

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ในปัจจุบันองค์กรธุรกิจได้นำกลยุทธ์ทางการตลาดมาใช้เพื่อให้เกิดผลที่ดีกับองค์กร เช่น เพิ่มยอดขาย สร้างภาพลักษณ์ที่ดี ทำให้เป็นที่รู้จักและจดจำ เป็นต้น และหนึ่งในกลยุทธ์ที่องค์กรในปัจจุบันให้ความสำคัญมากกลยุทธ์หนึ่ง คือ กลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคมหรือแนวคิดการสร้าง ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR: Corporate Social Responsibility) ซึ่งถือได้ว่าเป็นความรับผิดชอบต่ออย่างหนึ่งขององค์กรธุรกิจที่มีต่อสังคม ในการให้ความช่วยเหลือและสร้างสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อคนในชุมชน ซึ่งทำกันในหลายรูปแบบ เช่น การบริจาคสิ่งของเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัย การให้การสนับสนุนด้านการศึกษา การจัดตั้งโครงการหรือกองทุนต่าง ๆ เพื่อช่วยการหมุนเวียนของเงินในชุมชน เป็นต้น จะเห็นว่ากิจกรรมที่จัดทำขึ้นเหล่านี้บางโครงการยังเป็นเพียงการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าโดยไม่มีการสร้างแนวคิดให้กับคนในชุมชนเอง ให้รู้จักการพึ่งพาตนเองเท่าที่ควร แต่อย่างไรก็ยังส่งผลดีกับองค์กรและชุมชนได้ เพราะถือว่าเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ในสังคมและเป็นการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจและอยากที่จะบริโภคสินค้าขององค์กรที่มีการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมมากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับองค์กรที่ไม่มียุทธศาสตร์ในด้านนี้

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการปฏิบัติตามแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจไทย¹ โดยสถาบันคีนันแห่งเอเซีย ร่วมกับมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ โดยกำหนดขอบเขตอยู่ที่องค์กรที่ให้ความสนใจในการปฏิบัติตามแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมในไทยขณะนี้ และการเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้บริโภคที่ใช้ฐานคนกรุงเทพฯ เป็นหลักทำให้พบข้อมูลอย่างหนึ่งที่ทำให้ต้องยอมรับความจริงบางประการและน่าจะทำให้เกิดการตื่นตัวในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้นในสังคมไทย เนื่องจากพบว่าผู้บริโภคไทยเริ่มเข้าใจและเห็นว่าการรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจเป็นเรื่องสำคัญ และยังเป็นเหตุผลให้กว่า 50% ของผู้บริโภคตัดสินใจจะเลือกซื้อของจากบริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้นในอนาคต ทางด้านบริษัทส่วนใหญ่มีเหตุผลในการปฏิบัติตามแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนี้ อันดับแรกมองว่าการที่

¹“บริษัทไทยกับ CSR เพื่อ พี.อาร์.มากกว่าเพื่อสังคม,” ประชาชาติธุรกิจ

(24-26 ตุลาคม 2548):56.

บริษัทจะปฏิบัติตามแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม มักเกิดขึ้นเนื่องจากเจตนารมณ์ของประธานกรรมการบริหาร อันดับ 2 คือ เพื่อช่วยพัฒนาชื่อเสียง ภาพลักษณ์และตราสินค้าขององค์กร ขณะที่อันดับ 3 มองว่าเป็นสิ่งสำคัญต่อลูกค้า อันดับ 4 ลงมือทำล่วงหน้าเพื่อลดความเสี่ยง อันดับ 5 เพื่อความมั่นคงในสังคม และอันดับสุดท้ายมองว่าเป็นสิ่งที่คาดหวังจากชุมชน หากมีการปฏิบัติตามแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมแบบมีกลยุทธ์และเดินตามยุทธศาสตร์ของการดำเนินธุรกิจก็จะเป็นการสร้างกิจกรรมที่ช่วยเหลือสังคมอย่างแท้จริง

