

蔡美蓮

企業從單純的追求利潤到承擔社會責任，已經成為一種全球性的思潮。企業社會責任指企業應承擔的、以利益相關者為對象，包含經濟、法律和道德責任在內的一種綜合責任。

在競爭全球化之商業社會，企業之間在產品種類、質量、價格、營銷手段等方面的差異已經很少；企業現在許多時需依靠創新思維、文化理念、內外形象等“軟實力”來獲得競爭優勢。透過工資福利、教育、企業承擔、為自己樹立一個好的社會公眾形象，可以起到營銷拓展的作用。我自己開設的公司，去年有幸地獲取匯豐營商新動力社區參與傑出獎項，突顯了我司的“軟實力”，亦因此得到一些歐洲公司的賞識，令我司業務有機會進軍歐洲版圖。



本文作者與香港上海匯豐銀行有限公司工商業務部常務總監兼商務理財主管陳王潔明女士於匯豐營商新動力2011的頒獎典禮上合照

匯豐認為，企業可持續發展是指以負責和明智的態度管理業務，包括貫徹以人為本、關懷社群和重視環保的方針、從而達致長遠的

成功發展。本人作為香港電子科技商會執行委員，近年不斷思考會員在社會責任與企業可持續發展策略上應具備什麼知識。

在匯豐營商新動力2011的頒獎典禮上有幸結識了這方面的專家，商界環保協會行政總裁李家慧女士，連忙向她請教一番，她分享了以下資訊。

## BEC資訊—討論廢電器及電子產品處理

全球溫室效應下，減低碳排放已成為國際間迫切的議題，愈來愈多國家、企業以至公眾都關注到環境保護的重要性。「商界環保協會」(“BEC”)作為推動香港環保卓越的先驅，透過諮詢、研究、培訓及獎項計劃等，致力與政府、企業及社區組織合作，提供全面可持續發展的方案，以提升香港的環保效益及邁向低碳經濟。

就有關廢電子科技產品的議題，根據環保署資料顯示，港人平均每年每人棄置約10公斤電器或電子產品，相比起歐洲國家每年每人約4公斤廢電器或電子產品，高出2倍多。隨著日新月異的科技如：iPhone及高清電視，

預計廢電器及電子產品的增長趨勢必會持續，甚至惡化。

香港政府現正考慮根據「污染者自付」的原則，將推行「廢電器電子產品生產者責任計劃」，以便收回有關廢物收集和循環再造工序，管理及行政方面的成本。消費者在購買

新的受規管產品時，主要考慮從兩種途徑繳付有關成本：(i) 零售價已包括其成本；(ii) 收費在零售價外，額外繳費。

在政府考慮實施「廢電器電子產品生產者責任計劃」的同時，生產商可從自身出發，實踐持續發展的理念，體現企業責任。BEC關注到企業需要有關處理廢電器及電子產品的資訊，定期舉辦會議及工作坊，讓會員及企業互相分享彼此經驗，如：於2011年6月帶領會員參觀環保園，到園內處理廢電器及電子產品的公司進行考察。BEC亦透過各環保獎項計劃及評估，鼓勵企業利用資訊科技，如：採用電子存檔、電子賬單、視像會議、電子海報及平板電腦等，來減少對環境的影響。



本文作者蔡美蓮女士，蔡氏人力資源顧問有限公司董事並本會傳訊及知識管理委員會主席與商界環保協會行政總裁李家慧女士合照

此外，就電子產品設計方面，企業可以歐盟的「生態設計指令」作參考(<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2008:0660:FIN:en:PDF>)，提升節能的潛力、廢熱回收及循環再用的效益。

其他相關的資訊可參考本會網頁 ([www.bec.org.hk](http://www.bec.org.hk))之「企業持續發展指南」。如有興趣了解更多廢電器及電子產品資料，歡迎電郵至 [enquiry@bec.org.hk](mailto:enquiry@bec.org.hk)，BEC的專業團隊會協助解答有關提問。

### 商會在社會責任與企業可持續發展策略上的參與

筆者過去數年致力於社會責任與企業可持續發展策略上的研究，並為客戶企業提供了不少社會責任與企業可持續發展策略的顧問服務及培訓課程，發覺企業、特別是中小企在社會責任的實踐上認識不足夠，更談不上如何發揮這“軟實力”來獲得競爭優勢。

盼望商會未來能與商界環保協會建立策略夥伴關係，為會員搭建一座能夠有助發揮這“軟實力”的平台，將社會責任深化整合成為企業戰略。

