

ด้านการตลาดที่เป็นธรรมอย่างยั่งยืนขององค์การจ้การน้ำเสีย (WMA Sustainability Marketing Policy)

องค์การจ้การน้ำเสีย ให้ความสำคัญกับการปฏิบัติต่อลูกค้า ตลาด และผลิตภัณฑ์การบริการ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาการตลาดที่มุ่งสู่การตลาดที่เป็นธรรมอย่างยั่งยืน (sustainability marketing) โดยมีแนวคิดการตลาดที่เป็นธรรมอย่างยั่งยืนประกอบด้วย ๕ แนวความคิด ได้แก่ ๑. การตลาดเกี่ยวกับสังคม ๒. การตลาดเพื่อสังคม ๓.การตลาดเกี่ยวกับนิเวศวิทยา ๔.การตลาดสีเขียว และการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม ๕. การตลาดอย่างยั่งยืน โดย องค์การจ้การน้ำเสียจะวางแผนการจ้การ การปฏิบัติ และการควบคุมทรัพยากร เพื่อตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ลูกค้า โดยคำนึงถึงคุณลักษณะทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ประกอบกับ องค์การจ้การน้ำเสีย มีการส่งเสริมการตลาดที่โปร่งใสและเป็นธรรม กำหนดช่องทางการร้องเรียนเพื่อให้เกิดการบรรลวุ้ตฤประสงค้ขององค์การ องค์การจ้การน้ำเสียได้นำแนวความคิดของการตลาดอย่างยั่งยืนไปกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ลูกค้า ซึ่งก่อให้เกิดการอยู่รอดของธุรกิจในระยะยาวได้ ดังนี้

แนวทางปฏิบัติขององค์การจ้การน้ำเสียของการตลาดที่เป็นธรรมอย่างยั่งยืน

๑. แนวปฏิบัติภายในหน่วยงาน การตลาดที่เป็นธรรมอย่างยั่งยืนมีจุดเริ่มต้นของการค้าที่เป็นธรรม ประกอบด้วย องค์ประกอบหลัก ๔ ด้าน คือ คน สุขภาพ สภาพแวดล้อม และกระบวนการ

คน: ให้ความสำคัญกับพนักงาน/ ลูกจ้าง/ คู่ค้า โดยองค์การจ้การน้ำเสียเคารพและให้ความสำคัญกับพนักงาน ลูกจ้าง คู่ค้า รวมไปถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ลูกค้า ไม่เอาเปรียบ และให้ความเท่าเทียมกันโดยไม่เลือกปฏิบัติทางเพศ ศาสนา ผิวสี ชาติพันธุ์ อายุ ฯลฯ ในการจ้างงาน และการจ่ายค่าตอบแทน

สุขภาพ: จัดสภาพการทำงานที่ปลอดภัยต่อพนักงานและลูกจ้าง รวมทั้งการมีสวัสดิการตามฐานะอย่างเหมาะสม มีการจัดระบบการป้องกันอุบัติเหตุและความปลอดภัยในการทำงาน โดยการฝึกอบรม และการกระตุ้นให้พนักงานได้ให้ความสำคัญกับเรื่องความปลอดภัย สุขอนามัยในการทำงาน

สิ่งแวดล้อม: รักษาสิ่งแวดล้อม โดยการดำเนินการต่าง ๆ ขององค์การจ้การน้ำเสียต้องมีความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม คำนึงถึงผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่อุปกรณ์ เครื่องจักร ที่นำมาใช้ในการผลิตสินค้า กระบวนการผลิตสินค้า การจัดการขยะที่เกิดจากการผลิต ตลอดจนมีการวางแผนการใช้พลังงาน และทรัพยากรต่าง ๆ อย่างประหยัด และมีประสิทธิภาพ

/กระบวนการ...