ทั้งนี้การขับเคลื่อนของแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมในเอเซียนั้น พบว่าเกิดจากผลกระทบที่ธุรกิจมีต่อสิ่งแวดล้อม ชุมชนมีมากขึ้นจากการขยายตัวของพลเมืองและภาคอุตสาหกรรม ขณะที่ลูกค้าเริ่มเรียกร้องมาตรฐาน ความต้องการที่จะเห็นการผลิตของอุตสาหกรรมที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ในเวลาเดียวกันรัฐบาลออกกฎหมายเพื่อควบคุมเพิ่มมากขึ้น รวมไปถึงคนในเอเซียมีการศึกษามากขึ้นและเริ่มมองเห็นถึงจิตสำนึกที่บริษัทพึงมีต่อสังคม และองค์กรในไทยก็มีแรงจูงใจในการปฏิบัติตามแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยเหตุผลว่า สิ่งที่บริษัทจะได้จากการปฏิบัติตามแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น จะทำให้สามารถขยายตลาด ปรับปรุงภาพลักษณ์ขององค์กร ลดความเสี่ยงจากการทำผิดกฎหมาย สร้างแรงจูงใจให้กับพนักงานและจูงใจนักลงทุน และสร้างความเชื่อมั่นให้สังคมในการเข้าไปทำงานที่ต้องเกี่ยวข้องกับชุมชนขององค์กร ที่สำคัญที่สุด จะทำให้เกิดการสร้างผลกำไรในระยะยาวเพื่อความยั่งยืนขององค์กร โดยไม่ยึดติดอยู่แต่เพียงการสร้างภาพลักษณ์เท่านั้น

จากการศึกษาเรื่องแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม² เห็นได้ชัดว่า แนวคิดนี้เกิดขึ้นมาจาก 2 ส่วน คือ ส่วนหนึ่งมาจากกระแสผลักดันในเชิงบวก คือ องค์กรธุรกิจหลายแห่งในประเทศไทยเกิดขึ้นมาโดยมุ่งหวังด้านอุดมคติ มีความพยายามทำกิจกรรมขององค์กรที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตน ฉะนั้นจะเห็นองค์กรหลายแห่งที่ไม่ต้องการจะสร้างองค์กรเพื่อผลกำไรสูงสุด ขณะเดียวกันกระแสผลักดันเชิงลบก็ยังมีอยู่ เช่น หลายบริษัทในตลาดจำเป็นต้องทำเรื่องธรรมาภิบาล ต้องมีการตัดสินใจอะไรบางอย่าง เนื่องจากสังคมเป็นตัวกระตุ้นหรือไปบีบคั้นแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมจึงเกิดจากการผลักดันเชิงลบ หากประชาชนรู้สึกที่ไม่ได้รับเป็นธรรมก็อาจจะมีการเคลื่อนไหวเกิดขึ้น เพื่อให้องค์กรนั้นเกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม องค์กรหลายแห่งในปัจจุบันกำลังนำเรื่องแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมมาเป็นประเด็นสื่อสารทางการตลาด และยิ่งกว่านั้นบางองค์กรยังนำเรื่องแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมมาเป็นเรื่องกีดกันทาง

²“ราชดำเนินเสนา ครั้งที่ 23 ประจำปี 2548,” <<http://www.tja.or.th>>,

การค้าด้วย เป็นที่น่าสนใจว่า การใช้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม มักจะมีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับธุรกิจภาคเอกชนที่ได้รับสิทธิในการผูกขาดสัมปทานจากรัฐบาล³ เนื่องจากธุรกิจประเภทนี้ถือเป็นการนำทรัพยากรของชาติที่มีอยู่อย่างจำกัดมาใช้เพื่อให้บริการภายใต้การบริหารงานขององค์กรที่ได้รับสัมปทานนั้น ๆ ไม่ว่าจะเป็นสัมปทานป่าไม้ เหมืองแร่ รังนก ระบบขนส่งมวลชน หรือคลื่นความถี่โทรคมนาคม ด้วยเหตุนี้ภาพลักษณ์ขององค์กรที่ได้รับสัมปทานจึงถูกมองว่าเป็นองค์กรที่แสวงหาผลประโยชน์จากการดำเนินกิจการโดยนำทรัพยากรของชาติมาใช้

