แผนงานด้านความรับผิดชอบขององค์กรต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
โรงพิมพ์ตำรวจ ปีบัญชี ๒๕๖๕ -๒๕๖๙

คำนำ

โรงพิมพ์ตำรวจโดยคณะกรรมการโรงพิมพ์ตำรวจ และคณะอนุกรรมการด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการนำองค์กร โรงพิมพ์ตำรวจ ได้พิจารณานโยบายในเรื่องการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการแสดงความรับผิดชอบขององค์กรต่อสังคม ส่งเสริมการปฏิบัติตนที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมองค์กรและการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบขององค์กรต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ตามหลักการพัฒนาองค์กรให้เกิดความยั่งยืน และมุ่งสนองนโยบายดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (Digital Economy) ที่จะพัฒนาประเทศไปสู่ประเทศไทย ๔.๐ ตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ.๒๕๖๑-๒๕๘๐) จึงกำหนดกรอบการดำเนินงานตามแผนวิสาหกิจ โรงพิมพ์ตำรวจ ปีบัญชี ๒๕๖๕-๒๕๖๙ โดยให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีที่มีศักยภาพในการต่อยอดรองรับการให้บริการดิจิทัล ซึ่งมีบทบาทในการขับเคลื่อนการบริการและการบริหารจัดการในองค์กรให้ครอบคลุมและรองรับความต้องการของทุกภาคส่วนอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการจัดทำแผนงานด้านความรับผิดชอบขององค์กรต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โรงพิมพ์ตำรวจ ปีบัญชี ๒๕๖๕-๒๕๖๙ โรงพิมพ์ตำรวจ มุ่งตอบสนองยุทธศาสตร์ชาติกำหนดกรอบแนวคิดการดำเนินโครงการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมที่ดีในรัฐวิสาหกิจตามพันธกิจ โดยใช้ความสามารถหลักขององค์กรในความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน รวมถึงสร้างคุณค่าร่วมระหว่างองค์กรกับสังคมผ่านกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประกอบด้วยด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างจิตสำนึกและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของโรงพิมพ์ตำรวจ รวมทั้งส่งเสริมการมีส่วนร่วมระหว่างคณะกรรมการ ผู้บริหาร พนักงาน และผู้มีส่วนได้เสีย

สารบัญ

หน้า

บทที่ ๑ บทนำ **๑**
- ความเป็นมา ๒
- วัตถุประสงค์ ๒
- เป้าหมายของการดำเนินงานด้าน CSR ๒
- วิธีการดำเนินการ ๒
- ผลผลิต/ตัวชี้วัด ๓
- ผลลัพธ์ที่คาดหวัง ๓

บทที่ ๒ ข้อมูลองค์กร **๔**
- วิสัยทัศน์ (Vision) ๔
- พันธกิจ (Mission) ๔
- ค่านิยมองค์กร (Core Value) ๔
- ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (Key Success Factor) ๔
- แผนวิสาหกิจ โรงพิมพ์ตำรวจ ปีบัญชี ๒๕๖๕-๒๕๖๙ ๕
- ยุทธศาสตร์โรงพิมพ์ตำรวจ ประกอบด้วย ๕ ด้าน ๕
- ยุทธศาสตร์ด้านปฏิบัติการการกำกับดูแลที่ดีและการนำองค์กร ๕

บทที่ ๓ แนวความคิดในแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม **๗**
- นิยาม ความหมายของ CSR ๗
- CSR ตามกรอบ ISO ๒๖๐๐๐ ๘
- ประเภทของ CSR ๘
- หลักแนวคิดสำคัญเกี่ยวกับ CSR ๘

บทที่ ๔ การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกองค์กร **๒๕**
- การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) ในการดำเนินงาน CSR ของโรงพิมพ์ตำรวจ ๒๕
- การกำหนดกลยุทธ์ ด้าน CSR ของโรงพิมพ์ตำรวจ ๒๖

บทที่ ๕ ยุทธศาสตร์ด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ๒๙

บทที่ ๑ บทนำ

๑. ความเป็นมา

ปัจจุบันแนวทางในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบไปจากเดิมที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ด้วยการบริจาคหรือการให้ความช่วยเหลือต่าง ๆ มาเป็นรูปแบบการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยการดำเนินกิจกรรมตามมาตรฐานระหว่างประเทศ (ISO) ว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม ที่เรียกว่ามาตรฐาน ISO ๒๖๐๐๐ Social Responsibility ซึ่งเป็นมาตรฐานที่ได้พัฒนาขึ้นโดยองค์กรระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน (The International Organization for Standardization: ISO) โดยองค์กรมาตรฐานสากลนี้ ได้ให้คำแนะนำว่า “องค์กรทุกประเภท ควรแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมที่ตอบสนองต่อความต้องการของภาคส่วนต่าง ๆ ในสังคม เช่น แสดงความรับผิดชอบต่อผลกระทบจากองค์กรที่มีต่อสังคมเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม การเคารพสิทธิมนุษยชน การเคารพต่อผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสีย เป็นต้น”

สำหรับรัฐวิสาหกิจซึ่งเป็นองค์กรภาครัฐที่เป็นหน่วยงานรับผิดชอบบริการสาธารณะทางอุตสาหกรรมและพาณิชยกรรม ผลิตและจำหน่ายสินค้าหรือบริการ ทั้งนี้เพื่อให้งานให้บริการนั้นได้มาตรฐานทั้งในเรื่องคุณภาพ ปริมาณ ค่าใช้จ่าย และอื่น ๆ โดยวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งรัฐวิสาหกิจนั้น คือ เพื่อการแสวงหารายได้ ไม่มุ่งกำไรสูงสุดแต่ต้องสามารถเลี้ยงตัวเองจากการดำเนินงานเชิงพาณิชย์ หากมีความจำเป็นอาจขอรับเงินงบประมาณสนับสนุนเป็นครั้งคราวหรือบางส่วน โดยรัฐก็จะจัดสรรงบประมาณให้ในรูปของเงินอุดหนุน รัฐจึงเป็นทั้งผู้ถือหุ้นรายใหญ่และผู้สนับสนุนงบประมาณในยามจำเป็น ทำให้การประเมินผลการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจจึงเป็นเรื่องสำคัญยิ่ง จึงมีการกำหนดหลักเกณฑ์การประเมินผลในแต่ละปีที่จัดทำเป็นลายลักษณ์อักษรเรียกว่า “บันทึกข้อตกลงและประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ” ซึ่งวัดผลทั้งด้านการดำเนินการตามนโยบาย การดำเนินการตามยุทธศาสตร์/ภารกิจ และการพัฒนาองค์กร ทั้งนี้ จากข้อมูลในอดีตพบว่า บันทึกข้อตกลงและประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ ได้ให้ความสำคัญยิ่งแก่ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) โดยมุ่งเน้นใน ๔ ประเด็นย่อย คือ (๑) การจัดให้มีคณะอนุกรรมการหรือคณะกรรมการที่กำกับดูแลด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (๒) การกำหนดแผนดำเนินการระยะสั้นและระยะยาว ด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (๓) การมีส่วนร่วมของคณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ชุมชน ลูกค้า และประชาชนทั่วไป (๔) บทบาทของคณะกรรมการรัฐวิสาหกิจ คณะอนุกรรมการหรือคณะกรรมการที่กำกับดูแลด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม และในปี ๒๕๖๓ นี้ได้มีระบบประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจตามระบบประเมินผลใหม่ (State Enterprise Assessment Model: SE-AM) โดยในส่วนการพัฒนาองค์กรได้ปรับเป็นการประเมินผล ๘ ด้าน (Core Business Enablers) ซึ่ง ๑ ใน ๘ ด้านนั้นด้านที่ ๑ คือการกำกับดูแลที่ดีและการนำองค์กร มี ๑๐ หัวข้อย่อย โดยหัวข้อย่อยที่ ๔ : บทบาทของส่วนได้ส่วนเสีย ได้กำหนดให้มีการจัดให้มีนโยบายและคู่มือการปฏิบัติงาน รวมถึงการปฏิบัติงานเชิงกลยุทธ์ด้าน CSR ทั้งนี้ เกณฑ์วัดในประเด็นย่อยนี้ได้ระบุให้หน่วยงานจะต้องจัดทำนโยบาย คู่มือการปฏิบัติงาน แผนงานระยะยาว และแผนปฏิบัติการประจำปีด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานสากลที่เป็นที่ยอมรับ โดยนำเสนอให้คณะกรรมการรัฐวิสาหกิจพิจารณาให้ความเห็นชอบก่อนเริ่มปีบัญชีและนำไปดำเนินงานตามแผนฯ ให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ในแผนฯ รวมถึงมีการประเมินคุณภาพและประสิทธิผล

ของกระบวนการ/ระบบการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม มีการปรับปรุงนโยบาย คู่มือฯ และกระบวนการหรือขั้นตอน

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อใช้เป็นแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจน สำหรับส่งเสริมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อมให้เกิดขึ้นในหน่วยงาน และมีผลการดำเนินงานที่เป็นรูปธรรม

๒.๒ เป็นเครื่องมือในการส่งเสริม สนับสนุน และเพิ่มประสิทธิภาพแก่องค์กรในการดำเนินงานที่สอดคล้องกับประเด็นยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ขององค์กร

๒.๓ เพื่อสร้างการยอมรับ ความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ และความศรัทธา ให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ ผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย และผู้รับบริการ

๓. เป้าหมายของการดำเนินงานด้าน CSR

เป้าหมายที่ ๑ โรงพิมพ์ตำรวจมีความรับผิดชอบต่อชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม รวมถึงใส่ใจกับปัญหาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อให้บริการของโรงพิมพ์ตำรวจ

เป้าหมายที่ ๒ การดำเนินงานด้าน CSR ของโรงพิมพ์ตำรวจเป็นไปตามแผนฯ และมีผลการดำเนินงานตามที่ได้กำหนดไว้

เป้าหมายที่ ๓ โรงพิมพ์ตำรวจมีภาพลักษณ์ที่ดีและเป็นที่ยอมรับของผู้รับบริการ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (บุคลากรภายใน ผู้ใช้บริการ ผู้ถือหุ้น ผู้กำกับดูแล คู่ความร่วมมือ ชุมชน)

๔. วิธีการดำเนินการ

ในการจัดทำแผนงานฯ นี้ มีขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้

๔.๑ ศึกษาหลักการ มาตรฐานและแนวปฏิบัติที่ดีที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล และที่สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) กำหนดให้ถือปฏิบัติ

๔.๒ เก็บรวมรวมข้อมูล ที่ครอบคลุมทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยเฉพาะชุมชมที่สำคัญ และข้อมูลองค์กรทั้งหมด

๔.๓ ดำเนินการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน ภายนอก เพื่อใช้กำหนดยุทธศาสตร์

๔.๔ จัดทำแผนงานระยะยาว ที่มีองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ ทิศทางระยะยาววัตถุประสงค์ นโยบาย/เป้าประสงค์ ผลผลิต (output) ผลลัพธ์ (outcome) ยุทธศาสตร์ เป้าหมายหลัก รายละเอียดการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน ภายนอก และความเชื่อมโยงและสอดคล้องระหว่างวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ และเป้าหมายระยะยาว กับวัตถุประสงค์การจัดตั้งและพันธกิจ

๔.๕ จัดทำรายละเอียดแผนปฏิบัติการ โดยการจัดทำรายละเอียดของแผนงาน โครงการ/กิจกรรมที่ใช้งบประมาณ และไม่ใช้งบประมาณ ทั้งนี้ แผนปฏิบัติการประจำปี จะประกอบด้วย วัตถุประสงค์ เป้าหมายขั้นตอน ระยะเวลา งบประมาณค่าใช้จ่าย ผู้รับผิดชอบ และตัวชี้วัดของแผนงาน/โครงการ

๔.๖ เสนอผู้อำนวยการให้ความเห็น แล้วเสนอคณะอนุกรรมการด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการนำองค์กร โรงพิมพ์ตำรวจ พิจารณา ก่อนเสนอคณะกรรมการโรงพิมพ์ตำรวจให้ความเห็นชอบเพื่ออนุมัติ

๔.๗ แจ้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องรับทราบ และนำไปปฏิบัติ

