การศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รางวัล บริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR ประจำปี 2551

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

โดย
นางสาวเขมิกา ทับทิมใส

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2551
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

การศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รางวัล บริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR ประจำปี 2551

โดย
นางสาวเขมิกา ทับทิมใส

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2551
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

THE STUDY OF MEANING, PATTERNS AND STRATEGIES OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF THE LISTED COMPANIES WHICH RECEIVED 2008 CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AWARDS

By

Khemika Tabtimsai

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree

MASTER OF ARTS

Program of Public and Private Management

Graduate School

SILPAKORN UNIVERSITY

2008

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเรื่อง “การศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR ประจำปี 2551” เสนอโดย นางสาวเขมิกา ทับทิมใส เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน

.....

(รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ชินะตังกูร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่.....เดือน..... พ.ศ.....

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

คณะกรรมการตรวจสอบการค้นคว้าอิสระ

..... ประธานกรรมการ

(อาจารย์ ดร.ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ)

...../...../.....

..... กรรมการ

(อาจารย์ ดร.สุวิชา วรวิเชียรวงษ์)

...../...../.....

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์)

...../...../.....

50601304 : สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน
คำสำคัญ : ความรับผิดชอบต่อสังคม

เขมิกา ทับทิมใส : การศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR ประจำปี 2551. อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ : ผศ.ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์. 115 หน้า.

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR ประจำปี 2551” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความแตกต่างของการให้ความหมาย รูปแบบ และ กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR ประจำปี 2551

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยศึกษาค้นคว้าเอกสาร (Documentary Study) ได้แก่ รายงานประจำปี รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน แบบ 56-1 และเว็บไซต์ของบริษัท ประกอบกับการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) ผู้ที่รับผิดชอบด้านกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนที่ได้รับรางวัล CSR Awards จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในปี 2551 จำนวน 3 บริษัท ได้แก่ บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) และบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) และวิเคราะห์ข้อมูลโดยจำแนกเป็น 3 องค์ประกอบ ได้แก่ การให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม

ผลการศึกษาแต่ละองค์ประกอบพบว่า (1) การให้ความหมาย : นโยบายของทั้ง 3 บริษัทเป็นนโยบายที่มีการกำหนดไว้เป็นลายลักษณ์อักษรอย่างชัดเจน สอดคล้องกับแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม คือให้ความสำคัญทั้งด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อมุ่งให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนทั้งต่อองค์กรและสังคมส่วนรวม (2) รูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม : การศึกษานี้ใช้รูปแบบกิจกรรมเพื่อสังคมตามแนวคิดของฟิลลิป คอตเลอร์ และแนนซี่ ลี เป็นแนวเปรียบเทียบ พบว่าโดยรวมแล้วทั้ง 3 บริษัทมีรูปแบบกิจกรรมเพื่อสังคมที่คล้ายคลึงกัน คือ การส่งเสริมประเด็นสังคม การบริจาคตรง อาสาสมัครช่วยเหลือชุมชน และข้อปฏิบัติทางธุรกิจเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม มุ่งเน้นการทำโครงการหรือกิจกรรมด้านสังคมที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยมีเป้าหมายเพื่อเสริมสร้างความเจริญก้าวหน้าขององค์กรและสังคมในการอยู่ร่วมกันอย่างยั่งยืน (3) กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม: ทั้ง 3 บริษัท มีกลยุทธ์ที่คล้ายคลึงกัน คือ เริ่มจากการมิติภายในองค์กร แล้วขยายสู่การดำเนินการภายนอกองค์กรเพียงแต่มีวิธีการปฏิบัติที่หลากหลาย

สาขาการจัดการภาครัฐและเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีการศึกษา 2551
ลายมือชื่อนักศึกษา.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ .....

50601304 : MAJOR : PUBLIC AND PRIVATE MANAGEMENT
KEY WORD : CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
KHEMIKA TABTIMSAI : THE STUDY OF MEANING, PATTERNS AND STRATEGIES OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF THE LISTED COMPANIES WHICH RECEIVED 2008 CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AWARDS. INDEPENDENT STUDY ADVISOR : ASST.PROF.PITAK SIRIVONG, Ph.D..115 pp.

The independent study was aimed at exploring success factors of three publicly-listed companies that won the 2008 Corporate Social Responsibility Awards from the Stock Exchange of Thailand by examining their meaning of corporate social responsibility (CSR), patterns of CSR practices and CSR strategies. Two qualitative research methods were applied: Documentary study (Annual Report, Sustainability Report, Form 56-1 and each company's website) and In-depth interviews with CSR practitioners in these companies : The Bangchak Petroleum Public Company Limited, PTT Public Company Limited and The Siam Cement Public Company Limited.

The research found that (1) Meaning of CSR : All three companies' policies were openly stated in written form, and clearly indicated that the CSR policies, patterns and strategies must be integrated into their business practices. The correspondences of CSR and business practices were highlighted in their stated values of economic, social and environment in order to achieve sustainable growth of organizations and society. (2) Patterns of CSR practices : This study used the Phillip Kotler and Nancy Lee's concept to compare and analyze patterns of CSR practices in three companies and found that all were applying four out of six patterns; Cause Promotion, Corporate Philanthropy, Community Volunteer and Socially Responsible Business Practices. The corporate social responsibility of all three companies focus on social projects or activities which involved with the interested person both inside and outside organization and targeted on the strengthening of the development of sustain cohabit of the organization and community. (3) CSR strategies : Three companies shared similarity in CSR strategic approach from inside-out and then the effort was expanded to activities outside each organization.

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วังท่าพระ

Program of Public and Private Management Graduate School, Silpakorn University Academic Year 2008
Student's signature .....
Independent Study Advisor's signature .....

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้ สามารถสำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์จาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ ดร.สุวิชา วรวิเชียรวงษ์ พร้อมด้วย อาจารย์ ดร.ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ ที่ได้กรุณาแนะนำ และให้คำปรึกษาในแนวทางการศึกษาค้นคว้า ตลอดจนการปรับปรุงแก้ไขงานวิจัย ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการดำเนินการวิจัย รวมทั้งกรุณาเสนอแนะจนการศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้เสร็จสมบูรณ์ จึงขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ท้ายสุดนี้ ขอขอบคุณอาจารย์ทุกท่านที่ให้ความรู้ รวมทั้งเพื่อน ๆ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกคน ที่ให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจ ตลอดจนคอยให้คำปรึกษาและคำแนะนำซึ่งทำให้การศึกษาครั้งนี้ประสบผลสำเร็จด้วยดี

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย ..... ง

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ..... จ

กิตติกรรมประกาศ..... ฉ

สารบัญตาราง..... ญ

สารบัญภาพ..... ฏ

บทที่

1 บทนำ..... 1

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา..... 1

วัตถุประสงค์ของการวิจัย..... 4

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ..... 4

ขอบเขตในการวิจัย..... 5

2 แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... 6

แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม..... 6

ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม..... 6

องค์ประกอบของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร..... 8

รูปแบบของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร..... 14

การวางยุทธศาสตร์ความรับผิดชอบของธุรกิจต่อสังคม..... 15

แนวคิดจริยธรรมและจริยธรรมในทางธุรกิจ..... 18

ความหมายของจริยธรรม..... 18

ระดับของจริยธรรม..... 19

ความสำคัญของจริยธรรม..... 19

ขอบข่ายจริยธรรมทางธุรกิจ..... 22

แนวคิดเรื่องการกำกับดูแลกิจการที่ดี 24

ความหมายการกำกับดูแลกิจการที่ดี..... 24

หลักการการกำกับดูแลกิจการที่ดี..... 24

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 27

ประวัติความเป็นมาของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 27

โครงสร้างการดูแลกำกับตลาดทุนของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.. 28

บทบาทตลาดหลักทรัพย์..... 29

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

บทที่ หน้า
ลักษณะการดำเนินงาน..... 29
หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกบริษัทที่ได้รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR (Corporate Responsibility Awards) ประจำปี 2551..... 30
บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... 32
3 วิธีวิจัยและการดำเนินการวิจัย..... 38
ขอบเขตในการวิจัย..... 38
การเก็บรวบรวมข้อมูล..... 39
การวิเคราะห์ข้อมูล..... 40
การนำเสนอผลการศึกษา..... 40
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล..... 42
การให้ความหมายของการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR (Corporate Responsibility Awards) ประจำปี 2551..... 42
รูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR (Corporate Responsibility Awards) ประจำปี 2551..... 52
กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR (Corporate Responsibility Awards) ประจำปี 2551..... 84
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ..... 98
สรุปผลการศึกษา..... 98
การให้ความหมายของการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR (Corporate Responsibility Awards) ประจำปี 2551..... 99
รูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR (Corporate Responsibility Awards) ประจำปี 2551..... 100
กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR (Corporate Responsibility Awards) ประจำปี 2551..... 101
อภิปรายผลการศึกษา..... 102

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

บทที่ หน้า
การให้ความหมายของการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รางวัล บริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR (Corporate Responsibility Awards) ประจำปี 2551..... 102
รูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รางวัล บริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR (Corporate Responsibility Awards) ประจำปี 2551..... 104
กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รางวัล บริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR (Corporate Responsibility Awards) ประจำปี 2551..... 108
ข้อเสนอแนะ..... 109
ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ..... 109
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป..... 110

บรรณานุกรม..... 111

ประวัติผู้วิจัย..... 115

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ตารางสรุปการให้ความหมายของการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมที่สอดคล้องกับนโยบายในการดำเนินธุรกิจ	51
2	ตัวอย่างกิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)	60
3	ตัวอย่างกิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)	70
4	ตัวอย่างกิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)	80
5	สรุปรูปแบบการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม	84
6	ตัวอย่างการกำหนดตัวชี้วัดในการดำเนินกิจกรรม CSR ของบริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)	88

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	ห่วงโซ่คุณค่า	12
2	โครงสร้างการกำกับดูแลตลาดทุน	28
3	โครงสร้างการจัดการบริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)	53
4	โครงสร้างการจัดการบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)	65
5	โครงสร้างการจัดการบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)	74
6	โครงสร้างการบริหารจัดการเพื่อความยั่งยืน	93

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

บทที่1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ความสัมพันธ์ระหว่างสังคมและธุรกิจในปัจจุบันกลายเป็นสิ่งที่แยกจากกันได้ยากขึ้นเรื่อย ๆ ธุรกิจต้องพึ่งพาและมีส่วนผลักดันการพัฒนาในสังคม ขณะเดียวกันกับที่สังคมก็ต้องพึ่งพาธุรกิจในหลายด้าน เช่น แหล่งงาน สินค้าและบริการที่ธุรกิจผลิตขึ้นมา กระแสเรื่องของการรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility) ที่กำลังได้รับความสนใจจากธุรกิจต่าง ๆ ในประเทศไทยขณะนี้ เป็นตัวอย่างหนึ่งของกระแสการสร้างธุรกิจให้ยั่งยืน การเพิ่มจำนวนของธุรกิจที่ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมในระยะ 4-5 ปีที่ผ่านมา เป็นตัวชี้ว่า แนวโน้มทิศทางของการทำธุรกิจในอนาคตจะเป็นไปในทิศทางที่ ธุรกิจจะให้ความสนใจกับความยั่งยืนขององค์กรมากขึ้นผ่านการเข้าไปมีส่วนร่วมรับผิดชอบและส่งเสริมการพัฒนาสังคม องค์กรธุรกิจใดที่เข้าใจทิศทางนี้ และปรับตัวได้ก่อน ย่อมเป็นการวางรากฐานเพื่อความยั่งยืนขององค์กรในอนาคตได้เป็นอย่างดี

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ศูนย์วิทยทรัพยากร

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Social Responsibility) เป็นสิ่งที่องค์กรมีเงื่อนไขที่พึงปฏิบัติต่อสังคม เพื่อธำรงรักษาสังคมไว้และสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นให้แก่คนในสังคมนั้นๆ โดยจะเป็นการดำเนินการต่างๆ นอกเหนือจากการดำเนินการตามหน้าที่ปกติเพื่อที่จะบรรลุเป้าหมายขององค์กร ซึ่งจะต้องได้รับความร่วมมือกันอย่างดีกับผู้ที่เกี่ยวข้องหลายฝ่ายด้วยกัน เช่น ผู้บริหาร พนักงาน ลูกค้า รัฐบาล สื่อมวลชน สังคม ชุมชน เป็นต้น ที่จะต้องเข้าไปมีส่วนร่วมรับผิดชอบทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อที่จะให้ได้ทราบถึงสังคมคาดหวังในด้านใด อย่างไร กับองค์กรธุรกิจที่พึงมีให้แก่สังคม โดยความรับผิดชอบจะต้องอยู่ในความยุติธรรม มีความเป็นธรรมและจริยธรรม ซึ่งนำมาถึงความพอใจร่วมกันของทุกฝ่าย (มนตรี เลิศสกุลเจริญ 2547 : 2)

การดำเนินธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จในปัจจุบันจำเป็นต้องมีการปรับตัวเรียนรู้และพัฒนาอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา เพื่อให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทางสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งความรับผิดชอบพื้นฐานที่องค์กรธุรกิจต้องมีต่อสังคม ความสำเร็จทางธุรกิจไม่ได้วัดหรือประเมินผลเพียงผลประกอบการและตัวเลขทางการเงิน ความพึงพอใจของผู้บริหาร ผู้ถือหุ้น หรือพนักงานเท่านั้น แต่ความสามารถทำได้ตามความคาดหวังของสังคมที่มีต่อองค์กรธุรกิจ โดยให้ผู้บริโภคเข้ามามีส่วนสำคัญในการกำหนดถึงความอยู่รอด

ความก้าวหน้าของธุรกิจที่จะเติบโตอย่างยั่งยืนในอนาคต ความรับผิดชอบต่อสังคมจึงเป็นเรื่องที่สำคัญและจำเป็นที่ภาคธุรกิจต้องใส่ใจและทำการศึกษา (กุลนัดดา สุวรรณศรี 2551 : 2)

ปัจจุบันมีความเคลื่อนไหวครั้งสำคัญที่สนับสนุนแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร เช่น พิธีสารเกียวโตที่มีข้อตกลงในการเก็บภาษีเพิ่มเติมสำหรับสินค้าอุตสาหกรรมส่งออกที่ปล่อยก๊าซคาร์บอน-ไดออกไซด์ และการพยายามผลักดันมาตรฐาน ISO 26000 อันเป็นมาตรฐานที่เกี่ยวกับแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรให้ออกมาบังคับใช้ภายในปี ค.ศ.2008 ซึ่งใน ISO 26000 ได้กำหนดให้บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยต้องมีการดำเนินงานให้สอดคล้องและตอบรับกับข้อกำหนดเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ซึ่งประกอบไปด้วยเรื่องของ การกำกับดูแลกิจการที่ดี เรื่องสิทธิมนุษยชน ด้านแรงงาน ด้านการดูแลสิ่งแวดล้อม การดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม การใส่ใจต่อผู้บริโภคและการแบ่งปันสู่สังคมและชุมชน

แนวความคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกำลังเกิดขึ้นอย่างกว้างขวางทั่วโลก ไม่ว่าจะเกิดขึ้นโดยจิตสำนึกจากภายในกิจการเอง หรือจากผู้มีส่วนได้เสียภายนอกเป็นผู้ผลักดัน เป็นเหตุให้องค์กรธุรกิจในปัจจุบัน จึงจำเป็นต้องให้ความสนใจและกำหนดบทบาทของตนเองในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจโดยมีความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็นองค์ประกอบ องค์กรธุรกิจหลายแห่ง ได้มีการพัฒนาและดำเนินกิจกรรม CSR อย่างต่อเนื่อง และมีจำนวนของกิจกรรมเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ จากการที่ต้องดูแลทั้งกิจกรรมเก่าที่ดำเนินอยู่แล้ว และความจำเป็นที่จะต้องพัฒนากิจกรรมใหม่ๆ เพื่อตอบสนองให้ทันกับประเด็นทางสังคมที่เป็นปัจจุบันทำให้การบริหารกิจกรรม CSR ของกิจการมีความซับซ้อนหลากหลายยิ่งขึ้น องค์กรธุรกิจจึงจำเป็นต้องมีเครื่องมือและกลยุทธ์สนับสนุนการดำเนินงานด้านบรรษัทบริบาลอย่างมีประสิทธิภาพ ในขณะเดียวกัน องค์กรธุรกิจอีกหลายแห่ง ก็ยังไม่แน่ใจว่ากิจกรรมที่องค์กรกำลังดำเนินอยู่นั้นเข้าข่ายบรรษัทบริบาลหรือไม่ และองค์กรธุรกิจอีกจำนวนไม่น้อย ก็ยังไม่มีแนวทางที่ชัดเจนในการออกแบบและพัฒนากิจกรรม CSR ที่เหมาะสมสอดคล้องกับลักษณะกิจการ

นอกจากนี้ ยังมีองค์กรธุรกิจจำนวนมากในประเทศไทยยังมองการดำเนินการที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนทัศน์เก่า คือ การมองเพียงส่วนของผลตอบแทนทางเศรษฐกิจในระยะสั้นเท่านั้น จึงสนใจเพียงแค่ว่า การทำ CSR จะทำให้บริษัทได้รับประโยชน์ตอบแทนหรือไม่มากน้อยเพียงใด ยิ่งกว่านั้น ผู้บริหารจำนวนมาก ยังเห็นว่าการทำ CSR เป็นการเพิ่มต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งอาจส่งผลให้ไม่สามารถแข่งขันกับบริษัทอื่นได้ ซึ่งขัดแย้งกับจุดประสงค์ในการทำธุรกิจที่ต้องการสร้างผลตอบแทนสูงสุด เมื่อผู้บริหารไม่เห็นประโยชน์ตรงนี้ การจัดทรัพยากรที่

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วิทยทรัพยากร

สนับสนุนงาน CSR ก็ไม่เพียงพอ อาทิ งบประมาณ ทรัพยากรบุคคล รวมถึงการเอางานด้าน CSR ไปรวมไว้เป็นเพียงส่วนหนึ่งของงานประชาสัมพันธ์หรือการตลาด ทำให้การดำเนินการ CSR ถูกกลืนไปกับงานด้านการตลาดหรือประชาสัมพันธ์องค์กร

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในฐานะหน่วยงานที่กำกับดูแลบริษัทจดทะเบียน เห็นว่า แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร เป็นส่วนหนึ่งของการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance: CG) โดยแสดงให้เห็นถึงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการประกอบธุรกิจอย่างมีจรรยาบรรณ จึงสนับสนุนให้บริษัทจดทะเบียนกำหนดนโยบายในการดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างชัดเจน นอกจากนี้ยังเห็นว่าแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรจะมีประโยชน์ต่อบริษัทในหลายด้าน เช่น การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ลดความเสี่ยงที่จะเกิดความเสียหายจากการดำเนินธุรกิจ และช่วยสร้างความเชื่อมั่นที่มีต่อตลาดทุนไทยให้มากขึ้น โดยเฉพาะผู้ลงทุนต่างประเทศที่นำปัจจัยด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมาประกอบการตัดสินใจลงทุน (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 2551)

ในปี 2549 ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้ริเริ่มให้มีรางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR (Corporate Social Responsibility Awards) ซึ่งเป็นรางวัลที่มอบให้แก่บริษัทจดทะเบียนที่มีความโดดเด่นในการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อเผยแพร่เกียรติคุณของบริษัทให้แพร่หลายเป็นแบบอย่างสำหรับภาคธุรกิจอื่น ๆ พร้อมทั้งเพื่อส่งเสริมให้มีการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง โดยผลการพิจารณาในปี 2551 มีองค์กรธุรกิจไทยในภาคอุตสาหกรรมได้รับการคัดเลือกให้ได้รับรางวัล 3 บริษัท ได้แก่ บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) และบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)

จากความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์ในการทำกิจกรรม CSR ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่ได้รับรางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR (Corporate Social Responsibility Awards) ประจำปี 2551 โดยยึดกรอบแนวคิดการทำกิจกรรมเพื่อสังคม 6 ประเภท ได้แก่ 1.) การการส่งเสริมประเด็นสังคม (Cause Promotion) 2.) การตลาดเกี่ยวเนื่องกับประเด็นสังคม (Cause-Related Marketing) 3.) การตลาดเพื่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Marketing) 4.) การบริจาคตรง (Corporate Philanthropy) 5.) อาสาสมัครช่วยเหลือชุมชน (Community Volunteering) 6.) ข้อปฏิบัติทางธุรกิจเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Business

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วังท่าพระ

Practices) ของ Phillip Kotler & Nancy Lee ซึ่งผลของการศึกษาดังกล่าวอาจเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบการดำเนินกิจกรรม CSR ตลอดจนการสร้างการรับรู้ในกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมสู่สาธารณชนอย่างเป็นเอกภาพได้อย่างแท้จริง และเกิดประโยชน์สูงสุดต่อการพัฒนาองค์กรและการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการให้ความหมายของการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR (Corporate Social Responsibility Awards) ประจำปี 2551 ที่แตกต่างกัน

2. เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR (Corporate Social Responsibility Awards) ประจำปี 2551 ที่แตกต่างกัน

3. เพื่อศึกษากลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR (Corporate Social Responsibility Awards) ประจำปี 2551 ที่แตกต่างกัน

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วิทยทรัพยากร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงการให้ความหมายของการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR (Corporate Social Responsibility Awards) ประจำปี 2551

2. ได้ทราบถึงรูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR (Corporate Social Responsibility Awards) ประจำปี 2551

3. ได้ทราบถึงกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR (Corporate Social Responsibility Awards) ประจำปี 2551

ขอบเขตในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเรื่อง “การให้ความหมาย รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR ประจำปี 2551” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยศึกษาค้นคว้าเอกสารต่าง ๆ ได้แก่ รายงานประจำปี แบบ 56-1 และเว็บไซต์ของบริษัทที่ได้รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR (Corporate Social Responsibility Awards) ประจำปี 2551 ได้แก่

1. บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)
2. บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)
3. บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

บทที่ 2

แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “การให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR ประจำปี 2551” มีแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้ ดังนี้

1. แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม
2. แนวคิดจริยธรรมและจริยธรรมในทางธุรกิจ
3. แนวคิดเรื่องการกำกับดูแลกิจการที่ดี
4. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
5. หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกบริษัทที่ได้รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR ประจำปี 2551
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

1. แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม

1.1 ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม

สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (2551 : 6) ได้ให้นิยามของความรับผิดชอบต่อสังคมว่า การดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการใส่ใจและดูแลรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อมภายใต้หลักจริยธรรม การกำกับดูแลกิจการที่ดี และการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาบูรณาการ เพื่อนำไปสู่การดำเนินธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน

ฟิลลิป คอตเลอร์ และแนนซี่ ลี (Kotler and Lee 2005 อ้างถึงใน รมณียฉัตร แก้วกิริยา 2551 : 3) ได้ให้นิยามความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility) หรือ บรรษัทบริบาล ไว้ว่า คือการยอมรับพันธกิจว่าจะปรับปรุงความเป็นอยู่ของชุมชนให้ดีขึ้นโดยอาศัยดุลยพินิจอย่างอิสระในการเลือกแนวปฏิบัติทางธุรกิจและการใช้ทรัพยากรขององค์กร

องค์ประกอบสำคัญของคำนิยามคือคำว่า “อิสระในการใช้ดุลยพินิจ” คือจะไม่พูดถึงกิจกรรมทางธุรกิจที่ถูกกำหนดด้วยกฎหมาย มโนธรรม หรือจริยธรรม ซึ่งมีภาระต้องทำบรรษัทบริบาลอยู่แล้ว แต่จะพูดถึงพันธกิจที่องค์กรธุรกิจ “สมัครใจ” เลือกและนำมาปฏิบัติรวมไปถึงวิธีการมีส่วนร่วม พันธกิจที่กล่าวนี้จะต้องมีการแสดงออกเพื่อที่บริษัทจะได้การยอมรับว่าเป็น

ผู้รับผิดชอบต่อสังคม พันธกิจที่ว่านี้จะทำให้สำเร็จได้โดยการใช้แนวปฏิบัติใหม่ ๆ ทางธุรกิจและ/หรือวิธีการมีส่วนร่วม ทั้งเป็นตัวเงินและไม่ใช่ตัวเงิน

World Business Council for Sustainable Development (2004 อ้างถึงใน รมณียฉัตร แก้วกิริยา 2551 : 4) ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรว่าเป็นความมุ่งมั่นหรือพันธสัญญาที่ธุรกิจมีอยู่อย่างต่อเนื่องในการที่จะประพฤติปฏิบัติอย่างมีจริยธรรมและมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจ ด้วยการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของผู้ใช้แรงงาน ตลอดจนครอบครัวของเขาเหล่านั้น และมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นและสังคมในวงกว้าง

Business for Social Responsibility (2004 อ้างถึงใน รมณียฉัตร แก้วกิริยา 2551 : 4) ให้คำนิยามของบรรษัทบริบาลว่า พฤติกรรมในการทำธุรกิจที่ได้มาตรฐานหรือเกินมาตรฐานทางจริยธรรม กฎหมาย การพาณิชย์ และความคาดหวังของสาธารณชน เป็นการรวมเอาการตัดสินใจทางธุรกิจอันเกี่ยวเนื่องกับ คุณค่าทางจริยธรรม ข้อกำหนดทางกฎหมาย เช่นเดียวกับการคำนึงถึงประชาชน ชุมชน และสภาวะแวดล้อม

สถาบันไทยพัฒน์ (อ้างถึงในกองบรรณาธิการประชาชาติธุรกิจ 2550 : 7) ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร จาก corporate social responsibility (CSR) ว่าหมายถึง การดำเนินกิจกรรมภายในและภายนอกองค์กร ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมทั้งในระดับใกล้และระดับไกล ด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรหรือทรัพยากรจากภายนอกองค์กร ในอันที่จะทำให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วิทยทรัพยากร

โกวิทย์ สวัสดิ์มงคล (2550 : 16) สรุปความหมายไว้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมหมายถึง บทบาทหน้าที่หรือข้อผูกพันของบุคคลหรือองค์กร ซึ่งต้องตระหนักถึงความสำคัญในการดำเนินธุรกิจขององค์กร โดยไม่สร้างความเดือดร้อนแก่สังคมและสิ่งแวดล้อม ต้องพยายามหลีกเลี่ยงไม่กระทำการใด ๆ ให้บุคคลอื่นและสังคมต้องเสียหายด้วย รวมทั้งปกป้องและยังผลประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม เพื่อให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นด้วย

ราชสีห์ เสนะวงศ์ (2550 : 8) ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ว่า ความรับผิดชอบที่ในฐานะเป็นสถาบันทางสังคมสถาบันหนึ่งที่ต้องยอมรับในสิ่งที่ได้กระทำหรือส่งผลกระทบต่อกลุ่มต่าง ๆ ทั้งในแง่ดีและแง่ไม่ดี โดยใช้หลักจริยธรรมและคุณธรรมซึ่งได้แก่ จรรยาบรรณ จิตสำนึกทางสังคม บทบาทและหน้าที่ เพื่อให้เกิดการแก้ไขอันจะทำให้เกิดประโยชน์แก่สังคมหมู่มากรวมทั้งองค์กรหรือสถาบันนั้น ๆ ด้วย

วัชรพงศ์ ทองรุ่ง (2550 :14) ได้สรุปความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรว่าหมายถึง ความรับผิดชอบของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทุกคนในองค์กรที่จะต้องดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายทั้งทางธุรกิจและสังคม โดยคำนึงถึงหลักคุณธรรมควบคู่ไปกับการแสวงหาผลกำไร ซึ่งจะช่วยให้ทั้งคนที่อยู่ภายในองค์กร ได้แก่ พนักงาน ผู้บริหาร ผู้ถือหุ้น และคนที่เกี่ยวข้องกับองค์กรทั้งสังคมใกล้ ได้แก่ ชุมชนใกล้เคียงและสังคมรอบนอก มีคุณภาพชีวิตขั้นพื้นฐานที่ดีขึ้นกว่าเดิม

บัณฑิตา ทรัพย์กมล (2545 : 15) ให้ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคมว่าเป็นเรื่องของหลักจริยธรรม คุณธรรม บทบาท และหน้าที่ รวมถึงนโยบาย กิจกรรม ที่องค์กรภาคธุรกิจได้จัดขึ้น เพื่อให้ความช่วยเหลือ ปรับปรุง และส่งเสริมให้สังคม และประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

European Commission Green Paper (อ้างถึงใน กุลนัดดา สุวรรณศรี 2551 : 72-73) ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็นแนวคิดที่บริษัทจะบูรณาการ งานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมเข้าไปในกิจการของประเทศและการปฏิสัมพันธ์ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholder) โดยสมัครใจ

ดังนั้น ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถกล่าวโดยสรุป คือ การดำเนินธุรกิจตามกฎหมายและจริยธรรม โดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรงต่อความสำเร็จขององค์กร ได้แก่ พนักงาน ผู้ถือหุ้น ลูกค้า คู่แข่งขัน เจ้าหนี้ ตลอดจนผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการประกอบธุรกิจทางตรงและทางอ้อม ได้แก่ ชุมชน รัฐบาล กลุ่มรณรงค์ สื่อมวลชน สาธารณชน ดังนั้น ธุรกิจต้องแสดงบทบาทความเป็นผู้นำในสิ่งที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์ต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วิทยทรัพยากร

1.2 องค์ประกอบของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

วิวัฒนาการของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนั้น เป็นเรื่องที่ค่อนข้างซับซ้อนและไม่มีมาตรฐานตายตัว อย่างไรก็ตามในการประยุกต์ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเข้ากับธุรกิจในทุกขนาดไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดเล็ก ขนาดกลาง ขนาดใหญ่ หรือระหว่างประเทศอย่างเป็นรูปธรรมนั้น ได้มีการรวบรวมลักษณะรูปธรรมในการดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร โดยเฉพาะจาก European Commission (อ้างถึงใน สุทธิศักดิ์ ไกรสรสุธาสินี 2550 : 8) ซึ่งกล่าวว่าความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนั้นมีอยู่สองมิติหลัก คือ มิติภายในอันเป็นการดูแลกิจกรรมต่าง ๆ ที่ธุรกิจนั้นดำเนินการอยู่และจัดการได้โดยตรง และมิติภายนอก ซึ่งเกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางธุรกิจที่บริษัทอาจจะควบคุมไม่ได้โดยตรง เช่น การดูแลลูกค้า การรับผิดชอบต่อผู้ส่งมอบ (Supplier) และการสนับสนุนกิจกรรมด้านการพัฒนาสังคม

1. มิติภายใน

1.1 การจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม องค์กรต่าง ๆ ปัจจุบันมีความท้าทายที่จะต้องดึงพนักงานที่มีความสามารถ ดังนั้น ธุรกิจจึงควรส่งเสริมการจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีความรับผิดชอบ เช่น ด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต Life-long Learning การให้ข้อมูลที่โปร่งใสกับพนักงานในทุก ๆ ด้าน การให้ความสมดุลระหว่างงาน ชีวิต ครอบครัว และการพักผ่อน การปฏิบัติอย่างเท่าเทียมทั้งด้านการคัดเลือกเข้าทำงาน รายได้ และความก้าวหน้าทางการงานโดยเฉพาะกับผู้หญิงและผู้พิการ การดูแลเอาใจใส่พนักงานโดยเฉพาะที่ได้รับบาดเจ็บ และ/หรือ เกิดปัญหาสุขภาพจากการงาน นอกจากนั้น ในด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต ธุรกิจควรที่จะให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมในระดับต่าง ๆ หรือแม้แต่การมีนโยบายส่งเสริมการเรียนรู้ที่สร้างสรรค์ เช่น การสนับสนุนช่วงต่อระหว่างโรงเรียนมาสู่พนักงานสำหรับคนรุ่นใหม่ โดยการให้การฝึกอบรมพิเศษสำหรับคนกลุ่มนี้ นอกจากนั้นที่สำคัญที่สุดคือการสร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้นในที่ทำงานให้ได้

1.2 สุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน ถึงแม้ว่าจะมีกฎหมายควบคุมดูแลด้านสุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน แต่กระแสการกระจายงานไปสู่ผู้ส่งมอบ (Supplier) ทำให้มีบริษัทควบคุมไม่ทั่วถึง จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจที่ควรจะช่วยกันดูแล หรือตั้งเป็นนโยบายขององค์กร เช่น เลือกร่วมทำธุรกิจหรือเลือกใช้ผู้ส่งมอบ (Supplier) ที่มีคุณธรรมจรรยาบรรณต่อพนักงาน เพื่อเป็นการควบคุมและอีกทางหนึ่ง อีกทั้งยังเป็นการกำหนดให้บริษัทอื่น ๆ ที่ต้องการจะทำธุรกิจกับเราต้องพัฒนาตนเองตามไปด้วย เพราะหากเกิดผลร้ายจากการใช้ผู้ส่งมอบ (Supplier) ที่ไม่ใส่ใจสุขภาพและความปลอดภัยในการทำงานของลูกจ้าง ภาพลักษณ์ที่ไม่ดีก็จะสะท้อนกลับมายังบริษัทผู้ว่าจ้างด้วย

1.3 การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง การบริหารองค์กรที่มีนโยบายที่จะรับผิดชอบพนักงานในกรณีที่เกิดวิกฤตทางเศรษฐกิจ สังคม หรือการเมือง หรือแม้แต่การปรับโครงสร้างภายในขององค์กรเอง โดยเฉพาะการควบรวมกิจการต่าง ๆ ซึ่งมักจะนำมาสู่การเลิกจ้างพนักงานจำนวนมาก ซึ่งไม่ส่งผลดีต่อองค์กรเอง นอกเสียจากจะสุดวิสัยจริง ๆ เพราะทำให้ความเชื่อถือ ไว้วางใจ และความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับองค์กรต้องเสียไป ทั้งนี้ในช่วงที่เกิดวิกฤตในองค์กรนั้น ๆ การปรึกษาหารือ และสร้างความร่วมมือกันในกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ไม่ว่าจะเป็นนักลงทุน ผู้บริหาร พนักงาน หรือแม้แต่ลูกค้า ย่อมนำมาซึ่งการแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนมากกว่า

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

1.4 การจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในองค์กร การลดการใช้ทรัพยากรและการปล่อยสารพิษ/ของเสีย ซึ่งเป็นการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมย่อมเป็นผลดีต่อองค์กรนั้น ๆ เอง ในอันที่จะจัดการการผลิตสินค้า/บริการ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และยังเป็นการลดต้นทุนด้านพลังงาน และการจัดการของเสียต่าง ๆ อีกด้วย ซึ่งนำไปสู่ผลกำไรที่สูงขึ้น ความสามารถในการแข่งขันในตลาดที่เพิ่มขึ้น และที่สำคัญ เป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้กับบริษัท ถือว่าได้ประโยชน์ต่อทุกฝ่าย (Win-Win)

1.5 บรรษัทภิบาลและความโปร่งใสในการดำเนินกิจการ ปัจจุบันความเชื่อมั่นที่มีต่อบริษัทเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด โดยเฉพาะบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ดังนั้น ความโปร่งใสและขั้นตอนการตัดสินใจต่าง ๆ ของบริษัทที่มีความชัดเจน ตรวจสอบได้ จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งยวดทั้งต่อความมั่นคงของบริษัท ในมุมมองของนักลงทุน และความมั่นคงในสังคม ทั้งนี้เป็นเพราะว่าการบริหารจัดการที่มีความโปร่งใส ทางบัญชีและกระบวนการตัดสินใจในทุกระดับนั้นย่อมนำไปสู่ข้อมูลที่มีความชัดเจน ซึ่งสามารถเข้าถึงได้โดยนักลงทุนและผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งทำให้เกิดระบบการลงทุนในสังคมโดยรวมที่มีประสิทธิภาพ ความผิดปกติทางการเงินหรือกระบวนการตัดสินใจต่าง ๆ ย่อมจะสามารถจัดการได้โดยองค์กรที่เกี่ยวข้อง และลดโอกาสของความสูญเสียทั้งในด้านการเงินและทรัพยากรต่าง ๆ ที่ต้องเสียไปกับการคอรัปชั่นอีกด้วย ซึ่งนำไปสู่สังคมที่มีความยั่งยืนและแข็งแรงทางเศรษฐกิจในที่สุด

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วังท่าพระ

2. มิติภายนอก

2.1 การจัดการกับผู้ส่งมอบ (Supplier) และหุ้นส่วนทางธุรกิจ (Partners) กล่าวคือ การเลือกผู้ส่งมอบ (Supplier) และหุ้นส่วนทางธุรกิจ (Partners) ควรคำนึงถึงบทบาทการรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนั้น ๆ เพื่อเป็นการขยายความรับผิดชอบต่อสังคม จากองค์กรของตนไปสู่องค์กรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง และป้องกันปัญหาที่อาจจะตามมาจากความซับซ้อนของระบบธุรกิจสมัยใหม่ที่ยากต่อการควบคุมให้ครอบคลุมไปทั้ง Supply Chain ซึ่งอาจจะมีนโยบายหรือกิจกรรมที่ส่งเสริมประเด็นเหล่านี้ อาทิ ส่งเสริมผู้ประกอบการใหม่ ๆ ที่จะเข้ามาเป็นผู้ส่งมอบ (Supplier) ด้วยการส่งที่ปรึกษาไปช่วยพัฒนาระบบการทำงานให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นต้น

2.2 การดูแลผู้บริโภค ผู้บริโภคหรือผู้ซื้อสินค้า/บริการขององค์กร เป็นแหล่งที่มาของรายได้ ดังนั้นจึงต้องมีระบบการดูแลผู้บริโภคในทุก ๆ กระบวนการของสินค้า/บริการ ตั้งแต่การผลิต การขาย ไปจนถึงการทิ้ง ให้ปลอดภัย มีประสิทธิภาพทั้งในเชิงคุณภาพและราคา และมีจริยธรรม นอกจากนั้น ยังสามารถแสดงความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคด้วยการเลือกผลิต/

จำหน่ายสินค้า/บริการเฉพาะด้านให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภค หรือแม้แต่การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สามารถใช้ได้กับทุกกลุ่ม รวมถึงผู้พิการ (Design for All) เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีอักษรเบรลล์และ/หรือ สั่งการด้วยเสียง สำหรับคนปกติและคนตาบอดใช้ได้

2.3 ความรับผิดชอบต่อชุมชนใกล้เคียง (Local Communities) ตามปกติบริษัทต่าง ๆ จะเอื้อประโยชน์ต่อชุมชนอยู่แล้ว เช่น จ้างแรงงานชุมชน ซึ่งทำให้ชุมชนมีรายได้และรายได้ภาษีของพื้นที่ ซึ่งนำไปสู่ทุนสาธารณะที่สามารถนำมาสร้างประโยชน์แก่ชุมชนได้อีก บริษัทจึงควรมีส่วนช่วยเหลือทั้งด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อม ผ่านการบริจาค หรือกิจกรรมสาธารณประโยชน์ใด ๆ ที่จะช่วยพัฒนาชุมชนและนำไปสู่ความแข็งแรงของชุมชนนั้น ๆ ซึ่งผลตอบแทนที่บริษัทจะได้รับคือ ภาพลักษณ์ที่ดี นำไปสู่ความร่วมมือและพร้อมจะช่วยเหลือบริษัท

2.4 ความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม บริษัทที่อยู่ในเมือง หรือบริษัทใหญ่ หรือบริษัทที่มีสาขามากมายทั่วประเทศ ควรแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในวงกว้าง โดยการบริจาค ทำกิจกรรม หรือสนับสนุนในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อแก้ไขและพัฒนาสังคม ในประเด็นที่บริษัทเกี่ยวข้องสนใจ ซึ่งถือเป็นการแสดงบทบาทผู้นำทางธุรกิจต่อการสร้างความเปลี่ยนแปลงต่อสังคมอย่างชัดเจนและควรอย่างยิ่งที่จะต้องวัดผลได้ จึงจำเป็นที่จะต้องมีการวางแผนและการหาพันธมิตรในการปฏิบัติงานที่ดี ซึ่งจะนำมาสู่ภาพลักษณ์ที่ดี เป็นรากฐานสำคัญในการสร้างความไว้วางใจและคุณค่าของบริษัทในมุมมองของผู้บริโภคและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ศูนย์วิทยทรัพยากร

2.5 การรับผิดชอบต่อโลก ในมิติต่าง ๆ เช่น สิ่งแวดล้อม สิทธิมนุษยชน และประเด็นสำคัญอื่น ๆ ในระดับภูมิภาคและ/หรือระดับโลก ตามความเหมาะสมและศักยภาพขององค์กร โดยสามารถร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ เช่น รัฐบาล NGO สถาบันการศึกษา องค์กรธุรกิจอื่น ๆ เป็นต้น

จินตนา บุญบงการ (2544: 34-36) ได้เสนอระดับความรับผิดชอบต่อสังคมได้เป็น 4 ระดับ คือ

1. ความรับผิดชอบทางเศรษฐกิจ (Economic Responsibility) เพื่อผลิตสินค้าและบริการตามที่ประชาชนต้องการ และนำมาขายเพื่อให้เกิดกำไรแก่เจ้าของกิจการ (ในกรณีที่เป็นองค์กรทำเพื่อกำไร) นับได้ว่าเป็นความรับผิดชอบหลักและความรับผิดชอบดั้งเดิมของการดำเนินการจนอาจกล่าวได้ว่า นอกจากความรับผิดชอบด้านเศรษฐกิจแล้ว ผู้บริหารในอดีตบางคนไม่เคยคำนึงถึงความรับผิดชอบในด้านอื่นเลย

2. ความรับผิดชอบทางกฎหมาย (Legal Responsibility) เพื่อดำเนินกิจการไปตามครรลองของกฎหมายและกฎข้อบังคับต่าง ๆ อย่างไรก็ตามกฎหมายของกฎข้อบังคับไม่

สามารถจะครอบคลุมการกระทำทุกอย่างที่องค์กรกระทำได้ การกระทำบางอย่างไม่ผิดกฎหมาย แต่องค์กรควรกระทำหรือไม่นั้นขึ้นอยู่กับความรับผิดชอบของผู้บริหารองค์กรนั้น ๆ

3. ความรับผิดชอบทางจริยธรรม (Ethical Responsibility) การกระทำบางอย่างไม่ใช่สิ่งที่กฎหมายบังคับ แต่ถ้าองค์กรไม่ทำก็ไม่ผิดกฎหมาย แต่องค์กรเลือกกระทำเพราะเห็นว่าเป็นความรับผิดชอบทางจริยธรรม เช่น การให้สวัสดิการด้านเสื้อผ้า ที่อยู่อาศัย เงินกู้ยืม อาหารกลางวัน รถรับส่งพนักงาน การจัดนำเที่ยว เป็นต้น

4. ความรับผิดชอบในการใช้ดุลยพินิจ (Discretionary Responsibility) ความรับผิดชอบในระดับนี้เป็นความสมัครใจของผู้บริหารองค์กรโดยตรง และขึ้นอยู่กับการตัดสินใจเลือกกระทำของผู้บริหารแต่ละคน ความรับผิดชอบนี้ไม่ได้บังคับไว้เป็นกฎหมาย หรือเป็นสิ่งที่พนักงานคิดว่าควรได้รับตามหลักจริยธรรม เช่น ผู้บริหารไม่สนับสนุนให้พนักงานทำงานล่วงเวลา แต่กลับจ้างพนักงานเพิ่ม เพิ่มเครื่องจักร เพิ่มเงินเดือน ทั้งนี้เพราะผู้บริหารพินิจพิเคราะห์อย่างสุขุมแล้วว่า การทำงานล่วงเวลาทำให้สุขภาพของพนักงานเสื่อมโทรม และเป็นการบั่นทอนคุณภาพชีวิต

Michael E Porter (1985 : 254) กล่าวถึงกระบวนการทำ CSR ว่าสามารถเริ่มจากวัตถุดิบ การผลิต ไปถึงการใช้ของผู้บริโภค แล้วก็ทิ้งสินค้า CSR ทำได้ในทุก ๆ ขั้นตอนของห่วงโซ่คุณค่า (Value chain) กระทบทุก ๆ มิติของการทำธุรกิจ

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วิทยทรัพยากร

ภาพที่ 1 ห่วงโซ่คุณค่า

ที่มา : Michael E Porter, Marketing Management (New Jersey : Prentice Hall International, 1985), 254.

นอกจากการผลิตหรือประกอบธุรกิจแล้ว องค์กรยังต้องมีบทบาททางด้านสังคม เริ่มจากการดูแลพนักงาน มีการให้การศึกษาอบรมและให้โอกาสความก้าวหน้าในการทำงาน มีการปฏิบัติที่เป็นธรรมต่อพนักงานตั้งแต่บริษัทตนเองไปจนถึงซัพพลายเออร์ผู้ผลิตวัตถุดิบให้ การเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการดูแลชุมชน CSR จึงเป็นเรื่องกว้าง ๆ ครอบคลุมทุกด้านในการทำงานของธุรกิจ

ธนาคารโลก (อ้างใน ศิริชัย สาครรัตนกุล 2549 : 15-16) ระบุองค์ประกอบที่สำคัญของ CSR ไว้ดังต่อไปนี้

1. สิ่งแวดล้อม
2. แรงงาน
3. สิทธิมนุษยชน
4. การมีส่วนร่วมกับชุมชน
5. มาตรฐานการดำเนินธุรกิจ
6. ตลาด
7. การพัฒนาองค์กรและการพัฒนาเศรษฐกิจ
8. สุขอนามัย
9. การศึกษาและการพัฒนาภาวะผู้นำ
10. การบรรเทาสาธารณภัย

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

UN Global Compact กำหนดองค์ประกอบของ CSR แบ่งออกเป็นหมวดต่าง ๆ ดังนี้

<u>หมวดว่าด้วยสิทธิมนุษยชน</u>

1. สนับสนุนและเคารพหลักสิทธิมนุษยชนที่ประกาศในระดับสากล
2. ดูแลไม่ให้มีการล่วงละเมิดในสิทธิมนุษยชนในธุรกิจของตน

<u>หมวดว่าด้วยมาตรฐานแรงงาน</u>

3. สนับสนุนเสรีภาพในการรวมกลุ่มของแรงงาน และยอมรับอย่างจริงจัง ต่อสิทธิในการเจรจาต่อรองของแรงงานที่รวมกลุ่ม
4. ขจัดรูปแบบของการบังคับใช้แรงงาน
5. ยกเลิกการใช้แรงงานเด็กอย่างให้เป็นผล
6. กำจัดการเลือกปฏิบัติในการว่าจ้างแรงแรงงานและอาชีพ

<u>หมวดกำกับสิ่งแวดล้อม</u>

7. สนับสนุนการพิทักษ์สิ่งแวดล้อม

8. จัดทำกิจกรรมที่มีส่วนส่งเสริมให้มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

9. ส่งเสริมการพัฒนาและการใช้เทคโนโลยี

ต่อมาได้มีการเพิ่มบัญญัติที่ 10 ที่ว่าด้วย

10. การต่อต้านการคอร์รัปชั่น

1.3 รูปแบบของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

องค์กรหลายแห่งในปัจจุบัน ได้นำเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมาเป็นประเด็นสื่อสารทางการตลาด บางองค์กรขยายผลเพื่อใช้ CSR เป็นรูปแบบในการกีดกันทางการแข่งขันการค้า จนทำให้การทำ CSR กลายเป็นเครื่องมือทางธุรกิจที่สนองประโยชน์ต่อองค์กร แทนที่จะเป็นกิจกรรมที่สนองประโยชน์ต่อสังคม ในการทำธุรกิจทุกวันนี้จึงมีทั้ง CSR เทียมและ CSR แท้

รูปแบบของการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม ที่นำไปสู่การอยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุขนั้น จะต้องสามารถเชื่อมร้อยกิจกรรมทางธุรกิจให้มีส่วนประสมของความรับผิดชอบทางสังคมได้อย่างเป็นเนื้อเดียวกัน

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วิทยทรัพยากร

ฟิลลิป คอตเลอร์ และ แนนซี่ ลี (Kotler and Lee 2005 : 24-27) ได้แนะนำหลักการในการสร้างสรรค์กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร สิ่งแรกคือการพิจารณาเลือกประเด็นในการดำเนินการ โดยแนะนำให้เริ่มต้นจากประเด็นที่กำลังอยู่ในความสนใจของสังคมขณะนั้น และสุดท้ายเป็นการนำมาปฏิบัติ โดยพิจารณาวิธีการหรือกิจกรรมที่เหมาะสมในการนำเสนอประเด็นสู่สาธารณชน ทั้งนี้ได้ให้แนวทางการดำเนินงานด้านสังคมขององค์กรธุรกิจไว้ 6 รูปแบบหลัก ดังนี้

1. การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม (Cause Promotion) การจัดสรรงบประมาณหรือทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อสร้างการรับรู้แก่สาธารณะในประเด็นทางสังคม หรือเพื่อช่วยในการรณรงค์ สร้างเสริมการมีส่วนร่วมในประเด็นทางสังคมนั้น ๆ โดยองค์กรอาจจะเป็นผู้ริเริ่มและดำเนินการเอง เช่น กรณี เดอะบอดี้ชอป (The Body Shop) ต่อต้านการใช้สัตว์ในการทดลองเครื่องสำอาง หรือองค์กรอาจจะเป็นผู้สนับสนุนให้มูลนิธิหรือองค์กรสาธารณะกุศลดำเนินการ หรืออาจเป็นหนึ่งในผู้สนับสนุนโครงการที่จัดขึ้นเพื่อสร้างการรับรู้ในประเด็นต่าง ๆ ทางสังคม

2. การตลาดที่เกี่ยวโยงกับประเด็นทางสังคม (Cause-Related Marketing) การบริจาคส่วนหนึ่งของรายได้หรือกำไรจากการจำหน่ายสินคาให้สังคม ซึ่งจะมีการกำหนดเป็นระยะเวลาที่ชัดเจน เจาะจงเฉพาะสินค้าใดสินค้าหนึ่ง และมักเป็นการบริจาคเป็นกรณีพิเศษโดยร่วมมือกับมูลนิธิ หรือองค์กรการกุศล

3. การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคม (Corporate Social Marketing) การจัดทำโครงการหรือกิจกรรมเพื่อสังคมต่าง ๆ ที่จะนำไปสู่การพัฒนาด้านสุขภาพ ความปลอดภัย สิ่งแวดล้อม หรือคุณภาพชีวิตของชุมชน โดยมักเป็นการดำเนินการโครงการรณรงค์เพื่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม โดยองค์กรอาจจะริเริ่มและดำเนินการโครงการเอง หรือส่วนใหญ่มักจะดำเนินการร่วมกับหน่วยงานราชการ และหรือองค์กรสาธารณกุศลที่เกี่ยวข้องหรือรับผิดชอบดูแลในเรื่องนั้น ๆ

4. การบริจาคเพื่อการกุศล (Corporate Philanthropy) การให้เพื่อสังคมส่วนรวม เป็นการบริจาคเงิน หรือสิ่งของเพื่อส่วนรวม ซึ่งมักเป็นธรรมเนียมปฏิบัติที่องค์กรดำเนินการอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งมีที่มาจากความกดดันต่าง ๆ ที่ทำให้องค์กรจำเป็นต้องจัดสรรงบประมาณส่วนหนึ่งให้กับสังคม จนในปัจจุบันการให้เพื่อสังคมได้พัฒนาไปสู่การดำเนินการอย่างมีกลยุทธ์ โดยมักจะเลือกให้หรือบริจาคในประเด็นทางสังคมที่สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร

5. การอาสาช่วยเหลือชุมชน (Community Volunteering) การสนับสนุนหรือส่งเสริมให้พนักงาน คู่ค้า หุ้นส่วนและหรือผู้ประกอบการในสังกัดสละเวลา เข้าร่วมเป็นอาสาสมัครในชุมชน โดยองค์กรอาจจะดำเนินการเอง หรือดำเนินการร่วมกับองค์กรสาธารณะกุศลต่าง ๆ ทั้งนี้กิจกรรมอาสาสมัครนี้อาจจะริเริ่มโดยองค์กรหรือโดยพนักงานและองค์กรร่วมสนับสนุน

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

6. การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Business Practices) การปรับเปลี่ยนการดำเนินธุรกิจหรือการลงทุนทางธุรกิจเพื่อการพัฒนาความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของชุมชนและการปกป้องสิ่งแวดล้อม โดยอาจจะดำเนินการเองหรือร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ

1.4 การวางยุทธศาสตร์ความรับผิดชอบของธุรกิจต่อสังคม

องค์กรหลายแห่งในปัจจุบัน ได้นำเรื่อง CSR มาเป็นประเด็นสื่อสารทางการตลาด บางองค์กรขยายผลเพื่อใช้ CSR เป็นรูปแบบในการกีดกันการแข่งขันทางการค้า จนทำให้ CSR กลายเป็นเครื่องมือทางธุรกิจที่สนองประโยชน์ต่อองค์กร แทนที่จะเป็นกิจกรรมที่สนองประโยชน์ต่อสังคม ในวงธุรกิจทุกวันนี้ จึงมีทั้ง CSR แท้ และ CSR เทียม

สถาบันไทยพัฒน์ฯ (2551) ได้จัดทำคู่มือการวางยุทธศาสตร์ การวางยุทธศาสตร์ความรับผิดชอบของธุรกิจต่อสังคม แบ่งออกได้เป็น 3 ขั้น ดังนี้

ขั้นที่ 1 : ค้นหาจุดร่วมระหว่างธุรกิจและสังคม

- ผลกระทบทางสังคมจากธุรกิจ

พุ่งเป้าไปยังกิจกรรมต่าง ๆ ที่ธุรกิจดำเนินการในห่วงโซ่แห่งการสร้างคุณค่า (Value-Chain) แล้วตั้งคำถามว่ากิจกรรมต่าง ๆ นั้นกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างไร มาก

น้อยเพียงใด มีโอกาสที่จะปรับปรุงแก้ไข หรือพัฒนานวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อลดผลกระทบเชิงลบและเพิ่มผลเชิงบวกได้หรือไม่ เช่น การคัดเลือกวัตถุดิบที่ดีมีคุณภาพ การเลือกทำธุรกิจกับสินค้าและบริการที่จะไม่ส่งผลเชิงลบกับลูกค้า การใช้เทคโนโลยีที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม การนำเอาของเสียหรือขยะมาใช้ใหม่ การดูแลพนักงานให้มีสุขภาวะที่ดีและมีครอบครัวที่เข้มแข็ง การลดการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์ในธุรกิจและการขนส่ง-เดินทาง เป็นต้น

- ประเด็นทางสังคมที่ส่งผลต่อธุรกิจ

พิจารณาอิทธิพลของประเด็นต่าง ๆ ทางสังคมและสิ่งแวดล้อมอันจะมีผลต่อความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจ ซึ่งเป็นบริบทสำคัญที่ธุรกิจต้องเข้าใจเพื่อให้สามารถเข้าไปมีบทบาทในการพัฒนากระแสสังคม สิ่งแวดล้อมที่กำลังก่อตัวไม่ให้พัฒนากลายเป็นวิกฤติต่อองค์กรในที่สุด ซึ่งสามารถทำได้โดยการเข้าไปมีบทบาทช่วยเหลือและพัฒนาประเด็นด้านสังคมสิ่งแวดล้อมที่สำคัญร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียต่าง ๆ ของธุรกิจ (Stakeholder) โดยเฉพาะประเด็นที่จะส่งผลระยะยาวต่อธุรกิจ เช่น ประเด็นทางสังคมด้านคุณภาพของทรัพยากรบุคคลในพื้นที่ใกล้เคียงกับโรงงานหรือแหล่งผลิตสินค้าและบริการนั้น ย่อมนำไปสู่การที่ธุรกิจสามารถเข้าไปมีบทบาทกับระบบการศึกษาในชุมชนให้มีคุณภาพดีขึ้น การพัฒนาให้เกิดสภาพแวดล้อมที่ดีในบริเวณใกล้เคียง หรือการส่งเสริมการใช้พลังงานทดแทนเพื่อสร้างตลาดพลังงานทดแทนในอนาคต เป็นต้น

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

ขั้นที่ 2 : จัดลำดับความสำคัญและเลือกประเด็นทางสังคม

เนื่องจากทรัพยากรของธุรกิจมีจำกัด จึงไม่สามารถจะดูแลแก้ปัญหาสังคมในทุก ๆ เรื่องได้ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องจัดลำดับความสำคัญและเลือกประเด็นที่จะมีผลกระทบสูงสุดทั้งต่อสังคม และธุรกิจเอง โดยมุ่งเน้นงาน CSR ที่สอดคล้องกับแก่นทางธุรกิจ (Core-value/ core-business) ของตน จึงจะสร้างเป็นจุดแข็งที่เสริมความสามารถในการแข่งขันได้ ซึ่งประเด็นทางสังคมของงาน CSR ต่าง ๆ สามารถแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ คือ

ประเด็นทางสังคมทั่วไป	ผลกระทบทางสังคมจากธุรกิจ	ประเด็นทางสังคมที่ส่งผลต่อธุรกิจ
เป็นประเด็นด้านสังคมสิ่งแวดล้อม ที่ไม่ได้เป็นผลกระทบจากธุรกิจโดยตรง และไม่น่าจะส่งผลต่อธุรกิจในระยะยาวนัก	เป็นประเด็นทางสังคมสิ่งแวดล้อมที่เป็นผลกระทบจากกระบวนการการดำเนินธุรกิจอย่างชัดเจน	เป็นประเด็นทางสังคมสิ่งแวดล้อมที่จะส่งผลสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ จำเป็นต้องได้รับการจัดการ

ธุรกิจสามารถตรวจสอบและประเมินได้ว่า กิจกรรม CSR ที่ดำเนินการไปแล้วหรือกำลังจะดำเนินการนั้นตกอยู่ในลักษณะประเด็นทางสังคมแบบใด ซึ่งควรลดประเด็นทางสังคมทั่วไป แต่ไปเพิ่มปริมาณและคุณภาพการจัดการประเด็นทางสังคมที่เป็นผลกระทบจากธุรกิจ และ

ประเด็นทางสังคมที่จะส่งผลต่อธุรกิจ จึงจะคุ้มค่ามากขึ้น และสัมพันธ์กับความสามารถของธุรกิจที่จะดำเนินประเด็นทางสังคมนั้น ๆ ได้อย่างต่อเนื่อง เพราะตั้งอยู่บนความสำคัญเชิงยุทธศาสตร์กับธุรกิจนั้น ๆ

ขั้นที่ 3 : วางยุทธศาสตร์ CSR เชิงรุก และการจัดการ

มุ่งที่จะเปลี่ยนวิธีคิดในการดำเนิน CSR ทั่ว ๆ ไปหรือลดความเสียหายที่เกิดจากธุรกิจ ให้กลายมาเป็นการทำงานเชิงรุก เพื่อให้ “หลอมรวม” ผลกระทบและประเด็นทางสังคมเข้ามาเป็นแกนกลางในกระบวนการดำเนินธุรกิจทางของธุรกิจ ซึ่งสามารถพัฒนาจุดยืนที่แตกต่างอันนำไปสู่ประโยชน์ของสังคมและธุรกิจได้อย่างเกื้อหนุนกัน มุ่งเน้นความสนใจไปยังผลกระทบต่อสังคมว่าเกิดความเปลี่ยนแปลง (impact) ขึ้นมากน้อยเพียงใด ไม่ใช่แค่เพียงไปสอบถามความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้เสียต่อธุรกิจ (Stakeholder satisfaction) เท่านั้น

ประเด็นทางสังคมทั่วไป	ผลกระทบทางสังคม จากธุรกิจ	ประเด็นทางสังคม ที่ส่งผลต่อธุรกิจ
ธุรกิจเป็นสมาชิกที่ดีของสังคม (Good corporate citizenship)	การลดความเสียหายต่อสังคม สิ่งแวดล้อมจากการดำเนินธุรกิจ	การเข้าไปมีบทบาทต่อประเด็นทางสังคม ใช้ความสามารถพิเศษของธุรกิจ เพื่อให้เกิดประโยชน์ร่วมระหว่างสังคมและธุรกิจ
การทำ CSR เชิงรับ	พัฒนากระบวนการธุรกิจผ่านนวัตกรรมที่ให้ประโยชน์กับสังคม พร้อมกับการสร้างความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ	ยุทธศาสตร์การทำ CSR เชิงรุก

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

เมื่อสามารถเลือกประเด็น CSR ในเชิงรุกเป็นยุทธศาสตร์ได้แล้ว จำเป็นต้องกำหนดเป้าหมายที่วัดผลได้ กำหนดผู้รับผิดชอบและจัดสรรทรัพยากรอย่างชัดเจน โดยอาจใช้เครื่องมือทางการจัดการมาช่วยติดตาม วัดผลงาน เช่น CSR Balanced Scorecard, GRI Sustainability reporting ฯลฯ เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินธุรกิจ นอกจากจะส่งผลดีในด้านภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กรแล้ว ยังช่วยให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในการซื้อสินค้าหรือบริการขององค์กร การที่องค์กรนำแนวคิดเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมมาเป็นพื้นฐานในการดำเนินธุรกิจ ทำให้องค์กรเติบโตอย่างมั่นคงและสามารถอยู่ร่วมกับสังคมได้อย่างยั่งยืน

2. แนวคิดจริยธรรมและจริยธรรมในทางธุรกิจ

2.1 ความหมายของจริยธรรม

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ได้ให้ความหมายของจริยธรรมในฐานะเป็นคำนามว่า หมายถึง ธรรมที่เป็นข้อประพฤติปฏิบัติ ศีลธรรม หรือกฎศีลธรรม (ราชบัณฑิตยสถาน 2542 : 10)

ธีระพร อุวรรณโณ (อ้างถึงใน เกียรติคุณ สิทธิชัย 2541: 7) ได้นิยามจริยธรรมไว้ 3 แนว คือ แนวแรกเน้นว่าจริยธรรมเป็นเรื่องที่ว่าด้วยหลักการ กฎเกณฑ์ มาตรฐานและแนวทางในการประพฤติปฏิบัติ แนวที่สองเน้นว่า จริยธรรมเป็นเรื่องของการประพฤติ การปฏิบัติและการกระทำเองมากกว่าจะเป็นเรื่องของกฎเกณฑ์ และแนวที่สามก็เน้นโดยการผนวกสองแนวแรกเข้าด้วยกัน เป็นทั้งเรื่องกฎเกณฑ์และการประพฤติปฏิบัติในเวลาเดียวกัน

จริยธรรมในฐานะระบบของกฎเกณฑ์จึงเปรียบได้กับศีลธรรม กฎหมายและจารีตประเพณี ซึ่งต่างก็เป็นระบบของกฎเกณฑ์ด้วยกัน และมีความคาบเกี่ยวซึ่งกันและกัน ทั้งนี้เพราะมีกฎเกณฑ์บางอย่างจากศีลธรรม กฎหมายหรือจารีตประเพณีที่บุคคลหรือสังคมอาจยึดถือมาเป็นกฎเกณฑ์หรือจารีตประเพณี กฎเกณฑ์ส่วนนี้เรียกว่า มโนธรรม ซึ่งหมายถึง กฎเกณฑ์ที่บุคคลมีอยู่ในใจเป็นของตนเอง

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

เมื่อพิจารณาว่าจริยธรรมเป็นระบบของกฎเกณฑ์ การสร้างเสริมจริยธรรมจึงหมายถึง การสร้างเสริมให้คนได้รู้กฎเกณฑ์ในการจำแนกการกระทำ และปฏิบัติตามกฎเกณฑ์นั้น ๆ ทำนองเดียวกับการเผยแพร่ให้คนรู้กฎหมายและก็คาดหวังให้คนทำตามกฎหมายด้วย เพราะการรู้เพียง กฎเกณฑ์อย่างเดียวยังไม่เพียงพอที่จะทำให้สังคมสงบสุขได้ หากผู้ที่รู้กฎเกณฑ์นั้น ๆ ไม่ปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ด้วย การเสริมสร้างจริยธรรมจึงต้องมีเป้าหมายหลักให้คนได้มีพฤติกรรมที่ถูกต้องดีงามตามกฎเกณฑ์ทางจริยธรรม (ธีระพร อุวรรณโณ 2526 : 2-3)

ฉะนั้น คำว่า จริยธรรม จึงมีความหมายที่กว้างขวาง เป็นทั้งหลักการ มาตรฐานของการประพฤติปฏิบัติ การกระทำ การแสดงพฤติกรรมหรือการประพฤติปฏิบัติ ตลอดจนผลที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัตินั้น

ถ้าหากวิเคราะห์ความหมายของจริยธรรมในแนวกว้างก็จะได้ความหมายที่แตกต่างออกไปเพราะคำว่า “ธรรม” มีความหมายครอบคลุมทั้งตัวธรรมชาติ กฎธรรมชาติ หน้าที่ที่จะต้องปฏิบัติตามกฎธรรมชาติ และผลจากการปฏิบัติตามกฎธรรมชาติ (พุทธทาส อินทปัญโญ ม.ป.ป.) จริยธรรมในลักษณะเช่นนี้ หมายถึง

1. ตัวธรรมชาติที่ต้องประพฤติปฏิบัติ

2. วิธีการประพฤติปฏิบัติตามกฎธรรมชาติ

3. การประพฤติปฏิบัติตามกฎธรรมชาติ

4. ผลการประพฤติปฏิบัติตามกฎธรรมชาติ

ในกรณีเช่นนี้จริยธรรมมีความหมายครอบคลุมกิจกรรมทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับชีวิตของมนุษย์ อันเป็นกฎเกณฑ์ ข้อบังคับ คุณธรรม ประเพณี ค่านิยมในการดำรงชีวิต วิธีการดำรงชีวิต การประพฤติปฏิบัติ หรือการนำวิธีการไปใช้ และผลจากการประพฤติปฏิบัตินั้น การปลูกฝังพื้นฐานทางจริยธรรมจึงจำเป็นต้องเรียนรู้ธรรมชาติของชีวิต ความเป็นไปของชีวิต แนวทางในการดำเนินชีวิต ตลอดจนการรู้เหตุรู้ผลของการกระทำนั้น ๆ อย่างถูกต้อง

2.2 ระดับของจริยธรรม

จริยธรรมมีหลายระดับ ตั้งแต่จริยธรรมที่เป็นไปตามกฎธรรมชาติ จริยธรรมที่พัฒนาโดยสังคมกลุ่มย่อยตามความต้องการ และจริยธรรมในขั้นสูงสุด อันเป็นจริยธรรมของอริยบุคคล ซึ่งได้แบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ (ชินโอสถ หัศบำเรอ ม.ป.ป.)

1. จริยธรรมขั้นปฐม หมายถึง ความประพฤติหรือการปฏิบัติหรือการปฏิบัติตนที่ถูกต้องหรือสอดคล้องกับความจริงอันเป็นไปตามธรรมชาติ ได้แก่ กุศลกรรมบถ 10 ประการ

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

2. จริยธรรมขั้นทุติยะ หมายถึง จริยธรรมที่เกิดจากการนำเอาหลักการของจริยธรรมขั้นปฐมมาประยุกต์ใช้ หรือจริยธรรมของสังคมกลุ่มย่อยที่พัฒนาขึ้น

3. จริยธรรมขั้นตติยะ หมายถึง จริยธรรมในขั้นอริยบุคคลในพระพุทธศาสนา

จริยธรรมทั้ง 3 ขั้นดังกล่าว มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนให้แตกต่างกันออกไป การที่บุคคลจะมีลักษณะและสภาพอย่างไร ย่อมขึ้นอยู่กับการปลูกฝังจริยธรรมเป็นสำคัญ เช่น ถ้าต้องการจะเป็นอริยบุคคล ก็จะต้องปลูกฝังจริยธรรมขั้นสูงเข้าไปในตัวบุคคลนั้น ซึ่งการปลูกฝังจริยธรรมแต่ละระดับต้องอาศัยเทคนิควิธีการที่แตกต่างกันออกไป

2.3 ความสำคัญของจริยธรรม

จริยธรรม เป็นสิ่งที่มีความสำคัญและจำเป็นสำหรับชีวิตมนุษย์ เพราะเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการแสดงพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งอาจจะกระทำไปในทางที่ดีงาม หรือไม่ถูกต้องก็ได้ พฤติกรรมที่มีจริยธรรมเป็นลักษณะของการกระทำที่เกิดประโยชน์แก่ตนเองและผู้อื่น เพราะเป็นการกระทำที่ไม่ขัดต่อสภาพความเป็นอยู่ ความต้องการและความรู้สึกนึกคิดของบุคคลโดยทั่วไป ส่วนการกระทำที่ไม่ดี ไม่ถูกต้อง ย่อมทำให้เกิดความเดือดร้อนทั้งแก้ตนเองและผู้อื่น เพราะเป็นสิ่งที่สังคมไม่ต้องการ ไม่ยอมรับ และเนื่องจากสังคมประกอบด้วยบุคคลหลายกลุ่ม แต่ละกลุ่มย่อมมี

กิจกรรมในอาชีพของตนเอง การประกอบกิจกรรมในงานอาชีพ จำเป็นต้องถูกต้องตามกฎหมายและหลักจริยธรรม หากเป็นงานอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการแก่คนอื่น หรืองานอาชีพที่เกี่ยวข้องกับคนส่วนมาก หรืองานอาชีพที่ต้องใช้วิชาชีพชั้นสูง (Professional) ก็จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการควบคุมงานอาชีพนั้น ทั้งนี้เพื่อรักษาผลประโยชน์ของสังคม ซึ่งการควบคุมจะออกมาในรูปของจรรยาบรรณในอาชีพ เช่น จรรยาแพทย์ จรรยาหนังสือพิมพ์ และจรรยาครู เป็นต้น ซึ่งจรรยาบรรณเหล่านี้เป็นเรื่องของคุณธรรมและจริยธรรมนั่นเอง (เกียรติคุณ สิทธิชัย 2536 : 104)

จริยธรรม จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะควบคุมพฤติกรรมของบุคคลให้กระทำในสิ่งที่ดีงามเป็นไปอย่างถูกต้อง ไม่เบียดเบียนทั้งต่อตัวเองและบุคคลอื่น จะเห็นได้ว่าปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมปัจจุบัน เช่น การเอารัดเอาเปรียบ การทุจริตฉ้อฉล การใช้เล่ห์กล คอรัปชั่น การฆ่าฟัน ข่มขืน ชำเรา ฯลฯ ปัญหาเหล่านี้ล้วนเกิดจากพฤติกรรมของบุคคลที่ไม่มีพื้นฐานทางจริยธรรมทั้งสิ้น จริยธรรมจึงเป็นตัวสร้างสรรค์ จรรโลงสิ่งที่ดีงาม หากบุคคลหรือสังคมใดมีคุณธรรมเป็นพื้นฐาน หรือมีความสำนึกทางจริยธรรม และกระทำในสิ่งที่ดีงามที่สังคมยอมรับ บุคคลและสังคมนั้นก็จะมีแต่ความปกติสุข

ดังนั้น สิ่งที่สำคัญที่สุดในเรื่องของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรภาคธุรกิจจึงมักจะขึ้นอยู่กับความมีจริยธรรมของผู้บริหารว่าจะมีความรับผิดชอบต่อส่วนรวมมากน้อยเพียงใด

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วังท่าพระ

จินตนา บุญบงการ (2541 : 29-30) ได้ให้ความคิดเห็นในเรื่องจริยธรรมทางธุรกิจและการบริหารไว้ว่า จริยธรรม หมายถึง ความประพฤติที่สังคมยอมรับว่าเป็นสิ่งที่ควรกระทำ และเป็นการกระทำที่ผิดจริยธรรม ซึ่งสามารถจำแนกจริยธรรมในทางธุรกิจออกเป็น 3 ประการ คือ

1. จริยธรรมของบุคลากรในองค์กรเดียวกัน มองได้จากความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน ระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา ระหว่างพนักงานของบริษัท การไม่ซื่อสัตย์ต่อกิจการจากพนักงาน การทุจริตในด้านการจัดซื้อ การฉ้อฉลของพนักงาน โดยทั่วไปแล้วพนักงานจะไม่มีนิสัยฉ้อโกง แต่จุดเริ่มต้นจะเกิดขึ้นจากการเอารัดเอาเปรียบนายจ้างในสิ่งเล็กน้อยก่อน เช่น การเรียกคืนค่าเดินทางในขณะที่ตนไม่ได้เดินทางเลย การพาครอบครัวหรือเพื่อนฝูงไปรับประทานอาหารแล้วนำใบเสร็จมาเบิกคืนค่ารับรองนายจ้าง เมื่อพนักงานเหล่านั้นเริ่มทำเรื่องเล็ก ๆ น้อย ๆ เหล่านี้โดยไม่มีการท้วงติง พนักงานก็เริ่มมีความกำเริบว่าตนสามารถเอารัดเอาเปรียบนายจ้างได้แล้ว ซึ่งอาจจะทำให้เกิดความมั่นใจในตนเองในการเอารัดเอาเปรียบบริษัทต่อไปเป็นจำนวนที่สูงยิ่งขึ้น

จริยธรรมของบุคคลที่ทำงานในธุรกิจนั้นจึงขึ้นอยู่กับองค์กรแต่ละแห่งว่าจะใช้วิธีการอย่างไร และผู้บังคับบัญชาต้องทำเป็นตัวอย่างให้ผู้ใต้บังคับบัญชาได้เห็นถึงความซื่อสัตย์ของตนด้วย

2. จริยธรรมของบริษัทหรือของกิจการนั้นซึ่งมีต่อลูกค้าของตนกับผู้ถือหุ้น กับเจ้าหน้าที่การค้า กับผู้ถือตั๋วสัญญาใช้เงิน กับผู้ฝากเงินกับธนาคารหรือต่อรัฐบาล ซึ่งเป็นเจ้าหนี้ใหญ่ขององค์กรทุก ๆ แห่ง ในด้านการเก็บภาษีอากร และท้ายสุด คือ กับสังคมส่วนรวม

การทำธุรกิจของกิจการต่อบุคคลที่เกี่ยวข้องเป็นการกระทำแบบเสมอภาคหรือไม่พิจารณาได้จากการไม่เอารัดเอาเปรียบทางการค้าอย่างไม่ยุติธรรม ถึงแม้กฎหมายจะกล่าวไว้ว่าเป็นสิ่งที่ถูกต้อง แต่อาจจะไม่ถูกต้องทางด้านจริยธรรม เช่น การทำสัญญากับผู้ซื้อซึ่งเป็นลูกค้าของบริษัท โดยลูกค้าไม่เข้าใจเงื่อนไข และการผูกมัดในสัญญาเลย ถึงแม้จะถูกต้องตามหลักกฎหมายเพราะผู้ซื้อได้ลงนามของตนไว้แล้ว แต่ก็ผิดในด้านจริยธรรม เพราะเป็นการเอารัดเอาเปรียบผู้บริโภค

3. จริยธรรมขององค์กรต่อสังคม องค์กรที่ชำระภาษีให้รัฐไม่ครบถ้วนก็ถือเป็นการเอารัดเอาเปรียบผู้ที่ชำระครบถ้วน แต่ในปัจจุบันนี้มีคำกล่าวกันว่า ผู้เสียภาษีครบถ้วนนั้นเป็นผู้ที่ฉลาดน้อย เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ที่หลีกเลี่ยงภาษี ความเสมอภาคและความสมดุลจึงขาดไป องค์กรทั้งหลายจึงพยายามหาทางเลี่ยงภาษี โดยใช้ช่องโหว่ของกฎหมาย อีกทั้งคณะกรรมการและผู้ถือหุ้นบางคนใช้วิธีการทางการบัญชีฉ้อโกงองค์กรอื่นหรือมหาชนโดยส่วนรวม

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

จริยธรรม มีประโยชน์ต่อการอยู่ร่วมกันในสังคม ซึ่งเป็นแนวทางความประพฤติและการปฏิบัติของบุคคล เกี่ยวกับมาตรฐานทางจริยธรรม ศีลธรรม คุณธรรม และบรรทัดฐาน ดังนี้

1. เป็นประโยชน์ต่อตัวผู้ปฏิบัติเอง ผู้ปฏิบัติตามหลักจริยธรรมจะได้รับการยอมรับว่าเป็นคนทำให้ตนเองรู้สึกภูมิใจ อิ่มใจ สบายใจ ไม่มีศัตรู เป็นที่ชอบพอรักใคร่ไว้วางใจของผู้อื่น หลักธรรมที่ประพฤติจะส่งผลให้ประสบความสำเร็จในธุรกิจการงาน เช่น ความอดทน ความเพียร

2. เป็นประโยชน์แก่สังคมส่วนรวม เพียงแต่ประพฤติตนดีก็ถือว่าเป็นคนดีของสังคมอย่างน้อยสังคมก็ไม่ต้องแก้ปัญหา ไม่เป็นภาระแก่สังคม การกระทำความดีเป็นการช่วยเหลือสังคม

3. เป็นการรักษาจริยธรรม จริยธรรมเป็นสิ่งที่ดีมีคุณค่าควรแก่การรักษาไว้ หากไม่มีใครปฏิบัติก็จะเหลือแต่ตัวอักษร หรือเหลือแต่คำพูด เป็นเพียงอุดมคติ เป็นเพียงจินตนาการแต่ไม่มีผู้ปฏิบัติ

4. จริยธรรมช่วยควบคุมมาตรฐาน รับประกันความถูกต้อง ปริมาณและคุณภาพที่ถูกต้องในการประกอบธุรกิจ และอาชีพในการผลิต จำหน่าย และบริการ ไม่ปลอมปนสิ่งใดในสินค้า แจ้งสินค้าตามสภาพที่เป็นจริง

5. พัฒนาประเทศชาติบ้านเมือง บ้านเมืองจะพัฒนาได้ก็ต้องอาศัยคนดีมีจริยธรรมช่วยกันจึงจำเป็นต้องพัฒนาจิตใจของคนเสียก่อนควบคู่ไปกับการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม การศึกษา การพัฒนาที่ไม่มีจริยธรรมเป็นแกนนำ จะสูญเปล่าและเกิดผลเสียเป็นอันมาก ถ้าคนในสังคมละเลยจริยธรรมทำให้ประชากรทุกข์ยาก เศรษฐกิจเสื่อม คนลุ่มหลงอบายมุข กอบโกย แล้งน้ำใจ ขาดความเมตตาปราณี

6. จริยธรรมช่วยทำหน้าที่พิทักษ์สิทธิ์ตามกฎหมาย สำหรับผู้ประกอบอาชีพ และช่วยส่งเสริมจริยธรรมของผู้ประกอบอาชีพและผู้ผลิต เช่น ให้มีความสามัคคี ให้มีเมตตากรุณา

7. จริยธรรมช่วยเน้นให้เห็นภาพพจน์ที่ดีของผู้มีจริยธรรม ผู้ที่รับผิดชอบต่อหน้าที่การงานและอาชีพอย่างแท้จริง เสียสละ เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมมากยิ่งกว่าประโยชน์ส่วนตัว และจริยธรรมยังช่วยลดปัญหาอาชญากรรม ลดปัญหาการคดโกง ฉ้อฉล การเห็นแก่ตัว ความมักได้ การเอาเปรียบ ใจแคบ

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วิทยทรัพยากร

ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า จริยธรรมมีความสำคัญ เนื่องจากจะเห็นว่าองค์การธุรกิจที่มีความเจริญก้าวหน้า มั่งคั่ง มั่นคง ยั่งยืนยาวนานมาจนทุกวันนี้ มีลักษณะร่วมกันที่สำคัญ คือ การมีจรรยาบรรณในการประกอบอาชีพ จรรยาบรรณทำให้ได้รับความศรัทธาเชื่อถือ ภาพพจน์ที่ดี มีเครดิตดีความรับความนับถือ ความสนิทสนมเป็นกันเอง ความไว้วางใจอันนำมาซึ่งลูกค้า สมาชิก ชื่อเสียง เงินทอง เกียรติยศ ความเจริญก้าวหน้า ความมั่นคงยั่งยืน ส่วนองค์การทางธุรกิจที่ล้มเหลวมักมีความบกพร่องทางจริยธรรมคุณธรรม และจรรยาบรรณ

การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันมีลักษณะเป็นวิชาชีพมากขึ้น เพราะมีผู้ประกอบธุรกิจกันมากขึ้นๆ มีผู้สนใจมากขึ้น การศึกษาด้านนี้ก้าวหน้าไปไกลมาก และเป็นอาชีพที่มีความสลับซับซ้อนมาก ถึงแม้ว่านักบริหารส่วนใหญ่จะเป็นมืออาชีพในแง่ที่มีความรู้ทางวิชาการบริหารชั้นสูง แต่ส่วนใหญ่ก็ยังคงไม่ตระหนักและยอมรับปฏิบัติตามจรรยาบรรณของวิชาชีพยังมีการต่อสู้แข่งขันกันด้วยกลยุทธ์ที่ไม่สุจริต

2.4 ขอบข่ายจริยธรรมทางธุรกิจ

ธุรกิจเป็นสิ่งที่มีอยู่คู่กับสังคม ต่างเอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกันขณะเดียวกันกับธุรกิจต้องอยู่คู่กับจริยธรรม ธุรกิจใดละเลยจริยธรรมก็อยู่ไม่ได้นาน ธุรกิจมีปรัชญาว่าต้องการกำไรสูงสุด แต่ถ้าหวังยั่งยืนต้องอยู่บนพื้นฐานของจริยธรรมทางธุรกิจ ซึ่งเป็นหลักธรรมสำหรับ

ผู้ประกอบการถือเป็นแนวปฏิบัติ ครอบคลุมทั้งค่านิยม ศีลธรรม คุณธรรม จรรยาบรรณ ฯลฯ กระทำเพราะเป็นคนดีมีจิตสำนึก ไม่ใช่ถูกบังคับโดยตรงเหมือนกฎหมาย มนุษย์เป็นสัตว์สังคม มนุษย์เป็นสัตว์ประเสริฐ จึงจำเป็นต้องมีจริยธรรมและวัฒนธรรม ประโยชน์ย่อมบังเกิดแก่ทั้งตนเอง สังคม ประเทศชาติ องค์การธุรกิจและลูกค้า จึงต้องพยายามช่วยกันยกฐานะการบริหารธุรกิจให้เป็นวิชาชีพ โดยตั้งสมาคมวิชาชีพขึ้นมาควบคุมกันเอง ให้วงการธุรกิจปฏิบัติจรรยาบรรณ ต้องยอมรับด้วยใจ เปลี่ยนอุดมการณ์จากมุ่งหารายได้ เป็นหารายได้อย่างมีจริยธรรม ความนิยมศรัทธาจากสังคมคือกำไร

จริยธรรมทางธุรกิจไม่ได้หมายความเฉพาะเพียงรายการ ข้อห้ามที่ไม่ควรทำขององค์การธุรกิจและผู้อยู่ในวงการธุรกิจเท่านั้น แต่ยังหมายความถึงบทบัญญัติของสิ่งที่ควรทำ เพื่อความเป็นธรรม และความเจริญรุ่งเรืองของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพราะความไม่ชอบธรรมนั้น อาจจะเกิดขึ้นจากกรณีต่อไปนี้ (พรนพ พุกกะพันธุ์ 2546 : 146-147)

1. ทำในสิ่งที่ไม่ควรทำ
2. ไม่ทำในสิ่งที่ควรทำ

ดังนั้น จริยธรรมทางธุรกิจจึงมีขอบข่ายที่ได้บัญญัติทั้งสิ่งที่ควรทำและสิ่งที่ไม่ควรทำ ซึ่งเมื่อได้จำแนกเป็นรายละเอียดที่ควรศึกษาแล้ว สรุปสาระสำคัญของจริยธรรมทางธุรกิจมีขอบข่ายที่ควรรู้ดังต่อไปนี้

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

1. ศึกษาและกำหนดมาตรฐานของระบบที่เป็นธรรม
2. ศึกษาและกำหนดมาตรฐานของกิจการที่เป็นธรรม
3. ศึกษาและกำหนดมาตรฐานของสิทธิและหน้าที่ที่เป็นธรรม
4. ศึกษาและกำหนดมาตรฐานของโอกาสและการกระจายทรัพยากรที่เป็นธรรม

โกวิท ประวาลพฤกษ์ และภณิดา คูสกุล (2539 : 6) ได้กล่าวถึงแนวคิดจริยธรรมทางธุรกิจด้านว่า จริยธรรม เป็นพฤติกรรมหรือการกระทำ เป็นการตัดสินใจ การพิจารณาตัดสินเป็นคุณธรรมทางจริยธรรมที่มีพื้นฐานอยู่บนการกระทำ และเจตคติที่สามารถสังเกตเห็นได้ นอกจากนี้ จริยธรรมทางธุรกิจ คือ การทำธุรกิจอย่างเป็นผู้มีจริยธรรม หมายถึงเป็นผู้ประกอบการไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิตจำหน่าย (ค้า) หรือบริการด้วยจริยาวัตรที่ดีงาม มีคุณธรรม มีมารยาท ซื่อตรง ยุติธรรม

กล่าวโดยสรุปได้ว่า จริยธรรมทางธุรกิจ เป็นมาตรฐานของการประกอบธุรกิจ การผลิตสินค้า การให้บริการการจัดจำหน่ายเพื่อได้รับผลตอบแทนตามสมควรกับการลงทุนไปอย่างเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิตหรือผู้บริโภค เจ้าของกิจการ ผู้ถือหุ้น ผู้บริการ ผู้ร่วมงาน

รัฐบาล สังคม ซึ่งต่างมีความสัมพันธ์เชิงธุรกิจร่วมกัน จริยธรรมทางธุรกิจ หมายถึง กลไกทุกส่วนที่ให้ความชอบธรรมเพื่อประสิทธิภาพสูงสุดของธุรกิจ

3. แนวคิดเรื่องการกำกับดูแลกิจการที่ดี

3.1 ความหมายการกำกับดูแลกิจการที่ดี

ไขศรี วิสุทธิพิเนตร (2545 : 25-26) ได้ระบุไว้ว่า ตามความหมายของสมาคมผู้ตรวจสอบภายในแห่งประเทศไทย บรรษัทภิบาล คือ หลักในการบริหารจัดการธุรกิจทุกประเภททุกขนาดให้เติบโตอย่างมั่นคง ด้วยการสร้างกลไกควบคุมการดำเนินงานขององค์กรให้เป็นไปอย่างโปร่งใส และเกิดความเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย

พรอนงค์ บุษราตระกูล (2549 : 2) กรรมการสมาคมผู้ตรวจสอบภายในแห่งประเทศไทยหรือ CIA ได้ให้ความหมายบรรษัทภิบาลไว้ว่า บรรษัทภิบาล หมายถึง ระบบที่ใช้กำกับดูแลและควบคุมองค์กร

จิราพัชร ศักดิ์ดาสถาพร (2550 : 9) ให้ความหมายของบรรษัทภิบาลว่าคือ ระบบที่ใช้จัดการกำกับดูแลและควบคุมองค์กรให้เป็นไปด้วยดี โปร่งใส ป้องกันการทุจริตคอรัปชั่นและยังก่อให้เกิดประโยชน์ ทำให้องค์กรมีการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล บริษัทมีความสามารถในการแข่งขัน เพิ่มความเชื่อมั่นแก่ผู้เกี่ยวข้อง สร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผู้ถือหุ้น

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สุโขทัยธรรมาธิราช

การกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance) หรือ บรรษัทภิบาล ตามความหมายของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย คือ ระบบที่จัดให้มีโครงสร้างและกระบวนการของความสัมพันธ์ระหว่างคณะกรรมการ ฝ่ายจัดการ และผู้ถือหุ้น เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน นำไปสู่ความเจริญเติบโตและเพิ่มมูลค่าให้กับผู้ถือหุ้นในระยะยาว โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียอื่น

การกำกับดูแลกิจการที่ดีมีความสำคัญต่อบริษัทจดทะเบียน โดยแสดงให้เห็นถึงการมีระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ โปร่งใส ตรวจสอบได้ ซึ่งช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความมั่นใจต่อผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน ผู้มีส่วนได้เสีย และผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย จึงกล่าวได้ว่าการกำกับดูแลกิจการที่ดีเป็นเครื่องมือเพื่อเพิ่มมูลค่าและส่งเสริมการเติบโตอย่างยั่งยืนของบริษัท

3.2 หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี

ศูนย์พัฒนาการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2549 : 3) ได้ให้ความหมายของการกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance) หรือ

บรรษัทภิบาล ไว้ว่า ระบบที่จัดให้มีโครงสร้างและกระบวนการของความสัมพันธ์ระหว่าง คณะกรรมการ ฝ่ายจัดการและผู้ถือหุ้น เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน นำไปสู่ความเจริญเติบโตและเพิ่มมูลค่าให้กับผู้ถือหุ้นในระยะยาว โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียอื่น

หลักการที่ดีในการกำกับดูแลกิจการมีความสอดคล้องกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงมีพระราชดำรัสชี้แนะเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นปรัชญาที่มุ่งเน้นความสมดุลและพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยให้ความสำคัญกับการใช้ความรู้อย่างรอบคอบ ระมัดระวัง และคำนึงถึงคุณธรรม ซึ่งตรงกับหลักการพื้นฐานของการกำกับดูแลกิจการที่ดี

หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน ประกอบด้วยหลักการและแนวปฏิบัติที่ดีเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการ แต่ไม่รวมถึงเรื่องที่กฎหมายกำหนดให้ปฏิบัติไว้ชัดเจนแล้ว ซึ่งเนื้อหาแบ่งเป็น 5 หมวด ได้แก่

1. สิทธิของผู้ถือหุ้น

ผู้ถือหุ้นมีสิทธิในความเป็นเจ้าของโดยควบคุมบริษัทผ่านการแต่งตั้งคณะกรรมการให้ทำหน้าที่แทนตน และมีสิทธิในการตัดสินใจเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของบริษัท บริษัทจึงควรส่งเสริมให้ผู้ถือหุ้นได้ใช้สิทธิของตน

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี สังวนลิขสิทธิ์

สิทธิขั้นพื้นฐานของผู้ถือหุ้น ได้แก่ การซื้อขายหรือโอนหุ้น การมีส่วนแบ่งในกำไรของกิจการ การได้รับข่าวสาร ข้อมูลของกิจการอย่างเพียงพอ การเข้าร่วมประชุมเพื่อใช้สิทธิออกเสียงในที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อแต่งตั้งหรือถอดถอนกรรมการ แต่งตั้งผู้สอบบัญชี และเรื่องที่มีผลกระทบต่อบริษัท เช่น การจัดสรรเงินปันผล การกำหนดหรือการแก้ไขข้อบังคับและหนังสือบริคณห์สนธิ การลดทุนหรือเพิ่มทุน และการอนุมัติรายการพิเศษ เป็นต้น

2. การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน

ผู้ถือหุ้นทุกราย ทั้งผู้ถือหุ้นที่เป็นผู้บริหารและผู้ถือหุ้นที่ไม่เป็นผู้บริหาร รวมทั้งผู้ถือหุ้นต่างชาติ ควรได้รับการปฏิบัติที่เท่าเทียมกันและเป็นธรรม ผู้ถือหุ้นส่วนน้อยที่ถูกละเมิดสิทธิควรมีโอกาสได้รับการชดเชย

คณะกรรมการควรมีมาตรการป้องกันกรณีที่กรรมการและผู้บริหารใช้ข้อมูลภายในเพื่อหาผลประโยชน์ให้แก่ตนเองหรือผู้อื่นในทางมิชอบ (Abusive self-dealing) ซึ่งเป็นการเอาเปรียบผู้ถือหุ้นอื่น เช่น การซื้อขายหลักทรัพย์โดยใช้ข้อมูลภายใน (Insider trading) การนำข้อมูลภายในไปเปิดเผยกับบุคคลที่เกี่ยวข้องกับกรรมการและผู้บริหารซึ่งก่อให้เกิดความเสียหายต่อผู้ถือหุ้นโดยรวม เป็นต้น

3. บทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย

ผู้มีส่วนได้เสียควรได้รับการดูแลจากบริษัทตามสิทธิที่มีตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง คณะกรรมการควรพิจารณาให้มีกระบวนการส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างบริษัทกับผู้มีส่วนได้เสียในการสร้างความมั่งคั่ง ความมั่นคงทางการเงินและความยั่งยืนของกิจการ

ในระบบการกำกับดูแลกิจการมีผู้มีส่วนได้เสียหลายกลุ่มด้วยกัน ที่สำคัญได้แก่ ลูกค้า พนักงาน คู่ค้า ผู้ถือหุ้นหรือผู้ลงทุน เจ้าหนี้ และชุมชนที่บริษัทตั้งอยู่ สังคม หรือภาครัฐ กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียอื่น ได้แก่ คู่แข่ง และผู้สอบบัญชีอิสระ เป็นต้น

4. การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส

คณะกรรมการควรดูแลให้บริษัทเปิดเผยข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ทั้งข้อมูลทางการเงินและข้อมูลที่มิใช่ข้อมูลทางการเงินอย่างถูกต้อง ครบถ้วน ทันเวลา โปร่งใส ผ่านช่องทางที่เข้าถึงข้อมูลได้ง่าย มีความเท่าเทียมกันและน่าเชื่อถือ

5. ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ

คณะกรรมการมีบทบาทสำคัญในการกำกับดูแลกิจการเพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัท คณะกรรมการมีความรับผิดชอบต่อผลการปฏิบัติหน้าที่ต่อผู้ถือหุ้นและเป็นอิสระจากฝ่ายจัดการ

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

คณะกรรมการควรมีภาวะผู้นำ วิสัยทัศน์ และมีความเป็นอิสระในการตัดสินใจเพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัทและผู้ถือหุ้นโดยรวม คณะกรรมการควรจัดให้มีระบบแบ่งแยกบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบระหว่างคณะกรรมการและฝ่ายจัดการที่ชัดเจน และดูแลให้บริษัทมีระบบงานที่ให้ความเชื่อมั่นได้ว่ากิจกรรมต่าง ๆ ของบริษัทได้ดำเนินไปในลักษณะที่ถูกต้องตามกฎหมายและมีจริยธรรม

ปัจจุบันตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้มีการออกข้อกำหนดให้บริษัทจดทะเบียน มีแนวทางในการดำเนินธุรกิจโดยมีหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อแสดงให้เห็นถึงการมีระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ โปร่งใส ตรวจสอบได้ รวมทั้งการมีความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความมั่นใจต่อผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน ผู้มีส่วนได้เสีย และผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย จึงกล่าวได้ว่าการกำกับดูแลกิจการที่ดีเป็นเครื่องมือเพื่อเพิ่มมูลค่าและส่งเสริมการเติบโตอย่างยั่งยืนของบริษัท

4. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

4.1 ประวัติความเป็นมาของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตลาดทุนไทยยุคใหม่มีจุดเริ่มต้นจากการประกาศใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2504 - 2509) เพื่อรองรับการเติบโตและส่งเสริมความมั่นคงทางเศรษฐกิจและพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน ต่อมา แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2510 - 2514) ได้เสนอให้มีการจัดตั้ง ตลาดหลักทรัพย์ที่มีระบบระเบียบขึ้นเป็นครั้งแรก โดยเน้นให้มีบทบาทสำคัญในการเป็นแหล่งระดมเงินทุน เพื่อสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมของประเทศ

พัฒนาการของตลาดทุนของไทยในยุคใหม่นั้น สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ยุค เริ่มจาก "ตลาดหุ้นกรุงเทพ" (Bangkok Stock Exchange) ซึ่งเป็นองค์กรเอกชน และต่อมาเป็น "ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย" ภายใต้ชื่อภาษาอังกฤษว่า "The Securities Exchange of Thailand"

4.1.1 การจัดตั้งตลาดหุ้นกรุงเทพ

การจัดตั้งตลาดหุ้นของไทยเริ่มขึ้นในเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2505 ในรูปห้างหุ้นส่วนจำกัด โดยในปีต่อมาได้จดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัดและเปลี่ยนชื่อเป็น "ตลาดหุ้นกรุงเทพ" (Bangkok Stock Exchange) ถึงแม้ว่าจะมีพื้นฐานในการจัดตั้งที่ดีการซื้อขายหุ้นในตลาดหุ้นกรุงเทพ ก็ไม่ได้รับความสนใจมากนัก มูลค่าการซื้อขายมีเพียง 160 ล้านบาท ในปีพ.ศ. 2511 และ 114 ล้านบาทในปีพ.ศ. 2512 การซื้อขายมีปริมาณลดลงเป็น 46 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2513 และลดลงเหลือ 28 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2514 การซื้อขายหุ้นกู้มีมูลค่าถึง 87 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2515 แต่การซื้อขายหุ้นก็ยังคงไม่เป็นที่สนใจ โดยมูลค่าการซื้อขายหุ้นที่ต่ำสุดมีเพียง 26 ล้านบาทเท่านั้น และในที่สุดตลาดหุ้นกรุงเทพก็ต้องปิดกิจการลง เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่าตลาดหุ้นกรุงเทพไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เนื่องจากขาดการสนับสนุนจากภาครัฐ ประกอบกับประชาชนยังขาดความรู้ความเข้าใจที่เพียงพอในเรื่องตลาดทุน

4.1.2 การจัดตั้งตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ถึงแม้ว่าตลาดหุ้นกรุงเทพจะไม่ประสบความสำเร็จ แต่แนวความคิดเกี่ยวกับการจัดตั้งตลาดหลักทรัพย์ที่มีระบบระเบียบและได้รับการสนับสนุนอย่างเป็นทางการนั้นได้รับความสนใจจากประชาชนเป็นอย่างมาก ดังนั้นแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2510 - 2514) จึงได้เสนอแผนการจัดตั้งตลาดทุนดังกล่าวขึ้นเป็นครั้งแรก โดยให้มีเครื่องมืออำนวยความสะดวกและมาตรการสำหรับการซื้อขายหลักทรัพย์ที่เหมาะสมในปี พ.ศ. 2512 รัฐบาลได้ทำการว่าจ้างศาสตราจารย์ซิดนีย์ เอ็ม รอบบิ้นส์ ศาสตราจารย์ประจำภาควิชา

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วิทยทรัพยากร

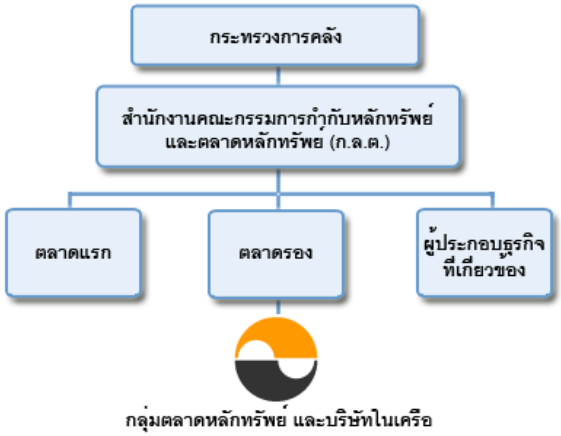
การเงิน จากมหาวิทยาลัยโคลัมเบีย สหรัฐอเมริกา เพื่อมาทำการศึกษาช่องทางการพัฒนาตลาดทุนไทยในเวลาต่อมา

ในปี พ.ศ. 2515 รัฐบาลได้เข้ามามีบทบาทโดยการแก้ไข "ประกาศคณะปฏิวัติ ที่ 58 เกี่ยวกับการควบคุมธุรกิจ การค้า ที่มีผลกระทบต่อความปลอดภัยและความเป็นอยู่ของประชาชน" การแก้ไขดังกล่าวส่งผลให้รัฐบาลสามารถกำกับดูแล การดำเนินงานของบริษัทเงินทุนและหลักทรัพย์ ซึ่งทำให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีระเบียบและยุติธรรม หลังจากนั้นในปี พ.ศ. 2517 ได้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พ.ศ. 2517 โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อจะจัดให้มีแหล่งกลางสำหรับการซื้อขายหลักทรัพย์ เพื่อส่งเสริมการออมทรัพย์และการระดมเงินทุนในประเทศ ตามมาด้วยการแก้ไขบทบัญญัติเกี่ยวกับรายได้เพื่อให้สามารถนำเงินออมมาลงทุนในตลาดทุนได้ ในปี พ.ศ. 2518 รูปแบบทางกฎหมายต่างๆ ได้รับการปรับแก้จนลงตัว และในวันที่ 30 เมษายน พ.ศ. 2518 ตลาดหลักทรัพย์แห่ง ประเทศไทย (ชื่อภาษาอังกฤษในขณะนั้นคือ The Securities Exchange of Thailand) ได้เปิดทำการซื้อขายขึ้นอย่างเป็นทางการครั้งแรกและได้ทำการเปลี่ยนชื่อภาษาอังกฤษเป็น "The Stock Exchange of Thailand" (SET) เมื่อวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2534

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

4.2 โครงสร้างการกำกับดูแลตลาดทุน

พระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 กำหนดให้การดำเนินงานของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) และกำหนดอำนาจหน้าที่ให้คณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นผู้กำหนดนโยบายและควบคุมการดำเนินงานของตลาดหลักทรัพย์ฯ



ภาพที่ 2 โครงสร้างการกำกับดูแลตลาดทุน
ที่มา : ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. หน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 20 มกราคม 2552. เข้าถึงได้จาก http://www.set.or.th

4.2.1 ตลาดแรก

คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ทำหน้าที่กำกับและดูแลตลาดแรก โดยบริษัทใดที่ต้องการออกหลักทรัพย์ใหม่เสนอขายหุ้นต่อประชาชนครั้งแรก (Initial Public Offering) หรือเสนอขายหลักทรัพย์อื่นๆ แก่ประชาชน ต้องขออนุมัติจากคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) และดำเนินการตามเกณฑ์ที่กำหนด จากนั้นคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์จะต้องตรวจสอบสถานะทางการเงินและการดำเนินงานของบริษัทนั้นก่อนที่จะอนุมัติให้บริษัททำการออกหลักทรัพย์ขายแก่ประชาชนได้

4.2.2 ตลาดรอง

หลังจากการเสนอขายหุ้นต่อประชาชนครั้งแรก หลักทรัพย์จะสามารถทำการซื้อขายในตลาดรองได้ก็ต่อเมื่อผู้ออกหลักทรัพย์นั้นได้ยื่นคำขอและได้รับอนุมัติจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยแล้ว

4.3 บทบาทตลาดหลักทรัพย์

ตามพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 ตลาดหลักทรัพย์มีบทบาทสำคัญ ดังนี้

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

1. ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการซื้อขายหลักทรัพย์จดทะเบียน และพัฒนาระบบต่างๆ ที่จำเป็นเพื่ออำนวยความสะดวกในการซื้อขายหลักทรัพย์

2. ดำเนินธุรกิจใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายหลักทรัพย์ เช่น การทำหน้าที่เป็นสำนักหักบัญชี (Clearing House) ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ นายทะเบียนหลักทรัพย์ หรือกิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

3. การดำเนินธุรกิจอื่น ๆ ที่ได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

4.4 ลักษณะการดำเนินงาน

เป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พ.ศ. 2517 ซึ่งทำหน้าที่ส่งเสริมการออมและการระดมเงินทุนระยะยาวเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ และเป็นศูนย์กลางในการซื้อขายหลักทรัพย์และให้บริการที่เกี่ยวข้อง โดยไม่นำผลกำไรมาแบ่งปันกัน โดยมุ่งการสนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของกิจการธุรกิจและอุตสาหกรรมภายในประเทศ

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เริ่มเปิดทำการซื้อขายหลักทรัพย์เป็นครั้งแรก เมื่อวันที่ 30 เมษายน 2518 ปัจจุบันดำเนินงานภายใต้พระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 มีการดำเนินงานหลัก ได้แก่ การรับหลักทรัพย์จดทะเบียนและดูแลการเปิดเผยข้อมูลของบริษัทจดทะเบียน การซื้อขายหลักทรัพย์และการกำกับดูแลการซื้อขายหลักทรัพย์ การกำกับดูแลบริษัทสมาชิกส่วนที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายหลักทรัพย์ ตลอดจนถึงการเผยแพร่ข้อมูลและการส่งเสริมความรู้ให้แก่ผู้ลงทุน

5. หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกบริษัทที่ได้รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR (Corporate Social Responsibility Awards) ประจำปี 2551

หลักเกณฑ์ในการตัดสินรางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR มีดังต่อไปนี้

1. กรอบในการคัดเลือก Corporate Social Responsibility Awards

รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR (Corporate Social Responsibility Awards) ประจำปี 2551 เป็นรางวัลที่จะมอบให้แก่บริษัทจดทะเบียนที่มีความโดดเด่นในการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Corporate Social Responsibility : CSR) เพื่อส่งเสริม สนับสนุน และเผยแพร่เกียรติคุณของบริษัทที่ได้รับการพิจารณาคัดเลือกให้แพร่หลาย เป็นแบบอย่างสำหรับภาคธุรกิจอื่น ๆ พร้อมทั้งเพื่อส่งเสริมให้มีการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ปัตตานี

การพิจารณาคัดเลือกจะพิจารณาจากข้อมูลการปฏิบัติงานที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับบริษัททุกฝ่าย ทั้งพนักงาน ผู้บริโภค ผู้ถือหุ้น สังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม โดยการแก้ไขป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจหรือเกี่ยวข้องโดยตรงกับกระบวนการในการดำเนินธุรกิจของบริษัท หรือการที่บริษัทได้มีการดำเนินการเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มคุณภาพของสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งคุณภาพของสังคมภายใน อาทิ สวัสดิการของแรงงาน ความสัมพันธ์ที่ดีกับแรงงาน

นอกจากนี้ ยังพิจารณาข้อมูลการปฏิบัติงานของบริษัทที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และพนักงาน หรือความสัมพันธ์กับแรงงาน ชุมชนและสังคม แต่ไม่เกี่ยวข้องกับกระบวนการในการดำเนินธุรกิจปกติของบริษัทด้วย

2. การแบ่งประเภทรางวัล

รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR (Corporate Social Responsibility Awards) ประจำปี 2551 มอบให้แก่บริษัทจดทะเบียนที่มีความโดดเด่นในการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) จำนวน 3 รางวัล

3. ขั้นตอนการคัดเลือก

1. เกณฑ์คัดกรองเบื้องต้น (Screening) พิจารณาข้อมูลในปี 2550 และตัดบริษัทที่มีลักษณะดังต่อไปนี้

1.1 บริษัทซึ่งอยู่ระหว่างฟื้นฟูกิจการผ่านศาลล้มละลายกลาง

1.2 บริษัทที่เข้าข่ายไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการเป็นบริษัทจดทะเบียน

1.3 บริษัทที่

1.3.1 ไม่มีนโยบายการกำกับดูแลกิจการ (CG) เป็นลายลักษณ์อักษรซึ่งผ่านการอนุมัติจากคณะกรรมการ

1.3.2 ไม่มีจรรยาบรรณธุรกิจเป็นลายลักษณ์อักษรซึ่งใช้กับกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน

1.3.3 คณะกรรมการไม่แสดงความเห็นเกี่ยวกับความเพียงพอของระบบควบคุมภายใน

2. เกณฑ์พิจารณาคัดเลือก

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วิทยทรัพยากร

2.1 นโยบายและการดำเนินธุรกิจที่มีการประยุกต์กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อมเข้ากับภารกิจและการดำเนินงานปกติของกิจการ อาทิเช่น

- การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม
- การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม
- การเคารพสิทธิและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม
- ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค
- การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม

2.2 พิจารณาถึงการดำเนินกิจกรรมหรือโครงการด้านสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมที่มิได้อยู่ในกระบวนการดำเนินธุรกิจหลักของบริษัท เช่น การดำเนินกิจกรรมอาสาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชน การร่วมกันรักษาสภาพแวดล้อมในชุมชนให้น่าอยู่ การสนับสนุนให้ชุมชนมีระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานต่าง ๆ อย่างเพียงพอ เป็นต้น

2.3 พิจารณาถึงความต่อเนื่องและยั่งยืนทั้งการดำเนินนโยบายและกระบวนการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อม และการดำเนินกิจกรรมหรือโครงการด้านสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมที่มิได้อยู่ในกระบวนการดำเนินธุรกิจหลักของบริษัท

2.4 พิจารณาถึงนวัตกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาชุมชน สังคม และการรักษาสิ่งแวดล้อมอันเป็นผลมาจากการดำเนินนโยบายและกระบวนการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนผลของการดำเนินกิจกรรมหรือโครงการด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่มิได้อยู่ในกระบวนการดำเนินธุรกิจหลักของบริษัท

2.5 ความเป็นรูปธรรม โดยพิจารณาจากการเยี่ยมชมโครงการ

6. บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กุลนัดดา สุวรรณศรี (2551 : 1) ศึกษาเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ที่มีอิทธิพลต่อคุณค่าตราสินค้า “ฮอนด้า” และแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และจำนวนรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในครอบครัวลักษณะบุคลิกภาพ รูปแบบการดำรงชีวิต และความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ที่มีต่อคุณค่าตราสินค้า “ฮอนด้า” ตลอดจนความสัมพันธ์ระหว่างคุณค่าตราสินค้า “ฮอนด้า” กับแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ กลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป เป็นผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลยี่ห้อฮอนด้า และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 420 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างใช้สถิติการทดสอบ ประกอบด้วย ค่าที และค่าความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบความแตกต่างจับคู่ใช้วิธีความแตกต่างกำลังสองน้อยที่สุด และทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 18-26 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาสูงสุดที่ระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท จำนวนรถยนต์ในครอบครัว 2 คัน โดยผู้บริโภคให้ความคิดเห็นด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของฮอนด้า โดยรู้สึกชอบมาก มีความคิดเห็นว่าคุณค่าตราสินค้ามีอิทธิพลมากต่อแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ และมีแนวโน้มอยู่ในระดับที่จะซื้อสินค้า

โกวิทย์ สวัสดิ์มงคล (2550 :169-177) ศึกษาเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการแก้ไขปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการรถเอกชนร่วมบริการ ขสมก. มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อม ลักษณะการดำเนินธุรกิจรถร่วมที่เป็นการแก้ไขปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อม ปัญหาที่เกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจรถร่วม และความต้องการ การสนับสนุนเพื่อเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมกรณี

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วิทยทรัพยากร

การแก้ไขปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อม ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมภาพรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนลักษณะการดำเนินธุรกิจรถร่วมที่เป็นการแก้ไขปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อม ผู้ประกอบการมีการปฏิบัติการโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง สำหรับปัญหาที่เกิดขึ้นในการดำเนินกิจการธุรกิจรถร่วม พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และความต้องการ การสนับสนุนเพื่อเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมกรณีการแก้ไขปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อม ภาพรวมอยู่ในระดับมาก พร้อมทั้งมีข้อเสนอแนะว่า ผู้ประกอบการควรร่วมกันกำหนดแนวทางการดำเนินธุรกิจรถร่วม จัดกิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้พนักงานและผู้อื่นเข้าใจถึงปัญหามลพิษและสนับสนุนให้พนักงานมีความรู้ในการตรวจสอบและควบคุมเครื่องยนต์ เพื่อแก้ไขปัญหามลพิษทางอากาศ นอกจากนี้รัฐควรสนับสนุนเงินทุนเพื่อปรับปรุงสภาพเครื่องยนต์ จัดศูนย์ตรวจสอบและบำรุงรักษายานพาหนะให้มากขึ้น ลดหย่อนภาษีการนำเข้าอุปกรณ์ที่ช่วยลดมลพิษ ส่งเสริมให้มีเครือข่ายสถานประกอบการเพื่อแก้ไขปัญหามลพิษ และควรประชาสัมพันธ์ให้สังคมรับรู้ถึงองค์กรธุรกิจรถร่วมที่ร่วมมือปฏิบัติตามกฎหมายอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างกำลังใจในการดำเนินงานและเป็นตัวอย่างที่ดีให้แก่องค์กรธุรกิจอื่น ๆ ต่อไป

จิราพัชร ศักดิ์ดาสถาพร (2550 : 4-5) ศึกษาเรื่อง บรรษัทภิบาลในบรรษัทภิบาลในรัฐวิสาหกิจที่แปลงสภาพเป็นบริษัทมหาชน ศึกษากรณี: บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิเคราะห์การบริหารจัดการตามหลักการบรรษัทภิบาลของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ตามหลักเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ใช้การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ (qualitative method) เพื่อศึกษาวิเคราะห์แนวทางและการบริหารจัดการตามหลักการบรรษัทภิบาลของบริษัทตามหลักเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า แนวทางการบริหารจัดกการที่ดีของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ตรงกับหลักการจริยธรรมทางธุรกิจของ ก.ล.ต.มากที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทที่แปลงสภาพมาจากหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ คือ องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย ซึ่งมีหน้าที่ความรับผิดชอบในการให้บริการสาธารณะแก่ประชาชน ดังนั้นนโยบายการบริหารจัดการจึงเน้นที่จริยธรรมมากที่สุด ส่วนหลักการในด้านความสัมพันธ์กับผู้ลงทุนเป็นหลักการที่แนวทางการบริหารจัดการของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ตรงกับหลักของ ก.ล.ต. น้อยที่สุด สืบเนื่องมาจากผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) คือ กระทรวงการคลัง รวมถึงคณะกรรมการและผู้บริหารส่วนใหญ่คือ ข้าราชการที่ได้รับการแต่งตั้งให้บริหารจัดการบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ดังนั้น จึงไม่ได้มุ่งเน้นในด้านความสัมพันธ์กับผู้ลงทุน

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วิทยทรัพยากร

ราชสีห์ เสนะวงศ์ (2550 : 1-2) ศึกษาเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์สยามกีฬารายวัน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความรู้ต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้สื่อข่าวและระดับปฏิบัติความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้สื่อข่าว โดยศึกษาข้อมูลจากเอกสารและการวิจัยภาคสนาม ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์สยามกีฬารายวัน ผลการศึกษาภาพรวมความรู้ต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ในระดับสูง ใน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม ในประเด็นผู้สื่อข่าวจะต้องเสนอข่าวตามความเป็นจริง เป็นข้อที่ผู้สื่อข่าวมีความรู้สูงที่สุด และในด้านขอบเขตความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น กลุ่มตัวอย่างมีความรู้สูงในประเด็นผู้สื่อข่าวจะต้องเป็นผู้นำในการเสนอข่าวสารเพื่อช่วยแก้ปัญหาให้กับสังคม และด้านสุดท้าย ขนาดของความรับผิดชอบต่อสังคม กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ด้านนี้สูงโดยเฉพาะ ประเด็นนอกจากการระวังระไวต่อปัญหาในทางสังคมแล้วผู้สื่อข่าวจะต้องมองการณ์ไกลออกไปโดยคาดหมายถึงปัญหาในทางสังคมที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคตด้วย ส่วนในระดับปฏิบัตินั้นพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการปฏิบัติถึงความรับผิดชอบต่อสังคมมากทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการให้ข้อมูลที่เป็นจริงโดยเฉพาะในประเด็น ผู้สื่อข่าวต้องไม่บิดเบือนข่าวสารเพื่อได้มาซึ่งประโยชน์แก่ตนเองและพวกพ้อง ส่วนด้านการทำข่าวด้วยความรอบคอบ กลุ่มตัวอย่างก็มีระดับการปฏิบัติด้านนี้มากโดยเฉพาะประเด็น ผู้สื่อข่าวต้องระมัดระวังในการนำเสนอข่าวสารที่อาจจะกระทบต่อความมั่นคงของชาติ ด้านสุดท้ายการไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างมีระดับการปฏิบัติในด้านนี้มากโดยเฉพาะในประเด็นผู้สื่อข่าวต้องรักษาไว้ซึ่งความลับของแหล่งข่าว การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปที่แตกต่างกัน ความรู้และระดับปฏิบัติ ต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้สื่อข่าว พบว่า ผู้สื่อข่าวที่มีข้อมูลทั่วไปต่างกันมีความรู้ต่อความรับผิดชอบต่อสังคมไม่แตกต่างกัน การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปกับการปฏิบัติถึงความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้สื่อข่าวพบว่า ผู้สื่อข่าวที่มีข้อมูลทั่วไปต่างกันมีการปฏิบัติถึงความรับผิดชอบต่อสังคมไม่แตกต่างกัน

มนตรี เลิศสกุลเจริญ (2547 : 105-111) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจภาคอุตสาหกรรมในจังหวัดนนทบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนะของผู้บริหารองค์กรธุรกิจที่มีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม และการจัดกิจกรรมหรือบริการที่สะท้อนถึงความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ โดยศึกษาทัศนะของผู้บริหารองค์กรธุรกิจภาคอุตสาหกรรมในจังหวัดนนทบุรี พบว่าผู้บริหารองค์กรธุรกิจมีความเห็นด้วยกับแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมทางด้านเศรษฐกิจ

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วิทยทรัพยากร

กฎหมาย จริยธรรม และการใช้ดุลยพินิจ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากทั้ง 4 ด้าน และมีความเห็นด้วยต่อการจัดกิจกรรมหรือบริการที่สะท้อนถึงความรับผิดชอบต่อสังคมทั้ง 6 ด้าน คือ ด้านสุขภาพอนามัย สิ่งแวดล้อม สิทธิผู้บริโภค และวัฒนธรรม อยู่ในระดับมาก โดยผู้บริหารให้ความสำคัญทางด้านสิทธิผู้บริโภคมากที่สุด และแนวทางการพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ผู้บริหารองค์กรธุรกิจควรมีการกำหนดนโยบายขององค์กรให้ครอบคลุมถึงความรับผิดชอบต่อสังคมด้านต่าง ๆ และจัดกิจกรรมให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกจ้าง และสอดคล้องกับวัฒนธรรมของชุมชนอย่างแท้จริง โดยใช้การบริหารแบบมีส่วนร่วมจากฝ่ายต่าง ๆ ขององค์กรธุรกิจ เพื่อให้การจัดกิจกรรมตอบสนองต่อความต้องการของทุกฝ่ายอย่างเป็นรูปธรรมและสร้างความเชื่อถือให้กับลูกจ้างและชุมชนภายนอก

พัชรี นิวัฒเจริญชัยกุล (2546 : 96-101) ได้ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานบริษัท เทเลคอมเอเชียคอร์ปอเรชัน จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบกิจกรรมที่พนักงานเข้าร่วม ปัจจัยที่ส่งเสริมและเป็นอุปสรรคต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมและศึกษาทัศนะของพนักงานต่อแนวทางการมีส่วนร่วม จากการศึกษาพบว่า พนักงานในบริษัทได้เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคม อันได้แก่ โครงการบริจาคเงินหรือสิ่งของเพื่อช่วยเหลือแก่สถานสงเคราะห์มากที่สุด รองลงมาได้แก่ โครงการบริจาคเงินหรือสิ่งของเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัย ปัจจัยที่เข้าร่วมกิจกรรมของพนักงานส่วนใหญ่เข้าร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมเพราะต้องการให้สังคมดีขึ้นและอุปสรรคในที่ชัดเจนต่อกิจกรรม ด้านกลวิธี ผู้บริหารควรเข้าร่วมกิจกรรมกับพนักงาน ด้านการประชากรเข้าร่วมกิจกรรม เพราะพนักงานไม่เห็นประโยชน์ของการทำกิจกรรมและไม่เห็นความสำคัญของการทำกิจกรรม ส่วนในเรื่องแนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในกิจกรรม พนักงานบริษัทส่วนใหญ่มีทัศนะเห็นด้วยต่อการมีส่วนร่วม ซึ่งแบ่งได้เป็น 5 ด้าน คือ ด้านนโยบายองค์กร บริษัทควรมีนโยบายสัมพันธ์ บริษัทควรมีการเผยแพร่ข่าวสาร/การประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวกับการจัดกิจกรรมเพื่อสังคมเป็นระยะ ๆ ด้านการเปิดโอกาสให้พนักงานแสดงความคิดเห็น โดยพนักงานส่วนใหญ่เห็นควรให้พนักงานแสดงความคิดเห็น และด้านรางวัลจูงใจ พนักงานส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วยกับแนวทางการส่งเสริมด้านรางวัลจูงใจ ที่ทำให้พนักงานตัดสินใจเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคม

บัณฑิตา ทรัพย์กมล (2544 : 76-79) ได้ศึกษาเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : ศึกษากรณีโรงงานอุตสาหกรรมเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนะของผู้บริหารต่อความรับผิดชอบ นโยบายขององค์กรและแนวโน้มการจัดกิจกรรมในองค์กร จากการศึกษาพบว่า ทัศนคติของผู้บริหารต่อความรับผิดชอบต่อสังคมภายในองค์กรเห็นด้วยต่อการจัดกิจกรรมให้แก่ลูกจ้างมากที่สุด ส่วนทัศนคติของผู้บริหารต่อความรับผิดชอบต่อสังคม

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วิทยทรัพยากร

ภายนอกองค์กรเห็นด้วยต่อการให้บริการที่ซื่อสัตย์ต่อผู้บริโภคมากที่สุด รองลงมา คือ การไม่จ้างแรงงานที่ผิดกฎหมาย และทัศนคติของผู้บริหารต่อขอบเขตความรับผิดชอบ ในภาพรวมผู้บริหารเห็นด้วยในเรื่องสิทธิของผู้บริโภค ในด้านของนโยบายพบว่า ส่วนใหญ่มีนโยบายด้านการส่งเสริมอาชีพและการผลิตสินค้าและบริการมากที่สุด รองลงมา คือ นโยบายด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม และแนวโน้มของการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมพบว่า แนวโน้มที่ผู้บริหารจะจัดกิจกรรมในด้านการผลิตสินค้าที่ดีและมีคุณภาพมากที่สุด รองลงมา คือ การรักษาสภาพแวดล้อม การบริจาคเงินหรือสิ่งของในงานสาธารณกุศลต่าง ๆ

นฤมล หาญเชิงชัย (2544 : 109-111) ได้ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมของพนักงานธนาคาร : ศึกษาเฉพาะกรณี ธนาคารในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า อายุ สถานภาพสมรส และตำแหน่งงานแตกต่างกันมีผลกับลักษณะในการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ในขณะที่เพศ และธนาคารที่สังกัดไม่มีผลกับการเข้ามามีส่วนร่วม ลักษณะกิจกรรมต่าง ๆ ที่พนักงานธนาคารได้เข้ามามีส่วนร่วมนั้น พบว่า กิจกรรมด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ โครงการบริจาคเงินหรือสิ่งของเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัยต่าง ๆ มีพนักงานธนาคารเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านนี้มากที่สุด รองลงมา คือ โครงการกิจกรรมพุทธศาสนา และกิจกรรมที่มีพนักงานเข้าร่วมน้อยที่สุด คือ กิจกรรมด้านการศึกษา ได้แก่ โครงการจัดบรรยายทางวิชาการให้แก่สถานศึกษาในรูปแบบต่างๆ สำหรับเหตุผลในการเข้ามามีส่วนร่วม จากการศึกษาพบว่า เหตุผลในการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคม เพราะจิตสำนึกของตนเองที่ต้องการทำประโยชน์แก่สังคมส่วนรวมมากที่สุด รองลงมา คือ ทำแล้วมีความภาคภูมิใจในตนเอง และเหตุผลที่พนักงานเข้ามามีส่วนร่วมน้อยที่สุด คือ ต้องการการยอมรับ นับถือ ยกย่อง ชมเชย ในเรื่องของแนวทางการส่งเสริมการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคม พบว่า พนักงานมีทัศนะต่อแนวทางการส่งเสริมในระดับมากที่สุด มากในด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านนโยบายขององค์กร ด้านการเปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงความคิดเห็น ส่วนแนวทางการส่งเสริมโดยการให้รางวัลจูงใจต่าง ๆ เป็นเรื่องรองลงมา

อนุทิน ปลื้มมาลี (2542 : 134) ศึกษาเรื่องข้อเท็จจริงในการจัดสวัสดิการแรงงานช่วงภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวและแนวโน้มในอนาคต ได้ทำการศึกษาทัศนะของสถานประกอบการต่อการคืนกำไรสู่สังคม พบว่า สถานประกอบการควรมีโครงการคืนกำไรสู่สังคม ทั้งนี้เพราะสถานประกอบการส่วนหนึ่งได้มุ่งการดำเนินธุรกิจเพื่อแสวงหาผลกำไร เนื่องจากการดำเนินกิจกรรมการผลิตของสถานประกอบการได้ทำลายทรัพยากรจากธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และก่อให้เกิดมลภาวะ ดังนั้น สถานประกอบการจึงตระหนักในเรื่องนี้ ส่วนความคิดเห็นที่จะเข้ามามีส่วนร่วมต่อการพัฒนาสังคมต้องหยุดชะงักไป ด้วยเหตุผลทางภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวจึงต้องหยุดกิจกรรมต่าง ๆ ที่เป็นการคืนกำไรสู่สังคม แต่ในอนาคตสถานประกอบการเห็นว่าจะจัดทำต่อไป

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลงทะเบียนเรียน

จากการทบทวนวรรณกรรมและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง บทบาทหน้าที่ของบุคคลหรือองค์กร ที่ต้องตระหนักถึงความสำคัญในการดำเนินธุรกิจขององค์กร โดยไม่สร้างปัญหาแก่สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยพยายามหลีกเลี่ยงไม่กระทำการใด ๆ ให้บุคคลอื่นและสังคมต้องเสียหาย รวมทั้งช่วยส่งเสริมและรักษาผลประโยชน์ของสังคมโดยรวมเพื่อให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นด้วย ซึ่งการมีความรับผิดชอบต่อสังคมของบุคคลและองค์กรจะเกิดขึ้นจากการใช้จริยธรรม และการมีจิตสำนึกที่มีความคิดเข้าไปยอมรับและรับผิดชอบในผลของการกระทำที่ทำไปไม่ว่าจะในแง่บวก หรือ ลบ โดยความรับผิดชอบต่อสังคมที่เกิดขึ้นขององค์กรส่วนใหญ่ผู้บริหารจะพิจารณาจากระดับของการตระหนักถึงปัญหาสังคมที่เกิดขึ้นว่าอยู่ในระดับใด สำหรับกิจกรรมเพื่อสังคมที่องค์กรเข้าไปมีส่วนร่วมจัดขึ้นมักจะครอบคลุมในด้านความเป็นอยู่ของคนในชุมชน การศึกษา สิ่งแวดล้อม สุขภาพอนามัย วัฒนธรรม และสิทธิของผู้บริโภค ซึ่งมักจะได้รับการสนับสนุนจากพนักงานและคนในพื้นที่เป็นอย่างดี

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า หากบุคคลในองค์กรและผู้บริหารตระหนักรู้ด้วยการมีจิตสำนึก และจริยธรรมในการปฏิบัติหรือเข้าไปมีส่วนร่วมแก้ไขปัญหาสังคม และพัฒนาสังคมให้ดีขึ้นกว่าที่เป็นอยู่มาโดยตลอดแล้ว ก็จะส่งผลให้ปัญหาต่าง ๆ ไม่เกิดขึ้น หรือเกิดน้อยที่สุด การเข้าไปมีส่วนร่วมรับผิดชอบและส่งเสริมการพัฒนาสังคม ทำให้องค์กรธุรกิจที่เข้าใจในการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืนและสามารถอยู่ร่วมกับชุมชนและสังคมตลอดไป

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

บทที่ 3

วิธีวิจัยและการดำเนินการวิจัย

การศึกษา “การให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR ประจำปี 2551” เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) เพื่อศึกษาวิเคราะห์การให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์การทำธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร โดยมีขั้นตอนการศึกษา ดังนี้

1. การศึกษาวิเคราะห์เอกสาร (Documentary research) ซึ่งการศึกษาวิจัย ทำการรวบรวมข้อมูลจากการค้นคว้า หนังสือ บทความ วารสาร เอกสาร วิทยานิพนธ์ และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพื่อนำมาเป็นแนวคิดพื้นฐานในการดำเนินการวิจัย

2. ทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interviews) จากเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบและผู้ที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการกิจกรรมที่มีลักษณะเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่ได้รับรางวัล CSR Awards จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ประจำปี 2551 จำนวน 3 บริษัท ได้แก่

1. บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)
2. บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)
3. บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลงวันลงชื่อ

ขอบเขตในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR ประจำปี 2551 จำนวน 3 บริษัท ได้แก่

1. บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)
2. บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)
3. บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)

ครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการศึกษาข้อมูลรูปแบบการดำเนินกิจกรรมในลักษณะที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของบริษัทจดทะเบียนที่ได้รับรางวัลทั้ง 3 บริษัท เนื่องจากเป็นบริษัท

จดทะเบียนที่มีความโดดเด่นในการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รวมทั้งบริษัทเหล่านี้เป็นองค์กรที่มีการเจริญเติบโตระดับสากล สามารถดำเนินกิจการอย่างยั่งยืนจนปัจจุบันได้ ด้วยการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างต่อเนื่อง เพื่อได้เห็นการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ อย่างเป็นรูปธรรม ผู้วิจัยจึงทำการเก็บข้อมูลของทั้ง 3 บริษัทดังกล่าว

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR ประจำปี 2551” โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ บทความ วารสาร เอกสาร รายงานประจำปีของบริษัท วิทยานิพนธ์ และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพื่อนำมาเป็นพื้นฐานในการดำเนินการศึกษาวิจัย โดยใช้การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ เพื่อศึกษาถึงความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของแต่ละบริษัท รวมทั้งการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในกลุ่มบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่ได้รับรางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR และนำวิเคราะห์รูปแบบและกลยุทธ์การทำ CSR ของแต่ละบริษัท โดยข้อมูลที่ต้องการ ได้แก่

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วิทยทรัพยากร

1.1 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

1.2 ข้อมูลทั่วไปของบริษัทที่สนใจศึกษา 3 บริษัทได้แก่ บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน), บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน), บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)

1.3 นโยบายของแต่ละบริษัทในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

1.4 กิจกรรมในลักษณะที่เป็นความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของแต่ละบริษัท

1.5 รูปแบบและกลยุทธ์ของการทำกิจกรรมที่มีลักษณะเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของแต่ละบริษัท

2. ทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก จากเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบ และผู้ที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการกิจกรรมที่มีลักษณะเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) ของแต่ละบริษัท โดยสัมภาษณ์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

2.1 นโยบายของบริษัทในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

2.2 แนวทางในการดำเนินงานตามหลักความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

2.3 แนวทางในการส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในลักษณะการมีความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

2.4 กิจกรรมในลักษณะที่เป็นความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ในด้านต่าง ๆ ของแต่ละบริษัท

2.5 รูปแบบและกลยุทธ์ในการทำกิจกรรมที่มีลักษณะเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของบริษัท

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR ประจำปี 2551ได้ใช้การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ เมื่อผู้ศึกษารวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว จึงนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ว่า แต่ละกิจกรรมที่มีลักษณะเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) ที่แต่ละบริษัทได้จัดทำขึ้น มีการให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกันอย่างไร รวมทั้งการนำมาเป็นแนวทางพื้นฐานในการวางแนวทางการพัฒนารูปแบบ กลยุทธ์และการดำเนินการกิจกรรมที่มีลักษณะความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรต่อไปในอนาคต

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วิทยทรัพยากร

การนำเสนอผลการศึกษา

ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการศึกษา เป็นการศึกษาวิเคราะห์เชิงคุณภาพ โดยการวิเคราะห์เอกสาร (Documentary research) และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interviews) มุ่งเน้นศึกษาถึงรูปแบบและกลยุทธ์การทำกิจกรรมที่มีลักษณะเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่ได้รับรางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR (Corporate Social Responsibility Awards) ประจำปี 2551 โดยการนำเสนอผลการศึกษา เป็นการบรรยายเชิงพรรณนา ประกอบตารางอธิบาย โดยแบ่งการนำเสนอ ออกเป็น 5 บท ดังนี้

บทที่ 1 บทนำ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) ในสังคมไทย วัตถุประสงค์ของการวิจัย และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

บทที่ 2 แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บทที่ 3 วิธีวิจัยและการดำเนินการวิจัย

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR ประจำปี 2551 ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการศึกษาเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยศึกษาค้นคว้าเอกสารต่างๆ ได้แก่ รายงานประจำปี แบบ 56-1 และเว็บไซต์ของบริษัทที่ได้รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR (Corporate Social Responsibility Awards) ประจำปี 2551 ได้แก่ บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) และบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ประกอบกับการใช้วิธีการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-Depth Interview) ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ของบริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) และบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) โดยมีผลการวิจัยที่ได้จากการศึกษาตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

4.1 การให้ความหมายของการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR (Corporate Social Responsibility Awards) ประจำปี 2551

4.2 รูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR (Corporate Social Responsibility Awards) ประจำปี 2551

4.3 กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR (Corporate Social Responsibility Awards) ประจำปี 2551

4.1 การให้ความหมายของการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR (Corporate Social Responsibility Awards) ประจำปี 2551

จากการศึกษาพบว่า ทั้ง 3 บริษัท ได้ให้ความหมายของการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม ว่าเป็นการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงการพัฒนาทั้งด้านเศรษฐกิจ ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านสังคม เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนทั้งต่อองค์กรและสังคมส่วนรวม ซึ่งมีนโยบายที่

สอดคล้องกับแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม โดยกำหนดไว้เป็นลายลักษณ์อักษรอย่างชัดเจน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)

บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) (บางจาก) ได้จัดตั้งขึ้นตามมติของคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 19 มิถุนายน 2527 โดยมีรูปแบบโครงสร้างการบริหารงานที่มีเอกภาพ และมีอำนาจการบริหารงานอย่างอิสระ มีความคล่องตัวในการดำเนินธุรกิจเช่นเดียวกับบริษัทเอกชนทั่วไป และได้จดทะเบียนจัดตั้งเป็นบริษัทจำกัดภายใต้ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ และดำเนินการในลักษณะบริษัทจำกัด เมื่อวันที่ 8 พฤศจิกายน 2527 บางจากได้ดำเนินธุรกิจ ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2528 ได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัท มหาชน จำกัด เมื่อวันที่ 23 เมษายน 2536 และได้นำหุ้นสามัญของบริษัทจดทะเบียนเป็นหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 2 สิงหาคม 2537

บางจากเป็นบริษัทน้ำมันของไทย ประกอบธุรกิจโรงกลั่นน้ำมันขนาด 120,000 บาร์เรลต่อวัน ตั้งแต่การจัดหาน้ำมันดิบเข้ามากลั่นเป็นน้ำมันสำเร็จรูป รวมถึงการจำหน่ายน้ำมันทั้งค้าปลีกและค้าส่ง ผลิตภัณฑ์น้ำมันที่ผลิตได้จะจำหน่ายให้กับผู้บริโภค และจำหน่ายให้กับภาคขนส่ง สายการบิน เรือเดินสมุทร ภาคก่อสร้าง ภาคอุตสาหกรรม ภาคเกษตรกรรม อีกทั้งมีการประกอบธุรกิจเสริมอื่นๆ ซึ่งตั้งอยู่ภายในบริเวณสถานีบริการของบางจาก นอกจากผลิตภัณฑ์น้ำมันเชื้อเพลิงแล้ว บางจากยังมีการผลิตและจำหน่ายน้ำมันหล่อลื่นในตลาดทั้งภายใน / ภายนอกประเทศ โดยคณะผู้บริหารและพนักงานของบางจาก ต่างยึดมั่นในวัฒนธรรมการเป็น “คนดี มีความรู้ เป็นประโยชน์” และมุ่งมั่นที่จะ “พัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนไปกับสิ่งแวดล้อมและสังคม” ดำเนินงานอย่างโปร่งใส สร้างสมดุลระหว่าง “มูลค่า” คือการสร้างผลกำไรให้ธุรกิจไปพร้อมกับการสร้าง “คุณค่า” คือ เป็นประโยชน์ รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ควบคู่กันไปทั้ง 3 ด้าน มาอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ บางจากได้กำหนดวิสัยทัศน์ วัฒนธรรมองค์กร และวัฒนธรรมพนักงาน ที่ให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม ดังนี้

<u>วิสัยทัศน์</u>

มุ่งสร้างสรรค์ธุรกิจพลังงานอย่างเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

<u>วัฒนธรรมองค์กร</u>

ดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ไปกับสิ่งแวดล้อมและสังคม

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลงวันที่ลิขสิทธิ์

วัฒนธรรมพนักงาน

เป็นคนดี มีความรู้ เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น

ค่านิยม (Value)

Beyond Expectation	มุ่งความเป็นเลิศ
Continuing Development	สร้างสรรค์ไม่หยุดนิ่ง
Pursuing Sustainability	คำนึงถึงความยั่งยืน

จากสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วไม่ว่าจะเป็นเรื่องของอุณหภูมิของโลกที่ร้อนขึ้น ภัยธรรมชาติที่รุนแรงก่อความเสียหายในวงกว้าง ผู้บริโภคหันมาให้ความใส่ใจกับการดูแลสิ่งแวดล้อมมากขึ้นในการเลือกซื้อสินค้าและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ รวมถึงการใช้พลังงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม บางจากซึ่งเป็นผู้นำด้านพลังงานทดแทน ได้ให้ความสำคัญกับการขับเคลื่อนธุรกิจด้านพลังงานและธุรกิจต่อเนื่องโดยมุ่งเน้นการผลิตและการตลาดที่ใส่ใจต่อผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม และเป็นประโยชน์ต่อสังคม เพื่อสร้างความมั่นคง เติบโตแก่องค์กร โดยมีพันธกิจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 3 กลุ่ม ดังนี้

ต่อผู้ถือหุ้น/คู่ค้า/ลูกค้า/เจ้าหนี้ : ดำเนินธุรกิจที่สร้างผลตอบแทนเติบโตต่อเนื่องและเป็นธรรม

ต่อสังคม/ชุมชน/สิ่งแวดล้อม : มีวัฒนธรรมการดำเนินธุรกิจที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม

ต่อพนักงาน : พัฒนาบุคลากรให้เป็นมืออาชีพ

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

นอกจากนี้ บางจากได้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าในเรื่องการดูแลสิ่งแวดล้อมด้วยการให้ความสำคัญกับการดำเนินการส่งเสริมการใช้เชื้อเพลิงชีวภาพซึ่งเป็นพลังงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นย้ำภาพลักษณ์ในการเป็น “ผู้นำพลังงานทดแทน”

จากการศึกษานโยบายขององค์กรจะเห็นได้ว่า บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ให้ความหมายและความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม โดยยึดถือเป็นหลักการในการดำเนินธุรกิจ โดยเห็นได้จากการกำหนดขึ้นเป็นลายลักษณ์อักษรในวิสัยทัศน์ วัฒนธรรมองค์กร และวัฒนธรรมพนักงาน และยังคำนึงถึงสิทธิของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ไม่เพียงแต่เฉพาะตามที่กฎหมายกำหนด แต่ยังรวมถึงการไม่กระทำการใด ๆ ที่เป็นการละเมิดสิทธิของผู้มีส่วนได้เสีย ไม่ว่าจะเป็นพนักงาน ลูกค้าและประชาชน คู่ค้า เจ้าหนี้ คู่แข่ง ผู้ถือหุ้น และชุมชนรอบๆ โรงกลั่น สังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งผู้วิจัยสามารถสรุปการให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ได้ดังนี้

ความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) คือ เป็นบริษัทไทยชั้นนำที่ดำเนินธุรกิจพลังงานและธุรกิจต่อเนื่อง ที่สร้างผลตอบแทนทางธุรกิจที่เป็นธรรม

อย่างยั่งยืน มีสำนึกต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมโดยการจัดการที่ทันสมัยและมีธรรมาภิบาล ด้วยบุคลากรที่มีความรู้และความสามารถสูง รวมทั้งให้ผลประโยชน์ตอบแทนที่เหมาะสมต่อผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งประกอบด้วยการดำเนินธุรกิจที่สร้างผลตอบแทนเติบโตต่อเนื่องและเป็นธรรมให้แก่ผู้ถือหุ้นและลูกค้า การเอื้อประโยชน์ให้แก่คู่ค้า รวมทั้งมีความรับผิดชอบในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนควบคู่ไปกับสิ่งแวดล้อมและสังคม

บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 29 ธันวาคม 2521 ตามพระราชบัญญัติการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2521 เพื่อดำเนินธุรกิจหลักด้านปิโตรเลียมและธุรกิจอื่นที่เกี่ยวเนื่องกับปิโตรเลียม อย่างไรก็ตามภายใต้สภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้น รัฐบาลได้เล็งเห็นความจำเป็นในการเพิ่มบทบาทของภาคเอกชนในกิจการพลังงาน คณะรัฐมนตรีจึงมีมติเมื่อวันที่ 21 สิงหาคม 2544 เห็นชอบแผนการจัดตั้งบริษัท เพื่อรองรับการแปรรูปการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย และในวันที่ 25 กันยายน 2544 คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบเรื่องการแปลงทุนเป็นทุนเรือนหุ้นของการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย โดยให้จัดตั้ง บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) (ปตท.) โดยให้ภาครัฐคงสัดส่วนการถือหุ้นใน ปตท.ในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละ 51 ให้ ปตท.คงสถานะเป็นบริษัทน้ำมันแห่งชาติและได้รับสิทธิพิเศษตามสถานะดังกล่าว รวมทั้งให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรมกำกับดูแลในด้านนโยบายของ ปตท. จนกว่าพระราชบัญญัติบรรษัทวิสาหกิจแห่งชาติจะมีผลใช้บังคับ จนปัจจุบันเมื่อมีการปรับโครงสร้างหน่วยงานรัฐ ปตท.จึงมาอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงพลังงาน ปตท.แปลงสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัดภายใต้พระราชบัญญัติทุนรัฐวิสาหกิจ พ.ศ. 2542 โดยได้จัดตั้งบริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) เมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2544 ปตท.เป็นบริษัทที่ประกอบกิจการก๊าซธรรมชาติแบบครบวงจร (Integrated Gas Company) โดยดำเนินธุรกิจการสำรวจและผลิต การจัดหา การจัดจำหน่ายและการค้าระหว่างประเทศสำหรับผลิตภัณฑ์น้ำมันและปิโตรเคมี และมีการลงทุนในธุรกิจการกลั่นและปิโตรเคมีในประเทศ และดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ทั้งในและต่างประเทศ

ปตท. มุ่งยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบ เป็นธรรม และให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมต่อผู้มีส่วนได้เสีย โดยกำหนดเป็น วิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยม ดังนี้

<u>วิสัยทัศน์</u>

เป็นบริษัทพลังงานไทยข้ามชาติชั้นนำ

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

พันธกิจ

ต่อประเทศ	จะดำเนินการสร้างความมั่นคงด้านพลังงานในระยะยาว โดยการจัดหาปริมาณที่เพียงพอ มีคุณภาพ ได้มาตรฐานและราคาเป็นธรรม
ต่อสังคมชุมชน	จะเป็นองค์กรที่ดีของสังคมในการดำเนินกิจการ โดยปกป้องผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมภายใต้มาตรฐานสากล และมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีแก่สังคมชุมชน
ต่อผู้ถือหุ้น	จะดำเนินธุรกิจเชิงพาณิชย์ สามารถสร้างกำไรเพื่อให้ผลตอบแทนที่ดีและให้มีการเจริญเติบโตต่อเนื่องอย่างยั่งยืน
ต่อลูกค้า	จะสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า โดยผ่านการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพสูงในระดับมาตรฐานสากลด้วยราคาเป็นธรรม
ต่อคู่ค้า	จะดำเนินธุรกิจร่วมกันโดยพื้นฐานของการแข่งขันอย่างเป็นธรรม มุ่งสร้างความสัมพันธ์และความร่วมมือที่ดี เพื่อพัฒนาศักยภาพและประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจร่วมกันในระยะยาว
ต่อพนักงาน	จะสนับสนุนการพัฒนาความสามารถการทำงานระดับมืออาชีพอย่างต่อเนื่อง ให้ความมั่นใจในคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานทัดเทียมบริษัทชั้นนำ

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วิทยทรัพยากร

ค่านิยม

“SPIRIT”

Synergy	การสร้างพลังร่วม
Performance Excellence	ความเป็นเลิศของผลงาน
Innovation	การส่งเสริมนวัตกรรม
Responsibility	ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
Integrity & Ethics	ความสัตย์ซื่อถือมั่นและจริยธรรม
Trust & Respect	ความไว้วางใจและการนับถือซึ่งกันและกัน

จากการศึกษานโยบายขององค์กรจะเห็นได้ว่า บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) ให้ความหมายและความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม โดยยึดถือเป็นหลักการในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งเห็นได้จากการกำหนดขึ้นเป็นลายลักษณ์อักษรในวิสัยทัศน์ พันธกิจ ที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสีย และค่านิยมขององค์กร พร้อมทั้งกำหนดนโยบายส่วนที่เกี่ยวข้องกับแนวทางประพฤติ

ปฏิบัติตนของพนักงาน ซึ่งผู้วิจัยสรุปการให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) ได้ดังนี้

ความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) คือ เป็นบริษัทพลังงานไทยข้ามชาติชั้นนำ โดยการสร้างความมั่นคงด้านพลังงานในระยะยาวและ เป็นองค์กรที่ดีของสังคมในการดำเนินกิจการ โดยปกป้องผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมภายใต้มาตรฐานสากล และมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีแก่สังคมชุมชน สามารถสร้างกำไรเพื่อให้ผลตอบแทนที่ดีต่อผู้ถือหุ้น การสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าโดยผ่านการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการในปริมาณที่เพียงพอ และมีคุณภาพสูงในระดับมาตรฐานสากล ด้วยราคาเป็นธรรม มีการดำเนินธุรกิจร่วมกับคู่แข่งขันบนพื้นฐานของการแข่งขันอย่างเป็นธรรม มุ่งสร้างความสัมพันธ์และความร่วมมือที่ดีกับคู่ค้า เพื่อพัฒนาศักยภาพและประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจร่วมกันในระยะยาว รวมทั้งการพัฒนาความสามารถการทำงานระดับมืออาชีพอย่างต่อเนื่อง ให้ความมั่นใจในคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานทัดเทียมบริษัทชั้นนำ

บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) (เอสซีจี) เริ่มต้นจากพระบรมราชโองการในพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 เมื่อ พ.ศ. 2456 เพื่อผลิตปูนซีเมนต์ วัสดุก่อสร้างที่สำคัญในการพัฒนาประเทศ ต่อมาได้ขยายกิจการอย่างต่อเนื่อง และเจริญก้าวหน้ามาโดยลำดับ ปัจจุบันประกอบด้วย 5 ธุรกิจหลัก ได้แก่ เอสซีจี เคมิคอลส์ เอสซีจี เปเปอร์ เอสซีจี ซิเมนต์ เอสซีจี ผลิตภัณฑ์ก่อสร้าง เอสซีจี ดิสทริบิวชั่น นอกจากการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและจำหน่ายดังกล่าวข้างต้นแล้ว เอสซีจียังมีธุรกิจการลงทุน ซึ่งทำหน้าที่บริหารเงินลงทุนที่ไม่ใช่ธุรกิจหลักของเอสซีจี ได้แก่ ธุรกิจอุปกรณ์ยานยนต์ ธุรกิจเครื่องจักรกลการเกษตร ธุรกิจเหล็ก และธุรกิจที่ดินอุตสาหกรรม

เอสซีจีเป็นกลุ่มบริษัทชั้นนำที่มุ่งสู่ความเป็นผู้นำในอาเซียน และเตรียมพร้อมสำหรับการแข่งขันในระดับโลก ดำเนินธุรกิจตามหลักบรรษัทภิบาลและแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน พัฒนาตนเองอย่างไม่หยุดยั้ง โดยสร้างสรรค์นวัตกรรมทั้งด้านสินค้า บริการ กระบวนการทำงาน และรูปแบบธุรกิจ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค นอกจากนั้น ยังมุ่งสร้างความเจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืนให้กับทุกชุมชนที่เข้าไปดำเนินงาน โดยคำนึงถึงหน้าที่และความรับผิดชอบที่มีต่อประเทศชาติและสังคมโดยส่วนรวม ถือว่าผลประโยชน์ส่วนรวมของประเทศและสังคมอยู่เหนือผลประโยชน์ที่ได้จากการค้า นโยบายของเอสซีจีที่สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจ

อย่างรับผิดชอบต่อสังคม ได้กำหนดอยู่ในวิสัยทัศน์ อุดมการณ์ในการดำเนินธุรกิจ และจรรยาบรรณ ดังนี้

<u>วิสัยทัศน์</u>

ภายในปี พ.ศ. 2558 เอสซีจีจะเป็นองค์กรที่ได้รับการยกย่องในฐานะเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมที่น่าร่วมงานด้วย และเป็นแบบอย่างด้านบรรษัทภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืน ในปี 2558 เอสซีจีจะเป็นผู้นำตลาดในภูมิภาคที่มุ่งดำเนินธุรกิจควบคู่กับการเสริมสร้างความเจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืนให้แก่อาเซียนและชุมชนที่เข้าไปดำเนินงาน มุ่งสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้า พนักงาน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย ภายใต้คุณภาพการบริหารงานระดับโลก สอดคล้องกับหลักบรรษัทภิบาล และมีมาตรฐานความปลอดภัยสูง อีกทั้งยังมุ่งยกระดับคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของผู้คน ด้วยสินค้าและบริการที่มีคุณภาพจากกระบวนการดำเนินงาน การพัฒนาเทคโนโลยี และการสร้างสรรค์นวัตกรรมที่มีความเป็นเลิศ

<u>อุดมการณ์</u>

การดำเนินธุรกิจของเอสซีจีเป็นไปตามครรลองแห่งความถูกต้องและเป็นธรรม จึงยึดถือและปฏิบัติตามอุดมการณ์ในการดำเนินธุรกิจ คือ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

- ตั้งมั่นในความเป็นธรรม มีความรับผิดชอบที่จะให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายได้รับความเป็นธรรม กล่าวคือ ให้ผู้ใช้สินค้าและบริการได้รับประโยชน์สูงสุดทั้งด้านคุณภาพและราคา ให้ผู้ถือหุ้นได้รับผลตอบแทนการลงทุนในอัตราที่เหมาะสม ให้พนักงานได้รับผลประโยชน์และมีคุณภาพชีวิตที่ดี ให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายได้รับการปฏิบัติที่เป็นธรรม

- มุ่งมั่นในความเป็นเลิศ มุ่งกระทำสิ่งที่ถูกต้อง ด้วยความตั้งใจให้เกิดผลในทางที่เป็นเลิศเสมอ พนักงานทุกระดับและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกคนตระหนักดีว่าเราต้องทุ่มเทกำลังกาย กำลังใจ ความรู้ และความสามารถที่มีอยู่ให้มากยิ่งขึ้นไปกว่าเดิมอยู่เสมอ ใฝ่เรียนรู้และศึกษาสิ่งใหม่อยู่ตลอดเวลา เพื่อฟันฝ่าอุปสรรคและก้าวหน้าต่อไปด้วยความมั่นคงและยั่งยืน

- เชื่อมั่นในคุณค่าของคน ให้ความสำคัญต่อคุณค่าของพนักงานและถือว่าเขาเหล่านั้นคือสมบัติที่มีค่าที่สุดพยายามคัดสรรบุคลากร ที่มีความรู้ความสามารถ และมีคุณธรรมเข้ามาร่วมงาน และพัฒนาคนให้พร้อมที่จะเผชิญสภาวการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา ในขณะเดียวกันก็สร้างความมั่นคงและความผูกพันทางใจให้พนักงานมีความรักเอสซีจี ทำให้พนักงานเกิดความมั่นใจที่จะทำงานเพื่อความเจริญก้าวหน้าในอนาคต

- ถือมั่นในความรับผิดชอบต่อสังคม ปฏิบัติตนเป็นพลเมืองที่ดีในทุกชุมชนและทุกประเทศที่ดำเนินธุรกิจ โดยคำนึงถึงหน้าที่และความรับผิดชอบที่มีต่อสังคม รวมทั้งการให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

อุดมการณ์ในการดำเนินธุรกิจทั้ง 4 ประการนี้สามารถสรุปรวมได้ว่า เอสซีจี ยึดมั่นใน "คุณภาพและเป็นธรรม"

<u>จรรยาบรรณ</u>

เอสซีจีได้รวบรวมข้อพึงปฏิบัติสำหรับพนักงานเป็นลายลักษณ์อักษรครั้งแรกเมื่อปี 2530 เรียกว่า “จรรยาบรรณเครือซิเมนต์ไทย (เอสซีจี)” เพื่อให้มีแนวทางการปฏิบัติเดียวกันทั่วทั้งองค์กรและสอดคล้องกับอุดมการณ์ของเอสซีจี โดยมีการรวบรวมแนวปฏิบัติต่าง ๆ จากแต่ละธุรกิจมาจัดหมวดหมู่ เสริมด้วยตัวอย่าง รวมทั้งกำหนดข้อพึงปฏิบัติที่ชัดเจน เพื่อให้เข้าใจง่าย นำไปใช้ได้สะดวก และครอบคลุมหัวข้อต่าง ๆ มากขึ้น โดยระบุว่าพนักงานจะต้องดำรงตนตามแนวจรรยาบรรณที่บริษัทกำหนด ดังนี้

1. การปฏิบัติต่อกันภายใต้สิทธิและเสรีภาพ สิทธิเสรีภาพส่วนบุคคลต้องได้รับความคุ้มครองไม่ให้ถูกล่วงละเมิดจากการใช้ การเปิดเผย หรือการถ่ายโอนข้อมูลส่วนบุคคล ไปยังบุคคลที่ไม่เกี่ยวข้องซึ่งอาจทำให้เกิดความเสียหายแก่เจ้าของหรือบุคคลอื่นใด ทั้งนี้การล่วงละเมิดถือเป็นความผิดทางวินัย เว้นแต่ได้กระทำไปตามหน้าที่โดยสุจริต หรือตามกฎหมาย หรือเพื่อประโยชน์ของส่วนรวม

มหาวิทยาลัยศิลปากร ห้องสมุดกลาง

2. สิ่งแวดล้อม สุขภาพ และความปลอดภัย โดยการส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อม สุขภาพ และความปลอดภัย ของพนักงาน ชุมชน หรือผู้เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง และมุ่งมั่นปลูกจิตสำนึกให้พนักงานและผู้เกี่ยวข้องให้มีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามแนวปฏิบัติในเรื่องต่างๆ ที่ได้กำหนดไว้

3. การให้หรือรับทรัพย์สินหรือประโยชน์อื่นใดที่อาจสร้างแรงจูงใจในการตัดสินใจอย่างหนึ่งอย่างใด โดยต้องดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้อง ตรงไปตรงมา และต้องมั่นใจได้ว่าการดำเนินการนั้นจะไม่ทำให้เกิดข้อครหาหรือทำให้เสื่อมเสียชื่อเสียง

4. ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ พนักงานและผู้เกี่ยวข้องกับเอสซีจีต้องพยายามหลีกเลี่ยงไม่ให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ที่อาจส่งผลกระทบในการตัดสินใจใดๆ ทั้งนี้ ในการปฏิบัติหน้าที่จะต้องยึดถือประโยชน์ของเอสซีจี ภายใต้ความถูกต้องตามกฎหมายและจริยธรรม

5. การจัดหา ต้องดำเนินการตามขั้นตอนที่กำหนดไว้ตามระเบียบการจัดหา มีความเป็นธรรมแก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง คำนึงถึงความสมเหตุสมผลด้านราคา คุณภาพ และบริการที่ได้รับ รวมทั้งต้องสามารถให้เหตุผลที่เหมาะสมได้เมื่อมีการตรวจสอบ

6. การทำธุรกรรมกับรัฐ จะต้องหลีกเลี่ยงการกระทำที่อาจจูงใจให้รัฐ หรือพนักงานของรัฐดำเนินการที่ไม่ถูกต้องเหมาะสม

7. การปฏิบัติต่อข้อมูลและทรัพย์สิน พนักงานและผู้เกี่ยวข้องมีหน้าที่และความรับผิดชอบในการใช้ทรัพย์สินให้ได้ประโยชน์อย่างเต็มที่ และดูแลมิให้เสื่อมสูญหายหรือนำไปใช้เพื่อประโยชน์ส่วนตัวหรือเพื่อบุคคลอื่น

8. การสื่อสารทางการตลาด การใช้เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาด ต้องเปนไปตามความเป็นจริง เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม และเป็นธรรมกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย

9. การทำธุรกรรมของเอสซีจี พนักงานและผู้เกี่ยวข้องต้องคำนึงถึงกฎหมาย กฎระเบียบที่ออกโดยหน่วยงานรัฐ หลักเกณฑ์และเงื่อนไขต่างๆ ในแต่ละท้องถิ่นที่ได้กำหนดไว้

10. การประกอบธุรกิจในต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นการตั้งบริษัท โรงงาน สำนักงานสาขา ตัวแทนผู้จัดจำหน่าย หรือการนำเข้า-ส่งออกสินค้า การร่วมทุน หรือการธุรกรรมใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับต่างประเทศจะต้องปฏิบัติตามกฎหมายข้อบังคับในแต่ละประเทศ คำนึงถึงสภาพแวดล้อม ขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วิทยทรัพยากร

11. การแข่งขันทางการค้า ต้องคำนึงถึงจริยธรรมในการประกอบการค้าและกฎหมายแข่งขันทางการค้าในประเทศต่างๆ ที่เข้าไปดำเนินธุรกิจ

12. การป้องกันการฟอกเงิน

จากการศึกษานโยบายขององค์กรจะเห็นได้ว่า บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ให้ความหมายและความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม โดยยึดถือเป็นหลักการในการดำเนินธุรกิจ เห็นได้จากการกำหนดขึ้นเป็นลายลักษณ์อักษรในวิสัยทัศน์ อุดมการณ์ในการดำเนินธุรกิจ และจรรยาบรรณ รวมทั้งมีข้อพึงปฏิบัติสำหรับพนักงานเป็นแนวทางการปฏิบัติเดียวกันทั่วทั้งองค์กรและสอดคล้องกับอุดมการณ์ของเอสซีจี ซึ่งผู้วิจัยสามารถสรุปการให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) ได้ดังนี้

ความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) คือ เป็นองค์กรที่ได้รับการยกย่องในฐานะเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมที่น่าร่วมงานด้วย และเป็นแบบอย่างด้านบรรษัทภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืน ได้รับการยอมรับจากชุมชน และภาครัฐในการมีส่วนร่วมสร้างชุมชนเข้มแข็ง โดยคำนึงถึงหน้าที่และความรับผิดชอบที่มีต่อสังคม รวมทั้งการให้ความสำคัญ

กับการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน อีกทั้งมีความรับผิดชอบที่จะให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายได้รับความเป็นธรรม โดยให้ผู้ใช้สินค้าและบริการได้รับประโยชน์สูงสุดทั้งด้านคุณภาพและราคา

จากการศึกษาการให้ความหมายของการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR (Corporate Social Responsibility Awards) ประจำปี 2551 พบว่า ทั้ง 3 บริษัท ได้ให้ความหมายของการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมโดยยึดถือเป็นหลักการในการดำเนินธุรกิจ เห็นได้จากการกำหนดขึ้นเป็นลายลักษณ์อักษรที่ชัดเจน ซึ่งแนวทางดังกล่าวได้ถูกกำหนดไว้ในวิสัยทัศน์ขององค์กร หรือนโยบายในส่วนที่เกี่ยวข้องกับแนวทางประพฤติ ปฏิบัติตนของพนักงาน โดยเรียกนโยบายดังกล่าวแตกต่างกันออกไป กล่าวคือ บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) กำหนดเป็นวัฒนธรรมองค์กร และวัฒนธรรมพนักงาน บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) กำหนดเป็นค่านิยมขององค์กร และบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) กำหนดเป็นอุดมการณ์และจรรยาบรรณ ซึ่งสรุปได้ตามตาราง ดังนี้

ตารางที่ 1 ตารางสรุปการให้ความหมายของการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมที่สอดคล้องกับนโยบายในการดำเนินธุรกิจ

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

ความหมายการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม	บริษัท		
	บางจาก	ปตท.	เอสซีจี
- วิสัยทัศน์	✓	✓	✓
- วัฒนธรรม - วัฒนธรรมองค์กร - วัฒนธรรมพนักงาน	✓		
● ค่านิยม		✓	
● อุดมการณ์			✓
● จรรยาบรรณ			✓

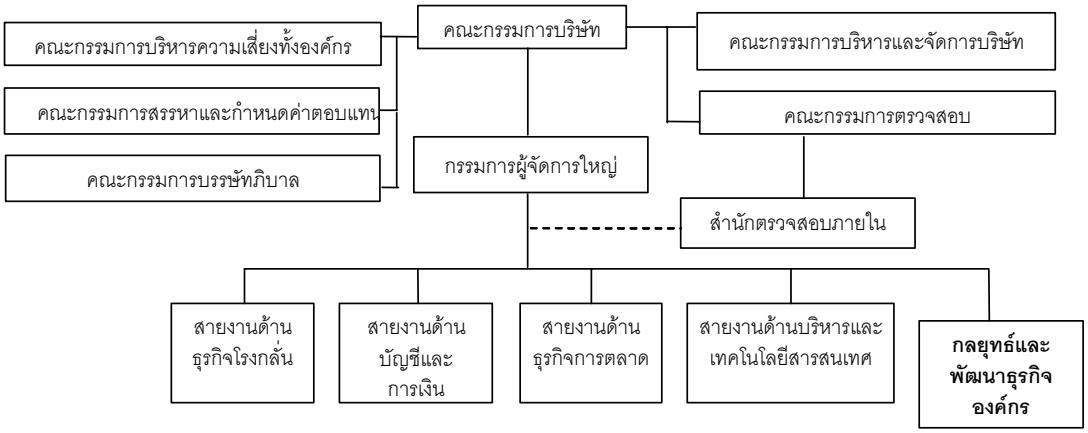
4.2 รูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR (Corporate Social Responsibility Awards) ประจำปี 2551

จากการศึกษาวิจัยรูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมโดยยึดกรอบแนวคิดการทำกิจกรรมการเพื่อสังคม 6 ประเภท ได้แก่ 1) การส่งเสริมประเด็นสังคม 2.) การตลาดเกี่ยวเนื่องกับประเด็นสังคม 3.) การตลาดเพื่อสังคมขององค์กร 4.) การบริจาคตรง 5.) อาสาสมัครช่วยเหลือชุมชน 6.) ข้อปฏิบัติทางธุรกิจเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ของ ฟิลลิป คอตเลอร์ และแนนซี่ ลี ของบริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) และบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า ทั้ง 3 บริษัทมีรูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมที่คล้ายคลึงกัน ผู้วิจัยขอนำเสนอการวิเคราะห์รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นดังนี้

บริษัท บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) (บางจาก) ได้กำหนดให้มีนโยบายการกำกับดูแลกิจการเป็นลายลักษณ์อักษรตั้งแต่ปี 2546 จากการที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้เริ่มนำหลักสากลในเรื่องการกำกับดูแลกิจการที่ดีมาเผยแพร่ เพื่อเป็นหลักปฏิบัติสำหรับบริษัทจดทะเบียน บางจากจึงได้นำหลักดังกล่าวมาเป็นแนวทางและปรับปรุงให้สอดคล้องกับวิถีทางการดำเนินธุรกิจ โดยได้จัดตั้งคณะกรรมการบริหารและจัดการบริษัท คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงทั่งทั้งองค์กร คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน คณะกรรมการตรวจสอบ และในปี 2548 ได้จัดตั้งคณะกรรมการบรรษัทภิบาลขึ้น เพื่อพิจารณานโยบายและแผนงาน รวมทั้งติดตามความก้าวหน้าในการกำกับดูแลให้บางจากมีการดำเนินงานภายใต้หลักธรรมาภิบาลที่ดีและพัฒนายกระดับบรรษัทภิบาลให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล ปัจจุบันบางจากมีโครงสร้างการจัดการ เป็นดังนี้



ภาพที่ 3 โครงสร้างการจัดการบริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)
ที่มา : บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน), แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) ปี 2551 (กรุงเทพมหานคร : บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน), 2552), 63.

คณะกรรมการของบริษัทมีหน้าที่กำหนดหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อให้คณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติหน้าที่ที่รับผิดชอบ ภายใต้กรอบข้อกำหนดของกฎหมายและจรรยาบรรณทางธุรกิจที่บริษัทได้กำหนดไว้ บางจากได้ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมในเรื่องของบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการ และข้อพึงปฏิบัติของกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ซึ่งได้มีการปรับปรุงนโยบายการเปิดเผยสารสนเทศ และความโปร่งใสให้มีมาตรฐานเป็นสากลมากยิ่งขึ้น พร้อมทั้งได้มีการสื่อสารนโยบายดังกล่าวผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งการจัดทำเอกสารคู่มือ และการเผยแพร่ผ่านระบบอินทราเน็ต และอินเตอร์เน็ตของบางจาก โดยมีจุดมุ่งหมายอันสำคัญในการสื่อความไปยังพนักงานบริษัทผ่านผู้ถือหุ้นตลอดจนผู้มีส่วนได้เสียอื่นของบริษัท ถึงความยึดมั่นของคณะกรรมการบริษัทในการกำกับดูแลกิจการ บนพื้นฐานหลัก 6 ประการ ได้แก่

1. รับผิดชอบต่อการตัดสินใจและการกระทำ (Accountability)
2. สำนึกต่อหน้าที่ความรับผิดชอบ (Responsibility)
3. โปร่งใส เปิดเผยข้อมูล และตรวจสอบได้ (Transparency)
4. ปฏิบัติต่อผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายอย่างเท่าเทียมกัน (Equitable Treatment)
5. มีวิสัยทัศน์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่กิจการในระยะยาว (Vision to Create Long Term Value)
6. มีคุณธรรมและจริยธรรม (Ethics)

ในระบบการกำกับดูแลกิจการมีผู้มีส่วนได้เสียหลายกลุ่มด้วยกันที่สำคัญ ได้แก่ ลูกค้า พนักงาน คู่ค้า ผู้ถือหุ้น หรือผู้ลงทุน เจ้าหนี้ รวมทั้งชุมชนที่บริษัทฯ ตั้งอยู่ บางจากให้ความสำคัญต่อสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยคณะกรรมการได้พิจารณากำหนดให้มีกระบวนการส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างบางจากกับผู้มีส่วนได้เสียในการสร้างความมั่งคั่ง ความมั่นคงทางการเงิน และความยั่งยืนของกิจการ ทั้งกลุ่มพนักงาน ลูกค้า คู่ค้า คู่แข่ง ผู้ถือหุ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งชุมชนรอบๆ โรงกลั่นและสิ่งแวดล้อม เนื่องจากบางจากตระหนักดีว่ากิจการของบางจากเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ จึงเน้นการให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยมาโดยตลอด

นอกจากนี้ บางจากได้กำหนดแนวทางปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ อย่างเป็นลายลักษณ์อักษรเพื่อให้คณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ยึดถือเป็นแนวทางปฏิบัติ โดยถือเป็นส่วนหนึ่งของการกำกับดูแลกิจการที่ดี สรุปได้ดังนี้

1. พนักงาน บางจากสนับสนุนการพัฒนาให้พนักงานทุกคนมีความรู้ความสามารถสูง นอกจากนี้ ยังมีการดูแลพนักงานอย่างเสมอภาค มีการให้ผลตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสมและเป็นธรรม โดยได้จัดให้มีสวัสดิการค่ารักษาพยาบาล สวัสดิการรับส่ง กิจกรรมวันเกิดพนักงาน กิจกรรมวันเด็ก สโมสรชมรมต่าง ๆ เพื่อให้พนักงานพักผ่อนหลังจากปฏิบัติภารกิจประจำวัน นอกจากนี้ บางจากได้จัดให้มีโครงการ Employee Stock Option Program (ESOP) ขึ้นเพื่อเป็นการตอบแทนความตั้งใจปฏิบัติงานของพนักงาน อีกทั้งเป็นการสนับสนุนให้พนักงานทุ่มเทในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่บริษัท และบรรลุเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจให้บางจากมีผลประกอบการที่ดี

2. ลูกค้าและประชาชน บางจากมุ่งมั่นในการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และบริการให้ดียิ่ง ๆ ขึ้น เพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นและความพึงพอใจสูงสุด โดยมีนโยบายส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพตรงตาม หรือสูงกว่าความคาดหมายของลูกค้า และทันต่อเหตุการณ์แก่ลูกค้า โดยไม่มีการกล่าวเกินความเป็นจริง อันเป็นเหตุให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจผิดเกี่ยวกับคุณภาพ ปริมาณ หรือเงื่อนไขใด ๆ ของสินค้าและบริการ นอกจากนี้พนักงานพึงรักษาความลับของลูกค้าและไม่นำไปใช้เพื่อประโยชน์ของตนเอง หรือผู้ที่เกี่ยวข้องโดยมิชอบ

3. คู่ค้า บางจากได้กำหนดจรรยาบรรณในการจัดซื้อและจัดจ้าง พร้อมทั้งการจัดหาและจำหน่ายปิโตรเลียมและผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมระบุไว้เป็นระเบียบ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจกับคู่ค้าเป็นไปอย่างเหมาะสม มีประสิทธิภาพและยุติธรรม ตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี นอกจากนี้ บางจากยังได้จัดให้มี “คู่มือติดต่อประกอบธุรกิจ” และ “แนวนโยบายตัวแทนสถานี

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วิทยทรัพยากร

บริการน้ำมันบางจาก” เพื่ออำนวยความสะดวกแก่คู่ค้าในการติดต่อประกอบธุรกิจ และเพื่อให้ผู้ประกอบการ/ตัวแทนของบางจากมีการดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณภาพ ตามแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดีและจรรยาบรรณธุรกิจที่เหมาะสม โดยมีนโยบายปฏิบัติต่อคู่ค้าอย่างเสมอภาคและเป็นธรรม และตั้งอยู่บนพื้นฐานของการได้รับผลตอบแทนที่เป็นธรรมต่อทั้งสองฝ่าย และปฏิบัติตามสัญญา หรือเงื่อนไขต่างๆ ที่ตกลงกันไว้อย่างเคร่งครัด กรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขข้อใดข้อหนึ่ง ต้องรีบแจ้งให้คู่ค้าทราบล่วงหน้า เพื่อร่วมกันพิจารณาหาแนวทางแก้ไข

4. เจ้าหนี้ บางจากปฏิบัติต่อเจ้าหนี้อย่างเป็นธรรม มีความรับผิดชอบและโปร่งใส โดยปฏิบัติตามเงื่อนไขข้อกำหนดของสัญญาและพันธะทางการเงินอย่างเคร่งครัด ตลอดจนไม่ใช้วิธีการที่ไม่สุจริต ปกปิดข้อมูลหรือข้อเท็จจริงอันจะทำให้เจ้าหนี้เกิดความเสียหาย กรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขข้อใดข้อหนึ่ง ต้องรีบแจ้งให้เจ้าหนี้ทราบล่วงหน้า เพื่อร่วมกันพิจารณาหาแนวทางแก้ไข

5. คู่แข่ง บางจากเน้นการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม โปร่งใส มีการแข่งขันอย่างเป็นธรรมกับคู่แข่งขัน ภายใต้กรอบกติกาของการแข่งขันที่ดี ไม่แสวงหาข้อมูลที่เป็นความลับของคู่แข่งทางการค้าด้วยวิธีการที่ไม่สุจริตหรือไม่เหมาะสม เช่น การจ่ายเงินสินจ้างให้แก่พนักงานของคู่แข่ง เป็นต้น และไม่ทำลายชื่อเสียงของคู่แข่งทางการค้า ด้วยการกล่าวหาในทางร้าย

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วิทยทรัพยากร

6. ผู้ถือหุ้น บางจากมีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจอย่างมีบรรษัทภิบาล เชื่อถือได้ และแน่วแน่ในการสร้างงาน สร้างกิจการให้มีฐานะทางการเงินที่มั่นคงอย่างยั่งยืน เพื่อเพิ่มมูลค่าหุ้นสูงสุดให้แก่ผู้ถือหุ้น

7. ชุมชนรอบ ๆ โรงกลั่น สังคมและสิ่งแวดล้อม บางจาก ถือว่า ระบบการจัดการด้านอาชีวอนามัย ความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม เป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจ จึงได้กำหนดนโยบายอาชีวอนามัย ความปลอดภัย สิ่งแวดล้อมและพลังงานขึ้น เพื่อเป็นหลักปฏิบัติแก่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน ซึ่งมีการดำเนินการภายใต้วัฒนธรรม “พัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนไปกับสิ่งแวดล้อมและสังคม” อันมีข้อปฏิบัติดังนี้

- ปฏิบัติงานให้เกิดความปลอดภัย ไม่ส่งผลกระทบ ทั้งต่อตนเอง ผู้ที่เกี่ยวข้อง ชุมชนและสิ่งแวดล้อม
- ปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับด้านอาชีวอนามัย ความปลอดภัย สิ่งแวดล้อมและพลังงาน
- ป้องกันภาวะมลพิษ การรั่วไหลและการสูญเสียของน้ำมัน
- ป้องกันอุบัติเหตุในทุกด้าน

- ใช้ทรัพยากรอันได้แก่ พลังงาน น้ำ สารเคมี อย่างคุ้มค่า เป็นไปตามเป้าหมาย

- พัฒนาระบบการจัดการด้านอาชีวอนามัย ความปลอดภัย และสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง

ในระดับบริหาร บางจากถือว่าระบบการจัดการอาชีวอนามัย ความปลอดภัย สิ่งแวดล้อม และพลังงาน ครอบคลุมกิจกรรม ผลิตภัณฑ์และบริการทั้งหมด เป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจที่มีความสำคัญ และถือเป็นหน้าที่ความรับผิดชอบโดยตรงของผู้บริหาร พนักงานทุกคนตลอดจนผู้รับเหมาที่ทำงานในนามของบางจาก ทั้งหมดที่จะต้องดูแลใส่ใจให้ความสำคัญ จึงได้กำหนดนโยบายด้านอาชีวอนามัย ความปลอดภัย สิ่งแวดล้อม และพลังงาน (SHEE : Safety Healthy Environment and Energy) ในระดับปฏิบัติการไว้ดังนี้

1. ปฏิบัติงานให้เกิดความปลอดภัย ไม่ส่งผลกระทบทั้งต่อตนเอง ผู้ที่เกี่ยวข้อง ชุมชน และสิ่งแวดล้อม

2. ปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องด้านอาชีวอนามัย ความปลอดภัย สิ่งแวดล้อม และพลังงาน

3. ป้องกันภาวะมลพิษ การรั่วไหลและการสูญเสียของน้ำมัน

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

4. ป้องกันอุบัติเหตุในทุกด้าน

5. ใช้ทรัพยากรอันได้แก่ พลังงาน น้ำ สารเคมี อย่างคุ้มค่า เป็นไปตามเป้าหมาย

6. พัฒนาระบบการจัดการอาชีวอนามัย ความปลอดภัย สิ่งแวดล้อม และพลังงานอย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้ ผู้บริหารจะจัดให้มีทรัพยากรเพียงพอ เหมาะสมต่อการดำเนินงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ตั้งไว้ ตลอดจนจัดอบรมพนักงานทุกระดับอย่างเหมาะสมเพื่อให้มีความสามารถที่จะปฏิบัติตามหน้าที่ และความรับผิดชอบ รวมทั้งสนับสนุนให้พนักงานมีส่วนร่วมในการให้ข้อคิดเห็น ตลอดจนทบทวนนโยบาย และระบบการจัดการอาชีวอนามัย ความปลอดภัย สิ่งแวดล้อม และพลังงาน ภายใต้การกำกับดูแลของคณะบริหารความปลอดภัย อาชีวอนามัย สิ่งแวดล้อม และพลังงาน (SHEEM : Safety Healthy Environment and Energy Management) ประกอบด้วย ผู้บริหารและหน่วยงานในองค์กร ทำหน้าที่กำหนดนโยบายและแนวทางปฏิบัติงาน รวมถึงทบทวนระบบการจัดการความปลอดภัย อาชีวอนามัย สิ่งแวดล้อมและพลังงานอย่างสม่ำเสมอ และสามารถแต่งตั้งคณะทำงานย่อย เพื่อส่งเสริมให้การบริหารงานดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

จากการศึกษาพบว่า บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)(บางจาก) ดำเนินโครงการหรือกิจกรรม โดยเน้นกลุ่มเป้าหมายหลักที่เป็นชุมชนรอบโรงกลั่นน้ำมันบางจากเป็นอันดับแรก ทั้งนี้ เนื่องจากบางจากเป็นโรงกลั่นแห่งเดียวที่ตั้งในกรุงเทพมหานคร และอยู่ใกล้กับแหล่งชุมชน จึงให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรมด้านความปลอดภัย ด้านการศึกษา ด้านการกีฬา และด้านคุณภาพชีวิตของชุมชน ภายใต้กระบวนการที่เน้นความเป็นเพื่อน เป็นประโยชน์ โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรเป็นอันดับแรก และส่งเสริมการมีส่วนร่วม นอกจากนี้ บางจากเชื่อว่าการร่วมพัฒนาความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของสังคมไทยจะยั่งยืนได้ก็ต่อเมื่อเริ่มพัฒนาจากหน่วยที่เล็กที่สุดและมีความสำคัญที่สุดในสังคมนั่นคือ ครอบครัว เพราะครอบครัวแข็งแรงจะได้เสริมสร้างรากฐานจริยธรรม การเรียนรู้ และช่วยพัฒนาศักยภาพของคนในครอบครัวอย่างแท้จริง ทั้งนี้ รูปแบบการดำเนินกิจกรรมธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมจากกรอบแนวคิดการทำกิจกรรมการเพื่อสังคมของ ฟิลลิป คอตเลอร์ และแนนซี่ ลี สามารถแบ่งรูปแบบการทำกิจกรรมเพื่อสังคมของบางจากเป็น 6 ประเภท คือ การส่งเสริมประเด็นสังคม การตลาดเกี่ยวเนื่องกับประเด็นสังคม การตลาดเพื่อสังคมขององค์กร การบริจาคตรง อาสาสมัครช่วยเหลือชุมชน และข้อปฏิบัติทางธุรกิจเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม โดยผ่านการดำเนินกิจกรรม ดังนี้

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

การส่งเสริมประเด็นทางสังคม

- *โครงการฟุตซอลเยาวชนบางจาก* บางจากได้ทำกิจกรรมเกี่ยวกับฟุตซอลเยาวชนบางจาก โดยร่วมมือกับผู้นำชุมชน ส่งเสริมให้เยาวชนมีความสามัคคี สร้างเสริมความสัมพันธ์และความเข้มแข็งในชุมชน เพื่อช่วยลดความเสี่ยงในเรื่องยาเสพติด เนื่องจากในปัจจุบันปัญหาเรื่องยาเสพติดถือเป็นปัญหาที่เกิดผลกระทบกับสังคมในปัจจุบันเป็นอันดับต้นๆ

- *โครงการครอบครัวใบไม้รวมใจ ประหยัดไฟ ใช้หลอดตะเกียบ* ด้วยการให้เพื่อนบ้านนำหลอดไส้มาแลกเป็นหลอดตะเกียบได้ฟรี เพื่อลดการใช้พลังงานและการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ บรรเทาปัญหาภาวะโลกร้อน

- *โครงการครอบครัวเดียวกัน* บางจากตระหนักถึงความสำคัญของครอบครัวซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของสังคม ดังนั้น จึงได้สนับสนุนให้ครอบครัวเพื่อนบ้านบางจากได้ใช้เวลาว่างร่วมกันเพื่อเรียนรู้และพัฒนาทักษะต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ เช่น กิจกรรมดูนกบางจาก เป็นการเรียนรู้พื้นบานการดูนกที่โรงกลั่นน้ำมันบางจาก ซึ่งมีธรรมชาติร่มรื่นสามารถพบเห็นนกได้มากว่า 56 ชนิด เป็นดัชนีชี้วัดคุณภาพอากาศและสิ่งแวดล้อมในโรงกลั่น จนสามารถเป็นวิทยากรให้การอบรมเรื่องการดูนกเบื้องต้นให้กับประชาชนทั่วไปได้ เป็นต้น พร้อมทั้งเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพทั้งกายใจที่แข็งแรงของสมาชิกในครอบครัว การรักษาสิ่งแวดล้อม และการอนุรักษ์

พลังงาน โดยมุ่งเน้นกิจกรรมที่สมาชิกครอบครัวได้เรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติด้วยตนเองและมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น

การตลาดเกี่ยวเนื่องกับประเด็นสังคม

- *บัตรบางจากแก๊สโซฮอล์คลับ* ด้วยแนวคิดที่จะช่วยลดภาระของผู้ใช้รถด้วยการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ลิตรละ 20 สตางค์ พร้อมกับมีสิทธิ์ได้รับสิทธิประโยชน์อื่นๆ เช่น บริการช่วยเหลือรถเสียฉุกเฉินทั่วไทยตลอด 24 ชั่วโมง ส่วนลดน้ำมันเครื่องบางจาก หรือส่วนลดจากร้านค้าต่างๆ อีกทั้งสามารถเลือกคืนกำไรให้สังคมโดยนำส่วนลดที่ได้ดังกล่าวบริจาคให้แก่องค์กรการกุศลเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

การตลาดเพื่อสังคมขององค์กร

- *โครงการรับซื้อน้ำมันพืชใช้แล้วเพื่อผลิตไบโอดีเซล* ในฐานะที่เป็นบางจากเป็นบริษัทน้ำมันของคนไทย ภายใต้วัฒนธรรมองค์กรดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนไปกับสิ่งแวดล้อมและสังคม ได้ริเริ่มโครงการ "รับซื้อน้ำมันพืชใช้แล้วเพื่อผลิตไบโอดีเซล" ด้วยการนำน้ำมันพืชใช้แล้วมาผลิตเป็นพลังงานไบโอดีเซล โดยรับซื้อน้ำมันพืชที่ใช้แล้วเหลือจากการปรุงอาหารผ่านสถานีบริการน้ำมันบางจาก รวมทั้งสนับสนุนให้พนักงานบางจากได้ใช้เวลาในช่วงวันหยุดรับซื้อน้ำมันพืชใช้แล้วตามตลาดสดต่างๆ เพื่อช่วยลดปัญหาสุขภาพและสิ่งแวดล้อมจากการทิ้งน้ำมันใช้แล้วลงสู่สาธารณะ หรือนำไปจำหน่ายด้วยการทอดซ้ำ เพื่อรณรงค์ให้ประชาชนทราบถึงโทษของการนำน้ำมันพืชใช้แล้วไปใช้ซ้ำ ซึ่งส่งผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชน รวมทั้งยังสามารถช่วยประหยัดเงินตราต่างประเทศจากการนำเข้าน้ำมัน เป็นการพึ่งพาตนเองด้านพลังงานตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

การบริจาคตรง

- *โครงการบางจากห่วงใย ปลอดภัยชุมชน* โดยการบริการเติมสารเคมีและสนับสนุนอุปกรณ์ดับเพลิง มุ่งส่งเสริมและสนับสนุนให้โรงเรียน และชุมชนรอบข้างเห็นความสำคัญของการเตรียมความพร้อมเรื่องความปลอดภัยทั้งในเวลาปกติและในสถานการณ์ฉุกเฉิน โดยบริษัทจะบริการตรวจสภาพ เปลี่ยนอะไหล่ที่ชำรุดของถังดับเพลิงทั้งชุมชนและโรงเรียน เติมสารเคมีดับเพลิงให้ทุกถังพร้อมใช้งานอยู่เสมอ อีกทั้งยังมอบถังดับเพลิงใหม่ให้แก่โรงเรียนและชุมชนที่มีจำนวนถังดับเพลิงไม่เพียงพอ

- *มอบห้องเรียนอนุบาล* บางจากมุ่งสนับสนุนให้โรงเรียนและเยาวชนได้มีห้องเรียนที่พอเพียงและเหมาะสม ศูนย์จ่ายน้ำมันบางปะอินจึงได้มอบห้องเรียนสำหรับเด็กอนุบาลให้แก่โรงเรียนวัดโพธิ์แตงใต้ ซึ่งเป็นโรงเรียนที่อยู่ในบริเวณศูนย์จ่ายน้ำมัน

- *โครงการทุนการศึกษาเยาวชนบางจาก* เพื่อมอบโอกาสทางการศึกษาให้แก่น้องๆ นักเรียนจากโรงเรียนทั้ง 19 แห่งในโครงการอาหารกลางวันของบริษัท และน้องๆ นักเรียนจากชุมชนตั้งแต่ชั้นอนุบาลถึงปริญญาตรี ที่มีความประพฤติดี จิใจดี ตั้งใจเรียนแต่ขาดแคลนทุนทรัพย์

อาสาสมัครช่วยเหลือชุมชน

- *โครงการโรงเรียนของหนู* ด้วยพื้นที่รอบข้างบางจาก มีผู้คนในชุมชนที่ยังขัดสนขาดแคลน และต้องใช้เวลาส่วนใหญ่หารายได้ เลี้ยงชีพ พนักงานของบริษัท พบว่ามีเด็กๆ ในชุมชนเป็นจำนวนมากที่ผู้ปกครองต้องทำงานหนัก และยังติดภาระกิจหน้าที่การงาน จนไม่สามารถดูแลบุตรหลานในช่วงเวลาหลังเลิกเรียนได้ จึงรวมตัวกันจัดกิจกรรมโรงเรียนของหนูขึ้น โดยบริษัท สนับสนุนให้อาสาสมัครพนักงานใช้ช่วงเวลาก่อนเลิกงาน 1 -1.5 ชั่วโมง สัปดาห์ละ 4 วัน สอนการบ้านและจัดกิจกรรมเพื่อเป็นประโยชน์ต่อเด็ก และเยาวชนชุมชน ซึ่งจะเน้นความรู้ด้านคณิตศาสตร์ ภาษาอังกฤษ ภาษาไทย สังคม ศิลปะ และจริยธรรม โดยใช้พื้นที่ภายในบริษัท เป็นกิจกรรมเล็กๆ ที่มีคุณค่า และช่วยสร้างจิตสำนึกของการเป็นประโยชน์ต่อผู้อื่นให้กับพนักงานได้เป็นอย่างดี

- *โครงการเปิดโลกการเรียนรู้กับบางจาก* บางจากเปิดบริการให้โรงเรียนต่างๆ ทั่วประเทศ นำนักเรียนระดับประถมศึกษาถึงมัธยมศึกษาเข้าร่วมเรียนรู้กระบวนการผลิตน้ำมัน ความปลอดภัย และสิ่งแวดล้อม โดยมีการเยี่ยมชมบริเวณพื้นที่ชั้นในของโรงกลั่น เพื่อเชื่อมโยงสาระการเรียนรู้ด้านต่างๆ เช่น วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี สังคม ภาษาไทย และภาษาต่างประเทศ

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

- *โครงการ กศน. เพื่อชุมชน* บางจากได้ร่วมกับศูนย์บริการการศึกษานอกโรงเรียน (กศน.) เขตพระโขนง และเขตบางนาเป็นครูสอนหนังสือให้แก่นักศึกษา กศน. โดยการรับสมัครพนักงานบางจากซึ่งมีความรู้ ความสามารถ และความถนัดเฉพาะด้านในรายวิชาไปเป็นครูอาสาให้แก่นักศึกษา กศน. ประจำศูนย์การเรียนชุมชนวัดบุญรอดธรรมารามและศูนย์การเรียนชุมชนวัดบางนอก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างและขยายโอกาสทางการศึกษาให้แก่ผู้ที่พลาดการศึกษาในระบบ สนับสนุนและส่งเสริมจิตอาสาให้เกิดขึ้นแก่พนักงานอันสอดคล้องกับวัฒนธรรมพนักงาน

ข้อปฏิบัติทางธุรกิจเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

- *ปั๊มชุมชนบางจาก* เป็นโครงการที่เกิดจากความร่วมมือระหว่างชาวบ้านในชุมชนกับบางจากในการตั้งสหกรณ์ปั๊มน้ำมัน เพื่อส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของธุรกิจบนรากฐานของการทำงานด้วยความไว้เนื้อเชื่อใจกัน และยอมรับในศักยภาพของกันและกัน ปั๊มชุมชนจึงเป็นโครงการที่ดำเนินการมาอย่างยั่งยืน และสร้างรายได้ให้แก่สมาชิกเกษตรกรกว่า 1 ล้านครอบครัวทั่วประเทศ ทำให้ชุมชนมีเงินทุนหมุนเวียน 3,500 ล้านบาท อีกทั้งยังสร้างความมั่นคงให้กับกิจการบางจากเป็นระยะยาว

- *การคัดสรรผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นของสมมาคุณผู้ใช้น้ำมันบางจาก* เพื่อส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาไทย เป็นการสร้างเศรษฐกิจชุมชนบนพื้นฐานของการพัฒนาคนและ

ชุมชนด้วยตนเอง ก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ และความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของคนในชุมชน เช่น แจกฟรีผลิตภัณฑ์เมล็ดทานตะวันอบเกลือแก่ผู้ที่มาใช้บริการจากปั๊มบางจากแทนการแจกน้ำดื่ม หรือกระดาษทิชชูเหมือนบริษัทน้ำมันอื่น หรือการรับซื้อกระเทียมจากกลุ่มผู้ปลูกกระเทียมภาคเหนือ เพื่อบรรเทาปัญหาราคากระเทียมตกต่ำและล้นตลาด เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้กับเกษตรกร อีกทั้งยังเป็นการช่วยสร้างช่องทางการตลาดเผยแพร่ตัวอย่างสินค้าชุมชนให้ชาวบ้าน รวมทั้ง ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเป็นอาหารเพื่อสุขภาพและเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพลูกค้าบางจาก

- *บางจากแก๊ซโซฮอล์ E20 และ E85* บางจากได้พัฒนาผลิตภัณฑ์และจำหน่ายแก๊สโซฮอล์ E20 และ E85 ซึ่งเป็นน้ำมันที่ได้จากการนำน้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่วผสมกับเอทานอลในอัตราส่วน 80 : 20 และ 15 : 85 ที่ใช้ได้กับเครื่องยนต์ที่ออกแบบมาสำหรับการใช้ E20 และ E85 เท่านั้น ซึ่งเป็นการสนับสนุนนโยบายรัฐในการเพิ่มความมั่นคงด้านพลังงานลดการพึ่งพาการนำเข้าจากต่างประเทศ และยังเป็นการแก้ไขปัญหาราคาพืชผลการเกษตรตกต่ำ ช่วยให้เกษตรกรและประชาชนซึ่งเป็นผู้ใช้น้ำมันก็ได้รับประโยชน์จากน้ำมันคุณภาพดี ราคาประหยัด รวมทั้งการใช้พลังงานทดแทนจากพืชยังช่วยลดปัญหาสิ่งแวดล้อมและภาวะโลกร้อน ซึ่งช่วยลดมลพิษจากการเผาไหม้ ลดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ และสารไฮโดรคาร์บอนทำให้สิ่งแวดล้อมดีขึ้น

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

ตารางที่ 2 ตัวอย่างกิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)

กิจกรรม	กลุ่มเป้าหมาย	วัตถุประสงค์	รูปแบบกิจกรรม*					
			1	2	3	4	5	6
ด้านความปลอดภัย								
● กิจกรรมอบรมความปลอดภัยชุมชน	ชุมชนรอบโรงกลั่นน้ำมันบางจาก	เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้รู้จักลักษณะพื้นที่ในชุมชนของตนเองและมีความรู้ ความเข้าใจในการเลือกใช้อุปกรณ์ดับเพลิงให้เหมาะสมกับสภาพการณ์ต่างๆ					✓	

ตารางที่ 2 (ต่อ)

กิจกรรม	กลุ่มเป้าหมาย	วัตถุประสงค์	รูปแบบกิจกรรม*					
			1	2	3	4	5	6
● บริการเติมสารเคมีและมอบถังดับเพลิง	โรงเรียน และชุมชน	-บริการตรวจสภาพเปลี่ยนอะไหล่ที่ชำรุดของถังดับเพลิงทั้งชุมชนและโรงเรียนและมอบถังดับเพลิงใหม่ให้แก่โรงเรียนและชุมชนที่มีจำนวนถังดับเพลิงไม่เพียงพอ				✓		
● กิจกรรมอบรมดับเพลิงขั้นต้น	ผู้นำของชุมชนรอบโรงกลั่นน้ำมันบางจาก	เพื่อเตรียมความพร้อมและฝึกฝนทักษะในการใช้อุปกรณ์และควบคุมสถานการณ์เป็นหมู่คณะ					✓	
ด้านการศึกษา								
● กิจกรรมพี่บางจากสอนน้อง	เด็กๆ ในชุมชนพื้นที่รอบข้างบริษัท	สอนการบ้านและจัดกิจกรรมเพื่อเป็นประโยชน์ต่อเด็กและเยาวชนชุมชน					✓	
● ทุนการศึกษาเยาวชนบางจาก	โรงเรียน 19 แห่ง และนักเรียนจากชุมชนรอบโรงกลั่น	มุ่งมั่นส่งเสริมสนับสนุนการศึกษาให้แก่เยาวชนไทย				✓		
● กิจกรรมสื่อการเรียนรู้พลังงานทดแทน	โรงเรียนที่อยู่ในชุมชนรอบโรงกลั่น	มอบสื่อการเรียนรู้ประกอบการเรียนการสอนในการสร้างสร้างความรู้ความเข้าใจเรื่องพลังงานทดแทนให้แก่เยาวชน				✓		

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

ตารางที่ 2 (ต่อ)

กิจกรรม	กลุ่มเป้าหมาย	วัตถุประสงค์	รูปแบบกิจกรรม*					
			1	2	3	4	5	6
ด้านกีฬา								
● สโมสรฟุตบอลเยาวชนบางจาก	เยาวชนจากชุมชนรอบโรงกลั่น	เพื่อฝึกทักษะการเล่นฟุตบอล ฝึกวินัยและความเป็นนักกีฬา	✓					
● ฟุตซอลเยาวชนบางจาก	เยาวชนจากโรงเรียนในชุมชน	เพื่อสร้างเสริมความสัมพันธ์และความเข้มแข็งในชุมชน และช่วยลดความเสี่ยงในเรื่องยาเสพติด	✓					
ด้านคุณภาพชีวิต								
● โครงการแว่นแก้ว	นักเรียนจากโรงเรียนรอบโรงกลั่นน้ำมัน	ให้บริการวัดสายตาประกอบแว่น เพื่อช่วยเหลือนักเรียนที่มีปัญหาทางสายตา สนับสนุนให้เยาวชนมีคุณภาพที่ดี				✓		
● โครงการครอบครัวเดียวกัน	ประชาชนทั่วไป	เพื่อสนับสนุนให้สมาชิกในครอบครัวได้ใช้เวลาว่างร่วมกัน เรียนรู้และพัฒนาทักษะต่างๆ ที่เป็นประโยชน์	✓					
● ปั๊มชุมชน	เกษตรกรในชุมชน	เพื่อสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรในชุมชน และสร้างความมั่นคงแข็งแกร่งให้แก่กิจการของบางจาก						✓
● ส่งเสริมสินค้าชุมชน	เกษตรกรในชุมชน	เป็นการสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรในชุมชน						✓

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

ตารางที่ 2 (ต่อ)

กิจกรรม	กลุ่มเป้าหมาย	วัตถุประสงค์	รูปแบบกิจกรรม*					
			1	2	3	4	5	6
ด้านสิ่งแวดล้อม								
● กิจกรรมทอดผ้าป่ารักษาต้นน้ำ	พนักงานบางจากและครอบครัว	บริจาคทุนทรัพย์เพื่อสนับสนุนกระบวนการและกิจกรรมฟื้นฟูป่าอนุรักษ์				✓		
● โครงการรับซื้อน้ำมันพืชใช้แล้วเพื่อผลิตไบโอดีเซล	ประชาชนทั่วไป	รับซื้อน้ำมันพืชที่ใช้แล้ว เหลือจากการปรุงอาหารผ่านสถานีบริการน้ำมันบางจาก เพื่อช่วยลดปัญหาสุขภาพและสิ่งแวดล้อมจากการทิ้งน้ำมันใช้แล้วลงสู่สาธารณะ หรือนำไปจำหน่ายด้วยการทอดซ้ำ			✓			
● บางจากแก๊ซโซฮอล์ E20 และ E85	ผู้ใช้รถ	พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ลดมลพิษจากการเผาไหม้						✓
● บัตรบางจากแก๊สโซฮอล์คลับ	ผู้ใช้รถ	ช่วยลดภาระของผู้ใช้รถด้วยการให้ส่วนลดในการเติมน้ำมัน		✓				
● โครงการเยาวชนร่วมใจลดน้ำเสีย คืนน้ำใสให้เจ้าพระยา	โรงเรียนริมแม่น้ำเจ้าพระยา	เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาคุณภาพแม่น้ำเจ้าพระยา	✓					
● จัดอบรม “บัญชีการบริหารด้านสิ่งแวดล้อม”	ประชาชนทั่วไป	เพื่อใช้เป็นเครื่องมือลดต้นทุน ดูแลสิ่งแวดล้อม และรับผิดชอบต่อสังคม	✓					

* หมายเหตุ 1. การส่งเสริมประเด็นสังคม
2. การตลาดเกี่ยวเนื่องกับประเด็นสังคม
3. การตลาดเพื่อสังคมขององค์กร
4. การบริจาคตรง
5. อาสาสมัครช่วยเหลือชุมชน
6. ข้อปฏิบัติทางธุรกิจเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) (ปตท.) เริ่มดำเนินการด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีตั้งแต่ปี 2544 หลังจากที่การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทยแปลงสภาพและจดทะเบียนเป็นบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) คณะกรรมการของบริษัทได้ออกระเบียบบริษัท ว่าด้วยหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ โดยจัดตั้งคณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการสรรหา และคณะกรรมการกำหนดค่าตอบแทน ต่อมาในปี 2547 คณะกรรมการบริษัทได้จัดตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีของปตท. ขึ้น เพื่อช่วยส่งเสริมและกลั่นกรองการดำเนินงานเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการและบริหารจัดการ จึงทำให้ในปัจจุบัน ปตท. มีคณะกรรมการเฉพาะเรื่อง 4 คณะ และมีโครงการการจัดการองค์กร สำหรับดำเนินการโดยเฉพาะ

คณะกรรมการบริษัทมีเจตนารมณ์ที่จะส่งเสริมให้บริษัท ปตท. เป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจมีการกำกับดูแลกิจการและการบริหารจัดการที่เป็นเลิศ จากเจตนารมณ์ดังกล่าว คณะกรรมการบริษัทจึงกำหนดหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อให้คณะกรรมการ ผู้บริหารและพนักงาน ยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานและเพื่อให้บุคลากรทุกคน มีทัศนคติที่ดี มีพฤติกรรมการเรียนรู้ มีพัฒนาการอย่างสร้างสรรค์ และมีจิตสำนึกในการรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม โดยหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัท ปตท. ประกอบด้วยหลักการสำคัญ ดังนี้

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

1. ความรับผิดชอบต่อการตัดสินใจและการกระทำของตนเอง และสามารถชี้แจงหรืออธิบายการกระทำนั้นได้ (Accountability)

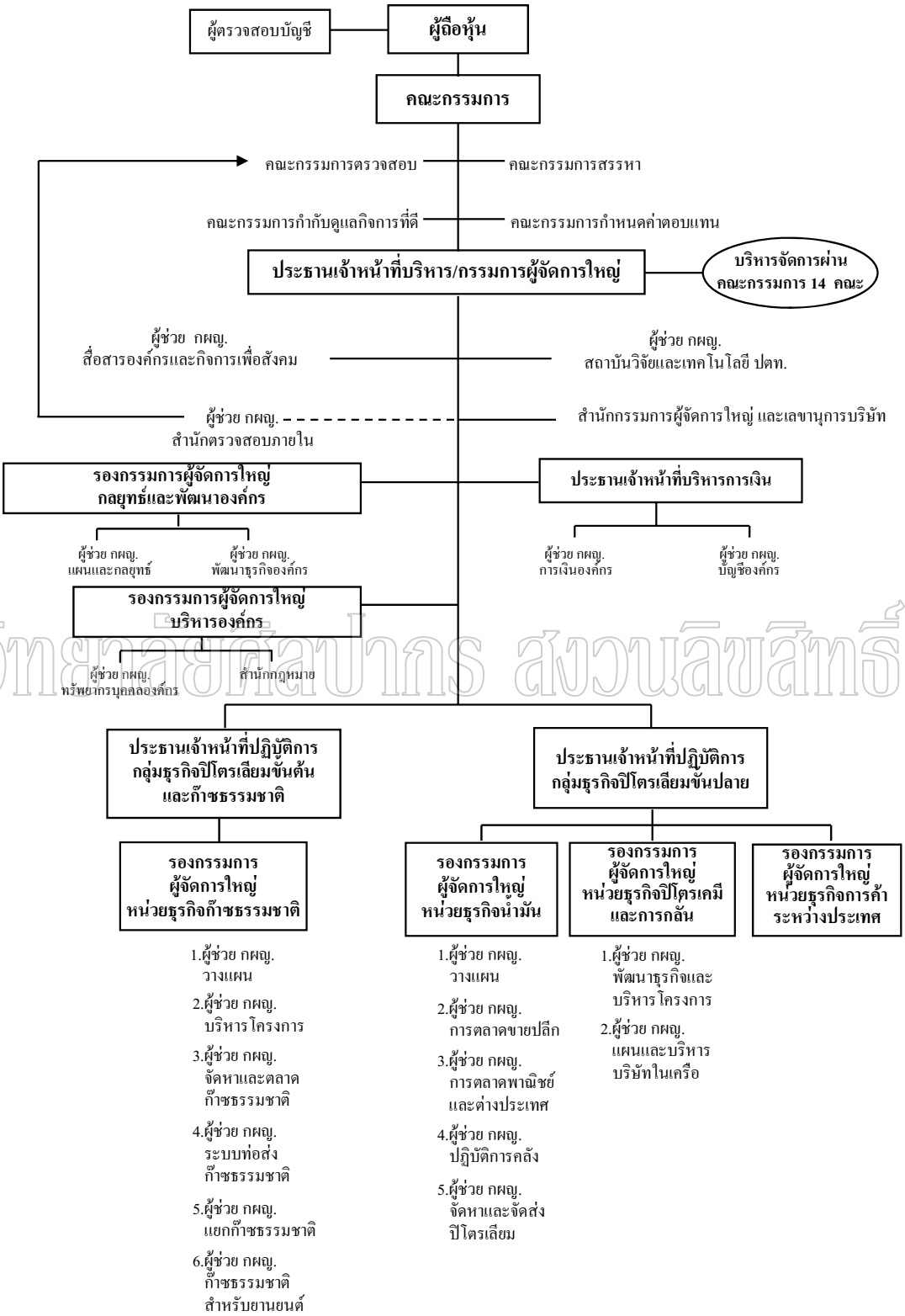
2. ความรับผิดชอบต่อการปฏิบัติหน้าที่ด้วยขีดความสามารถและประสิทธิภาพที่เพียงพอ (Responsibility)

3. การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างเท่าเทียมกัน เป็นธรรมต่อทุกฝ่ายและมีคำอธิบายได้ (Equitable Treatment)

4. ความโปร่งใสในการดำเนินงานที่ตรวจสอบได้ และการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใสแก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย (Transparency)

5. การมีวิสัยทัศน์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่กิจการในระยะยาว (Vision to Create Long Term Business Value)

6. การมีจริยธรรม จรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจ (Business Ethics)



มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

ภาพที่ 4 โครงสร้างการจัดการบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)
ที่มา : บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน), แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) ปี 2551 (กรุงเทพมหานคร : บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน), 2552), 166.

นอกจากนี้ ปตท. ยังได้กำหนดแนวปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ทั้งภายในและภายนอกองค์กรไว้อย่างชัดเจน เพื่อให้คณะกรรมการ ฝ่ายบริหาร และพนักงานยึดถือปฏิบัติในการดำเนินงาน โดยถือเป็นภาระหน้าที่และเป็นวินัยที่ทุกคนพึงปฏิบัติ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม ดังนี้

1. ประเทศ สังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม ปตท. ดำเนินธุรกิจภายใต้ข้อกำหนดของกฎหมาย ระเบียบต่าง ๆ ของหน่วยงานกำกับดูแลอย่างเคร่งครัดมีการจัดการด้านพลังงานปิโตรเลียมอย่างมืออาชีพ ใช้ทรัพยากรธรรมชาติให้เกิดประโยชน์สูงสุด มีแผนจัดการเหตุฉุกเฉินและสภาวะวิกฤติ รวมทั้งตระหนักถึงความสำคัญของคุณภาพความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสิ่งแวดล้อมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนส่งเสริมกิจกรรมทางสังคมในการรักษาสิ่งแวดล้อมและพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนตามหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ ปตท.มีหน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลเรื่องสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ฝ่ายกิจการเพื่อสังคม และฝ่ายคุณภาพ ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม

2. ลูกค้า ปตท. คำนึงถึงความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า ซึ่งเป็นผู้ที่ซื้อสินค้าและบริการจาก ปตท. ด้วยราคาที่เป็นธรรมมีคุณภาพ และมีความรับผิดชอบต่อลูกค้า และผู้บริโภค มุ่งมั่นพัฒนาสินค้า และให้บริการอย่างปลอดภัย ครบวงจร รวดเร็ว มีคุณภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วิทยทรัพยากร

3. คู่ค้า ปตท. ให้ความสำคัญในกระบวนการจัดซื้อจัดหา ซึ่งเป็นกระบวนการสำคัญเพื่อกำหนดค่าใช้จ่าย และคุณภาพสินค้า และบริการที่ ปตท.จะนำมาใช้ดำเนินกิจการ จึงต้องมีขั้นตอนการดำเนินงานเพื่อให้เกิดความโปร่งใส ตรวจสอบได้และก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ปตท. ยังให้ความสำคัญกับคู่ค้า อันเป็นบุคคลสำคัญที่ช่วยเหลือ และพยุงการดำเนินธุรกิจซึ่งกันและกัน ตั้งแต่การสรรหาไปจนถึงรายละเอียดในการดำเนินธุรกิจ ปตท. ต้องปฏิบัติต่อคู่ค้าอย่างเสมอภาคบนพื้นฐานของการแข่งขันที่เป็นธรรม และเคารพซึ่งกันและกัน

4. พนักงาน บุคลากรของ ปตท. ทุกคนเป็นส่วนสำคัญที่สุดในการดำเนินธุรกิจ ปตท. จึงให้ความสำคัญกับพนักงานทุกคนไม่ว่าจะทำงานอยู่ในส่วนใด ฝ่ายใด โดยปราศจากการเลือกปฏิบัติ โดย ปตท.ส่งเสริมให้บุคลากร รู้รักสามัคคี ไว้เนื้อเชื่อใจกัน ไม่แบ่งฝักแบ่งฝ่าย ปฏิบัติต่อกันอย่างสุภาพ และเคารพในศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ โดยการสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี มีความปลอดภัย จ่ายค่าตอบแทนที่เหมาะสมกับการทำงาน มีสวัสดิการที่ดีให้กับพนักงาน และจัดหานวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่มาสนับสนุนการทำงาน รวมทั้งไม่ให้เกิดกรณีที่มีลักษณะเป็นการคุกคามทางเพศ ปตท. ส่งเสริมการใช้สิทธิของลูกจ้างตามกฎหมายว่าด้วยสหภาพแรงงาน และ

รัฐวิสาหกิจสัมพันธ์ ปตท. จะไม่กระทำการอันใดที่เป็นการขัดขวางกิจกรรมของสหภาพฯ เว้นแต่กิจกรรมนั้นจะเป็นการกระทำอันขัดต่อกฎหมาย จรรยาบรรณธุรกิจอย่างร้ายแรง หรือก่อความเสียหายอย่างร้ายแรงต่อปตท.

5. สิทธิมนุษยชน ปตท. ให้ความสำคัญในการดำเนินงานทุกเรื่องและทุกพื้นที่โดยปฏิบัติให้สอดคล้องทั้งสิทธิมนุษยชน และสิทธิแรงงานตามหลักสากล

ในระดับบริหารและระดับปฏิบัติการ บริษัท ปตท. ถือว่าการบริหารคุณภาพ ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม (QSHE : Quality Safety Healthy and Environment) มีความสำคัญและจำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจ จึงส่งเสริมให้ทุกหน่วยงานในองค์กรดำเนินงานอย่างจริงจังและต่อเนื่อง โดยมีแนวทางยึดถือและปฏิบัติ ดังนี้

1. มุ่งเน้นการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร ด้วยกระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพเพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่สร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า

2. ปฏิบัติตามกฎหมายในเรื่องคุณภาพ ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง โดยถือเป็นบรรทัดฐานเบื้องต้น

3. ถือว่าความปลอดภัยเป็นหัวใจในการปฏิบัติงาน โดยมุ่งเน้นการบริหารความเสี่ยงและควบคุมความสูญเสียจากอุบัติเหตุ อัคคีภัย ทรัพย์สินเสียหาย การละเมิดระบบรักษาความปลอดภัย ตามมาตรฐานสากล

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วิทยทรัพยากร

4. ดูแลในเรื่องอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานของผู้ปฏิบัติงาน เพื่อหลีกเลี่ยงอุบัติเหตุ การบาดเจ็บ หรือการเจ็บป่วยจากการทำงาน

5. ดำเนินกิจการโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม และการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชน และรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

ทั้งนี้ ผู้บริหารทุกหน่วยงานมีหน้าที่ต้องรับผิดชอบในการดำเนินการส่งเสริม สนับสนุนและผลักดันเรื่องคุณภาพ ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม ให้เป็นไปตามนโยบายและเป้าหมายที่กำหนดภายใต้โครงการหน่วยงานบริหารคุณภาพ ความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสิ่งแวดล้อม หรือ QSHE : Quality Safety Healthy and Environment โดยฝ่ายคุณภาพ ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม ปตท. จะทำหน้าที่กำหนดนโยบายคุณภาพ ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม และบริหารคุณภาพ ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม ในส่วนของงานบริหารองค์กร โดยทำงานร่วมกับส่วนคุณภาพ ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อมของกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ

ปตท. มีเป้าหมายชัดเจน ในด้านคุณภาพ ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม (Quality, Safety, Health and Environment: QSHE) อันเป็นองค์ประกอบหลักสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) ซึ่งมีการวิเคราะห์และประเมินผลโดยพิจารณาถึงความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง นำมาวางแผน กำหนดนโยบาย ทิศทางการบริหารจัดการความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นอย่างเป็นระบบ

จากการศึกษาพบว่า ปตท.มีเป้าหมายชัดเจนในการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยรูปแบบการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม จากกรอบแนวคิดการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมของ ฟิลลิป คอตเลอร์ และแนนซี่ ลีสามารถแบ่งรูปแบบการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมของ ปตท. ได้เป็น 4 ประเภท คือ การส่งเสริมประเด็นสังคม การบริจาคตรง อาสาสมัครช่วยเหลือชุมชน และข้อปฏิบัติทางธุรกิจเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม โดยผ่านการดำเนินกิจกรรม ดังนี้

การส่งเสริมประเด็นทางสังคม

- *โครงการรถนิทรรศการเคลื่อนที่ "เปิดโลกก๊าซธรรมชาติ"* ออกเดินทางให้ความรู้เรื่องก๊าซธรรมชาติแก่นักเรียน ด้วยการคัดเลือกเยาวชนจากโรงเรียนที่ได้ชมรถนิทรรศการเคลื่อนที่ให้เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อการใช้พลังงานอย่างคุ้มค่า หรือโครงการ ปตท. 5 ส.สู่โรงเรียน โดยนำหลักการเรื่อง 5 ส. ได้แก่ สะสาง สะดวก สะอาด สุขอนามัย และสร้างนิสัย เข้าไปส่งเสริมและเผยแพร่ให้เกิดผลในทางปฏิบัติแก่เยาวชนในโรงเรียนต่างๆ พร้อมจัดการประกวดและสร้างเครือข่ายโรงเรียน 5 ส. นอกจากนี้ ยังได้สนับสนุนการแข่งขันเทนนิสเยาวชน โดยการสนับสนุนการจัดการแข่งขันเทนนิสอาชีพระดับโลกในประเทศไทย เพื่อส่งเสริมประสบการณ์และพัฒนามาตรฐานวงการกีฬาเทนนิสไทยในทุกๆ ด้าน และในโอกาสที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงครองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี ปตท. ได้ทำโครงการปลูกหญ้าแฝกเฉลิมพระเกียรติฯ โดยนำหญ้าแฝกมาใช้ป้องกันการพังทลายของดินและฟื้นฟูสภาพพื้นที่หลังการก่อสร้างโครงการท่อส่งก๊าซธรรมชาติไทย-พม่า โดยโครงการดังกล่าวมุ่งเน้นการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับหญ้าแฝก และส่งเสริมให้หน่วยงานของ ปตท. เครือข่าย และชุมชนต่างๆ ร่วมกันปลูกหญ้าแฝก อันจะเป็นประโยชน์ทั้งผู้ที่ปลูกหญ้าแฝก และสภาพพื้นดินและแหล่งน้ำของประเทศไทยโดยรวม

- *โครงการปลูกป่าถาวรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในวโรกาสทรงครองราชย์ปีที่ 50 จำนวน 1 ล้านไร่* ปตท.และชุมชนได้ร่วมพลิกฟื้นคืนป่าให้เขียวชอุ่มอีกครั้ง ซึ่งทำให้ ปตท. ตระหนักถึงคุณค่าและความหมายของการปลูกป่าได้มากกว่าต้นไม้ พร้อมกับการปลูกคนเพื่อให้ป่าอยู่รอด สร้างความรักความผูกพันผืนป่ากับชุมชนควบคู่กับการพัฒนาชีวิต

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วังท่าพระ

- *โครงการปรับปรุงบริการอำนวยความสะดวกผู้พิการ* ปตท. ได้รับรางวัลสถานที่ดีเด่นที่เอื้อต่อคนพิการ โดยกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ จากการปรับปรุงห้องน้ำภายในสถานีบริการที่อยู่บนเส้นทางสายหลัก ให้มีห้องน้ำพิเศษสำหรับผู้สูงอายุ สตรีมีครรภ์ และผู้พิการ

- *โครงการรักษ์ป่า สร้างคน 84 ตำบล วิถีพอเพียง* ปตท. ต้องการน้อมนำแนวพระราชดำริวิถีพอเพียงมาบูรณาการสู่ชุมชน สร้างความผาสุกที่ยั่งยืน ถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อนำไปสู่กระบวนการพัฒนาชุมชนจากภายในไปสู่ภายนอก ทั้งนี้ ปตท. ตั้งเป้าหมายในการคัดเลือกและพัฒนาชุมชนให้ครบ 84 ตำบล เพื่อเป็นการเทิดพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในวโรกาสทรงเจริญพระชนมายุครบ 84 พรรษา ในปี 2554

- *โครงการลูกโลกสีเขียว* เป็นโครงการที่ ปตท. สนับสนุนและให้กำลังใจแก่ผลงานการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของบุคคลและชุมชนที่ทำด้วยความมุ่งมั่น เป็นความดีที่สมควรได้รับการยกย่องและเผยแพร่เป็นแบบอย่าง รวมทั้งสนับสนุนให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้วยการจัดเครือข่ายลูกโลกสีเขียวทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค

การบริจาคตรง ปตท.

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

- *โครงการสนับสนุนการแก้ไขปัญหาจราจร* เพื่อสร้างความปลอดภัยบนท้องถนน พร้อมด้วยการสร้างเสริมการมีวินัยและน้ำใจให้แก่ผู้ใช้รถใช้ถนน โดยการมอบกรวยยางจราจร จำนวน 17,500 อัน ผ่านสำนักงานตำรวจแห่งชาติ และหน่วยงาน ปตท. ในพื้นที่ เพื่อจัดสรรให้แก่สถานีตำรวจและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค

- *สนับสนุนการพัฒนาการกีฬาและลานกีฬาในสามจังหวัดภาคใต้* ด้วยการมอบอุปกรณ์กีฬา เพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีของพี่น้องชายแดนภาคใต้ รวมทั้งเล็งเห็นความสำคัญของการศึกษาจึงมีการมอบทุนการศึกษา อุปกรณ์การเรียนการสอนและอุปกรณ์กีฬาให้แก่โรงเรียนในพื้นที่รอบหน่วยงานของปตท. และแนวท่อส่งก๊าซธรรมชาติทั่วประเทศ

- *การแก้ปัญหาเร่งด่วนจากภัยพิบัติทางธรรมชาติ* จากสภาวะภูมิอากาศของโลกที่เปลี่ยนแปลงไป ประเทศไทยต้องเผชิญกับภัยธรรมชาติในหลายรูปแบบ ส่งผลให้ประชาชนได้รับความเดือดร้อนในหลายพื้นที่ ปตท. จึงเร่งส่งมอบความช่วยเหลือสนับสนุนเชื้อเพลิง ถุงยังชีพ และสิ่งของต่างๆ เพื่อบรรเทาทุกข์และแก้ไขสถานการณ์ให้เป็นปกติโดยเร็วที่สุด

อาสาสมัครช่วยเหลือชุมชน

- *โครงการ PTT Engine Tune up* บริการตรวจเช็กสภาพรถยนต์ฟรี ลดมลภาวะ ประหยัดพลังงาน โดยร่วมกับกระทรวงพลังงานและสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา (สอศ.) นำนักศึกษาอาชีวะให้บริการตรวจเช็กสภาพรถยนต์ทุกประเภทฟรี ณ สถานีบริการน้ำมัน

ปตท. ทั่วประเทศรวม 50 แห่ง โดย ปตท. ยังจัดบริการตรวจเช็กเครื่องยนต์ฟรี ณ ศูนย์บริการ PROCheck 120 แห่งทั่วประเทศ

- *โครงการปันน้ำใจชุมชน* เปิดคลินิกที่โรงแยกก๊าซธรรมชาติระยอง ให้บริการรักษาพยาบาลฟรีแก่ชุมชน และจัดหน่วยแพทย์เคลื่อนที่ออกให้บริการตรวจรักษาและให้ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสุขภาพแก่ชุมชนที่อยู่ใกล้พื้นที่หน่วยงาน ปตท. ในส่วนภูมิภาค

ข้อปฏิบัติทางธุรกิจเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

- *โครงการทองผาภูมิตะวันตก* ปตท. ดำเนินงานอนุรักษ์และฟื้นฟูพื้นที่ป่า 30,000 ไร่ ต. ห้วยเขย่ง อ. ทองผาภูมิ จ. กาญจนบุรี ตามพันธะสัญญา EIA โครงการวางท่อส่งก๊าซธรรมชาติไทย-สหภาพพม่า ภายใต้การประสานความร่วมมือกับโครงการพัฒนาองค์ความรู้และศึกษานโยบายการจัดการทรัพยากรชีวภาพในประเทศไทย และชุมชนในพื้นที่ เพื่อศึกษาระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพในพื้นที่โรงแยกก๊าซ รวมทั้งสร้างความเข้าใจในการร่วมกันดูแลรักษาและฟื้นฟูพื้นที่ป่าและสภาพแวดล้อมของท้องถิ่นอย่างยั่งยืนต่อไป

ตารางที่ 3 ตัวอย่างกิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

กิจกรรม	กลุ่มเป้าหมาย	วัตถุประสงค์	รูปแบบกิจกรรม*					
			1	2	3	4	5	6
ด้านการศึกษา								
● โครงการโรงเรียนในฝัน	โรงเรียนในชุมชนชนบท	เพื่อสนับสนุนให้โรงเรียนดำเนินการพัฒนาตามแนวทางการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ที่มีมาตรฐาน	✓					
● มอบทุนการศึกษา	นักเรียนยากจนและมีความประพฤติดี	เพื่อสนับสนุนทุนการศึกษา อุปกรณ์การเรียนการสอนและอุปกรณ์กีฬา ให้กับโรงเรียนในเขตพื้นที่รอบหน่วยงานคลังและแนวท่อส่งก๊าซธรรมชาติทั่วประเทศอย่างต่อเนื่อง				✓		

ตารางที่ 3 (ต่อ)

กิจกรรม	กลุ่มเป้าหมาย	วัตถุประสงค์	รูปแบบกิจกรรม*					
			1	2	3	4	5	6
● โครงการรถนิทรรศการเคลื่อนที่ “เปิดโลกก๊าซธรรมชาติ”	นักเรียน	ให้ความรู้เรื่องก๊าซธรรมชาติ เพื่อการใช้พลังงาน	✓					
● โครงการ ปตท. 5 ส.	โรงเรียน	นำหลักการเรื่อง 5 ส. เข้าไปส่งเสริมและเผยแพร่ให้เกิดผลในทางปฏิบัติแก่เยาชน	✓					
ด้านศิลปะและวัฒนธรรม								
● จัดประกวด “การตีกลองปูจา”	ประชาชนทั่วไป	เพื่อสืบสานและถ่ายทอดประเพณีสู่ลูกหลาน	✓					
● จัดประกวดและติดตั้งประติมากรรมชาวลานนา	ประชาชนทั่วไป	เพื่อเป็นสื่อทางวัฒนธรรมให้กับประชาชนชาวเชียงใหม่และนักท่องเที่ยว	✓					
ด้านกีฬา								
● สนับสนุนการจัดสร้างสนามกีฬาและลานกีฬาใน 3 จังหวัดภาคใต้	ประชาชนทั่วไป	เพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีของพี่น้องชายแดนภาคใต้				✓		
● สนันสนุนการแข่งขันเทนนิสเยาวชน	เยาวชน	เพื่อส่งเสริมประสบการณ์และพัฒนามาตรฐานวงการกีฬาเทนนิสไทยในทุกๆ ด้าน	✓					
ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม								
● โครงการปลูกป่าถาวรเฉลิมพระเกียรติฯ 1 ล้านไร่	ประชาชนทั่วไป	สร้างความรักความผูกพันผืนป่ากับชุมชนควบคู่กับการพัฒนาชีวิต	✓					

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

ตารางที่ 3 (ต่อ)

กิจกรรม	กลุ่มเป้าหมาย	วัตถุประสงค์	รูปแบบกิจกรรม*					
			1	2	3	4	5	6
● โครงการปันน้ำใจชุมชน	ประชาชนทั่วไป	ให้บริการตรวจรักษาและให้ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสุขภาพแก่ชุมชน					✓	
● โครงการ PTT Engine Tune up	ประชาชนทั่วไป	บริการตรวจเช็กสภาพรถยนต์ฟรี เพื่อช่วยลดมลภาวะ ประหยัดพลังงาน					✓	
● โครงการปรับปรุงบริการอำนวยความสะดวกผู้พิการ ปตท.	ผู้พิการ	เพื่อปรับปรุงห้องน้ำภายในสถานี ให้มีห้องน้ำพิเศษสำหรับผู้สูงอายุ สตรีมีครรภ์และผู้พิการ	✓					
● โครงการลูกโลกสีเขียว	ชุมชนและประชาชนทั่วไป	สนับสนุนและให้กำลังใจ แก่ผลงานการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของบุคคลและกลุ่มบุคคลที่ทำด้วยแรงกาย แรงใจ และด้วยความมุ่งมั่น	✓					
● ศูนย์ศึกษาเรียนรู้ระบบนิเวศป่าชายเลนสิรินาถราชินี	ประชาชนทั่วไป	เป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้ในระบบนิเวศป่าชายเลน	✓					
● โครงการทองผาภูมิตะวันตก	ชุมชนและประชาชนทั่วไป	เพื่อสร้างความเข้าใจในการร่วมกันดูแลรักษา อนุรักษ์และฟื้นฟูพื้นที่ป่า						✓

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

ตารางที่ 3 (ต่อ)

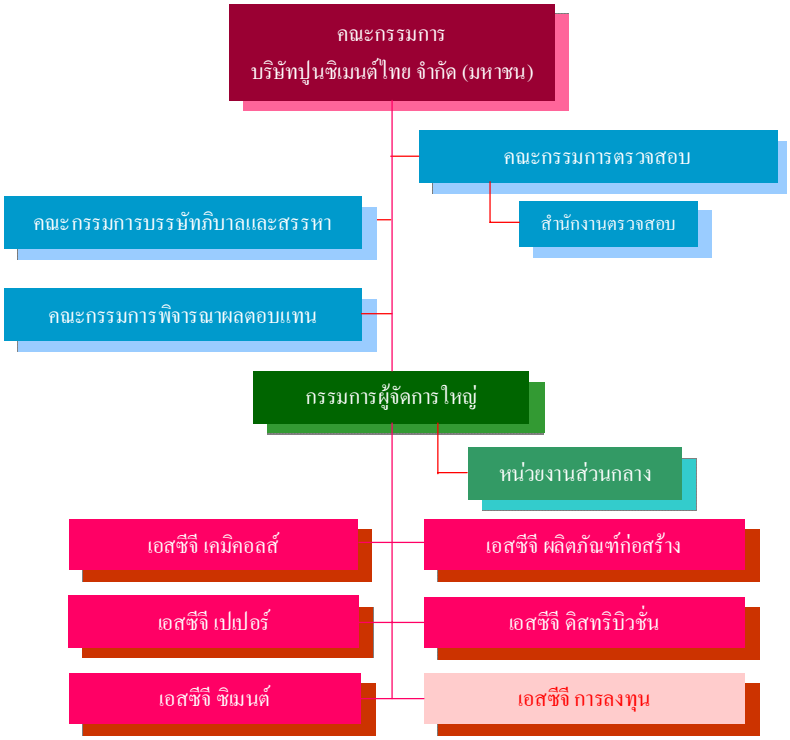
กิจกรรม	กลุ่มเป้าหมาย	วัตถุประสงค์	รูปแบบกิจกรรม*					
			1	2	3	4	5	6
● โครงการรักษ์ป่าสร้างคน ๘๔ ตำบลวิถีพอเพียง	84 ตำบลทั่วประเทศ	เพื่อน้อมนำแนวพระราชดำริเรื่องปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาปฏิบัติให้เป็นรูปธรรมในตำบลต่าง ๆ	✓					

* หมายเหตุ 1. การส่งเสริมประเด็นสังคม
2. การตลาดเกี่ยวเนื่องกับประเด็นสังคม
3. การตลาดเพื่อสังคมขององค์กร
4. การบริจาคตรง
5. อาสาสมัครช่วยเหลือชุมชน
6. ข้อปฏิบัติทางธุรกิจเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) (เอสซีจี) ดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบและเป็นธรรม โดยยึดมั่นในอุดมการณ์ซึ่งได้ถือปฏิบัติสืบเนื่องกันมาเป็นเวลานาน ภายใต้กรอบของจรรยาบรรณที่ได้มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมบนพื้นฐานแห่งประโยชน์สุขอย่างสมดุลและยั่งยืน โดยการกำหนดเป็นลายลักษณ์อักษรตั้งแต่ปี 2530 โดยมีการปรับปรุงล่าสุดในปี 2547 เอสซีจีถือว่านโยบายด้านบรรษัทภิบาลเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายการดำเนินธุรกิจ โดยคณะกรรมการบริษัทได้กำหนดให้มีการติดตามและประเมินผลเป็นประจำทุกปี และมีการปรับปรุงแก้ไขให้มีความทันสมัย เหมาะสมสอดคล้องกับสภาวการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้ คณะกรรมการบริษัทได้มอบหมายให้คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและสรรหา ทำหน้าที่กำกับดูแลด้านบรรษัทภิบาลของเอสซีจี ตลอดจนพิจารณาแนวโน้มและความเคลื่อนไหวในระดับสากล อาทิ หลักปฏิบัติของบริษัทชั้นนำของโลกที่ได้รับการยอมรับในด้านบรรษัทภิบาล กฎเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์ชั้นนำของโลก เพื่อเปรียบเทียบกับสิ่งที่ปฏิบัติอยู่ โดยโครงสร้างการจัดการของเอสซีจี เป็นดังนี้



มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

ภาพที่ 5 โครงสร้างการจัดการบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)
ที่มา : บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน), แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) ปี 2551 (กรุงเทพมหานคร : บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน), 2552), 75.

คณะกรรมการบริษัทกำหนดให้เรื่องบรรษัทภิบาลเป็นวาระหลักวาระหนึ่งในการประชุมคณะกรรมการบริษัท นอกจากนี้ ยังได้จัดทำคู่มือบรรษัทภิบาลเอสซีจี และจรรยาบรรณแจกให้กับพนักงานควบคู่ไปกับการให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเพื่อให้พนักงานทุกคนสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน รวมทั้งรับผิดชอบดูแลให้มั่นใจได้ว่าสิทธิดังกล่าวได้รับการคุ้มครองและปฏิบัติด้วยความเสมอภาคอย่างเคร่งครัด ทั้งผู้ถือหุ้นพนักงาน ผู้ใช้สินค้าและบริการและผู้มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจ ดังนี้

1. ผู้ถือหุ้น นอกจากสิทธิขั้นพื้นฐาน สิทธิที่กำหนดไว้ในกฎหมาย ข้อบังคับบริษัท เช่น สิทธิในการขอตรวจสอบจำนวนหุ้น สิทธิในการได้รับใบหุ้นสิทธิในการเข้าประชุมผู้ถือหุ้นและออกเสียงลงคะแนน สิทธิในการแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระในที่ประชุมผู้ถือหุ้น รวมถึงสิทธิที่จะได้รับผลตอบแทนอย่างเป็นธรรมแล้ว ยังได้ให้สิทธิผู้ถือหุ้นในการเสนอแนะข้อคิดเห็นต่างๆ เกี่ยวกับการ

ดำเนินธุรกิจของบริษัทในฐานะเจ้าของบริษัทผ่านกรรมการอิสระ โดยทุกๆ ข้อคิดเห็นจะได้รับการกลั่นกรองเพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทต่อไป

2. พนักงาน ให้ความสำคัญกับพนักงานโดยถือว่าเป็นทรัพยากรที่มีค่า และมุ่งมั่นที่จะให้พนักงานทุกคนมีความภาคภูมิใจและเชื่อมั่นในองค์กร ในปีที่ผ่านมาได้จัดทำโครงการต่างๆ เพื่อสนับสนุน และเสริมสร้างบรรยากาศการทำงานร่วมกันเพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ เสริมศักยภาพของพนักงานให้พร้อมสำหรับการปฏิบัติงานในต่างประเทศ และรับมือกับสภาวะเศรษฐกิจที่ผันผวน นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน รวมถึงค่าตอบแทนของพนักงาน

3. ลูกค้า มีความมุ่งมั่นที่จะให้ผู้ใช้สินค้าและบริการได้รับประโยชน์สูงสุดทั้งด้านคุณภาพและราคา และมุ่งหมายที่จะพัฒนาและรักษาสัมพันธภาพที่ยั่งยืน รวมทั้งจัดให้มีหน่วยงานรับผิดชอบในการให้ข้อเสนอแนะในสินค้าคำปรึกษา วิธีการแก้ปัญหา และรับข้อร้องเรียน เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุดในสินค้าและบริการ

4. คู่ค้า ปฏิบัติตามกรอบการแข่งขันทางการค้าที่สุจริตโดยยึดถือการปฏิบัติตามสัญญา จรรยาบรรณเอสซีจี และคำมั่นที่ให้ไว้กับคู่ค้าอย่างเคร่งครัด และมีนโยบายในการส่งมอบสินค้าตามคุณภาพและตรงตามกำหนดเวลา

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

5. คู่แข่งทางการค้า ปฏิบัติตามกรอบการแข่งขันทางการค้าที่สุจริตโดยยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นธรรม ภายใต้กรอบของกฎหมายและจรรยาบรรณ โดยในปีที่ผ่านมาบริษัทไม่มีข้อพิพาทใดๆ ในเรื่องที่เกี่ยวกับคู่แข่งทางการค้า

6. เจ้าหนี้ ได้ปฏิบัติตามเงื่อนไขการกู้ยืมเงินตามข้อตกลง และหน้าที่ที่พึงมีต่อเจ้าหนี้ เช่น เจ้าหนี้ทางธุรกิจ และผู้ฝากเงิน นอกจากนี้ เอสซีจียังจัดให้มีโครงการต่างๆ เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับเจ้าหนี้ เช่น กิจกรรมหุ้นกู้สัมพันธ์

7. ด้านสังคม มุ่งสนับสนุนกิจกรรมเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและเสริมสร้างประโยชน์สุขของชุมชนและสังคมที่เข้าไปดำเนินธุรกิจทั้งในประเทศไทยและอาเซียน ด้วยการสร้างสรรค์กิจกรรมเพื่อสังคมในด้านต่างๆ อย่างต่อเนื่องตลอดมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาศักยภาพของเยาวชนทั้งด้านการศึกษา วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี กีฬา และศิลปะรวมทั้งมอบเงินสนับสนุนกิจกรรมสาธารณประโยชน์อย่างสม่ำเสมอ โดยเชื่อมั่นว่าความสำเร็จอย่างยั่งยืนของบริษัทขึ้นอยู่กับความรับผิดชอบต่อผลการดำเนินงาน รวมทั้งการให้ความสำคัญต่อความต้องการของชุมชนทั้งในเรื่องที่เกี่ยวกับเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม อาชีวอนามัยความปลอดภัย และวัฒนธรรมประเพณี

นอกจากนี้ ยังส่งเสริมให้พนักงานและผู้เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการปฏิบัติตนเป็นพลเมืองดีที่ทำประโยชน์ให้กับชุมชนและสังคม เพื่อให้เติบโตเคียงคู่กันไปอย่างยั่งยืน

8. ด้านสิ่งแวดล้อม มุ่งมั่นที่จะดูแลรักษาสภาพแวดล้อมและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อให้เกิดความสมดุลของระบบนิเวศอย่างยั่งยืน โดยออกแบบและปรับปรุงกระบวนการผลิต เครื่องจักร เทคโนโลยีรวมทั้งพัฒนาสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนใส่ใจอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างจริงจังตามแนวทาง 3R (Reuse, Reduce/Recycle, Replenish) มีการจัดทำแผนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่ชัดเจนและมีระบบติดตามประเมินผลอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ ยังมุ่งดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม เพื่ออยู่ร่วมกับชุมชนอย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) มีหน่วยงานรับผิดชอบการนำแนวคิดและนโยบายด้านจรรยาบรรณ บรรษัทภิบาล นโยบายการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย แนวทางการบริจาค และหลักการพื้นฐานในการบริหารบุคคล ที่คณะกรรมการบริษัทได้กำหนดแนวทางไว้แล้วนั้น ไปสู่การปฏิบัติจริง เพื่อเพิ่มความสะดวกและคล่องตัวในการดำเนินงานและอำนาจการตัดสินใจ เช่น

- สำนักงานการบุคคล ดูแลการดำเนินงานเกี่ยวกับพนักงาน ตั้งแต่การคัดเลือก การพัฒนาความรู้ การบริหารผลตอบแทน การบริหารความก้าวหน้าทางวิชาชีพ เป็นต้น

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

- สำนักงานสื่อสารองค์กร ดูแลการดำเนินกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในสังคม โดยเน้นกิจกรรมที่มีผลกระทบในวงกว้าง

- มูลนิธิซิเมนต์ไทย ดูแลเรื่องสนับสนุนด้านการศึกษา ส่งเสริมพัฒนาบุคลากรด้านการแพทย์และสาธารณสุข ส่งเสริมพัฒนาบุคลากรด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ส่งเสริมกิจกรรมด้านสังคม ส่งเสริมและอนุรักษ์ ศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม

- ศูนย์ส่งเสริมคุณภาพงาน ดูแลเรื่องการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย โดยเน้นการควบคุมและป้องกันปัญหาเรื่องสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยจากการดำเนินงาน

นอกจากหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบเรื่องดังกล่าวข้างต้นแล้ว ในแต่ละบริษัทในเครือซิเมนต์ไทยยังจัดให้มีหน่วยงานที่รับผิดชอบเรื่องการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมในแต่ละด้านเพื่อดำเนินงานในระดับบริษัทเอง ทั้งกิจกรรมที่รับแนวปฏิบัติมาจากส่วนกลาง และกิจกรรมที่บริษัทริเริ่มขึ้นเองตามความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและความต้องการในท้องถิ่น เช่น กิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ กิจกรรมรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อม และกิจกรรมพนักงาน เป็นต้น ทั้งนี้ นอกจากคณะกรรมการบริษัทจะให้แนวนโยบายในการดำเนินงานด้านต่าง ๆ แล้ว ยังมีการกำกับดูแลและติดตามผลอย่างสม่ำเสมอ

หน่วยงานที่รับผิดชอบในแต่ละด้าน มีหน้าที่รายงานผลโดยตรง ภายในระยะเวลาที่กำหนดแก่คณะจัดการเครือซิเมนต์ไทย โดยคณะจัดการเครือฯ จะกลั่นกรองเพื่อพิจารณาประเด็นที่สำคัญเพื่อรายงานและหารือในที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ซึ่งจัดขึ้นเป็นประจำอย่างน้อยปีละ 8 ครั้ง

นอกจากนั้น ในบางเรื่องยังมีคณะกรรมการเฉพาะเรื่องดูแลรับผิดชอบโดยตรง เช่น คณะกรรมการบริจาค ซึ่งกำกับดูแลเรื่องการบริจาคโดยตรง ซึ่งจะจัดการประชุมปีละหลายครั้ง ตามภาระหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย นอกจากกรรมการบริษัทจะสามารถติดตามผลการปฏิบัติตามแผนได้จากการประชุมคณะกรรมการแล้ว กรรมการบริษัทยังสามารถติต่อสื่อสารกับคณะจัดการเครือซิเมนต์ไทย หรือผู้รับผิดชอบในแต่ละด้านได้โดยตรงตามความเหมาะสม เพื่อขอทราบข้อมูลและความคืบหน้าของการปฏิบัติงานในแต่ละเรื่องได้ โดยการติดต่อสื่อสารนั้นต้องไม่เป็นการก้าวก่ายหรือแทรกแซงจนมีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจโดยปกติของบริษัท

จากการศึกษาพบว่า เอสซีจีการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยรูปแบบการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม จากกรอบแนวคิดการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมของ ฟิลลิป คอตเลอร์ และแนนซี่ ลีสามารถแบ่งรูปแบบการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมของเอสซีจีได้เป็น 4 ประเภท คือ การส่งเสริมประเด็นสังคม การบริจาคตรง อาสาสมัครช่วยเหลือชุมชน และข้อปฏิบัติทางธุรกิจเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม โดยผ่านการดำเนินกิจกรรม ดังนี้

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วังท่าพระ

การส่งเสริมประเด็นสังคม

- *โครงการ Do It Green* เป็นโครงการที่เอสซีจีจัดทำขึ้นเพื่อสร้างจิตสำนึกและกระตุ้นพฤติกรรมด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมตามแนวทาง 3R ให้กับพนักงานเครือซิเมนต์ไทยรวมถึงประชาชนทั่วไป โดยการรณรงค์การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่า และเกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งแนวคิดนี้สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน ช่วยลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นได้อีกทางหนึ่ง ซึ่งการรณรงค์เริ่มตั้งแต่ภายในองค์กรโดยการจัดกิจกรรมเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อมและแนวทางปฏิบัติ 3R จากนั้นจึงกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมผ่านการจัดประกวดกิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมภายในโรงงานของแต่ละกลุ่มธุรกิจ ก่อนจะขยายผลสู่ประชาชนทั่วไป

- *โครงการเพื่อนช่วยเพื่อน* เอสซีจีร่วมกับกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรมในการส่งเสริมให้อุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม มีระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อร่วมกันปรับปรุงการใช้น้ำ วัตถุดิบ และลดของเสียที่เกิดขึ้น

- *โครงการรักษ์โลก รักรีไซเคิล* เป็นโครงการที่มุ่งส่งเสริมให้พนักงานและชุมชนมีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อมและตระหนักถึงการร่วมมือกันเพื่อช่วยลดภาวะโลกร้อน โดยสร้าง

จิตสำนึกให้กับพนักงานและชุมชนในการคัดแยกกระดาษใช้แล้วทั้งที่บ้านและที่ทำงานออกจากขยะทั่วไป เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่กระดาษและนำกลับสู่กระบวนการรีไซเคิล

- *โครงการจุดประกายปัญญาปี 4 "Young Writer Camp"* ร่วมกับเครือมติชน ดำเนินการอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 เพื่อส่งเสริมให้เยาวชนไทยได้พัฒนาทักษะการคิด การอ่าน และการเขียนแบบมืออาชีพ พร้อมแลกเปลี่ยนมุมมองประสบการณ์หลากหลายร่วมกับนักเขียนชื่อดังที่ชื่นชอบ รวมทั้งเสริมสร้างแรงบันดาลใจให้กับเยาวชน และสามารถนำความรู้ไปพัฒนาผลงานให้มีคุณภาพและก่อให้เกิดประโยชน์ในอนาคต

- *SCG Badminton* เครือซิเมนต์ไทยสนับสนุนกีฬาแบดมินตันอย่างครบวงจรโดยร่วมมือกับสมาคมแบดมินตันแห่งประเทศไทย เพื่อพัฒนาศักยภาพของนักแบดมินตันไทยให้สามารถก้าวไปถึงจุดสูงสุดในระดับโลก โดยเริ่มตั้งแต่การจัดการแข่งขันชิงชนะเลิศเยาวชนแห่งประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง จัดการแข่งขัน Siam Cement All Thailand Badminton Championship ชิงถ้วยพระราชทานพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถฯ ซึ่งเป็นการแข่งขันในประเทศที่สำคัญที่สุด เพื่อชิงอันดับนักแบดมินตันไทย

- *เทศกาลนิทานในสวน* เอสซีจีจัดขึ้นเพื่อให้สังคมเกิดการรับรู้อย่างกว้างขวางถึงกระบวนการและความสำคัญของการเล่านิทาน อ่านหนังสือให้เด็กฟัง มีความเข้าใจเกี่ยวกับหนังสือเด็ก เกิดวัฒนธรรมการเลี้ยงลูกด้วยหนังสือตั้งแต่ปฐมวัย รวมถึงพัฒนาบุคลากรที่มีหน้าที่ดูแลเด็กปฐมวัยให้มีความรู้ความเข้าใจในกิจกรรมการเล่านิทาน

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

การบริจาคตรง

- *โครงการรองเท้าของหนู* เป็นโครงการที่เกิดจากปัญหาความยากจนที่เกิดขึ้นกับชุมชนโดยรอบโรงงานปูนซิเมนต์ โดยเฉพาะความขาดแคลนรองเท้าของนักเรียนประถมโรงเรียนบ้านป่ากังกวาง ป่าไผ่ สองคอนวิทยา และโรงเรียนท่าเกวียน จังหวัดสระบุรี ดังนั้น เอสซีจีจึงขอรับบริจาคเงินพนักงานและสนับสนุนเงินอีกส่วนหนึ่งเพื่อจัดซื้อรองเท้าให้กับนักเรียนประถมทุกคนในโรงเรียน ซึ่งนอกจากจะช่วยลดภาระให้กับชุมชนแล้วยังเป็นการส่งเสริมการศึกษาให้กับนักเรียนในโรงเรียน

- *SCG Sharing the Dream* เป็นหนึ่งในความตั้งใจของเอสซีจีที่ต้องการปลูกฝังความรู้และพัฒนาการศึกษาของเยาวชนในอาเซียน เริ่มจากประเทศเวียดนามและฟิลิปปินส์ โดยมอบทุนการศึกษาให้กับนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาที่มีผลการเรียนดี มีความกตัญญูต่อบิดามารดา และมีความกระตือรือร้นที่จะศึกษาต่อแต่ขาดแคลนการทุนทรัพย์

อาสาสมัครช่วยเหลือชุมชน

- *โครงการหนึ่งหน่วยงานหนึ่งโครงการ : ยุงลาย* เป็นโครงการที่พนักงานในเอสซีจีซิเมนต์ร่วมกับอาสารสมัครสาธารณสุขกำจัดแหล่งกำเนิดยุงลาย รวมถึงการให้ความรู้การเฝ้าระวังโรคไข้เลือดออก ซึ่งถือว่าเป็นโรคระบาดในท้องถิ่น

- เครือซิเมนต์ไทยให้ความสำคัญกับการสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนรอบโรงงาน และการส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของชุมชนด้วยการตั้งชมรมค่ายอาสาพัฒนาเครือซิเมนต์ไทย โดยการที่พนักงานเสียสละวันหยุดพักผ่อนเพื่อออกไปสร้างสาธารณสมบัติ เช่น อาคารเรียน และถังเก็บน้ำฝนในท้องถิ่นทุรกันดารเป็นประจำทุกปี อีกทั้งการทำความสะอาดและซ่อมแซมวัด สอนคอมพิวเตอร์ ซ่อมอาคารที่พักผู้โดยสาร

- *ชมรมอาสาพัฒนา สภากิจกรรมพนักงานเอสซีจี* เกิดจาการรวมตัวกันของพนักงานเอสซีจีที่เสียสละวันหยุดพักผ่อนประจำปี เพื่อออกค่าอาสาพัฒนาบำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคมเป็นประจำทุกปีมากว่า 20 ปี เช่น สร้างอาคารเรียนขนาด 6 ห้องเรียน พร้อมห้องสุขา 7 ห้อง ให้กับโรงเรียนบ้านโดน ต.แวงดง อ. ยางสีสุราช จ. มหาสารคาม

- *โครงการเอสซีจี รักษ์น้ำเพื่ออนาคต* มุ่งเน้นการอนุรักษ์น้ำจากต้นน้ำ สู่ปลายน้ำ เอสซีจีนำพนักงาน นักวิชาการ และประชาชนที่สนใจในการเรียนรู้การฟื้นฟูและอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำที่ชุมชนสาสบหก อ. แจ้ห่ม จ. ลำปาง และร่วมกันสร้างฝายชะลอน้ำในป่าอนุรักษ์โรงงานปูนซิเมนต์ไทย (ลำปาง) ซึ่งเป็นการอนุรักต้นน้ำ ในขณะที่คนปลายน้ำก็มีการฟื้นฟูน้ำเสียในชุมชน โดยได้เรียนรู้จากชุมชนบางปรอก อ.เมือง จ.ปทุมธานี ที่มีการสร้างบ่อดักไขมันในครัวเรือนและการทำน้ำหมักชีวภาพ เพื่อฟื้นฟูสภาพของน้ำที่เน่าเสียในลำคลอง ซึ่งเป็นการกระตุ้นให้เกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำครบวงจรตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วิทยทรัพยากร

ข้อปฏิบัติทางธุรกิจเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

- *SCG Eco-product* เอสซีจีมุ่งมั่นที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรม โดยการจัดหาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่วัตถุดิบที่นำมาใช้ในกระบวนการผลิต การขนส่ง การนำไปใช้ การซ่อมบำรุง ตลอดจนการกำจัดเมื่อหมดสภาพการใช้งาน โดยมีลักษณะพิเศษที่ไม่ใช่กระบวนการตามปกติและดีกว่ากระบวนการผลิตของธุรกิจเดียวกัน

ตารางที่ 4 ตัวอย่างกิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)

กิจกรรม	กลุ่มเป้าหมาย	วัตถุประสงค์	รูปแบบกิจกรรม*					
			1	2	3	4	5	6
ด้านสิ่งแวดล้อม								
● โครงการ Do It Green	พนักงาน	เพื่อสร้างจิตสำนึกและกระตุ้นพฤติกรรมด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมตามแนว 3 R	✓					
● โครงการเอสซีจี รักษ์น้ำเพื่ออนาคต	พนักงาน นักวิชาการและประชาชนทั่วไป	ฟื้นฟูอนุรักษ์แหล่งน้ำ					✓	
● SCG Eco-Product	ผลิตภัณฑ์	มุ่งมั่นที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม						✓
● ชมรมค่ายอาสาพัฒนาเครือซิเมนต์ไทย	พนักงาน	เพื่อบำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคมโดยการสร้างสาธารณสมบัติ					✓	
ด้านชุมชน								
● โครงการถนนของหนู	นักเรียนและคนในชุมชน	สร้างถนนอิฐบล็อกระยะทาง 3 ความปลอดภัยของนักเรียนและคนในชุมชน				✓		
● โครงการพี่เลี้ยงทุนการศึกษามูลนิธิซิเมนต์ไทย	พนักงาน	เพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการดูแลนักเรียนโดยการให้ทุนการศึกษา				✓		
● ชมรมอาสาพัฒนา	พนักงาน	พัฒนาบำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคม					✓	

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

ตารางที่ 4 (ต่อ)

กิจกรรม	กลุ่มเป้าหมาย	วัตถุประสงค์	รูปแบบกิจกรรม*					
			1	2	3	4	5	6
● โครงการรองเท้าของหนู	นักเรียนในชุมชน	จัดซื้อรองเท้าให้กับนักเรียนประถมทุกคนในโรงเรียน				✓		
ด้านกีฬาและศิลปะ								
● SCG Badminton	นักกีฬาแบดมินตัน	สนับสนุนกีฬาแบดมินตันอย่างครบวงจร และส่งเสริมให้เยาชนไทยใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ห่างไกลยาเสพย์ติด	✓					
● SCG Yong Artist Award	เยาวชน	เพื่อเป็นการกระตุ้นให้สังคมเกิดความชื่นชม และซาบซึ้งในคุณค่าของงานศิลปะ	✓					
ด้านการศึกษา								
● ทุนการศึกษาแก่นักเรียน	นักเรียนที่มีฐานะยากจน	ให้ทุนการศึกษาแก่เด็กและเยาวชนที่มีความประพฤติดีแต่ขาดแคลนทุนทรัพย์				✓		
● ทุนเรียนดีเยี่ยมเครือซิเมนต์ไทย	นิสิตนักศึกษา	มอบทุนการศึกษาสำหรับนิสิตนักศึกษาที่เรียนดีเยี่ยมของแต่ละสถาบันทั่วประเทศ				✓		
ด้านการบรรเทาสาธารณภัย								
● กองทุนเครือซิเมนต์ไทยฟื้นฟูผู้ประสบภัยคลื่นยักษ์	ชุมชนผู้ประสบภัยคลื่นยักษ์สึนามิ	เป็นกองทุนหมุนเวียนในชุมชนเพื่อช่วยเหลือฟื้นฟูอาชีพให้แก่ครอบครัวผู้ประสบภัย				✓		

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

ตารางที่ 4 (ต่อ)

กิจกรรม	กลุ่มเป้าหมาย	วัตถุประสงค์	รูปแบบกิจกรรม*					
			1	2	3	4	5	6
● เครือซิเมนต์ไทยช่วยภัยแล้ง	จังหวัดที่ประสบภัยแล้งทั่วประเทศ	มอบถังเก็บน้ำขนาดใหญ่ให้แก่จังหวัดที่ประสบภัยแล้ง				✓		
● โครงการเครือซิเมนต์ไทย-7 สีช่วยชาวบ้าน	ผู้ประสบภัยจากภัยพิบัติต่างๆ	เพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัยโดยการมอบถุงยังชีพและเครื่องใช้จำเป็นแก่ประชาชนที่ประสบภัยพิบัติ				✓		
ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี								
● การแข่งขันหุ่นยนต์กู้ภัย Thailand Rescue Robot Championship	เยาวชน	เพื่อพัฒนาศักยภาพด้านเทคโนโลยีและสร้างเวทีให้เยาวชนได้ใช้ความรู้ในการสร้างสรรค์นวัตกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อประเทศชาติ	✓					

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

* หมายเหตุ 1. การส่งเสริมประเด็นสังคม
2. การตลาดเกี่ยวเนื่องกับประเด็นสังคม
3. การตลาดเพื่อสังคมขององค์กร
4. การบริจาคตรง
5. อาสาสมัครช่วยเหลือชุมชน
6. ข้อปฏิบัติทางธุรกิจเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

กล่าวโดยสรุป รูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมของทั้ง 3 บริษัท เป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีตามที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่ได้กำหนดไว้ นั่นคือ มีโครงสร้างการจัดการองค์กร ในระดับคณะกรรมการบริษัท ระดับบริหาร รวมทั้งมีนโยบายและแนวปฏิบัติที่ชัดเจน

บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ได้จัดตั้งคณะกรรมการบรรษัทภิบาล เพื่อดูแลงานด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี ร่วมกับคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง โดยในโครงสร้างระดับบริหารได้จัดตั้งคณะบริหารความปลอดภัย อาชีวอนามัย สิ่งแวดล้อม และพลังงาน เพื่อกำกับดูแล

การปฏิบัติงานในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ และจัดตั้งคณะกรรมการชุมชนสัมพันธ์ เพื่อกำกับดูแลการปฏิบัติงานในส่วนที่ไม่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ โดยคณะดังกล่าวประกอบด้วยผู้บริหารระดับสูงเป็นประธาน และพนักงานระดับบริหารจากส่วนงานต่าง ๆ เป็นคณะกรรมการ ทำหน้าที่กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติที่ชัดเจน ตลอดจนติดตามผลการดำเนินงานและรายงานให้คณะบริหารและจัดการองค์กร และคณะกรรมการบริษัททราบ

บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ได้จัดตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี ทำงานร่วมกับฝ่ายบริหารองค์กร โดยในโครงการสร้างระดับบริหารส่วนกลางจะมีฝ่ายคุณภาพ ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วยส่วนนโยบายคุณภาพ ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม และส่วนบริหารคุณภาพ ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม ทำงานร่วมกับส่วนคุณภาพ ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อมของกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ ทำหน้าที่กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติชัดเจน ตลอดจนติดตามผลการดำเนินงานและรายงานให้ฝ่ายบริหารองค์กรและคณะกรรมการบริษัททราบ

บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ได้จัดตั้งคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและสรรหาเพื่อดูแลงานด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี ในโครงสร้างระดับบริหารได้จัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาสู่ความยั่งยืน ประกอบด้วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ของธุรกิจซิเมนต์เป็นประธาน และกรรมการผู้จัดการใหญ่ของทุกธุรกิจเป็นกรรมการ ทำงานร่วมกับคณะกรรมการพัฒนาสู่ความยั่งยืนทั้งในระดับธุรกิจและระดับบริษัท ทำหน้าที่กำหนดนโยบาย กลยุทธ์ และแนวปฏิบัติสู่ความยั่งยืน และจัดตั้งคณะกรรมการเฉพาะกิจ เช่น คณะกรรมการบริจาค ดูแลแนวทางการบริจาคโดยตรง มูลนิธิซิเมนต์ไทย ดูแลสนับสนุนด้านการศึกษา ส่งเสริมพัฒนาบุคลากรด้านการแพทย์และสาธารณสุข ส่งเสริมพัฒนาบุคลากรด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ส่งเสริมกิจกรรมด้านสังคม ส่งเสริมและอนุรักษ์ศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรมและหน่วยงานต่าง ๆ เป็นต้น เพื่อเพิ่มความสะดวกและคล่องตัวในการดำเนินงานและอำนาจการตัดสินใจ โดยหน่วยงานต่าง ๆ นี้ มีหน้าที่ติดตามผลการดำเนินงานเพื่อรายงานคณะจัดการและคณะกรรมการบริษัท

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาเรื่องรูปแบบของกิจกรรมเพื่อสังคมตามกรอบแนวคิดการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมของ ฟิลลิป คอตเลอร์ และแนนซี่ ลีของทั้ง 3 บริษัท พบว่ามีรูปแบบกิจกรรมเพื่อสังคมที่คล้ายคลึงกัน คือ การส่งเสริมประเด็นสังคม การบริจาคตรง อาสาสมัครช่วยเหลือชุมชน และข้อปฏิบัติทางธุรกิจเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ส่วนรูปแบบกิจกรรมเพื่อสังคมที่บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) และบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างจากบริษัท บางจาก จำกัด (มหาชน) คือ การตลาดเกี่ยวเนื่องกับประเด็นสังคม และการตลาดเพื่อสังคมขององค์กร สรุปได้ดังนี้

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วิทยทรัพยากร

ตารางที่ 5 สรุปรูปแบบการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม

รูปแบบกิจกรรมเพื่อสังคม	บริษัท		
	บางจาก	ปตท.	เอสซีจี
1. การส่งเสริมประเด็นสังคม	✓	✓	✓
2. การตลาดเกี่ยวเนื่องกับประเด็นสังคม	✓	-	-
3. การตลาดเพื่อสังคมขององค์กร	✓	-	-
4. การบริจาคตรง	✓	✓	✓
5. อาสาสมัครช่วยเหลือชุมชน	✓	✓	✓
6. ข้อปฏิบัติทางธุรกิจเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม	✓	✓	✓

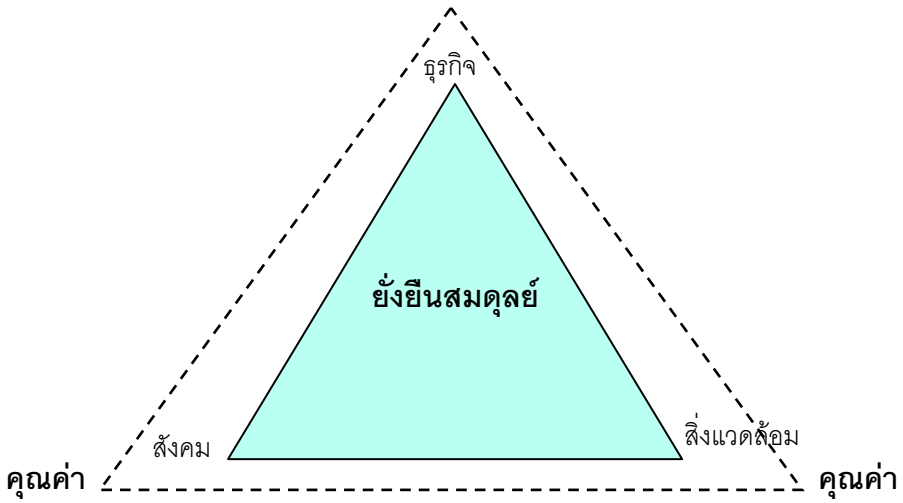
4.3 กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR (Corporate Social Responsibility Awards) ประจำปี 2551

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

จากการศึกษากลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) และบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของทั้ง 3 บริษัท เป็นดังนี้

บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)

บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) (บางจาก) มีภารกิจสำคัญในการดูแลความมั่นคงด้านพลังงาน และมีส่วนร่วมในการพัฒนาความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของสังคมไทยตามความมุ่งหมายของการก่อตั้งบริษัท และมุ่งมั่นที่จะ “พัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนไปกับสิ่งแวดล้อมและสังคม” โดยการสร้างสมดุลระหว่าง “มูลค่า” คือ การสร้างผลกำไรให้ธุรกิจไปพร้อมกับการสร้าง “คุณค่า” คือ เป็นประโยชน์ มีความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม



จากการศึกษาการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของบางจาก พบว่ากลยุทธ์ในการดำเนินการ เป็นดังนี้

1. การกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม

มหาวิทยาลัยศิลปากร สำนักหอสมุดกลาง

คณะกรรมการบริษัทได้กำหนดเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นส่วนหนึ่งในนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัท เพื่อใช้เป็นหลักปฏิบัติสำหรับกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน โดยคณะกรรมการเป็นผู้พิจารณาแผนการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และมอบหมายให้คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและกรรมการบริหารความเสี่ยงเป็นผู้ดูแลกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยบริษัทแต่งตั้งคณะทำงานเพื่อดำเนินงานในแต่ละด้านตามเป้าหมาย มีกระบวนการภายในที่ปลูกฝังจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมตั้งแต่ผู้บริหารระดับสูงจนถึงพนักงานระดับปฏิบัติการ โดยให้ความสำคัญกับ CSR in process ในทุกภาคของการดำเนินงานและธุรกิจการตลาด ซึ่งถือเป็นรากฐานสำคัญของการลดผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจขององค์กร อีกทั้ง มีการสำรวจข้อมูลความคิดเห็นในการดำเนินธุรกิจและกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมจากชุมชนรอบบริษัท เพื่อนำไปประกอบการวางแผนดำเนินงานด้านกิจกรรมเพื่อสังคมในชุมชน จุดเด่นประการหนึ่งของบางจากในการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม คือ การสนับสนุนให้พนักงานขององค์กรมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมเพื่อสังคมทุกโครงการด้วยการเปิดโอกาสให้พนักงานอาสาสมัครทำกิจกรรมในช่วงเวลาก่อนเลิกงาน จัดกิจกรรมเพื่อประโยชน์ต่อเด็ก เยาวชน และชุมชน โดยทุกโครงการมีการกำหนดตัวชี้วัดในการดำเนินกิจกรรมอย่างชัดเจน

2. การเลือกประเด็นในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

จากลักษณะการประกอบธุรกิจของบางจาก มีผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม จึงทำให้สังคมมีความคาดหวังจากบริษัทในเรื่องการแสดงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมอย่างชัดเจน ในการเลือกประเด็นในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมบางจากมีเกณฑ์ในการพิจารณาและคัดเลือกประเด็นทางสังคมเพื่อจัดทำเป็นโครงการรณรงค์ โดยคำนึงถึงประโยชน์ต่อส่วนรวม ตรงกับความต้องการของสังคมและสอดคล้องกับความสามารถหลักและทรัพยากรที่บริษัทมีอยู่ จึงได้ใช้ประเด็นเกี่ยวกับพลังงานทดแทน ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะธุรกิจด้านพลังงานและเป้าหมายองค์กรที่จะเป็นผู้นำพลังงานทดแทน กำหนดเป็นกิจกรรมรณรงค์เกี่ยวกับพลังงานทดแทน เช่น โครงการรับซื้อน้ำมันพืชใช้แล้วเพื่อนำมาผลิตเป็นไบโอดีเซล เพื่อสานต่อแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวในการพัฒนาพลังงานทดแทนอย่างต่อเนื่อง

3. การเลือกพันธมิตร

การสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ เป็นหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม เนื่องจากบุคลากรที่มีความรู้ ความชำนาญเฉพาะด้าน เป็นข้อจำกัดที่บริษัทไม่สามารถจัดหาได้ จึงมีความจำเป็นในการเลือกหน่วยงานหรือพันธมิตรซึ่งมีทรัพยากรต่างๆ ในการสนับสนุนช่วยเหลือให้โครงการต่างๆ สามารถดำเนินการได้อย่างราบรื่น ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรบุคคล ทักษะ ความรู้ ความสามารถพิเศษเฉพาะทาง วัสดุสิ่งจำเป็น หรือสถานที่ ในการเลือกพันธมิตรของบางจากพิจารณาจากการมีเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ในการดำเนินการที่สอดคล้องกัน สามารถทำงานร่วมกันในทุกขั้นตอนการทำงานอย่างเท่าเทียม โดยการกำหนดกลยุทธ์ และแนวทางในการปฏิบัติงานร่วมกันอย่างชัดเจน เช่น โครงการรับซื้อน้ำมันพืชใช้แล้วเพื่อนำมาผลิตเป็นไบโอดีเซล บางจากได้ร่วมมือกับห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลในการจัดกิจกรรม “จำหน่ายน้ำมันพืชใช้แล้ว เพื่อผลิตไบโอดีเซล” โดยการรับซื้อน้ำมันใช้แล้วจากร้านอาหารภายในห้างสรรพสินค้า บางจากร่วมมือกับสถานีตำรวจนครบาลพระโขนงร่วมจัดโครงการ “ซาเล้งรัก(ษ์)โลก” เพื่อส่งเสริมการใช้พลังงานทดแทน ช่วยลดภาวะโลกร้อนโดยขยายเครือข่ายผ่านกลุ่มซาเล้งออกไปรับซื้อน้ำมันพืชใช้แล้วจากประชาชนถึงบ้านมาจำหน่ายให้แก่บริษัทเพื่อผลิตไบโอดีเซล และช่วยเสริมรายได้ให้กลุ่มแม่บ้าน-ซาเล้งจำนวนหนึ่ง เป็นต้น

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ลิขสิทธิ์

4. การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

เกณฑ์ในการพิจารณาและคัดเลือกประเด็นทางสังคมของบางจาก พบว่าเป็นการจัดทำเป็นโครงการรณรงค์โดยคำนึงถึงประโยชน์ต่อส่วนรวม ที่ตรงกับความต้องการของสังคม สอดคล้องกับความสามารถหลักและทรัพยากรที่องค์กรมีอยู่ จึงได้ใช้ประเด็นเกี่ยวกับพลังงานทดแทนซึ่งสอดคล้องกับลักษณะธุรกิจด้านพลังงานและเป้าหมายองค์กรที่จะเป็นผู้นำพลังงานทดแทน กำหนดเป็นกิจกรรมรณรงค์เกี่ยวกับพลังงานทดแทน คือ “โครงการรับซื้อน้ำมันพืชใช้แล้วเพื่อนำมาผลิตเป็นไบโอดีเซล” เพื่อสานต่อพระราชดำริด้านพลังงานทดแทนให้เกิดเป็นรูปธรรมในวงกว้าง โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นชุมชนในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนกลุ่มเป้าหมายรอง คือ ผู้ใช้รถใช้ถนนทั่วไป นอกจากนี้ ขั้นตอนในการกำหนดวัตถุประสงค์ของการทำกิจกรรมให้สามารถให้ดำเนินการและประเมินผลได้อย่างเป็นรูปธรรมของบางจากได้กำหนดวัตถุประสงค์เพื่อรณรงค์ให้กลุ่มเป้าหมายตระหนักถึงความสำคัญของการใช้พลังงานอย่างคุ้มค่า เช่น การรณรงค์ว่าน้ำมันพืชที่ใช้แล้วสามารถนำกลับมาผลิตเป็นไบโอดีเซลได้

5. การสื่อสาร

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

การรับรู้เรื่องการดำเนินกิจกรรมอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของคนในชุมชนและสังคมถือเป็นสิ่งจำเป็นในการดำเนินโครงการหรือกิจกรรมให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี บางจากเห็นความสำคัญของการมีส่วนร่วมในการรับรู้ข้อมูลโครงการต่างๆ จึงได้จัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ทั้งป้ายโฆษณา แผ่นพับ โปสเตอร์ที่สถานีบริการน้ำมันบางจาก รวมทั้งพนักงานในองค์กรมีส่วนร่วมในการรณรงค์ชี้แจงต่อชุมชนรอบโรงกลั่น เช่น พนักงานอาสาสมัครออกรณรงค์ถึงโทษของการใช้น้ำมันพืชใช้แล้วแก่พ่อค้า แม่ค้า และประชาชนในตลาดสดต่างๆ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

6. การประเมินผล

บางจากได้กำหนดการประเมินผลโครงการหรือกิจกรรมจากจำนวนกลุ่มเป้าหมายที่เข้ามาทีส่วนร่วมกับโครงการ หรือการบรรลุเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ เช่น บางจากได้ประเมินจำนวนสถานีบริการที่เปิดรับซื้อน้ำมันพืชใช้แล้ว จำนวนตลาดสดที่พนักงานอาสาสมัครได้ออกไปรณรงค์ และจำนวนพนักงานบางจากที่เข้าร่วมเป็นอาสาสมัคร

ตารางที่ 6 ตัวอย่างการกำหนดตัวชี้วัดในการดำเนินกิจกรรม CSR ของบริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)

เป้าหมายองค์กร	กลยุทธ์หลัก	ตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน
บริษัทเป็น Role Model ด้าน CSR และได้รับความไว้วางใจจากชุมชน สังคม และภาครัฐ ในเรื่องความรับผิดชอบต่อความปลอดภัย สิ่งแวดล้อมและสังคมบริเวณชุมชนรอบโรงกลั่น คลังน้ำมัน และสถานีบริการ โดยเน้นไม่ให้เกิดอุบัติเหตุและเรื่องร้องเรียน	● สร้างจิตสำนึก และวัฒนธรรม CSR ในการทำประโยชน์แก่ส่วนรวม และพนักงานทุกคนเป็นตัวอย่างที่ดีในเรื่องสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย	พนักงานเข้าร่วมกิจกรรมชุมชนและสิ่งแวดล้อม 4 ครั้ง/คน/ปี
	● ร่วมจัดกิจกรรม CSR กับราชการ, NGO และสถานศึกษาอย่างต่อเนื่อง โดยใช้พื้นที่บริษัทให้เป็นประโยชน์	จำนวนร้องเรียนด้านความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม - โรงกลั่น 0 ครั้ง - คลังน้ำมัน 0 ครั้ง
	● ดำเนินการจัดการสิ่งแวดล้อม/ความปลอดภัยเชิงรุก และมีการประชาสัมพันธ์การดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยทั้งภายในและภายนอกอย่างต่อเนื่อง พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมกับโครงการ CSR ของบริษัท	จำนวนอุบัติเหตุ - โรงกลั่น 0 ครั้ง - คลังน้ำมัน 0 ครั้ง - สถานีบริการ 0 ครั้ง

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

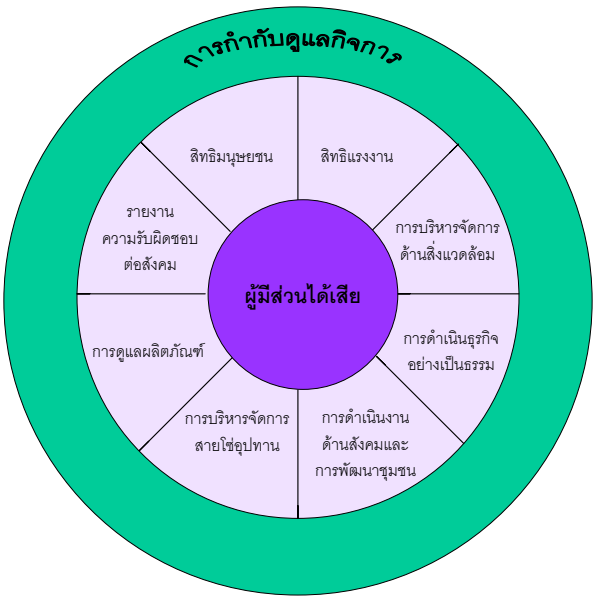
กล่าวโดยสรุป กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของบางจาก คำนึงถึงความรับผิดชอบที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสีย สังคม และสิ่งแวดล้อม มีการดำเนินงานที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ โดยมุ่งเน้นการดูแลรับผิดชอบในกระบวนการดำเนินธุรกิจ (CSR in Process) แปรงบดำเนินการให้เป็นประโยชน์ทั้งต่อธุรกิจ สิ่งแวดล้อม และพัฒนาความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของสังคมไปพร้อม ๆ กัน อีกทั้งให้ความสำคัญกับบุคลากรในองค์กร โดยมีเจตนารมณ์ที่จะพัฒนาบุคลากรให้มีความเป็นเลิศมีความรู้ความสามารถ ปฏิบัติงานอย่างมีธรรมาภิบาล เนื่องจากพนักงานเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร โดยการสนับสนุนให้พนักงานขององค์กรมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมเพื่อสังคมทุกโครงการ โดยมีผู้บริหารเป็นแบบอย่าง

บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) (ปตท.) เป็นบริษัทพลังงานของประเทศไทยที่ดำเนินธุรกิจปิโตรเลียมซึ่งเป็นเชื้อเพลิงไวไฟที่มีความเสี่ยงต่อทรัพย์สิน ธุรกิจ ฐานะการเงิน ชื่อเสียง ชีวิต และสิ่งแวดล้อม ด้วยเหตุนี้ ปตท. จึงให้ความสำคัญและได้นำระบบคุณภาพ ความปลอดภัยและอาชีวอนามัยตามมาตรฐานสากลมาใช้ในการปฏิบัติงานอย่างทั่วถึง ปตท. ตระหนักว่าการเติบโตอย่างยั่งยืนที่แท้จริงจะต้องสร้างสรรค์และเคียงข้างไปกับชุมชนรอบข้าง ด้วยเหตุนี้ ค่านิยมของ ปตท. จึงมุ่งมั่นที่จะรับผิดชอบต่อชุมชน โดยคำนึงถึงการพัฒนาด้านเศรษฐกิจที่พอเพียง สิ่งแวดล้อม และทรัพยากรป่าไม้ ภายใต้กรอบของวัฒนธรรม ประเพณี และศีลธรรมอันดีงามของท้องถิ่น เพื่อให้ชุมชนสามารถที่จะพัฒนาตนเองอย่างยั่งยืนต่อไป

ปัจจุบัน ปตท. ได้มีการปรับปรุงกลยุทธ์องค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคมให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยมีการปรับโครงสร้างการบริหารและโครงสร้างการปฏิบัติงาน มีการจัดตั้งสายงานสื่อสารองค์กรและกิจการเพื่อสังคม เพื่อทำหน้าที่ในการกำกับดูแลงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ตลอดจนดำเนินงานด้านสื่อสารองค์กรและกิจการเพื่อสังคม โดยมีผู้บริหารระดับผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่เป็นผู้รับผิดชอบ นอกจากนั้น ยังมีการจัดตั้งคณะกรรมการนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งในระดับ ปตท. และกลุ่ม ปตท. เพื่อกำหนดนโยบาย เป้าหมาย และแนวทางการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมให้ชัดเจน แนวปฏิบัติด้านมนุษยชนสิทธิแรงงาน การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม การดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม การดำเนินงานด้านสังคมและการพัฒนาชุมชน การบริหารจัดการสายโซ่อุปทาน การดูแลผลิตภัณฑ์ โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียและผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายอย่างเท่าเทียมกัน

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์



จากการศึกษาพบว่า ระดับการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ของ ปตท. สามารถจำแนกออกเป็น 4 ระดับ ดังนี้

1. ภารกิจหลักของปตท. คือ การสร้างความมั่นคงทางพลังงาน สร้างรายได้ให้แก่ประเทศ สร้างทรัพยากรบุคคลที่มีศักยภาพด้านพลังงาน และรับผิดชอบการดำเนินงานให้บรรลุตามแผนที่กำหนดทั้งในส่วนของผลิตภัณฑ์และการให้บริการ

2. ความรับผิดชอบต่อสังคมและชุมชน ปตท.ได้อาศัยแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนและปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและชุมชน โดยสิ่งที่ปตท. ทำคือ การสร้างสังคมให้ดีงาม เช่น โครงการรางวัลลูกโลกสีเขียว ซึ่งเป็นโครงการที่ทำมาเป็นระยะเวลา 7-8 ปี คนในสังคมไทยจำนวนมากห่วงใยสังคม ดูแลสิ่งแวดล้อม ดูแลชุมชน การมอบรางวัลให้แก่ผู้อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมก่อให้เกิดความภาคภูมิใจแก่ ผู้ที่ได้รับรางวัล ปตท. จึงได้ขยายผลการจัดกิจกรรมต่อไป ซึ่งเป็นทิศทางที่จะทำให้สังคมเติบโตไปอย่างยั่งยืน

3. การเชื่อมโยงองค์กรกับสังคมไทย คือ การสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน เพื่อส่งเสริมให้การดำเนินกิจกรรมต่างๆ ของปตท. ประสบผลสำเร็จมากที่สุด เพราะปตท. เชื่อมั่นว่าต้องทำสิ่งเหล่านี้ให้ดีที่สุดก่อน หลังจากนั้นจึงนำมาประชาสัมพันธ์กับสังคม เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วังท่าพระ

4. การเชื่อมโยงองค์กรกับสังคมโลก ซึ่งจุดที่ ปตท. ต้องการและพยายามดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมให้สามารถตอบสนองและช่วยเหลือสังคมและโลกให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด

นอกจากนี้ การดำเนินธุรกิจของปตท. คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านคุณภาพ ความปลอดภัย และสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นการวิจัยและพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ ตลอดจนวิเคราะห์ ตรวจสอบ เพื่อเสนอมาตรการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนใกล้เคียง ตลอดจนให้ความสำคัญต่อการพัฒนาบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ และเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้เสียได้แสดงความเห็นต่อการดำเนินธุรกิจ และการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม และนำความคิดเห็นดังกล่าวมาพัฒนาเป็นโครงการเพื่อสังคม ที่มีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งมีการร่วมปรึกษาหารือกับสาธารณชน เพื่อให้เกิดผลกระทบน้อยที่สุด โดยไม่ได้หมายถึงชุมชนและสังคมเท่านั้น แต่ต้องประกอบรวมทั้งองค์กร เช่น การดูแลองค์กรที่ต้องเป็นไปอย่างทั่วถึง ทั้งบริษัทที่อยู่ในเครือ ปตท. ซึ่งเริ่มตั้งแต่การดูแลพนักงาน ทั้งพนักงานที่อยู่ในส่วนกลางและพนักงานที่อยู่ต่างจังหวัด โดยดูแลเรื่องการจ้างงาน นอกจากนี้ ได้กำหนดแนวทางการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมในอนาคต โดยมุ่งดำเนินกิจกรรมให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับองค์กร เช่น การสร้างหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียงที่บ้านห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี โดยในหมู่บ้านต้องรู้จักตนเอง ต้องวิเคราะห์ ต้องมีทักษะของชุมชน ต้องรู้จักการใช้พลังงาน การปลูกต้นไม้เพื่อช่วยลดการใช้พลังงาน การออม การศึกษา วัด ศีลธรรม เพื่อทำให้

เกิดองค์ความรู้ขึ้นมาตามแนวทางของเศรษฐกิจพอเพียงและช่วยชุมชนให้สามารถรับมือกับปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นได้ด้วยตนเอง

จากการศึกษาการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของปตท.พบว่ากลยุทธ์ในการดำเนินการ เป็นดังนี้

1. การกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม

ปตท. ได้กำหนดเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็นลายลักษณ์อักษรอย่างชัดเจนไว้ในวิสัยทัศน์และค่านิยมขององค์กร นโยบายในการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมของ ปตท. มีเป้าหมายชัดเจน ในด้านคุณภาพ ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อมอันเป็นองค์ประกอบหลักสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

2. การเลือกประเด็นในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

ปตท. มีเกณฑ์ในการพิจารณาและคัดเลือกประเด็นทางสังคมเพื่อจัดเป็นโครงการหรือกิจกรรมที่มุ่งเน้นการรณรงค์ โดยพิจารณาจากการดำเนินการขององค์กรที่จะต้องต่อเนื่อง หรือเป็นประเด็นที่องค์กรได้ดำเนินการเป็นผลสำเร็จมาแล้ว เช่น จากประสบการณ์ในการนำหญ้าแฝกมาใช้ป้องกันการพังทลายของดินและฟื้นฟูสภาพพื้นที่หลังการก่อสร้างท่อส่งก๊าซธรรมชาติไทย-พม่า ในอำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี จึงได้ริเริ่มโครงการปลูกหญ้าแฝกเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสทรงครองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วิทยทรัพยากร

3. การเลือกพันธมิตร

ในการเลือกพันธมิตรของปตท. พิจารณาจากการมีเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ในการดำเนินการที่สอดคล้องกับการทำงานร่วมกันในทุกขั้นตอนอย่างเท่าเทียมกัน โดยการกำหนดกลยุทธ์ และแนวทางในการปฏิบัติงานร่วมกันอย่างชัดเจน เช่น “โครงการพัฒนาและรณรงค์การใช้หญ้าแฝกอันเนื่องมาจากพระราชดำริ” ร่วมกับมูลนิธิชัยพัฒนาสำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องจากพระราชดำริ และกรมพัฒนาที่ดิน โดยดำเนินการปลูก ส่งเสริมการปลูก เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับหญ้าแฝก โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นชุมชนบริเวณที่ดำเนินธุรกิจ ส่วนเป้าหมายรองคือ ชุมชนทั่วไป ส่วนขั้นตอนในการกำหนดวัตถุประสงค์ของการทำโครงการของปตท. ได้กำหนดวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ประโยชน์ของการปลูกหญ้าแฝกและเชิญชวนให้ชุมชนปลูกหญ้าแฝก

4. การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

ปตท.มุ่งการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมโดยมีการกำหนดหลักในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างชัดเจน หลังจากการกำหนดประเด็นปัญหาซึ่ง ปตท. เน้นในเรื่องของสิ่งแวดล้อม ซึ่งเริ่มจากพื้นที่บริเวณที่เป็นส่วนดำเนินการของบริษัทแล้วจึงขยาย

ความรับผิดชอบสู่สังคมที่กว้างขึ้น เช่น โครงการปลูกหญ้าแฝก เพื่อการป้องกันการพังทลายของดินและฟื้นฟูสภาพพื้นที่ หลังการก่อสร้างโครงการท่อส่งก๊าซธรรมชาติไทย-พม่า ที่อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี โดยพัฒนาขึ้นเป็นการประกวดการปลูกหญ้าแฝก ถึง 3 ประเภท คือ ประเภทการปลูก ประเภทส่งเสริมการปลูก และประเภทการออกแบบผลิตภัณฑ์จากใบหญ้าแฝก มีกลุ่มเป้าหมายหลัก เป็นคนในชุมชนที่อยู่ในพื้นที่ที่บริษัทดำเนินธุรกิจอยู่ กลุ่มเป้าหมายรองคือชุมชนและประชาชนทั่วไป มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการเผยแพร่ประโยชน์ของการปลูกหญ้าแฝกและเชิญชวนให้ชุมชนปลูกหญ้าแฝก

5. การสื่อสาร

ปตท. มีการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้ทราบถึงนโยบายหรือวัตถุประสงค์ของการทำโครงการ โดยใช้สื่อที่หลากหลาย เพื่อช่วยในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมในโครงการต่างๆ เพื่อให้เกิดเป็นรูปธรรม รวมทั้งการให้ความรู้ผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์ แผ่นพับ โปสเตอร์ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เช่น การให้ความรู้ถึงประโยชน์ของการปลูกหญ้าแฝก และเชิญชวนให้ชุมชนส่งผลงานการปลูกหญ้าแฝกเข้าร่วมในโครงการ

6. การประเมินผล

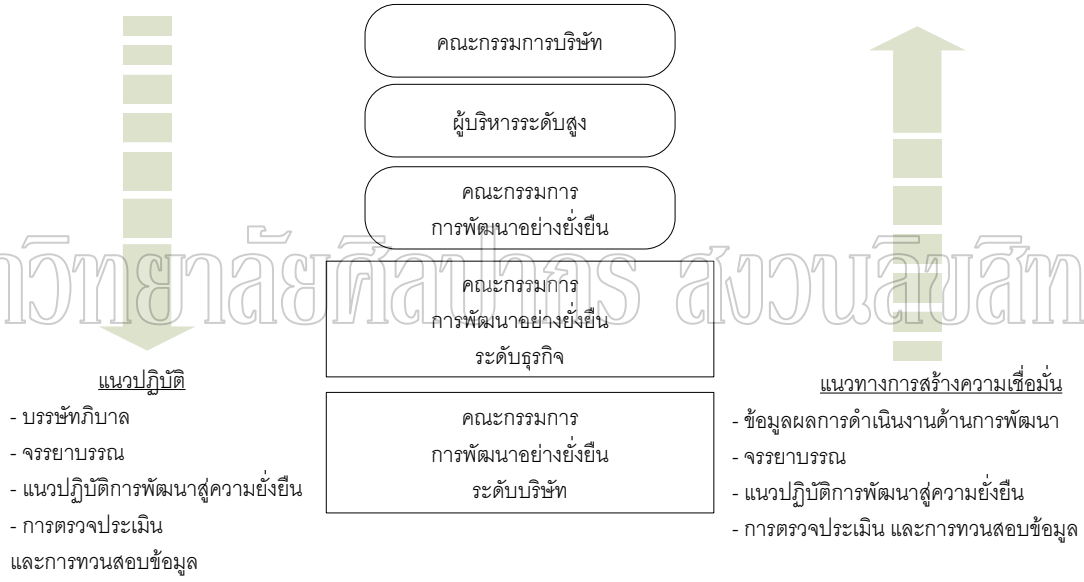
การประเมินผลการดำเนินงานหลังสิ้นสุดการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมต่าง ๆ มีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงโครงการหรือกิจกรรมในครั้งต่อไป ปตท. ได้กำหนดการประเมินผลโครงการหรือกิจกรรมโดยการกำหนดตัวชี้วัดที่ชัดเจน มีการกำหนดจำนวนกลุ่มเป้าหมายที่เข้ามามีส่วนร่วมกับโครงการ หรือการบรรลุเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ เช่น จำนวนชุมชนและจำนวนโครงการปลูกหญ้าแฝกที่ส่งเข้าประกวด เป็นต้น

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วิทยทรัพยากร

กล่าวโดยสรุป กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของปตท. ปัจจัยของความสำเร็จที่สำคัญ ที่ก่อให้เกิดการสร้างคุณค่าร่วมกันทั้งในส่วนขององค์กร (Corporate Value) และคุณค่าทางสังคม (Social Value) ภายใต้กรอบแนวคิดของความเท่าเทียมและการเป็นพันธมิตรที่ยั่งยืน ซึ่งการสร้างความสัมพันธ์บนพื้นฐานของความเท่าเทียมกัน มีการร่วมกันวางแผน ปฏิบัติ ตรวจสอบ ปรับปรุงให้เหมาะสม ปตท. และองค์กรพันธมิตรมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนการทำงาน นับตั้งแต่วางแผนโครงการ มีการกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย กลยุทธ์ แนวทางปฏิบัติร่วมกัน กำหนดขั้นตอนการปฏิบัติ ระบุหน้าที่ของแต่ละองค์กรอย่างชัดเจน มีการวางข้อกำหนดในการติดตาม ตรวจสอบร่วมกัน มีการกำหนดกรอบระยะเวลาการรายงานและติดตามรายงานผล จนกระทั่งถึงการนำผลการทำงานมาวิเคราะห์สรุปผลเพื่อหาข้อปรับปรุงในการทำงานร่วมกันต่อไป

บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)

บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) (เอสซีจี) มีโครงสร้างการบริหารจัดการเพื่อความยั่งยืน โดยมีคณะกรรมการการพัฒนาสู่ความยั่งยืนประกอบด้วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ของธุรกิจเป็นประธาน และกรรมการผู้จัดการใหญ่ของทุกธุรกิจเป็นกรรมการ นอกจากนี้ยังมีคณะกรรมการพัฒนาสู่ความยั่งยืนทั้งในระดับธุรกิจและระดับบริษัท ควบคุมการดำเนินงานเพื่อให้มั่นใจว่านโยบายและแผนการดำเนินงานต่างๆ มีการนำไปปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับแนวทางของการพัฒนาสู่ความยั่งยืนของบริษัท



มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

ภาพที่ 6 โครงสร้างการบริหารจัดการเพื่อความยั่งยืน
ที่มา : บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน), รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน ปี 2551 (กรุงเทพมหานคร : บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน), 2552), 11.

เอสซีจีมุ่งเน้นสู่ความเป็นผู้นำตลาดในภูมิภาค ที่ดำเนินธุรกิจควบคู่กับการเสริมสร้างความเจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืน โดยตระหนักถึงความสำคัญของการเข้าไปปฏิบัติงานในพื้นที่ที่ได้รับการยอมรับจากชุมชนที่เข้าไปดำเนินงาน ตลอดจนการให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้เสียนอกเหนือจากการปฏิบัติตามข้อกำหนดทางกฎหมาย ทั้งนี้ เพื่อให้มั่นใจถึงการยอมรับจากชุมชนและสังคมที่เข้าไปดำเนินกิจการ ยังมุ่งสร้างสรรค์นวัตกรรมและการเติบโตทางธุรกิจอย่างมั่นคงใน

ระยะยาวในฐานะผู้นำด้านอุตสาหกรรม เอสซีจีมุ่งมั่นที่จะสร้างการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนควบคู่ไปกับการมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือกลับไปยังชุมชน รวมถึงประเทศและภูมิภาคที่บริษัทเข้าไปดำเนินธุรกิจ นอกจากนี้ เอสซีจีมีความเชื่อมั่นว่าการพัฒนาอย่างยั่งยืนนี้จะช่วยลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ ส่งเสริมให้เกิดการปฏิบัติการที่เป็นเลิศ และสนับสนุนกลยุทธ์ในการเติบโตของบริษัท โดยดำเนินการตามแนวทาง ดังต่อไปนี้

1. การลดความเสี่ยง (Risk Mitigation)

คณะกรรมการการพัฒนาอย่างยั่งยืนทั้งในระดับธุรกิจ และระดับบริษัท ได้จัดทำแผนงานเชิงรุก เพื่อการจัดการและการควบคุมความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมให้อยู่ในระดับต่ำที่สุดเท่าที่จะสามารถดำเนินการได้โดยมีนโยบายและแผนงานที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- การประเมินประสิทธิผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย
- การจัดทำรายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและการลดปริมาณก๊าซเรือนกระจก
- ไม่มีการนำของเสียและวัสดุเหลือใช้ไปกำจัดด้วยวิธีฝังกลบ
- โครงการรณรงค์การส่งเสริมและปลูกจิตสำนึกด้านความปลอดภัย
- ระบบการให้การรับรองความปลอดภัยคู่ธุรกิจ
- การมีส่วนร่วมของชุมชนและพัฒนาชุมชน

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลงวันลิขสิทธิ์

2. การปฏิบัติการที่เป็นเลิศ

เอสซีจีให้ความสำคัญกับการปฏิบัติการที่เป็นเลิศ โดยถือว่าเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิผลสูงสุด ทั้งในวัตถุดิบและทรัพยากรที่ไม่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ การปฏิบัติการที่เป็นเลิศนั้นช่วยให้องค์กรสามารถดำเนินธุรกิจโดยมีต้นทุนที่สามารถแข่งขันได้ และในขณะเดียวกันยังส่งเสริมการเพิ่มประสิทธิภาพภายในองค์กร ผลิตภัณฑ์และคุณภาพในการบริการ โดยเอสซีจีได้นำนโยบาย 3R มาใช้อย่างต่อเนื่องโดยลดปริมาณการใช้พลังงานและวัตถุดิบ การนำของเสียกลับมาใช้ซ้ำ การฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ และการเพิ่มปริมาณการใช้ทรัพยากรทดแทน รวมทั้งก่อให้เกิดแรงจูงใจและความคิดสร้างสรรค์ภายในองค์กร โดยนโยบายและแผนงานที่สำคัญมีดังนี้

- เพิ่มปริมาณการใช้วัตถุดิบและพลังงานทดแทน
- ลดปริมาณการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ แหล่งน้ำ และพลังงาน
- ลดปริมาณกากของเสียอุตสาหกรรม และเพิ่มปริมาณการนำกลับมาใช้ใหม่

- การฟื้นฟูสภาพแวดล้อมเหมืองหินปูน และการจัดทำแผนการจัดการด้านความหลากหลายทางชีวภาพ

3. การสร้างโอกาสทางธุรกิจ

เอสซีจีมุ่งเน้นการสร้างนวัตกรรมที่เป็นประโยชน์กับสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนว่าเป็นมากกว่าการควบคุมความเสี่ยง แนวคิดในการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้ถูกรวมเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจทางธุรกิจ เพื่อสนับสนุนกลยุทธ์ในการเติบโตขององค์กร ตัวอย่างเช่น โครงการ Idea Green Paper เป็นตัวอย่างหนึ่งที่แสดงถึงความมุ่งมั่นพัฒนานวัตกรรมด้วยการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์กระดาษให้มีคุณภาพและมีความหลากหลาย สามารถตอบสนองรูปแบบการใช้ชีวิตในยุคปัจจุบัน ภายใต้แนวคิดสิ่งแวดล้อมที่ดีขึ้น เอสซีจีได้สร้างนวัตกรรมล่าสุดของระบบหลังคาเย็นซีแพคโมเนีย ยังได้สะท้อนภาพลักษณ์ความเป็นผู้นำและผู้เชี่ยวชาญด้านหลังคา ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ตลอดจนประหยัดพลังงานอย่างมีประสิทธิผล

นอกจากกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจเพื่อการเติบโตอย่างมั่นคงดังกล่าวข้างต้นแล้ว เอสซีจียังตระหนักดีว่าการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมภายใต้หลักบรรษัทภิบาล ตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน จะส่งผลต่อธุรกิจในระยะยาว และสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของเอสซีจี ที่จะเป็นผู้นำตลาดในอาเซียนที่มุ่งดำเนินธุรกิจควบคู่กับการเสริมสร้างความเจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืนให้แก่ชุมชนและสังคมในทุกประเทศที่เข้าไปดำเนินงาน จากการศึกษากลยุทธ์ในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมของเอสซีจี พบว่า

1. การกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม

ในการปฏิบัติการของเอสซีจีได้กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติสู่ความยั่งยืน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นต้นแบบของธุรกิจในด้านสิ่งแวดล้อม มีการกำหนดนโยบายเป็นลายลักษณ์อักษรอย่างชัดเจนไว้ในวิสัยทัศน์ อุดมการณ์ และจรรยาบรรณของบริษัท โดยยึดมั่นในความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย มีการมอบหมายให้ผู้บริหารระดับสูงเป็นกรรมการในคณะทำงานต่าง ๆ ครอบคลุมการดำเนินงานหลายด้าน โดยทำความเข้าใจกับพนักงานทุกระดับเพื่อให้เห็นความสำคัญและได้ยึดปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ

2. การเลือกประเด็นในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

เอสซีจีมีเกณฑ์พิจารณาและคัดเลือกประเด็นทางสังคมเพื่อจัดทำเป็นโครงการหรือกิจกรรมที่มุ่งเน้นการรณรงค์ โดยคำนึงถึงความยั่งยืน ซึ่งเริ่มจากการทำกิจกรรมภายในองค์กรให้สอดคล้องกับความต้องการของสังคม เอสซีจีได้ใช้แนวทางตาม Global Reporting Initiative

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วิทยทรัพยากร

(GRI) เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดประเด็นที่สำคัญ โดยขอบเขตของการกำหนดประเด็นจะครอบคลุมในด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และความรับผิดชอบต่อสังคม ประเด็นที่ถูกเลือกขึ้นมาจะถูกประเมินและพิจารณาลำดับความสำคัญจากระดับความรุนแรงของผลกระทบและระดับความสนใจของผู้มีส่วนได้เสีย ประเด็นที่เอสซีจีให้ความสำคัญ คือ การสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมแก่สังคม โดยเฉพาะในเรื่องน้ำที่มีความสำคัญต่อทุกชีวิตและเป็นปัญหาในปัจจุบัน จึงได้จัดทำโครงการเอสซีจี รักษ์น้ำเพื่ออนาคต ขึ้น โดยมุ่งแก้ปัญหาที่ต้นเหตุ ป้องกันปัญหาในอนาคต และปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์น้ำผ่านกิจกรรมต่างๆ เช่น การสนับสนุนชุมชนสร้างฝายชะลอน้ำ การจัดทำคู่มือสร้างฝายชะลอน้ำ และจัดทำภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ เพื่อแสดงถึงประโยชน์ของการสร้างฝายชะลอน้ำ โดยในวโรกาสที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงครองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี บริษัทได้เผยแพร่สารคดี เรื่อง น้ำคือชีวิต เพื่อน้ำเสนอการแก้ไขปัญหาน้ำตามแนวพระราชดำริ และเพื่อกระตุ้นจิตสำนึกการอนุรักษ์น้ำในสังคม

3. การเลือกพันธมิตร

ในการเลือกพันธมิตรของเอสซีจี มีการร่วมมือกับหลายหน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ที่มีแนวคิดในเรื่องของความรับผิดชอบต่อสังคม และมีเป้าหมายในการดำเนินงานที่สอดคล้องกับการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมของบริษัท โดยการร่วมมือในทุกขั้นตอนของกระบวนการดำเนินกิจกรรม มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ความรู้และความสามารถและทำงานร่วมกัน ในโครงการเอสซีจี รักษ์น้ำเพื่ออนาคต เอสซีจีได้นำพนักงาน ร่วมกับนักวิชาการประชาชนที่สนใจในการเรียนรู้การฟื้นฟูและอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำที่ชุมชนสาสบหก อ.แจ้ห่ม จ.ลำปาง ร่วมกันสร้างฝายชะลอน้ำในป่าอนุรักษ์โรงงานปูนซิเมนต์ไทย ซึ่งเป็นการอนุรักษ์ต้นน้ำ ในขณะที่คนปลายน้ำก็มีการฟื้นฟูน้ำเสียในชุมชน โดยได้เรียนรู้จากชุมชนบางปรอก จ.ปทุมธานี ในการสร้างบ่อดักไขมันในครัวเรือนและการทำน้ำหมักชีวภาพ เพื่อฟื้นฟูน้ำที่เน่าเสียในลำคลอง

4. การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

เอสซีจี มุ่งการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยการบริหารความเสี่ยงเพื่อลดผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจ โดยมุ่งแก้ไขปัญหาให้กับชุมชนในพื้นที่ดำเนินการของบริษัท เพื่อได้รับการยอมรับและลดการต่อต้านของชุมชน ในการดำเนินกิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ เช่น โครงการเอสซีจีรักษ์ป่าเพื่ออนาคต เอสซีจีเน้นการกำหนดกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นชุมชนในพื้นที่ที่ดำเนินธุรกิจ กลุ่มเป้าหมายรองคือชุมชนและประชาชนทั่วไป มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมแก่สังคม

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วิทยทรัพยากร

5. การสื่อสาร

เอสซีจีมีการสื่อสารทั้งภายในให้แก่พนักงานทุกระดับ ให้ทราบถึงกิจกรรมเพื่อสังคมของบริษัท พร้อมทั้งรณรงค์ขอความร่วมมือในการเข้าร่วมกิจกรรมในโครงการต่าง ๆ และมีการประชาสัมพันธ์และสื่อสารข่าวกิจกรรมสู่ภายนอกองค์กร เพื่อให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้ทราบถึงนโยบายหรือวัตถุประสงค์ของการทำโครงการ โดยใช้สื่อที่หลากหลาย เพื่อช่วยในเกิดการรับรู้ของสังคม โดยการสื่อสารผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์ แผ่นพับ โปสเตอร์ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต เช่น การเผยแพร่สารคดีภาพยนตร์โฆษณา เรื่อง น้ำคือชีวิต ผ่านทางโทรทัศน์

6. การประเมินผล

เอสซีจีมีการสำรวจความพึงพอใจในสินค้าและบริการจากลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำข้อมูลความคิดเห็นมาปรับปรุงสินค้าและบริการ รวมทั้งในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมได้มีการกำหนดตัวชี้วัดในการประเมินผลโครงการต่าง ๆ ว่าสามารถบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ เช่น การบรรลุเป้าหมายจากการสร้างฝายชะลอน้ำ จำนวน 10,000 ฝาย เป็นต้น และเพื่อนำข้อผิดพลาดมาแก้ไขและปรับปรุงการดำเนินการในครั้งต่อๆ ไป

กล่าวโดยสรุป บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) มุ่งเน้นการทำธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ภายใต้หลักบรรษัทภิบาล ตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน จึงส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจในระยะยาว และเพื่อให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของบริษัท ที่จะเป็นผู้นำตลาดในอาเซียนที่มุ่งดำเนินธุรกิจควบคู่กับการเสริมสร้างความเจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืนให้แก่ชุมชนและสังคมในทุกประเทศที่เข้าไปดำเนินงาน โดยการรักษาเสถียรภาพทางการเงินและความมั่นคงขององค์กร ซึ่งกลยุทธ์เหล่านี้เป็นพื้นฐานในการพัฒนาและเสริมสร้างความแข็งแกร่งขององค์กร เพื่อการเติบโตและดำรงไว้ซึ่งความเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมตลอดไป

กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของทั้ง 3 บริษัทมีความคล้ายคลึงกัน โดยเริ่มจากการกำหนดนโยบายในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานมีความเข้าใจและปฏิบัติงานในแนวทางที่สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ตามที่ได้กำหนดไว้ในวิสัยทัศน์ วัฒนธรรม ค่านิยม อุดมการณ์ หรือจรรยาบรรณขององค์กร โดยเริ่มทำกิจกรรมจากภายในองค์กรไปสู่ภายนอกองค์กร โครงการส่วนใหญ่เป็นเรื่องของการรณรงค์และส่งเสริมประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม แต่สิ่งที่ทำให้โครงการเหล่านี้ได้รับความสนใจและเป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไป เพราะเป็นโครงการที่เกี่ยวเนื่องกับโครงการพระราชดำริ เช่น บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) รณรงค์เรื่องการใช้พลังงานทดแทน บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) รณรงค์เรื่องการอนุรักษ์และฟื้นฟูคุณภาพของดิน และบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) รณรงค์เรื่องการอนุรักษ์น้ำ ซึ่งส่งผลให้การดำเนินกิจกรรมต่างๆ ได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนเป็นอย่างดี

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

บทที่ 5
สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “การให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR ประจำปี 2551” ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษาความแตกต่างของการให้ความหมายของการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม รูปแบบ และกลยุทธ์ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รางวัลบริษัทจดทะเบียบดีเด่นด้าน CSR ประจำปี 2551 ได้แก่ บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) และบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)

จากวัตถุประสงค์ดังกล่าว ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาโดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) โดยใช้วิธีการศึกษาเอกสาร (Documentary Research) ได้แก่ รายงานประจำปี แบบ 56-1 รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนประจำปี ของแต่ละบริษัท หนังสือ เอกสาร วารสาร วิทยานิพนธ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และเว็บไซต์ของทั้ง 3 บริษัท ประกอบกับการใช้วิธีการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-Depth Interview) ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบการดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของทั้ง 3 บริษัท

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดต่าง ๆ มาเป็นกรอบในการศึกษา ดังนี้

1. แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม
2. แนวคิดจริยธรรมและจริยธรรมในทางธุรกิจ
3. แนวคิดเรื่องการกำกับดูแลกิจการที่ดี
4. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
5. หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกบริษัทที่ได้รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR ประจำปี 2551
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “การศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR ประจำปี 2551” สามารถสรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังนี้

1. **การให้ความหมายของการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน** CSR (Corporate Social Responsibility Awards) **ประจำปี** 2551

จากการศึกษาพบว่า บริษัทที่ได้รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR ประจำปี 2551 มีการให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ที่สอดคล้องกับนโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ที่คล้ายคลึงกันผ่านการกำหนดนโยบายขององค์กร วิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยมขององค์กร ซึ่งสามารถสรุปได้ ดังนี้

ความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) คือ เป็นบริษัทไทยชั้นนำที่ดำเนินธุรกิจพลังงานและธุรกิจต่อเนื่อง ที่สร้างผลตอบแทนทางธุรกิจที่เป็นธรรมอย่างยั่งยืน มีสำนึกต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมโดยการจัดการที่ทันสมัยและมีธรรมาภิบาล ด้วยบุคลากรที่มีความรู้และความสามารถสูง รวมทั้งให้ผลประโยชน์ตอบแทนที่เหมาะสมต่อผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งประกอบด้วยการดำเนินธุรกิจที่สร้างผลตอบแทนเติบโตต่อเนื่องและเป็นธรรมให้แก่ผู้ถือหุ้น และลูกค้า การเอื้อประโยชน์ให้แก่คู่ค้า รวมทั้งมีความรับผิดชอบในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนควบคู่ไปกับสิ่งแวดล้อมและสังคม

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

ความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) คือ การเป็นบริษัทพลังงานไทยข้ามชาติชั้นนำ โดยการสร้างความมั่นคงด้านพลังงานในระยะยาวและเป็นองค์กรที่ดีของสังคมในการดำเนินกิจการ โดยปกป้องผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมภายใต้มาตรฐานสากล และมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีแก่สังคมชุมชน รวมทั้ง สามารถสร้างกำไรเพื่อให้ผลตอบแทนที่ดีต่อผู้ถือหุ้น การสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าโดยผ่านการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการในปริมาณที่เพียงพอ และมีคุณภาพสูงในระดับมาตรฐานสากล ด้วยราคาเป็นธรรม มีการดำเนินธุรกิจร่วมกับคู่แข่งขันบนพื้นฐานของการแข่งขันอย่างเป็นธรรม มุ่งสร้างความสัมพันธ์และความร่วมมือที่ดีกับ คู่ค้า เพื่อพัฒนาศักยภาพและประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจร่วมกันในระยะยาว รวมทั้งการพัฒนาความสามารถการทำงานระดับมืออาชีพอย่างต่อเนื่อง ให้ความมั่นใจในคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานทัดเทียมบริษัทชั้นนำ

ความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) คือ เป็นองค์กรที่ได้รับการยกย่องในฐานะเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมที่น่าร่วมงานด้วย และเป็นแบบอย่างด้านบรรษัทภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืน ได้รับการยอมรับจากชุมชน และภาครัฐในการมีส่วนร่วมสร้างชุมชนเข้มแข็ง โดยคำนึงถึงหน้าที่และความรับผิดชอบที่มีต่อสังคม รวมทั้งการให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน อีกทั้งมีความรับผิดชอบที่จะ

ให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายได้รับความเป็นธรรม โดยให้ผู้ใช้สินค้าและบริการได้รับประโยชน์สูงสุด ทั้งด้านคุณภาพและราคา

2. **รูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน** CSR (Corporate Social Responsibility Awards) **ประจำปี** 2551

จากการศึกษาวิจัยพบว่า บริษัทที่ได้รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR ประจำปี 2551 บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) และบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) มีรูปแบบการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมธุรกิจสอดคล้องกัน ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์รูปแบบของการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของทั้ง 3 บริษัท ตามหลักการแบ่งรูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของฟิลลิป คอตเลอร์ และแนนซี่ ลี เป็นดังนี้

รูปแบบกิจกรรมเพื่อสังคม	**บริษัท**		
	บางจาก	**ปตท.**	**เอสซีจี**
1. การส่งเสริมประเด็นสังคม	✓	✓	✓
2. การตลาดเกี่ยวเนื่องกับประเด็นสังคม	✓	-	-
3. การตลาดเพื่อสังคมขององค์กร	✓	-	-
4. การบริจาคตรง	✓	✓	✓
5. อาสาสมัครช่วยเหลือชุมชน	✓	✓	✓
6. ข้อปฏิบัติทางธุรกิจเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม	✓	✓	✓

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) มีรูปแบบการดำเนินกิจกรรมธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมทั้ง 6 ประเภท คือ การส่งเสริมประเด็นสังคม การตลาดเกี่ยวเนื่องกับประเด็นสังคม การตลาดเพื่อสังคมขององค์กร การบริจาคตรง อาสาสมัครช่วยเหลือชุมชน และข้อปฏิบัติทางธุรกิจเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม โดยผ่านการดำเนินโครงการหรือกิจกรรม โดยเน้นกลุ่มเป้าหมายหลักที่เป็นชุมชนรอบโรงกลั่นน้ำมัน โดยมีประเด็นทางสังคมที่ทำให้เกิดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในเรื่องการศึกษา ด้านความปลอดภัย ด้านกีฬา ด้านคุณภาพชีวิต

นอกจากนี้ บางจากยังมีรูปแบบโดดเด่นในการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านธุรกิจชุมชน

บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) มีรูปแบบของการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม สอดคล้องตามหลักการการกำหนดรูปแบบการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร 4 ประเภท คือ การส่งเสริมประเด็นทางสังคม การบริจาคโดยตรง อาสาสมัครช่วยเหลือชุมชน และข้อปฏิบัติทางธุรกิจเพื่อรับผิดชอบต่อประเด็นสังคม โดยมีรูปแบบกิจกรรมที่ทำในด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการศึกษา ด้านกีฬา ด้านศิลปะและวัฒนธรรม และด้านสังคมและชุมชน

บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) มีรูปแบบของการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยรูปแบบการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม 4 ประเภท คือ การส่งเสริมประเด็นสังคม การบริจาคตรง อาสาสมัครช่วยเหลือชุมชน และข้อปฏิบัติทางธุรกิจเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

3. **กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน** CSR (Corporate Social Responsibility Awards) **ประจำปี** 2551

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ในการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม คือ การสนับสนุนให้พนักงานขององค์กรมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมเพื่อสังคมทุกโครงการด้วยการเปิดโอกาสให้พนักงานอาสาสมัครทำกิจกรรมในช่วงเวลาก่อนเลิกงาน จัดกิจกรรมเพื่อประโยชน์ต่อเด็ก เยาวชน และชุมชน โดยทุกโครงการมีการกำหนดตัวชี้วัดในการดำเนินกิจกรรมอย่างชัดเจน กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของบางจากคำนึงถึงความรับผิดชอบที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสีย สังคม และสิ่งแวดล้อม มีการดำเนินงานที่โปร่งใสตรวจสอบได้ โดยมุ่งเน้นการดูแลรับผิดชอบในกระบวนการดำเนินธุรกิจ (CSR in Process) แปรงบดำเนินการให้เป็นประโยชน์ทั้งต่อธุรกิจ สิ่งแวดล้อม และพัฒนาความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของสังคมไปพร้อม ๆ กัน อีกทั้งให้ความสำคัญกับบุคลากรในองค์กร โดยมีเจตนารมณ์ที่จะพัฒนาบุคลากรให้มีความเป็นเลิศมีความรู้ความสามารถ ปฏิบัติงานอย่างมีธรรมาภิบาล เนื่องจากพนักงานเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร โดยการสนับสนุนให้พนักงานขององค์กรมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมเพื่อสังคมทุกโครงการโดยมีผู้บริหารเป็นแบบอย่าง

บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของปตท. ปัจจัยของความสำเร็จที่สำคัญ ที่ก่อให้เกิดการสร้างคุณค่าร่วมกันทั้งในส่วนขององค์กร (Corporate Value) และคุณค่าทางสังคม (Social Value) ภายใต้กรอบแนวคิดของความเท่าเทียมและการเป็นพันธมิตรที่ยั่งยืน ซึ่งการสร้างความสัมพันธ์บนพื้นฐานของความเท่าเทียมกัน มีการร่วมกันวางแผน ปฏิบัติ ตรวจสอบ ปรับปรุงให้เหมาะสม ปตท. และองค์กรพันธมิตรมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนการทำงาน นับตั้งแต่วางแผนโครงการ มีการกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย กลยุทธ์ แนวทางปฏิบัติร่วมกัน กำหนดขั้นตอนการปฏิบัติ ระบุหน้าที่ของแต่ละองค์กรอย่างชัดเจน มีการวางข้อกำหนดในการติดตาม ตรวจสอบร่วมกัน มีการกำหนดกรอบระยะเวลาการรายงานและติดตามรายงานผล จนกระทั่งถึงการนำผลการทำงานมาวิเคราะห์สรุปผลเพื่อหาข้อปรับปรุงในการทำงานร่วมกัน

บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) มุ่งเน้นการทำธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ภายใต้หลักบรรษัทภิบาล ตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน จึงส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจในระยะยาว และเพื่อให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของบริษัท ที่จะเป็นผู้นำตลาดในอาเซียนที่มุ่งดำเนินธุรกิจควบคู่กับการเสริมสร้างความเจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืนให้แก่ชุมชนและสังคมในทุกประเทศที่เข้าไปดำเนินงาน โดยการรักษาเสถียรภาพทางการเงินและความมั่นคงขององค์กร

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วิทยทรัพยากร

อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการศึกษาเรื่อง “การให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR ประจำปี 2551” เมื่อพิจารณาผลการศึกษาพบว่ามีหลายประเด็นที่จะนำมาอภิปราย เพื่อให้เกิดความชัดเจนและเป็นประโยชน์ต่อการให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ดังต่อไปนี้

1. **การให้ความหมายของการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน** CSR (Corporate Social Responsibility Awards) **ประจำปี** 2551

การที่องค์กรธุรกิจไทยระบุนโยบายขององค์กรให้มีความสอดคล้องกับแนวคิดการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมเป็นลายลักษณ์อักษรที่ชัดเจน ย่อมแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นอย่างต่อเนื่องขององค์กรที่จะปฏิบัติตามพันธะสัญญาดังกล่าว มิใช่เพียงการดำเนินงานในระยะเวลาสั้นๆ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมที่ The World Business Council for Sustainable Development: WBCSD (2009) หรือสภาธุรกิจโลกเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ได้ให้ความหมายไว้ว่าเป็น

> ความมุ่งมั่นอย่างต่อเนื่องขององค์กรต่อการปฏิบัติตามพันธะสัญญาในการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม เพื่อให้สร้างความเจริญก้าวหน้าต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ พร้อมไปกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงาน และครอบครัว ตลอดจนชุมชน และสังคม

ผู้วิจัยได้ตั้งข้อสังเกตไว้ว่า กรณีศึกษาครั้งนี้ เป็นธุรกิจอุตสาหกรรมพลังงานและวัสดุก่อสร้าง ซึ่งส่งผลต่อเศรษฐกิจและความมั่นคงของประเทศ รวมทั้งยังเป็นองค์กรที่ได้รับการจัดตั้งขึ้นเพื่อแก้ไขหรือป้องกันปัญหาจากการพึ่งพาการนำเข้าจากต่างประเทศ ดังนั้น ในการกำหนดนโยบายการดำเนินธุรกิจมักมุ่งเน้นประโยชน์ส่วนรวมและให้ความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งลักษณะการประกอบธุรกิจของทั้ง 3 บริษัท มีผลกระทบโดยตรงต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมทั้งทางตรงและทางอ้อม จึงน่าจะเป็นความคาดหวังจากสังคมและชุมชนที่ต้องการให้องค์กรแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

เมื่อพิจารณานโยบายขององค์กรของบริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) และบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ที่ระบุไว้ในวิสัยทัศน์กล่าวคือ

บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ระบุว่า “มุ่งสร้างสรรค์ธุรกิจพลังงานอย่างเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน” (บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) 2551: 6)

บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ระบุว่า “เป็นบริษัทพลังงานไทยข้ามชาติชั้นนำ” (บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) 2551:12)

บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ระบุว่า “ภายในปี 2558 จะเป็นองค์กรที่ได้รับการยกย่องในฐานะเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมที่น่าร่วมงานด้วย และเป็นแบบอย่างด้านบรรษัทภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืน” (บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) 2551: 5)

หากพิจารณาข้อความสำคัญในวิสัยทัศน์ของทั้ง 3 บริษัท พบว่า บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) มีข้อความที่ชัดเจนที่แสดงถึงเจตนารมณ์ขององค์กรที่จะเป็น “แบบอย่างด้านบรรษัทภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืน” ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงระดับความรับผิดชอบต่อสังคมที่นอกจากจะเห็นความสำคัญขององค์กรแล้ว การดำเนินการดังกล่าวยังต้องมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลจนได้รับการยอมรับยกย่องจากสังคมในฐานะที่เป็นตัวอย่างที่ดีให้กับองค์กรอื่นๆ ด้วย

ในขณะที่ข้อความสำคัญในวิสัยทัศน์ของบริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ไม่ได้ระบุและสะท้อนถึงการดำเนินุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมที่ชัดเจนเป็นรูปธรรม โดยระบุว่าเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทำให้เห็นว่าองค์กรคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม แต่ไม่ได้บ่งบอกถึงระดับประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนินงานดังกล่าว ซึ่งเป็นลักษณะเช่นเดียวกันกับวิสัยทัศน์ของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ที่ไม่ได้สื่อความหมายถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม

ผู้วิจัยเห็นว่า การกำหนดเนื้อหาสาระของวิสัยทัศน์ เป็นเครื่องมือที่จะสามารถกำหนดสารหรือข้อความสำคัญที่มีความหมายต่อการรับรู้ของคนในสังคมและชุมชน จึงควรมีการพิจารณาอย่างรอบคอบ เพื่อให้แน่ใจว่าข้อความดังกล่าวสามารถสื่อความหมายได้ตรงตามที่องค์กรต้องการและเป็นที่เข้าใจแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร ซึ่งหากมีการกำหนดเป้าหมายด้านเวลากำกับไว้ด้วย จะช่วยให้สามารถประเมินผลได้ว่าองค์กรบรรลุตามวิสัยทัศน์ขององค์กร

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วิทยทรัพยากร

2. **รูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน** CSR (Corporate Social Responsibility Awards) **ประจำปี** 2551

รูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) และบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) พบว่ามีการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมในหลายรูปแบบ

การดำเนินธุรกิจอย่างความรับผิดชอบต่อสังคมของทั้ง 3 บริษัท มีหลากหลายรูปแบบ แต่เมื่อพิจารณาพบว่า มีอยู่ 2 มิติหลัก คือ มิติภายใน และมิติภายนอก ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะรูปธรรมของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ที่ European Commission (อ้างถึงใน สุทธิศักดิ์ ไกรสรสุธาสินี 2550 : 8) ได้รวบรวมไว้ ดังนี้

1. มิติภายใน ได้แก่ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การดูแลสุขภาพความปลอดภัยในการทำงาน การจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร บรรษัทภิบาลและความโปร่งใสในการดำเนินงาน

2. มิติภายนอก ได้แก่ การจัดการกับผู้ส่งมอบ และหุ้นส่วนทางธุรกิจ การดูแลผู้บริโภค ความรับผิดชอบต่อชุมชน ความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม ความรับผิดชอบต่อโลก

แนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมของแต่ละองค์กร เริ่มจากมิติภายในองค์กรก่อน คือ การพัฒนาตนเองเพื่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลกิจการตามหลักเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์ การจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร การจัดการทรัพยากรมนุษย์ และการดูแลความปลอดภัยในการทำงาน จากนั้นจึงขยายไปสู่มิติภายนอก คือความรับผิดชอบต่อชุมชน การดูแลผู้บริโภค ความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม โดยการจัดการกับผู้ส่งมอบ คู่ค้า และหุ้นส่วนทางธุรกิจ และความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมโดยเชื่อมโยงให้เหมาะสมกับกระบวนการทางธุรกิจ

รูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมของแต่ละบริษัท หากพิจารณาตามทรัพยากรที่ใช้ในการดำเนินการ สามารถแบ่งเป็นการดำเนินการโดยใช้ทรัพยากรภายในองค์กรเป็นหลัก และการดำเนินการโดยใช้ทรัพยากรภายนอกองค์กรเป็นหลัก สอดคล้องกับที่พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์และคณะ (2548) ได้แบ่งประเภทของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรไว้ ดังนี้

1. การดำเนินการโดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ภายในองค์กรเป็นหลัก (Corporate-driven CSR) หากพิจารณาโดยยึดที่ตัวกระบวนการทางธุรกิจ สามารถจำแนกออกเป็นดังนี้

1.1 การดำเนินการที่อยู่ในกระบวนการทางธุรกิจ (CSR in process) ซึ่งมีพื้นฐานอยู่ที่การดำเนินการ CSR ที่ให้ความสำคัญกับมิติภายในองค์กร โดยการปฏิบัติตามกฎหมายที่กำหนด และปฏิบัติตามมาตรฐานหรือค่านิยมขององค์กร ซึ่งมากกว่ากฎหมายกำหนด เช่น การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การดูแลสุขภาพความปลอดภัยในการทำงาน การจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร การกำกับดูแลกิจการที่ดี มีคุณธรรม และความโปร่งใส รูปแบบดังกล่าวสอดคล้องกับที่ ฟิลลิป คอตเลอร์ และแนนซี่ ลี (2005 : 24-27) ได้ให้แนวทางของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรไว้ ที่เรียกว่า Socially Responsible Business Practices (ข้อปฏิบัติทางธุรกิจเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม) หรือการปรับเปลี่ยนการดำเนินการหรือการลงทุนทางธุรกิจเพื่อการพัฒนาความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของชุมชนและการปกป้องสิ่งแวดล้อม ซึ่งสิ่งที่เห็นชัดเจนที่สุด คือ การจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วังท่าพระ

1.2 การดำเนินการซึ่งแยกต่างหากจากกระบวนการทางธุรกิจ หรือเกิดขึ้นภายหลังกระบวนการทางธุรกิจ (CSR after process) มักเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมที่ขยายจากสังคมภายในองค์กรไปสู่สังคมใกล้เคียง คือ ชุมชนที่อยู่ในบริเวณที่องค์กรดำเนินธุรกิจ และสังคมในวงกว้างมากขึ้น โดยอาศัยสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เช่น การบริจาคเงินและสิ่งของ การจัดกิจกรรมรณรงค์ทางสังคม การจัดการอบรมให้ความรู้ การจัดการประกวดแข่งขัน การสนับสนุนองค์กรการกุศลให้ดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ การสนับสนุนให้พนักงานเสียสละเวลาเป็นอาสาสมัครในกิจกรรมเพื่อสังคม ซึ่งสอดคล้องกับที่ ฟิลลิป คอตเลอร์ และแนนซี่ ลี (2005 : 24-27) ได้แนะนำแนวทางของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรไว้ ที่เรียกว่า การบริจาคตรง (Corporate Philanthropy) การตลาดเพื่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Marketing) และอาสาสมัครช่วยเหลือชุมชน (Community Volunteering)

2. การดำเนินการโดยใช้ทรัพยากรภายนอกองค์กรเป็นหลัก (Social-driven CSR)

มักเป็นการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน เช่น การดำเนินการของบริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ที่เชิญชวนลูกค้าสมาชิกบัตรแก๊สโซฮอล์คลับ บริจาคส่วนลดที่ได้จากการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ให้กับองค์กรสาธารณกุศลต่าง ๆ โดยบางจากร่วมบริจาคเงินจำนวนหนึ่งสมทบด้วย ยอดเงินบริจาคจะมากหรือน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับส่วนลดที่ได้จากการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ซึ่งเท่ากับองค์กรบริจาครายได้หรือกำไรจากการจำหน่ายแก๊สโซฮอล์ให้กับองค์กรสาธารณกุศลโดยลูกค้ามีส่วนร่วมในการบริจาคด้วย ซึ่งคล้ายคลึงกับรูปแบบที่ฟิลลิป คอตเลอร์ และแนนซี่ ลี (2005 : 24-27) เรียกว่า การตลาดเกี่ยวเนื่องกับประเด็นสังคม (Cause-Related Marketing) หรือการบริจาคส่วนหนึ่งของรายได้หรือกำไร จากการจำหน่ายสินค้าให้กับสังคม ผ่านทางมูลนิธิหรือองค์กรการกุศลต่าง ๆ

สำหรับองค์กรธุรกิจที่ต้องการนำรูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมไปประยุกต์ใช้ จึงควรจะพิจารณาจากมิติภายในก่อนเป็นอันดับแรก เช่น องค์กรมีการกำกับดูแลกิจการที่ดีหรือไม่ มีการดำเนินธุรกิจตามหลักบรรษัทภิบาลมากน้อยเพียงใด โดยพิจารณาถึงลักษณะการประกอบธุรกิจ และขั้นตอบกระบวนการผลิต ว่าสามารถปรับเปลี่ยนการดำเนินการหรือการลงทุนทางธุรกิจ เพื่อพัฒนาความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของชุมชนและช่วยรักษาปกป้องสิ่งแวดล้อมได้หรือไม่ โดยเริ่มจากการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมภายในองค์กรก่อน จากนั้นจึงพิจารณามิติภายนอกองค์กร ซึ่งสามารถดำเนินการได้หลากหลายรูปแบบ โดยคำนึงถึงความจำเป็นและความต้องการของสังคม ควบคู่ไปกับความพร้อมขององค์กร

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วังท่าพระ

ในการพิจารณารูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม ในส่วน CSR after process หรือการดำเนินธุรกิจที่แยกต่างหากจากกระบวนการธุรกิจ หรือเกิดขึ้นภายหลังนั้น พบว่า หากพิจารณารูปแบบตามแนวทางของฟิลลิป คอตเลอร์ และแนนซี ลี (2005) ตามระดับของการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่มุ่งประโยชน์และสังคมโดยรวม อาจจัดเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ข้อปฏิบัติทางธุรกิจเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Business Practices) อาสาสมัครช่วยเหลือชุมชน (Community Volunteering) การตลาดเพื่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Marketing) การบริจาคตรง (Corporate Philanthropy) การส่งเสริมประเด็นสังคม (Cause Promotion) และการตลาดเกี่ยวเนื่องกับประเด็นสังคม (Cause-Related Marketing)

บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) (บางจาก) มีกิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมที่โดดเด่นในรูปแบบข้อปฏิบัติทางธุรกิจเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Business Practices) และการตลาดเกี่ยวเนื่องกับประเด็นสังคม (Cause-Related Marketing) กล่าวคือ การดำเนินโครงการปั๊มน้ำมันชุมชน ที่เปิดโอกาสให้องค์กรชุมชนได้ร่วมธุรกิจกับบางจาก โดยการบริหารธุรกิจสถานีบริการน้ำมัน ทำให้ชุมชนได้เป็นเจ้าของกิจการ มีรายได้เพิ่มขึ้น ในขณะเดียวกันบางจากก็มีช่องทางการจำหน่ายเพิ่มขึ้น จากจำนวนสถานีบริการที่บริหารงานโดยชุมชน พร้อมกับมีการจัดรายการส่งเสริมการขายที่นำสินค้าชุมชนมาเป็นของสมนาคุณลูกค้าและเปิดโอกาสให้ลูกค้าที่เป็นสมาชิกบัตรแก๊สโซฮอล์คลับ สามารถเลือกบริจาคส่วนลดที่ได้จากการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ให้กับองค์กรสาธารณกุศลได้

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วิทยทรัพยากร

บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) (ปตท.) โดดเด่นในรูปแบบการบริจาคตรง (Corporate Philanthropy) คือ การบริจาคเงินและสิ่งของให้กับชุมชนโดยตรง และบริจาคผ่านองค์กรสาธารณกุศลต่าง ๆ เช่น การก่อสร้างอาคารเรียนและอาคารห้องสมุด ปตท. พลังไทยเพื่อไทย ให้กับโรงเรียนต่าง ๆ การมอบทุนการศึกษา อุปกรณ์การเรียนการสอนและอุปกรณ์กีฬา ให้กับโรงเรียนในพื้นที่รอบหน่วยงานของปตท. และแนวท่อส่งก๊าซธรรมชาติทั่วประเทศ การจัดสร้างสนามกีฬาและลานกีฬาในสามจังหวัดภาคใต้ พร้อมทั้งมอบอุปกรณ์กีฬาให้กับชุมชน

บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) (เอสซีจี) โดดเด่นในรูปแบบอาสาสมัครช่วยเหลือชุมชน (Community Volunteering) และการตลาดเพื่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Marketing) คือ การสนับสนุนให้พนักงานขององค์กรมีส่วนร่วมพัฒนาสังคมผ่านแนวคิดของตนเอง ด้วยโครงการต่าง ๆ เช่น โครงการ “One Cell One Project” ที่ให้พนักงานมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนรอบโรงงาน โดยรวมกลุ่มเข้าไปสำรวจความต้องการของชุมชน วางแผนแก้ไขปัญหา

และดำเนินการร่วมกับชุมชน หรือโครงการ “ปันโอกาส วาดอนาคต” ที่ให้พนักงานรวมกลุ่มกันตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป เสนอโครงการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม โดยมูลนิธิซิเมนต์ไทยสนับสนุนงบประมาณ นอกจากนี้ เอสซีจี ยังได้จัดโครงการหรือกิจกรรมเพื่อสังคมที่เป็นรูปธรรมชัดเจนและน่าสนใจหลายโครงการ เช่น โครงการ Do It Green เพื่อสร้างจิตสำนึกและกระตุ้นพฤติกรรมด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ตามแนวทาง 3R คือ Reduce Reuse & Recycle และ Replenish ซึ่งมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบของการนำเสนอที่น่าสนใจ จากแนวทางอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่ค่อนข้างเป็นวิชาการ ให้เป็นหัวข้อสั้น ๆ ที่กระชับ จดจำง่าย น่าสนใจ และสื่อความหมายได้ครบถ้วนตามหลักวิชาการ

3. **กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน** CSR (Corporate Social Responsibility Awards) **ประจำปี** 2551

กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมของทั้ง 3 บริษัท เริ่มจากการกำหนดนโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคม เข้าไว้เป็นวิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม วัฒนธรรมองค์กร ซึ่งมีชื่อเรียกที่แตกต่างกันออกไป เพื่อยึดถือเป็นแนวปฏิบัติให้กับพนักงานทุกคนได้ดำเนินการไปในทิศทางเดียวกัน และดำเนินการภายในองค์กรให้ดีก่อน เช่น การจัดการกระบวนการผลิตที่ดี การจัดการทรัพยากรบุคคลที่ดี การใช้ทรัพยากร การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการ การจัดการสิ่งแวดล้อมในกระบวนการทำงาน ตลอดจนการสร้างจิตสำนึกให้พนักงานมีความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อพัฒนาองค์กรให้มีความเข้มแข็งและขยายการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมสู่ภายนอก โดยมีการกำหนดกรอบและขอบเขตการดำเนินการที่ชัดเจน ในเรื่องของการเลือกประเด็นปัญหา กลุ่มเป้าหมาย พันธมิตร ตลอดจนการวางแผนการดำเนินงาน และติดตาม สร้างตัวชี้วัดประเมินผลการดำเนินกิจกรรม ซึ่งทั้ง 3 บริษัท มีกลยุทธ์ในการดำเนินงานที่คล้ายคลึงกัน แต่แตกต่างกันไปในรายละเอียดการดำเนินกิจกรรมตามลักษณะการประกอบธุรกิจ

ข้อสังเกตคือทั้ง 3 บริษัท มุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจอย่างความรับผิดชอบต่อสังคมในประเด็นปัญหาที่เกี่ยวเนื่องกับลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัทเท่านั้น ผู้วิจัยเห็นว่า ถ้าแต่ละบริษัทสามารถเชื่อมโยงการดำเนินธุรกิจหรือกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมไปสู่ชุมชนอื่นนอกเหนือไปจากแวดวงธุรกิจที่บริษัทเกี่ยวข้อง โดยการเชื่อมโยงจากชุมชนเล็กไปสู่ชุมชนและสังคมที่ใหญ่กว่า กลุ่มธุรกิจหนึ่งเชื่อมโยงไปกับอีกกลุ่มธุรกิจหนึ่ง ซึ่งสามารถมองเห็นประเด็นปัญหาสังคมในเรื่องที่กว้างขึ้น เพื่อขยายเป็นลักษณะสายโซ่ CSR แล้ว เพื่อชุมชนและสังคมของไทยจะได้มีการพัฒนาและเจริญก้าวหน้าต่อไป

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

บทบาทของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรยังมีความสำคัญยิ่งในการเป็นกลไกและเครื่องมือในการสร้างคุณค่าให้กับองค์กร และเสริมสร้างความเข้มแข็งในการดำเนินธุรกิจตลอดจนเป็นการลดช่องว่างระหว่างผู้ผลิตกับสิ่งแวดล้อม และชุมชน เนื่องจากความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจ ไม่ใช่เพียงการบริจาคเป็นครั้งคราว หรือเป็นการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ แต่เป็นการสร้างคุณค่าต่อสังคมรวมถึงการพัฒนาธุรกิจให้ยั่งยืน

นอกจากนี้ การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของทั้ง 3 บริษัท มีความเกี่ยวเนื่องกับการนำสถาบันพระมหากษัตริย์มาเป็นประเด็นหลักในการดำเนินกิจกรรม ไม่ว่าจะเป็นการดำเนินงานเพื่อสนองโครงการพระราชดำริ หรือการน้อมนำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งเป็นกระแสที่ทุกคนให้ความสนใจในปัจจุบันมาเป็นประเด็นหลักในการดำเนินกิจกรรม ทำให้โครงการต่างๆ ได้รับความร่วมมืออย่างดีในการเข้าร่วมทำกิจกรรม เพราะคนไทยมีความจงรักภักดีและผูกพันต่อสถาบันพระมหากษัตริย์มาเป็นเวลานาน จึงทำให้โครงการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสถาบันพระมหากษัตริย์ประสพความสำเร็จเป็นอย่างดี

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1.1 การดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม เป็นแนวคิดที่สามารถประยุกต์ใช้ได้หลากหลายมุมมอง องค์กรควรทำความเข้าใจอย่างถ่องแท้ และหาคำจำกัดความ ขอบเขต และรูปแบบที่เหมาะสมกับลักษณะการประกอบธุรกิจ เพื่อให้การดำเนินการเป็นรูปธรรมเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และสามารถสื่อสารได้อย่างชัดเจน

1.2 การดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์กับจริยธรรมและความประพฤติของบุคลากรในองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้บริหารที่ต้องเป็นแบบอย่างที่ดี

1.3 รูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีความหลากหลายแตกต่างกันไปตามลักษณะการประกอบธุรกิจ หากองค์กรธุรกิจที่สนใจจะนำแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมไปประยุกต์ใช้ ควรให้ความสำคัญกับมิติภายในองค์กร แล้วจึงขยายผลไปสู่มิติภายนอกองค์กร

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR ประจำปี 2551 ซึ่งเป็นการศึกษาเฉพาะบริษัทจดทะเบียนที่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเท่านั้น ซึ่งผู้สนใจสามารถศึกษาวิจัยเปรียบเทียบรูปแบบและกลยุทธ์ดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมกับบริษัทจดทะเบียนที่อยู่ในต่างประเทศที่ได้รับรางวัลดีเด่นด้าน CSR ว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร

2.2 การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นเพียงการศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR ประจำปี 2551 เท่านั้น แต่การดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมไม่มีเพียงแต่ในองค์กรภาคเอกชนเท่านั้น ในองค์กรภาครัฐ ก็ต้องมีการปฏิบัติงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ผู้สนใจศึกษาวิจัยในอนาคตสามารถศึกษาในเรื่องการให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรภาครัฐว่ามีว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไรกับองค์กรภาคเอกชน

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

2.3 การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนที่มีความโดดเด่นเป็นที่ยอมรับโดยไม่ได้คำนึงถึงลักษณะของการประกอบธุรกิจ ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินการดังกล่าว ผู้สนใจสามารถศึกษาวิจัยเปรียบเทียบรูปแบบในกลุ่มธุรกิจประเภทเดียวกัน เช่น กลุ่มธุรกิจโทรคมนาคม กลุ่มธุรกิจธนาคาร กลุ่มธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร

2.4 กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมมีความหลากหลาย การศึกษาจากกรณีศึกษาขององค์กรต่าง ๆ ทำให้ทราบถึงกลยุทธ์ที่แตกต่างกันออกไป ผู้สนใจศึกษาสามารถศึกษาเจาะลึกลงไปในรายละเอียดของการดำเนินการเฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เช่น ศึกษากลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมในโครงการรับซื้อน้ำมันพืชใช้แล้วของบริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) โครงการรางวัลลูกโลกสีเขียว ของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) หรือ โครงการ Do It Green ของบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) เป็นต้น

บรรณานุกรม

หนังสือและบทความในหนังสือ

กองบรรณาธิการประชาชาติธุรกิจ และ อนันตชัย ยูรประถม. CSR พลังบริหารธุรกิจยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มติชนปากเกร็ด, 2550.

จินตนา บุญบงการ. สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร : บริษัทพิมพ์ดี, 2541.

ชินโอสถ หัสบำเรอ. ทางปฏิบัติแนววิทยาศาสตร์ทางจิตเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต. กรุงเทพมหานคร : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2538.

ธีระพร อุวรรณโณ. จริยธรรมกับการศึกษา. กรุงเทพมหานคร : คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530.

บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน). แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) ปี 2551. กรุงเทพมหานคร : บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน), 2552.

_____. รายงานการพัฒนาธุรกิจร่วมไปกับสิ่งแวดล้อมและสังคม ปี 2551. กรุงเทพมหานคร : บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน), 2552.

_____. รายงานประจำปี 2551. กรุงเทพมหานคร : บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน), 2552.

บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน). แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) ปี 2551. กรุงเทพมหานคร : บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน), 2552.

_____. รายงานประจำปี 2551. กรุงเทพมหานคร : บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน), 2552.

_____. รายงานเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ปี 2551. กรุงเทพมหานคร : บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน), 2552.

บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน). แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) ปี 2551. กรุงเทพมหานคร : บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน), 2552.

_____. รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน ปี 2551. กรุงเทพมหานคร : บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน), 2552.

_____. รายงานประจำปี 2551. กรุงเทพมหานคร : บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน), 2552.

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

พรนพ พุกกะพันธ์. จริยธรรมธุรกิจยุคโลกาภิวัตน์. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จามจุรีโปรดักท์, 2546.

ฟิลลิป คอตเลอร์ และ แนนซี่ ลี. บรรษัทบริบาล (ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร) ทำการกุศลเพื่อภาพลักษณ์องค์กรและตอบสนองประเด็นสังคม. แปลโดย หม่อมราชวงศ์ รมณียฉัตร แก้วกิริยา. กรุงเทพมหานคร : ยูนิเวอร์แซล พับลิชิ่ง, 2551.

ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542. กรุงเทพมหานคร : ศิริวัฒนาอินเตอร์พริ้นท์, 2546.

สุทธิศักดิ์ ไกรสรสุธาสินี. “CSR:มิติใหม่ในการบริหารธุรกิจ” วารสารสื่อพลัง 15, 1 (2550) : 02-08

บทความในวารสารและเอกสารอื่น ๆ

โกวิท ประวาลพฤกษ์ และภณิดา คูสกุล. “พัฒนาการของจริยศึกษา.” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาจริยศึกษา หน่วยที่ 1 – 8 พิมพ์ครั้งที่ 6. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2539.

ไขศรี วิสุทธิพิเนตร. “บรรษัทภิบาลเครื่องมือเสริมมาตรฐานสร้างความเชื่อถือทางธุรกิจ.” For Quality 8 (มีนาคม 2545) : 23-30.

พุทธทาส อินทปัญโญ. “รักผู้อื่น แก้ปัญหาได้หมดทุกเรื่อง.” สิ่งสำคัญที่พากันมองข้าม ม.ป.ท. (2522)

วิทยานิพนธ์

เกียรติคุณ สิทธิชัย. “ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมทางจริยธรรมของอาจารย์และนักศึกษาในสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลวิทยาเขตภาคใต้.” รายงานการวิจัย สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลวิทยาเขตภาคใต้, 2541.

กุลนัดดา สุวรรณศรี. “ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่มีอิทธิพลต่อคุณค่าตราสินค้า “ฮอนด้า” และแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.” สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2551.

โกวิทย์ สวัสดิ์มงคล. “ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการแก้ไขปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการรถเอกชนร่วมบริการ ขสมก.” วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาการบริหารและนโยบายสวัสดิการสังคม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550.

มหาวิทยาลัยศิลปากร สังวนลิขสิทธิ์

จิราพัชร ศักดิ์ดาสถาพร. “บรรษัทภิบาลในรัฐวิสาหกิจที่แปลงสภาพเป็นบริษัทมหาชน : กรณีศึกษา บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน).” วิทยานิพนธ์ ปริญญามหาบัณฑิต สาขารัฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2550.

นฤมล หาญเริงชัย. “การมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมของพนักงานธนาคาร : ศึกษาเฉพาะกรณีธนาคารในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.

บัณฑิตา ทรัพย์กมล. “ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรภาคธุรกิจ : ศึกษาเฉพาะกรณีโรงงานอุตสาหกรรมเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาการบริหารและนโยบายสวัสดิการสังคม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.

พัชรี นิวัฒเจริญชัยกุล. “การมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานบริษัทเทเลคอมเอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือ.” วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาการบริหารและนโยบายสวัสดิการสังคม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.

มนตรี เลิศสกุลเจริญ. “แนวทางการพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจภาคอุตสาหกรรมในจังหวัดนนทบุรี.” วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาการบริหารและนโยบายสวัสดิการสังคม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.

ราชสีห์ เสนะวงศ์. “ความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์สยามกีฬารายวัน.” วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาการบริหารและนโยบายสวัสดิการสังคม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550.

วัชรพงศ์ ทองรุ่ง. “แนวทางการพัฒนากิจกรรมเพื่อสังคมของสมาคมผู้สื่อข่าวเศรษฐกิจ.” สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาการบริหารและนโยบายสวัสดิการสังคม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550.

อนุทิน ปลื้มมาลี. “ข้อเท็จจริงในการจัดสวัสดิการแรงงานช่วงภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวและแนวโน้มในอนาคต.” วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542.

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต

World Wide Web

กองบรรณาธิการวารสาร Engineering Today. ISO26000 [online]. Accessed by January 20, 2009. Available from http://www.technologymedia.com

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. หน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 20 มกราคม 2552. เข้าถึงได้จาก http://www.set.or.th

พรอนงค์ บุษราตระกูล. การตรวจสอบภายในและบรรษัทภิบาลสำหรับธุรกิจ [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 20 มกราคม 2552. เข้าถึงได้จาก http://www.theiiat.or.th

ศิริชัย สาครรัตนกุล. ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (Corporate Social Responsibility-CSR) [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 20 มกราคม 2552. เข้าถึงได้จาก http://www.csri.or.th/files/csr-sirichai.pdf

สถาบันไทยพัฒน์. คู่มือการวางยุทธศาสตร์ความรับผิดชอบของธุรกิจต่อสังคม [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 20 มกราคม 2552. เข้าถึงได้จาก http://www.csri.or.th/knowledge-csr-howto

สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม.รู้จัก CSR [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 20 มกราคม 2552. เข้าถึงได้จาก http://www.csri.or.th/knowledge-csr-definition

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลงวันลิขสิทธิ์

Business for Social Responsibility. Introduction [online]. Accessed by January 20, 2009. Available from http://www.bsr.org/BSRResources/WhitePaperDetail.cfm DocumentID=48809

World Business Council for Sustainable Development. Corporate Social Responsibility [online]. Accessed by January 20, 2009. Available from http://www.wbcsd.ch/templates/template WBSCD1/layoutasp?type=p&MenuId=MaI3&d

Books and Articles

Kotler,Phillip and Nancy Lee. Corporate Social Responsibility : Doing the Most Good for Your Company and Your Cause. USA : John Wiley& Son Inc., 2005.

Porter, Michael E. Marketing Management. New Jersey : Prentice Hall International, 1985.

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นางสาวเขมิกา ทับทิมใส
ที่อยู่	48 ตำบลท่ามะกา อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี
ที่ทำงาน	บริษัท ชิน คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2540	สำเร็จการศึกษาปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต วิชาเอกภาษาไทย วิชาโทภาษาอังกฤษ คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร
พ.ศ. 2546	สำเร็จการศึกษาปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการสอนภาษาอังกฤษในฐานะภาษาต่างประเทศ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พ.ศ. 2550	ศึกษาต่อระดับปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ประวัติการทำงาน

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

พ.ศ. 2541-2443	อาจารย์สอนภาษาอังกฤษ โรงเรียนนารีวุฒิ จังหวัดราชบุรี
พ.ศ. 2543-2547	Specialist หน่วยงาน SEC / SET Compliance บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
พ.ศ. 2547-2551	Senior Compliance Officer หน่วยงาน Compliance Department บริษัท ชิน คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
พ.ศ. 2551-ปัจจุบัน	Compliance Specialist หน่วยงาน Compliance Department บริษัท ชิน คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)