



ความหมายรูปแบบและกลยุทธ์ ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทน้ำตาลขอนแก่น จำกัด (มหาชน) :
ศึกษาเฉพาะบริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี

โดย

นางสาวกรวรรณ ญัฐวรโชติ

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2554

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ความหมายรูปแบบและกลยุทธ์ ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทน้ำตาลขอนแก่น จำกัด (มหาชน) :
ศึกษาเฉพาะบริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี

โดย

นางสาวกรวรรณ ญัฐวรโชติ

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาดตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2554

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

**MEANING PATTERNS AND STRATEGIES OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
OF KHONKAEN SUGAR INDUSTRY PUBLIC COMPANY LIMITED : CASE STUDY
TAMAKA SUGAR INDUSTRY CO., LTD. TAMAKA DISTRICT, KANCHANABURI PROVINCE**

By

Miss Korawan Nattawarachot

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

Master of Business Administration Program in ENTREPRENEURSHIP

Program of Entrepreneurship

Graduate School, Silpakorn University

Academic Year 2011

Copyright of Graduate School, Silpakorn University

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเรื่อง “ ความหมายรูปแบบ และกลยุทธ์ ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทน้ำตาลขอนแก่น จำกัด(มหาชน) : ศึกษาเฉพาะบริษัท น้ำตาลท่ามะกา จำกัด อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี ” เสนอโดย นางสาวกรวรรณ ญัฐวรโชติ เป็น ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ชารัตน์วงศ์)

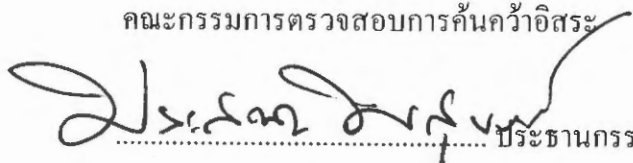
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่.....เดือน..... พ.ศ.....

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์

คณะกรรมการตรวจสอบการค้นคว้าอิสระ

 ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ประสพชัย พสุนนท์)

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

 กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ณพนธ์ หอมสด)

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

 กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์)

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

52602397 : สาขาวิชาการประกอบการ

คำสำคัญ : ความรับผิดชอบต่อสังคม

กรวรรณ ญัฐวโรชิต : ความหมายรูปแบบและกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมของ
บริษัทน้ำตาลขอนแก่น จำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะบริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด อำเภอท่ามะกา
จังหวัดกาญจนบุรี. อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ : ผศ. ดร. พัทธ์ ศิริวงศ์. 90 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความหมายรูปแบบและกลยุทธ์ของการดำเนิน
ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทน้ำตาลขอนแก่น จำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะบริษัทน้ำตาลท่ามะกา
จำกัด อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative
Research) อาศัยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) การศึกษาวิเคราะห์เอกสาร
(Documentary Research) และใช้วิธีการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนนำไปวิเคราะห์ ด้วย
การตรวจสอบแบบสามเส้าเชิงคุณภาพ (Triangulation)

ผลการศึกษาพบว่า 1) ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท หมายถึง
การมีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อผู้ที่เกี่ยวข้องและต่อสังคม การช่วยเหลือและพัฒนาชุมชนที่อยู่
รอบบริษัทให้ดีขึ้น และการอยู่ร่วมกับสังคมอย่างมีความสุขและยั่งยืน 2) รูปแบบของการ
ดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ประกอบด้วย การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อ
สังคมและชุมชน การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม การบริจาคเพื่อการกุศลและการ
ส่งเสริมและพัฒนาสิ่งแวดล้อมร่วมกับชุมชน ซึ่งมีความสอดคล้องกับการจัดรูปแบบของ ฟลิป
บอร์ด และแผนที่ 3) กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท
พบว่า มีกลยุทธ์ที่สำคัญ 5 ประการ ประกอบด้วย การกำหนดให้ความรับผิดชอบต่อสังคมให้เป็น
ภารกิจหลักขององค์กร ทั้งในด้านนโยบายและการปฏิบัติ การตั้งคณะกรรมการดูแลงานด้าน
กิจกรรมเพื่อสังคม การสร้างการมีส่วนร่วมของเจ้าหน้าที่ พนักงาน ชุมชน และพัฒนาจิตอาสา
ให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงาน การสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ ข้อมูลข่าวสารและการ
ติดตาม และการรายงานผลการดำเนินงานต่อผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้อง

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2554

ลายมือชื่อนักศึกษา.....กรวรรณ ญัฐวโรชิต

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาค้นคว้าอิสระ.....พัทธ์

52602397 : MAJOR : ENTREPRENEURSHIP

KEYWORD : SOCIAL RESPONSIBILITY

KORAWAN NATTAWARACHOT : MEANING PATTERNS AND STRATEGIES OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF KHONKAEN SUGAR INDUSTRY PUBLIC COMPANY LIMITED : CASE STUDY TAMAKA SUGAR INDUSTRY CO., LTD. TAMAKA DISTRICT, KANCHANABURI PROVINCE. INDEPENDENT STUDY ADVISOR : ASST. PROF. PHITAK SIRIWONG, Ph. D. 90 pp.

This research aims to study meaning, pattern and strategy of corporate social responsibility of Khonkaen Sugar Industry Public Company Limited : a case study of Tamaka Sugar Industry Co., Ltd., Tamaka District, Kanchanaburi Province. In this qualitative research, the research tools covered in-depth interview, documentary research and triangulation.

It was found from the study results as follows.

1. The meaning of the company's corporate social responsibility was the awareness towards stakeholders and societies, assistance to and development of surrounding communities and peaceful and harmony living with communities.

2. The pattern of the company's corporate social responsibility comprised business operation with social responsibility, enhancement of social issue perception, donation and environmental development with communities. This pattern was in line with the patterns identified by Philip Kotler and Nancy Lee.

3. The five key strategies of the company's corporate social responsibility covered
1) identifying the social responsibility as its key mission, both policy and implementation;
2) establishing a committee on social activities; 3) participation of officers, staff, communities;
4) developing volunteer spirit of stakeholders regarding operation, communication, public relations, information dissemination and monitoring; 5) reporting performance to the management and stakeholders.

Program of Entrepreneurship Graduate School, Silpakorn University Academic Year 2011

Student's signature.....

Independent Study Advisor's signature..... 

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้ สามารถสำเร็จลุล่วงได้ด้วยความอนุเคราะห์ จาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ประสพชัย พสุนนท์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ นภนัท หอมสุต ที่ได้กรุณาแนะนำและให้คำปรึกษาในแนวทางการศึกษาค้นคว้า ตลอดจนการปรับปรุงแก้ไขงานวิจัย ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการดำเนินการวิจัย รวมทั้งกรุณาเสนอแนะงานการศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้เสร็จสมบูรณ์ จึงขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ท้ายสุดนี้ ขอขอบคุณอาจารย์ทุกท่านที่ให้ความรู้ รวมทั้งเพื่อนๆ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกคนที่ให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจ ตลอดจนคอยให้คำปรึกษาและคำแนะนำซึ่งทำให้การศึกษานี้ประสบผลสำเร็จด้วยดี

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญภาพ	ณ
บทที่	
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	3
ประโยชน์ที่ได้รับ	4
2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม	5
แนวคิดจริยธรรมและจริยธรรมในทางธุรกิจ	15
แนวคิดเรื่องการค้ากับดูแลกิจการที่ดี	19
ความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการกรมโรงงานอุตสาหกรรม	30
ข้อมูลบริษัทน้ำตาลขอนแก่น จำกัด (มหาชน) และบริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด..	39
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	48
3 วิธีดำเนินการวิจัย	52
เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล	52
ขอบเขตการศึกษา	52
การเก็บรวบรวมข้อมูล	53
การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล	54
การวิเคราะห์ข้อมูล	55
การนำเสนอผลการศึกษา	55
ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	56
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	57
ความหมายการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด	
ตามทัศนะของบุคลากรของบริษัท	57

บทที่	หน้า
รูปแบบการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด	60
กลยุทธ์การดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท น้ำตาลท่ามะกา จำกัด	70
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	76
สรุปผลการวิจัย	77
อภิปรายผลการวิจัย	78
ข้อเสนอแนะ	80
บรรณานุกรม	82
ภาคผนวก	85
ภาคผนวก ก แนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์	86
ประวัติผู้วิจัย	90

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	การรับเรื่องร้องเรียนและกระบวนการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับ CSR	62
2	แสดงโครงการปล่อยปลาคืนสู่ลุ่มน้ำแม่กลอง.....	69
3	แสดงการปล่อยปลาคืนสู่ลุ่มน้ำแม่กลอง	69
4	แสดงการปล่อยปลาคืนสู่ลุ่มน้ำแม่กลอง	70
5	แสดงกลยุทธ์การดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท น้ำตาลท่ามะกา จำกัด..	71

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กระแสความตื่นตัวในเรื่อง CSR (Corporate Social Responsibility) หรือความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจต่อสังคม นับวันจะเป็นที่นิยมและได้รับความสนใจจากองค์กรธุรกิจภาคอุตสาหกรรมรวมถึงผู้บริโภคเป็นจำนวนมาก การทำธุรกิจในปัจจุบันมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงและหลากหลายรูปแบบ เพื่อสร้างความโดดเด่นให้เกิดขึ้นกับสินค้าหรือบริการของตนและสิ่งสำคัญจะต้องร่วมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม CSR จึงเป็นประเด็นสำคัญในขณะนี้ผู้ประกอบการธุรกิจทั่วโลกนำมาสร้างจุดเด่นให้แก่ธุรกิจของตนเอง (นินนาท ไชยธีรภิญโญ, 2552)

การดำเนินธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จในปัจจุบันจำเป็นต้องมีการปรับตัวเรียนรู้และพัฒนาอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา เพื่อให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทางสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งความรับผิดชอบต่อพื้นฐานที่องค์กรธุรกิจต้องมีต่อสังคมความสำเร็จทางธุรกิจไม่ได้วัดหรือประเมินผลเพียงผลประกอบการและตัวเลขทางการเงิน ความพึงพอใจของผู้บริหาร ผู้ถือหุ้น หรือพนักงานเท่านั้น แต่ความสามารถทำได้ตามความคาดหวังของสังคมที่มีต่อองค์กรธุรกิจ โดยให้ผู้บริโภคเข้ามามีส่วนร่วมส่วนสำคัญในการกำหนดถึงความอยู่รอด ความก้าวหน้าของธุรกิจที่จะเติบโตอย่างยั่งยืนในอนาคต ความรับผิดชอบต่อสังคมจึงเป็นเรื่องที่สำคัญและจำเป็นที่ภาคธุรกิจต้องใส่ใจและทำการศึกษา

ยุคที่ภาวะเศรษฐกิจถดถอยไม่เพียงแต่การปรับกลยุทธ์เพื่อพัฒนาให้เข้ากับสถานการณ์ผู้ประกอบการยังจำเป็นต้องรับมือกับสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ทั้งข้อกำหนด กฎเกณฑ์ต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหลักเกณฑ์มาตรฐานว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ ISO 26000 : Social Responsibility มาตรฐานนี้ได้มีการร่างมาตั้งแต่ปี 2548 และจะเริ่มกำหนดใช้ในปี 2553 นี้มีคำถามเกิดขึ้นตามมาว่าผู้ประกอบการในประเทศไทย ทั้งโรงงานอุตสาหกรรม ผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก หรือ เอสเอ็มอี ได้มีการเตรียมความพร้อมไปถึงขั้นไหนแล้ว ISO 26000 นี้ แม้จะเป็นแค่ข้อเสนอแนะ ไม่ใช่เป็นมาตรฐานรับรอง (Certified Standard) แต่มีความยากในการดำเนินการอยู่พอสมควรด้วยเหตุนี้ กรมโรงงานอุตสาหกรรม จึงได้จัดทำมาตรฐานความรับผิดชอบต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อสังคม ของกรมโรงงานขึ้นมา (CSR-DIW) เพื่อสนับสนุนให้ผู้ประกอบการมีความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างจริงจัง และต้องการให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมได้พัฒนาตนเองเข้าสู่เกณฑ์มาตรฐาน ISO 26000 โครงการ CSR-DIW นับเป็นการเริ่มต้นที่ดีที่ทำให้ทุกฝ่ายเดินไปข้างหน้าพร้อมกัน เพื่อก้าวไปสู่สังคมโลกและจะเห็นได้ว่าโลกปัจจุบัน เศรษฐกิจ สังคม และ

สิ่งแวดล้อมแยกกันไม่ออก แต่ทั้ง 3 จะอยู่ร่วมกันได้อย่างไรเป็นสิ่งที่ทุกฝ่ายต้องร่วมมือกัน โดยเฉพาะกับภาคอุตสาหกรรมจำเป็นต้องรู้ว่า ขณะนี้มาตรฐานสากลได้มาสู่ ISO 26000 แล้วผู้ประกอบการโรงงานต่างๆ จำเป็นต้องร่วมมือกับสิ่งนี้ โดยมีภาครัฐเป็นผู้สนับสนุน

เป้าหมายของกรมโรงงานอุตสาหกรรม คือ ต้องการให้โรงงานที่อยู่ในประเทศไทย ไม่เฉพาะแต่การพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์เท่านั้น แต่ต้องร่วมกันดูแลพัฒนาสังคมและชุมชนด้วย ซึ่งจะช่วยให้องค์กรพัฒนาไปสู่ความยั่งยืน ปีที่ผ่านมา เป็นโครงการนำร่อง มีผู้เข้าร่วมโครงการ 28 ราย ได้รับการรับรองไปทั้งหมด และปี 2553 ตั้งเป้า 100 โรงงาน ขณะนี้ ISO 26000 เป็นที่ยอมรับ เพราะมีการลงลึกไปถึงผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมมีการทำ CSR หรือไม่ แต่ทางกรมโรงงาน มองให้เป็นการทำธุรกิจที่ยั่งยืน โดยยึดหลัก CSR

CSR หรือความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ คือ การดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการใส่ใจและดูแลรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อมภายใต้หลักจริยธรรม การกำกับดูแลกิจการที่ดี และการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาบูรณาการ เพื่อนำไปสู่การดำเนินธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน (สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม 2553)

ดังนั้น CSR ที่แท้ย่อมหมายถึง ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ โดยความรับผิดชอบต่อสังคม (Responsibility) ย่อมเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ไม่ทำย่อมหมายถึงการละเมิดกฎหมาย ความรับผิดชอบนี้ต้องดำเนินการต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหลาย ตั้งแต่ผู้ถือหุ้น นักลงทุน ลูกจ้าง คู่ค้า ลูกค้า ชุมชนที่ธุรกิจนั้นตั้งอยู่ สังคมและสิ่งแวดล้อมโดยรวมทั้งหมด ประเด็นหลักเกี่ยวกับ CSR ได้แก่ ธรรมชาติของการจัดการสิ่งแวดล้อม ความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มาตรฐานด้านแรงงาน แรงงานสัมพันธ์ ชุมชนสัมพันธ์ ความเท่าเทียมกันทางสังคม สิทธิมนุษยชน การต่อต้าน และไม่รวมกับการคิดสินบนหรือทุจริต เป็นต้น (CSR ที่แท้ 2551)

จากประเด็นของกระแสความตื่นตัวในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม ปัญหาด้านเศรษฐกิจที่ถดถอย ความต้องการปรับตัวและพัฒนารูปแบบและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จ เพื่อพัฒนาให้เข้ากับสถานการณ์กับสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคตควบคู่ไปกับการใส่ใจดูแลพัฒนาสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อมสู่ความยั่งยืนภายใต้หลักจริยธรรมและการกำกับดูแลกิจการที่ดี ทำให้ผู้วิจัยเกิดความสนใจบริษัท น้ำตาลขอนแก่น จำกัด (มหาชน) ศึกษาเฉพาะบริษัทน้ำตาลท่ามะกา อำเภوتاมะกา จังหวัดกาญจนบุรี เป็นผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมหนึ่งในการก้าวไปสู่การแข่งขันในระดับนานาชาติและเป็นกลุ่มธุรกิจที่มีกระบวนการการผลิตที่มีของเสียจากการผลิตเป็นจำนวนมาก และของเสียเหล่านั้นล้วนส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และชุมชนที่อยู่บริเวณใกล้เคียงเป็นอย่างมาก ซึ่งการทำธุรกิจแบบนี้จำเป็นต้องมีกระบวนการในการรับผิดชอบต่อสังคม หรือการทำ CSR เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของสังคมและคนในชุมชนบริเวณใกล้เคียงรอบโรงงาน

จากประเด็นดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาความหมาย รูปแบบและกลยุทธ์ ในการดำเนินการรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท น้ำตาลขอนแก่น จำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะบริษัท

น้ำตาลท่ามะกา จำกัด อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งเป็นกลุ่มบริษัทในเครือของบริษัทน้ำตาลขอนแก่น จำกัด (มหาชน)

โดยยึดกรอบแนวคิดการทำกิจกรรมเพื่อสังคม 6 ประเภท ประกอบด้วย การส่งเสริมประเด็นสังคม (Cause Promotion) การเชื่อมโยงประเด็นสังคมกับการทำการตลาด (Cause-Related Marketing) การตลาดเพื่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Marketing) การอาสาสมัครทำงานช่วยเหลือชุมชน (Community Volunteering) การบริจาคตรง (Corporate Philanthropy) และข้อปฏิบัติทางธุรกิจเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Business) โดย Phillip Kotler และ Nancy Lee ซึ่งการศึกษาดังกล่าวอาจเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงกลยุทธ์การดำเนินกิจกรรม CSR ตลอดจนการสร้างการรับรู้ในกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมสู่สาธารณชนอย่างเป็นเอกภาพได้อย่างแท้จริง

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความหมายของการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท น้ำตาลขอนแก่น จำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะบริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี
2. เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท น้ำตาลขอนแก่น จำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะบริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี
3. เพื่อศึกษากลยุทธ์ของการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทน้ำตาลขอนแก่น จำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะบริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี

3. ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตเนื้อหา

ศึกษาความหมาย รูปแบบและกลยุทธ์ การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทน้ำตาลขอนแก่น จำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะบริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยศึกษาค้นคว้าเอกสารต่างๆ ได้แก่ รายงานประจำปี วารสาร วิทยานิพนธ์ เว็บไซต์ของบริษัท น้ำตาลขอนแก่น จำกัด (มหาชน) และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทน้ำตาลขอนแก่น จำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะบริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี

2. ขอบเขตพื้นที่

ศึกษาเฉพาะบริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี เป็นบริษัทย่อยของบริษัทน้ำตาลขอนแก่น จำกัด (มหาชน) เป็นฐานการขยายกำลังการผลิต

3. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี มีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้ หลักการสามเส้า (Triangulation) โดยสัมภาษณ์เชิงลึกบุคลากรในหน่วยงานความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด จำนวน 12 คน ได้แก่ ผู้จัดการโรงงาน ผู้จัดการฝ่าย หัวหน้าฝ่าย และพนักงาน ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม

4. ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้ทราบถึงการให้ความหมายของการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท น้ำตาลขอนแก่น จำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะบริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี และการให้ความหมายนั้นสามารถนำมากำหนดเป็นนโยบายในการดำเนินกิจการ และสามารถ เป็นแบบอย่างให้กับบริษัทอื่นต่อไป
2. ได้ทราบถึงรูปแบบและกลยุทธ์ของการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท น้ำตาลขอนแก่น จำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะบริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี นั้น สามารถนำมาพัฒนารูปแบบและกลยุทธ์ที่ศึกษาได้เป็นกรณีตัวอย่าง เพื่อที่จะนำรูปแบบและกลยุทธ์ที่ได้มาบริหารจัดการให้สอดคล้องกับสังคมและชุมชน และการประกอบธุรกิจลักษณะคล้ายคลึงกัน
3. ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบและกลยุทธ์ของการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจไทยในอนาคต
4. มีส่วนช่วยกระตุ้นให้หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือหน่วยงานอื่นๆ ให้ความสนใจและเห็นความสำคัญของการทำกิจกรรมที่เกิดประโยชน์ต่อสังคมมากขึ้น
5. สามารถเป็นกรณีศึกษาสำหรับหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการนำแนวคิดการดำเนินการรับผิดชอบต่อสังคมไปประยุกต์ใช้ได้เหมาะสม ยั่งยืนและเกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาองค์กรธุรกิจไทยและประเทศชาติ

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องความหมายรูปแบบและกลยุทธ์ การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทน้ำตาลขอนแก่น จำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะกรณีบริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี มีแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้ ดังนี้

1. แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม
2. แนวคิดจริยธรรมและจริยธรรมในทางธุรกิจ
3. แนวคิดเรื่องการค้ากับดูแลกิจการที่ดี
4. ความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการกรมโรงงานอุตสาหกรรม
5. ข้อมูลบริษัทน้ำตาลขอนแก่น จำกัด (มหาชน) และบริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม

หลักปรัชญา “เศรษฐกิจพอเพียง” ที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงมีพระราชดำรัสแก่พสกนิกรชาวไทยมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2517 ได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในภาคธุรกิจอย่างกว้างขวาง โดยอยู่ภายใต้หลักความพอประมาณ ความระมัดระวัง มีเหตุผล และการบริหารความเสี่ยง ภายใต้อำนาจความรู้และคุณธรรมในการประกอบธุรกิจ ซึ่งมีเป้าหมาย คือ ความสมดุล มั่นคง และยั่งยืนของชีวิตและสังคม ดังนั้น “การดำเนินธุรกิจตามปรัชญานี้” จึงอยู่บนพื้นฐานของการไม่เอาเปรียบผู้อื่น หรือแสวงหาผลกำไรจนเกินควรจากการเบียดเบียนประโยชน์ของสังคม โดยไม่คำนึงถึงผลกระทบที่อาจจะก่อให้เกิดวิกฤตตามมา ตลอดจนให้คำนึงถึงการให้ทรัพยากรในธุรกิจอย่างประหยัดและอย่างมีคุณภาพ” ขณะที่แนวคิดเรื่อง “ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ” หรือ CSR ที่แพร่หลายอยู่ในขณะนี้ มีหลักการสอดคล้องกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเช่นกัน โดยมีจุดเริ่มต้นจากการประชุมสุดยอดระดับโลกด้านสิ่งแวดล้อม (Earth Summit) เมื่อปี พ.ศ. 2535 ซึ่งได้มีการประกาศทิศทางใหม่ของการพัฒนาว่า “การพัฒนาที่ยั่งยืน” หรือ Sustainable Development นั้น ควรคำนึงถึงเรื่องสิ่งแวดล้อมและสังคมด้วย เช่น ปัญหาโลกร้อน ภัยพิบัติทางธรรมชาติ ฯลฯ นอกเหนือจากประโยชน์ทางเศรษฐกิจเพียงด้านเดียว ในปี พ.ศ. 2542 กระแสแนวคิด CSR ได้มีพัฒนาการที่ชัดเจนมากขึ้น เมื่อนายโคฟี อันนัน เลขาธิการสหประชาชาติในขณะนั้น ได้ออกมาเรียกร้องให้ธุรกิจทั่วโลก แสดงความเป็นพลเมืองที่ดีของโลก (Good Global Citizenship) รวมทั้งประกาศ “The UN Global Compact” เพื่อใช้เป็นกรอบดำเนินการการพัฒนาที่ยั่งยืน สำหรับองค์กรธุรกิจต่อไป และใน

ปีถัดมา OECD (องค์กรเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา) ก็ได้ออกแนวปฏิบัติสำหรับบริษัทข้ามชาติ (The OECD Guidelines for Multinational Enterprises) เสนอแนะให้บริษัทข้ามชาติของประเทศสมาชิก OECD มี CSR และติดต่อกับฝ่ายเฉพาะกับคู่ค้าที่มี CSR เท่านั้น ทั้งนี้ หลักการ CSR สามารถสรุปได้สั้นๆ ด้วยคำกล่าวของ Bjorn Stigson ประธานสภาธุรกิจโลกเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (World Business Council for Sustainable Development หรือ WBCSD) ที่ว่า “ธุรกิจไม่สามารถประสบความสำเร็จได้ในสังคมที่ล้มเหลว” (Business Cannot Succeed in a Society That Fails.)

