

《2020年CSR职业经理人调查报告》发布 仅11%的企业增加了CSR预算

■ 本报记者 高文兴

2020年,新冠肺炎疫情的突发和蔓延、“十四五”规划的发布、2060碳中和目标的建立等推动着社会各界越来越关注可持续发展,同时企业也越来越重视在企业实践中加强CSR和可持续发展。在这一年中,面对如此复杂的全球形势,企业CSR经理人的工作情况有什么变化呢?

自2014年起,思盟企业社会责任促进中心连续6年开展“CSR经理人职业发展调研”,倾听CSR经理人的职业理想与困惑,帮助CSR从业者了解行业现状和未来发展方向,为企业CSR工作建设和人才培养提供信息支持。2020年年末,思盟联合商道纵横通过问卷发放的形式展开调查,在调查结果上发布了《2020年CSR职业经理人调查报告》。

北上广活跃度最高

2020年参与调查的企业主要集中在北京(36%)、上海(23%)与广东(23%)等地区,这与社会责任配套政策完善、企业总部设岗、公益伙伴资源丰富以及相关平台发展息息相关。

参与调查的CSR职业经理人以女性为主,占比68%。而男性CSR经理人占比32%,与上一年调查数据相比,男性CSR经理人提高了5%。从年龄方面来看,参与调查的CSR经理人的平均年龄与上一年相比有所增加,为35岁。大部分CSR经理人的年龄在36~40岁之间,共占27%。

根据调查发现,CSR职业经理人的学历背景中等偏上。受调查的CSR职业经理人中,硕士学历所占比例最大,高达48%,其次是本科学历,占比46%。本次参与调研的CSR经理人有33%为企业部门经理,有21%担任部门助理,有28%担任企业部门高级经理,11%为部门总监/子公司总经理,4%CSR经理人担任企业副总经理及副总裁职务,4%CSR经理人担任企业总经理及总裁职务。调研对象的职位实现全覆盖,相关数据更有代表性。

在参与此次调研中,具有1~3年、5~10年工作经验的CSR经理人所占比例最大,占比25%。其次是参加工作时间为3~5年的CSR经理人。据调查,25%的CSR经理人在从事CSR工作之前,曾从事NGO/公益慈善方面的工作,比上一年相比,下降了9%。其次是20%的CSR经理人曾从事本企业公关或市场部门工作,后转向CSR工作。与上一年相比,来自公关或咨询公司的CSR经理人比例有所上升。

调查发现,工作年限与CSR经理人的职位级别有一定关系。从工作年限上看,工作时间在0~3年的CSR经理人大多担任中低层职位,而担任副总经理/副



总裁、总经理/总裁的职位常常需要CSR经理人具有10年以上的工作经验。

调查发现,年收入在15万~30万元的CSR经理人最多,占比39%,与2019年相比,增加了8%。而年收入在15万元以上的所有CSR经理人为76%,相比于2019年,下降了3%。

本次参与调查的行业分布广泛,除24%的企业属于其它非统计行业外,主要以金融业(13%)、制造业(13%)和零售业(11%)为主。与2019年相比,制造业、零售业、互联网行业的CSR经理人参与有所下降,而金融、ICT、文化体育娱乐行业的CSR经理人参与比例有所上升。

企业内发展空间极大

根据企业性质划分,调查发现,跨国公司更加倾向于建立了CSR/可持续发展专职部门,所占比例55%,而国有企业、民营企业和合资企业中设立CSR专职部门的比例分别为:25%、33%和38%。合资企业在由公关部门/市场部门/人力资源部门兼管CSR工作方面所占比例较高,占比高达50%。

根据调查统计,40%的企业建立了CSR/可持续发展的专职部门,比上一年相比下降了9%。而12%的企业目前还没有任何负责CSR事务的部门,相较于全年增加了4%。从CSR专职工作人员方面来看,2020年有76%的企业设有CSR专职工作人员,其中大部分规模在1~10人之间,占比56%,与上一年相比减少了7%。而21%的企业则没有专职CSR工作人员,与上一年相比增加了6%。

调查发现,只有34.8%的CSR职业经理人在工作中CSR相关工作占工作时长100%。从企业CSR职能部门角度来看,建立了CSR/可持续发展专职部门的企业CSR经理人进行工作时,其CSR相关工作更倾向于占工作时长100%,占比58%。

CSR经理人的工作涉及沟通、策划、评估、传播等各个方面,

据调查,CSR职业经理人更关注CSR或可持续发展战略的制定与执行、CSR项目设计与执行、CSR项目传播这三方面的工作。

在对从事CSR工作所需的技能的调查中发现,“熟悉企业战略、业主”“跨部门沟通能力”“跨界整合能力”这三项是CSR职业经理人最为看重的素质技能。与上一年相比,“解决问题能力”的比例有所下降。

此次调研根据对标联合国可持续发展目标,在对企业公益捐赠流向领域的调查中发现,企业公益捐赠更多倾向于“优质教育”(53%)、“良好健康与福祉”(39%)与“消除贫困”(47%)领域。

根据调查结果发现,企业公益项目落地模式更多是采用“针对某一社会议题,发挥企业优势自主策划品牌公益项目,联合多家公益机构进行落地”的模式,所占比例高达53%。其次,是采用“成立员工志愿者组织,开展志愿服务”的模式,所占比例50%。

进行内外部沟通是CSR经理人工作的重要部分。据调查结果显示,在内部沟通中,CSR经理人沟通较为频繁的是“品牌部”、“市场部”和“人力资源部”。而在外部沟通中,CSR经理人沟通较为频繁的机构是“政府”、“NGO”和“媒体”。

NGO缺乏了解企业需求

企业高层对CSR工作的关注程度对CSR经理人工作和发展有着较大的影响。本次调查显示,企业高层对CSR工作关注度有所上升,“非常高”和“比较高”的比例高达57%,与上一年相比,增长了4%。

在CSR经理人工作满意度上,CSR经理人对从事CSR工作有较好的满意度,其中“非常满意”和“比较满意”的比例高达60%。但表示“一般”的CSR经理人占比38%。

企业高层对CSR工作的关注程度对CSR经理人工作和发展有着较大的影响,根据调查显示,企业高层对CSR关注程度影

响着CSR经理人的工作满意度。企业高层对CSR关注度越高,CSR经理人工作满意度也会随之提升。其中,企业高层对CSR关注度在“非常高”,CSR经理人工作满意度在“非常满意”和“比较满意”的比例高达79%。

“缺乏公司高管的认可与支持”“没有清晰的职业发展路径”“CSR项目相关预算不足”是CSR经理人发展的瓶颈。在工作障碍调查中,43%的CSR经理人表示“缺乏公司高管的认可与支持”,有42%的CSR经理人表示,“缺乏清晰的职业发展路径”,有38%的CSR经理人表示“CSR项目相关预算不足”。

企业与NGO是公益慈善领域不可或缺的推动力量,而NGO与企业合作共同推动公益项目的实现也是一种常见的方式。而根据调查结果显示,企业在于NGO合作中最常面临的问题,占比高达62%;其次是面临着NGO缺乏商业思维的问题,占比高达50%;而双方沟通存在障碍也是企业与NGO合作面临的挑战之一,所占比例达32%。

关于企业优先想要获得的第三方机构的支持:调查结果显示,“CSR战略规划与管理”的支持需求所占比例较高,高达54%。其次是“CSR项目服务”和“CSR传播服务”,所占比例分别为46%和32%。

为了更好地帮助CSR经理人解决工作中遇到的障碍与挑战,该报告对CSR经理人希望获得的帮助进行了调查。调查显示,CSR经理人最希望获得的帮助是“扩展CSR领域的人脉”、“同行业内的CSR相关信息”和“CSR领域前沿信息”。

拓展CSR领域人脉是推动跨界合作、优势资源协作的重要方式之一。“正式的论坛、沙龙、研讨会等”是CSR经理人更青睐的拓展人脉的方式。“CSR/可持续发展方向的求学”位居第二,而“关于CSR主题的出游或机构访问”“休闲的晚餐、聚会”形式也是CSR经理人会考虑拓展人脉的

形式。但总体来看,CSR经理人更倾向于以专业知识交流分享的形式进行人脉拓展。

疫情使CSR预算减少

随着疫情的迅速变化,国家的各项政策也在迅速变化更新,给企业带来一定时期的影响。据调查,41%的CSR经理人表示疫情将在一年内持续对企业发展产生影响;20%的CSR经理人表示疫情将持续影响企业半年及两年以上。

受疫情的影响,企业的生产运营受到冲击,CSR方面的预算也会受到影响。根据调查结果显示,在新冠肺炎疫情的影响下,企业CSR预算有所减少。其中,28%的企业由于疫情对业务的冲击,削减了全年CSR预算;26%的企业由于疫情影响,已经使用了一部分预算,全年能用的CSR预算减少;只有11%的企业追加了CSR预算。

根据调查结果显示,“公益项目实施”“员工志愿者活动”“CSR传播”是受疫情影响较大的CSR工作,所占比例分别为71%、50%以及22%。“公益项目实施”“员工志愿者活动”受到较大影响与疫情期间各地防疫措施相关,影响公益项目实际落地,员工志愿者活动线下开展受到限制。

在疫情较为严重的期间,企业在自身做好疫情防控工作、维持正常经营秩序的同时,也积极通过捐款捐物、跨界合作、与商家和消费者共渡难关等方式助力抗击疫情。调查结果显示,74%的CSR经理人表示保护员工是疫情期间采取较好的CSR行动,其次是跨界合作,所占比例高达54%,38%的CSR经理人表示,与商家携手共渡难关也是疫情期间采取的效果较好的行动之一。

受疫情影响,企业也会对自身CSR工作方向进行调整。26%的CSR经理人表示,企业CSR工作未来将更关注疫情对利益相关方的影响;25%的CSR经理人表示,将会更加关注突发公共事件的应对;而17%的CSR经理人则表示,会更加关注健康或保健消费领域方面的CSR工作。

报告指出,2020年,CSR在受到关注的同时,依然面临着企业内部工作认可与支持等挑战。因此,CSR经理人需要提升企业内部对CSR的认识,并积极将CSR工作融入企业日常运营中,与企业内部各部门合作,增强内部的CSR参与感,加深对CSR的认知,CSR也能够为企业增加经营效益作出贡献。同时积极与外部进行交流,与第三方专业机构合作,构筑社会价值同盟,共同推动企业CSR发展。此外,CSR经理人不仅需要增强关于CSR领域的知识,也要全面掌握企业经营信息,系统提升专业能力。