

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในจังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยได้จัดทำการศึกษาโดยอาศัยแนวคิดเชิงทฤษฎี วรรณกรรม ที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยในครั้งนี้ โดยสามารถทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องออกมาเป็นประเด็นดังนี้

1. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม
2. แนวคิดด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อทางธุรกิจ
3. บรรษัทภิบาล (Good Governance)
4. ลักษณะนโยบายและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจต่างๆ
5. องค์กรธุรกิจภาคอุตสาหกรรมจังหวัดปทุมธานี
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม

1.1 ความเป็นมาของแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม

ความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSR (Corporate Social Responsibility) หมายถึง ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจต่อสังคม (วารสารความปลอดภัยและสุขภาพ หน้า 38-39) จุดกำเนิดและปัจจัยที่ก่อให้เกิด CSR มีมานานกว่า 200 ปี แต่ในสมัยนั้นยังไม่มีคำบัญญัติคำว่า CSR ขึ้นมาอย่างเป็นทางการและการทำ CSR ขององค์กรธุรกิจในยุคนั้น โดยมากไม่ได้เกิดจากเจตนารมณ์ที่ดีขององค์กรเองที่จะทำในสิ่งที่ดีเพื่อตอบแทนในสังคมที่ตนอยู่ แต่มักก่อให้เกิดปัญหาการคว่ำบาตร การประท้วงของแรงงาน สิ่งแวดล้อม ฯลฯ ก่อน แล้วจึงค่อยมาแก้ปัญหาและเสริมสร้างภาพลักษณ์ ด้วยการทำ CSR ที่หลัง โดยจุดกำเนิดของ CSR ในประเทศไทยนั้น แม้จะมีการนำ CSR มาใช้ในหลายสิบปีก่อน Michael E. Porter ได้กล่าวในนิตยสาร Harvard Business Review ฉบับเดือนธันวาคม 2006 ว่า “แนวโน้มธุรกิจในอนาคตข้างหน้าจะต้องให้ความสนใจ CSR เพราะจากนี้ไปประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจะกลายเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งของประเทศที่พัฒนาแล้วที่นำมาใช้ในการทำการค้ากับหลายประเทศ

ทั้งนี้ในการประยุกต์ CSR กับธุรกิจยังเป็นการช่วยอุดช่องโหว่ของมาตรการภาครัฐ ทั้งในแง่ของกฎหมายและข้อบังคับต่างๆ รวมถึงการบังคับใช้ซึ่งอาจยังไม่เพียงพอในการควบคุมให้องค์กรธุรกิจดำเนินกิจการอย่างมีมนุษยธรรม ประกอบกับกระแสเรื่องสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เป็นประเด็นร้อนที่บีบให้องค์กรต้องหันมาใส่ใจ โดยยังคงต้องรักษาผลกำไรขององค์กร

1.2 ความหมายของความรับผิดชอบทางสังคม CSR มีผู้ให้นิยามอย่างมากมาย

สภาธุรกิจโลกเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (World Business Council For Sustainable Development –WBCSD) ได้ให้ความหมายไว้ว่า “CSR เป็นคำมั่นหรือพันธสัญญาที่ธุรกิจมีอยู่อย่างต่อเนื่องในการที่จะปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม และมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจ ด้วยการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของผู้ใช้แรงงาน รวมถึงครอบครัวของพวกเขา ตลอดจนการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นและสังคมในวงกว้าง

องค์กรระหว่างประเทศว่าด้วยมาตรฐาน (International Organization for Standardization-ISO) ได้นิยามว่า CSR หมายถึง เรื่องที่องค์กรตอบสนองต่อประเด็นด้านเศรษฐกิจ สังคม และ สิ่งแวดล้อม โดยมุ่งที่จะให้ประโยชน์กับ คน ชุมชน และสังคม นอกจากนั้นยังเป็นเรื่องบทบาทขององค์กรธุรกิจ สังคม และความคาดหวังของสังคมที่มีต่อองค์กรธุรกิจ โดยจะต้องทำด้วยความสมัครใจ และผู้บริหารจะต้องมีบทบาทที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่างๆที่สามารถวัดผลได้ 3 มิติ คือ มิติทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม อันนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

ที่ประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา (United Nations Conference on Trade and Development – UNCTAD) ให้ความหมายว่า CSR คือ การที่องค์กรธุรกิจเข้าไปเกี่ยวข้องและมีผลกระทบเชิงบวกต่อความต้องการและเป้าหมายของสังคม

คณะกรรมการยุโรป (European Commission) นิยามว่า CSR เป็นแนวคิดที่องค์กรธุรกิจจะบูรณาการงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมเข้าไปในกิจการ และการปฏิสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยสมัครใจ

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้นิยามหน้าที่ความรับผิดชอบที่ดีต่อสังคมขององค์กร และบริษัท (Definition of CSR) คือ ภาระผูกพันอันเป็นพันธสัญญาที่องค์กรและบริษัทที่ประกอบธุรกิจต้องปฏิบัติตามภาระหน้าที่ที่กำหนดด้วยความสุจริตรอบคอบ มีการกำกับดูแลที่ดี และจริยธรรมเพื่อความเจริญเติบโตที่มั่นคงยั่งยืน โดยไม่เบียดเบียนสังคมและสิ่งแวดล้อม (Environment Social and Governance-ESG) ซึ่งถือเป็นการนำ 3 มิติของธุรกิจที่ยั่งยืน (Triple bottom Line-TBL) มาใช้ในการบริหารจัดการ

สถาบันไทยพัฒนา ซึ่งเป็นองค์กรที่ศึกษาวิจัยด้าน CSR ได้บัญญัติศัพท์ใหม่ของ CSR ขึ้นมาว่า “บรรษัทภิบาล” หมายถึง การดูแลรักษาไม่เฉพาะในส่วนที่เป็นกิจการ แต่ยังแผ่

ขยายกว้างออกไปครอบคลุมในส่วนที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดที่อยู่โดยรอบกิจการ ด้วยเงื่อนไขของความสำนึกรับผิดชอบต่อสังคมในฐานะสมาชิกของสังคมนั้นๆ และการมีคุณธรรมโดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทั้งในและนอกกิจการอย่างเท่าเทียมกัน

กรมโรงงานอุตสาหกรรม(คู่มือมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อสังคม 2551 หน้า 1)ได้ให้ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง ความรับผิดชอบต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอันเกิดจากการตัดสินใจหรือกิจกรรม รวมถึงผลิตภัณฑ์และบริการของผู้ประกอบการอุตสาหกรรม ผ่านพฤติกรรมที่โปร่งใสและมีจรรยาบรรณ ซึ่งสอดคล้องกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน และสวัสดิการของสังคม คำนึงถึงความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นไปตามกฎหมาย และสอดคล้องกับพฤติกรรมตามมาตรฐานสากล และบูรณาการทั่วทั้งองค์กร

สมยศ นาวิการ(2530,น.35) (อ้างถึง ราชสีห์ . หน้า 7) ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ว่า เป็นการพิจารณาถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการตัดสินใจของกลุ่มธุรกิจต่อกลุ่มต่างๆ ทั้งหมดภายในสังคมนั้น ภายหลังจากพิจารณาถึงผลกระทบดังกล่าวนี้แล้ว ผู้บริหารควรทำการตัดสินใจในลักษณะที่เป็นประโยชน์ต่อบุคคลส่วนมาก คือให้ความยุติธรรมต่อกลุ่มต่างๆ ภายในสังคมมาก

สมควร กวียะ (2539,น.99) ให้ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคมไว้คือ สภาพหรือลักษณะนิสัยของการยอมรับ หรือยอมรับในผลที่ดีและไม่ดีในเหตุการณ์ หรือกิจการที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลได้กระทำ กำลังกระทำ และจะกระทำต่อสังคม

วิกกี ดับเบิลยู กริฟฟิน (Griffin.1996 หน้า 11) ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ว่า เป็นหน้าที่และข้อผูกพันขององค์กรในการมีหน้าที่ปกป้อง และให้ผลประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อมรอบข้าง

Keith Davis ให้ความหมาย ความรับผิดชอบต่อสังคมว่าธุรกิจเป็นหน่วยงานที่มีอำนาจและสามารถก่ออิทธิพลและกระทบให้สังคมไทยได้ตลอดเวลา โดยเฉพาะผลเสียของสภาพแวดล้อมจากการพัฒนา ดังนั้นธุรกิจจึงควรใช้ทรัพยากรหรืออำนาจที่มีอยู่ช่วยยกระดับความเป็นอยู่ของสังคมให้ดีขึ้นด้วยเหตุผลดังกล่าวนี้ ธุรกิจจึงควรต้องสนใจติดตาม เป็นธุระและเป็นหน้าที่ที่ต้องเข้าไปช่วยเหลือสังคมเสมอ

อาร์ เวน มอดี้ (Mondy,1998 ,P 22) กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมหมายถึง ข้อผูกมัดของผู้บริหารในการหาวิธีที่จะรักษาและปกป้องผลประโยชน์ของส่วนรวมมากกว่าผลประโยชน์ขององค์กรเพียงอย่างเดียว

สุรสิทธิ์ (2530, หน้า 8) กล่าวว่า ความรับผิดชอบในฐานะเป็นสถาบันทางสังคม สถาบันหนึ่งที่ต้องยอมรับในสิ่งที่ได้กระทำหรือส่งผลกระทบต่อกลุ่มต่างๆ ทั้งในแง่ดีและแง่ไม่ดี โดยใช้หลักจริยธรรม และคุณธรรม ซึ่งได้แก่ จรรยาบรรณ จิตสำนึกทางสังคม บทบาทและหน้าที่ เพื่อให้เกิดการแก้ไขอันจะทำให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมหมู่มาก รวมทั้งองค์กรหรือสถาบันนั้นๆ ด้วย

กรินไชย (2549 หน้า 13) กล่าวว่า ความรับผิดชอบทางสังคมหมายถึง การดำเนินการที่องค์กรธุรกิจพึงที่จะปฏิบัติเพื่อสังคมโดยรวมไม่สร้างความเสียหายให้แก่ สังคมและสิ่งแวดล้อม ช่วยเหลือสังคมและสิ่งแวดล้อมให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นทั้งที่เกิดด้วย จิตสำนึกที่เต็มใจและเกิดจากกฎข้อบังคับทางกฎหมาย

ความรับผิดชอบทางสังคมโดยสรุปหมายถึง การดำเนินธุรกิจที่พิจารณามากกว่า การมุ่งเน้นกำไร แต่พิจารณาผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและปัจจัยภายนอกเช่นการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และชุมชน อันนำไปสู่การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

1.3 ระดับความรับผิดชอบต่อสังคม

จินตนา บุญบงการ (2544 น.34-36) ได้เสนอระดับ ความรับผิดชอบต่อสังคมเป็น 4 ระดับคือ

1.3.1 ความรับผิดชอบทางเศรษฐกิจ (Economic Responsibility) เพื่อผลิตสินค้าและบริการตามที่ประชาชนต้องการ และนำมาขายเพื่อให้ได้กำไรแก่เจ้าของกิจการ (ในกรณีเป็นองค์กร ทำเพื่อกำไร) นับได้ว่าเป็นความรับผิดชอบหลักและความรับผิดชอบดั้งเดิมของการดำเนินการจน อาจกล่าวได้ว่า นอกจากความรับผิดชอบด้านเศรษฐกิจแล้วผู้บริหารในอดีตบางคนไม่เคยคำนึงถึง ความรับผิดชอบในด้านอื่นๆ เลย

1.3.2 ความรับผิดชอบทางกฎหมาย (Legal responsibility) เพื่อดำเนินกิจการไป ตามครรลองของกฎหมายและกฎข้อบังคับต่างๆอย่าง ไรก็ตามกฎหมายและกฎข้อบังคับไม่สามารถ จะครอบคลุมการกระทำทุกอย่างที่องค์กรกระทำได้ การกระทำบางอย่างไม่ผิดกฎหมาย แต่องค์กร ควรจะกระทำหรือไม่ขึ้นขึ้นอยู่กับความรับผิดชอบผู้บริหารองค์กรนั้นๆ

1.3.3 ความรับผิดชอบทางจริยธรรม (Ethical responsibility) การกระทำบางอย่าง ไม่ใช่สิ่งที่กฎหมายบังคับ แต่ถ้าองค์กรไม่ทำก็ไม่ผิดกฎหมาย แต่องค์กรเลือกทำเพราะเป็นความ รับผิดชอบทางจริยธรรม เช่น การให้สวัสดิการด้านเสื้อผ้า ที่อยู่อาศัย เงินกู้ยืม อาหารกลางวัน รถรับ-ส่งพนักงาน การจัดน้ำดื่ม เป็นต้น

1.3.4 ความรับผิดชอบในการใช้ดุลยพินิจ (Discretionary responsibility) ความรับผิดชอบในระดับนี้เป็นความสมัครใจของผู้บริหารองค์กร โดยตรง และขึ้นอยู่กับ การตัดสินใจ เลือกรกระทำของผู้บริหารแต่ละคน ความรับผิดชอบนี้ไม่ได้บังคับไว้ในกฎหมายหรือเป็น

สิ่งที่พนักงานคิดว่าควรได้รับตามจริยธรรม เช่น ผู้บริหารไม่สนับสนุนให้พนักงานทำงานล่วงเวลา แต่กลับพนักงานเพิ่ม เพิ่มเครื่องจักร เพิ่มเงินเดือน ทั้งนี้เพราะผู้บริหารพินิจพิจารณาอย่างสุขุมแล้วว่า การทำงานล่วงเวลาทำให้สุขภาพของพนักงานเสื่อมโทรม และเป็นการบั่นทอนคุณภาพชีวิต

1.4 ขนาดความรับผิดชอบทางสังคม

การพิจารณาเกี่ยวกับระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของหน่วยธุรกิจว่า ควรมีมากน้อย เพียงใดและอย่างไรนั้น จะใช้วิธีพิจารณา “ระดับของการตระหนักถึงปัญหาทางสังคม” (Social Responsiveness) หรือระดับความมากน้อยในการตระหนักถึงพันธะข้อผูกพันขององค์กรที่พึงมีต่อสังคม โดยการติดตามดูว่าธุรกิจได้ดำเนินการแก้ไขปัญหาดังกล่าว เพื่อปลดปล่อยข้อปัญหาทางสังคมที่ธุรกิจมีภาระผูกพันอยู่และควรต้องเข้าช่วยเหลือแก้ไขได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิภาพเพียงใด สามารถแบ่งออกเป็น 3 แบบ คือ (ชงชัย สันติวงษ์, 2546, น.96-98)

1.4.1 การรับผิดชอบต่อสังคมตามข้อผูกพัน (Social Obligation Approach) คือ การยอมรับว่าธุรกิจมีความรับผิดชอบต่อเฉพาะเท่าที่เป็นขั้นต่ำสุดตามบังคับของกฎหมายเท่านั้น กิจกรรมที่มีแนวคิดแบบนี้จะเสียผลประโยชน์ขององค์กรเฉพาะเพียงเท่าที่กฎหมายบังคับให้ต้องทำเท่านั้นแต่การจะหวังให้มีการเสียสละสมัครใจเพื่อเข้าช่วยเหลือแก้ไขปัญหาดังกล่าวนั้น

1.4.2 การรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility Approach) คือการยอมรับว่าธุรกิจมีความรับผิดชอบต่อทั้ง 2 ทางคู่กัน คือ การทำกำไรทางเศรษฐกิจและการรับผิดชอบต่อสังคมในการทำกำไรทางเศรษฐกิจนั้นคือ การมุ่งทำกำไร และเพิ่มทุน ของผู้ถือหุ้นให้สูงขึ้น อีกทางหนึ่งคือ ความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งหมายถึง การมุ่งสนใจต่อปัญหา ทางสังคมนี้จะถูกจำกัดโดยมีเฉพาะภายในกรอบที่จะไม่ทำให้องค์กรต้องสูญเสียประโยชน์ทางเศรษฐกิจ จนเกิดความเสียหายขึ้น ตามรูปแบบนี้องค์กร จะยอมรับในบทบาทของกลุ่มต่างๆ ที่ทำกิจกรรมทางสังคมและหรืออาจเข้าไปสนับสนุนโดยตรง พร้อมกับการส่งเสริมให้ทั้งผู้บริหารและพนักงานของตนออกไปร่วมมีบทบาทช่วยสังคมในทำนองเดียวกันด้วย การแก้ปัญหาดังกล่าวดังตามรูปแบบนี้จะกระทำโดยการเข้าไปปฏิบัติตอบเพื่อให้เกิดการปรับแก้ปัญหาลงไปในตัวพร้อมกันตลอดเวลา

1.4.3 การระแวดระวังต่อปัญหาในสังคม (Social Responsiveness Approach) โดยเน้นว่าธุรกิจมิใช่ว่าจะมีความรับผิดชอบต่อในทางเศรษฐกิจ และทางสังคมคู่กันเท่านั้น แต่จะต้องมองการณ์ไกลออกไป โดยคาดหมายถึงปัญหาในทางสังคมที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตไว้ล่วงหน้าและอุทิศทรัพยากรขององค์กรเพื่อช่วยเหลือแก้ไขปัญหาล่วงหน้านั้นที่จะเกิดขึ้นในอนาคตด้วย วิธีการลักษณะแบบนี้จะเป็นการกระทำแบบ “กันไว้ดีกว่าแก้” โดยคาดหมายปัญหาที่จะเกิดขึ้นในอนาคตแล้วรีบเข้าไปลงมือแก้ไขในทันที

1.5 ขอบเขตความรับผิดชอบต่อสังคม

ในการประเมินว่าธุรกิจใดมี CSR หรือไม่ ต้องมีการพิจารณาอย่างครอบคลุม โดยมีขอบเขตความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีความแตกต่างกัน (สุดาว น. 40)

หลักเกณฑ์ที่ระบุในเอกสาร CSR ของธนาคารโลก ควรมีองค์ประกอบ 6 ประการคือ

1. สิ่งแวดล้อม
2. แรงงาน
3. สิทธิมนุษยชน
4. การมีส่วนร่วมกับชุมชน
5. มาตรฐานการดำเนินธุรกิจ
6. การตลาด

แนวปฏิบัติของ OECD ของบริษัทข้ามชาติ ได้ระบุถึงพฤติกรรมของธุรกิจที่พึงประสงค์ในหัวข้อต่างๆ เช่นการกำหนดนโยบายทั่วไป การเปิดเผยข้อมูล การแข่งขัน การเงิน การเสียภาษี การจ้างงานและแรงงานสัมพันธ์ การคุ้มครองสิ่งแวดล้อม วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

The UN Global Compact หรือบัญญัติ 9 ประการ สำหรับธุรกิจ ซึ่งมีลักษณะเป็นกรอบการพัฒนาอย่างยั่งยืน ด้วยความเป็นพลเมืองดีของธุรกิจที่มีผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และยอมรับพันธสัญญา นี้ด้วยความสมัครใจ ซึ่งกำหนดขึ้นจากการประชุมสมัชชาเศรษฐกิจโลก (World Economy Forum) โดยในทุกประเทศที่ทำธุรกิจอยู่ให้เคารพต่อหลักการ 10 หลักการดังนี้

หมวดว่าด้วยสิทธิมนุษยชน

1. สนับสนุนและเคารพหลักสิทธิมนุษยชนที่ประกาศในระดับสากล
2. ดูแลไม่ให้มีการล่วงละเมิดสิทธิมนุษยชนในธุรกิจของตน

หมวดว่าด้วยมาตรฐานแรงงาน

3. สนับสนุนเสรีภาพในการรวมกลุ่มของแรงงานและยอมรับอย่างจริงจังต่อสิทธิในการเจรจาต่อรองของแรงงานที่รวมกลุ่ม