1.1 ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม

องค์การเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมแห่งสหประชาชาติ (UNIDO) ให้ความหมายของ CSR ว่าเป็นแนวคิดการจัดการ ที่มุ่งให้วิสาหกิจผสมผสานการดำเนินธุรกิจกับความห่วงใยด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหลาย

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี ให้คำจำกัดความว่า CSR เป็นแนวคิดที่องค์กรแสดงความรับผิดชอบต่อผลกระทบจากการประกอบกิจการของตนต่อผู้ถือหุ้น ลูกจ้าง ลูกค้า คู่ค้า ชุมชน และผู้ที่มีส่วนได้ ส่วนเสียอื่น รวมทั้งสิ่งแวดล้อม และพันธกิจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนี้ อาจเกินเลยกว่าที่กฎหมายกำหนด คือหมายรวมถึงการทำความดีตามใจสมัครด้วยก็ได้ (แต่ต้องไม่ละเลยการปฏิบัติตามกฎหมาย)

องค์กร CSR Network ก็ให้ความหมายที่ใกล้เคียงกันว่าหมายถึงการที่องค์กรธุรกิจดำเนินการตามความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยเคร่งครัด การมี CSR ย่อมแสดงถึงความรับผิดชอบต่อ โปร่งใสและเชื่อถือได้ไม่เพียงต่อลูกค้าและนักลงทุน แต่ยังรวมถึงลูกจ้าง คู่ค้า ชุมชน ราชการที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมวิสาหกิจที่เกี่ยวข้องและสังคมโดยรวม

รัฐบาลแห่งสหราชอาณาจักร เห็นว่า CSR เป็นความร่วมมือของภาคธุรกิจต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อธุรกิจเองและป้องกันความสูญเสีย CSR อาจเป็นกิจกรรมด้านอาสาสมัคร แต่อย่างน้อยต้องปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด (ไม่ใช่ละเมิดกฎหมายแต่มาทำบุญหรือเป็นอาสาสมัคร)

สำหรับองค์กร CSR ของ สิงคโปร์ ซึ่งภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคองค์กรการกุศล ร่วมกันจัดตั้งขึ้น ให้ความหมายของ CSR ที่การดำเนินการที่ดีและมีมาตรฐานของวิสาหกิจในด้านการประกอบการ สังคมและสิ่งแวดล้อม อาจกล่าวได้ว่า CSR แบ่งออกเป็น 3 ระดับสำคัญ ดังนี้

1. ระดับที่กำหนดตามกฎหมาย เช่น กฎหมายแพ่ง กฎหมายอาญา กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค กฎหมายอาคารและผังเมือง ฯลฯ การไม่ทำตามถือเป็นการละเมิดต่อปัจเจกบุคคล กลุ่ม ชุมชนหรือความสงบสุขของสังคม ถือเป็นอาชญากรรม องค์กรที่มี CSR ต้องปฏิบัติตามกฎหมายโดยเคร่งครัด

2. ระดับที่ปฏิบัติตามจรรยาบรรณหรือจริยธรรม ซึ่งถือเป็น “ข้อกฎหมายอย่างอ่อน (Soft Laws)” เช่น ชื่อนี้หากไม่ปฏิบัติ อาจไม่ถึงขนาดติดคุก หรือถูกศาลสั่งปรับแต่อาจถูกพักใบอนุญาตหรือกระทั่งถูกไล่ออกจากวงการไม่สามารถประกอบอาชีพได้ เช่น วงการผู้ประเมินค่าทรัพย์สิน วงการแพทย์ วงการวิศวกรและวงการนายหน้าฯลฯ

3. ระดับอาสาสมัคร เช่น เป็นผู้อุปถัมภ์ ผู้บริจาค ผู้อาสาทำดีในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งต่อบุคคล กลุ่ม ชุมชนหรือสังคมโดยรวม สิ่งเหล่านี้จะทำหรือไม่ก็ได้ ไม่ได้มีกำหนดไว้ แต่หากทำดีสังคมก็จะยกย่องและชื่นชม

ธุรกิจที่มี CSR จึงขาดเสียมิได้ที่ต้องดำเนินการตามข้อ 1 เพื่อคุ้มครองผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยเฉพาะผู้บริโภคตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด ต้องทำตามข้อ 2 เพื่อการเป็นวิสาหกิจที่มีการกำกับดูแล กิจกรรมที่ดี สร้างความแข็งแกร่งให้แก่ตราหรือยี่ห้อสินค้า เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ และควรทำตามข้อ 3 ซึ่งถือเป็นการตลาดอย่างอ่อน ๆ (Soft Marketing) เพื่อการสร้างภาพลักษณ์และถือเป็นมงคลต่อวิสาหกิจและผู้เกี่ยวข้องในการทำดีนั้น

สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (2553 : 6) ได้ให้นิยามของความรับผิดชอบต่อสังคมว่าการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการใส่ใจและดูแลรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อมภายใต้หลักจริยธรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี และการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาบูรณาการ เพื่อนำไปสู่การดำเนินธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน

ฟิลลิป คอตเลอร์ และแนนซี ลี (Kotler and Lee 2005, อ้างถึงใน รมณีขัตติร แก้วกิริยา, 2551 : 3) ได้ให้นิยามความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) หรือบรรษัทบริหารไว้ว่า คือการยอมรับพันธกิจว่าจะปรับปรุงความเป็นอยู่ของชุมชนให้ดีขึ้นโดยอาศัยดุลยพินิจอย่างอิสระในการเลือกแนวปฏิบัติทางธุรกิจและการใช้ทรัพยากรขององค์กร

องค์ประกอบสำคัญของค่านิยามคือคำว่า “อิสระในการใช้ดุลยพินิจ” คือ จะไม่พูดถึงกิจกรรมทางธุรกิจที่ถูกกำหนดด้วยกฎหมาย มโนธรรม หรือจริยธรรม ซึ่งมีภาระต้องทำบรรษัทบริหารอยู่แล้ว แต่จะพูดถึงพันธกิจที่องค์กรธุรกิจ “สมัครใจ” เลือกและนำมาปฏิบัติรวมถึงวิธีการมีส่วนร่วมพันธกิจที่กล่าวนี้จะต้องมีการแสดงออกเพื่อที่บริษัทจะได้การยอมรับว่าเป็นผู้รับผิดชอบต่อสังคม พันธกิจที่ว่านี้จะทำให้สำเร็จได้โดยการใช้แนวปฏิบัติใหม่ ๆ ทางธุรกิจหรือวิธีการมีส่วนร่วม ทั้งเป็นตัวแทนและไม่ใช้ตัวแทน

World Bussiness Council for Sustainable Development (2004, อ้างถึงใน รมณีขัตติร แก้วกิริยา, 2551 : 4) ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรว่าเป็นความมุ่งมั่นที่มีพันธสัญญาที่ธุรกิจมีอยู่อย่างต่อเนื่องในการที่จะประพฤติปฏิบัติอย่างมีจริยธรรมและมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจ ด้วยการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของผู้ใช้แรงงาน ตลอดจนครอบครัวของเขาเหล่านั้น และมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นและสังคมในวงกว้าง

Business for Social Responsibility (2004, อ้างถึงใน รณนิยฉัตร แก้วกิริยา, 2551 : 4) ให้คำนิยามของบรรษัทภิบาลว่าพฤติกรรมในการทำธุรกิจที่ได้มาตรฐานทางจริยธรรม กฎหมาย การพาณิชย์ และความคาดหวังของสาธารณชน เป็นการรวมเอาการตัดสินใจทางธุรกิจอันเกี่ยวเนื่องกับคุณค่าทางจริยธรรม ข้อกำหนดทางกฎหมาย เช่นเดียวกับการคำนึงถึงประชาชน ชุมชน และสถานะแวดล้อม

สถาบันไทยพัฒน์ (อ้างถึงใน กองบรรณาธิการประชาชาติธุรกิจ, 2550 : 7) ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรจาก Corporate Social Responsibility (CSR) ว่าหมายถึงการดำเนินกิจกรรมภายในและภายนอกองค์กร ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมทั้งในระดับใกล้และระดับไกล ด้วยการให้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรหรือทรัพยากรจากภายนอกองค์กร ในอันที่จะทำให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข

โกวิท สวัสดิมงคล (2550 : 16) สรุปความหมายไว้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมหมายถึงบทบาทหน้าที่หรือข้อผูกพันของบุคคลหรือองค์กร ซึ่งต้องตระหนักถึงความสำคัญในการดำเนินธุรกิจขององค์กร โดยไม่สร้างความเดือดร้อนแก่สังคมและสิ่งแวดล้อม ต้องพยายามหลีกเลี่ยงไม่กระทำการใดๆ บุคคลอื่นและสังคมต้องเสียหายด้วย รวมทั้งปกป้องและยังผลประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม เพื่อให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นด้วย

ราชสีห์ เสนะวงศ์ (2550 : 8) ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ว่า ความรับผิดชอบต่อพื้นฐานเป็นสถาบันทางสังคมสถาบันหนึ่งที่ต้องยอมรับในสิ่งที่ได้กระทำหรือส่งผลกระทบต่อกลุ่มต่างๆ ทั้งในแง่ดีและแง่ไม่ดี โดยใช้หลักจริยธรรมและคุณธรรม ซึ่งได้แก่จรรยาบรรณ จิตสำนึกทางสังคม บทบาทและหน้าที่ เพื่อให้เกิดการแก้ไขอันจะทำให้เกิดประโยชน์แก่สังคมหมู่ มาก รวมทั้งองค์กรหรือสถาบันนั้นๆ ด้วย

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

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

European Commission Green Paper (อ้างถึงใน กุลนัฏดา สุวรรณศรี 2551 : 72-73) ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ว่าความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็นแนวคิดที่บริษัท

จะบูรณาการ งานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมเข้าไปในกิจการของประเทศและการปฏิสัมพันธ์ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholder) โดยสมัครใจ

ดังนั้นความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) สามารถกล่าวโดยสรุป คือ การดำเนินธุรกิจตามหลักกฎหมายและจริยธรรม โดยดำเนินการต้องคำนึงถึงต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ต่อความสำเร็จขององค์กรทั้งภายในและภายนอก ตั้งแต่ พนักงาน ผู้ถือหุ้น นักลงทุน ลูกจ้าง คู่ค้า ลูกค้า คู่แข่งขัน เจ้าหนี้ ตลอดจนผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการประกอบธุรกิจทางตรงและทางอ้อม ได้แก่ ชุมชนที่วิสาหกิจนั้นตั้งอยู่ รัฐบาล สังคม และสิ่งแวดล้อมโดยรวมทั้งหมด ดังนั้นธุรกิจต้องแสดงบทบาทความเป็นผู้นำในสิ่งที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์ต่อสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อม และการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาบูรณาการ เพื่อนำไปสู่การดำเนินธุรกิจที่ประสบความสำเร็จและมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยไม่ผิดศีลธรรมจรรยา ไม่เบียดเบียนทุกฝ่าย สร้างสรรค์ความสุขที่แท้จริงให้กับทั้งตนเอง ธุรกิจ รวมทั้งสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ผู้วิจัยจะนำแนวคิดดังกล่าวไปใช้ในการรวบรวมความหมาย การคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ และการตีความ เพื่อนำมาซึ่งการให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมในแบบฉบับกรณีศึกษาบริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด ว่าได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมไว้อย่างไร

1.2 องค์ประกอบของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

วิวัฒนาการของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนั้น เป็นเรื่องที่ค่อนข้างซับซ้อน และไม่มีมาตรฐานตายตัว อย่างไรก็ตามในการประยุกต์ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเข้ากับธุรกิจในทุกขนาดไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดเล็ก ขนาดกลาง ขนาดใหญ่ หรือระหว่างประเทศอย่างเป็นรูปธรรมนั้นได้มีการรวบรวมลักษณะรูปธรรมในการดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร โดยเฉพาะจาก European Commission (อ้างถึงใน สุทธิศักดิ์ ไกรสรสุธาสนี, 2550 : 8) ซึ่งกล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนั้นมีสองมิติหลัก คือ มิติภายในอันเป็นการดูแลกิจกรรมต่างๆ ที่ธุรกิจนั้นดำเนินการอยู่และจัดการได้โดยตรงและมิติภายนอก ซึ่งเกี่ยวกับกิจกรรมทางธุรกิจที่บริษัทอาจจะควบคุมไม่ได้โดยตรง เช่น การดูแลลูกค้า การรับผิดชอบต่อผู้ส่งมอบและการสนับสนุนกิจกรรมด้านการพัฒนาสังคม

1. มิติภายใน

1.1 การจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม องค์กรต่างๆ ปัจจุบันมีความท้าทายที่จะต้องดึงพนักงานที่มีความสามารถ ดังนั้น ธุรกิจจึงควรส่งเสริมการจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีความรับผิดชอบ เช่น ด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต การให้ข้อมูลที่โปร่งใสกับพนักงานในทุกๆ ด้าน การให้ความสมดุลระหว่างงาน ชีวิต ครอบครัว และการพักผ่อน การปฏิบัติอย่างเท่าเทียมทั้งด้านการคัดเลือกเข้าทำงาน รายได้และความก้าวหน้าทางการทำงาน โดยเฉพาะกับผู้หญิงและผู้พิการ การดูแลเอาใจใส่พนักงานโดยเฉพาะที่ได้รับบาดเจ็บ และหรือเกิดปัญหาสุขภาพจากการทำงาน นอกจากนั้น ในด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิตธุรกิจควรที่จะให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมใน

ระดับต่างๆ หรือแม้แต่การมีนโยบายส่งเสริมการเรียนรู้ที่สร้างสรรค์ เช่น การสนับสนุนช่วงต่อระหว่างโรงเรียนมาสู่พนักงานสำหรับคนรุ่นใหม่ โดยการให้การฝึกอบรมพิเศษสำหรับคนกลุ่มนี้ นอกจากนั้นที่สำคัญที่สุดคือการสร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นในที่ทำงานให้ได้

1.2 สุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน ถึงแม้ว่าจะมีกฎหมายควบคุมดูแลด้านสุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน แต่กระแสการกระจายงานไปสู่ผู้ส่งมอบ ทำให้มีบริษัทควบคุมไม่ทั่วถึง จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจที่ควรจะช่วยกันดูแล หรือตั้งเป็นนโยบายขององค์กร เช่น เลือกร่วมทำธุรกิจหรือเลือกใช้ผู้ส่งมอบที่มีคุณธรรมจรรยาบรรณต่อพนักงาน เพื่อเป็นการควบคุมและอีกทางหนึ่ง อีกทั้งยังเป็นการกำหนดให้บริษัทอื่นๆ ที่ต้องการจะทำธุรกิจกับเราต้องพัฒนาตนเองตามไปด้วย เพราะหากเกิดผลร้ายจากการใช้ผู้ส่งมอบที่ไม่ใส่ใจในสุขภาพและความปลอดภัยในการทำงานของลูกจ้าง ภาพลักษณ์ที่ไม่ดีก็จะสะท้อนกลับมายังบริษัทผู้ว่าจ้างด้วย

1.3 การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง การบริหารองค์กรที่มีนโยบายที่จะรับผิดชอบพนักงานในกรณีที่เกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจ สังคม หรือการเมือง หรือแม้แต่การปรับโครงสร้างภายในขององค์กรเอง โดยเฉพาะการควบรวมกิจการต่างๆ ซึ่งมักจะนำมาสู่การเลิกจ้างพนักงานจำนวนมาก ซึ่งไม่ส่งผลดีต่อองค์กรเอง นอกเสียจากจะสุดวิสัยจริงๆ เพราะทำให้ความเชื่อถือ ไว้วางใจ และความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับองค์กรต้องเสียไป ทั้งนี้ในช่วงที่เกิดวิกฤติในองค์กรนั้นๆ การปรึกษาหารือ และสร้างความร่วมมือกันในกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ไม่ว่าจะเป็นนักลงทุน ผู้บริหาร พนักงาน หรือแม้แต่ลูกค้า ย่อมนำมาซึ่งการแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนมากกว่า

1.4 การจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในองค์กร การลดการใช้ทรัพยากร และการปล่อยสารพิษและของเสีย ซึ่งเป็นการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมย่อมเป็นผลดีต่อองค์กรนั้นๆ เอง ในอันที่จะจัดการผลิตสินค้า บริการ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และยังเป็นการลดต้นทุนด้านพลังงาน และการจัดการของเสียต่างๆ อีกด้วย ซึ่งนำไปสู่ผลกำไรที่สูงขึ้น ความสามารถในการแข่งขันในตลาดที่เพิ่มขึ้นและที่สำคัญ เป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้กับบริษัท ถือว่าได้ประโยชน์ต่อทุกฝ่าย

1.5 บรรษัทภิบาลและความโปร่งใสในการดำเนินการ ปัจจุบันความเชื่อมั่นที่มีต่อบริษัทเป็นสิ่งสำคัญที่สุด โดยเฉพาะบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ดังนั้น ความโปร่งใสและขั้นตอนการตัดสินใจต่างๆ ของบริษัทที่มีความชัดเจน ตรวจสอบได้ จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งยวดทั้งต่อความมั่นคงของบริษัท ในมุมมองของนักลงทุนและความมั่นคงในสังคม ทั้งนี้เป็นเพราะการบริหารจัดการที่มีความโปร่งใส ทางบัญชีและกระบวนการตัดสินใจในทุกระดับนั้น ย่อมนำไปสู่ข้อมูลที่มีความชัดเจน ซึ่งสามารถเข้าถึงได้โดยนักลงทุนและผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งทำให้เกิดระบบการลงทุนสังคมโดยรวมที่มีประสิทธิภาพ ความผิปกติทางการเงินหรือกระบวนการตัดสินใจ

ต่างๆ ย่อมจะสามารถจัดการได้โดยองค์กรที่เกี่ยวข้อง และลดโอกาสของความสูญเสียทั้งในด้านการเงินและทรัพยากรต่างๆ ที่ต้องเสียไปกับการคอร์รัปชันอีกด้วย ซึ่งนำไปสู่สังคมที่มีความยั่งยืนและแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจในที่สุด

2. มิติภายนอก

2.1 การจัดการกับผู้ส่งมอบและหุ้นส่วนทางธุรกิจ กล่าวคือ การเลือกผู้ส่งมอบและหุ้นส่วนทางธุรกิจ ควรคำนึงถึงบทบาทการรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนั้นๆ เพื่อเป็นการขยายความรับผิดชอบต่อสังคม จากองค์กรของตนไปสู่องค์กรอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง และป้องกันปัญหาที่อาจจะตามมาจากการความซับซ้อนของระบบธุรกิจสมัยใหม่ที่ยากต่อการควบคุมให้ครอบคลุมไปทั้ง Supply Chain ซึ่งอาจจะมียุทธศาสตร์หรือกิจกรรมที่ส่งเสริมประเด็นเหล่านี้ อาทิ ส่งเสริมผู้ประกอบการใหม่ ๆ ที่จะเข้ามาเป็นผู้ส่งมอบด้วยการส่งที่ปรึกษาไปช่วยพัฒนาระบบการทำงานให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นต้น

2.2 การดูแลผู้บริโภค ผู้บริโภคหรือผู้ซื้อสินค้า ใช้บริการขององค์กร เป็นแหล่งที่มาของรายได้ ดังนั้นจึงต้องมีระบบการดูแลในทุกๆ กระบวนการของสินค้า บริการ ตั้งแต่การผลิต การขาย ไปจนถึงการทิ้ง ให้ปลอดภัย มีประสิทธิภาพทั้งในเชิงคุณภาพและราคาและมีจริยธรรม นอกจากนี้ ยังสามารถแสดงความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคด้วยการเลือกผลิต จำหน่ายสินค้า บริการ เฉพาะด้านให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภค หรือแม้แต่การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สามารถใช้ได้กับทุกกลุ่ม รวมถึงผู้พิการ เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีอักษรเบรลล์และหรือสั่งการด้วยเสียง สำหรับคนพิการและคนตาบอดใช้ได้

2.3 ความรับผิดชอบต่อชุมชนใกล้เคียง ตามปกติบริษัทต่างๆ จะเอื้อประโยชน์ต่อชุมชนอยู่แล้ว เช่น จ้างแรงงานชุมชน ซึ่งทำให้ชุมชนมีรายได้และรายได้ภาษีของพื้นที่ ซึ่งนำไปสู่ทุนสาธารณะที่สามารถนำมาสร้างประโยชน์แก่ชุมชนได้อีก บริษัทจึงควรมีส่วนช่วยเหลือทั้งด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อม ผ่านการบริจาค หรือกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ใดๆ ที่จะช่วยพัฒนาชุมชนและนำไปสู่ความแข็งแรงของชุมชนนั้นๆ ซึ่งผลตอบแทนที่บริษัทจะได้รับคือภาพลักษณ์ที่ดี นำไปสู่ความร่วมมือและพร้อมจะช่วยเหลือบริษัท

2.4 ความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม บริษัทที่อยู่ในเมือง หรือบริษัทใหญ่ หรือบริษัทที่มีสาขามากมายทั่วประเทศ ควรแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในวงกว้าง โดยการบริจาคทำกิจกรรมหรือสนับสนุนในรูปแบบต่างๆ เพื่อแก้ไขและพัฒนาสังคม ในประเด็นที่บริษัทเกี่ยวข้องสนใจ ซึ่งถือเป็นการแสดงบทบาทผู้นำทางธุรกิจต่อการสร้างการเปลี่ยนแปลงต่อสังคมอย่างชัดเจน และควรอย่างยิ่งที่จะต้องวัดผลได้ จึงจำเป็นที่จะต้องมีการวางแผนและการหาพันธมิตรในการปฏิบัติงานที่ดี ซึ่งจะนำมาสู่ภาพลักษณ์ที่ดี เป็นรากฐานสำคัญในการสร้างความไว้วางใจและคุณค่าของบริษัทในมุมมองของผู้บริโภคและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2.5 การรับผิดชอบต่อโลกในมิติต่างๆ เช่น สิ่งแวดล้อม สิทธิมนุษยชน และ ประเด็นสำคัญอื่นๆ ในระดับภูมิภาคและหรือระดับโลก ความเหมาะสมและศักยภาพขององค์กร โดยสามารถร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ เช่น รัฐบาล NGO สถาบันการศึกษา องค์กรธุรกิจอื่นๆ เป็นต้น

ทั้งนี้ผู้วิจัยจะนำแนวคิดดังกล่าวไปใช้เป็นหลักในการหาข้อสรุปและอภิปรายผลของ องค์กรประกอบการดำเนินกิจกรรมแบบความรับผิดชอบต่อสังคมว่ากรณีศึกษาบริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี มีองค์ประกอบของความรับผิดชอบต่อสังคมไว้อย่างไร

1.3 รูปแบบของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

องค์กรธุรกิจหลายแห่งในปัจจุบัน ได้นำเรื่อง CSR มาเป็นประเด็นสื่อสารทางการตลาด บางองค์กรขยายผลเพื่อใช้ CSR เป็นรูปแบบในการกีดกันการแข่งขันการค้า จนทำให้ CSR กลายเป็นเครื่องมือที่ใช้สนองประโยชน์ทางธุรกิจ แทนที่จะใช้เพื่อเจตนารมณ์ของการมีสำนึก รับผิดชอบต่อสังคมอย่างแท้จริง การดำเนินกิจกรรม CSR ของกิจการในทุกวันนี้ จึงมีทั้งที่เกิดขึ้น โดยความเต็มใจและเกิดขึ้นจากความจำเป็นทางธุรกิจ หลักการในการสร้างสรรค์กิจกรรมความ รับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร จำแนกเป็น 6 กิจกรรม ได้แก่ (Kotler and Lee, 2005 : 24-27)

1. การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม (Cause Promotion) เป็นการจัดหา เงินทุน วัสดุสิ่งของ หรือทรัพยากรอื่นขององค์กร เพื่อขยายการรับรู้และความห่วงใยต่อประเด็น ปัญหาทางสังคมนั้น ตลอดจนสนับสนุนการระดมทุน การมีส่วนร่วม หรือการเฟ้นหาอาสาสมัคร เพื่อการดังกล่าว องค์กรธุรกิจอาจริเริ่มและบริหารงานส่งเสริมด้วยตนเอง หรือร่วมมือกับองค์กร หนึ่งองค์กรใดหรือกับหลายๆ องค์กรก็ได้

2. การตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคม (Cause-Related Marketing) เป็นการ ออกหนุ่หรือการบริจาครายได้ส่วนหนึ่งจากการขายผลิตภัณฑ์เพื่อช่วยเหลือหรือร่วมแก้ไขประเด็นปัญหา ทางสังคมจำเพาะหนึ่งๆ ซึ่งมักมีช่วงเวลาที่ยึดแน่นอน หรือดำเนินการแบบจำเพาะผลิตภัณฑ์ หรือให้แก่การกุศลที่ระบุไว้เท่านั้น กิจกรรม CSR ชนิดนี้ องค์กรธุรกิจมักร่วมมือกับองค์กรที่ไม่มี วัตถุประสงค์หากำไรเพื่อสร้างสัมพันธภาพในประโยชน์ร่วมกัน ด้วยวิธีการเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์ เพื่อนำเงินรายได้ไปสนับสนุนกิจกรรมการกุศลนั้นๆ ในขณะเดียวกันก็เป็นการเปิดโอกาสให้แก่ ผู้บริโภคได้มีส่วนร่วมในการช่วยเหลือการกุศลผ่านทาง การซื้อผลิตภัณฑ์โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายอื่นใด เพิ่มเติม

3. การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาด้านสังคม (Corporate Social Marketing) เป็นการ สนับสนุนการพัฒนาหรือการทำให้เกิดผลจากการณรงค์เพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในด้านสาธารณสุข ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งแวดล้อม หรือด้านสุขภาวะ ความแตกต่างสำคัญระหว่างการตลาดเพื่อ มุ่งแก้ไขปัญหาด้านสังคมกับการส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม คือ การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไข ปัญหาด้านสังคมจะเน้นที่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Behavior Change) เป็นหลัก ในขณะที่การ

ส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคมจะเน้นที่การสร้างตระหนักรู้ (Awareness) ตลอดจนการสนับสนุนทรัพยากรด้านทุนและอาสาสมัครเพื่อให้รับรู้ถึงประเด็นปัญหาดังกล่าว

4. การบริจาคเพื่อการกุศล (Corporate Philanthropy) เป็นการช่วยเหลือไปที่ประเด็นปัญหาทางสังคมโดยตรง ในรูปของการบริจาคเงินหรือวัตถุสิ่งของเป็นกิจกรรม CSR ที่พบเห็นในแทบทุกองค์กรธุรกิจและโดยมากมักจะเป็นไปตามกระแสความต้องการจากภายนอกหรือมีผู้เสนอให้ทำมากกว่าจะเกิดจากการวางแผนหรือออกแบบกิจกรรมจากภายในองค์กรเองทำให้ไม่เกิดการเชื่อมโยงเข้ากับเป้าหมายหรือพันธกิจขององค์กรเท่าใดนัก

5. การอาสาช่วยเหลือชุมชน (Community Volunteering) เป็นการสนับสนุนหรือจูงใจให้พนักงาน คู่ค้าร่วมสละเวลาและแรงงานในการทำงานให้แก่ชุมชนท้องถิ่นที่ตั้งอยู่และเพื่อตอบสนองต่อประเด็นปัญหาทางสังคมที่องค์กรให้ความสนใจหรือห่วงใย องค์กรธุรกิจอาจเป็นผู้ดำเนินการเองโดยลำพัง หรือร่วมมือกับองค์กรหนึ่งองค์กรใดและอาจเป็นผู้กำหนดกิจกรรมอาสาสมัครดังกล่าวนั่นเอง หรือให้พนักงานเป็นผู้คัดเลือกกิจกรรมแล้วนำเสนอต่อองค์กรเพื่อพิจารณาให้การสนับสนุนโดยที่พนักงานสามารถได้รับการชดเชยในรูปของวันหยุดหรือวันลาเพิ่มเติม

6. การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Business Practices) เป็นการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจอย่างพินิจพิเคราะห์ทั้งในเชิงป้องกันด้วยการหลีกเลี่ยงการก่อให้เกิดปัญหาทางสังคม หรือในเชิงร่วมกันแก้ไขด้วยการช่วยเหลือเยียวยาปัญหาทางสังคมนั้นๆ ด้วยกระบวนการทางธุรกิจ เพื่อการยกระดับสุขภาวะของชุมชนและการพิทักษ์สิ่งแวดล้อม โดยที่องค์กรธุรกิจสามารถที่จะดำเนินการเองหรือเลือกที่จะร่วมมือกับพันธมิตรภายนอกก็ได้

การจำแนกกิจกรรม CSR ข้างต้น หากพิจารณาตามตระกูลของ CSR จะพบว่ามีกิจกรรม 3 ชนิดแรก เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทางการพูด หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าเป็นการสื่อสารการตลาดที่เข้าข่ายการดำเนินกิจกรรมโดยใช้ทรัพยากรนอกองค์กรเป็นหลัก (Social-Driven CSR) ส่วนกิจกรรม 3 ชนิดหลัง เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทางการกระทำ หรือเป็นการดำเนินกิจกรรมขององค์กรโดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ภายในองค์กรเป็นหลัก (Corporate-Driven CSR) และหากพิจารณาโดยยึดที่ตัวกระบวนการทางธุรกิจ (Business Process) CSR ในตระกูล Corporate-Driven CSR ยังสามารถจำแนกออกเป็น CSR จำพวก (Division) ที่อยู่ในกระบวนการทางธุรกิจ (CSR in Process) กับ CSR จำพวกที่อยู่นอกกระบวนการทางธุรกิจ หรือเกิดขึ้นภายหลังโดยแยกต่างหากจากกระบวนการทางธุรกิจ (CSR after Process)

ทั้งนี้ผู้วิจัยจะนำแนวคิดดังกล่าว มาใช้เป็นหลักในการวิเคราะห์ สังเคราะห์ ประเมินผลของรูปแบบของความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท น้ำตาลขอนแก่น จำกัด (มหาชน) ศึกษาเฉพาะกรณีบริษัทน้ำตาลท่ามะกา อำเภوتاมะกา จังหวัดกาญจนบุรี ในการจำแนกกิจกรรมแต่ละกิจกรรม

การวางยุทธศาสตร์ความรับผิดชอบต่อธุรกิจต่อสังคม

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

สถาบันไทยพัฒน์ฯ (2551) ได้จัดทำคู่มือการวางยุทธศาสตร์ การวางยุทธศาสตร์ความรับผิดชอบต่อธุรกิจต่อสังคม แบ่งได้เป็น 3 ชั้น

ชั้นที่ 1 ค้นหาจุดร่วมระหว่างธุรกิจและสังคม

ผลกระทบทางสังคมจากธุรกิจ พุ่งเป้าไปยังกิจกรรมต่างๆ ที่ธุรกิจดำเนินการในห่วงโซ่แห่งการสร้างคุณค่าแล้วตั้งคำถามว่ากิจกรรมต่างๆ นั้นกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างไร มากน้อยเพียงใด มีโอกาสที่จะปรับปรุงแก้ไข หรือพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อลดผลกระทบเชิงลบ และเพิ่มผลเชิงบวกได้หรือไม่ เช่น การคัดเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพ การเลือกทำธุรกิจกับสินค้าและบริการที่จะไม่ส่งผลกระทบกับลูกค้า การใช้เทคโนโลยีที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม การนำเอาของเสียหรือขยะมาใช้ใหม่ การดูแลพนักงานให้มีสุขภาพที่ดีและมีครอบครัวที่เข้มแข็ง การลดการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์ ในธุรกิจและการขนส่ง เดินทาง เป็นต้น

ประเด็นทางสังคมที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ พิจารณาอิทธิพลของประเด็นต่าง ๆ ทางสังคม และสิ่งแวดล้อมอันจะมีผลต่อความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจ ซึ่งเป็นบริบทสำคัญที่ธุรกิจต้องเข้าใจเพื่อให้สามารถเข้าไปมีบทบาทในการพัฒนากระแสสังคม สิ่งแวดล้อมที่กำลังก่อตัวไม่ให้พัฒนากลายเป็นวิกฤติต่อองค์กรในที่สุด ซึ่งสามารถทำได้โดยการเข้าไปมีบทบาทช่วยเหลือและพัฒนาประเด็นด้านสังคมสิ่งแวดล้อมที่สำคัญร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ ของธุรกิจโดยเฉพาะประเด็นที่จะส่งผลกระทบระยะยาวต่อธุรกิจ เช่น ประเด็นทางสังคมด้านคุณภาพ ของทรัพยากรบุคคลในพื้นที่ใกล้เคียงกับโรงงานหรือแหล่งผลิตสินค้าและบริการนั้น ย่นนำไปสู่การที่ธุรกิจสามารถเข้าไปมีบทบาทกับระบบการศึกษาในชุมชนให้มีคุณภาพดีขึ้น การพัฒนาให้เกิดสภาพแวดล้อมที่ดีในบริเวณใกล้เคียงหรือการส่งเสริมการใช้พลังงานทดแทนเพื่อสร้างตลาดพลังงานทดแทนในอนาคต เป็นต้น

ชั้นที่ 2 จัดลำดับความสำคัญและเลือกประเด็นทางสังคม

เนื่องจากทรัพยากรของธุรกิจมีจำกัด จึงไม่สามารถจะดูแลแก้ปัญหาสังคมในทุก ๆ เรื่องได้ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องจัดลำดับความสำคัญ และเลือกประเด็นที่จะมีผลกระทบสูงสุดทั้งต่อสังคมและธุรกิจเอง โดยมุ่งเน้นงาน CSR ที่สอดคล้องกับแก่นทางธุรกิจของตน จึงจะสร้างเป็นจุดแข็งที่เสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันได้ ซึ่งประเด็นทางสังคมของงาน CSR ต่าง ๆ สามารถแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ คือ ประเด็นทางสังคมทั่วไป เป็นประเด็นด้านสังคม สิ่งแวดล้อมที่ไม่ได้เป็นผลกระทบจากธุรกิจโดยตรงและไม่น่าจะส่งผลกระทบต่อธุรกิจในระยะยาวนัก ผลกระทบทางสังคมจาก

ธุรกิจ เป็นประเด็นทางสังคม สิ่งแวดล้อมที่เป็นผลกระทบจากกระบวนการดำเนินธุรกิจอย่างชัดเจน และประเด็นทางสังคมที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ เป็นประเด็นทางสังคม สิ่งแวดล้อมที่จะส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ จำเป็นต้องได้รับการจัดการ ธุรกิจสามารถตรวจสอบและประเมินได้ว่ากิจกรรม CSR ที่ดำเนินการไปแล้วหรือกำลังจะดำเนินการนั้นตกอยู่ในลักษณะประเด็นทางสังคมแบบใด ซึ่งควร ลดประเด็นทางสังคมทั่วไป แต่ไปเพิ่มปริมาณและคุณภาพการจัดการประเด็นทางสังคมที่เป็นผลกระทบ จากธุรกิจและประเด็นทางสังคมที่จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจ จึงจะคุ้มค่ามากขึ้น และสัมพันธ์กับความสามารถ ของธุรกิจที่จะดำเนินประเด็นทางสังคมนั้นๆ ได้อย่างต่อเนื่อง เพราะตั้งอยู่บนความสำคัญเชิงยุทธศาสตร์ กับธุรกิจนั้นๆ

ขั้นที่ 3 วางยุทธศาสตร์ CSR เชิงรุกและการจัดการ

มุ่งที่จะเปลี่ยนวิธีคิดในการดำเนิน CSR ทั่วไป ๆ หรือลดความเสียหายที่เกิดจาก ธุรกิจ ให้กลายมาเป็นการทำงานเชิงรุก เพื่อให้หลอมรวมผลกระทบและประเด็นทางสังคมเข้ามา เป็นแกนกลางในกระบวนการดำเนินธุรกิจ ซึ่งสามารถพัฒนาจุดยืนที่แตกต่างอันนำไปสู่ประโยชน์ ของสังคมและธุรกิจได้อย่างเกื้อหนุนกัน มุ่งเน้นความสนใจไปยังผลกระทบต่อสังคมว่าเกิดความ เปลี่ยนแปลงขึ้นมากน้อยเพียงใด ไม่ใช่แค่เพียงไปสอบถามความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อ ธุรกิจเท่านั้น

เมื่อสามารถเลือกประเด็น CSR ในเชิงรุกเป็นยุทธศาสตร์ได้แล้วจำเป็นต้องกำหนดเป้าหมาย ที่วัดผลได้ กำหนดผู้รับผิดชอบและจัดสรรทรัพยากรอย่างชัดเจน โดยอาจใช้เครื่องมือทางการจัดการ มาช่วยติดตามวัดผลงาน เช่น CSR BALANCE SCORECARD GRI SUSTAINABILITY REPORTING เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนิน ธุรกิจ นอกจากจะส่งผลดีในด้านภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กรแล้วยังช่วยให้ผู้บริหาร โภคเกิดความมั่นใจ ในการซื้อสินค้าหรือบริการขององค์กร การที่องค์กรนำแนวคิดเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมมาถึเป็น พื้นฐานในการดำเนินธุรกิจ ทำให้องค์กรเติบโตอย่างมั่นคงและสามารถอยู่ร่วมกับสังคมได้อย่างยั่งยืน

2. แนวคิดจริยธรรมและจริยธรรมในทางธุรกิจ

2.1 ความหมายของจริยธรรม

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (ราชบัณฑิตยสถาน, 2546 :10) ได้ให้ความหมาย ของจริยธรรมในฐานะเป็นคำนามว่า หมายถึง ธรรมที่เป็นข้อประพฤติปฏิบัติ ศีลธรรม หรือกฎศีลธรรม

ธีระพร อุวรรณโณ (อ้างถึงใน เกียรติคุณ สิทธิชัย, 2541 : 7) ได้นิยามจริยธรรม ไว้ 3 แนว คือ แนวแรกเน้นว่าจริยธรรมเป็นเรื่องที่ว่าด้วยหลักการ กฎเกณฑ์ มาตรฐาน และแนวทาง ในการประพฤติปฏิบัติ แนวที่สองเน้นว่า จริยธรรมเป็นเรื่องของการประพฤติ การปฏิบัติและการกระทำ เองมากกว่าจะเป็นเรื่องของกฎเกณฑ์และแนวที่สามก็เน้น โดยการผนวกสองแนวแรกเข้าด้วยกัน

เป็นทั้งเรื่องกฎเกณฑ์และการประพฤติปฏิบัติในเวลาเดียวกัน

จริยธรรมในฐานะระบบของกฎเกณฑ์จึงเปรียบได้กับศีลธรรม กฎหมายและจารีตประเพณี ซึ่งต่างก็เป็นระบบกฎเกณฑ์ด้วยกัน และมีความคาบเกี่ยวซึ่งกันและกัน ทั้งนี้เพราะมีกฎเกณฑ์บางอย่างจากศีลธรรม กฎหมาย หรือ จารีตประเพณี ที่บุคคลหรือสังคมอาจยึดถือเป็นกฎเกณฑ์ หรือจารีตประเพณี กฎเกณฑ์ส่วนนี้เรียกว่ามโนธรรม ซึ่งหมายถึงกฎเกณฑ์ที่บุคคลมีอยู่ในใจเป็นของตนเอง

เมื่อพิจารณาว่าจริยธรรมเป็นระบบของกฎเกณฑ์ การสร้างเสริมจริยธรรมจึงหมายถึงการสร้างเสริมให้คนได้รู้จักกฎเกณฑ์ในการจำแนกการกระทำ และปฏิบัติตามกฎเกณฑ์นั้นๆ ทำนองเดียวกับการเผยแพร่ให้คนรู้กฎหมายและก็คาดหวังให้คนทำตามกฎหมายด้วย เพราะการรู้เพียงกฎเกณฑ์อย่างเดียวยังไม่เพียงพอที่จะทำให้สังคมมีความสงบสุขได้ หากผู้ที่รู้กฎเกณฑ์นั้นๆ ไม่ถูกต้องจึงทำตามเกณฑ์ทางจริยธรรม (ธีระพร อุวรรณโน, 2530 : 2-3)

ดังนั้น คำว่า จริยธรรม จึงมีความหมายที่กว้างขวาง เป็นทั้งหลักการ มาตรฐานของการประพฤติปฏิบัติ การกระทำ การแสดงพฤติกรรมหรือการประพฤติปฏิบัติ ตลอดจนผลที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัตินั้น

ถ้าหากวิเคราะห์ความหมายของจริยธรรมในแนวกว้างก็จะได้ความหมายที่แตกต่างออกไปเพราะคำว่า “ธรรม” มีความหมายครอบคลุมทั้งตัวธรรมชาติ กฎธรรมชาติ หน้าที่ที่จะต้องปฏิบัติตามกฎธรรมชาติและผลจากการปฏิบัติตามธรรมชาติ (พุทธทาส อินทปัญโญ, 2522) จริยธรรมในลักษณะเช่นนี้ หมายถึง

1. ตัวธรรมชาติที่ต้องประพฤติปฏิบัติ
2. วิธีการประพฤติปฏิบัติตามกฎธรรมชาติ
3. การประพฤติปฏิบัติตามกฎธรรมชาติ
4. ผลการประพฤติปฏิบัติตามกฎธรรมชาติ

ในกรณีเช่นนี้จริยธรรมมีความหมายครอบคลุมกิจกรรมทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับชีวิตของมนุษย์ อันเป็นกฎเกณฑ์ ขอบบังคับ คุณธรรม ประเพณี ค่านิยมในการดำรงชีวิต วิธีการดำรงชีวิต การประพฤติปฏิบัติ หรือการนำวิธีการไปใช้และผลจากการประพฤติปฏิบัตินั้น การปลูกฝังพื้นฐาน ทางจริยธรรมจึงจำเป็นต้องรู้ธรรมชาติของชีวิต ความเป็นไปของชีวิต แนวทางในการดำเนินชีวิต ตลอดจนการรู้เหตุรู้ผลของกระทำนั้นๆ อย่างถูกต้อง

โกวิท ปรวาลพฤษ์ และ ภณิดา กุสกูล (2539 : 6) จริยธรรมเป็นพฤติกรรมหรือการกระทำ เป็นการตัดสินใจ การพิจารณาตัดสินใจเป็นคุณธรรมทางจริยธรรมที่มีพื้นฐานอยู่บนการกระทำและเจตคติที่สามารถสังเกตเห็นได้ นอกจากนี้ จริยธรรมทางธุรกิจ คือ การทำธุรกิจอย่างเป็นผู้มีจริยธรรม หมายถึงเป็นผู้ประกอบการไม่ว่าเป็นผู้ผลิตจำหน่าย หรือบริการด้วยจริยวัตรที่ดีงาม มีคุณธรรม มีมารยาท เชื่อตรงยุติธรรม

กล่าวโดยสรุป จริยธรรมทางธุรกิจเป็นมาตรฐานของการประกอบธุรกิจ การผลิตสินค้า การให้บริการจัดจำหน่าย เพื่อได้รับผลตอบแทนตามสมควรกับการลงทุนอย่างเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิตหรือผู้บริโภค เจ้าของกิจการ ผู้ถือหุ้น ผู้บริการ ผู้ร่วมงาน รัฐบาล สังคม ซึ่งต่างมีความสัมพันธ์เชิงธุรกิจร่วมกัน จริยธรรมทางธุรกิจ หมายถึง กลไกทุกส่วนที่ให้ความชอบธรรมเพื่อประสิทธิภาพสูงสุดของธุรกิจ

2.2 ระดับของจริยธรรม

จริยธรรมมีหลายระดับ ตั้งแต่จริยธรรมที่เป็นไปตามกฎธรรมชาติ จริยธรรมที่พัฒนาโดยสังคมกลุ่มย่อยตามความต้องการ และจริยธรรมในขั้นสูงสุด อันเป็นจริยธรรมของอริยบุคคล ซึ่งได้แบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ (ชิน โสภค ทรัพย์เสมอ, 2538)

1. จริยธรรมขั้นปฐม หมายถึง ความประพฤติหรือการปฏิบัติหรือการปฏิบัติตนที่ถูกต้องหรือสอดคล้องกับความจริงอันเป็นไปตามธรรมชาติ ได้แก่ กุศลกรรมบถ 10 ประการ
 2. จริยธรรมขั้นทุติยะ หมายถึง จริยธรรมที่เกิดจากการนำเอาหลักการของจริยธรรมขั้นปฐมภูมิมาประยุกต์ใช้ หรือจริยธรรมของสังคมกลุ่มย่อยที่พัฒนาขึ้น
 3. จริยธรรมขั้นตติยะ หมายถึง จริยธรรมในขั้นอริยบุคคลในพระพุทธศาสนา
- จริยธรรมทั้ง 3 ขั้นดังกล่าว มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมของคนให้แตกต่างกันออกไป การที่บุคคลจะมีลักษณะและสภาพอย่างไร ย่อมขึ้นอยู่กับปลูกฝังจริยธรรมเป็นสำคัญ เช่น ถ้าต้องการจะเป็นอริยบุคคลก็ต้องปลูกฝังจริยธรรมขั้นสูงเข้าไปในตัวบุคคลนั้น ซึ่งการปลูกฝังจริยธรรมแต่ละระดับต้องอาศัยเทคนิควิธีการที่แตกต่างกันออกไป

2.3 ความสำคัญของจริยธรรม

จริยธรรม เป็นสิ่งที่มีความสำคัญและจำเป็นสำหรับชีวิตมนุษย์ เพราะเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการแสดงพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งอาจจะกระทำไปในทางที่ดีงาม หรือไม่ถูกต้องก็ได้ พฤติกรรมที่มีจริยธรรมเป็นลักษณะของการกระทำที่เกิดประโยชน์แก่ตนเองและผู้อื่น เพราะเป็นการกระทำไม่ขัดต่อสภาพความเป็นอยู่ ความต้องการและความรู้สึกนึกคิดของบุคคลโดยทั่วไป ส่วนการกระทำที่ไม่ดี ไม่ถูกต้อง ย่อมทำให้เกิดความเดือดร้อนทั้งแก่ตนเองและผู้อื่น เพราะเป็นสิ่งที่สังคมไม่ต้องการ ไม่ยอมรับและเนื่องจากสังคมประกอบด้วยบุคคลหลายกลุ่ม แต่ละกลุ่มย่อมมีกิจกรรมในอาชีพของตนเอง การประกอบกิจกรรมในอาชีพ จำเป็นต้องถูกต้องตามกฎหมายและหลักจริยธรรม หากเป็นงานอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการแก่คนอื่น หรืองานอาชีพที่เกี่ยวข้องกับคนส่วนมาก หรืองานอาชีพที่ต้องใช้วิชาชีพชั้นสูง (Professional) ก็จำเป็นต้องมีการควบคุมงานอาชีพนั้น ทั้งนี้เพื่อรักษาผลประโยชน์ของสังคม ซึ่งการควบคุมจะออกมาในรูปของจรรยาบรรณในอาชีพ เช่น จรรยาแพทย์ จรรยาหนังสือพิมพ์ และจรรยาครู เป็นต้น ซึ่งจรรยาบรรณเหล่านี้เป็นเรื่องของคุณธรรมและจริยธรรมนั่นเอง (เกียรติคุณ สิทธิชัย, 2536 :104)

จริยธรรมจึงเป็นสิ่งที่สำคัญที่จะควบคุมพฤติกรรมของบุคคลให้กระทำในสิ่งที่ดีงาม เป็นไปอย่างถูกต้อง ไม่เบียดเบียนทั้งต่อตัวเองและบุคคลอื่น จะเห็นได้ว่าปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมปัจจุบัน เช่น การเอารัดเอาเปรียบ การทุจริตฉ้อฉล การใช้เล่ห์กล คอรัปชั่น การฉ้อโกง การข่มขืนกระทำชำเรา ฯลฯ ปัญหาเหล่านี้ล้วนเกิดจากพฤติกรรมของบุคคลที่ไม่มีพื้นฐานทางจริยธรรมทั้งสิ้น จริยธรรมจึงเป็นตัวสร้างสรรค์ จรรโลงสิ่งที่ดีงาม หากบุคคลหรือสังคมใดมีคุณธรรมเป็นพื้นฐาน หรือมีความสำนึกทางจริยธรรม และกระทำในสิ่งที่ดีงามที่สังคมยอมรับ บุคคลและสังคมนั้นก็จะมีแต่ความปกติสุข

ดังนั้น สิ่งที่สำคัญที่สุดในเรื่องของความรับผิดชอบคือสังคมขององค์กรภาคธุรกิจ จึงมักจะขึ้นอยู่กับความมีจริยธรรมของผู้บริหารว่าจะมีความรับผิดชอบต่อส่วนรวมมากน้อยเพียงใด

จินตนา บุญบงการ (2541 : 29-30) ให้ความคิดเห็นในเรื่องจริยธรรมทางธุรกิจและการบริหาร จริยธรรม หมายถึง ความประพฤติที่สังคมยอมรับว่าเป็นสิ่งที่ควรกระทำ ในทำนองเดียวกัน อะไรคือการกระทำที่ผิดจริยธรรม โดยหลักแล้ว เมื่อเราได้เห็นการกระทำที่เบียดเบียนคนอื่นจะรู้สึกว่าบุคคลนั้น กระทำผิดจริยธรรม จริยธรรมสามารถจำแนกจริยธรรมในทางธุรกิจออกเป็น 3 ประการ คือ

1. จริยธรรมของบุคลากรในองค์กรเดียวกัน มองได้จากความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน ระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา ระหว่างพนักงานของบริษัท การไม่ซื่อสัตย์ต่อกิจการพนักงาน การทุจริตในด้านการจัดซื้อ การฉ้อฉลของพนักงาน โดยทั่วไปแล้วพนักงานจะไม่มีนิสัยฉ้อโกง แต่จุดเริ่มต้นจะเกิดขึ้นจากการเอารัดเอาเปรียบนายจ้างในสิ่งเล็กน้อยก่อน เช่น การเรียกค่าน้ำเดินทางในขณะที่ตนไม่เดินทางเลย การพากรอบครัวหรือเพื่อนฝูงไปรับประทานอาหารแล้วนำไปเสริมมาเบิกค่าน้ำรับรองจากนายจ้าง เมื่อพนักงานเหล่านั้นเริ่มทำเรื่องเล็กๆ น้อยๆ ผลลัพธ์นี้โดยไม่มี การท้วงติง พนักงานก็จะเริ่มมีความกำเริบว่าตนสามารถเอารัดเอาเปรียบนายจ้างได้แล้ว ซึ่งอาจจะทำให้เกิดความมั่นใจในตนเองในการเอารัดเอาเปรียบบริษัทต่อไปเป็นจำนวนที่สูงยิ่งขึ้น จริยธรรมของบุคคลที่ทำงานในธุรกิจนั้น จึงขึ้นอยู่กับองค์กรแต่ละแห่งว่าจะใช้วิธีการอย่างไร และผู้บังคับบัญชาต้องทำเป็นตัวอย่างให้ผู้ใต้บังคับบัญชาได้เห็นถึงความซื่อสัตย์ของตนด้วย

2. จริยธรรมของบริษัทหรือของกิจการนั้น ซึ่งมีต่อลูกค้าของตนกับผู้ถือหุ้น กับเจ้าหน้าที่การค้า กับผู้ถือตั๋วสัญญาใช้เงิน กับผู้ฝากเงินกับธนาคารหรือต่อรัฐบาล ซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ใหญ่ขององค์กรทุกๆ แห่ง ในด้านการเก็บภาษีอากร และท้ายสุดคือกับสังคมส่วนรวม การทำธุรกิจของกิจการต่อบุคคลที่เกี่ยวข้องเป็นการกระทำแบบเสมอภาคหรือไม่พิจารณาได้จากการไม่เอารัดเอาเปรียบทางการค้าอย่างไม่ยุติธรรมถึงแม้กฎหมายจะกล่าวไว้ว่าเป็นสิ่งที่ถูกต้องแต่อาจจะไม่ถูกต้องทางด้าน จริยธรรม เช่น การทำสัญญากับผู้ซื้อซึ่งเป็นลูกค้าของบริษัท โดยลูกค้าไม่เข้าใจเงื่อนไข และการผูกมัดในสัญญาเลย ถึงแม้จะถูกต้องตามกฎหมาย เพราะผู้ซื้อได้ลงนามของตนไว้แล้ว แต่ก็ผิดในด้านจริยธรรมเพราะเป็นการเอารัดเอาเปรียบ ผู้บริโภค

3. จริยธรรมขององค์กรต่อสังคม องค์กรที่ชำระภาษีให้รัฐ ไม่ครบถ้วนก็ถือเป็น การเอารัดเอาเปรียบผู้ที่ชำระครบถ้วน แต่ในปัจจุบันนี้มีคำกล่าวกันว่าผู้เสียภาษีครบถ้วนนั้น เป็นผู้ ที่ฉลาดน้อย เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ที่หลีกเลี่ยงภาษี ความเสมอภาคและความสมดุลจึงขาดไป องค์กร ทั้งหลายจึงพยายามหาทางเลี่ยงภาษี โดยใช้ช่องโหว่ของกฎหมาย อีกทั้งคณะกรรมการและผู้ถือหุ้น บางคนใช้วิธีการทางการบัญชีฉ้อโกงองค์กรอื่นหรือมหาชนโดยส่วนรวม

จริยธรรม มีประโยชน์ต่อการอยู่ร่วมกันในสังคม ซึ่งเป็นแนวทางความประพฤติ และการปฏิบัติของบุคคล เกี่ยวกับมาตรฐานทางจริยธรรม ศีลธรรม คุณธรรม และบรรทัดฐาน ดังนั้น จริยธรรมมีความสำคัญ เนื่องจากจะเห็นว่าการจัดการธุรกิจที่มีความเจริญก้าวหน้า มั่งคั่ง มั่นคง ยั่งยืนยาวนานมาจนทุกวันนี้ มีลักษณะร่วมกันที่สำคัญ คือ การมีจรรยาบรรณในการประกอบอาชีพ จรรยาบรรณทำให้ได้รับความศรัทธาเชื่อถือ ภาพพจน์ที่ดี มีเครดิตความน่าเชื่อถือ ความสนิทสนม เป็นกันเอง ความไว้วางใจอันนำมาซึ่งลูกค้า สมาชิก ชื่อเสียง เงินทอง เกียรติยศ ความเจริญก้าวหน้า ความมั่นคงยั่งยืน ส่วนองค์กรทางธุรกิจที่ล้มเหลวก็มักมีความบกพร่องทางจริยธรรมคุณธรรม และ จรรยาบรรณ

3. แนวคิดเรื่องการค้ากับดูแลกิจการที่ดี

3.1 ความหมายการค้ากับดูแลกิจการที่ดี

จิราพัชร สักคีตาสถาพร (2550 : 9) ให้ความหมายของบรรษัทภิบาล คือ ระบบที่ใช้จัดการการค้ากับดูแลและควบคุมองค์กรให้เป็นไปด้วยดี โปร่งใส ป้องกันการทุจริต คอรัปชั่นและยัง ก่อให้เกิดประโยชน์ ทำให้องค์กรมีการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล บริษัทมีความสามารถในการแข่งขัน เพิ่มความเชื่อมั่นแก่ผู้เกี่ยวข้อง สร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผู้ถือหุ้น

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2549 : 3) การการค้ากับดูแลกิจการ (Corporate Governance) หรือ บรรษัทภิบาล คือ ระบบที่จัดให้มีโครงสร้างและกระบวนการของความสัมพันธ์ ระหว่างคณะกรรมการ ฝ่ายจัดการ และผู้ถือหุ้น เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน นำไปสู่ความ เจริญเติบโตและเพิ่มมูลค่าให้กับผู้ถือหุ้นในระยะยาว โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียอื่น

พรอนงค์ บุญราตรีกุล (2549 : 2) กรรมการสมาคมผู้ตรวจสอบภายในแห่งประเทศไทย ได้ให้ความหมาย บรรษัทภิบาล เป็นระบบที่ใช้การค้ากับดูแลและควบคุมองค์กร

พรนพ พุกกะพันธ์ (2546 : 280) ให้ความหมายของบรรษัทภิบาลว่า บรรษัท องค์กรขนาดใหญ่ที่ทำการธุรกิจเพื่อมุ่งหวังผลกำไร มีเสถียรภาพ มีการเจริญเติบโต และเพื่อแผ่ต่อ สังคม ซึ่งรวมถึงธุรกิจเอกชน รัฐวิสาหกิจ หรือบริษัทข้ามชาติ คือไม่ได้เป็นองค์กรของรัฐ และ ไม่ได้เป็นองค์กรของ NGO อกิบาล หมายถึง การปกครองที่เปี่ยมไปด้วยความเอื้ออาทรฉันทน์ที่บิดา มารดา อาทรต่อบุตร เป็นการปกครองที่เต็มไปด้วยจิตวิญญาณของการเห็นคุณค่าและศักดิ์ศรี ของความเป็นมนุษย์ ซึ่งแตกต่างจากการปกครองด้วยอำนาจหรืออาวุธ หรือการปกครองที่ใช้ทักษะ

หรือศิลปะ เพื่อให้ผู้ปกครองได้ประโยชน์สูงสุด คือการเอาผู้ปกครองเป็นค้ำประกัน เมื่อเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์ การปกครองที่ไม่คำนึงถึงผลประโยชน์ร่วมกันเข้าสู่ทางตัน

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า การกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance) เป็นระบบที่ใช้กำกับดูแลและควบคุมองค์กรให้เป็นไปด้วยดี โปร่งใส ป้องกันการทุจริตคอร์รัปชัน สร้างความสามารถในการแข่งขัน นำไปสู่ความเจริญเติบโต โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียอื่น ผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน และผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย

3.2 หลักการการกำกับดูแลกิจการที่ดี

ศูนย์พัฒนาการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2549 : 3) หลักการที่ดีในการกำกับดูแลกิจการมีความสอดคล้องกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงมีพระราชดำรัสชี้แนะเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นปรัชญาที่มุ่งเน้นความสมดุลและพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยให้ความสำคัญกับการใช้ความรู้อย่างรอบคอบ ระมัดระวัง และคำนึงถึงคุณธรรม ซึ่งตรงกับหลักการพื้นฐานของการกำกับดูแลกิจการที่ดีการกำกับดูแลกิจการที่ดีมีความสำคัญต่อบริษัทจดทะเบียน โดยแสดงให้เห็นถึงการมีระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ โปร่งใส ตรวจสอบได้ ซึ่งช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความมั่นใจต่อผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน ผู้มีส่วนได้เสียและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย จึงกล่าวได้ว่าการกำกับดูแลกิจการที่ดีเป็นเครื่องมือเพื่อเพิ่มมูลค่าและส่งเสริมการเติบโตอย่างยั่งยืนของบริษัท