๕. ผลผลิต/ตัวชี้วัด

๕.๑ รายงานผลระดับความสำเร็จของการดำเนินการตามแผนงาน/โครงการ CSR in process (ค่าเป้าหมายร้อยละ ๑๐๐)

๕.๒ ผลสำรวจการได้รับการยอมรับ ความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ หรือภาพลักษณ์องค์กรของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ค่าเป้าหมายร้อยละ ๘๐ ขึ้นไป)

๖. ผลลัพธ์ที่คาดหวัง

๖.๑ โรงพิมพ์ตำรวจได้แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างเป็นระบบ โดยมีแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจน

๖.๒ การดำเนินงานด้าน CSR ของโรงพิมพ์ตำรวจเป็นไปตามแผนฯ และมีผลการดำเนินงานบรรลุตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้

๖.๓ โรงพิมพ์ตำรวจเป็นที่ยอมรับ ได้รับความเชื่อถือและไว้วางใจ จากผู้รับบริการ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

๖.๔ ชุมชนที่สำคัญมีความเข้มแข็ง

บทที่ ๒
ข้อมูลองค์กร

โรงพิมพ์ตำรวจ ในสังกัดสำนักงานตำรวจแห่งชาติ เป็นรัฐวิสาหกิจที่จัดตั้งขึ้นเพื่อดำเนินการตามนโยบายพิเศษของรัฐ มีภารกิจหลักด้านการพิมพ์ โดยมี วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยมองค์กร ปัจจัยสู่ความสำเร็จ ดังนี้

วิสัยทัศน์ (Vision):

เป็นโรงพิมพ์ชั้นนำของรัฐที่ให้บริการงานพิมพ์ทั่วไปและให้บริการงานพิมพ์ปลอดการปลอมแปลงที่ได้รับการยอมรับจากลูกค้าทั้งในด้านการพิมพ์และการบริการ

พันธกิจ (Mission):

๑. มุ่งมั่นพัฒนาสิ่งพิมพ์ทั่วไปและสิ่งพิมพ์ปลอดการปลอมแปลงเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าในสังกัดสำนักงานตำรวจแห่งชาติ ลูกค้าหน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ และลูกค้าเอกชน

๒. สร้างนวัตกรรมทางด้านงานพิมพ์และการให้บริการโดยใช้เทคโนโลยีเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กร

๓. มุ่งพัฒนาด้านการตลาดเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน

๔. มุ่งเน้นพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเชื่อมโยงข้อมูลต่าง ๆ เพื่อตอบสนองการพัฒนาองค์กร

๕. มุ่งมั่นในการสร้างความยั่งยืนขององค์กรโดยยึดมั่นหลักคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานตามหลักธรรมาภิบาล

ค่านิยมองค์กร (Core Value)

มุ่งมั่นพัฒนานวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ใหม่และการบริการ

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (Key Success Factor):

๑. กำหนดกลยุทธ์ด้านการดำเนินงานพร้อมมอบหมายหน้าที่และกำหนด KPI ให้แก่ผู้รับผิดชอบตามยุทธศาสตร์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม ๔.๐ โดยมุ่งเน้นในเรื่องเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีเพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับองค์กร

๒. พัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อให้โรงพิมพ์ตำรวจสามารถรองรับการแข่งขันในภาคธุรกิจได้

๓. เร่งพัฒนาบุคลากรให้มีทักษะที่เหมาะสมกับทิศทางการพัฒนาองค์กรและมุ่งเน้นด้านเทคโนโลยีในแต่ละด้าน เช่นการพิมพ์สมัยใหม่ การใช้งานระบบดิจิทัล การขายผ่าน Platform ต่าง ๆ การเชื่อมโยงระบบงานโดยใช้ระบบสารสนเทศ เพื่อให้โรงพิมพ์ตำรวจพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง รวมถึงการให้ความรู้แก่พนักงานในเรื่องการบริหารความเสี่ยงขององค์กร

แผนวิสาหกิจ โรงพิมพ์ตำรวจ ปีบัญชี ๒๕๖๕-๒๕๖๙

โรงพิมพ์ตำรวจ ได้กำหนดแผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์องค์กร ปีบัญชี ๒๕๖๕ -๒๕๖๙ มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร การวิเคราะห์ SWOT ความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์และความสามารถพิเศษของ โดยการทบทวนวิสัยทัศน์และพันธกิจ การวิเคราะห์ Business Model การกำหนด Intelligent Risk และการกำหนดค่าเป้าหมายของตัวชี้วัดระดับวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ ยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์

ยุทธศาสตร์โรงพิมพ์ตำรวจ ประกอบด้วย ๕ ด้าน ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ ยกระดับความสามารถในการดำเนินธุรกิจสิ่งพิมพ์และการให้บริการแก่หน่วยงานสำนักงานตำรวจแห่งชาติและหน่วยงานรัฐอื่น ๆ ประกอบด้วย ๔ เป้าประสงค์ ๕ กลยุทธ์

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ เสริมสร้างความแข็งแกร่งทางการเงินเพื่อความยั่งยืนในระยะยาว ประกอบด้วย ๓ เป้าประสงค์ ๘ กลยุทธ์

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ สนับสนุนการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ประเทศไทย ๔.๐ และสภานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง ประกอบด้วย ๑ เป้าประสงค์ ๓ กลยุทธ์

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การพัฒนาระบบบริหารทรัพยากรบุคคลและระบบบริหารจัดการ ประกอบด้วย ๔ เป้าประสงค์ ๖ กลยุทธ์

ยุทธศาสตร์ที่ ๕ ส่งเสริมระบบธรรมาภิบาลให้มีความโปร่งใสและมีคุณธรรม ประกอบด้วย ๒ เป้าประสงค์ ๖ กลยุทธ์

ยุทธศาสตร์ด้านปฏิบัติการการกำกับดูแลที่ดีและการนำองค์กร

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ เสริมสร้างความตระหนักให้มีการดำเนินงานด้วยความโปร่งใส มีคุณธรรม

เป้าประสงค์ : สร้างระบบการบริหาร การนำองค์กรให้มีความโปร่งใสในการบริหารจัดการปรับปรุงกฎระเบียบข้อบังคับที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานอย่างโปร่งใส การตรวจสอบและควบคุมภายในที่ได้มาตรฐาน ปรับปรุงกระบวนการให้บริการ การจัดการข้อร้องเรียน รวมทั้งนำระบบการประเมิน คุณธรรม และความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (Integrity & Transparency Assessment : ITA) มาใช้

กลยุทธ์

กลยุทธที่ ๑ ส่งเสริมให้มีระบบ หรือกระบวนการ เพื่อต่อต้านการทุจริต

กลยุทธ์ที่ ๒ ยกระดับและส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจคุณธรรมจริยธรรม

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ เพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการที่ดีและนำองค์กร

เป้าประสงค์ : เพื่อให้คณะกรรมการโรงพิมพ์ตำรวจ มีการพัฒนาตนเองตามแผนและเพิ่มพูนความรู้ความสามารถของคณะกรรมการ

กลยุทธ์

กลยุทธที่ ๑ ส่งเสริมเพิ่มพูนความรู้ความสามารถของคณะกรรมการโรงพิมพ์ตำรวจ

กลยุทธที่ ๒ การกำกับดูแลกิจการให้สอดคล้องกับแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดี

กลยุทธที่ ๓ การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการที่ดี

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การสร้างการมีส่วนร่วม และจิตสำนึกที่ดีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

เป้าประสงค์ : เป็นการสร้างสัมพันธภาพที่ดีกับชุมชน และสาธารณชน เพื่อให้คณะกรรมการ ผู้บริหาร พนักงาน มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมเพื่อสังคม และสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมให้ผู้ปฏิบัติงาน มีความปลอดภัย อาชีว อนามัย และสภาพแวดล้อม ในการทำงานที่ดี พึงประสงค์ต่อการปฏิบัติงาน

กลยุทธ์

กลยุทธที่ ๑ สนับสนุนการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เป็นไปเพื่อประโยชน์ต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม

กลยุทธที่ ๒ ส่งเสริมให้พนักงานนำแนวคิด Green ไปใช้ในการพัฒนา เพื่อสร้างกระบวนการมีส่วนร่วม จิตสำนึกที่ดีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

บทที่ ๓
แนวความคิดในแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

แนวคิดในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา CSR หรือ Corporate Social Responsibility เป็นแนวคิดที่เป็นกระแสไปทั่วโลก องค์กรหรือบริษัทต่าง ๆ ได้ยึดเป็นแนวปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม CSR หมายถึง การเอื้อประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายอย่างเหมาะสมโดยไม่ไปเบียดเบียนฝ่ายใด วิสาหกิจที่มี CSR ย่อมไม่ขูดรีดแรงงานลูกจ้าง ไม่ฉ้อโกงลูกค้า ไม่เอาเปรียบคู่ค้า ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม หรือทำร้ายชุมชนโดยรอบที่ตั้งของวิสาหกิจด้วยการก่อมลพิษ เป็นต้น วิสาหกิจที่ขาด CSR ย่อมสะท้อนถึงการขาดความโปร่งใส อันที่จริงแล้วการมี CSR คือการทำธุรกิจให้ถูกต้องตามกฎหมายและจรรยาบรรณนั่นเอง เช่น ไม่หลบเลี่ยงกฎหมายแรงงาน กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ กฎหมายอาญาในกรณีต่าง ๆ ทำให้พนักงานในองค์กรมีความสุข ได้ค่าจ้างที่เหมาะสม มีคุณภาพชีวิตดีขึ้น ไม่เบียดเบียนทำร้ายสังคม สิ่งแวดล้อม เป็นต้น

CSR หรือ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ เริ่มแพร่หลายขึ้นในประเทศไทยประมาณปี ๒๕๔๙ ทั้งบริษัทจดทะเบียนไทย บริษัทข้ามชาติ และรัฐวิสาหกิจต่างๆ ก็ถือว่าเป็นการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรไปด้วย ทำให้การดำเนินงานของธุรกิจนั้น ๆ เป็นไปอย่างสะดวก ประชาชนทั่วไปก็เห็นดีเห็นงามในการทำความดีต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม แต่ความจริงแล้วเราไม่ควรยึดคติที่ว่า CSR คือ การทำบุญบริษัทนั้น ๆ มีบุญคุณต่อสังคม เพราะแท้ที่จริงแล้ว CSR คือการลงทุนอย่างหนึ่ง ซึ่งคุ้มค่าทางการเงินและการตลาด ทำให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ ต้องดูแลควบคู่ไปทั้ง ๓ ด้าน คือ กำไร สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยสังคมนั้นหมายถึง “ชุมชน” หรือ “คนในชุมชน” ที่องค์กรตั้งอยู่ การดำเนินกิจการด้วยความรับผิดชอบนี้ไม่เพียงแค่ปฏิบัติตามกฎหมายหรือถูกหลักจริยธรรมเท่านั้น หากแต่ยังสามารถสร้างสรรค์หรือ “ลงทุน” ด้วยโครงการต่าง ๆ เช่น การสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพเยาวชน การพัฒนาคุณภาพชีวิตคน เป็นต้น ซึ่งผลของการลงทุนที่มีประโยชน์เหล่านี้ จะก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อสังคมและประเทศชาติ และส่งผลดีต่อผลประกอบการของธุรกิจไปด้วยนั่นเอง

กิจกรรม CSR จะส่งผลให้ภาพลักษณ์ขององค์กรดีขึ้นนั้นเป็นเรื่องแน่นอน แต่ผลลัพธ์จาก CSR จะทำให้เงินลงทุนได้ผลตอบแทนคุ้มค่าและงอกเงย มีคุณค่างอกงามแก่สังคมด้วย ไม่ใช่แค่เพื่อองค์กรฝ่ายเดียว เรื่องความสำคัญของ CSR เป็นเรื่องที่ผู้บริหารองค์กรขนาดใหญ่ทั่วโลก ต่างได้พิสูจน์จนทราบแน่ชัดแล้วว่ามีแต่ผลดี Win-win แก่ทุกฝ่าย เพราะเมื่อองค์กรทำสิ่งที่ดีแล้ว ผู้คนในสังคมย่อมจะเล็งเห็นและเป็นคนตัดสินรวมไปถึงให้การสนับสนุนองค์กรนั้น ๆ ทำให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดได้ พร้อมผลประกอบการที่น่าพอใจ

นิยาม ความหมายของ CSR

“การให้นิยาม CSR นั้น หลาย ๆ องค์กร หรือบุคคลได้กล่าวไว้ในหลาย ๆ ลักษณะ แล้วแต่ความเข้าใจที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งในทางสากลแล้วยังไม่มีการกำหนดอย่างชัดเจนถึงนิยามของ CSR ที่เป็นหนึ่งเดียว จึงขอยกตัวอย่างของการให้นิยาม CSR ดังนี้ “CSR คือ แนวคิดที่องค์กรผสานความห่วงใยต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมไว้ในกระบวนการดำเนิน ธุรกิจและการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียภายใต้พื้นฐานการกระทำด้วยความสมัครใจ”

CSR ตามกรอบ ISO ๒๖๐๐๐

“CSR คือการดำเนินกิจกรรมภายในและภายนอกองค์กรที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม ทั้งในระดับใกล้ (ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับองค์กร เช่น ลูกค้า คู่ค้า ครอบครัว พนักงาน ชุมชนท้องถิ่นที่องค์กรตั้งอยู่) และระดับไกล (ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กรทางอ้อม เช่น คู่แข่งขันทางธุรกิจ ประชาชนโดยทั่วไป) ด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรหรือทรัพยากรจากภายนอกองค์กร ในอันที่จะทำให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข

ประเภทของ CSR

ประเภทของงาน CSR แบ่งออกเป็น ๓ กลุ่มด้วยกัน ประกอบด้วย

CSR-after-process เป็นการดำเนินกิจกรรมที่แยกต่างหากจากการดำเนินธุรกิจที่เป็นกระบวนการหลักของกิจการ (รวมความถึงกิจกรรมที่เกิดจากผลต่อเนื่องของกระบวนการดำเนินการธุรกิจ) เช่น การแจกจ่ายสิ่งของบรรเทาสาธารณภัย การบำเพ็ญประโยชน์ต่อสาธารณะ และการเยียวยาชุมชนที่ได้รับผลกระทบทางมลพิษจากการประกอบการ

CSR-in-process เป็นการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมที่อยู่ในกระบวนหลักของกิจการหรือเป็นการทำธุรกิจที่หากำไรอย่างมีความรับผิดชอบ เช่น การป้องกัน หรือกำจัดมลพิษในกระบวนการผลิตเพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อชุมชน การผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานตามข้อกำหนดในฉลากผลิตภัณฑ์ การเปิดเผยข้อมูลผลิตภัณฑ์ต่อผู้บริโภคอย่างถูกต้องครบถ้วน การชดเชยความเสียหายให้แก่ลูกค้าที่เกิดจากความผิดพลาดและความบกพร่องของพนักงาน ซึ่งการดำเนินความรับผิดชอบเหล่านี้ ถือเป็นกิจกรรมที่อยู่เวลาทำงานปกติของกิจการ

CSR-as-process เป็นกิจกรรมที่ดำเนินงานโดยองค์กรที่ไม่แสวงหากำไรให้กับตนเอง เป็นหน่วยงานที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อมุ่งสร้างประโยชน์ต่อสังคมเป็นด่านหลัก เช่น มูลนิธิ / สมาคมการกุศล ที่เป็นองค์กรสาธารณประโยชน์ องค์กรประชาชนและส่วนราชการ

หลักแนวคิดสำคัญเกี่ยวกับ CSR

คณะอนุกรรมการด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการนำองค์กร โรงพิมพ์ตำรวจ ได้ให้หลักสำคัญของการปฏิบัติตามแนวทาง CSR ซึ่งควรอยู่บนพื้นฐานของความพอประมาณที่ธุรกิจต้องไม่เบียดเบียนตนเอง และขณะเดียวกันก็ต้องไม่เบียดเบียนสังคม สามารถแบ่งแนวปฏิบัติในเรื่อง CSR ได้เป็น ๘ หัวข้อ ดังนี้

๑. การกำกับดูแลกิจการที่ดี
๒. การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม
๓. การเคารพสิทธิและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม
๔. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค
๕. การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม
๖. การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม
๗. การเผยแพร่นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม
๘. การจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

หลักการและแนวคิดตามมาตรฐาน ISO ๒๖๐๐๐

ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ หรือ Corporate Social Responsibility (CSR) ตามมาตรฐานISO ๒๖๐๐๐ นั้น ประกอบด้วยคำสำคัญ (Keyword) ๒ คำ คือ คำว่า “ความรับผิดชอบ” และ “สังคม” ซึ่งคำว่า“ความรับผิดชอบ” หมายถึง ความรับผิดชอบที่อยู่ในกระบวนการดำเนินธุรกิจ หรือ CSR in Process ส่วนคำว่า“สังคม” หมายรวมถึง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดขององค์กร มิใช่เพียงชุมชนหรือสังคมเท่านั้น พูดโดยรวมก็คือการที่ธุรกิจดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ ที่ได้รับผลกระทบจากกระบวนการดำเนินธุรกิจทั้งในเชิงบวกและเชิงลบตลอดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) รูปที่ ๑ โดยมีหลักการ (Principles) ของความรับผิดชอบ ๗ หลักการ (รูปที่ ๒)

รูปที่ ๑ ห่วงโซ่คุณค่า (Michael Porter’s Value Chain Proposal, Competitive Advantage, ๑๙๘๕)

รูปที่ ๒ หลักการของความรับผิดชอบต่อสังคม

๑. หลักการความรับผิดชอบต่อการกระทำและการตัดสินใจ (Accountability)

องค์กรควรมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในสิ่งที่เป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นจากองค์กร โดยองค์กรควรยอมรับการตรวจสอบ และพร้อมที่จะรับผิดชอบในผลการตรวจสอบนั้น ในกรณีที่เกิดการกระทำที่ผิดพลาดขึ้น ควรมีมาตรการที่เหมาะสมในการแก้ไขสิ่งที่ผิดพลาดนั้น และดำเนินการป้องกันมิให้เกิดซ้ำ

๒. หลักการความโปร่งใส (Transparency)

องค์กรควรมีความโปร่งใสในการตัดสินใจและการดำเนินกิจกรรมขององค์กรที่มีผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม องค์กรควรเปิดเผยนโยบาย การตัดสินใจ และการดำเนินกิจกรรมที่รับผิดชอบอย่างชัดเจน ถูกต้องและครบถ้วน มีการเตรียมข้อมูลดังกล่าวที่เป็นข้อเท็จจริง และชัดเจนให้พร้อม เพื่อให้ผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการตัดสินใจและการดำเนินกิจกรรมขององค์กรสามารถเข้าถึงได้ตามความเหมาะสมกับช่วงเวลา

๓. หลักการปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม (Ethical Behavior)

องค์กรควรปฏิบัติอย่างมีจริยธรรมและอยู่บนพื้นฐานของความซื่อสัตย์ ความยุติธรรม โดยคำนึงถึงคน สัตว์ และสิ่งแวดล้อม และมุ่งเน้นไปที่ผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย องค์กรควรมีการพัฒนาโครงสร้างการกำกับกิจการที่ดีที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดการปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม พร้อมทั้งมีกลไกในการควบคุมดูแลให้เกิดการปฏิบัติการรายงานผลการปฏิบัติ การป้องกัน และการแก้ไขที่ไม่ก่อให้เกิดการขัดแย้งต่อผลประโยชน์ขององค์กรที่จะนำไปสู่การปฏิบัติอย่างไม่มีจริยธรรม

๔. หลักการยอมรับถึงผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Respect for Stakeholder Interests)

องค์กรควรมีการบ่งชี้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เคารพต่อผลประโยชน์และความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สำนึกในสิทธิทางกฎหมายและผลประโยชน์ที่ชอบด้วยกฎหมาย คำนึงถึงความสามารถของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการติดต่อและการเข้าไปดำเนินการร่วมกับองค์กร คำนึงถึงความสัมพันธ์ระหว่างผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร นอกจากนี้ควรพิจารณาผลกระทบจากการตัดสินใจ หรือการดำเนินกิจกรรมขององค์กรในมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

๕. หลักการเคารพต่อหลักนิติธรรม (Respect for the Rule of Law)

องค์กรควรยอมรับในการปฏิบัติตามหลักนิติธรรม โดยดำเนินการให้สอดคล้องกับกฎหมายและข้อกำหนดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมขององค์กร และอยู่ภายใต้กรอบของกฎหมาย รวมทั้งสอดคล้องกับกฎข้อบังคับที่ออกด้วยอำนาจ กฎหมาย นโยบาย กฎระเบียบ และระเบียบปฏิบัติขององค์กรอย่างเหมาะสมและเป็นธรรม พร้อมทั้งแจ้งข้อมูลตามภาระหน้าที่ตามกฎหมาย และทบทวนกฎหมายเป็นระยะ

๖. หลักการเคารพต่อแนวปฏิบัติสากล (Respect for International Norms of Behavior)

องค์กรควรเคารพและยึดมั่นต่อแนวปฏิบัติสากล หลีกเลี่ยงการเข้าร่วมกับองค์กรอื่นในการดำเนินกิจกรรมที่ผิดต่อแนวปฏิบัติสากล และในสถานการณ์ที่ขัดกับแนวปฏิบัติสากล องค์กรควรพิจารณาความเหมาะสมทบทวนการดำเนินกิจกรรมและความสัมพันธ์ภายใต้ขอบเขตอำนาจของกฎหมายในกรณีที่ไม่มีกฎหมายคุ้มครองทางสังคมและสิ่งแวดล้อมในประเทศที่องค์กรตั้งอยู่ องค์กรควรพิจารณายึดหลักปฏิบัติตามสากล

๗. หลักการเคารพต่อสิทธิมนุษยชน (Respect for Human Rights)

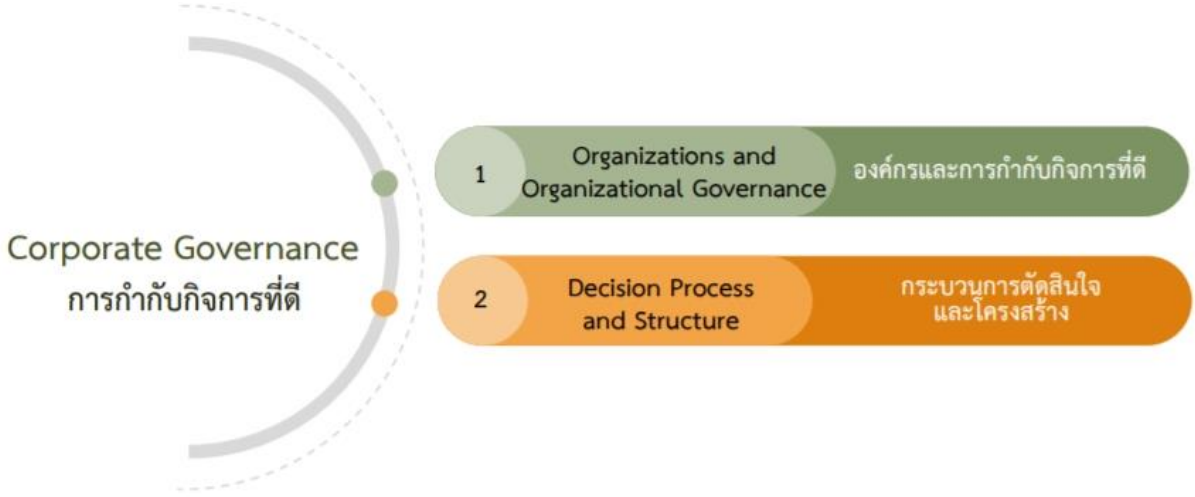
องค์กรควรเคารพต่อสิทธิมนุษยชนในระดับสากล ซึ่งสามารถนำไปปรับใช้ได้ในทุกประเทศ ทุกวัฒนธรรม และทุกสถานการณ์ ในสถานการณ์ที่สิทธิมนุษยชนไม่ได้ถูกปกป้อง องค์กรควรจัดการให้เกิดการเคารพสิทธิมนุษยชนอย่างถูกต้อง และหลีกเลี่ยงสถานการณ์ที่ได้มาซึ่งผลประโยชน์ในสถานการณ์ที่กฎหมายในประเทศหรือการดำเนินงานไม่ได้มีการปกป้องสิทธิมนุษยชนอย่างเหมาะสม โดยให้ยึดถือหลักการเคารพต่อแนวปฏิบัติสากล

ประเด็นหลัก (Core Subjects) ของมาตรฐาน ISO ๒๖๐๐๐

ประเด็นหลักของมาตรฐาน ISO ๒๖๐๐๐ ครอบคลุมประเด็นสำคัญพื้นฐานที่องค์กรควรมีเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ประกอบด้วยประเด็นหลัก ๗ ประเด็น รูปที่ ๓ ได้แก่

รูปที่ ๓ หลักตามมาตรฐาน ISO ๒๖๐๐๐

๑. ธรรมาภิบาล หรือการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Organizational Governance)



รูปที่ ๔ การกำกับกิจการที่ดี

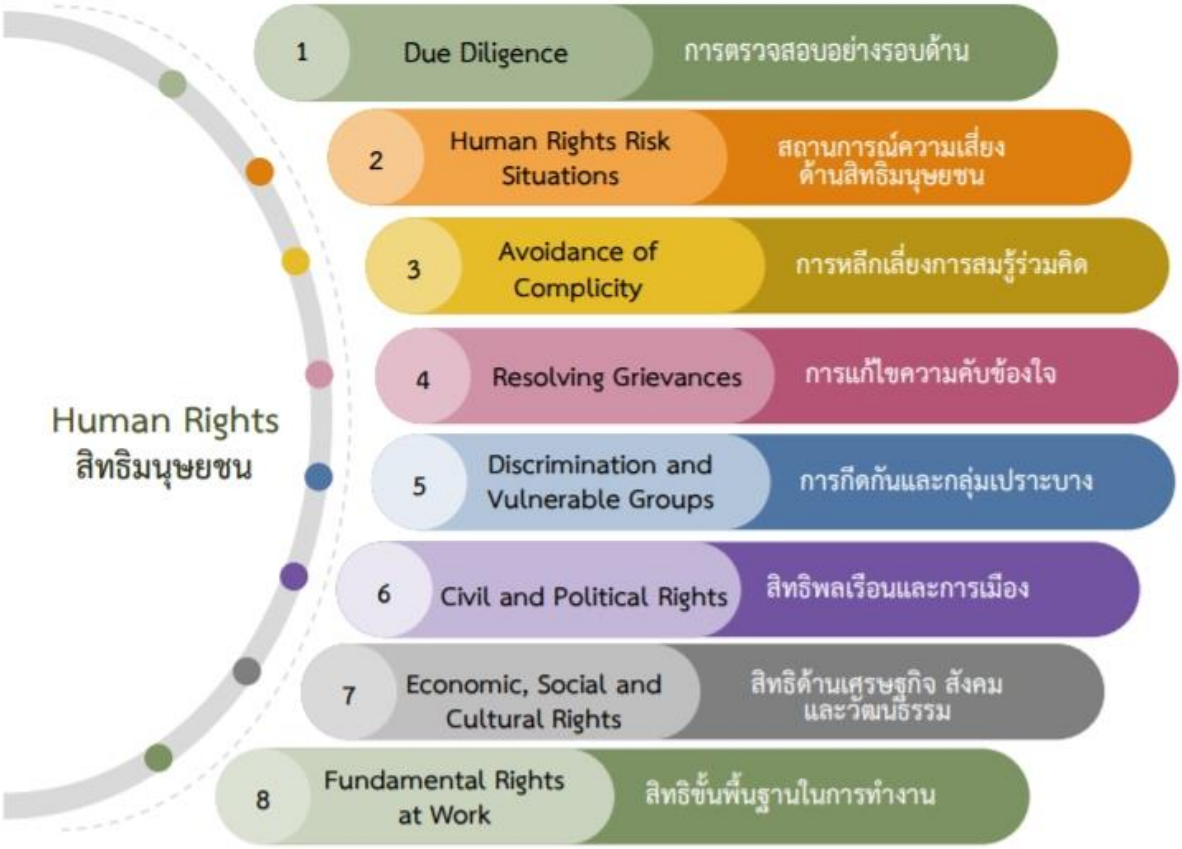
ธรรมาภิบาลหรือการกำกับกิจการที่ดีขององค์กร ในความหมายของกิจการที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการ หมายถึง การจัดให้มีระบบบริหารจัดการอย่างรู้หน้าที่และมีความรับผิดชอบในการจัดการอย่างโปร่งใส เท่าเทียม เป็นธรรม และมีประสิทธิภาพ รวมถึงสามารถเพิ่มคุณค่าและมูลค่าพร้อมรับการตรวจสอบได้นั่นคือ มีโครงสร้างและกระบวนการของความสัมพันธ์ระหว่างคณะกรรมการ ฝ่ายจัดการ และ

ผู้ถือหุ้น เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน นำไปสู่การเติบโตและเพิ่มมูลค่าให้กับผู้ถือหุ้นในระยะยาว โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นด้วย

หลักการด้านการกำกับกิจการที่ดีประกอบด้วยเรื่องสำคัญ (Issues) ๕ เรื่อง ดังนี้

- สิทธิของผู้ถือหุ้น (Rights of Shareholders) ด้วยผู้ถือหุ้นมีสิทธิในความเป็นเจ้าขององค์กร โดยควบคุมองค์กรผ่านการแต่งตั้งคณะกรรมการให้ทำหน้าที่แทนตน และมีสิทธิตัดสินใจเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญขององค์กร องค์กรจึงควรส่งเสริมให้ผู้ถือหุ้นได้ใช้สิทธิของตน
- การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน (Equitable Treatment of Shareholders) ผู้ถือหุ้นทุกรายควรได้รับการปฏิบัติที่เท่าเทียมกันและเป็นธรรม ผู้ถือหุ้นส่วนน้อยควรได้รับการปกป้องสิทธิขั้นพื้นฐานอย่างเท่าเทียมกัน
- บทบาทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Role of Stakeholders) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียควรได้รับการดูแลจากองค์กรตามสิทธิที่มีตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง คณะกรรมการควรพิจารณาให้มีกระบวนการส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างองค์กรกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการสร้างความมั่งคั่ง ความมั่นคงทางการเงิน และความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของธุรกิจ
- การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส (Disclosure and Transparency) คณะกรรมการควรดูแลให้องค์กรเปิดเผยข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับองค์กรทั้งข้อมูลทางการเงินและข้อมูลที่มิใช่ทางการเงินอย่างถูกต้อง ครบถ้วน ทันเวลา โปร่งใส ผ่านช่องทางที่เข้าถึงข้อมูลได้ง่ายมีความเท่าเทียมกัน และน่าเชื่อถือ
- ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ (Responsibilities of the Board) คณะกรรมการมีบทบาทสำคัญในการกำกับดูแลกิจการเพื่อประโยชน์สูงสุดขององค์กร รวมทั้งมีความรับผิดชอบต่อผลการปฏิบัติหน้าที่ต่อผู้ถือหุ้นและเป็นอิสระจากฝ่ายจัดการ การกำกับดูแลกิจการที่ดีจะช่วยให้ธุรกิจสามารถกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ รวมถึงวิธีการ กระบวนการ และขั้นตอนในการบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายดังกล่าว อีกทั้งวิธีการติดตามวัดผลการดำเนินงานอันเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ ผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ได้รับความเป็นธรรมเท่าเทียมกัน รวมถึงสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย อันจะนำไปสู่การเติบโตและความมีเสถียรภาพของธุรกิจ พร้อมไปกับการดูแลชุมชน สิ่งแวดล้อม และผลประโยชน์ของสังคมที่ธุรกิจนั้นดำเนินกิจการอยู่

๒. สิทธิมนุษยชน (Human Rights)



รูปที่ ๕ สิทธิมนุษยชน

- การตรวจสอบอย่างรอบด้าน (Due Diligence) องค์กรควรมีการตรวจสอบและประเมินสถานะด้านสิทธิมนุษยชนขององค์กร ด้วยการชี้บ่ง ป้องกัน และประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนจากการดำเนินกิจกรรมขององค์กรที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน และอาจเกิดขึ้นในอนาคตในทุกกระบวนการ
- สถานการณ์ที่มีความเสี่ยงในเรื่องสิทธิมนุษยชน (Human Rights Risk Situation) องค์กรพึงต้องมีความระมัดระวังที่จะเข้าไปมีส่วนทำให้ความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนรุนแรงขึ้น ในสถานการณ์ที่มีความเสี่ยงในเรื่องสิทธิมนุษยชน ได้แก่ สถานการณ์ที่มี ๑) ความขัดแย้งหรือขาดเสถียรภาพทางการเมืองอย่างรุนแรง ๒) ภาวะความยากจน ภาวะแห้งแล้ง และการเรียกร้องหรือความต้องการบริการด้านสุขภาพ และภัยธรรมชาติ ๓) การเข้าไปเกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่มีการนำทรัพยากรมาดัดแปลงหรือกิจกรรมอื่น ๆ ที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีนัยสำคัญ เช่น แหล่งน้ำ ป่าไม้ หรือชั้นบรรยากาศและกิจกรรมที่ก่อให้เกิดความเดือดร้อนต่อชุมชน ๔) การดำเนินงานอยู่ใกล้ชุมชนพื้นเมือง ๕) กิจกรรมที่สามารถส่งผลกระทบหรือเกี่ยวข้องกับเด็ก ๖) วัฒนธรรมการคอรัปชั่นในองค์กร ๗) ห่วงโซ่คุณค่าที่ซับซ้อน มีการใช้แรงงานที่ไม่ได้รับความคุ้มครองทางกฎหมาย และ ๘) สถานการณ์ที่มีการใช้คนงานต่างด้าว

- การหลีกเลี่ยงการสมรู้ร่วมคิด (Avoidance of Complicity) องค์กรควรหลีกเลี่ยงที่จะสนับสนุน/ช่วยเหลือการกระทำที่ผิดกฎหมาย หรือรับประโยชน์จากการได้มาซึ่งการละเมิดสิทธิมนุษยชนของผู้อื่น หรือละเลยการใช้อำนาจที่มีอย่างเหมาะสมต่อการละเมิดสิทธิมนุษยชน
- การแก้ไขปัญหาความคับข้องใจ (Resolving Grievances) องค์กรควรกำหนดให้มีกลไกในการแก้ไขปัญหาความคับข้องใจอันเนื่องจากความเป็นธรรมสำหรับบุคลากรภายในองค์กรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างชัดเจน ตั้งแต่วิธีการหรือช่องทางในการรับเรื่องร้องเรียน กรอบเวลา ตลอดจนการแจ้งผลและการแก้ปัญหาตามหลักมาตรฐานสิทธิมนุษยชนที่สากลยอมรับแก่ผู้ร้องเรียน/ผู้เสียหาย โดยให้ผู้เสียหายสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูล คำแนะนำ และผู้เชี่ยวชาญที่จำเป็น เพื่อเป็นส่วนทำให้กระบวนการเรียกร้องมีความเป็นธรรม
- การเลือกปฏิบัติและกลุ่มผู้ที่ต้องได้รับการดูแลเป็นพิเศษ (Discrimination and VulnerableGroups) องค์กรเคารพสิทธิและไม่เลือกปฏิบัติต่อกลุ่มคนที่ต้องได้รับการดูแลเป็นพิเศษอื่น ครอบคลุมถึงกลุ่มผู้สูงอายุ ผู้อพยพ คนยากจน ผู้ไม่รู้หนังสือ ผู้ติดเชื้อ HIV/AIDS ชนกลุ่มน้อยและกลุ่มทางศาสนา ไม่เลือกปฏิบัติต่อผู้พิการ ตลอดจนมีการจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกให้ตามความเหมาะสม มีแนวปฏิบัติเพื่อป้องกันการจ้างแรงงานเด็ก เคารพสิทธิส่วนบุคคลของชนพื้นเมือง เมื่อต้องมีการตัดสินใจและมีส่วนร่วมกับองค์กรในด้านต่าง ๆ ทั้งเรื่องการจัดการและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ การสืบสานขนบธรรมเนียมประเพณีภูมิปัญญาท้องถิ่น และการจัดการทรัพย์สินทางวัฒนธรรมและทางปัญญา
- สิทธิการเป็นพลเมืองและสิทธิทางการเมือง (Civil and Political Rights) องค์กรควรเคารพต่อสิทธิส่วนบุคคลรวมถึงสิทธิการเป็นพลเมืองอื่น ๆ ได้แก่ สิทธิในการดำรงชีวิตอย่างมีเกียรติ สิทธิในการแสดงความคิดเห็นและการแสดงออก สิทธิในการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน สิทธิในการเข้าถึงบริการสาธารณะ สิทธิในการเลือกตั้ง สิทธิที่จะเข้าถึงกระบวนการทางกฎหมายและการรับฟังคำชี้แจง ก่อนการพิจารณาโทษ เสรีภาพในการนับถือศาสนาและความเชื่อ เสรีภาพในการชุมนุมและสมาคมอย่างสงบ ตลอดจนเสรีภาพในการไม่ถูกแทรกแซงตามอำเภอใจ
- สิทธิทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม (Economic, Social and Cultural Rights) ทุกคนในฐานะสมาชิกของสังคม ย่อมมีสิทธิทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ที่จำเป็นในการพัฒนาตนเอง ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับการศึกษา อยู่ในสถานที่ทำงานที่ดี (Favorable Condition) มีมาตรฐานทางสุขภาพที่เพียงพอทั้งสุขภาพกายและสุขภาพใจ มีมาตรฐานการดำรงชีวิต (อาหารที่อยู่ และการรักษาพยาบาล) ที่ดีและเพียงพอ ตลอดจนมีการปกป้องทางสังคม เช่น การประกันการว่างงาน การประกันการเจ็บป่วย เป็นต้น
- สิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงาน (Fundamental Principles and Rights at Work) สิทธิในข้อนี้เน้นประเด็นแรงงาน การให้เสรีภาพในการสมาคมและการรวมกลุ่มเพื่อเจรจาต่อรองของลูกจ้างโดยอยู่ภายใต้กรอบของกฎหมาย กฎระเบียบข้อบังคับขององค์กร ไม่หาผลประโยชน์จากการใช้แรงงานบังคับ หรือทำงานโดยไม่สมัครใจ ให้โอกาสที่เท่าเทียมกันและไม่เลือกปฏิบัติ และไม่ใช้แรงงานเด็ก

๓. การปฏิบัติด้านแรงงาน (Labor Practices)

รูปที่ ๖ การปฏิบัติด้านแรงงาน

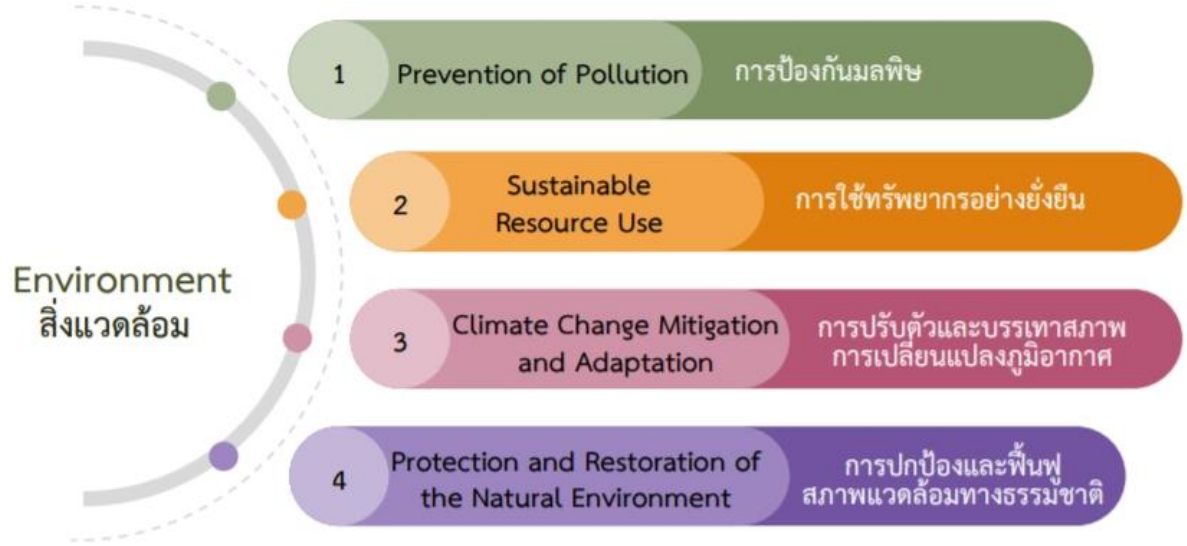
การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม คือ การเคารพและปฏิบัติต่อแรงงานสอดคล้องกับกฎหมายและหลักจริยธรรมเพื่อสร้างความยุติธรรม ความมั่นคงและความสงบสุขในสังคม อันรวมถึงการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กรเอง เนื่องจากแรงงานเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยตรงของธุรกิจ ซึ่งทำหน้าที่ขับเคลื่อนการดำเนินงานของธุรกิจให้เกิดขึ้น ประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคมที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ได้แก่

- การจ้างงานและความสัมพันธ์ในการจ้างงาน (Employment and Employment Relationships) องค์กรควรมีการจ้างงานอย่างถูกต้องตามกฎหมาย และไม่หาช่องทางหลีกเลี่ยงภาระหน้าที่ของนายจ้าง ซึ่งครอบคลุมทั้งการจ้างงานของผู้รับเหมา ผู้รับจ้างช่วง มีการวางแผนอัตรากำลัง เพื่อหลีกเลี่ยงการจ้างงานบางเวลา เป็นบางครั้งบางคราว หรือการจ้างแรงงานชั่วคราวมากเกินไป ยกเว้นว่าลักษณะของงานนั้นเป็นงานระยะสั้น งานตามฤดูกาล หรืองานโครงการที่มีระยะเวลาไม่เกิน ๒ ปี มีการแจ้งและให้ข้อมูลการเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานที่อาจส่งผลกระทบต่อสภาพการจ้างงานภายในระยะเวลาที่เหมาะสม และให้ผู้แทนลูกจ้างมีส่วนร่วมในการหาแนวทางลดผลกระทบนั้น ไม่ปลดออก เลิกจ้าง และไล่ออกโดยไม่มีกฎเกณฑ์หรือเลือกปฏิบัติ ปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลและความเป็นส่วนตัวของลูกจ้าง มีขั้นตอนที่มั่นใจได้ว่า ผู้รับเหมา ผู้รับจ้างช่วงที่ทำงานให้กับองค์กร ได้รับการยอมรับตามกฎหมายหรือแสดงความรับผิดชอบในฐานะของนายจ้าง และได้รับการแสดงออกถึงความเท่าเทียมกัน ตลอดจนไม่หาผลประโยชน์จากความไม่เป็นธรรมเอารัดเอาเปรียบ หรือกดขี่ด้านแรงงานจากคู่ธุรกิจ ผู้ส่งมอบ ผู้รับจ้างช่วง

- สภาพการจ้างและการปกป้องทางสังคม (Conditions of Work and Social Protection) สภาพการจ้างในที่นี้ครอบคลุมค่าจ้างและการชดเชยในทุกรูปแบบ ชั่วโมงการทำงาน วันหยุดประจำสัปดาห์ วันหยุดพักผ่อนประจำปี วันหยุดตามประเพณี สุขภาพ และความปลอดภัย การคุ้มครองความเป็นมารดา และสวัสดิการต่าง ๆ มีการปกป้องทางสังคมทั้งทางกฎหมายและเป็นนโยบายขององค์กรด้วยการมีหลักประกันการจ้างงานเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนกรณีถูกเลิกจ้าง ลดค่าจ้างอันเนื่องจากการบาดเจ็บ พิการจากงาน การรักษาพยาบาล การเลี้ยงดูบุตร อีกทั้งการเกษียณอายุ
- การสานเสวนาทางสังคม (Social Dialogue) หมายถึง การปรึกษาหารือ ต่อรอง หรือแลกเปลี่ยนข้อมูลกันระหว่างตัวแทนนายจ้าง ลูกจ้าง และในบางกรณี มีตัวแทนภาครัฐ ร่วมด้วย องค์กรควรกำหนดโครงสร้างการเจรจาต่อรองร่วมระหว่างนายจ้างและลูกจ้างขององค์กร เพื่อรักษาผลประโยชน์ของลูกจ้าง ไม่ปลด หรือไล่ออก หรือการเลือกปฏิบัติต่อบุคคลหรือกลุ่มคนที่มีการจัดตั้งเพื่อการเจรจาต่อรอง รวมถึงไม่คุกคามทั้งทางตรงและทางอ้อมด้วยวิธีการข่มขู่ หรือสร้างให้เกิดความกลัว จัดให้มีการแจ้งไปยังตัวแทนภาครัฐและผู้แทนของลูกจ้าง เพื่อให้เกิดการตรวจสอบร่วมกันในการบรรเทาผลกระทบด้านลบที่อาจเกิดขึ้นเท่าที่เป็นไปได้มากที่สุดในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานที่มีผลกระทบโดยตรงต่อการจ้างงาน สนับสนุนสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นในการปฏิบัติหน้าที่ รวมทั้งข้อมูลที่ถูกต้องเป็นจริงเกี่ยวกับสถานะการดำเนินธุรกิจ ผลประกอบการ และกิจกรรมขององค์กร
- สุขภาพ และความปลอดภัยในการทำงาน (Health and Safety at Work) องค์กรควรส่งเสริมและป้องกันลูกจ้างจากอันตรายอันเกิดจากการทำงานทั้งทางกายและจิตใจ จัดให้มีการทำงานและสถานที่ที่ปลอดภัยบนหลักการของความปลอดภัยและมาตรฐานด้านสุขอนามัย และความเท่าเทียมกันทั้งลูกจ้าง ลูกจ้างชั่วคราว และผู้รับจ้างช่วง รวมถึงการจ้างงานนอกเวลา มีการวิเคราะห์และควบคุมความเสี่ยงต่อสุขภาพและความปลอดภัยที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมขององค์กร มีการกำหนดมาตรการจัดการความเสี่ยงตามลำดับขั้น (การขจัด การทดแทน การควบคุมทางวิศวกรรมการบริหารจัดการ ขั้นตอนการทำงาน และอุปกรณ์ป้องกันภัยส่วนบุคคล) รวมถึงการเตรียมความพร้อมในสภาวะฉุกเฉิน ทั้งการซ้อม การทบทวน และการสื่อสารแผนดังกล่าว มีการบันทึกและสอบสวนอุบัติการณ์ด้านสุขภาพและความปลอดภัย ปัญหาที่ได้รับแจ้งจากลูกจ้างเพื่อทำการลดหรือกำจัดปัญหาดังกล่าว ไม่ผลักภาระค่าใช้จ่ายในการตรวจสุขภาพและการตรวจวัดด้านความปลอดภัยในสถานที่ทำงานให้เป็นหน้าที่ของลูกจ้าง ตลอดจนมีการสื่อสารข้อมูลที่เกี่ยวกับข้อกำหนดด้านความปลอดภัยเพื่อให้ลูกจ้างสามารถปฏิบัติได้ และให้มั่นใจว่าลูกจ้างได้ทำตามขั้นตอนที่ถูกต้อง นอกจากนั้น ยังให้ลูกจ้างสามารถปฏิเสธงานที่ได้รับได้ หากพิจารณาอย่างมีเหตุผลแล้วว่า อาจมีอันตรายหรือเกิดอันตรายร้ายแรงต่อชีวิต หรือสุขภาพของตนเองหรือชีวิตและสุขภาพของผู้อื่น
- การพัฒนามนุษย์และการฝึกอบรมในสถานที่ปฏิบัติงาน (Human Development and Training in the Workplace) องค์กรควรจัดให้ลูกจ้างทุกคน ทุกระดับ ได้รับการฝึกอบรมการพัฒนาทักษะ การฝึกงาน เพื่อเพิ่มความสามารถและปฏิบัติหน้าที่ได้ดีขึ้น ตลอดจนให้

โอกาสก้าวหน้าทางอาชีพบนพื้นฐานความเท่าเทียมและไม่เลือกปฏิบัติ และให้มั่นใจว่าลูกจ้างที่เปลี่ยนหน้าที่จะได้รับการฝึกอบรมและคำแนะนำที่เพียงพอต่อการปฏิบัติงานในหน้าที่ใหม่

๔. สิ่งแวดล้อม (Environment)



รูปที่ ๗ สิ่งแวดล้อม

ในปัจจุบันธุรกิจได้รับแรงกดดันจากสังคมมากขึ้นเรื่อย ๆ ในการแสดงความรับผิดชอบต่อความเสียหายทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นทั้งในรูปแบบของปัญหามลพิษและมหันตภัยทางธรรมชาติต่าง ๆ องค์กรจึงต้องให้ความสำคัญกับการจัดการสิ่งแวดล้อม รวมถึงต้องจัดให้มีการประเมินและบริหารจัดการความเสี่ยงในกระบวนการดำเนินงานขององค์กรต่อสิ่งแวดล้อมด้วย ประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมที่องค์กรสามารถดำเนินการเพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมให้แก่ธุรกิจ ได้แก่

- การป้องกันมลภาวะ (Prevention of Pollution) คือ การจัดการควบคุมมลภาวะต่าง ๆ เช่น มลพิษทางอากาศและน้ำ มลพิษจากกระบวนการจัดการของเสีย การใช้และการกำจัดสารเคมีที่เป็นพิษ เป็นต้น ด้วยการชี้บ่งประเด็นหรือผลกระทบสิ่งแวดล้อมอันเกิดจากกิจกรรมขององค์กรมีมาตรการในการป้องกันและบรรเทาผลกระทบนั้น ๆ มีการตรวจวัดบันทึกผลดำเนินการเพื่อใช้ในการปรับปรุงให้ดีขึ้น
- การใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน (Sustainable Resource Use) เนื่องจากทรัพยากรมีอยู่อย่างจำกัด ธุรกิจจึงต้องใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพในทุกกิจกรรม เช่น ลดการใช้พลังงาน น้ำ และทรัพยากรอื่น ๆ โดยการนำทรัพยากรทางเลือกที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่และมีผลกระทบต่ำมาใช้ร่วมกันหรือทดแทนทรัพยากรที่ใช้แล้วหมดไป ใช้วัสดุรีไซเคิล หรือนำกลับมาใช้ใหม่ให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ กำหนดแนวปฏิบัติด้านการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน และสร้างจิตสำนึกให้พนักงานใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน
- การบรรเทาและปรับตัวให้เข้ากับสภาพการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ (Climate Change Mitigation and Adaptation) ในหัวข้อนี้มี ๒ ประเด็น ที่องค์กรควรดำเนินการ คือ

- การบรรเทาผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ องค์กรควรชี้บ่งแหล่งกำเนิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่มีนัยสำคัญทั้งทางตรงและทางอ้อม ภายในขอบเขตความรับผิดชอบขององค์กร มีการตรวจวัด บันทึก และรายงานการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่มีนัยสำคัญทั้งทางตรงและทางอ้อมโดยใช้วิธีที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล ตลอดจนดำเนินมาตรการทั้งทางตรงและทางอ้อมอย่างต่อเนื่อง เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกภายใต้ขอบเขตที่องค์กรควบคุมได้
- การปรับตัวให้เข้ากับสภาพการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ องค์กรควรพิจารณาแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในระดับโลกและระดับท้องถิ่น เพื่อชี้บ่งความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อองค์กร และผนวกเรื่องการปรับตัวต่อสภาพการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศเข้าไปในกระบวนการการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ขององค์กรเพื่อหลีกเลี่ยงและลดความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นให้เหลือน้อยที่สุด และควรสร้างให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความสามารถดังกล่าวนี้ด้วย

- การปกป้องสิ่งแวดล้อม ความหลากหลายทางชีวภาพ และการบูรณะที่อยู่อาศัยตามธรรมชาติ (Protection of the Environment, Biodiversity and Restoration of Natural Habitats) คือ การสร้างความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมเพื่อปกป้องสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติและช่วยบูรณะที่อยู่อาศัยตามธรรมชาติของสิ่งมีชีวิตต่าง ๆ ซึ่งเป็นพื้นฐานของระบบนิเวศในสิ่งแวดล้อม

๕. การดำเนินงานอย่างเป็นธรรม (Fair Operating Practices)

รูปที่ ๘ การดำเนินงานอย่างเป็นธรรม

การประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรมเป็นการปฏิบัติหรือการประกอบธุรกรรมในการดำเนินงานอย่างมีจริยธรรมขององค์กรหนึ่งต่อองค์กรอื่น การปฏิบัติตามหลักจริยธรรมถือเป็นพื้นฐานที่ก่อให้เกิดความเชื่อมั่นและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในสัมพันธภาพของธุรกิจและผู้เกี่ยวข้อง

ในระยะยาว ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรม จึงให้ความสำคัญและส่งเสริมให้เกิดการปฏิบัติตามหลักจริยธรรมต่าง ๆ ได้แก่

- การต่อต้านการทุจริต (Anti-corruption) มี ๒ มิติ คือ การต่อต้านการทุจริตภายในและภายนอกองค์กร เป็นการป้องกันและกำจัดการใช้อำนาจในทางที่ผิดเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์ส่วนตัวหรือก่อให้เกิดความเสียหายต่อบุคคลอื่นหรือต่อส่วนรวม อันเป็นการทำลายประสิทธิผลและชื่อเสียงทางจริยธรรมขององค์กร การทุจริตอาจเกิดได้ในหลายลักษณะ เช่น การติดสินบนเจ้าหน้าที่ด้วยการชักชวน การเสนอ การให้ หรือการรับเงิน และ/หรือสิ่งของ การมีผลประโยชน์ทับซ้อนการฉ้อฉล การฟอกเงิน การยักยอก การปกปิดข้อเท็จจริง การขัดขวางกระบวนการยุติธรรมการค้าภายใต้อิทธิพล เป็นต้น การทุจริตเป็นสิ่งที่ทำลายประสิทธิผลและชื่อเสียงขององค์กรซึ่งนอกจากจะก่อให้เกิดผลเสียหายต่อธุรกิจและความสามารถในการแข่งขันแล้ว ยังทำให้เกิดการฝ่าฝืนสิทธิมนุษยชน ทำลายกระบวนการทางกฎหมาย ทำให้สังคมเกิดความอ่อนแอ และทำลายสิ่งแวดล้อมอีกด้วย
- การเกี่ยวข้องกับการเมืองอย่างมีความรับผิดชอบ (Responsible Political Involvement) องค์กรสามารถส่งเสริมกระบวนการการเมืองภาคมหาชน และสนับสนุนการพัฒนานโยบายสาธารณะซึ่งเป็นประโยชน์ต่อสังคมในระดับมหภาคได้ รวมถึงต้องควบคุมไม่ให้เกิดการใช้อำนาจในการบั่นทอนกระบวนการทางการเมืองด้วยการประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรม ซึ่งจะเกิดขึ้นได้เมื่อองค์กรให้ความสำคัญกับการเคารพต่อกฎหมายหรือหลักนิติธรรม การยึดมั่นในมาตรฐานจริยธรรมและความถูกต้องความซื่อสัตย์ ความโปร่งใส เท่าเทียมกัน และความรับผิดชอบที่สามารถยอมรับการตรวจสอบได้
- การแข่งขันที่เป็นธรรม (Fair Competition) มีส่วนกระตุ้นให้เกิดนวัตกรรมและประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ลดต้นทุนของสินค้าและบริการ และสร้างมาตรฐานที่ดีในการจัดซื้อจัดจ้าง องค์กรควรมีกระบวนการหรือการป้องกันพฤติกรรมที่ขัดขวางการแข่งขัน สร้างความตระหนักแก่พนักงาน และไม่ใช้ประโยชน์จากสภาพทางสังคม เช่น ความยากจน มาทำให้เกิดการแข่งขันที่ไม่ยุติธรรม
- การส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมในห่วงคุณค่า (Promoting Social Responsibility in the Value Chain) องค์กรจำเป็นต้องคำนึงถึงการดำเนินงานด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมตลอดห่วงโซ่คุณค่า เนื่องจากความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในการดำเนินงานขององค์กรหนึ่ง ๆ ไม่ได้เป็นผลมาจากการดำเนินงานของตัวองค์กรเองเพียงอย่างเดียวเท่านั้น หากแต่เป็นผลที่เกี่ยวโยงกับการดำเนินงานขององค์กรตลอดห่วงโซ่คุณค่า ดังนั้น องค์กรควรส่งเสริมและสนับสนุนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่คุณค่าให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมผ่านการจัดซื้อจัดจ้างโดยการเป็นผู้นำและพี่เลี้ยง
- การเคารพสิทธิในทรัพย์สิน (Respect for Property Rights) สิทธิในทรัพย์สิน หมายถึงทั้งทรัพย์สินที่เป็นสิ่งของและทรัพย์สินทางปัญญา รวมถึงผลประโยชน์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับทรัพย์สินดังกล่าว โดยสิทธิในการครอบครองทรัพย์สินถือเป็นสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐาน ดังนั้นในการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม องค์กรจึงต้องให้ความสำคัญกับการเคารพ

สิทธิในทรัพย์สินขององค์กรอื่น ซึ่งสามารถแสดงความมุ่งมั่นผ่านนโยบาย หลักปฏิบัติต่าง ๆ ไม่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่มีการละเมิดลิขสิทธิ์ รวมถึงการตรวจสอบการใช้หรือจำหน่ายทรัพย์สินที่เกี่ยวข้องกับทรัพย์สินทางปัญญาอย่างถูกต้องตามกฎหมาย

๖. ด้านผู้บริโภค (Consumer Issues)

รูปที่ ๙ ด้านผู้บริโภค

หลักการสำคัญของความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค คือ สินค้าที่ปลอดภัย ข้อมูลของสินค้า และบริการที่ชัดเจนตลอดจนการนำเสนอสินค้าและบริการที่มีประโยชน์ต่อผู้บริโภค การลดความเสี่ยงจากการใช้สินค้าและบริการให้เหลือน้อยที่สุด รวมถึงการโฆษณาและการตลาดที่เป็นธรรม การบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าทั้งก่อนและหลังการขาย การปกป้องข้อมูลและรักษาความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภค และการรับฟังความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าและบริการ ประเด็นสำคัญหนึ่งเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค คือ การพัฒนาสินค้าและบริการให้ทุกภาคส่วนสามารถเข้าถึงได้ รวมถึงผู้บริโภคที่ด้อยโอกาส ตลอดจนการกระตุ้นให้เกิดการบริโภคอย่างยั่งยืนเพื่อเคารพและรักษาสิทธิของผู้บริโภคอย่างเพียงพอ นอกจากนี้ เมื่อองค์กรตระหนักว่าสินค้าและบริการก่อให้เกิดผลกระทบในด้านสุขภาพหรือความปลอดภัยในลักษณะใด ๆ ต่อผู้บริโภค องค์กรต้องรีบเปิดเผยข้อมูล เรียกคืนสินค้าที่มีปัญหานั้น และจัดการแก้ไขเยียวยาโดยทันทีเพื่อให้เกิดความเสี่ยงต่อผู้บริโภคให้น้อยที่สุด

- การตลาดที่เป็นธรรม ข้อมูลที่เป็นจริงไม่เบี่ยงเบน และการปฏิบัติทางสัญญาที่เป็นธรรม (Fair Marketing, Factual and Unbiased Information and Fair Contractual Practices) ธุรกิจต้องไม่กระทำการใด ๆ ที่หลอกลวง ทำให้เข้าใจผิด ฉ้อโกงหรือไม่เป็นธรรม ไม่ชัดเจนหรือคลุมเครือ รวมทั้งปกปิดข้อมูลที่จำเป็น ทำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข้อมูล

ที่เกี่ยวข้องอย่างโปร่งใส ถูกต้อง ครบถ้วน สามารถเข้าถึงได้ง่าย เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการเปรียบเทียบและตัดสินใจของผู้บริโภค แสดงหลักฐานข้อเท็จจริงตามที่กล่าวอ้างของผลิตภัณฑ์และบริการเมื่อลูกค้าร้องขอ ไม่ใช้ข้อความ เสียง หรือสื่อรูปภาพ ที่เกี่ยวข้องกับเพศ ศาสนา เชื้อชาติ ความพิการ หรือความสัมพันธ์ส่วนบุคคล เพื่อบิดเบือนข้อความที่สื่อสารให้ผู้บริโภค

- การคุ้มครองด้านสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค (Protecting Consumers' Healthand Safety) องค์กรควรออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ทำให้เกิดความเสี่ยงต่อผู้บริโภคน้อยที่สุด โดยชี้บ่งกลุ่มผู้ใช้งาน และมีมาตรการป้องกันอันตราย เริ่มจากการออกแบบให้เกิดความปลอดภัยในการใช้งาน (Intended Use) และการใช้งานที่ผิดวัตถุประสงค์ (Foreseeable Misuse) ของผลิตภัณฑ์หรือบริการ และปลอดภัยต่อความเสี่ยงที่มีโอกาสเกิดขึ้นทุกขั้นตอน มีวิธีการใช้งานผลิตภัณฑ์หรือบริการอย่างปลอดภัยให้แก่ผู้ใช้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มที่ต้องได้รับการดูแลเป็นพิเศษ ตลอดจนมีกลไกที่เหมาะสมในการเรียกเก็บ หรือเรียกคืนผลิตภัณฑ์เมื่อพบว่าผลิตภัณฑ์ที่วางจำหน่ายในท้องตลาดอาจเป็นอันตรายหรือมีข้อบกพร่องที่ร้ายแรงต่อผู้บริโภค
- การบริโภคอย่างยั่งยืน (Sustainable Consumption) เพื่อสนับสนุนให้เกิดการบริโภคอย่างยั่งยืน องค์กรควรเสนอผลิตภัณฑ์และการบริการที่เป็นประโยชน์และลดผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ง่ายต่อการนำกลับมาใช้ใหม่ ซ่อมได้ หรือนำกลับมาผลิตใหม่ เสนอผลิตภัณฑ์คุณภาพสูง คงทน ในราคาที่สมเหตุสมผล สามารถใช้ฉลากที่แสดงถึงการดูแลสิ่งแวดล้อม (Eco-label) ประสิทธิภาพการใช้พลังงาน และคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
- การบริการ การสนับสนุน และการยุติข้อร้องเรียน ข้อโต้แย้งผู้บริโภค (Consumer Service,Support, and Complaint and Dispute Resolution) องค์กรควรกำหนดมาตรการการป้องกันก่อนการเกิดข้อร้องเรียนของผู้บริโภค โดยการเสนอทางเลือกในการรับคืนผลิตภัณฑ์ภายในระยะเวลาที่กำหนด หรือแนวทางอื่น ๆ ที่เหมาะสม เสนอการประกันสินค้าด้วยระยะเวลาที่เหมาะสม ดีกว่ากฎหมายกำหนด เสนอการบำรุงรักษาหรือการซ่อมแซมในราคาที่สมเหตุสมผลและมีสถานที่ตั้งสะดวกต่อการให้บริการ มีการทบทวนข้อร้องเรียนและปรับปรุงแนวปฏิบัติในการตอบสนองต่อข้อร้องเรียน มีการสื่อสารเรื่องการสนับสนุนต่าง ๆ รวมทั้งกลไกการระงับข้อพิพาทและการชดเชยให้ผู้บริโภคที่ชัดเจน โดยไม่มีการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายกับผู้บริโภค และไม่ขัดขวางการทวงสิทธิ์ตามกฎหมายผู้บริโภค
- การปกป้องข้อมูลและความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภค(Consumer Data Protection and Privacy) องค์กรควรมีการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล และป้องกันการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ขอข้อมูลเท่าที่จำเป็น กำหนดวัตถุประสงค์ในการเก็บข้อมูลส่วนบุคคลอย่างชัดเจน ทั้งก่อนหรือในระหว่างการจัดเก็บข้อมูล กำหนดแนวปฏิบัติที่แสดงถึงและเคารพต่อข้อมูลส่วนบุคคล และการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่ครอบคลุมถึงการไม่ใช้ข้อมูลของผู้บริโภคเพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาดโดยการให้ข้อเสนอพิเศษผูกพันในสัญญาโดยที่ผู้บริโภค

ไม่ต้องการ การไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคหรือนำไปใช้ในวัตถุประสงค์อื่นนอกเหนือจากที่ระบุ ยกเว้นได้รับการยินยอมจากผู้บริโภค หรือเมื่อมีการร้องขอจากกระบวนการทางกฎหมาย การจัดให้ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะทวนสอบข้อมูลของตนที่ให้ไว้ และมีสิทธิที่จะคัดค้านข้อมูลเหล่านี้ตามที่กฎหมายกำหนด หากการคัดค้านเป็นผล ข้อมูลต้องได้รับการลบทิ้ง หรือได้รับการแก้ไขตามความเหมาะสม การเปิดเผยรายชื่อและสถานที่ปฏิบัติงานของบุคคลที่มีหน้าที่ในการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลขององค์กร (บางครั้งเรียกว่าผู้เก็บข้อมูล) และถือให้บุคคลนี้เป็นผู้รับผิดชอบในการปฏิบัติตามมาตรการข้างต้น

- การเข้าถึงบริการที่จำเป็น (Access to Essential Services) องค์กรไม่ควรตัดบริการที่จำเป็นในกรณีที่ผู้บริโภคยังไม่ได้ชำระค่าใช้จ่าย โดยไม่ให้โอกาสผู้บริโภคในการหาเงินมาชำระตามระยะเวลาที่เหมาะสม และไม่ตัดการให้บริการรวมที่จะกระทบต่อผู้บริโภครายอื่น ขยายพื้นที่และจัดเตรียม การให้บริการที่มีคุณภาพอย่างเท่าเทียมกัน โดยเฉพาะกรณีที่มีการลดการผลิตหรือหยุดชั่วคราว ไม่ควรมีการเลือกปฏิบัติต่อกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง รวมทั้งมีการบำรุงรักษาและปรับปรุงระบบอย่างต่อเนื่องเพื่อช่วยป้องกันการหยุดชะงักในการให้บริการ
- การให้ความรู้และการสร้างความตระหนัก (Education and Awareness) องค์กรควรมุ่งเน้นการให้ความรู้แก่ผู้บริโภคในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรม ผลิตภัณฑ์และการบริการต่าง ๆ ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพและความปลอดภัย ความเสี่ยงและข้อควรระวังในการใช้ผลิตภัณฑ์ ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้วัตถุดิบ พลังงาน และน้ำ ข้อมูลเกี่ยวกับการกำจัดบรรจุภัณฑ์ของเสียและผลิตภัณฑ์ช่องทางที่จะได้รับการชดเชย ฉลากผลิตภัณฑ์และบริการ รวมทั้งข้อมูลที่จัดเตรียมไว้ในคู่มือและขั้นตอนการใช้งาน

๗. การมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน (Community Involvement and Development)

รูปที่ ๑๐ การมีส่วนร่วมและพัฒนาชุมชน

ชุมชนและสังคมนับเป็นกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญ นอกจากการลดผลกระทบเชิงลบอันเกิดจากกระบวนการดำเนินธุรกิจต่อชุมชนและสังคมแล้ว การมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชนถือว่าเป็นอีกความรับผิดชอบหนึ่งของธุรกิจ ซึ่งสามารถสร้างประโยชน์ให้แก่ชุมชนและสังคมได้ในหลากหลายรูปแบบ นับตั้งแต่การเคารพต่อกฎระเบียบและแนวทางปฏิบัติของชุมชน การส่งเสริมและให้คุณค่ากับศิลปะ วัฒนธรรม และจริยธรรมท้องถิ่นการร่วมมือกับองค์กรท้องถิ่นเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน การสนับสนุนทรัพยากรเพื่อการพัฒนาชุมชนในระยะยาว ตลอดจนการส่งเสริมสุขภาพที่ดีของสมาชิกในชุมชนด้วยการช่วยเหลือด้านการเข้าถึงยาและการรักษาโรค รวมถึงการสนับสนุนวิถีชีวิตแบบส่งเสริมสุขภาพ

บทที่ ๔
การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกองค์กร

การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน เป็นการพิจารณาทรัพยากรและความสามารถภายในองค์กรทุก ๆ ด้าน เพื่อที่จะระบุจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กร แหล่งที่มาเบื้องต้นของข้อมูลเพื่อการประเมินปัจจัยภายในคือ ระบบข้อมูลเพื่อการบริหารที่ครอบคลุมทุกด้าน ทั้งในด้านโครงสร้าง ระบบ ระเบียบ วิธีปฏิบัติงาน บรรยากาศในการทำงาน และทรัพยากรในการบริหาร (คน เงิน วัสดุ การจัดการ) รวมถึงการพิจารณาการดำเนินงานที่ผ่านมาขององค์กร เพื่อที่จะเข้าใจสถานการณ์และผลกลยุทธ์ก่อนหน้านี้ ด้วยการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก เป็นการพิจารณาสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อหน่วยงานที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น การเปลี่ยนแปลงด้านประชากรศาสตร์ สภาพเศรษฐกิจ การเมือง เทคโนโลยี สภาพสังคม กฎหมาย นโยบายรัฐบาล ผู้รับบริการ คู่แข่งขัน และสภาพตลาด เป็นต้น การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกนี้จะทำเพื่อประเมินดูโอกาส (Opportunities) และภัยคุกคาม/อุปสรรค (Threats) ขององค์กรเพื่อจะได้เข้าใจถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของสภาวการณ์ต่าง ๆ และพลังผลักดันที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมซึ่งอาจมีผลกระทบในระยะยาว ทำให้องค์กรสามารถหาแนวทางป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างทันท่วงที รวมทั้งทราบได้ว่าองค์กรดำรงอยู่ในสภาพอย่างไร

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) ในการดำเนินงาน CSR ของโรงพิมพ์ตำรวจ

จุดแข็ง (Strength)

S๑ - มีนโยบาย คู่มือ และกระบวนการกำกับดูแลกิจการที่ดีตามข้อกำหนด

S๒ - การจัดทำแผนงานด้านความรับผิดชอบขององค์กรต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมีการเชื่อมโยงกับการจัดทำแผนวิสาหกิจของโรงพิมพ์ตำรวจ ซึ่งการกำหนดโครงการ กลยุทธ์ เป้าหมาย และยุทธศาสตร์ มีความสอดคล้องสนับสนุนผลลัพธ์ต่อวิสัยทัศน์และภารกิจองค์กรที่ชัดเจน

S๓ – คณะกรรมการ และคณะอนุกรรมการด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการนำองค์กรโรงพิมพ์ตำรวจ ให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคม

S๔- มีการดำเนินงานตาม ISO ๒๖๐๐๐ ครอบคลุม ๗ ประเด็นหลัก

จุดอ่อน (Weakness)

W๑ - บุคลากรภายในยังไม่มีความรู้ ความเข้าใจแนวทางการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR in Process) ขององค์กร

W๒ - งบประมาณสนับสนุนการดำเนินงานด้าน CSR มีจำกัด

W๓ - ยังขาดวัฒนธรรมองคกรที่มุ่งเน้นด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อใช้ในการปฏิบัติงาน

W๓ – ผู้ปฏิบัติงานขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรฐาน และการนำระบบการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมไปปฏิบัติ

โอกาส (Opportunity)

O๑ **-** รัฐบาลให้ความสำคัญกับการดำเนินงานด้าน CSR

O๒ - มีแนวทางและวิธีปฏิบัติในการดำเนินงานด้าน CSR ที่เป็นมาตรฐานสากล

O๓ – มีการจัดทำแผนงานด้านความรับผิดชอบขององค์กรต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อสนองต่อหลักเกณฑ์การประเมินผลรัฐวิสาหกิจใหม่

O๔ - กระแส CSR ในปัจจุบันผลักดันให้ประชาชนทุกกลุ่มทุกเพศ ทุกวัย ให้ความสำคัญทำให้ภาคธุรกิจและชุมชนเกิดความตื่นตัวและให้ความสนใจกับแนวปฏิบัติด้าน CSR

อุปสรรค (Threat)

T๑ - ยังไม่มีแนวร่วมการดำเนินงานด้าน CSR ที่ชัดเจนและเข้มแข็ง

T๒ - ด้วยความเป็นรัฐวิสาหกิจ ต้องปฏิบัติตามระเบียบของหน่วยงานกำกับ ซึ่งออกมาเพื่อบังคับใช้ในวงกว้าง จึงขาดความยืดหยุ่น

T๓ – การแข่งขันจากภาคเอกชนในการให้บริการด้านการพิมพ์ที่สูงขึ้น

T๔ – การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการสื่อสารที่รวดเร็วในปัจจุบัน ส่งผลต่อการเผยแพร่ผลกระทบเชิงลบได้อย่างรวดเร็วในวงกว้าง

การกำหนดกลยุทธ์ ด้าน CSR ของโรงพิมพ์ตำรวจ

เมื่อวิเคราะห์ SWOT แล้วต่อไปเป็นการนำประเด็นการวิเคราะห์ที่รวบรวมได้จากการทำ SWOT ทั้งหมดมาจัดอันดับความสำคัญเพื่อให้ง่ายต่อการประเมินสภาวะแวดล้อม โดยการนำโอกาสและข้อจำกัด (อุปสรรค) ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอก จุดแข็ง และจุดอ่อน ซึ่งเป็นปัจจัยภายในองค์กรมาลงในตาราง TOWS แล้วทำการวิเคราะห์เพื่อให้ทราบถึงสถานะขององค์กร แล้วจึงกำหนดกลยุทธ์กล่าวคือ TOWS Matrix นั้นเป็นกลยุทธ์การบริหารรูปแบบหนึ่ง โดยการจับคู่ระหว่างปัจจัยภายนอก กับปัจจัยภายในที่ได้จากการวิเคราะห์ SWOT เพื่อประเมินสถานการณ์ที่องค์กรเผชิญอยู่ ดังนี้

- ระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค โดยที่การประเมินสภาพแวดล้อมที่แสดงให้เห็นถึงจุดแข็งและจุดอ่อน เป็นการประเมินภายในองค์กร ส่วนการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นโอกาสและอุปสรรคจะเป็นการประเมินภายนอกองค์กร

- วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างจุดแข็งกับโอกาส จุดแข็งกับอุปสรรค จุดอ่อนกับโอกาส และจุดอ่อนกับอุปสรรค ซึ่งผลของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ในข้อมูลแต่ละคู่ดังกล่าว ทำให้เกิดกลยุทธ์ ๔ ประเภท คือ

(๑) กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและโอกาสมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์ในเชิงรุก หรือการขยายตัว

(๒) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็ง และอุปสรรคมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์ในเชิงป้องกัน ทั้งนี้เนื่องจากองค์กรมีจุดแข็งขณะเดียวกันองค์กรก็เจอกับสภาพแวดล้อมที่เป็นอุปสรรคจากภายนอกที่องค์กรควบคุมไม่ได้ แต่องค์กรสามารถใช้จุดแข็งที่มีอยู่เอาชนะอุปสรรคที่มาจากภายนอกได้ อาจใช้ได้ทั้งกลยุทธ์การขยายตัวและคงตัว

(๓) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อนและโอกาสมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์ในเชิงแก้ไข ทั้งนี้ เนื่องจากองค์กรมีโอกาสที่จะนำแนวคิดหรือวิธีใหม่ ๆ มาใช้ในการแก้ไขจุดอ่อนที่องค์กรมีอยู่ได้ เช่น การเพิ่มการสื่อสารทางการตลาด การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ อาจใช้กลยุทธ์การคงตัวและปรับปรุง เป็นต้น

(๔) กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อนและอุปสรรคมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์ในเชิงรับ ทั้งนี้เนื่องจากองค์กรเผชิญกับทั้งจุดอ่อนและอุปสรรคภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น ข้อจำกัดด้านงบประมาณ กฎระเบียบที่เปลี่ยนแปลง เป็นต้น ต้องใช้กลยุทธ์การหดตัวอย่างเช่นการยกเลิกโครงการ การยกเลิกภารกิจ เป็นต้น

จากการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน ภายนอก (SWOT) ทำให้โรงพิมพ์ตำรวจจัดทำ TOWS Matrix ได้ดังนี้

ปัจจัยภายใน (Internal Factor) / **ปัจจัยภายนอก (External Factor)**	**จุดแข็ง (Strength)** S๑ - มีนโยบาย คู่มือ และกระบวนการกำกับดูแลกิจการที่ดีตามข้อกำหนด S๒ – การจัดทำแผนงานด้านความรับผิดชอบขององค์กรต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม มีการเชื่อมโยงกับการจัดทำแผนวิสาหกิจ ของโรงพิมพ์ตำรวจ ซึ่งการกำหนดโครงการ กลยุทธ์ เป้าหมาย และยุทธศาสตร์ มีความสอดคล้องสนับสนุนผลลัพธ์ต่อวิสัยทัศน์และภารกิจองค์กรที่ชัดเจน S๓ – คณะกรรมการ และคณะอนุกรรมการด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการนำองค์กรโรงพิมพ์ตำรวจ ให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคม S๔- มีการดำเนินงานตาม ISO ๒๖๐๐๐ ครอบคลุม ๗ ประเด็นหลัก	**จุดอ่อน (Weakness)** W๑ - บุคลากรภายในยังไม่มีความรู้ ความเข้าใจแนวทางการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม(CSR in Process) ขององค์กร W๒ - งบประมาณสนับสนุนการดำเนินงานด้าน CSR มีจำกัด W๓ - ยังขาดวัฒนธรรมองคกรที่มุ่งเน้นด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อใช้ในการปฏิบัติงาน W๓ – ผู้ปฏิบัติงานขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรฐาน และการนำระบบการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมไปปฏิบัติ
โอกาส (Opportunity) O๑ - รัฐบาลให้ความสำคัญกับการดำเนินงานด้าน CSR O๒ - มีแนวทางและวิธีปฏิบัติในการดำเนินงานด้าน CSR ที่เป็นมาตรฐานสากล O๓ - มีการจัดทำแผนงานด้านความรับผิดชอบขององค์กรต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อสนองต่อหลักเกณฑ์การประเมินผลรัฐวิสาหกิจใหม่ O๔ - กระแส CSR ในปัจจุบันผลักดันให้ประชาชนทุกกลุ่มทุกเพศ ทุกวัย ให้ความสำคัญทำให้ภาคธุรกิจและชุมชนเกิดความตื่นตัวและให้ความสนใจกับแนวปฏิบัติด้าน CSR	**สนับสนุนการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เป็นไปเพื่อประโยชน์ต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม**	**ส่งเสริมให้พนักงานนำแนวคิด Green ไปใช้ในการพัฒนา เพื่อสร้างกระบวนการมีส่วนร่วม จิตสำนึกที่ดีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม**
อุปสรรค (Threat) T๑ - ยังไม่มีแนวร่วมการดำเนินงานด้าน CSR ที่ชัดเจนและเข้มแข็ง T๒ - ด้วยความเป็นรัฐวิสาหกิจ ต้องปฏิบัติตามระเบียบของหน่วยงานกำกับ ซึ่งออกมาเพื่อบังคับใช้ในวงกว้าง จึงขาดความยืดหยุ่น T๓ – การแข่งขันจากภาคเอกชนในการให้บริการด้านการพิมพ์ที่สูงขึ้น T๔ – การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการสื่อสารที่รวดเร็วในปัจจุบัน ส่งผลต่อการเผยแพร่ผลกระทบเชิงลบได้อย่างรวดเร็วในวงกว้าง		

บทที่ ๕
ยุทธศาสตร์ด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)

โรงพิมพ์ตำรวจได้จัดทำแผนงานด้านความรับผิดชอบขององค์กรต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมปีบัญชี ๒๕๖๕ -๒๕๖๙ เพื่อรองรับการดำเนินงานด้าน CSR ภายใต้กรอบการใช้เทคโนโลยี เพื่อเสริมสร้างคุณภาพด้านสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะการให้ความสำคัญทางด้านการบริการ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยเน้นการส่งเสริมและพัฒนาชุมชนให้มีศักยภาพได้รับความรู้ความเข้าใจด้าน CSR และได้ทำการวิเคราะห์สถานภาพองค์กร และนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อเป็นแนวทางในการจัดยุทธศาสตร์การพัฒนา โดยได้กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ในการพัฒนาไว้เป็นประเด็นยุทธศาสตร์ ดังต่อไปนี้

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การสร้างการมีส่วนร่วม และจิตสำนึกที่ดีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

กลยุทธที่ ๑ สนับสนุนการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เป็นไปเพื่อประโยชน์ต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม

กลยุทธที่ ๒ ส่งเสริมให้พนักงานนำแนวคิด Green ไปใช้ในการพัฒนา เพื่อสร้างกระบวนการมีส่วนร่วม จิตสำนึกที่ดีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

โครงการ/กิจกรรมตามแผนงานด้านความรับผิดชอบขององค์กรต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โรงพิมพ์ตำรวจ ปีบัญชี ๒๕๖๕ -๒๕๖๙

ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	โครงการ/กิจกรรม	ระยะเวลาดำเนินการ/ค่าเป้าหมาย					หมายเหตุ
					๖๕	๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	
ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การสร้างการมีส่วนร่วม และจิตสำนึกที่ดีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	**กลยุทธ์ที่ ๑** สนับสนุนการมีส่วนร่วมในกิจกรรม ที่เป็นไปเพื่อประโยชน์ต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม	๑. ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร	๑. การประชาสัมพันธ์การเผยแพร่ความรู้ทางด้านการพิมพ์ อย่างน้อย ๒ ช่องทาง	๑. โครงการจัดทำ หรือผลิตสื่อเผยแพร่ความรู้ทางด้านการพิมพ์แก่ประชาชนในรูปแบบต่าง ๆ	๒ ช่องทาง	๒ ช่องทาง	๒ ช่องทาง	๒ ช่องทาง	๒ ช่องทาง	
		๒. ชุมชนที่สำคัญที่อยู่รอบโรงพิมพ์ตำรวจมีความเข้มแข็ง และมีสัมพันธภาพที่ดีกับโรงพิมพ์ตำรวจ	๒. การจัดกิจกรรมเพื่อชุมชน อย่างน้อย ๑ กิจกรรม	๒. โครงการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนสำคัญรอบโรงพิมพ์ตำรวจ	๑ กิจกรรม	๑ กิจกรรม	๑ กิจกรรม	๑ กิจกรรม	๑ กิจกรรม	
	กลยุทธ์ที่ ๒ ส่งเสริมให้พนักงานนำแนวคิด Green ไปใช้ในการพัฒนาเพื่อสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมจิตสำนึกที่ดีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	๑ เพื่อให้บุคลากรตระหนักถึงการใส่ใจสิ่งแวดล้อมและการประหยัดพลังงาน	๑. กิจกรรมด้าน Green IT อย่างน้อย ๓ กิจกรรม	๑. โครงการ GREEN IT	๓ กิจกรรม	๓ กิจกรรม	๓ กิจกรรม	๓ กิจกรรม	๓ กิจกรรม	
		๒. เพื่อให้ได้สำนักงานสีเขียวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นแบบอย่างและสามารถขยายผลด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมและพลังงานที่ดีในสำนักงานได้	๒. กิจกรรมด้าน GREEN OFFICE อย่างน้อย ๓ กิจกรรม	๒. โครงการ GREEN OFFICE	๓ กิจกรรม	๓ กิจกรรม	๓ กิจกรรม	๓ กิจกรรม	๓ กิจกรรม	

บทที่ ๖
การติดตามการประเมินผล

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

๑) โรงพิมพ์ตำรวจเป็นองค์กรที่มีการดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม CSR in Process

๒) โรงพิมพ์ตำรวจมีการพัฒนา CSR in Process เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์และบทบาทองค์กรให้เป็นที่ยอมรับของสังคม

๓) โรงพิมพ์ตำรวจมีสัมพันธภาพกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งเป็นผู้ที่มีความสำคัญในการดำเนินงานของโรงพิมพ์ตำรวจ

๔) โรงพิมพ์ตำรวจมีผลการประเมินระบบการประเมินใหม่ หัวข้อ การกำกับดูแลที่ดีและการนำองค์กร ในระดับคะแนนที่น่าพึงพอใจ

การติดตามประเมินผล

๑) หน่วยงานรับผิดชอบรายงานความคืบหน้า ปัญหา/อุปสรรค อย่างน้อยเป็นรายไตรมาส

๒) คณะอนุกรรมการด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการนำองค์กร โรงพิมพ์ตำรวจ ติดตามความก้าวหน้าการดำเนินการด้าน CG ของโรงพิมพ์ตำรวจ อย่างน้อยเป็นรายไตรมาส

๓) โรงพิมพ์ตำรวจรายงานคณะกรรมการโรงพิมพ์ตำรวจ อย่างน้อยเป็นรายไตรมาส