

## 報告書對企業的商業意義－自我檢視

績優的跨國企業並不為報告而報告，潛在的動機之一，當然是藉由企業報告書為企業創造價值，同時也是與利害相關人溝通的重要工具之一，可以有效地引導企業內部組織作業的持續改善，並增加企業的商譽。企業可以藉由永續發展報告書的製作，公開地向社會大眾闡述企業的價值、經營抱負，以及針對明確目標進行持續改善的承諾。

我們以下列非常簡易的問題，來促進對於報告書之商業意義的思考，因為此對於報告書的編撰以及未來的溝通，也相當重要：

是否可藉由發行報告書確保企業在商場上的競爭地位？

是否可以有效的利用報告書，讓「永續發展」的理念成為員工思考程序積極改變的趨動力嗎？

報告書是否可以成為回應外部利害相關者需求及期望的理由呢？

報告書可以作為策略性的運用嗎？例如招募更好的人才。

報告書可以作為保持績效與持續改善的工具嗎？

報告書可以作為與廣大利害相關者的對話工具嗎？

報告書可以作為增加與非政府組織(NGOs)的互動，並減少外部團體壓力的工具嗎？

報告書可以增加企業的商譽嗎？

報告書可以用來回應社會大眾對企業日漸增加的期望嗎？

由組織內部所開發的商業價值有下列幾項：

- 充份地員工授權、激發員工潛力，將組織與策略性目標結合在一起
- 吸引並留住高水準的人才
- 促進組織再造
- 促使組織發展符合需求的資訊與流程管理系統
- 建立有效的風險控管系統
- 鼓勵創新
- 持續改善

由外部因素所帶來的商業價值則有：

- 提高企業商譽。

- 增進營運地區社會大眾的好感。
- 展示有效的風險管理
- 建立商標價值。
- 建立顧客忠誠度。
- 增加營運利潤。