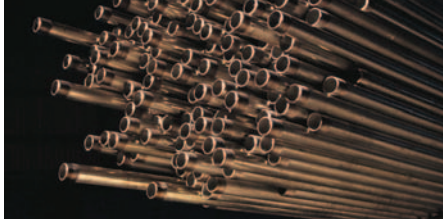


แนวปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคม
บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

กลุ่มอุตสาหกรรม : สินค้าอุตสาหกรรม

CSR

Best
Practices



CSR BEST PRACTICES

แนวปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

กลุ่มอุตสาหกรรม : สินค้าอุตสาหกรรม

ISBN : 978-616-7227-58-0

ผู้เขียน : อนันตชัย ยูระประถม

กองบรรณาธิการ :

ศูนย์พัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคม ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
สถาบันพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน

ผู้จัดพิมพ์ เผยแพร่ และสงวนลิขสิทธิ์โดย

ศูนย์พัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคม ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ 02-009-9000

พิมพ์ครั้งที่ 1 : สิงหาคม 2556 จำนวน 500 เล่ม

พิมพ์ครั้งที่ 2 : พฤศจิกายน 2556 จำนวน 700 เล่ม

พิมพ์ครั้งที่ 3 : มกราคม 2559 จำนวน 300 เล่ม

ออกแบบและพิมพ์ที่ : วนิดาการพิมพ์

โทรศัพท์ 08-1783-8569

บทนำ

การดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนเป็นสิ่งสำคัญยิ่งต่อการบริหารจัดการองค์กรและต่อการพัฒนาประเทศในยุคปัจจุบัน การที่บริษัทจดทะเบียนจะพัฒนาองค์กรของตนเองให้เติบโตอย่างยั่งยืนได้นั้นจำเป็นต้องมีเป้าหมายเชิงสังคมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนด้วย เช่น การรักษาสิ่งแวดล้อม การสร้างความเสมอภาค และความเป็นธรรมทางสังคม การพัฒนาเศรษฐกิจที่ส่งเสริมการกระจายรายได้ การส่งเสริม และการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชากรในสังคม การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียขององค์กร อันประกอบด้วยผู้ลงทุน ผู้ถือหุ้น พนักงาน ลูกค้า คู่ค้าต่างๆ ตลอดจนชุมชนที่อยู่แวดล้อมที่ตั้งขององค์กร เป็นต้น โดยประเด็นต่างๆ ที่กล่าวมานี้เป็นเรื่องสำคัญ และจำเป็นอย่างยิ่งที่บริษัทจดทะเบียนต้องคำนึงถึงในการดำเนินธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันที่ผลสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม่ได้วัดจากผลประกอบการเพียงอย่างเดียว หากแต่วัดจากการตอบสนองต่อความคาดหวังของสังคมด้วย ซึ่งจะมีส่วนสำคัญต่อความอยู่รอดและการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กรในอนาคต

ในการพัฒนาองค์กรให้เติบโตอย่างมั่นคง และมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมและประเทศให้ยั่งยืนนั้น บริษัทจดทะเบียนต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างต่อเนื่อง และกำหนดให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์แผนงาน และกระบวนการดำเนินงานที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับบริษัทจดทะเบียน

และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานธุรกิจขององค์กรให้ก้าวไปสู่การเจริญเติบโตอย่างเข้มแข็ง ที่สำคัญ ผู้บริหารองค์กรต้องสร้างสมดุลระหว่างการดำเนินงานและความรับผิดชอบต่อสังคมควบคู่กันไป

สำหรับในประเทศไทยนั้น พบว่าบริษัทจดทะเบียนส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมในขอบเขตที่จำกัด และยังไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยอุปสรรคของบริษัทจดทะเบียนต่างๆ ในการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมคือ การขาดองค์ความรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม นอกจากนี้ หลายบริษัทมีรูปแบบการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมที่มุ่งเน้นไปในการทำกิจกรรมเพื่อการให้การสนับสนุน และการพัฒนาชุมชน หรือสังคมภายนอกองค์กร และมักดำเนินการไม่ต่อเนื่อง ไม่มีการติดตามผลของกิจกรรม หรือมีการติดตามผลในระดับของผลลัพธ์ที่เกิดจากกิจกรรมเท่านั้น เช่น จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม จำนวนเงินหรือสิ่งของที่นำไปบริจาค จำนวนต้นไม้ที่ปลูก เป็นต้น ซึ่งไม่ได้แสดงให้เห็นถึงการสร้างคุณค่าที่แท้จริงที่จะเกิดขึ้นในระยะยาว และไม่สามารถนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนที่แท้จริง

ดังนั้น เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมให้บริษัทจดทะเบียนที่ตระหนักถึงความสำคัญ และต้องการจะเริ่มต้นการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมมีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม พร้อมทั้งมีรูปแบบการดำเนินงานที่เป็นแบบอย่างในการเริ่มต้นสำหรับการนำไปพัฒนาต่อยอดได้ ศูนย์พัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility Center: SR Center) ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จึงได้ร่วมกับ สถาบันพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน (Sustainable Business Development Institute: SBDi) จัดโครงการฝึกอบรมให้ความรู้แก่บุคลากรของบริษัทจดทะเบียนในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมและได้รวบรวมแนวคิดที่สำคัญของการดำเนินงาน

อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมตามลักษณะเฉพาะของแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม มาจัดทำหนังสือเล่มนี้ขึ้นเพื่อแนะนำแนวปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ให้แก่บริษัทจดทะเบียนในกลุ่มอุตสาหกรรมในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai)

แนวปฏิบัติเล่มนี้มีการประมวลเนื้อหาสำคัญเกี่ยวกับความสำคัญของการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ประเด็นท้าทายที่บริษัทจดทะเบียนในกลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุตสาหกรรมต้องให้ความสำคัญต่อการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม และแนวปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในกลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุตสาหกรรม ประกอบด้วย การกำหนดพันธสัญญาและการนำองค์กร การกำหนดนโยบาย และแผนแม่บทการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม การเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสีย การคัดเลือกประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม การพัฒนาแผนปฏิบัติการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม การปฏิบัติตามแผนความรับผิดชอบต่อสังคม การวัดผล การวิเคราะห์และการประเมินผลการดำเนินงาน และการจัดทำรายงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ตลอดจนมาตรฐานและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับลักษณะเฉพาะของกลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุตสาหกรรมเพื่อให้บริษัทจดทะเบียนในกลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุตสาหกรรมสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรได้อย่างเหมาะสมต่อไป

ศูนย์พัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคม
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
มกราคม 2559

สารบัญ

บทที่ 1

การดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียน 9
ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุตสาหกรรม

- 1. ความสำคัญของการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม** 10
 - 1.1 ธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมต้องมีการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม 10
 - 1.2 ธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมได้ประโยชน์จากการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม 11
- 2. ประเด็นท้าทายที่ธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมต้องให้ความสำคัญในการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม** 13
 - 2.1 ลักษณะเฉพาะของธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรม 13
 - 2.2 เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและบรรษัทภิบาล 15
 - 2.3 ประเด็นท้าทายในการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรม 16

บทที่ 2

แนวปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียน 20
ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุตสาหกรรม

- 1. การกำหนดพันธสัญญาและการนำองค์กร** 23
 - 1.1 การกำหนดพันธสัญญา 23
 - 1.2 การนำองค์กร 27

2. การกำหนดนโยบายและแผนแม่บทการดำเนินงาน	29
ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม	
2.1 การกำหนดนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม	29
2.2 การกำหนดแผนแม่บทการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม	32
3. การเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสีย	33
3.1 การบ่งชี้ผู้มีส่วนได้เสียและประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม	33
3.2 การวิเคราะห์และลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสีย และประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม	35
3.3 การวิเคราะห์ ทบทวน และการกำหนดวัตถุประสงค์ ของการเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสีย	36
3.4 การวางแผนและการดำเนินการเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ของการเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสีย	37
3.5 การติดตามวัดผลและการประเมินผลการเชื่อมโยง	37
3.6 การรายงานการเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสีย	38
4. การคัดเลือกประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม	38
5. การพัฒนาแผนปฏิบัติการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม	40
5.1 หลักการสำคัญในการกำหนดแผนปฏิบัติการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม	41
5.2 ลักษณะของการพัฒนาแผนปฏิบัติการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม	42
6. การปฏิบัติตามแผนปฏิบัติการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม	44
7. การวัดผล การวิเคราะห์ และการประเมินผลการดำเนินงาน	45
7.1 บทบาทสำคัญของระบบการวัดผลและการประเมินผล ที่มีต่อการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม	46
7.2 หลักการเกี่ยวกับการวัดผล	48
7.3 กรอบการวัดผลและการประเมินผลการปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคม	48
7.4 ขั้นตอนการวัดผลและการประเมินผล	50

8. การจัดทำรายงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม	51
8.1 ประเด็นที่ควรนำเสนอในรายงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม	52
ภาคผนวก	55
I. มาตรฐานและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับลักษณะเฉพาะของกลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุตสาหกรรม	56
ก) มาตรฐานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ISO 26000	56
ข) หลักปฏิบัติข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ United Nations Global Compact (UNGC)	57
ค) กรอบการรายงานด้านความยั่งยืนตามแนวทาง Global Reporting Initiative (GRI)	58
ง) เข็มทิศธุรกิจเพื่อสังคม	58
จ) แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ	59
II. กลุ่มอุตสาหกรรมในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai)	60



บทที่ 1

การดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของ
บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุตสาหกรรม

1. ความสำคัญของการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม

1.1 ธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมต้องมีการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม

ธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมมีความหมายครอบคลุมถึง กลุ่มอุตสาหกรรมเกี่ยวกับวัตถุดิบทั่วไปที่นำไปใช้ในอุตสาหกรรมต่างๆ รวมถึงสินค้าขั้นต้น หรือสินค้าขั้นกลาง เครื่องมือ และเครื่องจักรที่นำไปใช้ต่อเนื่องในอุตสาหกรรมการผลิตต่างๆ นอกจากนี้ ยังรวมถึงอุตสาหกรรมยานยนต์ตั้งแต่ผู้ผลิต ผู้ประกอบรถยนต์ไปจนถึงผู้ให้บริการซ่อมบำรุง ศูนย์จำหน่าย อุตสาหกรรมปิโตรเคมีและเคมีภัณฑ์ที่ไม่รวมการผลิตสินค้าพลาสติกขั้นรูป เพื่อเป็นอุปกรณ์ประกอบสินค้าขั้นสุดท้าย ธุรกิจกระดาษและวัสดุการพิมพ์ และธุรกิจบรรจุภัณฑ์

แม้ว่าธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมจะมีส่วนสร้างมูลค่า และการเติบโตทางเศรษฐกิจให้กับประเทศเป็นลำดับต้นๆ และได้รับการจัดอันดับให้เป็นหนึ่งในธุรกิจที่มียอดตัวเลขการส่งออกสูงในแต่ละปี รวมทั้งได้รับประโยชน์จากการจ้างงาน และการพัฒนาเทคโนโลยีของประเทศ โดยเฉพาะในกลุ่มธุรกิจยานยนต์ และกลุ่มปิโตรเคมีและเคมีภัณฑ์ แต่ก็ไม่อาจปฏิเสธได้ว่าธุรกิจต้นทางในกลุ่มนี้มีความเสี่ยงต่อการเป็นผู้ออกมลพิษ และทำลายสภาพแวดล้อมทั้งทางตรงและทางอ้อม ตัวอย่างเช่น การปล่อยมลพิษทางอากาศและน้ำของโรงงานผลิตปิโตรเคมีบางแห่ง หรือกรณีโรงงานผลิตกระดาษที่ต้องใช้ทรัพยากรธรรมชาติจำนวนมากมาใช้ในกระบวนการผลิต ทั้งต้นไม้ที่นำมาเป็นวัตถุดิบ และการใช้น้ำในขั้นตอนการผลิต ซึ่งจะเกิดกากของเสียออกมาพร้อมกัน เสี่ยงต่อการปนเปื้อนในแหล่งน้ำธรรมชาติ

หากไม่มีการควบคุมดูแลที่ดี ซึ่งประเด็นดังกล่าวอาจทำให้เกิดความเสี่ยงที่จะขัดแย้งกับชุมชนและได้รับการต่อต้านในที่สุด

เนื่องจากธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมถือว่าเป็นต้นทางของกระบวนการผลิตในภาคอุตสาหกรรมต่อเนื่องอื่นๆ ดังนั้น ธุรกิจจึงต้องให้ความสำคัญ และใส่ใจกับการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจนับตั้งแต่การเลือกวัตถุดิบ แหล่งที่มา การขนส่ง การตั้งโรงงาน หรือคลังเก็บ กระทั่งเข้าสู่กระบวนการผลิต การควบคุมคุณภาพ การจัดการของเสีย พร้อมกับดำเนินมาตรการระวัง ป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ ทั้งต่อสังคม เศรษฐกิจ โดยเฉพาะสิ่งแวดล้อม จึงจำเป็นต้องดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมคู่ขนานไปกับการดำเนินธุรกิจเพื่อให้เกิดความยั่งยืน

1.2 ธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมได้ประโยชน์จากการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม

การดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมอาจถูกมองว่าเป็นการสร้างภาระให้กับธุรกิจนอกเหนือไปจากกระบวนการทำงานปกติ แต่หากมองถึงประโยชน์ที่จะได้รับระหว่างดำเนินการ หรือหลังดำเนินการจะพบว่าเกิดประโยชน์อย่างมาก ทั้งต่อผู้บริโภค ลูกค้า ธุรกิจ หรือแม้แต่พนักงานของธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมเอง โดยสามารถประมวลได้ ดังนี้