การกำกับดูแลกิจการที่ดี เป็นการทำให้มีระบบบริหารจัดการอย่างรู้หน้าที่ มีความรับผิดชอบในการจัดการอย่างโปร่งใส เท่าเทียม เป็นธรรมมีประสิทธิภาพ สามารถตรวจสอบได้ ซึ่งจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความมั่นใจต่อผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน ผู้มีส่วนได้เสีย และผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย อันจะนำไปสู่ความเติบโตและเสถียรภาพทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนของธุรกิจ แนวปฏิบัติศึกษา และปฏิบัติตามแนวปฏิบัติในเรื่องหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีที่ ออกโดยหน่วยงานกำกับดูแล หรือสมาคมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ เช่น “หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียนปี 2549” ที่จัดทำแบ่งออกเป็น 5 หมวด คือ

1. สิทธิของผู้ถือหุ้น
2. การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน
3. บทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย
4. การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส
5. ความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัท

1. สิทธิของผู้ถือหุ้น

ผู้ถือหุ้นมีสิทธิในความเป็นเจ้าของโดยควบคุมบริษัทผ่านการแต่งตั้งคณะกรรมการให้ทำหน้าที่แทนตนและมีสิทธิในการตัดสินใจเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของบริษัท บริษัท

จึงควรส่งเสริมให้ผู้ถือหุ้นได้ใช้สิทธิของตน สิทธิขั้นพื้นฐานของผู้ถือหุ้น ได้แก่ การซื้อขายหรือโอนหุ้น การมีส่วนแบ่งในกำไรของกิจการ การได้รับข่าวสารข้อมูลของกิจการอย่างเพียงพอ การเข้าร่วมประชุมเพื่อใช้สิทธิออกเสียงในที่ประชุมผู้ถือหุ้น เพื่อแต่งตั้งหรือถอดถอนกรรมการ แต่งตั้งผู้สอบบัญชี และเรื่องที่มีผลกระทบต่อบริษัท เช่น การจัดสรรเงินปันผล การกำหนดหรือการแก้ไขข้อบังคับและหนังสือบริคณห์สนธิ การลดทุนหรือเพิ่มทุน และการอนุมัติรายการพิเศษ เป็นต้น

ผู้ถือหุ้นควรได้รับทราบกฎเกณฑ์และวิธีการในการเข้าร่วมประชุม และข้อมูลที่เพียงพอต่อการพิจารณาในแต่ละวาระก่อนการประชุมตามเวลาอันควร มีโอกาสซักถามกรรมการทั้งในที่ประชุมและส่งคำถามล่วงหน้า มีโอกาสเสนอวาระการประชุม และมีสิทธิมอบฉันทะให้ผู้อื่นเข้าร่วมประชุม คณะกรรมการบริษัทต้องตระหนักและให้ความสำคัญถึงสิทธิของผู้ถือหุ้น ไม่กระทำการใดๆ อันเป็นการละเมิดหรือลดทอนสิทธิของผู้ถือหุ้น

แนวปฏิบัติที่ดี

1. คณะกรรมการควรกำหนดนโยบายในการกำกับดูแลกิจการโดยคำนึงถึงสิทธิของผู้ถือหุ้นซึ่งอาจไม่จำกัดเฉพาะสิทธิที่กฎหมายกำหนดไว้แล้วก็ได้
2. คณะกรรมการควรดูแลให้บริษัทมีการให้ข้อมูล วัน เวลา สถานที่ และวาระการประชุม ตลอดจนข้อมูลทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ต้องตัดสินใจในที่ประชุมแก่ผู้ถือหุ้นเป็นการล่วงหน้าอย่างเพียงพอและทันเวลา และควรแจ้งให้ผู้ถือหุ้นทราบกฎเกณฑ์ต่างๆ ที่ใช้ในการประชุม รวมถึงขั้นตอนการออกเสียงลงมติ รวมถึงการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวไว้ใน Website ของบริษัทเป็นการล่วงหน้าก่อนที่จะจัดส่งเอกสาร เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นได้มีเวลาศึกษาข้อมูลประกอบการประชุมล่วงหน้าอย่างเพียงพอก่อนได้รับข้อมูลในรูปแบบเอกสารจากบริษัท
3. ควรเว้นการกระทำใด ๆ ที่เป็นการจำกัดโอกาสของผู้ถือหุ้นในการศึกษาสารสนเทศของบริษัท
4. คณะกรรมการควรอำนวยความสะดวกให้ผู้ถือหุ้นได้ใช้สิทธิในการเข้าร่วมประชุมและออกเสียงอย่างเต็มที่และควรเว้นการกระทำใดๆ ที่เป็นการจำกัดโอกาสการเข้าประชุมของผู้ถือหุ้น เช่น การเข้าประชุมเพื่อออกเสียงลงมติไม่ควรมีวิธีการที่ยุ้งยากหรือมีค่าใช้จ่ายมากเกินไป
5. ประสานที่ประชุมควรจัดสรรเวลาให้เหมาะสมและส่งเสริมให้ผู้ถือหุ้นมีโอกาสดูในการแสดงความเห็นและตั้งคำถามต่อที่ประชุมในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับบริษัทได้ รวมทั้งอาจเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นส่งคำถามล่วงหน้าก่อนวันประชุม
6. กรรมการทุกคนควรเข้าร่วมประชุมผู้ถือหุ้น โดยผู้ถือหุ้นสามารถซักถามประธานคณะกรรมการชุดย่อยต่างๆ ในเรื่องที่เกี่ยวข้องได้

2. การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน

ผู้ถือหุ้นทุกราย ทั้งผู้ถือหุ้นที่เป็นผู้บริหารและผู้ถือหุ้นที่ไม่เป็นผู้บริหาร รวมทั้งผู้ถือหุ้นต่างชาติ ควรได้รับการปฏิบัติที่เท่าเทียมกันและเป็นธรรม ผู้ถือหุ้นส่วนน้อยที่ถูกละเมิดสิทธิควรมีโอกาสได้รับการชดเชย การสร้างความมั่นใจให้กับผู้ถือหุ้นว่าคณะกรรมการและฝ่ายจัดการจะดูแลให้การใช้เงินของผู้ถือหุ้นเป็นไปอย่างเหมาะสม เป็นปัจจัยสำคัญต่อความมั่นใจในการลงทุนกับบริษัท คณะกรรมการจึงควรกำกับดูแลให้ผู้ถือหุ้นได้รับการปฏิบัติ และปกป้องสิทธิขั้นพื้นฐานที่ได้กล่าวไว้แล้วในหลักข้อแรกอย่างเท่าเทียมกัน คณะกรรมการควรจัดกระบวนการประชุมผู้ถือหุ้นในลักษณะที่สนับสนุนให้มีการปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน ควรเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นส่วนน้อยสามารถเสนอข้ออุทกเพื่อเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการล่วงหน้าในเวลาอันสมควร นอกจากนั้น ควรเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นที่ไม่สามารถเข้าประชุมด้วยตนเอง สามารถใช้สิทธิออกเสียงโดยมอบฉันทะให้ผู้อื่นมาประชุมและออกเสียงลงมติแทนคณะกรรมการควรมีมาตรการป้องกันกรณีที่กรรมการและผู้บริหารใช้ข้อมูลภายในเพื่อหาผลประโยชน์ให้แก่ตนเองหรือผู้อื่นในทางมิชอบ (Abusive Self-Dealing) ซึ่งเป็นการเอาเปรียบผู้ถือหุ้นอื่น เช่น การซื้อขายหลักทรัพย์โดยใช้ข้อมูลภายใน (Insider Trading) การนำข้อมูลภายในไปเปิดเผยกับบุคคลที่เกี่ยวข้องกับกรรมการและผู้บริหารซึ่งก่อให้เกิดความเสียหายต่อผู้ถือหุ้นโดยรวม เป็นต้น คณะกรรมการควรกำหนดให้กรรมการบริษัทและผู้บริหารเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับส่วนได้เสียของตนและผู้เกี่ยวข้อง เพื่อให้คณะกรรมการสามารถพิจารณาธุรกรรมของบริษัทที่อาจมีความขัดแย้งของผลประโยชน์ และสามารถตัดสินใจเพื่อประโยชน์ของบริษัทโดยรวม ทั้งนี้ กรรมการและผู้บริหารที่มีส่วนได้เสียกับธุรกรรมที่ทำกับบริษัทไม่ควรมีส่วนร่วมในการตัดสินใจทำธุรกรรมดังกล่าว

แนวปฏิบัติที่ดี

1. คณะกรรมการควรมีนโยบายอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ถือหุ้นส่วนน้อยในการเสนอเพิ่มวาระการประชุมล่วงหน้าก่อนวันประชุมผู้ถือหุ้น
2. คณะกรรมการควรกำหนดเกณฑ์ที่ชัดเจนเป็นการล่วงหน้าเพื่อพิจารณาว่าจะเพิ่มวาระที่ผู้ถือหุ้นส่วนน้อยเสนอหรือไม่
3. ผู้ถือหุ้นที่เป็นผู้บริหารไม่ควรเพิ่มวาระการประชุมที่ไม่ได้แจ้งเป็นการล่วงหน้าโดยไม่จำเป็น โดยเฉพาะวาระสำคัญที่ผู้ถือหุ้นต้องใช้เวลาในการศึกษาข้อมูลก่อนตัดสินใจ
4. คณะกรรมการควรกำหนดวิธีการให้ผู้ถือหุ้นส่วนน้อยเสนอข้ออุทกเพื่อเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการ เช่น ให้เสนอชื่อผ่านคณะกรรมการสรรหาล่วงหน้า 3-4 เดือนก่อนวันประชุมผู้ถือหุ้น พร้อมข้อมูลประกอบการพิจารณาด้านคุณสมบัติและการให้ความยินยอมของผู้ที่ได้รับการเสนอชื่อ
5. คณะกรรมการควรสนับสนุนให้ผู้ถือหุ้นใช้หนังสือมอบฉันทะรูปแบบที่ผู้ถือหุ้นสามารถกำหนดทิศทางลงคะแนนเสียงได้ และควรเสนอชื่อกรรมการอิสระอย่างน้อย 1 คนเป็นทางเลือกในการมอบฉันทะของผู้ถือหุ้น

6. คณะกรรมการควรสนับสนุนให้มีการใช้บัตรลงคะแนนเสียงในวาระที่สำคัญ เช่น การทำรายการเกี่ยวโยง การทำรายการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ เป็นต้น เพื่อความโปร่งใสและตรวจสอบได้ ในกรณีมีข้อโต้แย้งในภายหลัง

7. คณะกรรมการควรเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นได้ใช้สิทธิในการแต่งตั้งกรรมการเป็นรายคน

8. คณะกรรมการควรกำหนดแนวทางในการเก็บรักษาและป้องกันการรั่วซึมข้อมูลภายในเป็นลายลักษณ์อักษร และแจ้งแนวทางดังกล่าวให้ทุกคนในองค์กรถือปฏิบัติ และควรกำหนดให้กรรมการทุกคนและผู้บริหารที่มีหน้าที่รายงานการถือครองหลักทรัพย์ตามกฎหมายจัดส่งรายงานดังกล่าวให้แก่คณะกรรมการเป็นประจำ

3. บทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย

ผู้มีส่วนได้เสียควรได้รับการดูแลจากบริษัทตามสิทธิที่มีตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง คณะกรรมการควรพิจารณาให้มีกระบวนการส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างบริษัทกับผู้มีส่วนได้เสีย ในการสร้างความมั่งคั่ง ความมั่นคงทางการเงินและความยั่งยืนของกิจการในระบบการกำกับดูแลกิจการ มีผู้มีส่วนได้เสียหลายกลุ่มด้วยกัน ที่สำคัญ ได้แก่ ลูกค้า พนักงาน คู่ค้า ผู้ถือหุ้นหรือผู้ลงทุน เจ้าหนี้ และชุมชนที่บริษัทตั้งอยู่ สังคม หรือภาครัฐ กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียอื่น ได้แก่ คู่แข่ง และผู้สอบบัญชีอิสระ เป็นต้น คณะกรรมการควรกำหนดนโยบายให้มีการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มโดยคำนึงถึงสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียดังกล่าวตามกฎหมายหรือตามข้อตกลงที่มีกับบริษัท ไม่ควรกระทำการใดๆ ที่เป็นการละเมิดสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียเหล่านั้น และควรกำหนดมาตรการชดเชยกรณีผู้มีส่วนได้เสียได้รับความเสียหายจากการละเมิดสิทธิ คณะกรรมการควรพัฒนากลไกการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียในการสร้างเสริมผลการดำเนินงานของบริษัท เพื่อสร้างความมั่นคงอย่างยั่งยืนให้กับกิจการและควรเปิดเผยข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องให้ผู้มีส่วนได้เสียเหล่านั้นได้รับทราบอย่างเพียงพอ เพื่อให้สามารถทำหน้าที่ในการมีส่วนร่วมดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ คณะกรรมการควรมีมาตรการในการแจ้งเบาะแสดต่อคณะกรรมการในประเด็นเกี่ยวกับการทำผิดกฎหมาย ความถูกต้องของรายงานทางการเงิน ระบบควบคุมภายในที่บกพร่อง หรือการผิดจรรยาบรรณ และควรมีกลไกคุ้มครองสิทธิของผู้แจ้งเบาะแสดดังกล่าวด้วย คณะกรรมการควรกำหนดนโยบายในการดูแลสิ่งแวดล้อมและสังคมอย่างชัดเจน

แนวปฏิบัติที่ดี

1. คณะกรรมการควรระบุได้ว่า ผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทคือกลุ่มใดบ้าง แต่ละกลุ่มมีสิทธิตามกฎหมายอย่างไร

2. คณะกรรมการควรจัดให้มีแนวทางดำเนินการที่ชัดเจนกรณีมีผู้แจ้งเบาะแสด โดยช่องทางในการแจ้งเบาะแสดอาจกำหนดให้ผ่านกรรมการอิสระหรือกรรมการตรวจสอบของบริษัท เพื่อสั่งการให้มีการตรวจสอบข้อมูลตามกระบวนการที่บริษัทกำหนดไว้และรายงานต่อคณะกรรมการ

3. การกำหนดนโยบายในการดูแลสิ่งแวดล้อมและสังคม คณะกรรมการควรพิจารณาเรื่องที่มีผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจโดยตรงให้ครบถ้วน เพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องมั่นใจว่าการประกอบธุรกิจของบริษัทได้คำนึงถึงปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

4. การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส

คณะกรรมการควรดูแลให้บริษัทเปิดเผยข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ทั้งข้อมูลทางการเงินและข้อมูลที่มีใช้ข้อมูลทางการเงินอย่างถูกต้อง ครบถ้วน ทันเวลา โปร่งใส ผ่านช่องทางที่เข้าถึงข้อมูลได้ง่าย มีความเท่าเทียมกันและน่าเชื่อถือ ข้อมูลสำคัญของบริษัทรวมถึงรายงานทางการเงินและข้อมูลที่มีใช้ข้อมูลทางการเงินต่างๆ ตามข้อกำหนดของสำนักงาน ก.ล.ต. และตลาดหลักทรัพย์ฯ และข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น การทำหน้าที่ในรอบปีที่ผ่านมาของคณะกรรมการและคณะกรรมการชุดย่อย นโยบายการกำกับดูแลกิจการ นโยบายเกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อมและสังคม และการปฏิบัติตามนโยบายต่างๆ ดังกล่าว เป็นต้น คุณภาพของรายงานทางการเงินเป็นเรื่องที่ผู้ถือหุ้นและบุคคลภายนอกให้ความสำคัญ คณะกรรมการจึงควรมั่นใจว่า ข้อมูลที่แสดงในรายงานทางการเงินมีความถูกต้อง เป็นไปตามมาตรฐานการบัญชีที่รับรองโดยทั่วไป และผ่านการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชีที่เป็นอิสระ ประธานกรรมการและกรรมการผู้จัดการเป็นผู้ที่อยู่ในฐานะเหมาะสมที่สุดในการทำหน้าที่ “โฆษก” ของบริษัทอย่างไรก็ดี คณะกรรมการอาจแต่งตั้งให้กรรมการท่านอื่นหรือผู้บริหารทำหน้าที่ดังกล่าวแทน โดยผู้ที่ได้รับแต่งตั้งควรทำหน้าที่ด้วยความระมัดระวัง นอกจากนี้คณะกรรมการควรจัดให้มีหน่วยงานหรือผู้รับผิดชอบงานเกี่ยวกับ “ผู้ลงทุนสัมพันธ์” เพื่อสื่อสารกับผู้ลงทุนและบุคคลภายนอก เช่น ผู้ลงทุนสถาบัน ผู้ถือหุ้น นักวิเคราะห์และภาครัฐที่เกี่ยวข้องอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม

แนวปฏิบัติที่ดี

1. นอกจากการเผยแพร่ข้อมูลตามเกณฑ์ที่กำหนดและผ่านช่องทางของตลาดหลักทรัพย์ฯ แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) และรายงานประจำปีแล้ว คณะกรรมการควรพิจารณาให้มีการเปิดเผยข้อมูลทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษผ่านช่องทางอื่นๆ ด้วย เช่น เว็บไซต์ของบริษัท โดยควรปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบันอย่างสม่ำเสมอ
2. คณะกรรมการควรรายงานนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ได้ให้ความเห็นชอบไว้โดยสรุป และผลการปฏิบัติตามนโยบายดังกล่าวผ่านช่องทางต่างๆ เช่น รายงานประจำปี และเว็บไซต์ของบริษัท เป็นต้น หากคณะกรรมการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อมและสังคม ก็ควรเปิดเผยนโยบายและการปฏิบัติตามนโยบายดังกล่าวด้วย
3. คณะกรรมการควรจัดให้มีรายงานความรับผิดชอบของคณะกรรมการต่อรายงานทางการเงินแสดงควบคู่กับรายงานของผู้สอบบัญชีในรายงานประจำปี
4. คณะกรรมการควรดูแลให้มีการเปิดเผยบทบาทและหน้าที่ของคณะกรรมการ

และคณะกรรมการชุดย่อย จำนวนครั้งของการประชุมและจำนวนครั้งที่กรรมการแต่ละท่านเข้าร่วมประชุมในปีที่ผ่านมาและความเห็นจากการทำหน้าที่

5. นอกจากการเปิดเผยตามข้อกำหนดต่างๆ แล้วคณะกรรมการควรเปิดเผยนโยบายการจ่ายค่าตอบแทนแก่กรรมการและผู้บริหารระดับสูงที่สะท้อนภาระหน้าที่และความรับผิดชอบของกรรมการแต่ละคน รวมทั้งรูปแบบหรือลักษณะของค่าตอบแทนด้วย ทั้งนี้ จำนวนเงินค่าตอบแทนที่เปิดเผย ควรรวมถึงค่าตอบแทนที่กรรมการแต่ละท่านได้รับจากการเป็นกรรมการของบริษัทย่อยด้วย

5. ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ

คณะกรรมการมีบทบาทสำคัญในการกำกับดูแลกิจการเพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัท คณะกรรมการมีความรับผิดชอบต่อผลการปฏิบัติหน้าที่ต่อผู้ถือหุ้น และเป็นอิสระจากฝ่ายจัดการ คณะกรรมการควรมีภาวะผู้นำ วิสัยทัศน์ และมีความเป็นอิสระในการตัดสินใจเพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัทและผู้ถือหุ้นโดยรวม คณะกรรมการควรจัดให้มีระบบแบ่งแยกบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบระหว่างคณะกรรมการและฝ่ายจัดการที่ชัดเจนและดูแลให้บริษัทมีระบบงานที่ให้ความเชื่อมั่นได้ว่ากิจกรรมต่างๆ ของบริษัทได้ดำเนินไปในลักษณะที่ถูกต้องตามกฎหมายและมีจริยธรรม

คณะกรรมการควรประกอบด้วยกรรมการที่มีคุณสมบัติหลากหลาย ทั้งในด้านทักษะ ประสบการณ์ ความสามารถเฉพาะด้านที่เป็นประโยชน์กับบริษัท รวมทั้งการอุทิศเวลาและความพยายามในการปฏิบัติหน้าที่ เพื่อเสริมสร้างให้บริษัทมีคณะกรรมการที่เข้มแข็งกระบวนกรสรรหาผู้ดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัท เพื่อให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นเป็นผู้แต่งตั้งควรมีความโปร่งใสปราศจากอิทธิพลของผู้ถือหุ้นที่มีอำนาจควบคุมหรือฝ่ายจัดการและสร้างความมั่นใจให้กับบุคคลภายนอก เพื่อให้การปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล คณะกรรมการควรจัดให้มีคณะกรรมการ ชุดย่อยต่างๆ เพื่อช่วยศึกษาและกลั่นกรองงานตามความจำเป็น โดยเฉพาะในกรณีที่ต้องอาศัยความเป็นกลางในการวินิจฉัย และควรกำหนดนโยบาย บทบาท หน้าที่รับผิดชอบ กระบวนการทำงาน เช่น การดำเนินการประชุมและการรายงานต่อคณะกรรมการไว้อย่างชัดเจนกรรมการทุกคนควรเข้าใจเป็นอย่างดีถึงหน้าที่ความรับผิดชอบของกรรมการและลักษณะการดำเนินธุรกิจของ บริษัท พร้อมทั้งจะแสดงความคิดเห็นของตนอย่างเป็นอิสระและปรับปรุงตัวเองให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา กรรมการควรปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ระวังระมัดระวังและรอบคอบ โดยคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของบริษัทและเป็นธรรมต่อผู้ถือหุ้นทุกคน โดยได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วน นอกจากนี้กรรมการทุกคนควรอุทิศเวลาให้เพียงพอเพื่อปฏิบัติหน้าที่ตามความรับผิดชอบได้อย่างเต็มที่ที่เป็นหน้าที่ของกรรมการที่ต้องเข้าประชุมคณะกรรมการทุกครั้ง ยกเว้นกรณีที่มีเหตุผลพิเศษจริงๆ การกำหนดค่าตอบแทนกรรมการเป็นเรื่องเกี่ยวกับผลประโยชน์ของกรรมการโดยตรง กรรมการจึงไม่ควรอนุมัติค่าตอบแทนของตนเอง คณะกรรมการควรจัดให้มีกระบวนการกำหนดค่าตอบแทนที่โปร่งใสและขอความเห็นชอบ จากผู้ถือหุ้น ระดับและองค์ประกอบของค่าตอบแทนกรรมการควรเหมาะสมและเพียงพอที่จะจูงใจและรักษากรรมการที่มีคุณภาพตามที่ต้องการ แต่ควรหลีกเลี่ยงการจ่ายที่เกินสมควร

แนวปฏิบัติที่ดี

1. โครงสร้างคณะกรรมการ

1.1 คณะกรรมการควรกำหนดจำนวนกรรมการที่ควรจะมีและองค์ประกอบที่ควรจะเป็นของคณะกรรมการด้วยความเห็นชอบจากที่ประชุมผู้ถือหุ้น คณะกรรมการควรประกอบด้วยกรรมการอิสระอย่างน้อย 1 ใน 3 ของกรรมการทั้งคณะแต่ต้องไม่น้อยกว่า 3 คน นอกจากนี้จำนวนกรรมการที่เหลือควรเป็นไปตามสัดส่วนอย่างยุติธรรมของเงินลงทุนของผู้ถือหุ้นแต่ละกลุ่ม

1.2 คณะกรรมการควรกำหนดวาระการดำรงตำแหน่งของกรรมการไว้อย่างชัดเจน โดยระบุไว้ในนโยบายการกำกับดูแลกิจการ

1.3 คณะกรรมการควรพิจารณาความเหมาะสมของการกำหนดคุณสมบัติของ “กรรมการอิสระ” เช่น ควรกำหนดให้เข้มงวดกว่าข้อกำหนดขั้นต่ำของสำนักงาน ก.ล.ต. และตลาดหลักทรัพย์ฯหรือไม่เพื่อให้กรรมการอิสระของบริษัทมีความเป็นอิสระอย่างแท้จริงเหมาะสมกับลักษณะเฉพาะของบริษัท

1.4 ประสิทธิภาพของการปฏิบัติหน้าที่ในฐานะกรรมการบริษัทอาจลดลงหากจำนวนบริษัทที่กรรมการไปดำรงตำแหน่งมีมากเกินไป ดังนั้น คณะกรรมการควรพิจารณาประสิทธิภาพการทำงานของกรรมการที่ดำรงตำแหน่งหลายบริษัทอย่างรอบคอบ หรือกำหนดจำนวนบริษัทที่กรรมการแต่ละคนจะไปดำรงตำแหน่งให้เหมาะสมกับลักษณะหรือสภาพธุรกิจของบริษัท และควรให้มีการเปิดเผยข้อมูลการดำรงตำแหน่งของกรรมการแต่ละคนให้ผู้ถือหุ้นทราบ

1.5 คณะกรรมการควรกำหนดนโยบายและวิธีปฏิบัติในการไปดำรงตำแหน่งกรรมการที่บริษัทอื่นของกรรมการผู้จัดการและผู้บริหารระดับสูงของบริษัทอย่างชัดเจนทั้งประเภทของตำแหน่งกรรมการและจำนวนบริษัทที่สามารถไปดำรงตำแหน่งได้ เช่น ต้องผ่านความเห็นชอบจากคณะกรรมการก่อน เป็นต้น

1.6 ประธานกรรมการและกรรมการผู้จัดการมีหน้าที่ความรับผิดชอบต่างกัน คณะกรรมการควรกำหนดอำนาจหน้าที่ของประธานกรรมการและกรรมการผู้จัดการให้ชัดเจน และเพื่อไม่ให้คนใดคนหนึ่งมีอำนาจโดยไม่จำกัด ควรแยกบุคคลที่ดำรงตำแหน่งประธานกรรมการออกจากบุคคลที่ดำรงตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ

1.7 คณะกรรมการควรเลือกให้กรรมการอิสระดำรงตำแหน่งประธานกรรมการ

1.8 บริษัทควรมีเลขานุการบริษัทซึ่งทำหน้าที่ให้คำแนะนำด้านกฎหมายและกฎเกณฑ์ต่างๆ ที่คณะกรรมการจะต้องทราบและปฏิบัติหน้าที่ในการดูแลกิจกรรมของคณะกรรมการรวมทั้งประสานงานให้มีการปฏิบัติตามมติคณะกรรมการ

2. คณะกรรมการชุดย่อย

2.1 นอกจากคณะกรรมการตรวจสอบที่ต้องจัดให้มีตามข้อกำหนดของตลาด

หลักทรัพย์ฯ แล้ว คณะกรรมการควรพิจารณาจัดให้มีคณะกรรมการชุดย่อยอื่นเพื่อกำกับดูแลกิจการที่ดี ดังนี้ คณะกรรมการพิจารณาคำตอบแทนทำหน้าที่พิจารณาหลักเกณฑ์ในการจ่ายและรูปแบบคำตอบแทนของกรรมการและผู้บริหารระดับสูง เพื่อเสนอความเห็นต่อคณะกรรมการ โดยคณะกรรมการเป็นผู้อนุมัติคำตอบแทนของผู้บริหารระดับสูง ส่วนคำตอบแทนของกรรมการ คณะกรรมการจะต้องนำเสนอที่ประชุมผู้ถือหุ้นให้เป็นผู้อนุมัติคณะกรรมการสรรหาทำหน้าที่พิจารณาหลักเกณฑ์และกระบวนการในการสรรหาบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเพื่อดำรงตำแหน่งกรรมการและผู้บริหารระดับสูง รวมทั้งคัดเลือกบุคคลตามกระบวนการสรรหาที่ได้กำหนดไว้ และเสนอความเห็นต่อคณะกรรมการ ซึ่งจะนำเสนอที่ประชุมผู้ถือหุ้นให้เป็นผู้แต่งตั้งกรรมการ

2.2 เพื่อความโปร่งใสและเป็นอิสระในการปฏิบัติหน้าที่ สมาชิกส่วนใหญ่ของคณะกรรมการชุดย่อยควรเป็นกรรมการอิสระและประธานคณะกรรมการชุดย่อยควรเป็นกรรมการอิสระ

2.3 ประธานคณะกรรมการไม่ควรเป็นประธานหรือสมาชิกในคณะกรรมการชุดย่อย เพื่อให้การทำหน้าที่ของคณะกรรมการชุดย่อยมีความเป็นอิสระอย่างแท้จริง

3. บทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการ

3.1 คณะกรรมการควรทำหน้าที่พิจารณาและให้ความเห็นชอบในเรื่องที่สำคัญเกี่ยวกับการดำเนินงานของบริษัท เช่น วัตถุประสงค์และภารกิจ กลยุทธ์ เป้าหมายทางการเงิน ความเสี่ยง แผนงาน และงบประมาณ รวมทั้งกำกับ ควบคุม ดูแลให้ฝ่ายจัดการดำเนินงานตามนโยบายและแผนที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

3.2 คณะกรรมการควรจัดให้มีนโยบายการกำกับดูแลกิจการของบริษัทเป็นลายลักษณ์อักษร และให้ความเห็นชอบนโยบายดังกล่าว คณะกรรมการควรทบทวนนโยบายและการปฏิบัติตามนโยบายดังกล่าวเป็นประจำ อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

3.3 คณะกรรมการควรส่งเสริมให้จัดทำจรรยาบรรณธุรกิจที่เป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อให้กรรมการ ผู้บริหารและพนักงานทุกคนเข้าใจถึงมาตรฐานด้านจริยธรรมที่บริษัทใช้ในการดำเนินธุรกิจ คณะกรรมการควรติดตามให้มีการปฏิบัติตามจรรยาบรรณดังกล่าวอย่างจริงจัง

3.4 คณะกรรมการควรพิจารณาเรื่องความขัดแย้งของผลประโยชน์อย่างรอบคอบ การพิจารณาการทำรายการที่อาจมีความขัดแย้งของผลประโยชน์ควรมีแนวทางที่ชัดเจนและเป็นไปเพื่อผลประโยชน์ของบริษัทและผู้ถือหุ้นโดยรวมเป็นสำคัญโดยที่ผู้มีส่วนได้เสียไม่ควรมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และคณะกรรมการควรกำกับดูแลให้มีการปฏิบัติตามข้อกำหนดเกี่ยวกับขั้นตอนการดำเนินการ และการเปิดเผยข้อมูลของรายการที่อาจมีความขัดแย้งของผลประโยชน์ให้ถูกต้องครบถ้วน

3.5 คณะกรรมการควรจัดให้มีระบบการควบคุมด้านการดำเนินงาน ด้านรายงานทางการเงิน ด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบ และนโยบาย คณะกรรมการควรจัดให้มีบุคคลหรือหน่วยงานที่มีความเป็นอิสระในการปฏิบัติหน้าที่ เป็นผู้รับผิดชอบในการตรวจสอบระบบการควบคุมดังกล่าว และควรทบทวนระบบอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

3.6 คณะกรรมการควรกำหนดนโยบายด้านการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Policy) ให้ครอบคลุมทั้งองค์กร โดยให้ฝ่ายจัดการเป็นผู้ปฏิบัติตามนโยบายและรายงานให้คณะกรรมการทราบเป็นประจำ และควรมีการทบทวนระบบหรือประเมินประสิทธิภาพของการจัดการความเสี่ยงอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง และในทุกๆ ระยะเวลาที่พบว่าระดับความเสี่ยงมีการเปลี่ยนแปลง ภายใต้ทิศทางที่กำหนด ซึ่งรวมถึงการให้ความสำคัญกับสัญญาณเตือนภัยล่วงหน้าและรายการผิดปกติทั้งหลาย

4. การประชุมคณะกรรมการ

4.1 บริษัทควรจัดให้มีกำหนดการประชุมคณะกรรมการเป็นการล่วงหน้า และแจ้งให้กรรมการแต่ละคนทราบกำหนดการดังกล่าว เพื่อให้กรรมการสามารถจัดเวลาและเข้าร่วมประชุมได้

4.2 จำนวนครั้งของการประชุมคณะกรรมการควรพิจารณาให้เหมาะสมกับภาระหน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการและลักษณะการดำเนินธุรกิจของบริษัท ในกรณีที่บริษัทไม่ได้มีการประชุมทุกเดือน บริษัทควรจัดทำรายงานผลการดำเนินงานเสนอให้คณะกรรมการ ทราบทุกเดือนเพื่อให้คณะกรรมการสามารถกำกับ ควบคุมและดูแลการปฏิบัติงานของฝ่ายจัดการได้อย่างต่อเนื่อง และทันการ

4.3 ประธานกรรมการและกรรมการผู้จัดการควรร่วมกันพิจารณาการเลือกเรื่องเข้าวาระการประชุมคณะกรรมการ โดยดูให้แน่ใจว่าเรื่องที่สำคัญได้นำเข้าร่วมไว้แล้ว กรรมการแต่ละคนมีความเป็นอิสระที่จะเสนอเรื่องเข้าวาระการประชุม

4.4 เอกสารประกอบการประชุมควรส่งให้แก่กรรมการเป็นการล่วงหน้า เอกสารดังกล่าวควรมีลักษณะโดยย่อเท่าที่เป็นไปได้ แต่ให้สารสนเทศทุกอย่างที่ต้องการ สำหรับเรื่องที่ไม่ประสงค์เปิดเผยเป็นลายลักษณ์อักษรก็ให้นำเรื่องอภิปรายกันในที่ประชุม

4.5 ประธานกรรมการควรจัดสรรเวลาไว้อย่างเพียงพอที่ฝ่ายจัดการจะเสนอเรื่องและมากพอที่กรรมการจะอภิปรายปัญหาสำคัญกันอย่างรอบคอบโดยทั่วกัน ประธานกรรมการควรส่งเสริมให้มีการใช้ดุลยพินิจที่รอบคอบ กรรมการทุกคนควรให้ความสนใจกับประเด็นทุกเรื่องที่น่าสนใจที่ประชุม รวมทั้งประเด็นการกำกับดูแลกิจการ

4.6 คณะกรรมการควรสนับสนุนให้กรรมการผู้จัดการเชิญผู้บริหารระดับสูงเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการเพื่อให้สารสนเทศรายละเอียดเพิ่มเติมในสถานะที่เกี่ยวข้องกับปัญหาโดยตรง และเพื่อมีโอกาสรู้จักผู้บริหารระดับสูงสำหรับใช้ประกอบการพิจารณาแผนการสืบพหอดงาน

4.7 คณะกรรมการควรเข้าถึงสารสนเทศที่จำเป็นเพิ่มเติมได้จากกรรมการผู้จัดการหรือเลขานุการบริษัท หรือผู้บริหารอื่นที่ได้รับมอบหมาย ภายในขอบเขตนโยบายที่กำหนดไว้

4.8 คณะกรรมการควรถือเป็นนโยบายให้กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหารมีโอกาสที่จะประชุมระหว่างกันเองตามความจำเป็นเพื่ออภิปรายปัญหาต่างๆเกี่ยวกับการจัดการที่อยู่ในความสนใจ โดยไม่มีฝ่ายจัดการร่วมด้วย และควรแจ้งให้กรรมการผู้จัดการทราบถึงผลการประชุมด้วย

5. การประเมินตนเองของคณะกรรมการ

5.1 คณะกรรมการควรประเมินผลการปฏิบัติงานด้วยตนเองเป็นประจำ เพื่อให้คณะกรรมการร่วมกันพิจารณาผลงานและปัญหา เพื่อการปรับปรุงแก้ไขต่อไป โดยควรกำหนดบรรทัดฐานที่จะใช้เปรียบเทียบกับผลปฏิบัติงานอย่างมีหลักเกณฑ์

5.2 ควรประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการโดยรวมและ/หรือเฉพาะในบางเรื่อง ซึ่งไม่ได้มุ่งที่กรรมการผู้ใดผู้หนึ่งเป็นรายตัว ส่วนการประเมินผลการเป็นรายบุคคลสามารถทำได้ แต่เป็นเรื่องละเอียดอ่อน จึงควรกระทำด้วยความระมัดระวังและรอบคอบ

6. ค่าตอบแทน

6.1 ค่าตอบแทนของกรรมการควรจัดให้อยู่ในลักษณะที่เปรียบเทียบได้กับระดับที่ปฏิบัติอยู่ในอุตสาหกรรม ประสิทธิภาพภาระหน้าที่ ขอบเขตของบทบาทและความรับผิดชอบ (Accountability and Responsibility) รวมถึงประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากกรรมการแต่ละคน กรรมการที่ได้รับมอบหมายหน้าที่และความรับผิดชอบเพิ่มขึ้น เช่น เป็นสมาชิกของคณะกรรมการ ชูช้อยควรได้รับค่าตอบแทนเพิ่มที่เหมาะสมด้วย

6.2 ค่าตอบแทนของกรรมการผู้จัดการและผู้บริหารระดับสูงควรเป็นไปตามหลักการและนโยบายที่คณะกรรมการกำหนดภายในกรอบที่ได้รับอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้น และเพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัท ระดับค่าตอบแทนเป็นเงินเดือน โบนัส และผลตอบแทนงู้อ่งในระยะยาวควรสอดคล้องกับผลงานของบริษัทและผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารแต่ละคน

6.3 กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหารทั้งหมดหรือคณะกรรมการพิจารณาค่าตอบแทนควรเป็นผู้ประเมินผลการผู้จัดการเป็นประจำทุกปีเพื่อนำไปใช้ในการพิจารณาคำหนดค่าตอบแทนของกรรมการผู้จัดการ โดยใช้บรรทัดฐานที่ได้ตกลงกันล่วงหน้ากับกรรมการผู้จัดการตามเกณฑ์ที่เป็นรูปธรรม ซึ่งรวมถึงผลปฏิบัติงานทางการเงิน ผลงานเกี่ยวกับการปฏิบัติตามวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ในระยะยาว การพัฒนาผู้บริหาร ฯลฯ ผลประเมินข้างต้นควรเสนอให้คณะกรรมการพิจารณาให้ความเห็นชอบและประธานกรรมการหรือกรรมการอาวุโสควรเป็นผู้สื่อสารผลการพิจารณาให้กรรมการผู้จัดการทราบ

7. การพัฒนากรรมการและผู้บริหาร

7.1 คณะกรรมการควรส่งเสริมและอำนวยความสะดวกให้มีการฝึกอบรมและการให้ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้องในระบบการกำกับดูแลกิจการของบริษัท เช่น กรรมการ กรรมการตรวจสอบ ผู้บริหาร เลขานุการบริษัท เป็นต้น เพื่อให้มีการปรับปรุงการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง การฝึกอบรมและให้ความรู้ อาจกระทำการภายในบริษัทหรือใช้บริการของสถาบันภายนอก

7.2 ทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลงกรรมการใหม่ ฝ่ายจัดการควรจัดให้มีเอกสารและข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการใหม่ รวมถึงการจัดให้มีการแนะนำลักษณะธุรกิจ และแนวทางการดำเนินธุรกิจของบริษัทให้แก่กรรมการใหม่

7.3 คณะกรรมการควรกำหนดให้กรรมการผู้จัดการรายงาน เพื่อทราบเป็นประจำถึงแผนการพัฒนาและสืบทอดงาน ซึ่งกรรมการผู้จัดการและผู้บริหารระดับสูงควรมีการเตรียมให้พร้อมเป็นแผนที่ต่อเนื่องถึงผู้สืบทอดงานในกรณีที่ตนไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้

7.4 คณะกรรมการควรจัดให้มีโครงการสำหรับพัฒนาผู้บริหาร โดยให้กรรมการผู้จัดการรายงานเป็นประจำทุกปีถึงสิ่งที่ได้ทำไปในระหว่างปี และควรพิจารณาความถี่กันไป เมื่อพิจารณาแผนสืบทอดงาน

4. ความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรม

มาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อสังคม พ.ศ. 2553 (2553:2) การดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมในปัจจุบันต้องเผชิญกับการแข่งขัน และความท้าทายด้านต่าง ๆ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี แรงกดดันจากสถานะแข่งขันที่มีแนวโน้มรุนแรงมากขึ้นเป็นลำดับ รวมทั้งกระแสโลกหรือโลกาภิวัตน์ทำให้การดำเนินธุรกิจต้องปรับตัว เพื่อให้เติบโตและพัฒนาได้อย่างยั่งยืน (Sustainable Growth and Development) ดังนั้น การแสดงถึงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและสังคมควบคู่ไปกับการเสริมสร้างประสิทธิภาพและการเติบโตทางธุรกิจ เป็นเรื่องที่มีความจำเป็นอย่างมากในปัจจุบันและอนาคต กระแสหรือแนวโน้มของมาตรฐานใหม่ ๆ ที่จะมีการประกาศและส่งผลกระทบโดยตรงต่อผู้ประกอบการหรือโรงงานอุตสาหกรรม จะมุ่งเน้นในเรื่องความปลอดภัย สุขอนามัย การส่งเสริมและปกป้องธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์ และประหยัดพลังงาน การคุ้มครองแรงงาน สิทธิขั้นพื้นฐานของมนุษยชน ความรับผิดชอบต่อสังคม การสร้างนวัตกรรม และการพัฒนาความเป็นอยู่ของมนุษย์เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน ปัจจุบันองค์ระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน (International Organization for Standardization : ISO) ได้จัดทำร่างมาตรฐานระหว่างประเทศว่าด้วยการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO 26000 Social Responsibility) ซึ่งมีแผนจะประกาศใช้ในปี พ.ศ. 2553 ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมของประเทศไทยจึงจำเป็นต้องรับทราบ และเตรียมความพร้อมเพื่อปรับตัวเข้าสู่มาตรฐานดังกล่าวโดยมีแนวทางพัฒนาอย่างเป็นระบบ เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน สร้างความเชื่อมั่นและเป็นที่ยอมรับ

มาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อสังคม พ.ศ. 2553

ความหมาย

มาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อสังคม พ.ศ. 2553 CSR-DIW คือ ความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อสังคมและ

สิ่งแวดล้อม อันเนื่องมาจาก การตัดสินใจและการดำเนินกิจกรรมขององค์กร ด้วยความโปร่งใสและมีจริยธรรม โดย สอดคล้องกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งรวมถึงสุขภาพและสวัสดิการของสังคม สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสอดคล้องตามกฎหมาย และข้อกำหนดอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง สามารถนำมาบูรณาการทั่วทั้งองค์กรได้

หลักการความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR-DIW)

ประกอบด้วย

1. หลักการความรับผิดชอบต่อที่ตรวจสอบได้
2. หลักการความโปร่งใส
3. หลักการปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม
4. หลักการยอมรับถึงผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
5. หลักการเคารพต่อหลักนิติธรรม
6. หลักการเคารพต่อแนวปฏิบัติสากล
7. หลักการเคารพสิทธิมนุษยชน

1. หลักการความรับผิดชอบต่อที่ตรวจสอบได้ (Accountability)

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมควรมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในสิ่งที่ เป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นจากองค์กร โดยองค์กรควรยอมรับการตรวจสอบและพร้อมที่จะรับผิดชอบต่อ ในผลการตรวจสอบนั้น ความรับผิดชอบต่อที่ตรวจสอบได้ถือเป็นหน้าที่ของผู้บริหารที่จะต้องตอบคำถาม ต่อผู้มี อำนาจตัดสินใจที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ขององค์กร หน่วยงานที่มีอำนาจตามกฎหมายและชุมชน ที่ได้รับ ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการตัดสินใจและกิจกรรมขององค์กร ระดับของความรับผิดชอบต่อที่ตรวจสอบได้ ควร จะสอดคล้องกับอำนาจหน้าที่ของผู้บริหารซึ่งมีอำนาจตัดสินใจ ในกรณีที่เกิดการกระทำที่ผิดพลาด ขึ้น จะต้องหามาตรการที่เหมาะสมในการแก้ไขสิ่งที่ผิดพลาดนั้น และดำเนินการป้องกันไม่ให้เกิด ซ้ำ

2. หลักการความโปร่งใส (Transparency)

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมควรมีความโปร่งใสในการตัดสินใจและการดำเนินกิจกรรม ขององค์กรที่มีผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ผู้ประกอบการควรเปิดเผยนโยบาย การตัดสินใจ และการดำเนินกิจกรรมที่รับผิดชอบต่อชัดเจน ถูกต้องและครบถ้วน โดยข้อมูลดังกล่าวควรเตรียมพร้อม ไว้สำหรับผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการตัดสินใจและการดำเนินกิจกรรมขององค์กรให้สามารถที่จะเข้าถึงได้ ข้อมูลดังกล่าวควรเหมาะสมกับช่วงเวลา เป็นข้อเท็จจริง และชัดเจน

3. หลักการปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม (Ethical behavior)

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมควรปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม และอยู่บนพื้นฐานของความ ซื่อสัตย์ ความยุติธรรม โดยคำนึงถึงคน สัตว์และสิ่งแวดล้อม และมุ่งเน้นไปที่ผลประโยชน์ของผู้มี ส่วนได้ส่วนเสีย ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมควรมีการพัฒนาโครงสร้างธรรมาภิบาลที่ช่วยส่งเสริม

ให้เกิดการปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม พร้อมทั้งมีกลไกในการควบคุมดูแลให้เกิดการปฏิบัติ การรายงาน ผลการปฏิบัติ การป้องกันและการแก้ไขที่ไม่ก่อให้เกิดการขัดแย้งคือผลประโยชน์ขององค์กรที่จะนำไปสู่การปฏิบัติอย่างไม่มีจริยธรรม

4. หลักการยอมรับถึงผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Respect for Stakeholder Interests)

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมควรชี้แจงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เคารพต่อผลประโยชน์และความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สำนักในสิทธิทางกฎหมายและผลประโยชน์ที่ชอบด้วยกฎหมาย คำนึงถึงความสามารถของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการติดต่อและการเข้าไปดำเนินการร่วมกับองค์กร คำนึงถึงความสัมพันธ์ระหว่างผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร นอกจากนี้ควรพิจารณามุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่อาจจะถูกกระทบจากการตัดสินใจหรือการดำเนินกิจกรรมขององค์กร

5. หลักการเคารพต่อหลักนิติธรรม (Respect for the Rule of Law)

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต้องยอมรับในการปฏิบัติตามหลักนิติธรรม โดยผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต้องดำเนินการให้สอดคล้องกับกฎหมายและข้อกำหนดอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมขององค์กร และอยู่ภายใต้กรอบของกฎหมาย รวมทั้งสอดคล้องกับกฎข้อบังคับที่ออกด้วยอำนาจกฎหมาย นโยบาย กฎระเบียบ และระเบียบปฏิบัติขององค์กรอย่างเหมาะสมและเป็นธรรม พร้อมทั้งแจ้งข้อมูลตามภาระหน้าที่ตามกฎหมาย และทบทวนกฎหมายเป็นระยะ

6. หลักการเคารพต่อแนวปฏิบัติสากล (Respect for International Norms of Behavior)

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมควรเคารพและยึดมั่นต่อแนวปฏิบัติสากล หลักเล็งการร่วมกับองค์กรอื่นในการดำเนินกิจกรรมที่ผิดต่อแนวปฏิบัติสากล และในสถานการณ์ที่ขัดกับแนวปฏิบัติสากล ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมควรพิจารณาความเหมาะสม ทบทวนการดำเนินกิจกรรมและความสัมพันธ์ภายใต้ขอบเขตอำนาจของกฎหมาย ในกรณีที่ไม่มีกฎหมายคุ้มครองทางสังคม และสิ่งแวดล้อมในประเทศที่องค์กรตั้งอยู่ องค์กรควรพิจารณายึดหลักปฏิบัติตามสากล

7. หลักการเคารพต่อสิทธิมนุษยชน (Respect for Human Rights)

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต้องเคารพต่อสิทธิมนุษยชนในระดับสากล ที่สามารถนำไปปรับใช้ได้ในทุกประเทศ ทุกวัฒนธรรม และทุกสถานการณ์ ในสถานการณ์ที่สิทธิมนุษยชนไม่ได้ถูกปกป้อง องค์กรต้องจัดการให้เกิดการเคารพสิทธิมนุษยชนอย่างถูกต้อง และหลีกเลี่ยงสถานการณ์การได้มาซึ่งผลประโยชน์ในสถานการณ์ที่กฎหมายในประเทศหรือการดำเนินงานไม่ได้มีการปกป้องสิทธิมนุษยชนอย่างเหมาะสม ให้ยึดถือหลักการเคารพต่อแนวปฏิบัติสากล

แนวปฏิบัติของมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคม
 ธุรกิจต้องดำเนินการตามเกณฑ์ที่แต่ละธุรกิจกำหนด ส่วนการดำเนินการในขั้นต่อไป ให้ขึ้นกับความพร้อมของธุรกิจแต่ละแห่งที่แตกต่างกันไป โดยหลักสำคัญของการปฏิบัติตามแนวทาง CSR ควรอยู่บนหลักพอประมาณที่ธุรกิจต้องไม่เบียดเบียนตนเอง และขณะเดียวกันก็ต้องไม่เบียดเบียนสังคม สำหรับแนวปฏิบัติในเรื่อง CSR แบ่งได้เป็น 8 หัวข้อ ดังนี้

1. การกำกับดูแลกิจการที่ดี
2. การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม
3. การเคารพสิทธิและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม
4. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค
5. การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม
6. การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม
7. การเผยแพร่วัฒนธรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม
8. การจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

ดังนั้นหากธุรกิจที่ได้ดำเนินการเรื่อง CSR ควบคู่กับประกอบการอุตสาหกรรมด้วยนั้น พบว่าจะทำให้ได้รับผลดีตอบแทนกลับมายังธุรกิจทั้งประโยชน์ทางตรงและทางอ้อม เช่น การสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ธุรกิจ การได้รับความนิยมนับถือและความไว้วางใจจากลูกค้า ตลอดจนการมีภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น ทั้งจากมุมมองของพนักงาน ผู้ถือหุ้น นักลงทุน ฯลฯ

1. การกำกับดูแลกิจการที่ดี

หลักการ

การกำกับดูแลกิจการที่ดี เป็นการทำให้มีระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ โปร่งใส ตรวจสอบได้ ซึ่งจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความมั่นใจต่อผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน ผู้มีส่วนได้เสีย และผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ซึ่งนำไปสู่ความเติบโตและเสถียรภาพทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนของธุรกิจ

แนวปฏิบัติ

1. สร้างให้เกิดสภาพแวดล้อมในการทำงาน โดยยึดหลักความรับผิดชอบต่อสังคมที่ตรวจสอบได้ มีความโปร่งใส มีจริยธรรมเคารพต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สนใจและเคารพต่อกฎหมาย
2. ใช้ทรัพยากรทางการเงิน ทรัพยากรบุคคลและมนุษย์อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ
3. ส่งเสริมให้เกิดสมดุลระหว่างความต้องการขององค์กรกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
4. กระตุ้นกระบวนการสื่อสารแบบสองทางระหว่างองค์กรกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
5. ส่งเสริมให้พนักงานเข้าร่วมในกระบวนการตัดสินใจขององค์กรในประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม
6. สร้างสมดุลในระดับของบุคลากรที่ตัดสินใจในนามขององค์กร เรื่องอำนาจหน้าที่ ความรับผิดชอบต่อสังคมและความสามารถ

7. ติดตามผลที่เกิดจากการตัดสินใจในกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร ทั้งด้านบวกและลบ

2. การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม

หลักการ

การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรมย่อมก่อให้เกิดความเชื่อมั่นกับผู้เกี่ยวข้อง อันจะส่งผลดีต่อกิจการในระยะยาว ทั้งนี้ ธุรกิจควรถือปฏิบัติตามแนวทางเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในการดำเนินธุรกิจ โดยไม่เห็นแก่ผลประโยชน์อื่นที่อาจได้มาจากการดำเนินงานที่ไม่ถูกต้องตามทำนองคลองธรรม

แนวปฏิบัติ

1. หลีกเลี่ยงการดำเนินการที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์หรือหากพบว่ามี ความขัดแย้งทางผลประโยชน์เกิดขึ้น ก็ควรจัดให้มีกระบวนการไกล่เกลี่ยที่เป็นธรรมและมีการเปิดเผย ข้อมูลที่สำคัญอย่างครบถ้วน
2. ส่งเสริมการแข่งขันทางการค้าอย่างเสรี หลีกเลี่ยงพฤติกรรมการเล่นพรรคเล่นพวก หรือร่วมสมคบคิด (ฮั้วกัน)
3. ไม่สนับสนุนการดำเนินการที่มีลักษณะเป็นการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาหรือลิขสิทธิ์
4. จัดให้มีระบบการบริหารจัดการที่สามารถป้องกันการจ่ายสินบนและทุจริต หรือ สามารถตรวจสอบพบได้โดยไม่ชักช้าหากเกิดกรณีดังกล่าวขึ้น
5. ผนวกให้พนักงานเห็นความสำคัญของการต่อต้านการทุจริต รวมทั้งการกรรโชก และการให้สินบนในทุกรูปแบบ

3. การเคารพสิทธิและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม

หลักการ

ทรัพยากรบุคคลเป็นปัจจัยสำคัญของธุรกิจในการสร้างมูลค่าเพิ่มและเพิ่มผลผลิต ดังนั้น ธุรกิจควรปรับปรุงสภาพแวดล้อมและเงื่อนไขในการทำงาน ให้พนักงานมีคุณภาพชีวิตที่ดี และได้มีโอกาสแสดงศักยภาพ ตลอดจนได้รับโอกาสในการฝึกฝนและเพิ่มพูนทักษะในการทำงาน

แนวปฏิบัติ

1. สนับสนุนและเคารพในการปกป้องสิทธิมนุษยชน โดยหมั่นตรวจสอบดูแลให้ธุรกิจ ของ ตนเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับการล่วงละเมิดสิทธิมนุษยชน เช่น ไม่สนับสนุนการบังคับใช้แรงงาน ค่อด้านการใช้แรงงานเด็ก เป็นต้น
2. จัดให้มีระบบการทำงานที่มุ่งเน้นความปลอดภัยและสุขอนามัยในสถานที่ทำงาน อย่างเหมาะสม เช่น การมีระบบป้องกันมลพิษที่อาจเกิดขึ้นในระหว่างการทำงาน การจัดให้มี สถานที่ทำงานที่สะอาดเพื่อความปลอดภัยจากอันตรายที่อาจเกิดขึ้นทั้งจากอุบัติเหตุและโรคภัย

3. พัฒนานักงานเพื่อฝึกฝนทักษะและเพิ่มพูนศักยภาพ โดยเปิดโอกาสให้พนักงานมีการเรียนรู้ และเลื่อนตำแหน่งเมื่อมีโอกาสที่เหมาะสม

4. จัดให้มีเงื่อนไขการจ้างงานที่เป็นธรรมสำหรับพนักงาน และให้พนักงานได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสมตามศักยภาพ

5. จัดให้มีกระบวนการร้องเรียนอย่างเหมาะสมสำหรับพนักงานที่ได้รับการปฏิบัติอย่างไม่เป็นธรรม

6. จัดให้มีการดูแลในเรื่องสวัสดิการแก่พนักงานตามสมควร เช่น จัดให้มีวันลาพักผ่อนประจำปี การทำงานล่วงเวลาที่สมเหตุสมผล การรักษาพยาบาลตามความจำเป็นและสมควร

7. ส่งเสริมให้พนักงานมีคุณภาพในการใช้ชีวิตระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว มีการพิจารณาใช้หลักธรรม หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และส่งเสริมให้พนักงานมีโอกาสบำเพ็ญประโยชน์ ทำความดีเพื่อสังคม รวมทั้งการปฏิบัติตามหลักธรรมของศาสนาต่าง ๆ อย่างเท่าเทียมกัน

8. จัดให้มีนโยบายปกป้องพนักงาน ไม่กลั่นแกล้ง หรือลงโทษทางวินัยกับพนักงานที่มีการรายงานอย่างสุจริตต่อผู้บริหารหรือหน่วยงานของรัฐเกี่ยวกับการกระทำที่ไม่ถูกต้องที่เกิดขึ้นภายในองค์กรธุรกิจ (Whistleblower Protection)

9. ให้ข้อมูลสำคัญแก่พนักงานและตัวแทนพนักงานเพื่อให้ทราบผลการดำเนินงาน และสภาพที่แท้จริงขององค์กรธุรกิจ

10. สนับสนุนการหารือความร่วมมือระหว่างนายจ้างกับพนักงานและตัวแทนพนักงาน เพื่อให้เกิดการพัฒนาคุณภาพชีวิตการทำงาน

4. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

หลักการ

สินค้าและบริการของธุรกิจไม่ควรก่อให้เกิดความเสี่ยงหรืออันตรายต่อผู้บริโภค ทั้งนี้ธุรกิจควรปรับปรุงมาตรฐานของสินค้าและบริการให้มีความเป็นสากลและให้ทุกคนสามารถเข้าถึงได้ รวมทั้งควรพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อเป็นประโยชน์ในการช่วยแก้ไขปัญหาของสังคมด้วย

แนวปฏิบัติ

1. ผลิตสินค้าและบริการที่ปลอดภัยและไว้วางใจได้ โดยไม่ผลิตสินค้าที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพของผู้บริโภค รวมถึงมีกระบวนการเรียกคืนสินค้า/บริการที่ไม่ปลอดภัย

2. จัดเก็บข้อมูลผู้บริโภคอย่างปลอดภัย ไม่ส่งต่อข้อมูลผู้บริโภคให้กับผู้อื่นนอกจากจะได้รับความยินยอมจากผู้บริโภคก่อน

3. ให้ข้อมูลที่ถูกต้องและเพียงพอแก่ผู้บริโภค โดยคำนึงถึงสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของผู้บริโภคเป็นสำคัญ เช่น ไม่โฆษณาเกินจริง ฉลากสินค้าควรมีข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน ใช้ภาษาเรียบง่ายต่อการทำความเข้าใจ บอกรีวิวการใช้สินค้าอย่างปลอดภัยรวมถึงการกำจัดซากขยะหลังการใช้งาน เป็นต้น

4. กระตุ้นให้ผู้บริโภคและผู้ผลิตเห็นความสำคัญของการใช้สินค้า/บริการที่คำนึงถึงเรื่องสิ่งแวดล้อมและสังคมมากขึ้น

5. พัฒนาผลิตภัณฑ์ สินค้า และบริการของธุรกิจให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร ควบคู่ไปกับการนำพาสังคมผู้บริโภคให้เป็นสังคมคนดี มีวัฒนธรรมและคุณธรรมที่ยังให้เกิดการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นได้ตลอดไปอย่างยั่งยืน

5. การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม

หลักการ

ชุมชนและสังคมที่เข้มแข็ง และมีการพัฒนาที่ยั่งยืนนั้น มีความสำคัญยิ่งในฐานะเป็นปัจจัยเอื้อต่อการดำเนินงานของธุรกิจ ดังนั้น ธุรกิจควรจัดกิจกรรมทางสังคม และมีส่วนร่วมในการส่งเสริมความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนและสังคมที่ได้รับผลกระทบจากกระบวนการผลิตสินค้า และบริการของธุรกิจโดยการแสดงตัวเป็นพลเมืองที่ดีของชุมชนนั้น พร้อมกับคิดค้นวิธีการที่จะลดและหยุดผลกระทบในทางลบต่อชุมชนและสังคม ที่เกิดจากกระบวนการดำเนินงานของธุรกิจในที่สุด

แนวปฏิบัติ

1. สำรวจ ตรวจสอบสภาพชุมชนและสังคมโดยรอบที่ตั้งของธุรกิจทั้งใกล้และไกลว่าได้รับผลกระทบในทางลบจากการดำเนินการของธุรกิจหรือโครงการที่จะดำเนินการในอนาคตมากน้อยเพียงใด เพื่อนำมาพิจารณาแก้ไข/ปรับปรุงการดำเนินการ มิให้เกิดผลกระทบในทางลบและสร้างความเสียหายต่อชุมชนและสังคมทั้งโดยตรงและทางอ้อม

2. สนับสนุนการดำเนินกิจกรรมอาสาที่เกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนและสังคม

3. ร่วมกันรักษาสภาพแวดล้อมในชุมชนและสังคมให้น่าอยู่

4. สนับสนุนให้ชุมชนและสังคมมีระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานต่าง ๆ อย่างเพียงพอ เช่น สถานศึกษา สถานพยาบาล ถนน เป็นต้น

5. สนับสนุนและมีส่วนร่วมในการบำเพ็ญประโยชน์สาธารณะ เช่น การจัดกิจกรรมส่งเสริมการทำความดี ลดอบายมุขเพื่อความอยู่ดีมีสุขภายใต้หลักเศรษฐกิจพอเพียง เป็นต้น

6. ในการจัดกิจกรรมหรือมีส่วนร่วมในการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนและสังคม ธุรกิจสามารถศึกษาหาความรู้ ขอความร่วมมือและขอรับการสนับสนุนได้จาก ก.ล.ต. สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (Corporate Social Responsibility Institute หรือ CSRI) ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ศูนย์ส่งเสริมธุรกิจเพื่อสังคม (CSR) กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ และหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง

6. การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

หลักการ

การเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรโลก บวกกับปัจจัยความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ นอกจากเป็นสาเหตุของการบริโภคทรัพยากรธรรมชาติจำนวนมากจนเกินกว่าความจำเป็น ยัง

ก่อให้เกิดมลภาวะทั้งทางน้ำ อากาศ ขยะ สารพิษ ฯลฯ ซึ่งส่งผลให้เกิดภาวะโลกร้อนตามมา โดยภาวะโลกร้อนดังกล่าวจะกระทบต่อมนุษย์และระบบนิเวศน์ต่อไป ดังนั้น ธุรกิจจึงมีหน้าที่ในการปรับปรุงคุณภาพชีวิตมนุษย์ด้วยการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อม โดยถือว่าการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมเป็นหน้าที่ร่วมกันของทุกคน

แนวปฏิบัติ

1. จัดให้มีระบบการบริหารงานด้านสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม และติดตามประเมินผลการดำเนินการดังกล่าวอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับประเด็นสิ่งแวดล้อม เช่น ระบบนิเวศน์ ปัญหาโลกร้อน มลภาวะ ฯลฯ
2. ใช้เทคโนโลยีและขั้นตอนการผลิตที่มีมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงการลดปริมาณและการบำบัดมลพิษก่อนปล่อยสู่ธรรมชาติ
3. ใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ มีมาตรการประหยัดพลังงาน และมีการนำทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่
4. พัฒนาสินค้าบริการที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม มีความปลอดภัยในการใช้งาน
5. ให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย และระบบสาธารณสุข แก่พนักงานและสาธารณชน
6. ส่งเสริมให้ลูกค้าตระหนักถึงข้อพึงระวังด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการใช้สินค้าและบริการของบริษัท
7. ให้ความรู้และฝึกอบรมพนักงานในเรื่องสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย และสาธารณสุข
8. จัดเตรียมแผนฉุกเฉิน เพื่อจัดการกับปัญหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้น รวมทั้งจัดให้มีระบบการรายงานต่อหน่วยงานกำกับดูแลทันทีที่เกิดเหตุการณ์ดังกล่าว

7. การเผยแพร่นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม

หลักการ

ในการดำเนินธุรกิจสามารถนำแนวคิด CSR มาประยุกต์ผสมผสานกับการวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจได้อย่างกลมกลืน โดยการพัฒนาความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์การดำเนินงานด้าน CSR และนำมาปรับใช้ คิดค้นให้เกิดนวัตกรรมในธุรกิจที่สามารถสร้างประโยชน์สูงสุดทั้ง ต่อธุรกิจ และสังคมไปพร้อม ๆ กัน (Innovative Business)

แนวปฏิบัติ

1. สำรวจกระบวนการต่างๆ ในการดำเนินธุรกิจที่ทำอยู่ในปัจจุบันว่าอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงหรือมีผลกระทบในทางลบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และศึกษาหาแนวทางแก้ไขเพื่อ ลดผลกระทบดังกล่าว โดยในระหว่างการดำเนินการอาจนำไปสู่การค้นพบนวัตกรรมทางธุรกิจ ซึ่งอาจมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้องในการแก้ไขหรือไม่ก็ได้ และไม่ควรหยุดนิ่งในการปรับและหาแนวทางการแก้ไขที่จะลดผลกระทบในเรื่องดังกล่าว

2. เปิดเผยนวัตกรรมที่ค้นพบในสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อกระตุ้นให้ผู้ประกอบการรายอื่นในธุรกิจได้ปฏิบัติตาม

8. การจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

หลักการ

ธุรกิจควรให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลที่สะท้อนให้เห็นการปฏิบัติตามแนวทาง CSR ที่กล่าวมาอย่างครบถ้วน โดยข้อมูลที่เปิดเผยนั้นนอกจากจะเป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) ทุกฝ่ายแล้ว ยังช่วยในการสอบทานให้ธุรกิจทราบได้ว่า ได้ดำเนินการในเรื่อง CSR ตรงกับเป้าหมายที่วางไว้

แนวปฏิบัติ

1. จัดทำรายงานเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR Report) โดยอาจจะระบุไว้ในรายงานประจำปี (Annual Report) หรือจัดทำเป็นฉบับแยกต่างหากจากรายงานประจำปี ที่เรียกว่ารายงานความยั่งยืน (Sustainability Report) ตามรูปแบบที่สากลยอมรับ และควรครอบคลุมเนื้อหาในหัวข้อดังต่อไปนี้เป็นอย่างน้อย

การดำเนินงานด้านธุรกิจ กล่าวถึงวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ของธุรกิจ ที่สะท้อนหลักการและแนวทางปฏิบัติตามหลักการ CSR โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการที่ดี และผลการดำเนินงาน

การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย กล่าวถึง นโยบายการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย กระบวนการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและการฟื้นฟูธรรมชาติ กระบวนการ บริหารจัดการด้านความปลอดภัย และกระบวนการจัดการของเสียและวัสดุเหลือใช้จากกระบวนการผลิต ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นประโยชน์ มีคุณค่าต่อผู้บริโภค สังคม และสิ่งแวดล้อม

การดำเนินงานด้านสังคม กล่าวถึงนโยบายการจัดการด้านแรงงานและพนักงานสวัสดิภาพในการทำงานของพนักงาน การพัฒนาและฝึกอบรมพนักงาน และการส่งเสริมและพัฒนาชุมชนและสังคมโดยรอบพื้นที่ตั้งของธุรกิจทั้งในสังคมใกล้และไกล

2. จัดทำข้อมูลในรายงานให้ชัดเจน กระชับ ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย หลีกเลี่ยงข้อมูลที่ไม่น่าเชื่อถือ โดยสรุปการดำเนินการทั้งด้านดีและด้านไม่ดีตามข้อเท็จจริง หากมีการอ้างอิงแหล่งข้อมูล จากภายนอก ให้ระบุแหล่งที่มาของข้อมูล และกลั่นกรองความถูกต้องของข้อมูลก่อนนำมาเปิดเผยไว้ในรายงาน

3. จัดให้มีช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลที่หลากหลายเพื่อให้ผู้อ่านสามารถเข้าถึงข้อมูลได้โดยสะดวก เช่น จัดทำรายงานทั้งในรูปแบบภาษาไทยและภาษาอังกฤษ รวมถึงการเผยแพร่ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ของธุรกิจ บริษัท

5. ข้อมูลบริษัทน้ำตาลขอนแก่นจำกัด (มหาชน) และบริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด

ประวัติความเป็นมา

ประวัติธุรกิจน้ำตาลของบริษัท น้ำตาลขอนแก่น จำกัด (มหาชน) เริ่มขึ้นเมื่อ พ.ศ.2488 โดยกลุ่มนักธุรกิจชาวไทยเชื้อสายจีน 3 ตระกูล ได้ร่วมลงทุนก่อตั้งบริษัท กว้างสู่นหลี จำกัด ขึ้น เพื่อดำเนินธุรกิจผลิตน้ำตาลทราย ซึ่งต่อมาธุรกิจในกลุ่มบริษัท กว้างสู่นหลี ได้เติบโตและขยายฐานการผลิตอย่างต่อเนื่อง โดยการซื้อและก่อสร้างโรงงานน้ำตาลเพิ่มเติมอีกหลายแห่ง เช่น โรงงานน้ำตาลชนบุรี (โรง 1, โรง 2, โรง 3) โรงงานน้ำตาลอ่างเวียง บริษัทน้ำตาลท่ามะกา โรงงานน้ำตาลนิวกุ้งไทย และโรงงานน้ำตาลประจวบอุตสาหกรรม เป็นต้น

ต่อมาในปี พ.ศ.2517 ได้เกิดการเปลี่ยนแปลงโดยปรับปรุงโครงสร้างผู้ถือหุ้น และโครงสร้างกลุ่มบริษัทใหม่ โดยมีคุณนันทา ชินธรรมมิตร เป็นประธานกลุ่มบริษัท และคุณชวลิต ชินธรรมมิตร เป็นกรรมการผู้จัดการ มีโรงงานน้ำตาลอยู่ภายใต้การบริหารอยู่ 3 โรงงาน ได้แก่ บริษัท น้ำตาลท่ามะกา จำกัด บริษัท โรงงานน้ำตาลนิวกุ้งไทย จำกัด ทั้งสองแห่งอยู่ที่กาญจนบุรี และบริษัท น้ำตาลนิวกว้างสู่นหลี จำกัด อยู่ที่จังหวัดชลบุรี และในปี 2519 ได้มีการจัดตั้งโรงงานน้ำตาลใหม่อีกแห่งที่จังหวัดขอนแก่น คือ บริษัท น้ำตาลขอนแก่น จำกัด ตั้งแต่นั้นมากลุ่มบริษัทได้มีการขยายการลงทุนในธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจน้ำตาล มาโดยตลอด เช่น บริษัท ไทยชูการ์ เทอร์มิเนล จำกัด (มหาชน) บริษัท เคเอสแอล เอ็กซ์พอร์ตเทรดดิ้ง จำกัด บริษัท เคเอสแอล เรียลเอสเตท จำกัด เป็นต้น

จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2546 กลุ่มบริษัท ภายใต้การบริหารงานของคุณจำรูญ ชินธรรมมิตร กรรมการผู้จัดการและด้วยความเห็นชอบของผู้ถือหุ้นของแต่ละบริษัท ได้ทำการปรับปรุงโครงสร้างของบริษัทใหม่ จากเดิมที่ผู้ถือหุ้นแต่ละกลุ่มเข้าไปถือหุ้นเป็นการส่วนตัวในบริษัทน้ำตาลแต่ละแห่ง เปลี่ยนเป็นการนำเอาบริษัท น้ำตาลขอนแก่น จำกัด เป็นบริษัทโฮลดิ้ง เข้าไปถือหุ้นในบริษัทน้ำตาล และบริษัทอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องแทน ส่วนผู้ถือหุ้นเดิมเกือบทั้งหมดเข้าไปถือหุ้นที่บริษัท น้ำตาลขอนแก่น จำกัด แต่เพียงแห่งเดียว และในปี พ.ศ. 2547 บริษัท น้ำตาลขอนแก่น จำกัด ได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน และได้เพิ่มทุนจดทะเบียน เพื่อนำหุ้นเพิ่มทุนส่วนหนึ่งไปเสนอขายให้แก่บุคคลทั่วไป พร้อมกับ จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในเดือนกุมภาพันธ์ 2548 โดยวัตถุประสงค์ของการระดมทุนส่วนหนึ่ง เกิดจากการนำเงินทุนไปลงทุนในโครงการค่อยอดต่าง ๆ เช่น โครงการโรงงานผลิตเอทานอล โครงการโรงงานผลิตปุ๋ย และโครงการโรงไฟฟ้า เงินที่เหลือจากการระดมทุนจะเป็นเงินทุนหมุนเวียนภายในบริษัท

นอกจากนี้ ในปี พ.ศ. 2549 ภายหลังจากที่โครงการต่าง ๆ ที่บริษัทวางแผนไว้ ได้ดำเนินการไปด้วยดี ทางบริษัทจึงได้ประกาศโครงการลงทุนเพิ่มอีก 2 โครงการ ได้แก่ โครงการปลูกอ้อยและสร้างโรงงานน้ำตาลที่ประเทศลาวและโครงการปลูกอ้อยและสร้างโรงงานน้ำตาลที่ประเทศกัมพูชา ซึ่งจะดำเนินการดำเนินการเชิงพาณิชย์ในปี 2553

นอกจากนี้ จากการที่บริษัทได้รับใบอนุญาตในหลักการให้ย้ายและขยายโรงงานน้ำตาล 2 แห่ง และใบอนุญาตในการก่อสร้างโรงงานเอทานอล 2 แห่ง ในปี 2551 บริษัทได้ตัดสินใจลงทุนในโครงการเพิ่ม 1 โครงการ คือ โครงการพลังงานทดแทนที่บ่อพลอย ซึ่งจะประกอบด้วยโครงการย่อยต่อเนื่อง 4 โครงการ อันได้แก่ โครงการย้ายและขยายกำลังการผลิตโรงงานน้ำตาลจากอำเภอท่ามะกา มาที่อำเภอบ่อพลอย และขยายกำลังการผลิตเป็น 32,000 ตันต่อวัน โครงการลงทุนโรงงานผลิตเอทานอล ที่กำลังการผลิต 200,000 ลิตรต่อวัน โครงการโรงผลิตกระแสไฟฟ้า ขนาด 90 MW และโครงการโรงงานผลิตปุ๋ยชีวภาพ โดยคาดว่าบริษัทจะเริ่มรับรู้รายได้จากโครงการในปี 2553

ส่วนใบอนุญาตที่เหลือทางบริษัทอยู่ระหว่างการศึกษาในรายละเอียดซึ่งทางบริษัทจะแจ้งให้ทราบต่อไป โดยบริษัทได้คำนึงถึงสภาพคล่องของบริษัทในอนาคต และปัจจัยต่าง ๆ ทางด้านเศรษฐกิจ ประกอบการตัดสินใจลงทุนโครงการในอนาคตต่อไป

นโยบายคุณภาพ

ผลิตน้ำตาลทรายคุณภาพด้วยประสิทธิภาพสูงสุด ส่งมอบตรงเวลา ลูกค้ำมั่นใจ ปลอดภัย ต่อผู้บริโภค

วิสัยทัศน์

มุ่งสู่ความเป็นเลิศในอุตสาหกรรมการเกษตรที่ให้ความหวานและพลังงาน รวมทั้งธุรกิจต่อเนื่องที่มีการพัฒนาอย่างยั่งยืน

พันธกิจ

1. สร้างรายได้ให้แก่ชาวไร่ บนพื้นฐานของการเกษตรที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
2. พัฒนาเทคโนโลยีการผลิตให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด
3. สร้างผลประโยชน์ร่วมกันระหว่างหุ้นส่วนแห่งความสำเร็จ
4. พัฒนาอุตสาหกรรมต่อเนื่องเพื่อให้สามารถใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

เป้าหมายระยะยาวในการดำเนินธุรกิจของบริษัท คือ การเป็นหนึ่งในผู้นำในการผลิตน้ำตาลและผลพลอยได้อื่นจากการผลิตน้ำตาล ซึ่งเห็นได้จากนโยบายในส่วนธุรกิจน้ำตาลของบริษัท ได้แก่ “ผลิตน้ำตาลทรายคุณภาพสูง ด้วยประสิทธิภาพสูงสุด ส่งมอบตรงเวลา ลูกค้ำมั่นใจ ปลอดภัย ผู้บริโภค” ทำให้โรงงานน้ำตาลทั้ง 4 โรงงานภายในกลุ่ม จัดได้ว่าเป็นกลุ่มโรงงานน้ำตาลลำดับต้นของกลุ่มผู้ผลิตน้ำตาลทั้งประเทศที่มีประสิทธิภาพการผลิตสูงและผลิตน้ำตาลได้อย่างมีคุณภาพ อีกทั้งด้วยเป้าหมายการเป็นหนึ่งในผู้ผลิตผลพลอยได้อื่นจากการผลิตน้ำตาล และการเห็นศักยภาพของธุรกิจต่อเนื่องจากธุรกิจน้ำตาล เช่น ธุรกิจเอทานอล ธุรกิจผลิตกระแสไฟฟ้า และธุรกิจผลิตปุ๋ยชีวภาพ ทำให้บริษัทมีการลงทุนในธุรกิจต่อเนื่องมาโดยตลอด ซึ่งโครงการที่ผ่านมาค่อนข้างประสบ

ความสำเร็จเป็นที่น่าสนใจ และในปี พ.ศ.2551 ทางบริษัทได้มีการประกาศแผนการลงทุนขยายกำลังผลิตในธุรกิจต่อเนื่อง ในโครงการผลิตพลังงานทดแทน ที่บ่อพลอย

ในปี 2549 ทางบริษัทได้ดำเนินการลงทุนขยายธุรกิจต่อไปอีก 2 โครงการคือ โครงการปลูกอ้อยและสร้างโรงงานน้ำตาลที่ประเทศลาว และโครงการปลูกอ้อยและสร้างโรงงานน้ำตาลที่ประเทศกัมพูชา โดยเป็นโครงการที่มุ่งลงทุนในธุรกิจน้ำตาล และธุรกิจต่อเนื่องที่นำผลผลิตที่เหลือจากการผลิตน้ำตาลมาทำให้เกิดประโยชน์และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับบริษัท ทั้งนี้โครงการใหม่ทั้งสองก่อสร้างแล้วเสร็จ และเดินเครื่องจักรหีบอ้อยรวมไปถึงผลิตและจำหน่ายได้ในปี 2553

ในระยะสั้นบริษัทมีเป้าหมายที่จะเป็นหนึ่งในผู้นำทางด้านการบริหารต้นทุนและประสิทธิภาพทางด้านการผลิต โดยนำเอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาประยุกต์ใช้กับระบบการผลิตและการจัดการ นอกจากนี้ บริษัทเข้าใจว่าความเสี่ยงหลักของบริษัท คือ ปริมาณอ้อย โรงงานน้ำตาลและธุรกิจต่อยอด ไม่สามารถอยู่รอดได้ถ้าขาดอ้อยเข้าหีบ บริษัทจึงมีเป้าหมายที่จะช่วยลดต้นทุนการผลิตอ้อยเพิ่มผลผลิตและประสิทธิภาพการผลิตอ้อยของเกษตรกรชาวไร่อ้อย เพื่อให้เกษตรกรชาวไร่สามารถอยู่รอด รวมถึงการสร้างผลตอบแทนที่เหมาะสมให้แก่เกษตรกรชาวไร่

นโยบายการกำกับดูแลกิจการ

คณะกรรมการบริษัทให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลกิจการและเข้าใจบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบที่มีต่อบริษัท ผู้ถือหุ้น ผู้มีส่วนได้เสีย โดยปฏิบัติตามข้อบังคับของบริษัท แนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดีของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พระราชบัญญัติหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้น ทั้งนี้ คณะกรรมการบริหารงานและปฏิบัติตามข้อพึงปฏิบัติสำหรับบริษัทจดทะเบียนตามหลักการและแนวทางดังนี้

1. สิทธิของผู้ถือหุ้นและการปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน
2. บทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย
3. การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส
4. ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ
5. การควบคุมภายใน

1. สิทธิของผู้ถือหุ้นและการปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน

คณะกรรมการบริษัทให้ความสำคัญและปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน รวมทั้งเคารพสิทธิของผู้ถือหุ้น โดยมีแนวทางปฏิบัติที่สำคัญสรุปได้ดังนี้

1. ก่อนประชุมผู้ถือหุ้นทุกปี บริษัทมีการเผยแพร่หนังสือเชิญประชุมและข้อมูลประกอบเป็นการล่วงหน้าผ่านเว็บไซต์ของบริษัท เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นศึกษาก่อนได้รับเอกสารการประชุม ทั้งนี้ จะมีการส่งหนังสือเชิญประชุมให้ผู้ถือหุ้นล่วงหน้า พร้อมด้วยข้อมูลประกอบครบถ้วน ระบุวัน เวลา สถานที่และแผนที่แสดงที่ตั้ง วาระการประชุม เอกสารประกอบวาระต่างๆ หนังสือมอบฉันทะ รวมทั้งข้อมูลกรรมการอิสระ และการออกเสียงลงคะแนน

2. มีนโยบายอำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้ผู้ถือหุ้นได้ใช้สิทธิและออกเสียงอย่างเต็มที่ เช่น การกำหนดสถานที่จัดการประชุมใจกลางกรุงเทพฯ เพื่อสะดวกในการเดินทางของผู้ถือหุ้น และอยู่ใกล้เคียงกับที่ตั้งสำนักงานใหญ่ของบริษัท มีการประกาศทางหนังสือพิมพ์เพื่อแจ้งเรื่องการประชุมให้ผู้ถือหุ้นทราบ การให้ผู้ถือหุ้นสามารถลงทะเบียนเข้าประชุมล่วงหน้าก่อนการประชุมประมาณ 1 ชม. และสามารถมอบฉันทะให้ผู้อื่นหรือกรรมการอิสระเข้าร่วมประชุมและลงมติแทน กรณีที่ผู้ถือหุ้นไม่สามารถประชุมด้วยตนเอง

3. การประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี กรรมการทุกคนและคณะกรรมการชุดย่อยเข้าร่วมประชุม โดยก่อนที่จะมีการลงคะแนนในแต่ละวาระ จะเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นซักถามแสดงความเห็น และให้กรรมการตอบคำถามและชี้แจงในรายละเอียดต่างๆ การตรวจนับคะแนนเสียงนั้นจะแสดงผลสรุปของทุกคะแนนในแต่ละวาระอย่างชัดเจนและโปร่งใส นอกจากนี้ จะไม่มีการติดรอนสิทธิของผู้ถือหุ้นที่จะรับรู้สารสนเทศของบริษัท เช่น ไม่มีการแจกเอกสารที่มีข้อมูลสำคัญเพิ่มเติมอย่างกะทันหัน ไม่เพิ่มวาระการประชุมหรือเปลี่ยนแปลงข้อมูลสำคัญ ไม่จำกัดสิทธิในการเข้าประชุมของผู้ถือหุ้นที่มาสาย

4. เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นเสนอเรื่อง เพื่อบรรจุเป็นวาระการประชุมเป็นการล่วงหน้า พร้อมกับกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการปฏิบัติ โดยที่ประชุมคณะกรรมการจะพิจารณาก่อนการลงคะแนนและแจ้งผลการพิจารณาพร้อมเหตุผลให้ผู้ถือหุ้นทราบผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัท

5. ผู้ถือหุ้นสามารถเสนอชื่อบุคคลเพื่อเข้ารับการคัดเลือกเป็นกรรมการ โดยจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วน ตามที่บริษัทกำหนดหลักเกณฑ์เงื่อนไขไว้ และต้องให้ความยินยอมในการเสนอชื่อด้วย โดยที่ประชุมคณะกรรมการจะพิจารณาก่อนการลงคะแนนตามกระบวนการต่อไป

6. ในหนังสือเชิญประชุมผู้ถือหุ้น บริษัทแจ้งกฎเกณฑ์และวิธีการในการเข้าร่วมประชุมให้ผู้ถือหุ้นทราบ รวมถึงการเสนอรายชื่อกรรมการอิสระ และจัดเตรียมแบบมอบฉันทะซึ่งเป็นแบบมาตรฐานระบุความเห็นในการลงคะแนนเสียงได้

7. รายงานการประชุมผู้ถือหุ้น จะมีการแสดงรายชื่อกรรมการที่เข้าหรือไม่เข้าร่วมประชุม มีคำชี้แจงที่เป็นสาระสำคัญ รวมถึงคำถามและคำตอบหรือข้อคิดเห็นโดยสรุป วิธีลงคะแนนและวิธีนับคะแนน และในกรณีที่ไม่เห็นด้วย จะมีมติที่ประชุมที่เป็นคะแนนที่เห็นด้วยไม่เห็นด้วย หรืองดออกเสียง ซึ่งทางบริษัทเผยแพร่รายงานการประชุมผู้ถือหุ้นทุกปี ผ่านทางเว็บไซต์ ภายใน 14 วันหลังจากมีการประชุม

8. บริษัทกำหนดเกณฑ์ข้อบังคับของบริษัทว่ากรรมการบริษัทจะประกอบกิจการหรือเข้าเป็นหุ้นส่วนในห้างหุ้นส่วนสามัญหรือหุ้นส่วน ไม่จำกัดความรับผิดในห้างหุ้นส่วนจำกัดหรือเป็นกรรมการของบริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัดอื่นที่ประกอบกิจการอันมีสภาพอย่างเดียวกัน และเป็นการแข่งขันกับกิจการของบริษัทไม่ได้ เว้นแต่จะแจ้งให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นทราบก่อนที่จะมีมติแต่งตั้งและกรรมการต้องแจ้งให้บริษัททราบโดยไม่ชักช้าหากมีส่วนได้เสียไม่ว่าโดยตรงหรือโดยอ้อม

ในสัญญาใด ๆ ที่บริษัทฯ พิจารณาในระหว่างรอบปีบัญชีหรือถือหุ้นหรือหุ้นกู้เพิ่มเงินหรือลดลงในระหว่าง รอบปีบัญชีในบริษัทหรือบริษัทในเครือ

9. เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้ผู้ถือหุ้นทราบอย่างสม่ำเสมอผ่านทางตลาดหลักทรัพย์ และเว็บไซต์ของบริษัท

10. จัดช่องทางให้ผู้ถือหุ้นสามารถติดต่อสอบถามข้อมูลต่างๆ เสนอความคิดเห็น หรือติดต่อกรรมการอิสระ ทาง E-mail Address ของเลขานุการบริษัท secretary@ksigroup.com

2. บทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย

คณะกรรมการบริษัทให้ความสำคัญต่อบทบาทของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ซึ่งได้แก่ ผู้ถือหุ้น พนักงาน กลุ่มลูกค้า คู่ค้า เจ้าหนี้ ผู้ลงทุน พันธมิตรทางธุรกิจ สังคม ภาครัฐ และชุมชนที่บริษัท ตั้งอยู่ บริษัทดำเนินนโยบายต่าง ๆ ในการสร้างจริยธรรมการดำเนินธุรกิจมาโดยตลอด รายละเอียด ดังนี้

1. สิทธิของผู้ถือหุ้น : ตามที่ได้กล่าวไว้ในหัวข้อ "สิทธิของผู้ถือหุ้นและการปฏิบัติ ต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน"

2. สิทธิของพนักงาน : นอกจากสิทธิตามกฎหมายแล้ว บริษัทให้ความสำคัญต่อพนักงานทุกคนอย่างเท่าเทียมและเสมอภาค ไม่ว่าจะเป็นทางด้านคุณภาพชีวิตความปลอดภัยสวัสดิการ และสิทธิประโยชน์ต่างๆ มีการจัดตั้งกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ เพื่อสร้างหลักประกันให้แก่พนักงาน นอกจากนี้ บริษัทเล็งเห็นถึงการพัฒนาคณะเอง จึงมีนโยบายส่งเสริมการเสริมสร้างความรู้ ผ่านการอบรมทั้ง ภายในและภายนอกบริษัท เพื่อสร้างศักยภาพในตัวพนักงานและรองรับการเติบโตของบริษัทในอนาคต

3. สิทธิของลูกค้า : นอกจากสิทธิของลูกค้าตามข้อตกลงที่ได้ทำสัญญากันแล้ว บริษัทยังคำนึงถึงความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งบริษัทมีระบบติดตามและประเมินผลความพึงพอใจเป็นระยะ โดยมุ่งหมายที่จะเสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว

4. สิทธิของคู่ค้า : ความสัมพันธ์ของคู่ค้าบริษัท ส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปของการเข้าไปร่วมลงทุนในกิจการร่วมกัน บริษัทคำนึงถึงสิทธิตามกฎหมายและสิทธิตามสัญญาที่ร่วมทุนมาโดยตลอด โดยยึดหลักสุจริต ความเท่าเทียมกัน และสิทธิที่จะได้รับผลประโยชน์จากเงินที่ลงทุน

5. สิทธิของเจ้าหนี้ : ปฏิบัติต่อเจ้าหนี้ตามเงื่อนไขหรือข้อตกลงทางการค้า สร้างความไว้วางใจให้กับเจ้าหนี้ผ่านการบริหารงานอย่างมีจรรยาบรรณ และอำนวยความสะดวกด้านข้อมูล ข่าวสาร เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับสถานะทางการเงินของบริษัท

6. สิทธิของชุมชนและสิ่งแวดล้อม : รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม มีการสนับสนุนทางการเงิน การพัฒนาสาธารณูปโภคต่าง ๆ การสนับสนุนกิจกรรมทางสังคม เพื่อสร้างความเข้าใจและพัฒนาชุมชนให้ยั่งยืน ดังเช่น โครงการปลูกป่าที่จังหวัดสระแก้ว ซึ่งเป็นโครงการที่ดำเนินตามแนวความคิดเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว โครงการบริจาคเงินสนับสนุนในก่อสร้าง

สถานศึกษาโพธิ์วิชชาลัย นอกจากนี้บริษัทสนับสนุนและให้ความร่วมมือต่อภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นอย่างดีเสมอมา

3. การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส

คณะกรรมการบริษัทคำนึงถึงความสำคัญของการสื่อสารข้อมูลแก่ผู้ถือหุ้นและนักลงทุน ให้เข้าใจถึงการดำเนินธุรกิจและสถานะของบริษัท ไม่ว่าจะเป็นส่วนของงบการเงินหรือข้อมูลอื่นๆ จึงมีการเปิดเผยข้อมูลครบถ้วนถูกต้อง ทันเวลา โปร่งใส และเท่าเทียมกัน ตามระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการเปิดเผยข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยบริษัทได้ดำเนินการดังนี้ เปิดเผยข้อมูล แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) และรายงานประจำปี ผ่านช่องทางของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและทางเว็บไซต์ของบริษัท www.kslsugar.com นอกจากนี้ ในเว็บไซต์ของบริษัท มีการนำเสนอข่าวและข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริษัทและอุตสาหกรรม เพื่อเป็นข้อมูลในการตัดสินใจ

1. ในรายงานประจำปี บริษัทเปิดเผยข้อมูลเพิ่มเติม ทั้งในส่วนของบริษัทภาพหน้าทีของคณะกรรมการและคณะกรรมการชุดย่อย การถือหุ้นของบริษัทของกรรมการและผู้บริหาร นโยบายการจ่ายค่าตอบแทนกรรมการและผู้บริหาร นโยบายการกำกับดูแลกิจการโดยสรุป นโยบายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและสังคม และการปฏิบัติตามนโยบายที่กำหนด จรรยาบรรณธุรกิจโดยสรุป ประวัติการอบรมของกรรมการทุกท่าน

2. จัดให้มีรายงานความรับผิดชอบของคณะกรรมการต่อรายงานทางการเงินแสดงความคู่ ไปกับรายงานของผู้สอบบัญชีในรายงานประจำปี ซึ่งมีเนื้อหารับรองการปฏิบัติตามหลักการบัญชี และมีการรายงานทางการเงินที่มีข้อมูลถูกต้อง ครบถ้วน เป็นจริงตามมาตรฐานการบัญชี โดยรายงานดังกล่าวลงนามโดยประธานกรรมการและกรรมการผู้จัดการใหญ่

3. นอกเหนือจากที่บริษัทจัดให้มีการประชุมชี้แจงและให้ข้อมูลแก่นักวิเคราะห์หลักทรัพย์จากสถาบันต่างๆ อย่างสม่ำเสมอแล้วนั้น ยังจัดให้มีหน่วยงานรับผิดชอบติดต่อประสานงานกับนักลงทุนรายย่อยและสถาบัน รวมถึงนักวิเคราะห์หลักทรัพย์ทั่วไป โดยสามารถติดต่อได้ที่

Email Address: ir@kslggroup.com

4. ความรับผิดชอบต่อคณะกรรมการ

1. โครงสร้างของคณะกรรมการบริษัท ประกอบด้วย กรรมการ 18 ท่าน ซึ่งเป็นกรรมการอิสระจำนวน 4 ท่าน โดยหนึ่งในกรรมการอิสระจะเป็นประธานกรรมการบริษัท ซึ่งไม่เป็นบุคคลเดียวกับกรรมการผู้จัดการใหญ่เพื่อเป็นการแบ่งแยกหน้าที่ในการกำหนดนโยบายการกำกับดูแลและการบริหารงานประจำอย่างชัดเจน

2. กรรมการมีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละ 3 ปี และเพื่อสอดคล้องกับแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดี จึงมีการกำหนดจำนวนบริษัทจดทะเบียนที่กรรมการจะไปดำรงตำแหน่ง ไม่เกิน 5 บริษัท รายละเอียดข้อมูลการดำรงตำแหน่งของกรรมการในบริษัทอื่น อยู่ในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-

1) และรายงานประจำปี ในกรณีที่คณะกรรมการครบวาระ หากยังไม่มี การแต่งตั้งคณะกรรมการชุดใหม่ ให้คณะกรรมการชุดเดิมยังคงทำหน้าที่ต่อไปจนกว่าจะมีการแต่งตั้งคณะกรรมการชุดใหม่เข้ามาแทน

3. มีการกำหนดนิยามของกรรมการอิสระดังนี้ (1) ถือหุ้นไม่เกิน 0.5% ของจำนวนหุ้นที่มีสิทธิออกเสียงทั้งหมด (2) ไม่มีส่วนร่วมในการบริหารงาน รวมทั้งไม่เป็นลูกจ้าง พนักงาน ที่ปรึกษาที่ได้รับเงินเดือนประจำ รวมถึง ที่ปรึกษาตรวจสอบบัญชี ที่ปรึกษากฎหมาย ที่ปรึกษาค้านอื่น ๆ หรือ เป็นผู้มีอำนาจควบคุมในบริษัท บริษัทในเครือ บริษัทร่วม หรือเป็นบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง โดยไม่ต้องมีผลประโยชน์ หรือ ส่วนได้เสียในลักษณะดังกล่าว เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 2 ปี (3) ไม่มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจ รวมถึงไม่มีผลประโยชน์หรือส่วนได้เสีย ไม่ว่าทางตรงทางอ้อม (4) ไม่เป็นญาติสนิทหรือมีความสัมพันธ์อื่นใดที่อาจทำให้ขาดความเป็นอิสระกับผู้บริหาร ผู้ถือหุ้นรายใหญ่

4. คณะกรรมการบริษัทจัดให้มีคณะกรรมการชุดย่อย ซึ่งได้แก่ คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน และคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง โดยมีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ อีกทั้งเพื่อความโปร่งใสและเป็นอิสระในการปฏิบัติหน้าที่ กรรมการส่วนใหญ่ในคณะกรรมการชุดย่อยเป็นกรรมการอิสระ และประธานคณะกรรมการชุดย่อยเป็นกรรมการอิสระ คณะกรรมการชุดย่อยมีวาระการดำรงตำแหน่ง 2 ปี ในกรณีที่คณะกรรมการครบวาระ หากยังไม่มี การแต่งตั้งคณะกรรมการชุดใหม่ ให้คณะกรรมการชุดเดิมยังคงทำหน้าที่ต่อไปจนกว่าจะมีการแต่งตั้งคณะกรรมการชุดใหม่เข้ามาแทน

5. คณะกรรมการกำหนดนโยบายการดำรงตำแหน่งกรรมการที่บริษัทอื่นของกรรมการ ตามระเบียบข้อบังคับของบริษัท ที่ว่ากรรมการบริษัทจะประกอบกิจการหรือเข้าเป็นหุ้นส่วนในห้างหุ้นส่วนสามัญหรือหุ้นส่วน ไม่จำกัดความรับผิดในห้างหุ้นส่วนจำกัด หรือเป็นกรรมการของบริษัทจำกัด หรือบริษัทมหาชนจำกัดอื่นที่ประกอบกิจการอันมีสภาพอย่างเดียวกัน และเป็นการแข่งขันกับกิจการของบริษัทไม่ได้ เว้นแต่จะแจ้งให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นทราบก่อนที่จะมีมติแต่งตั้ง โดยนโยบายดังกล่าวทางคณะกรรมการได้กำหนดให้ใช้กับผู้บริหารระดับสูงของบริษัทด้วย

6. บทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบ ของคณะกรรมการ และคณะกรรมการย่อยชุดต่าง ๆ เป็นการแบ่งแยกอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการบริหาร คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน คณะกรรมการบริหาร ความเสี่ยง คณะผู้บริหาร ได้อย่างชัดเจน รวมถึงได้มีการกำหนดวงเงินอนุมัติของรายการที่สำคัญ

7. มีการกำหนด วิสัยทัศน์ ภารกิจ กลยุทธ์ เป้าหมาย แผนธุรกิจและงบประมาณของ บริษัท ตลอดจนกำกับดูแลให้ฝ่ายจัดการดำเนินการให้เป็นไปตามแผนธุรกิจและงบประมาณที่กำหนดไว้ รวมทั้ง จัดให้มีระบบการควบคุมภายใน การตรวจสอบภายใน และการบริหาร ความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล โดยมีการกำหนดแผนกลยุทธ์ระยะสั้นและระยะยาวในการพัฒนาโครงการและมีการลงทุนอย่างต่อเนื่อง พร้อมกับส่งเสริมและพัฒนาสังคมโดยเป็นผู้ประกอบการที่มีจรรยาบรรณ

ตามวิสัยทัศน์ที่วางไว้

8. คณะกรรมการบริษัทให้ความเห็นชอบต่อนโยบายการกำกับดูแลกิจการของบริษัทที่ว่า "บริษัทให้ความสำคัญต่อธรรมาภิบาลที่ดีเพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ถือหุ้น พนักงานและลูกค้า รวมทั้งความเป็นประโยชน์ทางเศรษฐกิจต่อบริษัทในระยะยาว โดยเน้นถึงระบบการควบคุม การตรวจสอบภายใน การบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแลฝ่ายบริหารให้ดำเนินการตามนโยบายอย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้ข้อกำหนดของกฎหมายและจริยธรรมทางธุรกิจ" และมีการสื่อสาร ส่งเสริมให้บุคลากรเข้าใจและปฏิบัติตาม โดยในแต่ละปีมีการประเมินผลการปฏิบัติและทบทวนนโยบาย

9. คณะกรรมการบริษัทให้ความเห็นชอบในคู่มือจรรยาบรรณและข้อพึงปฏิบัติที่เป็นลายลักษณ์อักษรแก่กรรมการและพนักงาน เพื่อใช้เป็นแนวทางปฏิบัติ ซึ่งครอบคลุมหัวข้อต่างๆ ที่สำคัญ เช่น ความซื่อสัตย์ คุณธรรม ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และการปฏิบัติตามข้อกำหนดต่างๆ รวมทั้งยังได้มีบทกำหนดโทษทางวินัยอีกด้วย โดยจะมีการประเมินและนำมาปรับปรุงแก้ไข

10. การป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ กรณีเกิดรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ในหัวข้อที่เป็นรายการระหว่างกัน คณะกรรมการตรวจสอบจะพิจารณาอย่างรอบคอบตามข้อกำหนด และวิธีการของตลาดหลักทรัพย์ในเรื่องที่เกี่ยวกับรายการที่เกี่ยวข้องกัน นอกจากนี้ ยังมีการกำหนดไม่ให้ผู้มีส่วนได้เสียในรายการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ

11. มีการบริหารงานและการควบคุมภายในที่ดี เพื่อให้การดำเนินงานของบริษัทเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งมีข้อมูลที่สมบูรณ์และเชื่อถือได้ มีการปฏิบัติงานตามกฎระเบียบข้อบังคับอย่างถูกต้อง รวมทั้งการใช้ทรัพยากรไม่ว่าจะเป็นของบริษัทหรือส่วนรวมให้เป็นไปอย่างประหยัดและเกิดประโยชน์สูงสุด ตลอดจนมีการดูแลป้องกันระงับรักษาทรัพย์สินของบริษัท จึงมีหน่วยงานตรวจสอบภายใน มีความเป็นอิสระในการปฏิบัติหน้าที่ เพื่อวิเคราะห์ ตรวจสอบ ประเมินผลให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะ เพื่อสนับสนุนการดำเนินกิจการต่างๆ ของบริษัท และมีคณะกรรมการตรวจสอบเพื่อทำหน้าที่สอบทานให้บริษัทมีระบบการควบคุมภายใน (Internal Control) และการตรวจสอบภายใน (Internal Audit) ที่เหมาะสมและมีประสิทธิผล

12. การประชุมคณะกรรมการ มีการประชุมคณะกรรมการและแจ้งให้กรรมการทราบล่วงหน้าโดยกำหนดให้มีการประชุมอย่างน้อยปีละ 4 ครั้ง (ในทุกๆ 3 เดือน) และมีการประชุมอีก 1 ครั้ง ในหนึ่งเดือนก่อนวันประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี อย่างไรก็ตาม เพื่อให้เกิดความคล่องตัวต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทในแต่ละเดือน จึงจัดให้มีการประชุมคณะกรรมการบริหาร ซึ่งทำหน้าที่ตัดสินใจตามอำนาจหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท โดยทุกครั้งที่มีการประชุมกรรมการบริษัท คณะกรรมการบริหารจะนำเรื่องที่ผ่านการพิจารณาแจ้งให้คณะกรรมการบริษัททราบ เพื่อให้สามารถกำกับควบคุม ดูแล การปฏิบัติงานของฝ่ายจัดการได้อย่างต่อเนื่อง

13. ค่าตอบแทนกรรมการ คณะกรรมการบริษัทมีการกำหนดนโยบายและหลักเกณฑ์การจ่ายค่าตอบแทนกรรมการที่ชัดเจน และเสนอขออนุมัติจากผู้ถือหุ้นทุกปี โดยพิจารณาตามหลักเกณฑ์ของ

ความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ รวมทั้งอยู่ในระดับที่เหมาะสมและเพียงพอที่จะจูงใจและรักษา กรรมการที่มีคุณภาพตามที่ต้องการ พร้อมกันนี้ยังพิจารณาถึงหน้าที่รับผิดชอบที่ได้รับเพิ่มขึ้น สำหรับ กรรมการที่ได้รับมอบหมายให้รับตำแหน่งในคณะกรรมการชุดย่อยต่าง ๆ โดยคำตอบแทนกรรมการ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ คำตอบแทนประจำ คำเบี่ยงประหลุม คำตอบแทนตามผลการดำเนินงาน

14. การพัฒนากรรมการและผู้บริหาร บริษัทจัดให้มีนโยบายด้านการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรขององค์กรในทุกระดับ มีทั้งภายในและภายนอกบริษัท โดยกรรมการและผู้บริหารเข้าร่วมอบรมหลักสูตรต่าง ๆ กับหลายสถาบัน อาทิเช่น หลักสูตร Chairman, หลักสูตร Director Accreditation Program (DAP), หลักสูตร Director Certification Program (DCP) ของ สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) หลักสูตรพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับคณะกรรมการตรวจสอบ หลักสูตรต่าง ๆ ที่ เป็นความรู้ใหม่ ๆ ที่จัดขึ้นโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและสถาบันวิชาชีพต่างๆ และทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลงกรรมการ ฝ่ายจัดการจะให้ข้อมูลที่จำเป็นและมีเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการใหม่ รวมถึงการแนะนำลักษณะและแนวทางการดำเนินธุรกิจของบริษัท พร้อมทั้งจัดหาหลักสูตรการอบรมที่เกี่ยวข้องกับกรรมการ

5. การควบคุมภายใน

บริษัทกำหนดนโยบายควบคุมกรรมการและผู้บริหารในการใช้ข้อมูลภายในที่มีสาระสำคัญ ซึ่ง ยังไม่ได้เปิดเผยต่อสาธารณชนไปใช้เพื่อประโยชน์ของตนหรือผู้อื่น รวมถึงการหลีกเลี่ยงหรือ งดการซื้อขายหลักทรัพย์ในช่วงหนึ่งเดือนก่อนการเปิดเผยงบการเงินแก่สาธารณชน มีการติดตามผลการปฏิบัติงานและสุ่มตรวจกรณีที่มีการซื้อขายหลักทรัพย์ที่ผิดปกติ รวมถึงการตรวจสอบผ่านระบบสารสนเทศของบริษัทและข้อมูลจากภายนอก ทั้งนี้ บริษัทมีการแจ้งให้ผู้บริหารฝ่ายต่าง ๆ เข้าใจถึงภาระหน้าที่ ในการรายงานการถือครองหลักทรัพย์ในบริษัทของตนเอง คู่สมรส และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ ตลอดจนรายงานการเปลี่ยนแปลงการถือหลักทรัพย์ต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และ ตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ตามพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์และตามข้อกำหนด ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

นอกจากการจัดให้มีระบบการควบคุมภายใน กำหนดลำดับและขั้นตอนของอำนาจ อนุมัติรวมถึงความรับผิดชอบของผู้บริหารและพนักงานเป็นลายลักษณ์อักษร มีสำนักงานตรวจสอบภายใน เพื่อ ตรวจสอบและประเมินผลการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามกฎหมาย ข้อบังคับ และระเบียบที่เกี่ยวข้อง และรายงาน ต่อคณะกรรมการตรวจสอบแล้วนั้น บริษัทมีการจัดช่องทาง การรับเรื่องสำหรับข้อร้องเรียนต่างๆ ข้อคิดเห็น หรือ ข้อเสนอแนะรวมถึงพฤติกรรมที่อาจสื่อถึงการทุจริตหรือประพฤติมิชอบของบุคคลในองค์กร ทั้งจากพนักงาน ผู้ถือหุ้น หรือผู้มีส่วนได้เสียอื่น โดยผ่านทางกรรมการตรวจสอบของบริษัท Email Address: ia@ksigroup.com หรือทางโทรสารไปยังสำนักงานตรวจสอบภายในที่หมายเลข 02- 642- 6092

นโยบายและแนวทางโครงการเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

บริษัทมุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมหรือ Corporate Social Responsibility (CSR) เป็นอย่างมาก และถือเป็นเป้าหมายหลักอันดับต้นๆของบริษัท โดยบริษัทได้วางนโยบายและจัดทำโครงการต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม ไม่ว่าจะเป็นการยกระดับสภาพแวดล้อมที่น่าอยู่มากขึ้น การยกระดับมาตรฐานการครองชีพ และความสุขภาพที่ดีของชุมชน ตลอดจนการสืบสานวัฒนธรรมความเป็นไทย โดยประเภทของกิจกรรมนั้น จะมีการส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคม การบริจาคเพื่อการกุศล และการอาสาช่วยเหลือชุมชน ในแต่ละกิจกรรม บริษัทจะวางเป้าหมายโดยผสมผสานการใช้ทรัพยากรทั้งภายในและภายนอกองค์กรร่วมกัน เพื่อให้แต่ละกิจกรรมเกิดประสิทธิผลมากที่สุด ทั้งนี้ ความสำเร็จของแต่ละกิจกรรม จะไม่เกิดขึ้นจากการบริจาคทรัพย์สินเท่านั้น แต่ยังเน้นความมีส่วนร่วมของพนักงานในองค์กรและความร่วมมือของหน่วยงานภายนอก ตลอดจนความร่วมมือของชุมชนอีกด้วย

แนวการดำเนินงานภายในองค์กรนั้น บริษัทจัดให้มีคณะกรรมการเพื่อวางแผนการดำเนินโครงการต่าง ๆ โดยประกอบไปด้วยบุคลากรจากหลายหน่วยงาน เพื่อระดมความคิดในการออกแบบโครงการ ซึ่งจะเป็นการรวบรวมความคิด การสื่อสาร และการดำเนินงาน เพื่อกำหนดรูปแบบในแต่ละกิจกรรม ดังนี้

1. การออกแบบเพื่อกำหนดกิจกรรม เป็นการกำหนดแต่ละโครงการ รวมถึงวัตถุประสงค์ และผลที่จะได้รับจากการดำเนินโครงการนั้น ๆ
2. การดำเนินกิจกรรม เป็นการกำหนดขั้นตอนการดำเนินงาน งบประมาณ บุคลากรที่จะเข้ามามีส่วนร่วม และกำหนดหน่วยงานภายนอกที่จะมีบทบาทร่วม
3. การติดตามประเมินผล ภายหลังจากการดำเนินกิจกรรม จะมีการประเมินผลว่าเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้หรือไม่อย่างไร และสื่อสารให้ภายในองค์กรและสังคมทราบ รวมทั้งประสานให้กิจกรรมเป็นส่วนหนึ่งและเป็นที่ยอมรับของสังคม

6.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เขมิกา ทับทิมใส (2552 : 3) ศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์ การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รับรางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR ประจำปี 2551 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความแตกต่างของการให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รับรางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR ประจำปี 2551 จำนวน 3 บริษัท ได้แก่ บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) และบริษัทปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาพบว่า ทั้ง 3 บริษัท การให้ความหมาย : มีนโยบายที่สอดคล้องกับแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม โดยกำหนดเป็นลายลักษณ์อักษรอย่างชัดเจนและยึดถือปฏิบัติตั้งแต่ก่อตั้งกิจการ โดยให้ความสำคัญทั้ง

ทางด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนทั้งต่อองค์กรและสังคมส่วนรวม รูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม ถัดไปตามแนวคิดของ ฟิลลิป คอตเลอร์ และแนนซี ดี พบว่าโดยรวมทั้ง 3 บริษัทมีรูปแบบกิจกรรมเพื่อสังคมที่คล้ายคลึงกัน คือ การส่งเสริมประเด็นสังคม การบริจาคตรง อาสาสมัครช่วยเหลือชุมชน และข้อปฏิบัติทางธุรกิจเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม มุ่งเน้นการทำโครงการหรือกิจกรรมด้านสังคมที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยมีเป้าหมายเพื่อเสริมสร้างความเจริญก้าวหน้าขององค์กรและสังคมในการอยู่ร่วมกันอย่างยั่งยืน กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม ทั้ง 3 บริษัทมีกลยุทธ์ที่คล้ายคลึงกัน คือเริ่มจากมิติภายในองค์กร แล้วขยายสู่การดำเนินการภายนอกองค์กร เพียงแต่มีวิธีการปฏิบัติที่หลากหลาย

