



# POSITION PAPER #2

## အကျိုးသက်ဆိုင်သူများနှင့် ထိတွေ့ဆက်သွယ်ခြင်း (Stakeholder engagement) - အရေးပါသော ကိစ္စများအား အလေးပေးဆောင်ရွက်နိုင်ရန် အရေးကြီးသည့်အတွေးအမြင်များအား ရယူခြင်း



အရာအားလုံး၊ လူသားအားလုံးတို့ ကွန်ရက်များကဲ့သို့ ဆက်စပ်နေသည့်ခေတ်တွင် မည်သူ တစ်ဦးတစ်ယောက်မှသည် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတစ်ခု၊ အဖွဲ့အစည်းတစ်ခု၊ အစိုးရအဖွဲ့/လုပ်ငန်းတစ်ခု၊ နိုင်ငံတစ်နိုင်ငံမျှအထိ ပတ်ဝန်းကျင်နှင့် အဆက်အသွယ်ပျက်သည့် ကျွန်းတစ်ခုသဖွယ် ရပ်တည်၍ မရပါ။ ကျွန်ုပ်တို့သည် အကျိုးသက်ဆိုင်သူများ အားလုံးနှင့်အတူ မှန်ကန်သည့်အရာအား ဆောင်ရွက်ခြင်းမှ ၎င်းတို့အတွက် တန်ဖိုးများအား ဖန်တီးပေးရာ ရောက်သည်။ ထို့နောက် အမြဲမှန်ကန်သည့်အရာတစ်ခုမှာ မည်သည့်အဖွဲ့အစည်းမျှ ပြုပြင်နေသောကမ္ဘာတစ်ခုတွင် အောင်မြင်မှုရနိုင်မည်မဟုတ်ပေ။

Don Tapscott



### အကျဉ်းချုပ်

- ဒေသခံလူထု၏ အသိအမှတ်ပြုခံရမှု (Social licence) အား ကာကွယ်စောင့်ရှောက်ရန်အတွက် အဖွဲ့အစည်းများအနေဖြင့် ရေရှည်တည်တံ့ခိုင်မြဲသောဆက်ဆံရေးများကိုပျိုးထောင်၊ တည်ဆောက်ရန်လိုအပ်သည်။ ထိုသို့သောဆက်ဆံရေးများမရှိလျှင် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများ၏ လုပ်ငန်းလည်ပတ်မှု ကုန်ကျစရိတ်နှင့် လုပ်ငန်းအား ဆက်လက်လည်ပတ်နိုင်စွမ်းအပေါ် ထိခိုက်နိုင်သည်။ ၂၀၂၀ ခုနှစ်တွင် ထုတ်ပြန်ထားသော အစီရင်ခံစာ တစ်ခုအရ မြန်မာနိုင်ငံကဲ့သို့ လူမှုအဖွဲ့အစည်းအား ယေဘုယျအားဖြင့် ယုံကြည်မှု နည်းပါးသည့် နိုင်ငံတစ်ခုတွင် ဤအကြောင်းအရာသည် အထူး ကိုက်ညီမှုရှိသည်။ အဆိုပါအစီရင်ခံစာ၌ ဖြေဆိုသူ ၇၅% သည် လူများအား ယုံကြည်မှု မရှိကြောင်း ဖြေဆိုထားသည်။ ယုံကြည်မှုသည် ဘဏ်များအတွက် မရှိမဖြစ်အရေးပါသည့်အတွက် အကျိုးသက်ဆိုင်သူများနှင့် ထိတွေ့ဆက်သွယ်မှုပြုခြင်းသည် ၎င်းတို့အတွက် အလွန်အရေးကြီးသည်။
- လုပ်ငန်းလည်ပတ်ရန်၊ ပရောဂျက်များအား ငွေကြေးထောက်ပံ့နိုင်ရန်နှင့် လူမှုရေး ရည်မှန်းချက်များအား ဖြည့်ဆည်းနိုင်ရန်အတွက် ဘဏ်များအနေဖြင့် ငွေအပ်နှံသူများ၏ ယုံကြည်မှုအား ရယူတည်ဆောက်နိုင်ရန် လိုအပ်သည်။ ထို့အပြင် UNEP-FI ၏ တာဝန်ယူမှုရှိသည့် ဘဏ်လုပ်ငန်းဆိုင်ရာ စည်းမျဉ်းများအား တစိုက်မတ်မတ် လိုက်နာဆောင်ရွက်နေသည့် ဘဏ်များ အနေဖြင့် နည်းဥပဒေသ (၄) အရ ၎င်းတို့၏ အကျိုးသက်ဆိုင်သူများနှင့် လိုလားတက်ကြွစွာ (Proactively) ထိတွေ့ ဆက်သွယ်သင့်သည်။





ထို့အပြင် နည်းဥပဒေသ (၆) အရ ၎င်းဘဏ်များအနေဖြင့် တာဝန်ယူမှုရှိစွာနှင့် ပွင့်လင်းမြင်သာစွာ လုပ်ငန်းများကို ဆောင်ရွက်သင့်သည်။ ထိရောက်ပြီး အကျိုးရလဒ်များရရှိနိုင်သည့် (Effective and conducive) အကျိုးသက်ဆိုင်သူများနှင့် ထိတွေ့ဆက်သွယ်မှုတွင် ဝန်ထမ်းများ၊ စားသုံးသူ (သို့မဟုတ်) သုံးစွဲသူများ၊ ကြပ်မတ်ကွပ်ကဲသည့် အဖွဲ့အစည်းများ၊ ပေးပို့တင်သွင်းသူများ၊ မိတ်ဖက်များ၊ အရပ်ဖက်လူမှုအဖွဲ့အစည်းများ အစရှိသည်ဖြင့် အကျိုးသက်ဆိုင်သူအမျိုးမျိုးအား အစီအစဉ်တကျ ချိတ်ဆက်ခြင်း (Mapping) နှင့် ဦးစားပေးအစီအစဉ် လုပ်ဆောင်ခြင်းတို့ ပါဝင်သည်။

- ကောင်းမွန်သည့် အကျိုးသက်ဆိုင်သူများနှင့် ထိတွေ့ဆက်သွယ်မှုသည် (၁) အကျိုးသက်ဆိုင်သူများအားလုံး ပါဝင်သင့်သော အကြောင်းရာဖြစ်သည်။ (၂) စီးပွားရေးလုပ်ငန်းအတွက်သာမက အကျိုးသက်ဆိုင်သူများအတွက် အရေးပါသော ကိစ္စရပ်များကိုပါ ရှာဖွေဖော်ထုတ်နိုင်ရန် ပုံစံချထားသင့်သည်။ (၃) တန်ပြန်ကိုင်တွယ်ဖြေရှင်းနိုင်ရန်နှင့် တာဝန်ခံမှု ရှိစေရန် တည်ဆောက်ထားသင့်သည်။ (၄) ကုမ္ပဏီ၏ မဟာဗျူဟာ၊ ရည်ရွယ်ချက်တို့နှင့် အပြည့်အဝ ပေါင်းစည်းထားသင့်သည်။ ဤကောင်းမွန်သည့် အကျိုးသက်ဆိုင်သူများနှင့် ထိတွေ့ဆက်သွယ်မှုသည် လုပ်ငန်းရေးရှည်တည်တံ့ရေးအား ပံ့ပိုးပေးမည့် ESG လမ်းပြမြေပုံအား တည်ဆောက်ခြင်းနှင့် အကောင်အထည်ဖော်ခြင်းတို့အတွက် အရေးကြီးသည့် အစိတ်အပိုင်းတစ်ခုပင် ဖြစ်သောကြောင့် ၎င်းကို ဆောင်ရွက်ခြင်းသည် အကျိုးသက်ဆိုင်သူများ၊ ပတ်ဝန်းကျင်နှင့် လူ့အဖွဲ့အစည်းတို့အတွက် တန်ဖိုးများဖန်တီးပေးသည့် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းကောင်းများ ဖြစ်စေနိုင်သည်။

### စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများအနေဖြင့် အဘယ့်ကြောင့် ၎င်းတို့၏ အကျိုးသက်ဆိုင်သူများနှင့် ထိတွေ့ဆက်သွယ်မှု ပြုလုပ်သင့်သနည်း။

အကျိုးသက်ဆိုင်သူများနှင့် ထိတွေ့ဆက်သွယ်မှုသည် အသစ်အဆန်းတစ်ခု မဟုတ်ပေ။ လုပ်ငန်းများ ရှင်သန်နိုင်ရန်အတွက် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများသည် အကျိုးသက်ဆိုင်သူအမျိုးမျိုးနှင့် ထိတွေ့ဆက်ဆံရသည်။ ဤသို့ဖြင့် ခေတ်ရေစီးကြောင်းများအား ရှာဖွေတွေ့ရှိနိုင်ခြင်း၊ သုံးစွဲသူများ၏ လိုအပ်ချက်များအား ကြိုတင်မျှော်မှန်းနိုင်ခြင်း၊ ဈေးကွက်အား ပုံဖော်နိုင်ခြင်းနှင့် ခိုင်မာအားကောင်းသော လူ့အဖွဲ့အစည်းအား တည်ဆောက်နိုင်ရန် အကူအညီပေးသည်။ ခိုင်မာကောင်းမွန်သည့် အကျိုးသက်ဆိုင်သူများနှင့် ထိတွေ့ဆက်သွယ်မှုသည် လုပ်ငန်းရေးရှည်တည်တံ့နိုင်ရေးအတွက် အခြေခံအုတ်မြစ်ပင် ဖြစ်သည်။ အထူးသဖြင့် မြန်မာနိုင်ငံတွင် ယုံကြည်မှု အပေါ်အခြေခံသည့် စီးပွားရေးဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်မှုအား တည်ဆောက်ရန်၊ ပြုစုပျိုးထောင်ရန်အတွက် ဘဏ်များနှင့် ဘဏ္ဍာရေးအဖွဲ့အစည်းများ (Financial institutions) အနေဖြင့် အကျိုးသက်ဆိုင်သူများနှင့် ထိတွေ့ဆက်သွယ်မှုပြုရာတွင် ပို၍ မဟာဗျူဟာကျသည့် ချဉ်းကပ်မှုအား အသုံးပြုသင့်သည်။





ဘဏ်နှင့် ဘဏ္ဍာရေးအဖွဲ့အစည်းများသည် သဘာဝပတ်ဝန်းကျင်၊ လူမှုနှင့် စီမံအုပ်ချုပ်မှုကဏ္ဍ (Environmental, Social and Governance - ESG) အကြောင်းအရာများအား ၎င်းတို့၏ ပင်မစီးပွားရေးလုပ်ဆောင်ချက်များတွင် ထည့်သွင်းရန် ပိုမိုလုပ်ဆောင်လာသည်နှင့်အမျှ ၎င်းတို့သည် အကျိုးသက်ဆိုင်သူများအပြားနှင့် ထိတွေ့ဆက်သွယ်လာရသည်။ ၂၀၀၄ ခုနှစ်တွင် United Nations Global Compact နှင့် Swiss Federal Department of Foreign Affairs တို့သည် ကနဦးအယူအဆဆိုင်ရာ အစီရင်ခံစာ<sup>၁</sup> (Seminal report) တစ်ခုအား ထုတ်ပြန်ခဲ့သည်။ ၎င်းအစီရင်ခံစာ၌ လုပ်ငန်းစဉ်တစ်ခုတွင် ပါဝင်သည့် အကျိုးသက်ဆိုင်သူများအကြောင်းကို ဖော်ပြထားသည်။ အကျိုးသက်ဆိုင်သူတို့ အပြန်အလှန် ချိတ်ဆက်နေမှုနှင့် မှီခိုနေမှုများအား အောက်ပါပုံတွင် ဖော်ပြထားသည်။



ပုံ (၁)။ Who cares wins မှ အချက်အလက်များကို ကောက်နုတ်ထားသည်။

<sup>၁</sup> [Who cares wins: Connecting financial markets to a changing world](#), the United Nations Global Compact and Swiss Federal Department of Foreign Affairs, 2004





မြန်မာနိုင်ငံတွင် ဘဏ်များသည် ၎င်းတို့ကို ကြပ်မတ်ကွပ်ကဲသည့် အဖွဲ့အစည်းဖြစ်သော မြန်မာနိုင်ငံတော်ဗဟိုဘဏ်နှင့် ဆက်သွယ်မှု ပြုလုပ်လေ့ရှိသော်ငြား ယေဘုယျအားဖြင့် အခြားသော ၎င်းတို့၏ သုံးစွဲသူများ၊ မိတ်ဖက်များ၊ ပေးပို့တင်သွင်းသူများ (သို့မဟုတ်) အရပ်ဖက်လူမှုအဖွဲ့အစည်းများနှင့် ထိတွေ့ဆက်သွယ်မှုများ ပြုလုပ်လိုကြသည်မှာ ဘဏ်အနည်းငယ်မျှသာ ရှိသည်။ သို့သော် ဘဏ်များသည် ဗဟိုဘဏ်၏ စည်းမျဉ်းများအား လိုက်နာသင့်သည်။ ဥပမာအားဖြင့် ပွင့်သစ်စ ၂၀၂၀ ခုနှစ် အစီရင်ခံစာတွင် ဘဏ်များအနေဖြင့် ဗဟိုဘဏ်ညွှန်ကြားချက်အမှတ် ၁၀/၂၀၁၉ အား လိုက်နာခြင်းအခြေအနေကို ကြည့်ရှုသည့် သီးသန့်ကဏ္ဍတစ်ခု ပါဝင်သည်။ ထိုညွှန်ကြားချက်အရ ဘဏ်များအားလုံးသည် “စာရင်းစစ်ပြီး ဘဏ္ဍာရေးရှင်းတမ်းများကို ဘဏ္ဍာရေးနှစ် ကုန်ဆုံးပြီးနောက် ၄ လ အတွင်း ၎င်းတို့၏ ၀က်(ဘ်)ဆိုဒ်တွင် ထုတ်ပြန်ရန်နှင့် ဘဏ်လုပ်ငန်းဆောင်ရွက်ရာ ရုံးများနှင့် ဘဏ်ခွဲတစ်ခုချင်းစီ၌ မြင်သာသောနေရာ၌ တစ်နှစ်ပတ်လုံး ပြသထားရမည်။ (ပွင့်သစ်စအဖွဲ့သားများအနေဖြင့်) ဘဏ် ၅ ခု သာလျှင် ၀က်(ဘ်)ဆိုဒ် ရှိ၍ ၎င်းတို့၏ နှစ်စဉ်အစီရင်ခံစာနှင့် ဘဏ္ဍာရေးရှင်းတမ်းအား ထုတ်ပြန်ထားကြောင်းကို တွေ့ရှိခဲ့သည်။”<sup>၂</sup>

မြန်မာအကြံပေးလုပ်ငန်းတစ်ခုဖြစ်သည့် Yever မှ ၂၀၂၁ ခုနှစ် ဒီဇင်ဘာလအထိ ကောက်ယူခဲ့သော ဘဏ်များမှ အများပြည်သူ သိရှိနိုင်ရန် ထုတ်ပြန်ထားသည့် အချက်အလက်များအရ အောက်ပါတို့အား လေ့လာတွေ့ရှိရသည်။

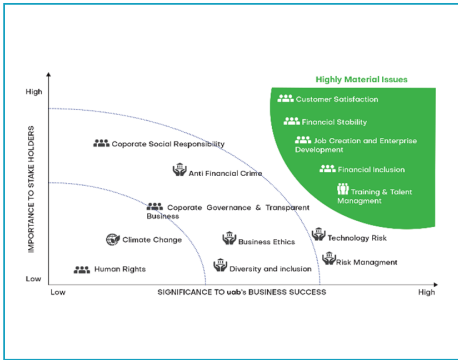
- ၁၀% သော ဘဏ်များသည် ၎င်းတို့၏ အကျိုးသက်ဆိုင်သူများနှင့် မည်သို့ထိတွေ့ဆက်သွယ်ပြီး အကြံဉာဏ်တောင်းခံကြောင်း ကို ဖော်ပြထားသည်။
- ဘဏ် ၇% သည် ၎င်းတို့ အကြံဉာဏ်ရယူခြင်းမှ ထွက်ပေါ်လာသည့် ရလဒ်များအား အဓိကထား ကိုင်တွယ်ဖြေရှင်းရမည့် အကြောင်းရင်းများ စိစစ်တင်ပြမှု (Materiality analysis) ဖြင့် ထုတ်ပြန်ခဲ့သည်။ ၎င်းထုတ်ပြန်ချက်များတွင် အကြောင်းရင်းတစ်ခုချင်းစီအတွက် ၎င်းတို့၏ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများနှင့် လူမှုအဖွဲ့အစည်းပေါ်တွင် သက်ရောက်မှုများအား အသေးစိတ်ဖော်ပြထားသည်။

<sup>၂</sup> Myanmar Centre for Responsible Business and Yever, [Pwint Thit Sa report](#), 2020, p. 25.