กระบวนการ: ธารรงค์เผยแพร่แนวทางการค้าที่เป็นธรรม เพื่อสร้างความเข้าใจกับลูกค้า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คู่ค้าเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการผลิต และผลกระทบต่อลูกค้า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คู่ค้า สิ่งแวดล้อม

๒. แนวปฏิบัติในการสัมพันธ์กับคู่ค้า การสร้างแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานที่เป็นคู่ค้าในระบบการค้าที่เป็นธรรม ซึ่งความสัมพันธ์ทางการค้าอย่างเป็นธรรม ประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก ๕ ด้าน คือ ตลาด ราคา ธรรมภิบาล ความสัมพันธ์ และการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน

ตลาด: ดำเนินการเปิดตลาดให้ผู้ผลิตได้เข้าถึงโอกาสทางการตลาดขององค์การจัดการน้ำเสีย ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐตามกรอบการปฏิบัติที่กำหนด เพื่อให้เกิดความโปร่งใสเป็นธรรม ไม่เลือกปฏิบัติจนทำให้เกิดการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมในการจัดซื้อจัดจ้างขององค์การจัดการน้ำเสีย และเปิดโอกาสให้มีการแข่งขันอย่างเป็นธรรม รวมถึงการต่อต้านการผูกขาดและการเลือกปฏิบัติทางการค้า

ราคา: ดำเนินธุรกิจที่ธรรม ราคาที่เป็นธรรม การค้าที่เป็นธรรม ซึ่งครอบคลุมถึงการมีเงื่อนไขทางการค้าอย่างเป็นธรรม

ธรรมภิบาล: มีความโปร่งใสและสามารถอธิบายได้ ความสัมพันธ์ระหว่างคู่ค้าเป็นไปอย่างโปร่งใสในการทำธุรกิจร่วมกัน ให้ความเคารพและความยุติธรรมต่อคู่ค้า การต่อต้านทุจริตและรับสินบนที่จะนำไปสู่การสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันทางการตลาด

ความสัมพันธ์ทางการค้า : องค์การจัดการน้ำเสีย จะไม่คำนึงถึงเพียงแค่ผลประโยชน์ทางธุรกิจเป็นสิ่งสำคัญ แต่จะตระหนักถึงความเป็นอยู่ที่ดีทางสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมของผู้ผลิต โดยองค์การจัดการน้ำเสียจะรักษาความสัมพันธ์การค้าระยะยาว ที่ตั้งอยู่บนฐานของความเป็นพันธมิตร ความเชื่อมั่น และการเคารพซึ่งกันและกัน

พัฒนาผู้ผลิต : องค์การจัดการน้ำเสีย มีความรับผิดชอบช่วยเหลือผู้ผลิต ให้ได้พัฒนาความสามารถและศักยภาพในด้านต่าง ๆ ทั้งด้านการผลิต การบริหาร เช่น มีการเข้าร่วมงานขายระดับนานาชาติ การหาช่องทางทางการตลาดเพิ่ม เป็นต้น

๓. แนวปฏิบัติการแข่งขันโดยเสรี การแข่งขันโดยเสรีจะทำให้เกิดประสิทธิภาพตามกลไกตลาด กล่าวคือ สามารถเปิดโอกาสให้องค์กรอื่น ๆ สามารถดำเนินธุรกิจที่มีความคล้ายคลึงกัน เพื่อมาเป็นคู่แข่งกับองค์การจัดการน้ำเสียโดยไม่มีการกีดกัน เป็นผลทำให้องค์กรจำเป็นต้องมีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา

๔. แนวปฏิบัติเพื่อส่งเสริมการบริหารทางการเงินตามเงื่อนไขทางการตลาดที่เป็นธรรม ครอบคลุมประเด็นสำคัญ ประกอบด้วย การรับผิดชอบต่อคู่แข่งและเจ้าหน้าที่ การบริหารจัดการทางการเงินตามเงื่อนไขตลาด การเข้าถึงและจัดหาเงินทุนอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม การจัดทำบัญชีการเงินตามมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับ การแยกบัญชีการเงินเชิงพาณิชย์และเชิงสังคม

เอกสารแนบท้ายคำสั่งองค์การจัดการน้ำเสีย

เรื่อง การนำแนวทางการดำเนินงานด้านการตลาดที่เป็นธรรมอย่างยั่งยืนขององค์การจัดการน้ำเสีย ไปสู่การปฏิบัติ (แนบท้ายคำสั่ง อจน. ที่ ๑๖๙/๒๕๖๓ ลงวันที่ ๒๗ สิงหาคม ๒๕๖๓ เรื่อง การดำเนินงานตามหลักการการบริหารจัดการองค์กร ด้านการตลาดที่เป็นธรรมอย่างยั่งยืนขององค์การจัดการน้ำเสีย)

