



บทที่

# 9

คุณนิยมมีชีวิต ธุรกิจมีหัวใจ

ดุษฎี วรรณดุษฎี

Dusadee Vorathumdusdee



## ทุนนิยมมีชีวิต ธุรกิจมีหัวใจ<sup>1</sup>

ดุษฎี วรรณธรรมดุษฎี<sup>2</sup>

Dusadee Vorathumdudee



“ทุนนิยม [สามัญในไทย] ที่เล่นพรรคเล่นพวกกันเยอะก็ต้องยอมรับว่าบริษัทในไทย ส่อไปทางแย่มากกว่าดี ในประวัติศาสตร์ทุนนิยมไทยก็ไม่มีช่วงไหนจะบอกได้ว่าการแข่งขันเสรีหรือพยายามกำจัดอำนาจผูกขาด ซึ่งทุนนิยมจะสามัญหรือก้าวหน้ามันจึงอยู่ที่วิธิตัด ไม่ได้อยู่ที่ว่าคุณทำธุรกิจอะไร ถ้ายังได้สัมปทานอยู่รายเดียวผูกขาดอยู่ไม่ก็กลุ่มก็หนีไม่พ้นระบบเก่า ๆ แม้ว่าจะจะเป็นธุรกิจไฮเทคที่ดูเฟิ่น ๆ เหมือนจะเป็นทุนนิยมก้าวหน้าก็ตาม”<sup>3</sup>

หนังสือของสฤณีเล่มนี้เป็นหนังสือรวบรวมและเรียบเรียงบทความที่เธอเขียนลงมติชนรายสัปดาห์คอลัมน์ “ทุนนิยมมีชีวิต” ตั้งแต่ตอนที่ 1-30 ซึ่งโดยทั่วไปแล้วหนังสือประเภทรวบรวมบทความของนักเขียนประเภทคอลัมนิสต์ เมื่อรวมมาเป็นเล่มแล้วเนื้อหาก็จะคล้ายสมัยไปในเวลาไม่ช้า ในทางตรงกันข้าม ผลงานของสฤณีกลับไม่

<sup>1</sup> สฤณี อาชวานันทกุล ทุนนิยมมีชีวิต ธุรกิจมีหัวใจ. กรุงเทพฯ : มติชน, 2553 ISBN 978-974-02-0660-6. 216 หน้า

<sup>2</sup> อาจารย์ประจำคณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา

<sup>3</sup> “สฤณี อาชวานันทกุล : ทุนนิยมมีชีวิต ธุรกิจมีหัวใจ” ใน ปาจารย์สาร <http://www.fringier.org/wp-content/interviews/Pacharayasarn.pdf> (12 เมษายน 57)

ได้เป็นเช่นนั้นแต่ประการใด ประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility) หรือ CSR ที่ภาคธุรกิจไทยกำลังนิยม ทั้งที่ฝรั่งเองศึกษาอย่างจริงจัง ตั้งแต่ทศวรรษที่ 70 เป็นต้นมานั้น<sup>4</sup> สถุณีได้ให้ความรู้ทางวิชาการผ่านการเรียบเรียงและอธิบายได้อย่างชวนติดตาม โดยที่ไม่ได้เป็นเรื่องยากและน่าเบื่อ อย่างไรก็ตาม ประเด็น CSR สำหรับฝรั่งแล้ว โดยเฉพาะภาคพื้นทวีป ถือได้ว่าเป็นเรื่องจริงจังต่อภาคสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน มีอาณาบริเวณศึกษาที่ครอบคลุมด้านสังคมศาสตร์ ไม่ได้เป็นเรื่องของภาคธุรกิจฝ่ายเดียว ในทางตรงกันข้าม CSR ในไทยกลับกลายเป็นแค่ความเข้าใจถึงการทำกิจกรรมคืนกำไรสู่สังคมคู่ขนานไปกับการประชาสัมพันธ์ให้แก่บริษัทในเวลาเดียวกัน ทั้งนี้ ถือว่าเป็นคุณูปการยิ่งสำหรับสถุณี ที่ผลิตผลงานให้ผู้อ่านในสังคมไทยได้เข้าใจแนวคิดทุนนิยมและภาคธุรกิจต่อประเด็น CSR อย่างร่วมสมัย

### สื่อสารองค์กร : บาบของกระบวนการฟอกเขียว

สถุณีได้อธิบายถึงความแยบยลของกิจกรรมสื่อสารองค์กรอย่าง CSR ไว้ในหัวเรื่อง “บาบหก ประการของการฟอกเขียว” ได้ตรงประเด็น ผ่านข้ออ้างเชิงดิเล็มมาที่ว่า การเติบโตทางเศรษฐกิจไม่ว่าจะเป็นจิตพิของประเทศไทยหรือกำไรของบริษัทกับความอุดมสมบูรณ์ของสิ่งแวดล้อม ไม่ใช่สองสิ่งที่ธุรกิจต้อง “เลือก” อย่างใดอย่างหนึ่ง แต่ต้องคอยดูแลไปพร้อม ๆ กัน เพราะถ้าสิ่งแวดล้อมอยู่ไม่ได้ สังคมก็อยู่ไม่ได้ และถ้าสังคมอยู่ไม่ได้ ถึงจุดหนึ่งธุรกิจก็อยู่ไม่ได้ (น.42) อย่างไรก็ตาม ความตระหนักของภาคธุรกิจที่มีต่อสิ่งแวดล้อมได้หาทางออกมาสู่การดำเนินการสื่อสารองค์กรด้วยวิธีการ CSR ที่ปรากฏอยู่ทั่วไปกับงานอีเว้นท์ต่างๆ หรือกิจกรรมช่วยเหลือสังคมที่เป็นแบบส่งเสริมภาพลักษณ์บริษัทแล้วเสร็จสิ้นจบไปในแต่ละกิจกรรมและงานอีเว้นท์เอง

สถุณีได้อธิบายกระบวนการ “ฟอกเขียว” (Greenwashing) เพื่อที่สามารถแยกแยะบริษัทที่เป็น “ตัวจริง” หรือ “ตัวปลอม” ในมิติ CSR ได้ กระบวนการดังกล่าวมีวิธีทำ “การตลาดเขียวปลอม” ที่บริษัทใช้หลอกลูกค้าให้หลงเชื่อว่าบริษัทนั้นรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ กระบวนการฟอกเขียวปกปิดปลอมแปลงหรือบิดเบือนข้อเท็จจริง เพื่อทำสิ่งที่จริง ๆ แล้วไม่เขียวให้ดูเขียวในสายตาผู้บริโภค

<sup>4</sup>โปรดดู <http://web.cim.org/csr/MenuPage.cfm?sections=67&menu=139> และ <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1955985>



สถิณได้สรุปผลการวิจัยของ TerraChoice ที่ชื่อ “บาปหกประการของกระบวนการพอกเขียว”<sup>5</sup> (น.42-55) ไว้ดังนี้

1) บาปของการแลกได้แลกเสียที่ซ่อนเร้น บริษัทอ้างว่าสินค้าของตนเอง “เขียว” โดยตั้งอยู่บนตัวแปรหรือดัชนีด้านสิ่งแวดล้อมอยู่เพียงตัวเดียว ซึ่งไม่ได้เป็นข้อมูลเท็จ แต่ทำให้คนเข้าใจผิดว่าสินค้านั้น “เขียว” กว่าข้อเท็จจริงที่ปรากฏ อาทิ การปลูกพืชพลังงานเพื่อผลิตแก๊สโซฮอลล์น่าจะทำให้โลกร้อนเลวร้ายลง ไม่ใช่ดีขึ้น เนื่องจากการเปลี่ยนวิธีใช้ที่ดินที่ทำให้ป่าไม้และทุ่งหญ้ามีพื้นที่น้อยลง แม้ว่าแก๊สโซฮอลล์จะมีประโยชน์ในแง่ของการลดการพึ่งพาน้ำมัน ไม่ใช่ในแง่ของการช่วยลดโลกร้อน

2) บาปของการไม่มีหลักฐานพิสูจน์ บริษัทมีข้ออ้างด้านสิ่งแวดล้อมที่ไม่อาจยืนยันได้ด้วยข้อมูลสนับสนุนที่คนทั่วไปสามารถเข้าถึงได้โดยง่าย หรือด้วยการรับรองจากบุคคลที่สามที่น่าเชื่อถือ ตัวอย่างบริษัทผลิตหลอดไฟฟ้าที่ใช้ภายในบ้าน มักโฆษณาว่าประหยัดพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ แต่ก็ไม่เสนอหลักฐานหรือใบรับรองที่สนับสนุนข้ออ้างดังกล่าว

3) บาปของความคลุมเครือ หมายถึงข้ออ้างที่ใช้คำพูดคลุมเครือ จนทำให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจผิดหรือสับสน อย่างเช่นสินค้า “เพื่อสุขภาพ” ที่อ้างว่า “ปลอดสารเคมี” หรือ “ทำมาจากธรรมชาติ 100%” ในความเป็นจริงสารเคมีมีอยู่ทั่วไปในธรรมชาติ การใช้ข้อความโฆษณา “ปลอดสารเคมี” จึงทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิด ทั้ง ๆ ที่ควรใช้คำว่า “ปลอดสารสังเคราะห์”

4) บาปของความไม่เกี่ยวข้อง หมายถึงข้ออ้างที่อาจจะจริง แต่ไม่สำคัญ ไม่จำเป็นและไม่เป็นประโยชน์สำหรับผู้บริโภค จึงทำให้ผู้บริโภคสับสนไขว่เขว อย่างเช่น “ปลอดสารซีเอฟซี” ของสินค้าประเภทตู้เย็น เต้าอบ เอลโกนหนวด ฯลฯ เพราะสารคลอโรฟลูออโรคาร์บอนที่ทำลายชั้นบรรยากาศโอโซนเป็นสารต้องห้ามตั้งแต่ปี ค.ศ. 1989 มาแล้ว

5) บาปของสิ่งที่เลวน้อยกว่า หมายถึงข้ออ้างที่อาจจะเขียวจริง แต่สุ่มเสี่ยงที่จะเบี่ยงเบนความสนใจของผู้บริโภคออกจากผลกระทบที่สาหัสกว่าของสินค้าประเภท

<sup>5</sup> สามารถอ่านรายงาน “The Six Sins of Greenwashing” ได้ที่ [http://www.tucsonaz.gov/files/ocsd/6\\_sins\\_Terrachoice.pdf](http://www.tucsonaz.gov/files/ocsd/6_sins_Terrachoice.pdf) และรายงานประจำปีตลอดทั้งข้อมูลสำหรับผู้สนใจไปที่ <http://sinsofgreenwashing.org/>

นั้น อาทิ ยาฆ่าแมลงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม บุหรี่หรืออร์แกนิก รถยนต์ประหยัดพลังงาน เป็นต้น บาบข้อนี้เป็นสิ่งที่บริษัททั่วไปกำลังทำเป็นไม่เข้าใจแล้วนำมาเป็นกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม กิจกรรม CSR จึงกลายมาเป็น กิจกรรมปลูกป่า อนุรักษ์น้ำ สร้างฝาย แจกผ้าห่ม ทั้ง ๆ ที่กระบวนการของธุรกิจและสินค้าเป็นการทำลายสังคมและสิ่งแวดล้อมในตัวของมันเองอย่างต่อเนื่อง

6) บาบของการอ้างมั่ว หมายถึงข้ออ้างที่เป็นเท็จ เช่น บริษัทที่อ้างว่าปล่อยคาร์บอนน้อยลง ทั้ง ๆ ที่ในความเป็นจริงเพิ่มขึ้น หรือไม่ก็อ้างถึงการรับรองอย่างเป็นทางการโดยบุคคลที่สาม ทั้ง ๆ ที่ไม่เป็นความจริง หรือการรอดอ้างแปะป้าย ทั้งที่จริง ๆ ไม่มีรายชื่อสินค้าที่อยู่ในการรับรอง ซึ่งเราพบเห็นอยู่ได้ทั่วไปโดยไม่ทันตระหนักด้วยซ้ำไป

จากبابหกประการข้างต้น ทำให้เราเข้าใจถึงกระบวนการฟอกเขียวในระดับหนึ่ง ซึ่งมีวิธีการโฆษณาที่ให้ข้อมูลไม่เพียงพอหรือบิดเบือนข้อมูลเพื่อเข้าข้างธุรกิจตนเองนั้น ได้ส่งผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะกระทบต่อผู้บริโภคไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง กิจกรรม CSR เพื่อสังคม หรือช่วยเหลือสังคม ไม่ว่าจะภายใต้ชื่อใดก็ตาม ล้วนเป็นเพียงกิจกรรมที่เรียกได้ว่า *CSR after process* เป็นกิจกรรม CSR ที่มีผลต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ไม่เกี่ยวกับการดำเนินงานของบริษัทโดยตรง ซึ่งก็ยังคงเป็นความพยายามสร้างภาพลักษณ์ให้ตนเองดูดีภายใต้กระบวนการฟอกเขียวอยู่ร่ำไป

### กระบวนการค้นหุนิยมกระแสหลัก : ความล้าสมัยและแนวทางปฏิรูป

หนังสือของสตูณี่มีข้อถกเถียงหลักคือ ความเข้าใจผิดและความล้าสมัยของกระบวนการค้นหุนิยมกระแสหลัก ตลอดทั้งความพยายามแสวงหาผลกำไรให้แก่หุ้นส่วน ไม่ได้รวมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้าร่วม ด้วยการทำลายสังคมและสิ่งแวดล้อมทั้งทางตรงและทางอ้อม ได้ใช้กระบวนการสื่อสารองค์กรอย่าง CSR ในการฟอกเขียวและสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์แบบหนึ่ง โดยสตูณี่เริ่มด้วยการสรุปกระบวนการค้นหุนิยมกระแสหลักไว้ว่า “หมายถึงระบอบเศรษฐกิจที่ตั้งอยู่บนตลาดเสรี ผู้เล่นทุกคนในตลาด ไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิต ผู้บริโภค ผู้จัดการจำหน่ายหน้า ฯลฯ สามารถตัดสินใจทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้โดยเสรี ภายใต้กฎกติกาที่รัฐกำหนด” (น. 19)



สถุณีได้นำความคิดของ มิลตัน ฟรีดแมน<sup>6</sup> (Milton Friedman) นักเศรษฐศาสตร์ผู้ยิ่งใหญ่ชาวอเมริกันที่ไม่เชื่อว่า ธุรกิจควรมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมด้วย นอกจากการมุ่งแสวงผลกำไรให้แก่หุ้นส่วนของภาคธุรกิจ เมื่อเป็นเช่นนั้น ความรับผิดชอบต่อสังคมไม่สามารถดำเนินไปในทิศทางเดียวกันกับการแสวงหาผลกำไรได้ นักธุรกิจจะต้องเลือกอย่างใดอย่างหนึ่งเท่านั้น ถ้าเลือกที่จะรับผิดชอบต่อสังคมก็แปลว่านักธุรกิจนั้นไม่เชื่อมั่นในกลไกตลาด (น. 21) สถุณีมองว่ากระบวนทัศน์ของฟรีดแมนมีความเข้าใจผิดและล้าสมัยไปแล้ว โดยเธอตั้งคำถามต่อไปว่า บริษัทไม่จำเป็นต้องแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลตอบแทนของผู้ถือหุ้นเสมอไป การมองไปที่ผู้ถือหุ้นแต่ฝ่ายเดียวเท่านั้น ทำให้มองข้ามผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายไป เพราะปัจจุบันมีบริษัทมากมายที่แสดงให้เห็นความรับผิดชอบต่อสังคม ที่ไม่ได้มุ่งทำกำไรสูงสุด แต่ก็ไม่ได้ลดผลตอบแทนให้แก่ผู้ถือหุ้นระยะสั้น สามารถทำให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายได้ประโยชน์ระยะยาว (น. 24-25)

ยิ่งไปกว่านั้น ผู้ถือหุ้นที่มุ่งแต่แสวงหากำไรสูงสุดที่อาจเป็นสิ่งดีในระยะสั้น แต่อาจจะส่งผลต่อความเสี่ยงที่บริษัทล่มสลายในระยะยาว จากการที่ไม่รับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียฝ่ายอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นเศรษฐกิจฟองสบู่ก็ดี ปัญหาสิ่งแวดล้อมก็ดี ที่หลบเลี่ยงกฎหมายและมาตรการของภาครัฐ ได้สร้างวิกฤตต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอันเป็นผลสืบเนื่องมาจากการตอบสนองแก่ผู้ถือหุ้นแต่ฝ่ายเดียวได้กลายมาเป็นปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม ในปัจจุบันบริษัทยักษ์ใหญ่ได้เริ่มหันมาสนใจในปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นจากกระบวนการผลิตทางอุตสาหกรรมที่ส่งผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนแล้ว ผู้บริโภคและภาคสังคมจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกบริโภคและกำกับบริษัททางอ้อมได้ดีกว่ากฎเกณฑ์ที่ภาครัฐกำหนด

สถุณีได้แบ่งประเภทหุ้นได้อย่างสนใจไว้สามประเภทได้แก่ *หุ้นล้าหลัง* *หุ้นรับผิดชอบ* และ *หุ้นก้าวหน้า* (น. 181-187) *หุ้นล้าหลัง* คือนักธุรกิจที่ไม่เชื่อว่า ความ

<sup>6</sup> สามารถอ่านหนังสือ Capital and Freedom ของ มิลตัน ฟรีดแมนได้ที่ <http://www.pdf-archive.com/2011/12/28/friedman-milton-capitalism-and-freedom/> และ Free to Choose ที่ <http://www.pdf-archive.com/2011/12/28/friedman-milton-capitalism-and-freedom/> หรือ บทความวิชาการของ ดุษฎี วรธรรมดุษฎี (2558) “มิลตัน ฟรีดแมน: ผู้บริหารกับความรับผิดชอบต่อสังคม” ในวารสารพัฒนาสังคม Vol 17, No 2.

รับผิดชอบต่อสังคมเป็นหน้าที่ของธุรกิจ และยิ่งช่วงชิงหาช่องโหว่ทางกฎหมาย ทุน  
 ล้าหลังมุ่งทำกำไรสูงสุดให้แก่ผู้ถือหุ้นด้วยวิธีการทุกอย่างที่เล็ดรอดจากข้อบังคับทาง  
 กฎหมาย เป็นการฉวยโอกาสจากความได้เปรียบจากอำนาจรัฐ ไม่ว่าจะเข้าไปมีสาย  
 สัมพันธ์กับรัฐบาล ระบบราชการ ระบบตุลาการ โดยเฉพาะนักการเมืองและเข้าไปมี  
 อำนาจทางการเมือง ด้วยการคอร์รัปชั่นเชิงนโยบาย เอื้อประโยชน์ให้ตนเองและพวก  
 พ้อง เป็นการเอื้อประโยชน์ให้กับทุนขนาดใหญ่กับรัฐดำเนินการผูกขาดและบริหาร  
 จัดการแนวตั้ง ทุนล้าหลังก็คือทุนสามัญในไทยนั่นเอง

ในขณะที่ *ทุนรับผิดชอบ* หมายถึงนักธุรกิจที่เข้าใจในแก่นสารที่แท้จริงของความ  
 รับผิดชอบต่อสังคม โดยคำนึงถึงความต้องการและประสานประโยชน์ของผู้มีส่วนได้  
 ส่วนเสียทุกฝ่าย สตูว์ได้ใช้แนวคิดของไมเคิล พอร์เตอร์<sup>7</sup> (Michael Porter) ว่าทุนรับ  
 รับผิดชอบควรวิเคราะห์โอกาสด้าน CSR ด้วยการใช้กรอบคิดเดียวกันกับแผนธุรกิจปกติ  
 โดยมุ่งทำเชิงกลยุทธ์มากกว่าเชิงตั้งรับ ที่ทำในลักษณะแก้ปัญหาลเฉพาะหน้า กิจกรรม  
 ช่วยเหลือสังคมที่ไม่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์หรือศักยภาพขององค์กรทำให้มองไม่เห็น  
 “โอกาส” ที่สามารถสร้างประโยชน์ทางธุรกิจได้เท่ากันกับหรือมากกว่าประโยชน์ทาง  
 สังคม และ *ทุนก้าวหน้า* หมายถึงนักธุรกิจที่ไม่เพียงแต่เข้าใจเรื่องความรับผิดชอบต่อ  
 สังคมและสิ่งแวดล้อม แต่ยังพยายามหาวิธีที่จะ “ยั่งยืน” อย่างแท้จริง โดยมุ่งพัฒนา  
 สินค้าและบริการที่ยั่งยืนในแง่สิ่งแวดล้อม มุ่งยกระดับสังคมไปสู่ทิศทางที่ดีกว่าเดิม  
 ด้วยการคิดค้นนวัตกรรมใหม่และผนวกผสานเครื่องมือประเมินผลตอบแทนด้านสังคม  
 และสิ่งแวดล้อมเข้าเป็นเนื้อเดียวกันกับกระบวนการทำธุรกิจตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลาย  
 น้ำ ทั้งนี้ เป้าหมายของทุนประเภทนี้อยู่ที่ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม (ซึ่งไม่สามารถ  
 ประเมินเป็นมูลค่าได้) ซึ่งทุนก้าวหน้ามีชื่อเรียกว่ากิจการเพื่อสังคมนั่นเอง

สตูว์ได้กล่าวถึงปัญหาของกระบวนทัศน์แบบเก่าและแนวทางปฏิรูปไว้ได้อย่าง  
 น่าสนใจและชวนค้นคว้าหารายละเอียดเพิ่มเติมเชิงลึก โดยเน้นให้เห็นว่าโครงสร้างเชิง  
 สถาบันต่าง ๆ อาทิ ตลาดทุน กฎหมาย มาตรฐานการบัญชี ฯลฯ ยังหนุนเสริม

<sup>7</sup> โปรดดู Michael Porter and Mark Kramer. “Strategy and Society : The Link Between  
 Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility” ใน Harvard Business Review  
 ที่ [http://eforthamerica.com/documents/events/ccc2008/Mark-Kramer-Keynote/Strategy-  
 Society.PDF](http://eforthamerica.com/documents/events/ccc2008/Mark-Kramer-Keynote/Strategy-Society.PDF) และ [http://www.score-social.com/Coleccion\\_HBR.pdf](http://www.score-social.com/Coleccion_HBR.pdf)



กระบวนทัศน์แบบเก่าในการที่เป็นอุปสรรคต่อกระบวนทัศน์แบบใหม่ โดยเฉพาะระบบกฎหมายและธรรมาภิบาล ที่บริษัทต้องยึด “ผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้น” เป็นสำคัญ และกฎหมายธุรกิจทุกประเทศก็กำหนดให้ผู้ถือหุ้นมีสิทธิฟ้องกรรมการบริษัท โทษฐานก่อให้เกิด “ความเสียหาย” ต่อบริษัท (น.112-113) สฤณีได้เรียบเรียงแนวคิดของ เคนต์ กรีนฟิลด์<sup>8</sup> (Kent Greenfield) ที่ว่า ผู้บริหารบริษัทเอกชนมีหน้าที่ระดมและประสานทรัพยากรรูปแบบต่าง ๆ อาทิ ทุนการเงิน ทุนมนุษย์ และสาธารณูปโภคพื้นฐาน ที่จำเป็นต่อการผลิตสินค้าหรือบริการเพื่อกำไร การระดมทรัพยากรเหล่านี้แปลว่าผู้บริหารจะต้องสร้างความไว้วางใจกับผู้มีส่วนได้เสียหลายฝ่ายตราบไคที่ทุกฝ่ายไว้วางใจบริษัท เจ้าหนี้และผู้ถือหุ้นก็จะลงทุนในรูปแบบตัวเงิน พนักงานจะลงทุนในรูปเวลา ความเชี่ยวชาญ ความวิริยะอุตสาหะ รวมถึงพัฒนาทักษะของตัวเองเพื่อเพิ่มผลผลิต ส่วนชุมชนหรือภาครัฐจะลงทุนสร้างถนน ระบบระบายน้ำ และนิคมอุตสาหกรรม (น.114-115) ซึ่งเป็นการให้ความสำคัญที่ผู้บริหารมีต่อผู้มีส่วนได้เสียจากแต่เดิมที่ให้ความสำคัญแต่ผู้ถือหุ้น

ประเด็นที่น่าสนใจก็คือ ต้องทำความเข้าใจว่าผู้ถือหุ้นไม่ได้เป็นเจ้าของบริษัท ซึ่งเป็นเพียงสิ่งที่กฎหมายสมมติขึ้นมาเท่านั้น ผู้ถือหุ้นเป็นเจ้าของหุ้น แต่ผู้ถือหุ้นกู้ (เจ้าหนี้) ก็เป็นเจ้าของหุ้นกู้ คู่ค้าก็เป็นเจ้าของสินค้าคงเหลือและพนักงานก็เป็น “เจ้าของ” แรงงานที่พวกเขาขายให้แก่บริษัทเหมือนกัน ผู้มีส่วนได้เสียแต่ละฝ่ายล้วนมีส่วนสร้างกำไรให้กับธุรกิจ ในฐานะการลงทุนทุกฝ่ายหวังที่จะได้รับผลตอบแทน ในความเป็นจริงทั่วไป ผู้บริหารถูกกำหนดบทบาทให้สร้างความมั่งคั่งให้แก่บริษัท ซึ่งก็หมายถึงการปันผลกำไรจำนวนมากให้แก่ผู้ถือหุ้น โดยที่เป้าหมายคือผลตอบแทนให้แก่ผู้ถือหุ้น นั่นหมายถึงการนำมาสู่เวลาที่ใครก็ตามตัดสินใจทำอะไรที่ส่งผลเสียต่อคนอื่น แต่ไม่ต้องแบกรับต้นทุนการตัดสินใจดังกล่าวเอง เขาก็จะตัดสินใจอย่างนั้นต่อไป เมื่อการตัดสินใจของบริษัทถูกรอบงำด้วยประโยชน์ของผู้ถือหุ้นมากเสียจนกีดกันผู้มีส่วนได้เสียส่วนอื่น บริษัทก็มีแนวโน้มว่าจะตัดสินใจทำสิ่งที่เสี่ยงกว่าในกรณีที่คำนึงถึงผลประโยชน์อย่างสมดุล (น. 120)

<sup>8</sup> Kent Greenfield, “A New Era for Corporate Law : Using Corporate Governance Law to Benefit All Stakeholders” 2007, สามารถดูผลงานที่น่าสนใจของกรีนฟิลด์ทั้งหมดได้ใน [http://works.bepress.com/kent\\_greenfield/doctype.html](http://works.bepress.com/kent_greenfield/doctype.html)



เมื่อเป็นเช่นนี้ จึงนำมาสู่ข้อเสนอการใช้กฎหมายธุรกิจให้ผู้มีส่วนได้เสียได้ประโยชน์ว่าเป็นสิ่งที่สมควรกับสถานการณ์ปัจจุบันใช่หรือไม่ สถูณี ตั้งคำถามว่า เราควรปฏิรูปกฎหมายธุรกิจเพื่อบังคับให้บริษัทคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียฝ่ายอื่นนอกจากผู้ถือหุ้นหรือไม่ หรือว่าเราควรใช้โครงสร้างการกำกับดูแลที่คุ้มครองผลประโยชน์ของพวกเขาผ่านกลไกกฎหมายที่มีต้นทุนสูงและเป็นเอกเทศอยู่ภายนอกบริษัท (น. 124) ดังนั้น จากที่กล่าวมาข้างต้นทั้งหมด จึงเห็นได้ว่า สถูณีได้สร้างข้อถกเถียงของเธอบนแนวคิดทุนนิยมผ่านกระบวนการทัศน์ทุนนิยมกระแสหลักที่มีผู้บริหารเป็นตัวละครหลักในการเล่นบทบาทการแสวงหาผลกำไรเพื่อผู้ถือหุ้นเป็นหลัก ซึ่งเธอเองก็ได้ให้ทางเลือกด้วยการพัฒนาความเป็น “ทุนนิยม” ประเภทอื่นที่สามารถมีความรับผิดชอบต่อสังคมได้ จนกระทั่งเธอได้สร้างกรอบแนวคิดเป็นบทเสนอที่ชื่อว่า “ทุนนิยมที่มีชีวิต ธุรกิจที่มีหัวใจ” นั่นเอง

### จุดเด่นของหนังสือ

สถูณีทำการสำรวจทุนนิยมและตลาดเสรีผ่านกระบวนการทัศน์ความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจ โดยเฉพาะตัวทุนนิยมของมันเอง จากการปริทัศน์แนวคิดของนักคิดสำคัญได้อย่างกระชับและกระจำง อาทิ ฟรีดแมนก็ตี พอตเตอร์ก็ตี ผ่านการเรียบเรียงข้อเท็จจริงจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ อีกทั้งกรณีศึกษาที่ตีและเล่าที่ปรากฏในบริบทสากลและของไทย ทำให้เห็นความจริงใจและผลตอบแทนทางด้านสังคมของภาคธุรกิจ อันนำมาสู่การทำความเข้าใจ “ทุน” ว่า “ทุนศักดินาไม่จำเป็นต้องล่าหลัง ทุนไฮเทคไม่จำเป็นต้องก้าวหน้า ทุนไทยไม่จำเป็นต้องรับผิดชอบต่อ และ ทุนต่างชาติก็ไม่จำเป็นต้องสามานย์” (น.187) ความเข้าใจดังกล่าว ได้ขยายมุมมองความเข้าใจปรากฏการณ์ CSR กับการพัฒนาทุนอย่างยั่งยืนได้รอบด้านขึ้น ทั้งนี้ ข้อเสนอที่เฉียบแหลมของสถูณีที่ว่าอุปสรรคของ CSR ในประเทศหรือ CSR เทียมที่หีบฉวยประเด็นสังคมไปใช้ในการทำโฆษณาเพื่ออย่างเดียว ก็คือ 1) การขาดการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างแท้จริง 2) ความอ่อนแอของภาครัฐและภาควิชาการที่อ่อนแอ ย่อหย่อนและเข้าข้างธุรกิจ นักวิชาการหลายคนมีความกล้าหาญแต่มีผลประโยชน์ทับซ้อน เนื่องจากรับเงินบริจาคจากภาคธุรกิจมาทำวิจัย จึงมีผลวิจัยออกมาเอาใจเจ้าของเงินทุน และ 3) วัฒนธรรม “ชี้เกรงใจ” และ “กลัวเสียหน้า” ของภาคธุรกิจไทยที่ยังไปไม่พ้น “ทุนนิยมพวกพ้อง” ซึ่งทั้งสามประการนี้ ทำให้ CSR ใน



ไทยขาดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ไม่มีเส้นชัยและเป้าหมายที่แท้จริง ห่างไกลไปจากหลัก CSR กับการพัฒนาที่ยั่งยืนตามอย่างที่ควรเป็น

## บทส่งท้าย

ลัทธิทุนนิยม การบริหารธุรกิจ และแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นคำศัพท์คำใหญ่และเป็นแนวความคิดที่มีการศึกษาทั้งเชิงกว้างและลึกมาโดยตลอด ด้วยมีเป้าหมายคือความอยู่ดีมีสุขหรือความมั่งคั่งของสังคม หากแต่ความต้องการของสังคมที่ผ่านมาได้เร่งอัตราในการผลิตอุตสาหกรรมที่ทำลายสิ่งแวดล้อมไปอย่างไม่อาจหวนคืนมาได้ ทรัพยากรธรรมชาติเป็นสิ่งที่ใช้แล้วหมดไป ถ้าไม่รีบเร่งในการหามาตรการในการควบคุม ป้องกัน เสริมพลัง สิ่งแวดล้อมที่ย่ำแย่ย่อมเป็นเหตุของสังคมล่มสลาย ถึงแม้หนังสือของสฤณีจะเต็มไปด้วยความหวังว่าทุนนิยมและภาคธุรกิจน่าจะทำในสิ่งที่เป็นมิตรกับสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยที่ไม่มองโลกสวยเกินจริง และพยายามอธิบายถึงเทคนิคและกลวิธีของธุรกิจที่มีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมด้วยการแปล เรียบเรียง บทความ รายงานวิจัยที่เป็นประโยชน์ กล่าวได้ว่า เธอย่อยออกมาให้ง่ายต่อความเข้าใจ อีกทั้งจุดประเด็นให้ผู้สนใจทั่วไป เมื่อสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องของเราทุกคน เราก็ควรให้ความสนใจและทำความเข้าใจอย่างจริงจังเสียที อย่างน้อยก็เริ่มต้นจากอ่านหนังสือเล่มนี้ก็ยังทัน