- 1) สร้างความรู้ความเข้าใจ และการยอมรับจากสังคมต่อการดำเนินธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมในแง่ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ เช่น มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ เป็นฐานการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมต่อเนื่องอื่นๆ ก่อให้เกิดนวัตกรรม การพัฒนาเทคโนโลยี การสร้างทุนทางสังคมให้กับประเทศ การเปลี่ยนวิถีการดำเนินชีวิตให้มีความสะดวกสบายขึ้น

2) เกิดการสื่อสาร และเชื่อมโยงถึงผู้มีส่วนได้เสียในธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมทั้งในรูปแบบของการสร้างความสำคัญ การดำเนินกิจกรรม และทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีทั้งจากผู้บริโภค และผู้ได้รับผลกระทบ

3) การบริหารจัดการความเสี่ยง ลดความขัดแย้งทางสังคม สิ่งแวดล้อม รวมถึงการมีบรรษัทภิบาล ซึ่งหากธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมที่เป็นธุรกิจต้นทาง มีการบริหารและกำกับที่ดีตั้งแต่ต้น กลุ่มอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่มีการดำเนินการต่อเนื่องกันก็จะได้ประโยชน์ด้วยเช่นกัน เป็นการแสดงให้เห็นถึงความรับผิดชอบต่อธุรกิจมีต่อผู้บริโภค และผู้มีส่วนได้เสียในการผลิตสินค้าที่ได้มาตรฐาน มีคุณภาพ ไม่เกิดอันตรายต่อชีวิตและทรัพย์สินของผู้ใช้

4) ประโยชน์ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียของธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรม

5) สร้างโอกาส และความได้เปรียบทางการตลาดสำหรับธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมที่มีการดำเนินการแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดี และทำให้เกิดความเชื่อถือ เชื่อมั่นและภาคภูมิใจ

2. ประเด็นท้าทายที่ธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรม ต้องให้ความสำคัญในการดำเนินงานอย่างมี ความรับผิดชอบต่อสังคม

2.1 ลักษณะเฉพาะของธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรม

ธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมมีลักษณะเฉพาะที่ต้องพิจารณาสำหรับ
การดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนี้

1) เป็นธุรกิจที่ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติทั้งทางตรงและ
ทางอ้อม อาทิ พื้นดิน น้ำ อากาศ ป่าไม้ และพลังงาน

2) เป็นธุรกิจที่มีส่วนสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม นับตั้งแต่การได้มา
ซึ่งวัตถุดิบ แหล่งที่มา กระบวนการผลิต ตัวสินค้า และผลิตภัณฑ์ที่ก่อให้เกิด
มลพิษทางอากาศ น้ำ และเสียง เช่น อุตสาหกรรมกระดาษที่ต้องใช้ต้นไม้
เป็นวัตถุดิบ ธุรกิจปุ๋ยเคมีและยากำจัดศัตรูพืชที่กระบวนการผลิต และสินค้า
มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม อีกทั้งสินค้าและผลิตภัณฑ์บางประเภทในกลุ่มนี้ เช่น
พลาสติก อุปกรณ์ยานยนต์ เคมีภัณฑ์ต่างๆ เมื่อเลิกใช้แล้วยังก่อให้เกิดภาวะ
ในการกำจัด เนื่องจากเป็นสารเคมี หรือวัสดุที่มีความคงทน ถาวร ยากแก่
การย่อยสลาย หรือนำกลับมาใช้ใหม่

3) เป็นธุรกิจที่ทำให้แบบแผนการดำเนินชีวิตของสังคมเปลี่ยนแปลง
โดยก่อให้เกิดผลกระทบต่อสังคมทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ อาทิ อุตสาหกรรม
ยานยนต์มีส่วนช่วยอำนวยความสะดวกสบายในวิถีการดำเนินชีวิต สามารถขนส่ง

เคลื่อนย้าย คนและสิ่งของ จากสถานที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง ทำให้ประหยัดเวลา ในการเดินทาง ขณะเดียวกัน ธุรกิจเคมีภัณฑ์ก็ทำให้เกษตรกรเกิดหนี้สิน และ เปลี่ยนแปลงวิถีการทำการเกษตรแบบยั่งยืน ด้วยการเพิ่มปริมาณการผลิต โดยใช้ปุ๋ยและยาฆ่าแมลง เครื่องมือ เครื่องจักรแทนการผลิตแบบดั้งเดิม เป็นต้น หรือกรณีที่ประชากรในปัจจุบันใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทโฟม หรือถุงพลาสติก แทน การใช้ใบตอง หรือภาชนะตะกร้ามาใช้ซ้ำของ เนื่องจากมีความสะดวกสบาย มากกว่า

4) เป็นธุรกิจที่กระบวนการผลิตส่งผลกระทบต่อชุมชนรอบข้างที่ธุรกิจ เหล่านี้ไปตั้งอยู่ ทำให้เกิดประเด็นความขัดแย้งเรื่องการแย่งชิงทรัพยากร เช่น กลุ่มกระดาษ กลุ่มปิโตรเคมีและเคมีภัณฑ์ เป็นต้น

5) เป็นธุรกิจที่สร้างผลทางเศรษฐกิจในเชิงบวก กล่าวคือ ก่อให้เกิด มูลค่าเพิ่มจากการเป็นฐานการผลิตในกลุ่มอุตสาหกรรมต่อเนื่องอื่นๆ เช่น วัตถุดิบ ที่ได้จากกระบวนการปิโตรเคมีทำให้เกิดผลิตภัณฑ์พลาสติก หรือเคมีภัณฑ์ต่างๆ ช่วยลดการนำเข้า หรือในกรณีอุตสาหกรรมยานยนต์ที่สร้างรายได้จากการ ส่งออกเป็นลำดับสูง อีกทั้งเป็นสินค้าที่ต้องอาศัยนวัตกรรม การพัฒนาค้นคว้า วิจัยใหม่ๆ ก่อให้เกิดทุนทางสังคม แต่ขณะเดียวกันผลกระทบทางลบที่มีคือ ธุรกิจ สินค้าอุตสาหกรรมบางประเภท เช่น กลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ ปิโตรเคมี กระดาษ ต้องนำเข้าวัตถุดิบ เครื่องมือ เครื่องจักร และเทคโนโลยีราคาสูงจาก ต่างประเทศ โดยบางประเภทก่อให้เกิดการบริโภคพลังงานในอัตราสูง สร้างความ สูญเสียทางเศรษฐกิจ

6) เป็นธุรกิจที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อด้านสุขภาพอนามัย และมีความเสี่ยง ต่ออันตรายในชีวิตและทรัพย์สิน โดยเฉพาะธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมบางประเภท เช่น กลุ่มปิโตรเคมีและเคมีภัณฑ์ ทั้งในกระบวนการผลิตและตัวผลิตภัณฑ์ของ ธุรกิจดังกล่าวอาจทำให้พนักงาน หรือผู้บริโภค ชุมชนที่สัมผัส หรือใช้ผลิตภัณฑ์

เกิดความเจ็บป่วย หรือมีปัญหาด้านสุขภาพสะสมอย่างไม่รู้ตัว หรือในกลุ่มยานยนต์ อาจพบชิ้นส่วนที่ไม่ได้มาตรฐาน ซึ่งเมื่อนำไปประกอบรถยนต์ย่อมส่งผลให้เกิดอันตรายต่อชีวิตและทรัพย์สินของผู้ใช้ ตัวอย่างเช่น กรณีบริษัทรถยนต์รายใหญ่ ประกาศเรียกคืนรถยนต์ในบางโมเดล โดยอ้างว่ามีความผิดพลาดในสายการผลิต เป็นต้น

2.2 เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและบรรษัทภิบาล

ประเด็นด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และบรรษัทภิบาลนับเป็น หัวข้อแรกของการวิเคราะห์ประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคมที่ธุรกิจสินค้า อุตสาหกรรมต้องดำเนินการ โดยเฉพาะประเด็นด้านเศรษฐกิจนั้นถือเป็น พื้นฐานแรกที่ธุรกิจทุกประเภทต้องคำนึงถึง เพราะการที่ธุรกิจจะดำรงอยู่ได้ ต้องมีผลประกอบการที่ดี สร้างผลตอบแทนที่น่าพอใจให้กับผู้ถือหุ้น ผู้บริหาร และพนักงาน และสร้างผลกระทบเชิงบวกให้กับระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ซึ่งในส่วนของประเด็นเศรษฐกิจนี้ ธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมอาจมีประเด็นย่อย ที่เป็นความเสี่ยงหรือโอกาสเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้างในท้องถิ่น การลงทุน ในสาธารณูปโภคพื้นฐานในพื้นที่ตั้งของสถานประกอบการ

สำหรับประเด็นบรรษัทภิบาล หรือการกำกับดูแลกิจการที่ดีนั้น มุ่งเน้น เกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจที่ต้องกำกับด้วยหลักปฏิบัติสำคัญคือ การปฏิบัติ ที่สอดคล้องกับกฎหมาย การมีความรับผิดชอบต่อที่สามารถตรวจสอบได้ และการสร้างความโปร่งใส การกำหนดหลักปฏิบัติที่เป็นบรรษัทภิบาล หรือการกำกับ ดูแลกิจการที่ดีของธุรกิจ เป็นหนทางสำคัญของการตรวจสอบ และควบคุม การดำเนินธุรกิจที่ส่งผลถึงเจ้าของกิจการ หรือผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียของ ธุรกิจโดยตรง ซึ่งในประเด็นบรรษัทภิบาลนี้ ธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมอาจมี

ความเสี่ยงเกี่ยวกับการกระทำที่ผิดกฎหมาย หรือสนับสนุนให้คู่ค้ากระทำผิดกฎหมาย การนำเสนอข้อมูลที่บิดเบือนแก่ผู้มีส่วนได้เสีย หรือการปฏิบัติงานที่ไม่มีระบบการตรวจสอบ เป็นต้น

ในส่วนของประเด็นทางสังคม ธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมอาจมีประเด็นที่น่ากังวลเกี่ยวกับความเท่าเทียมกันระหว่างพนักงานชายและหญิงเกี่ยวกับค่าตอบแทน สวัสดิการ การส่งเสริมให้ดำรงตำแหน่งผู้บริหาร การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน การละเมิดข้อมูลส่วนตัว หรือการสูญหายของข้อมูลลูกค้า เป็นต้น

ในขณะที่ประเด็นทางสิ่งแวดล้อม ธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมอาจมีความเสี่ยงโดยตรงในเรื่องการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากการผลิต การใช้แหล่งน้ำร่วมกับชุมชน และการใช้พลังงานเป็นจำนวนมาก

ดังนั้น ก่อนที่ธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมจะพิจารณาประเด็นความท้าทายหรือความเสี่ยงใดๆ ขององค์กรนั้นสามารถเริ่มต้นด้วยแนวคิด 4 เรื่องดังกล่าวข้างต้นเป็นพื้นฐาน โดยแต่ละเรื่องสามารถพิจารณาลงไปเป็นประเด็นปลีกย่อยได้อีกตามลักษณะเฉพาะ และองค์ประกอบของธุรกิจแต่ละประเภท

2.3 ประเด็นท้าทายในการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อ ของธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรม

กรอบแนวคิดด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจถูกมองว่าเป็นหลักการสำคัญที่ทำให้ธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมสามารถขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจควบคู่ไปกับการพัฒนาสังคม และการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม แต่สิ่งสำคัญคือ การดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมต้องไปไกลกว่าเรื่องของความสมัครใจในการทำกิจกรรมพัฒนาสังคม เช่น การบริจาค การให้

ทุนการศึกษานักเรียน การจัดอาหารกลางวันให้นักเรียน หรือกิจกรรมอื่นๆ ที่กำหนดขึ้นเป็นครั้งตามกระแสของสังคมในเวลานั้นเพียงอย่างเดียว โดยที่กิจกรรมต่างๆ เหล่านั้นไม่ได้ก่อให้เกิดความเข้าใจ หรือลดผลกระทบสำคัญจากกระบวนการทางธุรกิจให้บรรเทา หรือลดน้อยลงแต่อย่างใด คงมีค่าเพียงการลงทุนเล็กๆ น้อยๆ เพื่อแลกมาซึ่งการตักตวงผลประโยชน์ของธุรกิจเท่านั้นเอง

แนวคิดและการปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมจึงมีทิศทางและความท้าทายที่สำคัญ ดังนี้

1. วิกฤติการณ์พลังงาน ส่งผลให้ราคาและต้นทุนของน้ำมัน มีแนวโน้มขยับตัวเพิ่มสูงขึ้น โดยในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ บีโตร์เคมี และบรรจุภัณฑ์บางประเภทที่ต้องใช้น้ำมันเป็นฐานการผลิต ย่อมได้รับผลกระทบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

2. ความก้าวหน้าและการพัฒนาเทคโนโลยีที่ไม่หยุดนิ่ง มีส่วนสร้างโอกาสและการแข่งขัน และผลกระทบให้กับธุรกิจนี้โดยตรง เช่น ในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ที่เริ่มพัฒนาเทคโนโลยีประหยัดพลังงาน และใช้พลังงานทดแทนอื่นๆ มาขับเคลื่อน หรือการผลิตบรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้เร็วขึ้น หรือในกรณีหมึกพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ที่แสดงลูกเล่นในรูปแบบแสง สี เสียงได้ เพื่อแข่งขันกับโลกของดิจิทัล หรือการพัฒนาเทคโนโลยีสื่อสารสารสนเทศ ทำให้ลดความสำคัญของการใช้กระดาษในสื่อสิ่งพิมพ์ หันมาใช้ไฟล์ดิจิทัลแทน

3. การดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมก่อให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลในการพัฒนาองค์กร สังคม และสิ่งแวดล้อม แนวคิดการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมจึงต้องถูกบูรณาการเข้าไปสู่กระบวนการและระบบ เพื่อบริหารจัดการความซับซ้อนทางสังคม และสิ่งแวดล้อมให้เกิดผลการดำเนินงานที่ดีในทุกมิติ และทุกกระบวนการทั้งด้านกฎหมาย การจัดซื้อ การบริหารบุคลากร ความสัมพันธ์ภาครัฐและชุมชน ซึ่งจะส่งผลต่อ

ความก้าวหน้าทางธุรกิจ สามารถตอบสนองต่อความต้องการผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงสังคมอย่างทั่วถึง

4. กระบวนการถ่ายทอดความรู้ และถ่ายโอนเทคโนโลยีจากประเทศอุตสาหกรรมเป็นเรื่องที่จำเป็น โดยเฉพาะกับกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องมือเครื่องจักรกล ชิ้นส่วนรถยนต์ เพราะสินค้าที่ผลิตได้ภายในประเทศยังมีการใช้เทคโนโลยีต่ำ ไม่สามารถสนองต่อความต้องการของตลาดทั้งภายในและภายนอกประเทศได้อย่างแท้จริง จึงทำให้ธุรกิจที่ดำเนินการอยู่เป็นเพียงแค่การผลิตชิ้นส่วน เพื่อป้อนให้กับผู้ผลิตรายใหญ่ ดังนั้น ทิศทางที่ต้องพัฒนาต่อไป คือ การส่งเสริมด้าน R&D ในอุตสาหกรรมนี้

5. การก้าวไปสู่อุตสาหกรรมสีเขียว โดยเฉพาะสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ ปิโตรเคมี บรรจุก๊าซ เคมีภัณฑ์ มีการปฏิบัติให้เป็นไปตามมาตรฐานต่างๆ เช่น การแสดงฉลาก หรือป้ายที่ระบุว่าสินค้าดังกล่าวเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ไม่ใช่สาร หรือนำวัตถุดิบธรรมชาติมาใช้เป็นวัตถุดิบ หรือส่วนประกอบในกระบวนการผลิต มีการบริโภคพลังงานไม่สิ้นเปลือง รวมถึงไม่ก่อปัญหาขยะสามารถผ่านกระบวนการนำกลับมาใช้ใหม่ได้ เช่น กลุ่มยานยนต์ที่ใช้ระบบไฮบริดช่วยลดค่ามลพิษจากไอเสียให้ต่ำลง หรือบรรจุก๊าซขวดน้ำร้อนใหม่ที่สามารถบีบอัดให้มีขนาดเล็ก มีอายุการย่อยสลายที่สั้นลง

6. ประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมใหม่ๆ เช่น การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ หรือภาวะโลกร้อน จากการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ในกิจกรรมการผลิต การรณรงค์ลดการใช้พลังงานสิ้นเปลือง ซึ่งกระทบกับสินค้าในกลุ่มรถยนต์โดยตรง

7. การสร้างแนวทางการร่วมมือ เพื่อให้การดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจประสบความสำเร็จ สามารถทำกิจกรรมที่บางครั้งเป็นการลดผลกระทบเชิงลบ หรือสร้างผลกระทบเชิงบวก เนื่องจาก

การเข้าไปดำเนินธุรกิจในพื้นที่นั้นก่อให้เกิดผลกระทบต่อสังคม และท้องถิ่นที่ธุรกิจนั้นตั้งอยู่ เช่น การเฝ้าการปล่อยมลพิษปนเปื้อนในอากาศ แหล่งน้ำ และในดิน เป็นต้น หรือการปล่อยคาร์บอนจากกระบวนการผลิต รวมทั้งสร้างผลกระทบต่อแรงงานท้องถิ่น การจ่ายภาษี เป็นต้น ธุรกิจจึงควรปรับตัว และแสวงโอกาสสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคประชาสังคม รวมถึงหน่วยงานในระดับท้องถิ่น เพื่อแสดงให้เห็นถึงความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจที่สอดคล้องกับบริบทของสังคม มีการดำเนินการไปตามบทบัญญัติ กฎหมาย เกิดการเรียนรู้แนวปฏิบัติของสังคม ชุมชน

8. ความรับผิดชอบต่อในสายโซ่อุปทาน เป็นสิ่งสำคัญสำหรับธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรม ในฐานะเป็นต้นทางการผลิตอุตสาหกรรม โดยเฉพาะในปัจจุบันมาตรฐานบางอย่างกำหนดให้ธุรกิจต้องคำนึงถึงวัตถุดิบ แหล่งที่มา และกระบวนการได้มาซึ่งวัตถุดิบนั้นว่ามีการทำลายธรรมชาติ หรือสภาพแวดล้อมหรือไม่ ทำให้ธุรกิจต้องใส่ใจและคำนึงถึงเรื่องนี้ด้วย

9. ข้อห่วงกังวลเรื่องความปลอดภัย และผลกระทบต่อสุขภาพ อันเนื่องมาจากการบริโภค และใช้สินค้าอุตสาหกรรมนั้นทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น สินค้าอุตสาหกรรมยานยนต์ เคมีภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ต่างๆ ที่มีประเด็นเรื่องอันตราย การปนเปื้อน และความบกพร่องของการผลิต

ดังที่กล่าวมานี้ ทำให้มองเห็นภาพรวม ผลกระทบที่ธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมมีอยู่ ทั้งที่เป็นความเสี่ยงที่ธุรกิจกำลังประสบอยู่ และอาจมีความเสี่ยงใหม่ๆ ทั้งทางสังคม และข้อจำกัดของกฎระเบียบในพื้นที่ต่างๆ ที่ให้ความสำคัญต่อประเด็นความรับผิดชอบต่อธุรกิจในกลุ่มต้องใส่ใจ ระมัดระวัง เพื่อไม่ให้ประเด็นเหล่านี้กลายเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจในอนาคตได้



บทที่ 2

แนวปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของ
บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุตสาหกรรม

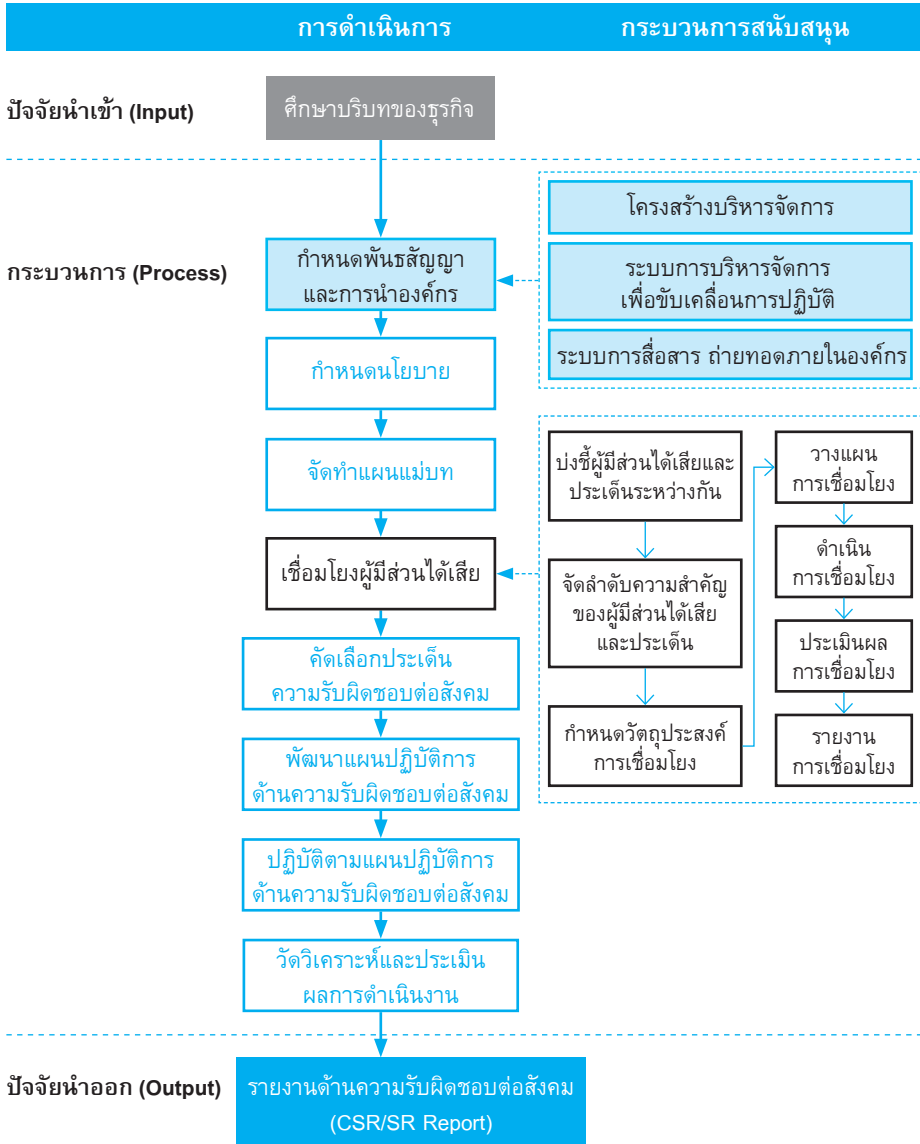
ธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรม แม้จะมีส่วนอย่างมากต่อการสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจให้กับประเทศ ทั้งในด้านการส่งออก การจ้างงาน และการพัฒนาเทคโนโลยี แต่ในขณะเดียวกัน ธุรกิจก็สร้างผลกระทบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะการสร้างมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติทั้งหลายจากกระบวนการผลิต ดังนั้น การดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจประเภทนี้ จึงควรมุ่งเน้นปรับปรุงการบริหารจัดการ และประสิทธิภาพในกระบวนการผลิตมากกว่ามุ่งเน้นกิจกรรมพัฒนาสังคม และสิ่งแวดล้อมภายนอก เพราะกิจกรรมเหล่านั้นไม่สามารถลดผลกระทบสำคัญจากกระบวนการทางธุรกิจให้น้อยลงได้

ดังนั้น ในการนำแนวคิดด้านการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมมาปฏิบัตินั้น ธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมต้องศึกษาลักษณะที่สำคัญ และบริบทของธุรกิจทั้งภายในและภายนอกองค์กรเสียก่อน เช่น

- บริบทภายใน ได้แก่ ลักษณะของผู้ถือหุ้น โครงสร้างการบริหารจัดการ โครงสร้างบุคลากร สถานที่ตั้งกิจการ ผู้มีส่วนได้เสีย ห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจ เป็นต้น
- บริบทภายนอก ได้แก่ แนวคิดด้านการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งในระดับสากล และระดับท้องถิ่นในปัจจุบัน มาตรฐาน และระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับสากล และระดับท้องถิ่น การดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจประเภทเดียวกัน เป็นต้น

เพื่อนำข้อมูลเหล่านี้ไปกำหนดเนื้อหาต่างๆ ของการดำเนินงาน อันได้แก่ พันธสัญญา เป้าหมายของการสร้างการเปลี่ยนแปลง การวางแผนงานระดับต่างๆ ไปจนถึงการประเมินผลการปฏิบัติเพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุง และพัฒนาแผนการดำเนินงานต่อไป

ขั้นตอนสำคัญของแนวปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ในกระบวนการดำเนินธุรกิจหลัก



1. การกำหนดพันธสัญญาและการนำองค์กร
2. การกำหนดนโยบายและจัดทำแผนแม่บทการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม
3. การเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสีย
4. การคัดเลือกประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม
5. การพัฒนาแผนปฏิบัติการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม
6. การปฏิบัติตามแผนปฏิบัติการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม
7. การวัดผล การวิเคราะห์และการประเมินผล
8. การจัดทำรายงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

โดยแต่ละชั้นตอนมีรายละเอียดดังนี้

1. การกำหนดพันธสัญญาและการนำองค์กร

1.1 การกำหนดพันธสัญญา

ผู้นำองค์กรต้องกำหนดพันธสัญญาด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งจะรวมอยู่ในพันธสัญญาเชิงธุรกิจขององค์กร หรือเป็นพันธสัญญาเฉพาะด้านความรับผิดชอบต่อสังคมก็ได้ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการแสดงความมุ่งมั่นในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรว่าต้องการจะเป็นอย่างไรในอนาคต เป็นการแสดงทิศทางที่มีจุดหมายชัดเจนจากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรค และโอกาสด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ผสมผสานกับความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ เพื่อนำไปกำหนดพันธกิจ นโยบาย และแผนงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในลำดับต่อไปขององค์กร โดยเป้าหมายสำคัญของพันธสัญญาคือ การสร้างแรงบันดาลใจ

• เงื่อนไขสำคัญต่อความสำเร็จในการสร้างแรงบันดาลใจผ่านการกำหนดพันธสัญญา

1) การส่งผ่านพันธสัญญาขององค์กรจากผู้นำองค์กร และผู้บริหารระดับสูงไปสู่พนักงานทุกระดับทั่วทั้งองค์กร

2) การสร้างความชัดเจนถึงการเชื่อมโยงของค่านิยมหลักขององค์กรกับค่านิยมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งได้รับการยอมรับว่าจะสามารถนำไปสู่การปฏิบัติที่มีคุณค่า