ตามที่มีผู้อำนวยการองค์การจัดการน้ำเสีย ได้ประกาศคำสั่ง อจน. ที่ ๑๖๙/๒๕๖๓ ลงวันที่ ๒๗ สิงหาคม ๒๕๖๓ เรื่อง การดำเนินงานตามหลักการการบริหารจัดการองค์กร ด้านการตลาดที่เป็นธรรมอย่างยั่งยืนขององค์การจัดการน้ำเสียแล้ว นั้น

เพื่อให้เป็นไปตามคำสั่งดังกล่าว องค์การจัดการน้ำเสีย จึงกำหนดแนวทางการนำหลักการด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์การจัดการน้ำเสียด้านการตลาดที่เป็นธรรมอย่างยั่งยืนขององค์การจัดการน้ำเสีย ไปสู่การปฏิบัติ ดังนี้

๑. โครงสร้าง บทบาท หน้าที่ ความรับผิดชอบ ดังนี้

๑.๑ คณะกรรมการ อจน.

๑.๑.๑ วางนโยบายและควบคุมดูแลโดยทั่วไปซึ่งกิจการขององค์การจัดการน้ำเสีย

๑.๒ คณะทำงานกำกับติดตามการดำเนินงานตามหลักเกณฑ์การประเมินผลตามระบบ (SE-AM)

๑.๒.๑ พิจารณาการดำเนินงานตามหลักเกณฑ์การประเมินผล พร้อมให้คำแนะนำ ข้อเสนอแนะ

๑.๓ คณะทำงานดำเนินการตามหลักเกณฑ์การประเมินผลฯ (SE-AM : SCM)

๑.๓.๑ จัดทำ/ทบทวนแผนแม่บทการบริหารจัดการลูกค้า

๑.๓.๒ แผนปฏิบัติการการบริหารจัดการลูกค้า

๑.๓.๓ ดำเนินงานให้เป็นไปตามกระบวนการและแนวปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและ

สิ่งแวดล้อม

๒. กำหนดให้มีการนำมาตรฐานสากลสากล แนวปฏิบัติที่ดีและหลักเกณฑ์การประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ (SE-AM) มาประยุกต์ใช้ ของกระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและตลาด

๓. กำหนดให้มีการส่งเสริมการดำเนินงานโดย

๓.๑. การสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ ชี้แจงให้กับพนักงาน ผ่านช่องทางและวิธีการต่าง ๆ ที่เหมาะสม ดังนี้

๓.๑.๑ ประชุมชี้แจงถ่ายทอดแผนแม่บทและแผนปฏิบัติการไปสู่การปฏิบัติ และแนวการดำเนินงาน

๓.๑.๒ หนังสือแจ้งเวียน

๓.๑.๓ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)

๓.๑.๔ ช่องทางอื่น ๆ เช่น เว็บไซต์หน่วยงาน Line Group เป็นต้น

๔. กำหนดให้มีการกำกับ ติดตามผลการดำเนินงานโดยประชุมคณะทำงานและประเมินผลการดำเนินงานผ่านทาง Google Form

/กำหนดให้...

๕. กำหนดให้มีการรายงานผลการดำเนินการ โดยสรุปผลการประเมิน/สำรวจ อย่างน้อยไตรมาสละ ๑ ครั้ง

๕.๑ คณะกรรมการ อจน.

๕.๒ ผู้อำนวยการองค์การจัดการน้ำเสีย

๕.๒ คณะอนุกรรมการความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)

๕.๓ คณะทำงานดำเนินการตามหลักเกณฑ์การประเมินผลฯ (SE-AM: CG)

ประเด็นที่ต้องรายงานผลการดำเนินงาน

๑. รายงานผลการดำเนินงานตามแผนแม่บทและแผนปฏิบัติการการบริหารจัดการด้านการตลาดที่เป็นธรรมอย่างยั่งยืน

๒. นโยบายและแนวปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของ องค์การจัดการน้ำเสีย

๓. แนวทางการดำเนินงานตามเกณฑ์ประเมินผลการประเมินผลฯ (SE-AM: CG)

๔. อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง