

台灣類比科技股份有限公司

企業社會責任實務守則

第一章 總則

- 第一條： 本公司為實踐企業社會責任，促進經濟、環境及社會之進步，以達永續發展之目標，訂定本公司之企業社會責任實務守則(以下稱「本守則」，以管理其對經濟、環境及社會風險與影響。
- 第二條： 本守則範圍包括公司及其集團企業之整體營運活動。
本守則為本公司於從事企業經營之同時，積極實踐企業社會責任，以符合國際發展趨勢，並透過擔當企業公民，提升國家經濟貢獻，改善員工、社區、社會之生活品質，促進以企業責任為本之競爭優勢。
- 第三條： 公司履行企業社會責任，宜注意利害關係人之權益，在追求永續經營與獲利之同時，重視環境、社會與公司治理之因素，並宜將其納入公司管理方針與營運活動。
- 第四條： 公司對於企業社會責任之實踐，宜依下列原則為之：
一、落實公司治理。
二、發展永續環境。
三、維護社會公益。
四、加強企業社會責任資訊揭露。
- 第五條： 公司宜考量國內外企業社會責任之發展趨勢與企業核心業務之關聯性、公司本身及其集團企業整體營運活動對利害關係人之影響等，訂定企業社會責任政策、制度或相關管理方針及具體推動計劃。

第二章 落實公司治理

- 第六條： 公司宜遵循上市上櫃公司治理實務守則、上市上櫃公司誠信經營守則及上市上櫃公司訂定道德行為準則參考範例，建置有效之治理架構及相關道德標準，以健全公司治理。
- 第七條： 公司之董事應盡善良管理人之注意義務，督促企業實踐社會責任，並隨時檢討其實施成效及持續改進，以確保企業社會責任政策之落實。
公司之董事會於公司履行企業社會責任時，宜包含下列事項：
一、提出企業社會責任使命或願景，制定企業社會責任政策、制度或相關管理方針。
二、將企業社會責任納入公司之營運活動與發展方向，並核定企業社會責任之具體推動計畫。
- 第八條： 公司宜訂定合理之薪資報酬政策，以確保薪酬規劃能符合組織策略目標及利害關係人利益。

第九條：公司應本於尊重利害關係人權益，辨識公司之利害關係人，並於公司網站設置利害關係人專區；透過適當溝通方式，瞭解利害關係人之合理期望及需求，並妥適回應其所關切之重要企業社會責任議題。

第三章 發展永續環境

第十條：公司應遵循環境相關法規及相關之國際準則，適切地保護自然環境，且於執行營運活動及內部管理時，應致力於達成環境永續之目標。

第十一條：公司宜致力於提升各項資源之利用效率，並使用對環境負荷衝擊低之再生物料，使地球資源能永續利用。

第十二條：公司宜考慮營運對生態效益之影響，促進及宣導永續消費之概念，並依下列原則從事研發、採購、生產、作業及服務等營運活動，以降低公司營運對自然環境及人類之衝擊：

- 一、減少產品與服務之資源及能源消耗。
- 二、減少污染物、有毒物及廢棄物之排放，並應妥善處理廢棄物。
- 三、增進原料或產品之可回收性與再利用。
- 四、使可再生資源達到最大限度之永續使用。
- 五、延長產品之耐久性。
- 六、增加產品與服務之效能。

第十三條：為提升水資源之使用效率，公司應妥善與永續利用水資源。

公司應強化相關環境保護處理設施，以避免污染水、空氣與土地；並盡最大努力減少對人類健康與環境之不利影響，採行最佳可行的污染防治和控制技術之措施。

第十四條：公司宜注意氣候變遷對營運活動之影響，推動公司節能減碳及溫室氣體減量策略，以降低公司營運活動對氣候變遷之衝擊。

第四章 維護社會公益

第十五條：公司應遵守相關勞動法令，如性別平等、工作權及禁止歧視等權利。

公司應遵循勞動法令，如關懷弱勢族群、禁用童工、消除各種形式之強迫勞動、消除僱傭與就業歧視等，並確認其人力資源運用政策無性別、種族、社經階級、年齡、婚姻與家庭狀況等差別待遇，以落實就業、雇用條件、薪酬、福利、訓練、考評與升遷機會之平等及公允。

對於危害勞工權益之情事，公司應提供有效及適當之申訴機制，確保申訴過程之平等、透明。申訴管道應簡明、便捷與暢通，且對員工之申訴應予以妥適之回應。

第十六條：公司應提供員工資訊，使其了解依營運所在地國家之勞動法律及其所享有之權利。

第十七條:公司宜提供員工安全與健康之工作環境,包括提供必要之健康與急救設施,並致力於降低對員工安全與健康之危害因子,以預防職業上災害。
公司宜對員工實施安全與健康教育訓練。

第十八條:公司宜為員工之職涯發展創造良好環境,並建立有效之培訓計畫。
公司應將企業經營績效或成果,適當反映在員工薪酬政策中,以確保人力資源之招募、留任和鼓勵,達成永續經營之目標。

第十九條:公司應建立與員工溝通對話之管道,讓員工對於公司之經營管理活動和決策,有獲得資訊及表達意見之權利。
公司應尊重員工代表針對工作條件行使協商之權力,並提供員工必要之資訊與硬體設施,以促進雇主與員工及員工代表間之協商與合作。
公司應以合理方式通知對員工可能造成重大影響之營運變動。

第二十條:公司應對產品與服務負責並重視行銷倫理。其研發、採購、生產、作業及服務流程,應確保產品及服務資訊之透明性及安全性,並落實於營運活動,以防止產品或服務損害消費者權益、健康與安全。

第二十一條:公司應依政府法規與產業之相關規範,確保產品與服務品質。
公司對產品與服務之行銷及標示,應遵循相關法規與國際準則,不得有欺騙、誤導、詐欺或任何其他破壞消費者信任、損害消費者權益之行為。

第二十二條:公司宜評估並管理可能造成營運中斷之各種風險,降低其對於客戶與社會造成之衝擊。
公司宜對其產品與服務提供透明且有效之客戶申訴程序,公平、即時處理消費者之申訴,並應遵守個人資料保護法等相關法規,確實尊重消費者之隱私權,保護客戶提供之個人資料。

第二十三條:公司宜評估採購行為對供應來源社區之環境與社會之影響,並與其供應商合作,共同致力落實企業社會責任。
公司於商業往來之前,宜評估其供應商是否有影響環境與社會之紀錄,避免與企業之社會責任政策抵觸者進行交易。

第二十四條:公司宜適當聘用公司營運所在地之人力,以增進社區認同。
公司宜經由商業活動、實物捐贈、企業志工服務或其他公益專業服務,參與社區發展及社區教育之公民組織、慈善公益團體及地方政府機構之相關活動,以促進社區發展。

第五章 加強企業社會責任資訊揭露

第二十五條:公司應依相關法規及上市上櫃公司治理實務守則辦理資訊公開,並應充分揭露具攸關性及可靠性之企業社會責任相關資訊,以提升資訊透明度。
公司揭露企業社會責任之相關資訊如下:
一、經董事會決議通過之企業社會責任之政策、制度或相關管理方針。

- 二、公司為企業社會責任所擬定之履行目標、措施。
- 三、主要利害關係人及其關注之議題。
- 四、其他企業社會責任相關資訊。

第六章 附則

第二十六條：公司宜隨時注意國內外企業社會責任相關準則之發展及企業環境之變遷，據以檢討並改進公司所建置之企業社會責任制度，以提升履行企業社會責任成效。

第二十七條：本守則經董事會通過後實施，修正時亦同。

本守則訂定於中華民國 104 年 5 月 13 日。