



ประกาศ บริษัท ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน)

ที่ 022 /2563

เรื่อง นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมและการบริหารชื่อเสียงภาพลักษณ์องค์กร

บริษัท ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (กลุ่มไออาร์พีซี)

เพื่อบริหารชื่อเสียงและสร้างความแข็งแกร่งให้กับภาพลักษณ์ของกลุ่มไออาร์พีซี ดำรงไว้ซึ่งการเป็นพลเมืองที่ดีของสังคม (Good Corporate Citizenship) สร้างมูลค่าให้กับองค์กรอย่างยั่งยืนโดยกระบวนการรับรู้และการสร้างความไว้วางใจผ่านการสื่อสารและกิจกรรมการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม และการดำเนินงานขององค์กรภายใต้ความรับผิดชอบต่อสังคมและการคำนึงถึงเศรษฐกิจ สังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อม เสริมสร้างที่ยั่งยืนทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ดูแลและรักษาประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมด และสนับสนุนธุรกิจของบริษัทฯ ให้เติบโตอย่างยั่งยืนควบคู่กันไปอย่างสมดุล

บริษัทฯ จึงกำหนดนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมและการบริหารชื่อเสียงภาพลักษณ์องค์กร เพื่อยึดถือปฏิบัติในกลุ่มไออาร์พีซี ดังนี้

1. ดำเนินกิจกรรมหรือการลงทุนทางสังคมตลอดจนโครงการพัฒนาชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม โดยยึดแนวปฏิบัติตามองค์ประกอบที่เป็นองค์กรที่ดีของสังคม ของกรอบการบริหารจัดการความยั่งยืนกลุ่มไออาร์พีซี เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์และชื่อเสียงของกลุ่มไออาร์พีซีอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับวิสัยทัศน์และเป้าหมายขององค์กร

2. สนับสนุนบทบาทและชื่อเสียงที่ดีขององค์กรในระดับประเทศและระดับสากล ส่งเสริมให้มีกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Engagement) ประสานความร่วมมือระหว่างกลุ่มหรือเครือข่ายเพื่อการพัฒนาและเพิ่มคุณค่าในการดำเนินกิจกรรมและโครงการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของกลุ่มไออาร์พีซี รวมถึงแนวทางการจัดการเพื่อลดผลกระทบต่องuestสิ่งแวดล้อม สังคม และชุมชน อย่างต่อเนื่อง โดยมีความสอดคล้องกับกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับ และแนวปฏิบัติสากลต่าง ๆ เป็นพื้นฐาน

3. บริหารประเด็น (Issue Management) และบริหารการสื่อสารในภาวะวิกฤต (Crisis Communication Management) อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อป้องกันผลกระทบเชิงลบต่อชื่อเสียงของกลุ่มไออาร์พีซี และสามารถแก้ไขสถานการณ์ได้อย่างรวดเร็วและทันการณ์

4. กำหนดแนวทางการดำเนินงาน การกำกับดูแลและการสร้างคุณค่า ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ ให้แก่องค์กร สนับสนุนบทบาทและชื่อเสียงที่ดีขององค์กรในระดับประเทศและระดับสากล ครอบคลุมประเด็นสำคัญทั้งหมดของหลักการสากลด้านความรับผิดชอบต่อสังคมต่าง ๆ ได้แก่ ISO 26000, UN Global Compact, GRI เพื่อสร้างผลกระทบในเชิงบวกและการได้รับการยอมรับ จดจำ รวมถึงการส่งเสริมให้ผู้บริหาร และพนักงาน มีจิตอาสาและมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมและชุมชนอย่างต่อเนื่อง

5. สนับสนุนการนำแนวคิดการสร้างคุณค่าร่วมระหว่างธุรกิจและสังคม (Create Shared Value) เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาและแก้ไขปัญหาสังคมเพื่อให้เกิดคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคมควบคู่กันไป พร้อมเปิดโอกาสให้ผู้ด้อยโอกาสหรือชุมชน สามารถสร้างรายได้ด้วยการเข้าร่วมอยู่ในสายอุปทานในระบบ Supply Chain หรือ Inclusive Business และการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) เพื่อการส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีของชุมชนและสังคมในวงกว้าง

6. ปฏิบัติตามแนวทางการสื่อสารและการบริหารจัดการภาพลักษณ์กลุ่มไออาร์พีซี โดยยึดถือแนวทางระบบเอกลักษณ์องค์กร (IRPC Corporate Identity) ในการนำสัญลักษณ์องค์กรไปใช้ในงานสื่อสารประชาสัมพันธ์ ตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ โดยแจ้งให้ส่วนส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร สำนักกิจการองค์กร พิจารณาก่อนการนำไปใช้งานทุกครั้ง และหากมีการเปลี่ยนแปลงตราสัญลักษณ์ หรือ พัฒนาโลโก้ สัญลักษณ์ หรือเครื่องหมายทางการค้าใด ๆ ขึ้นใหม่ จะต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการจัดการ (MC) และกรรมการผู้จัดการใหญ่ก่อนเผยแพร่สู่ภายนอก

ทั้งนี้ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน มีหน้าที่สนับสนุน ผลักดัน และปฏิบัติโดยสอดคล้องกับ นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมและการบริหารชื่อเสียงภาพลักษณ์องค์กร

จึงประกาศมาเพื่อทราบ และถือปฏิบัติโดยทั่วกัน

ประกาศ ณ วันที่ 15 พฤษภาคม 2563



(นายพนพล ปิ่นสุภา)

กรรมการผู้จัดการใหญ่