4. จัดทุกรูปแบบของการบังคับใช้แรงงาน
5. ยกเลิกการใช้แรงงานเด็กอย่างเป็นผล
6. กำจัดการเลือกปฏิบัติในการจ้างแรงงานและอาชีพ

หมวดกำกับสิ่งแวดล้อม

7. สนับสนุนการพิทักษ์สิ่งแวดล้อม
8. จัดทำกิจกรรมที่มีส่วนส่งเสริมให้มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น
9. ส่งเสริมการพัฒนาและการใช้เทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

10. ต่อต้านการทุจริต

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2545 หน้า 95) แบ่งขอบเขตความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งหมด 7 ด้าน โดยรายละเอียด

1. ด้านชุมชน (The Community) องค์กรที่รับผิดชอบต่อสังคม จะต้องสร้างจุดเด่นขึ้นในชุมชน เช่น เป็นผู้ดำเนินการช่วยเหลือและแก้ปัญหาให้สังคม
2. ด้านสุขภาพและสวัสดิการ (Health and Welfare) องค์กรมีความเชื่อว่าการลงทุนในสุขภาพและการจัดสวัสดิการให้กับชุมชนเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีคุณค่าและจำเป็นสำหรับพนักงานบริษัทและชุมชนขนาดใหญ่ ตัวอย่างโครงการด้านสุขภาพและสังคมจะสร้างค่านิยมในชุมชน ซึ่งจะทำให้บริษัทมีอิทธิพลต่อผู้ลงทุนและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับบริษัท
3. ด้านการศึกษา (Education) องค์กรจำนวนมากมีความสนใจในความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการศึกษา ผู้บริหารมีความตระหนักว่าจะต้องปรับปรุงการศึกษาทั้งระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา วิทยาลัย และมหาวิทยาลัย ทั้งในด้านการบริจาคเงินด้านการศึกษา การประชาสัมพันธ์ และด้านอื่นๆ
4. ด้านสิทธิมนุษยชน (Human right) บางองค์กรมุ่งความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านการรณรงค์สิทธิมนุษยชน เช่น ความเท่าเทียมกันของเพศชาย และเพศหญิง ในการได้รับการจ้างงาน
5. ด้านสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ (The Natural environment) องค์กรจำนวนมากได้ตัดสินใจเลือกการแก้ปัญหาด้านสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ เช่น ผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การไม่ใช้สาร CFC เครื่องปรับอากาศและตู้เย็น
6. ด้านสิทธิผู้บริโภค (Consumer right) บางองค์กรได้เน้นสิทธิผู้บริโภค โดยคำนึงผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีความปลอดภัยและการโฆษณาที่เป็นความจริง (Truthful advertising)
7. ด้านวัฒนธรรม (Culture) เป็นการเรียนรู้และการคิดร่วมกัน ตลอดจนการแสดงออกระหว่างกลุ่มบุคคลหรือสังคม ธุรกิจที่ให้การสนับสนุนด้านศิลปวัฒนธรรมเชื่อว่าเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมในรูปแบบหนึ่งของความรับผิดชอบต่อสังคมซึ่งสามารถส่งเสริมการรู้จักบริษัท ตลอดจนสร้างความรู้สึกลึกซึ้งและทัศนคติที่ดีให้เกิดขึ้นกับบริษัทได้ แนวคิดที่ให้การสนับสนุนเหตุการณ์ด้านวัฒนธรรมถือว่าการลงทุนด้านคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นสำหรับลูกค้าชุมชนในท้องถิ่น บุคลากร และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กร ถือว่าสามารถสร้างวัฒนธรรมที่ดีให้กับกลุ่มเหล่านี้ได้

1.6 ความรับผิดชอบต่อธุรกิจ

เมื่อธุรกิจผลิตสินค้าออกสู่สังคม สิ่งที่ต้องคำนึงตลอดเวลาคือเรื่องความรับผิดชอบต่อที่มีต่อผู้บริโภค ผู้บริหารและต่อพนักงาน รวมทั้งต่อสังคมโดยรวมด้วยในการประยุกต์ CSR

เข้ากับองค์กรธุรกิจ ในแต่ละขนาด โดย European Commission on CSR (สุดาว หน้า 41) ซึ่งกล่าวว่า การประยุกต์ CSR เข้ากับธุรกิจนั้นมีอยู่ 2 มิติใหญ่ๆ คือ

1.6.1 มิติภายใน ซึ่งพิจารณาจากการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ที่ธุรกิจนั้นดำเนินการอยู่ และจัดการได้โดยตรงเป็นต้นว่า

- 1) การบริหารจัดการที่มีความโปร่งใสทางบัญชี และกระบวนการตัดสินใจในทุกระดับ ซึ่งนักลงทุนและผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถเข้าถึงข้อมูลที่มีความชัดเจนได้
- 2) การปฏิบัติอย่างเท่าเทียมทั้งด้านการคัดเลือกเข้าทำงาน รายได้และความก้าวหน้าทางการทำงาน โดยเฉพาะกับแรงงานหญิงและผู้พิการ
- 3) การจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยการจัดสภาพงานและกระบวนการผลิต รวมทั้งการใช้เครื่องจักรเครื่องมือวัสดุอุปกรณ์อย่างปลอดภัยทั้งในส่วนโรงงานและสำนักงาน มีระบบการป้องกันอุบัติเหตุและเหตุฉุกเฉิน ตลอดจนการควบคุมอันตรายทั้งด้านกายภาพ เคมี ชีวภาพ และปัจจัยด้านจิตสังคม
- 4) การดูแลสุขภาพอนามัยของแรงงานให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีมีความสมดุลระหว่างงาน ชีวิตครอบครัวและการพักผ่อน
- 5) การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบที่ดี การใช้กระบวนการผลิตที่ประหยัดพลังงาน การควบคุมบำบัดมลพิษทางน้ำ มลพิษทางอากาศ กากของเสียอันตราย และขยะมูลฝอย รวมทั้งการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ไม่สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาวเป็นต้น

1.6.2 มิติภายนอก ซึ่งเกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางธุรกิจที่บริษัทอาจจะควบคุมไม่ได้ โดยตรง อาทิ

- 1) การคัดเลือกผู้จัดการสินค้า (Supplier) และหุ้นส่วนทางธุรกิจที่รับผิดชอบต่อสังคม โดยคำนึงถึงบทบาทความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นๆ เพื่อเป็นการขยายความรับผิดชอบต่อสังคมจากองค์กรของตนไปสู่องค์กรอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
- 2) การมีระบบดูแลผู้บริโภคในทุกๆ กระบวนการของสินค้าบริการ ตั้งแต่การผลิต การขายไปจนถึงการทิ้งให้ปลอดภัย
- 3) การมีส่วนช่วยเหลือทั้งด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อมในชุมชนใกล้เคียง ผ่านการบริจาคหรือกิจกรรมสาธารณชนประโยชน์ใดๆ ที่จะช่วยพัฒนาชุมชน และนำไปสู่ความเข้มแข็งของชุมชนนั้นๆ เช่น การจ้างแรงงานชุมชน ซึ่งนำรายได้สู่ชุมชน การบำเพ็ญประโยชน์ต่างๆ

4) การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในวงกว้าง เช่น บริษัทใหญ่ๆ หรือบริษัทที่มีสาขามากมายทั่วประเทศ อาจบริจาค ทำกิจกรรม หรือให้การสนับสนุนในรูปแบบต่างๆ เพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนาสังคมในประเด็นที่องค์กรเกี่ยวข้องหรือมีความสนใจ ซึ่งจะนำมาสู่ภาพลักษณ์ที่ดี อันเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างความไว้วางใจและเพิ่มคุณค่าขององค์กรในมุมมองของลูกค้า ประชาชนทั่วไป และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

5) การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในมิติต่างๆ เช่น สิ่งแวดล้อม สิทธิมนุษยชน และประเด็นสำคัญอื่นๆ ในระดับภูมิภาค และ/หรือระดับโลกตามความเหมาะสม และศักยภาพขององค์กร โดยอาจร่วมมือกับองค์กรต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นองค์กรภาครัฐ องค์กรพัฒนาเอกชน สถาบันการศึกษา หรือองค์กรธุรกิจอื่นๆ

1.7 วิธีการกำหนดความรับผิดชอบต่อสังคม

วิธีการกำหนดความรับผิดชอบต่อสังคม (Methods of institutionalizing social responsibility) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2545 น.97-98) ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) เป็นบทบาทของธุรกิจในการแก้ไขปัญหาทางด้านสังคมเพิ่มเติมจากที่ต้องปฏิบัติตามกฎหมาย เป็นภาระหน้าที่ขององค์กรที่จะต้องปฏิบัติอย่างมีจริยธรรมและมีศีลธรรม การตรวจสอบด้านสังคมเป็นเครื่องมือที่จะตรวจสอบการปฏิบัติงานอย่างมีจริยธรรมและมีศีลธรรม การตรวจสอบด้านสังคมเป็นเครื่องมือที่จะตรวจสอบการปฏิบัติงานด้านสังคมขององค์กร แต่ไม่ได้กำหนดวิธีการที่ทำให้เกิดความเชื่อมั่น เกี่ยวกับพฤติกรรมที่รับผิดชอบต่อสังคมในแต่ละวัน และเพื่อช่วยกำหนดพฤติกรรมเหล่านี้จำเป็นต้องมีกฎเกณฑ์มากกว่าข้อห้ามซึ่งองค์กรอาจกำหนดแผนก และมีกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนี้

1. แผนกติดต่อสาธารณชน (The Public affairs department of external affairs department) เป็นหน่วยงานที่เชื่อมโยงระหว่างองค์กรและผู้เกี่ยวข้องกับองค์กรภายนอก เช่น ลูกค้า หน่วยงานราชการและสื่อมวลชนหน้าที่ของหน่วยงานนี้ประกอบด้วย 1) การกำหนดปัญหาสังคม 2) การคาดคะเนแนวโน้มสังคม 3) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางสังคม 4) การติดต่อสื่อสารข้อมูลในการพัฒนาองค์กร 5) การพัฒนาโปรแกรมให้ตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้อง องค์กรภายนอกเฉพาะกลุ่ม

2. การสนับสนุนการแก้ปัญหาสังคม (Advocacy) การให้การสนับสนุนการแก้ปัญหาสังคมทางการเงิน วัสดุ และทรัพยากรมนุษย์ ตัวอย่าง บริษัทอาจจะให้การสนับสนุนการศึกษาเกี่ยวกับโรคเอดส์ (AIDS) และการเป็นผู้นำในการแก้ปัญหาเรื่องโรคเอดส์

3. การให้ความร่วมมือ (Partnership) เป็นการให้ความร่วมมือกับกลุ่มต่างๆ ในการแก้ปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือให้ความช่วยเหลือด้านต่างๆ โดยมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาสังคมการ

ให้ความร่วมมือนี้จะช่วยลดความตึงเครียดภายในบริษัท และจากกลุ่มที่มีความสนใจเฉพาะอย่าง ตลอดจนช่วยแก้ปัญหาสังคมด้วย เช่น การรณรงค์การประหยัดพลังงาน การหาวิธีที่จะแก้ปัญหา ด้านสภาพแวดล้อม

4. การให้ยืมตัวผู้บริหาร (Executive loans) หลายบริษัทมีการให้ยืมตัวผู้บริหารไปบริหารจัดการในองค์กรที่ไม่มุ่งหวังกำไร ซึ่งเป็นแนวคิดใหม่ในการแก้ปัญหา

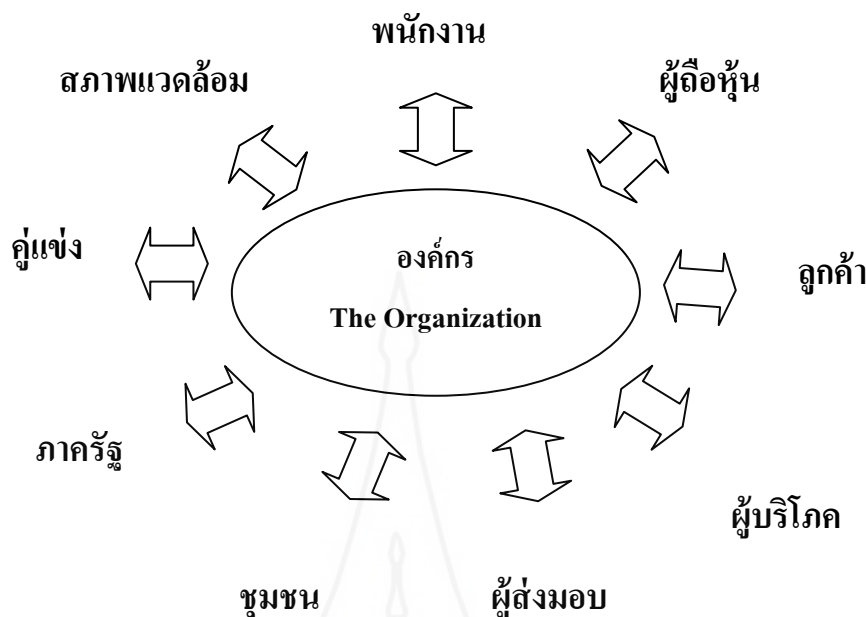
5. การบริจาค (Philanthropy) เป็นการบริจาคเงิน เวลา สินค้า หรือบริการ เพื่อการกุศล เพื่อสถาบันการกุศล สถาบันมนุษยวิทยา และสถาบันการศึกษาต่างๆ ปรัชญาของบริษัทแบบดั้งเดิมจะสมมุติว่า บริษัทเป็นประชากรของชุมชนจึงมีหน้าที่บริจาคเงินเพื่อชุมชน

6. การใช้เครื่องมือทางการตลาดเพื่อแก้ปัญหาสังคม (Cause-relation marketing) เป็นการใช้เครื่องมือทางการตลาด โดยบริษัทจะให้ประโยชน์ด้านใดด้านหนึ่งเมื่อบริษัทซื้อผลิตภัณฑ์โดยคึงกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย หลายบริษัทใช้กิจกรรมนี้ ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในรูปของการส่งเสริมการขาย เช่น การนำบรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้ว (แทนที่จะทิ้งเป็นขยะ) มาแลกซื้อผลิตภัณฑ์ใหม่ ในราคาที่ถูกกว่าการซื้อโดยไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้วมาแลก

1.8 กลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับองค์กรต้องรับผิดชอบต่อ

ในการดำเนินธุรกิจ การกำหนดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร โดยผู้บริหารต้องทราบว่าในกลุ่มใดบ้างที่ควรได้รับการพิจารณาความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งบุคคลที่มีความแตกต่างกันไป องค์กรต้องให้ความสนใจกับกลุ่มเหล่านี้ โดยมุ่งไปที่สภาพแวดล้อมการดำเนินงาน โดยจะต้องให้ความสำคัญกับกลุ่มต่างๆ อย่างเท่าเทียมกันซึ่งอยู่ภายใต้การดำเนินงาน





ภาพที่ 2.1 กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่องค์กรต้องรับผิดชอบ

ความรับผิดชอบต่อสังคม มีบทบาทสำคัญมากกับองค์กร ในการสร้างความยั่งยืนให้กับองค์กรและเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในการดำเนินธุรกิจ การได้รับการยอมรับจากสังคม ซึ่งการปฏิบัติขององค์กรจะอยู่ในความรับผิดชอบต่อทางเศรษฐกิจ กฎหมาย จริยธรรม ซึ่งการจัดกิจกรรมต่างๆ ในการส่งเสริมภาพลักษณ์ดังกล่าวสามารถดำเนินการได้หลายรูปแบบ ทั้งด้านการพัฒนาชุมชน สุขภาพอนามัย การศึกษา สิ่งแวดล้อม สิทธิผู้บริโภคและวัฒนธรรม

1.9 ความรับผิดชอบต่อสังคม SA 8000 (Social Accountability 8000)

SA 8000 หรือ Social Accountability 8000 เป็นระบบมาตรฐานสากลที่ให้ความสำคัญกับสิทธิขั้นพื้นฐานของแรงงาน ซึ่งเหมือนกับระบบ ISO 9000 ที่เป็นมาตรฐานสากลสำหรับระบบคุณภาพ อันเกี่ยวกับการจัดการด้านคุณภาพและการประกันคุณภาพ และ ISO 14000 ที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม SA 8000 เป็นระบบมาตรฐานสากลที่ใช้ได้กับทุกธุรกิจอุตสาหกรรมการผลิต หรือ การบริการ โดยไม่คำนึงถึง ขนาด สถานที่ เทคโนโลยีในการผลิต และความซับซ้อนขององค์กร

จุดเริ่มต้นของ SA 8000 ในช่วงต้นทศวรรษ 1990 ประเทศสหรัฐอเมริกาได้มีปัญหากับการกดขี่ข่มขู่บังคับในการทำงานของคนงานที่ไม่เป็นไปในทางเดียวกันในแต่ละทำให้เกิดข้อขัดแย้ง ขาดเอกภาพ และส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อสินค้าและบริการนั้นๆ ดังนั้น องค์กรที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้แก่ CEP (Council on Economic Priorities) และตัวแทนจาก

อุตสาหกรรม สหภาพแรงงาน NGO'S และกลุ่มผลประโยชน์ต่างๆ ได้เข้ามากำหนดและพัฒนา ระบบมาตรฐานสากลที่ให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านสิทธิมนุษยชนขั้น พื้นฐาน หรือ ระบบมาตรฐาน SA 8000 โดยได้จัดตั้งองค์กร CEPAA (The Council on Economic Priorities Accreditation Agency) ขึ้นมาดูแลในปี 1997

SA 8000 เป็นมาตรฐานสมัครใจ ไม่มีการบังคับ การนำไปใช้ถือเป็นเอกลักษณ์ของ หน่วยงานที่กำกับ ดูแลหรือรัฐบาลในประเทศนั้น ๆ CEPAA ไม่มีหน้าที่ในการกำหนดกฎระเบียบ หรือตราเป็นกฎหมาย หน้าที่ของ CEPAA คือการกำหนดมาตรฐาน ส่วนการประเมินว่าเป็นไปตาม มาตรฐานหรือไม่นั้นเป็นเรื่องของกระบวนการ รับรอง โดยมีสถาบันทดสอบและหน่วยงานตรวจ รับรองให้บริการตรวจประเมินแบบอิสระ หรือที่เรียกกันว่าเป็นการตรวจประเมินโดยบุคคลที่สาม

SA 8000 กำหนดขึ้นจากความเห็นชอบของกลุ่มผลประโยชน์ที่เกี่ยวข้อง ทั้ง ภาครัฐบาล ภาคเอกชน ธุรกิจ อุตสาหกรรม สถาบันทดสอบ และ กลุ่มผู้บริโภค ร่วมกันพิจารณา และผลักดันมาตรฐานดังกล่าว ทำให้ SA 8000 เป็นระบบมาตรฐานหนึ่งที่ได้รับ ความสนใจ

ข้อกำหนดเบื้องต้น

ระบบมาตรฐาน SA 8000 ได้กำหนดข้อกำหนดเบื้องต้นไว้ 9 ข้อ ดังนี้

1. การใช้แรงงานเด็ก (Child Labour) โดยห้ามว่าจ้างแรงงานเด็ก หรือแรงงานที่มี อายุต่ำกว่า 15 ปี หรือ แรงงานเด็กที่มีอายุต่ำกว่าที่กฎหมายของประเทศนั้นๆ กำหนด
2. การบังคับการใช้แรงงาน (Forced Labour) ห้ามมีการกักขังหน่วงเหนี่ยวโดยใช้ เอกสารสัญญาหรือการกักขังบริเวณ
3. สุขลักษณะและความปลอดภัย (Health and Safety) ต้องมีสภาพแวดล้อมใน การทำงานที่ดี มีระบบความปลอดภัย น้ำดื่มที่สะอาด ตลอดจนระบบการรักษาพยาบาลเบื้องต้นใน กรณีที่เกิดเหตุฉุกเฉิน หรือ อุบัติเหตุที่เกิดจากการทำงาน
4. สิทธิเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นและเจรจาต่อรองในรูปของการรวมกลุ่ม (Freedom of association and the right to collective bargaining) มีสิทธิในการรวมกลุ่มจัดตั้งเป็น องค์กร กลุ่ม คณะกรรมการ หรือสหภาพแรงงานเพื่อแสดงความคิดเห็นหรือเจรจาต่อรอง
5. การกีดกันหรือการแบ่งแยก (Discrimination) ไม่มีการแบ่งแยกในการจ้าง ค่าตอบแทนแรงงาน การฝึกอบรม การเลื่อนตำแหน่ง การสิ้นสุดการทำงาน เกษียณ โดยใช้เกณฑ์ใน เรื่อง เพศ เชื้อชาติ วรรณะ ศาสนา ทูพพลภาพ การเป็นสมาชิกหรือรู้จักคนในองค์กรใด ๆ และห้าม มีการล่วงละเมิดทางเพศ
6. กฎระเบียบวินัย (Disciplinary practices) ห้ามมีการเฆี่ยนตี ทำโทษโดยการ กักกัน ทำร้าย ร่างกาย หรือการใช้ถ้อยคำส่อเสียดหยามคาย

7. ชั่วโมงการทำงาน (Working hour) จะต้องไม่เกิน 48 ชั่วโมงใน 1 สัปดาห์และจะต้องมีวันพักผ่อน 1 วัน ในทุกๆ 7 วัน ในส่วนของการทำงานล่วงเวลาไม่ควรเกิน 12 ชั่วโมงต่อสัปดาห์และต้องได้รับค่าตอบแทนมากกว่าอัตราปกติ

8. ค่าตอบแทนแรงงาน (Compensation) ค่าจ้างแรงงานจะต้องเป็นอัตราขั้นต่ำตามที่กฎหมายกำหนด หรือเป็นไปตามมาตรฐานของอุตสาหกรรม ห้ามมีการหักค่าจ้างค่าตอบแทนเนื่องจากการทำผิดวินัย ค่าจ้างและผลประโยชน์ที่ได้รับจะต้องเปิดเผยและได้รับอย่างสม่ำเสมอ โดยจะต้องอยู่ในรูปของธนบัตรหรือเช็ค ห้ามว่าจ้างแรงงานที่เป็นลักษณะสัญญาว่าจ้างหรือการฝึกงานเพื่อหลีกเลี่ยงข้อกำหนดข้างต้น

9. ด้านระบบบริหารจัดการ (Management System) บริษัทจะต้องมีนโยบายที่เปิดเผยนโยบายของบริษัทจะต้องสอดคล้องกับกฎหมายและจะต้องสร้างความเชื่อมั่นแก่คนงานเกี่ยวกับทางด้านการบริหารของบริษัทต้องมีการจัดส่งตัวแทนของบริษัทเข้าร่วมการประชุมนานาชาติเกี่ยวกับประเด็นด้านแรงงาน การบริหารงาน ของบริษัทจะต้องมีแผนงานที่ดีและชัดเจน

ประโยชน์ที่ได้รับจากการนำมาตรฐาน SA 8000 มาใช้

1. สร้างภาพลักษณ์ของบริษัทให้เป็นที่ยอมรับในสังคม โดยเฉพาะในสายตาของผู้บริโภค
2. ทำให้แรงงานมีความจงรักภักดีต่อองค์กร ประสิทธิภาพในการทำงานของแรงงานเพิ่มขึ้นและนำไปสู่การเพิ่มผลผลิตในที่สุด
3. สร้างความสัมพันธ์อันดีต่อสังคม
4. ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในตัวสินค้าและบริการและมีความภักดีต่อองค์กร
5. มีช่องทางการตลาดใหม่
6. มีโอกาสในการเลือกแรงงานที่มีคุณภาพ
7. ลดขั้นตอนและต้นทุนในการตรวจสอบ
8. ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในตัวสินค้าและบริการและมีความภักดีต่อองค์กร

ดังนั้น ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) และความรับผิดชอบต่อสังคม SA 8000 (Social Accountability 8000) นั้น มีความสัมพันธ์กันในการดำเนินงานที่ปฏิบัติเพื่อสังคม ให้เกิดคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของคนในส่วนรวม และเกิดการตระหนักถึงความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคมที่เกิดจากการกระทำขององค์กรที่พึงกระทำให้ต่อสังคมและคนในชุมชน โดยขึ้นอยู่กับดุลพินิจขององค์กรในการตัดสินใจในการปฏิบัติต่อส่วนรวม แต่ Social Accountability จะให้ความสำคัญกับคนที่ทำงานในองค์กรเป็นส่วนมาก โดยมีการกำหนดเป็นเกณฑ์มาตรฐาน

1.10 มาตรฐานความรับผิดชอบต่อผู้ประกอบการต่อสังคม CSR-DIW

กรมโรงงานอุตสาหกรรม ได้มีการรณรงค์ให้โรงงานอุตสาหกรรมดำเนินโครงการ CSR-DIW เพื่อเป็นเกณฑ์ปฏิบัติของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (<http://www.diw.go.th/csr/index.htm> สืบค้น 2 กุมภาพันธ์ 2554) โดยการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมในปัจจุบันต้องเผชิญกับการแข่งขัน และความท้าทายด้านต่าง ๆ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี แรงกดดันจากสถานะแข่งขันที่มีแนวโน้มรุนแรงมากขึ้นเป็นลำดับ รวมทั้งกระแสโลกหรือโลกาภิวัตน์ทำให้การดำเนินธุรกิจต้องปรับตัวเพื่อให้เติบโตและพัฒนาได้อย่างยั่งยืน (Sustainable Growth and Development) ดังนั้น การแสดงถึงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและสังคมควบคู่ไปกับการเสริมสร้างประสิทธิภาพและการเติบโตทางธุรกิจเป็นเรื่องที่มีความจำเป็นอย่างมากในปัจจุบันและอนาคต กระแสหรือแนวโน้มของมาตรฐานใหม่ ๆ ที่จะมีการประกาศและส่งผลกระทบโดยตรงต่อผู้ประกอบการหรือโรงงานอุตสาหกรรม จะมุ่งเน้นในเรื่องความปลอดภัย สุขอนามัย การส่งเสริมและปกป้องธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์และประหยัดพลังงาน การคุ้มครองแรงงาน สิทธิขั้นพื้นฐานของมนุษยชน ความรับผิดชอบต่อสังคม การสร้างนวัตกรรม และการพัฒนาความเป็นอยู่ของมนุษย์เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน ปัจจุบันองค์การระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน (International Organization for Standardization : ISO) ได้จัดทำร่างมาตรฐานระหว่างประเทศว่าด้วยการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO 26000 Social Responsibility) ซึ่งประกาศในปี 2553 ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมของประเทศไทยจึงจำเป็นต้องรับทราบ และเตรียมความพร้อมเพื่อปรับตัวเข้าสู่มาตรฐานดังกล่าวโดยมีแนวทางพัฒนาอย่างเป็นระบบ เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน สร้างความเชื่อมั่นและเป็นที่ยอมรับ กรมโรงงานอุตสาหกรรมซึ่งมีภารกิจหลักในการกำกับดูแลและผลักดันให้ธุรกิจอุตสาหกรรมดำเนินการและพัฒนาไปอย่างยั่งยืน โดยเน้นด้านสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย และเป็นที่ยอมรับของสากลได้เห็นถึงความสำคัญและความจำเป็นในการส่งเสริมโรงงานอุตสาหกรรม ให้มีการแสดงถึงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและสังคมควบคู่ไปกับการเสริมสร้างประสิทธิภาพและการเติบโตทางธุรกิจ ซึ่งจะต้องเตรียมความพร้อมเพื่อปรับตัวเข้าสู่มาตรฐานระหว่างประเทศว่าด้วยการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างเป็นระบบ จึงได้จัดทำโครงการการส่งเสริมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงงานอุตสาหกรรมต่อสังคม (Corporate Social Responsibility, Department of Industrial Works: CSR-DIW) ขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อส่งเสริมโรงงานอุตสาหกรรมให้สามารถนำเกณฑ์มาตรฐานของกรมโรงงานอุตสาหกรรมว่าด้วยการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงงานอุตสาหกรรมต่อสังคม (Corporate Social

Responsibility, Department of Industrial work: CSR-DIW) ไปปฏิบัติ และได้รับการรับรองการปฏิบัติตามเกณฑ์มาตรฐานของกรมโรงงานอุตสาหกรรมว่าด้วยการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงงานอุตสาหกรรมต่อสังคม

2. เพื่อให้โรงงานอุตสาหกรรมพัฒนาตนเองเข้าสู่เกณฑ์มาตรฐานสากล (ISO 26000 Social Responsibility) หลักการความรับผิดชอบต่อสังคม 7 ประการ (มาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อสังคม พ.ศ.2553 หน้า 6-8)

- 1) หลักการความรับผิดชอบต่อที่ตรวจสอบได้ (Accountability)
- 2) หลักการความโปร่งใส (Transparency)
- 3) หลักการปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม (Ethical Behavior)
- 4) หลักการยอมรับถึงผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Respect for stakeholder interests)
- 5) หลักการเคารพต่อหลักนิติธรรม (Respect for the rule of law)
- 6) หลักการเคารพต่อแนวปฏิบัติสากล (Respect for international norms of behavior)
- 7) หลักการเคารพต่อสิทธิมนุษยชน (Respect for human right)

เกณฑ์การทวนสอบการปฏิบัติ ตามประเด็นหลักของความรับผิดชอบต่อสังคม

- 1) การกำกับดูแลองค์กร (Organizational Governance)
- 2) สิทธิมนุษยชน (Humance right)
- 3) การปฏิบัติด้านแรงงาน (Labour practices)
- 4) สิ่งแวดล้อม (Environment)
- 5) การดำเนินงานอย่างเป็นธรรม (Fair operating practices)
- 6) ประเด็นด้านผู้บริโภค (Consumer issues)
- 7) การพัฒนาสังคม (Social development)

ผลที่ได้รับ

1. โรงงานอุตสาหกรรมสามารถนำเกณฑ์มาตรฐานดังกล่าวไปปฏิบัติได้รับการรับรองการปฏิบัติตามเกณฑ์มาตรฐานของกรมโรงงานอุตสาหกรรมว่าด้วยการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงงานอุตสาหกรรมต่อสังคม

2. โรงงานอุตสาหกรรมมีขีดความสามารถในการพัฒนาตนเองเข้าสู่เกณฑ์มาตรฐานสากล (ISO 26000 Social Responsibility)

2. แนวคิดจริยธรรมและความรับผิดชอบทางธุรกิจ

2.1 ความหมายของจริยธรรมทางธุรกิจ

การประกอบธุรกิจย่อมต้องมีสิ่งที่กำกับ เพื่อจัดการล่วงหน้าเมื่อดิถีอันชอบธรรมที่อาจเกิดขึ้น สิ่งนั้นคือ จริยธรรมธุรกิจ ความหมายของจริยธรรมตามพจนานุกรมฉบับเฉลิมพระเกียรติ พ.ศ. 2530 (2530, น.135) ได้ให้ความหมายของจริยธรรมหมายถึง ธรรมที่เป็นข้อประพฤติและปฏิบัติ ศีลธรรม กฎศีลธรรม จริยธรรม(<http://reg.ksu.ac.th> สืบค้นวันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2554) มาจากคำว่าจริย+ธรรมแปลว่าธรรมอันบุคคลพึงปฏิบัติ

1) ในทางพุทธศาสนา "จริยธรรม คือ มรรค มรรคเป็นวิถีทาง ส่วนจริยธรรมเป็นการปฏิบัติเพื่อเข้าถึงจุดหมายโดยมีจุดหมายเพื่อให้หมดปัญหา

2) พจนานุกรมฯ (2525) "จริยธรรม คือ ธรรมที่เป็นข้อประพฤติปฏิบัติศีลธรรม"

3) พุทธทาส "จริยธรรม คือ สิ่งพึงปฏิบัติ จะต้องปฏิบัติ ซึ่งเป็นเรื่องปรัชญาคือต้องคิดเอง"

4) พระราชวรมุนี "จริยธรรม มาจากคำว่า พรหมจรรย์ ซึ่งหมายถึงมรรคหรือไตรสิกขาซึ่งจะนำมนุษย์ไปสู่จุดหมายของชีวิต"

5) สุลักษณ์ ศิวรักษ์ "จริยธรรม คือ สิ่งที่คนในสังคมเกิดความเชื่อถือ จริยธรรมในสังคมเป็นผลพลอยได้ให้บังเกิดความยุติธรรมความเมตตาปราณีและความเป็นอิสระแก่กัน"

ดังนั้นจริยธรรมจึงหมายถึง มาตรฐาน คุณค่าแห่งความดีงามของการกระทำหนึ่งๆ หรือที่เรียกว่าพฤติกรรมโดยรวม

คาร์เตอร์ วี กูด (Good, 1993 P 373 อ้างถึงใน มนตรี 2547 หน้า 22) กล่าวโดยสรุปได้ว่า จริยธรรม หมายถึง การปรับพฤติกรรมให้เข้ากับกฎเกณฑ์ หรือมาตรฐานของความประพฤติที่ถูกต้อง หรือดีงาม

ดวงเดือน (อ้างถึงใน บัณฑิตา 2544 หน้า 10-11) จริยธรรมหมายถึง ลักษณะทางสังคมหลากหลายของมนุษย์และมีขอบเขตรวมถึงพฤติกรรมทางสังคมประเภทต่างๆด้วยลักษณะพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรม จะมีคุณสมบัติประเภทใดประเภทหนึ่งใน 2 ประเภท คือ เป็นลักษณะที่สังคมต้องการให้มืออยู่ในสมาชิกในสังคมนั้น คือเป็นพฤติกรรมที่สังคมนิยมชมชอบให้การสนับสนุน และผู้กระทำส่วนมากเกิดความพอใจว่าการกระทำนั้นเป็นสิ่งที่ถูกต้องเหมาะสม ส่วนอีกประเภทหนึ่งคือลักษณะที่สังคมไม่ต้องการให้มืออยู่ในสมาชิกในสังคมเป็นการกระทำที่สังคมลงโทษหรือพยายามกำจัด และผู้กระทำพฤติกรรมนั้นส่วนมากรู้สึกว่าเป็นสิ่งที่ไม่ถูกต้องและ

ไม่สมควร ฉะนั้นผู้ที่มิจริยธรรมสูงคือ ผู้ที่มีลักษณะและพฤติกรรมประเภทแรกมากและประเภทหลังน้อย

บัณฑิตา(2544 หน้า 13) จริยธรรม หมายถึง หลักการมาตรฐานของการประพฤติปฏิบัติ การกระทำ การแสดงพฤติกรรมหรือการประพฤติปฏิบัติ ตลอดจนผลที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัตินั้น โดยหากทำการวิเคราะห์ความหมายของจริยธรรมในแนวทางกว้างจะให้ความหมายที่มีความแตกต่างออกไปเมื่อนำมารวมกับธุรกิจ ทำให้มีนักวิชาการต่างๆ ได้ให้ความหมายดังนี้

อานันท์ ปันยารชุน (อ้างถึงในบัณฑิตา หน้า 23) ได้ให้คำจำกัดความจริยธรรมทางธุรกิจหมายถึง การผสมผสานระหว่างเศรษฐกิจ และ จริยธรรม โดยมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมนโยบายและการปฏิบัติของภาคธุรกิจ ในการสร้างความสำเร็จในการประกอบการอย่างมีความรับผิดชอบ มีความยั่งยืน มีผลในระยะยาว ในขณะที่เดียวกันก็ช่วยสร้างความสมดุลระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกิจการนั้นๆ อันได้แก่ ผู้ลงทุน ลูกจ้าง ลูกค้า ชุมชน ตลอดจนสภาพแวดล้อมอย่างสมดุล

พรนพ พุกกะพันธ์ (2545 ,น. 67) ได้ให้ความหมายจริยธรรมทางธุรกิจหมายถึง มาตรฐานการผลิตสินค้า และ/หรือ บริการ เพื่อตอบสนองความคุ้มค่าของการลงทุน โดยเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย กล่าวคือ เจ้าของกิจการ ผู้บริหาร ผู้ร่วมงาน ผู้บริโภค ผู้รับบริการ รัฐบาลและสังคม ซึ่งมีความสัมพันธ์ในเชิงเศรษฐกิจร่วมกัน

มนตรี (2547 หน้า 23) ได้สรุปจริยธรรมทางธุรกิจหมายถึง หลักในการปฏิบัติประพฤติดนตามหลักหรือแนวทางที่เหมาะสม ไม่ละเมิดสิทธิของตนเองและผู้อื่น ซึ่งอยู่ในการกระทำที่ดีงาม มีคุณธรรม และถูกต้องตามศีลธรรม

จริยธรรมทางธุรกิจ (พงศ์สุภา 255) หมายถึง มาตรฐานการผลิตสินค้าและการบริการ เพื่อผลตอบแทนตามคุณค่าของการลงทุนโดยเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย กล่าวคือ ทั้งเจ้าของกิจการ ผู้บริหาร ผู้ร่วมงาน ผู้บริโภค ผู้รับบริการ รัฐบาล และสังคม ซึ่งมีความสัมพันธ์เชิงเศรษฐกิจร่วมกัน

ตารางที่ 2.1 ความแตกต่างระหว่างจริยธรรมและกฎหมาย

กฎหมาย	จริยธรรม
1. มีการบังคับใช้	1. ปฏิบัติด้วยความสมัครใจ
2. เกิดขึ้นอย่างเป็นระบบ	2. เกิดขึ้นจากการสืบทอด
3. มีบทลงโทษที่ชัดเจน	3. บทลงโทษขึ้นอยู่กับสมาชิกในสังคม
4. ปฏิบัติตามจะได้รับคำชื่นชม	4. ปฏิบัติจะได้รับการยกย่องสรรเสริญ
5. ตัดสินด้วยคำว่าผิดหรือไม่ผิด	5. ตัดสินด้วยคำว่าควรหรือไม่ควร

ดังนั้นจริยธรรมธุรกิจจึงหมายถึง แนวปฏิบัติที่ดีในการดำเนินธุรกิจของบริษัทอันจะนำธุรกิจไปสู่การดำเนินงานที่ดีมีผลตอบแทนตามคุณค่าการลงทุนและเป็นธรรมกับทุกฝ่าย

2.2 องค์ประกอบของจริยธรรมทางธุรกิจ

จริยธรรมทางธุรกิจเป็นประเด็นสำคัญในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (เขาวลัทธิ จิตต์วิโรดม อ้างถึงใน จิตติมา 2552 หน้า 11) เกี่ยวกับองค์ประกอบจริยธรรมทางธุรกิจดังนี้

- 1) ความซื่อสัตย์ได้แก่ ซื่อตรงต่อเวลา คำนึงสัญญา งาน การนัดหมาย ระเบียบ ประเพณีและกฎหมาย ไม่พูดปด นอกล และกล่าวที่จะยอมรับความจริง
- 2) ความมีเกียรติยศ ศักดิ์ศรี โดยยึดถือหลักการมีเกียรติ ซื่อตรงและมีความกล้าหาญที่จะยอมรับผิด
- 3) การรักษาความมั่นคงสัญญา โดยปฏิบัติตามข้อตกลง ยึดถือจิตใจ ไม่ตีความข้อตกลงในทางเทคนิคหรือกฎหมายโดยไม่อนุโลมหรือแก้ตัวเพื่อยกเลิกข้อตกลง
- 4) ความจงรักภักดีต่อครอบครัว เพื่อน นายจ้าง และประเทศชาติ ไม่ใช้หรือเปิดเผยข้อมูลลับเพื่อหาประโยชน์ใส่ตน
- 5) ความยุติธรรม มีความยุติธรรมและเปิดใจ มีความตั้งใจยอมรับข้อผิดพลาดอันเกิดจากสถานะที่เปลี่ยนแปลง ปฏิบัติต่อบุคคลอย่างเท่าเทียมและใจกว้างต่อความแตกต่าง ไม่แสวงหาผลประโยชน์จากความผิดพลาดหรือความทุกข์ยากของผู้อื่น
- 6) ความเอาใจใส่ต่อบุคคลอื่น เอาใจใส่ เมตตากรุณา รู้จักแบ่งปัน ช่วยในสิ่งที่จำเป็นและหลีกเลี่ยงที่จะทำอันตรายต่อผู้อื่น
- 7) ความเคารพต่อบุคคลอื่นโดยเคารพความเป็นส่วนตัวและสิทธิการตัดสินใจของทุกคน

8) การเป็นพลเมืองที่มีความรับผิดชอบ ได้แก่การปฏิบัติตามกฎหมาย สิทธิตามระบอบประชาธิปไตยและหน้าที่โดยส่วนรวม มีสำนึกทางสังคม เมื่ออยู่ในตำแหน่งผู้นำ หรือมีอำนาจหน้าที่และเคารพเกียรติการตัดสินใจในกระบวนการประชาธิปไตย

9) การแสวงหาความเป็นเลิศ แสวงหาความดีในทุกเรื่องมีความรับผิดชอบต่อตนเองมีความผูกพันและปฏิบัติงานทุกอย่างเต็มความสามารถ แสวงหาความรู้และการเตรียมตัวที่ดี

10) มีความรับผิดชอบที่พร้อมให้ตรวจสอบ รับผิดชอบต่อการตัดสินใจและผลที่เกิดขึ้น ทั้งจากการกระทำที่ไม่ได้กระทำเป็นแบบอย่างสำหรับผู้อื่นและหลีกเลี่ยงการประพฤติปฏิบัติที่ไม่เหมาะสม

2.3 ประเภทจริยธรรมทางธุรกิจ

จริยธรรมทางธุรกิจแบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ (จินตนา บุญบงการ, 2541 หน้า 29-30)

1. จริยธรรมของบุคลากรในองค์กรเดียวกัน มองได้จากความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อน ร่วมงาน ระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา ระหว่างพนักงานของบริษัท การไม่ซื่อสัตย์ต่อกิจการจากพนักงาน การทุจริตในด้านการจัดซื้อ การฉ้อฉลของพนักงาน โดยทั่วไปแล้วพนักงานจะไม่มีนิสัยฉ้อโกง แต่จุดเริ่มต้นจะเกิดจากการเอารัดเอาเปรียบนายจ้าง เมื่อพนักงานเหล่านั้นเริ่มทำเรื่องเล็กๆ น้อยๆ เหล่านี้โดยไม่มี การท้วงติง พนักงานจะเริ่มมีความกำเริบว่าตนสามารถเอารัดเอาเปรียบนายจ้างได้แล้ว ซึ่งอาจจะทำให้เกิดความมั่นใจในตนเองในการเอารัดเอาเปรียบบริษัทต่อไปเป็นจำนวนที่สูงยิ่งขึ้น จริยธรรมของบุคคลที่ทำงานในธุรกิจนั้นจึงขึ้นอยู่กับองค์กรแต่ละแห่งว่าจะใช้วิธีการอย่างไรและผู้บังคับบัญชาต้องทำงานเป็นตัวอย่างให้ผู้ใต้บังคับบัญชาได้เห็นถึงความซื่อสัตย์ของตนด้วย

2. จริยธรรมของบริษัทหรือของกิจการนั้นซึ่งมีต่อลูกค้าของตนกับผู้ถือหุ้น กับเจ้าหน้าที่การค้า กับผู้ถือตั๋วสัญญาใช้เงิน กับผู้ฝากเงินกับธนาคาร หรือต่อรัฐบาล ซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ใหญ่ขององค์กรทุกๆ แห่ง ในการเก็บภาษีอากร และท้ายสุดคือสังคมส่วนรวมการทำธุรกิจของกิจการต่อบุคคลที่เกี่ยวข้อง เป็นการกระทำแบบเสมอภาคหรือไม่พิจารณาได้จากการไม่เอารัดเอาเปรียบทางการค้าอย่างไม่ยุติธรรม ถึงแม้กฎหมายจะกล่าวไว้ว่าเป็นสิ่งที่ถูกต้อง แต่อาจไม่ถูกต้องทางจริยธรรม เช่น การทำสัญญากับผู้ซื้อซึ่งเป็นลูกค้าของบริษัท โดยลูกค้าไม่เข้าใจเงื่อนไข และการผูกมัดในสัญญาเลย ถึงแม้จะถูกต้องตามหลักกฎหมายเพราะผู้ซื้อได้ลงนามของตนไว้แล้ว แต่ก็ผิดในด้านจริยธรรมเพราะเป็นการเอารัดเอาเปรียบผู้บริโภค

3. จริยธรรมขององค์กรต่อสังคม องค์กรที่ชำระภาษีแก่รัฐไม่ครบถ้วนก็ถือว่าเป็นการเอารัดเอาเปรียบผู้ที่ชำระครบถ้วน แต่ในปัจจุบันนี้มีคำกล่าวกันว่าผู้เสียภาษีครบถ้วนนั้นเป็นผู้ที่ฉลาดน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ที่หลีกเลี่ยงภาษี ความเสมอภาคและความสมดุลจึงขาดไป องค์กร

ทั้งหลายจึงพยายามหาทางเลี่ยงภาษี โดยใช้ช่องโหว่ของกฎหมาย อีกทั้งคณะกรรมการและผู้ถือหุ้นบางคนใช้วิธีการบัญชีถือโก่งองค์กรอื่นหรือมหาชนโดยรวม

2.4 คุณค่าแห่งจริยธรรมธุรกิจ

การที่องค์กรมีจริยธรรมต่อการดำเนินงานนั้น ไม่สามารถประเมินค่าออกมาเป็นตัวเงินได้ แต่จริยธรรมสามารถทำให้เรามองเห็นถึงองค์กรนั้น มีความสำเร็จในด้านอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นบุคลากร ทรัพยากร เทคโนโลยี เป็นต้น ซึ่งคุณค่าทางจริยธรรมสามารถประเมินประโยชน์ต่อองค์กรธุรกิจได้ดังต่อไปนี้

1. จริยธรรมก่อให้เกิดความเชื่อถือ (Credit) โดยธรรมชาติความเชื่อนั้นเกิดจากความซื่อสัตย์ ดังนั้นคนที่มีจริยธรรมดี ก่อปรด้วยความซื่อสัตย์เสมอ ย่อมได้รับความเชื่อถือ และความเชื่อถือคือที่มาของเครดิตทางการค้า ซึ่งเป็นปัจจัยที่ได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน ทั้งในด้านการลงทุนและการตลาด

2. จริยธรรมก่อให้เกิดการทุ่มเท (Devotion) ของคนทำงานอันจะนำมาซึ่งประสิทธิภาพอันทรงคุณภาพ (Qualitative Efficiency) ต่อการผลิตที่เต็มกำลัง (Full Capacity) หากบริษัทก่อปรด้วยความมีจริยธรรม ปฏิบัติต่อพนักงานทุกคนอย่างมีมนุษยธรรม และมีพัฒนาการอย่างต่อเนื่อง ย่อมเป็นที่รัก ที่ผูกพันของพนักงาน พนักงานย่อมทุ่มเทความสามารถต่อการผลิตหรือการบริการอย่างเต็มกำลังความสามารถ อันนำมาซึ่งผลการผลิตหรือการบริการที่ดี

3. จริยธรรมก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี (Good Image) ซึ่งภาพลักษณ์ที่ดีมีผลต่อการค้าของบริษัท (Positioning) และมีผลความภักดีที่ผู้บริโภคมีต่อสินค้า และบริการบริษัท (Brand Royalty) และภาพลักษณ์ทางการค้าที่ดีมีผลโดยตรงต่อการกำหนดราคา (Pricing) และความภักดีต่อสินค้าและบริการ มีผลโดยตรงต่อยอดขาย (Sale Volume) ซึ่งราคาขายและยอดขายมีผลโดยตรงต่อกำไร อาจกล่าวได้ว่า จริยธรรมทางธุรกิจคือที่มาแห่งความร่ำรวย

4. จริยธรรมก่อให้เกิดการลดหย่อนทางกฎหมาย บริษัทที่มีประวัติทางจริยธรรมที่ดีงาม เมื่อพลาดพลังไปมีคคีความกับบุคคลอื่นที่ดี หรือกับรัฐก็ดี ย่อมได้ข้อลดหย่อนในบทลงโทษตามที่บัญญัติไว้ตามกฎหมายของแต่ละสังคม

5. จริยธรรมก่อให้เกิดการทำงานอย่างมีความสุข เมื่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ไม่ว่าจะเป็นผู้ถือหุ้น ผู้ร่วมงานในบริษัทคู่ค้า ผู้บริโภค และสังคม ต่างมีจริยธรรมที่ดีต่อกัน ย่อมเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีและอบอุ่นขึ้น ทุกฝ่ายจะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความสบายใจและไม่มีปัญหาบาดหมางใจกันเกิดขึ้น หรือหากมีบ้างโดยอุบัติเหตุ ก็จะแก้ไขได้โดยง่าย การทำงานอย่างมีจริยธรรมต่อตนเอง และต่อกันและกัน จึงเป็นชีวิตการทำงานที่เป็นความสุข ปราศจากความเครียดใดๆ นอกจากความเครียดในการแบกความเสี่ยงในอัตราที่สูงของธุรกิจประเภทนั้นเอง และแม้จะมี

ความเครียดจากภาระเสี่ยงบ้าง จริยธรรมในการปฏิบัติงานจะช่วยผ่อนคลายและลดความเครียดไปได้มากทีเดียว

ดังนั้นจริยธรรมจึงมีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจ และธุรกิจมีส่วนเกี่ยวข้องกับสังคม ที่จะเอื้ออำนวยต่อกัน โดยธุรกิจต้องดำเนินงานควบคู่กับการมีจริยธรรม เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร สังคม

3. บรรษัทภิบาล (Corporate Governance - CG)

โดยหลังจากการเกิดวิกฤตทางเศรษฐกิจขึ้น ทำให้การดำเนินงานธุรกิจเกิดผลกระทบตามมาเป็นอย่างมากทำให้เกิดกระแสการเรียกร้องให้มีการจัดตั้งองค์กรขึ้น และได้มีการนำแนวคิดบรรษัทภิบาลเข้ามาใช้ในธุรกิจเกิดขึ้นและใช้มากขึ้นจากเดิม เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในการลงทุนและดำเนินงานรวมถึงเป็นการวางรากฐานด้านจริยธรรมให้กับวงการธุรกิจ

การกำกับดูแลกิจการ(Corporate Governance - CG)

(<http://csr-faq.blogspot.com> สืบค้นวันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2554) หรือ **บรรษัทภิบาล** มาจากคำว่า บรรษัท + ภิ (แปลว่า เฉพาะ ช้างหน้า ยิง) + บาล (แปลว่า การปกครอง การรักษา) หมายถึง การกำกับดูแลกิจการให้เจริญรุดหน้าอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยเงื่อนไขของความถูกต้องโปร่งใส การมีจริยธรรมที่ดีโดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียในกิจการเป็นหลัก

บรรษัท(มนตรี 2547 หน้า 27 -29) หมายถึง Corporation อันแสดงถึงองค์กรขนาดใหญ่ ที่ทำธุรกิจเพื่อมุ่งหวังผลกำไร (Profit) มีเสถียรภาพ (Stability) มีการเจริญเติบโต (Growth) และเพื่อแผ่ต่อสังคม (Social Contribution) ซึ่งรวมถึงธุรกิจเอกชน รัฐวิสาหกิจ หรือบริษัทข้ามชาติ คือไม่ใช่องค์กรของรัฐและไม่ใช่องค์กรของ NGO แต่ประการใด

อภิบาล หมายถึง การปกครองที่เปี่ยมด้วยความเอื้ออาทร ฉันทา มารดา อาทรต่อบุตร เป็นการปกครองที่เต็มไปด้วยจิตวิญญาณของการเล็งเห็นคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ซึ่งแตกต่างจากการปกครองด้วยอำนาจหรือด้วยอาวุธร้าย หรือการปกครองโดยใช้ทักษะและศิลปะเพื่อผู้ปกครองได้ประโยชน์สูงสุด คือเอาผู้ปกครองเป็นตัวตั้ง

บรรษัทภิบาล (Corporate Governance) หมายถึง โครงสร้างที่แสดงถึงความสัมพันธ์และความรับผิดชอบร่วมกันระหว่างกลุ่มหลักขององค์กรซึ่งประกอบด้วย ผู้ถือหุ้น คณะกรรมการบริษัท และฝ่ายจัดการ เพื่อให้เกิดสมรรถนะการแข่งขันขององค์กร อันนำไปสู่เป้าหมายขององค์กรที่กำหนดไว้ซึ่งการบริหารและกำหนดทิศทางขององค์กรต้องคำนึงถึงผลกระทบที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) เช่น พนักงานลูกค้าและสังคมด้วย

บรรษัทภิบาลที่ดีประกอบด้วย 3 มิติ (สุภาพร พิศาลบุตร, 2544 อ้างถึงในมนตรี 28-29)

มิติที่ 1 โครงสร้างและกระบวนการ (Structure and Process) ของการนำและควบคุมองค์กรไปสู่เป้าหมาย เป็นส่วนที่เป็นรูปธรรมที่จับต้องได้ ซึ่งประกอบด้วยโครงสร้างองค์กร การกำหนดอำนาจหน้าที่หรือกฎบัตร คู่มือ คำสั่ง ระเบียบปฏิบัติ ระบบงานต่างๆ ดังนั้น โครงสร้างและกระบวนการต้องเอื้อในการนำและควบคุมองค์กรไปสู่วัตถุประสงค์ขององค์กรที่ตั้งไว้

มิติที่ 2 จริยธรรมและคุณธรรมของคนในองค์กร (Ethics & integrity of People) โดยให้ความสำคัญในระดับสูงที่ต้องมีการปฏิบัติให้เป็นเยี่ยงอย่างจนมีคำกล่าวว่า “ส่งสัญญาณจากส่วนยอด” หรือ Tone at The Top แต่มิได้ละเลยในกลุ่มอื่น หากแต่ต้องเริ่มจากส่วนยอดและให้ปฏิบัติในแนวเดียวกันตลอดแนว

มิติที่ 3 ความสามารถและภูมิปัญญา (Competency and Wisdom) หมายถึง ความสามารถของคนในองค์กรที่มีขีดความสามารถในการนำเอาความรู้ (Knowledge) มาสร้างทักษะ (Skill) และเกิดความชำนาญที่เพียงพอ (Proficiency) และนำไปสู่ความสำเร็จ

นอกจากนี้ในการดำเนินธุรกิจในตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งอยู่ในฐานะที่เป็นประธานคณะกรรมการสร้างความรู้ความเข้าใจและการประชาสัมพันธ์การดำเนินการเกี่ยวกับบรรษัทภิบาลในประเทศไทย ตามข้อกำหนด การกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน ปี 2549 ได้ประกาศเผยแพร่แนวนั้น เป็นการนำข้อปฏิบัติจากหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี 15 ข้อ ที่ได้ประกาศใช้เมื่อเดือนมีนาคม 2545 มาปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมให้เทียบเคียงกับหลักการกำกับดูแลกิจการของ The Organisation for Economic Co-Operation and Development (OECD Principles of Corporate Governance ปี 2004) และข้อเสนอแนะของธนาคารโลกจากการเข้าร่วมโครงการ Corporate Governance – Reports on the Observance of standards and codes (CG-ROSC) โดยปรับให้มีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียนไทย มีอยู่ด้วยกัน 5 หมวด ได้แก่ สิทธิของผู้ถือหุ้น การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน บทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส และความรับผิดชอบของคณะกรรมการ

หมวดที่ 1 สิทธิของผู้ถือหุ้น – ผู้ถือหุ้นมีสิทธิในความเป็นเจ้าของโดยควบคุมบริษัทผ่านการแต่งตั้งคณะกรรมการให้ทำหน้าที่แทนตนและมีสิทธิในการตัดสินใจเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของบริษัท บริษัทจึงควรส่งเสริมให้ผู้ถือหุ้นได้ใช้สิทธิของตน

หมวดที่ 2 การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน – ผู้ถือหุ้นทุกราย ทั้งผู้ถือหุ้นที่เป็นผู้บริหารและผู้ถือหุ้นที่ไม่เป็นผู้บริหาร รวมทั้งผู้ถือหุ้นต่างชาติ ควรได้รับการปฏิบัติที่เท่าเทียมกันและเป็นธรรม ผู้ถือหุ้นส่วนน้อยที่ถูกละเมิดสิทธิควรมีโอกาสได้รับการชดเชย

หมวดที่ 3 บทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย –ผู้มีส่วนได้เสียควรได้รับการดูแลจากบริษัทตามสิทธิที่มีตามกฎหมาย ที่เกี่ยวข้อง คณะกรรมการควรพิจารณาให้มีกระบวนการส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างบริษัทกับผู้มีส่วนได้เสียในการสร้างความมั่นคงทางการเงินและความยั่งยืนของกิจการ

หมวดที่ 4 การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส –คณะกรรมการควรดูแลให้บริษัทเปิดเผยข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ทั้งข้อมูลทางการเงินและข้อมูลที่มีใช้ข้อมูลทางการเงินอย่างถูกต้อง ครบถ้วน ทันเวลา โปร่งใส ผ่านช่องทางที่เข้าถึงข้อมูลได้ง่าย มีความเท่าเทียมกันอย่างน่าเชื่อถือ

หมวดที่ 5 ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ –คณะกรรมการมีบทบาทสำคัญในการกำกับดูแลกิจการเพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัท คณะกรรมการมีความรับผิดชอบต่อผลการปฏิบัติหน้าที่ต่อผู้ถือหุ้น และเป็นอิสระจากฝ่ายจัดการ

หลักการกำกับดูแลทั้ง 5 หมวดนี้ หมวดที่ 1 และหมวดที่ 2 เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับผู้ถือหุ้น ขณะที่หมวดที่ 4 และหมวดที่ 5 เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับคณะกรรมการ ซึ่งทั้งผู้ถือหุ้นและคณะกรรมการถือเป็นผู้มีส่วนได้เสีย ในกิจการ มีเพียงหมวดที่ 3 ที่กล่าวถึงผู้มีส่วนได้เสียนอกกิจการ ซึ่งเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องหลักกับการดำเนินกิจการที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

แนวปฏิบัติตามหลักการหมวดที่ 3 นี้ ผู้มีส่วนได้เสียควรได้รับการดูแลจากบริษัทตามสิทธิที่มีตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และเมื่อพิจารณาที่จุดมุ่งหมายของหลักการดังกล่าวก็ยิ่งจำกัว่าเป็นไปเพื่อสร้างความมั่งคั่ง ความมั่นคงทางการเงินและความยั่งยืนของกิจการ ในขณะที่เจตนารมณ์ในการดำเนินกิจการที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น จะคำนึงถึงประโยชน์ของสังคมเป็นที่ตั้ง อีกทั้งการดูแลผู้มีส่วนได้เสียนอกกิจการอย่างมีสัมฤทธิ์ภาพนั้น จะต้องเริ่มต้นจากจิตสำนึกที่ต้องการทำความดีใจมิใช่เพียงปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

ดังนั้นการดำเนินกิจกรรมโดยมีเป้าหมายที่ผู้ถือหุ้น ผู้บริหาร คณะกรรมการ หรือพนักงาน (คือผู้มีส่วนได้เสียในกิจการ) เป็นตัวตั้ง กิจการเหล่านี้ เป็นเรื่องของความรับผิดชอบต่อสังคมในองค์กร ซึ่งจัดอยู่ในหัวข้อการกำกับดูแลกิจการภายในให้มีความโปร่งใส สามารถให้สังคมภายนอกตรวจสอบได้ ในขณะที่การดำเนินกิจกรรมโดยมีเป้าหมายที่ครอบครัวของพนักงาน ชุมชนท้องถิ่นที่ตั้งอยู่ (รวมถึงสิ่งแวดล้อม) ลูกค้า คู่ค้า คู่แข่งขัน และประชาชนทั่วไป เป็นตัวตั้ง (คือ ผู้มีส่วนได้เสียนอกกิจการ) กิจกรรมเหล่านี้เป็นเรื่องของความรับผิดชอบต่อสังคมนอกองค์กร ฉะนั้นกิจการใดที่มีการกำกับดูแลกิจการที่ได้อยู่แล้ว ก็ถือว่าได้มีส่วนในการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ด้วยบรรษัทภิบาล จึงถือเป็นโครงสร้างและกระบวนการภายในกิจการ ที่ต้องจัดให้มีขึ้นสำหรับการกำหนดทิศทางและสอดคล้องดูแลผลการปฏิบัติงานของกิจการ ทั้งนี้ เพื่อมิให้เกิดความ

เสียหายต่อกิจการ พร้อมกันกับความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่มและส่งเสริมการเติบโตของกิจการอย่างมั่นคง ขณะที่ความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ หรือ บรรษัทภิบาล ซึ่งมาจากคำว่า บรรษัท+บริ (แปลว่า ทั้งหมด ออกไป โดยรอบ)+บาล หมายถึง การดูแลรักษาไม่เฉพาะในส่วนที่เป็นกิจการ แต่ยังแผ่ขยายกว้างออกไปครอบคลุมในส่วนที่เป็นผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมดที่อยู่โดยรอบกิจการด้วยเงื่อนไขของความสำนึกรับผิดชอบต่อสังคมในฐานะพลเมืองบริษัท (Corporate Citizen) การมีคุณธรรม โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทั้งในและนอกกิจการอย่างเท่าเทียมกัน

บรรษัทภิบาล จึงเป็นกลไกการดำเนินงานในกิจกรรมที่เชื่อมโยงสู่กระบวนการภายนอกที่จัดให้มีขึ้นภายใต้จุดมุ่งหมายที่ต้องการสร้างประโยชน์แก่กิจการโดยส่วนรวมบนพื้นฐานของการไม่เบียดเบียนกัน การสงเคราะห์ช่วยเหลือส่วนรวมตามกำลังและความสามารถของกิจการ อันนำไปสู่ความยั่งยืนของกิจการในระยะยาวหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการอันนำไปสู่ความยั่งยืนของกิจการในระยะยาวหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ ตามที่สำนักคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์(ก.ล.ต.) ได้ยกร่างขึ้นเพื่อเป็นแนวปฏิบัติให้แก่บริษัทจดทะเบียนและบริษัทกิจการทั่วไป โดยมีอยู่ด้วยกัน 8 หมวด ได้แก่ การกำกับดูแลกิจการที่ดี การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม การเผยแพร่ข่าวสารจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม และการจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

หมวดที่ 1 การกำกับดูแลกิจการที่ดี เป็นการจัดให้มีระบบบริหารจัดการอย่างรู้หน้าที่ มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในการจัดการอย่างเท่าเทียม เป็นธรรม มีประสิทธิภาพ โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ ซึ่งจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความมั่นใจต่อผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน ผู้มีส่วนได้เสีย และผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ซึ่งนำไปสู่ความเติบโต และเสถียรภาพทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนของธุรกิจ

หมวดที่ 2 การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรมย่อมก่อให้เกิดความเชื่อมั่นกับผู้เกี่ยวข้อง อันส่งผลดีต่อกิจการในระยะยาว ทั้งนี้ ธุรกิจควรถือปฏิบัติตามแนวทางเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในการดำเนินธุรกิจ โดยไม่เห็นแก่ผลประโยชน์ที่อาจได้มาจากการดำเนินงานที่ไม่ถูกต้องตามทำนองคลองธรรม

หมวดที่ 3 การพิทักษ์มนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม-ทรัพยากรบุคคลเป็นปัจจัยสำคัญของธุรกิจในการสร้างมูลค่าเพิ่มและเพิ่มผลผลิต ดังนั้น ธุรกิจควรปรับปรุงสภาพแวดล้อมและเงื่อนไขในการทำงาน ให้พนักงานมีคุณภาพชีวิตที่ดี และได้มีโอกาสแสดงศักยภาพตลอดจนได้รับโอกาสในการฝึกฝนและเพิ่มพูนทักษะในการทำงาน

หมวดที่ 4 ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค สินค้า และ/หรือ บริการของธุรกิจไม่ควรก่อให้เกิดความเสี่ยงหรืออันตรายต่อผู้บริโภค ทั้งนี้ ธุรกิจควรปรับปรุงมาตรฐานของสินค้า และ/หรือบริการให้มีความเป็นสากลและให้ทุกคนสามารถเข้าถึงได้ รวมทั้งควรพัฒนาสินค้า และ/หรือบริการเพื่อเป็นประโยชน์ในการช่วยแก้ไขปัญหาของสังคมด้วย

หมวดที่ 5 การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม ชุมชนและสังคมที่เข้มแข็ง และมีการพัฒนาที่ยั่งยืน มีความสำคัญยิ่งในฐานะเป็นปัจจัยเอื้อต่อการดำเนินงานของธุรกิจ ดังนั้น ธุรกิจควรจัดกิจกรรมทางสังคม และ/หรือ มีส่วนร่วมในการส่งเสริมความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนและสังคมที่ได้รับผลกระทบจากกระบวนการผลิตสินค้า และ/หรือ บริการของธุรกิจโดยการแสดงตัวเป็นพลเมืองที่ดีของชุมชนนั้น พร้อมกับคิดค้นวิธีการที่จะลดและหยุดผลกระทบในทางลบต่อชุมชนและสังคมที่เกิดจากกระบวนการดำเนินงานของธุรกิจในที่สุด

หมวดที่ 6 การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม การเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรโลก บวกกับปัจจัยความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ นอกจากเป็นสาเหตุของการบริโภคทรัพยากรธรรมชาติ จำนวนมหาศาลจนเกินกว่าความจำเป็น ยังก่อให้เกิดมลภาวะทั้งทางน้ำ อากาศ ขยะ สารพิษ ฯลฯ ซึ่งส่งผลให้เกิดภาวะโลกร้อนตามมา โดยภาวะโลกร้อนดังกล่าวจะกระทบต่อมนุษย์และระบบนิเวศต่อไป ดังนั้น ธุรกิจจึงมีหน้าที่ ในการปรับปรุงคุณภาพชีวิตมนุษย์ด้วยการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อม โดยถือว่าการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมเป็นหน้าที่ร่วมกันของทุกคน

หมวดที่ 7 การเผยแพร่นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม ในการดำเนินธุรกิจสามารถนำแนวคิด CSR มาประยุกต์ผสมผสานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงให้เข้ากับการวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจได้อย่างกลมกลืน โดยการพัฒนาความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์การดำเนินงานด้าน CSR และนำมาปรับใช้ คิดค้นให้เกิดนวัตกรรมในธุรกิจที่สามารถสร้างประโยชน์สูงสุดทั้งต่อธุรกิจและสังคมไปพร้อมๆ กัน (innovative business)

หมวดที่ 8 การจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ธุรกิจควรให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลที่สะท้อนให้เห็นการปฏิบัติตามแนวทาง CSR ที่กล่าวมาอย่างครบถ้วน โดยข้อมูลที่เปิดเผยนั้นนอกจากจะเป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้เสีย (stakeholders) ทุกฝ่ายแล้ว ยังช่วยในการสอบทานให้ธุรกิจทราบได้ว่า ได้ดำเนินการในเรื่อง CSR ตรงกับเป้าหมายที่วางไว้

4. ลักษณะนโยบายและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ธุรกิจต่างๆ

4.1 SCG Group กลุ่มบริษัทในเครือซีเมนต์ไทยจากรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน 2552 (http://www.siamcement.com/th/05sustainability_development/สืบค้นวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2554) ซึ่งมีการกำหนดในหมวดของการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมโดยแบ่งความรับผิดชอบต่อสังคมดังนี้

1. การจัดการด้านสุขภาพและความปลอดภัย โดยมีวัตถุประสงค์ในการตระหนักถึงการปราศจากการบาดเจ็บและการเจ็บป่วยของพนักงาน โดยระบบการจัดการอาชีวอนามัยและสุขอนามัย ซึ่งประกอบด้วยโครงการต่างๆ เช่น SCG Safety Framework, การให้การรับรองความปลอดภัยของผู้ธุรกิจ (SCG Contractor Safety Certification System, SCS) พัฒนาระบบการจัดการความปลอดภัยของผู้ธุรกิจ, โครงการ “วัฒนธรรมใหม่ด้านความปลอดภัย” (New Safety, New Culture), โครงการวัดการรับรู้ของพนักงานด้านความปลอดภัย (Safety Perception Survey), โครงการประเมินผลกระทบทางสุขภาพของประชาชน (Health Impact Assessment, HIA), การป้องกันและมาตรการรองรับเมื่อมีการหกั่วไหลของสารเคมีและผลิตภัณฑ์, โครงการความปลอดภัยของผู้ธุรกิจ, ความปลอดภัยในงานขนส่ง

2. การสร้างความผูกพันต่อพนักงาน ในการสร้างความผูกพันของพนักงาน ที่เอสซีจีดำเนินการให้กับพนักงาน ผลจากการสำรวจในปี 2551 ได้ถูกนำมาพัฒนาเป็นโครงการต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างความผูกพันกับพนักงาน โดยมีรายละเอียดดังนี้ โครงการผู้บริหารระดับสูงพบพนักงานทุกระดับ, โครงการพัฒนาระบบการบริหารผลการปฏิบัติงาน (Performance Management System), โครงการดูแลสุขภาพของพนักงานแบบองค์รวม (SCG Holistic Health Program)

3. สิทธิมนุษยชน มีนโยบายในการดูแลพนักงานในเรื่องต่าง ๆ ให้เหมาะสมและเป็นธรรม ตามระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงาน เอสซีจีจึงมีระบบการดูแลพนักงานโดยใช้ระบบคณะกรรมการบุคคลในทุกระดับ เมื่อมีข้อร้องทุกข์เกิดขึ้นเอสซีจีจะหาทางยุติโดยเร็วเอสซีจีกำหนดแนวปฏิบัติในการจัดจ้างแรงงานทั้งพนักงานและผู้ธุรกิจด้วยความเคารพในสิทธิมนุษยชน โดยยึดถือข้อกำหนดตามกฎหมายแรงงานเป็นหลัก ทั้งในเรื่องการจ้างแรงงานเด็ก หรือการบังคับใช้แรงงาน ในกรณีการจ้างแรงงานท้องถิ่นในประเทศที่ไม่มีกฎหมายว่าด้วยการจ้างแรงงานเด็กหรือการบังคับใช้แรงงาน ให้ยึดถือปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานของประเทศไทยเพื่อให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน และที่ผ่านมายังไม่เคยพบข้อร้องเรียนกรณีจ้างแรงงานเด็ก หรือการบังคับใช้แรงงาน ทั้งนี้

เอสซีจีได้พิจารณาถึงเรื่องสิทธิมนุษยชนในทุกธุรกิจและทุกประเทศที่เขาไปลงทุน รวมถึงการว่าจ้างธุรกิจ

4. ความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์และบริการเอสซีจีตระหนักดีว่าการผลิตสินค้าที่ปลอดภัยเป็นหน้าที่ความรับผิดชอบต่อผู้ประกอบการ เพื่อพัฒนาระบบการประกันคุณภาพ (Quality Assurance) ของเอสซีจีให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และสอดคล้องกับ PL Law อาทิ ศึกษาแนวทางการจัดการด้าน Product Liability จากบริษัทชั้นนำที่เอสซีจีร่วมทุน หรือเป็นคู่ค้า, ให้ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับ Product Liability และการประกันคุณภาพแก่พนักงานในบริษัทต่าง ๆ ตลอดจนลูกค้าของเอสซีจี, จัดตั้งหน่วยงานประกันคุณภาพระดับกลุ่มธุรกิจเพื่อเป็นผู้ประสานงานและผลักดันให้เกิดการพัฒนา, ระบบประกันคุณภาพอย่างเป็นระบบ มีประสิทธิภาพและเกิดความต่อเนื่องในระดับบริษัท, จัดทำแนวปฏิบัติ ข้อกำหนดด้านความปลอดภัยของสินค้า และเกณฑ์การประเมินความสอดคล้อง, ดำเนินการตรวจประเมินระบบการปฏิบัติงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อปรับปรุงทั้งมาตรการเชิงป้องกัน(Product Liability Prevention) ซึ่งเป็นมาตรการที่ทำให้สินค้ามีความปลอดภัยตั้งแต่ต้นทาง ด้วยการออกแบบสินค้าที่ปลอดภัย และมาตรการเชิงรับ (Product Liability Defense) ซึ่งเป็นมาตรการเพื่อลดผลกระทบในกรณีที่มีข้อร้องเรียน

5. การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย เอสซีจี เปเปอร์ เป็นธุรกิจนำร่องในการจัดสานเสวนาผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Dialogue) สานเสวนาด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานสากล เรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO 26000: Social Responsibility) และแนวความคิดด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนอันประกอบด้วย 4 หัวข้อหลัก คือ

- การปฏิบัติด้านแรงงาน
- สิทธิมนุษยชน
- การมีส่วนร่วมและการพัฒนา
- สิ่งแวดล้อม

โดยสรุปแล้วผู้มีส่วนได้เสียจะพอใจกับนโยบายและการดำเนินงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมของเอสซีจี แต่ก็มีประเด็นและข้อเสนอแนะต่าง ๆ การพัฒนาอย่างยั่งยืนเพื่อมุ่งให้เกิดความสมดุลทั้ง 3 ด้าน คือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

6. การพัฒนาชุมชนและสังคมอย่างยั่งยืน โดยมีโครงการที่สำคัญ อาทิ ด้านการพัฒนาศักยภาพเยาวชนเอสซีจีให้การสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของเยาวชนทั้งด้านการศึกษา วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี กีฬา และศิลปะตลอดมา อาทิ โครงการสนับสนุนมูลนิธิและองค์กรสาธารณกุศล, SCG Sharing the Dream เพื่อปลูกฝังความรู้และพัฒนาการศึกษาของเยาวชนในอาเซียน โดยมอบทุนการศึกษาให้กับนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาที่มีผลการเรียนดี มีความกตัญญูต่อ

บิดามารดา และมีความกระตือรือร้นที่จะศึกษาต่อ แต่ขาดแคลนทุนทรัพย์, โครงการบูรณะโรงเรียนคนพิการ Disable Children's Training School ในประเทศเวียดนาม, โครงการฝึกงานภาคฤดูร้อน “SCG Excellent Internship Program” เปิดโอกาสให้นิสิตนักศึกษาฝึกจริง คิดจริง ทำจริง พร้อมปลูกฝังเรื่องหลักบรรษัทภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคม, Thailand Rescue Robot Championship เอสซีจีจัดการแข่งขันหุ่นยนต์กู้ภัยขึ้นเป็นครั้งแรกในไทย SCG Badminton Academy เพื่อส่งเสริมและพัฒนาทักษะความสามารถนักแบดมินตันเยาวชนไทย, โครงการต้นแบบการผลิตช่างเทคนิค (SCG Model School) เพื่อพัฒนาศักยภาพของบุคลากรสายเทคนิคที่ต้นน้ำ ถ่ายวิทยาสาสตร์ “SCG Sci-Camp” ส่งเสริมให้เยาวชนสนใจการศึกษาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, โครงการจดประกายปัญญาปี 5 “Young Writer Camp” ร่วมกับเครือมติชน จัดค่ายนักเขียนรุ่นเยาว์อย่าง, โครงการต่อยอดนวัตกรรม โดยคัดเลือกนักเรียน นิสิตนักศึกษา และประชาชนทั่วไปที่ส่งผลงานไอเดียนวัตกรรมเข้าประกวด

7. ด้านสิ่งแวดล้อม ใจอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างจริงจังตามแนวทาง 3R (Reduce, Reuse/Recycle, Replenish) รวมทั้งออกแบบและปรับปรุงเครื่องจักร เทคโนโลยี กระบวนการผลิต ตลอดจนสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแล้ว เพื่อสร้างให้เกิดความสมดุลของระบบนิเวศอย่างยั่งยืนผ่านโครงการสำคัญ อาทิ, โครงการ “เอสซีจี รั้งน้ำเพื่ออนาคต” อาทิ การสร้างฝายชะลอน้ำในบริเวณรอบโรงงานปูนซิเมนต์ไทย (ลำปาง) ป่าอนุรักษ์แม่ทรายคำ และ สร้างฝายชะลอน้ำในชุมชนของด้านสาธารณประโยชน์ อาทิ โครงการ “เอสซีจี - 7 สีช่วยชาวบ้าน”, โครงการสานใจไทยสู่ใจใต้ กิจกรรมสร้างสรรค์ประโยชน์ให้เยาวชนใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้, ร่วมด้วยช่วยกันจัดโครงการมอบผ้าห่มและเสื้อกันหนาวให้กับชาวเขา และเจ้าหน้าที่ทหาร-ตำรวจพื้นที่ นอกจากนี้ เอสซีจี ซิเมนต์ได้สนับสนุนปูนซิเมนต์แก่ชมรมอาสาพัฒนาของสถาบันการศึกษาทั่วประเทศ รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐ และองค์กรสาธารณกุศล เพื่อนำไปก่อสร้างสาธารณประโยชน์ อาทิ อาคารเรียน ห้องสมุด ห้องน้ำ ศาลาอ่านหนังสือ และลานอเนกประสงค์ ให้กับโรงเรียน วัด และชุมชนในท้องถิ่น

มูลนิธิซิเมนต์ไทย (SCG Foundation) ขณะเดียวกันการผลักดันให้พนักงานเอสซีจีเข้ามามีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมเพื่อสังคมกับมูลนิธิฯ และ “การส่งเสริมพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็งอย่างยั่งยืน” ก็ถือเป็นภารกิจอีกเรื่องหนึ่งที่มูลนิธิซิเมนต์ไทยให้ความสำคัญและดำเนินการควบคู่กันไปด้วย กิจกรรมของมูลนิธิแบ่งเป็น 5 ด้าน ดังนี้

1. การพัฒนาเด็กปฐมวัยด้วยหนังสือ
2. การส่งเสริมและสนับสนุนด้านการศึกษา
3. การส่งเสริมความสามารถเฉพาะด้านของเยาวชน

4. การสร้างจิตสำนึกรับผิดชอบต่อเด็กและเยาวชน

5. ความช่วยเหลือกรณีเร่งด่วนต่าง ๆ และการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน

โดยจากการดำเนินงานทั้ง 6 ด้านดังกล่าว SCG Group ได้สำรวจในด้านภาพลักษณ์องค์กรต่อผู้มีส่วนได้เสียในทุกกลุ่มซึ่งอยู่ในระดับที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

4.2 CP Group เครือเจริญโภคภัณฑ์ (<http://www.wearecp.com/>สืบค้น ณ วันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2554) ธุรกิจเครือ CP ประกอบด้วยกลุ่มธุรกิจที่มีความหลากหลาย จึงสามารถแบ่งความรับผิดชอบต่อสังคมในแต่ละกลุ่มดังนี้

กลุ่มธุรกิจการตลาดและการจัดจำหน่ายหรือเซเว่นอีเลฟเว่น

(<http://www.cpallnews.com>สืบค้นวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2554) ได้จัดตั้งโรงเรียนปัญญาภิวัฒน์เทคโนโลยีธุรกิจและสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้สนใจสามารถเข้าศึกษาฟรีและสามารถฝึกประสบการณ์ในการดำเนินงาน

โครงการ ทรูปลูกปัญญา โดยเน้นการปลูกความดี ปลูกความรู้ และปลูกใจรักสิ่งแวดล้อม โดยมีความมุ่งมั่นให้เด็กและเยาวชน และคนไทยทั่วประเทศได้มีโอกาสในการเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสาร สารความรู้ใหม่ๆ เปิดโลกทัศน์ทางความคิด สร้างแรงบันดาลใจให้เกิดการเรียนรู้อย่างยั่งยืน อันนำสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาในที่สุด โดยการนำศักยภาพทางเทคโนโลยีการสื่อสารอย่างครบวงจรของบริษัทในกลุ่มทรูไปมอบให้กับโรงเรียนที่ขาดแคลนทั่วประเทศ

กลุ่ม ซีพีเอฟ ยึดมั่นเสมอในการยกระดับคุณภาพสังคม และส่งเสริมพัฒนาเศรษฐกิจของชาติอย่างยั่งยืน... บนความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของพนักงาน ครอบครัว ชุมชน และสังคมวงกว้าง โดยสร้างสรรค์กิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อประเทศชาติและสังคมอย่างต่อเนื่องยาวนาน กิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของซีพีเอฟนั้น เป็นการสนับสนุนกิจกรรมที่อุทิศ และทำประโยชน์กับชุมชนและองค์กรเพื่อสาธารณประโยชน์โดยไม่หวังผลตอบแทน การสร้างงานสร้างอาชีพ ด้วยการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่บริษัทมีความเชี่ยวชาญสู่เกษตรกร การสร้างเสริม สุขภาพของเด็ก เยาวชน และผู้บริโภค การบริหารความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสิ่งแวดล้อม การให้ความช่วยเหลือเฉพาะหน้าเพื่อบรรเทาความเสียหายทั้งทางร่างกายและจิตใจ ตลอดจนการฟื้นฟูเยียวยา ประชาชนจากสถานการณ์ภัยพิบัติ และภาวะวิกฤติต่างๆ การร่วมมือกับหน่วยงานอื่นๆ เพื่อยกระดับมาตรฐาน เทคโนโลยีและวิทยาศาสตร์ และกีฬา และเป็นบริษัทที่มีมาตรฐานบรรษัทภิบาล ประกอบด้วย

ด้านการถ่ายทอดเทคโนโลยี

การสร้างงานสร้างอาชีพแก่เกษตรกรรายย่อย ให้ความสำคัญอย่างยิ่งยวดกับการวิจัยและพัฒนา เพื่อให้ได้เทคโนโลยีการเลี้ยงสัตว์ที่มี มุ่งมั่นที่จะถ่ายทอดเทคโนโลยีระดับโลกนี้ไปสู่เกษตรกร

โครงการ Contract Farming เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตเกษตรกรไทย ด้วยแนวคิดของท่านประธาน ธนินท์ เจียรวนนท์ ในเรื่องการส่งเสริมอาชีพและเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกร เครือเจริญโภคภัณฑ์ จึงเริ่มต้นโครงการสร้างอาชีพขึ้นในปี 2518 โดยนำระบบงานส่งเสริมอาชีพและรายได้ ให้กับเกษตรกร ที่เรียกว่า Contract Farming โดยโครงการส่งเสริมการเลี้ยงไก่กระທး

ด้านการสร้างงานสร้างอาชีพในรูปแบบกลุ่มเกษตรกรโครงการหมู่บ้านเกษตรกรหมอนหงั่ว เป็นโครงการที่จัดตั้งขึ้นมา เพื่อช่วยเหลือเกษตรกรที่มีฐานะยากจน ไม่มีที่ทำกินเป็นของตนเอง ให้มีโอกาสได้ประกอบอาชีพการเลี้ยงสัตว์ ควบคู่ไปกับการเพาะปลูก การดำเนินงานของโครงการ จัดเป็นระบบเบ็ดเสร็จครบวงจร เพื่อให้การพัฒนาอาชีพ ของเกษตรกร เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมาก

การผลิตก๊าซชีวภาพจากมูลสัตว์ เพื่อเป็นพลังงานทดแทนและปรับปรุง
สิ่งแวดล้อม
วัตถุประสงค์

1. เพื่อส่งเสริมให้เกษตรกรนำมูลสุกรมาผลิตก๊าซชีวภาพให้เป็นพลังงานทดแทนจากเชื้อเพลิง
2. เพื่อควบคุมมลพิษจากของเสียที่เกิดจากการเลี้ยงสุกรซึ่งเป็นการปรับปรุงสิ่งแวดล้อม
3. เพื่อส่งเสริมให้เกษตรกรนำกากที่ได้จากการหมักของบ่อก๊าซชีวภาพมาใช้เป็นปุ๋ยบำรุงดิน

โครงการหมู่บ้านเกษตรกรกรมกำแพงเพชร โครงการหมู่บ้านเกษตรกรกรม เพื่อช่วยเหลือ เกษตรกรให้มีที่ดินทำกินเป็นของตนเอง และมีโอกาสประกอบอาชีพการเลี้ยงสัตว์ควบคู่กับการปลูกพืช ตลอดจน การนำระบบการจัดการที่ครบวงจรมาใช้ในการดำเนินโครงการ

โครงการเกษตรผสมผสาน 7 อาชีพ 7 รายได้ ตามแนวพระราชดำริ โครงการเพื่อแก้ปัญหาต่างๆ และส่งเสริมการอยู่ดีกินดีของราษฎรตามแนวพระราชดำริเกี่ยวกับการพัฒนาชนบทที่สำคัญคือ ทรงมุ่งช่วยเหลือพัฒนาให้ชนบทพึ่งตนเองได้ และมีสภาพ ชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น โดยมีแนวทางดำเนินการ คือทำให้เกษตรกรสามารถพึ่งตนเองได้ โดยเฉพาะด้านอาหาร เช่น ข้าว พืชผัก

ผลไม้ เป็นต้น และเน้นมิให้เกษตรกรพึ่งพากับพืชเกษตรแต่เพียงอย่างเดียว เกษตรกรควรมีรายได้เพิ่มขึ้นนอกเหนือไปจากภาคเกษตร เช่น อุตสาหกรรมในครัวเรือน เป็นต้น

โครงการพัฒนาพื้นที่ ต.ปากกรอ จ.สงขลา มุ่งเน้นการส่งเสริมอาชีพและพัฒนาคุณภาพชีวิต ตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงในพื้นที่ ต.ปากกรอ จำนวน 6 หมู่บ้าน และตำบลใกล้เคียง คือ ต.ป่าขาด และต.รำแดง ตลอดจนการสืบสานฟื้นฟูประเพณี วัฒนธรรม ทำให้เกิดกระบวนการเรียนรู้และกระบวนการมีส่วนร่วมทั้งได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานในพื้นที่ ทั้งภาคเอกชนและภาครัฐราชการ ตลอดจนผู้นำชุมชนและองค์กรท้องถิ่น ส่งผลให้ชุมชนสามารถพึ่งตนเองได้ ในระดับที่น่าพอใจ การจัดตั้งกลุ่มอาชีพผู้เลี้ยงปลาทบิมและพัฒนาไปสู่ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และสู่การเป็นวิสาหกิจชุมชน การส่งเสริมอาชีพ

- การพัฒนาระบบการผลิตข้าวครบวงจร
- การปลูกผักปลอดภัยจากสารพิษ
- การปลูกมะพร้าว น้ำหอม
- การเลี้ยงปลาทบิมในกระชัง
- การอนุบาลปลาทบิม
- การเลี้ยงไก่เนื้อพันธุ์พื้นเมือง
- โครงการห้วยของคตอันเนื่องมาจากพระราชดำริ

ซีพีเป็นผู้นำในการพัฒนาเทคโนโลยีการเลี้ยงสัตว์ และการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ บริษัทมีฟาร์มเพาะพันธุ์ เลี้ยงสัตว์ และเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำกระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาค และมีการบริหารความปลอดภัยชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ มีการควบคุมดูแลเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม ทั้งด้านน้ำ อากาศ กลิ่น และขยะ ตลอดจนการมุ่งพัฒนาพลังงานทดแทน เพื่อเป็นเชื้อเพลิงในการผลิตกระแสไฟฟ้า รวมไปถึงการช่วยเหลือฟื้นฟูสภาพแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติ ในบริเวณที่กิจการของบริษัทตั้งอยู่ เพื่อบริรักษ์ สิ่งแวดล้อมให้ยั่งยืน อาทิ:

โครงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

- โครงการสนับสนุนกิจกรรมปลูกป่าชายเลน
- โครงการสัตว์น้ำหน้าบ้าน
- โครงการศึกษาและทดลองการทำฟาร์มเลี้ยงกุ้งที่เป็นมิตรต่อนาข้าวอันเนื่องมาจากพระราชดำริ
- โครงการขยะแห้งแลกไข่ไก่สด ซี.พี.

โครงการอนุรักษ์พลังงาน

- โครงการโรงผลิตน้ำมันไบโอดีเซลจากน้ำมันพืชใช้แล้ว (Bio Diesel)

- โครงการเปลี่ยนหม้อไอน้ำจากเชื้อเพลิงน้ำมันเตาเป็นเชื้อเพลิงแข็ง (กะลาปาล์ม)
- โครงการผลิตแก๊สชีวภาพ (Bio Gas)
- โครงการพัฒนาโรงไฟฟ้าระบบพลังงานความร้อนร่วม (Co-Generation)
- โครงการประหยัดพลังงาน

โครงการเกษตรเพื่ออาหารกลางวันนักเรียน การส่งเสริมพัฒนาการทั้งทางร่างกาย จิตใจ และสมองของเยาวชนไทย โดยการช่วยเหลือแก้ปัญหา ทุพโภชนาการอย่างยั่งยืน จึงเกิดขึ้น ซีพีเอฟ เข้าไปส่งเสริมและให้ความรู้แก่เด็กนักเรียนระดับประถมศึกษา ในโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนที่ห่างไกลกว่า 40,000 คน โดยมุ่งหวังที่จะให้เด็กไทยได้บริโภคโปรตีนอย่างพอเพียง มีภาวะ โภชนาการที่ดี รวมถึงมีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการเลี้ยงไก่ไข่ ตลอดจนการบริหารจัดการ ซึ่งเด็กไทยเหล่านั้นสามารถนำติดตัวไปใช้ประกอบอาชีพในวันข้างหน้าได้อีกด้วย

โครงการเปิดโลกความรู้ ผู้อาหารปลอดภัย ภายใต้มาตรฐานการผลิตระดับโลก โครงการนี้เป็นการเปิดโอกาสให้นักเรียน นักศึกษา และเด็กไทยทั่วประเทศ ได้เข้าไปทัศนศึกษา และ เยี่ยมชมโรงงานแปรรูปเนื้อไก่ที่ใหญ่และทันสมัยที่สุดในเอเชียของซีพีเอฟ จ.นครราชสีมา และจ.สระบุรี นับเป็นการเปิดโลกทัศน์และเติมอาหารสมองแก่เยาวชนของไทย ทำให้ได้เห็นกระบวนการผลิตเนื้อไก่ ตั้งแต่ต้นทางคือโรงงานอาหารสัตว์ กระบวนการเลี้ยง การป้องกันโรค การชำแหละและแปรรูปเนื้อไก่จนมาเป็นอาหารจานไก่หลากหลายเมนู

โครงการสนับสนุนทุนวิจัยใช้หวัดนก ซีพีเอฟ ตระหนักดีถึงสุขภาพอนามัยของมวลมนุษยชาติ จึงเร่งให้การสนับสนุนทุนวิจัยใช้หวัดนก โดยร่วมมือกับจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ดำเนินการวิจัยไวรัสใช้หวัดนกที่เกิดในคน เพื่อค้นหาวัดกันป้องกัน ซึ่งจะยังประโยชน์มหาศาลแก่ผู้คนทั้งในประเทศไทยและในสังคมโลก ขณะเดียวกัน ซีพีเอฟ ยังให้การ สนับสนุนงานวิจัยไวรัสใช้หวัดนกในสัตว์ให้แก่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เพื่อดำเนินการค้นหาวัดกันไวรัสสายในอุตสาหกรรมเลี้ยงสัตว์

ด้านสาธารณสุขประโยชน์ สนับสนุนกิจกรรมอันเป็นประโยชน์ต่อสาธารณสุข และ ชำรงไว้ซึ่งสถาบัน พระมหากษัตริย์ รวมทั้งในภาวะที่เกิดภัยพิบัติในทุกๆ ครั้งๆ ซีพีเอฟยังได้เข้าไปช่วยเหลือเป็นการเร่งด่วน เพื่อลดผลกระทบต่อน้องประชาชนผู้ประสบภัยให้ได้มากที่สุด นอกจากนี้ ซีพีเอฟยังมีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ อาหารในราคาพิเศษ เพื่อลดทอนผลกระทบของผู้บริโภคอันเนื่องจากภาวะทางเศรษฐกิจ

การให้ความช่วยเหลือผู้ประสบภัยยามเกิดภัยพิบัติ ในยามที่คนไทยต้องประสบภัยพิบัติ เช่น สึนามิ อุทกภัย หรือภัยธรรมชาติร้ายแรงอื่นๆ ซีพีเอฟในฐานะผู้ผลิต อาหารของโลก ได้

นำอาหารเข้าช่วยเหลือผู้ประสบภัยด้วยความเต็มใจและด้วยความรวดเร็ว ด้วยความพร้อมด้านสำนักงานสาขาที่มีอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ

การสนับสนุนกิจกรรมค่ายอาสาพัฒนาชนบทนิสิต นักศึกษา ซีพีเอฟให้การสนับสนุนการออกค่ายอาสาพัฒนาชนบทของนิสิตนักศึกษาจากหลายสถาบัน อาทิ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ฯลฯ และยังให้ การสนับสนุนผลิตภัณฑ์อาหารในวันเด็กแห่งชาติ แก่สถาบันหรือชุมชนต่างๆ โดยให้การสนับสนุนเป็นอย่างดี มาตลอด ตั้งแต่ปี 2544 จนถึงปัจจุบัน

ร่วมการวางแผนฟาล์ดค่าครองชีพประชาชน จากภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันซึ่งส่งผลกระทบต่อประชาชนส่วนใหญ่ ทำให้ค่าครองชีพประชาชนสูงขึ้น อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ นับเป็นสิ่งที่ทำให้ประชาชนคนไทยต้องเดือดร้อน ซีพีเอฟในฐานะผู้ผลิตอาหาร จึงเข้าร่วมกับการวางแผนฟาล์ดค่าครองชีพภายใน กระทรวงพาณิชย์ เดินสายไปตามสถานที่ต่างๆ ทั่วประเทศ เพื่อนำสินค้าอาหารคุณภาพมาตรฐานส่งออก ไปจำหน่ายให้กับผู้บริโภคในราคาพิเศษ ซึ่งสามารถช่วยบรรเทาความเดือดร้อนให้แก่ประชาชนได้เป็นอย่างมาก

ด้านกีฬา ซีพีเอฟ ร่วมสนับสนุนกิจกรรมทางกีฬาในรูปแบบต่างๆ ด้วยเชื่อว่าการพัฒนาการทางกีฬา จะเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยสร้างเสริมอัตลักษณ์ ความภาคภูมิใจ ความรู้รักสามัคคี และความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวของคนในชาติ ได้แก่

- การสนับสนุนการแข่งขันมวยซีพีเอฟ ต้องการส่งเสริมให้เยาวชนใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ ควบคู่กับการเพิ่มพูนสุขภาพร่างกาย ให้แข็งแรง จึงให้การสนับสนุนการแข่งขันมวยไทยภายใต้ชื่อ “มวยไทยไถ่อย่างห้าดาวรอบมาราธอนเงินล้าน” เพื่อเป็นการช่วยรักษาศิลปะแม่ไม้มวยไทยให้คงอยู่สืบไป

- การสนับสนุนทีมฟุตบอลซีพีเอฟ ให้การสนับสนุนกีฬาฟุตบอล ของราชนาวีสโมสร กองทัพเรือ ทั้งในรูปแบบของผลิตภัณฑ์อาหาร และเงินทุนอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมพัฒนาการของนักฟุตบอลไทย

กิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ ซีพีเอฟ มีโรงงานกระจายอยู่ตามภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศ ซึ่งทุกๆ โรงงานจะดำเนินการตามมาตรฐานที่ดี ไม่ปล่อยน้ำเสีย ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ไม่สร้างความเดือดร้อนให้ชุมชนใกล้เคียงแล้วโรงงานทุกแห่งจะปฏิบัติตนเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน โดยจะเข้าร่วมกิจกรรมมากมายที่แต่ละชุมชนสร้างสรรค์ขึ้น เช่น การทอดกฐิน-ผ้าป่า การบริจาคอุปกรณ์การเรียนและกีฬา การมอบผลิตภัณฑ์อาหาร เป็นต้น

4.3 บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) (<http://www.pttplc.com/> สืบค้นวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2554) ภายใต้อาณัติของกระทรวงพลังงานที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ปตท. ได้ให้ความสำคัญต่อ SSHE และกำหนดนโยบาย มาตรการดำเนินการ เป็นพื้นฐานการดำเนินงาน ครอบคลุมทุกพื้นที่ใน บริษัท ด้วยทิศทางและเป้าหมายที่ชัดเจนและเป็นระบบ ส่งผลต่อความสำเร็จที่ต่อเนื่องของ ปตท. และเป็นแรงผลักดันให้ ปตท. มุ่งขยายการดำเนินงานต่อไปโดยมีโครงการด้านความรับผิดชอบต่อ สังคมดังนี้

โรงเรียนในฝัน “โครงการโรงเรียนในฝัน” เป็นอีกหนึ่งภารกิจสำคัญ ที่ ปตท. ร่วม สนับสนุน มาตั้งแต่ต้นปี 2547 โดยดำเนินงานให้แก่โรงเรียนในฝัน (Lab School) มุ่งเน้นความสำคัญ ในการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อร่วมกันหาเป้าหมายของโรงเรียนในฝัน แต่ละแห่งร่วมกัน ผลของการผนึกกำลังของทุกคนที่เกี่ยวข้อง ทำให้มีโรงเรียนในฝันของ ปตท. ทั้ง 3 แห่งได้รับการรับรองให้เป็น “โรงเรียนต้นแบบโรงเรียนในฝันของประเทศ” โรงเรียนในฝันของ ปตท. ขึ้นอยู่กับการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายการกำหนดกลยุทธ์และแผนการดำเนินงาน โครงการ ดังกล่าว จึงเริ่มต้น ที่การจัดทำเวทีประชาคม เพื่อสำรวจและระดมความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องใน พื้นที่ทุกฝ่าย ทั้งนี้เพื่อสรุปข้อมูลแนวทาง และ ความคาดหวังของชุมชน ต่อการพัฒนาโรงเรียน

โรงเรียนปอไร่วิทยาคม ตั้งเป้าหมายไว้ว่าการมุ่งเน้น เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้โดย พัฒนาแหล่งเรียนรู้ ในโรงเรียนทุกรูปแบบ อาทิ ห้องสมุด ห้องคอมพิวเตอร์ ศูนย์วิทยากร

โรงเรียนเสด็จวิทยาคม มุ่งเน้นเป็นศูนย์การเรียนรู้ เทคโนโลยี สารสนเทศของจังหวัดลำปางและต้องการสร้างเสริมสภาพแวดล้อมให้ดียิ่งขึ้น

โรงเรียนชุมชนบ้านบางโหนด มุ่งเพิ่มศักยภาพ ของห้องเรียนให้เป็นห้องเรียน e-learning และต้องการสร้างอาคารเรียนเพิ่ม

มอบทุนการศึกษา

นับตั้งแต่ปี พ.ศ.2539 ปตท. ได้สนับสนุนทุนการศึกษา อุปกรณ์การเรียนการสอน และอุปกรณ์กีฬา ให้กับโรงเรียนในเขตพื้นที่รอบหน่วยงานคลัง และแนวท่อส่งก๊าซธรรมชาติทั่ว ประเทศอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะได้มอบทุนการศึกษาให้กับนักเรียนยากจนและมีความประพฤติดี ในระดับประถมศึกษา ,มัธยมศึกษาตอนต้น และ ตอนปลาย สำหรับระดับอุดมศึกษานั้น ปตท. ได้มอบทุนต่อเนื่องจนจบปริญญาตรี นอกจากนั้น ปตท. ยังสนับสนุนจัดการแข่งขัน Money Management Award (MM Award) เป็นปีที่ 2 เพื่อเพิ่มพูนความรู้และแนวคิดด้านการบริหารการเงิน และการลงทุนให้แก่เยาวชนคนรุ่นใหม่ และสนับสนุนการแข่งขันเกมธุรกิจ “Thammasat undergraduate Business Challenge” เพื่อเป็นการพัฒนาศักยภาพของเยาวชนไทย และส่งเสริมให้

นักศึกษาจากสถาบันการศึกษาชั้นนำของประเทศและต่างประเทศกว่า 15 สถาบันสร้างนวัตกรรมด้านการบริหารจัดการองค์กร

อาคารเรียนและห้องสมุด

การจัดสร้างอาคารเรียน “บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)” เป็นอีกหนึ่งโครงการที่ ปตท. ได้สนับสนุนการก่อสร้างขึ้น เพื่อบริการให้แก่โรงเรียนต่างๆ ที่ขาดแคลนในเขตภูมิภาคอย่างต่อเนื่อง นับตั้งแต่ปี 2536 เป็นต้นมา โดยจัดสร้างเป็นอาคารเรียนขนาดสองชั้น เอื้อประโยชน์ในการเป็นสถานที่ศึกษาอบรม ปลุกฝังวิชาความรู้ให้แก่เยาวชน ตลอดจนเป็นศูนย์กลางในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของชุมชนใกล้เคียง ในปี 2540 ปตท. ได้ขยายโครงการ ด้วยการจัดสร้างห้องสมุด “พลังไทย เพื่อไทย” พร้อมทั้ง มอบอุปกรณ์การศึกษาและหนังสือเรียน สำหรับเยาวชนจะได้ใช้ค้นคว้าความรู้ เพื่อเปิดโลกทัศน์ให้กว้างขวางยิ่งขึ้น

5. 5. ผู้เยาวชน เสริมสร้างคุณภาพชีวิตผู้เยาวชน (5 ส.โรงเรียน)

เพื่อเสริมสร้างวินัยให้แก่เยาวชน ซึ่งเป็นรากฐานการพัฒนาประเทศในอนาคต ปตท. ได้นำหลักการ 5 ส ซึ่งเป็นพื้นฐานของกิจกรรมด้านคุณภาพและสิ่งแวดล้อม ที่ ปตท. ปฏิบัติอยู่ เผยแพร่ให้ความรู้และประยุกต์ใช้ให้เกิดผลแก่เยาวชน อาทิ จัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับระบบการบริหารงานด้วย 5ส และชี้แจงหลักเกณฑ์กติกาการดำเนินโครงการฯ จัดงานวัน Big Cleaning Day ให้ทุกโรงเรียน พร้อมมอบอุปกรณ์ทำความสะอาด/ ถังขยะ ให้แก่โรงเรียน ตรวจสอบการดำเนินกิจกรรม 5ส ของโรงเรียน จัดการสัมมนาคณะครูประจำปี โดยพาตัวแทนคณะครูของโรงเรียน เยี่ยมชมบริษัท และโรงเรียนที่ได้ดำเนินกิจกรรม 5ส นอกจากนั้น ปตท. ยังได้เสริมโครงการที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม อาทิ โครงการปลูกผักปลอดสารพิษ โครงการสวนสมุนไพร ฯลฯ เพิ่มเติมอีกด้วย โดยเน้นโรงเรียนบริเวณรอบหน่วยงานของ ปตท. ทั่วประเทศ

ค่ายเยาวชน

ค่ายเยาวชนอนุรักษ์พลังงาน Generation P ปตท. เร่งปลุกฝังให้เยาวชนมีจิตสำนึกในการใช้พลังงานอย่างประหยัด ผ่านกิจกรรมการเรียนรู้ โดยเปิดโอกาสให้เยาวชนจากโรงเรียนต่างๆ ทั่วประเทศได้หมุนเวียนกัน เข้าร่วมกิจกรรมและนำเสนอ “แผนงานโครงการอนุรักษ์พลังงานในโรงเรียน” เพื่อประกวดและรับรางวัล จาก ปตท. อันเป็นการสร้างพลังทีมงาน นักอนุรักษ์พลังงานที่เข้มแข็งต่อไป

Gassy Camp เป็นกิจกรรมค่ายเยาวชนที่จัดขึ้นเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับก๊าซธรรมชาติ ผ่านกิจกรรมสันทนาการ หวังผลให้ ได้นำความรู้ไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชน

นอกจากนั้น ยังได้จัดให้ตัวแทนนักเรียนที่เข้าค่าย นำเสนอผลงานการผลิตและสร้างสรรค์ ถ่ายทอดความรู้ผ่านสื่อกิจกรรมต่างๆต่อชุมชนและสถานศึกษา ในรูปแบบการส่งประกวดให้ ปตท. พิจารณาคัดเลือกรับรางวัล

ค่ายเยาวชน ปตท. รักษ์ ทะเลไทยปีแรก (2549) เริ่มจาก โรงเรียนในอำเภอขนอม จ. นครศรีธรรมราช ปีที่สอง (2550) ขยายผลถึงโรงเรียนทั้งจังหวัด และ โรงเรียนทั้งประเทศในอนาคต ด้วยวัตถุประสงค์ที่จะสร้างความรู้ความเข้าใจในความสำคัญของทรัพยากรชายฝั่งและทะเล รวมทั้งให้เกิดจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรในเขตพื้นที่ที่ตนอาศัย

รณนิทรรศการเคลื่อนที่ตั้งแต่ ปี 2543 ปตท. ได้จัดทำรณนิทรรศการเคลื่อนที่ ในรูปแบบ Edutainment นำเสนอเนื้อหาสาระผ่านสื่อบอร์ด และอิเล็กทรอนิกส์ ไว้ภายในรณนิทรรศการ ซึ่งสามารถเคลื่อนย้ายไปตามโรงเรียนต่างๆในกลุ่มเป้าหมายได้สะดวก เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องและเห็นประโยชน์ของ “ก๊าซธรรมชาติ” ให้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น ปัจจุบัน ปตท. มีรณนิทรรศการเคลื่อนที่ จำนวน 2 คัน คือ รถ “เปิดโลกก๊าซธรรมชาติ” มุ่งเน้นให้ความรู้พื้นฐานเรื่องก๊าซธรรมชาติแก่เด็กนักเรียน โรงเรียนระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา และรถ “Gassy Energy” มุ่งเน้นเยาวชนระดับอาชีวศึกษา อุดมศึกษา หน่วยงานราชการ ภาครัฐและเอกชน

ร่วมสร้างฝั้่นนักประดิษฐ์ปตท. ร่วมสานฝัน นักประดิษฐ์ ใช้พลังงานอย่างยั่งยืนในฐานะบริษัทพลังงานแห่งชาติ ปตท. มุ่งรณรงค์ปลูกจิตสำนึกและส่งเสริมให้ประชาชนในทุกระดับตระหนักถึงความสำคัญในการใช้พลังงานอย่างรู้คุณค่า ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการใช้พลังงานอย่างยั่งยืนและพอเพียงโดยเปิดโอกาสให้นิสิตนักศึกษาและประชาชนทั่วไปได้ คิดค้นสิ่งประดิษฐ์ ที่สร้างสรรค์ เพื่อการประหยัดพลังงาน โดยเริ่มจัดการโครงการประกวด “ปตท. ร่วมสานฝันนักประดิษฐ์ ใช้พลังงานอย่างยั่งยืน” ซึ่งด้วยพระราชทานสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ขึ้นตั้งแต่ปี 2550

กองทุนพัฒนากีฬาแห่งชาติเพื่อสร้างความพร้อมและความแข็งแกร่งให้แก่นักกีฬาไทยตั้งแต่ระดับเยาวชนต่อเนื่องจนถึงระดับอาชีพ ตลอดจนบุคลากรทางด้านกีฬา อาทิ กรรมการตัดสิน ตามโครงการ 1 สมาคมกีฬา 1 รัฐวิสาหกิจ ปตท. ได้สนับสนุน สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ และ ลอนเทนนิสสมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ ต่อเนื่อง 3 ปี รวมเป็นเงิน 9,000,000 บาท

ฟุตบอลปตท. ร่วมกับสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ เร่งพัฒนากีฬาฟุตบอลของไทย เพื่อให้เยาวชนได้พัฒนาทักษะความสามารถ เพิ่มพูนประสบการณ์และมุ่งสู่การแข่งขันในระดับสากลต่อไป โดยที่ผ่านมาได้สนับสนุนการเตรียมทีมและการแข่งขันในรายการต่างๆ ดังนี้

1. การแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก
2. การแข่งขันฟุตบอลหญิงชิงแชมป์เอเชีย (AFC) U-20
3. การเตรียมทีมฟุตบอลชาย
4. การเตรียมทีมฟุตบอลเยาวชน
5. การเตรียมทีมฟุตบอลชายทีมชาติไทย (เอเชียนเกมส์)
6. การเตรียมทีมฟุตบอลเยาวชนชาติไทย อายุ 20 ปี

เทนนิส ปตท. ร่วมมือกับลอนเทนนิสสมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์
เร่งพัฒนากีฬาเทนนิส ตามแผนพัฒนากีฬาแห่งชาติ ตั้งแต่ปี 2549 – 2551 ซึ่งในปีที่ผ่านมา ได้
สนับสนุนโครงการต่างๆ ดังนี้

1. โครงการพัฒนานักเทนนิสเยาวชนไทยสู่อาชีพ
2. โครงการศูนย์ฝึกนักเทนนิสเยาวชนไทย รวม 9 แห่งทั่วประเทศ
3. โครงการพัฒนาศูนย์พัฒนากีฬาเทนนิสแห่งชาติ
4. โครงการแข่งขันเทนนิสเดวิคัพและเฟดคัพ
5. โครงการแข่งขันเทนนิสหญิงนานาชาติ สะสมคะแนนอันดับโลก

ปตท. ร่วมมือกับลอนเทนนิสสมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ เร่ง
พัฒนากีฬาเทนนิส ตามแผนพัฒนากีฬาแห่งชาติ ตั้งแต่ปี 2549 – 2551 ซึ่งในปีที่ผ่านมา ได้
สนับสนุนโครงการต่างๆ ดังนี้

- โครงการพัฒนานักเทนนิสเยาวชนไทยสู่อาชีพ
- โครงการศูนย์ฝึกนักเทนนิสเยาวชนไทย รวม 9 แห่งทั่วประเทศ
- โครงการพัฒนาศูนย์พัฒนากีฬาเทนนิสแห่งชาติ
- โครงการแข่งขันเทนนิสเดวิคัพ และเฟดคัพ
- โครงการแข่งขันเทนนิสหญิงนานาชาติ สะสมคะแนนอันดับโลก

การประกวดศิลปกรรม

กว่า 20 ปีที่ผ่านมา ที่ ปตท. ได้ร่วมกับ มหาวิทยาลัยศิลปากร จัดการประกวด
ศิลปกรรม ปตท.ขึ้น เพื่อมุ่งส่งเสริมสนับสนุนให้เยาวชนไทย และศิลปินมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์
และพัฒนาผลงานทางด้านศิลปะอันจะนำไปสู่พลังในการสร้างสรรค์วงการศิลปะซึ่งถือเป็นรากฐาน
ของชาติให้พัฒนาและก้าวหน้ามากยิ่งขึ้นการประกวดดังกล่าวเปิดโอกาสให้เยาวชนและผู้สนใจส่ง
ผลงานประกวดภายใต้หัวข้อเรื่องที่กำหนดขึ้นในแต่ละปีและดำเนินการตัดสินโดยคณะกรรมการ
ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านศิลปะ พร้อมทั้งจัดพิธีมอบรางวัลและจัดนิทรรศการแสดงผลงานเพื่อเผยแพร่
ให้ประชาชนที่สนใจเข้าชม ทั้งนี้โดยมุ่งหวังชักชวนให้ศิลปินและประชาชนทั่วไป ร่วมกันสร้าง

เสริมความดีงามคืนกลับสู่สังคม เพื่อช่วยจรรโลงสังคมไทยของเราให้น่าอยู่งดงามและคงคุณค่าสืบไปการจัดการประกวดศิลปกรรม ปตท. ครั้งที่ 25 ในปี 2553 นี้ กำหนดจัดการประกวดขึ้นในหัวข้อ "ความฝันอันสูงสุด" เพื่อเปิดโอกาสให้นิสิต นักศึกษาเยาวชน และประชาชนทั่วไป ได้สร้างสรรค์ผลงานศิลปะที่เกิดจากแนวความคิด ความใฝ่ฝัน หรือความปรารถนาของตนเอง โดยเปิดกว้างในทุกแนวความคิด ซึ่งสามารถเป็นเครื่องมือหรือพลังกระตุ้นเตือนให้ทุกคนยึดเหนี่ยว และมีความมุ่งมั่นในการดำเนินชีวิตร่วมกันอย่างมีความสุขและยั่งยืนตลอดไป

ค่ายเยาวชน ปตท. อนุรักษ์ประเพณีตักลงบูชา ค่ายที่ได้รับการร่วมมือของสภาวัฒนธรรมจังหวัดลำปาง และสำนักงานวัฒนธรรม จังหวัดลำปางเพื่อการอนุรักษ์วัฒนธรรมและสืบทอดประเพณีการตักลงบูชา อีกทั้งเป็นการส่งเสริมให้เยาวชนในท้องถิ่น เกิดความรัก ความหวงแหน และเกิดจิตสำนึกในการที่จะร่วมสืบทอดประเพณีที่ดีงามให้อยู่คู่กับจังหวัดลำปาง อันจะเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของจังหวัดสืบต่อไปในอนาคต ด้วยการเรียนรู้เกี่ยวกับกลองบูชาอย่างละเอียดจากวิทยากรที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญรวมทั้ง ยังได้มีการฝึกทักษะการตักลงบูชาในจังหวัดต่าง ๆ ที่เป็นถิ่นเกิดของจังหวัดลำปางอีกด้วย

การอนุรักษ์ประเพณีตักลงบูชา เขตกลางคันคร

ปี พ.ศ. 2545 ปตท. ได้มีส่วนร่วมฟื้นฟูและอนุรักษ์ประเพณีตักลงบูชา ซึ่งเป็นประเพณีท้องถิ่นดั้งเดิมของ จังหวัดลำปาง ที่เกือบสูญหายไปให้กลับมาเป็นส่วนหนึ่งในวิถีการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมประเพณีอันทรงคุณค่าของท้องถิ่นอีกครั้ง โดยร่วมกับ สมาคมชาวเหนือและจังหวัดลำปาง ริเริ่มจัดงาน “มหัศจรรย์ก้องบูชา ล้านนาไทย” ขึ้น จนปัจจุบันได้พัฒนาเป็นงานประเพณีประจำจังหวัดลำปาง จัดขึ้นระหว่างวันที่ 2- 4 เมษายน ของทุกปี รวมถึงการจัดกิจกรรมบุญทอถิ่นตระเวนฝึกสอนและอบรมการตักลงบูชาให้แก่เยาวชนในแต่ละอำเภออย่างสม่ำเสมอ เพื่อเตรียมพร้อมสู่การแข่งขันตักลงบูชาระดับจังหวัดต่อไป และการจัดเวที “หนึ่งร้อยตำบล หนึ่งร้อยคนตักลงบูชา” เพื่อระดมความคิดหันต่อแนวทางการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ทั้งนี้เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ชุมชนและเยาวชน เห็นคุณค่าและเข้ามามีส่วนร่วมสานต่องานอนุรักษ์และฟื้นฟูประเพณีดังกล่าวให้ยั่งยืนอย่างจริงจังต่อไป เพื่อให้ประเพณีการตักลงบูชาได้ถ่ายทอดสืบสานไปสู่ลูกหลานในอนาคต เมื่อปี 2549 ปตท. จึงได้สนับสนุนการจัดสร้าง “โสมก้องบูชาเขตกลางคันคร “ขึ้น ที่วัดเจดีย์ ชาวหลัง (พระอารามหลวง) ให้เป็นศูนย์กลางการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประเพณีดังกล่าวรวมถึงจัดทำกลองบูชา 9 ชุด ให้แก่จังหวัด เพื่อใช้เป็นกลองหลักในการแข่งขันอีกด้วย

บริษัท แอ็ดวาน อินโฟร์เซอร์วิส จำกัด (<http://www.ais.co.th> สืบค้นวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2554) นอกเหนือจากความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจตามหลักธรรมาภิบาล ด้วยความโปร่งใสและเป็นธรรม เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้าแล้ว AIS ยังมีเจตนาแน่วแน่ในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR : Corporate Social Responsibility) ด้วยการมีส่วนร่วมพัฒนาสังคมไทยให้มีคุณภาพและมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นอย่างยั่งยืน AIS ได้กำหนดหลักการดำเนินงาน 4 แนวทางเพื่อตอบแทนสังคมไทย

สนับสนุนสถาบันครอบครัว

เป็นโครงการที่จัดขึ้นเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดีของสมาชิก ในครอบครัว ภายใต้โครงการ "สานรัก สนับสนุนสถาบันครอบครัว" ด้วยความ เชื่อมั่นว่า "ครอบครัว" เป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาไปสู่สังคมที่ดี หากครอบครัวไทยแข็งแรงย่อมส่งผลให้ประเทศชาติแข็งแรงไปด้วย

- ภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดี
- วารสารสานรัก
- จุลสารสำหรับครอบครัว
- กิจกรรม AIS Family Rally เพื่อสายใจไทย
- กิจกรรม AIS Family Walk Rally สมทบทุนมูลนิธิอานันทมหิดล

เป็นแบบอย่างที่ดีในสังคม

ด้วยการเสาะหาเยาวชนตัวอย่างที่ดีของสังคมไทยภายใต้แนวคิดที่ว่าครอบครัวที่แข็งแรง ไม่จำเป็นต้องมาจากครอบครัวที่สมบูรณ์ แต่มาจากจิตใจที่แข็งแกร่ง AIS ถ่ายทอดชีวิตของเด็กๆ ไร่แต่มีความผูกพันในครอบครัวที่แน่นแฟ้น ส่งผลให้เป็เด็กกตัญญู มุ่งมั่นต่อสุทำงานหา รายได้เพื่อเลี้ยงครอบครัว และตั้งใจศึกษาเพื่อพัฒนาตนเองสู่อนาคตที่ดี

- รายการสารคดีทางโทรทัศน์ “สานรัก คนเก่งหัวใจแกร่ง”
- กิจกรรม สานรัก คนเก่งหัวใจแกร่งสัญจร
- แคมป์เยาวชน สานรัก คนเก่งหัวใจแกร่ง
- มอบเทปรายการโทรทัศน์

ให้อโอกาสและช่วยเหลือสังคม

เยาวชนคือกำลังสำคัญของชาติและเป็นหัวใจหลักของครอบครัวที่ต้องดูแล ให้ความรักความอบอุ่น AIS จัดงานวันเด็กตั้งแต่ปี 2543 โดยเน้นกลุ่มเด็กที่บกพร่องทางสมอง อวัยวะแขนขา การมองเห็นและได้ยิน

- โครงการ เอไอเอส สร้างอาชีพ Call Center แต่ผู้พิการ

- โครงการ ถังน้ำใจ เอไอเอส เพื่อไทยไม่ขาดน้ำ
- เอไอเอส ยิ้มหวานวันเด็ก สานรักเพื่อน้องพิการ
- ศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก เอไอเอส – สานรัก
- ลานกีฬา เอไอเอส
- เอไอเอส จัดหาอุปกรณ์สนับสนุนการปฏิบัติงานตำรวจจราจร
- เอไอเอส-สวท.91 แข่งเหตุด่วน เหตุร้าย
- เอไอเอส จัดกิจกรรมดีๆ เน้นแนวว่าที่บัณฑิตใหม่
- เอไอเอสร่วมใจบรรเทาภัยน้ำท่วม
- เอไอเอส ร่วมใจบรรเทาภัยหนาว
- เอไอเอส ร่วมใจช่วยเหลือผู้ประสบภัยจากเหตุการณ์ธรณีพิบัติ

ปลูกจิตสำนึกให้พนักงานช่วยเหลือสังคม

นอกจากความรับผิดชอบต่อสังคมที่บริษัทฯ ได้ดำเนินการสู่สาธารณชนมาอย่างต่อเนื่องแล้ว ภายในองค์กรเองก็ยังได้ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม ด้วยการนำแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมเข้าไปสู่กระบวนการทำงาน การถ่ายทอดความรู้เพื่อพัฒนาบุคลากร การปลูกฝังจิตสำนึกด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ของบุคลากรภายในองค์กร การสนับสนุนให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือสังคม โดยผ่านโครงการต่างๆ

- กิจกรรม AIS Sport Charity
- กิจกรรมรวมพลังเอไอเอสลดภาวะโลกร้อน
- กิจกรรมมอบแสงสว่าง มอบทานทางปัญญา
- กิจกรรมทำบุญกับสถานสงเคราะห์
- กิจกรรมพัฒนาโรงเรียนในชนบท

6. องค์กรธุรกิจภาคอุตสาหกรรมจังหวัดปทุมธานี

จังหวัดปทุมธานีอยู่ในเขตภาคกลางห่างจากกรุงเทพมหานครไปทางทิศเหนือ เป็นระยะทางประมาณ 27.8 กิโลเมตร มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียง คือ

ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอบางไทร อำเภอบางปะอินและอำเภอมั่นขวัญใจ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อำเภอนองแคะ และอำเภอวิหารแดง จังหวัดสระบุรี

ทิศตะวันออก ติดต่อกับอำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก และ อำเภอบางน้ำเปรี้ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา

ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอลาดบัวหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม และอำเภอไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี

ทิศใต้ ติดต่อกับเขตหนองจอก เขตคลองสามวา เขตสายไหม เขตบางเขน เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร และ อำเภอปากเกร็ด อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี

จังหวัดปทุมธานีแบ่งเขตการปกครองส่วนภูมิภาคออกเป็น 7 อำเภอ 60 ตำบล 399 หมู่บ้าน การปกครองส่วนท้องถิ่น ประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนจังหวัด 1 แห่ง เทศบาล 14 แห่ง องค์การบริหารส่วนตำบล 60 แห่ง

ปทุมธานี เป็นจังหวัดในภาคกลางของประเทศไทย มีแม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่าน แบ่งเขตการปกครองเป็น 7 อำเภอ คือ อำเภอเมืองปทุมธานี อำเภอสамโคก อำเภอลาดหลุมแก้ว อำเภอธัญบุรี อำเภอหนองเสือ อำเภอกลองหลวง และอำเภอลำลูกกา ซึ่งเป็นแหล่งอุตสาหกรรมซึ่งถูกเป็นพื้นที่สีแดงซึ่งกรมผังเมืองและกรมโรงงานอุตสาหกรรมประกาศไม่ให้มีการขยายโรงงานอุตสาหกรรมภายในพื้นที่จังหวัด

วิสัยทัศน์ : "ปทุมธานีเป็นเมืองศูนย์กลางการศึกษาวิจัย การพัฒนาเทคโนโลยี เสริมสร้างความเข้มแข็งวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้"

พันธกิจ : ประเด็นยุทธศาสตร์จังหวัดปทุมธานี มี 4 ประเด็นยุทธศาสตร์

1. การบูรณาการระหว่างสถาบันการศึกษาและวิจัย
2. จังหวัดปทุมธานีเป็นเมืองน่าอยู่
3. มีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) และผู้ผลิตชุมชนที่เข้มแข็ง และมีความสามารถในการแข่งขัน
4. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงการเรียนรู้แบบบูรณาการ

ทั้งนี้ปทุมธานีถือได้ว่าเป็นเมืองอุตสาหกรรมโดยจากข้อมูล กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานจังหวัดปทุมธานี โดยข้อมูลจากศูนย์ปฏิบัติการจังหวัดปทุมธานี พบว่ามีพื้นที่ในการประกอบการอุตสาหกรรมรวม 22,698.16 ไร่ และการกระจายตัวของโรงงานในทุกอำเภอ และมีนิคมอุตสาหกรรม 2 แห่ง คือนิคมอุตสาหกรรมนวนคร และ นิคมอุตสาหกรรมบางกระดี โดยเป็นจังหวัดที่เป็นแหล่งธุรกิจและแหล่งอุตสาหกรรมอันดับ 6 ของประเทศ โดยโรงงานอุตสาหกรรมในปี 2553 จำนวน 2,903 แห่ง โดยแบ่งประเภทอุตสาหกรรมดังนี้

ตารางที่ 2.2 จำนวนโรงงานและจำนวนคนงานในจังหวัดปทุมธานี

ลำดับ	หมวดอุตสาหกรรม	จำนวน โรงงาน	จำนวนคนงาน		
			ชาย	หญิง	รวม
1	อุตสาหกรรมการเกษตร	72	1,148	1,114	2,262
2	อุตสาหกรรมอาหาร	210	8,573	12,910	21,483
3	อุตสาหกรรมเครื่องดื่ม	20	4,422	971	5,393
4	อุตสาหกรรมสิ่งทอ	64	1,865	5,398	7,263
5	อุตสาหกรรมเครื่องแต่งกาย	29	899	3,624	4,523
6	อุตสาหกรรมเครื่องหนัง	26	1,303	1,801	3,104
7	อุตสาหกรรมไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้	167	4,618	3,125	7,743
8	อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์และเครื่องเรือน	112	3,293	1,728	5,021
9	อุตสาหกรรมกระดาษและผลิตภัณฑ์ จากกระดาษ	84	2,863	1,806	4,669
10	อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์	46	1,325	494	1,819
11	อุตสาหกรรมเคมี	178	4,449	4,531	8,980
12	อุตสาหกรรมปิโตรเคมีและผลิตภัณฑ์	22	495	321	816
13	อุตสาหกรรมยาง	36	3,310	1,340	4,650
14	อุตสาหกรรมพลาสติก	235	6,103	5,657	11,760
15	อุตสาหกรรมโลหะ	177	6,436	2,693	9,129
16	อุตสาหกรรมโลหะ	28	5,289	2,083	7,372
17	อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โลหะ	455	14,113	5,948	20,061
18	อุตสาหกรรมเครื่องจักรกล	205	12,343	15,470	27,813
19	อุตสาหกรรมไฟฟ้า	188	23,560	63,453	87,013
20	อุตสาหกรรมขนส่ง	222	8,256	2,898	11,154
21	อุตสาหกรรมอื่นๆ	327	6,984	13,929	20,913
รวม		2,903	121,647	151,294	272,941

ที่มา: รายงานสำหรับผู้บริหารจังหวัดปทุมธานี

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บันทึกดา ทรัพย์กมล (2544) ศึกษาเรื่อง “ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ: ศึกษาเฉพาะกรณีนิคมอุตสาหกรรมเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ” มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาถึงทัศนะของผู้บริหารที่มีต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม รวมทั้งศึกษาถึงนโยบาย และกิจกรรมตลอดจนแนวโน้มของการจัดกิจกรรมในอนาคต กลุ่มประชากรในการศึกษาคั้งนี้ คือ กลุ่มนิคมอุตสาหกรรมในเขตกรุงเทพมหานคร 193 แห่ง พบว่า ทัศนะของประชากรด้านความรับผิดชอบต่อสังคมภายในองค์กรประกอบด้วยการจัดสวัสดิการ การเลื่อนตำแหน่งอย่างยุติธรรม การให้เงินเดือนที่เหมาะสม การส่งเสริมด้านการฝึกอบรมให้แก่พนักงาน ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด สำหรับทัศนะต่อการรับผิดชอบต่อสังคมภายนอกองค์กรซึ่งประกอบด้วย การซื้อสัตย์ต่อผู้บริโภค การไม่จ้างแรงงานผิดกฎหมาย การผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด สำหรับทัศนะต่อความรับผิดชอบต่อสังคมภายนอกองค์กร ซึ่งประกอบด้วยการซื้อสัตย์ต่อผู้บริโภค การไม่จ้างแรงงานผิดกฎหมาย การผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนในด้านทัศนคติต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งรวมถึงขอบเขตด้านชุมชนและสวัสดิการ การศึกษา สิทธิผู้บริโภค และด้านศิลปวัฒนธรรม พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับมาก นโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมพบว่า มีนโยบายด้านการส่งเสริม การผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพมากที่สุด คือ 86.5 และในทางตรงกันข้ามไม่มีนโยบายด้านการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมมากถึง 70.5 ในส่วนกิจการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมพบว่า องค์กรจัดให้มีกิจกรรมในการผลิตสินค้าที่ดีและมีคุณภาพมากที่สุดมากถึง 90.7 ในทางกลับกันองค์กรที่ไม่จัดกิจกรรมด้านการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมมากที่สุดอยู่ที่ร้อยละ 83.4 สำหรับปัจจัยสนใจในการจัดกิจกรรมอันประกอบด้วยการใช้จริยธรรมในการบริหารงาน การตระหนักถึงจรรยาบรรณขององค์กรและการสร้างภาพพจน์ที่ดีขององค์กร ภาพรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับแนวโน้มในการจัดกิจกรรมพบว่าในอนาคต องค์กรจะจัดกิจกรรมในการผลิตสินค้าที่ดีและบริการที่มีคุณภาพ มากที่สุด รองลงมาคือการรักษาสภาพแวดล้อม และการบริจาคเงินหรือสิ่งของในงานสาธารณกุศล ซึ่งจะมีการจัดกิจกรรมดังกล่าวต่อไป ข้อเสนอแนะจากการศึกษา รัฐบาลควรมีส่วนเข้ามาเกี่ยวข้องในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ให้กับองค์กรที่มีการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมให้ประชาชนได้รับรู้ รวมทั้งสนับสนุนหลักการบรรษัทภิบาลให้ขยายออกไปยังองค์กรอื่นๆ เพิ่มมากขึ้น เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อพนักงานและชุมชนมากที่สุด และควรมีการศึกษาขยายผลในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมไปยังภูมิภาคต่างๆ

รัตนา รัตนะ (2551) ศึกษาเรื่อง “ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Social and Environmental Awareness) ของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย ศึกษาเฉพาะกรณี โครงการกรุงไทยยุววานิช” นี้มีความมุ่งหมายที่จะศึกษาการดำเนินธุรกิจของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย ตามแนวคิดทฤษฎี ธรรมชาติ บารัทธิบาท ซึ่งเป็นหลักสากลที่ใช้ในการทำงานขององค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม เพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล โปร่งใส ตรวจสอบได้ สร้างความเชื่อมั่นความไว้วางใจ สร้างมูลค่าและผลตอบแทนให้แก่ธนาคาร ลูกค้า ธนาคารและผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ผู้ถือหุ้น การสร้างความเจริญเติบโตที่มั่นคงและยั่งยืนแก่องค์กร คำนึงกำไรแก่สังคมส่วนรวมและร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยนำหลักการบรรษัทภิบาลมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ จากการศึกษาวิจัยการดำเนินโครงการกรุงไทยยุววานิช ภายใต้แนวคิดชีวิตที่เลือกได้นั้น ผลการวิจัยพบว่า เป็นการช่วยเหลือสังคมในมิติแห่งการศึกษาและการเรียนรู้ที่ให้ความชนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายมีแนวคิดในเชิงธุรกิจ ลองทำธุรกิจจริงเพื่อสำรวจความชอบของตนเอง

โกวิทย์ สวัสดิ์มงคล (2550) ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการแก้ไขปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อม ของผู้ประกอบการรถเอกชนร่วมบริการ ขสมก. มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อม ลักษณะการดำเนินธุรกิจร่วมที่เป็นการแก้ไขปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อม เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา กลุ่มประชากรในการศึกษา คือผู้ประกอบการรถเอกชนร่วมบริการ ขสมก. ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 62 บริษัท โดยมีผู้ประกอบการทั้งสิ้น 145 ราย จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อม ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนลักษณะการดำเนินธุรกิจร่วมที่เป็นการแก้ไขปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อม ผู้ประกอบการมีการปฏิบัติโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และความต้องการ การสนับสนุนเพื่อเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมกรณีการแก้ไขปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อม ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และมีข้อเสนอแนะจากการศึกษา คือผู้ประกอบการ ควรร่วมกันกำหนดแนวทางการดำเนินธุรกิจร่วม จัดกิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และผู้อื่นเข้าใจถึงปัญหามลพิษ และสนับสนุนให้พนักงานมีความรู้ในการตรวจสอบและควบคุมเครื่องยนต์ เพื่อแก้ไขปัญหามลพิษทางอากาศ นอกจากนี้ ภาครัฐควรสนับสนุนเงินทุนเพื่อปรับปรุงเครื่องยนต์ จัดศูนย์ตรวจสอบและบำรุงรักษายานพาหนะให้มากขึ้น ลดหย่อนภาษีอากรนำเข้าอุปกรณ์ที่ช่วยลดมลพิษ ส่งเสริมให้มีเครือข่ายสถานประกอบการเพื่อแก้ไขปัญหามลพิษ และควรประชาสัมพันธ์ให้สังคมรับรู้ถึงองค์กรธุรกิจร่วมที่ให้ความร่วมมือปฏิบัติตามกฎหมายอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างกำลังใจในการดำเนินงานและเป็นตัวอย่างที่ดีให้แก่องค์กรธุรกิจอื่นๆ ต่อไป

ราชสีห์ เสนะวงศ์ (2550) ศึกษาเรื่อง “ความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้สื่อข่าว หนังสือพิมพ์สยามกีฬารายวัน” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความรู้ต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้สื่อข่าวและระดับปฏิบัติความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้สื่อข่าวผลการศึกษาภาพรวมพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ในระดับสูง ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม ในประเด็นการเสนอข่าวตามความเป็นจริง ส่วนเรื่องการทำข่าวด้วยความรอบคอบ กลุ่มตัวอย่างก็มีระดับการปฏิบัติด้านนี้มาก และด้านการไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคลกลุ่ม ตัวอย่างก็มีระดับการปฏิบัติด้านนี้มาก และด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ของผู้สื่อข่าวพบว่า ผู้สื่อข่าวที่มีข้อมูลทั่วไปต่างกัน มีความรู้ต่อความรับผิดชอบต่อสังคมไม่แตกต่างกันการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปกับการปฏิบัติถึงความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้สื่อข่าวพบว่าผู้สื่อข่าวที่มีข้อมูลทั่วไปต่างกัน มีการปฏิบัติถึงความรับผิดชอบต่อสังคมไม่แตกต่างกันและข้อเสนอแนะจากการศึกษาคือผู้สื่อข่าวควรมีจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวโดยนำเสนอข่าวจากข้อเท็จจริงและทำข่าวด้วยความรอบคอบโดยไม่เป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลและยึดจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอย่างเคร่งครัด

กรินไชย ศรีโคกกรวด (2549) เรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของผู้ประกอบการรถยนต์มือสองในเขตจังหวัดนครราชสีมา” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของผู้ประกอบการรถยนต์มือสอง ในเขตจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 128 คน พบว่าภาพรวมเกี่ยวกับปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของผู้ประกอบการรถยนต์มือสอง ผลการศึกษาภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างมีปัญหาอยู่ในระดับน้อย โดยเฉพาะนโยบายผู้ประกอบการในการจำหน่ายรถยนต์มือสอง ผลการศึกษาภาพรวมทัศนะผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์มือสองที่มีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการคุ้มครองผู้บริโภค 5 ด้าน ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 พบว่า กลุ่มตัวอย่างด้วยในระดับมากโดยเฉพาะด้านการให้ข่าวสารรวมทั้งคำพินิจคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับรถยนต์มือสองหรือบริการในประเด็นบริษัทควรให้ข้อมูลที่จะ ไม่ก่อให้เกิดผลเสียหรือการกระทำผิดกฎหมายและด้านอิสระในการเลือกหารถยนต์มือสองหรือบริการในประเด็นบริษัทควรมีนโยบายที่ไม่เอารัดเอาเปรียบลูกค้าและผู้ซื้อรถยนต์มือสองมีสิทธิที่จะเลือกสินค้าหรือบริการตามความต้องการของตนเอง ข้อเสนอแนะจากการศึกษาผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์มือสองควรคำนึงถึงสิทธิ การคุ้มครองผู้บริโภคหลักจริยธรรม ความซื่อสัตย์และความยุติธรรม รวมถึงกลุ่มผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์มือสอง ควรจัดทำนโยบายสร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์มือสองรายอื่นๆ ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมร่วมกันและควรส่งเสริมให้มี

การรวมกลุ่มของผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์มือสองจัดกิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม โดยเฉพาะการคุ้มครองสิทธิของผู้ซื้อรถยนต์มือสอง

มนตรี เลิศสกุลเจริญ (2547) ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจภาคอุตสาหกรรมในจังหวัดนนทบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนะของผู้บริหารองค์กรธุรกิจที่มีต่อแนวความรับผิดชอบต่อสังคมและการจัดกิจกรรมบริการที่สะท้อนถึงความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ผู้ศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลองค์กรธุรกิจภาคอุตสาหกรรมในจังหวัดนนทบุรี 6 อำเภอ จำนวน 269 ราย โดยภาพรวมผู้บริหารองค์กรธุรกิจเห็นด้วยกับแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมทางด้านเศรษฐกิจ กฎหมาย จริยธรรม และการใช้ดุลยพินิจทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมาก และมีความเห็นด้วยต่อการจัดกิจกรรมหรือบริการที่สะท้อนถึงความรับผิดชอบต่อสังคม 6 ด้าน คือ ด้านสุขภาพอนามัย สิ่งแวดล้อม สิทธิผู้บริโภค และวัฒนธรรม อยู่ในระดับมาก แต่มีความเห็นด้วยในด้านการพัฒนาชุมชนและการศึกษาอยู่ในระดับปานกลาง และมีข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจคือ ผู้บริหารองค์กรธุรกิจ ควรกำหนดนโยบายขององค์กรให้ครอบคลุมถึงความรับผิดชอบต่อสังคมด้านต่างๆ และจัดกิจกรรมให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า และสอดคล้องกับวัฒนธรรม ของชุมชนอย่างแท้จริง โดยใช้การบริหารแบบมีส่วนร่วมจากฝ่ายต่างๆ ขององค์กรธุรกิจ เพื่อจัดกิจกรรมตอบสนองความต้องการของทุกฝ่ายอย่างเป็นรูปธรรม