

企業表現自評表 - 台灣企業

■ 說明：

- 以下自評表於本評選活動官方網站[線上系統](#)進行下載，填寫後上傳至系統，超過規定提交期限，系統恕不受理。

第一部分、企業永續報告

● 完整性 40%

評選指標	說明	自評分數	頁碼
重大性 15%	組織重大性分析鑑別出關鍵的永續衝擊的結果與方法		
利害相關人共融 10%	報告書主要的對象、組織的利害關係人議合之過程、方法與結果，並說明各種利害關係人對於組織的意義		
策略 10%	包含供應鏈在內之社會、環境與永續發展政策說明、產品與服務之控管、短中長期之目標，以及流程說明(衡量、揭露與計算績效指標的方法、報告的時效性與範疇等)		
組織介紹 5%	主要評選企業概況，包含：主要產品與服務、財務績效、地理分布與員工資訊、整體環境與組織營運之關聯性等資訊		

● 可信度 35%

評選指標	說明	自評分數	頁碼
管理流程 10%	管理流程的內容主要分為：管理系統、報告採用的指引與標準，以及主要的報告撰寫對外窗口。		
利害關係人共融 5%	藉由利害關係人議合所得到之結果，組織採取的回饋行動，以及該結果如何改變組織制訂策略。		
治理	與永續發展相關議題之主責董事會成		

5%	員、管理者薪酬與永續績效間之連結性、風險與機會之分析及其管理流程之說明、永續管理承諾的一致性。		
績效 5%	重大性議題所帶來的衝擊資訊與經濟、環境與社會之績效、有無違反法規的紀錄及其說明等。		
保證 10%	內部稽核或保證之流程、外部保證之說明(含保證之範疇與方法等)		

● 溝通性 25%

評選指標	說明	自評分數	頁碼
展現 10%	版面配置、可理解性、適當的長度、創新的方法，以及適當圖表之呈現等。		
利害關係人共融 5%	可取得性(accessibility)、溝通與回饋之機制		
架構 10%	分為三部分：(一)報告總結的部分，(二)完整的索引設計，(三)報告書附有詳細的連結，使讀者可以透過網頁的說明獲得更細節的資訊。		

第二部份、企業網路社群資訊

評選指標	說明	自評分數
設置 CSR 專區 10%	是否設置 CSR 專區、官網首頁可明顯看到 CSR 專區之連結、提供最新年度的 CSR 報告書提供下載	
前述網址		
網頁定期更新 10%	網站是否有最新消息，即時與利害關係人溝通，網站資訊是否時常更新	
前述網址		
企業 CSR 議題公告 10%	按照永續報告定義，須符合環境、社會與治理(ESG)以及供應鏈管理等四項議題之揭露	
前述網址		
影音互動性	是否利用文字、圖表、影片、互動式網頁等內	

10%	容加強與利害關係人之溝通	
前述網址		
友善操作介面 20%	是否是否有網站地圖/站內搜尋引擎/是否將 CSR 專區分類/是否說明 CSR 專區的分類項目	
前述網址		
提供利害關係人 回饋管道 20%	是否有設計線上回饋信箱，網路直接填寫或連結至電子信箱/是否設計有問卷填寫的連結等	
前述網址		
設置企業 CSR 社交網站 20%	是否有社群網站並實際運作 (Twitter、FB、Plurk 或是微博等)/是否提供電子報訂閱	
前述網址		

第三部份、企業綜合績效

主要評選構面	說明	自評分數	頁碼
企業永續 願景與策略 15%	- 企業永續願景是否宏觀、核心理念是否允當，經營方針是否切實可行？ - 企業永續願景是否與全球永續發展有關？ - 願景與策略是否為公司治理階層所制定？^[註 1]		
企業治理績效 10%	- 企業治理程序 - 股東權益及董事會運作 - 人才發展與培育 - 企業永續或企業社會責任等相關委員會運作		
財務經營績效 15%	- 財務績效是否獲利？ - 針對獲利行為是否有創新的產品或商業模式？		
環境保護績效 15%	- 氣候變化因應作為 - 能資源管理措施^[註 2] - 環境管理績效^[註 3]		
社會共融績效 15%	- 社會共融策略與目標 - 組織外部社會績效		

	- 組織內部社會績效		
供應鏈管理績效 15%	- 供應鏈管理策略與目標 - 供應鏈管理準則 - 執行成效		
合規或獎勵事蹟 15%	- 符合法規及規範 - 獎勵事蹟		

[註 1] 公司治理階層必須是公司內部正式職員。

[註 2] 含水資源管理。

[註 3] 參獎企業可自行選擇呈現污染物管理與減量績效、環境管理系統建置、環境改善措施或環境與永續教育推廣等成效。環境改善措施泛指綠建築、節能設備更新、資源回收與再利用等環境管理措施。