

2.1 企業社會責任專職小組 | 2.2 重大主題 | 2.3 利害關係人溝通 | 2.4 回應聯合國永續發展目標

2.3 利害關係人溝通

利害關係人	關注主題	溝通管道	溝通頻率	對我們的重要性	議合結果	我們的回應
 股東及投資人	經濟績效 永續發展策略 產品服務研發創新 廢汙水和廢棄物管理 風險管理 勞資關係	股東常會	每年一次	投資人與股東是公司最重要的營運支持者，應予以共享營運成果與相關資訊。	透過法說會、股東常會與投資人溝通經營現況，並設有發言人專線供投資人即時溝通及反饋並據此精進公司治理。投資人並於股東常會提出對公司有利之建言與期許。	加大力度進行利害關係人問卷調查更有效掌握股東及投資人對公司營運所關注的議題。2019 年公司治理評鑑屬於全台灣公司治理程度 Top 21%-35% 的上市企業。
		法人說明會	至少每年二次			
		董事會	至少每季一次			
		電話聯繫與發言人專線	即時、不定期			
		利害關係人問卷調查	每年一次			
		官網訊息	即時			
 客戶	法規遵循 顧客健康與安全 產品服務研發創新 廢汙水和廢棄物管理 原物料 誠信經營與申訴機制	客戶滿意度調查	每季一次及每半年一次	客戶是公司營收之主要來源，應以最專業的技術、製作最優良的產品來服務客戶，並以生產企劃能力協助客戶致力於社會責任之實踐進而低減相關產品對環境之負面影響。另以客戶端所創造之利潤維持企業之生存與發展。	透過拜訪、供應商大會參與等面對面的溝通瞭解客戶需求與意見。另平日之業務溝通與年度滿意度調查也是我們精進服務客戶之管道，頻繁的溝通有效提升勤美的服務品質與業績績效。	金屬成型事業在法規遵循下不斷精進研發技術、確保交貨品質提升客戶滿意度。建設住宅重視顧客健康與安全持續一貫的優質服務並延伸綠建築與智慧建築之理念於各大建案。生活休閒服務則以文創結合藝術推動在地的創意服務，以充份滿足客戶多元需求進而帶動街區熱絡的經濟動能。
		供應商大會	每年一次			
		電話、通訊軟體、郵件	即時、每日			
		例行性審核	每年一次			
		供應商月度 PPM ¹⁰	每月一次			
		面談、親訪、客戶來訪	不定期			
		DM、EDM、APP ¹¹	每月一次			
		官網、粉絲專頁	1-2 日一則貼文			
		利害關係人問卷調查	每年一次			
年度品質改善計畫彙報	每年一次					



10. PPM：parts per million，為出貨品質計算單位

11. DM：廣告文宣、EDM：電子文宣、APP：應用程式軟體

2.1 企業社會責任專職小組 | 2.2 重大主題 | 2.3 利害關係人溝通 | 2.4 回應聯合國永續發展目標

利害關係人	關注主題	溝通管道	溝通頻率	對我們的重要性	議合結果	我們的回應
 政府機關	經濟績效 廢汙水和廢棄物管理 職業健康與安全 永續發展策略 人才培力與教育	申報	每月皆有申報事項	政府監督企業，制訂法規為企業依循並要求定期申報公司治理相關事項作為經營規範。企業利用各式信息傳播途徑和工具與政府進行雙向的信息交流，以取得政府的信任、支持和合作，從而為企業建立良好的外部政治環境，促進企業的生存和發展。	依據政府相關規定營運並透過線上申報提供政府相關部門及社會大眾所關注資訊以遵循法令並實踐企業誠信經營原則。	透過法令遵循按月申報規定項目並出具相關聲明書以支持政府公權力。公司設有專責單位回應政府相關部門稽核或詢問並全力提供政府所需資訊、建立良好關係。
		申報、重大訊息	每月至少二次			
		申報、機關來函	每月至少一次			
		電話、通訊軟體	不定期			
		面會	每季一次			
		機關來訪	不定期			
 供應商及承攬商	供應商管理 法規遵循 產品服務研發創新 經濟績效 風險管理 永續發展策略	供應商大會	每年一次	確保供應商所提供之產品與服務符合公司規範並滿足勤美的客戶群。	將供應商管理辦法要求落實於採購及供應商管理，並持續與供應商溝通並落實公司的經營理念以及對社會責任之實踐。召開年度供應商大會、宣導政府相關法規與年度採購計畫並積極透過雙方面的溝通來凝聚社會責任推動意識，以利創造友善的工作環境及期待對社會、環境及經濟帶來一定程度的影響。	持續進行月及年度供應商評核，以落實供應商管理機制。期望帶領供應商實踐企業社會責任作為，並於2019年增訂經濟、環境、社會面向相關稽核項目以能夠減緩負面及增強正面長期永續的管理方式，以綠色採購為原則，致力於永續供應商管理，使供應商更容易依循並實踐。
		尾牙	每年一次			
		現場審核	每年依該年度計畫進行			
		培訓	不定期			
		書面信函	每月			
		會議	不定期			
		面談	不定期			
		電話、通訊軟體、郵件	即時			