องค์กรที่เกี่ยวข้องกับการทำอุตสาหกรรมผลิตเครื่องอุปโภคบริโภค เช่น อุตสาหกรรมกระดาษ ก็เป็นองค์กรหนึ่งที่มีภาพลักษณ์เชิงลบเกี่ยวกับเรื่องสิ่งแวดล้อม เพราะเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้ทรัพยากรธรรมชาติเป็นวัตถุดิบในกระบวนการผลิตจำนวนมาก และยังมีส่วนทำให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมได้ในลักษณะต่าง ๆ ดังนี้⁴

- ก่อนการผลิต

เนื่องจากในกระบวนการผลิตเยื่อกระดาษมีการใช้วัตถุดิบหลายชนิด โดยสามารถแบ่งเป็น 2 ประเภทหลัก คือ วัตถุดิบประเภทไม้ และวัตถุดิบที่ไม่ใช่ไม้ สำหรับประเทศไทยนิยมใช้วัตถุดิบประเภทไม้ ส่วนวัตถุดิบที่ไม่ใช่ไม้ ได้แก่ ชานอ้อย ปอแก้ว ฟางข้าว ไม้ไผ่ จากการสำรวจของบริษัท ซีเอ็มเอส เอ็นจีเนียริง แอนด์ แมเนจเม้นท์ (จำกัด) 2542 พบว่า โรงงานผลิตเยื่อกระดาษในปัจจุบันนิยมใช้ยูคาลิปตัสเป็นวัตถุดิบมากที่สุด รองลงมาคือ ชานอ้อย ดังนั้นผลกระทบที่เกิดจากการผลิตเยื่อกระดาษคือ การปลูกไม้ที่มีการใช้น้ำในปริมาณมาก และใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช ซึ่งสารเคมีอาจสะสมในดินและส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศต่อไปในระยะยาว

- ระหว่างการผลิต

การใช้พลังงานในระหว่างการผลิตมีสูงมาก โดยถูกนำไปใช้กับเครื่องจักรและแสงสว่าง ซึ่งมีน้ำมันเตาและถ่านหินเป็นแหล่งเชื้อเพลิงสำคัญ

การใช้น้ำ แหล่งน้ำที่ใช้ในกระบวนการผลิตมาจาก น้ำบาดาล น้ำประปา และน้ำจากแหล่งน้ำธรรมชาติ โดยในกระบวนการผลิตจำเป็นต้องใช้น้ำในปริมาณมาก เช่น การต้มชิ้นไม้

³ จิรภัทร์ จันทรเรืองเพ็ญ, “การดำเนินงานกิจกรรมสาธารณะของ บ.เทเลคอมเอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน),” (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546), น. 2.

⁴ “รายละเอียดของอุตสาหกรรมผลิตเยื่อและกระดาษ,” <<http://www.tei.or.th/bep/envperfeval/paper>>, 7 กุมภาพันธ์ 2550.

การล้างเยื่อ การฟอกเยื่อ หรือการใช้น้ำเป็นตัวทำละลายให้กับสารเติมแต่งต่างๆ ซึ่งการใช้น้ำมากจะมีผลทำให้เกิดภาระในการบำบัดน้ำมากขึ้นด้วย

การเกิดมลภาวะทางเสียง เนื่องจากการทำงานของเครื่องจักรและจากการขนส่งทั้งภายในและภายนอกโรงงาน

การเกิดสารมลพิษทางอากาศ ในอุตสาหกรรมการผลิตเยื่อและกระดาษมีการปล่อยสารพิษสู่อากาศจำนวนมากจากการเผาไหม้เชื้อเพลิง เช่น ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่มีส่วนสำคัญในการเกิดปรากฏการณ์เรือนกระจก ก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์ ที่ทำให้เกิดกรดในบรรยากาศและฝนกรด นอกจากนี้ฝุ่นและสารประกอบที่ทำให้เกิดกลิ่นยังเป็นมลพิษที่รบกวนบริเวณใกล้เคียง

- หลังการผลิต

สารพิษทางน้ำ จากกระบวนการผลิตที่ปล่อยสู่แหล่งน้ำแบ่งได้ 3 ประเภท คือ

1. สารที่สามารถย่อยสลายทางชีวภาพได้อย่างช้า ๆ มีผลทำให้ออกซิเจนในน้ำลดลงเนื่องจากนำมาใช้ในการย่อยสลายสารเหล่านี้ ทำให้อาจเป็นอันตรายต่อสิ่งมีชีวิตในน้ำได้ และอาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพของน้ำดื่มได้
2. สารประกอบที่มีสี จะลดการส่องแสงลงสู่ น้ำ ลดผลผลิตในแหล่งน้ำ กระทบต่อสิ่งมีชีวิตในน้ำได้
3. สารที่เป็นพิษ สารบางชนิดมีความคงทนสามารถตกค้างอยู่ในสิ่งแวดล้อมได้นานหลายปีทำให้เกิดการสะสมในสิ่งมีชีวิตและเป็นสารก่อมะเร็งได้

จากการตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจที่มีมากขึ้นนั้น ทำให้เรื่องของปัญหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมเป็นที่สนใจและเป็นปัญหาหนึ่งที่องค์กรต่าง ๆ ให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก หากจะให้ความหมายของสิ่งแวดล้อมนั้น ก็จะหมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวเราทั้งที่มีชีวิตและไม่มีชีวิต จึงเป็นสิ่งที่เกี่ยวพันอยู่กับชีวิตของมนุษย์เราทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งหากเกิดปัญหานั้นจะสามารถส่งผลกระทบไปได้ในวงกว้าง จากการนำปัญหาสิ่งแวดล้อมในช่วง 5 ปี ที่ผ่านมา (พ.ศ.2542 – พ.ศ.2546)⁵ มาศึกษาประเมินมูลค่าความเสียหายทางเศรษฐศาสตร์ รศ.ดร.อดิสร อิศรางกูร ณ อยุธยา สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ พบว่า ทรัพยากรที่ได้รับ ความเสียหาย 3 อันดับแรกคือ 1. ทรัพยากรป่าไม้เป็นทรัพยากรที่มีความเสียหายมากที่สุด เพราะปีหนึ่ง ๆ ประเทศไทยสูญเสียพื้นที่ป่าไม้คิดเป็น มูลค่า ประมาณ 80,813 ล้านบาทต่อปี 2. ปัญหาทรัพยากรดินและการใช้ที่ดิน 3. ปัญหาทรัพยากรน้ำ

ในขณะที่การทำการสำรวจให้ประชาชนจัดอันดับความสำคัญของปัญหาตามทัศนคติของตนเอง พบว่า ปัญหาสิ่งแวดล้อมที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก คือ คนไทยส่วนใหญ่ให้

⁵ “ปัญหาสิ่งแวดล้อม แก่กันแบบไฟไหม้ฟาง,” <<http://www.thairath.co.th>> ,

ความสำคัญกับปัญหาทรัพยากรน้ำเป็นอันดับแรก ตามด้วยปัญหาทรัพยากรป่าไม้ และ ทรัพยากรพลังงาน และเมื่อนำข้อมูลที่ได้จากการจัดลำดับความสำคัญตามมูลค่าและการ จัดลำดับตามทัศนคติของประชาชนมาผสมกันและเรียงลำดับใหม่ พบว่า การสูญเสียทรัพยากรป่า ไม้เป็นปัญหาสำคัญที่ต้องได้รับการแก้ไขเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ปัญหาทรัพยากรน้ำ และ ความเสื่อมโทรมของทรัพยากรดินและการใช้ที่ดิน

บริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน)⁶ นับว่าเป็นองค์กรที่มีชื่อเสียงและเป็นผู้นำ ในด้านการผลิตกระดาษที่มีคุณภาพ ที่รู้จักกันในตราสินค้า “ด๊ับเบิ้ลเอ” และจำเป็นต้องนำ ทรัพยากรธรรมชาติคือ ทรัพยากรป่าไม้มาเป็นวัตถุดิบในการผลิตเยื่อและกระดาษ จึงถือได้ว่าเป็น องค์กรที่มีความเกี่ยวข้องกับปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างมาก ซึ่งมีจุดเริ่มต้นมาจากการที่ อุตสาหกรรมกระดาษมีปริมาณการผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการบริโภค ทำให้ต้องสูญเสีย เงินตราให้กับต่างประเทศเพื่อนำเข้า บริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน) ได้เล็งเห็นความ ได้เปรียบด้านภูมิอากาศในการพัฒนาพันธุ์ไม้โตเร็ว เพื่อเป็นวัตถุดิบในการผลิตกระดาษ ซึ่งจะ เป็นพื้นฐานการพัฒนาให้อุตสาหกรรมของประเทศ จึงได้จัดตั้งและดำเนินการผลิตเยื่อกระดาษใย สั้นฟอกขาวจากไม้ยูคาลิปตัส มีกำลังการผลิตรวม 580,000 ตัน/ปี และมีกำลังการผลิต กระดาษพิมพ์เขียน รวม 580,000 ตัน/ปี

ในอดีต อุตสาหกรรมกระดาษจะอยู่บนพื้นฐานของการพัฒนาอุตสาหกรรมป่าไม้ที่ใช้ วัตถุดิบไม้จากป่าธรรมชาติ ซึ่งเป็นไม้อายุกว่า 50 ปี แต่สำหรับบริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน) ได้มีการพัฒนาอุตสาหกรรมกระดาษยุคใหม่ โดยอยู่บนแนวคิดของการพัฒนาการ เกษตรของไทย อันเป็นรากฐานหลักของประเทศด้วยการพัฒนาไม้เกษตรมาใช้เป็นวัตถุดิบ โดย อาศัยความได้เปรียบของประเทศทั้งในด้านภูมิประเทศ ภูมิอากาศ ความสามารถ และความ ชำนาญด้านเกษตรของคนไทย ทำให้สามารถใช้ไม้อายุเพียง 3 - 5 ปี และสามารถปลูกทดแทน หมุนเวียนได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งได้มีการวิจัยและพัฒนาพันธุ์มากกว่า 17 ปี จนกลายเป็นวัตถุดิบที่ ยั่งยืน ไม่ใช่ไม้จากป่าธรรมชาติอย่างเด็ดขาด จึงไม่ปัญหาเรื่องสิ่งแวดล้อม รวมทั้งยังช่วยให้ เกษตรกรมีอาชีพและรายได้ที่มั่นคง นับว่าบริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน) เป็นองค์กรที่ ให้ความสำคัญกับแนวคิดการดำเนินงานอุตสาหกรรมเยื่อและกระดาษแบบยั่งยืนที่มีการใช้ ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมมาโดยตลอด เนื่องจากบริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน) เป็นหน่วยหนึ่งในสังคม จึงระลึกเสมอว่า การเจริญเติบโต และความก้าวหน้าของ

⁶บริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน), “AA เปิดบ้าน,”

บริษัท จะยั่งยืนได้ ต้องควบคู่ไปกับการมีส่วนร่วมในการพัฒนา และสร้างสรรค์สังคมของเราให้ดีขึ้น จึงได้ให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคม โดยเฉพาะทางด้านสิ่งแวดล้อม เป็นที่มาของการพัฒนากระบวนการผลิตและนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการทำงาน รวมทั้งลดการเกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นได้

ขั้นตอนการผลิตของบริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน) มีการใช้วัตถุดิบและเทคโนโลยีเพื่อสิ่งแวดล้อม อาทิ ใช้วัตถุดิบจากไม้ปลูกของเกษตรกรซึ่งเพียงพอต่อการผลิตของโรงงานโดยไม่ต้องใช้ไม้จากป่าธรรมชาติ ทำให้สามารถพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมการเกษตรแบบยั่งยืนได้ ด้านแหล่งน้ำ บริษัทใช้น้ำจากอ่างเก็บน้ำที่มีการขุดขึ้นเองเพื่อรองรับน้ำหลากในฤดูฝนไว้สำหรับเป็นน้ำใช้ของโรงงาน โดยไม่รบกวนแหล่งน้ำใช้ของชาวบ้าน อ่างเก็บน้ำหรือ "ทะเลสาบมรกต" แห่งนี้ มีปริมาณมากเพียงพอรองรับความต้องการใช้ของโรงงานและกลุ่มโรงงานในสวนอุตสาหกรรม อีกทั้งยังลดการใช้น้ำโดย บริษัทเลือกใช้กระบวนการปกปิดไม่แบบแห้ง หรือ dry process ซึ่งเป็นระบบที่ไม่ต้องแช่ไม้ในน้ำก่อนที่จะปกปิด จึงช่วยลดปริมาณน้ำเสียที่จะเกิดขึ้นในกระบวนการผลิต รวมถึงการใช้เทคโนโลยีในการฟอกเยื่อที่ใช้น้ำน้อยที่สุดเพียง 6 - 7 ลูกบาศก์เมตรต่อตันเยื่อเท่านั้น ในขณะที่โรงงานทั่วไปใช้น้ำสูงถึง 60 ลูกบาศก์เมตรต่อตันเยื่อ

การใช้ระบบบำบัดน้ำมาตรฐานสแกนดิเนเวีย ในการบำบัดน้ำที่ใช้แล้วด้วยระบบชีวภาพ ใช้แบคทีเรียในการย่อยสลาย ตามมาตรฐานสแกนดิเนเวีย โดยให้แบคทีเรียทำการย่อยสลายน้ำเสียจนค่าความสกปรกในน้ำหมดไป จากนั้นก็ส่งผ่านน้ำไปยังถังตะกอนเพื่อแยกตะกอนออกจากน้ำ และได้น้ำสะอาดที่มีค่าบีโอดีและค่าซีโอดีตามมาตรฐานที่กรมโรงงานกำหนด น้ำที่บำบัดแล้วจนได้มาตรฐาน บริษัทจะไม่ทิ้งลงแหล่งน้ำสาธารณะ แต่จะนำน้ำทั้งหมดส่งไปยังบ่อบำบัดน้ำเพื่อไปใช้ประโยชน์ในการรดแปลงไม้ของบริษัทรอบโรงงาน ด้วยวิธีการฉีดฝอย (มินิ-สปริงเกอร์) กำหนดอัตราการให้น้ำตามปริมาณการใช้น้ำของต้นไม้พอดี เพื่อเป็นการใช้ทรัพยากรน้ำอย่างประหยัด และคุ้มค่าที่สุด นอกจากนี้บริษัทยังใช้ประโยชน์ในการรดสนามหญ้าภายในโรงงานของบริษัท และมีโครงการที่จะจำหน่ายต่อไปยังโรงงานในเขตอุตสาหกรรมบริเวณใกล้เคียงเพื่อใช้ในการรดน้ำสนามหญ้า เป็นการลดการใช้น้ำประปาซึ่งมีราคาสูงกว่า

นอกจากนี้ส่วนที่เหลือใช้จากกระบวนการผลิต เช่น เปลือกไม้และชิ้นไม้สับที่ไม่ได้ขนาด น้ำมันยางดำ และกากตะกอนจากการบำบัดน้ำ เป็นของเหลือจากกระบวนการผลิตที่มีประโยชน์ โดยบริษัทจะนำไปใช้เชื้อเพลิงในการผลิตพลังงานไฟฟ้าและไอน้ำ เพื่อใช้ในกระบวนการผลิตของโรงงานทั้งหมด และเหลือจำหน่ายให้การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย ภายใต้โครงการผู้ผลิตไฟฟ้ารายย่อย (SPP) รวมทั้งก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากโรงไฟฟ้า จะถูกนำไปใช้ผลิตเป็นหินปูนสังเคราะห์หรือ PCC เพื่อนำกลับมาใช้เป็นตัวเพิ่มคุณภาพกระดาษให้

กระดาศมีความขาวและความทึบแสงดีขึ้น ทางด้านคุณภาพอากาศทางบริษัทก็ได้ให้ความสำคัญเช่นกัน โดยมีการกำจัดกลิ่นที่เกิดจากการต้มเยื่อ ด้วยการนำไปเผาที่เตาหินปูน และโรงไฟฟ้า (Recovery Boiler) นอกจากนั้นยังมีอุปกรณ์เตาเผาสำรองคือ Torch Burner ส่วนโรงเยื่อ 2 ก็มีการเพิ่มระบบการเผาที่เรียกว่า ระบบ Quench ซึ่งใช้กลิ่นเป็นเชื้อเพลิง โดยการทำกลิ่นบางส่วนให้กลายเป็นเมทานอล (Methanol) ซึ่งมีคุณสมบัติเป็นเชื้อเพลิงจุดติดไฟคล้ายแอลกอฮอล์ และนำมาใช้ในการติดไฟเผากลิ่นทั้งหมด นอกจากนี้ยังมีระบบ Flare เป็นระบบสำรองซึ่งจะทำงานแทนกันทันทีเมื่อระบบ Quench มีปัญหา ฝุ่นที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิตจะถูกกำจัดด้วยเครื่องดักฝุ่นไฟฟ้าสถิตย์ Electro Static Precipitator (ESP) ด้วยประสิทธิภาพในการดักฝุ่นได้สูงถึง 99% และมีหน่วยซ่อมบำรุงดูแลให้เครื่องจักรทำงานได้ตลอด 24 ชั่วโมง ทางด้านคุณภาพเสียงจากการทำงานของเครื่องจักรในโรงขึ้นไม้สับสามารถวัดได้ 60 เดซิเบล ซึ่งต่ำกว่าค่ามาตรฐานที่กรมโรงงานอุตสาหกรรมกำหนด ทำให้ไม่เกิดผลกระทบต่อพนักงานและชุมชนรอบโรงงาน

จากกิจกรรมและระบบการผลิตกระดาศดังกล่าวของบริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน) จึงทำให้ได้รับใบรับรองมาตรฐาน ISO 9001:2000 ซึ่งเป็นมาตรฐาน การจัดการคุณภาพจากสถาบัน AJA EQS ประเทศอังกฤษ ในแบบแผนของ UKAS (UNITED KINGDOM ACCREDITATION SERVICE) อีกทั้งยังได้เป็นหนึ่งในสมาชิกของคณะกรรมการนักธุรกิจเพื่อสิ่งแวดล้อมไทยตั้งแต่เริ่มต้นคือเดือนพฤศจิกายน 2536 และมีนักธุรกิจจากองค์กรระดับแนวหน้าของประเทศ ร่วมเป็นสมาชิกอีก 44 องค์กร โดยมีเป้าหมายในการเสริมสร้างจิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อม ให้แก่องค์กรในภาคธุรกิจภายใต้แนวคิด “การพัฒนาอย่างยั่งยืน”

จากสภาพของสิ่งแวดล้อมในปัจจุบันที่กำลังเป็นที่สนใจจนเกิดกระแสตื่นตัว และทำให้องค์กรธุรกิจต่าง ๆ ตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาสิ่งแวดล้อมอีกทั้งยังมีการให้ความสำคัญกับการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จะเป็นการศึกษานโยบายการดำเนินงานตามแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน) ในด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมว่ามีนโยบายการดำเนินงานอย่างไร รวมถึงผลจากการใช้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมเรื่องสิ่งแวดล้อมในด้านภาพลักษณ์ขององค์กรในความคิดเห็นของชุมชน เพื่อนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในกิจกรรมอื่น ๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษานโยบายการดำเนินงานตามแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อม ของบริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของบริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน) ในส่วนความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมในความคิดเห็นของประชาชนซึ่งอาศัยอยู่ในชุมชน

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาภาพลักษณ์ของบริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน) ในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเรื่องสิ่งแวดล้อม” เป็นการศึกษาเฉพาะการใช้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของ บริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน) โดยใช้การศึกษาด้วยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ จะศึกษาจากเอกสารเผยแพร่ที่เกี่ยวข้อง เช่น รายงานการวิจัยทางวิชาการ รายงานประจำปี เอกสารเผยแพร่ของบริษัทฯ เป็นต้น นอกจากนี้ยังศึกษาจากผู้ที่เกี่ยวข้องในชุมชน โดยการสอบถามความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของ บริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในเรื่องสิ่งแวดล้อม

นิยามศัพท์

แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง โครงการหรือกิจกรรมที่จัดขึ้นโดยองค์กรมีส่วนช่วยเหลือ และส่งเสริมให้สังคมดีขึ้น

ภาพลักษณ์ หมายถึง ความคิดเห็นของประชากรที่มีต่อ บริษัทแอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน) ในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเรื่องสิ่งแวดล้อม

สิ่งแวดล้อม หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่อาจได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานด้านการผลิตสินค้าของบริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน) ซึ่งจะมีผลต่อชีวิตและความเป็นอยู่ของประชากรในชุมชน เช่น สภาพอากาศ ความสมบูรณ์ของป่าไม้ ดินและแหล่งน้ำ เป็นต้น

องค์กร หมายถึง บริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน)

การรับรู้ หมายถึง การที่ประชาชนรู้จักบริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน) ทั้งในชื่อของบริษัทเองและในชื่อของผลิตภัณฑ์ “ดีบีบี เอ”

โครงการด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กร หมายถึง โครงการรวมถึงการดำเนินงานต่าง ๆ ขององค์กรที่จัดขึ้น ซึ่งเกี่ยวข้องและส่งผลกระทบต่อชุมชน ได้แก่ โครงการ aA เปิดบ้าน การเป็นสมาชิกไตรภาคีด้านสิ่งแวดล้อมส่วนชุมชน การเผยแพร่ความรู้ในสถานศึกษา การสร้างมาตรฐานการผลิต เป็นต้น

ประชากร หมายถึง ผู้นำชุมชนในเขต หมู่ 2 ต.ท่าตูม อ.ศรีมหาโพธิ จ.ปราจีนบุรี รวมทั้งผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานต่างๆ ภายในชุมชน

ชุมชน หมายถึง พื้นที่ในเขต หมู่ 2 ต.ท่าตูม อ.ศรีมหาโพธิ จ.ปราจีนบุรี ซึ่งเป็นที่ตั้งโรงงานผลิตเยื่อและกระดาษรวมทั้งโรงไฟฟ้าของ บริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงนโยบายและการดำเนินงานตามแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมในเรื่องสิ่งแวดล้อมของบริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน)
2. ทำให้ทราบถึงผลจากการใช้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กร ที่มีต่อการรับรู้และภาพลักษณ์ของบริษัทฯ ในความคิดเห็นของประชากรที่อาศัยอยู่ในชุมชน
3. สามารถนำผลจากการวิจัยมาเป็นแนวทางในการนำแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมาประยุกต์ใช้เป็นกลยุทธ์ทางการสื่อสารการตลาดในหน่วยงานอื่น ๆ
4. เพื่อให้ผู้ที่สนใจตระหนักถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร