

แนวปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคม
บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

กลุ่มอุตสาหกรรม : เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร

CSR

Best
Practices



CSR BEST PRACTICES

แนวปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

สำหรับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

กลุ่มอุตสาหกรรม : เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร

ISBN : 978-616-7227-55-9

ผู้เขียน : อนันตชัย ยูระประภม

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 500 เล่ม

พิมพ์ครั้งที่ 3 : มกราคม 2559 จำนวน 300 เล่ม

ออกแบบและพิมพ์ที่ : วณิชการพิมพ์

โทรศัพท์ 08-1783-8569

บทนำ

การดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนเป็นสิ่งสำคัญยิ่งต่อการบริหารจัดการองค์กรและต่อการพัฒนาประเทศในยุคปัจจุบัน การที่บริษัทจดทะเบียนจะพัฒนาองค์กรของตนเองให้เติบโตอย่างยั่งยืนได้นั้นจำเป็นต้องมีเป้าหมายเชิงสังคมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนด้วย เช่น การรักษาสิ่งแวดล้อม การสร้างความเสมอภาค และความเป็นธรรมทางสังคม การพัฒนาเศรษฐกิจที่ส่งเสริมการกระจายรายได้ การส่งเสริม และการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชากรในสังคม การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียขององค์กร อันประกอบด้วย ผู้ลงทุน ผู้ถือหุ้น พนักงาน ลูกค้า คู่ค้า ต่างๆ ตลอดจนชุมชนที่อยู่แวดล้อมที่ตั้งขององค์กร เป็นต้น โดยประเด็นต่างๆ ที่กล่าวมานี้เป็นเรื่องสำคัญ และจำเป็นอย่างยิ่งที่บริษัทจดทะเบียนต้องคำนึงถึงในการดำเนินธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันที่ผลสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม่ได้วัดจากผลประกอบการเพียงอย่างเดียว หากแต่วัดจากการตอบสนองต่อความคาดหวังของสังคมด้วย ซึ่งจะมีส่วนสำคัญต่อความอยู่รอดและการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กรในอนาคต

ในการพัฒนาองค์กรให้เติบโตอย่างมั่นคง และมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมและประเทศให้ยั่งยืนนั้น บริษัทจดทะเบียนต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างต่อเนื่อง และกำหนดให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ แผนงาน และกระบวนการดำเนินงานที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับบริษัทจดทะเบียน

และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานธุรกิจขององค์กรให้ก้าวไปสู่การเจริญเติบโตอย่างเข้มแข็ง ที่สำคัญ ผู้บริหารองค์กรต้องสร้างสมดุลระหว่างการดำเนินธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคมควบคู่กันไป

สำหรับในประเทศไทยนั้น พบว่าบริษัทจดทะเบียนส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมในขอบเขตที่จำกัด และยังไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยอุปสรรคของบริษัทจดทะเบียนต่างๆ ในการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมคือ การขาดองค์ความรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม นอกจากนี้หลายบริษัทมีรูปแบบการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมที่มุ่งเน้นไปในการทำกิจกรรมเพื่อการให้การสนับสนุน และการพัฒนาชุมชน หรือสังคมภายนอกองค์กร และมักดำเนินการไม่ต่อเนื่อง ไม่มีการติดตามผลของกิจกรรม หรือมีการติดตามผลในระดับของผลลัพธ์ที่เกิดจากกิจกรรมเท่านั้น เช่น จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม จำนวนเงิน หรือสิ่งของที่นำไปบริจาค จำนวนต้นไม้ที่ปลูก เป็นต้น ซึ่งไม่ได้แสดงให้เห็นถึงการสร้างคุณค่าที่แท้จริงที่จะเกิดขึ้นในระยะยาว และไม่สามารถนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนที่แท้จริง

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

ของการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมตามลักษณะเฉพาะของแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมมาจัดทำหนังสือเล่มนี้ขึ้น เพื่อแนะนำแนวปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมให้แก่บริษัทจดทะเบียนในทุกกลุ่มอุตสาหกรรมในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai)

แนวปฏิบัติเล่มนี้มีการประมวลเนื้อหาสำคัญเกี่ยวกับความสำคัญของการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ประเด็นท้าทายที่บริษัทจดทะเบียนในกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร ต้องให้ความสำคัญต่อการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม และแนวปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร ประกอบด้วย การกำหนดพันธสัญญาและการนำองค์กร การกำหนดนโยบายและแผนแม่บทการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม การเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสีย การคัดเลือกประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม การพัฒนาแผนปฏิบัติการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม การปฏิบัติตามแผนความรับผิดชอบต่อสังคม การวัดผล การวิเคราะห์และการประเมินผลการดำเนินงาน และการจัดทำรายงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ตลอดจนมาตรฐานและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับลักษณะเฉพาะของกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร เพื่อให้บริษัทจดทะเบียนในกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรได้อย่างเหมาะสมต่อไป

ศูนย์พัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคม

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

มกราคม 2559

สารบัญ

บทที่ 1

**การดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียน
ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมเกษตร
และอุตสาหกรรมอาหาร** **9**

- 1. ความสำคัญของการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม** **10**
 - 1.1 ธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารต้องมีการดำเนินงาน
อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม 10
 - 1.2 ธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารได้ประโยชน์จากการ
ดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม 11
- 2. ประเด็นท้าทายที่ธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารต้องให้
ความสำคัญในการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม** **13**
 - 2.1 ลักษณะเฉพาะของธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร 13
 - 2.2 ประเด็นด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และบรรษัทภิบาล 15
 - 2.3 ประเด็นท้าทายในการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม
ของธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร 16

บทที่ 2

**แนวปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียน
ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมเกษตร
และอุตสาหกรรมอาหาร** **20**

- 1. การกำหนดพันธสัญญาและการนำองค์กร** **24**
 - 1.1 การกำหนดพันธสัญญา 24
 - 1.2 การนำองค์กร 29

2. การกำหนดนโยบายและแผนแม่บทการดำเนินงานด้าน	30
 ความรับผิดชอบต่อสังคม	
2.1 การกำหนดนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม	30
2.2 การกำหนดแผนแม่บทการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม	32
3. การเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสีย	33
3.1 การบ่งชี้ผู้มีส่วนได้เสียและประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม	34
3.2 การวิเคราะห์และลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสียและ ประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม	35
3.3 การวิเคราะห์ ทบทวน และการกำหนดวัตถุประสงค์ของการ เชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสีย	36
3.4 การวางแผนและการดำเนินการเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ของการเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสีย	38
3.5 การติดตามวัดผลและการประเมินผลกิจกรรมการเชื่อมโยง	38
3.6 การรายงานการเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสีย	38
4. การคัดเลือกประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม	39
5. การพัฒนาแผนปฏิบัติการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม	43
5.1 หลักการสำคัญในการกำหนดแผนปฏิบัติการด้านความรับผิดชอบต่อ สังคม	44
5.2 ลักษณะของการพัฒนาแผนปฏิบัติการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม	44
6. การปฏิบัติตามแผนปฏิบัติการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม	46
7. การวัดผล การวิเคราะห์และการประเมินผล	48
7.1 บทบาทสำคัญของระบบการวัดผล และการประเมินผล ที่มีต่อการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม	48
7.2 หลักการเกี่ยวกับการวัดผล	50
7.3 กรอบการวัดผลและการประเมินผลการปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อ สังคม	51
7.4 ขั้นตอนการวัดผลและการประเมินผล	53

8. การจัดทำรายงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม	54
8.1 ประเด็นที่ควรนำเสนอในรายงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม	54
ภาคผนวก	57
I. มาตรฐานและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับลักษณะเฉพาะของ	58
กลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	
ก) มาตรฐานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ISO 26000	58
ข) หลักปฏิบัติข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ United Nations Global Compact (UNGC)	59
ค) กรอบการรายงานด้านความยั่งยืนตามแนวทาง Global Reporting Initiative (GRI)	60
ง) เข็มทิศธุรกิจเพื่อสังคม	60
จ) แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ	61
ฉ) The CEO Water Mandate	62
ช) Carbon Footprint Labelling	62
II. กลุ่มอุตสาหกรรมในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	63
และตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai)	



บทที่ 1

การดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของ
บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
กลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร

1. ความสำคัญของการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม

1.1 ธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร ต้องมีการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม

ธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารมีความหมายครอบคลุมถึงการดำเนินธุรกิจการเกษตร เพื่อให้เกิดผลิตผลทางการเกษตร และจากการจัดหาเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบการแปรรูปโดยกระบวนการอุตสาหกรรม เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ตามต้องการ และเกิดการสูญญเปล่าที่น้อยที่สุด รวมทั้งการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ซึ่งส่วนใหญ่หมายถึง สินค้าประเภทอาหาร เครื่องดื่ม อาหารสัตว์ ปศุสัตว์ ผลิตภัณฑ์จากพืช ผลิตภัณฑ์ประมง เครื่องปรุงรสและซอส เป็นต้น โดยที่ธุรกิจการเกษตรหมายถึง การดำเนินงานทั้งหลายที่เกี่ยวกับการผลิต และการจัดจำหน่าย ปัจจัยการผลิตสินค้าเกษตร กิจกรรมการผลิตระดับไร่นา การเก็บเกี่ยว การแปรรูป การจัดจำหน่ายสินค้าเกษตร และผลิตภัณฑ์ที่ทำจากสินค้าเกษตร

ดังนั้น ธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารจึงมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของประชากรในสังคมอย่างสูง ซึ่งการเปลี่ยนแปลงทางสภาพสังคม สิ่งแวดล้อม เทคโนโลยี และกฎหมาย ล้วนแล้วแต่มีผลกระทบต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารทั้งกระบวนการอย่างมีนัยสำคัญ นับตั้งแต่การกำหนดพื้นที่เพาะปลูก ซึ่งบางประเภทอาจจำเป็นต้องใช้พื้นที่

ขนาดใหญ่ ก่อให้เกิดการบุกรุกและทำลายทรัพยากรดั้งเดิม หรือทำลายความหลากหลายทางชีวภาพในพื้นที่ รวมถึง อาจเกิดผลกระทบดังกล่าวต่อผู้มีส่วนได้เสียในวงกว้าง เนื่องจากสินค้าเกษตรที่รวมอาหารด้วย คือ ซีวิต และมีความเชื่อมโยงถึงกันทั้งหมด

1.2 ธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร ได้ประโยชน์จากการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม

การดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมก่อให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร ดังนี้

1) การสร้างความเข้าใจและการยอมรับจากสังคม ต่อการดำเนินธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร โดยเฉพาะประเด็นการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ การสร้างมูลค่าเพิ่ม การสร้างความมั่นคงและมั่นคงด้านการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร เพื่อทำให้เกิดการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจ และสังคมในภาพรวม

2) การสื่อสารและการเชื่อมโยงถึงผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งในรูปแบบของการสร้างความสำคัญ การดำเนินกิจกรรม และการทำให้เกิดความรู้สึที่ดีทั้งจากผู้บริโภค และผู้ได้รับผลกระทบ

3) การจัดการความเสี่ยง การจัดการด้านสังคม สิ่งแวดล้อม รวมถึงการมีบรรษัทภิบาลซึ่งมีความสำคัญกับธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารอย่างมาก เพื่อแสดงให้เห็นถึงการไม่เอาัดเอาเปรียบเกษตรกร ผู้ผลิต

รายย่อย ความรับผิดชอบ และความใส่ใจต่อผลกระทบที่ธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารเป็นผู้ก่อทั้งโดยทางตรงและทางอ้อม

4) การสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียของธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร โดยเฉพาะชุมชน และเกษตรกรท้องถิ่นที่ได้รับผลกระทบ

5) การสร้างความเชื่อมั่นสำหรับธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร ซึ่งเป็นปัจจัยจำเป็นต่อการดำรงชีวิต ดังนั้น จึงมีประเด็นเรื่องความห่วงใยต่อความปลอดภัย และปัญหาสุขภาพจากการบริโภคสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารทั้งโดยทางตรงและทางอ้อม

2. ประเด็นท้าทายสำคัญที่ธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร ต้องให้ความสำคัญในการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม

2.1 ลักษณะเฉพาะของธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร

- 1) เป็นธุรกิจที่ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ผืนดิน น้ำ และป่าไม้ ฯลฯ ซึ่งเป็นทรัพยากรที่ทุกคนมีส่วนร่วม และสามารถ ใช้ประโยชน์ได้เช่นกัน
- 2) เป็นธุรกิจที่มีส่วนสร้างผลกระทบ และทำลายสิ่งแวดล้อมรวมทั้งความหลากหลายทางชีวภาพจากการผลิตขนาดใหญ่ เช่น การใช้ปุ๋ยเคมีและยาฆ่าแมลง ทำให้เกิดการปนเปื้อนในดินและแหล่งน้ำ การปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ มีเทน ไนตรัสออกไซด์ จากกระบวนการผลิต การส่งเสริมปลูกพืชเชิงเดี่ยวเพื่อป้อนอุตสาหกรรม การนำเมล็ดพันธุ์พืชหรือพันธุ์สัตว์ที่ผ่านการตัดแต่งพันธุกรรมมาทดแทนพืช และสัตว์พื้นเมือง
- 3) เป็นธุรกิจที่ตกเป็นจำเลยในเรื่องการแย่งชิงทรัพยากรจากเกษตรกรรายย่อย ทั้งเรื่องของที่ดิน พันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ และแหล่งน้ำ

