

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจกับการพัฒนาที่ยั่งยืน: กรณีศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคม 6 บริษัท

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT: CASE STUDY OF 6 COMPANIES

วรวุฒิ ไชยสร¹ และบุญสม เกษะประดิษฐ์²

Woravuth Chaisorn¹ and Bunsom Kesapradist²

^{1,2}วิทยาลัยนวัตกรรมสังคม มหาวิทยาลัยรังสิต

^{1,2}College of Social Innovation, Rangsit University

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ (Corporate Social Responsibility: CSR) กับการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development: SD) กรณีศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคม 6 บริษัท มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาเปรียบเทียบสาเหตุ ความจำเป็น เป้าหมาย การดำเนินการในความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจที่เป็นไปตามแนวคิด ทฤษฎีในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและการพัฒนาที่ยั่งยืน 2) สังเคราะห์ความคิดเห็นและเหตุผลโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจตามแนวคิด ทฤษฎีด้านความรับผิดชอบต่อสังคมกับการพัฒนาที่ยั่งยืน และแนวคิดทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บริษัทจำกัด (มหาชน) ที่เป็นบริษัทขนาดใหญ่ มีการจดทะเบียนบริษัท (มหาชน) ในประเทศไทย และมีการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมตามข้อกำหนดของคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) แห่งประเทศไทย ทั้งนี้บริษัทจดทะเบียน (มหาชน) ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีจำนวนทั้งหมด 6 แห่ง โดยเลือกศึกษาโครงการด้านสังคมที่โดดเด่นและมีลักษณะความยั่งยืนของโครงการ รวมทั้งเป็นโครงการที่ดำเนินการมากกว่า 10 ปีขึ้นไป ทั้งนี้จะเลือกนำมาศึกษาเพื่อประเมินความยั่งยืน โครงการบริษัทละ 1 โครงการ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ ใช้แบบสัมภาษณ์ โดยทำการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตกับกลุ่มบริษัท ซึ่งใช้เป็นหน่วยในการวิเคราะห์ และการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียซึ่งเป็นบุคคลภายนอกบริษัท

ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริหารบริษัท/ผู้แทนบริษัท นักวิชาการ และผู้บริหารองค์กรมีความคิดเห็นสอดคล้องกัน ในด้านความจำเป็น เป้าหมาย การดำเนินการต่อประเด็นหลัก 4 ข้อ คือ 1) CSR มีความจำเป็นและสำคัญมาก และเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ 2) มองว่าองค์กรธุรกิจต้องได้รับการยอมรับจากสังคม (พึงพาอาศัย/เกื้อกูลกันและกัน/องค์กรมีรายได้-ชุมชนมีรายได้) ทำให้ได้ใบอนุญาตจากสังคม 3) ความรับผิดชอบต่อสังคมทำให้องค์กร/ชุมชนมีความยั่งยืน 4) ผู้บริหารมีความสำคัญมากในการสร้างวัฒนธรรมองค์กร/นโยบายองค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและการพัฒนาที่ยั่งยืน ส่วนความคิดเห็นในประเด็นด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อผู้มีส่วนได้เสียในโครงการ

ความรับผิดชอบต่อสังคมที่บริษัทดำเนินการอยู่อย่างต่อเนื่อง 6 บริษัท พบว่า มี 10 รายการที่ผู้บริหาร/ตัวแทนบริษัทและผู้มีส่วนได้เสียมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน ดังนี้ 1) โครงการที่ทำอยู่นำไปสู่ความยั่งยืนได้ 2) สร้างประโยชน์ให้กับชุมชน 3) มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีความสม่ำเสมอในการดำเนินโครงการ 4) ตระหนักถึงความสำคัญของสังคม 5) ตระหนักถึงความสำคัญของเศรษฐกิจ 6) เน้นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน 7) สร้างรายได้ สร้างอาชีพให้คนในชุมชน 8) สร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนยืนได้ด้วยตนเอง 9) เริ่มต้นจากแนวคิดผู้บริหาร 10) พึ่งพาอาศัย เกื้อกูลซึ่งกันและกันระหว่างบริษัทและชุมชน

ในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทนั้น นอกจากบริษัทจะต้องไม่ขาดทุนซึ่งเป็นการสร้างภาระให้แก่สังคมแล้ว ยังต้องสร้างผลกำไรเพื่อตอบแทนผู้ถือหุ้น ต้องดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและดูแลผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสียด้วย ซึ่งตามนัยนี้ บริษัทจะต้องไม่เป็นภาระของสังคมและไม่สร้างความเสียหายให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย รวมทั้งระบบเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมทั้งต้องทำให้สังคมเจริญก้าวหน้าด้วย ความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของบริษัท บริษัทต้องทำหน้าที่เป็นจุดศูนย์กลาง (HUB) เชื่อมโยงคนจากทุกภาคส่วน ทั้งภาคธุรกิจ ภาครัฐ ภาคประชาสังคม มาร่วมทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม ภายใต้วัฒนธรรมสังคมรูปแบบใหม่เพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนตามหลักธรรมาภิบาล (Sustainable CSR Model)

คำสำคัญ: ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ การพัฒนาที่ยั่งยืน ผู้มีส่วนได้เสีย

Abstract

The study of “Corporate Social Responsibility (CSR) and Sustainable Development (SD): Case Study of 6 Companies” is aims to 1) Comparative study of the causes, targets, implementation in the social responsibility of the business enterprise based on the concepts and theories of corporate social responsibility and sustainable development. 2) Synthesize opinions and reasons for the projects of social responsibility of business organizations based on the concepts and theories of corporate social responsibility and sustainable development, and stakeholders theoretical concept. Population use in this study are the big company limited (Public) which registered the public company (PLC) in Thailand and implementation of social responsibility in accordance with the Securities and Exchange Commission (SEC) of Thailand. The listed company (PLC) on the Stock Exchange of Thailand with a total of six companies which were selected as of the prominent project on social and show feasibilities of project sustainable together with the project that implementation continually for over than 10 years. One project of company will be selected to evaluation of project sustainability. Tools used in this research studies comprises of the interview form to gathered data using in-depth interviews and observations with the Group that is used as a unit of analysis. And using In-depth interviews with stakeholders, whose are the third party outside company.

The result of study showed that executive/ company representatives, academics and corporate executives have a consensus on the four core issues comprises of: 1) CSR is necessary and important and unavoidable. 2) They think that businesses need to be accepted by society (reliance/support each other/Income to both corporates – communities) thus makes a License to operate/ Give and Take. 3) Social Responsibilities enables organizations/ communities sustainable. 4) Management level is very important in creating a culture/ policies on social responsibility and sustainable development.

The comments on issues of social responsibility and sustainable development for all stakeholders on CSR projects in which the company operates a continuous of six companies have found 10 items that executive/company representative and stakeholders' opinions are consistent as follow: 1) The project implementing can lead to sustainability 2) Make benefit to communities 3) The project is continually development and consistency in implementation 4) Realize on the important of society 5) Recognizing the importance of the economy 6) Emphasize on community participation 7) Create income and occupation to people in community 8) Empowering communities to stand on their own 9) Starting from the concept of executive 10) Mutual dependence, supportive between the company and the community.

In showing of social responsibility of the company, beside of the company should have no loss in which will create a burden for the society, the company is also need to generate profits for shareholders. Moreover, company must running business to be sustainable and take care of the benefits of stakeholders. In this case, the company should not become a burden on society and damaging to the stakeholders, including the system of economy, social and environmental. Furthermore, the company also need to make progress within society.

Corporate social responsibility for sustainable development of the company, the company must acts as the Center (HUB) linking individuals from all sectors including business, Government and civil society to come together in doing activities for benefit to social, economic, and environment under the new format of social innovation in order to contribute to sustainable development based on the principles of good governance (Sustainable CSR Model)

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR), Sustainable Development (SD), Stakeholder

บทนำ

ตามแนวคิดแบบทุนนิยมเสรี องค์กรธุรกิจนับเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนระบบตลาดโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการแสวงหากำไร ดอด (Dodd, 1932: 1145) ให้ความเห็นว่า แม้ว่ากำไรคือ เป้าหมายสูงสุด แต่บริษัทจะต้องแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมไปพร้อมกับการแสวงหาผลกำไรด้วย ดังข้อความที่เขาได้กล่าวไว้ดังนี้

“บริษัทซึ่งเป็นองค์กรทางเศรษฐกิจของสังคมจะถือว่าเป็นทรัพย์สินส่วนบุคคลได้ก็ต่อเมื่อบริษัทมีจิตสำนึกที่ดีและสังคมอาจเรียกร้องตามความเหมาะสมให้บริษัทดำเนินธุรกิจไปในทางที่ปกป้องผลประโยชน์ของผู้ที่เข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นพนักงานหรือผู้บริโภค แม้จะทำให้สิทธิในความเป็นเจ้าของบริษัทต้องถูกรีดรอนก็ตาม” (Dodd, 1932: 1162)

กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทชั้นนำในประเทศไทยที่มีกระบวนการดำเนินการและพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งประเด็นการพัฒนาที่ยั่งยืนมีมากมายในปัจจุบัน ผู้วิจัยได้เลือกโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมจาก 6 บริษัทจำกัดมหาชน (บมจ.) คือ 1) บมจ. ธนาคารกรุงไทย-โครงการกรุงไทยยูวานิษฐ์ 2) บมจ. ปตท.-โครงการปลูกป่าเฉลิมพระเกียรติ 3) บมจ. สหวิริยาอินดัสตรี-โครงการธนาคารชุมชน 4) บมจ. บางจากปิโตรเลียม-โครงการปัมชุมชน 5) บมจ. ไมเนอร์อินเตอร์ เนชั่นแนล-โครงการรักการอ่าน และ 6) บมจ. เอสซีจี-โครงการรักษาน้ำเพื่ออนาคต เนื่องจากบริษัทดังกล่าวดำเนินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องยาวนานมากกว่า 10 ปี และได้รับรางวัลความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR Award) และรางวัลรายงานความยั่งยืน (Sustainability Report Award) ซึ่งจัดโดยสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) CSR CLUB สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย และสถาบันไทยพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

แม้ว่ากิจกรรมดังกล่าวจะมีเป้าหมายทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์ก็ตาม แต่ด้วยกระบวนการพัฒนา

และการกำหนดเป็นกลไก ซึ่งสามารถตรวจสอบได้ตามแนวปฏิบัติและมาตรฐาน CSR เช่น ISO 26000 หลักการ 10 ประการของ UN Global Compact เพิ่มทิศธุรกิจเพื่อสังคมที่จัดทำเมื่อปี 2551 โดยสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการที่จัดทำเมื่อปี 2555 โดยสถาบันธุรกิจเพื่อสังคม ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และการรายงานความยั่งยืนตามกรอบ GRI (Sustainable Business Development Institute, 2013) ทำให้บริษัทชั้นนำต่างๆ เหล่านี้มุ่งทิศทางที่จะทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและการพัฒนาที่ยั่งยืนให้เป็นนโยบายของบริษัทควบคู่ไปกับการพัฒนาที่ยั่งยืนครอบคลุมมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญมากของการดำเนินธุรกิจปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม ยังไม่มีการศึกษาวิจัยงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจกับการพัฒนาที่ยั่งยืนในเชิงคุณภาพและเชิงเปรียบเทียบที่ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน ทุกระดับ นับตั้งแต่ผู้บริหารระดับสูงขององค์กร เจ้าหน้าที่โครงการ นักวิชาการ นักบริหาร และผู้มีส่วนได้เสียในพื้นที่

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบสาเหตุ ความจำเป็น เป้าหมายการดำเนินการในความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจที่เป็นไปตามแนวคิด ทฤษฎีในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและการพัฒนาที่ยั่งยืน
2. เพื่อสังเคราะห์ความคิดเห็นและเหตุผลโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจตามแนวคิด ทฤษฎีด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและการพัฒนาที่ยั่งยืน แนวคิด ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย

ทบทวนวรรณกรรม

นับตั้งแต่ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ (Corporate Social Responsibility) ได้กลายมาเป็นปัจจัยสำคัญในวาระการดำเนินงานของบริษัท ซึ่งในปัจจุบัน

ผู้นำธุรกิจจะเข้าไปมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคม เมื่อพวกเขานิยามดีที่จะบูรณาการความกังวลทางสังคมและสิ่งแวดล้อมเข้ามาไว้ในกลยุทธ์และการปฏิบัติทางธุรกิจด้วยความสมัครใจเพื่อที่จะช่วยปรับปรุงความเป็นอยู่ที่ดีของมนุษย์ (Laudal, 2010) ในขณะเดียวกัน ความรับผิดชอบต่อสังคมได้ดึงดูดความสนใจของนักวิชาการและผู้ปฏิบัติงาน ทำให้มีการศึกษาเชิงประจักษ์จำนวนมากที่มุ่งเน้นศึกษาว่าความรับผิดชอบต่อสังคมได้ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันเชิงธุรกิจอย่างไร สำหรับการศึกษานี้ได้ใช้ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งเรียงเรียงตามวิวัฒนาการของความรับผิดชอบต่อสังคมที่แสดงให้เห็นการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในแต่ละช่วงเวลา ทั้งนี้ได้รวบรวมความหมายและแนวคิดสำคัญจากนักการศึกษาหลากหลายท่าน โดยเริ่มจาก Bowen (1953) ที่ Carroll (1999) กล่าวว่า เป็นบิดาของการศึกษาเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมในยุคปัจจุบัน

Bowen (1953) บิดาแห่ง CSR ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมว่าเป็น พันธกิจของนักบริหารที่จะดำเนินนโยบาย ตัดสินใจ หรือดำเนินการตามแนวนโยบายและการตัดสินใจนั้นให้เป็นไปในทางที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเป็นประโยชน์ต่อสังคม

Carroll (1979) ซึ่งเป็นนักวิชาการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่ได้รับการอ้างถึงมากที่สุดได้ให้ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคมครอบคลุมมิติต่างๆ ในสังคมว่าเป็น การที่บริษัทดำเนินธุรกิจซึ่งครอบคลุมด้านเศรษฐกิจ กฎหมาย จริยธรรม และการช่วยเหลือส่วนรวมที่เป็นความคาดหวังของสังคม ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง และยังเห็นว่าแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจเริ่มได้รับความสนใจตั้งแต่ทศวรรษที่ 50 เริ่มจากข้อเขียนของ Bowen (1953) ในหนังสือชื่อ Social Responsibilities of the Businessman ซึ่งถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นของความรับผิดชอบต่อสังคมยุคใหม่ โดยโบนออธิบายว่า “ความรับผิดชอบต่อสังคม คือ พันธกิจของนักบริหารที่จะดำเนินนโยบาย ตัดสินใจ หรือดำเนินการตามแนวนโยบาย และการตัดสินใจนั้นให้เป็นไปในทางที่สอดคล้อง

กับวัตถุประสงค์และเป็นประโยชน์ต่อสังคม ในทศวรรษที่ 60 มีการศึกษาเรื่องนี้อย่างกว้างขวางเพื่อตีกรอบและความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมให้แน่ชัด เช่น แมคไกว (McGuire, 1963 cited in Carroll, 1999: 268-295) เสนอว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทรอบขอบเขตออกไปครอบคลุมถึงผลประโยชน์ทางการเมือง ชุมชน การศึกษา พนักงาน และสังคมโดยรวม ต่อมา วอลตัน (Walton, 1967 cited in Carroll, 1999) ได้เสนอความเห็นว่าการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจะต้องทำโดยสมัครใจ แครร์รอลล์ (Carroll, 1999) ได้หยาบความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมของนักวิชาการหลายคนในทศวรรษที่ 70 เช่น จอห์นสัน (Johnson, 1971 cited in Carroll, 1999) เสนอว่า บริษัทที่รับผิดชอบต่อสังคม คือ บริษัทที่ฝ่ายบริหารประสานประโยชน์ที่หลากหลายแทนที่จะมุ่งแต่เพียงสร้างผลกำไรให้แก่ผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้นแต่เพียงอย่างเดียว บริษัทจะต้องรับผิดชอบต่อพนักงานของบริษัท คู่ค้า ตัวแทนขาย ชุมชน ท้องถิ่น และประเทศชาติ

แมนนิและวอลลิช (Manne & Wallich, 1972 cited in Carroll, 1999) เสนอว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมจะต้องประกอบด้วย 3 ปัจจัย คือ 1. ผลประโยชน์ต่อบริษัทจากกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมจะต้องน้อยกว่าผลประโยชน์ต่อสังคม 2. ต้องทำด้วยความสมัครใจ 3. ต้องเป็นค่าใช้จ่ายของบริษัท ไม่ใช่เงินอุดหนุนให้บุคคลภายนอกมารวมออกค่าใช้จ่ายด้วย

Yoonprathom et al. (2014) ให้ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร หมายถึง การที่ธุรกิจดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ ของธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากกระบวนการดำเนินธุรกิจทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ

Kraisornsuthasini (2013) ได้เขียนไว้ว่า ทิศทางของความหมายที่ได้รับการยอมรับและอ้างถึงกันมากในกลุ่มธุรกิจระดับโลกนั้นชี้ให้เห็นว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม (Responsibility) แตกต่างจากการแสดงความเอื้ออาทร (Philanthropy) ดังนั้น การปฏิบัติความรับผิดชอบต่อ

สังคมจึงควรเน้นย้ำในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นกระบวนการหลักในการดำเนินธุรกิจมากกว่าการจัด กิจกรรมการกุศลสงเคราะห์ผู้ยากไร้ ซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคมจะเป็นการกระทำด้วยความสมัครใจเหนือกว่ากรอบของ ข้อกำหนดกฎหมายและเป็นการกระทำที่สะท้อนให้เห็นว่า บริษัทควรให้ความสำคัญต่อคำว่า “ความเป็นธรรม” (Fairness) ยิ่งกว่า “ความชอบธรรม” (Legitimacy)

มุมมองและความหมายความรับผิดชอบต่อสังคม ในห้วงปี ค.ศ. 2001-ปัจจุบัน ผู้วิจัยมีความคิดเห็น ที่คล้ายคลึงและสอดคล้องกัน ซึ่งอาจเนื่องมาจาก กระบวนการพัฒนาทางความคิด มุมมอง และการให้ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีพัฒนาการ มาอย่างยาวนาน ทำให้ในปัจจุบันที่เกิดเป็นภาพของ มุมมองความรับผิดชอบต่อสังคมที่ชัดเจนและมีแนวโน้ม ที่เป็นไปในทางเดียวกัน มีความคล้ายคลึงกัน หรือเป็นส่วนเสริมซึ่งกันและกัน เช่น UNDP (2008) ที่มองถึง การทำความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยความสมัครใจ และผู้วิจัยยังสนับสนุนความคิดเห็นของ Martinuzzi, Krumay & Pisano (2011) ที่เน้นถึงจริยธรรมของบริษัท ในเรื่องการรับผิดชอบต่อสังคม และหลีกเลี่ยงหรือรับผิดชอบต่อ ส่วนของ “การกระทำที่ไม่ดีและไม่ควรทำ” เช่น การจ้าง แรงงานเด็ก การจ้างงานผิดกฎหมาย การเอาเปรียบ พนักงาน เป็นต้น

จากความหมายข้างต้นและจากมุมมองของผู้วิจัย โดยสรุป ผู้วิจัยจึงให้คำนิยามใหม่ของคำว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร หมายถึง การที่องค์กรทำหน้าที่เป็น จุดศูนย์กลาง (HUB) เชื่อมโยงคนจากทุกภาคส่วน ทั้งภาค ธุรกิจ ภาครัฐ ภาคประชาสังคม มาร่วมทำกิจกรรม ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม ภายใต้ นวัตกรรมสังคมรูปแบบใหม่ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ตามหลักธรรมาภิบาล

การพัฒนาที่ยั่งยืนถือเป็นเรื่องสำคัญที่ทุกองค์กร และทุกหน่วยงานควรจะต้องให้ความสนใจ ทั้งในแง่ของความ เข้าใจ และกระบวนการพัฒนาให้เกิดความยั่งยืนของ หน่วยงาน องค์กร และโครงการต่างๆ ด้วยการพัฒนา ในแต่ละด้านย่อมจะต้องมีกระบวนการที่มีต้นทุนทั้งด้าน

ทรัพยากรบุคคล ด้านงบประมาณ ด้านเวลา และ องค์กรประกอบต่างๆ หากหน่วยงาน องค์กร หรือโครงการ ใดๆ สามารถพัฒนาได้อย่างยั่งยืนแล้ว หน่วยงานนั้นๆ องค์กรนั้นๆ และโครงการนั้นๆ จะสามารถยืนอยู่คู่กับ สังคมสิ่งแวดล้อมของประเทศและของโลกได้ อันจะถือว่าเป็น การใช้ศักยภาพของทรัพยากรต่างๆ ได้อย่างถูกต้อง และนำไปสู่ความเจริญรุ่งเรืองได้อย่างยั่งยืน

ในประเด็นของความหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ที่ผู้วิจัยได้รวบรวมมานั้น ผู้วิจัยยังมีความเห็นที่แตกต่าง ไปจากหลายๆ มุมมอง เป็นต้นว่า หน่วยงาน IUCU, UNEP & WWF (1991) เสนอความหมายของความยั่งยืน ว่าเป็นการ “พัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น ในขณะที่มีชีวิต อยู่ภายใต้ศักยภาพของโลก ทั้งนี้ผู้วิจัยมองว่า ความยั่งยืน ควรจะมีแนวโน้มที่เป็นลักษณะของความยาวนาน เช่น กรณีองค์กรที่ยั่งยืนควรจะหมายความว่า เป็นองค์กรที่สามารถดำเนินการอยู่ได้อย่างมั่นคงต่อเนื่องเป็นระยะเวลา ยาวนาน นอกจากนั้นผู้วิจัยยังมีความเห็นว่า ความยั่งยืน ควรเป็นเรื่องของการบูรณาการในทุกมิติและองค์ประกอบ อย่างสมดุลของเศรษฐกิจ สังคมชุมชน และธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม อันเป็นการดำรงอยู่ได้อย่างสมดุลเพื่อการมีชีวิต ที่ดี ซึ่งควรจะสอดคล้องไปในทางเดียวกันกับความหมาย ความยั่งยืนตามแนวคิดของ Wiruchnipawan (2005) ที่ให้ความหมายความยั่งยืนไว้ว่า เป็นการพัฒนาที่มีลักษณะ ที่เป็นบูรณาการหรือผสมผสานเป็นองค์รวมระหว่างคน ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม และมีดุลยภาพระหว่างคน ธรรมชาติ และเทคโนโลยีสอดคล้องกับกฎเกณฑ์ธรรมชาติ

ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Theory) ผู้มีส่วนได้เสียในชุมชน สังคม ประเทศชาติ และโลก ถือเป็นคนที่สำคัญ เนื่องจากเป็นประชากรกลุ่มใหญ่และ ยังครอบคลุมไปถึงทุกคนและทุกหมู่เหล่าในโลก อันเป็น ผู้ที่จะได้รับผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบจากการ ดำเนินการใดๆ และยังเป็นผู้ที่จะสามารถให้การยอมรับ หรือปฏิเสธการดำเนินการของหน่วยงาน องค์กร โครงการ ใดๆ ก็ตามที่จะสามารถส่งผลกระทบในทางลบต่อหมู่คน และผู้คนส่วนใหญ่ และหากผลกระทบด้านลบนั้นมีมาก ก็ควรถือว่าเป็นเรื่องที่ไม่ควรกระทำ ดังนั้น หน่วยงาน

องค์กร หรือโครงการใดๆ หากจะดำเนินการแล้วควรจะมีความตระหนักว่าโครงการนั้นๆ ส่งผลกระทบด้านลบหรือด้านบวกต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างไร ทั้งนี้เพื่อเป็นข้อมูลในการตัดสินใจให้ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเพื่อพิจารณาก่อนการตัดสินใจดำเนินการใดๆ หรือเพื่อพิจารณาถึงการลดผลกระทบดังกล่าว ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาและรวบรวมแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสีย โดยนำเสนอเป็นลำดับดังนี้ คือ 1) บริษัทกับผู้มีส่วนได้เสีย วัตถุประสงค์ดั้งเดิมในการจัดตั้งบริษัทเพื่อการดำเนินกิจกรรมแสวงหาผลกำไรให้แก่ผู้ถือหุ้นจึงเปลี่ยนไปกลายเป็น “เพื่อสร้างประโยชน์ให้แก่สังคม และผลกำไรให้แก่ผู้ถือหุ้น” โดยมีการจัดกลุ่มและประเภทของผู้มีส่วนได้เสียแตกต่างกัน เช่น องค์กร Business Roundtable ซึ่งเป็นการรวมตัวของกลุ่มนักธุรกิจเพื่อศึกษาปัญหาสาธารณะที่จะส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจและเพื่อจะกำหนดแนวทางการดำเนินนโยบายที่เหมาะสม 2) ระดับของผู้มีส่วนได้เสีย แบ่งเป็นผู้มีส่วนได้เสียขั้นต้น (Primary Stakeholders) คือ บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทหรือสร้างผลกระทบให้แก่ธุรกิจของบริษัทโดยตรง และผู้มีส่วนได้เสียขั้นรอง (Secondary Stakeholders) คือ บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทหรือสร้างผลกระทบให้แก่ธุรกิจของบริษัทโดยทางอ้อม 3) การจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสีย Mitchell, Agle & Wood (1997) ได้เสนอแนวทางในการจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสีย โดยการสร้างหลักเกณฑ์อย่างมีระบบเพื่อหาคำตอบให้ได้ว่า ใครคือผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญ และประเด็นปัญหาที่คาดว่าจะเกิดหรือดำรงอยู่ ซึ่งอาจมีมากกว่าหนึ่งเรื่อง เรื่องใดมีความสำคัญ และประเด็นปัญหาที่คาดว่าจะเกิดหรือที่ดำรงอยู่ ซึ่งอาจมีมากกว่าหนึ่งเรื่อง เรื่องใดมีความสำคัญเร่งด่วนที่ควรได้รับการบริหารจัดการก่อนเป็นลำดับแรก เพราะในทางปฏิบัติบริษัทมีข้อจำกัดไม่สามารถบริหารจัดการประเด็นปัญหาทุกเรื่องในคราวเดียวกัน โดยใช้หลักเกณฑ์ 3 ประการ คือ ความมีอำนาจ (Power) ความชอบธรรม (Legitimacy) และความเร่งด่วน (Urgency)

วิธีการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นบริษัทจำกัด (มหาชน) ที่เป็นบริษัทขนาดใหญ่ และมีการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมตามข้อกำหนดของคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) แห่งประเทศไทย ทั้งนี้ บริษัทจดทะเบียน (มหาชน) ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีจำนวนทั้งหมด 6 กลุ่มตัวอย่าง โดยเลือกศึกษาโครงการที่โดดเด่นและมีลักษณะความยั่งยืนของโครงการ รวมทั้งเป็นโครงการที่ดำเนินการมากกว่า 10 ปีขึ้นไป ทั้งนี้จะเลือกนำมาศึกษาเพื่อประเมินความยั่งยืนโครงการบริษัทละ 1 โครงการ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตกับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งใช้เป็นหน่วยในการวิเคราะห์ และใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งเป็นบุคคลภายนอกบริษัทที่เข้าร่วมโครงการ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

- 1) ศึกษาจากเอกสารตามโครงการที่ถูกคัดเลือกของบริษัทต่างๆ
- 2) สัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหาร/ตัวแทนของบริษัท ทั้ง 6 กลุ่มตัวอย่าง ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมและความยั่งยืน
- 3) สัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหาร/ตัวแทนของตลาดหลักทรัพย์/นักวิชาการ/ผู้ที่เกี่ยวข้องในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมและความยั่งยืน
- 4) ศึกษาพื้นที่และสนทนากลุ่ม/สัมภาษณ์ตัวแทนหรือกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียในพื้นที่โครงการละ 1 พื้นที่ ซึ่งผู้มีส่วนได้เสีย ได้แก่ องค์กรหรือบุคคลที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของบริษัท หรือสร้างผลกระทบให้แก่ธุรกิจของบริษัทโดยตรงหรือทางอ้อม

นำเสนอผลการวิจัยด้วยวิธีพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Analytical Descriptive Approach) โดยนำผลการสังเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ 1) การศึกษาเปรียบเทียบสาเหตุความจำเป็น เป้าหมายการดำเนินการในความรับผิดชอบต่อ

ต่อสังคมขององค์กรธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม และการพัฒนาที่ยั่งยืนของกรณีศึกษา 6 บริษัท 2) การสังเคราะห์ผลการสัมภาษณ์ของผู้บริหาร ผู้แทนบริษัท และผู้มีส่วนได้เสียโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท 6 บริษัท 3) การเสนอรูปแบบ “ความรับผิดชอบต่อสังคมและการพัฒนาที่ยั่งยืน” (Sustainable CSR)

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

งานวิจัยนี้เกิดจากผู้วิจัยเห็นว่าความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility) กับการพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นกระแสสากล และมีบริษัทจำนวนมากในประเทศไทยทั้งที่เป็นบริษัทจดทะเบียนและไม่ได้จดทะเบียนจัดทำกิจกรรมเกี่ยวกับเรื่องนี้ในการสังเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารรายงานความยั่งยืน การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหาร/ตัวแทนของ 6 กลุ่มตัวอย่าง การสัมภาษณ์เชิงลึกตัวแทนตลาดหลักทรัพย์/นักวิชาการ/ผู้มีส่วนได้เสีย การศึกษาพื้นที่และสนทนากลุ่ม สามารถสรุปและอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

ตามวัตถุประสงค์เพื่อการวิจัยข้อที่ 1) ศึกษาเปรียบเทียบสาเหตุ ความจำเป็น เป้าหมาย การดำเนินการในความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจที่เป็นไปตามแนวคิด ทฤษฎีในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและการพัฒนาที่ยั่งยืน จากการวิจัยพบว่า ผู้บริหารบริษัท/ผู้แทนบริษัท นักวิชาการ และผู้บริหารองค์กรมีความคิดเห็นสอดคล้องกันในประเด็นหลัก 4 ข้อคือ 1) CSR มีความจำเป็นและสำคัญมากและเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ 2) มองว่าองค์กรธุรกิจต้องได้รับการยอมรับจากสังคม (พึงพาอาศัย/เกื้อกูลกันและกัน/องค์กรมีรายได้-ชุมชนมีรายได้) ทำให้ได้ใบอนุญาตจากสังคม (License to operate) 3) ความรับผิดชอบต่อสังคมทำให้องค์กร/ชุมชนมีความยั่งยืน 4) ผู้บริหารมีความสำคัญมากในการสร้างวัฒนธรรมองค์กร/นโยบายองค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและการพัฒนาที่ยั่งยืน

สำหรับวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2) ด้านความคิดเห็น

และเหตุผลโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ตามแนวคิด ทฤษฎีด้านความรับผิดชอบต่อสังคม กับการพัฒนาที่ยั่งยืน และแนวคิดทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย ในโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมที่บริษัทดำเนินการอยู่อย่างต่อเนื่อง 6 บริษัท พบว่า มี 10 รายการที่ผู้บริหารตัวแทนบริษัท และผู้มีส่วนได้เสียมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน ดังนี้ 1) โครงการที่ทำอยู่นำไปสู่ความยั่งยืนได้ 2) สร้างประโยชน์ให้กับชุมชน 3) มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีความสม่ำเสมอในการดำเนินโครงการ 4) ตระหนักถึงความสำคัญของสังคม 5) ตระหนักถึงความสำคัญของเศรษฐกิจ 6) เน้นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน 7) สร้างรายได้ สร้างอาชีพให้คนในชุมชน 8) สร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนยืนได้ด้วยตนเอง 9) เริ่มต้นจากแนวคิดผู้บริหาร 10) พึงพาอาศัย เกื้อกูลซึ่งกันและกันระหว่างบริษัทและชุมชน

อภิปรายผล

จากการศึกษาสรุปได้ว่าทั้ง 6 บริษัทที่เป็นกรณีศึกษา มีการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมาเป็นระยะเวลานาน มีเป้าหมายเพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน มีการจัดทำนโยบายและแผนกลยุทธ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งถือว่าเป็นประเด็นที่มีความสำคัญต่อองค์กรและพนักงานที่เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ร่วมกันกับผู้มีส่วนได้เสียในพื้นที่ ซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทมีความจำเป็นมากที่ควรนำ CSR เข้าไปอยู่ในกระบวนการธุรกิจที่เรียกว่า “CSR in Process” อันจะนำไปสู่ความมั่นคงและความยั่งยืนของความรับผิดชอบต่อสังคมผ่านกิจกรรมหรือโครงการต่างๆ ของบริษัท จนกระทั่งกลายเป็นนโยบายและนำไปสู่การเป็นหน้าที่หลักอย่างหนึ่งของบริษัทต่อเรื่องดังกล่าว ควรมิกกลยุทธ์ที่นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของบริษัท โดยทำความเข้าใจกับความหมายของคำว่า “การพัฒนาที่ยั่งยืน” และควรมีความชัดเจนว่าใคร คือผู้มีส่วนได้เสีย และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียต่อองค์กรคืออะไร ทั้งนี้เพื่อสามารถนำมาวางแผนกลยุทธ์การพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัท การเชื่อมโยงระหว่าง

กระบวนการธุรกิจ CSR กับการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน ถ้าหากเชื่อมั่นในการใช้กลไกเชิงกฎหมายเชิงจรรยาบรรณ ก็จะไม่ใช้วิธีธรรมชาติ ซึ่งควรเป็นวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงอยู่ด้วยความยั่งยืน คือ ทำธุรกิจแล้วตอบใจทยสมตุลได้ทั้ง 3 เรื่อง เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมไปพร้อมๆ กัน

นอกจากนั้นในประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม และการพัฒนาที่ยั่งยืน ผู้วิจัยได้ศึกษา วิเคราะห์ สังเคราะห์ และประมวลความรู้จากทั้งแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการศึกษาโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหาร บริษัทที่เป็นกรณีศึกษา 6 บริษัท ผู้บริหารองค์กรและ นักวิชาการ รวมทั้งผู้มีส่วนได้เสียในพื้นที่ และสามารถ กลั่นกรองเป็นนิยามของคำว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนได้ดังนี้

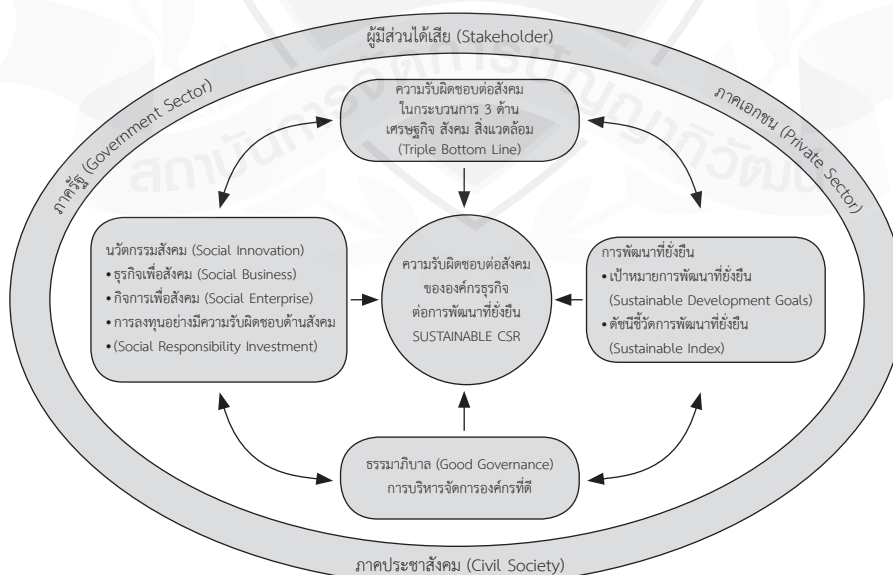
CSR คือ HUB ที่เชื่อมโยงคนทั้งโลกให้มีจิตสำนึก ที่ดี มีคุณธรรมจริยธรรม และมีความรับผิดชอบต่อตนเอง ต่อหน้าที่ ต่อองค์กร สังคม และประเทศชาติ ครอบคลุม พันธกิจในด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม เป็นการ ดำเนินการธุรกิจที่คำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้มีส่วน ได้เสียทั้งหมดขององค์กรธุรกิจด้วยจิตอาสา และต้องมี นวัตกรรมใหม่ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) มารองรับในการแก้ไขปัญหา พัฒนาด้านเศรษฐกิจ สังคม

และสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง เป็นความรับผิดชอบของ ภาครัฐกิจต่อสังคม เพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนในอนาคต กล่าวคือการพัฒนาองค์กรธุรกิจอาจนำไปสู่การเปลี่ยนแปลง ไปเป็นกิจการเพื่อสังคม ไม่ว่าจะเป็นองค์กรที่เกิดใหม่ หรือองค์กรที่มีอยู่เดิมก็ตาม

โดยสรุปผู้วิจัยให้นิยามคำว่า ความรับผิดชอบต่อ สังคมขององค์กร หมายถึง การที่องค์กรทำหน้าที่เป็น จุดศูนย์กลาง (HUB) เชื่อมโยงคนจากทุกภาคส่วน ทั้งภาค ธุรกิจ ภาครัฐ ภาคประชาสังคม มาร่วมทำกิจกรรม ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม ภายใต้ นวัตกรรมสังคมรูปแบบใหม่ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ตามหลักธรรมาภิบาล

ทำให้ผู้วิจัยได้มาซึ่งรูปแบบที่เรียกว่า “ความรับผิดชอบต่อสังคมและการพัฒนาที่ยั่งยืน” อันจะเป็นการช่วยให้ เกิดมุมมองในด้านที่ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมที่ ดำเนินการผ่านโครงการต่างๆ ในปัจจุบันตามนโยบาย ของบริษัทต่างๆ นั้น สามารถที่จะพัฒนาไปสู่โครงการ ที่มีความยั่งยืนได้

ทั้งนี้รูปแบบ “ความรับผิดชอบต่อสังคมและการ พัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable CSR)” ผู้วิจัยได้นำเสนอ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ความรับผิดชอบต่อสังคมและการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable CSR)

ตามภาพที่ 1 ความรับผิดชอบต่อสังคมและการพัฒนาที่ยั่งยืนเปรียบเสมือนจุดศูนย์กลาง (HUB) ที่เชื่อมต่อกับคนทั้งโลก โดยมีพื้นฐานตามแนวคิดที่ประกอบด้วย 5 แนวคิดที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1) ความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการ (CSR in Process) ที่ครอบคลุม 3 ด้าน คือ ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจในการบวนการที่องค์กรธุรกิจเชื่อมโยงความรับผิดชอบต่อสังคมผนวกเป็นนโยบายองค์กรโดยรวม โดยเชื่อมโยงกับทั้งผู้ถือหุ้น ผู้บริหาร พนักงานในองค์กรทุกคน รวมทั้งผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมด

2) การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) เป็นความต่อเนื่องของการพัฒนาโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมให้เป็นกระบวนการเชิงไดนามิกที่มีการปรับปรุงพัฒนาเพื่อสร้างให้เกิดความเข้มแข็งโครงการที่สามารถดำรงอยู่ได้อย่างต่อเนื่อง ยืนยาว คู่กับสังคม ชุมชน และประชาชนผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมด

3) ธรรมาภิบาล (Good Governance) เป็นการบริหารจัดการองค์กรที่ดี โดยในมุมมองของผู้วิจัยแล้วถือเป็นเรื่องสำคัญอย่างมากที่เป็นฐานของการบริหารจัดการของหน่วยงานทุกระดับ เมื่อมีธรรมาภิบาลเกิดขึ้นในองค์กรใดๆ แล้ว องค์กรหรือหน่วยงานนั้นๆ ย่อมมีการบริหารจัดการในทิศทางที่ถูกต้อง ดีงาม และนำไปสู่ความยั่งยืนขององค์กรและหน่วยงานในที่สุด ทั้งยังทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องผูกพันอยู่กับหน่วยงานหรือองค์กรนั้นๆ เกิดความร่มเย็นเป็นสุขไปด้วย

4) นวัตกรรมสังคม (Social Innovation) มีเป้าหมายหลักในการทำกิจการเพื่อผู้อื่นมากกว่าทำเพื่อตนเอง ทั้งนี้เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดผลลัพธ์ทางธุรกิจ (เช่น ผลกำไร) และนำผลกำไรนั้นใช้ในการพัฒนาสังคม ชุมชน ผู้มีส่วนได้เสียโดยรวมทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เป็นการทำการกิจการเพื่อผู้อื่นและสังคม เช่น

1. ธุรกิจเพื่อสังคม (Social Business) แนวคิดธุรกิจเพื่อสังคมตามนิยามของยูเนสโก เป็นธุรกิจที่ไม่สูญเสียเงินต้น-ไม่ปันผลกำไร (non-loss, non-dividend)

มาใช้เป็นกลไกในการช่วยเหลือผู้ยากไร้และผู้ด้อยโอกาส รวมถึงใช้เป็นเครื่องมือในการจัดปัญหาความยากจน การว่างงาน และก๊าซเรือนกระจก ที่สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนนับจากนี้เป็นต้นไป

2. กิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) คือ หน่วยงานที่ดำเนินงานโดยใช้ยุทธศาสตร์แบบกลไกตลาดเพื่อเป้าหมายทางสังคมหรือสิ่งแวดล้อม โดยการดำเนินงานของกิจการเพื่อสังคม มุ่งเน้นเป้าหมายทางสังคม สิ่งแวดล้อม และการเงินไปพร้อมๆ กัน หรือที่เรียกว่า Triple Bottom Line โดยเป้าหมายทางการเงิน เช่น การสร้างรายได้นั้นมีขึ้นเพื่อเพิ่มผลประโยชน์ของสังคมหรือสิ่งแวดล้อมแทนที่จะเป็นผลประโยชน์ของบริษัทหรือผู้ถือหุ้นเหมือนกิจการทั่วไป ซึ่งกิจการเพื่อสังคมต่างจากความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงบริษัท (CSR) ตรงที่กิจการเพื่อสังคมมีเป้าหมายทางสังคมหรือสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก ในขณะที่ CSR มักจะเป็นกิจกรรมหรือโครงการเพื่อสังคมของกิจการที่แสวงหากำไรตามปกติ

แนวคิดผู้มีส่วนได้เสีย

คือ ผู้ที่ได้รับผลกระทบ โดยได้รับประโยชน์หรือเสียประโยชน์จากการดำเนินธุรกิจขององค์กร จำแนกกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ ภาครัฐบาล (Government) ภาคธุรกิจ (Corporation) และภาคประชาสังคม (Civil Society) ดังนี้

1. ภาครัฐบาล (Government) หมายถึง หน่วยงานภาครัฐที่เป็นผู้กำหนดนโยบาย กำหนดทิศทาง เป็นผู้นำทางความคิด และนักการเมืองส่วนกลาง ฯลฯ

2. ภาคธุรกิจ (Corporation) หมายถึง หน่วยงาน/องค์กรภาคธุรกิจที่มีเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างผลกำไรให้เกิดขึ้น

3. ภาคประชาสังคม (Civil Society) หมายถึง ชุมชน ประชาชนทั่วไป เยาวชน สถาบันการศึกษา NGO สื่อมวลชน และนักการเมืองท้องถิ่น ฯลฯ เป็นผู้มีส่วนได้เสียในสังคมชุมชนทั้งหมด

ข้อเสนอแนะ

จากการที่ผู้วิจัยได้ลงภาคสนามเพื่อสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลจากทุกภาคส่วนทำให้เห็นว่า ยังมีคำถามเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมและการพัฒนาที่ยั่งยืนในประเด็นต่างๆ ที่สามารถนำมาเป็นหัวข้อวิจัยในอนาคตดังนี้

1. การมีส่วนร่วมของพนักงานภายในองค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและการพัฒนาที่ยั่งยืน

เนื่องจากในอดีตที่ผ่านมาความรับผิดชอบต่อสังคมมักจะมีการดำเนินการเป็นกิจกรรมหรือโครงการโดยผู้ที่รับผิดชอบในงานความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นผู้ดำเนินงานหลัก ดังนั้น การเชิญชวนพนักงานเข้าร่วมทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมให้มากขึ้นในอนาคตจึงเป็นเรื่องที่ต้องใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ในการชักจูงโน้มน้าวให้กลุ่มเป้าหมายเข้ามามีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมเพื่อสังคมเพิ่มขึ้น โดยกลุ่มเป้าหมายมีทั้งที่เป็นพนักงาน ผู้บริหารภายในบริษัท และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกบริษัท ซึ่งควรมีการศึกษาเพื่อสร้างตัวแบบเพื่อเป็นประโยชน์ต่อบริษัทที่ทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม เนื่องจากองค์ประกอบหลักของการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นจะต้องทำด้วยจิตอาสา หรือด้วยความสมัครใจจึงจะนำไปสู่การดำเนินงานได้อย่างยั่งยืนในอนาคต

2. ความรับผิดชอบต่อสังคมที่เชื่อมโยงในมิติด้านต่างๆ

โดยทั่วไปจะเห็นว่า ธุรกิจหรือองค์กรมักจะมี การดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมในมิติใดมิติหนึ่ง แต่อาจจะยังขาดการเชื่อมโยงในมิติด้านต่างๆ ของการทำความรับผิดชอบต่อสังคมทั้ง 3 มิติ คือ ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม งานวิจัยในอนาคตอาจจะมีการศึกษาถึงประเด็นการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมที่เชื่อมโยงทั้ง 3 ด้าน เพื่อดูปรากฏการณ์หรือผลสัมฤทธิ์ตามบริบทแวดล้อม อันจะเป็นการนำไปสู่การพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อพัฒนาไปสู่ความยั่งยืนในอนาคต

3. ความรับผิดชอบต่อสังคมกับการประเมินผลสัมฤทธิ์ทางสังคม (Social Impact)

มีบริษัทจำนวนหนึ่งที่ใช้กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจ โดยนำประเด็นปัญหาทางสังคมและสิ่งแวดล้อม มาเป็นโจทย์ในการกำหนดกลยุทธ์ ผลการดำเนินกลยุทธ์นอกจากจะสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผู้ถือหุ้น ไม่ว่าจะเป็นผลกำไรในระยะสั้นและการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว ยังสร้างคุณค่าให้แก่สังคมและสิ่งแวดล้อมด้วย ดังนั้น จึงควรศึกษาวิจัยว่ากลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนสามารถประเมินผลสัมฤทธิ์ทางสังคม (Social Impact Assessment) และผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment) ได้หรือไม่อย่างไร

References

- Blackburn, W. R. (2008). *The Sustainability Handbook: The Complete Management Guide to Achieving Social, Economic, and Environmental Responsibility*. USA: Environmental Law Institute.
- Bowen, H. R. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*. New York: Harper and Row.
- Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *The Academy of Management Review*, 4(4), 497-505.
- Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Business and Society*, 38(3), 268-295.

- Dodd, E. M. Jr. (1932). For whom are corporate managers trustees?. *Harvard Law Review*, 45(7), 1145-1163.
- Friedman, M. & Friedman R. D. (1962). *Capitalism and freedom*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- IUCU, UNEP & WWF. (1991). *Caring for Earth: A Strategy for Sustainable Living*. Retrieved May 20, 2016, from <https://portals.iucn.org/library/efiles/documents/cfe-003.pdf>
- Kraisornsuthasini, S. (2013). *Corporate Social Responsibility*. Bangkok: Plan printing. [in Thai]
- Laudal, T. (2010). An attempt to determine the CSR potential of the international clothing business. *Journal of Business Ethics*, 96(1), 63-77.
- Manne, H. G. & Wallich, H. C. (1972). *The modern corporation and social responsibility*. Washington, DC: American Enterprise Institute for Public Policy Research.
- Martinuzzi, A., Krumay, B. & Pisano, U. (2011). *Focus CSR: The New Communication of the EU Commission on CSR and National CSR Strategies and Action Plans*. USA: European Sustainable Development Network.
- Mitchell, R. K., Agle, B. R. & Wood, D. J. (1997). Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts. *Academy of Management Review*, 22(4), 853-886.
- Porter, M. E. & Kramer, M. R. (2002). *The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy*. Harvard Business Review.
- Sustainable Business Development Institute. (2013). *Social Responsibility for Corporate Sustainability*. Bangkok: IDEOL Digital Print.
- UNDP. (2008). *Capacity Development: Empowering People and Institutions*. Annual Report 2008. New York: United Nations Development Programme.
- Walton, C. (1967). *Corporate social responsibilities*. Belmont, CA: Wadsworth.
- Wiruchnipawan, W. (2005). *Management and Administrative Development of the organizations for constitutional and government agencies*. Retrieved May 15, 2016, <http://www.wiruch.com/books%20for%20textbook/book29.html> [in Thai]
- Yoonprathom, A., Kittisuntrakul, J., Banchawachirachai, W., Witayathavorn, S., Santayathi, N. & Tipyanon, J. (2014). *Clarification of the Sustainable Development* (1st ed.). Nonthaburi: Wanida Printing. [in Thai]



Name and Surname: Woravuth Chaisorn

Highest Education: Doctor of Philosophy Leadership in Society, Business and Politic, Rangsit University

University or Agency: Rangsit University

Field of Expertise: Corporate Social Responsibility (CSR) Management

Address: True Corporation Public Company Limited, 18 True Tower, Ratchadaphisek Rd., Huai Khwang, Bangkok 10310



Name and Surname: Bunsom Kesapradist

Highest Education: Doctor of Philosophy (Good Governance), Chandrakasem Rajabhat University

University or Agency: Rangsit University

Field of Expertise: Good Governance

Address: Building 2, Social Innovation College, Rangsit University 52/347 Mueang-Ake, Phaholyothin Rd., Lak-hok, Pathumthani 12000

PANYAPIWAT

INSTITUTE OF MANAGEMENT

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัตน์