

03

利害關係者篇： 關係人議和

- 3.1 利害關係者溝通路徑與頻率
- 3.2 關切議題蒐集
- 3.3 外部溝通管道
- 3.4 外部交流與獲獎事蹟
- 3.5 顧客滿意與服務

3 利害關係者篇：關係人議和

依各部門之往來對象，鑑別出九類主要的利害關係人，包括：股東/投資人/金融機構、員工、客戶、供應商、承攬商（長期）、外包商（短期）、政府/主管機關、社區居民、媒體/其他等，以多重途徑瞭解利害關係人所關切的議題，透過問卷調查彙總 11 個重大議題，並做適度回應。

3.1 利害關係者溝通路徑與頻率

利害關係人	對應部門	溝通路徑與頻率
股東 / 投資人 / 金融機構	財務會計部	<ol style="list-style-type: none"> 1. 定期公佈營運概況資訊（月）。 2. 股東大會（年）：依規定編製財務年報。 3. 官網設立投資人服務專區：股東可點閱股務、財務及股價資訊。 4. 設有發言人及股務聯絡窗口及信箱。 5. 電子溝通平台 - 公司最新動態（不定期）。
員工	行政部 工業安全室	<ol style="list-style-type: none"> 1. 員工可隨時透過電子郵件向總經理反映對公司的任何建議。 2. 透過內部網路資訊系統公告並供查詢（隨時）。 3. 經營管理階層雙向溝通（週）：經理級以上主管與高層溝通會議。 4. 內部刊物：發行電子季刊。 5. 高階主管與工會代表面對面溝通（不定期）。 6. 召開勞資會議（季）、職業安全衛生委員會（季）、福委會會議（季）：向公司提出建議及進行協商。 7. 勞工退休準備金監督委員會（不定期）。 8. 員工約談溝通紀錄表（獎懲用）。 9. 內部溝通接談紀錄表。
客戶	業務部	<ol style="list-style-type: none"> 1. CS 客戶滿意度調查委員會之年度訪查及問卷調查。 2. 客戶說明會（不定期）、市場調查、不定期拜訪、客戶訪談等方式，獲取客戶回饋資訊。 3. e 化供應鏈系統，提供客戶業務面整體配套服務。 4. 電話、e-mail、召開會議（不定期）。



利害關係人	對應部門	溝通路徑與頻率
供應商	資材部 技術開發部 原料部	<ol style="list-style-type: none"> 1. 問卷調查 (年)。 2. 面洽、電話、傳真、e-mail、會議 (不定期)。 3. 供應商稽核及訪談 (不定期)。 4. 定期或不定期直接往來溝通，且頻率大於 2 次 / 年。 5. 供應商電子商務系統 (日)。
承攬商 (長期)	資材部 銷售管理處	<ol style="list-style-type: none"> 1. 維修會勘：承攬商施工現場巡視紀錄 (不定期)。 2. 面洽、電話、傳真、e-mail 溝通與聯絡。 3. 廢棄物清除處理契約 (年約或多年約)。 4. 廠商施工安全承諾書。 5. 陸上運輸承運簽呈與合約車行資訊透明公開 (一年為一簽)。 6. 陸 / 海運輸承攬商會議 (不定期)。 7. 陸 / 海運輸承攬商申訴專線、傳真、e-mail (不定期)。 8. 貨櫃招標電子平台 (不定期)。
外包商 (短期)	資材部	<ol style="list-style-type: none"> 1. 問卷調查 (年)。 2. 面洽、電話、傳真、e-mail 溝通與聯絡。
政府 / 主管機關	行政部 工業工程處 工業安全室 財務會計部	<ol style="list-style-type: none"> 1. 積極參與主管機關舉辦之公聽會 (不定期)。 2. 公文往來、專案討論會、公開資訊。 3. 各類政策及法規之研討會、論壇、公聽會、訓練課程、非正式互訪。 4. 參加主管機關舉辦之座談會、藝文活動、研討會、各項評鑑等。 5. 電子郵件。 6. 電話溝通。
社區居民	行政部	<ol style="list-style-type: none"> 1. 參與里民舉辦活動 (不定期)。 2. 電話溝通 (不定期)。
媒體 / 其他	行政部	不定期雙向溝通。

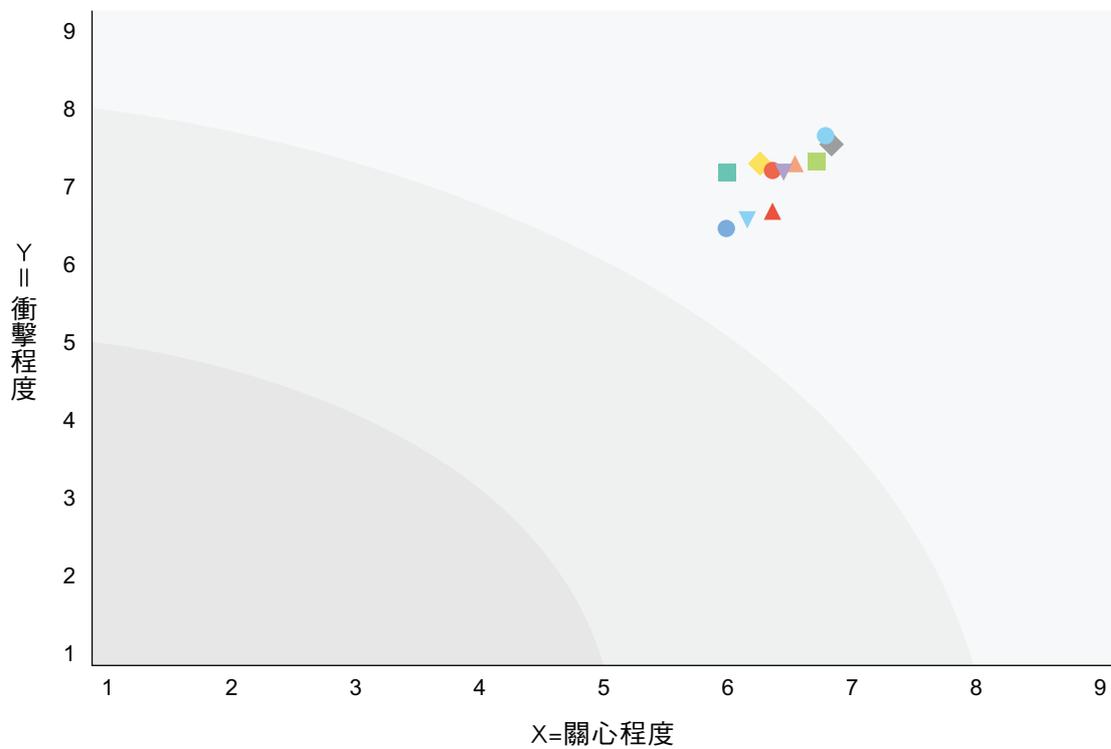
3.2 關切議題蒐集

關切議題蒐集流程



利害關係人問卷調查
 1. 議題：經濟面（共計4題）、環境面（共計12題）、社會面（共計30題）
 2. 關心程度 / 衝擊程度：以“九分量表”設計問卷

2015 年利害關係人關切議題之實質性分析圖



- 46. 法令遵守 X:6.9 Y:7.7
- ▲ 19. 職業安全健康 X:6.6 Y:7.3
- ◆ 10. 水污與廢棄物 X:6.2 Y:7.1
- ▼ 4. 採購政策 X:6.1 Y:6.7
- ◆ 1. 經濟效益 X:6.9 Y:7.6
- ▼ 39. 法令遵守 X:6.4 Y:7.3
- 9. 空污 X:6 Y:7.1
- 5. 原物料 X:6 Y:6.5
- 12. 法令遵守 X:6.8 Y:7.4
- 43. 產品與服務的標示 X:6.4 Y:7.1
- ▲ 45. 客戶隱私 X:6.3 Y:6.8



2013 年與 2015 年利害關係人關切議題變化

2015 年排序	2013 年排序	面向	議題考量面
1	3	社會面（產品責任）	法令遵守
2	2	經濟面	經濟績效
3	15	環境面	法令遵守
4	3	社會面（勞工實務與尊嚴勞動）	職業安全健康
5	10	社會面（社區）	法令遵守
6	1	社會面（產品責任）	產品與服務的標示
7	5	環境面	水污與廢棄物
8	6	環境面	空污
9	-	社會面（產品責任）	客戶隱私
10	-	經濟面	採購政策
11	-	環境面	原物料
-	4	社會面（社區）	當地社區
-	6	社會面（產品責任）	顧客健康與安全
-	6	社會面（產品責任）	行銷溝通
-	9	社會面（社區）	反貪腐
-	10	環境面	整體環保投入
-	12	社會面（人權）	安全措施
-	14	經濟面	市場現況

上表中排序 1-8 亦是 2013 年利害關係人關切議題，2015 年新增三項議題為”客戶隱私”、”採購政策”、”原物料”，表示利害關係人關切之議題已不侷限於傳統的法令遵守、環保以及經濟等議題。

重大考量面議題與回應

類別	考量面	重大性議題	對應指標	組織內		組織外						DMA	重大議題 回應章節
				盛餘	客戶	供應商	承攬商	外包商	政府機關	媒體	股東/ 投資人/ 金融機構		
經濟面	經濟績效	氣候變遷之影響	EC2	◎		◎	◎	◎		◎	◎	6.1	2.5
	採購政策	挑選供應商之政策及標準	EC9	◎	◎	◎	◎	◎				2.4	2.4
	原物料	原物料對環境的影響	EN1-EN2	◎	◎	◎			◎			6.1	2.4
環境面	空污	空氣污染、溫室氣體排放及減量執行狀況	EN15-EN21					◎	◎	◎		6.1	6.1 6.3
	水污與廢棄物	水污與廢棄物控制、預防及管理狀況	EN22-EN26					◎	◎	◎		6.4	6.4 6.5
	法令遵守	重大違反環境法條規定	EN29	◎				◎	◎	◎	◎	附錄一	6.1-6.6
社會面 (勞動行為及合宜勞動)	職業安全健康	事故、災害與職業病的防止及管理狀況	LA5-LA7	◎		◎	◎	◎	◎	◎		5.3	5.1
社會面 (社會)	法令遵守	重大懲罰總量	SO8	◎		◎	◎	◎	◎	◎		附錄一	5.2 5.3
社會面 (產品責任)	產品與服務的標示	產品安全使用標準、品質可靠性、產品信用	PR3-PR4	◎		◎		◎		◎	◎	3.5	2.2 2.3
	客戶隱私	客戶隱私權侵犯和資料外洩的影響	PR8	◎	◎	◎	◎	◎			◎	附錄一	3.5
	法令遵守	產品違法導致重大罰款	PR9	◎		◎	◎		◎	◎	◎	附錄一	2.2

3.3 外部溝通管道

盛餘設有 <http://shengyusteel.com> 網站，以中文(繁、簡體)、日文及英文呈現。網站內提供每月營收報告、每季財務報告、社會公益、環境保護及安全衛生之績效，並設有投資人服務專頁、窗口及連絡方式。每年舉辦股東常會讓投資人充分瞭解盛餘營運狀況，亦設有發言人、代理發言人和股務服務單位等，方便投資人直接與公司溝通聯絡。股東可於每年股東常會以書面提出議案，股東及投資人亦能透過盛餘信箱，表達問題和建議。

3.4 外部交流與獲獎事蹟

1. 台灣鋼鐵工業同業公會：盛餘長年以來是此公會的會員，除積極參與公會的工作小組，提報數據、提供意見並參與宣導，也積極參與其 CO₂ 排放數據蒐集工作小組。透過交流與合作取得最新信息並與國際緊密接軌。
2. 「社團法人高雄市企業人事代表協會」(簡稱 KPA)
3. Zinc Aluminum Coaters Association (ZAC)
4. 高雄市國際鋼鐵經營協會
5. 高雄市工業會
6. 高雄市臨海工業區廠商協進會
7. 台灣職業安全衛生管理系統 TOSHMS 南區促進會
8. 社團法人中華民國工業安全衛生協會
9. 高雄臨海工業區勞工安全衛生促進會暨區域聯防組織



程贊育總經理代表公司榮獲「中華民國優良商人」殊榮(全國商業總會主辦)



程贊育總經理榮獲「第十二屆高屏地區傑出總經理獎」殊榮(高雄市企業經理協進會等協會主辦)



程贊育總經理榮獲「104 年度工礦團體優良理監事」殊榮(中華民國全國工業總會主辦)



榮獲「全國團結圈至善組競賽銅塔獎」



榮獲選為「2014 TTQS 訓練品質評核系統企業機構版 金牌單位」(效期二年)

3.5 顧客滿意與服務

盛餘成立「顧客滿意委員會」，進行客戶「滿意度調查」，作為擬訂營業方針之參考。由業務及現場單位主管，依客戶之需求進行機動性訪談，以快速了解客戶的問題與需求

2015 年內外銷客戶滿意度調查結果整理如下：

銷售區	滿意度項次	客戶滿意度較低前三項目	客戶滿意度較高前三項目
內銷		<ul style="list-style-type: none"> ■ 報價與數量 ■ 產品開發 ■ 交期與運輸 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 業務人員及助理 ■ 技術服務及客訴處理 ■ 產品品質
外銷		<ul style="list-style-type: none"> ■ 報價與數量 ■ 產品開發 ■ 技術服務及客訴處理 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 產品品質 ■ 業務人員及助理 ■ 交期與運輸

CS 調查明顯退步的幾個項目會將調查結果提供給各權責單位主管參考，做為日後改善的依據。與客戶溝通後，均認同 CS 委員會的運作模式。後續將繼續邀約現場相關單位主管主動密集的拜訪內、外銷客戶，以迅速解決客戶的困擾，提高客戶滿意度。

因業務及特定目的需要時必須直接或間接蒐集、處理及利用個人資料時，應符合各項規定、告知個資蒐集之目的及用途，以避免侵害個人隱私，並促進個人資料之合理利用。為促進個資安全維護之整體持續改善，公司成立「個資管理小組」，提供有效推動公司個資管理，積極維護客戶隱私與權益。