2.1 企業社會責任專職小組 | 2.2 重大主題 | 2.3 利害關係人溝通 | 2.4 回應聯合國永續發展目標

利害關係人	關注主題	溝通管道	溝通頻率	對我們的重要性	議合結果	我們的回應
 員工	經濟績效 職業健康與安全 勞資關係 人才培力與訓練 強迫與強制勞動 人權平等	家庭日	每年一次	員工是事業的核心夥伴，必須給予友善的就業環境，使其在充分尊重與關懷照顧中，與公司同步成長茁壯。公司並提供完善的薪酬與福利制度，以吸引優秀人才加入，人才培育也是我們持續努力的方向。	透過週會、月會或部門會議、勞資會議與員工滿意度調查等就工作環境、薪資福利、教育訓練充份溝通並隨時接受員工回饋，據此進行政策調整及制訂或修訂相應之規章辦法以利友善工作環境。	持續積極提升教育訓練品質，使各層級同仁都能系統性提升專業素養與能力；另透過階段性中高階主管研習專案，更具體形塑企業文化及終身學習制度。線上學習「勤學院」於2019年2月正式上路。
		員工滿意度調查	每半年、每年一次			
		績效考核	每月一次及每半年一次			
		勞資會議	每季一次			
		月會	每月一、二次			
		電子報	每月一次			
		朝會、班前會	每周、每天一次			
		員工座談	不定期			
		員工意見箱、申訴機制	不定期			
		生產現場訪查	不定期			
樂活職場、激勵方案	不定期					
網路平台資訊佈告 (Line/ 微信)	不定期					
 社區居民及活動夥伴	經濟績效 職業健康與安全 排放 當地社區 廢汙水與廢棄物管理 風險管理	志工服務	每周一次	在地創業設廠，地方居民與夥伴的支持是企業在地發展的重要力量，企業透過各式社會活動的參與是回饋地方鄉親最好的模式。	透過社區活動參與多方瞭解社區區居民對公司之關注議題與建議事項，並據此擬定因應及回饋方式。	持續參與並贊助社區活動及邀請社區居民參與公司活動進行雙向溝通並依據社區居民所關注的議題提出因應對策或解決方案。2018年起以調整堆高機夜間使用時間來降低噪音並因應周邊居民之建議。
		親訪	每年一至二次			
		活動參與	每年二至三次			
 媒體	能源管理與排放 經濟績效 風險管理 產品服務研發創新 廢汙水與廢棄物管理 水資源管理	面會	每年四次	媒體是上市櫃公司推動營運方針與目標之友好夥伴，透過媒體力量可有效率的讓股東及投資大眾充分瞭解公司動向。	邀請媒體參與公司策展活動或專訪，進行雙向溝通來瞭解社會大眾對公司事業所關注的議題並說明公司最新動向及營運成果分享。	開放及邀請媒體參與公司各事業相關活動，以利媒體及社會大眾不断更新公司最新營運動向。
		合約	依檔期而定			