3) การเชื่อมโยงกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม เพื่อนำความคิดเห็นหรือประเด็นที่ได้รับความสนใจ และห่วงใยจากผู้มีส่วนได้เสียเข้าไปสู่กระบวนการสร้างวิสัยทัศน์ และการกำหนดกลยุทธ์ธุรกิจขององค์กร

การกำหนดพันธสัญญาดังกล่าวมีประโยชน์อย่างยิ่งต่อการสร้างความมุ่งมั่นให้พนักงานในองค์กร ทำให้พนักงานทุกคนตระหนักว่าแต่ละคนมีความสำคัญต่อการมุ่งไปสู่จุดหมาย สร้างความรู้สึกร่วมกัน มุ่งมั่นปฏิบัติตามด้วยความเต็มใจ ทำทนาย เกิดความหมายในการทำงาน

ทั้งนี้ การกำหนดพันธสัญญามักจะครอบคลุมถึง การกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย และค่านิยมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ซึ่งไม่ได้เป็นการกำหนดความมุ่งมั่น เพื่อทำให้องค์กรมีเป้าหมายสูงกว่าการขายสินค้าเพื่อทำกำไรให้กับผู้ถือหุ้นเพียงอย่างเดียว หากแต่มีการคำนึงถึงสมมติฐานที่เป็นบริบทด้านความยั่งยืนของธุรกิจในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมรวมอยู่ด้วย เช่น สถานการณ์ทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ จำนวนประชากร สภาพสังคม ฯลฯ ความท้าทายทางสังคมที่มีต่อธุรกิจนั้นๆ ซึ่งได้แก่ ปัญหาทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ เป็นต้น

• **พันธสัญญาของธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมควรกำหนดอยู่บนสมมติฐานความท้าทายทางสังคมที่สำคัญ**

ปัจจุบันธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมมองเห็นการเปลี่ยนแปลงและความสำคัญของตัวธุรกิจเองในบทบาทของการเป็นต้นทางของธุรกิจอื่นๆ ดังนั้นพันธสัญญาของธุรกิจจึงควรส่งมอบวัตถุดิบและสินค้าที่มีคุณภาพดี และสนับสนุนให้ธุรกิจต่อเนื่องอื่นๆ บรรลุเป้าหมายในการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมด้วย ดังนั้น เป้าหมายและวิสัยทัศน์ที่เป็นพันธสัญญาของธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมจึงควรกำหนดอยู่บนสมมติฐานความท้าทายทางสังคมที่สำคัญ เช่น นวัตกรรมเพื่อการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมทั้งจากกระบวนการผลิต และการนำสินค้าไปใช้ เนื่องจากปัจจุบันประเด็นการบริหารจัดการด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมของสายโซ่อุปทาน กำลังได้รับการมุ่งเน้นอย่างยิ่ง เพื่อยกระดับธุรกิจที่ต่อเนื่องกันให้เป็นอุตสาหกรรมสีเขียว

• **พันธสัญญาของธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมควรแสดงให้เห็นสิ่งสำคัญ ดังนี้**

- 1) ภาพการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจและสังคมที่จะเกิดขึ้นในอนาคตจากการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม
- 2) การเชื่อมโยงวิสัยทัศน์กับค่านิยมหลักขององค์กรที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นสิ่งที่นำไปสู่การปฏิบัติที่สำคัญในธุรกิจ
- 3) การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียของธุรกิจและคุณค่าที่จะได้รับร่วมกัน

• **หลักสำคัญในการกำหนดพันธสัญญาด้านความรับผิดชอบต่อสังคม**

- 1) สร้างการมีส่วนร่วมกับคณะกรรมการ ผู้นำ ผู้บริหารระดับสูงและพนักงานขององค์กร เพื่อร่วมกันมองหาเป้าหมาย และบทบาทขององค์กรเพื่อการเปลี่ยนแปลง และสร้างผลกระทบในเชิงบวกให้กับสังคม

2) สร้างการเชื่อมโยงกับคุณค่าหลักขององค์กรที่นำไปสู่การปฏิบัติที่สร้างคุณค่าเชิงบวก และได้รับการยอมรับในระดับสากล

3) สร้างการเชื่อมโยงกับผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้องค์กรได้รับความคิดเห็นและประเด็นที่เป็นความสนใจ ความห่วงใยจากผู้มีส่วนได้เสีย นำไปสู่การสร้างพันธสัญญาที่มุ่งดำเนินธุรกิจ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียอย่างสมดุล

หลักการข้างต้นดังกล่าวเป็นการสนับสนุนธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมในการพัฒนาวิสัยทัศน์และเป้าหมาย เพื่อให้ตอบคำถามสำคัญได้ว่าธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมควรสร้างการเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นได้อย่างไร และการเปลี่ยนแปลงนั้นทำให้บริบทด้านความยั่งยืนในมิติต่างๆ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของทั้งธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรม และสังคมโดยรวมดีขึ้นได้หรือไม่ อย่างไร ดังนั้นวิสัยทัศน์จึงเป็นตัวกำหนดทิศทางองค์กร และเป็นสิ่งสำคัญที่นำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ เพื่อสร้างการปฏิบัติที่ช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ในอนาคต

ตัวอย่างพันธสัญญาด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรม

บริษัท ศูนย์บริการเหล็กสยาม จำกัด (มหาชน)

วิสัยทัศน์ของบริษัท

มุ่งสู่การดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาลด้วยเข้าใจ เข้าถึง และเข้าร่วมพัฒนา เพื่อสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า ปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้น ลูกค้า คู่ค้า และพนักงานอย่างเป็นธรรม มีความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และความปลอดภัยกับทั้งร่วมต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชั่นทุกรูปแบบ

พันธกิจของบริษัท

ต่อพนักงาน : สร้างความปลอดภัยในการทำงาน และมุ่งพัฒนาทักษะการดำรงชีวิตให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี

ต่อลูกค้า/คู่ค้า/ผู้ถือหุ้น : ดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างความพึงพอใจ โดยมีธรรมาภิบาลการบริหาร

ต่อชุมชน/สังคม : เอื้อเพื่อต่อสังคมและรักษาสิ่งแวดล้อม

ที่มา : <http://www.ssscth.com>

1.2 การนำองค์กร

ผู้นำองค์กรมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการกำหนดทิศทางการพัฒนาองค์กร เพื่อนำไปสู่เป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งนอกจากการกำหนดทิศทางผ่านพันธสัญญาดังกล่าวแล้ว ยังต้องแสดงบทบาทในการนำองค์กรอีกด้วย เพื่อเป็นการกระตุ้น และสร้างขวัญกำลังใจให้กับพนักงานในองค์กร

โดยบทบาทในการนำองค์กรควรครอบคลุมถึงเรื่องดังต่อไปนี้

1) กำหนดให้องค์กรมีโครงสร้างการบริหารจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมที่ชัดเจน โดยมีหน่วยงานที่รับผิดชอบในการส่งเสริม และเชื่อมโยงแนวปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมให้เกิดขึ้นทั่วทั้งองค์กร รวมถึงเชื่อมโยงไปยังผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญทั้งหมดขององค์กรในรูปแบบต่างๆ เช่น คณะกรรมการกลุ่มดำเนินงาน หรือผู้แทน CSR ของหน่วยงานเพื่อทำหน้าที่ขับเคลื่อนนโยบาย

2) ออกแบบระบบการกำกับดูแลการปฏิบัติ ได้แก่

- ระบบการบริหารจัดการ
- ระบบการติดตามงานและการประเมินผล
- ระบบสนับสนุนที่ทำให้องค์กรสามารถขับเคลื่อนทุกส่วนให้ดำเนินงานตามแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมที่องค์กรได้ให้พันธสัญญาไว้ เช่น ระบบการประเมินผลผู้ปฏิบัติงาน ระบบการให้รางวัลและการลงโทษ ระบบการสร้างการมีส่วนร่วมของพนักงานในองค์กร เป็นต้น

3) สื่อสารและถ่ายทอดวิสัยทัศน์ ค่านิยม เป้าหมาย ทิศทางและคุณค่าของความรับผิดชอบต่อสังคมให้กับพนักงาน ลูกค้า ผู้บริโภค และผู้มีส่วนได้เสียสำคัญขององค์กรเพื่อโน้มน้าว และชักจูงให้เห็นถึงความสำคัญของการมีความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

4) มีส่วนร่วมกับหน่วยงานและพนักงานในการมีความรับผิดชอบต่อสังคมตั้งแต่การคิด การตัดสินใจ การร่วมกิจกรรม จนถึงการประเมินความสำเร็จ

2. การกำหนดนโยบายและแผนแม่บทการดำเนินงาน ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

2.1 การกำหนดนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม

การกำหนดนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นการแสดงหลักการ
กรอบความคิด และแนวทางการดำเนินงานที่บอกให้ทราบถึงทิศทางในการ
เปลี่ยนแปลงองค์กรไปสู่องค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นการแสดง
การตัดสินใจ หรือความตั้งใจของผู้นำองค์กร หรือผู้บริหารระดับสูง เพื่อให้พนักงาน
และผู้มีส่วนได้เสียเกิดความตระหนัก โดยเฉพาะสำหรับพนักงานแล้ว เพื่อเป็น
แนวทางในการสร้างการบริหารจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในองค์กร
ต่อไป นอกจากนี้ การกำหนด และประกาศนโยบายยังเป็นจุดเริ่มต้นของ
การขับเคลื่อนความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างเป็นรูปธรรมอีกด้วย

ตัวอย่างนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมของ ธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรม

บริษัท ไทยพลาสติกและเคมีภัณฑ์ จำกัด (มหาชน)

1. การกำกับดูแลองค์กร

บริษัทฯ มุ่งมั่นให้มีการดำเนินธุรกิจที่ดี มีการเจริญเติบโตอย่าง
มั่นคงและยั่งยืน มีความสามารถในการแข่งขัน โดยคำนึงถึงความเสี่ยงในปัจจุบัน
และอนาคต และมีการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม มีความโปร่งใส มีการ
ปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม เคารพต่อประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสีย เคารพต่อ

หลักนิติธรรม เคารพต่อการปฏิบัติตามแนวทางของสากล และเคารพต่อสิทธิมนุษยชน พร้อมทั้งบูรณาการความรับผิดชอบต่อสังคมให้เกิดขึ้นทั่วทั้งองค์กร

2. สิทธิมนุษยชน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับสิทธิมนุษยชนซึ่งเป็นสิ่งที่มาแต่กำเนิด ไม่อาจถ่ายทอด มีความเป็นตัวตน ไม่สามารถแบ่งแยกส่วนได้ และมีความพึ่งพากันและกัน โดยองค์กรมีความเคารพต่อสิทธิมนุษยชน และไม่ละเมิดสิทธิของผู้อื่น ส่งเสริมการเคารพต่อสิทธิและเสรีภาพด้วยการไม่เลือก ส่งเสริมความเสมอภาค ไม่แบ่งแยกเพศและชนชั้น ไม่ใช้แรงงานเด็ก และต่อต้านการคอร์รัปชันทุกรูปแบบ

3. การปฏิบัติด้านแรงงาน

บริษัทฯ ถือว่าพนักงานเป็นทรัพยากรอันมีค่าที่สุด ที่จะนำพาให้บริษัทฯ มีความเข้มแข็ง สามารถเติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน บริษัทมีนโยบายและแนวทางปฏิบัติในการบริหารทรัพยากรบุคคลอย่างเป็นระบบทุกกระบวนการ อันส่งผลถึงสภาพในการทำงานที่ดี เช่น การพัฒนาศักยภาพและความรู้ ความสามารถพนักงาน ให้เป็นทั้งคนเก่งและคนดี มีคุณธรรม ทำประโยชน์ให้สังคม มีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรและรักษาสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งให้ความสำคัญต่อองค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพนักงาน

4. สิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ให้ความสำคัญและคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ให้เทียบเท่ามาตรฐานสากล มุ่งพัฒนาเทคโนโลยีที่สะอาดและทันสมัย เพื่อให้ทุกกระบวนการผลิตมีประสิทธิภาพสูงสุด และมีการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืนโดยใช้หลัก 3R คือ ลดการใช้ทรัพยากร (Reduce) หมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ (Reuse/

Recycle) และฟื้นฟูกลับสู่สภาพเดิม (Replenish) และมีนโยบายไม่ปล่อยมลพิษสู่สิ่งแวดล้อม (Zero Emission) เพื่อให้การดำเนินธุรกิจอยู่ภายใต้กระบวนการสร้างอุตสาหกรรมสะอาดอย่างแท้จริง

5. การดำเนินการอย่างเป็นธรรม

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการปฏิบัติที่เป็นธรรม โดยนำหลักจริยธรรมไปใช้กับองค์กรอื่นที่เกี่ยวข้อง ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน การมีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างรับผิดชอบ การแข่งขันอย่างยุติธรรม การปฏิบัติอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม และการเคารพต่อสิทธิในทรัพย์สิน

6. ความสัมพันธ์กับลูกค้า คู่แข่ง เจ้าหนี้ ลูกค้า

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการปฏิบัติทางด้านการตลาดที่เป็นธรรม โดยนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมีความปลอดภัย พร้อมทั้งการให้บริการที่เป็นเลิศแก่ลูกค้า และพร้อมตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ให้ข้อเสนอแนะในการใช้สินค้า ให้คำปรึกษาวิธีการแก้ปัญหา และรับข้อร้องเรียน เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจอย่างสูงสุด เพื่อการบริโภคอย่างยั่งยืน

