

关于疫情对CSR经理人 工作影响的调查

2020.02.19



基本信息

一、调研背景

新型冠状病毒肺炎疫情爆发后，对各行各业都产生影响。大小企业都采取了应对措施，譬如捐资捐物驰援疫区、延长假期远程办公等。很多CSR经理人提前结束春节休假，投入应对疫情的工作。

我们预计疫情影响还将持续一段时间，并会对CSR经理人当前甚至全年的CSR工作产生影响。为深入了解疫情影响，思盟企业社会责任促进中心联合南方周末中国企业社会责任研究中心发起此次问卷调查，分析CSR经理人共同的痛点和需求，并据此针对性地为CSR经理人带来专业有效的解决方案。

二、调研时间

2020年2月7日 - 2020年2月16日

三、有效问卷数

共收集106份问卷，有效问卷106份，无效问卷0份。

四、参与机构

联合发布：



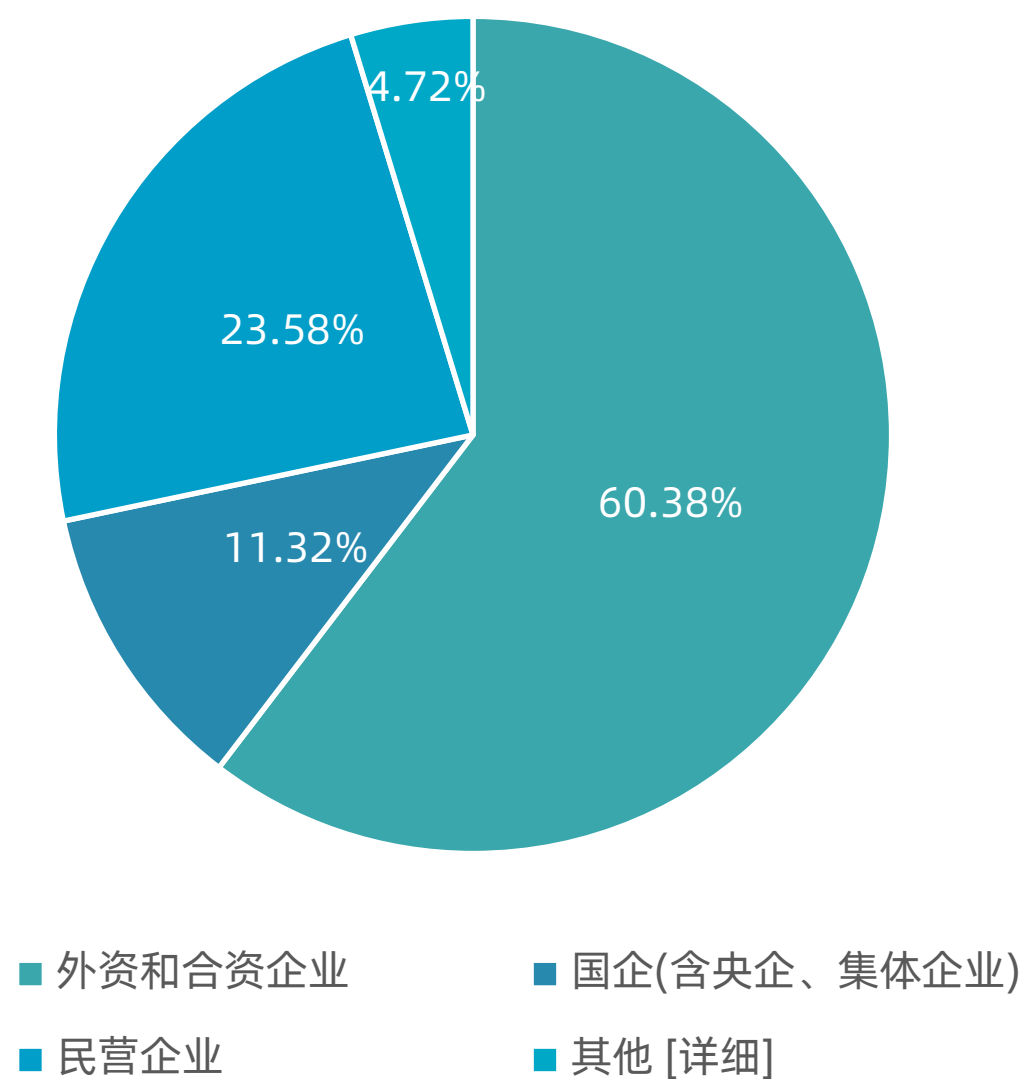
数据支持：



问卷主要填写者为外资和合资企业，以金融、快消、制造业为主

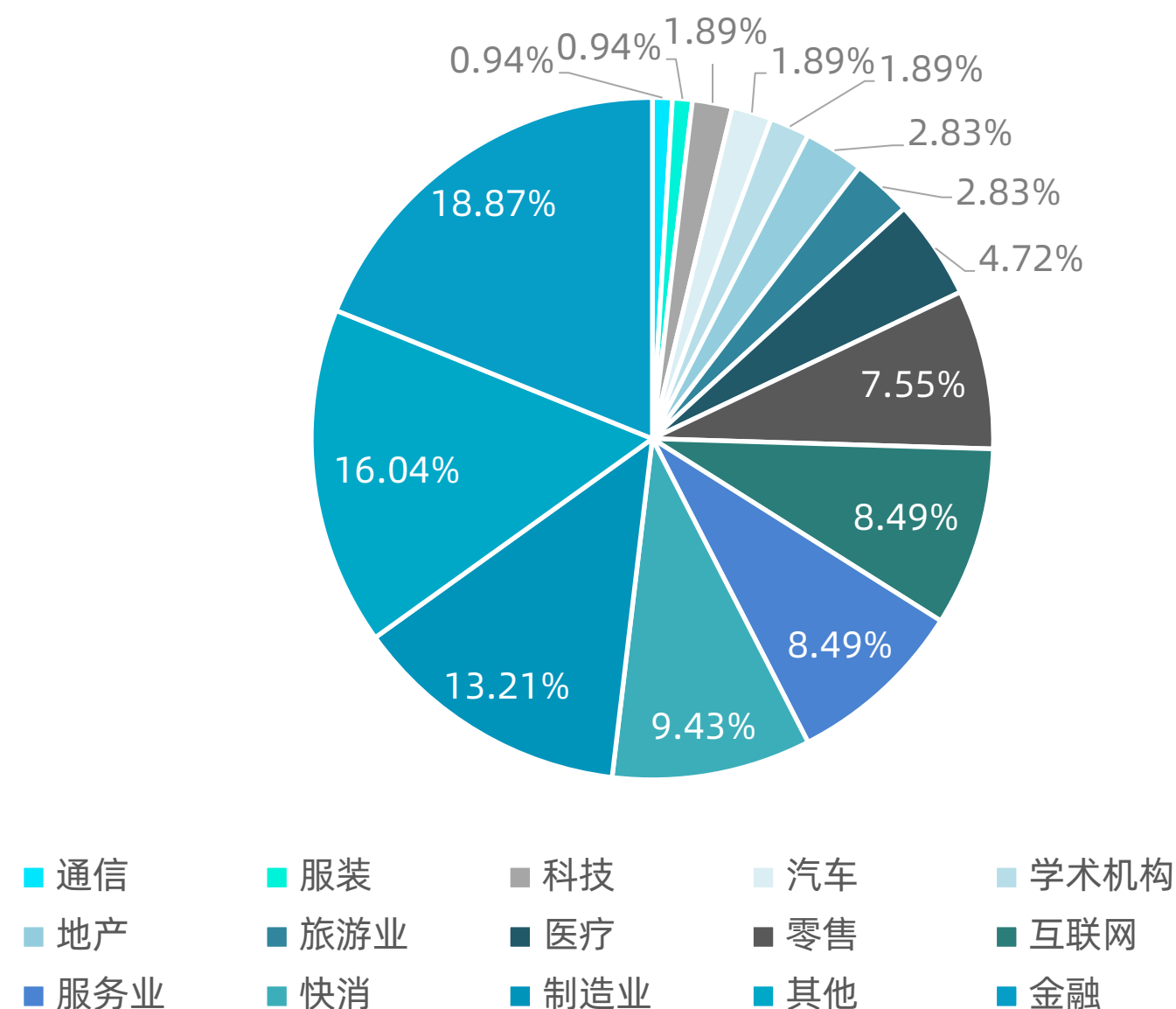
有60.4%的问卷填写者来自外资和合资企业，23.6%的来自民营企业，11.3%的来自国企。其中，行业领域丰富多样，占比最大的前三位领域为金融（18.9%）、制造业（13.2%）、快消（9.4%）。

工作单位性质



其他包含：基金会、股份制、社会团体、环保NGO、行业组织

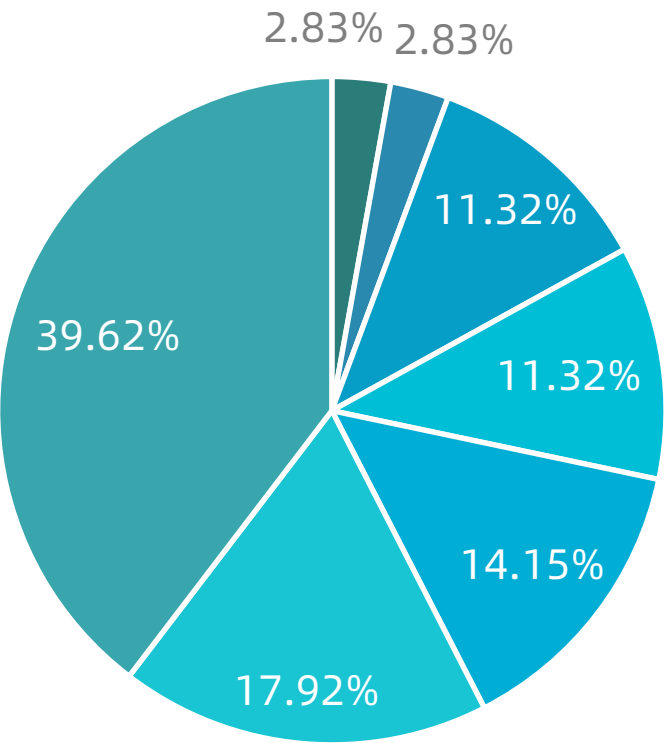
行业领域



有40%的受调者来自独立的CSR部门，部门经理及高级经理超过50%

受调者中，有39.6%的人来自独立的CSR部门，17.9%来自公关部及其下设CSR团队，11.3%来自品牌部及其下设团队。从职位来看，受调者主要为部门高级经理（33.0%），其次为部门经理（25.5%），部门总经理/部门总监排在第三位（15.1%）。

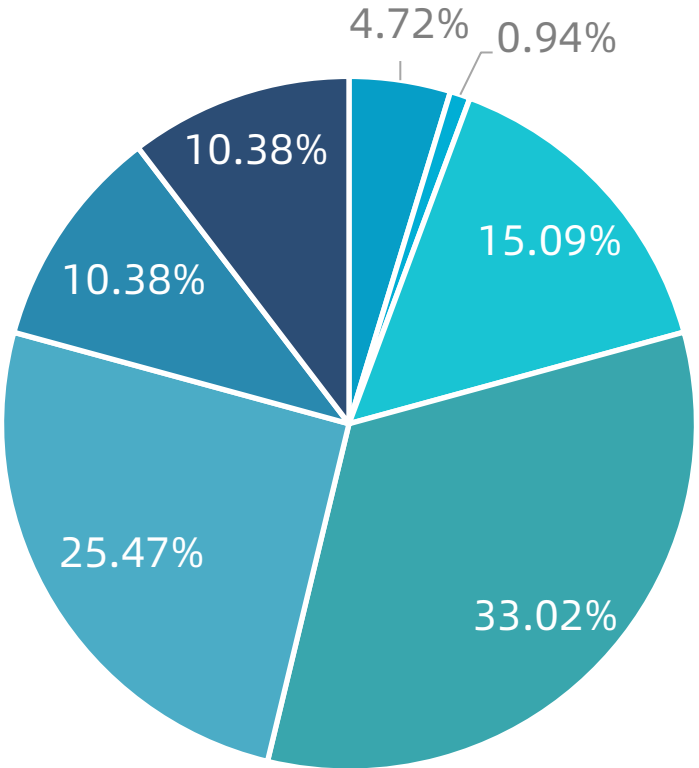
所在的部门为



- 战略部及其下设CSR团队
- 市场部及其下设CSR团队
- 其他 [详细]
- 独立的CSR或可持续发展相关部门
- 人力资源部及其下设CSR团队
- 品牌部及其下设CSR团队
- 公关部及其下设CSR团队

其他包含：咨询部*2、事务部*3、办公室下设CSR、社会基金会、社会企业、社会组织、总经理办公室、企业文化部、合规部下设的CSR团队、董事会、战略部门

您在公司担任的角色



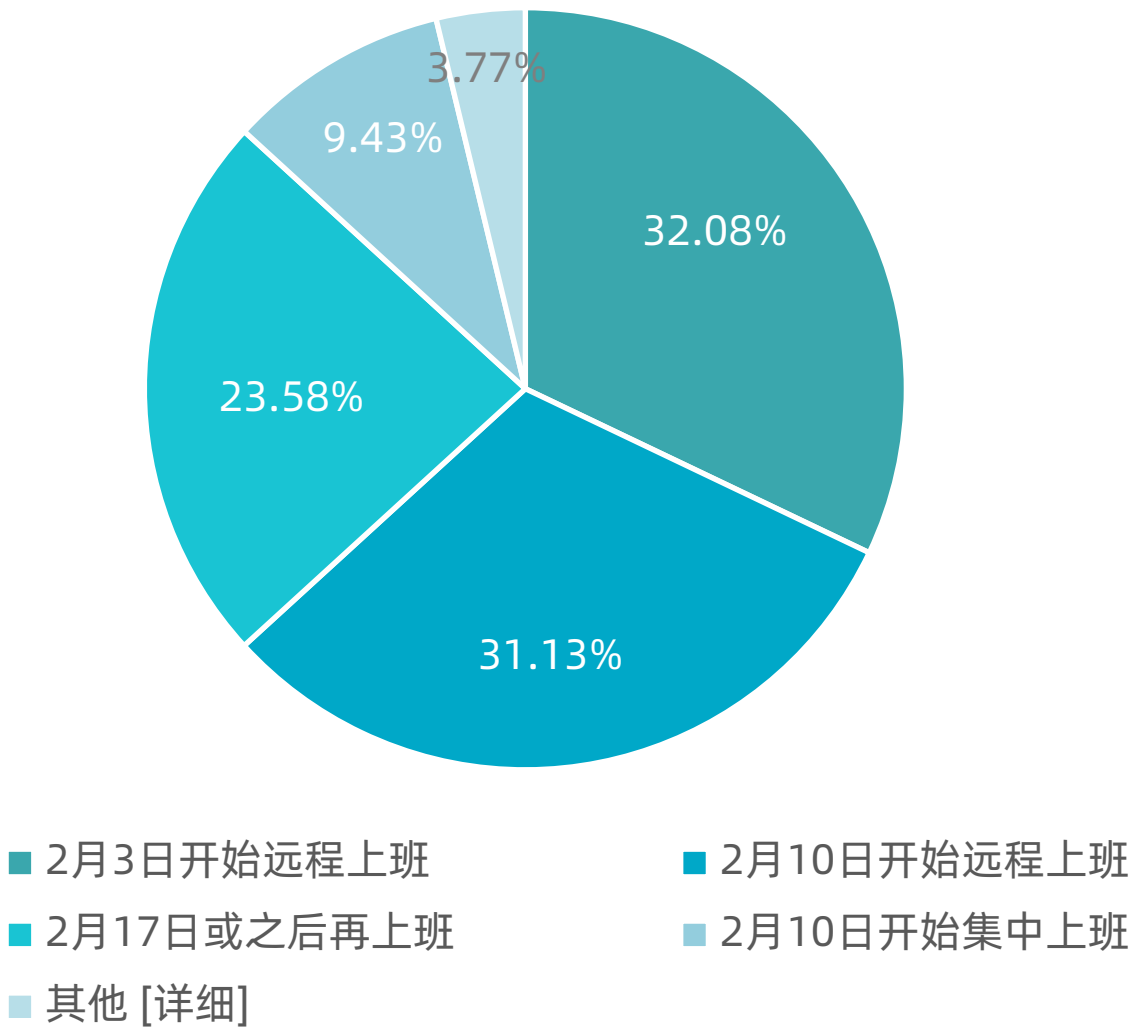
- 总经理/总裁
- 副总经理/副总裁
- 部门总经理/部门总监
- 部门高级经理
- 部门经理
- 部门助理
- 其他 [详细]

其他包括：CSR项目管理、职员、项目官员、专员、负责CSR、慈善公益项目负责人、副秘书长、高级主管、管理员

有63%的企业远程复工，超过30%的企业延长假期至少7天，其中国企延至17日后复工的占比最高

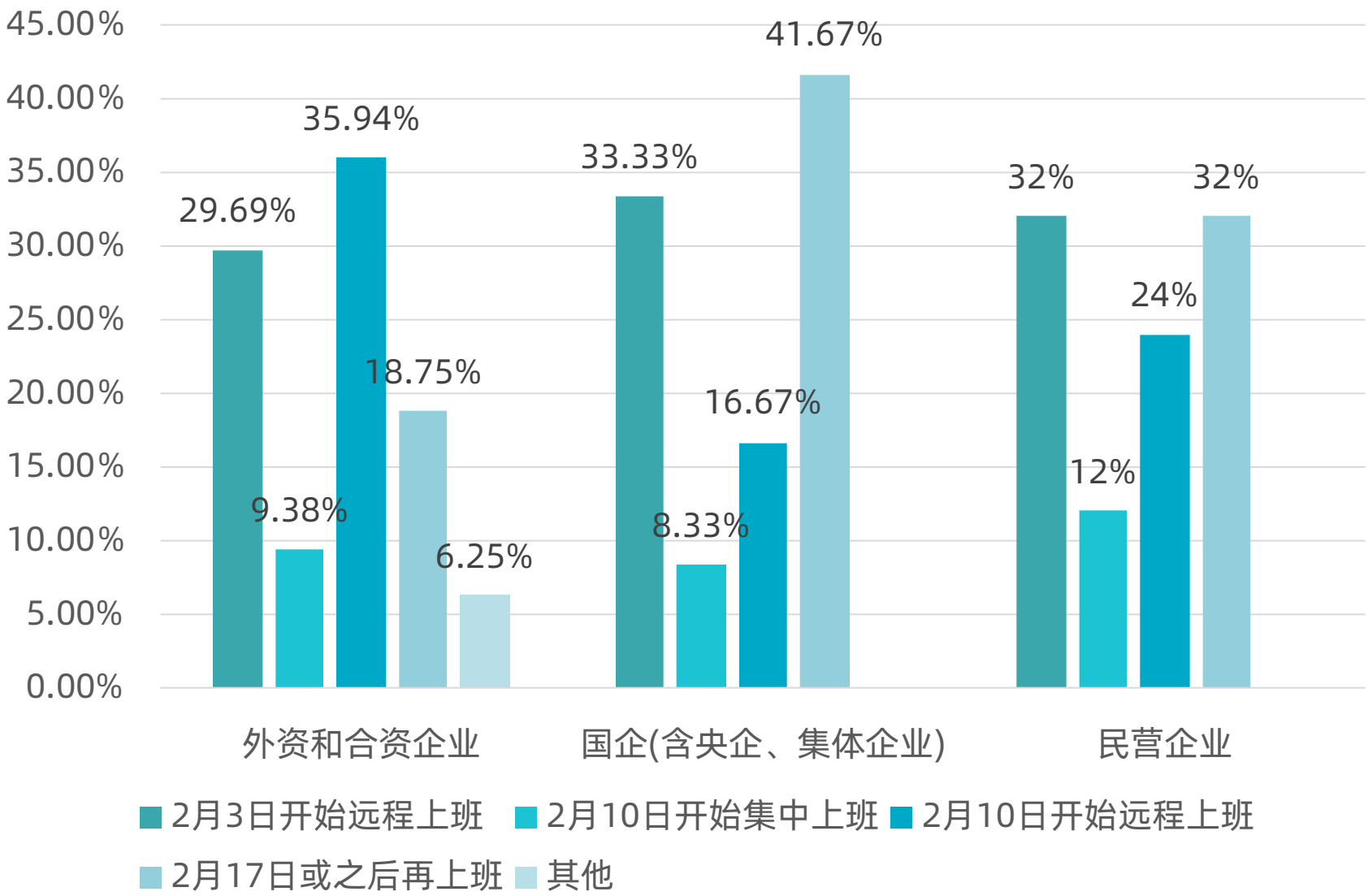
受调者中，返工形式以远程上班为主，共占了63.2%，另外有23.6%的企业2月17日或之后再上班。根据企业性质来看，外资和合资企业以远程上班为主（65.6%），国企有41.7%的企业2月17日或之后开始上班。

是否有节后延迟返工的计划



其他包含：2月14日以后、春节期间就在家上班、1月23日开始远程上班、2月12日部分上班。

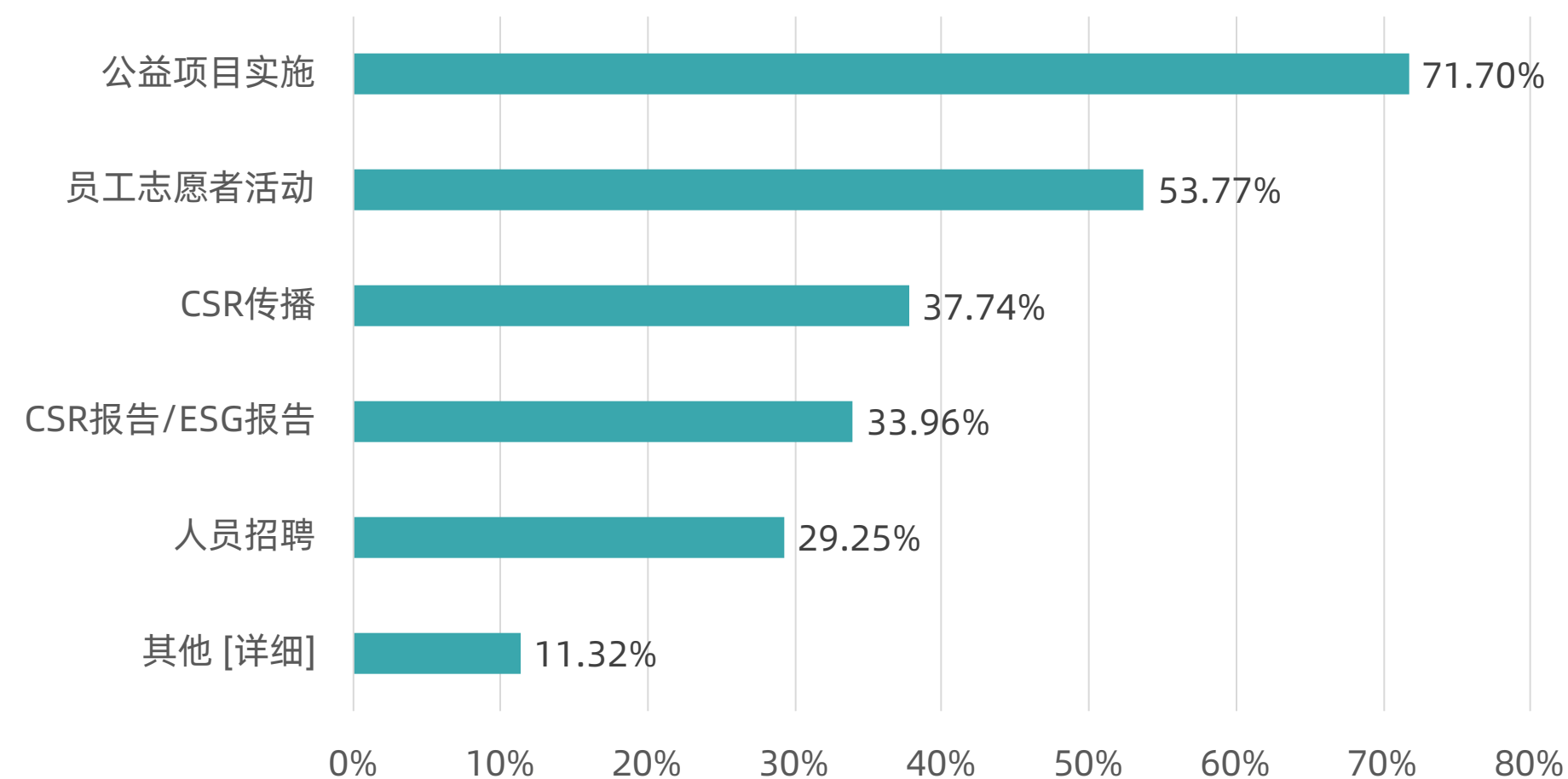
企业性质与延迟返工时间的交叉分析



受疫情影响最大的CSR工作为公益项目实施，占比达72%

受到疫情影响较大的前三项项目和工作为：公益项目实施（71.7%）、员工志愿者活动（53.7%）、CSR传播（37.7%）

疫情对哪些项目和工作产生较大影响



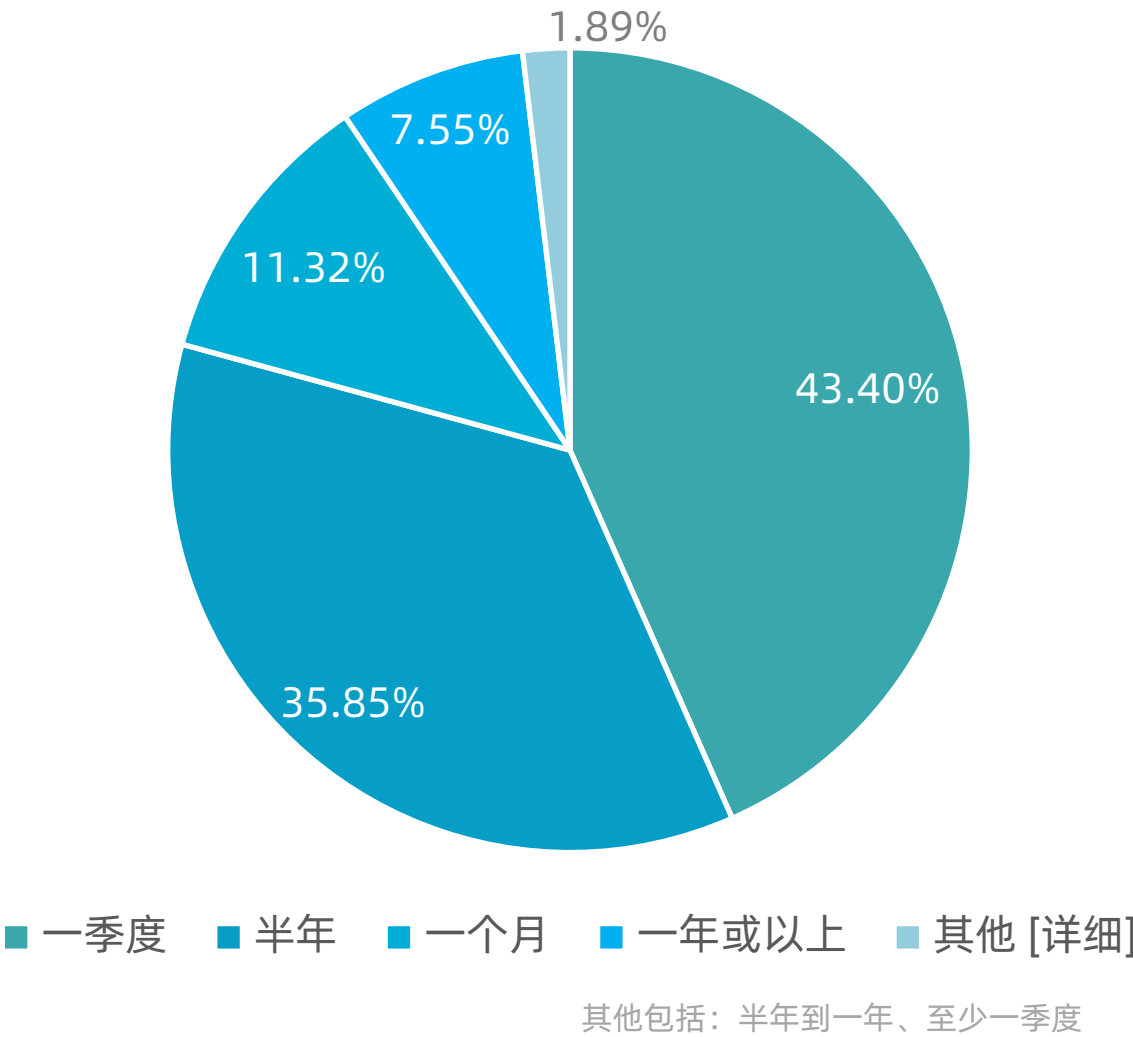
其他包括：审核*2、无影响*2、销售及生产*3、防疫项目执行、需调研项目的考察进度、CSR评审服务、线下活动、员工培训和机构设置



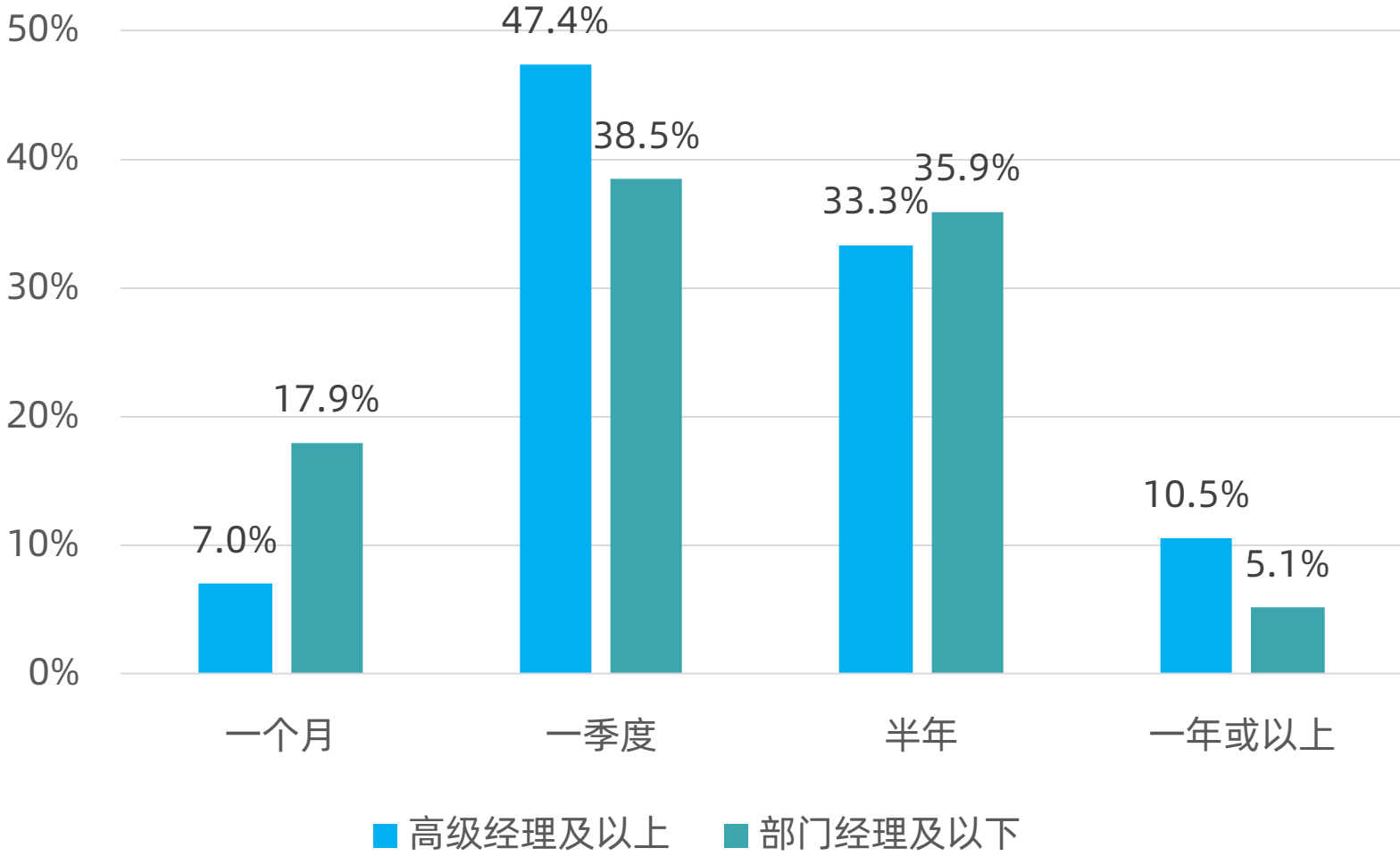
近8成企业预计疫情的影响将持续一季度或半年，高阶管理者预期影响时间更长

疫情对于公司影响的时间有43.4%的企业预计持续一季度，35.9%的企业预计持续半年，11.3%的企业预计持续一个月。其中高阶管理者（高级经理及以上）平均预期疫情的影响时间较部门经理及以下员工更长。