မြန်မာနိုင်ငံရှိ ဘဏ်အများစုသည် ထိုကဲ့သို့ ထိတွေ့ဆက်သွယ်မှုပြုခြင်းနှင့် ရင်းနှီးမှုမရှိသော်လည်း အချို့ဘဏ်များသည် ၎င်းတို့၏ ချဉ်းကပ်မှုပုံစံအား တည်ဆောက်ခဲ့ကြပြီး ယင်းကို အောက်ဖော်ပြပါ ဥပမာသုံးခုတွင် တွေ့မြင်နိုင်သည်။



Stakeholders	How we engage	Issues we engage on
Shareholders	<ul style="list-style-type: none"> <li>Annual General Meetings</li> <li>Investor Relations departments</li> <li>Corporate reporting</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Business performance</li> <li>Corporate governance</li> <li>Sustainability</li> <li>Innovation</li> <li>Compliance</li> </ul>
Regulators	<ul style="list-style-type: none"> <li>Meetings</li> <li>Industry associations</li> <li>A Compliance Officer who is part of our Management team</li> <li>Reporting</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Corporate Governance</li> <li>Compliance</li> <li>Business performance</li> </ul>
Clients	<ul style="list-style-type: none"> <li>Surveys</li> <li>Network of branches</li> <li>Website</li> <li>Social media</li> <li>Product and services brochures</li> <li>Events</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Customer experience and customer satisfaction</li> <li>Financial literacy</li> <li>Security</li> </ul>
Employees	<ul style="list-style-type: none"> <li>Surveys</li> <li>Team/ staff meetings</li> <li>Intranet</li> <li>Social Media</li> <li>Performance reviews</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Health and safety</li> <li>Diversity</li> <li>Career development</li> <li>Training</li> <li>Working conditions</li> <li>Business ethics</li> </ul>
Business partners	<ul style="list-style-type: none"> <li>Supplier qualification</li> <li>Contract negotiation</li> <li>Audits</li> <li>One-on-one meetings</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Contract performance</li> <li>Business ethics</li> </ul>
Civil society / NGOs	<ul style="list-style-type: none"> <li>One-on-one meetings</li> <li>Partnerships</li> <li>Ad-hoc consultation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Shared value</li> <li>Business performance</li> <li>Sustainability</li> </ul>

Our Stakeholders	Method of Engagement	Investment	Scope of Engagement	Action Party
Customers	Online One-to-One, Social media, Customer Care, Newsletters, Campaigns, Conferences, Customer Feedback forms, Analytics, etc.	Continuously and Consistently	Product or Customer services, Products, Technology advancement	All stakeholders including Call centers, Branch operations, staff and Relationship manager
Shareholders	Annual general meetings, Events, Investor Relations, Analysts and investor visits, Investor	Annual basis, and as and when necessary	Financial Metrics, Share holders, Dividend, Shareholder, Corporate governance	Board of Directors, Investment Services
Employees	Website, Intranet, Working groups, Conferences, Workshops, Seminars, Employee Feedback, Surveys	Continuously and Consistently	Work conditions, Training and Development, Employee welfare and Corporate Governance	Corporate Affairs, Human Resources, Department Heads, HR Council
Board of Directors	Executive Briefings, Meetings, Events	Monthly and as and when necessary	Risk, Innovation and ethics, Corporate governance, Financial, Compliance and Regulatory matters	Senior level senior
Government Regulatory Agencies	Meetings, Hearings, Workshops	As and when necessary	Regulatory compliance, Government policies, Licenses, accreditations, etc.	Executive Management
Investors	Meetings, Events, Technical analysis, Conferences	As and when necessary	Company's progress and its value of operations	Investment Committee, Department Heads, Senior Executives
Associations	Networking events, Strategic, Confs.	As and when necessary	Guidelines, Compliance and Governance	Corporate Affairs, Financial Institutions and related organizations
Other Financial Institutions	Networking events, Meetings, Events, Workshops, etc.	As and when necessary	Business Collaboration, Expansion	Private Relationship and Business Development
Community	Community engagement programs, Conferences and roadshows, Conferences, CSR and Social Impact, CSR projects, CSR and Social Impact, CSR projects	As and when necessary	Development programs, Financial related activities and other related issues	Corporate communication system, Corporate social responsibility section, Marketing
Media	Press releases, Conferences, Roadshows, Meet and greet events, PR press and Social media	Continuously	Products and services, Brands, website and related financial matters	Corporate communication system, Marketing Team

uab ဘဏ်၏ အဓိကထား ကိုင်တွယ်ဖြေရှင်းရမည့် အကြောင်းရင်းများပါရှိသည့် ဇယား

ရိုးမဘဏ်၏ အကျိုးသက်ဆိုင်သူအမျိုးမျိုးအား အစီအစဉ်တကျ ချိတ်ဆက်ခြင်း

ဧရာဝတီဘဏ်၏ အကျိုးသက်ဆိုင်သူအမျိုးမျိုးအား အစီအစဉ်တကျ ချိတ်ဆက်ခြင်းနှင့် ထိတွေ့ဆက်သွယ်မှုပြုခြင်း

## ဘဏ်များအနေဖြင့် အကျိုးသက်ဆိုင်သူများနှင့် မည်သို့ ဆက်သွယ်သင့်သနည်း။

ဘုတ်အဖွဲ့သည် အကျိုးသက်ဆိုင်သူများနှင့် ထိတွေ့ဆက်သွယ်မှု၏ အရေးပါပုံကို သိရှိပြီးနောက် ၎င်းတို့နှင့် ပိုမိုထိရောက်စွာ ဆက်သွယ်နိုင်ရန်နှင့် ၎င်းတို့အတွက် တန်ဖိုးများ ဖန်တီးပေးရာရောက်သည့် ESG အကြောင်းအရာများအား ထည့်သွင်းစဉ်းစားခြင်း၊ ရေရှည်တည်တံ့နိုင်မှုအား မြှင့်တင်ရန် ဗျူဟာချမှတ်ခြင်းများကို ပြုလုပ်နိုင်သည်။ အရေးကြီးသည့်တာဝန်မှာ ဘဏ်များအနေဖြင့် အကျိုးသက်ဆိုင်သူများနှင့် ပတ်သက်သော အရေးပါသည့်အရာများကို မည်သို့ ကိုင်တွယ်ဖြေရှင်းနေပုံနှင့် ပတ်သက်၍ ၎င်းတို့အား သိနားလည်စေကာ ပုံမှန် ထိတွေ့ဆက်သွယ်ရန်ဖြစ်သည်။ IFC မှ ရေးသားထားသည့် ESG လမ်းညွှန်စာအုပ်သည် အကျိုးသက်ဆိုင်သူများနှင့် ထိတွေ့ဆက်သွယ်မှုလုပ်ငန်းစဉ်အတွက် ထိရောက်အောင်မြင်စေမည့် အကြံပြုချက်များအား ဖော်ပြထားသည်။





#	အကြံပြုချက်များ	အကြောင်းပြချက်
၁	စောစီးစွာပါဝင်ပါ။	ယုံကြည်မှု၊ အပြန်အလှန်လေးစားမှုနှင့် နားလည်မှုတို့ ပါဝင်သည့် ခိုင်မာသော ဆက်ဆံရေးများ တည်ဆောက်ရာတွင် အချိန်နှင့် အားစိုက်ထုတ်မှုတို့ကို လိုအပ်သည်။ ထို့ကြောင့် ကုမ္ပဏီများအနေဖြင့် အကျိုးသက်ဆိုင်သူများ၏ မျှော်မှန်းချက်များအား ဖြည့်ဆည်း၊ ဆောင်ရွက်ပေးရန်အတွက် ၎င်းတို့၏ မဟာဗျူဟာနှင့် လုပ်ငန်းလည်ပတ်မှုအား အံ့ကိုက်ကျစေရန် အကျိုးသက်ဆိုင်သူများနှင့် ထိတွေ့ဆက်သွယ်မှုအား စောနိုင်သမျှ စောလျင်စွာ ပြုလုပ်သင့်သည်။
၂	ထိတွေ့ဆက်သွယ်ရန်အတွက် ပြဿနာတစ်စုံတစ်ရာ ရှိလာချိန်အထိ မစောင့်ဆိုင်းပါနှင့်။	အကျိုးသက်ဆိုင်သူများနှင့် စောလျင်စွာ ထိတွေ့ဆက်သွယ်ခြင်းသည် အရေးကြီးသည့် ဦးစားပေးတာဝန်ဟု ထင်မြင်ယူဆနိုင်ရန်ရှိသော်လည်း အနာဂတ်တွင် ပေါ်ပေါက်လာနိုင်မည့် အကျပ်အတည်းများနှင့် ပဋိပက္ခများမှ ဆုံးရှုံးနိုင်ခြေများအား လျော့ချပေးနိုင်သည်။ အကျိုးသက်ဆိုင်သူများနှင့် ဆက်ဆံရေးကို စောလျင်စွာ တည်ဆောက်ထားနိုင်ခြင်းသည် ထိခိုက်ပျက်စီးစေနိုင်မည့် အကြောင်းအရာများ ပေါ်ပေါက်လာပါက ၎င်းတို့အား ဖြေရှင်းရာတွင် အားသာချက် ဖြစ်စေနိုင်သည်။
၃	ရေရှည်ကို ကြည့်ပါ။	မြဲမြံသော ဆက်ဆံရေးများ တည်ဆောက်ရေးသည် ကာလကြာရှည် အချိန်ပေးအပ်ထားနိုင်မှုအား လိုအပ်သည်။ အကျိုးသက်ဆိုင်သူများနှင့် ပတ်သက်၍ အရေးပါသည့် ကိစ္စရပ်များအား ကောင်းစွာ နားလည်နိုင်စေရန်နှင့် ၎င်းတို့နှင့် ကိုက်ညီ၊ သင့်လျော်မှုရှိမည့် ထိတွေ့ဆက်သွယ်မှုတို့ကို ပြုလုပ်နိုင်စေရန်အတွက် ဘဏ်များသည် ဝန်ထမ်းများအား ခန့်ထားခြင်းနှင့် လေ့ကျင့်သင်ကြားပေးခြင်းတို့၌ ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုများ ပြုလုပ်သင့်သည်။
၄	သင်၏ ပရောဂျက်နှင့် ကိုက်ညီစေရန် လုပ်ငန်းစဉ်ကို ပုံဖော်ပါ။	ဘဏ်တစ်ခု၏ အကျိုးသက်ဆိုင်သူများနှင့် ထိတွေ့ဆက်သွယ်မှု အတိုင်းအတာပမာဏသည် ၎င်းငွေကြေး ထောက်ပံ့ထားသော ပရောဂျက်များမှ ဆုံးရှုံးနိုင်ခြေများ ပေါ်ပေါက်လာနိုင်မှုနှင့် သက်ရောက်မှုပမာဏတို့အပေါ် မူတည်သင့်သည်။ အခြေအနေအလုံးစုံအတွက် သင့်တော်မည့် ချဉ်းကပ်မှုပုံစံဟူသည် မရှိနိုင်သောကြောင့် မည်မျှ အားစိုက်မှုပြုလိုသည်၊ ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုများ ပြုလုပ်လိုမှုတို့သည် ထိတွေ့ဆက်သွယ်မှု တစ်ခုနှင့် အခြားတစ်ခုအကြားတွင် ခြားနားမှုများ ရှိပါလိမ့်မည်။ ဘဏ်များအနေဖြင့် အကျိုးသက်ဆိုင်သူများ၏ လိုအပ်ချက်များနှင့် ထိရောက်သော စီမံခန့်ခွဲမှု၏ လိုအပ်ချက်များအရ ၎င်းတို့၏ ချဉ်းကပ်မှုပုံစံကို ချိန်ညှိလုပ်ဆောင်သင့်သည်။
၅	လုပ်ငန်း၏ တစ်စိတ်တစ်ပိုင်းအနေဖြင့် စီမံခန့်ခွဲပါ။	အကျိုးသက်ဆိုင်သူများနှင့် ထိတွေ့ဆက်သွယ်မှုကို အခြားသော စီးပွားရေးလုပ်ငန်း အစိတ်အပိုင်းများကဲ့သို့ပင် တိကျစွာ ချမှတ်ထားသော မဟာဗျူဟာ၊ လုပ်ငန်းနယ်ပယ်နှင့် စောင့်ကြပ်၊ ကြည့်ရှုရေးစနစ်တို့ဖြင့် စီမံခန့်ခွဲသင့်သည်။ ပိုမိုကောင်းမွန်သော ရလဒ်များ ရရှိရန်အတွက် ဤစီမံခန့်ခွဲမှုနှင့် မျှော်မှန်းရလဒ်များအား ဝန်ထမ်းများအားလုံးအတွက် ရှင်းလင်းပြီး အလုံးစုံပါဝင်စေရန်လည်း ဆောင်ရွက်သင့်သည်။ လုပ်ငန်း နယ်ပယ်နှင့် စံသတ်မှတ်ချက်များအား သတ်မှတ်ပြီးသည့်နောက် အကျိုးသက်ဆိုင်သူများနှင့် ထိတွေ့ ဆက်သွယ်မှုများအား စီမံခန့်ခွဲရန်နှင့် လုပ်ငန်းစဉ်အား စောင့်ကြပ်၊ ကြည့်ရှုရန်အတွက် တာဝန်ဝတ္တရားများကို သက်ဆိုင်ရာအလိုက် ချမှတ်ပေးနိုင်ပြီ ဖြစ်သည်။
၆	ကုမ္ပဏီ၏မဟာဗျူဟာနှင့် လိုက်လျောညီထွေရှိမည့် ထိတွေ့ဆက်သွယ်မှု မူဘောင်အား ဖန်တီးပါ။	နည်းစနစ်မှန်ကန်စွာ ဆောင်ရွက်ပါက အကျိုးသက်ဆိုင်သူများနှင့် ထိတွေ့ဆက်သွယ်မှုသည် ကုမ္ပဏီ၏ ရေရှည်တည်တံ့မှုအား ကူညီထောက်ပံ့ပေးနိုင်သည်။ ဤသို့ဆက်သွယ်မှုများတွင် ခေါင်းဆောင်မှုပိုင်းနှင့် ဘုတ်အဖွဲ့အား လုပ်ငန်းစဉ်အတွင်း ပါဝင်စေခြင်းသည် ဘဏ်များအနေဖြင့် လုပ်ဆောင်ချက်များအား တစ်ခုနှင့်တစ်ခု ချိတ်ဆက်စေပြီး ရည်မှန်းချက်နှင့် ကိုက်ညီ၍ အကျိုးသက်ဆိုင်သူများနှင့် ရှယ်ယာရှင်များအား တန်ဖိုးများ ဖန်တီးပေးနေသည်ကို သေချာစေနိုင်မည်ဖြစ်သည်။ သို့သော် ဤလုပ်ငန်းစဉ်အား ထိရောက်စေရန်နှင့် တိုးတက်မှုအား စောင့်ကြည့်နိုင်စေရန် သင့်တော်မည့် စီမံခန့်ခွဲမှုစနစ်တစ်ခုအား ချမှတ်၊ ထားရှိသင့်သည်။



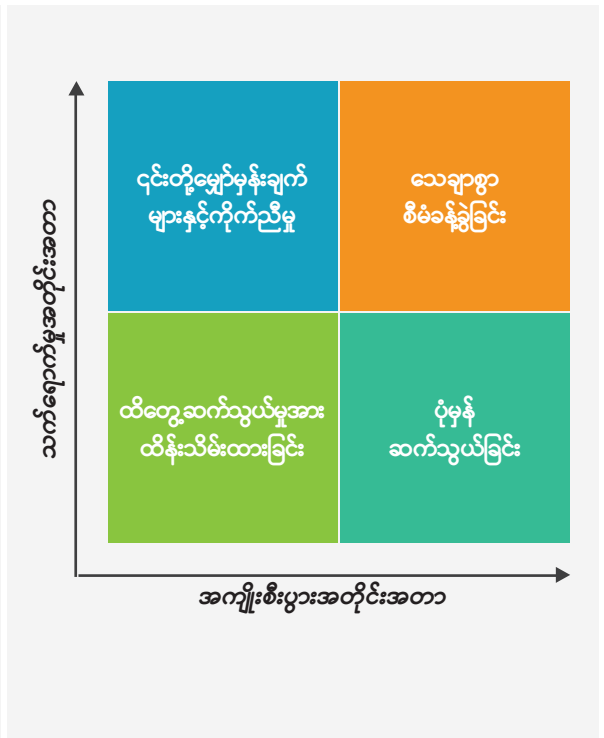


AA 1000 အကျိုးသက်ဆိုင်သူများနှင့် ထိတွေ့ဆက်သွယ်မှု စံနှုန်း (AA 1000 Stakeholder Engagement Standard)

သည် အကျိုးသက်ဆိုင်သူများနှင့် ထိတွေ့ဆက်သွယ်မှုနှင့်ပတ်သက်၍ ရှင်းလင်းသော မူဘောင်အား ထောက်ပံ့ပေးသည်။ အကျိုးသက်ဆိုင်သူများနှင့် ထိတွေ့ဆက်သွယ်မှုများ မပြုလုပ်မီ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများအနေဖြင့် ၎င်းတို့၏ အကျိုးသက်ဆိုင်သူများ၏ အခြေအနေ၊ ရပ်တည်ချက်တို့အား သိရှိ၊ နားလည်ထားသင့်သည်။

အကျိုးသက်ဆိုင်သူများအနေဖြင့် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများအပေါ်တွင် တူညီသော သက်ရောက်မှုနှင့် အကျိုးစီးပွားများ (Influence and interest) မရှိကြသည့်အတွက် ပထမဦးစွာ ၎င်းတို့၏ ဂေဟစနစ်ဖြစ်တည်မှုပုံစံ (Ecosystem) အား ရှင်းလင်းစွာ သိရှိထားရန်လိုအပ်သည်။

ပထမအဆင့်တွင် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများအနေဖြင့် ၎င်းတို့နှင့် အကျိုးသက်ဆိုင်သူအားလုံးအား အစီအစဉ်တကျ ချိတ်ဆက်ထားရှိမှု ပြုလုပ်ခြင်း (Mapping stakeholders) ပါဝင်သည်။ တာဝန်ရှိသူများသည် အကျိုးသက်ဆိုင်သူ တစ်ဦးချင်းစီ၏ မျှော်မှန်းချက်၊ သက်ရောက်မှုအဆင့်၊ အမျိုးအစား၊ ထိတွေ့ဆက်သွယ်ရန်အတွက် စိတ်အားထက်သန်မှု၊ ရှိရင်းစွဲဆက်ဆံရေး အစရှိသည်တို့အား နားလည်ရန်အတွက် အချက်အလက်များအား ရနိုင်သမျှရရှိအောင် စုဆောင်းသင့်သည်။ ဤပထမအဆင့်၏ ရလဒ်သည် အကျိုးသက်ဆိုင်သူတစ်ဦးချင်းစီ၏ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းအပေါ် သက်ရောက်နိုင်စွမ်းနှင့် အကျိုးစီးပွားအား ဖော်ပြနိုင်သည့် ကွန်ရက် (Matrix) တစ်ခုဖြစ်နိုင်သည်။ ဤရလဒ်သည် အဖွဲ့အစည်းအတွင်းရှိ သက်ရောက်နိုင်စွမ်းအပြင် အကျိုးစီးပွားတို့ရှိသည့် အကျိုးသက်ဆိုင်သူများအား အာရုံစိုက်နိုင်ရန် ကူညီပေးသည်။





ထို့နောက် ဘဏ်များအနေဖြင့် ၎င်းတို့၏ အရေးအကြီးဆုံး အကျိုးသက်ဆိုင်သူများနှင့် ထိရောက်စွာ ဆက်သွယ်နိုင်စေရန် ချဉ်းကပ်မှုပုံစံအား တည်ဆောက်နိုင်သည်။ ၎င်းတို့သည် AA 1000 SES လမ်းညွှန်မှုများအား လိုက်နာမည်ဆိုပါက အောက်ပါအချက် ၃ ချက်အား ထည့်သွင်းစဉ်းစားသင့်သည်။

- ကုမ္ပဏီနှင့် ၎င်း၏ အရေးပါသော အကျိုးသက်ဆိုင်သူများအကြား အပြန်အလှန် ဆက်သွယ်မှုရှိခြင်း
- ထိတွေ့ဆက်သွယ်မှု အတိုင်းအတာပမာဏ
- ဆက်ဆံရေးသဘောသဘာဝ

ဤဒုတိယအဆင့်၏ ရလဒ်သည် အကျိုးသက်ဆိုင်သူ တစ်ဦးချင်းစီနှင့် အဓိပ္ပါယ်ရှိပြီး ခိုင်မာသော ထိတွေ့ဆက်သွယ်မှုများ ပြုလုပ်နိုင်ရန်အတွက် လိုအပ်သည့် ဆောင်ရွက်ချက်များအား ဖော်ထုတ်နိုင်မည့် ကွန်ရက် (Matrix) တစ်ခုဖြစ်နိုင်သည်။ ဤပထမအဆင့် နှစ်ဆင့်သည် အလုံးစုံပါဝင်သော အကျိုးသက်ဆိုင်သူများနှင့် ထိတွေ့ဆက်သွယ်ရေး တည်ဆောက်ရန်အတွက် များစွာ အရေးပါသည်။

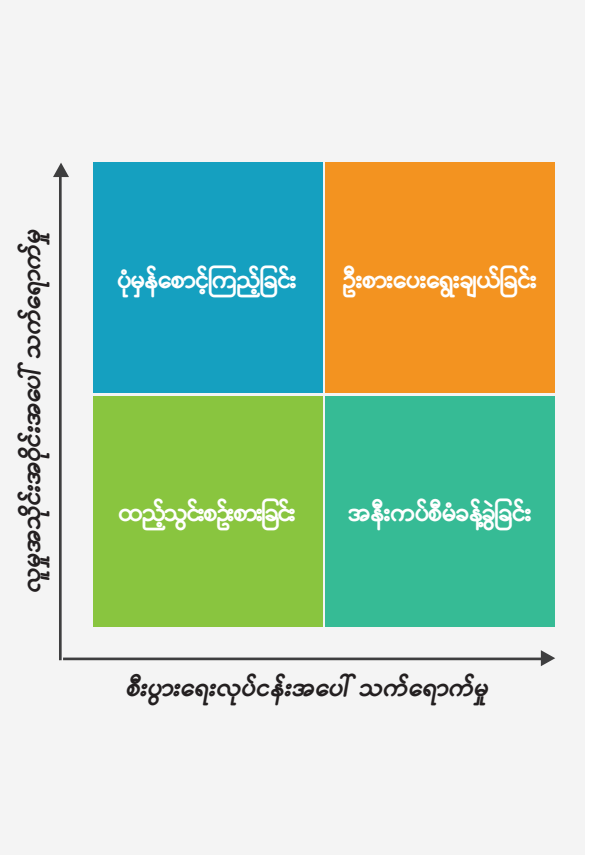


ESG ချဉ်းကပ်မှုအား တည်ဆောက်ရန် ရည်ရွယ်ထားသည့် ဘဏ်များအနေဖြင့် အဓိကထား ကိုင်တွယ်ဖြေရှင်းရမည့် အကြောင်းရင်းများ၏ အရေးပါမှု (Materiality of multiple issues) အား ရှာဖွေဖော်ထုတ်ပြီး တိကျစွာ သတ်မှတ်ထားသင့်သည်။

၎င်းတို့သည် ESG ဆိုင်ရာအကြောင်းအရာ၊ အချက်အလက် တစ်ခုစီတိုင်း၏ ၎င်းတို့ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းနှင့် လူမှုအဖွဲ့အစည်းအပေါ် ရှိလာနိုင်သော သက်ရောက်မှုအား အကဲဖြတ်ရမည်ဖြစ်သည်။ ထိုသို့ပြုလုပ်ရန်အတွက် ဘဏ်များအနေဖြင့် အောက်တွင် ဖော်ပြထားသူများအား ထိတွေ့ဆက်သွယ်ရန် လိုအပ်သည်။

- ရှယ်ယာရှင်များ၊ စီမံခန့်ခွဲမှုကိုယ်စားလှယ်များ၊ အလုပ်သမားကိုယ်စားလှယ်များ၊ ပေးပို့တင်သွင်းသူများ၊ စီးပွားရေးမိတ်ဖက်များ အစရှိသည့် လုပ်ငန်းအတွင်း အကျိုးသက်ဆိုင်သူများ။
- ကြပ်မတ်ကွပ်ကဲသည့် အဖွဲ့အစည်းများ၊ အရပ်ဖက် လူမှုအဖွဲ့အစည်းများ (CSOs)၊ စီးပွားရေးအသင်းအဖွဲ့များနှင့် လုပ်ငန်းပြိုင်ဖက်များ အစရှိသည့် လုပ်ငန်းပြင်ပ အကျိုးသက်ဆိုင်သူများ။

ဤနောက်ဆုံးအဆင့်၏ ရလဒ်သည် အဓိကထား ကိုင်တွယ်ဖြေရှင်းရမည့် အကြောင်းရင်းများ၏ ၎င်းတို့ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းနှင့် လူမှုအဖွဲ့အစည်းအပေါ်ရှိသည့် သက်ရောက်မှုအား အသေးစိတ်ပြသသည့် ကွန်ရက် (Materiality matrix) ဖြစ်ပါသည်။ ထိတွေ့ဆက်သွယ်မှုများအနေဖြင့် အဓိကထား ကိုင်တွယ်ဖြေရှင်းရမည့် အကြောင်းရင်းများအပေါ် အာရုံစိုက်၊ လုပ်ဆောင်နိုင်ရန် သေချာစေမည့် ပုံစံဖြင့် ဤအဆင့်အား တည်ဆောက်ထားခြင်း ဖြစ်သည်။







နောက်ဆုံးအနေဖြင့် အဖွဲ့အစည်းများသည် ၎င်းတို့၏ အထက်ပါ ထိတွေ့ဆက်သွယ်မှု၏ လုပ်ဆောင်မှုရလဒ်များအား အကျိုးသက်ဆိုင်သူများနှင့် မျှဝေသင့်သည်။ အများစုသည် အဆိုပါ သတင်းအချက်အလက်မျိုးအား မျှဝေရန်အတွက် ရေရှည်တည်တံ့မှုဆိုင်ရာ အစီရင်ခံစာများနှင့် ဝက်(ဘ်)ဆိုက်များကို အသုံးပြုသည်။ ထို့နောက်တွင် ၎င်းတို့သည် ရလဒ်များအား အကဲဖြတ်၍ ၎င်းတို့၏ ဆက်သွယ်မှုဆိုင်ရာ ချဉ်းကပ်မှုပုံစံအား စဉ်ဆက်မပြတ် အလိုက်သင့်ပြုပြင်ကြပေမည်။ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများသည် ၎င်းတို့၏ လုပ်ငန်းစွမ်းဆောင်နိုင်ရည်၊ မရှိမဖြစ်အရေးပါသည့် အကျိုးသက်ဆိုင်သူများနှင့် ဆက်ဆံရေးကောင်းမွန်မှုအားတိုင်းတာရန်ရိုးစင်းသည့်အဓိကစွမ်းဆောင်နိုင်မှုဆိုင်ရာညွှန်းကိန်းများ (Key Performance Indicators) အား အသုံးပြုနိုင်သည်။ ထိုညွှန်းကိန်းများမှာ ဥပမာအားဖြင့် ဝန်ထမ်း၊ စားသုံးသူ (သို့မဟုတ်) သုံးစွဲသူများနှင့် ပေးပို့တင်သွင်းသူများ၏ စိတ်ကျေနပ်မှုနှုန်း အစရှိသည်တို့ ဖြစ်နိုင်သည်။ အခက်အခဲများနှင့် စိန်ခေါ်မှုများကြားမှ ရေရှည်တည်တံ့သော စီးပွားရေးအား တည်ဆောက်ရန်အတွက် ပြည့်စုံလုံလောက်သော အကျိုးသက်ဆိုင်သူများနှင့် ထိတွေ့ဆက်သွယ်မှုများ ပြုခြင်းမှတစ်ဆင့် လူ့အဖွဲ့အစည်းအတွင်း ဆုံးရှုံးသွားသော ယုံကြည်မှုအား ပြန်လည်တည်ဆောက်ခြင်းသည် မြန်မာနိုင်ငံရှိ ကုမ္ပဏီများ၊ ဘဏ္ဍာရေး အဖွဲ့အစည်းများအတွက် မရှိမဖြစ် အရေးကြီးလာလျက်ရှိပါသည်။

**အသုံးပြုနိုင်သည့် ကိရိယာများ**

- » [AA 1000 Standards](#)
- » [IFC – Stakeholder Engagement](#)

**အသုံးပြုနိုင်သည့် အရင်းအမြစ်များ**

- » Accountability and Utopias, [Critical Friends](#), 2007
- » WWF, [Reports focused on the banking sector in the ASEAN region](#)