4) เป็นธุรกิจที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต และชนวนวัฒนธรรม ประเพณีของชุมชนเดิม เช่น การทำเกษตรแบบธรรมชาติหรือความหลากหลายของอาหารพื้นบ้าน

5) เป็นธุรกิจที่ก่อให้เกิดความเหลื่อมล้ำ และสร้างความเป็นธรรม โดยเฉพะการเอาไรด์เอาเปรียบในรูปแบบของเกษตรพันธสัญญา (contract farming) การผูกขาดปัจจัยการผลิต เช่น เมล็ดพันธุ์ การไม่ถ่ายโอนเทคโนโลยีให้กับเกษตรกร เป็นต้น

6) เป็นธุรกิจที่สังคมมองว่าเป็นระบบการผูกขาด และทุนขนาดใหญ่ เนื่องจากการดำเนินการส่วนใหญ่เชื่อมโยงกระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงผู้บริโภคโดยตรง

7) เป็นธุรกิจที่มีต้นทุน การปรับราคาขึ้นลงจึงเป็นไปตามต้นทุน และกระบวนการผลิต เช่น ปุ๋ยเคมี ยาฆ่าแมลง ราคาน้ำมันและค่าขนส่ง เป็นต้น ทั้งยังสามารถกำหนดราคาสินค้าได้เองเนื่องจากเป็นธุรกิจผูกขาด ทำให้ราคาสินค้าแพงขึ้นกว่าราคาที่แท้จริง

8) เป็นธุรกิจที่ผลิตสินค้าที่เกี่ยวข้องกับชีวิต ซึ่งเป็นปัจจัยที่จำเป็น และใช้เพื่อการบริโภคทั้งทางตรงและทางอ้อม จึงมีเรื่องของสุขภาพความปลอดภัยที่ธุรกิจต้องให้ความใส่ใจ และรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

2.2 ประเด็นด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และบรรษัทภิบาล

ประเด็นด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและบรรษัทภิบาลนับเป็นหัวข้อแรกของการวิเคราะห์ประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคมที่ธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารต้องดำเนินการ โดยเฉพาะประเด็นด้านเศรษฐกิจนั้นถือเป็นพื้นฐานแรกที่ธุรกิจทุกประเภทต้องคำนึงถึง เพราะการที่ธุรกิจจะดำรงอยู่ได้ต้องมีผลประกอบการที่ดี สร้างผลตอบแทนที่น่าพอใจให้กับผู้ถือหุ้น ผู้บริหาร พนักงาน และสร้างผลกระทบเชิงบวกให้กับระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ซึ่งในส่วนของประเด็นเศรษฐกิจนี้ ธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารอาจมีประเด็นย่อยที่เป็นความเสี่ยง หรือโอกาสเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้างในท้องถิ่น การลงทุนในสาธารณูปโภคพื้นฐานในพื้นที่ตั้งของสถานประกอบการ

สำหรับประเด็นบรรษัทภิบาล หรือการกำกับดูแลกิจการที่ดีนั้น มุ่งเน้นเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจที่ต้องกำกับด้วยหลักปฏิบัติสำคัญคือ การปฏิบัติที่สอดคล้องกับกฎหมาย การมีความรับผิดชอบต่อสามารถตรวจสอบได้ และการสร้างความโปร่งใส การกำหนดหลักปฏิบัติที่เป็นบรรษัทภิบาล หรือการกำกับดูแลกิจการที่ดีของธุรกิจเป็นหนทางสำคัญของการตรวจสอบ และควบคุมการดำเนินธุรกิจที่ส่งผลถึงเจ้าของกิจการ หรือผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้เสียของธุรกิจโดยตรง ซึ่งในประเด็นบรรษัทภิบาลนี้ ธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารอาจมีความเสี่ยงเกี่ยวข้องกับการกระทำที่ผิดกฎหมาย หรือสนับสนุนให้คู่ค้ากระทำการที่ผิดกฎหมาย การนำเสนอข้อมูลที่บิดเบือนแก่ผู้มีส่วนได้เสีย หรือการปฏิบัติงานแบบที่ไม่มียระบบการตรวจสอบ เป็นต้น

ในส่วนของประเด็นทางสังคม ธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารอาจมีประเด็นที่น่ากังวลเกี่ยวกับความเท่าเทียมกันระหว่างพนักงานชายและหญิง

ค่าตอบแทน สวัสดิการ การส่งเสริมให้ดำรงตำแหน่งผู้บริหาร การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน การละเมิดข้อมูลส่วนตัว หรือการสูญหายของข้อมูลลูกค้า เป็นต้น

ในขณะที่ประเด็นทางสิ่งแวดล้อม ธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารอาจมีความเสี่ยงโดยตรงในเรื่องของการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากการผลิต การใช้แหล่งน้ำร่วมกับชุมชน และการใช้พลังงานเป็นจำนวนมาก

ดังนั้น ก่อนที่ธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารจะพิจารณาประเด็นความท้าทาย หรือความเสี่ยงใดๆ ขององค์กรนั้น สามารถเริ่มต้นด้วยแนวคิด 4 เรื่องดังกล่าวข้างต้นเป็นพื้นฐาน โดยแต่ละเรื่องสามารถพิจารณาลงไปเป็นประเด็นปลีกย่อยได้อีกตามลักษณะเฉพาะ และองค์ประกอบของธุรกิจแต่ละประเภท

2.3 ประเด็นท้าทายในการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร

กรอบแนวคิดการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจเป็นหลักการสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร สามารถขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจควบคู่ไปกับการพัฒนาสังคม และการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม

แต่สิ่งสำคัญคือ การดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมต้องไปไกลกว่าเรื่องของความสมัครใจในการทำกิจกรรมพัฒนาสังคม เพียงเพื่อแสดงให้เห็นว่าธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารมีการทำดีในเรื่องต่างๆ เพื่อแลกกับการเป็นผู้สร้างผลกระทบนั้นๆ เช่น การบริจาคสิ่งของให้สังคม การให้

ทุนการศึกษา การจัดอาหารกลางวันให้นักเรียน หรือกิจกรรมอื่นๆ ที่กำหนดขึ้น เป็นครั้งตามกระแสของสังคมในเวลานั้นเพียงอย่างเดียว โดยที่กิจกรรมต่างๆ เหล่านั้นไม่ได้ก่อให้เกิดความเข้าใจ หรือลดผลกระทบสำคัญจากกระบวนการทางธุรกิจให้บรรเทา หรือน้อยลงแต่อย่างใด คงมีค่าเพียงแคเป็นการลงทุนเพียงเล็กน้อย เพื่อแลกมาซึ่งการตัดทวงผลประโยชน์ของธุรกิจเท่านั้นเอง โดยประเด็นท้าทายในการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร ประกอบด้วย

1) การเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่ถือว่าเป็นภาพรวมที่สำคัญคือ การคาดการณ์ถึงความต้องการอาหารที่เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากจำนวนประชากรโลกที่เพิ่มสูงขึ้นถึง 7 พันล้านคนในปี 2556 และคาดว่าในทุกๆ 5 ปี ประชากรจะเพิ่มขึ้นประมาณ 400 ล้านคน การเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรดังกล่าว ส่งผลต่ออุปสงค์ของอาหารเพิ่มขึ้นตามไปด้วย เนื่องจากพบว่าการที่จำนวนชนชั้นกลางเพิ่มขึ้นทำให้มีความต้องการบริโภคอาหารที่มีคุณภาพสูง ราคาแพง ส่งผลให้มีการใช้ทรัพยากรการผลิตสิ้นเปลืองเพิ่มขึ้น ดังนั้น จึงเป็นไปได้ที่อาจเกิดวิกฤติการณ์ด้านอาหาร เช่น การขาดแคลนอาหาร หรือราคาสินค้าเกษตรมีราคาแพง เป็นต้น

2) การเชื่อมโยงไปสู่ปัญหาพื้นที่การเกษตรหรือฐานทรัพยากรเดิมที่มีอย่างจำกัด อาจจะมีไม่เพียงพอสำหรับการผลิตในกระบวนการอุตสาหกรรม ทำให้ต้องขยายพื้นที่ ก่อให้เกิดการบุกรุกพื้นที่ป่า การรุกรานลำน้ำ เป็นประเด็นการสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในเชิงกว้าง

3) ที่มาของวัตถุดิบซึ่งเป็นต้นทางของธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร เช่น ในกรณีของเมล็ดพันธุ์ที่มีประเด็นข้อถกเถียงในการยอมรับผลทดลองทางวิทยาศาสตร์ของพืชที่ดัดแปลงพันธุกรรม หรือ GMOs การนำเทคโนโลยี

การเลี้ยงสัตว์ในฟาร์มปิด และเรื่องสิทธิบัตร ซึ่งเป็นที่มาของการครอบงำของธุรกิจต่อเกษตรกรรม จนทำให้เกิดการสูญหายของพันธุ์พืชและพันธุ์สัตว์พื้นเมือง

4) เกษตรสมัยใหม่ ที่มีเป้าหมายคือ การเพิ่มมูลค่าต่อสินค้า เพิ่มประสิทธิภาพ และเพิ่มการแข่งขัน แต่กลับไม่มีการลงทุนในด้าน R&D เพื่อการวิจัย และพัฒนากระบวนการอย่างจริงจัง โดยเฉพาะขาดการสนับสนุนจากภาครัฐ

5) กระบวนการเพาะปลูกที่สร้างผลกระทบต่อเกษตรกรดั้งเดิม ในรูปแบบของเกษตรพันธสัญญา ทำให้เกิดการแย่งชิงทรัพยากรสำคัญ เช่น ที่ดินขนาดใหญ่และน้ำ ซึ่งเคยเกิดเป็นประเด็นปัญหาระหว่างบริษัทผลิตเครื่องดื่มน้ำอัดลมกับชุมชนเล็กๆ กระทั่งนำไปสู่การต่อต้านการบริโภคสินค้ามาแล้ว

6) ผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม จากการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช และปุ๋ยเคมี ทำให้เกิดการปนเปื้อนในดิน และแหล่งน้ำ

7) ปัญหาสุขภาพความเสี่ยงในห่วงโซ่อาหาร ที่มีต่อผู้บริโภค ทั้งประเด็นความปลอดภัยด้านอาหาร การปนเปื้อนของจุลินทรีย์ และเชื้อแบคทีเรียที่เป็นสาเหตุสำคัญของโรคภัยไข้เจ็บ การตกค้างของสารเคมี ยาปฏิชีวนะและสารพิษ หรือการผลิตอาหารปลอม คุณภาพต่ำ เช่น กรณีนมผงปนเปื้อนสารปรอทจากการใช้เมลามีนเติมเป็นส่วนประกอบที่พบในประเทศจีน ส่งผลกระทบต่อปัญหาสุขภาพของประชากรในประเทศ และกระทบต่อเศรษฐกิจ ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าในต่างประเทศ

8) ประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมใหม่ๆ ที่เริ่มเกิดขึ้น เช่น ผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่มีผลทำให้สินค้า และผลิตภัณฑ์ด้านอาหารต้องเปิดเผยการปลดปล่อยคาร์บอน และการใช้น้ำ

ดังที่ได้กล่าวมานี้ จะทำให้มองเห็นภาพรวมผลกระทบที่มีอยู่ในธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารที่เป็นความเสี่ยงทั้งที่ธุรกิจประสบอยู่ และอาจมีความเสี่ยงใหม่ๆ ทั้งทางสังคม และข้อจำกัดของกฎระเบียบในพื้นที่ต่างๆ ที่ให้ความสำคัญต่อประเด็นความรับผิดชอบต่อซึ่งธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร ต้องใส่ใจ ระมัดระวัง เพื่อไม่ให้ประเด็นดังกล่าวกลายเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจในอนาคตได้



บทที่ 2

แนวปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท
จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
กลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร

ธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารถือได้ว่าเป็นธุรกิจที่มีผลกระทบทางสังคมสูงประเภทหนึ่ง โดยสามารถสร้างผลกระทบถึงระดับรายบุคคลที่เป็นผู้บริโภคทั้งในประเด็นด้านความปลอดภัยและคุณภาพชีวิตที่ดี และเป็นธุรกิจที่มีความอ่อนไหวทางสังคม เช่น หลักศาสนา วัฒนธรรม และความเชื่อ ที่ส่งผลต่อรูปแบบการบริโภคในแต่ละพื้นที่ ขณะเดียวกันธุรกิจเองก็มีความสามารถในการสร้างค่านิยมการบริโภคใหม่ๆ ให้กับสังคมได้ เช่น ค่านิยมการบริโภคอาหารปลอดภัย อาหารและเครื่องดื่มต่างชาติ เป็นต้น

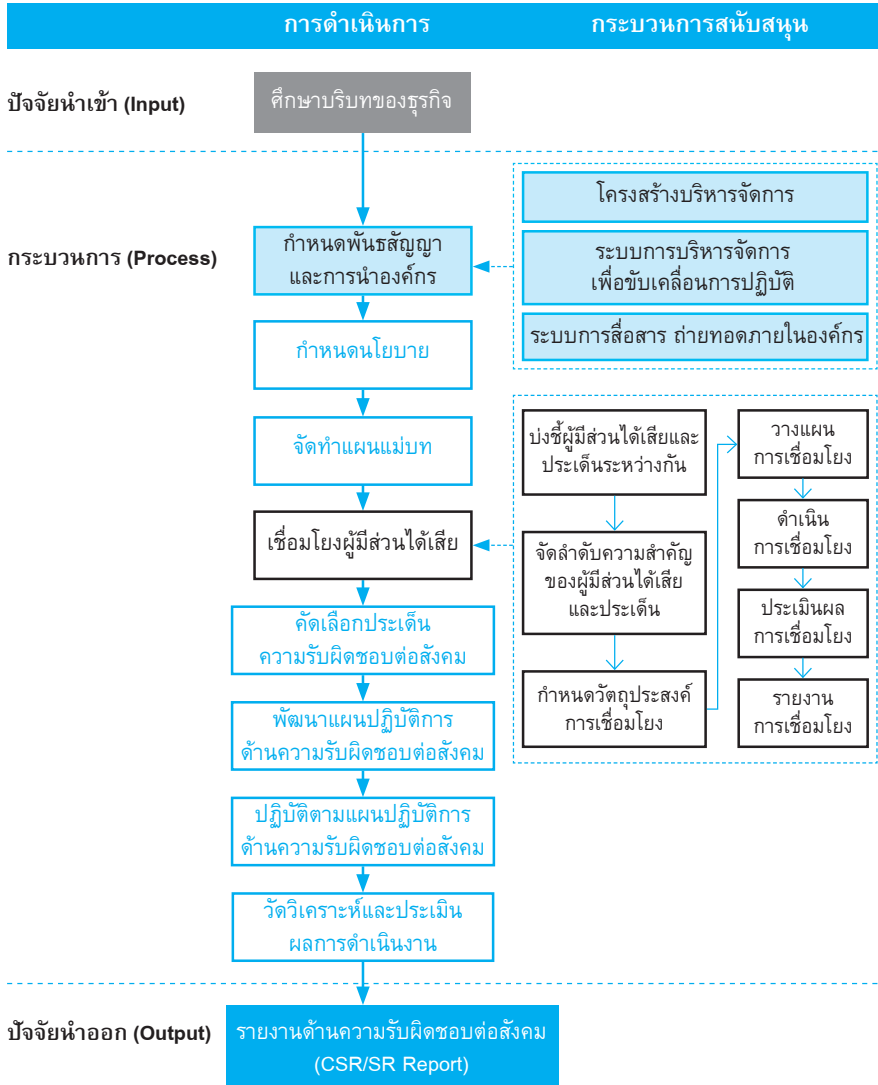
ในส่วนของอุตสาหกรรมการเกษตรก็เป็นฐานของสังคมส่วนใหญ่ในการเป็นแหล่งวัตถุดิบด้านอาหาร และผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่ต้องใช้พืชผลทางการเกษตรเป็นวัตถุดิบ การดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมที่ดีจึงเป็นสิ่งสำคัญ และเป็นความจำเป็นในสร้างความมั่นคงทางอาหาร ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญของการดำรงชีวิตของประชากรทุกคน

ดังนั้น ในการนำแนวคิดด้านการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมมาปฏิบัตินั้น ธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารต้องศึกษาลักษณะที่สำคัญและบริบทของธุรกิจทั้งภายในและภายนอกองค์กรเสียก่อน เช่น

- บริบทภายใน ได้แก่ ลักษณะของผู้ถือหุ้น โครงสร้างการบริหารจัดการ โครงสร้างบุคลากร สถานที่ตั้งกิจการ ผู้มีส่วนได้เสีย ห่วงโซ่อุปทานของกิจการ เป็นต้น
- บริบทภายนอก ได้แก่ แนวคิดด้านความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งในระดับสากล และระดับท้องถิ่นในปัจจุบัน มาตรฐานและระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับสากล และระดับท้องถิ่น การปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจประเภทเดียวกัน เป็นต้น

เพื่อนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้กำหนดเนื้อหาต่างๆ ของการดำเนินงานอันได้แก่ พันธสัญญา เป้าหมายของการสร้างการเปลี่ยนแปลง การวางแผนงานระดับต่างๆ ไปจนถึงการประเมินผลการปฏิบัติเพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงและพัฒนาแผนการดำเนินงานต่อไป

ขั้นตอนสำคัญของแนวปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ในกระบวนการดำเนินธุรกิจหลัก



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

โดยแต่ละขั้นตอนมีรายละเอียดดังนี้

1) การกำหนดพันธสัญญาและการนำองค์กร

1.1 การกำหนดพันธสัญญา

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

• เจาะใจสำคัญต่อความสำเร็จในการสร้างแรงบันดาลใจผ่านการกำหนดพันธสัญญา

1) การส่งผ่านพันธสัญญาขององค์กรจากผู้นำองค์กร และผู้บริหารระดับสูงไปสู่พนักงานทุกระดับทั่วทั้งองค์กร

2) การสร้างความชัดเจนถึงการเชื่อมโยงของค่านิยมหลักขององค์กรกับค่านิยมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งได้รับการยอมรับว่าจะสามารถนำไปสู่การปฏิบัติที่มีคุณค่า

3) การเชื่อมโยงกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม เพื่อให้มีการนำความคิดเห็นหรือประเด็นที่ได้รับความสนใจ และห่วงใยจากผู้มีส่วนได้เสียเข้าไปสู่กระบวนการสร้างวิสัยทัศน์ และการกำหนดกลยุทธ์ธุรกิจขององค์กร

การกำหนดพันธสัญญาดังกล่าวมีประโยชน์อย่างยิ่งต่อการสร้างความมุ่งมั่นให้กับพนักงานในองค์กร ทำให้พนักงานทุกคนตระหนักว่าแต่ละคนมีความสำคัญต่อการมุ่งไปสู่จุดหมาย สร้างความรู้สึกผูกพัน มุ่งมั่นปฏิบัติตามด้วยความเต็มใจ ทำทลาย เกิดความหมายในการทำงาน

ทั้งนี้ การกำหนดพันธสัญญามักจะครอบคลุมถึงการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย และค่านิยมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ซึ่งไม่ได้เป็นการกำหนดความมุ่งมั่นเพื่อทำให้องค์กรมีเป้าหมายสูงกว่าการขายสินค้าเพื่อทำกำไรให้กับผู้ถือหุ้นเพียงอย่างเดียว หากแต่มีการคำนึงถึงสมมติฐานที่เป็นบริบทด้านความยั่งยืนของธุรกิจในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมรวมอยู่ด้วย เช่น สถานการณ์ทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ จำนวนประชากร สภาพสังคม ฯลฯ ความท้าทายทางสังคมที่มีต่อธุรกิจนั้นๆ ซึ่งได้แก่ ปัญหาทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ฯลฯ

• พันธสัญญาของธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารควรกำหนดอยู่ บนสมมติฐานความท้าทายทางสังคมที่สำคัญ

1) จำนวนประชากรโลกที่เพิ่มขึ้นมากกว่า 7 พันล้านคนนับตั้งแต่ปี 2555 และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มจำนวนมากขึ้นอีก ซึ่งนั่นหมายถึงความต้องการอาหารที่เพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย

2) คุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร ผู้บริโภคในปัจจุบันทุกคนไม่ได้ต้องการปริมาณอาหารเพิ่มขึ้น แต่ต้องการอาหารที่มีคุณภาพดีขึ้นในปริมาณที่เพียงพอ

3) การเข้าถึงอาหารและโภชนาการที่ดี ปัจจุบันยังคงมีประชากรบางกลุ่มไม่สามารถเข้าถึงอาหารได้อย่างพอเพียง ไม่สามารถเข้าถึงอาหารที่สะอาด ปลอดภัย รวมทั้งไม่สามารถเข้าถึงอาหารที่ทำให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

4) การลดลงของพื้นที่การเกษตรที่ถูกนำไปใช้เป็นพื้นที่อุตสาหกรรมและที่อยู่อาศัย

5) การเกษตรสำหรับพืชด้านอาหารเริ่มลดน้อยลง โดยเกษตรกรเริ่มใช้พื้นที่ไปกับพืชเพื่ออุตสาหกรรม เช่น การปลูกยางพารา ปาล์มน้ำมัน และมันสำปะหลัง เพื่อเป็นวัตถุดิบและพลังงานเชื้อเพลิง เป็นต้น

• พันธสัญญาของธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารควรแสดงให้เห็นสิ่งสำคัญ ดังนี้

1) ภาพการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจและสังคมที่จะเกิดขึ้นในอนาคตจากการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

- 2) การเชื่อมโยงวิสัยทัศน์กับค่านิยมหลักขององค์กรที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นสิ่งที่นำไปสู่การปฏิบัติที่สำคัญในธุรกิจ
- 3) การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียของธุรกิจและคุณค่าที่จะได้รับร่วมกัน

• **หลักสำคัญในการกำหนดพันธสัญญาด้านความรับผิดชอบต่อสังคม**

- 1) สร้างการมีส่วนร่วมกับคณะกรรมการ ผู้นำ ผู้บริหารระดับสูงและพนักงานขององค์กร เพื่อร่วมกันมองหาเป้าหมาย และบทบาทขององค์กรเพื่อการเปลี่ยนแปลง และสร้างผลกระทบในเชิงบวกให้กับสังคม
- 2) สร้างการเชื่อมโยงกับคุณค่าหลักขององค์กรที่นำไปสู่การปฏิบัติที่สร้างคุณค่าเชิงบวก และได้รับการยอมรับในระดับสากล
- 3) สร้างการเชื่อมโยงกับผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้องค์กรได้รับความคิดเห็นและประเด็นที่เป็นความสนใจ ความห่วงใย จากผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อนำไปสู่การสร้างพันธสัญญาที่มุ่งดำเนินธุรกิจเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียได้อย่างสมดุล

หลักการข้างต้นดังกล่าวเป็นการสนับสนุนธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารให้พัฒนาวิสัยทัศน์และเป้าหมาย เพื่อให้ตอบคำถามสำคัญได้ว่าธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารควรสร้างการเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นได้อย่างไร และการเปลี่ยนแปลงนั้นทำให้บริบทด้านความยั่งยืนในมิติต่างๆ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของทั้งธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร และสังคมโดยรวมดีขึ้นได้หรือไม่ ดังนั้น วิสัยทัศน์จึงเป็นตัวกำหนดทิศทางให้กับองค์กร และเป็นสิ่งสำคัญที่นำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์เพื่อสร้างการปฏิบัติที่ช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ในอนาคต

ตัวอย่างพันธสัญญาด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของ ธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร

บริษัท เนสท์เล่

บริษัท เนสท์เล่ เห็นความสำคัญของธุรกิจที่มีเป้าหมายในการส่งมอบอาหารที่ปลอดภัย มีโภชนาการเพื่อทำให้ชีวิตของผู้คนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น พันธสัญญาของบริษัท เนสท์เล่ จึงมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจเพื่อส่งมอบอาหารที่ดีชีวิตที่ดีให้กับทุกคนในสังคม และจะทำให้บริษัทได้รับการยอมรับในฐานะผู้นำในการสร้างโภชนาการ สุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีให้กับสังคม รวมถึงการมีผลประกอบการที่ดีด้วยเช่นกัน

บริษัท อ่าพลฟู้ดส์ โพรเซสซิ่ง จำกัด

ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารกล่องสำเร็จรูปอย่างกะทิขาวเกาะ อาหารสำเร็จรูป รอยไทย เป็นต้น เห็นความสำคัญของความท้าทายด้านอาหารในการบริโภคที่ดีขึ้น ดีต่อสุขภาพ ดีต่อการใช้ชีวิต ปรารถนาในการดำเนินธุรกิจของบริษัท จึงมุ่งสร้างนวัตกรรมทางอาหารที่ทำให้สุขภาพของผู้บริโภคดีขึ้น จึงได้พัฒนาสินค้าในแบรนด์ Good Life ซึ่งเป็นเครื่องปรุงอาหารประเภทน้ำปลา น้ำจิ้ม ซอสปรุงรส กะทิ ที่ลดส่วนผสมของโซเดียมและน้ำตาล เพื่อให้ผู้ที่มีปัญหาทางด้านสุขภาพและผู้รักสุขภาพโดยทั่วไป สามารถบริโภคอาหารที่มีรสชาติดีแต่ยังคงไว้ซึ่งการดูแลสุขภาพที่ดีด้วยเช่นกัน

1.2 การนำองค์กร

ผู้นำองค์กรมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการกำหนดทิศทางการพัฒนาองค์กร เพื่อนำไปสู่เป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งนอกจากการกำหนดทิศทางผ่านพันธสัญญาดังกล่าวแล้ว ยังต้องแสดงบทบาทในการนำองค์กรอีกด้วย เพื่อเป็นการกระตุ้น และสร้างขวัญกำลังใจให้กับพนักงานในองค์กร

โดยบทบาทในการนำองค์กรควรครอบคลุมถึงเรื่องดังต่อไปนี้

1) กำหนดให้องค์กรมีโครงสร้างการบริหารจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมที่ชัดเจน โดยมีหน่วยงานที่รับผิดชอบในการส่งเสริม และเชื่อมโยงแนวปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมให้เกิดขึ้นทั่วทั้งองค์กร รวมถึงเชื่อมโยงไปยังผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญทั้งหมดขององค์กรในรูปแบบต่างๆ เช่น คณะกรรมการ กลุ่มดำเนินงาน หรือผู้แทน CSR ของหน่วยงานเพื่อทำหน้าที่ขับเคลื่อนนโยบาย

2) ออกแบบระบบการกำกับดูแลการปฏิบัติ ได้แก่

- ระบบการบริหารจัดการ
- ระบบการติดตามงานและการประเมินผล
- ระบบสนับสนุนที่ทำให้องค์กรสามารถขับเคลื่อนทุกส่วนให้ดำเนินงานตามแนวทางการรับผิดชอบต่อสังคมที่องค์กรได้ให้พันธสัญญาไว้ เช่น ระบบการประเมินผลผู้ปฏิบัติงาน ระบบการให้รางวัลและการลงโทษ ระบบการสร้างการมีส่วนร่วมของพนักงานในองค์กร เป็นต้น

3) สื่อสารและถ่ายทอดวิสัยทัศน์ ค่านิยม เป้าหมาย ทิศทางและคุณค่าของความรับผิดชอบต่อสังคมให้กับพนักงาน ลูกค้า ผู้บริโภค และ

ผู้มีส่วนได้เสียสำคัญขององค์กรเพื่อโน้มน้าว และชักจูงให้เห็นถึงความสำคัญของการมีความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

4) มีส่วนร่วมกับหน่วยงานและพนักงานในการมีความรับผิดชอบต่อสังคมตั้งแต่การคิด การตัดสินใจ การร่วมกิจกรรม จนถึงการประเมินความสำเร็จ

2. การกำหนดนโยบายและแผนแม่บทการดำเนินงานด้าน ความรับผิดชอบต่อสังคม

2.1 การกำหนดนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม

การกำหนดนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นการแสดงหลักการกรอบความคิด และแนวทางการดำเนินงานที่บอกให้ทราบถึงทิศทางในการเปลี่ยนแปลงองค์กรไปสู่องค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นการแสดงการตัดสินใจ หรือความตั้งใจของผู้นำองค์กร หรือผู้บริหารระดับสูง เพื่อให้พนักงานและผู้มีส่วนได้เสียเกิดความตระหนัก โดยเฉพาะสำหรับพนักงานแล้ว เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างการบริหารจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในองค์กรต่อไป นอกจากนี้ การกำหนด และประกาศนโยบายยังเป็นจุดเริ่มต้นของการขับเคลื่อนในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างเป็นรูปธรรมอีกด้วย

ตัวอย่างนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมของ ธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร

บริษัท อาหารสยาม จำกัด (มหาชน)

บริษัทมีความมุ่งมั่น และตั้งปณิธานที่จะเป็นผู้นำในการผลิตอาหารที่มีคุณภาพปลอดภัย รักษาสภาพแวดล้อม อาชีวอนามัย ความปลอดภัย และความรับผิดชอบต่อสังคมตามมาตรฐานสากล ซึ่งพนักงานทุกคนมีส่วนร่วมเพื่อเป็นที่พอใจของลูกค้าและประชาคมโลก ดังนั้น เพื่อให้บรรลุนโยบายดังกล่าว บริษัทจะ

1. ปฏิบัติตามข้อกำหนดทั้งหมดในมาตรฐาน SA8000 และปฏิบัติให้สอดคล้องกับกฎหมายแห่งชาติ รวมถึงกฎหมายและข้อกำหนดอื่นๆ ที่บริษัทถือใช้อยู่ รวมทั้งเคารพต่อทบทบัญญัติสากลและการตีความ
2. ฝึกอบรมและสร้างจิตสำนึกด้านความรับผิดชอบต่อสังคมให้พนักงาน และให้มีส่วนร่วมในกิจกรรมของบริษัท โดยคัดเลือกตัวแทนที่ไม่ใช่ฝ่ายบริหารเพื่อรับผิดชอบ และอำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับผู้บริหารระดับสูง
3. ส่งเสริมและสนับสนุนลูกค้า และคู่สัญญาในการจัดหาวัตถุดิบ และบริการที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในการดำเนินการตามมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมด้วย
4. ตรวจสอบ และปฏิบัติการแก้ไขแก่ลูกค้าและผู้สนใจอื่นๆ เกี่ยวกับความไม่สอดคล้องกับนโยบายตามมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคม รวมทั้งงดเว้นไม่ให้มีการลงโทษ โยกย้ายปลดออก และกีดกันลูกจ้างคนใดในการให้ข้อมูลที่เกี่ยวกับมาตรฐานนี้

5. เปิดเผยข้อมูล และการดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม
ต่อสาธารณชน และนำข้อมูลมาพัฒนาปรับปรุงอยู่เสมอ

เพื่อให้บรรลุนโยบายข้างต้น ผู้บริหารจะให้พนักงานและลูกจ้างทุกคน
เข้าใจและสามารถนำไปปฏิบัติอย่างจริงจัง

ที่มา : <http://www.siamfood.co.th>

2.2 การกำหนดแผนแม่บทการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

การดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมมีเป้าหมายในการสร้าง
คุณค่าทั้งในระยะสั้นและระยะยาว การนำแนวคิดนี้ไปปฏิบัติจึงต้องมีความ
ต่อเนื่อง สร้างความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลระหว่างกิจกรรมกับคุณค่าทาง
เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่ได้จากการปฏิบัติอย่างมีความรับผิดชอบต่อ
สังคม การกำหนดแผนแม่บทความรับผิดชอบต่อสังคมจึงเป็นการมอง
กระบวนการพัฒนาเชิงระบบ เพื่อให้ความรับผิดชอบต่อสังคมถูกบูรณาการ
เข้าไปสู่กระบวนการประกอบธุรกิจในทุกขั้นตอน และกลายเป็นการปฏิบัติ
ประจำวัน และพัฒนาเป็นระบบการดำเนินงานที่ยึดอยู่กับเป้าหมาย และ
พันธสัญญาที่องค์กรกำหนดไว้

แผนแม่บทการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นแผน
ระยะยาวที่ใช้เป็นต้นแบบหลักในการวางแผนปฏิบัติที่แสดงทิศทางการดำเนินงาน
ที่มีลักษณะเป็นนามธรรม จึงควรครอบคลุมในประเด็นต่างๆ ประกอบด้วย

- แนวคิดและความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร
- เป้าหมายสูงสุดด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

- กรอบการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งแสดงถึงประเด็นทางสังคม และสิ่งแวดล้อมที่มุ่งเน้นเฉพาะธุรกิจขององค์กร
- แนวปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่แสดงถึงแนวทางการดำเนินการของประเด็นทางสังคม และสิ่งแวดล้อมต่างๆ ที่ระบุไว้ในกรอบการดำเนินงาน
- ทิศทางและกลยุทธ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

3. การเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสีย

ธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารนั้นมีการเชื่อมโยงกันอย่างแนบแน่นในห่วงโซ่คุณค่า โดยธุรกิจเกษตรเป็นผู้มีส่วนได้เสียในการเป็นผู้ผลิตวัตถุดิบให้กับธุรกิจอาหาร ในขณะที่ธุรกิจอาหารก็เป็นลูกค้าของธุรกิจเกษตร นอกจากนี้ยังมีกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ ที่สำคัญเช่น ชุมชน สังคม องค์กรภาครัฐ NGO องค์กรระหว่างประเทศ ทั้งสองกลุ่มธุรกิจจึงเป็นผู้ที่มีส่วนได้เสียที่สำคัญต่อปัจจัยความสำเร็จที่ยั่งยืนระหว่างกัน

ดังนั้น การเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสียจึงเป็นแนวปฏิบัติสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารมองเห็น และเข้าใจถึงลักษณะของผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม ตระหนักถึงความสัมพันธ์ในประเด็นที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมากกว่ามิติของการเป็นผู้ผลิตและลูกค้า แต่ยังรวมถึงมิติในเชิงผลกระทบ และการพึ่งพากัน และนำไปสู่กระบวนการเชื่อมโยง เพื่อสร้างการสนับสนุนการประกอบธุรกิจทั้งในระยะสั้นและระยะยาวได้อย่างมั่นคง

ขั้นตอนสำคัญของกระบวนการเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสียของธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มีดังนี้

3.1 การบ่งชี้ผู้มีส่วนได้เสียและประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม

เป็นขั้นตอนที่ทำให้ธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารมองเห็นผู้มีส่วนได้เสียที่เชื่อมโยงกับธุรกิจในประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคมต่างๆ ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมในกระบวนการประกอบธุรกิจ ดังนี้

1) การกำหนดกรอบกระบวนการประกอบธุรกิจ โดยการชี้แจงห่วงโซ่อุปทาน หรือห่วงโซ่คุณค่า เพื่อใช้เป็นแนวทางในการบ่งชี้ผู้มีส่วนได้เสีย และประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคมที่เชื่อมโยงระหว่างกัน

2) การบ่งชี้ผู้มีส่วนได้เสียและประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อศึกษา สืบสวนผู้มีส่วนได้เสีย และประเด็นที่เชื่อมโยงกันตามกรอบกระบวนการประกอบธุรกิจที่กำหนดไว้ รวมถึงพิจารณาผลกระทบที่มีระหว่างกันจากกระบวนการประกอบธุรกิจ ซึ่งจะทำให้ธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารมองเห็นผู้มีส่วนได้เสียในแต่ละจุดของกระบวนการ และประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคมในมิติต่างๆ ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่เชื่อมโยงธุรกิจกับผู้มีส่วนได้เสียเข้าด้วยกัน โดยใช้วิธีการต่างๆ ในการบ่งชี้ผู้มีส่วนได้เสีย และประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น การสัมภาษณ์ การสาธิต การจัดทำประชุมกลุ่มย่อย การลงสำรวจพื้นที่ ฯลฯ โดยตัวอย่างขั้นตอนการดำเนินงาน เช่น

- บริษัทผู้ผลิตอาหารส่งออกกำหนดกรอบการศึกษาผู้มีส่วนได้เสีย และประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคมตามห่วงโซ่อุปทาน แล้วจึงกำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียเบื้องต้นในกระบวนการ ตั้งแต่เกษตรกรผู้ผลิตวัตถุดิบ ผู้รับจ้างขนส่งสินค้าจากเกษตรกรมาสู่โรงงานของบริษัท พนักงานที่ทำการแปรรูปผลิตภัณฑ์ในโรงงาน ชุมชนรอบโรงงาน ตัวแทนจัดจำหน่าย ผู้ส่งสินค้า

ลูกค้าในประเทศและต่างประเทศ ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าปลีก ผู้บริโภคและครอบครัว ผู้กำกับจัดชยะ เป็นต้น

- ลงพื้นที่เพื่อสัมภาษณ์เก็บข้อมูลและจัดประชุมกลุ่มย่อยเพื่อ บังชี้ประเด็นผลกระทบทั้งทางลบและทางบวกที่เป็นข้อห่วงใย ข้อกังวล ความคาดหวังร่วมกัน
- จัดทำข้อมูลและรายละเอียดของผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ฐานะเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ความเชื่อ ค่านิยม และทัศนคติที่มีต่อธุรกิจ

ซึ่งการศึกษาอาจพบว่าผู้ผลิตซึ่งเป็นเกษตรกรต้องการให้ธุรกิจเพิ่มความรับผิดชอบต่อประเด็นของการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม การค้าอย่างเป็นธรรม เกษตรกรที่อาศัยอยู่ในชุมชนโดยรอบ คาดหวังให้ธุรกิจพัฒนาชุมชนในด้านต่างๆ เช่น การศึกษา สาธารณูปโภคพื้นฐาน การทำนุบำรุงศาสนา ลูกค้าในกลุ่มยุโรปมีความต้องการใหม่ๆ นอกเหนือจากคุณสมบัติด้านคุณภาพของสินค้าแล้วยังต้องการให้ธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารให้ความสำคัญกับคุณสมบัติทางสิ่งแวดล้อม เช่น การปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์และการใช้น้ำตลอดห่วงโซ่อุปทานของสินค้า เป็นต้น

3.2 การวิเคราะห์และลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสียและประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม

เป็นขั้นตอนหลักสำคัญที่ทำให้ธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารเห็นถึงความจำเป็นเร่งด่วนของแต่ละประเด็นที่ต้องดำเนินการตอบสนอง ได้แก่

- 1) ลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสีย โดยกำหนดเงื่อนไขข้อบ่งชี้ต่างๆ ที่เหมาะสมกับธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร เช่น อิทธิพล และ

ความสนใจของผู้มีส่วนได้เสียที่มีต่อธุรกิจ หรือผลประโยชน์ และการพึ่งพาระหว่างกัน ความรับผิดชอบที่ธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารต้องมีต่อผู้มีส่วนได้เสียตามกฎหมาย เป็นต้น เพื่อนำไปสู่การลำดับผู้มีส่วนได้เสียที่มีความสำคัญต่อองค์กร

2) ลำดับความสำคัญของประเด็นที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสียและธุรกิจ ว่าแต่ละประเด็นที่ได้แบ่งซึ่งจากขั้นตอนการประกอบธุรกิจนั้นมีระดับความสำคัญมากน้อยเพียงใด โดยองค์กรต้องกำหนดเงื่อนไขในการแบ่งซึ่งระดับความสำคัญ เช่น พิจารณาจากผลกระทบที่เกิดขึ้น ช่วงเวลาของการเกิดผลกระทบในระยะสั้นและระยะยาว ผลกระทบที่มีต่อเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม เป็นต้น ทั้งนี้เกษตรกรถือเป็นผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญของธุรกิจ เพราะสามารถสร้างผลกระทบสูงรวมถึงเป็นผลกระทบด้านการเงินของธุรกิจในระยะสั้นด้วยเช่นกัน หากเกษตรกรซึ่งเป็นผู้ผลิตรายย่อยให้กับธุรกิจการเกษตรดังกล่าวไม่สามารถสร้างผลผลิตที่ดี และไม่สามารถส่งมอบวัตถุดิบที่มีคุณภาพให้กับอุตสาหกรรมอาหารได้

3) จับคู่ระหว่างประเด็นและผู้มีส่วนได้เสียกับกระบวนการประกอบธุรกิจ เพื่อจัดลำดับความสำคัญ เช่น การหาประเด็นที่มีผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญ ประเด็นที่สร้างผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจได้ในระยะสั้น ซึ่งถือว่าเป็นประเด็นที่ต้องให้ความสำคัญกับการตอบสนองเป็นลำดับต้นๆ เพื่อป้องกันความเสียหาย หรือเพื่อสร้างคุณค่าให้กับธุรกิจ

3.3 การวิเคราะห์ ทบทวน และการกำหนดวัตถุประสงค์ของการเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสีย

เป็นขั้นตอนที่ธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารจะนำประเด็นที่ได้รับการระบุว่ามีความสำคัญสูงต่อผู้มีส่วนได้เสีย และต่อการประกอบธุรกิจมาพิจารณาทบทวนว่าการตอบสนองที่ดำเนินการอยู่นั้นจัดอยู่ในประเภทใดดังต่อไปนี้

1) การตอบสนองเชิงตั้งรับ หมายถึง การพิจารณาการตอบสนองต่อข้อเรียกร้อง หรือข้อร้องเรียนเป็นครั้งๆ โดยยังไม่มีกระบวนการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ

2) การตอบสนองแบบมีกระบวนการ หมายถึง การดำเนินการตอบสนองอย่างเป็นกระบวนการ นับตั้งแต่การได้รับการเรียกร้อง ดำเนินการตอบสนอง ติดตาม และประเมินผล แต่องค์กรยังไม่ได้มีการนำไปสู่ระบบการบริหารจัดการขององค์กร

3) การตอบสนองเชิงกลยุทธ์ หมายถึง การพัฒนาเป็นระบบที่มีหน่วยงานรับผิดชอบในการศึกษา พัฒนาแนวทางในการตอบสนองอย่างเป็นกระบวนการ มีการวัดผล และประเมินการตอบสนองเพื่อนำไปสู่การพัฒนาเป็นกลยุทธ์ขององค์กรเพื่อให้ฝ่ายต่างๆ ดำเนินการร่วมกัน

โดยธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารควรวิเคราะห์ถึงความพอเพียงของผลลัพธ์และคุณค่าที่ได้จากการดำเนินการเชื่อมโยงที่ผ่านมา เพื่อทบทวนวัตถุประสงค์ของการเชื่อมโยง และพัฒนาแนวทางการตอบสนองต่อประเด็นใหม่ให้เหมาะสมและพอเพียงในการสร้างคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมดอย่างสมดุล

ทั้งนี้วัตถุประสงค์ของการเชื่อมโยงนั้น ควรกำหนดให้สอดคล้องและส่งเสริมต่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจขององค์กร เช่น

- วัตถุประสงค์ทางธุรกิจ เพื่อจัดตั้งโรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์เกษตรในพื้นที่ภายใน 2 ปี
- วัตถุประสงค์การเชื่อมโยง เพื่อให้ได้มาซึ่งการยอมรับของชุมชนต่อโครงการใหม่ของบริษัท

3.4 การวางแผนและการดำเนินการเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสียเพื่อตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ของการเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสีย

ธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารสามารถดำเนินงานในขั้นตอนนี้ได้หลายรูปแบบขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการเชื่อมโยงที่กำหนดไว้ เช่น

- การสานเสวนา
- การประชุมร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย
- การแถลงนโยบายเพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียทราบถึงพันธสัญญาและแนวทางในการปฏิบัติที่มีความรับผิดชอบของธุรกิจ เช่น บริษัทด้านอาหารจัดประชุมโดยเชิญผู้ส่งมอบวัตถุดิบทางการเกษตรและ NGO เข้าร่วมเพื่อประกาศนโยบายว่าบริษัทจะสนับสนุนวัตถุดิบทางการเกษตรที่ไม่ปลูกในพื้นที่บุกรุกป่า เป็นต้น

3.5 การติดตามวัดผลและการประเมินผลการเชื่อมโยง

ขั้นตอนนี้เป็นการพิจารณาว่าสิ่งที่ธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารได้ดำเนินการไปนั้นเพียงพอต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย และสามารถตอบเป้าหมายทางกลยุทธ์ของธุรกิจได้หรือไม่

3.6 การรายงานการเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสีย

เป็นขั้นตอนของการพัฒนาการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและกลยุทธ์ขององค์กร โดยองค์กรสามารถจัดประชุมเพื่อนำเสนอแนวทางและผลการเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสียให้กับผู้บริหารระดับสูงของทุกฝ่ายงาน เพื่อเตรียมจัดทำแผน แนวทางและกลยุทธ์ของธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารในระดับต่างๆ ที่ตอบสนองต่อความต้องการ และนำไปสู่การสนับสนุนอันดีจากผู้มีส่วนได้เสีย

4. การคัดเลือกประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม

ประเด็นที่ธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารมุ่งเน้นในการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการแสดงออก ซึ่งมาจากการศึกษาถึงลักษณะของธุรกิจ บริบทแวดล้อมทางสังคม กรอบแนวทางมาตรฐานสากล ซึ่งเป็นการผสมผสานให้ธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารสามารถตอบสนองต่อเป้าหมาย กลยุทธ์การประกอบธุรกิจ ความสนใจและความห่วงใยของผู้มีส่วนได้เสียทั้งในระดับท้องถิ่น และระดับสากล

ข้อควรพิจารณาในการกำหนดประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม

- 1) ผลกระทบทางการเงินในระยะสั้นของธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร
- 2) ข้อกังวล ข้อห่วงใย และความสนใจของผู้มีส่วนได้เสียต่อประเด็นที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารในพื้นที่ที่ดำเนินธุรกิจ และจากกระบวนการเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสีย เช่น การสำรวจ สัมภาษณ์ การประชุมกลุ่ม การให้คำปรึกษาจากผู้มีส่วนได้เสีย เป็นต้น
- 3) หลักมาตรฐาน และกฎระเบียบในระดับสากลของธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร
- 4) บรรทัดฐานในการปฏิบัติของธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร

โดยธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารสามารถนำประเด็นทั้งหมดนี้ มาพิจารณา เพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางเป้าหมายของการประกอบธุรกิจที่ได้ กำหนดไว้ และเพื่อสร้างสมดุลระหว่างความต้องการทางธุรกิจและสังคม ซึ่งธุรกิจ เกษตรและอุตสาหกรรมอาหารสามารถนำแนวทาง และเครื่องมือการบริหาร จัดการ หรือหลักการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเข้ามาใช้ในการเลือกได้ เช่น แนวทางการกำหนดประเด็นกลยุทธ์ของธุรกิจ ซึ่งสามารถพิจารณาประเด็น ได้ใน 3 ระดับด้วยกัน คือ

1) **ประเด็นพื้นฐานโดยทั่วไป** คือ การพิจารณาลักษณะของประเด็น ความรับผิดชอบต่อธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารทุกประเภทต้องปฏิบัติ

2) **ประเด็นที่เป็นความมุ่งเน้นของธุรกิจ** คือ การพิจารณาประเด็น มุ่งเน้นของธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารทุกประเภท โดยพิจารณาจาก ผลกระทบ และคุณค่าที่เกิดขึ้นจากห่วงโซ่คุณค่า หรือห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งมีความ แตกต่างกันในแต่ละประเภทของธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร เช่น การรักษาความลับข้อมูลลูกค้า การบริหารจัดการความเสี่ยง เป็นต้น

3) **ประเด็นที่เป็นลักษณะเฉพาะและเป็นความเด่นชัด** คือ การ พิจารณาประเด็นที่ทำให้ธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารสามารถสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขัน นอกเหนือจากประเด็นที่เป็นพื้นฐานของการมี ความรับผิดชอบต่อสังคมทั่วไป เช่น การพัฒนานวัตกรรมด้านการเก็บรักษา ความสดของอาหาร เป็นต้น

นอกจากนี้ ธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารยังมีประเด็นมุ่งเน้น ทางสังคมสำหรับผู้บริโภคที่เป็นผู้มีส่วนได้เสียหลักของธุรกิจอีกด้วย อันได้แก่

1. การตรวจย้อนกลับถึงแหล่งที่มาของอาหาร ธุรกิจอาหารในปัจจุบันมีความอ่อนไหวค่อนข้างสูงจากกรณีต่างๆ เช่น การปนเปื้อนของสารไดออกซินในเนื้อไก่ โรคเชื้ออหิวา หรือแม้แต่กรณีของการติดต่อพันธุกรรมซึ่งยังเป็นที่ถกเถียงถึงผลกระทบข้างเคียงที่เกิดขึ้น ทำให้ผลิตภัณฑ์อาหารต้องตรวจย้อนกลับถึงแหล่งที่มาของการผลิตถึงการเลี้ยง การให้อาหาร การแปรรูป การจัดเก็บ การขนส่ง ไม่ว่าจะมาจากฟาร์มขนาดใหญ่ หรือเกษตรกรรายย่อยก็ตาม ไปจนถึงการส่งต่อไปยังผู้บริโภค เพื่อให้เกิดความมั่นใจถึงความปลอดภัย ตลอดจนสายห่วงโซ่คุณค่าซึ่งเกี่ยวพันไปยังธุรกิจการเกษตรในฐานะผู้ผลิตวัตถุดิบด้วยเช่นกัน

2. ประเด็นด้านสุขภาพและโภชนาการที่ดี การบริโภคในปัจจุบันนี้ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับอาหารที่มีคุณค่า มีความปลอดภัย นับตั้งแต่การปนเปื้อนของสารอันตรายจนถึงอาหารและเครื่องดื่มที่มีผลต่อสุขภาพที่ทำให้เกิดโรค อาหารบางประเภทจึงถูกตั้งคำถามถึงการสร้างอันตรายต่อสุขภาพ รวมถึงการเปิดเผยวัตถุดิบและส่วนประกอบ เป็นต้น

3. การเรียกคืนสินค้าในกรณีที่เกิดปัญหาความผิดพลาดจากการผลิต เช่น การปนเปื้อนสารอันตรายในอาหาร การมีปัญหากากวัสดุที่เป็นบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น ซึ่งถือเป็นความรับผิดชอบที่ถูกมองว่าธุรกิจต้องระงับการจัดจำหน่าย รวมถึงการเรียกคืนสินค้าออกจากท้องตลาด เพื่อเป็นการปกป้องผู้บริโภค

4. การทำการตลาดอย่างมีความรับผิดชอบ การโฆษณาถึงคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่มที่เกินจริง การกระตุ้นให้ซื้อ หรือส่งเสริมให้เกิดการบริโภคเกินความจำเป็น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพของผู้บริโภค

นอกจากนี้ ธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารยังได้รับการคาดหวังถึงการปฏิบัติที่มีความรับผิดชอบต่อประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย

1. การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจในระดับสากลถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นในวงกว้างจากกระบวนการดำเนินธุรกิจทุกประเภท เช่นเดียวกับธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารที่ถูกมองว่าควรให้ความสำคัญกับผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศจากกระบวนการดำเนินธุรกิจ เช่น การปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากการเลี้ยงสัตว์ และการเพาะปลูก การขนส่ง การแปรรูป การจำหน่าย การบริโภค การกำจัดขยะที่เกิดจากผลิตภัณฑ์ และหีบห่อบรรจุภัณฑ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจเครื่องดื่มที่ใช้ขวดพลาสติก เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ด้านอาหารและเครื่องดื่มจึงต้องมีความโปร่งใสในการเปิดเผยผลกระทบต่อสภาพการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ เช่น ประเทศในแถบยุโรปได้เริ่มกำหนดให้สินค้าประเภทอาหารต้องติดฉลากเพื่อแสดงถึงปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ตลอดช่วงอายุของสินค้าที่เรียกว่า carbon footprint labelling

2. การใช้ทรัพยากรน้ำ ธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารเป็นธุรกิจหนึ่งที่มีการใช้น้ำเป็นปัจจัยการผลิตในปริมาณที่สูง ในขณะที่ทรัพยากรน้ำเป็นความต้องการพื้นฐานในการดำรงชีวิตของชุมชนและประชากรในสังคมเช่นเดียวกัน การบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพจึงเป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้นเพื่อให้ธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารลดความขัดแย้งในประเด็นการแย่งชิงและเข้าถึงการใช้ทรัพยากรน้ำร่วมกัน รวมถึงการได้รับอนุญาตจากชุมชนให้ดำเนินธุรกิจในพื้นที่ได้ การติดฉลากปริมาณการใช้น้ำของผลิตภัณฑ์ที่เรียกว่า water footprint labelling จึงเป็นการแสดงให้เห็นถึงการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร

5. การพัฒนาแผนปฏิบัติการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

แผนปฏิบัติการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมอาจเป็นได้ทั้งแผนระยะสั้นและแผนระยะกลาง และมีลักษณะเป็นรูปธรรมมากกว่าแผนระยะยาวอย่างแผนแม่บท โดยมีกำหนดเงื่อนไขและแนวทางการดำเนินงานที่สามารถวัดผลได้ การดำเนินแผนระยะสั้นและระยะกลางนี้จะเป็นทิศทางสู่การบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ในแผนแม่บท

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

แผนปฏิบัติการจะมุ่งเน้นการดำเนินงานที่เกิดขึ้นภายใต้กลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมต่างๆ ตามกรอบแนวทางที่ได้กำหนดไว้ เช่น กิจกรรมอบรมเกษตรกรเพื่อการเป็นแหล่งผลิตที่ยั่งยืน การพัฒนามาตรฐานการจัดซื้อจัดจ้างที่ยั่งยืน การพัฒนาระบบไบโอแก๊สจากเศษอาหาร เป็นต้น

ทั้งนี้ แผนปฏิบัติการแต่ละแผนต้องระบุวิธีการประเมินผลความสำเร็จของแผนไว้ด้วย โดยมีองค์ประกอบหลัก ได้แก่ ตัวชี้วัด เป้าหมาย และระยะเวลาการประเมิน โดยเป้าหมายของการเป็นองค์กรที่ยั่งยืนเป็นเสมือนกับพันธสัญญา และเป็นสิ่งที่ใช้ระบุวิธีปฏิบัติอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมที่ดีให้กับองค์กร โดยการกำหนดเป้าหมายต้องสร้างสมดุลกับมิติทางสังคมและสิ่งแวดล้อมด้วย

เช่น หากการเร่งสร้างยอดขายมีส่วนทำให้เกิดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างไม่มีประสิทธิภาพแล้ว ก็ไม่อาจสร้างความยั่งยืนให้กับองค์กรในระยะยาวได้ เป็นต้น

5.1 หลักการสำคัญในการกำหนดแผนปฏิบัติการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

- ต้องเป็นสิ่งก่อสร้าง หรือนำไปสู่เป้าหมายของความสำเร็จ ต้องเป็นมากกว่าการสร้างกำไรให้กับผู้ถือหุ้นเพียงอย่างเดียว กล่าวคือต้องมีเป้าหมายทางสังคมและสิ่งแวดล้อมด้วย
- ต้องทำให้มองเห็นการเปลี่ยนแปลงที่เป็นรูปธรรมจากการปฏิบัติ
- สร้างความเปลี่ยนแปลงที่สามารถวัดคุณค่าได้
- ตอบสนองต่อประเด็นของผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญ

ธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารเป็นการเชื่อมโยงผู้ผลิตและผู้บริโภคเข้าด้วยกันทั้งในระดับท้องถิ่นและสากล แผนปฏิบัติการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารจึงควรเชื่อมโยงเป้าหมายให้เข้ากับคุณค่าที่จะเกิดขึ้นทั้งในวงกว้าง และลงลึกถึงระดับบุคคลที่เป็นผู้บริโภค โดยมุ่งไปสู่เป้าหมายที่เป็นพันธสัญญาทางสังคมที่กำหนดไว้ นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่เป็นรูปธรรม และสามารถวัดคุณค่าจากการเปลี่ยนแปลงนั้นได้อย่างชัดเจน รวมถึงตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้เสียสำคัญ

5.2 ลักษณะของการพัฒนาแผนปฏิบัติการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

1) เน้นการลดผลกระทบ โดยปรับปรุงกระบวนการประกอบธุรกิจให้มีผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด ขั้นตอนของการ

ดำเนินการคือ ต้องเป็นไปตามกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับและมาตรฐานสากล ที่เป็นพื้นฐานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมโดยทั่วไปของธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร

2) พัฒนาระบบที่ทำให้เกิดการป้องกัน การรักษาระบบที่ดีอย่างต่อเนื่อง มีการเชื่อมโยงกับผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้ทราบข้อร้องเรียน ความคิดเห็น และประเด็นความห่วงใยที่เป็นผลกระทบจากธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร

3) สร้างความสามารถในการปฏิบัติ เน้นการยกระดับความรับผิดชอบต่อสังคมให้เกิดนวัตกรรม ที่เพิ่มประสิทธิภาพ และประสิทธิผลในกระบวนการประกอบธุรกิจ เช่น การประหยัดพลังงาน การนำกลับมาใช้ใหม่ การลดวัตถุดิบ เป็นต้น ซึ่งช่วยให้ธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารลดต้นทุน ประหยัดค่าใช้จ่าย เพิ่มรายได้ไปพร้อมกับการลดผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงทำให้เกิดกระบวนการปฏิบัติทางธุรกิจที่ดีขึ้น การเชื่อมโยงกับผู้มีส่วนได้เสียจะนำความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียภายนอกมาสู่การสร้างการมีส่วนร่วมกับพนักงาน เพื่อให้เกิดการพัฒนาภายในองค์กร รวมถึงการนำแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมไปเชื่อมโยงกับแนวคิด และเครื่องมือการบริหารจัดการ เช่น การจัดการคุณภาพ การบริหารจัดการความรู้ เป็นต้น

4) สร้างความแตกต่างในแบรนด์ มุ่งเน้นความรับผิดชอบต่อสังคมในการตอบสนองต่อความต้องการทางสังคมด้วยการปรับปรุง การพัฒนาสินค้า และบริการใหม่ๆ เพื่อให้เกิดการเข้าถึงสินค้า และบริการที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิต หรือทำให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี ธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารต้องมีความเข้าใจบริบทสังคม และเข้าใจลูกค้า ผู้บริโภค ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ และการสร้างนวัตกรรมในสินค้าและบริการ เชื่อมโยงกับผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้ทราบถึงความจำเป็น ความต้องการ และการใช้ชีวิต เพื่อสร้างการตอบสนองที่ดีของธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารต่อไป

5) สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน เกิดการพัฒนาระบบที่สามารถเรียนรู้ และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลง และความอ่อนไหวของบริบทแวดล้อม เพื่อให้ธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารสามารถยึดอยู่กับเป้าหมาย และพันธสัญญาที่ได้กำหนดถึงการเป็นองค์กรที่มีวัตถุประสงค์ในการดำรงอยู่มากกว่าการสร้างกำไรสูงสุดเพียงอย่างเดียว เชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสียเพื่อสร้างความโปร่งใสในการดำเนินงาน ทำให้เกิดความร่วมมือ และสนับสนุนธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารจากทุกภาคส่วน

นอกจากนี้ การพัฒนาแผนปฏิบัติการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมควรพัฒนาระบบสนับสนุนอื่นๆ ร่วมด้วยเพื่อรักษาความต่อเนื่องในการปฏิบัติตามแผน ได้แก่

- การสร้างความตระหนัก และความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับแผนให้แก่พนักงานผู้ปฏิบัติ
- การสื่อสารด้านความรับผิดชอบต่อสังคมแก่ผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ
- ระบบการให้รางวัลหรือการลงโทษภายในองค์กร
- ระบบข้อเสนอแนะการปรับปรุงการปฏิบัติงานเพื่อลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม

6. การปฏิบัติตามแผนปฏิบัติการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

การนำแผนปฏิบัติการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมไปปฏิบัตินั้น เป็นหน้าที่ของหน่วยงานต่างๆ ที่มีบทบาทความรับผิดชอบต่อตามแผนนั้นๆ เช่น

- การเชื่อมโยงกับพนักงาน เพื่อระบุประเด็นย่อยเกี่ยวกับการปฏิบัติต่อพนักงาน และสิทธิมนุษยชนเป็นหน้าที่ปฏิบัติของฝ่ายทรัพยากรบุคคล
- การกำหนดระเบียบวิธีจัดซื้อจัดจ้างที่มุ่งเน้นความโปร่งใสเป็นหน้าที่ของฝ่ายจัดซื้อ
- การกำหนดระเบียบปฏิบัติด้านการให้ข้อมูลสินค้าและบริการผ่านทางสื่อและเว็บไซต์ของบริษัทเป็นหน้าที่ของฝ่ายการตลาด
- การปรับปรุงระบบบำบัดของเสียจากการดำเนินธุรกิจเป็นหน้าที่ของฝ่ายการจัดการ
- การจัดตั้งกองทุนพัฒนาชุมชนในพื้นที่รอบบริษัทเป็นหน้าที่ของฝ่ายสื่อสารองค์กร

การดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมต่างๆ อาจเป็นการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการลดผลกระทบ มุ่งเน้นการพัฒนาผลการปฏิบัติ หรือมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี อาจเป็นการดำเนินงานที่ดำเนินการครั้งเดียวหรือต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง อาจเป็นการดำเนินงานโดยตัวองค์กรเองหรือดำเนินงานร่วมกับพันธมิตร เช่น บริษัทอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกัน หน่วยงานภาครัฐท้องถิ่น เป็นต้น

ทั้งนี้ ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จในการนำแผนปฏิบัติการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมไปปฏิบัติจะเกี่ยวข้องกับความร่วมมือของพนักงาน เนื่องจากพนักงานเป็นกลุ่มที่เชื่อมต่อระหว่างผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ ทั้งหมดขององค์กร องค์กรจึงต้องส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการปฏิบัติตามแผน และผนวกความรับผิดชอบต่อสังคมเข้าไปสู่การปฏิบัติงานประจำของพนักงาน ซึ่งองค์กรต้องมีระบบการพัฒนาทักษะที่จำเป็นของพนักงานเข้ามาสนับสนุน เพื่อให้พนักงานสามารถปฏิบัติตามแผนที่ได้รับมอบหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

รวมถึงการจัดการทรัพยากรที่จำเป็นต่อการปฏิบัติตามแผน เช่น งบประมาณ อุปกรณ์ เครื่องอำนวยความสะดวก สถานที่ ข้อมูลการวิจัยและพัฒนา เป็นต้น

ทั้งนี้ ผู้มอบหมายงานต้องทำความเข้าใจกับผู้ปฏิบัติงานถึงวิธีการติดตามงาน ระยะเวลาในการติดตามงาน ช่องทางการให้ข้อมูลย้อนกลับของผู้ปฏิบัติงาน ในกรณีที่ต้องการแสดงความคับหน้า หรือปัญหาในการปฏิบัติตามแผนงานด้วย

7. การวัดผล การวิเคราะห์และการประเมินผล

การวัดผล การวิเคราะห์และการประเมินผลการทำงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมีเป้าหมายสำคัญคือ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ การปรับปรุงและพัฒนากระบวนการความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งการวัดผลที่ดีควรวัดทั้งกระบวนการ คือ ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และกิจกรรม ผลลัพธ์ที่ได้จากการดำเนินงาน ผลที่ตามมาในระยะยาว และการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นต่อสังคม ซึ่งปัจจัยทั้งหมดนี้มีความเชื่อมโยงต่อกัน และมีความสัมพันธ์กับเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ตามกลยุทธ์ของธุรกิจและอุตสาหกรรมอาหาร

7.1 บทบาทสำคัญของระบบการวัดผลและการประเมินผลที่มีต่อการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม

1) เป็นการเชื่อมโยงความเป็นเหตุเป็นผลของกลยุทธ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมกับเป้าหมายความยั่งยืนที่ต้องการให้เกิดขึ้น กระบวนการวัดผลจะทำให้พนักงานขององค์กรบรรลุข้อตกลงร่วมกันถึงประเด็นสำคัญที่ต้อง

มุ่งเน้น เห็นถึงคุณค่าที่เพิ่มขึ้นจากงานประจำและความสำเร็จที่พนักงานขององค์กรได้ทุ่มเทให้กับพันธสัญญาที่กำหนดไว้

ทั้งนี้ การพัฒนาระบบการวัดผลและการประเมินผลทำให้เกิดความชัดเจนถึงการเชื่อมโยงกลยุทธ์กับความยั่งยืน ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์กับองค์กร ดังนี้

- เกิดการถกเถียงถึงข้อสมมติฐาน และช่วยให้เกิดข้อตกลงร่วมกันในองค์กรว่ากลยุทธ์และแผนปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรจะได้รับการวัดผลและการประเมินผลอย่างชัดเจนว่าสามารถสร้างคุณค่าความยั่งยืนให้กับองค์กรได้หรือไม่
- ส่งเสริมการสื่อสารในส่วนของกลยุทธ์ และการปฏิบัติให้เกิดขึ้นทั่วทั้งองค์กร ทำให้พนักงานเกิดความชัดเจนถึงความคาดหวังและเหตุผลของธุรกิจที่ต้องการสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับองค์กร เช่น พนักงานทุกคนชัดเจนถึงเหตุผลว่าเหตุใดการปฏิบัติแบบหนึ่งจึงสร้างคุณค่าเพิ่มให้เกิดขึ้นกับองค์กร ในขณะที่การปฏิบัติอีกรูปแบบหนึ่งกลับไม่สามารถสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นกับองค์กรได้
- สามารถติดตามผลการปฏิรูปองค์กรจากกลยุทธ์และแผนปฏิบัติ ทั้งนี้ การดำเนินงานด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนส่วนใหญ่จะเป็นแผนระยะยาว ระบบการวัดผล การประเมินผลจะชี้ให้เห็นว่าองค์กรกำลังเดินไปในทิศทางที่ถูกต้องตามเป้าหมายที่กำหนดไว้และกลยุทธ์ที่กำหนดไว้นั้นได้ผลดีจริงหรือไม่

2) เป็นการติดตามความก้าวหน้าของแผนการดำเนินงานตามกลยุทธ์ในการสร้างระบบการวัดผล ซึ่งต้องคำนึงถึงความสอดคล้องกับพันธสัญญาและวัตถุประสงค์ขององค์กร รวมถึงการบูรณาการการปฏิบัติด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมเข้าสู่ระบบการวัดผล เพื่อให้มั่นใจว่าพันธสัญญาด้านความยั่งยืนที่ผู้นำองค์กรได้ประกาศไว้จะได้รับการปฏิบัติอย่างเหมาะสม

3) เป็นสิ่งที่เอื้อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นภายในองค์กร อันจะนำไปสู่การพัฒนาความสามารถในการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมที่ดีขึ้น

ระบบการวัดผลที่ดีสามารถสะท้อนความสามารถของกลยุทธ์ และ แผนงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร ซึ่งต้องพิจารณาทั้งกระบวนการที่เชื่อมโยงกัน นับตั้งแต่ปัจจัยที่เป็นตัวขับเคลื่อนความสำเร็จ และสิ่งที่สะท้อนการปฏิบัติว่าได้ผลตามวัตถุประสงค์ของกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ และการนำไปสู่ผลต่อเนื่องที่เป็นปัจจัยสำคัญของความสำเร็จในระยะยาวของธุรกิจ

โดยรูปแบบการวัดผลและการประเมินผลจะมีความสัมพันธ์ต่อเนื่อกัน ทั้งกระบวนการ ซึ่งรวมถึงการพัฒนา และสนับสนุนให้ประเด็นต่างๆ สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การพัฒนาศักยภาพพนักงาน การส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรมองค์กร การเรียนรู้และการจัดการความรู้ ระบบข้อมูลสารสนเทศ เป็นต้น

7.2 หลักการเกี่ยวกับการวัดผล

- 1) ตัวชี้วัดการปฏิบัติควรเชื่อมโยงกับกรอบการพัฒนาที่ยั่งยืนอย่างชัดเจน
- 2) ผลกระทบที่สัมพันธ์กับกลยุทธ์ และแผนงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมควรแปลงไปสู่ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานของธุรกิจในเชิงปริมาณหรือทางการเงินได้

3) บัณฑิตนำเข้า กระบวนการ และผลลัพธ์ควรถูกประเมินในมิติที่หลากหลาย เช่น กลยุทธ์ กระบวนการ การนำองค์กร และองค์ประกอบอื่น ๆ รวมถึงการรายงานในเชิงตัวเลข

4) การประเมินผลควรเชื่อมโยงและแปลงไปสู่มิติทางการเงิน ทั้งนี้ เพราะการประเมินผลกระทบจะเป็นการสรุปไปสู่ผลที่ตามมาในระยะยาวที่เป็นความสามารถด้านความยั่งยืนและทางการเงินของธุรกิจ

7.3 กรอบการวัดผลและการประเมินผลการปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

1) การวัดบัณฑิตนำเข้าด้านความยั่งยืน การประเมินผลต้องกำหนดตัวชี้วัดบัณฑิตนำเข้าที่ทำให้เกิดผลด้านความยั่งยืน เช่น จำนวนพนักงานที่เข้าร่วมโปรแกรมการพัฒนา จำนวนงานที่ต้องใช้ในการฝึกอบรม ถือเป็นตัวอย่างของการวัดผลที่ทำให้องค์กร และผู้นำสามารถประเมินทรัพยากรที่ใช้ได้ในการปฏิบัติงานด้านการพัฒนา ทั้งนี้ ธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารต้องตระหนักว่าผลกระทบจากพันธกิจ เป้าหมาย กลยุทธ์ โครงสร้าง และระบบ ล้วนแล้วแต่มีผลกระทบต่อความสามารถด้านความยั่งยืนขององค์กรทั้งสิ้น

2) การวัดกระบวนการ เป็นการพัฒนาตัวชี้วัดที่แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการติดตาม และประเมินประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ทุกการปฏิบัติงานต้องได้รับการแปลงให้ไปสู่การวัดผลที่เชื่อมโยงไปยังความสามารถของการปฏิบัติงาน ซึ่งกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนต้องถูกแปลงออกมาให้เป็นเป้าหมายของความสำเร็จที่วัดได้ รวมถึงปัจจัยอื่นๆ ที่สามารถประเมินผลกระทบเกี่ยวกับความสามารถในกระบวนการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

ของธุรกิจได้ เช่น นโยบายด้านการใช้แรงงานเด็ก พันธสัญญาด้านความยั่งยืนของผู้ถือหุ้น จำนวนชั่วโมงในการอบรมด้านความยั่งยืนของพนักงาน และการประเมินพนักงานที่เป็นผู้จัดการระดับสูงด้านความยั่งยืน เป็นต้น

3) การวัดความสามารถการปฏิบัติด้านความยั่งยืน ทุกการดำเนินงานด้านความยั่งยืนต้องเชื่อมโยงกับตัวชี้วัดที่แสดงถึงการปฏิบัติด้านความยั่งยืนที่เฉพาะเจาะจง โดยผลของการปฏิบัติอาจเป็นทั้งผลที่ได้ในทันที และผลที่ตามมา ธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารอาจกำหนดเป้าหมายสุดท้ายซึ่งเป็นผลที่ทำให้เกิดคุณค่ากับสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยไม่ได้เชื่อมโยงไปยังผลกำไรของธุรกิจ หรือในอีกทางเลือกหนึ่งธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารอาจพัฒนากลยุทธ์ความยั่งยืนที่เชื่อมโยงการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม เข้ากับการพัฒนาผลกำไรขององค์กร ในกรณีนี้ ความสามารถด้านความยั่งยืน ก็จะเป็นผลลัพธ์มากกว่าที่จะเป็นเป้าหมายสุดท้ายของการปฏิบัติ

4) การวัดการตอบสนองของผู้มีส่วนได้เสีย การตอบสนองของผู้มีส่วนได้เสียเป็นสิ่งสำคัญในกระบวนการพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร เพราะมีผลกระทบต่อรายได้ระยะสั้น ค่าใช้จ่าย ความสามารถด้านความยั่งยืนในระยะยาวและในระดับต่างๆ ของธุรกิจ ดังนั้น การตอบสนองที่เป็นความร่วมมือ และการสนับสนุนจากผู้มีส่วนได้เสียสำคัญทุกกลุ่มจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารต้องมีการติดตาม วัดผลอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ รวมถึงผลของการตอบสนองของผู้มีส่วนได้เสียดังกล่าวต้องเชื่อมโยงกับกลยุทธ์ และกิจกรรมด้านความยั่งยืนของธุรกิจอย่างชัดเจนด้วย

7.4 ขั้นตอนการวัดผลและการประเมินผล

1) วัดผลและประเมินผลที่เกิดขึ้นตามตัวชี้วัดที่กำหนด และเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่วางไว้ตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ในแผนการดำเนินงาน

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

3) วิเคราะห์ผลที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการปฏิบัติ ทรัพยากรที่ใช้ ปัจจัยที่เป็นอุปสรรค ปัจจัยที่ส่งเสริม เพื่อสร้างการเรียนรู้เกี่ยวกับความผิดพลาดในกรณีที่ผลออกมาต่ำกว่าเป้าหมาย หรือเพื่อสร้างการเรียนรู้เกี่ยวกับความสำเร็จในกรณีที่ผลออกมาสูงกว่าเป้าหมาย

4) จัดเก็บผลการวิเคราะห์ให้เป็นระบบ หมวดหมู่ พร้อมสำหรับการนำไปศึกษา สื่อสาร และปรับปรุงพัฒนาแผนปฏิบัติการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในปีถัดไป

8. การจัดทำรายงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

วัตถุประสงค์ที่สำคัญของการจัดทำรายงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมคือ การแสดงให้เห็นถึงสถานะความรับผิดชอบต่อสังคมตามที่องค์กรกำหนดไว้ในกลยุทธ์ รวมถึงเป็นเครื่องมือในการสื่อสารให้ผู้มีส่วนได้เสียได้เข้าใจ รับรู้ และสามารถประเมินธุรกิจและอุตสาหกรรมอาหารในแง่มุมที่สำคัญได้

นอกจากนี้ การจัดทำรายงานยังเป็นการยืนยันถึงการปฏิบัติตามพันธสัญญาด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่องค์กรกำหนดไว้ โดยผู้มีส่วนได้เสียในปัจจุบันขององค์กรย่อมต้องการทราบถึงความสามารถขององค์กรที่เพิ่มขึ้นนอกเหนือจากความสามารถทางการเงิน ในขณะเดียวกันผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มอาจต้องการข้อมูลที่แตกต่างกันตามลักษณะความสัมพันธ์กับธุรกิจ เช่น ธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารที่นอกเหนือจากข้อมูลด้านคุณภาพของสินค้าแล้ว ลูกค้ายังต้องการทราบถึงการลดผลกระทบด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในการผลิตสินค้าด้วยเช่นกัน ซึ่งการจัดทำรายงานจะช่วยให้ผู้มีส่วนได้เสียเข้าถึงข้อมูลดังกล่าวได้เป็นอย่างดี

8.1 ประเด็นที่ควรนำเสนอในรายงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

- ความชัดเจนในพันธสัญญาด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ทั้งวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายและค่านิยม
- กลยุทธ์ที่ทำให้องค์กรสามารถบรรลุถึงเป้าหมายตามพันธสัญญาที่ได้ให้ไว้

- ความชัดเจนของเป้าหมายที่เชื่อมโยงไปยังพันธสัญญาทางธุรกิจ และความก้าวหน้าของการปฏิบัติในแต่ละช่วงเวลา
- ความรับผิดชอบที่ถูกบูรณาการเข้าไปสู่การปฏิบัติขององค์กรตลอดกระบวนการประกอบธุรกิจ และครอบคลุมในทุกผลกระทบสำคัญที่เกิดขึ้น
- ความสามารถจากการปฏิบัติที่สร้างคุณค่า และตอบสนองต่อประเด็นความต้องการ ความห่วงใย และความสนใจของผู้มีส่วนได้เสียสำคัญของธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร
- ความเชื่อถือได้โดยมีแนวทาง วิธีการ การวัด การตรวจสอบ การประเมินที่เป็นมาตรฐาน การปฏิบัติที่สอดคล้องกับมาตรฐาน และแนวทางสากลที่เหมาะสมกับธุรกิจ รวมทั้งการรับรอง และสามารถตรวจสอบได้จาก Third party
- เนื้อหาควรนำเสนอข้อมูลต่างๆ อย่างเหมาะสม และทำให้ผู้อ่านเข้าใจง่าย เช่น การใช้กราฟต่างๆ หรือภาพประกอบเนื้อหา

การรายงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมภายใต้หลักการความโปร่งใสและความสามารถในการตรวจสอบได้นั้น ต้องรายงานให้เห็นถึงความสำเร็จและความล้มเหลวของโครงการจากวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ รวมถึงการนำเสนอข้อมูลเหล่านี้ทำให้ผู้มีส่วนได้เสียรับทราบ และเข้าใจถึงความพยายามในการปฏิบัติ และยอมรับในผลกระทบจากการประกอบธุรกิจ อันเกิดขึ้นเนื่องจากปัจจัยสำคัญตามที่ได้รายงานไว้ ทำให้ธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารยังไม่สามารถบรรลุผลได้ แต่ก็มี ความพยายามในการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ กระบวนการจัดทำรายงานยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการเชื่อมโยงส่วนต่างๆ ขององค์กร ให้ผู้อ่านเข้าใจ และเห็นถึงความรับผิดชอบต่อสังคมที่องค์กรได้กำหนด ถ่ายทอด ปฏิบัติ วัดผล และปรับปรุง ทั้งนี้ เพราะการรายงานต้องนำเสนอข้อมูลที่ครอบคลุมทุกส่วนของการดำเนินงาน

ซึ่งการจัดทำรายงานมีกระบวนการปฏิบัติ เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับพนักงานในส่วนต่างๆ ตามขั้นตอน ดังนี้

- 1) กำหนดทีมงานรับผิดชอบในการจัดทำรายงาน
- 2) ศึกษาทำความเข้าใจแนวทางการจัดทำรายงานตามมาตรฐานสากลที่สำคัญ และเชื่อมโยงกับมาตรฐานความรับผิดชอบต่อธุรกิจปฏิบัติอยู่ เช่น Global Reporting Initiative (GRI) เป็นต้น
- 3) กำหนดเป้าหมายของการรายงาน เพื่อนำไประบุขอบเขตเนื้อหาของรายงาน แหล่งข้อมูลที่เป็น รูปแบบ และสื่อในการจัดทำรายงาน
- 4) พัฒนาเครื่องมือจัดเก็บข้อมูล ให้สอดคล้องกับกรอบมาตรฐานและครอบคลุมเนื้อหาของรายงานที่กำหนดไว้
- 5) อบรมให้ความรู้ความเข้าใจกับหน่วยงาน และหน่วยธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการรายงาน เพื่อให้เข้าใจถึงวัตถุประสงค์ เป้าหมาย ขอบเขตเนื้อหา และลักษณะของข้อมูลที่ต้องการที่เกี่ยวข้องกับแต่ละหน่วยงานและหน่วยธุรกิจ
- 6) เก็บรวบรวมและตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล
- 7) จัดทำรายงานตามสื่อที่ได้กำหนดไว้
- 8) เผยแพร่รายงานและรับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้เสีย

ในปัจจุบัน กรอบการรายงานที่เป็นที่ยอมรับกันคือ Global Reporting Initiative: GRI ซึ่งองค์กรธุรกิจได้นำมาใช้เป็นแนวทางจัดทำรายงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและการพัฒนาที่ยั่งยืนมากที่สุด โดยกรอบแนวทางของ GRI มีเนื้อหาครอบคลุมใน 3 มิติของการพัฒนาที่ยั่งยืนคือ เศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงกระบวนการ และตัวชี้วัดในแต่ละประเด็น นอกจากนี้ ยังมีส่วนมุ่งเน้นเฉพาะสำหรับธุรกิจประเภทต่างๆ เพื่อให้เห็นถึงประเด็นเฉพาะธุรกิจที่ควรเปิดเผย ซึ่งเชื่อมโยงไปยังธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารด้วยเช่นกัน



ภาคผนวก

I. มาตรฐานและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับลักษณะเฉพาะของกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร

มาตรฐานและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องที่สามารถนำไปเป็นแนวทางการปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารได้แก่

ก) มาตรฐานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ISO 26000



เป็นมาตรฐานสากลที่นำเสนอแนวปฏิบัติในการพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคมให้เกิดขึ้นกับองค์กร ที่สามารถใช้กับองค์กรทุกประเภท ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ทั้งในประเทศที่พัฒนาแล้วและประเทศที่กำลังพัฒนา และในเศรษฐกิจรูปแบบต่างๆ มาตรฐานนี้ประกอบไปด้วยแนวปฏิบัติแบบสมัครใจไม่ใช่ข้อบังคับ และไม่ได้ใช้สำหรับเป็นมาตรฐานเพื่อการรับรองเหมือนกับ 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 เป็นแนวทางการดำเนินงานเชิงกลยุทธ์เพื่อปรับปรุงยุทธศาสตร์และการดำเนินงานขององค์กรให้มี

ความสอดคล้องกับหลักการ 10 ประการ ภายใต้อหุ มวดหมู่หลักคือ สิทธิมนุษยชน (human rights) แรงงาน (labor) สิ่งแวดล้อม (environment) และการต่อต้านคอร์รัปชัน (anti-corruption) โดยองค์การสหประชาชาติและองค์กรพันธมิตร ผู้สนับสนุนมีความเห็นร่วมว่าองค์กรธุรกิจเป็นตัวขับเคลื่อนพื้นฐานที่สำคัญในระบบโลกาภิวัตน์ สามารถยกระดับมาตรฐานของตลาด ลูกค้า ระบบการเงิน ระบบเทคโนโลยี ตลอดจนสายโซ่อุปทานทั้งระบบให้ตอบสนองอย่างมีประสิทธิภาพต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมได้

UNGC เป็นมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับจากองค์กรทุกกลุ่มทั่วโลก และยังคงความสอดคล้องกับมาตรฐานสากลด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนด้วย

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

ค) กรอบการรายงานด้านความยั่งยืนตามแนวทาง Global Reporting Initiative (GRI)

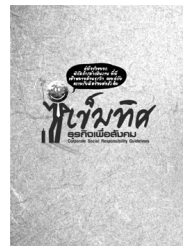


Global Reporting Initiative หรือ GRI เป็นองค์กรที่พัฒนากรอบและแนวทางการจัดทำรายงานความยั่งยืนที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล ซึ่งสามารถประยุกต์ใช้ได้กับองค์กรลักษณะต่างๆ ในธุรกิจที่หลากหลาย โดยส่งเสริมให้มีการเปิดเผยข้อมูลที่มีความสำคัญ (materiality) ครอบคลุมมิติเศรษฐกิจ (Economic) สังคม (Social) และสิ่งแวดล้อม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

ปัจจุบันองค์กรธุรกิจทั่วโลกจัดทำรายงานความยั่งยืนตามกรอบการรายงานของ GRI กันมากขึ้น ผู้สนใจสามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ www.globalreporting.org

ง) เข้มทิศธุรกิจเพื่อสังคม

เข้มทิศธุรกิจเพื่อสังคมเป็นคู่มือช่วยบอกพิถีพิถันการดำเนินงานที่มีเป้าหมายด้านธุรกิจควบคู่ความรับผิดชอบต่อสังคม จัดทำโดยคณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียน สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) มีแนวปฏิบัติเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม 8 หัวข้อ ได้แก่ การกำกับดูแลกิจการที่ดี การประกอบ



ธุรกิจด้วยความเป็นธรรม การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงาน
 อย่างเป็นธรรม ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม
 การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม นวัตกรรมและการเผยแพร่นวัตกรรมจากการดำเนิน
 ความสำเร็จรับผิดชอบต่อสังคม และการจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

ผู้สนใจสามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ www.set.or.th/srcenter

จ) แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ



เป็นแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการในแบบฉบับ
 ของไทยที่มีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริษัทจดทะเบียนและองค์กร
 ธุรกิจทั่วไปมีแนวทางการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม
 ของกิจการที่คำนึงถึงทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
 โดยแบ่งออกเป็น 9 เรื่องหลัก ได้แก่ การกำกับดูแลกิจการที่ดี
 การประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรม การต่อต้านการทุจริต

การเคารพสิทธิมนุษยชน การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ความรับผิดชอบต่อ
 ผู้บริโภค การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม การจัดการสิ่งแวดล้อม นวัตกรรม
 และการเผยแพร่นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม และการ
 จัดทำรายงานแห่งความยั่งยืน พร้อมทั้งผนวกเนื้อหาเพิ่มเติมด้านหลักปรัชญา
 ของเศรษฐกิจพอเพียง ประเด็นสำคัญของหลักการสากลด้านความรับผิดชอบต่อ
 สังคมต่างๆ ได้แก่ ISO 26000 UNGC GRI รวมถึงหลักการกำกับดูแลกิจการ
 ที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียนปี 2555 ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และ
 เข้มทิศธุรกิจเพื่อสังคมของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และ
 ตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ด้วย

ผู้สนใจสามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ www.set.or.th/srcenter

จ) The CEO Water Mandate



The CEO Water Mandate

เป็นการส่งเสริมการเปิดเผยข้อมูลการบริหารจัดการน้ำของผู้ประกอบการ เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียสามารถประเมินองค์กรเกี่ยวกับการปฏิบัติด้านการใช้ทรัพยากรน้ำ การเปรียบเทียบระหว่างธุรกิจ และเพื่อส่งเสริม

ประเด็นความสามารถในการตรวจสอบได้ของธุรกิจ ข้อมูลเหล่านี้จะช่วยให้องค์กรมีความเข้าใจเกี่ยวกับความท้าทายเรื่องทรัพยากรน้ำ และประสิทธิภาพในการตอบสนองต่อประเด็นนี้ของตนเอง และเป็นโอกาสขององค์กรในการแสดงความก้าวหน้าเรื่องการบริหารจัดการทรัพยากรที่สามารถสร้างความเชื่อถือให้กับผู้มีส่วนได้เสียอีกด้วย

ผู้สนใจสามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ <http://ceowatermandate.org/>

ช) Carbon Footprint Labelling



การส่งเสริมการใช้คาร์บอนฟุตพริ้นท์ (carbon footprint) ของผลิตภัณฑ์มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า เป็นการแสดงข้อมูลให้ผู้บริโภคได้ทราบว่า ตลอดวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์เหล่านั้นมีการ

ปล่อยก๊าซเรือนกระจกออกมาปริมาณเท่าไร ตั้งแต่กระบวนการหาวัตถุดิบ การผลิต การขนส่ง การใช้งาน และการกำจัดเมื่อกลายเป็นของเสีย ซึ่งจะช่วยในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และกระตุ้นให้ผู้ประกอบการปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีในการผลิตให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น การใช้คาร์บอนฟุตพริ้นท์ยังช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกด้วย เนื่องจาก

ขณะนี้ในหลายประเทศเริ่มมีการนำคาร์บอนฟุตพริ้นท์มาใช้กันแล้ว ทั้งในอังกฤษ ฝรั่งเศส สวิตเซอร์แลนด์ แคนาดา ญี่ปุ่น และเกาหลี เป็นต้น และมีการเรียกร้องให้สินค้าที่นำเข้าจากประเทศไทยต้องติดเครื่องหมายคาร์บอนฟุตพริ้นท์ด้วย นอกจากนี้ หากประเทศไทยมีการดำเนินโครงการ และเก็บข้อมูลการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ชัดเจน จะช่วยให้ประเทศไทยมีอำนาจในการต่อรองมากขึ้นในการประชุมระดับโลกเพื่อกำหนดแนวทางแก้ไขปัญหามภาวะโลกร้อน

ผู้สนใจสามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ <http://thaicarbonlabel.tgo.or.th/>

II. กลุ่มอุตสาหกรรมในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai)

กลุ่มอุตสาหกรรมใน SET และ mai	หมวดธุรกิจ SET*
1. เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	1. ธุรกิจการเกษตร 2. อาหารและเครื่องดื่ม
2. สินค้าอุปโภคบริโภค	1. แพชั่น 2. ของใช้ในครัวเรือนและสำนักงาน 3. ของใช้ส่วนตัวและเวชภัณฑ์
3. ธุรกิจการเงิน	1. ธนาคาร 2. เงินทุนและหลักทรัพย์ 3. ประกันภัยและประกันชีวิต

กลุ่มอุตสาหกรรมใน SET และ mai	หมวดธุรกิจ SET*
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. พลังงานและสาธารณสุขโภค 2. เหมืองแร่
7. บริการ	1. พาณิชยกรรม 2. การแพทย์ 3. สื่อและสิ่งพิมพ์ 4. บริการเฉพาะกิจ 5. การท่องเที่ยวและสันทนาการ 6. ขนส่งและโลจิสติกส์
8. เทคโนโลยี	1. ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ 2. เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

* ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai) ไม่มีการจัดหมวดธุรกิจ



ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ 02-009-9000