7. ชุมชนและสังคม

บริษัทฯ ตระหนักในความเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนและสังคม ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบในการช่วยเหลือ สนับสนุนกิจกรรมสาธารณประโยชน์แก่ชุมชน ตลอดจนการพัฒนาสภาพแวดล้อมของชุมชนและสังคมเพื่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ด้วยการสร้างการจ้างงานและสร้างความหลากหลายในกิจกรรมในเชิงเศรษฐกิจ การทำให้เกิดความเข้มแข็งของหน่วยงานต่างๆ ของชุมชน

ที่มา : <http://www.thaiplastic.co.th>

2.2 การกำหนดแผนแม่บทการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

การดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมมีเป้าหมายในการสร้างคุณค่าทั้งในระยะสั้นและระยะยาว การนำแนวคิดนี้ไปปฏิบัติจึงต้องมีความต่อเนื่อง สร้างความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลระหว่างกิจกรรมกับคุณค่าทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่ได้จากการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม การกำหนดแผนแม่บทการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมจึงเป็นการมองกระบวนการพัฒนาเชิงระบบ เพื่อให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ถูกบูรณาการเข้าไปสู่กระบวนการประกอบธุรกิจในทุกขั้นตอน กลายเป็นการปฏิบัติประจำวัน และพัฒนาเป็นระบบการดำเนินงานที่ยึดอยู่กับเป้าหมาย และพันธสัญญาที่องค์กรกำหนดไว้

แผนแม่บทการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นแผนระยะยาวที่ใช้เป็นต้นแบบหลักในการวางแผนปฏิบัติที่แสดงทิศทางการทำงานที่มีลักษณะเป็นนามธรรม จึงควรครอบคลุมในประเด็นต่างๆ ประกอบด้วย

- แนวคิดและความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร
- เป้าหมายสูงสุดด้านความรับผิดชอบต่อสังคม
- กรอบการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งแสดงถึงประเด็นทางสังคม และสิ่งแวดล้อมที่มุ่งเน้นเฉพาะธุรกิจขององค์กร
- แนวปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่แสดงถึงแนวทางการดำเนินการของประเด็นทางสังคม และสิ่งแวดล้อมต่างๆ ที่ระบุไว้ในกรอบการดำเนินงาน
- ทิศทางและกลยุทธ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

3. การเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสีย

ในการดำเนินธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมนั้น นอกจากลูกค้าหรือผู้บริโภคแล้ว ธุรกิจยังต้องเชื่อมโยงกับธุรกิจประเภทอื่นๆ เป็นจำนวนมาก อาทิเช่น ธุรกิจพลังงาน เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร รวมไปถึงธุรกิจกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกัน เป็นต้น ตลอดจนหน่วยงานกำกับดูแลภาครัฐ และที่สำคัญคือ ชุมชน สังคม NGO และอาจรวมไปถึงองค์กรระหว่างประเทศ ทั้งหมดล้วนเป็นผู้มีส่วนได้เสียสำคัญต่อปัจจัยความสำเร็จที่ยั่งยืนระหว่างกัน

ดังนั้น การเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสียจึงเป็นแนวปฏิบัติสำคัญที่ทำให้ธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมมองเห็น และเข้าใจถึงลักษณะของผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มตระหนักถึงความสัมพันธ์ในประเด็นที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมากกว่ามิติของการเป็นผู้ว่าจ้างและผู้รับจ้าง หรือผู้ผลิตและลูกค้า แต่ยังรวมถึงมิติในเชิงผลกระทบและการพึ่งพากัน และนำไปสู่กระบวนการเชื่อมโยง เพื่อสนับสนุนการประกอบธุรกิจทั้งในระยะสั้นและระยะยาวได้อย่างมั่นคง

ขั้นตอนสำคัญของกระบวนการเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสียของธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมมีดังนี้

3.1 การบ่งชี้ผู้มีส่วนได้เสียและประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม

เป็นขั้นตอนที่ทำให้ธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมมองเห็นผู้มีส่วนได้เสียที่เชื่อมโยงกับธุรกิจในประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคมต่างๆ ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมในกระบวนการประกอบธุรกิจ ดังนี้

1) การกำหนดกรอบกระบวนการประกอบธุรกิจ โดยการใช้ห่วงโซ่อุปทาน หรือห่วงโซ่คุณค่า เพื่อใช้เป็นแนวทางในการบ่งชี้ผู้มีส่วนได้เสีย และประเด็นความรับผิดชอบต่อเชื่อมโยงระหว่างกัน

2) การบ่งชี้ผู้มีส่วนได้เสียและประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม

เพื่อศึกษา สํารวจผู้มีส่วนได้เสีย และประเด็นที่เชื่อมโยงกันตามกรอบกระบวนการประกอบธุรกิจที่กำหนดไว้ รวมทั้งพิจารณาผลกระทบที่มีระหว่างกันจากกระบวนการประกอบธุรกิจ ซึ่งจะทําให้สินค้าอุตสาหกรรมมองเห็นผู้มีส่วนได้เสียในแต่ละจุดของกระบวนการ และประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคมในมิติต่างๆ ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่เชื่อมโยงธุรกิจกับผู้มีส่วนได้เสียเข้าด้วยกัน นอกจากนี้แล้ว ธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมยังสามารถใช้วิธีการต่างๆ เช่น การสัมภาษณ์ การสาธิตเสนา การจัดประชุมกลุ่มย่อย การลงสำรวจพื้นที่ ฯลฯ โดยตัวอย่างขั้นตอนการดำเนินงาน เช่น

- บริษัทผู้ผลิตสินค้าอุตสาหกรรมกำหนดกรอบการศึกษาผู้มีส่วนได้เสีย และประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคมตามห่วงโซ่อุปทานแล้ว จึงกำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียเบื้องต้นในกระบวนการ เช่น ลูกค้า ผู้จัดหาปัจจัยการผลิต และชุมชน เป็นต้น
- ลงพื้นที่เพื่อสัมภาษณ์เก็บข้อมูล และจัดประชุมกลุ่มย่อยเพื่อบ่งชี้ประเด็นผลกระทบทั้งทางลบและทางบวกที่เป็นข้อห่วงใย ข้อกังวล ความคาดหวังร่วมกัน
- จัดทำข้อมูล และรายละเอียดของผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ฐานะ เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ความเชื่อ ค่านิยม และทัศนคติที่มีต่อธุรกิจ

ซึ่งการศึกษาอาจพบว่าลูกค้าต้องการสินค้าอุตสาหกรรมที่มีคุณสมบัติช่วยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ในกระบวนการผลิต ผู้จัดหาปัจจัยการผลิตต้องการให้ธุรกิจเพิ่มความรับผิดชอบต่อสังคมในการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม และชุมชนคาดหวังให้ธุรกิจพัฒนาระบบการระบายน้ำทิ้งของชุมชน เป็นต้น ดังนั้น นอกเหนือจากคุณสมบัติด้านคุณภาพของสินค้าแล้ว ธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมยังต้องให้ความสำคัญกับประเด็นทางสังคมและสิ่งแวดล้อมด้วย

3.2 การวิเคราะห์และลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสียและประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม

เป็นขั้นตอนหลักสำคัญที่ทำให้ธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมเห็นถึงความจำเป็นเร่งด่วนของแต่ละประเด็นที่ต้องดำเนินการตอบสนอง ได้แก่

1) ลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสีย โดยกำหนดเงื่อนไขข้อบ่งชี้ต่างๆ ที่เหมาะสมกับธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรม เช่น อิทธิพล และความสนใจของผู้มีส่วนได้เสียที่มีต่อธุรกิจ หรือผลประโยชน์ และการพึ่งพาระหว่างกัน ความรับผิดชอบที่ธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมต้องมีส่วนได้เสียตามกฎหมาย เป็นต้น เพื่อนำไปสู่การลำดับผู้มีส่วนได้เสียที่มีความสำคัญต่อองค์กร

2) ลำดับความสำคัญของประเด็นที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสียและธุรกิจว่าแต่ละประเด็นที่ได้บ่งชี้จากขั้นตอนการประกอบธุรกิจนั้นมีระดับความสำคัญมากน้อยเพียงใด โดยองค์กรต้องกำหนดเงื่อนไขในการบ่งชี้ระดับความสำคัญ เช่น พิจารณาจากผลกระทบที่เกิดขึ้น ช่วงเวลาของการเกิดผลกระทบในระยะสั้นและระยะยาว ผลกระทบที่มีต่อเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม เป็นต้น โดยพนักงานหรือลูกจ้างที่ปฏิบัติงานให้แก่บริษัทถือเป็นผู้มีส่วนได้เสียสำคัญหลักในการขับเคลื่อนธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมให้เติบโตอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถสร้างผลกระทบต่อตัวธุรกิจสูงทั้งในระยะสั้นและระยะยาว นอกจากนี้ ประเด็นมุ่งเน้นเกี่ยวกับพนักงาน หรือลูกจ้างของธุรกิจในกลุ่มนี้ ยังประกอบด้วย สิทธิแรงงาน สิทธิมนุษยชน สวัสดิการและการคุ้มครองแรงงาน การพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถของแรงงาน สุขภาวะในการทำงาน ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย เป็นต้น

3) จับคู่ระหว่างประเด็นและผู้มีส่วนได้เสียกับกระบวนการประกอบธุรกิจ เพื่อจัดลำดับความสำคัญ เช่น การหาประเด็นที่มีผลกระทบต่อ

ผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญ ประเด็นที่สร้างผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจได้ในระยะสั้น ซึ่งถือว่าเป็นประเด็นที่ต้องให้ความสำคัญกับการตอบสนองเป็นลำดับต้นๆ เพื่อป้องกันความเสียหาย หรือเพื่อสร้างคุณค่าให้กับธุรกิจ

3.3 การวิเคราะห์ ทบทวน และการกำหนดวัตถุประสงค์ของการเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสีย

เป็นขั้นตอนที่ธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมจะนำประเด็นที่ได้รับการระบุว่ามีความสำคัญสูงต่อผู้มีส่วนได้เสีย และต่อการประกอบธุรกิจมาพิจารณาทบทวนว่าการตอบสนองที่กำลังดำเนินการอยู่นั้นจัดอยู่ในประเภทใด ดังต่อไปนี้

1) การตอบสนองเชิงตั้งรับ หมายถึง การพิจารณาการตอบสนองต่อข้อเรียกร้อง หรือข้อร้องเรียนเป็นครั้งๆ โดยยังไม่มีกระบวนการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ

2) การตอบสนองแบบมีกระบวนการ หมายถึง การดำเนินการตอบสนองอย่างเป็นกระบวนการ นับตั้งแต่ได้รับการเรียกร้อง ดำเนินการตอบสนอง ติดตาม และประเมินผล แต่ยังไม่ได้นำเข้าสู่ระบบการบริหารจัดการขององค์กร

3) การตอบสนองเชิงกลยุทธ์ หมายถึง การพัฒนาเป็นระบบที่มีหน่วยงานรับผิดชอบในการศึกษา พัฒนาแนวทางการตอบสนองอย่างเป็นกระบวนการ มีการวัดผล และประเมินการตอบสนองเพื่อนำไปสู่การพัฒนาเป็นกลยุทธ์ขององค์กร เพื่อให้ฝ่ายต่างๆ ดำเนินการร่วมกัน

โดยธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมควรวิเคราะห์ถึงความพอเพียงของผลลัพธ์ และคุณค่าที่ได้จากการดำเนินการเชื่อมโยงที่ผ่านมา เพื่อทบทวนวัตถุประสงค์ของการเชื่อมโยง และพัฒนาแนวทางการตอบสนองต่อประเด็นใหม่ให้เหมาะสม และพอเพียงในการสร้างคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมดอย่างสมดุล

ทั้งนี้ วัตถุประสงค์ของการเชื่อมโยงควรกำหนดให้สอดคล้องและส่งเสริมต่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจขององค์กร เช่น

- วัตถุประสงค์ทางธุรกิจ เพื่อจัดตั้งโรงงานผลิตเหล็กแผ่นรีดร้อนในพื้นที่.....ภายใน 2 ปี
- วัตถุประสงค์การเชื่อมโยง เพื่อให้ได้มาซึ่งการยอมรับของชุมชนต่อโครงการใหม่ของบริษัท

3.4 การวางแผนและการดำเนินการเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสียเพื่อตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ของการเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสีย

ธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมสามารถดำเนินงานในขั้นตอนนี้ได้หลายรูปแบบขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการเชื่อมโยงที่กำหนดไว้ เช่น

- การสานเสวนาเพื่อสร้างความเข้าใจที่ดีเกี่ยวกับกระบวนการผลิตและเครื่องจักร
- การประชุมร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย ในกรณีที่ธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมต้องการหาแนวทางในการดำเนินการ
- การแถลงนโยบายเพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียทราบถึงพันธสัญญาและแนวทางปฏิบัติที่มีความรับผิดชอบของธุรกิจ เช่น บริษัทผลิตสินค้าอุตสาหกรรมจัดประชุมโดยเชิญผู้ส่งมอบวัตถุดิบเข้าร่วม เพื่อประกาศนโยบายว่าบริษัทจะจัดให้มีนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างสีเขียว เป็นต้น

3.5 การติดตามวัดผลและการประเมินผลการเชื่อมโยง

ขั้นตอนนี้เป็นการศึกษาว่าสิ่งที่ธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมได้ดำเนินการไปนั้นเพียงพอต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย และสามารถตอบสนองเป้าหมายทางกลยุทธ์ของธุรกิจได้หรือไม่

3.6 การรายงานการเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสีย

เป็นขั้นตอนของการพัฒนาการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและกลยุทธ์ขององค์กร โดยองค์กรสามารถจัดประชุมเพื่อนำเสนอแนวทางและผลการเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสียให้กับผู้บริหารระดับสูงของทุกฝ่ายงาน เพื่อเตรียมจัดทำแผน แนวทางและกลยุทธ์ของธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมในระดับต่างๆ ที่ตอบสนองต่อความต้องการ และนำไปสู่การสนับสนุนอันดีจากผู้มีส่วนได้เสีย

4. การคัดเลือกประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม

ประเด็นที่ธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมมุ่งเน้นในการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความมุ่งเน้นในการแสดงออกซึ่งมาจากการศึกษาถึงลักษณะของธุรกิจ บริบทแวดล้อมทางสังคม กรอบแนวทางมาตรฐานสากล ซึ่งเป็นการผสมผสานให้ธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมสามารถตอบสนองต่อเป้าหมาย กลยุทธ์การประกอบธุรกิจ ความสนใจ และความหวังของผู้มีส่วนได้เสียทั้งในระดับท้องถิ่น และระดับสากล

ข้อควรพิจารณาในการกำหนดประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม

1) ผลกระทบทางการเงินในระยะสั้นของธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรม

2) ข้อกังวล ข้อห่วงใย และความสนใจของผู้มีส่วนได้เสียต่อประเด็นที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมในพื้นที่ที่ดำเนินธุรกิจ และจากกระบวนการเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสีย เช่น การสำรวจ สัมภาษณ์ การประชุมกลุ่ม การให้คำปรึกษาจากผู้มีส่วนได้เสีย เป็นต้น

3) หลักมาตรฐาน และกฎระเบียบในระดับสากลของธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรม

4) บรรทัดฐานในการปฏิบัติของธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรม

โดยธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมสามารถนำประเด็นทั้งหมดนี้มาพิจารณา เพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางเป้าหมายของการประกอบธุรกิจที่กำหนดไว้ และเพื่อสร้างสมดุลระหว่างความต้องการทางธุรกิจและสังคม ซึ่งธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมสามารถนำแนวทาง และเครื่องมือการบริหารจัดการ หรือหลักการ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเข้ามาใช้ในการเลือกได้ เช่น แนวทางการกำหนด ประเด็นกลยุทธ์ของธุรกิจ ซึ่งสามารถพิจารณาประเด็นได้ใน 3 ระดับด้วยกัน คือ

1) **ประเด็นพื้นฐานโดยทั่วไป** คือ การพิจารณาลักษณะของประเด็น ความรับผิดชอบต่อธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมทุกประเภทต้องปฏิบัติ เช่น ประเด็น มุ่งเน้นตามมาตรฐาน ISO 26000 แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นต้น

2) **ประเด็นที่เป็นความมุ่งเน้นของธุรกิจ** คือ การพิจารณาประเด็น มุ่งเน้นของธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมทุกประเภท โดยพิจารณาจากผลกระทบและ คุณค่าที่เกิดขึ้นจากห่วงโซ่คุณค่า หรือห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งมีความแตกต่างกัน ในแต่ละประเภทของธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรม เช่น ความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เป็นต้น

3) **ประเด็นที่เป็นลักษณะเฉพาะและเป็นความเด่นชัด** คือ การพิจารณาประเด็นที่ทำให้ธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรม สามารถสร้างรายได้เปรียบ ทางการแข่งขัน นอกเหนือจากประเด็นที่เป็นพื้นฐานของการมีความรับผิดชอบต่อสังคมทั่วไป เช่น การบริหารจัดการนวัตกรรม เป็นต้น

5. การพัฒนาแผนปฏิบัติการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

แผนปฏิบัติการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมอาจเป็นได้ทั้งแผนระยะสั้นและแผนระยะกลาง และมีลักษณะเป็นรูปธรรมมากกว่าแผนระยะยาวอย่างแผนแม่บท โดยมีกำหนดเงื่อนไขเวลา และแนวทางการดำเนินงานที่สามารถวัดผลได้ การดำเนินแผนระยะสั้นและระยะกลางนี้จะเป็นทิศทางสู่การบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ในแผนแม่บท

แผนปฏิบัติการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมคือ แผนการปฏิบัติงาน/โครงการของหน่วยงานที่เป็นเจ้าภาพด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร หรือของคณะทำงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และของหน่วยงานอื่นๆ ในองค์กร เช่น ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายทรัพยากรบุคคล ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นต้น ซึ่งหมายความรวมถึง การปฏิบัติงาน/โครงการที่เกี่ยวข้องกับการปรับปรุง หรือพัฒนากระบวนการทำงาน เพื่อตอบสนองเป้าหมายทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และการปฏิบัติงาน/โครงการเพื่อพัฒนาสังคม และสิ่งแวดล้อมภายนอก

แผนปฏิบัติการจะมุ่งเน้นการดำเนินงานที่เกิดขึ้นภายใต้กลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมต่างๆ ตามกรอบแนวทางที่กำหนดไว้ เช่น กิจกรรมการลดความเสี่ยงด้านคาร์บอน กิจกรรมการอบรมมาตรฐานด้านความปลอดภัยสำหรับผู้รับเหมาที่ทำงานในพื้นที่ เป็นต้น

ทั้งนี้ แผนปฏิบัติการแต่ละแผน ต้องระบุวิธีการประเมินผลความสำเร็จของแผนไว้ด้วย โดยมีองค์ประกอบหลัก ได้แก่ ตัวชี้วัด เป้าหมาย และระยะเวลาการประเมิน โดยเป้าหมายของการเป็นองค์กรที่ยั่งยืนเป็นเสมือนกับพันธสัญญา และเป็นสิ่งที่ใช้ระบุวิธีปฏิบัติอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมที่ดีให้กับองค์กร โดยการกำหนดเป้าหมายต้องสร้างสมดุลกับมิติทางสังคมและสิ่งแวดล้อมด้วย

เช่น หากการเร่งสร้างยอดขายมีส่วนทำให้เกิดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างไม่มีประสิทธิภาพแล้ว ก็ไม่อาจสร้างความยั่งยืนให้กับองค์กรในระยะยาวได้ เป็นต้น

5.1 หลักการสำคัญในการกำหนดแผนปฏิบัติการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

- ต้องเป็นสิ่งก่อสร้าง หรือนำไปสู่เป้าหมายของความสำเร็จ ต้องเป็นมากกว่าการสร้างกำไรให้กับผู้ถือหุ้นเพียงอย่างเดียว กล่าวคือต้องมีเป้าหมายทางสังคมและสิ่งแวดล้อมด้วย
- ต้องทำให้มองเห็นการเปลี่ยนแปลงที่เป็นรูปธรรมจากการปฏิบัติ
- สร้างความเปลี่ยนแปลงที่สามารถวัดคุณค่าได้
- ตอบสนองต่อประเด็นของผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญ

ธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมเป็นการเชื่อมโยงผู้ผลิตและผู้บริโภคเข้าด้วยกัน แผนปฏิบัติการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจจึงควรสร้างการเชื่อมโยงเป้าหมายให้เข้ากับคุณค่าที่จะเกิดขึ้นทั้งในตัวผลิตภัณฑ์ขององค์กร และกระบวนการดำเนินงาน เพื่อให้ได้มาซึ่งทรัพยากรและการแปรรูป โดยมุ่งไปสู่เป้าหมายที่เป็นพันธสัญญาทางสังคมที่กำหนดไว้ นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่เป็นรูปธรรม และสามารถวัดคุณค่าจากการเปลี่ยนแปลงนั้นได้อย่างชัดเจน รวมถึงตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้เสียสำคัญ

5.2 ลักษณะของการพัฒนาแผนปฏิบัติการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

1) **เห็นการลดผลกระทบ** โดยปรับปรุงกระบวนการประกอบธุรกิจ ให้มีผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด ขั้นตอนของการดำเนินการคือ ต้องเป็นไปตามกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับและมาตรฐานสากล ที่เป็นพื้นฐานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมโดยทั่วไปของธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรม

2) **มุ่งสร้างความสามารถในการปฏิบัติ** เน้นการยกระดับความรับผิดชอบต่อสังคมให้เกิดนวัตกรรมที่เพิ่มประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ในการดำเนินธุรกิจ เช่น การประหยัดพลังงาน การรีไซเคิล และการนำกลับมาใช้ใหม่ การลดวัสดุตกค้าง เป็นต้น ซึ่งช่วยให้ธุรกิจลดต้นทุน ประหยัดค่าใช้จ่าย เพิ่มรายได้ไปพร้อมกับการลดผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงทำให้เกิดกระบวนการปฏิบัติทางธุรกิจที่ดีขึ้น การเชื่อมโยงกับผู้มีส่วนได้เสียจะนำความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียภายนอกมาสู่การสร้างการมีส่วนร่วมกับพนักงาน เพื่อให้เกิดการพัฒนาภายในองค์กร รวมถึงการนำแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมไปเชื่อมโยงกับแนวคิด และเครื่องมือการบริหารจัดการ เช่น การจัดการคุณภาพ การบริหารจัดการความรู้ เป็นต้น

3) **สร้างให้เกิดความแตกต่างในแบรนด์** มุ่งเน้นความรับผิดชอบต่อ ในการตอบสนองต่อความต้องการทางสังคมด้วยการปรับปรุง พัฒนาสินค้า และบริการใหม่ๆ เพื่อให้เกิดการเข้าถึงสินค้าที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต หรือทำให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี ธุรกิจต้องมีความเข้าใจบริบทสังคมและเข้าใจลูกค้า ผู้บริโภค ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ และการสร้างนวัตกรรม ในตัวสินค้าและบริการ เชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้ทราบถึงความจำเป็น

ความต้องการ และการใช้ชีวิต เพื่อสร้างการตอบสนองที่ดีของธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมต่อไป

4) สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน เกิดการพัฒนาระบบที่สามารถเรียนรู้ และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลง และความอ่อนไหวของบริบทแวดล้อม เพื่อให้ธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมสามารถยืดหยุ่นกับเป้าหมาย และพันธสัญญาที่ได้กำหนดไว้ถึงการเป็นองค์กรที่มีวัตถุประสงค์ในการดำรงอยู่มากกว่าการสร้างกำไรสูงสุดเพียงอย่างเดียว เชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสียเพื่อสร้างความโปร่งใสในการดำเนินงาน ทำให้เกิดความร่วมมือ และสนับสนุนธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมจากทุกภาคส่วน

นอกจากนี้ การพัฒนาแผนปฏิบัติการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ควรพัฒนาระบบสนับสนุนอื่นๆ ร่วมด้วยเพื่อรักษาความต่อเนื่องในการปฏิบัติตามแผน ได้แก่

- การสร้างความตระหนัก และความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับแผนให้แก่พนักงานผู้ปฏิบัติ
- การสื่อสารด้านความรับผิดชอบต่อสังคมแก่ผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ
- ระบบการให้รางวัลหรือการลงโทษภายในองค์กร
- ระบบข้อเสนอแนะการปรับปรุงการปฏิบัติงานเพื่อลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม

6. การปฏิบัติตามแผนปฏิบัติการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

การนำแผนปฏิบัติการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมไปปฏิบัตินั้นเป็นหน้าที่ของหน่วยงานต่างๆ ที่มีบทบาทความรับผิดชอบต่อสังคมตามแผนนั้นๆ เช่น

- การเชื่อมโยงกับพนักงาน เพื่อระบุประเด็นย่อยเกี่ยวกับการปฏิบัติต่อพนักงาน และสิทธิมนุษยชนเป็นหน้าที่ปฏิบัติของฝ่ายทรัพยากรบุคคล
- การกำหนดระเบียบวิธีจัดซื้อจัดจ้างที่มุ่งเน้นความโปร่งใสเป็นหน้าที่ของฝ่ายจัดซื้อ
- การกำหนดระเบียบปฏิบัติด้านการให้ข้อมูลสินค้าและบริการ ผ่านทางสื่อและเว็บไซต์ของบริษัทเป็นหน้าที่ของฝ่ายการตลาด
- การปรับปรุงระบบบำบัดของเสียจากการดำเนินธุรกิจเป็นหน้าที่ของฝ่ายการจัดการ
- การจัดตั้งกองทุนพัฒนาชุมชนในพื้นที่รอบบริษัทเป็นหน้าที่ของฝ่ายสื่อสารองค์กร

การดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมต่างๆ อาจเป็นการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการลดผลกระทบ มุ่งเน้นการพัฒนาผลการปฏิบัติ หรือมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี อาจเป็นการดำเนินงานที่ดำเนินการครั้งเดียวหรือดำเนินการอย่างต่อเนื่อง อาจเป็นการดำเนินงานโดยองค์กรตัวเอง หรือร่วมกับพันธมิตร เช่น บริษัทอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกัน หน่วยงานภาครัฐท้องถิ่น เป็นต้น

ทั้งนี้ ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จในการนำแผนปฏิบัติการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมไปปฏิบัติจะเกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของพนักงาน เนื่องจากพนักงานเป็นกลุ่มที่เชื่อมต่อกันระหว่างผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ ทั้งหมดขององค์กร องค์กรจึงต้องส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการปฏิบัติตามแผนและผนวกความรับผิดชอบต่อสังคมเข้าไปสู่การปฏิบัติงานประจำของพนักงาน ซึ่งองค์กรต้องมีระบบการพัฒนาทักษะที่จำเป็นของพนักงานเข้ามาสนับสนุน เพื่อให้พนักงานสามารถปฏิบัติตามแผนที่ได้รับมอบหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการจัดหาทรัพยากรที่จำเป็นต่อการปฏิบัติตามแผน เช่น งบประมาณ อุปกรณ์ เครื่องอำนวยความสะดวก สถานที่ ข้อมูลการวิจัยและพัฒนา เป็นต้น

ทั้งนี้ ผู้มอบหมายงานต้องทำความเข้าใจกับผู้ปฏิบัติงานถึงวิธีการติดตามงาน ระยะเวลาในการติดตามงาน ช่องทางการให้ข้อมูลย้อนกลับของผู้ปฏิบัติงาน ในกรณีที่ต้องการแสดงความคับหน้า หรือปัญหาในการปฏิบัติตามแผนงานด้วย

7. การวัดผล การวิเคราะห์และการประเมินผลการดำเนินงาน

การวัดผล การวิเคราะห์และการประเมินผลการปฏิบัติงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมีเป้าหมายสำคัญคือ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ ปรับปรุง และพัฒนากระบวนการความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งการวัดผลที่ดีควรวัดทั้งกระบวนการคือ ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และกิจกรรม ผลลัพธ์จากการดำเนินงาน ผลที่ตามมาในระยะยาว และการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นต่อสังคม ซึ่งปัจจัยทั้งหมดนี้มีความเชื่อมโยงกัน และมีความสัมพันธ์กับเป้าหมายที่กำหนดไว้ตามกลยุทธ์ของธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรม

7.1 บทบาทสำคัญของระบบการวัดผลและการประเมินผลที่มีต่อการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม คือ

1) เป็นการเชื่อมโยงความเป็นเหตุเป็นผลของกลยุทธ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมกับเป้าหมายความยั่งยืนที่ต้องการให้เกิดขึ้น กระบวนการวัดผลจะทำให้พนักงานขององค์กรบรรลุข้อตกลงร่วมกันถึงประเด็นสำคัญที่ต้องมุ่งเน้น เห็นถึงคุณค่าที่เพิ่มขึ้นจากงานประจำและความสำเร็จที่พนักงานขององค์กรได้ทุ่มเทให้กับพันธสัญญาที่กำหนดไว้

ทั้งนี้ การพัฒนาระบบการวัดผลและการประเมินผลทำให้เกิดความชัดเจนถึงการเชื่อมโยงกลยุทธ์กับความยั่งยืน ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์กับองค์กรดังนี้

- เกิดการถกเถียงถึงข้อสมมติฐาน และช่วยให้เกิดข้อตกลงร่วมกันในองค์กรว่ากลยุทธ์และแผนปฏิบัติการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรจะได้รับการวัดผลและการประเมินผลอย่างชัดเจนว่าสามารถสร้างคุณค่าความยั่งยืนให้กับองค์กรได้หรือไม่
- ส่งเสริมการสื่อสารในส่วนของกลยุทธ์ และการปฏิบัติให้เกิดขึ้นทั่วทั้งองค์กร ทำให้พนักงานเกิดความชัดเจนถึงความคาดหวัง และเหตุผลของธุรกิจที่ต้องการสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับองค์กร เช่น พนักงานทุกคนชัดเจนถึงเหตุผลว่าเหตุใดการปฏิบัติแบบหนึ่งจึงสร้างคุณค่าเพิ่มให้เกิดขึ้นกับองค์กร ในขณะที่การปฏิบัติอีกรูปแบบหนึ่งกลับไม่สามารถสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นกับองค์กรได้
- สามารถติดตามผลการปฏิรูปองค์กรจากกลยุทธ์และแผนปฏิบัติ ทั้งนี้การดำเนินงานด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนส่วนใหญ่จะเป็นแผนระยะยาว ระบบการวัดผลและการประเมินผลจะชี้ให้เห็นว่าองค์กรกำลังเดินไป

ในทิศทางที่ถูกต้องตามเป้าหมายที่กำหนดไว้และกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ นั้นได้ผลดีจริงหรือไม่

2) เป็นการติดตามความก้าวหน้าของแผนการดำเนินงานตามกลยุทธ์ในการสร้างระบบการวัดผล ซึ่งต้องคำนึงถึงความสอดคล้องกับพันธสัญญาและวัตถุประสงค์ขององค์กร รวมถึงการบูรณาการการปฏิบัติด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมเข้าสู่ระบบการวัดผล เพื่อให้มั่นใจว่าพันธสัญญาด้านความยั่งยืนที่ผู้นำองค์กรประกาศไว้จะได้รับการปฏิบัติอย่างเหมาะสม

3) เป็นสิ่งที่เอื้อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นภายในองค์กร อันจะนำไปสู่การพัฒนาความสามารถในการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมที่ดีขึ้น

ระบบการวัดผลที่ดีจะสะท้อนความสามารถของกลยุทธ์ และแผนงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรม ซึ่งต้องพิจารณาทั้งกระบวนการที่เชื่อมโยงกัน นับตั้งแต่ปัจจัยที่เป็นตัวขับเคลื่อนความสำเร็จ และสิ่งที่สะท้อนการปฏิบัติว่าได้ผลตามวัตถุประสงค์ของกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ และนำไปสู่ผลต่อเนื้อที่เป็นปัจจัยสำคัญของความสำเร็จในระยะยาวของธุรกิจ

โดยรูปแบบการวัดผลและการประเมินผลจะมีความสัมพันธ์ต่อเนื้องกันทั้งกระบวนการ ซึ่งรวมถึงการพัฒนา และสนับสนุนให้ประเด็นต่างๆ สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การพัฒนาศักยภาพพนักงาน การส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรมองค์กร การเรียนรู้และการจัดการความรู้ ระบบข้อมูลสารสนเทศ เป็นต้น

7.2 หลักการเกี่ยวกับการวัดผล

- 1) ตัวชี้วัดการปฏิบัติควรเชื่อมโยงกับกรอบการพัฒนาที่ยั่งยืนอย่างชัดเจน
- 2) ผลกระทบที่สัมพันธ์กับกลยุทธ์ และแผนงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมควรแปลงไปสู่ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานของธุรกิจในเชิงปริมาณหรือทางการเงินได้
- 3) ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และผลลัพธ์ควรจะถูกประเมินในมิติที่หลากหลาย เช่น กลยุทธ์ กระบวนการ การนำองค์กร และองค์กรประกอบอื่น ๆ รวมถึงการรายงานในเชิงตัวเลข
- 4) การประเมินผลควรเชื่อมโยงและแปลงไปสู่มิติทางการเงิน ทั้งนี้ เพราะการประเมินผลกระทบจะเป็นการสรุปไปสู่ผลที่ตามมาในระยะยาวที่เป็นความสามารถด้านความยั่งยืน และทางการเงินของธุรกิจ

7.3 กรอบการวัดผลและการประเมินผลการปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

1) การวัดปัจจัยนำเข้าด้านความยั่งยืน การประเมินผลต้องกำหนดตัวชี้วัดปัจจัยนำเข้าที่ทำให้เกิดผลด้านความยั่งยืน เช่น จำนวนพนักงานที่เข้าร่วมโปรแกรมการพัฒนา จำนวนงานที่ต้องใช้ในการฝึกอบรม ถือเป็นตัวอย่างของการวัดผลที่ทำให้องค์กร และผู้นำสามารถประเมินทรัพยากรที่ใช้ได้ในการปฏิบัติงานด้านการพัฒนา ทั้งนี้ ธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมต้องตระหนักว่าผลกระทบจากพันธกิจ เป้าหมาย กลยุทธ์ โครงสร้างและระบบ ล้วนแล้วแต่มีผลกระทบต่อความสามารถด้านความยั่งยืนขององค์กรทั้งสิ้น

2) การวัดกระบวนการ เป็นการพัฒนาตัวชี้วัดที่แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการติดตาม และประเมินประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ทุกการปฏิบัติงานต้องได้รับการแปลงไปสู่การวัดผลที่เชื่อมโยงไปยังความสามารถของการปฏิบัติงาน ซึ่งกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนต้องถูกแปลงออกมาเป็นเป้าหมายของความสำเร็จที่วัดได้ รวมถึงปัจจัยอื่นๆ ที่สามารถประเมินผลกระทบเกี่ยวกับความสามารถในกระบวนการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจได้ เช่น จำนวนซัพพลายเออร์ที่ผ่านการรับรอง ร้อยละของอุปกรณ์เครื่องจักรที่ได้รับการรับรองตามมาตรฐาน ISO 14001 รวมถึงปัจจัยอื่นๆ ที่ทำให้ประเมินผลกระทบของกิจกรรมในกระบวนการที่มีต่อความสามารถด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ เช่น นโยบายด้านการใช้แรงงานเด็ก พันธสัญญาด้านความยั่งยืนของผู้นำองค์กร จำนวนชั่วโมงในการอบรมด้านความยั่งยืนของพนักงาน และการประเมินพนักงานที่เป็นผู้จัดการระดับสูงด้านความยั่งยืน เป็นต้น

3) การวัดความสามารถการปฏิบัติด้านความยั่งยืน ทุกการดำเนินงานด้านความยั่งยืนต้องเชื่อมโยงกับตัวชี้วัดที่แสดงถึงการปฏิบัติด้านความยั่งยืนที่เฉพาะเจาะจง โดยผลการปฏิบัติอาจเป็นทั้งผลที่ได้ในทันทีและผลที่ตามมา ธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมอาจกำหนดเป้าหมายสุดท้ายซึ่งเป็นผลที่ทำให้เกิดคุณค่ากับสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยไม่ได้เชื่อมโยงไปยังผลกำไรของธุรกิจ หรือในอีกทางเลือกหนึ่ง ธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมอาจพัฒนากลยุทธ์ความยั่งยืนที่เชื่อมโยงการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อมเข้ากับการพัฒนาผลกำไรขององค์กร ในกรณีนี้ ความสามารถด้านความยั่งยืนก็จะเป็นผลลัพธ์มากกว่าที่จะเป็นเป้าหมายสุดท้ายของการปฏิบัติ

4) การวัดการตอบสนองของผู้มีส่วนได้เสีย การตอบสนองของผู้มีส่วนได้เสียเป็นสิ่งสำคัญในกระบวนการพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรม เพราะมีผลกระทบต่อรายได้ระยะสั้น ค่าใช้จ่าย

ความสามารถด้านความยั่งยืนในระยะยาวและในระดับต่างๆ ของธุรกิจ ดังนั้น การตอบสนองที่เป็นความร่วมมือ และการสนับสนุนจากผู้มีส่วนได้เสียสำคัญ ทุกกลุ่มจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมต้องติดตามวัดผลอย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอ รวมถึงผลการตอบสนองของผู้มีส่วนได้เสียดังกล่าวต้องเชื่อมโยงกับ กลยุทธ์ และกิจกรรมด้านความยั่งยืนของธุรกิจอย่างชัดเจนด้วย

7.4 ขั้นตอนการวัดผลและการประเมินผล

1) วัดผลและประเมินผลที่เกิดขึ้นตามตัวชี้วัดที่กำหนด และเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่วางไว้ตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ในแผนการดำเนินงาน

2) วัดผลและประเมินผลตามกรอบการวัดข้างต้น ได้แก่ วัดปัจจัยนำเข้า วัดกระบวนการ และวัดผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น ทั้งนี้ ในการกำหนดการวัดผลและประเมินผล ควรกำหนดถึงผลที่ตามมาจากผลลัพธ์ และสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคมด้วย เช่น จำนวนพนักงานที่เข้าร่วมกิจกรรมสร้างผลต่อเนื่องไปยัง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และส่งผลไปยังความสำเร็จในการเปลี่ยนแปลงสังคมตามที่ต้องการหรือไม่ ลักษณะนี้จึงจะเรียกว่าเป็นการสร้างคุณค่าให้กับสังคมอย่างแท้จริง

3) วิเคราะห์ผลที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการปฏิบัติ ทรัพยากรที่ใช้ ปัจจัยที่เป็นอุปสรรค ปัจจัยที่ส่งเสริม เพื่อสร้างการเรียนรู้เกี่ยวกับความผิดพลาด ในกรณีที่ผลออกมาต่ำกว่าเป้าหมาย หรือเพื่อสร้างการเรียนรู้เกี่ยวกับความสำเร็จ ในกรณีที่ผลออกมาสูงกว่าเป้าหมาย

4) จัดเก็บผลการวิเคราะห์ให้เป็นระบบ หมวดยุทธศาสตร์ พร้อมสำหรับการนำไปศึกษา สื่อสาร และปรับปรุงพัฒนาแผนปฏิบัติการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในปีถัดไป

8. การจัดทำรายงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

วัตถุประสงค์สำคัญของการจัดทำรายงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม คือ การแสดงให้เห็นถึงสถานะความรับผิดชอบต่อสังคมตามที่องค์กรกำหนดไว้ในกลยุทธ์ รวมถึงเป็นเครื่องมือในการสื่อสารให้ผู้มีส่วนได้เสียได้เข้าใจ รับรู้ และสามารถประเมินธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมในแง่มุมที่สำคัญได้

นอกจากนี้ การจัดทำรายงานยังเป็นการยืนยันถึงการปฏิบัติตามพันธสัญญาด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่องค์กรกำหนดไว้ โดยผู้มีส่วนได้เสียในปัจจุบันขององค์กรย่อมต้องการทราบถึงความสามารถขององค์กรที่เพิ่มขึ้น นอกเหนือจากความสามารถทางการเงิน ในขณะเดียวกันผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มอาจต้องการข้อมูลที่แตกต่างกันตามลักษณะความสัมพันธ์กับธุรกิจ เช่น ในธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมที่นอกเหนือจากข้อมูลด้านคุณภาพของสินค้าที่ลูกค้าต้องการทราบแล้ว ลูกค้ายังต้องการทราบถึงการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมในการผลิตสินค้าอีกด้วย ดังนั้น นอกจากข้อมูลด้านคุณภาพของสินค้าแล้ว รายงานควรต้องระบุถึงการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมในการผลิตสินค้าด้วย ซึ่งการจัดทำรายงานจะช่วยให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลดังกล่าวได้เป็นอย่างดี

8.1 ประเด็นที่ควรนำเสนอในรายงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

- ความชัดเจนในพันธสัญญาด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ทั้งวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายและค่านิยม
- กลยุทธ์ที่ทำให้องค์กรสามารถบรรลุถึงเป้าหมายตามพันธสัญญา ที่ได้ให้ไว้
- ความชัดเจนของเป้าหมายที่เชื่อมโยงไปยังพันธสัญญาทางธุรกิจและความก้าวหน้าของการปฏิบัติในแต่ละช่วงเวลา
- ความรับผิดชอบต่อผู้ก่อบุรณาการเข้าไปสู่การปฏิบัติขององค์กรตลอด กระบวนการประกอบธุรกิจ และครอบคลุมในทุกผลกระทบสำคัญ ที่เกิดขึ้น
- ความสามารถจากการปฏิบัติที่สร้างคุณค่าและตอบสนองต่อประเด็น ความต้องการ ความห่วงใย และความสนใจของผู้มีส่วนได้เสียสำคัญของธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรม
- ความเชื่อถือได้โดยมีแนวทาง วิธีการ การวัด การตรวจสอบ การประเมิน ที่เป็นมาตรฐาน การปฏิบัติที่สอดคล้องกับมาตรฐานและแนวทางสากลที่เหมาะสมกับธุรกิจ รวมทั้งการรับรอง และสามารถตรวจสอบได้จาก Third party
- เนื้อหาควรนำเสนอข้อมูลต่างๆ อย่างเหมาะสม และทำให้ผู้อ่านเข้าใจง่าย เช่น การใช้กราฟต่างๆ หรือภาพประกอบเนื้อหา

การรายงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมภายใต้หลักการความโปร่งใสและความสามารถในการตรวจสอบได้นั้น ต้องรายงานให้เห็นถึงความสำเร็จ และความล้มเหลวของโครงการจากวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ซึ่งการนำเสนอข้อมูลเหล่านี้ทำให้ผู้มีส่วนได้เสียรับทราบ และเข้าใจถึงความพยายามในการปฏิบัติและ

ยอมรับในผลกระทบจากการประกอบธุรกิจ อันเกิดขึ้นเนื่องจากปัจจัยสำคัญ ตามที่ได้รายงานไว้ ทำให้ธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมยังไม่สามารถบรรลุผลได้ แต่ก็มีความพยายามในการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ กระบวนการจัดทำ รายงานยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการเชื่อมโยงส่วนต่างๆ ขององค์กร ให้ผู้อ่าน เข้าใจ และเห็นถึงความรับผิดชอบต่อสังคมที่องค์กรได้กำหนด ถ่ายทอด ปฏิบัติ วัตถุประสงค์ และปรับปรุง ทั้งนี้ เพราะการรายงานต้องนำเสนอข้อมูลที่ครอบคลุม ทุกส่วนของการทำงาน

ซึ่งการจัดทำรายงานมีกระบวนการปฏิบัติ เพื่อสร้างการมีส่วนร่วม กับพนักงานในส่วนต่างๆ ตามขั้นตอน ดังนี้

- 1) กำหนดทีมงานรับผิดชอบในการจัดทำรายงาน
- 2) ศึกษาทำความเข้าใจแนวทางการจัดทำรายงานตามมาตรฐานสากล ที่สำคัญ และเชื่อมโยงกับมาตรฐานความรับผิดชอบต่อธุรกิจปฏิบัติอยู่ เช่น Global Reporting Initiative (GRI) เป็นต้น
- 3) กำหนดเป้าหมายของการรายงาน เพื่อนำไประบุขอบเขตเนื้อหาของ รายงาน แหล่งข้อมูลที่จำเป็น รูปแบบ และสื่อในการจัดทำรายงาน
- 4) พัฒนาเครื่องมือจัดเก็บข้อมูล ให้สอดคล้องกับกรอบมาตรฐาน และ ครอบคลุมเนื้อหาของการรายงานที่กำหนดไว้
- 5) อบรมให้ความรู้ ความเข้าใจกับหน่วยงาน และหน่วยธุรกิจ ที่เกี่ยวข้องกับการรายงาน เพื่อให้เข้าใจถึงวัตถุประสงค์ เป้าหมาย ขอบเขตเนื้อหา และลักษณะของข้อมูลที่ต้องการที่เกี่ยวข้องกับแต่ละหน่วยงาน และหน่วยธุรกิจ
- 6) เก็บรวบรวมและตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

- 7) จัดทำรายงานตามสื่อที่ได้กำหนดไว้
- 8) เผยแพร่รายงานและรับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้เสีย

ในปัจจุบัน กรอบการรายงานที่เป็นที่ยอมรับกันคือ Global Reporting Initiative: GRI ซึ่งองค์กรธุรกิจได้นำมาใช้เป็นแนวทางจัดทำรายงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและการพัฒนาที่ยั่งยืนมากที่สุด โดยกรอบแนวทางของ GRI มีเนื้อหาครอบคลุมใน 3 มิติของการพัฒนาที่ยั่งยืนคือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงกระบวนการ และตัวชี้วัดในแต่ละประเด็น นอกจากนี้ยังมีส่วนมุ่งเน้นเฉพาะสำหรับธุรกิจประเภทต่างๆ เพื่อให้เห็นถึงประเด็นเฉพาะของธุรกิจที่ควรเปิดเผย ซึ่งเชื่อมโยงไปยังธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมด้วยเช่นกัน



ภาคผนวก

1. มาตรฐานและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับลักษณะเฉพาะของกลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุตสาหกรรม

มาตรฐานและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องที่สามารถนำไปเป็นแนวทางการปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรม ได้แก่

ก) มาตรฐานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ISO 26000



เป็นมาตรฐานสากลที่นำเสนอแนวปฏิบัติในการพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคมให้เกิดขึ้นกับองค์กรที่สามารถใช้กับองค์กรทุกประเภท ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ทั้งในประเทศที่พัฒนาแล้วและประเทศที่กำลังพัฒนาและในเศรษฐกิจรูปแบบต่างๆ มาตรฐานนี้ประกอบไปด้วยแนวปฏิบัติแบบสมัครใจไม่ใช่ข้อบังคับ และไม่ได้ออกมาเพื่อเป็นมาตรฐานเพื่อการรับรองเหมือนกับ ISO 9001 (ระบบบริหารคุณภาพ) หรือ ISO 14001 (สิ่งแวดล้อม) ประเด็นมุ่งเน้นของมาตรฐาน (core subjects) มี 7 หมวด ได้แก่ การกำกับดูแลกิจการที่ดี สิทธิมนุษยชน การปฏิบัติต่อแรงงาน การดูแลสิ่งแวดล้อม การดำเนินงานอย่างเป็นธรรม การใส่ใจต่อผู้บริโภค และการมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน

ผู้สนใจสามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ <http://www.iso.org>

ข) หลักปฏิบัติข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ United Nations Global Compact (UNGC)



United Nations Global Compact

UNGC เป็นแนวทางการดำเนินงาน
เชิงกลยุทธ์เพื่อปรับปรุงยุทธศาสตร์
และการดำเนินงานขององค์กรให้มี
ความสอดคล้องกับหลักการ 10 ประการ

ภายใต้ 4 หมวดหมู่หลักคือ สิทธิมนุษยชน (human rights) แรงงาน (labor)
สิ่งแวดล้อม (environment) และการต่อต้านคอร์รัปชัน (anti-corruption)
โดยองค์การสหประชาชาติและองค์กรพันธมิตรผู้สนับสนุนมีความเห็นร่วมว่า
องค์กรธุรกิจเป็นตัวขับเคลื่อนพื้นฐานที่สำคัญในระบบโลกาภิวัตน์ สามารถ
ยกระดับมาตรฐานของตลาด ลูกค้า ระบบการเงิน ระบบเทคโนโลยี ตลอดจน
สายโซ่อุปทานทั้งระบบให้ตอบสนองอย่างมีประสิทธิภาพต่อระบบเศรษฐกิจ
และสังคมได้

UNGC เป็นมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับจากองค์กรทุกกลุ่มทั่วโลก และ
ยังความสอดคล้องกับมาตรฐานสากลด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนด้วย

ผู้สนใจสามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ <http://www.unglobalcompact.org>

ค) กรอบการรายงานด้านความยั่งยืนตามแนวทาง Global Reporting Initiative (GRI)

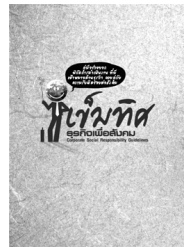


Global Reporting Initiative หรือ GRI เป็นองค์กรที่พัฒนากรอบและแนวทางการจัดทำรายงานความยั่งยืนที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล ซึ่งสามารถประยุกต์ใช้ได้กับองค์กรลักษณะต่างๆ ในธุรกิจที่หลากหลาย โดยส่งเสริมให้มีการเปิดเผยข้อมูลที่มีความสำคัญ (materiality) ครอบคลุมมิติเศรษฐกิจ (Economic) สังคม (Social) และสิ่งแวดล้อม (Environmental) ด้วยตัวชี้วัดต่างๆ ที่สะท้อนการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อส่งเสริมให้องค์กรได้พัฒนาระบบการจัดการภายใน เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน รวมถึงเปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานขององค์กรเพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียสามารถพิจารณาเปรียบเทียบการดำเนินงานขององค์กรต่างๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกันภายใต้มาตรฐานที่เป็นสากล

ปัจจุบันองค์กรธุรกิจทั่วโลกจัดทำรายงานความยั่งยืนตามกรอบการรายงานของ GRI กันมากขึ้น ผู้สนใจสามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ www.globalreporting.org

ง) เข้มทิศธุรกิจเพื่อสังคม

เข้มทิศธุรกิจเพื่อสังคมเป็นคู่มือช่วยบอกพิกัดการดำเนินงานที่มีเป้าหมายด้านธุรกิจควบคู่ความรับผิดชอบต่อสังคม จัดทำโดยคณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียน สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) มีแนวปฏิบัติเรื่องความรับผิดชอบต่อ



ต่อสังคม 8 หัวข้อ ได้แก่ การกำกับดูแลกิจการที่ดี การประกอบธุรกิจด้วยความ
 ความเป็นธรรม การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็น
 ธรรม ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม การดูแลรักษา
 สิ่งแวดล้อม นวัตกรรมและการเผยแพร่นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อ
 ต่อสังคม และการจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

ผู้สนใจสามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ www.set.or.th/srcenter

จ) แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ



เป็นแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการในแบบฉบับ
 ของไทยที่มีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริษัทจดทะเบียนและองค์กร
 ธุรกิจทั่วไปมีแนววิธีการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมของ
 กิจการที่คำนึงถึงทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดย
 แบ่งออกเป็น 9 เรื่องหลัก ได้แก่ การกำกับดูแลกิจการที่ดี
 การประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรม การต่อต้านการทุจริต
 การเคารพสิทธิมนุษยชน การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ความรับผิดชอบต่อ
 ผู้บริโภค การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม การจัดการสิ่งแวดล้อม นวัตกรรม
 และการเผยแพร่นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม และการจัดทำ
 รายงานแห่งความยั่งยืน พร้อมทั้งผนวกเนื้อหาเพิ่มเติมด้านหลักปรัชญาของ
 เศรษฐกิจพอเพียง ประเด็นสำคัญของหลักการสากลด้านความรับผิดชอบต่อ
 สังคมต่างๆ ได้แก่ ISO 26000 UNGC GRI รวมถึงหลักการกำกับดูแลกิจการ
 ที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียนปี 2555 ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและ
 เข็มทิศธุรกิจเพื่อสังคมของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และ
 ตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ด้วย

ผู้สนใจสามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ www.set.or.th/srcenter

II. กลุ่มอุตสาหกรรมในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai)

กลุ่มอุตสาหกรรมใน SET และ mai	หมวดธุรกิจใจใน SET*
1. เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	1. ธุรกิจการเกษตร 2. อาหารและเครื่องดื่ม
2. สินค้าอุปโภคบริโภค	1. แฟชั่น 2. ของใช้ในครัวเรือนและสำนักงาน 3. ของใช้ส่วนตัวและเวชภัณฑ์
3. ธุรกิจการเงิน	1. ธนาคาร 2. เงินทุนและหลักทรัพย์ 3. ประกันภัยและประกันชีวิต
4. สินค้าอุตสาหกรรม	1. ยานยนต์ 2. วัสดุอุตสาหกรรมและเครื่องจักร 3. กระดาษและวัสดุการพิมพ์ 4. ปิโตรเคมีและเคมีภัณฑ์ 5. บรรจุภัณฑ์ 6. เหล็ก
5. อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	1. วัสดุก่อสร้าง 2. กองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์ 3. พัฒนาอสังหาริมทรัพย์
6. ทรัพยากร	1. พลังงานและสาธารณูปโภค 2.เหมืองแร่

กลุ่มอุตสาหกรรมใน SET และ mai	หมวดธุรกิจ SET*
7. บริการ	<ol style="list-style-type: none"> 1. พาณิชยกรรม 2. การแพทย์ 3. สื่อและสิ่งพิมพ์ 4. บริการเฉพาะกิจ 5. การท่องเที่ยวและสันทนาการ 6. ขนส่งและโลจิสติกส์
8. เทคโนโลยี	<ol style="list-style-type: none"> 1. ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ 2. เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

* ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai) ไม่มีการจัดหมวดธุรกิจ



ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ 02-009-9000