คู่มือส่งเสริมค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร

CORE VALUES AND CULTURE MANUAL

บริษัท อีโนเว รับเบอร์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

บริษัท ไอ อาร์ ซี (เอเชีย) รีเสิร์ช จำกัด

บริษัท คินโนะ โฮชิ เอ็นจิเนียริ่ง จำกัด

พิมพ์ฉบับที่ 1 ปี พ.ศ. 2562 แก้ไขครั้งที่ 00

สารจากประธานกรรมการ

“IRC มุ่งสู่การเป็นองค์กรที่เติบโตอย่างยั่งยืน อันตระหนักถึงด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ภายใต้วิสัยทัศน์และพันธกิจของบริษัทฯ ที่ “มุ่งสู่การเป็นบริษัทชั้นนำในการพัฒนานวัตกรรม และโรงงานอัจฉริยะของผลิตภัณฑ์ยางอีลาสโตเมอร์ และยางนอกยางในรถจักรยานยนต์ที่มีคุณภาพ ในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ” จากการมีรากฐานที่มั่นคงคือ ‘IRC DNA’”

(นางพิมพ์ใจ ลี้อิสสระนุกูล)
ประธานกรรมการบริหาร

คำนำ

ไออาร์ซี มุ่งสู่การเป็นบริษัทฯชั้นนำในการพัฒนานวัตกรรม และโรงงานอัจฉริยะของผลิตภัณฑ์ยางอีลาสโตเมอร์ และยางนอก – ยางในรถจักรยานยนต์ที่มีคุณภาพในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ควบคู่ไปกับการดูแลรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม บนรากฐาน 3 ประการ หรือที่เรียกว่า “ไออาร์ซี ดีเอ็นเอ (IRC DNA)” อันประกอบด้วย 1.บริษัทของเรา คือบ้านของเรา 2.วัฒนธรรมองค์กรของเรา และ 3.การพัฒนาทักษะความสามารถและความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน และเติบโตได้อย่างยั่งยืนมาจนถึงปัจจุบันได้นั้น เกิดจากความร่วมมือร่วมใจของชาวไออาร์ซีทุกคน โดยมีค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนต่อวิสัยทัศน์และพันธกิจหมายขององค์กร จนเกิดเป็นเอกลักษณ์เฉพาะคน “ไออาร์ซี”

ดังนั้น ค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร “ไออาร์ซี” จึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อทุกคน คู่มือเล่มนี้จึงได้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นแนวทางให้ชาวไออาร์ซี เข้าใจและสามารถปฏิบัติตนให้สอดคล้องตาม พฤติกรรมที่มุ่งเน้น ตลอดจนถ่ายทอดค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กรจากรุ่นสู่รุ่นได้อย่างถูกต้องไปในทิศทางเดียวกัน โดยยึดหลัก “ จุดประกายความคิด สร้างสรรค์สังคม ด้วยใจ เป็นหนึ่งสู่วัฒนธรรมสีเขียว ” อย่างเข้มแข็ง และเป็นปัจจัยผลักดันให้ “ไออาร์ซี” บรรลุเป้าหมายองค์กร และเติบโตอย่างยั่งยืนเคียงคู่สังคมไทย

นางพิมพ์ใจ ลี้อิสสระนุกูล
ประธานกรรมการบริหาร

นายคะซึโนริ อิโตะ
ประธานบริหาร

24 กันยายน 2562

สารบัญ

หน้า

ส่วนที่ 1 ความสำคัญของค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร 1

ส่วนที่ 2 ผลลัพธ์ของค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร 4

ส่วนที่ 3 ความหมายและวิถีทางในการประพฤติปฏิบัติตามค่านิยม และวัฒนธรรมองค์กร IRCTG 6

- Inspiration and Creativity 7
- Respect in Society 8
- Care and Accountability 9
- Team Spirit 10
- Green Culture 11