您预计疫情对公司的影响将持续多久



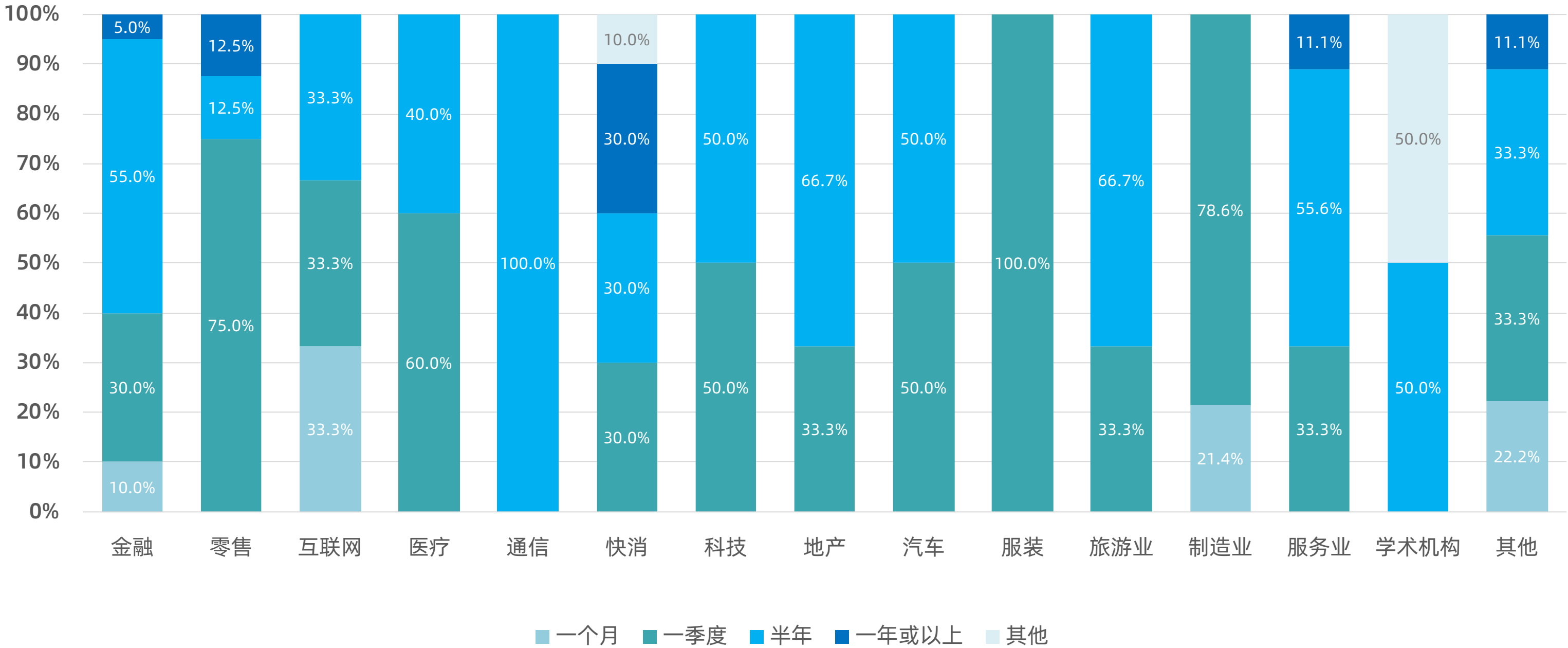
职位与预期影响时间交叉分析



各行业领域预期影响时间不同，其中快消行业预计受影响时间最久

从行业来看，快消行业预计受影响时间最久，半年或一年或以上的占了60%，其次为服务业、金融业、通信业。

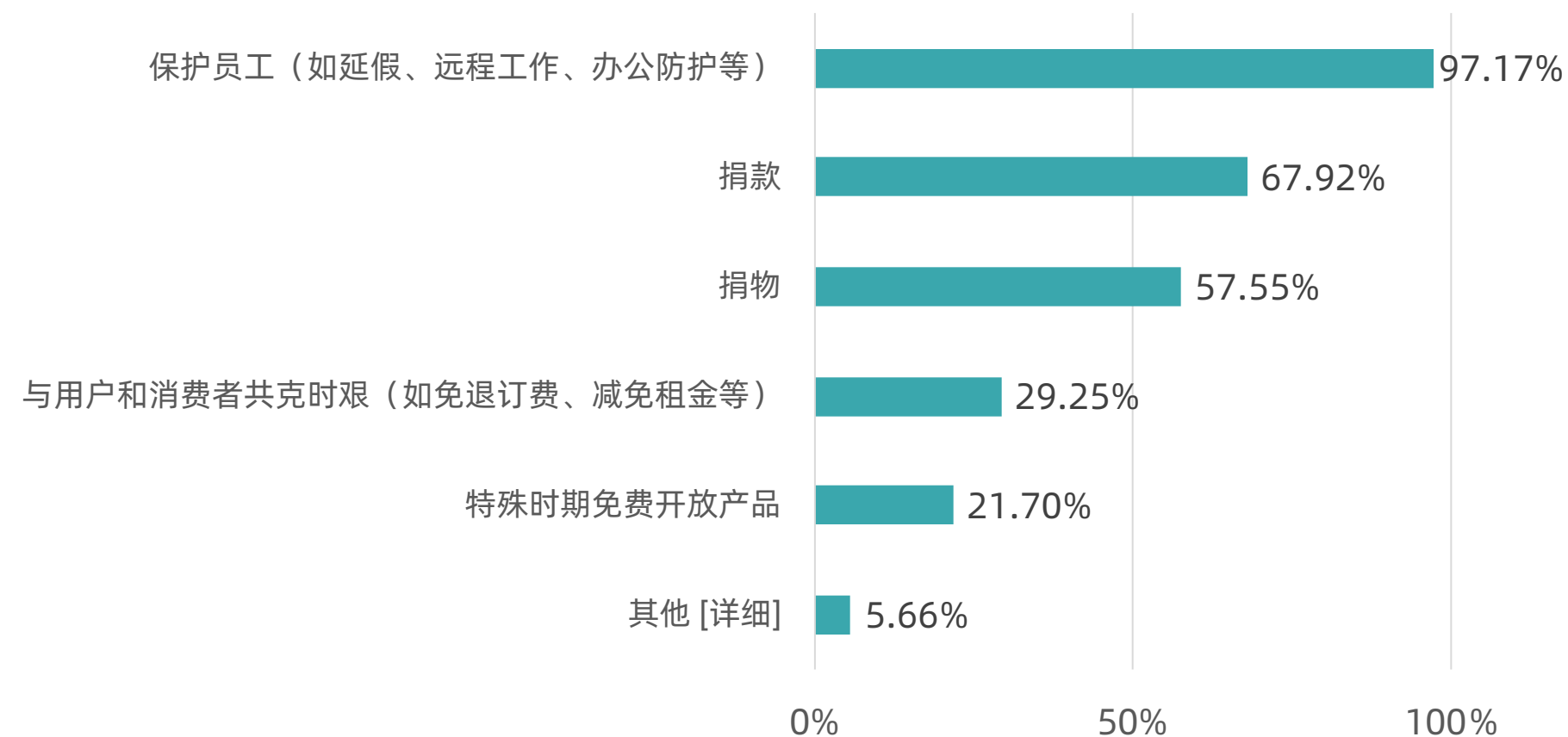
行业与影响持续时间交叉分析



97%的企业都做了保护员工的应对措施，企业在捐赠时着重考虑疫情严重程度及社会需求

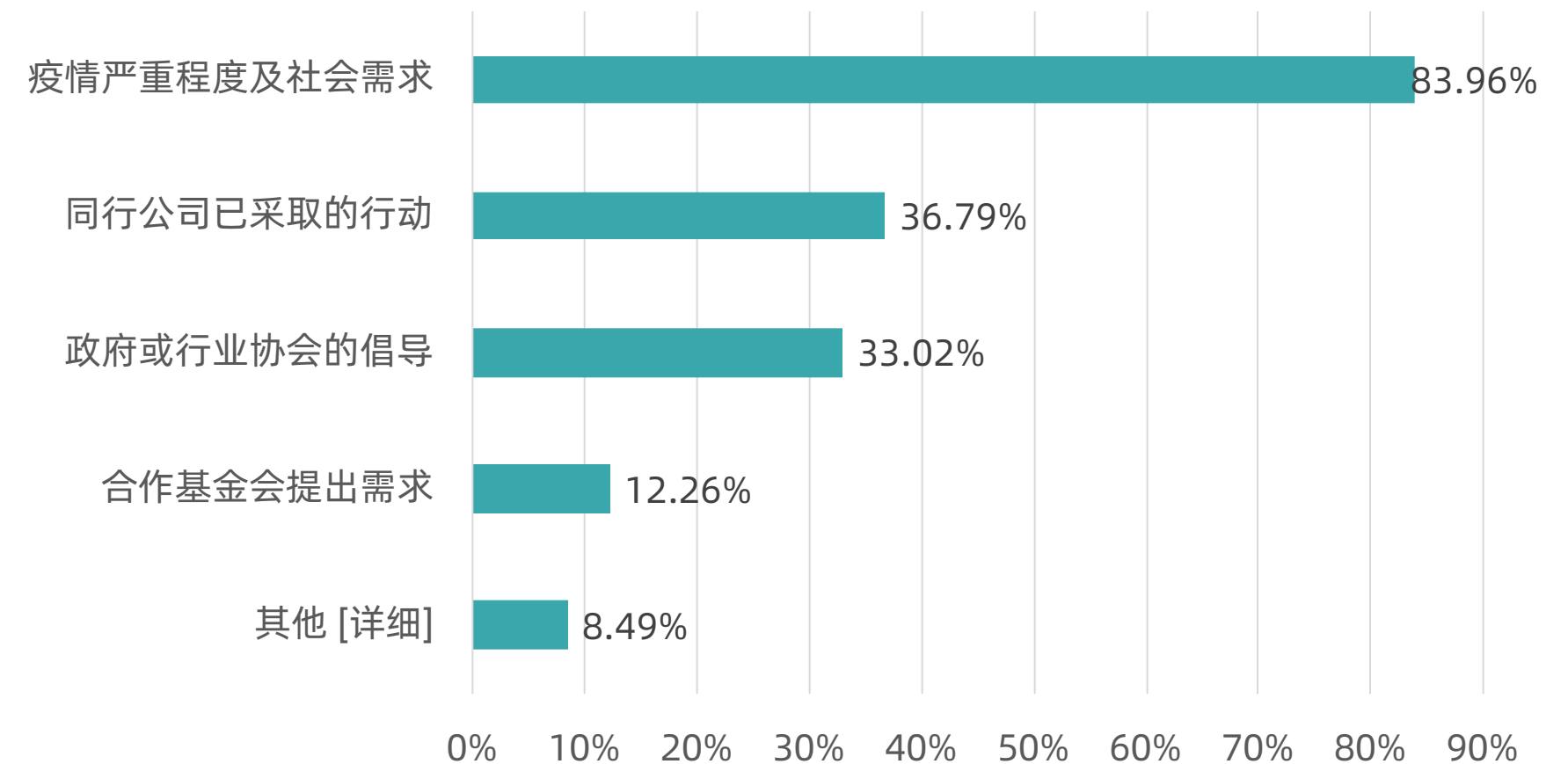
有97.2%的公司已采取了保护员工的措施，有67.9%的企业进行捐款，57.6%的企业进行捐物。企业决策捐多少款物的考虑因素最主要为疫情严重程度及社会需求（84.0%），其次为同行公司已采取的行动（36.8%），以及政府或行业协会的倡导（33.0%）。

目前贵公司已采取了哪些CSR疫情应对措施



其他包括：新增多项科普防疫功能、方便消费者，无接触送货，消毒、联系不到客户的话 2/10 前到期的贷款自动延期、疫情重灾区特殊政策、计划捐款，金额及合作基金会还在评估、相关项目做好本职工作就是对疫情最大的贡献

贵公司决策捐多少款物的考虑因素是

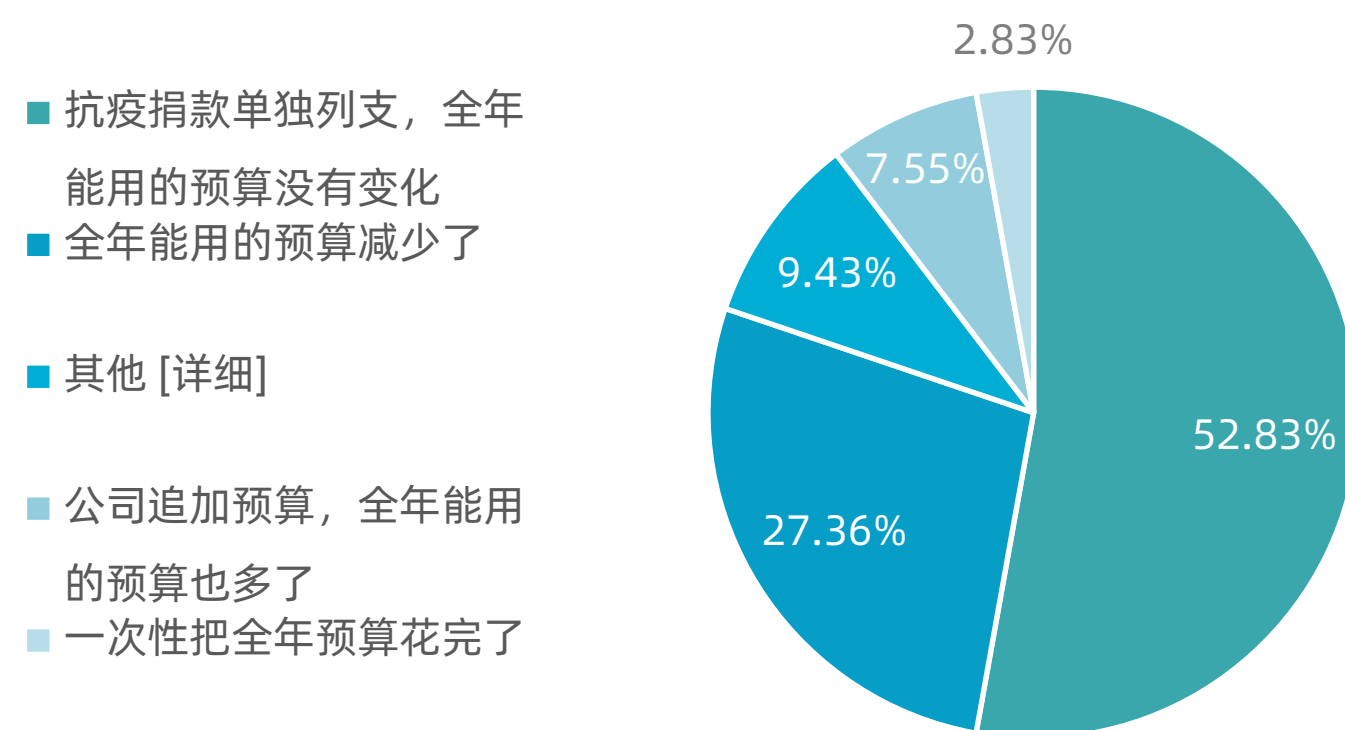


其他包括：暂无、员工捐赠以及公司CSR预算、公司实力及自身损失情况、公司自身能力、合作方建议、总公司 disaster relief策略及预算、信息无法获取、尚不清楚、自身的范围

超过半数企业抗疫捐款单独列支，全年预算无影响；从企业类型来看，国企CSR预算减少比例较高，民企追加CSR预算比例较高

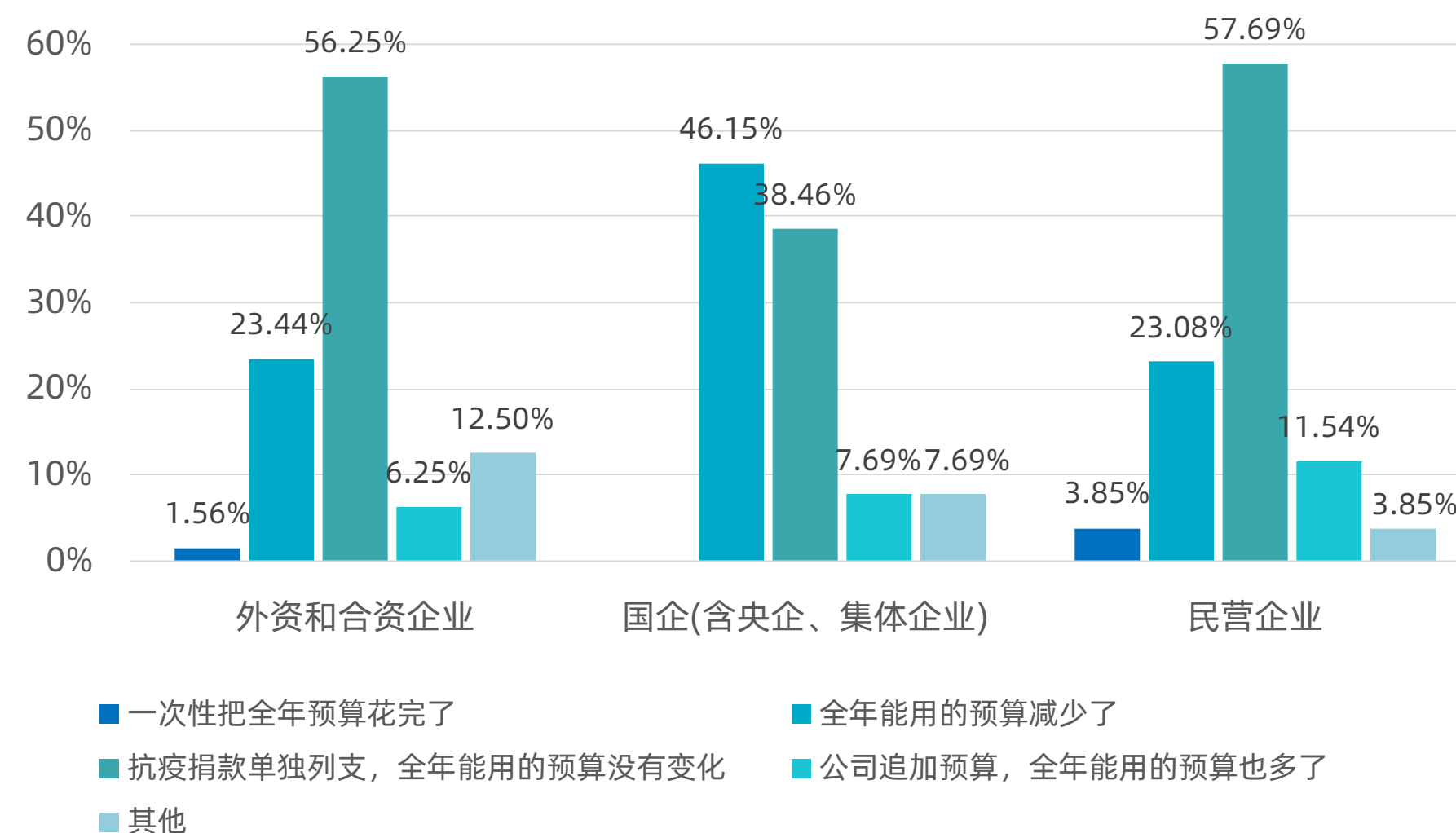
疫情对全年CSR预算的影响中，有52.8%的企业抗疫捐款单独列支，全年CSR预算不变，有27.4%的企业全年CSR预算减少。从企业类型来看，外企和民企的CSR预算都以单独列支为主，国企CSR预算减少的比例最高（46.2%），民企追加预算的比例最高（11.5%）。

疫情对全年CSR预算产生什么影响



其他包括：公司追加预算，但不确定后续是否会减全年预算、集团拨款、都有可能、老板追加预算，介乎于个人行为和企业行为之间、单独列支，同时全年也面临减支、目前不确定、公司单独特批预算*2、没有影响，特殊情况特殊处理

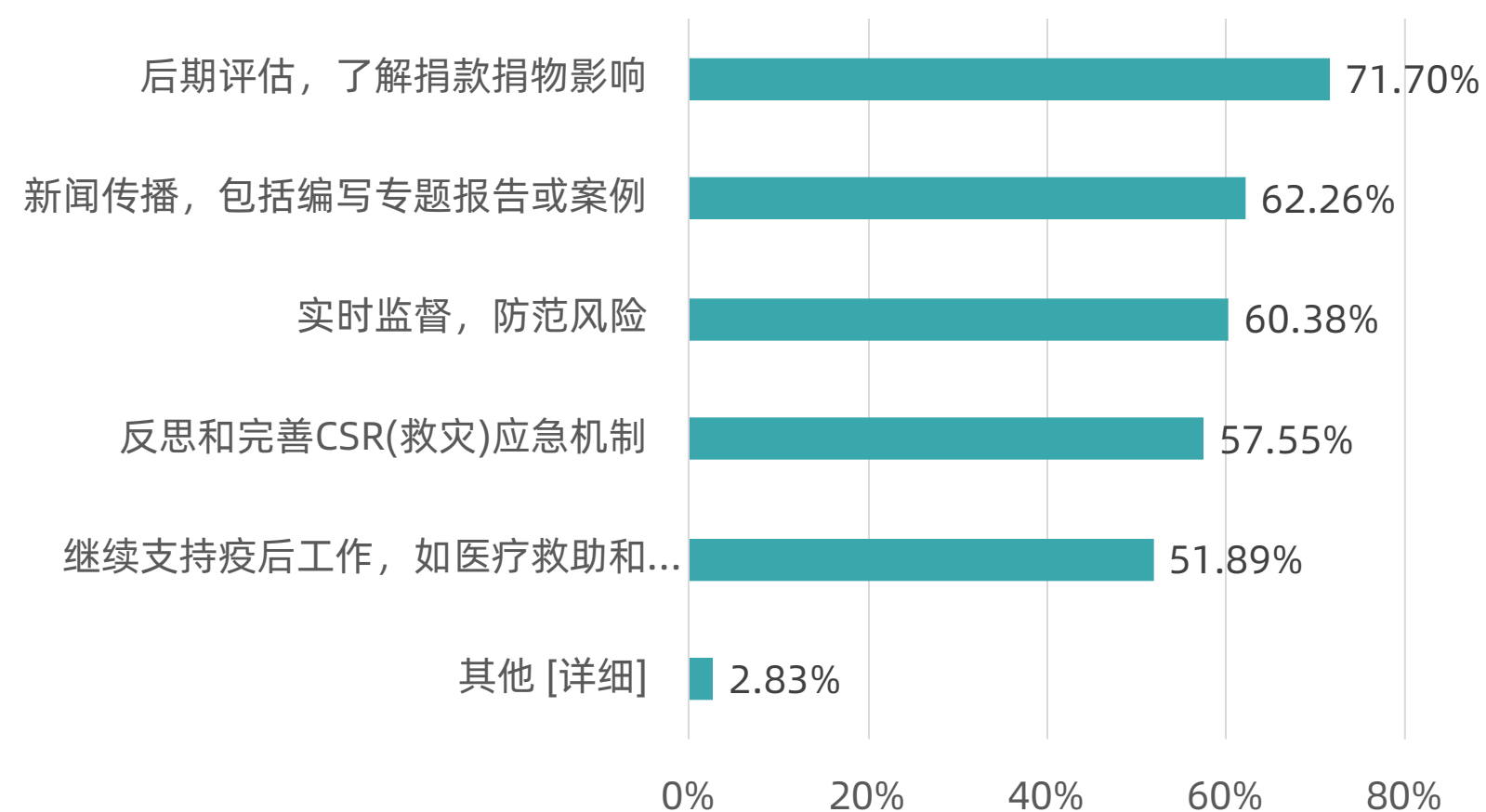
企业类型与CSR预算影响交叉分析



除捐赠外，后期评估、新闻传播、实时监督是企业希望后续进行的工作；从企业类型来看，国企较为注重反思和完善应急体制，外资和合资企业较注重后期评估

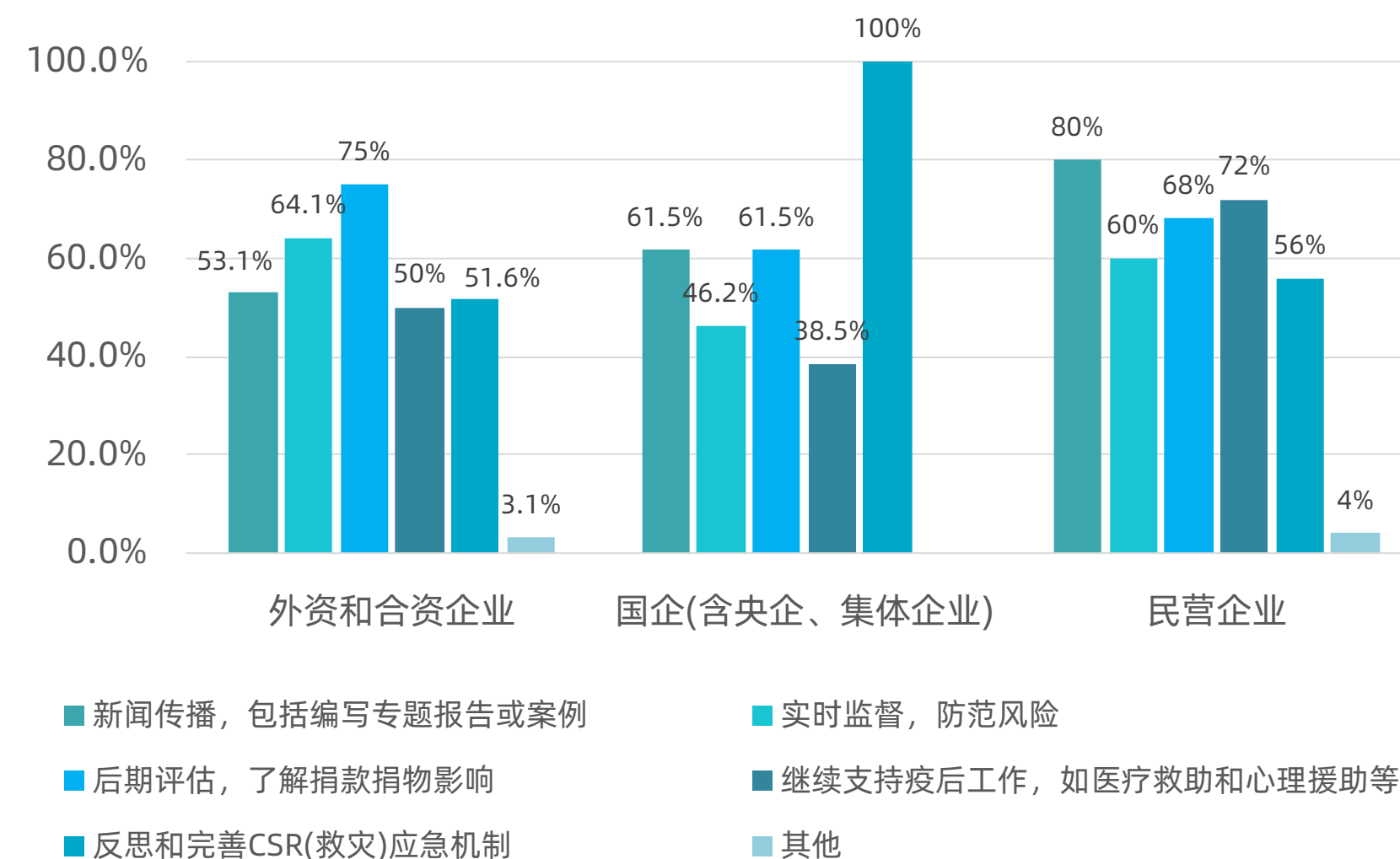
捐款捐物后，企业还希望进行后期评估（71.7%）、新闻传播（62.3%）、实时监督（60.4%）。细分至企业类型来看，捐款捐物后国企较其他企业类型更关注反思和完善应急体制（100%），民营企业较为关注新闻传播（80%），外资和合资企业较为关注后期评估（75%）。

捐款捐物之后，还希望做什么工作



其他包括：都在做、支持相关部门优化应急管理流程、本公司该项工作职责不在CSR部门

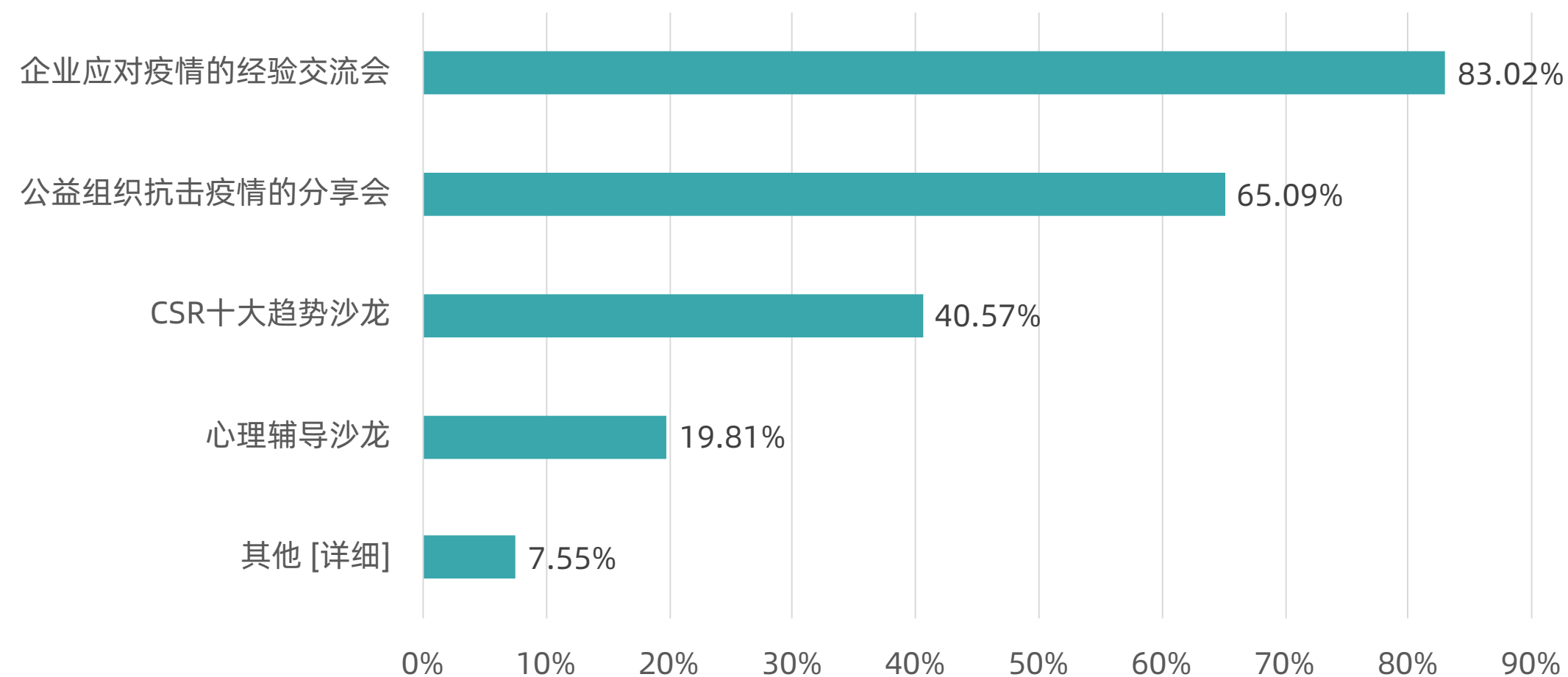
企业类型与后期工作交叉分析



企业应对疫情的经验交流是企业目前最需要的

疫情结束之后，企业较希望参与的前三项活动为：企业应对疫情的经验交流会（83.0%）、公益组织抗击疫情的分享会（65.1%）、CSR十大趋势沙龙（40.6%）。

疫情结束之后，你希望思盟组织什么活动



其他包括：国家经济形势分析评估、目标客群的后续CSR项目探讨、此次疫情对社会、企业决策的影响调研、自然教育、无效答案*3



Thank You!

