



ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
The Stock Exchange of Thailand

แนวทาง ความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ



สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม
Corporate Social Responsibility Institute
The Stock Exchange of Thailand Group

แนวทาง

ความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ

ผู้เขียน : คณะกรรมการกลุ่มความร่วมมือทางวิชาการเพื่อพัฒนามาตรฐาน
การเรียนการสอนและการวิจัยด้านบริหารธุรกิจแห่งประเทศไทย

กองบรรณาธิการ : มัชฌิมา กุญชร ณ อยุธยา ญัฐศิริ บุญชวน

อำนวยการผลิต : สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (Corporate Social Responsibility Institute : CSRI)
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

62 ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110

โทร. 0 2229 2222 โทรสาร 0 2654 5414

www.csri.or.th e-mail: csri@set.or.th

ออกแบบรูปเล่ม : จัตรชัย เพชรอำรังชัย

พิมพ์ครั้งที่ 1 : มิถุนายน 2555 จำนวน 2,000 เล่ม

พิมพ์ที่ : บริษัท เมจิกเพรส จำกัด

ลิขสิทธิ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สงวนลิขสิทธิ์ ห้ามทำลอกเลียนไม่ว่าส่วนใดส่วนหนึ่งของหนังสือ

นอกจากจะได้รับอนุญาต

เอกสารนี้มีใช้คำแนะนำทางกฎหมาย และมีได้ผู้กพันการตีความ

ทางกฎหมายของผู้จัดทำแต่อย่างใด

สารบัญ

บทนำ

1

กรอบความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ

บทที่ 1 ความรับผิดชอบต่อสังคม คือ อะไร

- 1.1 ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ 11
- 1.2 ความเป็นมาของความรับผิดชอบต่อสังคม 13
- 1.3 ความสำคัญและประโยชน์จากความรับผิดชอบต่อสังคม 17
- 1.4 องค์ประกอบในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม 20

บทที่ 2 ความรับผิดชอบต่อสังคมกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

- 2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และการจัดการที่ยั่งยืน 26
- 2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์กิจการกับความรับผิดชอบต่อสังคมและปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง 32
- 2.3 การบูรณาการความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง 33
- 2.4 การปฏิบัติตามแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคม โดยการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง 37

บทที่ 3 ยุทธศาสตร์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

- 3.1 การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม 47
- 3.2 ขั้นตอนการพัฒนาแผนงานความรับผิดชอบต่อสังคมในเชิงยุทธศาสตร์ 50
- 3.3 ตัวอย่างการทำแผนยุทธศาสตร์ความรับผิดชอบต่อสังคม 57

แนวปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ

บทที่ 4 การกำกับดูแลกิจการที่ดี

- 4.1 ความหมาย 66
- 4.2 หลักการและเหตุผลที่ควรปฏิบัติ 68
- 4.3 แนวทางในการปฏิบัติ 69

บทที่ 5 การประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรม

- 5.1 ความหมาย 74
- 5.2 หลักการและเหตุผลที่ควรปฏิบัติ 77
- 5.3 แนวทางในการปฏิบัติ 79

บทที่ 6	การต่อต้านการทุจริต	
6.1	ความหมาย	84
6.2	หลักการและเหตุผลที่ควรปฏิบัติ	85
6.3	แนวทางในการปฏิบัติ	88
บทที่ 7	การเคารพสิทธิมนุษยชน	
7.1	ความหมาย	94
7.2	หลักการและเหตุผลที่ควรปฏิบัติ	96
7.3	แนวทางในการปฏิบัติ	97
บทที่ 8	การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม	
8.1	ความหมาย	102
8.2	หลักการและเหตุผลที่ควรปฏิบัติ	104
8.3	แนวทางในการปฏิบัติ	105
บทที่ 9	ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค	
9.1	ความหมาย	114
9.2	หลักการและเหตุผลที่ควรปฏิบัติ	115
9.3	แนวทางในการปฏิบัติ	116
บทที่ 10	การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม	
10.1	ความหมาย	124
10.2	หลักการและเหตุผลที่ควรปฏิบัติ	125
10.3	แนวทางในการปฏิบัติ	127
บทที่ 11	การจัดการสิ่งแวดล้อม	
11.1	ความหมาย	136
11.2	หลักการและเหตุผลที่ควรปฏิบัติ	138
11.3	แนวทางในการปฏิบัติ	139
บทที่ 12	นวัตกรรมและการเผยแพร่นวัตกรรม	
	จากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม	
12.1	ความหมาย	148
12.2	หลักการและเหตุผลที่ควรปฏิบัติ	149
12.3	แนวทางในการปฏิบัติ	153

บทที่ 13 การจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืน

13.1 ความหมายและจุดมุ่งหมายของรายงาน	158
13.2 การกำหนดเนื้อหาของรายงาน	161
13.3 การกำหนดคุณภาพ	163
13.4 การกำหนดขอบเขต	164
13.5 ความครอบคลุมของเนื้อหา	165
13.6 เรื่องอื่น ๆ ที่ควรคำนึงในการจัดทำรายงาน	168

บทสรุป 170

ภาคผนวก

ภาคผนวก 1

ตารางเปรียบเทียบหลักการ นโยบาย แนวปฏิบัติ และแนวทางสากลต่างๆ รวมถึงเข็มทิศธุรกิจเพื่อสังคม

ภาคผนวก 2

คำจำกัดความอื่น ๆ ของความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ

ภาคผนวก 3

การใช้ความรู้อย่างรอบคอบ มีสติปัญญา และแบ่งปัน

ภาคผนวก 4

สรุป Diamond Framework ของ Michael E. Porter

ภาคผนวก 5

ตัวอย่างความรับผิดชอบต่อสังคมในเชิงรุก

ภาคผนวก 6

ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน

ภาคผนวก 7

นิยามศัพท์

ภาคผนวก 8

การระบุผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Identification)

ปัจจุบัน เรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ (Corporate Social Responsibility: CSR) ได้ถูกหยิบยกขึ้นเป็นวาระการดำเนินงานที่มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าการดำเนินธุรกิจ ซึ่งมีเป้าหมายในการมุ่งแสวงหากำไรและความมั่งคั่งให้แก่ผู้ถือหุ้นหรือเจ้าของกิจการ

แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมในมาตรฐานระหว่างประเทศ ISO 26000 ได้ระบุไว้ว่า การดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม มีเป้าหมายยอดสุดอยู่ที่การสร้างผลได้สูงสุดในความทุ่มเทของกิจการ อันนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (When approaching and practising social responsibility, the overarching goal for an organization is to maximize its contribution to sustainable development)

ตามแผนงานการจัดตั้งประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน (ASEAN Socio-Cultural Community: ASCC) ที่ดำเนินควบคู่ไปกับการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ให้แล้วเสร็จภายในปี 2558 นั้น ได้กำหนดประเด็นการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการไว้ โดยมีวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์เพื่อผลักดันให้ภาคธุรกิจผนวกเอาเรื่อง CSR ไว้ในวาระการดำเนินงานของกิจการ และสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาเชิงเศรษฐกิจ-สังคมที่ยั่งยืนในหมู่ประเทศสมาชิกอาเซียน

ภาคเอกชน โดยเฉพาะบริษัทจดทะเบียน จึงควรเตรียมพร้อมรองรับการดำเนินกิจการที่จะต้องคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมตามแนวทางที่สากลยอมรับและการเปิดตลาดเสรีในระดับภูมิภาคอาเซียน

การริเริ่มดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลนั้น สิ่งสำคัญพื้นฐานที่ต้องสร้างให้เกิดขึ้นก่อน คือ ความรู้ความเข้าใจเรื่อง CSR ที่ถูกต้องตรงกัน โดยเฉพาะเรื่องขอบเขตของ CSR ที่มักเข้าใจไปคนละทิศละทาง กิจกรรมหลายแห่งยังเห็นว่า CSR คือ เรื่องที่ธุรกิจทำประโยชน์ให้สังคม (จะด้วยความจำใจหรือสมัครใจก็ตาม) ในรูปของกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR-after-process) โดยไม่ได้เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานทางธุรกิจ ซึ่งความจริงแล้ว ความรับผิดชอบต่อกระบวนการ (CSR-in-process) หรืองานในทางธุรกิจนั้น มีความสำคัญยิ่งกว่ากิจกรรมเพื่อสังคมซึ่งมักเป็น Event เสียส่วนใหญ่

ความรับผิดชอบต่อกระบวนการนี้ เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียทั้งลูกค้า คู่ค้า ชุมชน สิ่งแวดล้อม ในสายอุปทาน (กิจการถึงต้นน้ำ) และสายคุณค่า (ต้นน้ำยันปลายน้ำ) ไม่เพียงแต่สังคมและสิ่งแวดล้อมที่อยู่รอบนอกอย่างเดียว

หลักคิดในกรณีดังกล่าว คือ “อย่าพยายามทำ CSR ให้เป็นงานแต่เน้นทำงานให้มี CSR”

นักบริหารในฐานะผู้นำองค์กร ควรต้องให้ความสำคัญกับการดำรงบทบาทการเป็นผู้นำกระบวนการ (Process Leadership) ที่มีความต่อเนื่องเป็นกิจจะลักษณะ มากกว่าบทบาทการเป็นผู้นำกิจกรรม (Event Leadership) ที่จัดเป็นครั้ง ๆ ตามโอกาสในเชิงสัญลักษณ์

สิ่งสำคัญถัดมา คือ การให้ความสำคัญกับเรื่อง CSR โดยชี้ให้เห็นถึงคุณค่าหรือประโยชน์ที่จะได้รับ (ในแง่ของกิจการ) อย่างเป็นทางการได้

เช่น กิจกรรมที่ทำ CSR อย่างจริงจัง สามารถลดข้อขัดแย้ง (Minimize Conflict) ระหว่างกิจการกับผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ ลงได้ และเป็นเหตุให้ธุรกิจสามารถทุ่มเทเวลาในการสร้างผลกำไรสูงสุด (Maximize Profit) โดยที่ไม่เกิดความชะงักงัน กำไรหรือความมั่งคั่งที่เกิดแก่ผู้ถือหุ้น ก็มีความชอบธรรม เพราะไม่ได้กลบผลเสียหรือทิ้งปัญหาไว้เบื้องหลังให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียอื่น

การที่กิจการมีเป้าหมายที่ถูกต้องในเรื่อง CSR เปรียบเสมือนมีเข็มทิศช่วยในการดำเนินธุรกิจ มีให้ต้องประสบกับปัญหาและอุปสรรคจากการดำเนินงานที่ขาดความรับผิดชอบต่อสังคมตั้งแต่ต้นทาง ซึ่งไม่สามารถแลก (Trade-off) มาด้วยการทำกิจกรรมเพื่อสังคมทดแทนที่ปลายทาง

ด้วยเหตุนี้ สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (Corporate Social Responsibility Institute: CSRI) ต่างเล็งเห็นความสำคัญและความจำเป็นของบริษัทจดทะเบียนและองค์กรธุรกิจทั่วไป ที่ต้องมีความรู้ความเข้าใจและริเริ่มพัฒนากิจการของตนเองไปสู่ความยั่งยืนในมิติของเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ภายใต้หลักบรรษัทภิบาล (Environment Social & Corporate Governance: ESG) รวมถึงนำแนวคิดดังกล่าวมาปฏิบัติอย่างจริงจัง

สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสถาบันธุรกิจเพื่อสังคม จึงเห็นพ้องในการเตรียมความพร้อมให้แก่บริษัทจดทะเบียนและองค์กรธุรกิจทั่วไป ในการพัฒนาไปสู่ความยั่งยืนดังกล่าวเพื่อสร้างรากฐานที่มั่นคงแข็งแรงด้านความรับผิดชอบต่อสังคมให้แก่สังคมไทย ด้วยการจัดทำและเผยแพร่คู่มือด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ได้แก่

1. แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ

เป็นแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ ในแบบฉบับของไทย ที่ครอบคลุมประเด็นสำคัญทั้งหมดของหลักการสากลด้านความรับผิดชอบต่อสังคมต่าง ๆ ได้แก่ ISO 26000, UN Global Compact, GRI รวมถึงหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียนปี 2549 ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และเพิ่มทิศธุรกิจเพื่อสังคมของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ที่จัดทำไว้ตั้งแต่ปี 2551 โดยผนวกกับเนื้อหาเพิ่มเติมด้านหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

2. แนวทางการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืน

แนวทางการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืนที่กล่าวถึง ซึ่งก็คือเอกสารฉบับนี้ เป็นแนวทางการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืนขององค์การแห่งความริเริ่มว่าด้วยการรายงานสากล (Global Reporting Initiative: GRI) ในฉบับแปลภาษาไทย เพื่อใช้เป็นเอกสารตั้งต้นสำหรับบริษัทจดทะเบียนและองค์กรธุรกิจทั่วไป ใช้ศึกษาทำความเข้าใจถึงแนวทางและวิธีการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืน โดยเป็นการจัดทำร่วมกับสถาบันไทยพัฒน์ ภายใต้มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์

เอกสารแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริษัทจดทะเบียนและองค์กรธุรกิจทั่วไปมีแนววิธีการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการที่คำนึงถึงทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยแบ่งออกเป็น 9 เรื่องหลัก ได้แก่ การกำกับดูแลกิจการที่ดี การประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรม การต่อต้านการทุจริต การเคารพสิทธิมนุษยชน การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค การร่วมพัฒนาชุมชนและ

สังคม การจัดการสิ่งแวดล้อม นวัตกรรมและการเผยแพร่นวัตกรรม
จากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม และการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืน
สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม หวังว่า แนวทาง
ความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ ฉบับนี้ จะเป็นเอกสารตั้งต้นสำหรับ
บริษัทจดทะเบียนและองค์กรธุรกิจทั่วไปในการศึกษาทำความเข้าใจถึง
แนวทางและวิธีการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อให้สามารถ
ผนวกเอาเรื่อง CSR ไว้ในวาระการดำเนินงานของกิจการได้อย่างมี
ประสิทธิภาพ และสร้างผลได้สูงสุดในความทุ่มเทของกิจการ จากการ
ดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมที่นำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

กรอบ

ความรับผิดชอบ
ต่อสังคมของกิจการ

บทที่

๑

ความรับผิดชอบ
ต่อสังคม
คือ อะไร

ความรับผิดชอบต่อสังคม คือ อะไร

ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (Corporate Social Responsibility หรือ CSR) และการปฏิบัติตามแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการฉบับนี้ มีการนำหลักการ (Principles) นโยบาย (Policies) แนวปฏิบัติ (Practices) แนวทาง (Guidelines) ของกิจการต่างๆ ที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล¹ รวมถึงปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง พร้อมทั้งหลักธรรมของศาสนา มาแสดงให้เห็นความสำคัญและวิธีการประยุกต์ใช้ เพื่อให้เป็นเครื่องมือในการกำหนดกลยุทธ์ที่จำเป็นในทุกกระบวนการของการประกอบกิจการ ทั้งภาคธุรกิจหรือกิจการที่มีใช้ภาคธุรกิจ ให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมได้ชัดเจนและละเอียดมากขึ้น ทำให้เป็นประโยชน์ทั้งต่อกิจการโดยตรงและต่อสังคม ผ่านกิจกรรมที่จัดทำขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด และนำไปสู่การอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขควบคู่กับการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Creation) ให้แก่กิจการไปพร้อมกับผู้ที่มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน สังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งในที่สุดย่อมเป็นผลดีต่อความเจริญเติบโตของกิจการและประเทศชาติที่ยั่งยืนอย่างแท้จริง

¹ ตารางเปรียบเทียบหลักการ นโยบาย แนวปฏิบัติ และแนวทางสากลต่างๆ กับเชมทิสธุรกิจ เพื่อสังคม ในภาคผนวก 1

ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจหรือกิจการที่มีเป้าหมายธุรกิจ เป็นแนวคิดที่กำลังกลายเป็นกระแสไปทั่วโลก จึงเป็นเรื่องจำเป็นที่เราต้องทำความเข้าใจรูปแบบ ประโยชน์ และขั้นตอนการประยุกต์ใช้อย่างแท้จริง เพื่อไม่ให้เป็นเพียงกระแสยอดฮิตทางธุรกิจที่เกิดขึ้นแล้วก็ดับไปอย่างรวดเร็ว หรือที่ทั่วไปอาจเข้าใจว่า เป็นเพียงการสร้างภาพชนิดหนึ่ง หรือมาตรฐานอุตสาหกรรมอีกอย่างหนึ่งเท่านั้น

1.1 ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ

ความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ² หมายถึง การประกอบกิจการด้วยความดูแลใส่ใจต่อผู้มีส่วนได้เสีย³ เศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างมีคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณ ตลอดจนมีธรรมาภิบาล เป็นเครื่องกำกับให้การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เป็นไปด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต โปร่งใสและยุติธรรม มีความตระหนักถึงผลกระทบทางลบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยพร้อมจะแก้ไขเพื่อลดผลกระทบดังกล่าว กับการนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มาบูรณาการให้เกิดการดำเนินกิจการเป็นการสร้างความสำเร็จและประโยชน์สุข อีกทั้งเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทุกเวทีการค้า ซึ่งจะเป็นผลดีต่อความยั่งยืนของกิจการ ผู้มีส่วนได้เสีย เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง

สำหรับผู้มีส่วนได้เสียของกิจการ ซึ่งไม่ใช่แค่เจ้าของกิจการและผู้ถือหุ้นเท่านั้น คำว่า มีส่วนได้เสียนี้รวมถึงพนักงาน ชุมชน สังคมบริเวณที่กิจการตั้งอยู่ รัฐบาล ลูกค้า หรือใครก็ตามที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจการ

² คำจำกัดความอื่นๆ ของความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ ในภาคผนวก 2

³ ครอบคลุมของผู้มีส่วนได้เสียเพิ่มเติม ในภาคผนวก 7

และมีโอกาสสร้างผลกระทบต่อกิจการหรือได้รับผลกระทบจากกิจการ
ดังนั้น ควรทำความเข้าใจว่า กิจการของเรามีใครบ้างเป็นผู้มีส่วนได้เสีย
ทั้งในแง่บวกและแง่ลบ จึงจะสามารถดำเนินกิจการอย่างมีความรับผิดชอบต่อ
ต่อสังคมได้ถูกทิศทางและเกิดประสิทธิภาพ⁴

การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ไม่ใช่การทำกิจการให้ถูก
กฎหมายหรือถูกต้องแต่เพียงอย่างเดียว แต่เป็นการลงทุนในมนุษย์
ผู้มีส่วนได้เสียของกิจการ สังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งทั้งหมดนำไปสู่ความ
อยู่รอดโดยรวมและรายได้ที่มั่นคงนั่นเอง ดังนั้น วิธีมองความรับผิดชอบต่อ
ต่อสังคมจึงคล้ายกับการมองการลงทุนด้านวิจัยและพัฒนา ซึ่งไม่สามารถ
ลงทุนอย่างไร้ทิศทางได้ และยังต้องใช้เวลาพอสมควรก่อนที่จะผลิตออก
ออกผลได้ เป็นการลงทุนระยะกลางถึงยาว และเพื่อขยายความเข้าใจ
เราอาจพิจารณาว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมหรือ CSR ไม่ใช่เรื่องอะไร
บ้าง ดังนี้

- ◆ CSR ไม่ใช่เป็นเพียงกิจกรรมเพื่อสังคมที่ทำแล้วก็จบไป ไม่ได้มี
ผลที่ยั่งยืนทั้งต่อสังคมและกิจการ
- ◆ CSR ไม่ใช่เป็นเพียงกิจกรรมประชาสัมพันธ์ทางการตลาด หรือ
การประชาสัมพันธ์ว่า กิจการได้ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมอะไรบ้าง
- ◆ CSR ไม่ใช่เป็นเพียงการสร้างภาพของกิจการที่บริจาคช่วยสังคม
สิ่งแวดล้อม แล้วปิดท้ายด้วยการถ่ายภาพพร้อมผู้บริหาร
- ◆ CSR ไม่ใช่การลงทุนระยะสั้น ๆ ไม่ใช่กิจกรรมนอกการดำเนินงาน
ของกิจการ (Out-of-Business Process)
- ◆ CSR ไม่ใช่ร่ายจ่ายของกิจการแต่อย่างเดียว แต่เป็นการลงทุน
ที่นำไปสู่ผลประโยชน์ที่เพิ่มขึ้นอย่างมั่นคงได้

⁴ ดูการระบุผู้มีส่วนได้เสียเพิ่มเติม ในภาคผนวก 8

1.2 ความเป็นมาของความรับผิดชอบต่อสังคม

กระแสสากล

แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม เริ่มต้นจากการประชุมสุดยอดระดับโลกด้านสิ่งแวดล้อม (Earth Summit) ในปี พ.ศ. 2535 และได้มีการประกาศทิศทางใหม่ของการพัฒนาให้เป็น “การพัฒนาที่ยั่งยืน” หรือ Sustainable Development ที่ต้องคำนึงถึงปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อมด้วย เช่น ปัญหาโลกร้อน ภัยพิบัติทางธรรมชาตินอกเหนือจากการคำนึงถึงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจเพียงด้านเดียว ดังเช่นคำกล่าวของ Bjorn Stigson ประธานสภาธุรกิจโลกเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (World Business Council Sustainable Development หรือ WBCSD) ที่ว่า “ธุรกิจไม่สามารถประสบความสำเร็จได้ในสังคมที่ล้มเหลว” (Business cannot succeed in a society that fails.)

ในปี พ.ศ. 2542 กระแสแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม มีพัฒนาการชัดเจนมากขึ้น เมื่อนายโคฟี อันนัน เลขาธิการสหประชาชาติ ในเวลานั้น ได้ออกมาเรียกร้องให้องค์กรธุรกิจและกิจการต่าง ๆ ทั่วโลก แสดงความเป็นพลเมืองที่ดีของโลก (Good Global Citizenship) รวมทั้งประกาศ “The UN Global Compact” เพื่อใช้เป็นกรอบดำเนินการเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนสำหรับองค์กรธุรกิจ

ในปีต่อมา องค์กรเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (Organization for Economic Co-operation and Development หรือ OECD) ได้ออกแนวปฏิบัติสำหรับบริษัทข้ามชาติ (The OECD Guidelines for Multinational Enterprises) เสนอแนะให้บริษัทข้ามชาติของประเทศสมาชิก OECD นำแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมไปปฏิบัติและให้ติดต่อกับลูกค้าเฉพาะกับคู่ค้าที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมเท่านั้น

ต่อมาในการประชุม World Economic Forum ณ เมืองดาวอส ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ในปี 2545 ที่ประชุมได้มีมติ (“Joint CEO Statement”) ยอมรับคุณค่าและความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคม โดยประกาศจัดตั้ง Global Corporate Citizenship Initiative (GCCCI) ขึ้น เพื่อยกระดับการมีส่วนร่วมของภาคธุรกิจในการนำหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมไปปฏิบัติให้เป็นส่วนหนึ่งของภารกิจหน้าที่และกลยุทธ์ในการดำเนินกิจการเพื่อผลกำไรและการเจริญเติบโตที่ยั่งยืนของกิจการเอง รวมถึงผู้มีส่วนได้เสีย สังคมและสิ่งแวดล้อม

กระแสของธุรกิจไทย

ประเทศไทยมีการรณรงค์ส่งเสริมให้กิจการทั้งภาคธุรกิจ (โดยเฉพาะบริษัทมหาชนที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย) และกิจการที่ไม่มีภาคธุรกิจ ให้ประกอบกิจการด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมตามทิศทางสากลอย่างมีคุณธรรม เพื่อสร้างคุณค่าและประโยชน์สุขแก่กิจการ ผู้มีส่วนได้เสีย สังคม สิ่งแวดล้อมและประเทศชาติอย่างแท้จริง

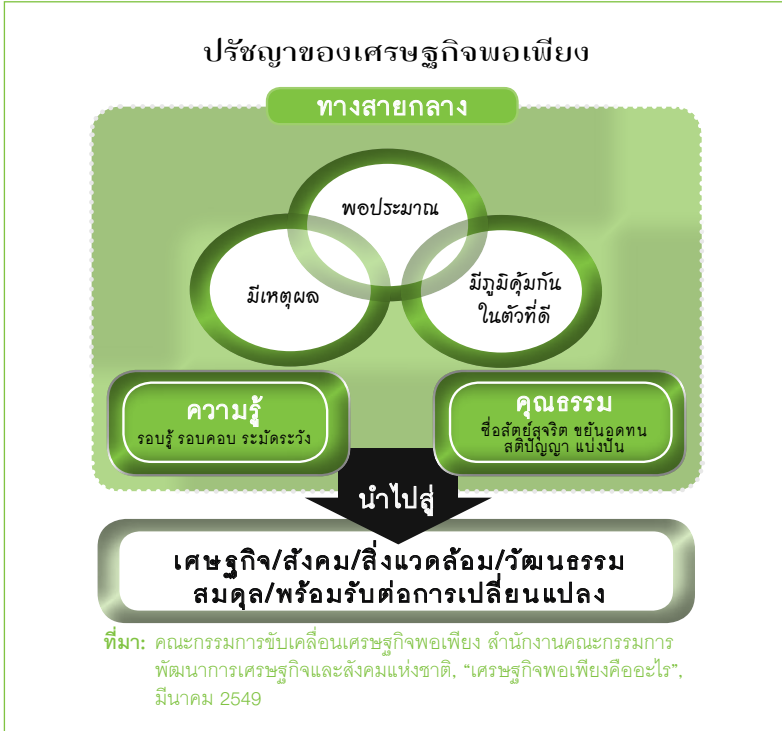
นอกจากการประยุกต์ใช้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมตามแนวสากลที่มีแล้ว ผู้ประกอบการควรบูรณาการองค์ความรู้และภูมิปัญญาไทย อาทิ ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง หลักธรรมของศาสนาตามความเชื่อถือ คุณลักษณะของคนไทย ตลอดจนวัฒนธรรมประเพณีและภูมิปัญญาท้องถิ่นอื่น ๆ ประกอบด้วย เพื่อให้การดำเนินกิจการมีความเป็นอัตลักษณ์พิเศษเฉพาะของคนไทย คือ การปลูกฝังพนักงานให้มีสำนึกของจิตอาสาและจิตสาธารณะผ่านทางปรัชญา ค่านิยม และวัฒนธรรมของกิจการ

สิ่งเหล่านี้ จะทำให้การดำเนินกิจการอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมกลายเป็นส่วนหนึ่งของการทำงานและชีวิตประจำวันที่ปฏิบัติจนเป็นนิสัยที่ดีงาม เปรียบเสมือนเป็นดีเอ็นเอของพนักงานและกิจการที่ส่งผลให้ความรับผิดชอบต่อสังคมย้อนกลับมาเป็นประโยชน์ต่อตนเอง ผู้มีส่วนได้เสีย สังคมและสิ่งแวดล้อมสูงสุด

การดำเนินกิจการอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมตามวิถีไทย นอกจากจะสอดคล้องและเหมาะสมกับสภาพของสังคมไทยแล้ว ยังจะช่วยปลูกจิตสำนึกของมนุษย์ตั้งแต่ฐานราก อันจะเป็นผลดีต่อความยั่งยืนของประชาชน กิจการ สังคม สิ่งแวดล้อมและประเทศชาติโดยรวม

การประกอบกิจการอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถนำแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช เรื่อง “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ที่ได้พระราชทานแก่พสกนิกรชาวไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2517 มาประยุกต์ใช้อย่างเข้าใจและเข้าถึงเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับกิจการมากขึ้น เพราะปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงจะทำให้กิจการเจริญเติบโตอย่างสมดุล มั่นคง ยั่งยืน กล่าวคือมีความพอประมาณ มีเหตุผล มีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงจากภายนอกและภายในทั้ง 4 ด้าน คือ เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม ส่งผลให้กิจการและพนักงานสามารถพึ่งพาตนเอง เป็นที่พึ่งให้แก่ผู้อื่น โดยมีการอยู่ร่วมกันอย่างมีคุณธรรมและจริยธรรม มีความซื่อสัตย์สุจริต อดทน ขยันหมั่นเพียร รวมถึงใช้ความรู้้อย่างรอบคอบ มีสติปัญญาและแบ่งปัน⁵ ดังในภาพที่ 1

⁵ ดูรายละเอียดเรื่องการใช้ความรู้้อย่างรอบคอบมีสติปัญญาและแบ่งปัน ในภาคผนวก 3



ภาพที่ 1 ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

จากภาพที่ 1 การดำเนินกิจการอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมที่ประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงจะดำเนินถึงทางสายกลาง ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการไม่เบียดเบียน ไม่แสวงหาผลกำไรจนเกินระดับความยั่งยืน ไม่เอาวัดเอาเปรียบหรือใช้ผลประโยชน์จากสังคมอย่างไม่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมอันดี ที่อาจก่อให้เกิดวิกฤติตามมา นอกจากนี้ ยังส่งเสริมให้ใช้ทรัพยากรอย่างมีคุณค่าและคุณภาพ ทำให้เป็นผลดีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมของชาติ ให้มีความสมดุล มั่นคงและยั่งยืน

มาตรฐานสากล

หน่วยงานที่ได้รับการยอมรับในระดับสากลหลายแห่ง ได้จัดทำแนวทางการดำเนินงานที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม หนึ่งในนั้นคือ องค์การระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน (The International Organization for Standardization หรือ ISO) ซึ่งพัฒนามาตรฐานว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม หรือมาตรฐาน ISO 26000 Social Responsibility และได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง

ISO 26000 เสนอแนะแนวทางสำหรับกิจการทุกประเภทของประเทศที่พัฒนาแล้วและกำลังพัฒนาทั้งภาครัฐและภาคเอกชนให้ดำเนินการในทุกกระบวนการด้วยรูปแบบที่รับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มมากขึ้นอย่างครอบคลุมผลกระทบของกิจการที่มีต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม การเคารพสิทธิมนุษยชนและผลประโยชน์ผู้มีส่วนได้เสีย เป็นต้น

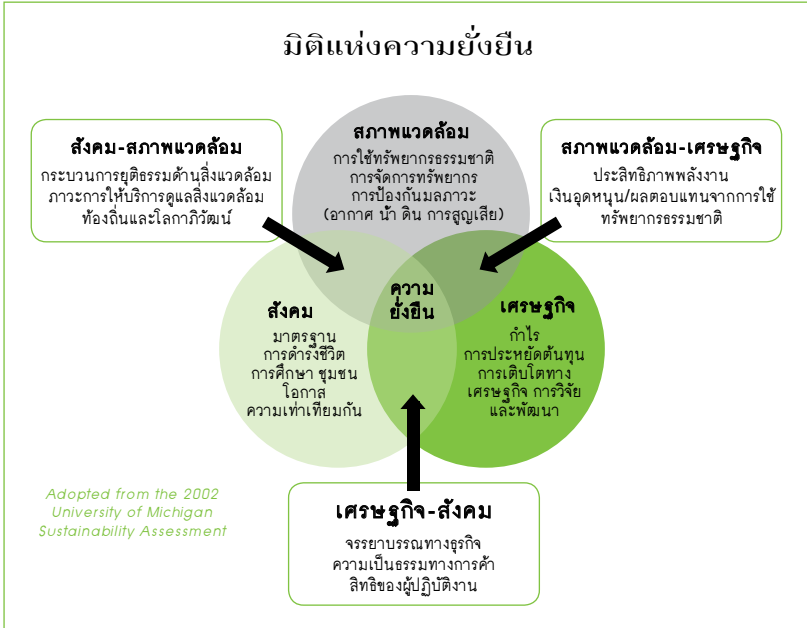
ISO 26000 เป็นแนวปฏิบัติในการดำเนินงาน (Guidance) ที่ให้ข้อเสนอแนะ แสดงหลักการและวิธีการของความรับผิดชอบต่อสังคมที่กิจการพึงปฏิบัติ ซึ่งกิจการสามารถนำมาประยุกต์ด้วยความสมัครใจโดยไม่มี การตรวจสอบหรือให้การรับรองแต่อย่างใด เนื่องจากไม่ใช่ข้อกำหนด (Requirements) ดังนั้น กิจการจะไม่สามารถขอการรับรองได้เหมือนกับมาตรฐานในรูปแบบอื่น

1.3 ความสำคัญและประโยชน์จากความรับผิดชอบต่อสังคม

ความสำคัญ

การดำเนินงานให้ยั่งยืนไม่เพียงแต่หมายถึง การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและดำเนินงานโดยไม่ส่งผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมเท่านั้น

แต่รวมถึงความรับผิดชอบต่อสังคมในทุกๆ ส่วนทั้งภายในและภายนอก
 กิจการด้วย ดังนั้น กิจการต้องให้ความสำคัญกับการเชื่อมโยงความ
 สัมพันธ์ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมร่วมกัน



ภาพที่ 2 ความยั่งยืนจากความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ
 ที่มีต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

จากภาพที่ 2 กิจการที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ต้องคำนึงถึงความ
 รับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เนื่องจากเป็นวิถีทาง
 สู่ความยั่งยืนอย่างแท้จริง ซึ่งแรงผลักดันสำคัญที่ทำให้ต้องให้ความสำคัญ
 กับความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นผลมาจากความคาดหวังและความ
 ต้องการของผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง

ประโยชน์ต่อกิจการ

1. เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและการสร้างผลกำไรที่ดีที่สุด
2. ปรับปรุงความสัมพันธ์และสร้างมุมมองใหม่ๆ กับผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงติดต่อสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสียที่แตกต่างกันได้ดีขึ้น
3. สร้างภาพลักษณ์และชื่อเสียงที่ดี รวมทั้งส่งเสริมให้ได้รับความไว้วางใจจากสาธารณชนเพิ่มขึ้น
4. ปรับปรุงการบริหารความเสี่ยง เพื่อสร้างความน่าสนใจในการลงทุนมากขึ้น
5. ปรับปรุงความน่าเชื่อถือและความเป็นธรรมของธุรกรรมต่างๆ ผ่านการมีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างรับผิดชอบ มีการแข่งขันอย่างเป็นธรรมและปฏิเสธการคอร์รัปชัน
6. ส่งเสริมให้เกิดการตัดสินใจเกี่ยวกับความคาดหวังของสังคมบนพื้นฐานของความเข้าใจที่ดีขึ้น
7. เพิ่มโอกาสแก้ไขและลดความเสี่ยงต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความเสี่ยงรับผิดชอบต่อสังคมและความเสี่ยงอื่นๆ
8. สร้างสรรค์ให้เกิดนวัตกรรมทั้งภายในและนอกกิจการ ก่อให้เกิดความเจริญเติบโตควบคู่กับผลกำไรสูงขึ้น
9. ช่วยสร้างความประหยัดแก่ระบบการผลิต เนื่องจากการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพและปริมาณของเสียที่ลดลง
10. ใช้เป็นแนวทางป้องกันหรือลดความขัดแย้งเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจเกิดขึ้นกับผู้บริโภค
11. สร้างความภักดี การมีส่วนร่วมและขวัญกำลังใจ รวมถึงความปลอดภัยและสุขอนามัยที่ดีให้กับพนักงานและผู้มีส่วนได้เสีย
12. ส่งผลในทางบวกต่อการสรรหา จูงใจและรักษาพนักงาน เป็นการเพิ่มขีดความสามารถด้านทรัพยากรบุคคล

1.4 องค์ประกอบในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ประกอบด้วย 2 มิติสำคัญ ดังนี้

มิติภายใน

1. การจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีความรับผิดชอบต่อ

กิจการต้องดึงดูดพนักงานที่มีความสามารถ จึงควรจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีความรับผิดชอบต่อ

- ◆ ให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ตลอดชีวิต การฝึกอบรม หรือมีนโยบายส่งเสริมการเรียนรู้ที่สร้างสรรค์ เช่น การสนับสนุนช่วงต่อระหว่างโรงเรียนมาสู่พนักงาน การสร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ใหม่ ๆ

- ◆ ให้ข้อมูลที่โปร่งใสกับพนักงานทุก ๆ ด้าน

- ◆ ให้ความสำคัญระหว่างงาน ชีวิตครอบครัว และการพักผ่อน

- ◆ ปฏิบัติอย่างเท่าเทียมด้านการคัดเลือกเข้าทำงาน รายได้ และความก้าวหน้าทางการทำงาน โดยเฉพาะผู้หญิงและผู้พิการ

- ◆ ดูแลเอาใจใส่พนักงาน โดยเฉพาะผู้ที่ได้รับบาดเจ็บหรือเกิดปัญหาสุขภาพจากการทำงาน

2. สุขภาวะและความปลอดภัยในการทำงาน

แม้จะมีกฎหมายควบคุมดูแลด้านสุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน แต่การคิดว่า จะทำอย่างไรให้พนักงานมีสุขภาพและความปลอดภัยที่ดี เป็นเรื่องสำคัญมากกว่าการปฏิบัติตามกฎหมายขั้นต่ำเสียอีก เพราะพนักงานที่มีความสุขและสุขภาพแข็งแรงย่อมนำไปสู่การเพิ่มศักยภาพของกิจการ⁶ นอกจากนี้ การกระจายงานไปสู่ผู้ค้า

⁶ สำหรับประเทศไทยมีเทคนิควิธีการที่เรียกว่า Happy Workplace ซึ่งมีวิธีการหลากหลายอันนำไปสู่การพัฒนาความสุขของพนักงานในมิติต่าง ๆ สุขภาพร่างกายที่สมบูรณ์ หรือแม้แต่มั่นคงของครอบครัว สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับ Happy Workplace ได้ที่เว็บไซต์ของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ <http://www.thaihealth.or.th/>

อาจทำให้การควบคุมไม่ทั่วถึง จึงควรมีนโยบายเลือกคู่ค้าที่มีคุณธรรม และจรรยาบรรณต่อพนักงานของตนเองเพื่อเป็นการควบคุมอีกทางหนึ่ง เป็นการส่งเสริมให้คู่ค้าต้องพัฒนาตามไปด้วย เพราะคู่ค้าที่ไม่ใส่ใจ สุขภาพและความปลอดภัยในการทำงานของลูกจ้าง สามารถส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ในทางลบให้แก่ผู้ว่าจ้างด้วย

3. การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง

เมื่อกิจการต้องเผชิญกับวิกฤติทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง หรือวิกฤติการณ์ภายใน เช่น การปรับโครงสร้าง การควบรวมกิจการ ซึ่งมักนำมาสู่การเลิกจ้าง กิจการควรรหรือและสร้างความร่วมมือในกลุ่ม ผู้มีส่วนได้เสียเพื่อร่วมกันแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

4. การจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในกิจการ

การลดการใช้ทรัพยากร การลดปล่อยสารพิษของเสียและ คาร์บอน เป็นการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นผลดีต่อกิจการ ในการผลิตสินค้าและบริการอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และยังเป็น การลดต้นทุนพลังงานและการจัดการของเสียต่าง ๆ นำไปสู่ผลกำไรที่สูงขึ้น ความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น ที่สำคัญเป็นการสร้างภาพลักษณ์ กิจการในประเด็นสิ่งแวดล้อมที่ได้ประโยชน์ต่อทุกฝ่าย

5. ธรรมาภิบาลและความโปร่งใสในการดำเนินกิจการ

ความเชื่อมั่นต่อกิจการเป็นเรื่องสำคัญ โดยเฉพาะบริษัทที่ จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ ดังนั้น ความโปร่งใสและขั้นตอนการ ตัดสินใจต่าง ๆ ที่ชัดเจนตรวจสอบได้ จึงสำคัญต่อความมั่นคงของกิจการ อย่างยิ่ง เพราะการบริหารจัดการที่โปร่งใสทางบัญชีและกระบวนการ ตัดสินใจในทุกระดับ ย่อมนำไปสู่ข้อมูลที่ตรวจสอบและเข้าถึงได้

โดยนักลงทุนและผู้เกี่ยวข้อง ทำให้เกิดระบบการลงทุนโดยรวมที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งนำไปสู่ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจในที่สุด

มิติภายนอก

1. การจัดการกับลูกค้าและหุ้นส่วนกิจการที่รับผิดชอบต่อสังคม

การเลือกลูกค้าและหุ้นส่วน กิจการควรคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการนั้น ๆ ด้วย เพื่อขยายความรับผิดชอบต่อสังคมของตนไปสู่กิจการดังกล่าวให้ครอบคลุมทั้งห่วงโซ่การผลิต เช่น การช่วยพัฒนาระบบการทำงานของลูกค้าให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมตามมาตรฐานที่วางไว้ การจัดการสิ่งแวดล้อมของบริษัทค้าปลีกต่าง ๆ ไปพร้อม ๆ กับการลดต้นทุนและเพิ่มผลกำไร การเลือกลูกค้าที่ผลิตสินค้าโดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม การซื้อสินค้าที่ลดการใช้หีบห่อโดยไม่จำเป็น เป็นต้น

2. การดูแลผู้บริโภค

กิจการต้องมีระบบดูแลและรับผิดชอบต่อผู้บริโภคในทุก ๆ กระบวนการของสินค้าและบริการ ตั้งแต่การผลิตการจำหน่ายไปจนถึงการทิ้งให้ปลอดภัยอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งเชิงคุณภาพ ราคา และจริยธรรม นอกจากนี้ ยังสามารถผลิตและจำหน่ายสินค้าและบริการเฉพาะด้านให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภค หรือแม้แต่ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ใช้ได้กับทุกกลุ่มรวมถึงผู้พิการ ที่เรียกว่า Design for all เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีอักษรเบรลล์หรือสั่งการด้วยเสียงสำหรับคนปกติและคนตาบอด การไม่ผลิตของเล่นที่มีเนื้อหาไม่เหมาะสม (เช่น ปืนและอาวุธ) ที่น่าสนใจคือ สถาบันการเงินหลายแห่งเน้นปล่อยสินเชื่ออย่างมีความรับผิดชอบต่อ (Responsible Lending) โดยให้ข้อมูลที่ชัดเจนครบถ้วนกับลูกค้าและให้

สินเชื่อจากความสามารถในการชำระคืนจริงของลูกค้าและดูแลลูกค้าเมื่อประสบปัญหาทางการเงินในสภาวะวิกฤติ

3. ความรับผิดชอบต่อชุมชนใกล้เคียง

การดำเนินงานของกิจการ ปกติจะให้ประโยชน์ต่อชุมชนอยู่แล้ว เช่น จ้างแรงงานชุมชนซึ่งนำรายได้สู่ชุมชนและเพิ่มรายได้ภาษีของพื้นที่ ทำให้เกิดทุนสาธารณะที่สามารถนำมาสร้างประโยชน์ให้แก่ชุมชนได้อีก

นอกจากนี้ กิจการต้องพึงพาชุมชนในรูปแบบแรงงาน ความร่วมมือ และอื่น ๆ ดังนั้น ควรช่วยเหลือด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อมของชุมชน ผ่านการพัฒนาเพื่อนำไปสู่ความเข้มแข็งของชุมชนนั้น ๆ ซึ่งผลตอบแทนที่จะได้รับ คือภาพลักษณ์ที่ดีและความร่วมมือของชุมชนที่พร้อมจะช่วยเหลือกิจการ

4. ความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม

กิจการควรจัดให้มีกิจกรรมรูปแบบต่าง ๆ เพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนาสังคมในประเด็นที่เกี่ยวข้องและสนใจ ซึ่งเป็นการแสดงบทบาทผู้นำทางธุรกิจต่อการสร้างความเปลี่ยนแปลงในสังคม และกิจกรรมเหล่านี้ ควรวัดผลได้ ดังนั้น ต้องวางแผนและหาพันธมิตรในการปฏิบัติงาน ซึ่งจะนำมาสู่ภาพลักษณ์ที่ดี อันเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างความไว้วางใจและคุณค่าให้แก่กิจการในมุมมองของผู้บริโภคและผู้มีส่วนได้เสีย

บทที่

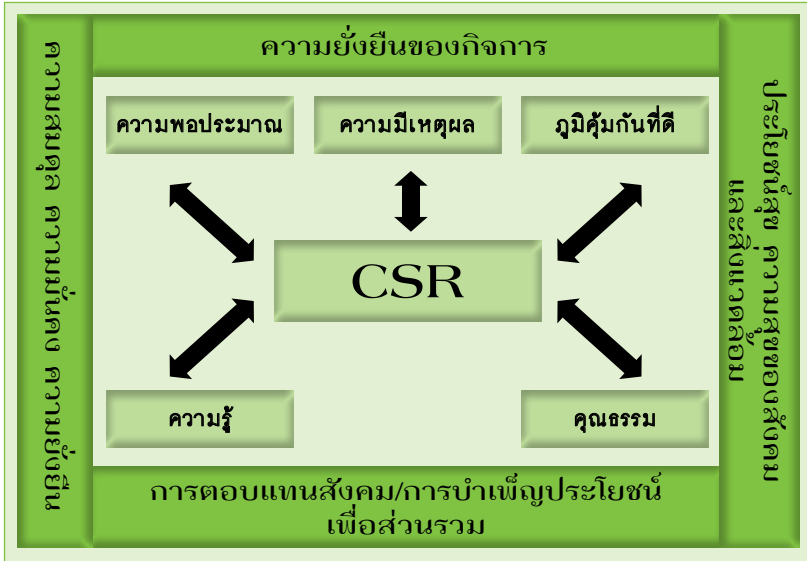
2

ความรับผิดชอบ
ต่อสังคม
กับปรัชญาของ
เศรษฐกิจพอเพียง

ความรับผิดชอบต่อสังคมกับปรัชญา ของเศรษฐกิจพอเพียง

2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคม กับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และการจัดการที่ยั่งยืน

การประกอบกิจการด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลด้วยความพอเพียง ที่ไม่ก่อให้เกิดภาระค่าใช้จ่าย จนกลับกลายเป็นการลดมูลค่าของกิจการลงไปในั้น ควรนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้เป็นกรอบการปฏิบัติล้อมอีกชั้นหนึ่ง เพราะจะทำให้การปฏิบัติมุ่งเน้นการเสริมสร้างความเข้มแข็ง ความสมดุล ความมั่นคง และความยั่งยืนให้กับผู้มีส่วนได้เสีย สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยการปฏิบัตินี้จะตั้งอยู่บนความพอประมาณ ความมีเหตุผล และมีภูมิคุ้มกันต่อความเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกกิจการ โดยใช้ความรู้และคุณธรรมเป็นหลักค้ำจุน อันจะเป็นผลดีต่อผู้มีส่วนได้เสียในการอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข และนำไปสู่ความยั่งยืนของกิจการในที่สุด



ภาพที่ 3 ความรับผิดชอบต่อสังคม โดยการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (ทองทิพภา วิริยะพันธุ์, 2553)

จากภาพที่ 3 การปฏิบัติตามแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคม หากผู้บริหารนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้เป็นกรอบแนวทาง หรือเครื่องมือในการกำกับการปฏิบัติแล้ว จะทำให้เป็นประโยชน์ทั้งต่อกิจการ ชุมชน สังคม การฟื้นฟูธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมสูงสุด

การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมที่ประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงจะเป็นไปในลักษณะดังนี้

ความพอประมาณ

พอประมาณ คือ ความไม่โลภจนเกินขอบเขต ดำเนินกิจการอย่างค่อยเป็นค่อยไป เป็นขั้นตอน ไม่รีบร้อนโดยหวังให้เกิดผลอย่างรวดเร็ว

ไม่ประมาท คำนึงถึงความสามารถในการอยู่รอดและให้ผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้นที่เหมาะสม โดยผลกำไรที่ได้ไม่เกิดจากการเบียดเบียนสังคม รวมทั้งคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพไม่ฟุ่มเฟือย

นอกจากนั้น ผู้ประกอบการควรหันมาใส่ใจเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้นควบคู่กันไป โดยเฉพาะการดูแลแรงงาน ลูกจ้าง พนักงาน ลูกค้า ผู้บริโภค ตลอดจนให้ความช่วยเหลือฟื้นฟูชุมชนใกล้เคียงหรือสังคมรอบข้าง

ความมีเหตุมีผล

กิจการควรปฏิบัติตามแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยความสมัครใจ และเข้าใจถึงผลลัพธ์ในทางบวก ที่จะได้รับกลับมาอย่างถ่องแท้ ไม่ใช่เพราะการเรียกร้องจากสังคม โดยวางแผนดำเนินงานไปพร้อมกับ การปฏิบัติอย่างรอบคอบ ระมัดระวัง และมีเหตุมีผล

พนักงานและผู้มีส่วนได้เสียควรมีส่วนร่วมในกระบวนการขับเคลื่อนความรับผิดชอบต่อสังคมตั้งแต่การวางแผนจนถึงการปฏิบัติในทุกขั้นตอน เพื่อให้เกิดพันธสัญญาที่ต้องรับผิดชอบต่อส่วนกัน โดยยึดหลักความมีเหตุมีผลที่ตั้งอยู่บนความไม่ประมาท เพื่อมิให้เกิดความสูญเสียหรือสูญเสียไป

นอกจากนี้ การบริหารจัดการควรเป็นไปอย่างเป็นระบบ มีการควบคุมดูแลให้การปฏิบัติต่าง ๆ เป็นไปอย่างสมเหตุผลและเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม โดยนอกจากการปฏิบัติตามข้อกำหนดของกฎหมายและกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องแล้ว ควรปฏิบัติเหนือกว่าที่กฎหมายกำหนดไว้ด้วย

การสร้างภูมิคุ้มกันที่ดี

การสร้างภูมิคุ้มกันที่ดีของกิจการ ต้องให้ความสำคัญกับการสร้างความเข้มแข็ง มั่นคง สมดุล และยั่งยืนให้ทั้งกิจการเอง ชุมชน และสังคม

เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจต่อผู้มีส่วนได้เสีย ทำให้เกิดประโยชน์และนำไปสู่การพึ่งพาตนเองในระยะยาวได้ เช่น การกำกับดูแลกิจการที่ดี มีระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ มีความโปร่งใส ตรวจสอบได้

การสร้างภูมิคุ้มกันที่ดียังครอบคลุมการให้ความเท่าเทียมเป็นธรรม รับผิดชอบต่อลูกค้า ผู้บริโภค พนักงาน แรงงาน/ลูกจ้าง รวมทั้งการผลิตและการพัฒนาสินค้าและบริการให้มีคุณภาพปลอดภัยต่อสุขภาพของทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค การสร้างนวัตกรรมเพื่อมูลค่าเพิ่ม การใช้ทรัพยากรอย่างมีคุณค่า มีประสิทธิภาพ และประหยัด

การประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรมที่เป็นการสร้างภูมิคุ้มกันที่ดี 5 ประการ ได้แก่

1. ความพอดีด้านจิตใจ

ผู้บริหารและบุคลากรขององค์กร ต้องมีความพอดีด้านจิตใจเข้มแข็ง เชื่อมั่นว่า การพึ่งพาความสามารถของตนโดยไม่เบียดเบียนผู้อื่นก็เพียงพอที่จะสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันและอยู่รอดได้ มีจิตสำนึกที่ดี เอื้ออาทร ประนีประนอม ไม่สร้างเงื่อนไขความไม่เป็นธรรม ปฏิเสธที่จะเกี่ยวข้องกับความไม่เป็นธรรม และไม่นึกถึงแต่ประโยชน์ส่วนตนเป็นที่ตั้ง

2. ความพอดีด้านเศรษฐกิจ

ผู้บริหารควรสร้างหลักประกันความพอดีด้านเศรษฐกิจให้กิจการและพนักงาน ด้วยการลงทุนอย่างรอบคอบ ไม่เสี่ยงต่อการเดินไปสู่วิกฤติ อันจะบิบบังคับหรือใช้เป็นเหตุอ้างให้กิจการต้องใช้วิธีการที่มีขอบในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน การส่งเสริมให้พนักงานดำรงชีวิตอย่างพอเพียง ไม่เป็นหนี้สินและไม่ฟุ่มเฟือยเกินฐานะ ตลอดจนไม่กดดัน

ให้พนักงานบรรลุเป้าหมายของกิจการโดยไม่คำนึงถึงค่านิยมในการทำงานที่ดี

3. ความพอดีด้านการจัดการทรัพยากร

มีความพอดีด้านการจัดการทรัพยากร มีการกำหนดนโยบายและกฎระเบียบที่ทำให้เกิดการบริหารอย่างรอบคอบ มีการบริหารความเสี่ยงที่ครบถ้วน ตรวจสอบและถ่วงดุลด้วยระบบการตรวจสอบภายในที่ถี่ถ้วน เพื่อแน่ใจว่า จะมีการใช้ทรัพยากรในการแข่งขันอย่างคุ้มค่า เป็นธรรม และไม่สร้างปัญหาในอนาคต

4. ความพอดีด้านการบริหารความรู้

มีความพอดีด้านการบริหารความรู้ ด้วยการถ่ายทอดและปลูกฝังค่านิยมที่ดีงามในการทำงาน มีการอบรมแนวทางที่เหมาะสมที่ควรในการปฏิบัติต่อลูกค้า คู่แข่ง และผู้มีส่วนได้เสียต่างๆ แก่พนักงาน

5. ความพอดีด้านสังคม

มีความพอดีด้านสังคม ช่วยเหลือเกื้อกูลผู้เกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่า เรียนรู้แนวปฏิบัติที่ดีร่วมกัน ซึ่งจะเป็นรากฐานสำคัญของการประกอบกิจการที่เป็นธรรมต่อทุกฝ่าย

ภูมิคุ้มกันที่ดียังรวมถึงการส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาไทย เพื่อกระตุ้นให้พนักงานนำความรู้ความสามารถมาใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อการสร้างนวัตกรรมสินค้าหรือบริการ ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและความเติบโตของกิจการอย่างยั่งยืนควบคู่กับความเจริญเติบโตของสังคมโดยรวม

เมื่อกิจการมีภูมิคุ้มกันที่พร้อมแล้ว ควรขยายผลความช่วยเหลือไปสู่การพัฒนาชุมชนและสังคม โดยคำนึงถึงต้องการของคนในชุมชนและสังคมเป็นหลัก รวมทั้งสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่นด้วย

ความรู้

กิจการควรใช้ แสวงหาและพัฒนาความรู้ใหม่ ๆ หรือหลักวิชาการ ไปพร้อมกับการปฏิบัติตามแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อเป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการและการดำเนินกิจการที่ถูกต้อง มีคุณธรรม และคุ้มค่าไม่สิ้นเปลือง เช่น นำหลักวิชาการ ความรู้ และเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ค้นพบมาวิเคราะห์สภาพเป็นจริงของกิจการ ไม่ว่าจะจะเป็นด้านธุรกิจ เศรษฐกิจ พื้นที่ สังคมและวัฒนธรรม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้มีส่วนได้เสีย รวมทั้งสิ่งแวดล้อมอย่างเชื่อมโยงกัน เพื่อจะได้ปฏิบัติตามแนวทางที่สอดคล้องกับความต้องการของพนักงาน ชุมชน และสังคม

ที่สำคัญ กิจการต้องค้นหาวิธีการใหม่ ๆ ที่แก้ไขความผิดพลาดในอดีต และดีกว่า เพื่อวางรากฐานในการพัฒนาคนให้มีคุณภาพผ่านกระบวนการเรียนรู้ เช่น การถ่ายทอดความรู้ ประสบการณ์ และทักษะ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจออกไปในวงกว้างและขยายผลต่อเนื่องอย่างไม่รู้จบ

คุณธรรม

คุณธรรมสำหรับกิจการไม่ใช่คุณธรรมต่อลูกค้าและคู่ค้าเท่านั้น แต่ครอบคลุมผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมด จึงควรส่งเสริมพนักงานและสังคมที่เกี่ยวข้องทุกระดับให้พัฒนาคุณธรรมเพื่อเป็นคนที่มีความประพฤติดี ทำความดี ทำงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต อดทน ประณีประนอม และปลูกจิตสำนึกความมีเมตตา มีจิตอาสาเพื่อส่วนรวม เห็นความสำคัญของการบำเพ็ญประโยชน์ต่อตนเองและผู้อื่น พร้อมให้ความช่วยเหลือโดยไม่หวังผลตอบแทน แบ่งปันแก่ผู้ด้อยโอกาสกว่า เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เกื้อกูลปรองดอง เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม ไม่โลภ ไม่คดโกงทุจริตคอร์รัปชัน ซึ่งจะส่งผลให้สังคมอยู่ร่วมกันอย่างรู้รักสามัคคีและมีความสุข

กิจการที่มีคุณธรรมไม่คดโกงและต่อต้านการทุจริต เป็นกิจการที่ให้ความสำคัญกับประโยชน์ที่ยั่งยืนซึ่งตรงกับหลักพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มากกว่าการขยันแสวงหาเครือข่ายที่จะได้มาซึ่งอำนาจต่อรองโดยมิชอบที่เป็นความได้เปรียบหรือสิทธิประโยชน์ชั่วคราวชั่วคราวในระยะสั้น

2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์กิจการกับความรับผิดชอบต่อสังคมและปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

กิจการที่ประสงค์จะเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน ควรผสมผสานกลยุทธ์กิจการกับความรับผิดชอบต่อสังคมและปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลยิ่งขึ้น ดังที่ อาซัว เตาลานนท์ (2551) ได้ให้ความคิดเห็นไว้ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการประกอบกิจการอย่างยั่งยืน (อาซัว เตาลานนท์, 2551)

จากภาพที่ 4 จะเห็นว่า การบริหารยุคใหม่แม้จะมีเป้าหมายหลัก ที่การสร้างผลกำไร โดยนำหลักการบริหารต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้เพื่อสร้าง ประสิทธิภาพ เช่น Balanced Scorecard (ที่ประกอบด้วย ทรัพยากร บุคคล การเงิน ลูกค้า และกระบวนการทางธุรกิจ) แต่กิจการก็ยังไม่สามารถดำรงอยู่อย่างยั่งยืนได้ ถ้าไม่มีความโปร่งใสหรือขาดหลัก ธรรมาภิบาลที่มุ่งให้การบริหารและการดำเนินงานเป็นไปอย่างยุติธรรม แก่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งต้องมีการปฏิบัติที่เป็นธรรมต่อผู้มีส่วนได้เสีย นอกจากนั้น แม้จะดำเนินการตามกระบวนการข้างต้นอย่างครบถ้วน แต่อาจจะยังไม่สามารถลดความเสี่ยงและดำรงอยู่อย่างยั่งยืนได้ ถ้าไม่ให้ความสำคัญกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

ดังนั้น “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” จึงเป็นร่มใหญ่ที่ครอบคลุม กิจกรรมทั้งหมด ให้มีการเกื้อหนุนค้ำจุนในทุก ๆ องค์ประกอบของการ ดำเนินกิจการอย่างสมดุล มั่นคงและยั่งยืน อันจะนำไปสู่การสร้าง ผลกำไรที่ดีที่สุด โดยผลกำไรนอกจากเป็นตัวเงินแล้ว ยังได้มาในรูปแบบของ ประโยชน์สุขของผู้มีส่วนได้เสียและผู้เกี่ยวข้องในทุกภาคส่วน สุดท้าย จะนำมาซึ่งความยั่งยืนของเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ตลอดจน วัฒนธรรมของประเทศชาติ

2.3 การบูรณาการความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยปรัชญา ของเศรษฐกิจพอเพียง

เพื่อให้การดำเนินกิจการอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมโดยการ ประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเป็นไปด้วยดี ควรคำนึงถึงความ สมดุลด้านประโยชน์สุขของผู้มีส่วนได้เสียเป็นหลัก เพราะจะส่งผลดีต่อ การพัฒนาประเทศในทุกระดับและทุกมิติ ทั้งบุคคล กิจการ ชุมชน สังคม ชาติ ดังมีแนวทางสู่การบูรณาการในกิจการตามภาพที่ 5

หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง
ภูมิสังคม/สภาพสังคมไทย
วัฒนธรรมประเพณี/ภูมิปัญญาไทย

ปัจจัยนำเข้า
(Input)



- ปัจจัยของกิจการ
- ผู้มีส่วนได้เสีย

กระบวนการ
(Process)



- กำกับดูแลกิจการที่ดี
- ความเป็นธรรม
- ต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน
- เคารพสิทธิมนุษยชน
- ปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม
- รับผิดชอบต่อผู้บริโภค
- พัฒนาชุมชน/สังคม
- ดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม
- นวัตกรรมและการเผยแพร่
- รายงานด้านสังคม/สิ่งแวดล้อม

ผลลัพธ์
(Output)



- การตอบแทนสังคมและการฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม
- ภาพลักษณ์ที่ดี
- ความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้เสีย
- ความน่าเชื่อถือ/ไว้วางใจ
- สร้างนวัตกรรมทางธุรกิจ
- สร้างกำไรคู่การเจริญเติบโตและมูลค่าเพิ่มให้แก่ธุรกิจ
- เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ
- ความยั่งยืนของกิจการและสังคม

บูรณาการความรับผิดชอบต่อสังคมทั่วทั้งกิจการ
สร้างเครือข่ายความร่วมมือทั้งในและนอกกิจการ

ภาพที่ 5 แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการโดยการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (ทองทิพภา วิริยะพันธุ์, 2554)

ปัจจัยนำเข้า

กิจการต้องดำเนินงานโดยคำนึงถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมด ตั้งแต่ความพร้อมของกิจการและผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้ทุกภาคส่วนอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข มีความเป็นธรรม และเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม

ควรบูรณาการให้เกิดเครือข่ายความร่วมมือทั่วทั้งกิจการ ตั้งแต่การกำหนดปรัชญาของกิจการที่ให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคม ภายใต้แนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง สภาพสังคม วัฒนธรรม ประเพณีและภูมิปัญญาไทย โดยมีค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมพนักงานให้มีจิตสำนึกที่พร้อมให้การดูแลผู้มีส่วนได้เสียอย่างจริงจัง และเป็นรูปธรรม

มีการกำหนดวิสัยทัศน์และพันธกิจกิจการ ตลอดจนนโยบาย กลยุทธ์ และแผนงานอย่างชัดเจน พร้อมกับปลูกจิตสำนึกให้พนักงานเห็นความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคมและการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ

มีการดำเนินงานอย่างเป็นธรรม โปร่งใส คำนึงถึงความต้องการของพนักงาน ชุมชนและสังคม มีการจัดสรรงบประมาณเพื่อส่งเสริมการปฏิบัติตามแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคม รวมถึงติดตามประเมินผลการปฏิบัติ

กระบวนการ

คือ การนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ปฏิบัติ คู่กับการสร้างความน่าเชื่อถือ (Credibility) และการยอมรับ (Recognition) ตามทางสายกลางเท่าที่กิจการสามารถรับผิดชอบต่อได้ โดยคำนึงถึงความพร้อมตามหลักความพอประมาณ

กิจการต้องมีการกำกับกิจการที่ดี ดำเนินกิจการอย่างเป็นธรรม รับผิดชอบต่อลูกค้าและผู้บริโภค โดยใช้เหตุผลประกอบเพื่อสร้าง ภูมิคุ้มกันต่อความเสี่ยงหรือผลกระทบจากความเปลี่ยนแปลงที่อาจ เกิดขึ้น

ให้การเคารพสิทธิมนุษยชน ให้ความเป็นธรรมแก่แรงงาน ส่งเสริม นวัตกรรมจากภูมิปัญญาไทย รวมทั้งการพัฒนาชุมชนและสังคมตาม กำลังความสามารถ โดยใช้หลักความรู้ในการวางแผนและดำเนินการ อย่างรอบคอบ

ทั้งนี้ การประยุกต์หรือปรับใช้ ให้คำนึงถึงความเหมาะสมกับ สภาพแวดล้อมของสังคมไทย ให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมประเพณี ของพนักงานและวิถีชุมชนท้องถิ่นด้วย

ผลลัพธ์

ผลลัพธ์ที่กิจการได้จากความรับผิดชอบต่อสังคม คือ การตอบแทน และฟื้นฟูสังคม สิ่งแวดล้อม ทำให้ประโยชน์ตกแก่ผู้มีส่วนได้เสียใน รูปแบบผลกำไรควบคู่กับความสุขของผู้ให้และผู้รับ สร้างความสัมพันธ์ ที่ดีกับผู้มีส่วนได้เสีย เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่กิจการ ได้รับการ ยอมรับไว้วางใจ มีความน่าเชื่อถือ ซึ่งส่งผลดีต่อความยั่งยืนและเพิ่มมูลค่า ให้กิจการผ่านการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ

เมื่อกิจการประสบความสำเร็จในการปฏิบัติตามแนวทางความ รับผิดชอบต่อสังคมแล้ว พนักงานและผู้เกี่ยวข้องจะผ่านกระบวนการ เรียนรู้ สามารถนำวิธีการเหล่านั้นไปเป็นต้นแบบความสำเร็จผ่านการ จัดการความรู้ (Knowledge Management) เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ให้ ขยายผลสู่กิจการอื่นต่อไป

การสร้างเครือข่ายความร่วมมือทั้งในและนอกกิจการ

กิจการควรสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ ภาคประชาชน ภาคสังคม หรือภาคสื่อมวลชน เพื่อสร้างแนวร่วมในการขับเคลื่อนความรับผิดชอบต่อสังคมให้เป็นไปในวงกว้าง จะได้สร้างการสนับสนุนหรือร่วมพนักำลังแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวมอย่างบูรณาการ

การสร้างเครือข่ายเป็นวิธีหนึ่งในการกระตุ้นความตระหนักในการมีส่วนร่วมของคนได้อย่างดี เป็นการสร้างความรักสามัคคี เอื้ออาทร และมีน้ำใจให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้สังคมพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน และเป็นที่พึ่งให้ผู้อื่นได้ เป็นการยกระดับคุณภาพความเป็นอยู่ ระบบเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงการจัดการทรัพยากรธรรมชาติที่ดีขึ้น นอกจากนี้ ยังเป็นการปลูกฝังจิตอาสาและจิตสาธารณะ ทำให้ทุกคนเป็นกัลยาณมิตรต่อกัน รวมถึงช่วยปลูกจิตสำนึกให้ดำรงความ “รู้รักสามัคคี ช่วยเหลือเกื้อกูล ดูแลทุกข์สุข เอื้อเพื่อแบ่งปัน” คู่สังคมไทย ตลอดไป

2.4 การปฏิบัติตามแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคม โดยการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง⁷

หลักความพอประมาณ (นำไปสู่การพึ่งพาตนเองได้)

1. ดำเนินกิจการในด้านที่สนใจและมีความพร้อม
2. วางแผนการดำเนินงานอย่างเป็นขั้นเป็นตอนเป็นระบบ ค่อย ๆ ขยายผลออกไปทีละขั้นโดยไม่เร่งรัด หรือไม่หวังผลรวดเร็ว

⁷ ประยุกต์จากแนวทางการสร้างธุรกิจ ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง จัดทำโดย คณะกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง หอการค้าไทย, 2552

3. จัดสรรงบประมาณเพื่อดำเนินกิจการอย่างเหมาะสม ไม่เกินความสามารถที่จะรับผิดชอบได้ ไม่สร้างภาระหรือไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น

4. ใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดและมีคุณค่าสูงสุด

5. ส่งเสริมการผลิตและบริหารสินค้าของชุมชนที่กิจการได้ให้ความช่วยเหลือ ให้มีความเหมาะสมกับความต้องการตลาด

หลักความมีเหตุผล (การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างมีเหตุมีผล)

1. ผู้ถือหุ้น

- ◆ แบ่งปันผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมและสม่ำเสมอ
- ◆ มีความโปร่งใสในการบริหารจัดการ และสามารถตรวจสอบได้
- ◆ สนับสนุนในการจัดทำกิจกรรมเพื่อสังคมที่เป็นประโยชน์ต่อ

สังคม ผู้มีส่วนได้เสีย และกิจการ

2. ผู้บริหารและพนักงาน

- ◆ ปฏิบัติต่อผู้บริหารและพนักงานเสมือนบุคคลในครอบครัว
- ◆ ส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้บริหารและพนักงาน
- ◆ ดำเนินกิจการอย่างรอบคอบ ระมัดระวัง มีเหตุมีผล
- ◆ ส่งเสริมให้ผู้บริหารและพนักงานมีส่วนร่วมในการดำเนิน

กิจการด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างจริงจัง เป็นรูปธรรม และมีการประสานความร่วมมือกันในทุกระดับ

- ◆ ส่งเสริมให้บุคลากรในกิจการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่าสูงสุด
- ◆ ส่งเสริมการบริหารการเงินส่วนบุคคลของพนักงาน เช่น

การออม การจัดทำบัญชีครัวเรือน

- ◆ ส่งเสริมด้านกีฬาและสันทนาการแก่พนักงาน

3. ลูกค้า

- ◆ ปฏิบัติต่อลูกค้าเสมือนบุคคลในครอบครัว เช่น มีน้ำใจ มีมิตรภาพที่ดีต่อกัน
- ◆ กำหนดราคาสินค้าและบริการอย่างเป็นธรรมและสมเหตุสมผล
- ◆ สินค้า/บริการและการบริหารจัดการได้มาตรฐานระดับประเทศ หรือระดับสากล
- ◆ ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการอย่างถูกต้องครบถ้วน
- ◆ บริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าทั้งก่อนและหลังการขาย เพื่อให้ลูกค้าพอใจสินค้าและบริการสูงสุด
- ◆ ทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมร่วมกัน

4. คู่ค้า

- ◆ ปฏิบัติต่อคู่ค้าเสมือนบุคคลในครอบครัว เช่น ให้ความร่วมมือ ให้โอกาส
- ◆ สนับสนุนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกิจการ เพื่อให้มีการพัฒนา ธุรกิจและตลาดร่วมกัน
- ◆ ช่วยเหลือและไม่เอาเปรียบซึ่งกันและกัน
- ◆ สนับสนุนการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ เพื่อให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดร่วมกัน
- ◆ สร้างห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และใช้คุณค่า (Value Chain) ร่วมกัน เพื่อพัฒนาให้เกิดกระบวนการผลิตที่ไม่เป็นอันตรายต่อพนักงาน ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม
- ◆ ทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมร่วมกันเป็นระยะ

5. คู่แข่งขัน

- ◆ การแข่งขันต้องเป็นไปตามกรอบของกฎหมาย จริยธรรม และจรรยาบรรณทางธุรกิจ

6. ชุมชน

- ◆ กำกับดูแลกิจการไม่ให้สร้างปัญหาแก่ชุมชน
- ◆ สนับสนุนช่วยเหลือและเกื้อกูลแก่ชุมชนและคนในชุมชนเพื่อประโยชน์สุขร่วมกัน เช่น กิจกรรมจิตอาสาเพื่อพัฒนาชุมชน เป็นต้น

7. สังคม

- ◆ สนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมด้านต่างๆ เช่น การศึกษา การส่งเสริมอาชีพ การช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาส

8. สิ่งแวดล้อม

- ◆ ร่วมอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกกิจการเพื่อความยั่งยืน
- ◆ ส่งเสริมและสนับสนุนโครงการด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เช่น ให้ความรู้แก่พนักงานและคนในชุมชนจัดทำโครงการเพื่อพัฒนาหรือฟื้นฟูสภาพแวดล้อม/สิ่งแวดล้อม เป็นต้น

หลักภูมิคุ้มกัน (มีความสามารถในการแข่งขัน)

1. สนับสนุนการสร้างและพัฒนาตราสินค้าของกิจการให้เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับในระดับประเทศและระดับสากล

2. ส่งเสริมการสร้างตลาดให้เข้มแข็ง โดยขยายตลาดอย่างค่อยเป็นค่อยไป จากระดับท้องถิ่นสู่ระดับภูมิภาค ระดับประเทศ และระดับสากล เพื่อกระจายความเสี่ยงด้านการตลาด

3. ส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาของพนักงาน ภูมิปัญญาท้องถิ่น ประชาชนชาวบ้าน เพื่อพัฒนากิจการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ชุมชน และสังคมที่สอดคล้องกับแนวทางเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ เพื่อสร้างความแตกต่างหรือจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว

4. ส่งเสริมให้เห็นความสำคัญของการสร้างนวัตกรรมในด้านต่างๆ อย่างต่อเนื่อง

5. มีการจัดลิขสิทธิ์ เครื่องหมายการค้า สิทธิบัตรการออกแบบและการประดิษฐ์ ฯลฯ เพื่อคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของไทยทั้งภายในและภายนอกประเทศ

6. สร้างเครือข่ายความร่วมมือ เพื่อผนึกกำลังทำงานเพื่อส่วนรวม ทั้งในระดับจุลภาคและมหภาค

7. มีระบบการติดตามและประเมินผลจากภายในและภายนอกกิจการอย่างเป็นระบบ

8. การช่วยเหลือชุมชน/สังคมต้องมุ่งเน้นให้คนในชุมชน/สังคมช่วยเหลือตนเอง หรือพึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืน

9. จัดตั้งหน่วยงาน หรือผู้รับผิดชอบด้านการบริหารกิจกรรมเพื่อสังคมโดยตรง เพื่อความต่อเนื่องของกิจกรรม

หลักความรู้

1. สร้างองค์ความรู้ภายในกิจการ

2. ถ่ายทอดองค์ความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญให้แก่บุคลากรในกิจการ รวมทั้งถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่บุคคลภายนอกตามความจำเป็นและเหมาะสม

3. ฝึกอบรมพนักงานให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และส่งเสริมให้มีการนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานจริง รวมทั้งนำความรู้ที่มีอยู่ไปเผยแพร่ให้เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่นด้วย

4. ส่งเสริมและเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในกระบวนการดำเนินงานที่เป็นประโยชน์ต่อกิจการ เช่น การปฏิบัติงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมในทุกขั้นตอน (CSR in Process) เป็นต้น

5. ส่งเสริมให้พนักงานได้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงาน การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ การแก้ปัญหาและการพัฒนากิจการ และเรื่องอื่น ๆ อย่างอิสระ

6. พัฒนากิจการให้เป็นศูนย์ศึกษาหรือแหล่งเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงของสังคม

7. สร้างวัฒนธรรมองค์กรให้เป็นสังคมพอเพียง

หลักคุณธรรม

1. ความซื่อสัตย์

◆ ดำเนินกิจการด้วยความซื่อสัตย์ เช่น มีการทำบัญชีที่โปร่งใส ตรวจสอบได้

◆ เชิดชูคนดี เพื่อให้เป็นแบบอย่างที่ดีแก่บุคลากรในกิจการ

◆ ปกป้องจิตสำนึกให้พนักงานและบุคคลทั่วไปทำความดีโดยไม่หวังผลตอบแทน

2. ความอดทน

◆ ส่งเสริมให้พนักงานทำงานด้วยความขยัน หมั่นเพียร มีความอดทน เช่น ให้เบี่ยขยัน โบนัส สวัสดิการและรางวัลตามความเหมาะสม

- ◆ สนับสนุนกิจกรรมการทำความดีของพนักงานและบุคคลทั่วไป เช่น โครงการเพื่อสังคม

3. การแบ่งปัน

- ◆ ส่งเสริมให้พนักงานและบุคคลทั่วไปมีความรัก ความผูกพัน ความกตัญญู ต่อตนเอง ครอบครัว เพื่อนพนักงาน กิจการ ชุมชน สังคม และประเทศชาติ

- ◆ ส่งเสริมกิจกรรมเพื่อสังคมที่สร้างความรัก ความสามัคคี เพื่อทดแทนคุณแผ่นดิน

บทที่

3

ยุทธศาสตร์

ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

ยุทธศาสตร์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

ผู้บริหารควรวางกลยุทธ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมให้สอดคล้อง เป็นเนื้อเดียว หรือเข้าไปอยู่ในกลยุทธ์ของกิจการ คือ การจัดโครงสร้าง กิจการให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม และกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมต้องไม่เป็นภาระค่าใช้จ่ายที่ไม่เกิดผลตอบแทนอย่างชัดเจน แต่ควรเป็นการลงทุนที่สร้างผลตอบแทนในหลายๆ ด้าน (Multi Benefit Performing Asset) และไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อกิจการในด้านลบ

กระบวนการทางธุรกิจหรือกิจกรรมที่จัดทำขึ้นภายใต้กลยุทธ์ของ กิจการ ต้องมีลักษณะเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมและเป็นไปในทิศทาง ของการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่กิจการ (Value Creation) เพราะจะเป็น ประโยชน์ทั้งต่อผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียไปพร้อมๆ กัน เช่น การสร้าง มูลค่าเพิ่มให้สินค้าและบริการ ด้วยการกำหนดให้ลูกค้าเป็นศูนย์กลาง โดยให้ลูกค้ามีส่วนแสดงความคิดเห็น และมีส่วนร่วมออกแบบผลิตภัณฑ์ ที่สอดคล้องกับความต้องการที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะก่อให้เกิด นวัตกรรมสินค้าใหม่ๆ ที่ผู้มีส่วนได้เสียได้รับประโยชน์ร่วมกัน และเพิ่ม ขีดความสามารถในการแข่งขัน เพิ่มผลิตภาพ (Productivity) และยังเป็น การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้เสีย ทำให้กิจการสามารถ เจริญเติบโตได้อย่างยั่งยืน

3.1 การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

แนวคิดทั่วไปเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม

แนวคิดที่มองจากจริยธรรมเป็นหลัก (Moral Principle)

กล่าวคือ การตัดสินใจดำเนินกิจการที่ไม่ขัดต่อจริยธรรมเป็นเรื่องที่ถูกต้อง หรือการสนับสนุนกิจกรรมใดๆ หากเป็นไปได้ด้วยเหตุผลทางศีลธรรมก็จัดเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งสิ้น แต่ความรับผิดชอบต่อสังคมไม่สามารถใช้ศีลธรรมและจริยธรรมอย่างเดียวแล้วจะมีประสิทธิภาพและเกิดผลดีในวงกว้างได้ เพราะกิจการมักเลือกผลประโยชน์มากกว่าจริยธรรม โดยยกประเด็นทางจริยธรรมในกิจกรรมที่ไม่มีข้อขัดแย้งทางผลประโยชน์นั้นๆ มาแสดง เช่น การจัดกิจกรรมในรูปแบบการให้เปล่า (สร้างโรงเรียน ปลูกป่า ฯลฯ) ขณะที่ละเลยต่อผลกระทบทางลบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอันเกิดจากการดำเนินกิจการของตน

แนวคิดเรื่องการคำนึงถึงความยั่งยืน (Sustainability)

การคำนึงถึงความยั่งยืนที่มีมุมมองว่า การลงทุนใดๆ ต้องสร้างความสมดุลระหว่างผลประโยชน์เฉพาะหน้าและผลประโยชน์ระยะยาวที่ต่อเนื่อง จะเป็นเรื่องยากที่กิจการจะดำเนินการโดยเฉพาะเมื่อต้องแข่งขันด้วยผลประโยชน์การรายไตรมาส เพราะผู้บริหารมักคำนึงถึงผลประโยชน์ระยะสั้นก่อน โดยอ้างสถานการณ์การแข่งขันและความไม่แน่นอนของอนาคต หรือแม้แต่แรงกดดันจากผู้ถือหุ้น

แนวคิดเรื่องการสร้างความยอมรับการดำเนินงานของกิจการ (License to Operate)

การมุ่งสร้างความเข้าใจและข้อตกลงในการเจรจาที่เหมาะสมระหว่างผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับกิจการ จะมีประโยชน์ต่อการจัดการ

ความขัดแย้งและความคาดหวังที่อาจไม่ตรงกันระหว่างผู้มีส่วนได้เสียต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะในกลุ่มกิจการที่เกี่ยวข้องกับรัฐบาลและประชาชนโดยตรง เช่น น้ำมัน ไฟฟ้า โทรคมนาคม สุรา แต่ในทางกลับกัน แนวคิดเรื่องการสร้างความยอมรับต่อการดำเนินงานของกิจการมักไม่ถูกนำไปใช้กับกิจการที่ไม่มีความขัดแย้งกับสังคมมากนัก

แนวคิดเรื่องการผูกความรับผิดชอบต่อสังคมไว้กับการสร้างภาพลักษณ์หรือการประชาสัมพันธ์กิจการแต่เพียงอย่างเดียว

การผูกความรับผิดชอบต่อสังคมไว้กับการสร้างภาพลักษณ์หรือการประชาสัมพันธ์กิจการแต่เพียงอย่างเดียว อาจจะทำให้กิจการสูญเสียโอกาสที่จะพัฒนาแผนงานความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีการปรับยุทธศาสตร์ในการดำเนินกิจการเพื่อให้เกิดผลดีระยะยาวและสร้างความแตกต่างที่ยั่งยืน อันนำไปสู่การสร้างผลประโยชน์ร่วมกันในระยะยาวระหว่างกิจการและสังคมได้ เพราะแม้แต่ไปดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมรายกิจกรรมซึ่งไม่มีผลทางยุทธศาสตร์ใด ๆ นอกจากนั้น การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่มองแต่ภาพลักษณ์มากเกินไป ย่อมนำไปสู่กระแสต่อต้านจากลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสียที่อาจมองว่า กิจการไม่มีความจริงใจในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างแท้จริง

ความรับผิดชอบต่อสังคมในมุมมองทางยุทธศาสตร์

ดังที่กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมไม่ใช่เป็นเพียงกิจกรรมเพื่อสังคมที่กิจการต้องจ่ายเงินแล้วไม่ได้รับผลตอบแทนที่สามารถวัดผลเท่านั้น แต่เป็นกิจกรรมที่นำไปสู่ความสามารถในการแข่งขันที่ดีขึ้น เช่น การพัฒนาจุดยืนที่แตกต่าง และการเพิ่มผลประโยชน์อย่างยั่งยืน

ซึ่งกฎเกณฑ์สำคัญที่แบ่งแยกความรับผิดชอบต่อสังคมประเภทกิจกรรม
ทั่วไปกับความรับผิดชอบต่อสังคมที่ก่อให้เกิดประโยชน์อย่างยั่งยืน
ทั้งต่อกิจการและสังคม คือ การมองความรับผิดชอบต่อสังคมในเชิง
ยุทธศาสตร์

ปัจจุบัน การดำเนินกิจการด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมยังเกิดขึ้น
ในวงจำกัด ไม่สามารถขยายผลไปได้เท่าที่ควร เมื่อเปรียบเทียบกับกำลัง
อันมหาศาลของกิจการที่มีอยู่จำนวนมาก สาเหตุหลักของความล้มเหลว
ดังกล่าวมีอยู่สองข้อ คือ

ข้อแรก ภาคประชาชน สื่อ องค์กรพัฒนาเอกชน และรัฐบาล
หรือแม้แต่ภาคธุรกิจเอง มักมองว่าผลประโยชน์ของธุรกิจและสังคมนั้น
ขัดแย้งกัน หากมีใครได้ก็ต้องมีใครเสีย ไม่ได้มองเป็นการได้ประโยชน์
ทั้งสองฝ่าย มองเป็นการต่อสู้ การเจรจาต่อรอง มากกว่ามองภาพ
ความร่วมมือที่จะทำให้เกิดประโยชน์ต่อทั้งสองฝ่ายมากขึ้นไปเรื่อย ๆ

ข้อสอง เมื่อกิจการได้รับแรงกดดันจากสังคมในเรื่องอะไร ก็จะทำ
เรื่องนั้น หรือทำในลักษณะทั่ว ๆ ไป มีโอกาสทำอะไรก็ทำ คิดอะไรก็ทำ
โดยไม่มีกระบวนการคิดที่เป็นระบบในการเลือกดำเนินงานด้านความ
รับผิดชอบต่อสังคมในประเด็นซึ่งสามารถทำให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม
และกิจการสูงสุดได้

การปรับกระบวนการดำเนินกิจการให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม
เป็นเรื่องที่ต้องทำอยู่แล้วเพื่อประสิทธิภาพและความยั่งยืนของกิจการ
แต่การเลือกลงทุนกับเรื่องเฉพาะเจาะจงที่สามารถมีผลมหาศาลทั้งต่อ
สังคมและกิจการนั้น คือ จุดเปลี่ยนที่แบ่งแยกความรับผิดชอบต่อสังคม
แบบทั่ว ๆ ไป กับความรับผิดชอบต่อสังคมที่สามารถเกิดผลในเชิง
ยุทธศาสตร์

การดำเนินกิจการด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมทั่วไป มักมีความ กระจัดกระจายและห่างไกลจากแกนกลางของกระบวนการทางธุรกิจ (Core Business Process) จนทำให้ทั้งกิจการและสังคมเสียโอกาสในการ เปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมไปในทิศทางที่ดีขึ้น อย่างที่ควรจะเป็น เมื่อเทียบกับงบประมาณมหาศาลที่ลงไป

หากกิจการนำวิธีการคิดเชิงยุทธศาสตร์อย่างเป็นระบบที่ใช้ กำหนดทิศทางในการดำเนินกิจการตามปกติ มาประยุกต์ใช้ควบคู่กับ การวิเคราะห์และเลือกประเด็นทางสังคม เพื่อดำเนินงานด้านความ รับผิดชอบต่อสังคมและการวัดผลที่มีประสิทธิภาพแล้ว ผลงานด้าน ความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งต่อสังคมและกิจการย่อมจะสูงกว่าปัจจุบัน อย่างเทียบกันไม่ได้ ดังนั้น การคิดอย่างเป็นยุทธศาสตร์จึงมีความสำคัญ และแตกต่างกับแนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมทั่วไปมาก

3.2 ขั้นตอนการพัฒนาแผนงานความรับผิดชอบต่อสังคม ในเชิงยุทธศาสตร์

1. ค้นหาจุดร่วมระหว่างกิจการและสังคม ทั้งจากปัจจัยภายใน และภายนอก

แม้กิจการจะสร้างผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมผ่านกิจกรรม ต่าง ๆ ในกระบวนการทั้งระบบ แต่ในขณะเดียวกันความเปลี่ยนแปลง ทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม หรือแม้แต่การเมือง ก็สามารถ ส่งผลกระทบต่อกิจการเช่นกัน ดังนั้น กิจการต้องค้นหาจุดร่วมของ การดำเนินกิจการและประเด็นทางสังคมซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อกิจการได้และ นำมาผนวกกัน เพื่อนำมาพัฒนาให้เป็นผลประโยชน์ที่เกื้อกูลกัน อย่างมหาศาลทั้งกับสังคมและกิจการเอง

ผลกระทบทางสังคมจากการดำเนินกิจการ

สิ่งแรก คือ ทำความเข้าใจผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ผ่านการดำเนินกิจการเสียก่อน ซึ่งเรียกว่า เป็นลักษณะจากในสู่นอกหรือ Inside-out โดยพุ่งเป้าไปยังกิจกรรมต่าง ๆ ที่ดำเนินการในห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) แล้วตั้งคำถามว่า กิจกรรมเหล่านั้นกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างไร มากน้อยเพียงใด มีโอกาสที่จะปรับปรุงแก้ไขหรือพัฒนานวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อลดผลกระทบเชิงลบและเพิ่มผลเชิงบวกได้หรือไม่

เป้าหมายสำคัญ คือ การค้นหาว่า มีกิจกรรมใดที่ต้องดูแลเป็นพิเศษบ้าง และมีกิจกรรมใดที่สามารถสร้างคุณค่าหรือลดผลกระทบเชิงลบได้บ้าง

อย่างไรก็ตาม แม้กิจการจะสามารถสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมในทุก ๆ จุดของห่วงโซ่คุณค่า แต่เพราะทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด กิจการจำเป็นต้องเลือกให้ถูกว่า จะลงทุน ณ จุดใดจึงจะคุ้มค่าที่สุด ต่อสังคมและกิจการเอง ในขณะที่จุดอื่น ๆ อาจจะรักษามาตรฐานการดำเนินงานไม่ให้เกิดผลเชิงลบ แต่ไม่จำเป็นต้องกระจายกำลังทรัพยากร จนไม่สามารถมีเป้าหมายเฉพาะ เพราะจะไม่เกิดผลได้เท่าที่ควร

ประเด็นทางสังคมที่ส่งผลต่อกิจการ

สิ่งต่อมา คือ การพิจารณาอิทธิพลของประเด็นต่าง ๆ ทางสังคม และสิ่งแวดล้อม ที่จะส่งผลย้อนกลับมาสู่ความสามารถในการแข่งขันของ กิจการ ซึ่งเป็นบริบทที่สำคัญที่กิจการต้องรับรู้และเข้าใจ เพื่อให้สามารถ เข้าไปมีบทบาทในการพัฒนาตามกระแสสังคมและสิ่งแวดล้อมที่กำลัง ก่อตัวไม่ให้เกิดกลายเป็นวิกฤตต่อกิจการในที่สุด

กิจการสามารถเข้าไปมีบทบาทช่วยเหลือและพัฒนาประเด็นด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่สำคัญร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียต่างๆ โดยเฉพาะประเด็นที่จะส่งผลกระทบต่อกิจการในระยะยาว โดยอาจใช้เครื่องมือวิเคราะห์ทางธุรกิจที่ได้รับความนิยมมาช่วย เช่น Diamond Framework ของ Michael E. Porter ซึ่งมุ่งทำความเข้าใจปัจจัยสำคัญที่มีพลังขับเคลื่อนเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรม⁸

2. จัดลำดับความสำคัญและเลือกประเด็นทางสังคม

กิจการคงไม่สามารถแก้ปัญหาของสังคมทุกเรื่องพร้อมๆ กันได้ จึงจำเป็นต้องเลือกประเด็นทางสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับกิจการของตนบนฐานของทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด

หลักการสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคมในเชิงยุทธศาสตร์นั้น ไม่ใช่การทำสิ่งที่มีคุณค่าต่อสังคมเพียงอย่างเดียว แต่เป็นการเลือกที่จะทำในประเด็นที่เกิดคุณค่าร่วม หรือ Shared-value ซึ่งนำไปสู่การสร้างประโยชน์ที่เกื้อกูลกันระหว่างสังคมและกิจการ หนุนเสริมกันและกัน ไม่ใช่ได้อย่างใดอย่างหนึ่ง และไม่ใช่ได้อย่างเสียอย่าง

Michael E. Porter แบ่งประเด็นทางสังคมไว้ 3 ลักษณะ ประกอบด้วย

- ◆ ประเด็นทางสังคมทั่วไป ไม่ได้เกี่ยวข้องโดยตรงกับกิจการ
- ◆ ประเด็นทางสังคมที่เป็นผลกระทบจากการดำเนินกิจการ (ปัจจัยภายใน)
- ◆ ประเด็นทางสังคมที่เกิดจากปัจจัยภายนอกและส่งผลกระทบต่อกิจการ

⁸ ศึกษาข้อมูลโดยสรุปเกี่ยวกับ Diamond Framework ของ Michael E. Porter ได้ในภาคผนวก 4

ยกตัวอย่าง การสนับสนุนศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย อาจเป็นเพียงประเด็นทางสังคมทั่วไปสำหรับกิจการน้ำมัน แต่ย่อมเป็นประเด็นเชิงยุทธศาสตร์สำหรับการแข่งขันของกิจการประเภทบัตรเครดิต ซึ่งพึงพาอุตสาหกรรมศิลปะและบันเทิง หรือกิจกรรมเพื่อลดการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์ที่เป็นประเด็นทางสังคมทั่วไปสำหรับวงการการเงิน แต่เป็นประเด็นผลกระทบต่อสังคมที่เกิดจากห่วงโซ่คุณค่าในกิจการที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง การเดินทางหรือรถยนต์ เป็นต้น นอกจากนี้ประเด็นทางสังคมที่เกี่ยวข้องและส่งผลกระทบต่อกลุ่มกิจการเป็นจำนวนมาก จำเป็นต้องมีการร่วมมือกันข้ามหน่วยงานอย่างจริงจัง ซึ่งบางกรณีอาจต้องร่วมมือกับคู่แข่งด้วย

นอกจากนี้ กิจการควรค้นหาหรือยกระดับกิจกรรมเพื่อสังคมที่ดำเนินอยู่เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ในหลายๆ ข้อ และยุบหรือควรวรมกิจกรรมที่ซ้ำซ้อนกัน เพื่อมีให้จำนวนกิจกรรมที่ตอบสนองเพียงวัตถุประสงค์ในข้อใดข้อหนึ่งมีปริมาณมากเกินไป จนกลายเป็นอุปสรรคต่อการบริหารจัดการดูแลและกลายเป็นใช้งบประมาณหรือทรัพยากรไปเพื่อประโยชน์ที่ไม่คุ้มค่า

กิจการสามารถตรวจสอบและประเมินว่า กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่ดำเนินการอยู่ เป็นประเด็นทางสังคมและสิ่งแวดล้อมแบบใดใน 3 ลักษณะข้างต้น ซึ่งควรจะลดประเด็นทางสังคมทั่วไป แต่ไปเพิ่มปริมาณและคุณภาพประเด็นที่เป็นผลกระทบจากกิจการโดยตรง และประเด็นที่มีแนวโน้มที่จะส่งผลกระทบต่อกิจการ จึงจะทำให้การลงทุนด้านความรับผิดชอบต่อสังคมคุ้มค่าขึ้น และสัมพันธ์กับความสามารถของกิจการที่จะจัดการประเด็นต่างๆ ได้อย่างต่อเนื่อง เพราะนอกจากจะตั้งอยู่บนความสำคัญเชิงยุทธศาสตร์ของกิจการแล้ว นโยบายของ

กิจการจะไม่เปลี่ยนแปลงง่ายดังเช่นการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในประเด็นสังคมทั่ว ๆ ไป

3. การสร้างวาระทางสังคมของกิจการ (Corporate Social Agenda)

การสร้างวาระทางสังคมของกิจการในเชิงยุทธศาสตร์นั้น จะมุ่งเปลี่ยนวิธีคิดในการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมทั่วไปให้เป็นการทำงานเชิงรุก เพื่อบรรลุประโยชน์ของสังคมและกิจการพร้อม ๆ กัน เป็นการเปลี่ยนจากความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อลดผลกระทบของกิจการในทางลบแต่อย่างเดียว (ซึ่งเป็นเชิงรับ) ไปสู่ยุทธศาสตร์ของกิจการโดยไม่ได้หยุดเพียงแค่รับฟังและตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้เสียเท่านั้น ดังนั้น เราสามารถแบ่งการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมได้เป็น 2 ลักษณะ คือ เชิงรับและเชิงรุก

การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในเชิงรับ

ส่วนที่หนึ่ง ประกอบด้วย การเป็นสมาชิกที่ดีของสังคม ซึ่งตอบรับความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียต่าง ๆ ได้ และส่วนที่สอง การลดผลเสียหายทางสังคมและสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินกิจการของตนเอง แต่ไม่ได้มุ่งเน้นที่จะปรับเปลี่ยนโครงสร้างการผลิตหรือกระบวนการดำเนินงานเดิมมากนัก

การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในเชิงรับ ทำได้โดยการแก้ไขและพัฒนาปัจจัยการผลิตสินค้าและบริการของตน โดยวิเคราะห์ร่วมกับฝ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่า

ลักษณะดังกล่าวแม้จะมีประโยชน์ แต่มีข้อจำกัด เพราะมักจะเป็นส่วนย่อย ๆ ที่ไม่ใช่แกนหลักในการดำเนินกิจการและไม่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของกิจการเองมากนัก

การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในเชิงรุก

การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในเชิงรุกและเชิงยุทธศาสตร์จะมุ่งสร้างจุดยืนของกิจการที่แตกต่าง เป็นวิธีก้าวข้ามการแก้ปัญหาความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงรับที่ไม่ได้ผลอย่างยั่งยืน เพราะคู่แข่งก็ย่อมทำได้เช่นกัน ดังนั้น จุดยุทธศาสตร์จึงอยู่ที่การเลือกกิจกรรมซึ่งสามารถตอบสนองประเด็นทางสังคมที่ได้รับผลกระทบและอาจส่งผลกระทบต่อกิจการอย่างมาก โดยเฉพาะการสร้างสรรค์คุณค่าและวิธีการใหม่ๆ ให้เกิดเป็นนวัตกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

จะเห็นได้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมที่ฝังลึกเข้าไปในการดำเนินงานของกิจการ จะยากที่จะแยกออกมาเป็นกิจกรรมชิ้น ๆ เหมือนการดำเนินงานในเชิงรับ ยิ่งสามารถเชื่อมโยงให้ผลประโยชน์ทางสังคมและผลประโยชน์ของกิจการช่วยส่งเสริมกันได้มากเท่าไร ก็ยิ่งทำให้กลายเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีความสำคัญทางยุทธศาสตร์และเกิดผลดีมากขึ้นเท่านั้น

ตัวอย่างเรื่องการจัดซื้อสีเขียว⁹ จะแสดงให้เห็นความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงรุกที่สามารถประเมินผลงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและเน้นความสนใจไปยังการวัดผลกระทบต่อสังคมว่า เกิดความเปลี่ยนแปลงในทางบวกขึ้นมากน้อยเพียงใด ไม่ใช่แค่เพียงไปสอบถามความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้เสียตามประเพณีปฏิบัติกันมาของกลุ่มที่ปรึกษาด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเท่านั้น เพราะหากทำแค่นั้นกิจการเองก็อาจจะถูกอิทธิพลความคิดเห็นภายนอกที่ไม่เข้าใจธรรมชาติ

⁹ ดูรายละเอียดตัวอย่างการจัดซื้อสีเขียวซึ่งเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมในเชิงรุกในภาคผนวก 5

ของกิจการเข้าครอบงำ จนทำให้การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมกลายเป็นเพียงการช่วยเหลือสังคมอย่างไม่เกิดประโยชน์ร่วมกับกิจการ ซึ่งในที่สุดย่อมจะไม่มีคามยั่งยืน

นอกจากนี้ ผู้บริหารจำเป็นที่จะต้องมีความวิสัยทัศน์กว้างไกลไปกว่าการสร้างภาพพจน์หรือการขอความเห็นจากผู้มีส่วนได้เสีย โดยต้องไม่ละเลยการสร้างสรรค์นวัตกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ

4. การจัดการความรับผิดชอบต่อสังคม

เมื่อพัฒนาแผนงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในเชิงยุทธศาสตร์แล้ว ย่อมนำไปสู่การปรับเปลี่ยนโครงสร้างของกิจการ การกำหนดบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบตั้งแต่ระดับกรรมการผู้จัดการ ไปถึงพนักงาน การสร้างแรงจูงใจที่เหมาะสมในกลุ่มต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นผู้บริหาร พนักงาน ลูกค้า คู่ค้า ฯลฯ เพื่อร่วมเชื่อมโยงประเด็นสำคัญทางสังคมให้เป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินกิจการอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม

กิจการสามารถขับเคลื่อนกระบวนการและกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ผ่านสายงานต่างๆ ภายใต้โครงสร้างหรือผังโครงสร้างของกิจการปัจจุบัน ลงไปจนถึงทุกหน่วยธุรกิจ (Business Units) โดยไม่ต้องจัดสรรงบประมาณเพิ่มเติม หรืออีกนัยหนึ่ง คือ เป็นการดำเนินงานโดยไม่ต้องใช้เงิน แต่เป็นการปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานที่สะท้อนให้เห็นการคำนึงถึงผลกระทบที่มีต่อสังคมเชิงลบอย่างครบถ้วนรอบด้านยิ่งขึ้น

กิจการจำเป็นต้องเลิกคิดถึงความรับผิดชอบต่อสังคมว่า เป็นการ “รับผิดชอบต่อ” ต่อสังคม ในลักษณะที่ทำอะไรที่เกิดผลเสียแล้วกลับมาช่วย

ดูแลแก้ไข หรือเป็นคนดีช่วยเหลือสังคมแบบไม่มีทิศทาง แต่ควรจะคิด และดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในลักษณะที่ “หลอมรวม” ผลกระทบและประเด็นทางสังคมสิ่งแวดล้อม เข้ามาเป็นแกนกลาง ในกระบวนการดำเนินกิจการ และมีการกำหนดทิศทางของกิจการ ซึ่งสามารถพัฒนาจุดยืนที่แตกต่างและนำไปสู่ผลประโยชน์ที่เกื้อหนุนกัน ระหว่างกิจการและสังคมอย่างยั่งยืน

3.3 ตัวอย่างการทำแผนยุทธศาสตร์ความรับผิดชอบต่อสังคม

รูปแบบการทำแผนยุทธศาสตร์ความรับผิดชอบต่อสังคม ควรมีส่วนประกอบ ดังนี้

ส่วนที่ 1 บทสรุปสำหรับผู้บริหาร เป็นการสรุปรายละเอียดทั้งหมดอย่างรวบยอด

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของกิจการ และโครงสร้างการจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

ข้อมูลทั่วไป เช่น ชื่อกิจการ ผู้บริหาร ลักษณะอุตสาหกรรม รูปแบบการดำเนินกิจการ องค์กรประกอบกิจการ ผลการดำเนินการ และข้อมูลอื่นๆ คร่าว ๆ เพื่อเป็นบริบทสำหรับแผนงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

สิ่งสำคัญ คือ การกล่าวถึงโครงสร้างการจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมว่า ใครเป็นผู้กำหนดนโยบาย ใครมีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรง มีกลไกการรายงานกลับไปยังคณะกรรมการบริหารหรือไม่ มีคณะกรรมการภายในที่ดูแลเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมหรือไม่ และมีกลไกการทำงานอื่นๆ อย่างไร

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอันเกิดจากการดำเนินกิจการทั้งผลลบและผลบวก

เช่น การใช้ทรัพยากรการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ของเสียผลกระทบต่อชุมชนและพื้นที่ดำเนินงาน ปัญหาที่เกิดจากการใช้สินค้าและบริการอย่างผิดวิธี ฯลฯ หากมีตัวเลขหรือข้อมูลสถิติ และกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ย่อมจะมีความชัดเจนขึ้น รวมทั้งควรกล่าวถึงกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ที่เคยทำมาก่อน มีการสรุปเลือกผลกระทบสำคัญที่กิจการควรจะทำให้ความสนใจเป็นพิเศษพร้อมให้เหตุผล

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ประเด็นทางสังคมและสิ่งแวดล้อมที่มีแนวโน้มจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินกิจการในอนาคต

เช่น ประเด็นความขัดแย้งกับนโยบายรัฐ ประเด็นคุณภาพการศึกษา และศักยภาพของเยาวชนและนักศึกษาที่เชื่อมโยงกับประเด็นทรัพยากรบุคคลในพื้นที่ดำเนินการ ประเด็นความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ หรือแม้แต่กระแสความสนใจหรือการตื่นตัวด้านโลกร้อน การบริโภคที่ปลอดภัย/มีสุขภาวะ ฯลฯ รวมทั้งควรกล่าวถึงกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องที่เคยทำมาก่อน มีการสรุปเลือกประเด็นทางสังคมและสิ่งแวดล้อมที่สำคัญที่กิจการควรจะทำให้ความสนใจเป็นพิเศษพร้อมให้เหตุผล

ส่วนที่ 5 การจัดลำดับความสำคัญและเลือกประเด็นทางสังคมและสิ่งแวดล้อม

นำผลที่ได้รับจากส่วนที่ 3 และ 4 มาจัดลำดับความสำคัญ และเลือกประเด็นที่สำคัญต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมสูง และเกี่ยวเนื่องโดยตรงกับ

กิจการทั้งในเชิงปัจจัยภายในและภายนอก พร้อมทั้งอาจให้แนวทางที่เป็นนโยบายเกี่ยวกับประเด็นที่ต้องให้ความสำคัญเป็นพิเศษ

ส่วนที่ 6 แผนงาน วัตถุประสงค์ เพื่อตอบโจทย์ประเด็นทางสังคมและสิ่งแวดล้อมที่สำคัญ

อาจเสนอแนวคิด วัตถุประสงค์เฉพาะที่เป็นรูปธรรมวัดผลได้ และนวัตกรรมที่จะแก้ปัญหาและพัฒนาโอกาสอันเนื่องมาจากประเด็นสำคัญทางสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เลือกขึ้นมาแล้ว โดยอาจจะเชื่อมโยงเข้ากับตัวชี้วัดในการดำเนินกิจการที่สำคัญ เช่น ความเชื่อถือและภาพลักษณ์ของกิจการ การลดปัญหาด้านทรัพยากรบุคคล การลดต้นทุนการผลิต และการให้บริการ หรือแม้แต่การเพิ่มกลุ่มลูกค้าใหม่และการเพิ่มรายได้ เป็นต้น

นอกจากนั้น อาจคำนึงถึงองค์ประกอบของความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งภายในและภายนอกหลากหลายมิติตามที่กล่าวมาแล้ว ในบทที่ 1 ว่าแผนงานนี้ตอบสนองมิติใดเป็นพิเศษ และมีความครบถ้วนในแต่ละมิติมากน้อยเพียงใด

ส่วนที่ 7 รายละเอียดกิจกรรมเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์

โดยมีการแบ่งโครงสร้างการดำเนินงานที่ชัดเจน มีรายละเอียดกิจกรรมต่างๆ เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ แผนงานรวมถึงหน่วยงานและผู้รับผิดชอบแต่ละชิ้นงาน แนวทางการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกกิจการที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ หรือเกี่ยวข้องกับประเด็นสำคัญนั้นๆ การเชื่อมโยงกันของกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้เกิดการหนุนเสริมซึ่งกันและกัน (Synergy) โดยเฉพาะในกรณี

แต่ละกิจกรรม มีความหลากหลายและดำเนินการโดยคนละหน่วยงาน อาจมีเนื้อหาเกี่ยวกับความเสี่ยงต่าง ๆ ที่อาจจะเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานตามกิจกรรมที่วางไว้ พร้อมวิธีการป้องกันและการแก้ปัญหา เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงของแผนดำเนินงาน

ส่วนที่ 8 การชี้วัดและการรายงานผลการดำเนินงาน

การกำหนดตัวชี้วัดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ที่วางไว้ (ซึ่งอาจมีได้ทั้งตัวชี้วัดที่เกี่ยวกับประเด็นสังคมสิ่งแวดล้อมโดยตรง และตัวชี้วัดที่เกี่ยวกับการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมของพนักงานหรือผู้มีส่วนได้เสียต่าง ๆ เป็นต้น) วิธีการวัดผลการรายงานผลการดำเนินงาน เช่น รายเดือน รายไตรมาส รายครึ่งปี หรือรายปี รายงานใคร มีการติดต่อหน่วยงานภายนอกมาตรวจสอบรายงานผลการดำเนินงานต่าง ๆ หรือไม่ มีแผนในการเรียนรู้เพื่อปรับปรุงการดำเนินงานเป็นระยะอย่างไร

อาจมีการใช้เครื่องมือต่าง ๆ ในการบริหารจัดการกิจการมาใช้เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพขึ้น เช่น การสร้าง Strategic Map หรือ CSR Balanced Scorecard ขึ้น เพื่อเชื่อมโยงตัวชี้วัดด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและเป้าหมายตัวชี้วัดอื่น ๆ ของกิจการที่มีอยู่แล้ว

นอกจากนี้ ยังสามารถเชื่อมโยงมาตรฐานการรายงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมต่าง ๆ ในโลกมาเป็นหัวข้อการรายงานได้อีกด้วย เช่น มาตรฐาน ISO 26000 และ Sustainability Reporting Guidelines โดย Global Reporting Initiative (GRI) เป็นต้น (ซึ่งจะได้กล่าวถึงในบทต่อไป)

ส่วนที่ 9 ข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

ตัวอย่างการทำแผนยุทธศาสตร์ข้างต้นเป็นเพียงตัวอย่างหนึ่งเท่านั้น ซึ่งสามารถปรับแก้ไขเพิ่ม/ลดได้ตามความเหมาะสมของกิจการตนเอง

เพราะแผนความรับผิดชอบต่อสังคมไม่มีสูตรตายตัว แต่ปรับเปลี่ยนตามบริบทของแต่ละกิจการเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และผลประโยชน์สูงสุด

แนวปฏิบัติ

ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ

บทที่

4

การกำกับ
ดูแล
กิจการที่ดี

การกำกับดูแลกิจการที่ดี

การกำกับดูแลกิจการที่ดีมีวัตถุประสงค์และเป้าหมายเพื่อสร้างและพัฒนากิจการ โดยกำหนดและคำนึงถึงกระบวนการตัดสินใจ กลยุทธ์ โครงสร้าง ระบบ แผนงาน ระเบียบวิธีการปฏิบัติ ขั้นตอน ตัววัดผลสำเร็จ ว่าด้วยเรื่องสิทธิของผู้ถือหุ้น การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน บทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส รวมทั้ง ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ

4.1 ความหมาย

การกำกับดูแลกิจการที่ดีในความหมายของกิจการที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง การจัดให้มีระบบบริหารจัดการอย่างรู้หน้าที่และมีความรับผิดชอบต่อการจัดการอย่างโปร่งใสเท่าเทียมเป็นธรรมและมีประสิทธิภาพ รวมถึงสามารถเพิ่มคุณค่าและมูลค่าพร้อมรับการตรวจสอบได้

การกำกับดูแลกิจการที่ดีตามคำจำกัดความขององค์การเพื่อความร่วมมือและการพัฒนาทางเศรษฐกิจ¹⁰ กล่าวไว้ว่าเป็นความสัมพันธ์

¹⁰ Organization for Economic Co-operation and Development, 2004 Edition

ระหว่างกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ได้แก่ คณะผู้บริหารของบริษัท คณะกรรมการบริษัท ผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียทุกราย โดยการกำกับดูแลกิจการที่ดีเป็นโครงสร้างที่ช่วยให้กิจการสามารถกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ รวมถึงวิธีการ กระบวนการ ขั้นตอนในการบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายดังกล่าว อีกทั้งยังครอบคลุมวิธีติดตามวัดผลการดำเนินงานอันเป็นประโยชน์ต่อกิจการ ผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียให้ได้รับความเป็นธรรมเท่าเทียมกัน พร้อมด้วยภารกิจรยาบรรณในการประกอบกิจการ การให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมและผลประโยชน์ของสังคมในชุมชนที่กิจการนั้น ๆ ดำเนินการอยู่

แนวคิด ISO 26000 ได้กล่าวถึงความหมายของการกำกับดูแลกิจการที่ดี ในมิติของความรับผิดชอบต่อสังคมว่า การกำกับดูแลกิจการที่ดีเป็นระบบที่องค์กรกำหนดและปฏิบัติเกี่ยวกับการตัดสินใจ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ซึ่งการกำกับดูแลกิจการที่ดีประกอบด้วยโครงสร้างและระบบอย่างเป็นทางการ และกลไกที่ไม่เป็นทางการ ซึ่งสัมพันธ์กับวัฒนธรรมและค่านิยมขององค์กร โดยกิจการควรปฏิบัติตามกลไกเหล่านี้ เพื่อเพิ่มความสามารถในการรับผิดชอบต่อสังคม

หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน ปี พ.ศ. 2549 ให้ค่านิยมความหมายของการกำกับดูแลกิจการที่ดีไว้ว่า เป็นระบบที่จัดให้มีโครงสร้างและกระบวนการของความสัมพันธ์ระหว่างคณะกรรมการฝ่ายจัดการและผู้ถือหุ้น เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน นำไปสู่ความเจริญเติบโตและเพิ่มมูลค่าให้กับผู้ถือหุ้นในระยะยาว โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียอื่น

ขณะที่หนังสือ “เข็มทิศธุรกิจเพื่อสังคม” ซึ่งจัดทำโดยคณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียน

ปี พ.ศ. 2551 กล่าวถึงหลักการการกำกับดูแลกิจการที่ดีว่า เป็นการจัดให้มีระบบบริหารจัดการอย่างรู้หน้าที่ มีความรับผิดชอบในการจัดการอย่างโปร่งใส เท่าเทียม เป็นธรรม มีประสิทธิภาพ สามารถตรวจสอบได้

จากคำจำกัดความที่ถูกกำหนดและนำเสนอโดยหน่วยงานต่าง ๆ ข้างต้น พบว่ามีความคล้ายคลึงกัน เพียงแต่มีบางประเด็นที่เพิ่มเติมให้มีคำจำกัดความความหมายของการกำกับดูแลกิจการที่ดีมีความครอบคลุมในมิติต่าง ๆ มากขึ้นเท่านั้น ขณะที่ปรัชญาเบื้องหลังของคำจำกัดความต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น ไม่มีอะไรที่แตกต่างกันมากนัก กล่าวคือ เน้นที่โครงสร้าง ระบบ วิธีการจัดการความเป็นธรรมและความเท่าเทียมกันระหว่างความสัมพันธ์ของผู้ที่เกี่ยวข้อง ขณะเดียวกันก็กำหนดให้ผู้เกี่ยวข้องคำนึงถึงการกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมายและแนวทางการดำเนินงานที่คำนึงถึงประโยชน์ของกิจการ ผู้มีส่วนได้เสีย สังคม ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ที่คำนึงถึงจรรยาบรรณและการรับผิดชอบต่อหน้าที่ของกิจการซึ่งมีความสอดคล้องกับวัฒนธรรมและค่านิยมของกิจการ

4.2 หลักการและเหตุผลที่ควรปฏิบัติ

ตามความหมายของการกำกับดูแลกิจการที่ดี ทำให้ทราบถึงหลักการและผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดขึ้น หากกิจการและผู้ที่เกี่ยวข้องรวมทั้งผู้มีส่วนได้เสียปฏิบัติตาม กล่าวคือ การกำกับดูแลกิจการที่ดีควรอยู่บนหลักการของการสร้างและพัฒนาพื้นฐานความคิด กระบวนการตัดสินใจ กลยุทธ์ โครงสร้าง ระบบ แบบแผน ระเบียบวิธีการปฏิบัติ ขั้นตอน และตัวชี้วัด เพื่อให้เกิดการอยู่ร่วมกันด้วยความสงบสุขระหว่างบุคคล กิจการ

สังคม ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งหากมีแนวปฏิบัติที่ชัดเจนและสามารถปฏิบัติได้จริง ย่อมส่งผลให้มีความเจริญและเติบโตอย่างยั่งยืน

4.3 แนวทางในการปฏิบัติ

1. จัดทำแนวทางและขั้นตอนในการสร้างและการพัฒนา รวมทั้งส่งต่อความคิด ความเชื่อ วัฒนธรรมและค่านิยมของการกำกับดูแลกิจการที่ดี

2. กำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมาย เพื่อสร้างและพัฒนาการกำกับดูแลกิจการที่ดี

3. กำหนดกระบวนการตัดสินใจ กลยุทธ์ โครงสร้าง ระบบ แผน ระเบียบ วิธีการปฏิบัติ ขั้นตอน และตัวชี้วัดผลของการกำกับดูแลกิจการที่ดี ว่าด้วยสิทธิของผู้ถือหุ้น การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน บทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย การเปิดเผยข้อมูล ความโปร่งใส และความรับผิดชอบของคณะกรรมการ

4. แนวทางปฏิบัติควรครอบคลุมการจัดให้มีระบบการควบคุมภายใน การตรวจสอบภายใน และมาตรการบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิผล มีการติดตามการดำเนินการอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ติดตามผลงานของฝ่ายบริหาร กำหนดให้รายงานผลการดำเนินงานทุกเดือนในการประชุมคณะกรรมการ รวมถึงรายงานทางการเงินที่ไม่ถูกต้องหรือระบบควบคุมภายในที่บกพร่อง มีมาตรการในการแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียนการกระทำผิดกฎหมาย จรรยาบรรณหรือพฤติกรรมที่อาจส่งผลถึงการทุจริตหรือการประพฤตินิষอบ ทั้งจากพนักงานและผู้มีส่วนได้เสียอื่น

5. มีการเผยแพร่หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีของกิจการสู่สาธารณชน ร่วมเป็นสมาชิกกับกิจการที่เกี่ยวข้องหรือศึกษาดูงานจากกิจการอื่น ให้ความรู้ระบบการกำกับดูแลกิจการแก่ผู้เกี่ยวข้องเพื่อการปรับปรุงแก้ไข

ตัวอย่างแนวปฏิบัติ

- ◆ เรื่องการเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส คือ ข้อมูลที่แสดงในรายงานทางการเงินควรมีความถูกต้องเป็นไปตามมาตรฐานการบัญชีที่รับรองโดยทั่วไป

- ◆ เรื่องความรับผิดชอบของคณะกรรมการ คือ คณะกรรมการควรประกอบด้วยบุคคลที่มีคุณสมบัติหลากหลาย ทั้งด้านความรู้ความสามารถ ทักษะ และประสบการณ์ เพื่อให้เป็นประโยชน์กับกิจการสูงสุด

- ◆ เรื่องการปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน เช่น
 - การมีมาตรการป้องกันกรณีที่กรรมการและผู้บริหารใช้ข้อมูลภายในเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ให้แก่ตนเองหรือผู้อื่นในทางมิชอบ เช่น การซื้อขายหลักทรัพย์โดยใช้ข้อมูลภายในของกรรมการและผู้บริหาร หรือนำข้อมูลภายในไปเปิดเผยให้บุคคลใกล้ชิด ซึ่งก่อให้เกิดความเสียหายต่อผู้ถือหุ้นโดยรวม ดังนั้น ควรกำหนดข้อพึงปฏิบัติของพนักงานเกี่ยวกับการเก็บรักษาข้อมูลอันเป็นความลับ และการไม่หาประโยชน์ให้แก่ตนเองหรือผู้อื่น โดยอาศัยข้อมูลความลับนั้น รวมถึงกำหนดหน้าที่ของกรรมการและผู้บริหารในการงดซื้อขายหลักทรัพย์ก่อนการประกาศแจ้งข่าวงบการเงินอย่างน้อย 1 เดือนและหลังประกาศอย่างน้อย 3 วัน และมีความยุติธรรมที่จะให้สารสนเทศแก่ผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกันและเพียงพอ

- การไม่เพิ่มวาระการประชุมผู้ถือหุ้นโดยไม่แจ้งล่วงหน้า
- การรายงานการถือหลักทรัพย์สินในการประชุมคณะกรรมการบริษัทเป็นประจำทุกเดือน
- ◆ เรื่องการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสีย เช่น
 - มีจรรยาบรรณในการจัดซื้อ/จัดจ้างกับคู่ค้า
 - มีความสุจริตและเปิดเผยข้อมูลที่เป็นจริงต่อเจ้าหนี้
 - ไม่แสวงหาข้อมูลที่เป็นความลับของคู่แข่งทางการค้าด้วยวิธีการที่ไม่สุจริตหรือไม่เหมาะสม
 - มีการเปิดเผยข้อมูลต่อลูกค้าอย่างโปร่งใสและเป็นธรรมเป็นต้น

บทที่

5

การประกอบ
กิจการ
ด้วยความเป็นธรรม

การประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรม

การประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรม คือ ความสามารถทางธุรกิจ ในการแข่งขันอย่างเป็นธรรม มีการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม ในห่วงโซ่คุณค่า การเคารพสิทธิในทรัพย์สิน ตลอดจนส่งเสริมการเกี่ยวข้องกับ การเมืองอย่างมีความรับผิดชอบต่อ

5.1 ความหมาย

จากการศึกษา การริเริ่มขององค์การความร่วมมือระหว่างรัฐระดับ นานาชาติและองค์การระหว่างประเทศต่าง ๆ ที่ดำเนินการเกี่ยวกับการ พัฒนาอย่างยั่งยืน และความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมจำนวน 41 องค์การ พบว่ามีถึง 28¹¹ องค์การ ซึ่งกล่าวถึงเครื่องมือแนวทางการ ปฏิบัติ หรือข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการค้าที่เป็นธรรมเอาไว้อย่างชัดเจน

การประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรม เป็นการปฏิบัติอย่างมี จริยธรรมของกิจการหนึ่งต่อกิจการอื่น และสัมพันธ์ภาพระหว่างกิจการ

¹¹ เรียงตามลำดับตัวอักษรโรมัน AccountAbility (The AA1000 Series), BSCI, Caux Round Table, Center for Business Ethics (ZfW), Consumer International, CSR Europe Toolbox, CSR360, Danish Institute for Human Rights, EBEN, EFQM, Ethos Institute, FORÉTICA, GRI, IBLF, ICC, ISEAL, ISO (ISO26000), JAMP, OECD, PACI, SAI, The Global Sullivan Principles of Social Responsibility, TI, TNS, UN Global Compact, UNCTAD, UNIDO, และ WBCSD

ที่รวมถึงบุคคลแต่ละบุคคลกับหน่วยงานของรัฐและกิจการที่เกี่ยวข้อง
อื่น ๆ ได้แก่ ผู้ถือหุ้น คู่ค้า คู่สัญญารับจ้าง ลูกค้า คู่แข่ง และสมาคมวิชาชีพ
ซึ่งกิจการเป็นสมาชิกอยู่ ซึ่งนอกจากการปฏิบัติต่อกิจการอื่นอย่างเป็น
ธรรมแล้ว ยังต้องแสดงภาวะผู้นำด้วยการส่งเสริมให้ทุกกิจการที่เกี่ยวข้อง
มีการปฏิบัติต่อกิจการอื่น ๆ อย่างเป็นธรรมตามไปด้วย

โดยหลักจริยธรรมธุรกิจ ธุรกิจที่เป็นธรรมต้องเกิดจากการที่คู่ค้า
เข้าร่วมเกี่ยวข้องกับในธุรกรรมอย่างเสรี โดยปราศจากการถูกบีบบังคับ และ
ทั้งสองฝ่ายต้องสามารถเข้าถึงข้อมูลที่เหมาะสมและเพียงพอต่อการทำ
ธุรกรรมนั้น ดังนั้น หากฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดปกปิดบิดเบือนข้อมูล หรือคุกคาม
อีกฝ่ายหนึ่งด้วยวิธีการใด ๆ ย่อมไม่อาจเรียกได้ว่าธุรกรรมนั้นดำเนินไป
ด้วยความเป็นธรรม

ISO 26000 กำหนดขอบเขตของการประกอบกิจการที่เป็นธรรมไว้
5 ประเด็นหลัก ได้แก่

1. การแข่งขันที่เป็นธรรม

การแข่งขันอย่างเป็นธรรมและทั่วถึง กระตุ้นให้เกิดนวัตกรรม
และประสิทธิภาพ ลดต้นทุนของสินค้าและบริการ เป็นหลักประกันให้
ทุกกิจการมีโอกาสเท่าเทียมกัน ส่งเสริมการพัฒนาสินค้าและกระบวนการ
ผลิตที่ดีขึ้น และในระยะยาวเป็นการเสริมสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจ
ตลอดจนมาตรฐานการครองชีพ

พฤติกรรมที่ขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมเกิดขึ้นได้หลาย
รูปแบบ เช่น การสมยอมเสนอราคา (ฮั้ว) การร่วมกันกำหนดราคาสินค้า
ที่เหมือนกันให้จำหน่ายในราคาเท่ากัน การร่วมกันปั่นราคาในการประมูล
การกำหนดราคาสินค้าให้ต่ำผิดปกติเพื่อขจัดคู่แข่งให้ออกจากตลาด
และการวางข้อกำหนดเพื่อบีบบังคับคู่แข่งอย่างไม่เป็นธรรม พฤติกรรม
เหล่านี้ ทำให้กิจการเสี่ยงต่อการเสียชื่อเสียงจากมุมมองของผู้มีส่วนได้เสีย
ต่าง ๆ อีกทั้งอาจสร้างปัญหาทางกฎหมายให้กับกิจการ เมื่อกิจการไม่มี

พฤติกรรมขัดต่อการแข่งขัน เท่ากับว่าได้ช่วยสร้างบรรยากาศที่เกื้อหนุนต่อการดำเนินกิจการ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อตนเองและทุกฝ่ายในที่สุด

2. การส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมในคู่ค้า

จากหลักคิดที่ว่าทุกกิจการในห่วงโซ่คุณค่าเดียวกันต่างมีหน้าที่รักษากฎหมายและข้อบังคับ ตลอดจนหน้าที่ดูแลผลกระทบจากการกระทำของตนที่มีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ดังนั้น กิจการหนึ่ง ๆ จึงสามารถสร้างอิทธิพลเหนือกิจการอื่น ๆ ได้โดยผ่านกระบวนการจัดหาและการตัดสินใจซื้อ หน้าที่เหล่านี้ ไม่ควรถือว่าเป็นการล้ำเส้นบทบาทของเจ้าหน้าที่รัฐในการบังคับใช้กฎหมาย แต่กิจการสามารถรับเอาหลักการและสนับสนุนการปฏิบัติตามหลักความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยการแสดงภาวะผู้นำ ตลอดจนแสดงบทบาทที่เล็งเห็นในห่วงโซ่คุณค่าที่เกี่ยวข้องกับตน

นอกจากนี้ กิจการควรคำนึงถึงผลกระทบที่เป็นไปได้ หรือผลลัพธ์ที่ไม่ได้ตั้งใจให้เกิดที่มีต่อกิจการอื่นจากกระบวนการจัดหาและจัดซื้อของตน และใช้ความรอบคอบเพื่อหลีกเลี่ยงหรือลดผลกระทบเชิงลบ รวมถึงกระตุ้นอุปสงค์ของสินค้าและบริการที่ผลิตอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม

3. การเคารพต่อสิทธิในทรัพย์สิน

สิทธิในการครอบครองทรัพย์สินเป็นสิทธิมนุษยชนตามปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน สิทธิในทรัพย์สินหมายถึงทั้งทรัพย์สินทางกายภาพและทรัพย์สินทางปัญญา ผลประโยชน์จากที่ดินและทรัพย์สินทางกายภาพ ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร สิทธิในสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เงินทุน สิทธิทางศีลธรรม และสิทธิอื่น ๆ และยังสามารถครอบคลุมถึงการอ้างสิทธิในทรัพย์สินในขอบเขตที่กว้างกว่าที่กล่าวมา เช่น ความรู้ดั้งเดิมเฉพาะกลุ่มของท้องถิ่นหรือทรัพย์สินทางปัญญาของพนักงาน เป็นต้น

4. การเกี่ยวข้องกับการเมืองอย่างมีความรับผิดชอบต่อ

กิจการสามารถส่งเสริมกระบวนการการเมืองภาคมหาชน และสนับสนุนการพัฒนานโยบายสาธารณะ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อสังคมในระดับ

มหาภาคได้ กิจการควรห้ามผู้บริหารและพนักงานใช้อำนาจครอบงำที่ผิด
ครรลองคลองธรรม หลีกเลียงพฤติกรรมต่าง ๆ เช่น การชกโย การข่มขู่
และการบีบบังคับ ที่จะสามารถบั่นทอนกระบวนการทางการเมือง

5.2 หลักการและเหตุผลที่ควรปฏิบัติ

พฤติกรรมที่มีจริยธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการริเริ่มอาสาทำในสิ่ง
ที่กฎหมายมิได้ระบุไว้ เป็นพื้นฐานของการสร้างและรักษาสัมพันธภาพ
ระหว่างกิจการ ให้มีทั้งความชอบธรรมและนำมาซึ่งผลดีภาพที่สูงขึ้น
ของทุกฝ่าย อันก่อให้เกิดการยกระดับศักยภาพการแข่งขันทางเศรษฐกิจ
โดยรวมของชาติ

อย่างไรก็ตาม การยึดมั่น การส่งเสริม และการสนับสนุนการประกอบ
กิจการอย่างเป็นธรรม เช่น การแข่งขันที่เป็นธรรมและการเคารพต่อสิทธิ
ในทรัพย์สินไม่อาจเกิดขึ้นได้ หากกิจการไม่ปฏิบัติต่อกันและกันอย่าง
ซื่อตรงและเท่าเทียม เช่น การป้องกันการฉ้อราษฎร์บังหลวงและการเข้าไป
เกี่ยวข้องกับการเมืองอย่างมีความรับผิดชอบ จะขึ้นอยู่กับการเคารพ
ต่อหลักบังคับแห่งกฎหมายหรือมักเรียกกันว่าหลักนิติธรรม การยึดมั่น
ต่อมาตรฐานทางจริยธรรม ตลอดจนความโปร่งใสและตรวจสอบได้

ความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นเงาสะท้อนจิตสำนึกของกิจการที่มัก
อยู่เหนือข้อห้ามหรือข้อกำหนดขั้นต่ำตามกฎหมาย ความหมายของ
ความเป็นธรรมในการประกอบกิจการทั้ง 4 ประการข้างต้นก็เช่นกัน
เป็นสิ่งซึ่งกฎหมายไม่อาจกำหนดกติกาควบคุมสัมพันธภาพระหว่าง
กิจการให้ครอบคลุมไปเสียทุกกรณีได้ หากต้องอาศัยความใส่ใจใน
ผลกระทบจากการดำเนินกิจการทั้งของตนเองและของภาคส่วนอื่น ๆ
ที่ตนเข้าไปเกี่ยวข้อง อีกทั้งกิจการยังต้องร่วมมือกันสร้างบรรยากาศ
ที่เกื้อหนุนให้เกิดความเป็นธรรม ด้วยการแสดงท่าทีและดำเนินนโยบาย
ที่ส่งเสริมความเป็นธรรม ตลอดจนแสดงบทบาทผู้นำที่มีความรับผิดชอบต่อ

ให้เป็นแบบอย่างและสนับสนุนกิจการอื่น ๆ ให้มีความรับผิดชอบตามไปด้วย อันเป็นประเด็นที่กฎหมายไม่อาจตราเป็นข้อบังคับไว้ได้

การประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรม ต้องอาศัยการปฏิบัติต่อกัน ของคู่ค้าและกิจการที่เกี่ยวข้อง จึงจะก่อให้เกิดความต่อเนื่องของบรรยากาศ ที่เป็นธรรม ซึ่งไม่มีหลักประกันได้ในเวทีการค้าที่จะรับรองได้ว่า ผู้รักษา ความเป็นธรรมจะได้รับการปฏิบัติตอบในลักษณะเดียวกัน กระนั้นก็ตาม ยังมีเหตุผลหลายประการที่แสดงว่าเป็นการคุ้มค่าง่าที่จะริเริ่ม เป็นผู้ปฏิบัติก่อน เพื่อส่งสัญญาณและแสดงท่าทีไปยังคู่ค้าและกิจการ ที่เกี่ยวข้องถึงเจตนาในการประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรม เช่น

- ◆ ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของลูกค้า ผลที่ตามมาในทันที คือทำให้ลูกค้าไวใจในคุณภาพของสินค้าและบริการ ซึ่งมีหลักฐานการ วิจัยทางวิชาการมากมายที่ยืนยันว่า การรับรู้คุณภาพสมราคาในผลิตภัณฑ์ จากมุมมองของผู้บริโภคสัมพันธ์โดยตรงกับการรับรู้ภาพลักษณ์ของ กิจการที่เสนอขายสินค้าและบริการนั้น ๆ หรือกล่าวโดยสรุปว่า ผู้บริโภค ส่วนใหญ่เชื่อว่ากิจการที่ดีย่อมนำเสนอสินค้าที่ดี

- ◆ ทำให้ต้นทุนในการเจรจาและการแข่งขันทางธุรกิจลดลง เนื่องจากคู่แข่งและคู่ค้าสามารถมั่นใจว่า กิจการจะไม่ดำเนินการใด ๆ ที่ไม่เป็นธรรมและขัดขวางการแข่งขันอย่างเสรี

- ◆ ทำให้เจ้าหน้าที่ไวใจ หากกิจการประสบวิกฤติทางการเงิน การเจรจา ขอผ่อนผันเงื่อนไขการชำระหนี้ของกิจการที่มีประวัติดียอมเป็นไปได้ ง่ายกว่า

- ◆ ทำให้พนักงานรู้สึกมีศักดิ์ศรีและความภาคภูมิใจในการเป็นส่วนหนึ่งของกิจการ ทำให้คนดี ๆ อยากเข้ามาเป็นพนักงาน และทำให้ คนดี ๆ ไม่อยากไปจากกิจการ

- ◆ เมื่อกิจการปฏิบัติต่อทุกฝ่ายด้วยความเป็นธรรมอย่างต่อเนื่อง จะส่งผลให้เกิดอำนาจในการต่อรอง ซึ่งในที่สุดสามารถใช้ในการส่งเสริมให้

กิจการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องปฏิบัติตามไปด้วยได้ หากกิจการใดไม่ประกอบการ
อย่างเป็นธรรม ก็ย่อมไม่อาจเรียกร่องความเป็นธรรมได้ด้วยเช่นกัน

5.3 แนวทางในการปฏิบัติ

แนวทางปฏิบัติเพื่อส่งเสริมการแข่งขันที่เป็นธรรม

1. ดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ในลักษณะที่สอดคล้องกับกฎหมายและ
ข้อบังคับของการแข่งขัน ตลอดจนให้ความร่วมมือกับเจ้าหน้าที่ของรัฐ
2. กำหนดขั้นตอนปฏิบัติและมาตรการป้องกันการเข้าไปเกี่ยวข้อง
หรือสมรู้ร่วมคิดกับพฤติกรรมที่ขัดขวางการแข่งขัน
3. ส่งเสริมให้พนักงานตระหนักถึงความสำคัญของการปฏิบัติ
ตามกฎหมายการแข่งขัน และการแข่งขันที่เป็นธรรม
4. สนับสนุนการต่อต้านการผูกขาดและการทุ่มตลาด ตลอดจน
นโยบายสาธารณะต่าง ๆ ที่ส่งเสริมการแข่งขันที่เป็นธรรม
5. ใส่ใจต่อบริบททางสังคมที่อยู่แวดล้อมกิจการ และไม่ฉวยโอกาส
จากสภาพทางธรรมชาติหรือทางสังคม เช่น ความยากจน เพื่อสร้างความ
ได้เปรียบในการแข่งขันอย่างไม่เป็นธรรม เป็นต้น

แนวทางปฏิบัติเพื่อส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมในห่วงโซ่คุณค่า

1. กำหนดมาตรการที่เกี่ยวกับสังคมและสิ่งแวดล้อมไว้ในนโยบาย
และข้อปฏิบัติในการจัดซื้อ การกระจายสินค้าและการทำสัญญา
เพื่อเพิ่มพูนความสอดคล้องระหว่างการปฏิบัติกับเป้าหมายด้านความ
รับผิดชอบต่อสังคม
2. สนับสนุนให้กิจการอื่นที่เกี่ยวข้องยอมรับและปรับใช้นโยบาย
ในลักษณะเดียวกัน โดยไม่ก่อให้เกิดการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม

3. กำหนดเงื่อนไขสัญญาที่เหมาะสมกับกิจการอื่น และเฝ้าสังเกตพฤติกรรมของกิจการที่ตนเข้าไปเกี่ยวข้อง เพื่อสกัดกั้นการลดความยืดหยุ่นต่อการมีความรับผิดชอบต่อสังคม

4. พิจารณาให้การสนับสนุนกับกิจการขนาดกลางและขนาดย่อมในการบรรลุเป้าหมายด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งหมายรวมถึงการยกระดับความตระหนักถึงประเด็นต่าง ๆ ของความรับผิดชอบต่อสังคม และการปฏิบัติเป็นแบบอย่างที่ดี ตลอดจนการให้ความช่วยเหลือเพิ่มเติม เช่น ความรู้ทางเทคนิค การเสริมสร้างความสามารถการผลิต หรือการสนับสนุนทรัพยากรอื่น ๆ เป็นต้น

5. มีส่วนร่วมอย่างเข้มแข็งในการยกระดับความตระหนักในหลักการและประเด็นที่เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการที่ตนเข้าไปเกี่ยวข้อง

6. ส่งเสริมการปฏิบัติต่อกันอย่างเป็นธรรมทั่วทั้งห่วงโซ่คุณค่า ทุกครั้งที่เป็นไปได้ ทั้งในด้านต้นทุนและผลตอบแทนในการดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม กล่าวคือ เพิ่มพูนความสามารถในการบรรลุวัตถุประสงค์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของทุกกิจการในห่วงโซ่คุณค่า ได้แก่ การดำเนินการจัดซื้ออย่างเหมาะสม เช่น การสร้างหลักประกันให้เกิดราคาที่เป็นธรรมด้วยเวลาส่งมอบที่เพียงพอและสัญญาการค้าที่มั่นคง เป็นต้น

แนวทางปฏิบัติเพื่อส่งเสริมการเคารพสิทธิในทรัพย์สิน

1. ประยุกต์ใช้นโยบายและข้อปฏิบัติ ซึ่งส่งเสริมการเคารพสิทธิในทรัพย์สินและความรู้ดั้งเดิม

2. ปฏิบัติการตรวจสอบอย่างเหมาะสม เพื่อให้แน่ใจว่ากิจการได้รับอนุญาตอย่างถูกต้องกฎหมายในการใช้และให้สิทธิใช้สอยทรัพย์สินต่าง ๆ

3. ไม่เข้าไปเกี่ยวข้องกับกิจกรรมใด ๆ อันเป็นการละเมิดทรัพย์สิน ได้แก่ การใช้ตำแหน่งทางการตลาดที่เหนือกว่าในทางมิชอบ การผลิตของปลอมและการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา

4. ชำระค่าการใช้หรือได้มาซึ่งทรัพย์สินอย่างเป็นธรรม

5. คำนึงถึงความคาดหวังของสังคม สิทธิมนุษยชนและความต้องการพื้นฐานของปัจเจกบุคคลเมื่อบริหารและปกป้องสิทธิในทรัพย์สินทางกายภาพและทรัพย์สินทางปัญญา เป็นต้น

6. แนวทางปฏิบัติเพื่อส่งเสริมการเกี่ยวข้องกับการเมืองอย่างมีความรับผิดชอบ ได้แก่

- ◆ อบรมพนักงานและตัวแทน ตลอดจนยกระดับความตระหนักถึงการเกี่ยวข้อง และการให้ความช่วยเหลือกับฝ่ายการเมืองอย่างมีความรับผิดชอบ และการจัดการกับปัญหาผลประโยชน์ทับซ้อน

- ◆ กำหนดนโยบายและดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ อย่างโปร่งใสเกี่ยวกับการเจรจานครบ การให้ความช่วยเหลือและการเข้าไปเกี่ยวข้องกับการเมือง

- ◆ กำหนดและปฏิบัติตามนโยบายตลอดจนแนวทางในการจัดการกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้บุคลากรยึดมั่นในนโยบายดังกล่าวในนามของกิจการอยู่เสมอ

- ◆ หลีกเลี่ยงการให้ความช่วยเหลือในปริมาณที่มากเกินไป จนก่อให้เกิดอำนาจในการควบคุมทางการเมืองที่ไม่ถูกตรวจสอบ หรือที่อาจเป็นเหตุให้ผู้กำหนดนโยบายเอื้อประโยชน์ต่อกิจการในทางใดทางหนึ่ง

- ◆ ออกกฎหมายห้ามการดำเนินกิจกรรมใด ๆ ที่เกี่ยวกับการโฆษณาชวนเชื่อ การบิดเบือน การคุกคามหรือการบีบบังคับ เป็นต้น

บทที่

6

การต่อต้าน
การทุจริต

การต่อต้านการทุจริต

การต่อต้านการทุจริต ทำได้โดยการกำหนดเป็นนโยบายและกลยุทธ์ โดยผู้นำของกิจการจะต้องเป็นแบบอย่างที่ดี มีการวางแผนบริหาร ความเสี่ยงของการทุจริตคอร์รัปชัน ทั้งในกิจการและผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ รวมทั้งสร้างกลไกการรายงานและติดตามผล เพื่อเสริมสร้างให้พนักงาน ตัวแทน คู่สัญญารับจ้าง และคู่ค้าตระหนักถึงผลของการทุจริตที่อาจ เกิดขึ้น โดยการต่อต้านการทุจริตจะใช้วิธีให้การสนับสนุน หรือร่วมมือกัน เป็นภาคีเครือข่าย

6.1 ความหมาย

การทุจริต (Corruption) หมายถึง การใช้อำนาจที่ได้มาหรือการใช้ ทรัพย์สินที่มีอยู่ในทางมิชอบ เพื่อประโยชน์ส่วนตนหรือก่อให้เกิดความเสียหายต่อประโยชน์ของผู้อื่น การทุจริตอาจเกิดได้หลายลักษณะ อาทิ การติดสินบนเจ้าพนักงานด้วยการชักชวน การเสนอ การให้หรือการรับสินบนทั้งที่เป็นเงินและสิ่งของ การมีผลประโยชน์ทับซ้อน การฉ้อฉล การฟอกเงิน การยกยอก การปกปิดข้อเท็จจริง การขัดขวางกระบวนการ ยุติธรรม การค้าภายใต้แรงอิทธิพล การทุจริตดังกล่าวมิได้หมายความว่ามีความถึงเพียงความสัมพันธ์ระหว่างเอกชนกับหน่วยงานของรัฐเท่านั้น แต่ยังคงครอบคลุมถึงธุรกรรมระหว่างบุคคลหรือกิจการในระหว่างภาคเอกชนด้วยกันเองด้วย

6.2 หลักการและเหตุผลที่ควรปฏิบัติ

การทุจริตเป็นเรื่องที่แม้จะต่อต้านได้ยาก เพราะโดยธรรมชาติของการทุจริตนั้น มักเป็นการสมประโยชน์ระหว่างผู้ให้และผู้รับ การประเมินผลกระทบจึงไม่ชัดเจนและทำได้ยาก ซึ่งต่างจากการไร้ความรับผิดชอบต่อสังคมประเภทอื่น ๆ ที่สามารถระบุผู้เสียหายและวัดผลกระทบได้อย่างเป็นรูปธรรมกว่า เช่น การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างไม่เป็นธรรม การหลอกลวงลูกค้า การละเมิดสิทธิมนุษยชน การทำลายสิ่งแวดล้อม เป็นต้น แต่กิจการต่าง ๆ ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมก็ควรพิจารณาด้วยปัญญา ให้เห็นถึงวิธีการป้องปรามการทุจริตโดยปราศจากความรุนแรง (Nonviolence)¹² ให้เกิดผลสำเร็จได้ เมื่อได้ตระหนักถึงปัจจัยสาเหตุ วิธีการแก้ไข และทำการปฏิบัติได้จริง จนเป็นที่ประจักษ์ในผลสัมฤทธิ์ที่ดีนั้น

¹² การต่อต้านหรือการป้องกันและปราบปรามการทุจริตที่ปราศจากความรุนแรง ยังเป็นการสร้างบุญคุณและแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมได้ในระดับสูงสุดนั้น สามารถดำเนินการได้ด้วยการใช้เทคนิคการบริหารความเสี่ยงองค์กร (Enterprise Risk Management: ERM) ที่มีกระบวนการปัจจัยสาเหตุแห่งความเสี่ยง ทั้งในทางกายภาพและในทางจิตใจ กล่าวคือ ในการบริหารความเสี่ยงทั้งองค์กรหรือ ERM แต่โดยทั่วไป มักไม่มีการระบุสาเหตุปัจจัยความเสี่ยงที่เกิดจากการปฏิบัติของบุคคลากรที่ไม่สามารถควบคุมจิตใจตนเองได้ อันเนื่องมาจากจิตสำนึกการรับรู้ไม่ถูกต้องหรือขาดจิตสำนึก จนกระทั่งองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมสามารถจัดหลักสูตรฝึกอบรมให้ความรู้และพัฒนาจิตใจ ทั้งในชั้นฝึกการถือศีล ฝึกสมาธิ และฝึกพัฒนาปัญญาด้วยการวิปัสสนา (ซึ่งผู้ที่ไม่ได้นับถือศาสนาพุทธหรือไม่นับถือศาสนาใด ๆ ก็ยังสามารถเข้าฝึกได้ เพราะเป็นเรื่องเชิงวิทยาศาสตร์) ดังเช่น องค์กรทันสมัยหลายแห่งในต่างประเทศ ได้นำวิธีการนี้ไปใช้ อันเป็นสัญญาณที่ดีว่ามนุษยชาติกำลังเริ่มเข้าสู่ระดับความเจริญที่เป็นความเจริญของอารยะชนแล้ว เมื่อมีการทำให้ความรู้จริงที่สามารถทดสอบได้ด้วยตนเองว่า สาเหตุแห่งการทุจริตเป็นเพราะความหลงผิด ไม่รู้จริงว่าการทุจริตนั้นจะทำให้ตนเองและกิจการนั้น ๆ ต้องได้รับผลแห่งกรรมในรูปแบบต่าง ๆ แม้การทุจริตจะได้รับสิ่งที่เห็นว่าเป็นประโยชน์เฉพาะหน้าใด ๆ ก็จะไม่ยั่งยืนนานไปได้เลย อีกทั้งแม้ว่าอาจไม่ถูกลงโทษตามกฎหมายก็ไม่อาจพ้นโทษตามกฎหมายแห่งกรรมไปได้

ผลกระทบของการทุจริตในระดับมหภาคที่มักมีผู้กล่าวถึงเสมอได้แก่ การทำให้เกิดความเสื่อมของกระบวนการทางการเมืองและสังคม และการบิดเบือนการแข่งขัน การกระจายรายได้ตลอดจนเป็นอุปสรรคต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ

ส่วนในระดับกิจการ หากผู้กระทำการทุจริตถูกผู้รักษากฎหมายจับได้ การทุจริตก็สามารถถึงกิจการให้ต้องรับโทษทางแพ่ง ทางอาญาและ ถูกแทรกแซงการบริหารโดยผลทางกฎหมาย หรือหากถูกเปิดโปงโดย สื่อมวลชน การทุจริตย่อมบ่อนทำลายประสิทธิภาพและชื่อเสียงทาง จริยธรรมของกิจการ

ผลกระทบเหล่านี้บ่อยครั้งถูกมองว่าเป็นเรื่องไกลตัว เพราะเป็นผล ระดับมหภาค และเชื่อว่าผู้มีอำนาจสามารถหลีกเลี่ยงการถูกตรวจสอบ และถูกจับกุมได้ หรือแม้กระทั่งเห็นว่า ผลประโยชน์จากการทุจริตคุ้มค่า ความเสี่ยง

กิจการต้องตระหนักว่า มุมมองดังกล่าวผิดจากความเป็นจริง อย่างมาก เพราะจากหลักฐานต่างๆ จำนวนมาก ทั้งที่เกิดขึ้นจริงและ ที่เป็นการวิจัยทางวิชาการแสดงให้เห็นว่า ผลกระทบของการทุจริตเป็นเรื่องใกล้ตัวกิจการมากกว่า และส่งผลกระทบรุนแรงกว่าที่ถูกรับรู้ เช่น

- ◆ คู่ค้าต่างชาติจากประเทศที่มีนโยบายแข็งกร้าวต่อการต่อต้าน การทุจริต สามารถทำสัญญาผูกมัด กัดต้นนโยบายการบริหารงาน และการดำเนินกลยุทธ์ต่างๆ ของกิจการไทยให้ปฏิบัติตามด้วย การละเมิด เงื่อนไขสัญญา ไม่ได้มีผลเพียงการยกเลิกธุรกรรมหรือถูกขึ้นบัญชีดำ ในการดำเนินธุรกรรมระหว่างประเทศ แต่รวมถึงการดำเนินคดีตามกฎหมายต่างชาติและกฎหมายไทยกับผู้บริหารกิจการฝ่ายไทยด้วย

◆ กิจกรรมที่ใช้ทรัพยากรของตนไปกับการให้หรือสนับสนุนการทุจริต ไม่เพียงแต่จะเพิ่มความเสี่ยงในการประกอบกิจการ แต่ยังจะสูญเสียความสามารถในการแข่งขันไปเรื่อย ๆ อีกทั้งศักยภาพในการพัฒนานวัตกรรมก็จะต่ำลงไปด้วย

◆ กิจกรรมที่มีชื่อเสียงว่าสามารถ “เรียกได้” เท่ากับว่าได้นำกิจการเข้าสู่วงจรความเสื่อมที่ไม่อาจเลิก “ให้” และไม่รู้ว่าจะต้องให้สินบนไปจนถึงอัตราเท่าใด จนในที่สุดอัตราผลกำไรที่ได้ไม่คุ้มค่าต่อความเสี่ยงในการทุจริต เพราะการที่กิจการหนึ่งเสนอให้สินบน ย่อมเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้รับสินบนใช้อ้างเป็นข้อต่อรองเพิ่มอัตราสินบนเทียบกับคู่แข่ง นอกจากนี้ ก็ยังไม่มีหลักประกันใดที่กิจการนั้น ๆ จะไม่ถูก “เรียก” เพิ่ม

◆ กิจการหรือบุคคลที่เข้าไปเกี่ยวข้องกับกิจการทุจริต ในที่สุดจะกลับสูญเสียความสามารถที่จะร้องขอความช่วยเหลือ และสิทธิในการปกป้องกิจการ เพราะกิจการจะไม่สามารถดำเนินการใด ๆ ได้หากผู้รับสินบนไม่ปฏิบัติตามข้อตกลง

◆ การยื่นหยัดที่จะไม่ใช้กลวิธีการทุจริตใด ๆ เพื่อหาประโยชน์ อาจมีช่องทางเลือกที่ให้ผลกำไรที่ดีที่สุดในระยะสั้น แต่เป็นทางเลือกที่ฉลาดกว่าเสมอ

◆ หากพิจารณาที่ลระธุรกิจ อาจหลงผิดเห็นว่ากิจกรรมที่มีชื่อเสียงในความโปร่งใส ไม่ติดสินบนและต่อต้านการทุจริตอย่างต่อเนื่อง อาจจ่ายแพงกว่าการต่อรองทางการค้าหรือการประมูลบางรายการ แต่หากพิจารณาในระยะยาวจะเห็นว่า เป็นการคุ้มค่าน่ากว่าเพราะกิจการที่ไม่ทุจริต จะมีแรงดึงดูดในการได้ลูกค้าที่ดีกว่า เพราะผู้ที่เข้ามาเกี่ยวข้องและหยิบยื่นโอกาสทางธุรกิจให้กับกิจการที่ดีเหล่านั้น มักไม่ใช่ผู้ที่ประสงค์

จะหาประโยชน์จากการทุจริต และลูกค้าย่อมเป็นผู้ที่ได้ภาพลักษณ์ที่สะอาดติดตัวไปด้วย ในที่สุดกิจการที่ดีเหล่านั้นย่อมมีอัตราผลกำไรที่สูงกว่า

◆ นอกจากนี้จะมีแรงดึงดูดลูกค้าที่ดีแล้ว กิจการที่มีภาพลักษณ์ต่อต้านการทุจริต ยังมีแรงดึงดูดคนดีให้เข้ามาทำงานกับกิจการ ภาพลักษณ์ที่ดียังทำให้พนักงานรู้สึกมีศักดิ์ศรีและความภาคภูมิใจในการเป็นส่วนหนึ่งของกิจการ ซึ่งถือได้ว่าเป็นรางวัลจูงใจตอบแทนพนักงานที่มีต้นทุนต่ำที่สุด

6.3 แนวทางในการปฏิบัติ

แนวทางในการปฏิบัติทั่วไป

1. บริหารความเสี่ยงกิจการ โดยระบุความเสี่ยงและสาเหตุการทุจริต แล้วดำเนินการปฏิบัติเพื่อป้องกันอย่างเข้มข้น ตลอดจนรักษาและปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการทุจริตโดยต่อเนื่อง

2. สร้างความเชื่อมั่น ด้วยการแสดงภาวะผู้นำของกิจการในการเป็นแบบอย่างของการต่อต้านการทุจริต อีกทั้งมุ่งมั่น สนับสนุนและกำกับดูแลการปฏิบัติตามนโยบายการต่อต้านการทุจริตด้วย

3. ส่งเสริมอบรม ตลอดจนให้รางวัลจูงใจพนักงานและตัวแทนของกิจการในการจัดการติดสินบน ด้วยปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

4. เสริมสร้างให้พนักงาน ตัวแทน คู่สัญญา รบ้จ้าง และคู่ค้า ตระหนักถึงการทุจริตที่อาจเกิดขึ้น และการต่อต้านการทุจริต

5. สร้างหลักประกันว่าค่าตอบแทนที่ให้กับพนักงานและตัวแทนเพียงพอ และเป็นไปเพื่อบริการที่ซื่อสัตย์เท่านั้น

6. สร้างและรักษาระบบต่อต้านการทุจริตที่มีประสิทธิผล (หากมีวิธีการอื่น ๆ ที่ดียิ่งขึ้น) นอกเหนือไปจากวิธีการบริหารความเสี่ยงของกิจการ

7. สนับสนุนให้พนักงาน หุ้นส่วน ตัวแทน และคู่ค้า รายงานการละเมิดนโยบายของกิจการและการปฏิบัติที่ไม่เป็นธรรมหรือไร้จริยธรรม

8. นำเสนอเรื่องการละเมิดกฎหมายอาญาให้ผู้มีอำนาจที่เหมาะสมได้รับทราบ

9. ดำเนินการต่อต้านการทุจริต ด้วยการสนับสนุนหรือร่วมเป็นภาคีกับกิจการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ให้ปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตในลักษณะเดียวกันด้วย เป็นต้น

แนวทางในการปฏิบัติแบบกลุ่มความร่วมมือ

นอกจากแนวทางข้างต้นที่สามารถนำไปปฏิบัติเฉพาะตนแล้ว การต่อต้านการทุจริตจะมีพลังมากขึ้นและส่งผลสัมฤทธิ์มากกว่า หากมีการร่วมมือกันเองระหว่างกลุ่มกิจการ (Collective Action) เป็นการยกระดับการปฏิบัติให้เป็นแบบก้าวหน้า การพัฒนาเครือข่ายเชื่อมโยง แบ่งปันและช่วยเหลือกันต่อต้านการทุจริตด้วยการร่วมกัน ไม่เข้าไปเกี่ยวข้อง ไม่เสนอให้สินบน เป็นต้น จากการศึกษาของ UN Global Compact และ Transparency International พบว่าภูมิคุ้มกันระดับนี้เกิดขึ้นได้ดีที่สุด หากกิจการแนวร่วมร่วมกันกำหนดกรอบการปฏิบัติ แบ่งปันกรณีศึกษาและแนวทางแก้ปัญหา และถ่ายทอดแบบอย่างการปฏิบัติที่ดีให้กับพนักงาน โดยหลักทฤษฎีการบริหาร เครือข่ายจะก่อให้เกิดผลกระทบเป็นวัฏจักรที่เสริมแรงตนเอง กล่าวคือยังมีสมาชิกมาก

เท่าใด ก็ยังมีคนอยากสมัครเข้าร่วมเป็นสมาชิกด้วยมากขึ้น ดังนั้น การสร้างภูมิคุ้มกันที่ดีที่สุดในระดับนี้ คือการเข้าร่วมและปฏิบัติตาม เจตนารมณ์กับเครือข่ายแนวร่วม และชักชวนกิจการที่เกี่ยวข้องให้ ร่วมด้วย

ดังนั้น แนวปฏิบัติที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่สามารถทำได้ในทันที คือการเข้าร่วมเครือข่ายของภาคเอกชนไทยในลักษณะที่เป็นโครงการ ร่วมกันปฏิบัติการที่เป็นธรรมเพื่อต่อต้านการทุจริต ซึ่งกิจการชั้นนำของ ประเทศกว่า 50 แห่ง ได้ร่วมกันประกาศเจตนารมณ์ในปี 2554 โดย กำหนดแนวปฏิบัติที่กิจการร่วมสัตยาบันจะดำเนินการ ได้แก่

1. การกำหนดนโยบายห้ามการติดสินบนทุกรูปแบบ
2. ประกาศใช้ “จรรยาบรรณธุรกิจ” ที่ให้ความสำคัญต่อการปลอด การทุจริต (Zero Fraud) เพื่อเป็นแนวปฏิบัติสำหรับผู้บริหารและพนักงาน ที่นำไปสู่ความสำเร็จและความสุขอันยั่งยืน
3. อบรมพนักงานเพื่อส่งเสริมความซื่อสัตย์สุจริต
4. บริหารความเสี่ยงของกิจการและจัดการระบบการควบคุมภายใน ทั้งทางกายภาพและทางจิตใจให้เหมาะสม เพื่อป้องกันการประทุติ มิชอบต่าง ๆ
5. กำหนดกลไกการรายงานสถานะทางการเงินที่ถูกต้อง และ โปร่งใส
6. จัดให้มีช่องทางทางการสื่อสารสำหรับแจ้งเบาะแส มีมาตรการ คุ้มครองผู้แจ้ง ตลอดจนมีกระบวนการตรวจสอบทุกเบาะแสที่ได้รับแจ้ง อย่างเป็นธรรม
7. จัดทำการประเมินผลและตัวชี้วัด (KPI) ในการประกันคุณภาพ ให้ดียิ่งขึ้น ด้วยการแสดงให้เห็นประโยชน์ที่ได้รับจากการไม่เกี่ยวข้องกับ การทุจริต

แนวร่วมดังกล่าวยังแสดงเจตนาที่มุ่งจะเปิดเผยและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ แนวปฏิบัติที่ดี และแนวทางความสำเร็จ เพื่อให้การต่อต้านการทุจริตพัฒนามากกว้างขวางมากยิ่งขึ้น โดยการร่วมมือกับกิจการในอุตสาหกรรมเดียวกัน รวมทั้งคู่แข่งและผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ ด้วย

บทที่

7

การเคารพ

สิทธิมนุษยชน

การเคารพสิทธิมนุษยชน

กิจการต้องเคารพต่อชีวิตและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของทุกคน ซึ่งนับเป็นรากฐานของการบริหารและการพัฒนาทรัพยากรบุคคล รวมทั้งการสร้างมนุษยสัมพันธ์ โดยแนวทางปฏิบัติแบ่งได้เป็น (1) การจัดทำนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนให้เป็นไปตามข้อกำหนดของมาตรฐานสากล ครอบคลุมทั้งกิจการ สร้างองค์ความรู้ด้านสิทธิมนุษยชนในกิจการ และมีการประเมินผลเป็นระยะ (2) การบริหารจัดการความเสี่ยง โดยประเมินความเสี่ยงที่อาจเกิดจากการละเมิดสิทธิมนุษยชน ทั้งในกิจการ ชุมชน และสังคม รวมถึงละเว้นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการร่วมกระทำผิด ทั้งทางตรงและทางอ้อม และ (3) มีกลไกการคุ้มครองและเยียวยา โดยเปิดโอกาสให้พนักงาน ชุมชนและสังคมมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น

7.1 ความหมาย

หลักสำคัญในการเคารพสิทธิมนุษยชนสำหรับกิจการที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม นับเป็นรากฐานของการบริหารและการพัฒนาทรัพยากรบุคคลรวมทั้งมนุษยสัมพันธ์อันมีความเชื่อมโยงกับกิจการในลักษณะทำให้มีคุณภาพและคุณค่าสูงขึ้น จึงต้องมีความเคารพต่อชีวิตและศักดิ์ศรีในความเป็นมนุษย์ของคนทุกคน

สิทธิมนุษยชนเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานที่มีมาแต่เกิด ไม่ว่าจะเกิดที่ไหนก็ตาม ไม่ว่าจะเป็นใคร มีถิ่นกำเนิด สัญชาติ เชื้อชาติ เผ่าพันธุ์ สีผิว ศาสนา ภาษา หรือสถานะทางสังคมเช่นใด ทุกคนต่างมีสิทธินี้อย่างเท่าเทียมกัน โดยไม่ควรถูกเลือกปฏิบัติ เพราะทรัพยากรบุคคลและมนุษย์ที่มีคุณภาพ คือปัจจัยสำคัญของกิจการที่นำมาใช้สร้างมูลค่าเพิ่ม ผลผลิต รวมทั้งความสามารถในการแข่งขันและความเจริญรุ่งเรืองในทุกๆ ด้านของประเทศชาติ

สิทธิมนุษยชนต่างจากสิทธิตามกฎหมาย กฎหมายบางฉบับอาจไม่มี บทบัญญัติที่รองรับสิทธิขั้นพื้นฐานอย่างเพียงพอ และสิทธิตามกฎหมาย อาจแตกต่างกันตามแต่ละบริบทของแต่ละประเทศ แต่สิทธิมนุษยชน เป็นหลักคุณค่า และมีความเป็นสากลที่ได้รับการยอมรับจากนานาชาติ ร่วมกัน

ปฏิญญาสากล (Universal Declaration on Human Rights) ว่าด้วย สิทธิมนุษยชน¹³ ซึ่งได้รับการรับรองจากองค์การสหประชาชาติในปี พ.ศ. 2491 คือรากฐานสำคัญในการวางแนวคิดและหลักการว่าด้วย มาตรฐานขั้นต่ำในการดำรงชีวิตสำหรับมนุษย์ ปฏิญญาฉบับนี้เรียกร้อง ให้ปัจเจกชนทุกคนและทุกภาคส่วนของสังคม ส่งเสริมและคุ้มครอง สิทธิและเสรีภาพ ตลอดจนปฏิบัติต่อกันอย่างเสมอภาคบนพื้นฐานของ ความเคารพในชีวิตและศักดิ์ศรีซึ่งกันและกัน

นอกจากนี้ ยังมีกฎหมายระหว่างประเทศอีก 7 ฉบับซึ่งมุ่งคุ้มครอง ประเด็นสิทธิมนุษยชนที่เฉพาะเจาะจง ได้แก่

1. อนุสัญญาระหว่างประเทศว่าด้วยการจัดการเลือกปฏิบัติทาง เชื้อชาติในทุกรูปแบบ
2. อนุสัญญาว่าด้วยการจัดการเลือกปฏิบัติต่อสตรีในทุกรูปแบบ

¹³ ดูข้อมูลเพิ่มเติมเรื่องปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชนในภาคผนวก 6

3. อนุสัญญาว่าด้วยการต่อต้านการทรมาน หรือการลงโทษที่โหดร้ายไร้มนุษยธรรม หรือย่ำยีในศักดิ์ศรี
4. อนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็ก¹⁴
5. อนุสัญญาว่าด้วยการคุ้มครองสิทธิของแรงงานข้ามชาติ และสมาชิกในครอบครัว
6. อนุสัญญาว่าด้วยสิทธิของคนพิการ และ
7. อนุสัญญาเพื่อการคุ้มครองบุคคลทุกคนจากการถูกบังคับให้สูญหาย

ตราสารเหล่านี้ ถือเป็นพื้นฐานของมาตรฐานระหว่างประเทศว่าด้วยสิทธิมนุษยชน ซึ่งมีผลบังคับต่อประเทศสมาชิกที่ได้ให้สัตยาบันหรือเป็นภาคีในอนุสัญญาฉบับต่าง ๆ ต้องมีพันธะผูกพันในหน้าที่ที่จะเคารพ ส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิมนุษยชน

7.2 หลักการและเหตุผลที่ควรปฏิบัติ

สิทธิมนุษยชน คือ การรู้จักคำนึงถึงชีวิตของกันและกัน เอาใจใส่ดูแลในความทุกข์และความสุขของกันและกัน รวมทั้งช่วยเหลือซึ่งกันและกันเมื่อมีเหตุทุกข์ภัย เป็นคุณธรรมขั้นพื้นฐานของการดำรงชีวิตของมนุษย์ สำหรับกิจการควรปฏิบัติต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นพนักงาน ชุมชนและสังคมรอบข้าง ด้วยความเคารพในคุณค่าของมนุษย์และไม่ละเมิดสิทธิขั้นพื้นฐานของพวกเขา ทำให้กิจการได้รับความน่าเชื่อถือและการยกย่อง ทั้งสินค้าและบริการก็จะได้รับการสนับสนุนเหนือคู่แข่งได้โดยไม่ต้องโฆษณามากเกินไป

¹⁴ ข้อมูลเกี่ยวกับสิทธิเด็กเพิ่มเติมเรื่อง Children Right and Business Principles ได้ที่เว็บไซต์ของ UNICEF ที่ลิงก์ <http://www.unicef.org/csr/12.htm> หรือเอกสารเกี่ยวกับ Children Right and Business Principles โดยตรงที่ลิงก์ http://www.unicef.org/csr/css/PRINCIPLES_23_02_12_FINAL_FOR_PRINTER.pdf

หากพิจารณาตามหลักจารีตประเพณีของปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน รัฐคือผู้รับผิดชอบเบื้องต้นต่อการละเมิดสิทธิมนุษยชน สนธิสัญญาาระหว่างประเทศว่าด้วยสิทธิมนุษยชน ยังกำหนดพันธกรณีที่ผูกพันรัฐซึ่งให้สัตยาบัน ต้องเคารพ ค้ำครอง และทำให้สิทธิมนุษยชนของประชาชนเป็นจริง

อย่างไรก็ตาม นอกจากรัฐแล้ว กิจการเองในฐานะหน่วยหนึ่งของสมาชิกในสังคมย่อมมีหน้าที่เคารพและค้ำครองสิทธิมนุษยชนเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อคำนึงว่าปัจจุบันนี้กิจการต่างๆ มีบทบาทในการพัฒนาการค้าและเข้าไปอยู่ในกลไกความสัมพันธ์ทางการเมืองและเศรษฐกิจที่มีความซับซ้อนมากขึ้น กิจการจึงถูกคาดหวังให้แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชนและต่อสิ่งแวดล้อมด้วยความเคารพในคุณค่าของมนุษย์และหลักสิทธิมนุษยชนเช่นกัน

ด้วยเหตุนี้ สิทธิมนุษยชนจึงไม่ใช่เป็นเพียงเรื่องของรัฐหรือเจ้าหน้าที่บังคับใช้กฎหมาย แต่เป็นเรื่องขององค์กรธุรกิจ กิจการ ผู้ประกอบการ ประชาชนและปัจเจกชนทุกคน มิฉะนั้นกิจการอาจจะประสบปัญหาได้

7.3 แนวทางในการปฏิบัติ

การจัดทำนโยบายด้านสิทธิมนุษยชน

1. ส่งเสริมให้มีการเฝ้าระวังการปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านสิทธิมนุษยชนภายในกิจการของตน และกระตุ้นให้มีการปฏิบัติตามหลักการสิทธิมนุษยชนอันเป็นมาตรฐานสากล ซึ่งครอบคลุมไปถึงกิจการในเครือข่ายร่วมทุนและคู่ค้า

2. จัดทำนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนสำหรับกิจการ ครอบคลุมตั้งแต่ระดับคณะกรรมการและผู้บริหาร ลงไปถึงระดับพนักงานผู้ปฏิบัติงาน

ตลอดจนบูรณาการนโยบายสิทธิมนุษยชนให้ใช้ได้ทุกแผนกทั่วทั้งกิจการ

3. สร้างองค์ความรู้ด้านสิทธิมนุษยชนในกิจการ พร้อมทั้งปลูกจิตสำนึกให้บุคลากรในกิจการยึดถือและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชน

4. หาวิธีประเมินการปฏิบัติตามนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนเป็นระยะ เพื่อใช้ในการปรับปรุง จัดลำดับความสำคัญ และหาวิธีแก้ไขหากเกิดปัญหา

การบริหารจัดการความเสี่ยงและการนำไปปฏิบัติ

1. วางแผนการดำเนินโครงการของกิจการอย่างรอบคอบ ระมัดระวังประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ ทั้งที่กำลังปฏิบัติการหรือที่มีแผนในอนาคตว่าจะส่งผลกระทบต่อการละเมิดสิทธิของพนักงาน ชุมชน และสังคมในสภาพแวดล้อมอย่างไร พร้อมทั้งหามาตรการป้องกัน

2. กำกับดูแลกิจการไม่ให้สร้างปัญหา ที่อาจมีส่วนทำให้เกิดการละเมิดสิทธิของชุมชน หรือในพื้นที่ที่มีการดำเนินโครงการ

3. ละเว้นการร่วมกระทำความผิดอันอาจก่อให้เกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชนทั้งโดยทางตรงและทางอ้อม อาทิ ไม่เพิกเฉยต่อการที่กองกำลังเจ้าหน้าที่ ทหารหรือตำรวจเข้าปราบปราม หรือใช้มาตรการกดดันการชุมนุมการประท้วงอย่างสงบของประชาชนในพื้นที่ที่กิจการดำเนินโครงการอยู่

4. ละเว้นการร่วมกระทำผิดจากการดำเนินโครงการของกิจการ อันเป็นเหตุให้ประชาชนต้องละถิ่นฐานบ้านเกิดและที่ดินทำกิน หากการดำเนินการนั้น เป็นไปตามกฎหมายไทยและปฏิบัติตามมาตรฐานสากล ก็ควรให้ความมั่นใจได้ว่า ผู้ได้รับผลกระทบจากโครงการได้รับค่าชดเชยที่เพียงพอ

กลไกการคุ้มครอง เยียวยา และการมีส่วนร่วม

1. แก้ไขปัญหาอันเกิดจากผลกระทบในทางลบที่เป็นการละเมิดสิทธิมนุษยชน อันเนื่องมาจากการตัดสินใจและการดำเนินการในด้านต่าง ๆ และปรับปรุงให้ดีขึ้น

2. จัดทำกลไกการร้องเรียนและร้องทุกข์อย่างเหมาะสม สำหรับเป็นช่องทางให้พนักงานในกิจการ หรือผู้ที่เชื่อว่าสิทธิของตนถูกละเมิด หรือได้รับการปฏิบัติอย่างไม่เป็นธรรม สามารถแสวงหาหนทางเยียวยาได้ โดยควรมีการประชาสัมพันธ์ให้กลไกนี้เป็นที่รับทราบอย่างทั่วถึง

3. กลไกการรับเรื่องร้องเรียนและร้องทุกข์ ควรมีขั้นตอนและกรอบระยะเวลาที่ชัดเจน มีความเป็นอิสระในการตรวจสอบและการตัดสินใจ โดยให้คำนึงว่า ผลลัพธ์ที่ออกมาและการเยียวยาใด ๆ ควรเป็นไปตามหลักสิทธิมนุษยชน

4. ใช้การสานเสวนาและการเจรจาเพื่อไกล่เกลี่ย อันเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการแก้ไขข้อร้องทุกข์ เพื่อแสวงหาทางออกที่เป็นที่ตกลงกันได้ของทั้งสองฝ่าย

5. ส่งเสริมและเปิดโอกาสให้พนักงาน ชุมชนและสังคมมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น หากมีการกระทำของกิจการหรือบุคลากรในกิจการที่อาจเป็นการละเมิดสิทธิ ทั้งนี้ เพื่อเป็นประโยชน์ในการสะท้อนปัญหาและค้นหาแนวทางแก้ไข

บทที่

8

การปฏิบัติ

ต่อแรงงาน
อย่างเป็นธรรม

การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม

แรงงานมีสิทธิขั้นพื้นฐานที่จะเลือกทำงานได้ตามความต้องการของตน และมีสิทธิที่จะอยู่ในสภาพการทำงานที่ดีมีความยุติธรรม ดังนั้น กิจการต้องเคารพและปฏิบัติตามกฎหมาย และหลักจริยธรรม ซึ่งแนวทางปฏิบัติของกิจการที่สำคัญคือ การไม่เลือกปฏิบัติในการจ้างงาน ไม่ใช่แรงงานบังคับ ไม่ใช่แรงงานเด็ก พนักงานมีเสรีภาพในการสมาคม และร่วมการเจรจาต่อรองเพื่อได้รับความคุ้มครองทางสังคม รวมทั้งกิจการต้องจัดให้มีสภาพแวดล้อมที่คำนึงถึงสุขภาพ และความปลอดภัยในการทำงาน

8.1 ความหมาย

การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมโดยการปฏิบัติต่อผู้ใช้แรงงานอย่างเป็นธรรม คือการเคารพและปฏิบัติตามกฎหมายและหลักจริยธรรม ซึ่งมีส่วนสำคัญยิ่งที่จะสร้างความยุติธรรม ความมั่นคงและความสงบสุขในสังคม อันรวมถึงความมั่นคงยั่งยืนและความเจริญเติบโตของกิจการเอง

ขอบเขตของการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นทางการ แบ่งเป็น 3 ประการ คือ

1. เคารพสิทธิในการทำงานตามหลักสิทธิมนุษยชน และตามปฏิญญาว่าด้วยหลักการและสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงานขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ

- ◆ การไม่เลือกปฏิบัติ ได้แก่ การไม่แบ่งแยก กีดกัน สร้างอคติ หรือลำเอียงในการจ้างงาน

- ◆ การไม่ใช้แรงงานบังคับ คือไม่เกี่ยวข้องหรือได้รับผลประโยชน์อันเกิดจากการเกณฑ์แรงงาน โดยวิธีขู่เข็ญว่าจะลงโทษ ซึ่งทำให้บุคคลผู้นั้นขาดความสมัครใจที่จะทำงาน

- ◆ การไม่ใช้แรงงานเด็ก หมายถึงกำลังแรงงานนั้นต้องเป็นผู้ที่มีอายุไม่น้อยกว่า 15 ปี และต้องจบการศึกษาภาคบังคับแล้ว

- ◆ การเคารพในสิทธิและเสรีภาพของพนักงานที่จะรวมกลุ่มเป็นสมาคมและเจรจาต่อรองร่วม โดยทั้งฝ่ายนายจ้างและลูกจ้างต่างมีสิทธิที่จะจัดตั้งองค์กรของตนที่ตนเป็นผู้เลือก ตามที่กำหนดไว้ในกฎหมายและ/หรือกฎระเบียบกิจการ

2. ให้ความคุ้มครองทางสังคม การคุ้มครองสภาพการทำงานของลูกจ้าง

- ◆ การจ่ายค่าจ้างและค่าตอบแทนในรูปแบบต่าง ๆ เวลาทำงาน การหยุดพักผ่อน วันหยุด

- ◆ การลงโทษทางวินัย

- ◆ การให้ออกจากงาน

- ◆ การคุ้มครองแรงงานหญิงตั้งแต่ตั้งครรภ์ไปจนถึงคลอดบุตร

- ◆ การจัดสวัสดิการต่างๆ เช่น น้ำดื่มที่สะอาดปลอดภัย อาชีวอนามัยในสถานประกอบการ โรงอาหาร การเข้าถึงบริการทางการแพทย์ที่สถานประกอบการจะจัดหาให้ ตลอดจนการให้หลักประกันความมั่นคง เมื่อต้องว่างงาน เจ็บป่วย ทูพพลภาพ ชราภาพ หรือสูญเสียชีวิต

3. ให้ความสำคัญคุ้มครองสุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน

- ◆ การส่งเสริมและรักษามาตรฐานความเป็นอยู่ที่ดีของแรงงาน ทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ

- ◆ การป้องกันไม่ให้เกิดการกระทำที่อาจก่อให้เกิดความไม่ปลอดภัยในการทำงาน ตลอดจนปลอดภัยจากความเสียด้านสุขภาพ

8.2 หลักการและเหตุผลที่ควรปฏิบัติ

แรงงาน คือ ผู้เกี่ยวข้องหรือเป็นผู้มีส่วนได้เสียโดยตรงของกิจการ เนื่องจากกิจการไม่อาจดำเนินไปได้ หากไร้ซึ่งกำลังแรงงานที่จะขับเคลื่อนการผลิตและบริการ แม้ว่าภารกิจที่กิจการได้สร้างงานและจ่ายค่าตอบแทนแก่แรงงานตามผลงานที่ทำ จะถือเป็นส่วนหนึ่งของการตอบแทนทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคม แต่เมื่อคำนึงว่า ความสัมพันธ์ทางอำนาจในการจ้างงานระหว่างนายจ้างและลูกจ้างนั้นไม่เท่าเทียมกัน แรงงานซึ่งมีความเปราะบางเป็นพื้นฐานและมีความเสี่ยงสูงต่อการถูกละเมิดสิทธิ จึงสมควรได้รับความคุ้มครองในหลายด้าน ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน และกติการะหว่างประเทศว่าด้วยสิทธิทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ให้ความสำคัญคุ้มครองสิทธิขั้นพื้นฐานของแรงงานที่จะเลือกทำงานได้ตามความต้องการของตน รวมถึงสิทธิที่จะอยู่ในสภาพการทำงานที่ดีและยุติธรรม กิจการจึงมีหน้าที่ที่จะต้องปฏิบัติต่อแรงงานด้วยความเคารพในสิทธิขั้นพื้นฐานนี้

การไม่ละเมิดสิทธิมนุษยชนของผู้ใช้แรงงาน และในทางตรงข้าม การส่งเสริมโอกาสและความก้าวหน้าในการทำงาน พร้อมทั้งพัฒนาศักยภาพของมนุษย์และมาตรฐานการครองชีพของแรงงาน ย่อมเป็นการปฏิบัติตามหลักคุณธรรมและจริยธรรมที่ดีเยี่ยมของกิจการ และยังช่วยเสริมสร้างกิจการให้เกิดความมั่นคงและมีความเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนได้อีกด้วย

8.3 แนวทางในการปฏิบัติ

การไม่เลือกปฏิบัติในการจ้างงาน

1. จัดทำนโยบายการจ้างงานที่ปลอดจากการเลือกปฏิบัติ ยืนยันความเสมอภาคทางโอกาส โดยไม่นำความแตกต่างด้านเชื้อชาติ สีผิว เพศ ภาวะ ศาสนา สัญชาติ ภูมิหลังของบุคคล ความคิดเห็นทางการเมือง อายุ หรือความทุพพลภาพ มาเป็นปัจจัยในการพิจารณาและตัดสินใจจ้างงาน รวมถึงจัดปัจจัยอื่นๆ ที่อาจนำไปสู่การเลือกปฏิบัติ เช่น สถานภาพสมรส การติดเชื้อเอชไอวี/เอดส์ เป็นต้น

2. จัดทำนโยบายว่าด้วยการส่งเสริมการจ้างงานสำหรับกลุ่มแรงงานที่มีสถานะเปราะบาง อาทิ เปิดโอกาสให้มีการจ้างงานคนพิการ จัดทำหรือมีส่วนร่วมในโครงการที่ส่งเสริมการจ้างงานแรงงานผู้เยาว์ (อายุ 15-18 ปี) และผู้สูงอายุ

3. พัฒนานักงานเพื่อฝึกฝนทักษะและเพิ่มพูนศักยภาพ โดยเปิดโอกาสให้นักงานมีการเรียนรู้และเลื่อนตำแหน่ง เพื่อความก้าวหน้าในการทำงานเมื่อมีโอกาสที่เหมาะสม รวมทั้งส่งเสริมให้ผู้หญิงได้ขึ้นสู่ตำแหน่งงานที่สูงขึ้น ในสัดส่วนที่สมดุลกับผู้ชายได้มากยิ่งขึ้น

4. ประเมินวิธีการดำเนินการที่เกี่ยวข้องและประเมินผลอย่างสม่ำเสมอ ในการปฏิบัติตามนโยบายว่าด้วยการส่งเสริมการจ้างงาน รวมถึงส่งเสริมโอกาสและความก้าวหน้าในกิจการ

5. สร้างสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในที่ทำงานสำหรับคนพิการ ที่สมเหตุสมผล

6. ไม่ปลดหรือเลิกจ้างพนักงาน อันเป็นการตัดสินใจของผู้แทนฝ่ายบริหารแต่เพียงฝ่ายเดียว หรือการตัดสินใจนั้นอยู่บนฐานของการเลือกปฏิบัติ

การไม่ใช้แรงงานบังคับ

1. สนับสนุนและเคารพในการปกป้องสิทธิมนุษยชน ตรวจสอบราดูแลมิให้กิจการของตนเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับการล่วงละเมิดสิทธิ เช่น ไม่สนับสนุนการใช้แรงงานบังคับ ตลอดจนส่งเสริมให้พนักงานมีคุณภาพในการใช้ชีวิตระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว

2. หลีกเลี่ยงการได้รับประโยชน์จากการใช้แรงงานนักโทษ ยกเว้นนักโทษนั้นได้รับการพิจารณาบทลงโทษจากศาลแล้ว และการใช้แรงงานนั้นอยู่ในความดูแลและความคุมของหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีระบบที่ให้หลักประกันค่าตอบแทนที่เป็นธรรมตามกฎหมาย

3. ไม่บังคับให้คนงานทำงานล่วงเวลา เพื่อแลกกับการไม่ถูกลงโทษหรือหักค่าจ้าง หรือให้ทำงานเกินชั่วโมงทำงานปกติมากเกินไป

4. เมื่อต้องมีการจ้างงานคนงานโยกย้ายถิ่นฐานหรือแรงงานข้ามชาติ ต้องไม่ยึดเอกสารประจำตัวหรือหนังสือเดินทางของแรงงานเหล่านี้ไว้ เพื่อถ่วงรั้งให้คนงานอยู่กับตนจนครบระยะสัญญาจ้าง

การไม่ใช้แรงงานเด็ก

1. จัดทำนโยบายที่ชัดเจนและให้คำมั่นที่จะไม่สนับสนุนการใช้แรงงานเด็ก รวมถึงไม่ให้พนักงานเข้าไปข้องเกี่ยวกับการค้าประเวณีเด็กหรือการแสวงหาประโยชน์อื่น ๆ จากเด็ก

2. หากพบการใช้แรงงานเด็กในสถานประกอบการ หรือที่อยู่ในสภาพแวดล้อมของการประกอบกิจการ รวมทั้งที่เป็นเครือข่ายหรือหน่วยงานของกิจการเอง ในเบื้องต้นให้ย้ายแรงงานเด็กออกจากพื้นที่การทำงานนั้นเสียก่อน จากนั้นจึงพิจารณาให้ความช่วยเหลือที่เหมาะสม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การให้เด็กเข้ารับการศึกษาคือเนื่องตามการศึกษาภาคบังคับ

เสรีภาพในการสมาคมและการเจรจาต่อรองร่วม

1. ยอมรับและรับรององค์การตัวแทนของพนักงาน หรือสหภาพแรงงานที่พนักงานจัดตั้งหรือเข้าร่วม เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการเจรจาต่อรองร่วม และใช้เป็นกลไกในการเจรจาร่วมกันเกี่ยวกับเงื่อนไขและสภาพการจ้างงาน

2. จัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกตามความเหมาะสม ที่จะเอื้อให้สหภาพแรงงานหรือตัวแทนพนักงานทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และปฏิบัติหน้าที่โดยไม่ถูกแทรกแซงการทำงาน

3. ให้ข้อมูลสำคัญแก่พนักงานและตัวแทนพนักงาน เพื่อให้ทราบผลการดำเนินงานและสภาพที่แท้จริงของกิจการ รวมถึงแจ้งข้อมูลที่สมเหตุสมผลและภายในระยะเวลาที่สมควร โดยเฉพาะเมื่อต้องมีการเปลี่ยนแปลงใดๆ ภายในกิจการ ควรหารือร่วมกับตัวแทนพนักงานเพื่อลดผลกระทบให้มากที่สุด เช่น พิจารณามาตรการอื่นที่เป็นไปได้ก่อนการตัดสินใจปิดกิจการซึ่งจะกระทบการจ้างงาน

4. สนับสนุนการหารือ/ความร่วมมือระหว่างนายจ้างกับพนักงาน และตัวแทนพนักงาน เพื่อให้เกิดการพัฒนาคุณภาพชีวิตการทำงาน

5. เคารพสิทธิในการแสดงความคิดเห็นของพนักงาน ซึ่งครอบคลุมถึงการมีอิสระในการให้ความเห็นโดยปราศจากการแทรกแซง การได้รับข้อมูลหรือความเห็นผ่านสื่อต่าง ๆ รวมทั้งจัดให้มีช่องทางการสื่อสารเพื่อรับฟังความคิดเห็นของพนักงาน

ความคุ้มครองทางสังคม

1. จัดให้มีเงื่อนไขการทำงานที่เป็นธรรมสำหรับพนักงาน และให้พนักงานได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสมตามศักยภาพ หรือตามข้อตกลงร่วมระหว่างนายจ้างและลูกจ้าง โดยพิจารณาความพอเพียงต่อความจำเป็นของพนักงานและครอบครัวเป็นอย่างน้อย และตามมาตรฐานอุตสาหกรรมหรือมาตรฐานการครองชีพที่ควรจะเป็น

2. เคารพและปฏิบัติตามข้อกำหนดที่สูงกว่าหรือเข้มข้นกว่าบทบัญญัติในกฎหมาย ซึ่งข้อกำหนดที่สูงกว่านี้ อาจจะมาจากการตกลงกันและมีผลบังคับใช้ตามกฎหมายเช่นกัน เช่น ข้อตกลงร่วมระหว่างนายจ้างกับสหภาพแรงงาน

3. จัดสภาพการทำงานที่เหมาะสมให้พนักงานทำงานได้อย่างปลอดภัยและมีศักดิ์ศรี อาทิ คำนึงถึงการจ่ายค่าจ้าง การทำงานล่วงเวลาที่สมเหตุสมผล มีวันพักผ่อนประจำสัปดาห์และวันลาพักผ่อนประจำปี ระบบการดูแลสุขภาพและความปลอดภัย การดูแลครรภ์และการลาคลอด เป็นต้น โดยที่พนักงานสามารถทำงานได้เต็มศักยภาพและแบ่งเวลาให้แก่ครอบครัวได้เช่นเดียวกัน

4. จัดให้มีนโยบายปกป้องพนักงาน ไม่กลั่นแกล้งหรือลงโทษทางวินัยกับพนักงานที่มีการรายงานอย่างสุจริตต่อผู้บริหารหรือหน่วยงานของรัฐ เกี่ยวกับการกระทำที่ไม่ถูกต้องที่เกิดขึ้นภายในกิจการ

5. กำหนดสภาพแวดล้อมในการทำงานให้สอดคล้องวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นและทางศาสนา ในพื้นที่ที่สถานประกอบการตั้งอยู่

6. พิจารณาจัดทำนโยบายให้มีศูนย์เลี้ยงเด็กในสถานประกอบการ ซึ่งบริการดังกล่าว มีส่วนช่วยสร้างคุณภาพระหว่างการทำงานและการแบ่งเวลาให้ครอบครัว และรักษาพนักงานไว้กับกิจการ

สุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน

1. พัฒนานโยบายความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในสถานประกอบการ

2. ปฏิบัติตามนโยบายความปลอดภัยและอาชีวอนามัยของสถานประกอบการ โดยวางระบบบริหารจัดการ อาทิ การกำจัดทิ้ง ทดแทน การควบคุมด้วยระบบวิศวกรรม จัดทำขั้นตอนการปฏิบัติงานและการใช้อุปกรณ์คุ้มครองความปลอดภัยส่วนบุคคล

3. วิเคราะห์และหามาตรการเพื่อควบคุมความเสี่ยงด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในการทำงาน รวมถึงจัดให้มีระบบป้องกันมลพิษที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติงาน จัดให้มีสถานที่ทำงานที่สะอาด เพื่อความปลอดภัยจากอันตรายที่อาจเกิดขึ้น ทั้งจากอุบัติเหตุและโรคภัย

4. สื่อสารและให้ความรู้แก่พนักงานเกี่ยวกับข้อกำหนดว่าด้วยวิธีปฏิบัติที่ปลอดภัยในการทำงานต่าง ๆ และให้แน่ใจว่าพนักงานเข้าใจและทำตามระเบียบปฏิบัติได้ถูกต้อง

5. จัดหาอุปกรณ์ความปลอดภัยและอุปกรณ์คุ้มครองความปลอดภัยส่วนบุคคลที่จำเป็นให้พนักงาน ทั้งประเภทที่ไม่ได้ทำงานประจำ (Part - time) หรือเป็นพนักงานชั่วคราว (Temporary) รวมถึงพนักงานรับเหมาช่วง (Subcontractor) ทั้งนี้ เพื่อป้องกันการประสบอันตรายจนได้รับบาดเจ็บ ความเจ็บป่วย และอุบัติเหตุจากการทำงาน รวมถึงกรณีฉุกเฉินอื่นๆ

6. เคารพและยึดถือหลักการที่ว่า นายจ้างเป็นผู้มีหน้าที่ในการกำหนดมาตรการ และจัดหาอุปกรณ์คุ้มครองความปลอดภัยและอาชีวอนามัยให้พนักงาน ค่าใช้จ่ายในการจัดหาสิ่งเหล่านี้จึงควรเป็นของนายจ้าง ไม่ใช่พนักงาน

7. บันทึกและสอบสวนอุบัติการณ์และปัญหาต่างๆ ที่เกี่ยวกับความปลอดภัยและอาชีวอนามัย

8. ประเมินความเสี่ยงด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในการทำงาน ซึ่งแตกต่างกันไปตามประเภทของงานและสถานภาพของพนักงาน เช่น ความเสี่ยงสำหรับคนงานหญิงที่ตั้งครรภ์ ผู้ที่เพิ่งคลอดบุตร หรืออยู่ในระยะให้นมบุตร หรือคนงานที่เป็นผู้พิการ คนงานที่เพิ่งเข้าทำงานและยังไม่มีประสบการณ์การทำงาน และแรงงานผู้เยาว์ เป็นต้น

9. ให้พนักงานมีส่วนร่วมในระบบบริหารจัดการความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสิ่งแวดล้อม และเคารพสิทธิของพนักงาน ดังนี้

- ◆ พนักงานมีสิทธิได้รับข้อมูลเต็ม ถูกระบุ และในระยะเวลาที่เหมาะสม และแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศ (best practices) เกี่ยวกับความเสี่ยงและการป้องกันความเสี่ยงด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย

- ◆ พนักงานมีสิทธิที่จะสอบถามและขอคำปรึกษาหารือเรื่องความปลอดภัยและอาชีวอนามัยที่เกี่ยวข้องกับพนักงาน และงานที่ทำในทุกๆ ด้าน

- ◆ พนักงานมีสิทธิที่จะปฏิเสธงาน หากพิจารณาแล้วว่าอาจเป็นอันตรายร้ายแรงถึงแก่ชีวิต หรือกระทบต่อสุขภาพทั้งของตัวเองพนักงานเอง และผู้อื่น
- ◆ พนักงานมีสิทธิขอคำแนะนำจากกิจการภายนอก ทั้งจากกิจการของพนักงานและนายจ้าง รวมทั้งกิจการอื่น ๆ ซึ่งมีความเชี่ยวชาญในเรื่องความปลอดภัยและอาชีวอนามัยนั้น ๆ
- ◆ พนักงานมีสิทธิที่จะรายงานข้อมูลปัญหาความปลอดภัยและอาชีวอนามัยให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องรับทราบ
- ◆ พนักงานมีสิทธิร่วมตัดสินใจในนโยบายและแผนงานด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย และกิจกรรมต่าง ๆ รวมถึงการสอบสวนอุบัติเหตุและการประสบอันตราย หรือการเกิดเหตุเดือดร้อนรำคาญอันเนื่องมาจากการทำงาน
- ◆ พนักงานต้องปลอดจากการถูกขู่เข็ญและคุกคามในการใช้สิทธิ และกระทำการต่าง ๆ ดังที่กล่าวมาข้างต้น

บทที่

๑

ความรับผิดชอบ
ต่อผู้บริโภค

ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

แนวทางปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค มีฐานความคิดมาจากสิทธิของผู้บริโภค กล่าวคือ กิจการต้องผลิตสินค้าและบริการที่ปลอดภัยต่อชีวิตและสุขอนามัยของผู้บริโภค ที่สามารถไว้วางใจได้ มีระบบการจัดเก็บข้อมูลผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพ มีการบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าทั้งก่อนและหลังการขาย มีการให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคที่ตรงความจริงและเพียงพอ รวมทั้งให้ความรู้เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ ทำการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมของสินค้าและบริการ โดยให้ความสำคัญกับกระบวนการและกิจกรรมที่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่สังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อนำไปสู่การบริโภคที่ยั่งยืน

9.1 ความหมาย

ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคของกิจการ หมายถึงความรับผิดชอบต่อคุณภาพและคุณสมบัติ รวมถึงข้อมูลของสินค้าและบริการ ตลอดจนวิธีการในการนำเสนอและการใช้สินค้าและบริการนั้น ๆ ว่าจะต้องเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพอนามัย มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค สังคม ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีการกระทำที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อผู้บริโภค ในลักษณะที่เป็นการละเมิดหรือทำให้เสียสิทธิของผู้บริโภค อันเป็นการเสื่อมเสียจรรยาบรรณในการประกอบกิจการที่ดี เช่น

- ◆ มีการปกป้องข้อมูลของผู้บริโภคในเรื่องที่สมควร
- ◆ มีการรับฟังความคิดเห็น
- ◆ มีการให้ความรู้และข้อมูลที่ถูกต้องเป็นธรรมแก่ผู้บริโภค

นอกจากนี้ เมื่อตระหนักว่าสินค้าและบริการจะก่อให้เกิดผลกระทบต่อในด้านสุขภาพ อันรวมไปถึงความสุขและความทุกข์ หรือความปลอดภัย ในลักษณะใด ๆ ทั้งต่อผู้บริโภค สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม จะต้องเปิดเผยข้อมูล และจัดการแก้ไขเยียวยาโดยทันที เพื่อให้การผลิตสินค้าและบริการนั้นก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้บริโภค สังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง ทำให้เกิดการบริโภคอย่างยั่งยืน และกิจการสามารถเจริญเติบโตก้าวหน้าต่อไปได้อย่างยั่งยืนเช่นกัน

9.2 หลักการและเหตุผลที่ควรปฏิบัติ

เหตุผลสำคัญที่กิจการควรคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค มีฐานความคิดมาจากสิทธิของผู้บริโภค 8 ประการ ดังนี้

1. สิทธิในการได้รับการตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐาน

ได้แก่ น้ำ อาหาร อากาศ เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย การดูแลสุขภาพและสุขอนามัย

2. สิทธิด้านความปลอดภัย

หมายถึง ความปลอดภัยจากสินค้าและบริการ รวมถึงปลอดภัยจากกระบวนการผลิต

3. สิทธิด้านข้อมูลข่าวสาร

ผู้บริโภคมีสิทธิได้รับข้อมูลที่จำเป็นต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ ข้อมูลเหล่านั้นต้องเป็นความจริงไม่บิดเบือน หรือก่อให้เกิดความเข้าใจผิด

4. สิทธิในการเลือก

ผู้บริโภคมีสิทธิในการตัดสินใจเลือกสินค้าและบริการ ซึ่งอยู่ในราคาที่เหมาะสมต่อการแข่งขันในตลาด และเป็นสินค้าที่มีคุณภาพก่อให้เกิดความพึงพอใจ

5. สิทธิในการแสดงความคิดเห็น

ผู้บริโภคมีสิทธิแสดงความคิดเห็นในประเด็นที่เกี่ยวกับการจัดทำนโยบายสาธารณะและการนำนโยบายเหล่านี้ไปปฏิบัติ รวมทั้งประเด็นเกี่ยวกับการปรับปรุงสินค้าและบริการ

6. สิทธิที่จะได้รับการชดเชย

ผู้บริโภคมีสิทธิในการเรียกร้องและการได้รับความเป็นธรรม รวมทั้งได้รับค่าชดเชยจากสินค้าหรือบริการที่ไม่ได้มาตรฐาน และจากการนำเสนองานที่ไม่ถูกต้อง ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อผู้บริโภค

7. สิทธิที่ทางการศึกษา

ผู้บริโภคมีสิทธิได้รับความรู้และได้รับการอบรม ให้มีทักษะที่จำเป็นต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ รวมทั้งการตระหนักถึงสิทธิขั้นพื้นฐานของผู้บริโภค และการมีพฤติกรรมที่เหมาะสมในฐานะผู้บริโภคอีกด้วย

8. สิทธิในการอยู่ภายใต้สภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมสุขภาพ

ผู้บริโภคควรได้อยู่อาศัยและทำงานภายใต้สภาพแวดล้อมที่ไม่บั่นทอนสุขภาพ รวมถึงการมีคุณภาพชีวิตที่ดี

9.3 แนวทางในการปฏิบัติ

การตลาดที่เป็นธรรม

1. กำหนดราคาสินค้าและบริการอย่างสมเหตุสมผล

2. ไม่ดำเนินการใดๆ ที่ทำให้เกิดความคลุมเครือ หรือบิดเบือนข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ไม่โฆษณาเกินจริง หรือละไว้ไม่กล่าวถึงข้อมูลอันสำคัญซึ่งนำไปสู่ความเข้าใจผิด

3. ฉลากสินค้า ควรมีข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วนเข้าใจง่ายเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าและบริการ รวมถึงข้อมูลด้านความปลอดภัยต่อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี วิธีใช้งานที่ถูกต้อง ความเสี่ยงหรืออันตรายที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้งานที่ผิดวิธี รวมถึงวงจรชีวิตและการกำจัดซากของผลิตภัณฑ์หลังการใช้งาน

4. ระบุชัดเมื่อข้อมูลดังกล่าวเป็นไปเพื่อการส่งเสริมการขายหรือการโฆษณา

5. มีการเปิดเผยข้อมูลเมื่อได้รับการร้องขอจากผู้บริโภค

6. ระบุข้อความที่แสดงความห่วงใยแก่กลุ่มบุคคลที่ต้องได้รับความใส่ใจเป็นพิเศษ เช่น เด็กและสตรีมีครรภ์

7. ในการขายและการโฆษณาควรนำเสนอว่า การบริโภคสินค้าและบริการเหล่านั้น จะก่อให้เกิดความคุ้มค่าอย่างไรด้วยเหตุผลที่เป็นความจริง ควรให้ข้อมูลอย่างพอเพียงเพื่อการตัดสินใจ

การผลิตสินค้าและบริการที่ปลอดภัยและไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพของผู้บริโภค

1. ผลิตสินค้าและบริการที่ปลอดภัยต่อผู้บริโภคและคนรอบข้าง รวมถึงทรัพย์สินและสิ่งแวดล้อม

2. ผู้ประกอบการต้องปฏิบัติตามมาตรฐานและกฎระเบียบข้อบังคับด้านความปลอดภัยระดับประเทศหรือระดับสากล ถ้าเป็นไปได้ควรปฏิบัติให้เข้มงวดกว่ามาตรฐานขั้นต่ำด้านความปลอดภัย เพื่อลดการเกิดอุบัติเหตุที่สืบเนื่องมาจากสินค้าและบริการนั้น

3. ออกแบบผลิตภัณฑ์ที่กำหนดหน้าทันสมัย สามารถเปลี่ยนรสนิยม และวิถีชีวิตของผู้บริโภคให้รักตนเอง สังคม ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้มนุษย์มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เช่น ผลิตภัณฑ์ที่สามารถลดการเกิดอุบัติเหตุหรือลดผลกระทบจากภัยธรรมชาติได้ ลดการใช้ชีวิตที่เสี่ยงต่อสุขภาพทางกายและจิตใจ รวมถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยคำนึงถึงกลุ่มเสี่ยง อาทิ เด็กและสตรีมีครรภ์ ผลิตภัณฑ์ที่ให้ความรู้เกี่ยวกับสังคมและธรรมชาติสิ่งแวดล้อมที่ทำให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์เพิ่มเหนือกว่าผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งในตลาด เป็นต้น

4. ไม่ใช้สารเคมีที่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภคในกระบวนการผลิต ยกเว้นเป็นสารที่ได้รับการอนุญาตให้ใช้ และจะต้องติดฉลากให้ผู้บริโภครับทราบอย่างชัดเจน

5. สินค้าหรือบริการที่มีการใช้วัสดุหรือเทคโนโลยีใหม่ ควรมีการทดสอบด้านความปลอดภัยต่อสุขภาพ ก่อนนำออกสู่ตลาดและควรจัดทำเอกสารกำกับสำหรับผู้บริโภคด้วย

6. ให้คำแนะนำด้านการใช้งานที่เหมาะสม และความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้งาน รวมถึงกำหนดมาตรการเพื่อป้องกันอันตรายที่อาจเกิดขึ้นจากการจัดเก็บที่ไม่เหมาะสมของผู้บริโภค

7. นอกเหนือจากข้อมูลด้านความปลอดภัยแล้ว ควรมีการติดเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ที่ได้รับการยอมรับตามหลักสากลบนตัวผลิตภัณฑ์ โดยวางในตำแหน่งที่เหมาะสม เพื่อเตือนให้ผู้บริโภคตระหนักถึงความเสี่ยงหรืออันตรายที่อาจเกิดขึ้น

การจัดเก็บข้อมูลผู้บริโภคอย่างปลอดภัย

1. ไม่สอบถามหรือเก็บข้อมูลผู้บริโภคโดยไม่ได้รับความยินยอมจากผู้บริโภคก่อน

2. แม้จะได้รับความยินยอมจากผู้บริโภคตามข้อข้างต้นแล้วก็ตาม การสอบถามหรือการเก็บข้อมูลของผู้บริโภค ต้องดำเนินการด้วยวิธีที่ยุติธรรมและถูกต้องตามกฎหมาย
3. ระบุและชี้แจงวัตถุประสงค์ของการเก็บข้อมูลส่วนตัวและการนำไปใช้ ให้ผู้บริโภคทราบก่อนที่จะดำเนินการ
4. จัดเก็บข้อมูลส่วนตัวของผู้บริโภคอย่างปลอดภัย ไม่ส่งต่อข้อมูล ผู้บริโภคให้กับผู้อื่น นอกจากนี้จะได้รับความยินยอมจากผู้บริโภคก่อน
5. ให้สิทธิแก่ผู้บริโภคในการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลและการใช้ข้อมูลของตนภายใต้กรอบของกฎหมาย และเมื่อพบความผิดพลาดหรือความไม่ชอบธรรมในการจัดเก็บและการใช้ข้อมูล จะต้องมีการลบหรือแก้ไขให้ถูกต้อง

การบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าทั้งก่อนและหลังการขาย

1. กำหนดให้ผู้บริโภคสามารถคืนสินค้าที่ได้รับไปแล้ว ภายในระยะเวลาที่กำหนด เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการร้องเรียนในประเด็นของสินค้าและบริการ
2. มีการกำหนดช่วงเวลารับประกันสินค้าให้เป็นไปตามกรอบของกฎหมาย และเหมาะสมกับอายุการใช้งานของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้น
3. เมื่อสินค้าที่ถูกนำออกสู่ตลาด ก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้บริโภค ไม่ปลอดภัย หรือเกิดการแปลความหมายของข้อมูลอย่างไม่ถูกต้อง อันนำไปสู่การใช้ที่ผิดวิธี ผู้ประกอบการจะต้องมีการเรียกคืนสินค้านั้น หรือหยุดให้บริการ ในขั้นตอนนี้ ผู้ประกอบการต้องพิจารณาเลือกสื่อหรือวิธีการสื่อสารที่เหมาะสม เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคที่ซื้อสินค้านั้นไปใช้ รวมถึงการจ่ายค่าชดเชยความเสียหายที่เกิดขึ้นให้แก่ผู้บริโภคด้วย
4. ทบทวนและปรับปรุงกระบวนการรับข้อเรียกร้องและการปฏิบัติต่อผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ โดยรับฟังความคิดเห็นจากผู้บริโภคด้วย

5. จัดให้มีบริการหลังการขาย และระบบสนับสนุนให้ความช่วยเหลือในการแก้ปัญหาเกี่ยวกับการใช้งานของสินค้าและบริการ และแจ้งต่อผู้บริโภคถึงวิธีการรับความช่วยเหลือและบริการหลังขาย

6. ให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับกลไกในการแก้ไขข้อพิพาท หรือปัญหาที่เกิดขึ้น อันเนื่องมาจากการใช้สินค้าหรือบริการ การรับบริการหลังการขาย ระบบสนับสนุนให้ความช่วยเหลือในการแก้ปัญหาเกี่ยวกับการใช้งานของสินค้าและบริการ

7. จัดให้มีระบบบำรุงรักษาหรือซ่อมแซมผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภค ในราคาที่สมเหตุสมผล และอยู่ในสถานที่ที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้

การพัฒนาสินค้าและบริการของกิจการให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

1. ผู้ประกอบการควรผลิตสินค้าหรือบริการที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบในแง่ลบต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม ในทางกลับกันควรผลิตสินค้าหรือบริการที่ก่อให้เกิดผลดีต่อสุขภาพ สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยพิจารณาอายุการใช้งานและวงจรชีวิตของสินค้า เพื่อให้เกิดการบริโภคอย่างยั่งยืน

2. ออกแบบผลิตภัณฑ์และหีบห่อบรรจุภัณฑ์ให้ใช้งานง่าย สามารถย่อยสลายหรือสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ ยิ่งไปกว่านั้นควรจัดให้มีบริการรับคืนซากหลังการใช้งาน เพื่อนำกลับมาเข้ากระบวนการรีไซเคิล

3. ผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพสูง มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน และในราคาที่สมเหตุสมผล

4. สื่อสารให้ชัดเจนด้วยตราสัญลักษณ์บนผลิตภัณฑ์ เพื่อแสดงให้เห็นว่า สินค้าและบริการที่มีการคำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม และการประหยัดพลังงาน

5. จัดให้มีกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ร่วมกัน ระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภค เพื่อนำพาสังคมผู้บริโภคให้เป็นสังคมคนดี มีวัฒนธรรม

และคุณธรรมที่ดีงาม ซึ่งสามารถจะส่งประโยชน์ต่อสังคม การอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมอันดีงาม อันจะให้ผลตอบแทนทางธุรกิจ ที่ดีกว่าและบรรลุเป้าหมายสูงสุด นั่นคือ การบริโภคอย่างยั่งยืน

การให้ความรู้และข้อมูลที่จำเป็นต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ

1. ให้ความรู้และอบรมผู้บริโภคให้มีทักษะที่จำเป็นต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ
2. ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าอย่างครบถ้วน เพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ข้อมูลด้านคุณภาพ น้ำหนัก ราคา บริการหลังการขาย รวมทั้งให้คำแนะนำหรือคู่มือการใช้งานและการเก็บรักษา
3. กระตุ้นให้ผู้บริโภคเห็นความสำคัญของการใช้สินค้าและบริการที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและสังคมมากขึ้น
4. ให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภค ในประเด็นที่เกี่ยวกับผลต่อสุขภาพ ความปลอดภัย และการประหยัดพลังงาน เช่น แหล่งที่มาของสินค้า ส่วนประกอบสำคัญ การทดสอบด้านความปลอดภัย วิธีการใช้งานที่ปลอดภัย การเก็บรักษาที่ถูกต้อง จนถึงวิธีการกำจัดซากหลังการใช้งาน และการรีไซเคิลหรือการนำกลับมาใช้ใหม่
5. ให้ความรู้เรื่องสิทธิขั้นพื้นฐานของผู้บริโภค ความรู้ด้านกฎหมาย และกฎระเบียบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งให้ข้อมูลเกี่ยวกับหน่วยงานที่รับผิดชอบเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภค ขั้นตอนการติดต่อ การเข้าถึง และกระบวนการทำงานของหน่วยงานเหล่านี้
6. ให้ข้อมูลและชี้แจงเกี่ยวกับการเงินและการลงทุนเพื่อสังคมของผู้ประกอบการ รวมทั้งข้อมูลความรู้ความฉลาดและความคุ้มค่าในการใช้จ่าย

บทที่

10

การร่วม
พัฒนา
ชุมชนและสังคม

การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม

การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม มีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาและส่งเสริมความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ ตลอดจนการฟื้นฟูสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งหลักการปฏิบัติคือสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน ส่งเสริมและสนับสนุนการศึกษา ศิลปวัฒนธรรมและจริยธรรมในชุมชน สร้างการจ้างงานและพัฒนาทักษะ จัดและป้องกันภัยคุกคามที่มีผลต่อสุขภาพ รวมทั้งการส่งเสริมสุขภาพที่ดี และประการสุดท้าย คือการลงทุนทางสังคม

กิจการควรยึดหลักคุณธรรม คือการมีจิตสาธารณะเพื่อชุมชนและสังคมส่วนรวม มีข้อมูลของชุมชน ทั้งในด้านภูมิศาสตร์ ประชากรศาสตร์ ความคิดเห็นและความต้องการของชุมชน ภายใต้ความร่วมมือและทรัพยากรที่มีอยู่ มีเป้าหมายและแนวทางการดำเนินงานที่ชัดเจน ตลอดจนเสริมสร้างให้ชุมชนมีภูมิคุ้มกันที่ดี เพื่อนำไปสู่การพึ่งตนเองในระยะยาว เป็นการยกระดับคุณภาพสังคม ส่งผลให้กิจการมีสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคมที่ดีตามไปด้วย

10.1 ความหมาย

การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม คือ การร่วมมือและมีส่วนร่วมระหว่างกิจการกับชุมชนและสังคม ที่ได้รับผลกระทบจากสถานประกอบการ

หรือจากการดำเนินกิจกรรมของกิจการ เพื่อพัฒนาและส่งเสริมความเข้มแข็งตลอดจนฟื้นฟูสังคม วัฒนธรรม ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ให้กลับมาอุดมสมบูรณ์ ทั้งที่เป็นชุมชนและสังคมที่ตั้งอยู่ติดกันหรือใกล้เคียงสถานประกอบการ เสมือนเป็นชุมชนเดียวกัน รวมถึงชุมชนและสังคมที่ตั้งอยู่ห่างไกลออกไป

เนื่องจากชุมชนและสังคม เป็นปัจจัยที่เอื้อต่อการดำเนินกิจการ ดังนั้น กิจการควรแสดงความรับผิดชอบต่อชุมชน ประสานความสัมพันธ์อันดี ช่วยกันแก้ไขปัญหาด้านสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม รวมถึงเป็นกิจการที่ดีของชุมชน พร้อมกับคิดค้นวิธีการที่จะลดและ/หรือหยุดผลกระทบในทางลบต่อชุมชนและสังคม ที่เกิดจากกระบวนการดำเนินงานของกิจการในที่สุด

10.2 หลักการและเหตุผลที่ควรปฏิบัติ

การพัฒนาชุมชนตามหลักการพื้นฐาน เป็นกระบวนการให้การศึกษากับประชาชน เพื่อให้สามารถพึ่งตนเองได้หรือช่วยตัวเองได้ ในด้านการคิดและการตัดสินใจ รวมทั้งการแก้ปัญหาตลอดจนตอบสนองความต้องการที่ถูกที่ควรของตนเอง อันรวมถึงตัวกิจการเองและส่วนรวม ทั้งนี้ หลักการพัฒนาชุมชน ก็คือ หลักประชาชนที่สามารถเจริญพัฒนาไปเป็นอารยชนได้อย่างสมบูรณ์ด้วยตนเองนั่นเอง ดังนี้

1. เริ่มต้นที่ประชาชน โดยยืนจุดเดียวกับประชาชน มองโลก มองชีวิตและมองปัญหาจากทัศนะของประชาชน เพื่อให้เข้าใจปัญหาและความต้องการของประชาชน

2. ทำงานร่วมกับประชาชน ไม่ใช่ทำงานให้แก่ประชาชน

3. ยึดประชาชนเป็นตัวเอก กล่าวคือ ประชาชนต้องเป็นผู้ทำการพัฒนาด้วยตนเอง ไม่ใช่เป็นผู้ถูกกระทำหรือผู้รับฝ่ายเดียว เพราะผล

การพัฒนา ประโยชน์ หรือผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจะตกอยู่ที่ประชาชนโดยตรง ทั้งนี้ ผลได้หรือเสียจากการพัฒนาดังกล่าวย่อมส่งผลกลับมายังกิจการด้วย ดังนั้น เมื่อสามารถดำเนินการให้เกิดประโยชน์ได้ ย่อมหมายถึงผลประโยชน์ของกิจการที่จะเกิดขึ้นในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ผลกำไรและอัตราการเจริญเติบโตที่ยั่งยืนควบคู่กันตลอดไป

วิธีการพัฒนาชุมชน คือ การรวมกลุ่มหรือจัดตั้งองค์กรประชาชน เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนที่เป็นสมาชิก มีบทบาทและส่วนร่วมในกิจกรรมของกิจการ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อถึงส่วนรวมด้วย

การส่งเสริมหรือสร้างสรรค์ผู้นำและอาสาสมัคร เพื่อเปิดโอกาสและสนับสนุนให้ประชาชนมีความพร้อมที่จะเป็นผู้นำและผู้เสียสละ อุทิศตน เป็นการแสดงบทบาทการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นขั้นพื้นฐานของการพัฒนาชุมชน

การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม เป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งกิจการต้องตระหนักในการเข้าไปมีบทบาทในการหาหนทางที่จะกระทำให้เกิดความรับผิดชอบต่อสังคม มีความเต็มใจที่จะทำประโยชน์ต่อสังคม ทั้งนี้ ผลประโยชน์อาจไม่เกิดกับกิจการโดยตรงในระยะแรก แต่จะเกิดผลทางอ้อมให้เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจในระยะต่อมา

สิ่งที่กิจการควรตระหนัก 5 ประการในการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม ได้แก่

- ◆ การมีส่วนร่วมของชุมชน
- ◆ การศึกษาและศิลปวัฒนธรรมจริยธรรม
- ◆ การสร้างการจ้างงานและการพัฒนาทักษะ
- ◆ สุขภาพ
- ◆ การลงทุนทางสังคม

10.3 แนวทางในการปฏิบัติ

สร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน

1. การให้ประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมในทุกๆ ด้าน ทั้งด้านการพัฒนา เศรษฐกิจ การปรับปรุงคุณภาพชีวิต สังคม ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

2. เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้เสียมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนทั้งในท้องถิ่น และสังคมในวงกว้างทุกชั้นตอน มีส่วนร่วมในกระบวนการกำหนด นโยบาย ตัดสินใจ การวางแผน การกำหนดเป้าหมายของสังคมให้บรรลุ วัตถุประสงค์ ตลอดจนการคัดเลือก กล่าวคือ กิจกรรมควรคำนึงถึง ความต้องการในการทำกิจกรรมของกิจการ ที่ทำให้แก่ชุมชนนั้นๆ ผ่านการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ซึ่งสามารถกระทำได้โดย

การให้ข้อมูล (Information)

การอธิบายถึงวัตถุประสงค์ของการแสดงความรับผิดชอบ ต่อสังคมและผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ โดยส่วนของคนในชุมชนก็อธิบาย ความต้องการและความพร้อมที่จะรับความช่วยเหลือนั้นๆ

การปรึกษาหารือซึ่งกันและกัน (Consultation)

การปรึกษาเกี่ยวกับแนวทางและวิธีการดำเนินการที่ดีที่สุด และเป็นที่ยอมรับจากคนในชุมชน ทั้งนี้ รวมถึงการแสวงหาความรู้ที่ถูกต้อง ใหม่ ๆ ที่จำเป็นต้องนำมาใช้ เพื่อมิให้มีความเสี่ยงที่จะเกิดความผิดพลาด ขึ้นมาจนกลายเป็นความผิดพลาดร่วมกันได้

การตัดสินใจร่วมกัน (Collaborative Decision Making)

การทำให้คนในชุมชนรู้สึกมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ทำให้ กิจกรรมประสบผลสำเร็จและได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน

การให้อำนาจกับคนในชุมชน (Empowerment)

การให้คนในชุมชนสามารถเสนอแนวคิด ตัดสินใจด้วยความคิด ของพวกเขาเอง และยินดีที่จะมีส่วนร่วมในทุกๆ ขั้นตอนของทุกกิจกรรม

3. การปฏิบัติตามแผนตรวจสอบ การใช้อำนาจ การติดตาม ประเมินผลและรับผิดชอบต่อในเรื่องต่าง ๆ อันมีผลกระทบต่อประชาชน ชุมชนและเครือข่ายทุกรูปแบบในพื้นที่ด้วยความสมัครใจ ไม่ว่าจะเป็นการมีส่วนร่วมระหว่างบุคคลต่อกลุ่มคน หรือกลุ่มคนต่อกลุ่มคน และ/หรือ เป็นทางการหรือไม่เป็นทางการก็ได้ จนนำไปสู่การพัฒนาในการพึ่งพาตนเองที่จำเป็นของประชาชน

4. กิจการควรร่วมกับหน่วยงานที่มีความรู้และความชำนาญ เพื่อดำเนินการสำรวจพื้นที่และความคิดเห็นของชุมชนรอบข้าง ทั้งนี้ จะทำให้งานกิจการทราบถึงสภาพทางกายภาพ ประวัติและวิวัฒนาการของชุมชน ลักษณะทางประชากรศาสตร์และลักษณะทางสังคม โดยเฉพาะความต้องการของชุมชนในการพัฒนาเยาวชน ผู้นำและศักยภาพของพื้นที่ ในการพัฒนาชุมชนด้านต่าง ๆ ตามขั้นตอนการมีส่วนร่วม ได้แก่ ขั้นการริเริ่มการพัฒนา ขั้นการวางแผนในการพัฒนา ขั้นการดำเนินการพัฒนา ขั้นการรับผลประโยชน์จากการพัฒนา และขั้นประเมินผลการพัฒนา

การศึกษา ศิลปะ วัฒนธรรม และจริยธรรม

การศึกษา¹⁶ เป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาความรู้ ความคิด ความประพฤติ ทักษะคติ ค่านิยมและคุณธรรมของบุคคล เพื่อให้เป็นพลเมืองดีมีคุณภาพ มีประสิทธิภาพ และการพัฒนาประเทศที่ย่อมทำได้ สะดวกราบรื่นได้ผลแน่นอนและรวดเร็ว ซึ่งอธิบายแนวปฏิบัติได้ดังนี้

¹⁶ “การให้การศึกษา คือ การให้คำแนะนำและส่งเสริมบุคคลให้มีความเจริญงอกงามในการเรียนรู้ คิดอ่าน และการทำตามอัธยาของแต่ละคน โดยจุดประสงค์ในที่สุด คือ ให้บุคคลนำเอาความสามารถที่มีอยู่ในตัวออกมาใช้ให้เป็นประโยชน์แก่ผู้อื่น เกื้อกูลผู้อื่น อย่างสอดคล้อง และไม่ขัดแย้งเบียดเบียนแก่แย้งกัน เพื่อสามารถอยู่ร่วมกันเป็นสังคม เป็นประเทศได้” พระราชดำริเกี่ยวกับการศึกษาของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม 2540 และวันที่ 13 พฤศจิกายน 2516

1. ส่งเสริมและสนับสนุนการศึกษาในทุกๆระดับ รวมทั้งมีส่วนร่วมดำเนินการเพื่อปรับปรุงคุณภาพและการเข้าถึงการศึกษา อีกทั้งควรส่งเสริมความรู้ในท้องถิ่นและช่วยกำจัดการไม่รู้หนังสือ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ส่งเสริมโอกาสการเรียนรู้สำหรับกลุ่มผู้ด้อยโอกาสหรือการเลือกปฏิบัติ

2. ส่งเสริมให้มีการลงทะเบียนเรียนของเด็กในสถาบันการศึกษา และนำไปสู่การกำจัดอุปสรรคในการศึกษาของเด็กที่ได้รับ เช่น การใช้แรงงานเด็ก

3. ส่งเสริมกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่เหมาะสม วัฒนธรรมท้องถิ่น และวัฒนธรรมประเพณี ที่สอดคล้องกับหลักการของการเคารพสิทธิมนุษยชน รวมทั้งกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่ช่วยผู้ด้อยโอกาส

4. อำนวยความสะดวกในสิทธิมนุษยชนและสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของการศึกษา

5. สนับสนุนให้เกิดการมีส่วนร่วมระหว่างกิจการและชุมชนในด้านการศึกษา การรักษาวัฒนธรรมและคุ้มครองมรดกทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กิจกรรมของกิจการที่มีผลกระทบต่อวัฒนธรรมนั้น รวมทั้งส่งเสริมการใช้ความรู้แบบดั้งเดิมและวิถีชีวิตชุมชนพื้นเมือง เพื่อให้ชุมชนเกิดการพัฒนายั่งยืน

การสร้างการจ้างงานและการพัฒนาทักษะ

การสร้างการจ้างงานสำหรับทุกกิจการ ไม่ว่าจะขนาดเล็กหรือใหญ่ สามารถช่วยลดความยากจน เปรียบได้กับการให้ค่าจ้างหรือค่าตอบแทนอื่น ๆ การทำงานที่มีประสิทธิภาพ จึงเป็นองค์ประกอบสำคัญในการพัฒนามนุษย์ เศรษฐกิจและสังคม

งานที่มีคุณค่า คือ งานที่ทำแล้วได้ผลสำเร็จ ให้ผลตอบแทนที่เป็นธรรม มีความปลอดภัยในที่ทำงาน มีความคุ้มครองทางสังคมให้ครอบคลุม ให้โอกาสพัฒนาตนและสถานะทางสังคม ให้โอกาสและการปฏิบัติที่เสมอภาค รวมทั้งให้เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเรื่องต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อชีวิตของตน

การสร้างการจ้างงาน ต้องดำเนินคู่ไปกับการพัฒนาให้ผู้ทำงานมีทักษะความรู้และความสามารถที่จะได้งานทำ รวมทั้งช่วยปรับปรุงความสามารถในการผลิตและการแข่งขัน อีกทั้งยังช่วยให้เกิดความเสมอภาคและเปิดโอกาสในการมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นเป้าหมายของสังคม โดยมีแนวปฏิบัติดังนี้

1. วิเคราะห์ผลกระทบของการลงทุนสร้างการจ้างงานที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจ ซึ่งสามารถบรรเทาความยากจนได้
2. พิจารณาผลกระทบในการเลือกเทคโนโลยีสำหรับการจ้างงาน โดยเลือกเทคโนโลยีที่เพิ่มโอกาสการจ้างงานได้ในระยะยาว
3. พิจารณาผลกระทบของการตัดสินใจจ้าง ซึ่งรวมทั้งผลกระทบภายในและผลกระทบภายนอกกิจการ
4. พิจารณาผลประโยชน์ของการสร้างการจ้างงานโดยตรงมากกว่าการจ้างงานแบบชั่วคราว
5. มีส่วนร่วมในโปรแกรมการพัฒนาทักษะระดับท้องถิ่นและระดับชาติ รวมถึงโปรแกรมการฝึกงาน โปรแกรมที่มุ่งเน้นกลุ่มผู้ด้อยโอกาส โดยเฉพาะอย่างยิ่งโปรแกรมที่เรียนรู้ตลอดชีวิต การรับรู้ทักษะและการรับรอง
6. พิจารณาให้ความช่วยเหลือในการพัฒนาหรือปรับปรุงโปรแกรมการพัฒนาทักษะในชุมชน

7. ให้ความสนใจเป็นพิเศษกับกลุ่มเสี่ยง หรือกลุ่มที่ต้องการความช่วยเหลือเกี่ยวกับการจ้างงานและการเสริมสร้างขีดความสามารถ

8. พิจารณาให้ความช่วยเหลือ เพื่อส่งเสริมการสร้างเงื่อนไขที่จำเป็นในการสร้างการจ้างงาน

การดูแลสุขภาพ

สุขภาพเป็นองค์ประกอบสำคัญของการดำเนินชีวิต ภัยคุกคามต่อสุขภาพของประชาชนนั้น ส่งผลกระทบต่อชุมชนและการพัฒนาชุมชน ดังนั้น ทุกกิจการควรเคารพสิทธิในการดูแลสุขภาพและสนับสนุนเรื่องสุขภาพตามความเหมาะสม รวมทั้งการป้องกันภัยคุกคามและโรคภัยอื่นๆ ทั้งนี้ รวมถึงการมีส่วนร่วมในโปรแกรมส่งเสริมสุขภาพของคนในชุมชน สนับสนุนและปรับปรุงการเข้าถึงด้านการส่งเสริมสุขภาพอย่างเหมาะสม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การส่งเสริมและสนับสนุนการบริการสาธารณสุขที่เอื้อต่อการดูแลสุขภาพของคนในชุมชน

การที่คนในชุมชนมีสุขภาพดี จะช่วยลดภาระของภาครัฐและก่อให้เกิดสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคมที่ดีสำหรับทุกกิจการ ซึ่งมีแนวปฏิบัติดังนี้

1. พยายามขจัดผลกระทบต่อสุขภาพในทางลบของกระบวนการผลิตหรือบริการของกิจการ

2. ส่งเสริมการมีสุขภาพที่ดี อาทิ การเอื้อต่อการเข้าถึงยา การฉีดวัคซีน วิธีชีวิตที่ส่งเสริมสุขภาพ การออกกำลังกาย โภชนาการที่ดี การตรวจโรคอันเป็นจุดเริ่มต้นของการป้องกันรักษาโรค การสร้างความตระหนักถึงวิธีการคุมกำเนิด การเลี่ยงบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีประโยชน์ต่อร่างกายและมีสารปนเปื้อน ที่สำคัญควรสนใจคุณค่าทางโภชนาการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเด็ก

3. สร้างความตระหนักเกี่ยวกับภัยคุกคามทางสุขภาพและโรคที่สำคัญ รวมถึงการป้องกัน เช่น HIV/AIDS โรคมาลาเรีย วัณโรคและโรคอ้วน

4. สนับสนุนการเข้าถึงสุขภาพดีอย่างยาวนานตามมาตรฐานสากล ให้บริการดูแลสุขภาพที่จำเป็น ซึ่งวิธีการป้องกันการเจ็บป่วยที่เหมาะสมและดีที่สุด เช่น การดื่มน้ำสะอาดและการดูแลอนามัยที่ดี

การลงทุนทางสังคม

สังคมโดยรวมมีการจัดสรรทรัพยากรเพื่อยกระดับคุณภาพสังคมของประเทศ ไม่ว่าจะเป็นคุณภาพของประชาชนด้านการศึกษาและทักษะด้านสาธารณสุข หรือคุณภาพของสภาพแวดล้อมทางสังคม เช่น ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ระบบการดูแลสุขภาพ เป็นต้น

การลงทุนด้านสังคมเป็นการลงทุนที่ให้ผลตอบแทนระยะยาว เช่นเดียวกับการลงทุนด้านเศรษฐกิจ ประกอบด้วยการลงทุนทางการศึกษา การรักษาพยาบาล สาธารณสุข และการให้สวัสดิการสังคม ซึ่งการลงทุนทางสังคมนี้เปลี่ยนแปลงไปตามระดับการพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคม โครงสร้างประชากร สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ กฎหมาย สนธิสัญญา เป็นต้น

การลงทุนทางสังคมจะเกิดขึ้น เมื่อกิจการได้ลงทุนทรัพยากรในโครงการที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อปรับปรุงด้านสังคมของชีวิตคนในชุมชน ซึ่งมีแนวปฏิบัติดังนี้

1. ส่งเสริมการพัฒนาชุมชน เมื่อวางแผนการลงทุนในโครงการทางสังคม โดยการให้โอกาสแก่ประชาชน เช่น การสนับสนุนการจ้างงาน เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน ซึ่งจะส่งผลถึงสังคมและประเทศชาติ

2. หลีกเลียงกิจกรรมใด ๆ ที่ชุมชนต้องพึ่งพากิจกรรมการกุศลของกิจการ แต่ควรดำเนินไปตามวิถีชีวิตของคนในชุมชน หรือสนับสนุนกิจกรรมใด ๆ ที่เป็นการสร้างความร่วมมือซึ่งกันและกัน ระหว่างคนในชุมชน กิจการและสังคม

3. ประเมินความเป็นอยู่ของคนในชุมชน และรายงานไปยังชุมชนนั้น และให้คนในชุมชนเป็นผู้ประเมินผลที่ได้รับจากกิจกรรมที่คนในชุมชนนั้นมีส่วนร่วม

4. เป็นพันธมิตรกับกิจการอื่น ๆ รวมทั้งรัฐบาลหรือองค์กรพัฒนาเอกชน เพื่อเพิ่มความร่วมมือและใช้ประโยชน์จากทรัพยากร ความรู้ และทักษะที่มี

5. สนับสนุนกิจกรรมที่ทำให้เข้าถึงอาหารและผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่จำเป็นสำหรับกลุ่มด้อยโอกาสหรือบุคคลผู้มีรายได้น้อย และคำนึงถึงความสำคัญของการเอื้อต่อการเพิ่มความสามารถ และโอกาสในการใช้ทรัพยากร

บทที่

11

การจัดการ

สิ่งแวดล้อม

การจัดการสิ่งแวดล้อม

การเพิ่มมูลค่าและสร้างความยั่งยืนให้กับกิจการ รวมถึงสังคม และประเทศชาติด้วยการจัดการสิ่งแวดล้อมมีแนวทางปฏิบัติ 4 ส่วนคือ 1) การป้องกันมลภาวะ 2) การใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน 3) การลดและปรับตัวให้เข้ากับภาวะโลกร้อน และ 4) การปกป้องสิ่งแวดล้อม ความหลากหลายทางชีวภาพ และการบูรณะที่อยู่อาศัยตามธรรมชาติ โดยกิจการควรมีความรู้จริงในการประกอบกิจการที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และแสวงหาความรู้ใหม่ๆ เพื่อพัฒนากิจกรรมเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม มีความพอประมาณในการใช้ทรัพยากรและใช้งบประมาณ มีการเทียบเคียงการใช้ทรัพยากรกับกิจการอื่นที่มีการปฏิบัติที่ดี เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน และมีหน่วยงานที่รับผิดชอบเพื่อทำหน้าที่ติดตามและประเมินผลการทำงานอย่างชัดเจน

11.1 ความหมาย

การจัดการสิ่งแวดล้อมของกิจการที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึงความตระหนักว่า การประกอบกิจการได้ก่อให้เกิดผลกระทบในทางลบต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งในระดับมากและน้อย ในเรื่องใดหรือในส่วนใหญ่บ้าง และยอมรับว่าจะต้องปรับปรุงแก้ไข รวมทั้งพัฒนากระบวนการ

ประกอบกิจการ ให้สามารถลดผลกระทบจนถึงปราศจากผลกระทบ พร้อมกับปกป้องและบูรณะฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมให้กลับคืนมาได้ดังเดิมในที่สุด เพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างความยั่งยืนให้กับกิจการเอง รวมทั้งสังคม ชุมชน เศรษฐกิจ ประเทศชาติและประชาชนโดยรวม

การจัดการสิ่งแวดล้อมที่สำคัญมี 4 ส่วน ได้แก่

1. การป้องกันมลภาวะ (Prevention of Pollution)

คือ การวางแผน จัดการและควบคุมกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ก่อให้เกิดมลภาวะ ประกอบด้วย มลพิษทางอากาศและทางน้ำ มลพิษที่หลุดรอดจากกระบวนการจัดการของเสียในโรงงาน การใช้และการกำจัดสารเคมีที่เป็นพิษอันตราย ตลอดจนมลพิษในรูปแบบอื่น ๆ เช่น เสียง กลิ่น แสงจ้า ประกายไฟ ความสั่นสะเทือน รังสีและเชื้อโรคต่าง ๆ

2. การใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน (Sustainable Resource Use)

คือ การควบคุมอัตราการใช้ทรัพยากรในการผลิตของกิจการให้ต่ำกว่าอัตราการฟื้นคืนของทรัพยากรที่ใช้ หรือในกรณีที่เป็นทรัพยากรที่ใช้แล้วหมดไป ต้องมีอัตราการฟื้นคืนของทรัพยากรที่ทดแทนกันได้ ในระดับที่เหมาะสม

3. การลดและปรับตัวให้เข้ากับภาวะโลกร้อน (Climate Change Mitigation and Adaptation)

หมายถึง การบริหารจัดการเพื่อลดภาวะโลกร้อนที่เกิดจากปฏิกิริยาเรือนกระจก ซึ่งภาคการผลิตได้ปล่อยก๊าซพิษต่างๆ ทำให้อุณหภูมิของโลกสูงขึ้น ฝนตกไม่ตรงตามฤดู มีเหตุการณ์ธรรมชาติที่แปรปรวน ระบบนิเวศ การเกษตร ปศุสัตว์และประมงที่ถูกทำลาย ในส่วนนี้ทุกกิจการในฐานะที่เป็นสมาชิกของสิ่งแวดล้อม ต้องปรับตัวเพื่อลดผลกระทบและลดการละเมิดต่อสุขภาพ การดำรงชีวิต ตลอดจนสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวข้องให้ได้

4. การปกป้องสิ่งแวดล้อม ความหลากหลายทางชีวภาพ และการบูรณะที่อยู่อาศัยตามธรรมชาติ (Protection of the Environment, Biodiversity and Restoration of Natural Habitats)

หมายถึง การสร้างความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและต่อสังคม เพื่อปกป้องสภาพตามธรรมชาติและช่วยบูรณะที่อยู่อาศัยตามธรรมชาติ ของสิ่งมีชีวิตต่าง ๆ ซึ่งเป็นพื้นฐานของระบบนิเวศในสิ่งแวดล้อม

11.2 หลักการและเหตุผลที่ควรปฏิบัติ

ทุกวันนี้ผลกระทบจากการดำเนินกิจการ โดยอาศัยหรือใช้ไปในลักษณะทำให้สูญสิ้นไป หรือทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ในระดับที่สูงขึ้นทุกวัน ทำให้เกิดปัญหามลพิษทางสิ่งแวดล้อมประเภทต่าง ๆ และเป็นสาเหตุที่ก่อให้เกิดมหันตภัยทางธรรมชาติ เช่น น้ำป่า น้ำท่วม ดินโคลนถล่ม ไฟป่า แผ่นดินไหว สึนามิคลิ้นยักษ์ วาตภัย ฯลฯ ที่กลับมาทำลายทรัพย์สินของกิจการ รวมทั้งบ้านเมืองชีวิตมนุษย์ และสัตว์ต่าง ๆ เป็นความสูญเสียอย่างมหาศาล

เมื่อเวลาผ่านไป มีแรงกดดันจากสังคมที่ทวีความรุนแรงขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะเมื่อเกิดเหตุมหันตภัยธรรมชาติและยังมีข่าวกิจการสร้างมลพิษ ตกค้างในสิ่งแวดล้อมในชุมชนต่าง ๆ หลายแห่ง ซึ่งส่งผลเสียต่อสุขภาพ และชีวิตความเป็นอยู่ มีการเดินขบวนประท้วง ทั้งโดยสันติวิธีและรุนแรง เพื่อเรียกร้องให้ภาคธุรกิจและหน่วยงานที่กำกับและดูแลสิ่งแวดล้อม ออกมาแสดงความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้น และให้ยุติการดำเนินกิจการที่ส่งผลเสียต่อสิ่งแวดล้อมโดยตรง

เรื่องดังกล่าวเป็นปัญหาที่สั่งสมมานาน เข้าใจได้ว่าเกิดจากความเพิกเฉย หรือไร้ซึ่งประสิทธิภาพในการกำกับดูแลหน่วยงานของภาครัฐ และที่สำคัญภาคธุรกิจที่ถกขวยประโยชน์จากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

โดยปราศจากความตระหนักว่าจะส่งผลให้กิจการของตนไม่สามารถยั่งยืนไปได้อีกต่อไป

ดังนั้น ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องซึ่งไม่เพียงแต่ภาครัฐ ภาคธุรกิจทั้งการผลิตและบริการ หน่วยงานที่ดูแลสิ่งแวดล้อมเท่านั้น แต่รวมถึงกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียกับกิจการทั้งหมด ที่ต้องหันมาตระหนักและเห็นความสำคัญต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม และมีแผนการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ได้ผลอย่างเป็นรูปธรรม มีการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า เพื่อประโยชน์สูงสุดและบรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพิ่มมากขึ้น

11.3 แนวทางในการปฏิบัติและความสัมพันธ์กับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

การป้องกันมลภาวะ (Prevention of Pollution)

1. ตระหนักถึงความสามารถในการผลิต และมลภาวะที่สร้างขึ้นจากการผลิตว่า คือ อะไร ให้ผลลัพธ์อย่างไร ต่อผู้ใดบ้าง และมีปริมาณหรือความรุนแรงอยู่ในระดับใด

2. พัฒนาและแสวงหาความรู้เพื่อจัดการกับมลภาวะที่เกิดจากกิจการอย่างครบถ้วน โดยระหว่างนั้น อาจลดระดับการผลิตลงมา หรือหากรุนแรงมากต้องหยุดการผลิต และเมื่อสามารถจัดการกับมลภาวะที่เกิดขึ้นได้แล้วจึงค่อยเพิ่มขนาดการผลิตออกไปทีละขั้นตอน

3. ไม่ควรรีบร้อน เร่งรัดหรือหวังผลรวดเร็วในการป้องกันมลภาวะที่ไม่รุนแรงและไม่ผิดกฎหมายที่เกิดขึ้นในระยะสั้น แต่ควรจัดหางบประมาณและความรู้ใหม่หรือเทคโนโลยีที่เหมาะสมในการดำเนินการ หากปัญหาดังกล่าวสร้างผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียทั้งในและนอกกิจการระยะยาว

4. แสดงความโปร่งใสในการบริหารจัดการชุมชนและสามารถตรวจสอบได้ โดยเปิดเผยให้ชุมชนรับทราบถึงความเสี่ยงเกี่ยวกับ

สิ่งแวดล้อม ให้ทุกคนตระหนักว่า หากเกิดเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมขึ้นมาแล้ว จะต้องทำอะไร เพื่อกระตุ้นให้ชุมชนช่วยเป็นหูเป็นตาให้กับกิจการเมื่อมีเหตุการณ์เกิดขึ้น

5. แผนฉุกเฉินเป็นเรื่องสำคัญ ที่กิจการควรเตรียมไว้ให้เหมาะสม เพื่อลดความสูญเสียที่อาจจะบานปลายต่อไปในอนาคต

6. ดึงบุคลากรในชุมชนมาร่วมงาน โดยเฉพาะกิจกรรมที่เกี่ยวกับการจัดการสิ่งแวดล้อม การจ้างงานบุคลากรในชุมชน เพราะจะช่วยสร้างเครือข่ายที่เหนียวแน่นให้กับกิจการ และเป็นแรงผลักดันให้การป้องกันมลภาวะที่เกิดขึ้นมีความสัมฤทธิ์ผล เกิดความไว้วางใจกันและสามารถประสานงานระหว่างกิจการและชุมชนได้ชัดเจนโปร่งใสมากขึ้น แต่ไม่ว่าจะสามารถจ้างบุคลากรจากชุมชนได้หรือไม่ ควรมีการสร้างชุมชนสัมพันธ์ที่ดีขึ้นมาปฏิบัติควบคู่กันไปด้วย

7. จัดการบริหารความเสี่ยงให้ครอบคลุมเรื่องสิ่งแวดล้อมทุกชนิด

8. แสวงหาความรู้และให้รู้จริง เรื่องการประกอบกิจการที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่ร้ายแรง ในทุกกระบวนการการดำเนินงาน กิจการตั้งแต่เริ่มต้น¹⁷

9. ให้หรือถ่ายทอดองค์ความรู้ ที่เกี่ยวกับการป้องกันมลภาวะให้กับพนักงานและชุมชน ทำให้กิจการมีความเข้มแข็งในการจัดการสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ชุมชนจะคอยสอดส่องปัญหาต่าง ๆ และแจ้งให้กิจการได้รับทราบ

¹⁷ ยกตัวอย่างเช่น การพัฒนาพื้นที่นิคมอุตสาหกรรม เมืองใหม่ หมู่บ้านจัดสรร หรือพื้นที่ขนาดใหญ่อื่น ๆ ตั้งแต่การไม่นำดินและพันธุ์ไม้ที่ไม่เหมาะสมจากพื้นที่อื่นเข้ามา การเข้าไปก่อสร้างระบบสาธารณูปโภค โรงงาน สถานที่ปฏิบัติงานหรือที่อยู่อาศัยในภูมิประเทศที่กระทบสิ่งแวดล้อมอย่างร้ายแรง เช่น กระทบวงจรทางเดินของน้ำที่ต้องจัดวางพื้นที่สีเขียว และพื้นที่แลนด์สเคปให้มีทางเดินน้ำ มีพื้นที่คั่นกันน้ำอย่างพอเพียง มีทางน้ำหรือคูคลองระบายน้ำทั้งภายนอกและภายในพื้นที่ รวมทั้งมีพื้นที่รับน้ำหรือแก้มลิงในรูปลักษณะที่เป็นธรรมชาติมีความลึกลาดชันต่างกัน และมีพืชน้ำหลากหลายที่จะบำบัดน้ำได้ตามธรรมชาติ

ชุมชนและสังคมที่มีระดับความรู้และมาตรการในการจัดการสิ่งแวดล้อม ที่อยู่ในมาตรฐานจะทำให้เกิดระบบการตรวจสอบอย่างเข้มแข็ง ทำให้ เฉพาะกิจการที่มีการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดีพอเท่านั้น ที่จะสามารถ ดำเนินการอยู่ในพื้นที่ได้

การใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน (Sustainable Resource Use)

1. ตระหนักถึงขีดความสามารถในการใช้ทรัพยากรพลังงาน น้ำ และอื่น ๆ ว่าอยู่ในระดับใด ควรศึกษาประสิทธิภาพการผลิตโดยใช้ ทรัพยากรอย่างเกิดคุณค่ามากที่สุด

2. หากเปรียบเทียบพบว่า มีกระบวนการผลิตที่สิ้นเปลืองกว่ากิจการ อื่น ๆ ควรปรับปรุงแก้ไขให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืนอย่างเป็นขั้นตอน

3. หากในการผลิต มีการทำลายทรัพยากรธรรมชาติ ต้องส่งเสริม กิจกรรมการนำของเสีย ของเหลือกลับไปใช้ หรือมีการชดเชยให้กับชุมชน หรือผู้ที่เกี่ยวข้องที่ได้รับผลกระทบอย่างมีเหตุมีผลที่สุด

4. เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการใช้ทรัพยากรสิ่งแวดล้อม ต้องหา ตัวอย่างที่ดีของกิจการระดับโลกประเภทใดประเภทหนึ่ง เพื่อเทียบเคียง กับประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร

5. พิจารณาและสังเกตธรรมชาติให้เข้าใจอย่างลึกซึ้ง ประกอบเข้า กับภูมิปัญญาท้องถิ่น เรื่องการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ความเฉลียวฉลาดในการใช้วัสดุอุปกรณ์หรือพลังงานที่มีอยู่ในท้องถิ่น จะทำให้กิจการไม่ต้องสิ้นเปลืองงบประมาณจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์จาก ภายนอกในราคาสูงโดยไม่จำเป็น

6. เปิดกว้างและส่งเสริมให้พนักงานในทุกระดับ ตั้งแต่ต้นน้ำ ยันปลายน้ำ ร่วมมือและร่วมแสดงความคิดเห็น เพื่อการใช้ทรัพยากร ต่าง ๆ อย่างยั่งยืนตามภูมิปัญญาท้องถิ่น

7. ถือเป็นพื้นฐานที่ต้องถ่ายทอดอบรมให้พนักงานรับทราบ

องค์ความรู้เชิงวิชาการ ทั้งในปัจจุบันและที่เพิ่งค้นพบใหม่ เพื่อการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด อาทิ การบริหารจัดการการผลิตในกิจการ

8. ส่งเสริมให้มีการถ่ายทอดองค์ความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมระหว่างพนักงาน เพื่อให้เกิดความเข้าใจ จะได้ปลูกฝังให้เป็นวัฒนธรรมองค์กรที่ดี และนำไปประพฤติปฏิบัติให้เกิดความยั่งยืนสืบไป

9. เพื่อให้สิ่งต่าง ๆ ข้างต้นเกิดขึ้น ผู้บริหารระดับสูงต้องมีบทบาทเป็นทั้งหัวหน้าทีมและผู้เล่น ที่อยู่ในกฎกติกาเดียวกับพนักงานด้วย

การลดและปรับตัวให้เข้ากับภาวะโลกร้อน (Climate Change Mitigation and Adaptation)

1. หากดำเนินการผลิตไปแล้ว และพบว่ามิกิจกรรมที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกเกินระดับมาตรฐาน กิจการต้องลดระดับกิจกรรมลงอย่างเป็นขั้นเป็นตอน โดยเน้นใช้ทรัพยากรโดยเฉพาะพลังงาน ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

2. ไม่รอให้เกิดปัญหาปล่อยก๊าซเรือนกระจก แล้วจึงดำเนินการแก้ไข เพราะการทยอยลดการใช้ทรัพยากร จะช่วยปรับพฤติกรรมพนักงานแบบค่อยเป็นค่อยไป จนในที่สุด ก็จะอยู่ในระดับที่ไม่เป็นพิษภัยต่อสิ่งแวดล้อม

3. คำนี้ถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย โดยรายงานความเสี่ยงของภาวะโลกร้อน ที่จะมีผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมกับผลการดำเนินงานของกิจการ

4. นำเสนอทางออก เพื่อตอบสนองต่อผลกระทบภาวะโลกร้อนที่ควบคุมได้ เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมดรับทราบและพิจารณา ซึ่งหากเป็นไปได้ยิ่งโปร่งใสก็มีความเป็นไปได้สูงกว่า ผู้มีส่วนได้เสียจะให้การสนับสนุนการดำเนินการต่อไปในระยะยาว

5. การดำเนินการเพื่อปรับปรุงภาวะโลกร้อน ควรเน้นการมีส่วนร่วมจากชุมชน เพราะจะทำให้กิจกรรมประสบความสำเร็จ การระดมสมองจากชุมชน จะทำให้กิจการทราบแนวคิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่จะทำให้งิจกรรมสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

6. จัดตั้งหน่วยงาน/ผู้รับผิดชอบด้านการบริหารกิจกรรม เพื่อการปรับปรุงภาวะโลกร้อนโดยตรง ซึ่งหน่วยงาน/ผู้รับผิดชอบดังกล่าว ควรมีเครือข่ายเชื่อมโยงกับชุมชนข้างเคียง เพื่อจะทำให้กิจกรรมเกิดผลกระทบจากภายในสู่ภายนอกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

7. จัดให้มีระบบติดตามและประเมินผล จากภายในและภายนอก อย่างเป็นระบบ โดยแต่งตั้งคณะทำงานกำกับดูแล ทั้งนี้ ควรเชิญตัวแทนจากชุมชนที่มีความปรารถนาดีในการปรับปรุงภาวะโลกร้อนมาร่วมด้วย

8. สร้างและแสวงหาความรู้ใหม่ที่รู้จักจริงและถูกต้องให้มากที่สุด พร้อมทั้งถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับสาเหตุ ลักษณะ และผลของภาวะโลกร้อนในเรื่องสำคัญที่กิจการพึงกระทำ และส่งเสริมให้เกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอก เช่น ความรู้ในเรื่องการใช้พันธุ์ไม้รุกขชาติ ไม้ขนาดใหญ่ ไม้ขนาดกลาง และไม้ขนาดเล็ก ในภูมิประเทศตามลักษณะธรรมชาติ ของที่พื้นที่ต่าง ๆ ให้ถูกต้อง เพื่อให้สามารถลดค่าใช้จ่าย เพิ่มกำไร ลดมลพิษ จนถึงขั้นขจัดมลพิษได้

9. เชิญบุคลากรจากภายนอกเข้ามานำเสนอแนวคิด โดยจัดทำเป็น การอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อระดมสมองของผู้เข้าร่วมกิจกรรมทั้งบุคลากร ภายในและภายนอกกิจการ เพราะจะทำให้้องค์ความรู้เรื่องภาวะโลกร้อน ได้รับการส่งเสริม และตระหนักถึงผลกระทบในเชิงลบที่จะเกิดขึ้น

10. ส่งเสริมการทำงานในกิจการ เพื่อลดและปรับปรุงภาวะโลกร้อน ให้แก่สิ่งแวดล้อม เช่น จัดให้รางวัลพนักงานที่แจ้งเบาะแสกิจกรรมของ องค์กรที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจก

การปกป้องสิ่งแวดล้อม ความหลากหลายทางชีวภาพ และการบูรณะที่อยู่อาศัยตามธรรมชาติ (Protection of the Environment, Biodiversity and Restoration of Natural Habitats)

1. เพื่อปกป้องสิ่งแวดล้อม และความหลากหลายทางชีวภาพ และการบูรณะที่อยู่อาศัยตามธรรมชาติ กิจกรรมต้องรู้จักพอเพียง คือไม่ดำเนินกิจกรรมการผลิตจนเกิดการทำลายสิ่งแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติดังกล่าว

2. การวางแผนเพื่อขยายกิจกรรมทางการผลิต ต้องได้รับความเห็นชอบและต้องมีข้อมูลการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับผลดี-ผลเสียในมุมมองของระบบนิเวศประกอบด้วย

3. หากผลการศึกษาระบุว่า กิจกรรมการผลิตที่จะดำเนินการส่งผลเสียต่อระบบนิเวศ กิจกรรมจะต้องมีแผนการชดเชยระบบนิเวศที่สมดุลกันมาเสนอ โดยผ่านองค์ประชุมที่ประกอบไปด้วยผู้มีส่วนได้เสีย โดยมีผู้แทนจากชุมชนร่วมพิจารณาเห็นชอบ

4. กิจกรรมต้องถือว่า สิ่งแวดล้อมที่ประกอบไปด้วยความหลากหลายทางชีวภาพ และการบูรณะที่อยู่อาศัยตามธรรมชาติ เป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่เป็นผู้มีส่วนได้เสีย แม้จะเป็นกลุ่มที่เงียบที่สุด แต่จะเป็นกลุ่มที่มีพลังมากที่สุด ที่จะให้การสนับสนุนกิจกรรมทางธุรกิจของกิจการในระยะยาว

5. หลักการทำงานอย่างมีเหตุมีผล ควรถูกนำมาใช้เมื่อต้องมีการตัดสินใจดำเนินกิจกรรมทางการผลิต ซึ่งหลักการทำงานดังกล่าวต้องคำนึงถึงผลกระทบในระยะยาวเป็นหลัก

6. การเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนที่เป็นกลุ่มอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นสิ่งที่กิจการต้องพึงกระทำ กิจการควรมีบทบาทในการเจรจาพูดคุยให้ชุมชนรับรู้รับทราบถึงความปรารถนาดีของกิจการ ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะความหลากหลายทางชีวภาพ และการบูรณะที่อยู่อาศัยตามธรรมชาติ

7. จัดตั้งหน่วยงานที่มีความรับผิดชอบในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและความหลากหลายทางชีวภาพ โดยร่วมงานกับชุมชนที่มีวัตถุประสงค์เดียวกัน ขณะเดียวกัน มีหน่วยงานที่ประกอบไปด้วยสมาชิกภายในและภายนอก ทำหน้าที่ประเมินผลการทำงานของหน่วยงานนั้นด้วย

8. สร้างและแสวงหาความรู้ใหม่ อันเกี่ยวเนื่องกับธรรมชาติสิ่งแวดล้อมและความหลากหลายทางชีวภาพที่แท้จริง มาเป็นความรู้จริงของกิจการที่ถูกต้อง พร้อมกับถ่ายทอดองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการปกป้องสิ่งแวดล้อม ความหลากหลายทางชีวภาพ และการบูรณะที่อยู่อาศัยตามธรรมชาติ โดยทำเป็นกิจกรรมที่เชิญกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งจากภายในและภายนอกกิจการเข้าร่วม

9. ควรมีการวัดผลความรู้ของบุคลากรทั้งภายในและภายนอกกิจการอย่างเป็นรูปธรรม ทั้งนี้ เพื่อเป็นการวัดความสัมฤทธิ์ผลของการสร้างและถ่ายทอดองค์ความรู้ในเรื่องดังกล่าว บุคลากรที่ผ่านการวัดผลในหัวข้อต่างๆ จะได้รับการแต่งตั้งเป็นบุคลากรผู้อบรมหัวข้อดังกล่าวให้กับรุ่นอื่นๆ ต่อไป

10. ยึดหลักคุณธรรม ในการตัดสินใจเกี่ยวกับกิจกรรมการผลิตต่างๆ อย่างเคร่งครัด โดยเฉพาะการดำเนินการเพื่อป้องกันและปรามไม่ให้พนักงานในกิจการมีพฤติกรรมที่ไม่พึงต้องการ ควรมีการว่ากล่าวตักเตือนให้ทราบล่วงหน้าก่อนเป็นระยะเวลาพอสมควร ให้ความรู้ให้เหตุและผล จากนั้น จึงดำเนินการลงโทษสำหรับพนักงานผู้ฝ่าฝืนอย่างเด็ดขาดต่อไป

บทที่

12

นวัตกรรม
และการเผยแพร่
นวัตกรรม
จากการดำเนิน
ความรับผิดชอบต่อ
ต่อสังคม

นวัตกรรมและการเผยแพร่นวัตกรรม จากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม

นวัตกรรม เกิดขึ้นได้จากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม
ที่มีการพัฒนาความรู้ใหม่ๆ ให้ก้าวหน้าในเชิงเศรษฐกิจ และสร้างสุขภาวะ
อย่างเป็นระบบแก่สังคมและสิ่งแวดล้อม

นวัตกรรม เกิดขึ้นได้ทุกสาขาวิชาและหลายระดับ ตั้งแต่ระดับหน้าที่
ระดับบุคคล ระดับกิจการ และระดับพลเมืองโลก ซึ่งการเผยแพร่นวัตกรรม
จากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม ในรายงานแห่งความยั่งยืนของ
กิจการ จะเป็นผลให้เกิดการยอมรับในความคิด และการปฏิบัติเหล่านั้น
จะมีผลต่อโครงสร้างและวัฒนธรรมของกิจการ ซึ่งจะส่งผลต่อการ
เปลี่ยนแปลงทางสังคมในที่สุด

12.1 ความหมาย

นวัตกรรมจากความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ คือผลลัพธ์
จากการประกอบกิจการด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม ที่เกิดผลสำเร็จ
อย่างจริงจัง และเกิดการเปลี่ยนแปลงทางความคิด การผลิตและ

กระบวนการทำงาน ไม่ว่าจะการเปลี่ยนแปลงนั้น จะเกิดขึ้นจากการปฏิวัติ การเปลี่ยนแปลงใหม่ทั้งหมด หรือการพัฒนาต่อยอด

เป้าหมายของนวัตกรรมคือการสร้างสรรค์เชิงบวก เพื่อสร้าง ประสิทธิภาพและประสิทธิผล ทั้งในระยะสั้น และขณะเดียวกันก็สร้าง มูลค่าเพิ่มแก่กิจการและผู้เกี่ยวข้องในระยะยาว

นวัตกรรมที่มุ่งเน้นการใช้ประโยชน์จากความคิดใหม่ ๆ ด้วยความ รับผิดชอบต่อสังคม ย่อมนำไปสู่ความเจริญเติบโตที่ก้าวหน้า และความ สามารถในการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและความยั่งยืนของกิจการ เศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิต รวมทั้งการฟื้นฟูและพัฒนาสิ่งแวดล้อม เช่น การปรับปรุงผลิตภาพในการผลิตที่เกิดมูลค่าเพิ่ม

ความรับผิดชอบต่อสังคมในมิติของนวัตกรรมนั้น คือการที่ นวัตกรรมของกิจการ ที่นอกจากจะเป็นผลลัพธ์อันเกิดจากการประกอบ กิจการด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างจริงจังแล้ว ยังสามารถสร้าง ความก้าวหน้าเชิงเศรษฐกิจ สร้างสุขภาวะอย่างเป็นระบบแก่สังคม มีการ คำนึงถึงการสร้างคุณค่าและมูลค่าที่สมดุล รวมถึงพิจารณาความต้องการ ของกิจการ ควบคู่กับสังคมที่กลายเป็นการสร้างกระบวนการประกอบ กิจการด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมที่เป็นนวัตกรรมอีกด้วย

12.2 หลักการและเหตุผลที่ควรปฏิบัติ

การพัฒนานวัตกรรมที่จะก่อให้เกิดความสำเร็จ ด้วยการดำเนิน กิจการที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างจริงจังนั้น นอกจากจะต้องมี องค์ความรู้และประสบการณ์แล้ว ควรดำเนินการด้วยวิธีการที่เหมาะสม และใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าด้วย

หลักสำคัญในการสร้างนวัตกรรม ภายใต้การดำเนินกิจการที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม คือ การดำเนินกิจการที่สามารถสร้างสิ่งใหม่ ๆ อันมีทั้งมูลค่าและคุณค่าให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเป็นผลกระทบในเชิงบวก เพื่อจะทำให้กิจการ สังคม ชุมชน วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมเกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น เป็นนวัตกรรมที่ก่อให้เกิดผลิตภาพหรือมูลค่าเพิ่มขึ้น และเป็นที่มีมาอันสำคัญของความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจสังคม และสิ่งแวดล้อม ดังนั้น การเป็นกิจการแห่งนวัตกรรมที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น มีความจำเป็นต้องดำเนินการในทุกระดับของกิจการไปพร้อมกัน ประกอบด้วย

นวัตกรรมที่เป็นความรับผิดชอบต่อสังคมระดับหน้าที่

การพัฒนานวัตกรรมอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับหน้าที่เป็นพื้นฐานของทุกกิจการ ด้วยการมุ่งพัฒนานวัตกรรมที่สร้างมาตรฐานสินค้า บริการ หรือการทำงาน โดยไม่ขัดต่อกฎหมายและศีลธรรม รวมถึงการจัดทำรายงานผลการดำเนินงานด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และผลประกอบกิจการ อันจะช่วยป้องกันความเสี่ยงและสร้างความยั่งยืนให้กับกิจการ

กิจการต้องกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และนโยบายที่สนับสนุนการพัฒนานวัตกรรมอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ เพื่อให้มีแนวทางที่ชัดเจน เช่น ลดใช้พลังงานหรือวัตถุดิบในการผลิต มุ่งผลิตสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น รวมถึงทบทวนกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น มุ่งสร้างประโยชน์สูงสุดในสิ่งต่าง ๆ ที่ได้จากระบวนการผลิต และลดทิ้งของเสียสู่สิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ ควรมีวิธีนำสิ่งที่กำหนดไปสู่การปฏิบัติอย่างจริงจัง และมีกระบวนการเรียนรู้

เพื่อให้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จนกลายเป็นมาตรฐานการดำเนินงานของกิจการ

นวัตกรรมที่เป็นความรับผิดชอบต่อสังคมระดับบุคคล

การพัฒนา นวัตกรรมอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับบุคคล ให้ความสำคัญกับการปลูกจิตสำนึกการเป็นผู้ที่สร้างสรรค์นวัตกรรมที่สามารถตอบสนององวัตถุประสงค์ทางเศรษฐกิจ ในขณะที่เดียวกัน ก็ตอบสนองความต้องการของสังคมด้วย อันเป็นการพัฒนา นวัตกรรมอย่างมีความรับผิดชอบต่อสภาพในสู่ภายนอกกิจการ

การเปิดโอกาสให้พนักงานทำประโยชน์ หรือแสดงความเสียสละให้สังคม ทำให้เกิดประสบการณ์เรียนรู้ที่สามารถเปลี่ยนทัศนคติที่มีต่อสิ่งรอบตัวในทางที่ดีขึ้นได้ ทำให้พนักงานมีค่านิยมที่ดีในการทำงาน และมีความสามารถเชื่อมโยงเป้าหมายทางนวัตกรรมของกิจการเข้ากับการแก้ปัญหาของลูกค้าและสังคมได้อย่างแท้จริง

การสร้าง ความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับบุคคล ทำให้พนักงานเห็นคุณค่าในงานที่รับผิดชอบว่าเป็นสิ่งที่มีค่า สามารถสร้างสรรค์ประโยชน์ เกิดความภูมิใจ และรักศรัทธาในงานของตนเองและกิจการ ส่งผลให้ประสิทธิภาพและคุณภาพการทำงาน ทั้งระดับตัวบุคคลและกิจการเพิ่มขึ้น

นวัตกรรมที่เป็นความรับผิดชอบต่อสังคมระดับกิจการ

การสร้างสรรค์นวัตกรรมอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับกิจการนั้น มุ่งเน้นการร่วมพัฒนา นวัตกรรมกับผู้มีส่วนได้เสียของกิจการภายนอก ที่สนใจร่วมสร้างการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม

ให้ดีขึ้น เป็นการสร้างนวัตกรรมที่นอกเหนือจากกระบวนการพัฒนา
นวัตกรรมภายในตามปกติ

การร่วมพัฒนานวัตกรรมกับผู้มีส่วนได้เสีย จะทำให้กิจการ
มีศักยภาพเพิ่มขึ้น สามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมที่กิจการไม่สามารถ
ดำเนินการได้เพียงลำพัง แต่ต้องเกิดจากความร่วมมือในการพัฒนา
กับผู้อื่นภายนอก เช่น การร่วมกับคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทาน สร้างรูปแบบ
การทำงานร่วมกันใหม่ที่มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น การพัฒนาสินค้าใหม่
ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมร่วมกับผู้ขายวัตถุดิบ หรือการร่วมมือกับสถาบัน
การศึกษาทำการวิจัยและพัฒนา เป็นต้น อันเป็นการสร้างความสามารถ
ในการแข่งขัน สร้างความมั่งคั่งให้ผู้ถือหุ้น และสร้างการเปลี่ยนแปลงที่ดี
ในวงกว้างให้กับสังคม กิจการควรมีการเผยแพร่รูปแบบของการร่วมพัฒนา
นวัตกรรมที่ดำเนินการแล้วประสบความสำเร็จสู่สาธารณะชน เพื่อเป็น
แนวทางกับผู้อื่นต่อไป

นวัตกรรมที่เป็นการรับผิดชอบต่อสังคมในระดับพลเมืองของโลก

นวัตกรรมที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับพลเมืองของ
โลกนั้น มุ่งพัฒนานวัตกรรมที่จะช่วยลดปัญหาต่างๆ ของสังคม การทำให้
สิ่งแวดล้อมและความเป็นอยู่ของมนุษย์มีคุณภาพสูงขึ้น ผ่านสินค้า
นวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การเลือกใช้เทคโนโลยีสะอาดที่ลด
การปล่อยก๊าซหรือของเสียอื่นๆ สู่อากาศแวดล้อม รวมถึงการลงทุน
พัฒนานวัตกรรมที่จะทำให้ประเทศชาติหรือสังคมส่วนรวมดีขึ้น

การพัฒนานวัตกรรมอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับ
พลเมืองของโลก ต้องคำนึงถึงวัฒนธรรม กฎหมาย การเมืองและ
ความต้องการที่แตกต่างกันของแต่ละประเทศแต่ละท้องถิ่น ไม่สร้าง

ความเดือดร้อนแก่ผู้อื่น หรือนำไปสู่ความแตกแยกของสังคม และกิจการ
ควรต่อต้านนวัตกรรมที่ส่งผลเสียสังคมส่วนรวม

ในระยะยาว การลงทุนในนวัตกรรมแบบนี้ จะทำให้กิจการเป็น
พลเมืองที่ดีสร้างคุณประโยชน์แก่โลก และทำให้มีความสามารถในการ
แข่งขันของกิจการที่ยั่งยืน

12.3 แนวทางในการปฏิบัติ

1. ทำความเข้าใจอย่างชัดเจนถึงประโยชน์และคุณค่าของการ
ดำเนินกิจการที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ว่าสามารถสร้างมูลค่าที่ทำให้
เกิดการสร้างนวัตกรรมได้

2. ช่วยเผยแพร่ประโยชน์และคุณค่าของการดำเนินกิจการที่มี
ความรับผิดชอบต่อสังคม ในลักษณะหรือในวิธีการเดียวกันกับการเผยแพร่
ความรู้เกี่ยวกับประโยชน์และคุณค่าของการสร้างนวัตกรรม โดยเฉพาะ
การใช้ประโยชน์จากรายงานแห่งความยั่งยืนของกิจการ ซึ่งสามารถ
เผยแพร่ข้อมูลต่าง ๆ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมได้ดี

3. สร้างความคิดหรือค้นหาความรู้ใหม่ ๆ ที่ต่างไปจากเดิมที่เคย
ปฏิบัติหรือเคยรับรู้มา โดยเป็นความรู้ที่ครอบคลุมทั้งทางธุรกิจ เศรษฐกิจ
สังคมและสิ่งแวดล้อม

4. พัฒนาความคิดหรือพัฒนาความรู้ใหม่ ๆ ที่จะก่อให้เกิดมูลค่า
โดยอาจเปิดให้มีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องทั้งในหรือนอกกิจการมาร่วมกัน
พัฒนา

5. นำความรู้ที่ได้ไปปฏิบัติในเชิงธุรกิจ ที่สอดคล้องกับการตลาด
ซึ่งสามารถสร้างมูลค่าหรือผลิตภาพให้กับกิจการ เศรษฐกิจ ตลาด สังคม
ชุมชนและสิ่งแวดล้อม

6. ติดตามผล ศึกษาตรวจสอบ วิจัยประเมินผล และเรียนรู้ นวัตกรรมที่เกิดขึ้นใหม่ เพื่อนำไปสู่การพัฒนา นวัตกรรมในครั้งใหม่ เรื่องใหม่อีกต่อไป¹⁸

7. นวัตกรรมต้องมีเป้าหมายเพื่อสร้างประโยชน์ให้แก่กิจการหรือ ก่อเกิดประโยชน์แก่สังคมในวงกว้าง ทั้งนี้ นวัตกรรมต้องไม่ทำให้เกิดการทำลายล้าง วิทยาศาสตร์หรือการก่อการร้าย นวัตกรรมต้องส่งผลกระทบต่อผู้ที่มีส่วนได้เสีย

8. สร้างค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กรที่เปิดกว้าง และอำนวยความสะดวกให้ผู้เกี่ยวข้องสามารถมีความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นรากฐานของ ความสามารถในการสร้างนวัตกรรม อันจะทำให้เกิดความต่อเนื่องของ การสร้างนวัตกรรมจากภายในกิจการ

9. ส่งเสริมและร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียกับกิจการ เช่น คู่ค้า เพื่อพัฒนานวัตกรรมอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม และนำหลักของ กิจการที่ทำดีต่อสังคมไปปฏิบัติ ด้วยการเผยแพร่ นวัตกรรมดังกล่าว รวมถึงเป็นกิจการตัวอย่างในการพัฒนานวัตกรรมอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม

10. สำนักรวบรวมการธุรกิจของกิจการอยู่เสมอว่า ก่อให้เกิด ความเสี่ยง หรือมีผลกระทบทางลบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมหรือไม่ อย่างไร และหากมีความเสี่ยงหรือมีผลกระทบทางลบ ควรแก้ไขทันที

¹⁸ คุณธรรมที่นำไปสู่ความสำเร็จมี 4 ประการคือ

1. ความพอใจหรือความปรารถนาดีที่จะทำงานนั้น ใฝ่ใจรักทำสิ่งนั้นให้ได้ผลดียิ่ง ๆ ขึ้นไป
2. ความเพียรหรือขยันหมั่นประกอบกรสิ่งนั้น ด้วยความพยายาม เข้มแข็ง อดทน เอาธุระ ไม่ทอดอ่ย
3. ความคิดหรือตั้งใจในสิ่งที่ทำ และด้วยจิตผิ่ไม่ปล่อยให้หุงช่าน
4. ความไตร่ตรองหรือหมั่นใช้ปัญญาพิจารณาใคร่ครวญ ตรวจสอบหาเหตุผลและตรวจสอบ ข้อหย่อนในสิ่งที่ทำ มีการวางแผน วัดผล คิดค้นวิธีแก้ไขปรับปรุง

11. เชื่อมโยงนวัตกรรมเข้ากับสมรรถนะ เป้าหมายทางธุรกิจ และวิถีสังคมไทย ด้วยการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิต คุณภาพ ความสามารถในการแข่งขัน อย่างมีสมดุลในเชิงคุณค่าทางสังคม และเศรษฐกิจ

12. เปิดโอกาสให้ชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องให้ข้อมูลหรือ ข้อคิดเห็นสำหรับโครงการต่าง ๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อเขา

13. รักษาข้อมูลอันเป็นความลับหรือทรัพย์สินทางปัญญาของ ผู้อื่นเสมือนเป็นของตนเอง

บทที่

13

การจัดทำ
รายงาน
แห่งความยั่งยืน

การจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืน

13.1 ความหมายและจุดมุ่งหมายของรายงาน

การจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืน (Sustainability Reporting) เป็นการเปิดเผยผลกระทบและผลลัพธ์ ทั้งเชิงบวกและลบต่อเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินกิจการ เช่นเดียวกับคำอื่น ๆ เช่น รายงานความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นต้น อันจะนำไปสู่ความยั่งยืน ในช่วงเวลาที่รายงาน โดยจุดมุ่งหมายของการจัดทำรายงาน คือ

1. การเทียบเคียง (Benchmarking)

เป็นการเทียบเคียงและประเมินการปฏิบัติงานอย่างยั่งยืน เป็นการแสดงระดับและคุณภาพของความรับผิดชอบต่อสังคม ความมีคุณธรรม ในการประกอบกิจการ การเคารพกฎหมาย บรรทัดฐาน จรรยาบรรณ มาตรฐานการปฏิบัติงาน และการดำเนินกิจกรรมอาสาสมัคร

2. การสาธิต (Demonstrating)

เป็นการแสดงถึงอิทธิพลที่กิจการมี และได้รับจากการคาดหวัง ต่าง ๆ เกี่ยวกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน

3. การเปรียบเทียบ (Comparing)

เป็นการเปรียบเทียบการปฏิบัติงานภายในกิจการ และระหว่างกิจการ รวมถึงผลประกอบการเชิงคุณภาพด้านการเงิน และมูลค่าด้านอื่น ๆ ที่สำคัญต่อความยั่งยืน

รายงานแห่งความยั่งยืน เป็นการวัดและเปิดเผยข้อมูลด้านความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งภายในและภายนอกกิจการ สำหรับการดำเนินงานที่มีต่อเป้าหมายของการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับข้อมูล ที่สะท้อนให้เห็นการปฏิบัติตามแนวทางดังกล่าวอย่างครบถ้วน

ข้อมูลที่เปิดเผยนี้ นอกจากจะเป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้เสียแล้วยังช่วยในการสอบทานให้ทราบว่า กิจการได้ดำเนินการเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมตรงกับเป้าหมายที่วางไว้หรือไม่ อย่างไร

การรายงานสามารถทำได้หลากหลายลักษณะ ที่สำคัญ คือ ควรสะท้อนแผนงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่วางไว้ และมีกระบวนการรายงานที่ต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถนำมาปรับปรุงการทำงานได้ในระหว่างปี และมีการรายงานสั้น ๆ ระหว่างปี ตามกิจกรรมและตัวชี้วัดของกิจการ การรายงานเหล่านี้จะพบว่า เป็นส่วนหนึ่งของการรายงานภายในต่อผู้บริหารระดับสูงหรือคณะกรรมการที่มีอยู่แล้ว

วิธีการพื้นฐานประการหนึ่ง ที่สามารถนำมาเตรียมการรายงานระดับภายในกิจการ คือ การใช้เทคนิค Balanced Scorecard สำหรับกิจการที่ทำอยู่แล้ว วิธีง่าย ๆ คือ นำตัวชี้วัดด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่กำหนดขึ้น มาเชื่อมโยงกับแผนที่ยุทธศาสตร์ของกิจการโดยใช้มุมมองพื้นฐาน 4 ด้านคือ การเงิน กระบวนการกิจการ ลูกค้า การเรียนรู้และเติบโต

กิจการต้องหลอมรวมแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมให้เป็นหนึ่งเดียวกับการบริหาร และทำการวัดผลการดำเนินงานในมุมมองข้างต้น เช่น การพัฒนาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลดคาร์บอนในกิจการแก่พนักงานและผู้บริหาร ผ่านการให้ความรู้ด้านการประหยัดพลังงาน พร้อมกับเพิ่มความเข้าใจด้านการใช้พลังงานทดแทน มิติด้านการเรียนรู้นี้ ย่อมนำไปสู่การผลิตและบริการที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม และเชื่อมโยงสู่มิติด้านกระบวนการกิจการ หากมีการสื่อสารสิ่งนี้สู่มิติด้านลูกค้า ก็ย่อมทำลูกค้าพึงพอใจสินค้าและบริการมากขึ้น นำไปสู่รายได้ที่เพิ่มขึ้น อีกทั้งสามารถลดรายจ่ายอันเกิดจากการประหยัดพลังงานหรือการใช้พลังงานทดแทนได้ในมิติด้านการเงิน เป็นต้น

การเชื่อมโยงความรับผิดชอบต่อสังคมสู่ Balanced Scorecard ทั้งสี่มุมมอง สามารถใส่ตัวชี้วัดสำคัญลงไปในแต่ละมุมมองโดยเฉพาะได้ เช่น ตัวชี้วัดด้านความปลอดภัยต่อพนักงานและผู้บริโภค ตัวชี้วัดเกี่ยวกับอัตราส่วนลูกค้าที่ได้มาตรฐานสิ่งแวดล้อมและสังคม ตัวชี้วัดด้านการใช้พลังงาน ตัวชี้วัดด้านการจัดการกับของเสีย ตัวชี้วัดด้านการบริจาคที่หักภาษีได้ เป็นต้น

นอกจากวิธีการรายงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่ใช้ภายในกิจการแล้ว ยังมีแนวทางการรายงานเพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียรับทราบ ซึ่งรูปแบบรายงานที่ได้รับความนิยมและได้รับความเชื่อถือในระดับสากล คือแนวทางของ Global Reporting Initiative (GRI) รูปแบบดังกล่าวเรียกว่าการรายงานแห่งความยั่งยืน (Sustainability Reporting) ซึ่งมองความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการว่า เป็นไปเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่เกื้อหนุนกันระหว่างกิจการ สังคมและสิ่งแวดล้อม

GRI ยังถูกใช้เป็นเครื่องมือพื้นฐานที่เชื่อมโยงกับเกณฑ์การคัดเลือก บริษัทเข้าสู่ดัชนีที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนที่รับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Investing - SRI) ทั้งนี้ การจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืน ทำขึ้นโดยความสมัครใจของกิจการ ไม่ใช่มาตรฐานที่ใช้บังคับแต่อย่างใด

13.2 การกำหนดเนื้อหารายงาน

การกำหนดเนื้อหารายงานเพื่อให้เกิดความแน่ใจว่า รายงานจะครอบคลุมเรื่องใดบ้าง โดยดูจากเป้าหมายและประสพการณ์ของกิจการ ความคาดหวังที่สมเหตุผล และประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม การกำหนดเนื้อหารายงานมีหลักการ 4 ประการ ดังนี้

1. สารัตถภาพ (Materiality)

การเลือกข้อมูลที่มีความสำคัญเกี่ยวข้องกับกิจการอย่างชัดเจน เป็นสารสนเทศในรายงานที่ควรครอบคลุมหัวข้อ ประเด็นเนื้อหา และตัวชี้วัดที่สะท้อนผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ของกิจการที่ทำไว้ทั้งทางบวกและลบอย่างมีนัยสำคัญ หรือมีเนื้อหาที่มีอิทธิพลต่อการประเมินและการตัดสินใจ (หรือข้อเรียกร้องต่อกิจการ ในบางประเด็น) ของผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งนี้ เพื่อจัดลำดับความสำคัญของประเด็นต่าง ๆ ไม่ให้มีเนื้อหามากเกินไป โดยเฉพาะเนื้อหาที่ไม่สำคัญหรือไม่เกี่ยวข้อง และควรจะเน้นข้อมูลเชิงผลกระทบจริงที่วัดได้ในแต่ละประเด็นที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ เนื้อหาที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ที่มีความสำคัญ ได้แก่ ความท้าทายของกลุ่มอุตสาหกรรมหรือบริการเดียวกัน กฎหมาย ภาวะเป็ียบ และข้อตกลงที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

2. การเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Inclusiveness)

การกำหนดผู้มีส่วนได้เสียในรายงานให้ครบถ้วน และอธิบายว่า มีการตอบสนองความคาดหวังและผลประโยชน์แก่ผู้มีส่วนได้เสียอย่างไร และอธิบายว่า กิจกรรมมีกระบวนการเพื่อรับรู้และตอบสนองความคาดหวังอย่างมีเหตุผลอย่างไร หากกิจกรรมไม่มีปฏิสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญอย่างเป็นระบบ ย่อมจะทำให้ประเด็นสำคัญต่างๆ หลุดไปหรือไม่สมบูรณ์ อันนำไปสู่การที่ผู้ที่มีส่วนได้เสียอาจไม่ยอมรับรายงานนั้นๆ ได้ ซึ่งมีผลต่อความน่าเชื่อถือของรายงานความยั่งยืน

3. บริบทความยั่งยืน (Sustainability Context)

การรายงาน ควรเกี่ยวข้องกับบริบทในเชิงการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งกว้างกว่ากิจกรรมของตน หมายถึง แสดงให้เห็นความเข้าใจของกิจกรรมต่อสถานการณ์ทางสังคมและสิ่งแวดล้อมในระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ และในระดับโลก

กิจกรรมจึงไม่ควรรายงานเฉพาะผลงานของตนแต่เพียงอย่างเดียว แต่ควรรายงานความก้าวหน้า ผลกระทบในบริบทความท้าทายของประเด็นนั้นๆ ซึ่งสะท้อนผลเปรียบเทียบกับด้านประสิทธิภาพ ความคุ้มค่า และความก้าวหน้าของกิจการในประเด็นนั้นๆ เช่น การช่วยพัฒนาคุณภาพการศึกษาของชุมชนที่ทำอยู่ ควรรายงานภาพรวมคุณภาพการศึกษาของชุมชนนั้นๆ จึงจะมีประโยชน์กับทั้งชุมชนและกิจการเอง หรือ ผลการลดการใช้พลังงานของกิจการ เทียบกับกระแสแนวทางการลดการใช้พลังงาน ซึ่งจะให้เห็นว่า กิจการสามารถทำได้และเปรียบเทียบกับกลุ่มบริษัทในอุตสาหกรรมเดียวกันอย่างไร

ข้อมูลเชิงบริบท ควรมีที่มาน่าเชื่อถือเป็นที่ยอมรับทั่วไป นอกจากนั้น ควรอธิบายให้ชัดเจนเกี่ยวกับนโยบายหรือยุทธศาสตร์

ของกิจการในภาพรวมที่มีผลเชื่อมโยงประเด็นด้านความยั่งยืนและ
ตัวชี้วัดต่าง ๆ ด้วย

4. ความสมบูรณ์ (Completeness)

เป็นความครอบคลุมของหัวข้อ ตัวชี้วัด และการกำหนดขอบเขต
ที่ควรจะมีเพียงพอ เพื่อสะท้อนผลกระทบที่มีนัยสำคัญด้านเศรษฐกิจ
สิ่งแวดล้อม และสังคมในรอบการรายงาน สามารถชี้แจงเหตุผลให้เข้าใจ
ได้อย่างเหมาะสม โดยคำนึงถึงคุณภาพของรายงานตามหลักการของ
ความถูกต้องแม่นยำ (Accuracy) และความสมดุล (Balance) ไม่ปิดบัง
ข้อมูลที่มีความสำคัญ ให้ข้อมูลเพียงพอต่อการตรวจสอบ ประเมิน
ผลงานของผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องในช่วงการรายงานนั้น ๆ เพื่อให้ผู้มีส่วน
ได้เสียสามารถประเมินการปฏิบัติงานของกิจการในรอบเวลาหนึ่ง

13.3 การกำหนดคุณภาพ

หลักการนี้เป็นทางเลือกที่ทำให้แน่ใจว่า การรายงานเป็นไป
อย่างมีคุณภาพและนำเสนออย่างเหมาะสม ขั้นตอนนี้สัมพันธ์กับ
กระบวนการจัดเตรียมสารสนเทศในรายงาน ด้วยคุณภาพของสารสนเทศ
จะทำให้ผู้มีส่วนได้เสีย สามารถประเมินการปฏิบัติงานได้อย่างสมเหตุผล
ซึ่งประกอบด้วย

1. ความสมดุล (Balance)

การรายงานควรจะสะท้อนมุมมองทั้งทางบวกและลบของ
การปฏิบัติงานของกิจการ โดยไม่พยายามลดทอน ปิดบัง หรือบิดเบือน
ข้อมูล และวิธีการนำเสนอข้อมูล ซึ่งอาจทำให้ผู้อ่านเข้าใจผิดไปจากสภาพ
ความเป็นจริงได้ เพื่อให้สามารถประเมินผลในภาพรวมได้อย่างสมเหตุผล
และเกิดความรู้ว่ายังจะต้องพัฒนาโดยต่อเนื่องในเรื่องใด ๆ ต่อไปได้อีก

2. ความชัดเจน (Clarity)

สารสนเทศควรทำในรูปแบบที่สามารถเข้าใจและเข้าถึงได้สำหรับผู้มีส่วนได้เสียที่จะใช้รายงาน

3. ความแม่นยำ (Accuracy)

สารสนเทศที่รายงาน ควรมีความแม่นยำและมีรายละเอียดในเรื่องต่างๆ อย่างครบถ้วนเพียงพอสำหรับผู้มีส่วนได้เสียทุก ๆ กลุ่มที่ต้องการประเมินการปฏิบัติงานของกิจการ

4. ความเหมาะสมกับเวลา (Timeliness)

การรายงานเกิดขึ้นตามสารสนเทศและตารางปกติ ที่สามารถปรากฏในเวลาสำหรับผู้มีส่วนได้เสียจะตัดสินใจ

5. ความสามารถเปรียบเทียบ (Comparability)

ประเด็นและสารสนเทศควรเก็บรวบรวม แปลความและรายงานอย่างสม่ำเสมอ สารสนเทศที่รายงาน ควรจะนำเสนอในวิธีที่ทำให้ผู้มีส่วนได้เสียสามารถวิเคราะห์ความเปลี่ยนแปลงในการปฏิบัติงานของกิจการได้ และสามารถสนับสนุนการวิเคราะห์ที่สัมพันธ์กับกิจการอื่น

6. ความน่าเชื่อถือ (Reliability)

สารสนเทศและกระบวนการที่ใช้ในการจัดเตรียมรายงานควรมีการเก็บรวบรวม บันทึก แปล วิเคราะห์และเปิดเผยในวิธีที่สามารถตรวจสอบได้ โดยสามารถสร้างคุณภาพและสาระของสารสนเทศ

13.4 การกำหนดขอบเขต

ขอบเขตการรายงานความยั่งยืน เป็นการพิจารณาว่า การรายงานควรจะรวมตัวตนอื่น ๆ ของกิจการ (เช่น บริษัทย่อย บริษัทร่วมทุน บริษัทลูก เป็นต้น) หรือไม่ ตัวตนที่ควรรวมอยู่ในรายงานจะเป็นกิจการ

ที่มีอำนาจควบคุม หรือมีอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทั้งภายใน และผ่านความสัมพันธ์กับตัวตนอื่นที่หลากหลาย เช่น ใช้อุปทานหรือหน่วยกระจายสินค้าและลูกค้า เป็นต้น

ในการกำหนดขอบเขต จะต้องใช้การควบคุมและอิทธิพลที่มีนัยสำคัญมาเป็นตัวกำหนดขอบเขต การควบคุมเป็นอำนาจในการปกครองทางนโยบายทางการเงินและการปฏิบัติการของกิจการ เช่นเดียวกับ การได้มาซึ่งประโยชน์จากกิจกรรม ส่วนอิทธิพลที่มีนัยสำคัญเป็นอำนาจที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจระดับนโยบายทางการเงินและการปฏิบัติการ แต่มีใช้อำนาจในการควบคุมนโยบายนั้น

13.5 ความครอบคลุมของเนื้อหา

การจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืน สามารถรวมอยู่หรือเป็นฉบับแยกต่างหากจากรายงานประจำปี โดยอาจเป็นรูปแบบที่กิจการกำหนดเองหรือตามรูปแบบที่สากลยอมรับ และควรครอบคลุมเนื้อหาต่อไปนี้เป็นอย่างน้อย

ข้อมูลที่กำหนดบริบทรวมสำหรับความเข้าใจการดำเนินงานของกิจการ

1. วิสัยทัศน์และกลยุทธ์ของกิจการ

วิสัยทัศน์มุมมองเชิงกลยุทธ์ของความสัมพันธ์กิจการกับความยั่งยืน สารสนเทศส่วนนี้จะสร้างการมองการณ์ไกลเชิงกลยุทธ์มากกว่าแค่การสรุปเนื้อหาของรายงาน ประกอบด้วย แถลงการณ์จากผู้บริหารระดับสูงเกี่ยวกับความยั่งยืนที่มีต่อกิจการ และพรรณนาถึงผลกระทบที่สำคัญ ความเสี่ยง และโอกาส

2. ประวัติย่อของกิจการ (Organizational Profile)

ชื่อกิจการ สินค้าและบริการ แบนด์สำคัญ โครงสร้างกิจการ ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ จำนวนประเทศที่ทำการ ประเภทของกิจการ จำนวนพนักงาน ยอดขาย ทุน เป็นต้น

3. ปัจจัยกำหนดรายงาน (Report Parameters)

ประวัติย่อของการรายงาน ขอบเขตการรายงาน ดัชนีเนื้อหา GRI และการรับรองรายงาน

4. การกำกับดูแลกิจการ พันธสัญญาและการมีส่วนร่วม (Governance, Commitments, and Engagement)

โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ พันธสัญญากับความริเริ่ม ภายนอกและการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย

ข้อมูลการดำเนินงาน (Management Approach)

1. การดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ

ผลประกอบการและมิติด้านเศรษฐกิจของความยั่งยืน จะเน้นผลกระทบของกิจการต่อเงื่อนไขทางเศรษฐกิจของผู้มีส่วนได้เสีย ระบบเศรษฐกิจระดับท้องถิ่น ระดับประเทศและระดับโลก

ตัวชี้วัดทางด้านเศรษฐกิจ จะแสดงถึงการไหลหรือการเคลื่อนย้ายทุนระหว่างผู้มีส่วนได้เสีย และผลกระทบทางเศรษฐกิจหลักของกิจการที่มีต่อสังคม การเปิดเผยข้อมูลตามแนวทางการจัดการ เป็นการเปิดเผยแนวทางการปฏิบัติงานทางเศรษฐกิจ การตลาดและผลกระทบทางเศรษฐกิจทางอ้อม

2. การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย

นโยบายการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย กระบวนการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม การฟื้นฟูระบบนิเวศ

หรือธรรมชาติที่เสื่อมโทรม อันเนื่องมาจากการลงทุนและการดำเนิน กระบวนการจัดการของเสียและวัสดุเหลือใช้จากกระบวนการผลิต ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นประโยชน์ มีคุณค่าต่อผู้บริโภคสังคม และสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ มิติด้านสิ่งแวดล้อมของความยั่งยืนจะเน้น ผลกระทบของกิจการต่อระบบธรรมชาติที่มีชีวิตและไม่มีชีวิต รวมถึง ระบบนิเวศวิทยา ดิน อากาศ และน้ำ

ตัวชี้วัดทางสิ่งแวดล้อม ครอบคลุมการปฏิบัติงานที่สัมพันธ์กับ ปัจจัยนำเข้า (เช่น วัสดุ พลังงาน น้ำ) และผลผลิต (เช่น การปล่อยมลพิษ ของเสีย น้ำทิ้ง) นอกจากนี้ ยังครอบคลุมการปฏิบัติงานที่สัมพันธ์กับ ความหลากหลายทางชีวภาพ ข้อบังคับทางสิ่งแวดล้อมและสารสนเทศ อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ค่าใช้จ่ายด้านสิ่งแวดล้อม และผลกระทบของสินค้าและบริการ

การเปิดเผยข้อมูลแนวทางการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมประกอบด้วย วัสดุ พลังงาน น้ำ ความหลากหลายทางชีวภาพ การปล่อยมลพิษ น้ำทิ้งและน้ำเสีย สินค้าและบริการ การทำตามกฎระเบียบ การขนส่ง โดยภาพรวม

3. การดำเนินงานด้านสังคม

นโยบายการจัดการด้านแรงงานและพนักงาน สวัสดิภาพ การทำงาน การพัฒนาและฝึกอบรม การส่งเสริมและพัฒนาชุมชนสังคม โดยรอบพื้นที่ตั้งของกิจการ ซึ่งมีมิติความยั่งยืนจะเน้นผลกระทบของ กิจการต่อระบบสังคมที่กิจการดำเนินงานอยู่

ตัวชี้วัดการปฏิบัติงานทางสังคม ควรกำหนดมุมมองการปฏิบัติงานทางแรงงาน สิทธิมนุษยชน สังคมและความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์

4. การดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม

การค้นพบวิธีการใหม่ๆ หรือที่นำนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่มาใช้ จนก่อให้เกิดประโยชน์และผลดีภาพเพิ่มต่อกิจการ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ทำให้สามารถพิสูจน์ว่า การประกอบกิจการที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ทำให้เกิดความเจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืน ทั้งต่อตนเองและต่อส่วนรวมเหนือกว่าคู่แข่งได้อย่างไร

13.6 เรื่องอื่นๆ ที่ควรคำนึงในการจัดทำรายงาน

- ◆ จัดทำข้อมูลให้ชัดเจน กระชับ ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย และหลีกเลี่ยงข้อมูลที่ไม่จำเป็น
 - ◆ มีการสรุปการดำเนินงานทั้งด้านดีและด้านไม่ดีตามข้อเท็จจริง
 - ◆ หากมีการอ้างอิงแหล่งข้อมูลจากภายนอก ให้ระบุแหล่งที่มาของข้อมูลและกลั่นกรองความถูกต้อง ก่อนนำมาเปิดเผยในรายงาน
 - ◆ ควรใช้รายงานเป็นจุดเทียบเคียงการปฏิบัติงานของกิจการด้วยความริเริ่มเคารพในกฎหมาย บรรทัดฐาน ประมวล มาตรฐานการปฏิบัติงานและการอาสาสมัคร นอกจากนั้น ยังเป็นการแสดงออกถึงความผูกพันของกิจการต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน และการเปรียบเทียบการปฏิบัติงานของกิจการตลอดเวลา
 - ◆ จัดให้มีช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลที่หลากหลาย เพื่อให้ผู้อ่านสามารถเข้าถึงข้อมูลได้โดยสะดวก เช่น จัดทำรายงานทั้งในรูปแบบภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
 - ◆ ควรจัดประชุมร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย และมีเจตนาอธิบายถึงกิจกรรมของกิจการที่สัมพันธ์กับความรับผิดชอบต่อสังคมในระยะเวลานึง รวมถึงมีการเผยแพร่ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ของบริษัท

◆ รายละเอียดในการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืน หรือรายงานการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ สามารถศึกษาเพิ่มเติมได้จากเอกสาร “แนวทางการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืน” ที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม และสถาบันไทยพัฒนา ร่วมกันจัดทำขึ้น เพื่อเป็นแนวทางให้แก่บริษัทจดทะเบียนและกิจการที่สนใจ โดยสามารถดาวน์โหลดคู่มือดังกล่าวได้ที่ www.csri.or.th

บทสรุป

การดำเนินกิจการอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม จึงเป็นเรื่องที่สามารถเริ่มต้นทำได้ง่ายๆ จากการมีจิตสำนึกและคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อเป็นพื้นฐานแรก ที่จะไม่ทำในสิ่งใด ๆ ซึ่งส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือเป็นอันตรายต่อผู้อื่น (Do no harm) หรือที่เรียกว่าผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องทุก ๆ หน่วย ในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ในขณะเดียวกัน ก็ไม่กระทำการใด ๆ ที่เป็นการขัดต่อกฎหมาย ระเบียบเงื่อนไข และวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีอยู่

ลำดับต่อมา การดำเนินกิจการต้องเป็นไปอย่างมีคุณธรรมจริยธรรม และจรรยาบรรณ ตลอดจนมีธรรมาภิบาลเป็นเครื่องกำกับความซื่อสัตย์สุจริต โปร่งใส และยุติธรรม โดยสามารถประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นเครื่องมือเกื้อหนุนอีกชั้น อย่างมีสติและตั้งมั่นอยู่ในความไม่ประมาท

การดำเนินกิจการที่มุ่งหวังผลกำไร ควรต้องร่วมทางไปด้วยกันกับความรับผิดชอบต่อผลกระทบใด ๆ ที่เกิดจากทุก ๆ กระบวนการของทุกธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นผลทางบวกหรือทางลบ (ส่งเสริมผลทางบวก และลดหรือขจัดผลทางลบให้หมดไป) ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ โดยไม่แยกส่วนออกจากกัน หรือกล่าวได้ว่า ทุก ๆ กระบวนการทางธุรกิจต้องหลอมรวมเป็นเนื้อเดียวกับความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR in Process) เพื่อก้าวข้ามไปสู่ความยั่งยืนร่วมกัน ทั้งตัวของกิจการเองตลอดจนผู้มีส่วนได้เสียของทั้ง 3 มิติด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม

การประยุกต์ความรับผิดชอบต่อสังคมเข้ากับกิจการ ต้องครอบคลุม มิติภายใน ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ร่วมกับการดูแลสถานะและความปลอดภัยในการทำงาน พร้อมทั้งจะปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทาง เศรษฐกิจ สังคมและการเมือง รวมถึงจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ภายใต้อย่างมีประสิทธิภาพ

สำหรับมิติภายนอก ต้องบริหารให้คู่ค้าและหุ้นส่วนกิจการให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมไปด้วยกัน ให้มีการดูแลผู้บริโภค รับผิดชอบต่อ ชุมชนใกล้เคียงและสังคมโดยรวม

การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมให้ได้ผลอย่าง แท้จริง ผู้บริหารต้องนำวิธีคิดเชิงกลยุทธ์ธุรกิจอย่างเป็นระบบ ที่ใช้ในการ กำหนดทิศทางและการดำเนินกิจการของตนเองในภาคปกติ กับประเด็น ความรับผิดชอบต่อสังคมมาหลอมรวม ให้สอดคล้องเป็นเนื้อเดียวกัน โดยใช้กระบวนการจัดทำกลยุทธ์ มาประยุกต์ใช้กับการวิเคราะห์และเลือก ประเด็นทางสังคม และกำหนดให้มีการวัดผลที่มีประสิทธิภาพด้วย ซึ่งการคิดแบบมีกลยุทธ์ มีความสำคัญและแตกต่างกับแนวคิดทั่วไป เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมมาก

ทั้งนี้ กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ต้องไม่เป็นค่าใช้จ่าย ที่ไม่เกิดผลตอบแทน แต่ควรเป็นสินทรัพย์ประหนึ่งการลงทุนที่สร้าง ผลตอบแทน ดังนั้น กระบวนการทางธุรกิจหรือกิจกรรมที่จัดทำขึ้น อย่างต่อเนื่องภายใต้กลยุทธ์กิจการ ต้องมีลักษณะรับผิดชอบต่อสังคม และสร้างมูลค่าเพิ่มแก่กิจการ (สร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าและบริการ) นอกจากนี้ กิจการควรกำหนดให้ลูกค้าเป็นศูนย์กลาง เปิดโอกาสให้ผู้มี ส่วนได้เสียมีส่วนร่วมในประเด็นที่เกี่ยวข้อง และคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ ของทั้งตัวสินค้าและกระบวนการธุรกิจ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการ แข่งขัน

การสร้างกลยุทธ์กิจการอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม เริ่มตั้งแต่ การค้นหาจุดร่วมระหว่างกิจการและสังคม ทั้งจากปัจจัยภายในและ ภายนอก โดยดูจากผลกระทบทางสังคมจากการดำเนินกิจการ ประเด็น ทางสังคมที่ส่งผลกระทบต่อกิจการ เมื่อระบุได้แล้วจึงนำมาจัดลำดับความสำคัญ และเลือกประเด็นที่เป็นสาระสำคัญและมีผลกระทบที่เกี่ยวข้องจริง ๆ

จากนั้น จึงเริ่มปรับเปลี่ยนโครงสร้างกิจการ กำหนดบทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบต่อ ตั้งแต่ระดับกรรมการผู้จัดการไปถึงพนักงาน แรงจูงใจ ที่เหมาะสมในกลุ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อร่วมเชื่อมโยงประเด็นสำคัญ ทางสังคมให้เป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินกิจการอย่างมีความรับผิดชอบต่อ

ต่อมา กิจการต้องสร้างวาระทางสังคมของกิจการ โดยดำเนินงาน ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในเชิงรุก ร่วมกับการสร้างสรรค์คุณค่าและ วิธีการใหม่ ๆ ให้เกิดเป็นนวัตกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

ความรับผิดชอบต่อสังคม ที่ฝังลึกเข้าไปในการดำเนินการของกิจการ ที่ยากจะแยกออกมาเป็นกิจกรรมอื่น ๆ จะยังสามารถเชื่อมโยงประโยชน์ ทางสังคมและกิจการอย่างส่งเสริมกัน และกลายเป็นความรับผิดชอบต่อ สังคมที่มีความสำคัญทางยุทธศาสตร์และเกิดผลมากขึ้น

ท้ายที่สุด กิจการต้องเลิกคิดถึงความรับผิดชอบต่อสังคมว่าเป็น การทำอะไรที่เกิดผลเสียแล้วกลับมาช่วยดูแลแก้ไข หรือการเป็นคนดี ช่วยเหลือสังคมแบบไม่มีทิศทาง แต่ควรดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อ สังคมในลักษณะที่ “หลอมรวม” ผลกระทบและประเด็นทางสังคมสิ่ง แวดล้อมเข้ามาเป็นแกนกลางในกระบวนการดำเนินกิจการและการ กำหนดทิศทางของกิจการ ซึ่งสามารถพัฒนาจุดยืนที่แตกต่างและนำไป สู่ผลประโยชน์ที่เกื้อหนุนกันอย่างยิ่งย่นระหว่างกิจการและสังคม

แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการฉบับนี้ เป็นการนำ เข้มทิศธุรกิจเพื่อสังคมฉบับ ปี 2551 มาขยายความให้เกิดเป็นความรู้

ความเข้าใจและสามารถชักชวนให้ทุก ๆ กิจกรรมนำสิ่งที่ดีมาปฏิบัติให้เห็นผลได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำไปปฏิบัติให้เกิดผลดีทั้งในเชิงธุรกิจ และในเชิงการฟื้นฟูสังคมวัฒนธรรมควบคู่กับสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เดินทางไปสู่ความสำเร็จของกิจการที่ยั่งยืน

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และคณะผู้จัดทำแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ หวังเป็นอย่างยิ่งว่า กิจการจะค้นหาและเรียนรู้การสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างเป็นกระบวนการ โดยการให้กระบวนการเหล่านี้ หลอมรวมอยู่ในกระบวนการดำเนินธุรกิจ เพื่อสร้างความเจริญเติบโตให้แก่กิจการอย่างสมดุล มั่นคง และยั่งยืน อันจะเป็นผลดีต่อผู้มีส่วนได้เสีย สังคม สิ่งแวดล้อม และประเทศชาติในที่สุด

ภาคผนวก

ตารางเปรียบเทียบหลักการ นโยบาย
แนวปฏิบัติ และแนวทางสากลต่างๆ
รวมถึงเข็มทิศธุรกิจเพื่อสังคม

Principles	GRI	ISO 26000	OECD 2000	UN Global Compact	DJSI	FTSE 4 Good	เข็มทิศธุรกิจ
Environment	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Labor practices	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Human Rights	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Society/Fair Operating Practices	✓	✓	✓		✓	✓	✓
Product Responsibility/ Consumer issues	✓	✓	✓		✓		✓
Community involvement and Development.	✓	✓	✓		✓		✓
Governance	✓	✓	✓	✓	✓		✓
CSR Innovation							✓
CSR Report	✓						✓

คำจำกัดความอื่นๆ ของความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ

การดำเนินกิจการ โดยมีเป้าหมายทั้งสามด้าน คือ กำไร สังคมและสิ่งแวดล้อม (Triple Bottom Line) ล้วนเป็นองค์ประกอบในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งสิ้น แม้ว่าปัจจุบัน จะยังไม่มีกรอบนิยามศัพท์คำว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม ที่เป็นหนึ่งเดียวอย่างชัดเจน แต่หลักใหญ่ใจความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคม ก็ปรากฏให้เห็นอยู่ในบทความและงานเขียนต่างๆ ของกิจการที่ให้ความสำคัญกับแนวคิดนี้ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

คณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียน สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

“Corporate Social Responsibility หรือ ที่เรียกเป็นภาษาไทยว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการนั้น หมายถึงการดำเนินกิจการภายใต้หลักจริยธรรม และการกำกับที่ดี ควบคู่ไปกับการใส่ใจและดูแลรักษา สังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อนำไปสู่การพัฒนากิจการอย่างยั่งยืน”

World Business Council on Sustainable Development

“CSR คือคำมั่นของบริษัท ที่จะส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน โดยทำงานร่วมกับลูกจ้างและครอบครัวของพวกเขา ชุมชน และสังคมโดยกว้าง เพื่อจะพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของสังคมโดยรวม”

ISO 26000 มาตรฐานว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ

“CSR เป็นเรื่องของการที่องค์กรตอบสนองต่อประเด็นเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งที่การให้ประโยชน์กับคน ชุมชนและสังคม นอกจากนั้น ยังเป็นเรื่องของบทบาทของกิจการในสังคม และความคาดหวังของสังคมที่มีต่อกิจการ โดยจะต้องทำด้วยความสมัครใจ และผู้บริหารจะต้องมีบทบาทเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่างๆ โดยสามารถวัดผลได้ใน 3 มิติ คือ การวัดผลทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม อันจะนำไปสู่การพัฒนอย่างยั่งยืน”

European Commission Green Paper

“CSR เป็นแนวคิดที่บริษัทจะบูรณาการงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม เข้าไปในกิจการ และการปฏิสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้เสียโดยสมัครใจ”

UNCTAD

“CSR คือการที่บริษัทเข้าไปเกี่ยวข้องและมีผลกระทบเชิงบวก ต่อความต้องการและเป้าหมายของสังคม”

การใช้ความรู้อย่างรอบคอบ มีสติปัญญา และแบ่งปัน

การพัฒนากิจการให้มีบุคลากรที่พร้อมทั้งกายใจในการช่วยเหลือผู้อื่น และพร้อมซึ่งคุณธรรม/จริยธรรมในการประกอบสัมมาอาชีพ ควรพัฒนาความรู้ควบคู่การปฏิบัติที่ดีทั้งกายและใจ รวมถึงมีจรรยาบรรณ และรู้จักใช้ชีวิตอย่างมีสติ ดังนั้น กิจการควรนำหลักธรรมของศาสนาตามความเชื่อถือมาใช้ด้วย เพื่อเป็นวิถีทางนำไปสู่การหยุดสร้างผลกระทบในทางลบต่อธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม สังคมและตนเอง นอกจากนี้ สติในการประกอบกิจการ จะส่งเสริมให้เกิดปัญญาความรู้หรือนวัตกรรมใหม่ๆ ที่ช่วยสร้างมูลค่าของกิจการให้สูงขึ้นได้ และสามารถดำรงอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างสุขสงบและสันติ

หลักธรรมที่ควรนำมาประยุกต์ในการดำเนินกิจกรรมอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ได้แก่ ศีล สมาธิ ปัญญา ซึ่งสามารถช่วยปรับพฤติกรรมของบุคคลและวิธีการประกอบกิจการ ให้เป็นไปในทางสร้างสรรค์ เป็นพลังในการพัฒนาชาติให้เจริญรุ่งเรืองสืบไปอย่างยั่งยืน

ศีล ในความรับผิดชอบต่อสังคม ได้แก่ การปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ ข้อบังคับต่าง ๆ ของกิจการและสังคม ที่สามารถลดผลกระทบในทางลบต่อสิ่งต่าง ๆ และเชื่อมั่นศรัทธาในการทำความดี ยึดมั่นความถูกต้องดีงาม เพื่อสร้างผลกระทบทางบวก ส่งผลให้วิถีการดำเนินกิจการอยู่ภายใต้วิธีการที่ไม่เอาเปรียบ เป็นธรรม มีเหตุผล ไม่สร้างความเดือดร้อนแก่สังคม

ไม่คอร์รัปชัน หรือจ่าย/รับสินบน อีกทั้งเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติ ต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม มีจรรยาบรรณในการประกอบกิจการ (Business Ethics) จนเกิดเป็นการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance)

สมาธิ ในความรับผิดชอบต่อสังคม ได้แก่ การมีสติพากเพียรและ ควบคุมจิตใจให้มั่นคงในสิ่งที่ทำ พร้อมรับสถานการณ์ต่างๆ ได้อย่างมี ประสิทธิภาพ รวดเร็วและถูกต้อง สมาธิจึงเป็นผลดีต่อการปฏิบัติงานและ การแก้ไขปัญหาให้สำเร็จโดยง่ายเมื่อเกิดประเด็นขัดแย้งกับผู้มีส่วนได้เสีย

ปัญญา ในความรับผิดชอบต่อสังคม ได้แก่ ความรู้จริงในกิจการที่ทำ จนสามารถสร้างวิสัยทัศน์ที่กว้างไกลและขีดความสามารถได้ด้วยตนเอง ว่าสิ่งใดเป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้เสีย จริงหรือไม่จริง ใช้เหตุผลประกอบการ ตัดสินใจให้มีกระบวนการในการตัดสินใจที่ดี

คุณลักษณะหนึ่งที่ดีของคนไทยตั้งแต่อดีต คือ เป็นคนที่มากด้วยน้ำใจ เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ โอบอ้อมอารี รักใคร่ห่วงใยผู้อื่นเสมือนญาติมิตร มีเมตตา กรุณา ปราบปราม และชอบช่วยเหลือผู้อื่น ซึ่งก็คือ ผู้มีส่วนได้เสียของกิจการ จึงเป็นคุณลักษณะที่เสริมการดำเนินกิจการอย่างมีความรับผิดชอบต่อ สังคมเป็นอย่างดี ส่วนวัฒนธรรมประเพณีและภูมิปัญญาไทยที่ดีงามของ สังคมที่สืบทอดสู่ปัจจุบัน ก็ควรนำมาใช้ประกอบความรับผิดชอบต่อสังคม โดยศึกษาความต้องการที่ยั่งยืนของคนในชุมชนที่สอดคล้อง และคงรักษาสິงเหล่านี้ไว้ เพื่อเป็นเครื่องมือหรือยุทธศาสตร์ในการดำเนินกิจการที่มี ความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างแท้จริงนั่นเอง

Diamond Framework ของ Michael E. Porter

Diamond Framework ของ Michael E. Porter จะมุ่งทำความเข้าใจปัจจัยสำคัญที่มีพลังขับเคลื่อนเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมใด ๆ ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 4 บริบท

1. ปัจจัยนำเข้า (Factor Input)

เช่น สถานการณ์ทรัพยากรบุคคล บรรยากาศการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ ความสามารถในการเข้าถึงนวัตกรรมและความรู้ใหม่ๆ ผ่านสถาบันและมหาวิทยาลัย

2. เงื่อนไขความต้องการของตลาด (Local Demand Condition)

เช่น ความมั่นใจของผู้บริโภค กระแสการซื้อของที่รักษาสีงแวดล้อม ความต้องการของตลาดล่างของผู้มีรายได้น้อย (Bottom of the Pyramid Market)

3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกัน (Related and Supporting Industries)

เช่น การเข้าถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับกิจการ แต่ไม่ใช่คู่แข่งโดยตรง หรือคู่ค้าที่มีปัญหาเรื่องการเอาเปรียบพนักงาน หรือสร้างผลเสียเชิงสิ่งแวดล้อมมาก

4. บริบทในทางยุทธศาสตร์ของกิจการและการแข่งขัน (Context for Firm Strategy and Rivalry)

เช่น บริบททางสังคมด้านความคาดหวังต่อพฤติกรรมของกิจการนั้น ๆ กฎหมายและข้อยึดปฏิบัติที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ หรือมาตรการต่าง ๆ ของรัฐบาลและภาคประชาสังคมที่เกี่ยวข้องกับกิจการ

บริบททั้งสี่ด้าน ล้วนเป็นโอกาสที่สามารถจะนำมาพัฒนาขึ้นเป็นกิจกรรมเชิงยุทธศาสตร์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งกิจการสามารถริเริ่มเข้าไปมีบทบาทกับประเด็นทางสังคมและสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ เพื่อพัฒนาให้เกิดเงื่อนไขการสร้างประโยชน์ร่วมกัน ทั้งสังคมและกิจการได้ เช่น ประเด็นทางสังคมด้านคุณภาพของทรัพยากรบุคคลในพื้นที่ใกล้เคียงกับโรงงาน หรือแหล่งผลิตสินค้าและบริการนั้น ย่อมนำไปสู่การที่กิจการสามารถเข้าไปมีบทบาทกับระบบการศึกษาในชุมชน ให้มีคุณภาพดีขึ้น หรือการพัฒนาให้เกิดสภาพแวดล้อมที่ดีในบริเวณใกล้เคียง เช่น การมีที่อยู่อาศัยที่ดี การมีบริการสุขภาพที่ดีในเขตชุมชนนั้น ๆ เป็นต้น โดยการพัฒนาประเด็นเหล่านี้ ย่อมจะส่งผลต่อศักยภาพของผลประโยชน์ร่วมกันระหว่างชุมชนและกิจการนั้น ๆ อย่างยั่งยืน

ตัวอย่างความรับผิดชอบต่อสังคมในเชิงรุก

หนึ่งในตัวอย่างสำคัญ ที่กิจการสามารถร่วมรับผิดชอบต่อสังคมในเชิงรุก โดยเฉพาะประเด็นแก้ไขปัญหามภาวะโลกร้อน ก็คือ การเปลี่ยนแปลงการจัดซื้อ โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น (Green Sourcing)

ในกระบวนการจัดซื้อทั่วไป สิ่งที่ต้องทำคือคิดถึงคุณค่าและผลดีผลเสียของสินค้า บริการ และสิ่งต่างๆ ที่มีต่อต้นทุนและผลกระทบต่อลูกค้า

ในกระบวนการจัดซื้อสีเขียว ก็ใช้แนวคิดแบบเดียวกัน คือมองการเลือกสินค้าและบริการต่างๆ ว่ามีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากน้อยเพียงใด โดยหาผู้ค้าที่คำนึงถึงคุณค่าและผลกระทบในเชิงสิ่งแวดล้อมนั่นเอง

ในสหรัฐอเมริกา นั้น เรื่องการจัดซื้อสีเขียวเป็นเรื่องใหม่อยู่มาก ในการสำรวจการจัดซื้อสีเขียวปี 2007 พบว่า มีบริษัทราว 31% เริ่มจัดการกระบวนการจัดซื้อของตน ให้รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ อย่างไรก็ตาม กระแสนี้ก็กำลังขยายตัว หากการจัดซื้อสีเขียวผูกโยงกับปัจจัยทางเศรษฐกิจ ทั้งระยะสั้นและระยะยาวของกิจการ ก็ย่อมจะนำไปสู่ผลประโยชน์ที่ดีขึ้น ทำให้เกิดการขยายตัวของการจัดซื้อสีเขียวอย่างต่อเนื่อง

การคิดจัดกระบวนการจัดซื้อสีเขียว ต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ และครอบคลุมผลกระทบของการตัดสินใจใดๆ ต่อทั้งระบบ ไม่ใช่คิดแต่การกดราคาผู้ค้านั่น

ตัวอย่างพื้นฐานก็คือ กรณีของหลอดประหยัดไฟแบบ 23 วัตต์ ซึ่งในสหรัฐอเมริการาคาประมาณ 180 บาท แพงกว่าหลอดธรรมดา 100 วัตต์ เพียง 20 บาท แต่หากมองเรื่องคุณค่าอย่างเป็นระบบแล้ว หลอดประหยัดไฟมีอายุใช้งานมากกว่าหลอดธรรมดาราว 10 เท่า

ในขณะที่ค่าไฟก็ถูกกว่าราว 3 เท่า ข้อเท็จจริงนี้ ย่อมทำให้การเปลี่ยนหลอดไฟของกิจการเป็นหลอดประหยัดไฟ คุ่มค่ากว่าการใช้หลอดธรรมดามาก

อีกกรณีหนึ่ง คือ น้ำมันหล่อลื่นในอุตสาหกรรม ซึ่งน้ำมันจากปิโตรเลียมนั้น ถูกกว่าน้ำมันจากถั่ว ซึ่งเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมถึงสองเท่า หากพิจารณาราคาอย่างเดียว ก็ย่อมทำให้การตัดสินใจกระบวนการจัดซื้อสีเขียวเป็นเสมือนหนึ่งว่า สวนทางกับเหตุผลเชิงความคุ้มค่าทางเศรษฐศาสตร์ แต่หากพิจารณาถึงผลกระทบต่อทั้งระบบของน้ำมันหล่อลื่นแบบปิโตรเลียม จะพบว่า มีค่าใช้จ่ายแฝงเป็นค่าจัดการของเสีย ค่าบำบัดน้ำมันที่หกเปื้อน ที่รวมกันเกือบ 3 เท่าของราคาขาย ซึ่งเมื่อพิจารณาภาพรวมทั้งหมดแล้ว ย่อมเห็นว่าแท้จริงการใช้ น้ำมันหล่อลื่นจากถั่วในอุตสาหกรรมทั้งระบบถูกกว่ามาก ทั้งนี้ หลักการสำคัญคือพิจารณาผลกระทบต่อระบบและจัดการลดการสร้างของเสียในระบบ

การจัดซื้อสีเขียวยังสามารถส่งผลต่อแบรนด์ของสินค้าและบริการได้อย่างดี ตัวอย่างเช่น ร้านกาแฟสตาร์บัค ซึ่งเดิมกาแฟกับสิ่งแวดล้อมแทบไม่ได้เกี่ยวอะไรกัน แต่สตาร์บัคมุ่งลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิตและในการจัดจำหน่ายกาแฟมาตลอด และผนวกความพยายามดังกล่าวไว้ในการสร้างแบรนด์ตนเองอย่างเป็นระบบอีกด้วย มีการใช้ถุงขยะที่บางลงซึ่งสามารถลดปริมาณขยะที่ต้องนำไปสู่แหล่งถมขยะได้ 750,000 ตันต่อปี และลดค่าใช้จ่ายได้ราว 500,000 เหรียญสหรัฐต่อปี

การตั้งเป้าหมายด้านการจัดซื้อสีเขียวที่วัดผลได้ และกระจายเข้าไปในระบบการจัดซื้ออย่างชัดเจนนั้น ย่อมสำคัญที่สุดประการหนึ่งในการบรรลุเป้าหมายอย่างเป็นรูปธรรม ไม่เช่นนั้นแล้ว การจัดซื้อสีเขียวย่อมเป็นการทำไปตามกระแส หรือไม่ได้นำไปสู่การบริหารจัดการเชิงยุทธศาสตร์ในประเด็นดังกล่าวได้

กรณีศึกษาที่น่าสนใจคือ วอลมาร์ต (Wal-Mart) ซึ่งเป็นเครือห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ในสหรัฐอเมริกา วอลมาร์ตให้คู่ค้าเปิดเผย

ข้อมูลสำคัญเชิงสิ่งแวดล้อม เช่น อัตราส่วนของปริมาณขึ้นสินค้าต่อหีบห่อ อัตราส่วนการนำมาใช้ใหม่ของสินค้า อัตราส่วนการนำวัสดุที่ใช้แล้วมาใช้อีกของสินค้าขึ้นนั้น ๆ (Recycle) ซึ่งวอลมาร์ตจะให้คะแนนผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของคู่ค้ารายต่าง ๆ ของตน เพื่อนำไปตั้งเป้าหมายการจัดซื้อสีเขียวในลักษณะต่าง ๆ เช่น แผนการลดจำนวนหีบห่อของสินค้าลง 5% ในปี 2013 ซึ่งมีสินค้ากว่า 97,000 รายการที่เข้ากระบวนการให้คะแนนดังกล่าว สิ่งนี้ย่อมเป็นการสร้างแรงจูงใจที่จะให้ผู้ผลิตสินค้าต่าง ๆ พยายามลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อให้สามารถได้ประโยชน์หรือลดความเสี่ยงจากระบบคะแนนด้านการจัดซื้อสีเขียวของวอลมาร์ต

นอกจากการเลือกคู่ค้าที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมแล้ว ในโลกการแข่งขันขนาดใหญ่ที่แทบไร้เขตแดนนั้น การร่วมลงทุนสนับสนุนคู่ค้า ให้สามารถผลิตสินค้าและบริการที่มีประสิทธิภาพและความคุ้มค่าในเชิงสิ่งแวดล้อมและต้นทุนที่ดี ก็เป็นเรื่องที่สำคัญ โดยเฉพาะกิจการข้ามชาติที่ต้องมีเครือข่ายกิจการขนาดเล็กและขนาดกลางร่วมการดำเนินงานกันอย่างกว้างขวาง เช่น บริษัทเจเนเนอรัลอิเล็กทริกส์ (General Electrics - GE) ซึ่งลงทุนนับพันล้านเหรียญสหรัฐ ไปยังบริษัทขนาดเล็กและขนาดกลางที่เป็นหุ้นส่วนกัน เพื่อร่วมกันพัฒนาเทคโนโลยีการใช้พลังงานทดแทน โดยมีเป้าหมายให้เกิดเครือข่ายทางนวัตกรรมที่มี GE เป็นผู้นำ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อความสามารถในการแข่งขันของ GE เอง

จะเห็นได้ว่า การจัดซื้อซึ่งเป็นกระบวนการสำคัญของทุกกิจการ มีบทบาทอย่างยิ่งในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการรับผิดชอบต่อกิจการที่มีต่อสังคมในภาพรวม

แนวทางสำคัญในการดำเนินการดังกล่าวให้สำเร็จ คือพิจารณาการจัดซื้อต่าง ๆ อย่างเป็นระบบรอบด้าน ไม่ใช่คิดจากราคาขายของสินค้าหรือบริการต่าง ๆ แต่อย่างเดียว และควรคิดในเชิงยุทธศาสตร์ ทั้งต่อการสร้างแบรนด์และการจัดการเป้าหมายการจัดซื้อสีเขียวที่เป็นรูปธรรม วัดผลได้ และมีผลกระทบโดยตรงต่อประสิทธิภาพและผลการประกอบการของกิจการในที่สุด

ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน

อารัมภบท โดยที่การยอมรับนับถือเกียรติศักดิ์ประจำตัวและสิทธิเท่าเทียมกัน และถ่ายโอนมิได้ของบรรดาสมาชิกทั้งหลายแห่งครอบครัวมนุษย์เป็นหลักมูลเหตุแห่งอิสรภาพ ความยุติธรรม และสันติภาพในโลก โดยที่ปณิธานสูงสุดของสามัญชน ได้แก่ ความต้องการให้มนุษย์มีชีวิตอยู่ในโลกด้วยอิสรภาพในการพูด ความเชื่อ และอิสรภาพที่พ้นจากความหวาดกลัวและความขาดแคลน

ข้อ 1

มนุษย์ทั้งหลายเกิดมามีอิสระและเสมอภาคกันในเกียรติศักดิ์และสิทธิ ต่างมีเหตุผลและมโนธรรม และควรปฏิบัติต่อกันด้วยเจตนารมณ์แห่งภราดรภาพ

ภายหลังการออกปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชนในปี พ.ศ. 2491 องค์การสหประชาชาติก็ได้รับรองกฎหมายระหว่างประเทศอีก 2 ฉบับ คือ กติการะหว่างประเทศว่าด้วยสิทธิพลเมืองและสิทธิทางการเมือง และ กติการะหว่างประเทศว่าด้วยสิทธิทางเศรษฐกิจสังคม และวัฒนธรรม ซึ่งมีผลบังคับใช้ทางกฎหมายแก่ประเทศสมาชิกตั้งแต่ปี พ.ศ. 2519 เป็นต้นมา ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชนและสนธิสัญญาทั้ง 2 ฉบับ กลายเป็นเอกสารที่สำคัญ 3 ฉบับที่เรียกว่า บทบัญญัติระหว่างประเทศว่าด้วยสิทธิมนุษยชน หรือ The International Bill of Human Rights

นิยามศัพท์

ความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ

หมายถึง การประกอบกิจการด้วยการดูแลใส่ใจต่อผู้มีส่วนได้เสีย เศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างมีคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณ ตลอดจนมีธรรมาภิบาลเป็นเครื่องกำกับให้การดำเนินกิจการต่าง ๆ ของกิจการเป็นไปด้วยความซื่อสัตย์สุจริต โปร่งใสและยุติธรรม มีความตระหนักถึงผลกระทบในทางลบต่อเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากร ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยพร้อมจะแก้ไขเพื่อลดผลกระทบในทางลบดังกล่าว รวมถึงสร้างเสริมภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงใดๆ ที่จะช่วยให้การดำเนินกิจการเป็นการสร้างความสำเร็จและประโยชน์สุข อีกทั้งเพิ่มขีดความสามารถแข่งขันกับนานาประเทศในเวทีการค้าโลก ซึ่งจะเป็นผลดีต่อความยั่งยืนของกิจการ ผู้มีส่วนได้เสีย เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง

การกำกับดูแลกิจการที่ดี

หมายถึง การจัดให้มีระบบบริหารจัดการอย่างรู้หน้าที่ มีความรับผิดชอบต่อในการจัดการอย่างโปร่งใสเท่าเทียมเป็นธรรม มีประสิทธิภาพ สามารถเพิ่มคุณค่าและมูลค่า พร้อมแสดงการตรวจสอบได้

การประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรม

หมายถึง การใช้ “ธรรมะ” มาเป็นหลักเกณฑ์และเครื่องมือในการประกอบกิจการต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกกิจการ รวมทั้งธรรมาภิบาล

สิ่งแวดล้อม เพื่อความเจริญรุ่งเรืองอย่างเป็นสุขยั่งยืนของกิจการสังคมและสิ่งแวดล้อมรอบตัวกิจการนั้น

การทุจริต (Corruption)

หมายถึง การใช้อำนาจที่ได้มา หรือใช้ทรัพย์สินที่มีอยู่ในทางมิชอบ เพื่อประโยชน์ส่วนตน หรือก่อให้เกิดความเสียหายต่อประโยชน์ของผู้อื่น

การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม

หมายถึง การร่วมมือและมีส่วนร่วมระหว่างกิจการกับชุมชนและสังคม ที่ได้รับผลกระทบจากสถานประกอบการ หรือการประกอบการของกิจการ เพื่อทำการปรับปรุงแก้ไขพัฒนาและส่งเสริมความเข้มแข็งตลอดจนฟื้นฟูสังคมวัฒนธรรมและธรรมชาติสิ่งแวดล้อม ให้กลับมาอุดมสมบูรณ์ ทั้งที่เป็นชุมชนและสังคมที่ตั้งอยู่ติดกันหรือใกล้เคียงกับสถานประกอบการอันเสมือนเป็นชุมชนเดียวกัน และชุมชนสังคมที่ตั้งอยู่ห่างไกลออกไป

การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมโดยการปฏิบัติต่อผู้ใช้แรงงานอย่างเป็นธรรม

หมายถึง การเคารพและปฏิบัติตามกฎหมาย หลักจริยธรรมและศีลธรรม ตลอดจนส่งเสริมให้มีการดำรงชีวิตอย่างอยู่ดีมีสุขต่อผู้ใช้งาน ลูกจ้าง พนักงานและบุคคลากรทุกระดับที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีส่วนสำคัญในการสร้างความยุติธรรมมั่นคงและสงบสุขในสังคม อันรวมถึงความมั่นคงยั่งยืนและความเจริญเติบโตของกิจการเอง

ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคของกิจการ

หมายถึง ความรับผิดชอบต่อคุณภาพและคุณสมบัติ รวมถึงข้อมูลของสินค้าและบริการ ตลอดจนวิธีการนำเสนอและการใช้สินค้าและ

บริการนั้น ๆ ว่าเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพอนามัย และมีความปลอดภัย ต่อผู้บริโภค สังคมและสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ ยังควรกระทำการอันดี ที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อผู้บริโภค ในลักษณะเป็นการละเมิดหรือทำให้ เสียสิทธิของผู้บริโภค อันเป็นการเสื่อมเสียจรรยาบรรณในการประกอบ กิจการที่ดี

ผู้มีส่วนได้เสียของกิจการ (Stakeholders)

หมายถึงและครอบคลุมถึง พนักงาน ผู้บริหาร ผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน ลูกค้า ผู้บริโภค พันธมิตรทางการค้า คู่ค้า เจ้าหนี้ ลูกหนี้ คู่แข่ง ชุมชน ในพื้นที่ตั้งและชุมชนระยะไกล สังคม ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม รัฐบาล หน่วยงานของรัฐ ประเทศชาติ รวมถึงหน่วยงานและองค์กรใดๆ ที่ เกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถได้รับผลกระทบจากการดำเนินกิจการ และสามารถ ส่งผลกระทบต่อการดำเนินกิจการ ไม่ว่าจะในทางลบหรือบวก

การเคารพสิทธิมนุษยชน

หมายถึง การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสีย ชุมชนและสังคมรอบข้าง ด้วยความเคารพในคุณค่าของมนุษย์ และไม่ละเมิดสิทธิขั้นพื้นฐาน ของพวกเขา ทำให้กิจการได้รับความน่าเชื่อถือและยกย่อง ทั้งสินค้า และบริการก็จะได้รับการสนับสนุนเหนือคู่แข่งได้ โดยไม่ต้องโฆษณา จนเกินพอ

การจัดการสิ่งแวดล้อมของกิจการที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

หมายถึง ความตระหนักว่า การประกอบกิจการต่างๆ ได้ก่อให้เกิด ผลกระทบในทางลบ หรือเบียดเบียนต่อธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมทั้งใน ระดับมากและน้อย ในเรื่องใดหรือในส่วนใดบ้าง และยอมรับว่าจะต้อง ปรับปรุงแก้ไข รวมทั้งพัฒนากระบวนการประกอบกิจการเสียใหม่

ให้สามารถลดผลกระทบ จนถึงปราศจากผลกระทบพร้อมกับปกป้อง และบูรณะฟื้นฟูธรรมชาติสิ่งแวดล้อมให้กลับคืนมาได้ดังเดิมในที่สุด เพื่อการเพิ่มมูลค่าและสร้างความยั่งยืนให้กับกิจการนั้นๆ เอง รวมทั้ง สังคม ชุมชน เศรษฐกิจ ประเทศชาติและประชาชนโดยรวม

นวัตกรรม

หมายถึง ผลลัพธ์จากการประกอบกิจการด้วยความรับผิดชอบ ต่อสังคมอย่างจริงจัง จนเกิดการเปลี่ยนแปลงทางความคิด การผลิต และกระบวนการทำงาน ไม่ว่าจะการเปลี่ยนแปลงนั้น จะเกิดขึ้นจากการปฏิวัติ การเปลี่ยนแปลงใหม่ทั้งหมด หรือการพัฒนาต่อยอด ซึ่งเป้าหมายของ นวัตกรรม คือ การสร้างสรรค์เชิงบวกเพื่อสร้างประสิทธิภาพและ/หรือ ประสิทธิภาพทั้งในระยะสั้น และขณะเดียวกัน ก็สร้างมูลค่าเพิ่มแกกิจการ และผู้เกี่ยวข้องในระยะยาว โดยนวัตกรรมที่มุ่งเน้นการใช้ประโยชน์จาก ความคิดใหม่ในทางปฏิบัตินี้ ย่อมจะนำไปสู่ความเจริญเติบโตที่ก้าวหน้า และความสามารถในการแข่งขันอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนของกิจการ เศรษฐกิจ สังคมและคุณภาพชีวิต รวมทั้งฟื้นฟูและพัฒนาสิ่งแวดล้อม เช่น การปรับปรุงผลิตภาพในการผลิตที่เกิดมูลค่าเพิ่ม

รายงานความรับผิดชอบต่อสังคม

หมายถึง เอกสารที่จัดทำขึ้น เพื่อเปิดเผยผลกระทบและผลลัพธ์ ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินกิจการต่างๆ ทั้งที่เป็นผลในทางบวกและผลใน ทางลบ ที่กิจการจะแก้ไขปรับปรุงต่อไป อันจะนำไปสู่ความยั่งยืน

การระบุผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Identification)

การระบุผู้มีส่วนได้เสีย อาจใช้เกณฑ์ความเกี่ยวข้องกับองค์กร ในการพิจารณา ซึ่งสามารถจำแนกผู้มีส่วนได้เสียเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

ผู้มีส่วนได้เสียหลัก (Primary Stakeholders)

คือกลุ่มผู้เกี่ยวข้องใกล้ชิดกับธุรกิจโดยตรง เป็นผู้ที่ได้รับประโยชน์ หรือผลกระทบทางตรงจากการประกอบกิจการ เช่น ลูกค้า คู่ค้า ผู้ส่งมอบ พนักงานและครอบครัวของพนักงาน ผู้ถือหุ้น นักลงทุน เจ้าหนี้ ชุมชนรอบถิ่นที่ตั้งของธุรกิจ

ผู้มีส่วนได้เสียรอง (Secondary Stakeholders)

คือกลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับธุรกิจโดยอ้อม เป็นผู้ที่ได้รับประโยชน์หรือผลกระทบทางอ้อมจากการประกอบกิจการ เช่น รัฐบาล หน่วยงานราชการ หน่วยงานของรัฐ สมาคมการค้า กลุ่มวิชาชีพ องค์กรพัฒนาเอกชน (NGOs) ผู้ที่จะมาเป็นลูกค้าหรือพนักงานในอนาคต ประชาชนทั่วไป ชุมชนนอกถิ่นที่ตั้งกิจการ

กิจการไม่จำเป็นต้องดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มพร้อมกัน ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับลักษณะของธุรกิจ ขนาดของกิจการ และความพร้อมของกิจการ

สำหรับกิจการที่มีกระบวนการผลิต ซึ่งส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม อาจต้องให้ความสำคัญกับชุมชนหรือระบบนิเวศที่อยู่รายรอบโรงงานเป็นพิเศษ สำหรับกิจการขนาดเล็กที่ต้องอาศัยพนักงานเป็นหัวใจแห่งความสำเร็จ อาจต้องสร้างกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อครอบครัวของ

พนักงานเป็นสำคัญ สำหรับองค์กรที่ฝากความสำเร็จไว้กับสายอุปทาน (Supply Chain) อาจต้องคำนึงถึงกิจกรรมกับคู่ค้าเป็นอันดับต้น ๆ

บรรษัทการเงินระหว่างประเทศ ในสังกัดกลุ่มธนาคารโลก (International Corporation, 2007) ได้กล่าวถึงหลักเกณฑ์ ที่ใช้ระบุกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย สำหรับการดำเนินกิจการด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ 2 แนวทางด้วยกัน คือ

กลุ่มที่ได้รับผลกระทบ หรือถูกรบกวนจากการดำเนินงานของกิจการ (Affected Parties) และกลุ่มที่มีเสียงดัง หรือมีความสนใจต่อการดำเนินงานของกิจการ (Interest Parties) แม้จะไม่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานของกิจการก็ตาม พร้อมกับแนะนำให้หลีกเลี่ยงการขัดแย้งกับกลุ่มที่เสียงต่อการหยิบยกประเด็นที่ดำเนินการไปตกเถียงในเวทีสาธารณะ อาทิ สื่อ หรือกระบวนการทางการเมือง

อย่างไรก็ดี พึงสังวรว่า การระบุกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียในลักษณะข้างต้น มุ่งที่จะรักษาคุณค่าของกิจการ (Corporate Value) เป็นสำคัญ ด้วยเหตุนี้ กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่มีเสียงค่อย หรือกลุ่มที่อยู่ในพื้นที่ชนบทห่างไกล หรือกลุ่มคนชั้นฐานล่างสุด (Bottom of Pyramid) ซึ่งสมควรได้รับความช่วยเหลือเป็นลำดับต้น ๆ อาจไม่ปรากฏอยู่ในการจัดทำแผนผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Mapping) สำหรับกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

กิจการที่ประกอบการในประเทศไทยและประเทศกำลังพัฒนา ควรคำนึงถึง ไม่เฉพาะผู้ได้รับผลกระทบ หรือผู้ที่มีความสนใจการดำเนินงานของกิจการเท่านั้น แต่ให้รวมถึงผู้ที่ยังมีความขาดแคลน และคาดหวังที่จะได้รับการตอบสนองจากกิจการ ด้วยการดำเนินกิจกรรมผ่านกระบวนการทางธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งจะเป็นการสร้างคุณค่าร่วม (Shared Value) ระหว่างองค์กรและสังคมไปพร้อม ๆ กัน

คัดลอกและดัดแปลงจากคอลัมน์หน้าต่าง CSR หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ, พิพัฒนา ยอดพฤติการ, 2554

คณะผู้เขียน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เอกชัย อภิศักดิ์กุล

รองศาสตราจารย์ ทองทิพภา วิริยะพันธุ์

ดร. โรจนศักดิ์ ไฉมวิไลลักษณ์

รองศาสตราจารย์ ดร. สิริวุฒิ บุรณพิร

นางนุศรา มีเสน

ดร. คณภรณ์ กัมพลกัญญา

ดร. นาวัน มีนะกรรณ

ดร. ธงชัย ศรีวรรณนะ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิพัฒน์ นนทนาครณ์

นายมัชฌิมา กุญชร ณ ออยุธยา

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

มหาวิทยาลัยมหิดล

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ที่ปรึกษาสถาบันธุรกิจเพื่อสังคม

บรรณาธิการ

นายมัชฌิมา กุญชร ณ ออยุธยา

นางสาวณัฐศิริ บุญชวน

ที่ปรึกษาสถาบันธุรกิจเพื่อสังคม

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บรรณานุกรม

ก้าวแรกสู่ CSR การสร้างความแตกต่างที่ยั่งยืน, ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2553.

สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, เข้มทิศธุรกิจเพื่อสังคม (คณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียน, สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์), กุมภาพันธ์ 2551.

คณะกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง หอการค้าไทย, คู่มือธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง, กรุงเทพมหานคร, หอการค้าไทย, 2552.

ทองทิพภา วิริยะพันธุ์. เศรษฐกิจพอเพียง: ความพอเพียงมวลรวมในประเทศ. กรุงเทพมหานคร: G.P. Cyberprint, 2550.

สำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ (สำนักงาน กปร.), การดำเนินกิจกรรม CSR โดยการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง, 2554.

อาซวี เตาลานนท์. Good Governance and Corporate Social Responsibility: Strategies to Create Business and Social Values. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2551.

GRI, Sustainability Reporting Guidelines, Version 3.1, 2000-2011
Copy Right

International Organization for Standardization, ISO 26000: Guidance on social responsibility, Edition: 1, 2010.

คณะกรรมการจัดทำและเผยแพร่ Guidelines for Social Responsibility และ

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้แต่งตั้งคณะกรรมการจัดทำและเผยแพร่ Guidelines for Social Responsibility และ Guidelines for CSR Report โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ ตลอดจนนิสิตนักศึกษาทั่วไปมีแหล่งข้อมูลและเครื่องมือที่สามารถอำนวยความสะดวกและนำไปใช้เป็นแนวทางการดำเนินกิจการที่มุ่งคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมการนำไปประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติอย่างมีความรู้ความเข้าใจตลอดจนการนำไปใช้สนับสนุนการจัดทำรายงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่สอดคล้องกับหลักการสากล คณะทำงานดังกล่าวประกอบด้วย

- | | |
|---|--------------------------|
| 1. นายจรัมพร โชติกเสถียร | เป็น ประธานคณะกรรมการ |
| 2. นายชาลี จันทนียิงง | เป็น รองประธานคณะกรรมการ |
| 3. นายพันธ์ศักดิ์ เวชอนุรักษ์ | เป็น รองประธานคณะกรรมการ |
| 4. นายมัชฌิมา กุญชร ณ อยุธยา | เป็น คณะทำงาน |
| 5. นายศิริชัย สาครรัตนกุล | เป็น คณะทำงาน |
| 6. นายวัฒนา โอภาณนท้อมตะ | เป็น คณะทำงาน |
| 7. ดร. พิพัฒน์ ยอดพฤติการ | เป็น คณะทำงาน |
| 8. นางมัทนา วัฒนฤทธิ์ | เป็น คณะทำงาน |
| 9. นางวรวรรณ ธาราภูมิ | เป็น คณะทำงาน |
| 10. ดร. ไชยยศ บุญญากิจ | เป็น คณะทำงาน |
| 11. นพ. ชาญวิทย์ วสันต์ธนรัตน์ | เป็น คณะทำงาน |
| 12. นายวัชรมงคล เบญจระณะฉัตร | เป็น คณะทำงาน |
| 13. ผู้แทนธนาคารแห่งประเทศไทย | เป็น คณะทำงาน |
| 14. ผู้แทนสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) | เป็น คณะทำงาน |
| 15. ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) | เป็น คณะทำงาน |
| 16. ผู้อำนวยการฝ่ายส่งเสริมบรรษัทภิบาล สำนักงานคณะกรรมการ ก.ล.ต. เป็น
เลขานุการ | |
| 17. ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาธรรมาภิบาลเพื่อตลาดทุน เป็น เลขานุการ ตลาดหลักทรัพย์
แห่งประเทศไทย | |