ภาพผนวก

ส่วนที่ 1
ความสำคัญของค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร

ค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร IRCTG เป็นที่กำหนดทิศทางและรูปแบบการดำเนินงาน เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปในทิศทางเดียวกันทั่วทั้งองค์กร บนรากฐาน 3 ประการ หรือที่เรียกว่า “ไออาร์ซี ดีเอ็นเอ (IRC DNA)” อันประกอบด้วย 1.บริษัทของเรา คือบ้านของเรา 2.วัฒนธรรมองค์กรของเรา และ 3.การพัฒนาทักษะความ มสามารถและความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน และให้เกิดเป็นเอกลักษณ์ของ “ ชาวไออาร์ซี ” เพื่อตอบสนองต่อวิสัยทัศน์ มุ่งสู่การเป็นบริษัทชั้นนำในการพัฒนานวัตกรรมและโรงงานอัจฉริยะของผลิตภัณฑ์ยางอีลาสโตเมอร์ และยางนอก-ยางในรถจักรยานยนต์ที่มีคุณภาพในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

คำนิยาม

- ค่านิยม คือ หลักการและพฤติกรรมที่ชี้นำว่าอะไรควรทำ อะไรไม่ควรทำ เพื่อให้ได้ผลอันพึงปรารถนาร่วมกัน เพื่อสื่อถึงความคาดหวังขององค์กรที่ใช้ยึดโยงให้องค์ก รและบุคลากรปฏิบัติตาม มีการหนุนเสริมให้เกิดวัฒนธรรมที่พึงประสงค์ขององค์กร ช่วยให้องค์กรบรรลุพันธกิจและวิสัยทัศน์

- วัฒนธรรมองค์กร คือ บรรทัดฐาน หรือธรรมเนียมของผู้ปฏิ บัติงานในองค์กรที่ยึดถือยอมรับกัน

โดยไออาร์ซี มีการรวมค่านิยมและวัฒนธรรมขององค์กรเป็นตัวเดียวกัน เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานทุกคนยึดถือและประพฤติปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งก็คือ “จุดประกายความคิด สร้างสรรค์สังคม ด้วยใจ เป็นหนึ่ง สู่วัฒนธรรมสีเขียว”

วิสัยทัศน์ (Vision) และพันธกิจ (Mission)

2019 MISSION พันธกิจที่มุ่งมั่น ปี 2562

Be the leading company in Innovation Development and the Smart Factory of Quality Elastomer Products, Motorcycle Tyres and Tubes in AEC on the ground of 7 policies:

มุ่งสู่การเป็นบริษัทชั้นนำในการพัฒนานวัตกรรมและโรงงานอัจฉริยะของผลิตภัณฑ์ยางอีลาสโตเมอร์ และยางนอก - ยางในรถจักรยานยนต์ที่มีคุณภาพในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน บนฐานของนโยบาย 7 ประการ ดังนี้

1. **Sustainability in Safety and Environment.**
   การพัฒนาอย่างยั่งยืนในด้านความปลอดภัยและการรักษาสิ่งแวดล้อม

2. **Quality in each Product with international quality systems.**
   สร้างสรรค์คุณภาพในผลิตภัณฑ์ทุกชิ้นด้วยระดับคุณภาพมาตรฐานสากล

3. **Best Satisfaction to Customers in 4 Product-Dimensions**
   ระดับความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้าในมิติ 4 ด้าน ของผลิตภัณฑ์และการบริการ ซึ่งได้แก่

Price/Cost (C) ราคา/ต้นทุน	**= at the best competitive level for customers.** ให้อยู่ในระดับที่แข่งขันได้ดีที่สุดสำหรับลูกค้า
Quality (Q) คุณภาพ	**= at the best competitive Quality Rating by Customers.** ให้อยู่ในระดับที่ดีที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์คุณภาพที่ลูกค้าตั้งไว้
Delivery (D) การจัดส่ง	**= at the best competitive Delivery Rating by Customers.** ให้อยู่ในระดับที่ดีที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์ในการจัดส่งที่ลูกค้าตั้งไว้
Services to Solutions(S to S) การบริการ/การแก้ไขปัญหา	**= at the best services to solutions for customers at all times.** การบริการที่สัมฤทธิ์ผลอย่างดีที่สุดต่อลูกค้าตลอดเวลา

4. **Create the Opportunities of Human Resource Improvement to achieve competencies in all levels.**
   สร้างโอกาสให้มีการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายด้านทักษะความสามารถในทุกระดับ

5. **Continuous Research and Development for New innovations, products, processes and markets and keep generating the outputs on existing business.**
   ดำเนินการวิจัยและพัฒนาสำหรับนวัตกรรมใหม่ ผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการผลิต และ การตลาดใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง รวมถึงมุ่งสร้างผลิตภาพและผลงานของผลิตภัณฑ์ปัจจุบัน

6. **Generating Strong Financial Status and Attractive Return to shareholders.**
   มีสถานะทางการเงินที่เข้มแข็ง และมีผลตอบแทนที่จูงใจให้กับผู้ถือหุ้น

7. **Supporting the Good Corporate Governance and Corporate Social Responsibility.**
   เสริมสร้างการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท

President **Executive Chairman**

INOUE RUBBER (THAILAND) PCL. - IRC ASIA RESEARCH LTD.

ค่านิยมและวัฒนธรรมขององค์กร

(IRCT Group Core Values and Culture)

“ จุดประกายความคิด สร้างสรรค์สังคม
ด้วยใจ เป็นหนึ่ง สู่วัฒนธรรมสีเขียว ”

ส่วนที่ 2
ผลลัพธ์ของค่านิยมและวัฒนธรรมขององค์กร

- ผลลัพธ์ต่อกลุ่มผู้ถือหุ้น

สร้างความเชื่อมั่นต่อความมั่นคง สร้างสรรค์ นวัตกรรมการผลิต ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เป็นที่ยอมรับในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

- ผลลัพธ์ต่อลูกค้า

สร้างความเชื่อมั่นและความพึงพอใจสูงสุดในมิติ 4 ด้าน ของผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งได้แก่ ราคา/ต้นทุน คุณภาพ การจัดส่ง การบริการ/การแก้ไขปัญหา ตามมาตรฐานสากล และข้อกำหนดของลูกค้า

- ผลลัพธ์ต่อคู่ค้า

สร้างความเชื่อมั่นในความเป็นมืออาชีพ พร้อมที่จะร่วมกันสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพ และพัฒนาศักยภาพในการดำเนินธุรกิจและเติบโตอย่างยั่งยืนไปด้วยกัน

- ผลลัพธ์ต่อพนักงาน

สร้างความเชื่อมั่นในการพัฒนาพนักงานให้ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความมุ่งมั่น ซื่อตรง โปร่งใส มีความสามัคคีเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน และเป็นส่วนหนึ่งในการรักษาสิ่งแวดล้อม สามารถนำพาองค์กรให้ประสบความสำเร็จสู่เป้าหมายความยั่งยืน

- ผลลัพธ์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

สร้างความเชื่อมั่นในด้านความปลอดภัย และรักษาสิ่งแวดล้อมตามกฎหมาย มาตรฐานสากล โดยยึดมั่นการจัดการสิ่งแวดล้อมและพัฒนากระบวนการผลิต ภายใต้แนวปฏิบัติ 4 ส่วน ได้แก่ การป้องกันอุบัติเหตุและมลภาวะ การใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน การลดและปรับตัวให้เข้ากับภาวะโลกร้อน และการปกป้องสิ่งแวดล้อม ตลอดจนร่วมสร้างสรรค์สังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม ตามแนวทางเสริมสร้างการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

ส่วนที่ 3
ค่านิยมและวัฒนธรรมขององค์กร IRCTG

IRCTG

“ จุดประกายความคิด สร้างสรรค์สังคม
ด้วยใจ เป็นหนึ่ง สู่วัฒนธรรมสีเขียว ”

จุดประกายความคิด

Inspiration and Creativity

ジュッ（ド）・ プラガイー・ ｸﾜｰﾑｷｯ（ド）

สร้างสรรค์สังคม

Respect in Society

サーング・サン・サング・コム

ด้วยใจ

Care and Accountability

ﾄﾞｳｱｲ・ジャイ

เป็นหนึ่ง

Team Spirit

ペン・ﾇﾝｸﾞ

สู่วัฒนธรรมสีเขียว

Green Culture

スー・ワッタナタム・シー・キョー

จุดประกายความคิด

I – Inspiration and Creativity

ความหมาย : มีพลังทางกระบวนการความคิด แสวงหาวิธีใหม่เพื่อให้ได้ผลลัพทธ์ที่มีประโยชน์เชิงพาณิชย์ หรือเชิงสังคม ตลอดจนการปรับปรุง พัฒนางาน เพื่อให้เกิดกระบวนการใหม่

พฤติกรรมที่มุ่งเน้น :

- กล้าที่จะคิดใหม่ ทำใหม่
- กล้าที่จะลองทำ
- นำเทคโนโลยีใหม่มาใช้

วิถีทางในการประพฤติปฏิบัติ :

- มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ กระตือรือร้น และเปิดรับสิ่งใหม่ ๆ
- คิดอย่างเป็นระบบ และบูรณาการเพื่อสร้างสรรค์สิ่งที่ดีกว่าเดิม
- นำเทคโนโลยีมาใช้ให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์และประโยชน์ในการทำงาน
- เรียนรู้และพัฒนาทักษะความสามารถของตนเองอยู่เสมอ
- ทบทวน ปรับปรุงพัฒนางานให้เกิดความคล่องตัว สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลง

กิจกรรม/โครงการในการขับเคลื่อนฯ :

- กิจกรรม Innovation Day
- กิจกรรมการอบรม สัมมนา และดูงาน จากวิทยากรทั้งภายในและภายนอกองค์กร

สร้างสรรค์สังคม

R – Respect in Society

ความหมาย : มีจิตสำนึก ความเคารพและรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน สิ่งแวดล้อม และประเทศชาติ

พฤติกรรมที่มุ่งเน้น :

- มีจิตสาธารณะ
- มีความซื่อสัตย์ สุจริต และความโปร่งใส
- สร้างความเข้าใจอันดีกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

วิถีทางในการประพฤติปฏิบัติ :

- เห็นคุณค่าและเรียนรู้ที่จะอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างมีความสุขและยั่งยืน
- สร้างความสัมพันธ์ เครือข่าย เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจอันดีกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ ตลอดจนสังคม และชุมชนโดยรอบ
- ทำงานด้วยความโปร่งใส สามารถเปิดเผยข้อมูลได้อย่างถูกต้องและไม่บิดเบือนจากความเป็นจริง

กิจกรรม/โครงการในการขับเคลื่อนฯ :

- กิจกรรม/โครงการที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม
- รายงานความยั่งยืนประจำปี

ด้วยใจ (การดูแลและรับผิดชอบ)

C – Care and Accountability

ความหมาย : มีใจรัก ความผูกพัน และรับผิดชอบในองค์กร ดูแล ปกป้อง และรักษา บริษัทเสมือนเป็นบ้านของตนเอง

พฤติกรรมที่มุ่งเน้น :

- มีความปกป้อง รักษาผลประโยชน์และชื่อเสียงขององค์กร
- มีความสามัคคี
- มีความรับผิดชอบสูง

วิถีทางในการประพฤติปฏิบัติ :

- เห็นคุณค่าของการเอาใจใส่ดูแลรักษาสิ่งต่าง ๆ ที่เป็นของส่วนรวม
- รับผิดชอบสูงมากต่องานที่ได้รับมอบหมาย โดยคำนึงถึง คุณภาพ ปริมาณ เวลา และสิ่งแวดล้อม
- การช่วยเหลือซึ่งกันและกันภายในองค์กร
- ปฏิบัติตนอย่างมีวินัยอย่างเคร่งครัดและมีจรรยาบรรณในการทำงาน

กิจกรรม/โครงการในการขับเคลื่อนฯ :

- รางวัลและมาตรฐานต่าง ๆ ที่บริษัทฯได้รับ
- กิจกรรมด้านแรงงานสัมพันธ์ กิจกรรมเพื่อสังคม เป็นต้น
- รายงานความยั่งยืนประจำปี

เป็นหนึ่ง (ความเป็นหนึ่งเดียวกัน)

T – Team Spirit

ความหมาย : มีน้ำใจ ความมุ่งมั่นตั้งใจ เป็นหนึ่งเดียวกัน อย่างเป็นระบบ เพื่อบรรลุสู่เป้าหมายในทุกมิติขององค์กร

พฤติกรรมที่มุ่งเน้น :

- มีความสามัคคี
- มีความรับผิดชอบสูง
- กล้าคิด กล้าทำ กล้านำเสนอ

วิถีทางในการประพฤติปฏิบัติ :

- มีความสามัคคี เป็นหนึ่งเดียวกัน ทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบ
- การช่วยเหลือซึ่งกันและกันภายในองค์กร
- รับฟังความคิดเห็น ยอมรับและปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลง
- ร่วมกันหาโอกาสในการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง จัดการต้นทุนหรือลดการสูญเสียจากการดำเนินงานในทุก ๆด้าน เพื่อให้งานมีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้นอยู่เสมอ

กิจกรรม/โครงการในการขับเคลื่อนฯ :

- รางวัลและมาตรฐานต่าง ๆ ที่บริษัทฯได้รับ
- กิจกรรมด้านนวัตกรรม สิ่งแวดล้อม พลังงานและแรงงานสัมพันธ์ เป็นต้น
- จัดกิจกรรม/โครงการที่เน้นการมีส่วนร่วมของหน่วยงานและบุคคลจากภายนอกและภายใน
- รายงานความยั่งยืนประจำปี

สู่วัฒนธรรมสีเขียว

G – Green Culture

ความหมาย : มีจิตสำนึกรักษาไว้ซึ่งสิ่งแวดล้อมที่ดี ความร่วมมือร่วมใจในทุกมิติเพื่อส่งเสริมความยั่งยืนขององค์กร

พฤติกรรมที่มุ่งเน้น :

- มีจิตสำนึกรักษ์สิ่งแวดล้อม
- มีจิตสาธารณะ
- สร้างความเข้าใจอันดีกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- ปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี

วิถีทางในการประพฤติปฏิบัติ :

- เห็นคุณค่าของการเอาใจใส่ดูแลรักษาไว้ซึ่งสิ่งแวดล้อมที่ดี
- การใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด
- ร่วมกันป้องกันและลดผลกระทบสิ่งแวดล้อม และปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง
- รับฟังความคิดเห็น ยอมรับและปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลง
- การเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งในกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อม
- การปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี

กิจกรรม/โครงการในการขับเคลื่อนฯ :

- รางวัลและมาตรฐานต่าง ๆ ที่บริษัทฯได้รับ
- จัดกิจกรรม/โครงการที่เน้นการมีส่วนร่วมด้านนวัตกรรม สิ่งแวดล้อม พลังงาน เป็นต้น ของหน่วยงานและบุคคล จากภายนอกและภายใน
- รายงานความยั่งยืนประจำปี

“ภาคผนวก”

ตารางความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร ไออาร์ซี IRCTG กับหลักธรรมาภิบาล

ค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร ไออาร์ซี IRCTG	หลักธรรมาภิบาล					
	หลักนิติธรรม	หลักคุณธรรม	หลักความโปร่งใส	หลักการมีส่วนร่วม	หลักความรับผิดชอบ	หลักความคุ้มค่า
I – Inspiration and Creativity จุดประกายความคิด						■
R – Respect in Society สร้างสรรค์สังคม		■	■	■	■	■
C – Care and Accountability ด้วยใจ (การดูแลและรับผิดชอบ)		■			■	■
T – Team Spirit เป็นหนึ่ง (ความเป็นหนึ่งเดียวกัน)				■		
G – Green Culture สู่วัฒนธรรมสีเขียว	■	■	■	■	■	■

“ จุดประกายความคิด สร้างสรรค์สังคม
ด้วยใจ เป็นหนึ่ง สู่วัฒนธรรมสีเขียว ”

“Inspiration and Creativity
Respect in Society
Care and Accountability, Team Spirit
Green Culture”

แหล่งอ้างอิง : 1.รายงานประจำปี และรายงานความยั่งยืน ประจำปี
2.คู่มือการกำกับดูแลกิจการที่ดี