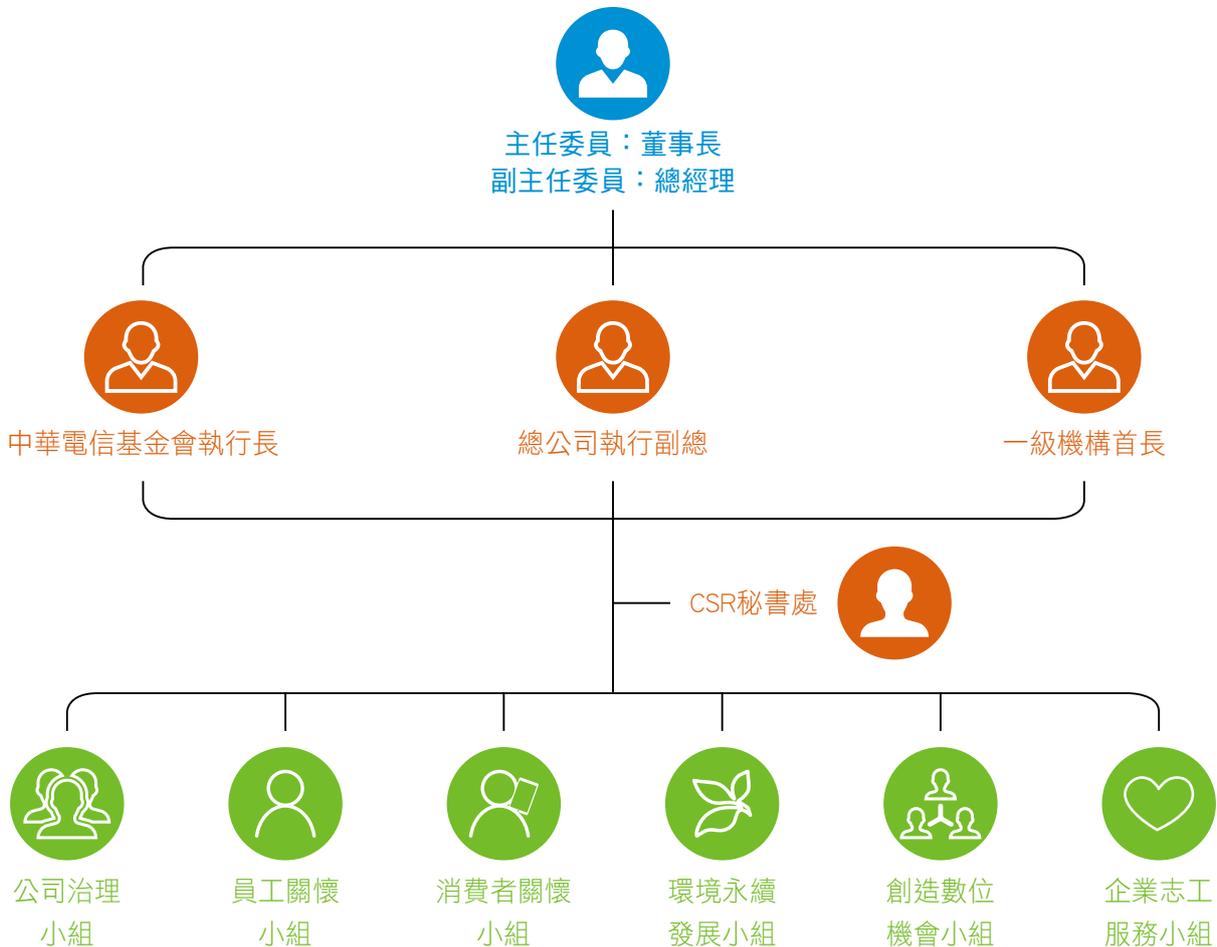
CSR委員會管理架構

我們在2007年成立「企業社會責任委員會」，就是期望以更敏銳、更前瞻的視野，系統化地推動企業社會責任及環境永續發展的工作，我們以追求公司的生態效益為出發點，提供對環境更友善、能源使用更有效率的電信服務給消費者，以企業公民的角色，為台灣的環境永續發展做出更多的貢獻。

中華電信的企業社會責任管理，是由董事會核定政策，再交由企業社會責任委員會負責協調與監督進度，定期向董事會報告重要議題及利害關係人溝通結果，由董事會負責每年最終的績效評核。

管理代表	蔡力行 董事長
政策核定	董事會
執行	CSR秘書處負責規劃相關政策、行動；公共事務處訂定執行方案及編列預算，並辦理教育訓練、成果展示、管考追蹤及獎勵措施；分公司及所屬機構，配合推動及落實相關執行方案
開會頻率	每季一次
報告簽核	總公司副總級主管審核後，交由董事長簽核

企業社會責任委員會組織架構圖



企業社會責任的內化行動

中華電信員工遍及全台灣，為了確保每一位員工都能理解企業社會責任的精神，切實執行並適時提供回饋建議，我們在公司內部建構多元溝通管道，宣導相關議題，並結合績效考核，將企業社會責任觀念化為行動，具體落實於日常作業之中。

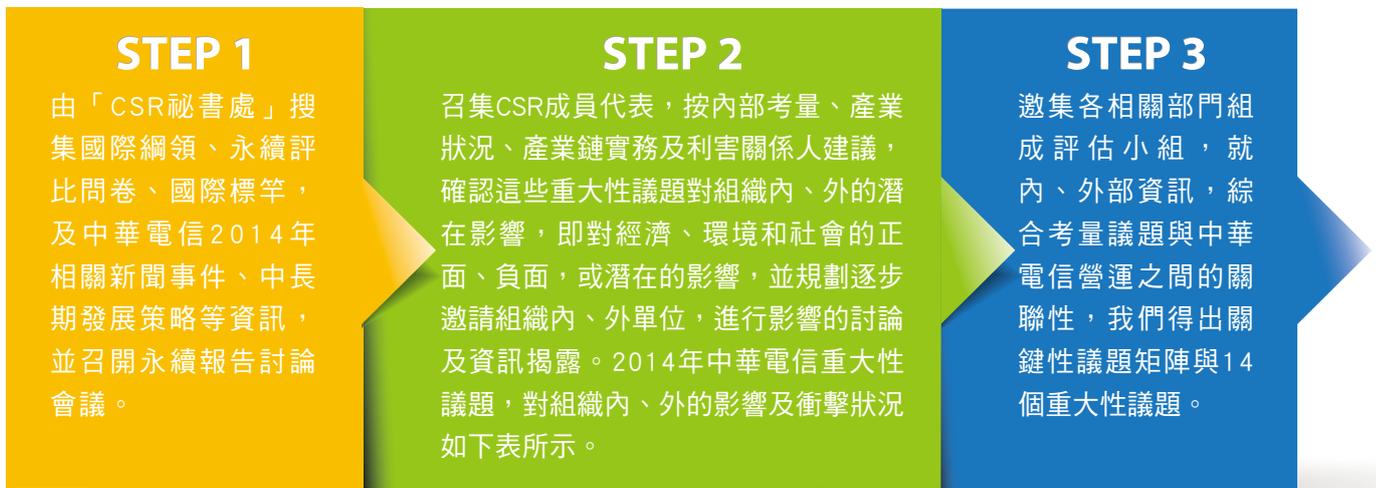
	溝通管道	內 容
高層溝通	高階主管會議	每年會將相關面向的重大議題，提報高階主管會議做為討論議題，並由高階主管進一步決定未來努力的方向及目標。
	員工論壇	設有內部的員工意見交流網站，讓員工能夠匿名在上面抒發心情、交換意見，並針對討論量較大的內容，看是否有公司可以進行回應或改善之處。
員工訓練	環境教育訓練	每年進行至少4小時的環境教育訓練，並且透過各種生態旅遊，寓教於樂將環境保護的概念透過生活傳遞出去。
	CSR基礎訓練	每年會提供有關CSR的基礎教育課程，並針對主要趨勢請外部顧問進一步上課。
	新進人員訓練	<ul style="list-style-type: none"> ● 針對新進人員辦理三天職前訓練，如人事制度介紹、工作規則、勞資關係等課程。 ● 每年派員參加相關教育訓練，如勞動基準法、勞資協調及爭議處理等內容。
	e-Learning學習	我們將相關課程、新知，及宣導事項等等，透過內部的e-Learning系統，供員工可隨時上去瀏覽、充實自己。
年度考核	行政管理永續績效	每年都會將各能源使用的減量目標列入管理績效考評，並以此做為個人或單位節能獎勵的依據。
	道德規範線上測驗	「行為準則、誠信經營守則及防範內線交易」等規範的宣導及測驗。
	檢舉與申訴	一旦查證員工違反「行為準則」及「誠信經營守則」而受懲處者，均列入年度考核。
其 它	CSR報告書研討會	不定期針對最新的報告書撰寫趨勢，進行內部訓練。
	官網CSR影片專區	配合現代利害關係人溝通習慣，在官網創新設置「CSR影片專區」，進行員工及外部溝通。

重大性議題與利害關係人判別

我們期望讓所有關注電信業、關注中華電信邁向永續發展的利害關係人，更能聚焦在有興趣、中華電信積極投入，且具產業影響力的CSR議題上，這也有助於中華電信更能專注深化行動內容，及提升報告揭露的品質。

首先，我們以各種國際永續規約、綱領、指引(全球盟約、GRI G4及ISO 26000)所建議的議題、原則，及國際主要永續評比機構的問卷調查(DJSI道瓊永續評比問卷、CDP碳揭露問卷)等，作為議題辨識的基礎，然後，加入中華電信核心業務運作考量，及外部利害關係人的建議，召開CSR報告書會議進行判斷。

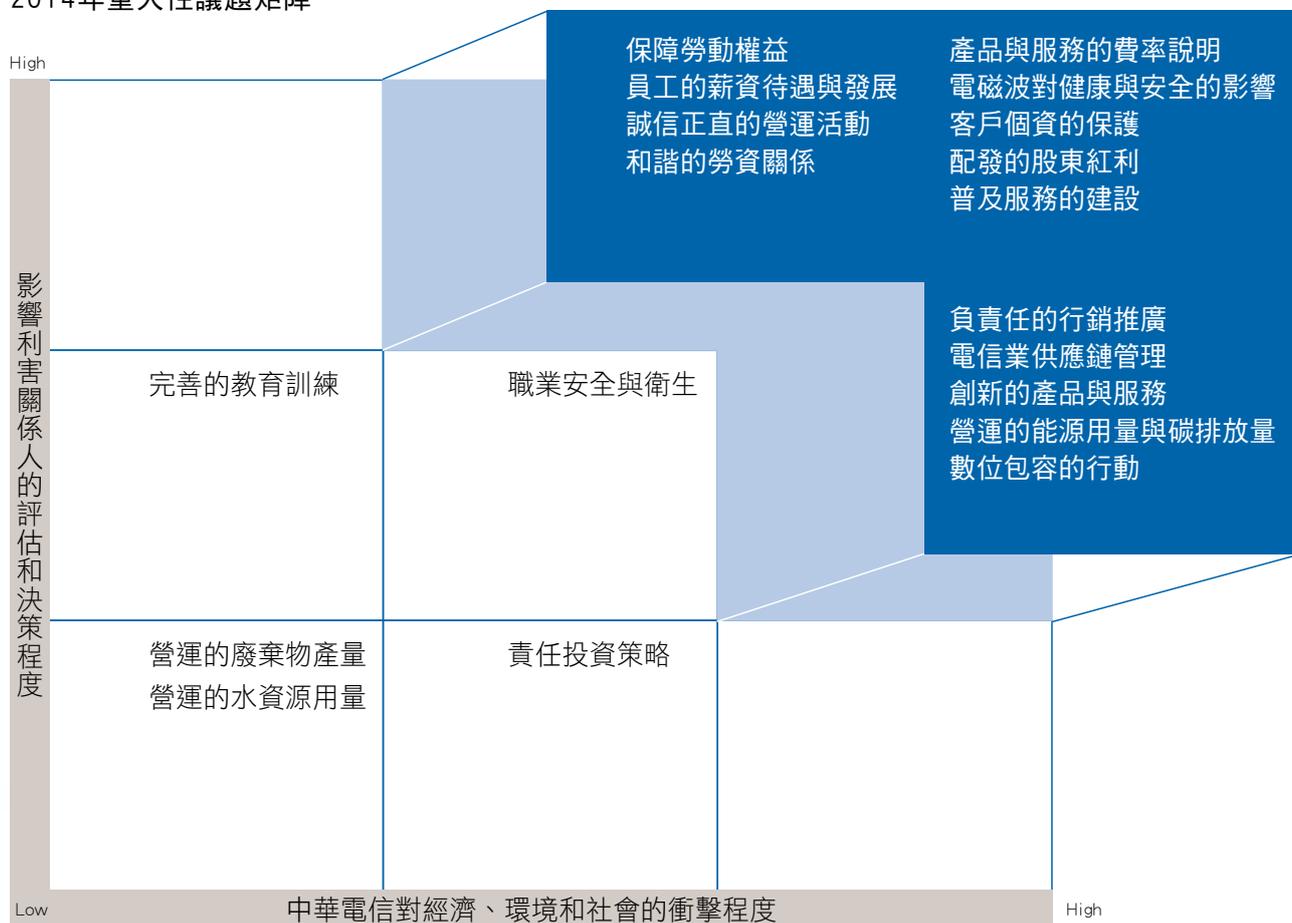
中華電信重大性議題判別流程



重大性議題邊界判別

重大性議題	組織內				組織外			
	CHT	宏華子公司	消費者	供應商	同業	社區	股東	
產品與服務的費率說明	▼		▼					
電磁波對健康與安全的影響	▼		▼					
客戶個資的保護	▼		▼					
配發的股東紅利	▼						▼	
普及服務的建設	▼					▼		
保障勞動權益	▼	▼						
員工的薪資待遇與發展	▼	▼						
誠信正直的營運活動	▼							
和諧的勞資關係	▼	▼					▼	
負責任的行銷推廣	▼		▼		▼			
電信業供應鏈管理	▼			▼				
創新的產品與服務	▼		▼		▼			
營運的能源用量與碳排放量	▼					▼		
數位包容的行動	▼		▼			▼		

2014年重大性議題矩陣



利害關係人共融

中華電信自2007年發表第一本企業社會責任報告書以來，即強化與利害關係人的互動，不定期邀請不同利害關係人與相關部門主管進行對話；並且將企業社會責任報告書提交第三方查證，確保資訊可靠與正確。

關鍵利害關係人及議題的辨識，是落實CSR的核心工作。中華電信在每一年編製CSR報告書的啟動會議，我們都會邀請各部門人員，針對目前關鍵利害關係人及其重視的議題做討論與交流，並取得共識，進而繪製成表，做為報告書揭露內容的重要參考依據。

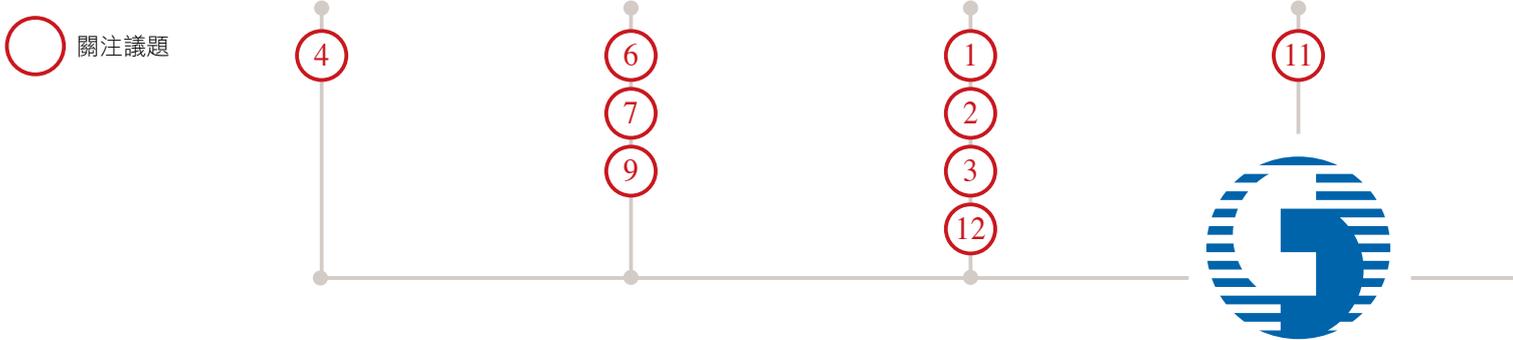
在推動CSR活動或資訊揭露時，皆會徵詢內、外部利害關係人之意見及建議，特別重要的機制包括：

- CSR報告書「外部專家諮詢會議」
- 不定期邀請外部專家，進行「CSR議題研討會」，及舉辦相關論壇
- 每年定期舉辦「中華電信CSR供應商夥伴交流會」
- 首創「CSR影片專區」，定期紀錄各項CSR行動執行成果，並搜集內、外部回饋資訊
- 設置CSR、基金會專責人員

2014年重大性議題說明



對中華電信的重要性	股東／投資人是中華電信的持有者，我們必須對其負責。	員工是中華電信能夠永續經營的關鍵，也是我們持續成長的驅動力。	客戶喜歡中華電信提供的產品與服務，我們的存在才有價值，是永續經營的另一個關鍵。	中華電信龐大的產品與服務鏈，仰賴眾多供應商穩定的支持。
溝通管道	股東專線、IR網站、定期舉辦法說會及Roadshow	e-mail、電話專線、異言堂網站、勞資協商會議	客服專線、服務中心	e-mail、電話專線、CSR 供應商夥伴交流會
溝通頻率	即時	即時	即時	每月4-5次



關注議題	對中華電信的重要性	對應考量面	管理方針
① 產品與服務的費率說明	我們認為提供良好的服務環境，正確傳達產品與服務的相關資訊，讓客戶可以正確而快速地找到解決需求的方案，是維持企業專業優質形象及服務品質的關鍵。	<ul style="list-style-type: none"> 行銷傳播規範 產品與服務標示 	p.53
② 電磁波對健康與安全的影響	雖然並無明確科學證據顯示電磁波會對健康造成影響，但考量到大眾的擔憂，中華電信仍嚴格地遵循主管機關訂定的安全標準，以符合安全規範的設備，進行相關通信系統的建置。	<ul style="list-style-type: none"> 顧客健康與安全 產品與服務標示 	p.67
③ 客戶個資的保護	因應新《個人資料保護法》，且隨著大眾對於隱私的重視，我們持續透過各種流程及制度的設計，強化消費者資料保護，杜絕資訊外洩或客服人員不當查閱資訊系統及消費者資料。	<ul style="list-style-type: none"> 顧客隱私 行銷傳播規範 	p.54
④ 配發的股東紅利	每年中華電信的經營績效，最直接也最實際傳達給利害關係人知道的方式，就是配發給股東的紅利，這也是我們持續維繫股東及投資人對中華電信營運信心、長期持有中華電信股票的要素。	<ul style="list-style-type: none"> 經濟績效 	p.10
⑤ 普及服務的建設	偏遠地區因為業務有限，所以基礎建設開發也較為不足，但中華電信希望所有國民都能享受到基本的通訊權利，所以我們不計成本深入偏遠地區，盡力提供數據通信服務。	<ul style="list-style-type: none"> 當地社區 	p.108
⑥ 保障勞動權益	我們以讓「員工安心」為承諾，尊重每一位員工，不會因性別、年齡、族群、宗教而有所差異。中華電信也是國內唯一設有工會，並與工會簽訂團體協約的電信業者，不只符合國內法規與國際人權公約的要求，也展現我們維護員工權益的決心。	<ul style="list-style-type: none"> 不歧視 教育訓練 結社自由與集體協商 市場形象 	p.70
⑦ 員工的新資待遇與發展	中華電信視員工為最重要的資產與合作夥伴，除了提供平等的工作機會給求職者及每位員工外，我們也致力於建構完善機制，確保員工基本及工作人權不受侵犯，讓每位員工都能充分發揮才能。	<ul style="list-style-type: none"> 市場形象 勞雇關係 	p.67



身為台灣的大鄰居，中華電信期望能透過電信本業長才回饋社會，打造一個更美好的未來。

媒體與評比機構對中華電信的指教，是砥礪中華電信持續進步的良師益友。

電信產業受主管機關監督，我們推出的產品與服務以及相關營銷行為皆受主管機關的檢核。

中華電信身為台灣電信產業的領導品牌，期望能與同業良性競爭，共創整體產業發展。

e-mail、電話專線、利害關係人座談會

e-mail、電話專線、新聞稿、記者會

e-mail、公文、會議、電話、專程拜訪

公文、會議

即時

即時

即時

每年1-2次



關注議題	對中華電信的重要性	對應考量面	管理方針
8 誠信正直的營運活動	中華電信認為誠信正直是企業社會責任的基石，我們矢志以最高倫理標準從事營運作為，要求所有員工在從事商業行為時應具備道德倫理與責任，除了符合法律規範，並以更高的道德標準反求諸己。	<ul style="list-style-type: none"> ● 遵守產品相關法規 ● 反競爭行為 	p.33
9 和諧的勞資關係	員工是企业永續發展關鍵，和諧的勞資關係，代表員工擁有良好的工作環境，也有利於中華電信的營運及發展，因為員工是提供優質產品與服務的最重要推手。	<ul style="list-style-type: none"> ● 勞資關係 	p.70
10 負責任的行銷推廣	為提升業務執行行銷的品質，建立消費者對公司的信任，我們訂有「業務行銷規範」來確保業務的執行，都能符合主管機關的規範與要求。	<ul style="list-style-type: none"> ● 反競爭行為 ● 行銷傳播規範 ● 遵守產品相關法規 	p.34
11 電信業供應鏈管理	中華電信每年向供應商的採購量及供應商數量甚為龐大。這意味著，我們具備廣大的影響力，去影響供應商共同履行社會責任，創造更多的社會價值。	<ul style="list-style-type: none"> ● 採購實務 	p.38
12 創新的產品與服務	為了達成「把簡單的交給客戶，複雜的留在中華電信」的目標，我們聚焦創新服務、基礎核心技術及前瞻研究，積極研發便利及實用的產品與服務。	<ul style="list-style-type: none"> ● 顧客健康與安全 ● 產品與服務的環境影響 	p.47
13 營運的能源用量與碳排放量	中華電信以成為永續發展的「綠色企業」為己任，期望在能源與氣候變遷議題上扮演更積極的角色，透過提升能源效率、積極開發對環境友善的產品與服務，從核心職能出發，引領低碳產業的發展。	<ul style="list-style-type: none"> ● 能源 ● 排放 	p.90
14 數位包容的行動	中華電信期望透過通信技術，營造一個沒有科技及資訊障礙的環境，讓所有人不分年齡、社會地位、地理因素、教育程度，都能因數位科技而受益。	<ul style="list-style-type: none"> ● 當地社區 ● 產品與服務的環境影響 	p.103

永續經營目標

因應4G正式開台，電信服務劃時代進展及環境快速變化的挑戰，中華電信將以「深耕行動增值、建構物聯網數位雨林並推廣資安服務、提供OTT匯流服務、打造IDC機房為國際金融資訊與亞太轉訊中心、提供全方位資通訊服務、鞏固語音服務」這六大主軸為發展依循，並以提供有感服務、提升企業營運績效、增加股東與企業永續價值為目標，催化產業動能、增強台灣的資通訊產業競爭力，帶領全民邁向數位生活！

我們將持續恪守公司治理原則，加強社會關懷與環境保護，實踐企業社會責任，並善用科技與管理，提升員工專業水準與公司經營績效。相信經由這些努力，我們將具備因應多變的產業環境的能力，持續創造價值來回報消費者、股東、員工一路以來的支持，達成永續經營的目標。

以行動、寬頻、增值、ICT整合服務促進業務良性演進

- 積極推出寬頻新產品、拓展企客重點業務，加大業務演進能量。
- 以ICT整合服務創造競爭優勢。

開發雲端、智慧聯網等新興服務商機，結合夥伴先登策略高點

- 積極整合雲端、智慧聯網產業生態能量，激發市場需求風潮。
- 新興服務價值，以開創新應用領域、節省成本、提高營運效率為依歸。

持續強化網路設施與資訊技術運用，支持業務轉型與成長

- 網路升級與整合運用。
- 運用資訊技術提升營運效率、支援新業務，並加強資安防護。

加強資源運用與管理機制，提高資源使用效率

- 資源集中規劃、運用與管理，管控營運成本與費用。
- 推動非營運資產之活化與運用，增益資產價值。

拓展ICT業務海外市場，探索新發展空間

- 評估目標市場發展條件，篩選適合海外推廣產品。
- 規劃營運模式，以利穩健拓展市場。

精進子公司獨特優勢，提升集團營運競爭力

- 加強集團企業協同合作，提升集團營運優勢。
- 深化子公司重點專業，增強獨特競爭優勢。

以電信專業投入企業社會責任課題，實踐企業公民承諾

- 推動數位雨林專案，以業務深度合作促進ICT應用創新。
- 運用專業協助縮減數位落差與保護環境，拉近城鄉差距與增益社會福祉。

2014年關鍵議題回應

議題1：基地臺蓋與不蓋的難題

隨著行動服務的普及，社會大眾皆期望在服務端，業者能提供通話品質佳、行動上網快的服務，但對於基地臺電磁波之認知有資訊上之理解落差。亦即就算與屋主或業主溝通同意裝設，但後續卻常可能因「電磁波可能會危害人體健康」因素要求拆除。資訊落差的部份在於：

- 基地臺所發射的電磁波屬於非游離性輻射，電磁波粒子的能量太低，所以不會產生溫度，更不會破壞生物細胞分子，對人體無害。基地臺電磁波與X光的游離輻射完全不一樣：X光的游離輻射屬於極高頻率區段，電磁粒子的能量足以打斷化學鍵、破壞細胞分子，因此有害人體。
- 對於環境電磁波之量測，符合國際非游離輻射防護委員會(ICNIRP)之標準「非職業場所之一般民眾於環境中暴露各頻段非游離輻射之建議值」，即900MHz頻段須小於0.45毫瓦/平方公分，1,800MHz頻段須小於0.9毫瓦/平方公分。
- 以現在民眾使用手機的習性，其實「民眾暴露於手機的射頻，通常比基地臺高出千倍以上」。

綜上所述，只要對基地臺電磁波有既定之理解，國內、外亦有專業網站資料供查找，但若對住家附近的電磁波有疑慮，民眾可撥打0800-580-010，申請免費基地臺電磁波量測服務。

議題2：ICT機房之再生能源應用

近年，國際投資機構及相關NPO團體開始關注台灣企業應用「再生能源」之狀況，中華電信自2008年實施減碳政策開始，即持續關注台灣的再生能源政策，亦嘗試建置風力與太陽能發電設備，然在政府相關法規通過之前，目前，中華電信係以提高能源使用效率、節約能源為策略來推動碳管理作為。

近幾年，在業務持續增長的情況下，中華電信仍致力於控制相關能源使用量，讓溫室氣體排放量儘可能維持不增長狀況；針對新建置之IDC機房，我們也訂定了資料中心節能省電標準，即PUE值達1.5以下的目標，就是希望在營運與環境之間盡量取得平衡；未來，若大環境有比較明確的再生能源計畫與配套措施，我們也願意積極響應。

此外，最重要的是，中華電信持續善用ICT技術協助其他企業與產業達到節能減碳，例如，之前成立「低碳管理雲聯盟」，透過我們研發的iEN智慧節能服務，與新北市500家企業合作，預估每年節能減碳效益可減少2.8億度用電。

*註：PUE值是用來計算資料中心節能省電的標準，PUE值越低，代表機房的空調冷卻所需電力就會更少。

議題3：回應委外員工抗爭事件

宏華國際股份有限公司(以下簡稱宏華)為中華電信子公司，願景為“創造客戶價值及不可或缺的專業服務公司”，除承攬中華電信門市、客服、客網一線作業人力外，並對外承攬業務。目前，所有宏華員工都是正職人員，以本薪加獎金設計薪酬，績效好、獎金高，由該公司自主管理，主管逐步由員工晉升，員工職涯會有很好的發展。

除了陸續將原委外客服人員，擇優納為宏華的正職員工，我們也於2014年再函各相關承包廠商，重申承攬中華電信客服委外業務，悉依勞務契約內容，遵守勞動基準法、職業安全衛生法、性別工作平等法等相關法令規定，對所僱用勞工之勞動調建應予保障，以維護勞工權益。

- 中華電信招標委託宏華招募人力派駐中華電信，與中華電信員工人力管理方式不同。宏華朝自主管理方向，自員工中培育門市店長、客網隊長、客服主任等主管，讓員工成長良性發展，並以提升競爭力，提升綜合產值。
- 宏華已與宏華工會召開協商團體協約事宜，當團體協約訂立後，對員工權利與福利更有保障，可避免發生爭議，並促進勞資雙方合作，穩定勞資關係。