จฉนิ น เอี่ยมสะอาด (2551 : 1-3) ศึกษาเรื่องรูปแบบและการสื่อสารการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจไทย และกระบวนการสื่อสารกับกลุ่มผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กรเพื่อให้เกิดการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจไทย ตลอดจนศึกษากระบวนการสื่อสารการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจไทยไปสู่สาธารณะ โดยเลือกศึกษาองค์กรธุรกิจไทยที่ได้รับรางวัล CSR AWARDS จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในปี 2549 ประกอบด้วย บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) และบริษัทปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาพบว่า ทั้ง 3 บริษัท มีนโยบายที่สอดคล้องกับแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม โดยกำหนดเป็นลายลักษณ์อักษรอย่างชัดเจนและยึดถือปฏิบัติตั้งแต่ก่อตั้งกิจการ โดยให้ความสำคัญทั้งทางด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนทั้งต่อองค์กรและสังคมส่วนรวม โดยเริ่มจากมิติภายในองค์กรก่อน คือ การพัฒนาตนเองเพื่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลองค์กรตามหลักบรรษัทภิบาล การจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร การจัดการทรัพยากรมนุษย์ และการดูแลสุขภาพความปลอดภัยในการทำงาน จากนั้นจึงขยายไปสู่มิติภายนอกคือ ความรับผิดชอบต่อชุมชน การดูแลผู้บริโภค ความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม โดยการจัดการกับผู้ส่งมอบและหุ้นส่วนทางธุรกิจ รูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมสามารถแบ่งได้เป็นความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ (ผลประกอบการตามเป้าหมายที่กำหนด และการสร้างกิจการให้มีความมั่นคงอย่างยั่งยืนในระยะยาว) ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (บริหารจัดการสิ่งแวดล้อมในกระบวนการทำงานภายในองค์กรและคู่ธุรกิจ โดยคำนึงถึงการใช้ทรัพยากร การควบคุมมลพิษ การจัดการของเสีย และการฟื้นฟูธรรมชาติแวดล้อม ตลอดจนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม) และมีความรับผิดชอบต่อสังคม (การมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมในด้านต่าง ๆ จากภายในสู่ภายนอกองค์กร โดยอาศัยสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ และการดำเนินโครงการรณรงค์ทางสังคมในประเด็นต่าง ๆ ที่องค์กรให้ความสำคัญ)

โกวิทย์ สวัสดิ์มงคล (2550 : 169-177) ศึกษาเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการแก้ไขปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการรถเอกชนร่วมบริการ ขสมก. มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อม ลักษณะการดำเนินธุรกิจร่วมนั้นเป็นการแก้ไขปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อม ปัญหาที่เกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจร่วมนั้นและความต้องการ การสนับสนุนเพื่อเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคม กรณีการแก้ไขปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อม ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีความเห็นต่อแนวคิด ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมภาพรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนลักษณะการดำเนินธุรกิจร่วมนั้นเป็นการแก้ไขปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อม ผู้ประกอบการมีการปฏิบัติการโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง สำหรับปัญหาที่เกิดขึ้นในการดำเนินการธุรกิจร่วมนั้นพบว่าภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางและความต้องการ การสนับสนุนเพื่อเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคม กรณีการแก้ไขปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อม ภาพรวมอยู่ในระดับมาก พร้อมทั้งมีข้อเสนอแนะว่า ผู้ประกอบการควรร่วมกันกำหนดแนวทางการดำเนินธุรกิจร่วมนั้นจัดกิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้พนักงานและผู้อื่นเข้าใจถึงปัญหามลพิษและสนับสนุนให้พนักงานมีความรู้ในการตรวจสอบและควบคุมเครื่องยนต์ เพื่อแก้ไขปัญหามลพิษทางอากาศ นอกจากนี้รัฐควรให้การสนับสนุน เงินทุนเพื่อปรับปรุงสภาพเครื่องยนต์ จักศูนย์ตรวจสอบและบำรุงรักษายานพาหนะให้มากขึ้น ลดหย่อนภาษีการนำเข้าอุปกรณ์ที่ช่วยลดมลพิษ ส่งเสริมให้มีเครือข่ายสถานประกอบการเพื่อแก้ไขปัญหามลพิษและควรประชาสัมพันธ์ให้สังคมรับรู้ถึงองค์กรธุรกิจร่วมนั้นที่มีมือปฏิบัติตามกฎหมายอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างกำลังใจในการดำเนินงานและเป็นตัวอย่างที่ดีให้แก่องค์กรธุรกิจอื่น ๆ ต่อไป

จิราพัชร ศักดิ์คาสถาพร (2550 : 4-5) ศึกษาเรื่อง บรรษัทภิบาลในบรรษัทภิบาลในรัฐวิสาหกิจที่แปลงสภาพเป็นบริษัทมหาชน ศึกษากรณี บริษัท ที โอ ที จำกัด (มหาชน) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิเคราะห์การบริหารจัดการตามหลักการบรรษัทภิบาลของบริษัท ที โอ ที จำกัด (มหาชน) ตามหลักเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ใช้การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ (Qualitative Method) เพื่อศึกษาวิเคราะห์แนวทางการบริหารจัดการตามหลักการบรรษัทภิบาลของบริษัทตามหลักเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยพบว่า แนวทางการบริหารจัดการที่ดีของบริษัท ที โอ ที จำกัด (มหาชน) ตรงกับหลักการจริยธรรมทางธุรกิจของ ก.ล.ต. มาก ที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากบริษัท ที โอ ที จำกัด(มหาชน) เป็นบริษัทที่แปลงสภาพมาจากหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ คือ องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย ซึ่งมีหน้าที่ความรับผิดชอบในการให้บริการสาธารณะแก่ประชาชน ดังนั้นนโยบายการบริหารจัดการจึงเน้นจริยธรรมมากที่สุด ส่วนหลักการในด้านความสัมพันธ์กับผู้ลงทุนเป็นหลักการที่แนวทางการบริหารจัดการของบริษัทที โอ ที จำกัด(มหาชน) ตรงกับหลักของ ก.ล.ต. น้อยที่สุด สืบเนื่องจาก ผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัท ที โอ ที จำกัด(มหาชน) คือ กระทรวงการคลัง

รวมถึงคณะกรรมการและผู้บริหารส่วนใหญ่ คือ ข้าราชการที่ได้รับการแต่งตั้งให้บริหารจัดการ บริษัท ที โอ ที จำกัด (มหาชน) ดังนั้น จึงไม่ได้มุ่งเน้นในด้านความสัมพันธ์กับผู้ลงทุน

ราชสีห์ เสนะวงศ์ (2550 : 1-2) ศึกษาเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้สื่อข่าว หนังสือพิมพ์สยามกีฬารายวัน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความรู้ต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้สื่อข่าวและระดับปฏิบัติความรับผิดชอบต่อสังคมผู้สื่อข่าว โดยศึกษาข้อมูลจากเอกสารและวิจัยภาคสนาม ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างเป็นมีความรู้ในระดับสูง ใน 3 ด้านได้แก่ ด้านความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม ในประเด็นผู้สื่อข่าวจะต้องเสนอข่าวตามความเป็นจริง เป็นข้อที่ผู้สื่อข่าว มีความรู้สูงที่สุดและในด้านขอบเขตความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น กลุ่มตัวอย่างมีความรู้สูง ในประเด็นผู้สื่อข่าวจะต้องเป็นผู้นำในการนำเสนอข่าวสารเพื่อช่วยแก้ปัญหาให้กับสังคม และด้านสุดท้าย ขนาดของความรับผิดชอบต่อสังคม กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ด้านนี้สูง โดยเฉพาะประเด็นนอกจากการระงับระไวต่อปัญหาในทางสังคม แล้วผู้สื่อข่าวจะต้องมองการไกลออกไป โดยคาดหมายถึงปัญหา ในทางสังคม ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตด้วย ส่วนในระดับปฏิบัตินั้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการปฏิบัติถึงความรับผิดชอบต่อสังคมนำทั้ง 3 ด้านได้แก่ ด้านการให้ข้อมูลที่จริง โดยเฉพาะในประเด็นผู้สื่อข่าวต้องไม่บิดเบือนข่าวสาร เพื่อได้มาซึ่งประโยชน์แก่ตนเองและพวกพ้อง ส่วนด้านการทำข่าวด้วยความรอบคอบ กลุ่มตัวอย่างก็มีระดับการปฏิบัติด้านนี้มาก โดยเฉพาะประเด็น ผู้สื่อข่าวต้องระมัดระวังในการนำเสนอข่าวสารที่อาจจะกระทบต่อความมั่นคงของชาติ ด้านสุดท้ายการไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างมีระดับการปฏิบัติในด้านนี้มาก โดยเฉพาะในประเด็นผู้สื่อข่าวต้องรักษาไว้ซึ่งความลับของแหล่งข่าว การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปที่แตกต่างกัน ความรู้และระดับปฏิบัติต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้สื่อข่าว พบว่า ผู้สื่อข่าวที่มีข้อมูลทั่วไปแตกต่างกัน มีความรู้ต่อความรับผิดชอบต่อสังคมไม่แตกต่างกัน การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปกับการปฏิบัติถึงความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้สื่อข่าวพบว่า ผู้สื่อข่าวที่มีข้อมูลทั่วไปต่างกัน มีการปฏิบัติถึงความรับผิดชอบต่อสังคมไม่แตกต่างกัน

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ความหมาย รูปแบบและกลยุทธ์ การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท น้ำตาลขอนแก่น จำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะบริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) อาศัยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) การศึกษาวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Research) และใช้วิธีการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนนำไปวิเคราะห์ ด้วยการตรวจสอบแบบสามเส้าเชิงคุณภาพ (Triangulation)

1. เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1.1 การศึกษาวิเคราะห์เอกสาร (Documentary research) การศึกษาวิจัยทำการรวบรวมข้อมูลจากการค้นคว้า หนังสือ บทความ วารสาร วิทยานิพนธ์ และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และการค้นคว้าข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อนำมาเป็นแนวคิดพื้นฐานในการดำเนินการวิจัย

1.2 การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interviews) จากเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบและผู้ที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการกิจกรรมที่มีลักษณะเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) ของบริษัท น้ำตาลขอนแก่น จำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะบริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี

2. ขอบเขตการศึกษา

2.1 ขอบเขตเนื้อหา

ศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์ การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท น้ำตาลขอนแก่น จำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะบริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ โดยศึกษาค้นคว้าเอกสารต่างๆ ได้แก่ รายงานประจำปี วารสาร วิทยานิพนธ์ เว็บไซต์ของบริษัท น้ำตาลขอนแก่น จำกัด (มหาชน) และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัท

2.2 ขอบเขตพื้นที่

ศึกษาเฉพาะบริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี เป็นบริษัทย่อยของบริษัทน้ำตาลขอนแก่นจำกัดมหาชน เป็นฐานการขยายกำลังการผลิต

2.3 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี มีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้ หลักการสามเส้า (Triangulation) โดยสัมภาษณ์เชิงลึกบุคลากรในหน่วยงานความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด จำนวน 12 คน ได้แก่ ผู้จัดการบริษัท ผู้จัดการฝ่าย หัวหน้าฝ่าย และพนักงาน ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์ การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท น้ำตาลขอนแก่น จำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะบริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1 เก็บรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ บทความ วารสาร เอกสาร รายงานประจำปีของบริษัท วิทยานิพนธ์และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพื่อนำมาเป็นพื้นฐานในการดำเนินการศึกษาวิจัย โดยใช้การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ เพื่อศึกษาถึงความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท น้ำตาลขอนแก่น จำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะบริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี รวมทั้งการทากิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรและนำมาวิเคราะห์รูปแบบและกลยุทธ์การทำ CSR ขององค์กร โดยข้อมูลที่ต้องการ ได้แก่

3.1.1 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

3.1.2 ข้อมูลทั่วไปของบริษัท น้ำตาลขอนแก่น จำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะบริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี

3.1.3 นโยบายของบริษัท น้ำตาลขอนแก่น จำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะบริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี ในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

3.1.4 กิจกรรมในลักษณะที่เป็นความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของบริษัท น้ำตาลขอนแก่น จำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะบริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี

3.1.5 รูปแบบและกลยุทธ์ของการทำกิจกรรมที่มีลักษณะเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท น้ำตาลขอนแก่น จำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะบริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี

3.2 สัมภาษณ์แบบเจาะลึก จากเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบ และผู้ที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการ กิจกรรมที่มีลักษณะเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของบริษัท น้ำตาลขอนแก่น จำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะบริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี โดยสัมภาษณ์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

3.2.1 นโยบายขององค์กรในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม

3.2.2 การให้ความหมายที่สอดคล้องกับแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม

3.2.3 แนวทางในการดำเนินธุรกิจตามหลักความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

3.2.4 แนวทางในการส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในลักษณะการมีความรับผิดชอบต่อสังคม

3.2.5 กิจกรรมในลักษณะที่เป็นความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในด้านต่างๆ

3.2.6 รูปแบบและกลยุทธ์ในการทำกิจกรรมที่มีลักษณะเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของบริษัท

3.2.7 ผลตอบรับของสังคมต่อการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม

4. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

ศึกษาการให้ ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์ การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท น้ำตาลขอนแก่น จำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะบริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี ด้วยวิธีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) เรียกว่า การตรวจสอบข้อมูลสามเส้า (Methodological Triangulation) (สุภาวศ์ จันทวานิช, 2553 : 128-130) วิธีการตรวจสอบ 4 วิธี คือ

4.1 การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) คือ การพิสูจน์ว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มานั้นถูกต้องหรือไม่ วิธีการตรวจสอบ คือ การตรวจสอบแหล่งของข้อมูล แหล่งที่จะพิจารณาในการตรวจสอบ ได้แก่ แหล่งเวลา หมายถึง ถ้าข้อมูลต่างเวลากันจะเหมือนกันหรือไม่ แหล่งสถานที่ หมายถึง ถ้าข้อมูลต่างสถานที่กันจะเหมือนกันหรือไม่ และแหล่งบุคคล หมายถึง ถ้าบุคคลผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนไป ข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่

4.2 การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation) จะเน้นการตรวจสอบจากผู้วิจัยหรือผู้เก็บข้อมูลต่างคนกันว่าได้ค้นพบที่เหมือนกันหรือแตกต่างกันอย่างไร ซึ่งถ้าผู้วิจัยหรือผู้เก็บข้อมูลทุกคนพบว่าข้อค้นพบที่ได้มามีความเหมือนกันแสดงว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มามีความถูกต้อง

4.3 การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) คือ การตรวจสอบว่า ถ้าผู้วิจัยใช้แนวคิดทฤษฎีที่ต่างไปจากเดิมจะทำให้การตีความข้อมูลแตกต่างกันมากน้อยเพียงใด อาจ

ทำได้ง่ายกว่าในระดับสมมติฐานชั่วคราว (Working Hypothesis) และแนวคิดขณะที่ลงมือตีความ สร้างข้อสรุปเหตุการณ์แต่ละเหตุการณ์ ปกตินักวิจัยจะตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎีได้ยากกว่า ตรวจสอบด้านอื่น

4.4 การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) คือ การใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ กันเพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน เช่น ใช้วิธีการสังเกตควบคู่กับการซักถาม พร้อมกันนั้นก็ศึกษาข้อมูลจากแหล่งเอกสารประกอบด้วย

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 ผู้วิจัยนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากเอกสารต่างๆ จัดให้เป็นระบบระเบียบ ให้ความหมายกับข้อมูล จัดหมวดหมู่ วิเคราะห์และสรุปรวบรวมสาระสำคัญตามขอบเขตด้านเนื้อหาของการวิจัย

5.2 วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสังเกต การสัมภาษณ์ ทำการวิเคราะห์ไปพร้อมๆ กับการเก็บข้อมูลที่ได้จากการจดบันทึกและการถอดเทปบันทึกเสียงจัดแยกเป็นหมวดหมู่ตามประเด็นต่างๆ พิจารณาข้อมูลที่ได้มีความสมบูรณ์เพียงพอที่จะตอบคำถามได้หรือไม่และหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ต่อไป

5.3 นำข้อมูลเนื้อหาทั้งหมดมาศึกษาวิเคราะห์และจัดลำดับตามขอบเขตของเนื้อหา วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล มุ่งแสดงรายละเอียดพร้อมทั้งบริบทอย่างสมบูรณ์ของการให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์ การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท น้ำตาลขอนแก่น จำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะบริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด อำเภوتاมะกา จังหวัดกาญจนบุรี ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้รูปแบบการพรรณนาวิเคราะห์ (Analysis Descriptive) ของข้อมูลที่ได้จากการสังเกต การสัมภาษณ์ การศึกษาเอกสาร จนได้ข้อมูลที่ชัดเจนเป็นภาพรวมที่สามารถตอบคำถามได้ จึงเขียนบรรยายเพื่อนำเสนอรายงานต่อไป

6. การนำเสนอผลการศึกษา

ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการศึกษา เป็นการศึกษาวิเคราะห์เชิงคุณภาพ (Qualitative Method) โดยการวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Research) และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interviews) มีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล ด้วยวิธีการตรวจสอบหลายทาง (Triangulation) มุ่งเน้นศึกษาถึงความหมายรูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท น้ำตาลขอนแก่น จำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะบริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด อำเภوتاมะกา จังหวัดกาญจนบุรี โดยการนำเสนอผลการศึกษา เป็นการบรรยายเชิงพรรณนา โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 5 บท ดังนี้

บทที่ 1 บทนำความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ในสังคมไทย วัตถุประสงค์ของการวิจัย และประโยชน์ที่ได้รับ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยอาศัยกรอบแนวคิดที่ได้ศึกษาเรื่อง แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม แนวคิดจริยธรรมและจริยธรรมในทางธุรกิจ แนวคิดเรื่องการกำกับดูแลกิจการที่ดี และความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการกรมโรงงานอุตสาหกรรม เป็นแนวคิดในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยผู้วิจัยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน คือ

1. การให้ความหมายการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด ตามทัศนะของบุคลากรของบริษัท
2. รูปแบบการรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด
3. กลยุทธ์การดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด

1. ความหมายการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด ตามทัศนะของบุคลากรของบริษัท

การให้ความหมายการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ จากการวิเคราะห์ข้อมูลตามวิธีวิทยาการสร้างทฤษฎีฐานราก พบว่าข้อมูลคำตอบของความหมายที่เกิดขึ้นจากทัศนะของบุคลากรของบริษัท ถูกสร้างและให้ความหมายจากปัจจัยหลายด้าน ได้แก่ ความรู้ ความเข้าใจ พื้นฐาน ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมองค์กร อิทธิพลทางความคิดและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นต้น ทั้งนี้ความหมายที่เกิดขึ้น มีความคล้ายคลึงกับความหมายที่ได้จากการศึกษาตามแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม คือ การดำเนินธุรกิจตามหลักกฎหมายและจริยธรรม ไม่ผิดศีลธรรมจรรยา ไม่เบียดเบียนทุกฝ่าย คำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อความสำเร็จขององค์กรทั้งภายในและภายนอก เช่น พนักงาน ผู้ถือหุ้น ลูกค้า คู่แข่ง ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม เป็นต้น สร้างสรรค์ความสุขที่แท้จริงให้กับทั้งตนเอง ธุรกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม และการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาบูรณาการ เพื่อนำไปสู่การดำเนินธุรกิจที่ประสบความสำเร็จและมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน

การให้ความหมายของการรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด ที่ได้จากผลการวิเคราะห์ มี 3 ความหมาย ได้แก่ 1) การมีจิตสำนึกที่ดีต่อสังคม 2) การช่วยเหลือและพัฒนาสังคมให้ดีขึ้น 3) การอยู่ร่วมกับสังคมอย่างมีความสุขและยั่งยืน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 การมีจิตสำนึก ความรับผิดชอบต่อผู้ที่เกี่ยวข้องและต่อสังคม

บุคลากรของบริษัทมีความเข้าใจว่า การมีจิตสำนึกที่ดีต่อสังคมของบริษัท เป็นไปตามหลักด้านมนุษยธรรม และการมีจิตสำนึกที่ดีต่อสังคม เพราะถ้าหากบริษัทปราศจากหลักมนุษยธรรมและจิตสำนึกที่ดีต่อสังคมแล้ว ย่อมก่อให้เกิดความเดือดร้อนทั้งสองฝ่าย หากองค์กรได้ตระหนักถึงการอาศัยอยู่ร่วมกันในสังคมแบบพึ่งพาอาศัยกัน ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน จนนำไปสู่การเกิดจิตสำนึกในความปรารถนาดีต่อกัน

ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ผู้บริหาร และพนักงานที่มีส่วนร่วมในโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ที่มีลักษณะสอดคล้องกับประเด็นนี้ ได้แก่

ผมคิดว่า คือ การดำเนินงานที่รับผิดชอบต่อสังคม องค์กรต่างๆ ที่มีจิตสำนึกต่อสังคม เกี่ยวข้องกับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด เช่น ผู้บริหาร พนักงาน ผู้ถือหุ้น ลูกค้า สังคม ชุมชน รวมถึงสิ่งแวดล้อม โดยองค์กรมีการดำเนินงานด้วยความสมัครใจและอยู่บนพื้นฐานของความโปร่งใสและวัฒนธรรมขององค์กร ที่สนับสนุนการพัฒนาอย่างยั่งยืน (ปัญญาพัฒน์ อภิรัตน์ธราธาร 2554)

บุคลากรของบริษัทมองว่าบริษัทดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีจิตสำนึกที่ดี คือ ผลิตน้ำตาลทรายคุณภาพสูง ด้วยประสิทธิภาพสูงสุด ส่งมอบตรงเวลา ถูกค้ำประกัน ปลอดภัยผู้บริโภค ซึ่งได้ตระหนักถึงผลกระทบต่อผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด นอกจากนี้ยังได้มีส่วนร่วมกับชุมชน ช่วยเหลือสังคม เพื่อเป็นการประสานความสัมพันธ์ ก่อให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่อกัน อันนำไปสู่การอยู่ร่วมกันอย่างมีจิตสำนึกที่ดีต่อกัน

1.2 การช่วยเหลือและพัฒนาชุมชนที่อยู่รอบโรงงานให้ดีขึ้น

บุคลากรของบริษัทให้ความหมายว่าเป็นการช่วยเหลือและพัฒนาสังคมให้ดีขึ้น ช่วยเหลือคนในชุมชนรอบบริษัท ให้มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น จากข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์บุคลากรของบริษัทที่มีลักษณะสอดคล้องกับประเด็นนี้ ได้แก่

บริษัทของเราก็ได้มีการช่วยเหลือกิจกรรมทางสังคมของชุมชน เช่น มอบอุปกรณ์กีฬา สนับสนุนของรางวัลตามที่ชุมชนร้องขอในโอกาสต่างๆ มอบน้ำตาลทรายให้แก่ชุมชน มอบอุปกรณ์การเรียน มอบทุนการศึกษาแก่เด็กที่เรียนดีแต่ขาดแคลนทุนทรัพย์ในชุมชน (ปัญญาพัฒน์ อภิรัตน์ธราธาร 2554)

บริษัทของเราก็ได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคม โดยการรับฟังความคิดเห็นของชุมชน ว่าชุมชนต้องการอะไร และบริษัทสามารถทำประโยชน์เพื่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมได้อย่างไรบ้าง โดยที่ไม่สร้างความเดือดร้อนแก่สังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เช่น การเชิญผู้นำชุมชนมาร่วมสัมมนาให้ความรู้ เรื่องการเพาะปลูกอ้อยให้มีคุณภาพได้ผลผลิตที่สูง การดูแลคุณภาพชีวิตชุมชนรอบบริษัท โดยการส่งรพพยาบาลเคลื่อนที่ออกตรวจรักษา (กรณียชัย ทักษิณ 2554)

ในความคิดของพี่ว่า คือ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วมระหว่างบริษัทกับชุมชนและสังคม ได้แก่ การปลูกต้นไม้คืนธรรมชาติ การทำเครื่องกรองน้ำให้แก่นักเรียน การแจกทุนการศึกษา การส่งหน่วยรพพยาบาลไปตรวจรักษาให้กับชาวบ้าน อะไรแบบนี้ (ภาคภูมิ ตะก้อง 2554)

พี่ว่า มันน่าจะหมายถึงการช่วยเหลือสังคม การคืนกำไรและตอบแทนสังคม ต่อสังคม เช่น การรณรงค์การปลูกต้นไม้ การสร้างโรงเรียนให้กับชุมชน การมอบทุนการศึกษาให้กับเด็ก เป็นต้น” (ทพพล ปลายูทอง 2554)

ตามที่เสนอของบุคลากรของบริษัทมองว่าเมื่อบริษัทเข้ามาดำเนินการอยู่ในพื้นที่ของชุมชน บริษัทตระหนักถึงความต้องการในสิ่งที่ชุมชนขาดแคลน จึงเกิดการสนับสนุนงบประมาณ อีกทั้งยังได้มีการสนับสนุนด้านอุปกรณ์และความร่วมมือในด้านต่างๆ ที่ชุมชนต้องการ เนื่องจากงบประมาณที่ชุมชนได้รับจากภาครัฐเพื่อนำไปใช้พัฒนาด้านต่างๆ นั้นไม่เพียงพอต่อความต้องการของคนในชุมชน

1.3 การอยู่ร่วมกับสังคมอย่างมีความสุขและยั่งยืน

บุคลากรของบริษัทได้ให้ความหมายการอยู่ร่วมกับสังคมอย่างมีความสุขและยั่งยืนว่าต้องมีการช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน มีการสื่อสารความเข้าใจร่วมกันเพื่อสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์บุคลากรของบริษัทที่มีลักษณะสอดคล้องกับประเด็นนี้ ได้แก่

ผมคิดว่าเป็นการมีส่วนร่วมกับสังคมทั้งดีและลบ ต้องมีการรับฟังความคิดเห็นของกันและกัน มีการประสานความรับผิดชอบ ทำประโยชน์เพื่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม ไม่สร้างความเดือดร้อนแก่สังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม พยายามหลีกเลี่ยงไม่กระทำการใดๆ ให้สังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อมต้องเสียหาย รวมทั้งปกป้องผลประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม เพื่อให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น โดยนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นแบบอย่าง (กรณียชัย ทักษิณ 2554)

การอยู่ร่วมกันระหว่างบริษัท พนักงาน กับชุมชนรอบข้างอย่างมีความสุขและยั่งยืน (สุรพล ชุนวิเศษ 2554)

ตามที่เสนอของบุคลากรของบริษัทมองว่า บริษัทมุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับการอยู่ร่วมกันกับสังคมอย่างมีความสุขและยั่งยืน และถือเป็นเป้าหมายหลักอันดับต้นๆของบริษัท โดยบริษัทได้วางนโยบายและจัดทำโครงการต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม ไม่ว่าจะเป็นการยกระดับสภาพแวดล้อมที่น่าอยู่มากขึ้น การยกระดับมาตรฐานการครองชีพ และความสุขภาพที่ดีของชุมชน ตลอดจนการสืบสานวัฒนธรรมความเป็นไทย โดยประเภทของกิจกรรมนั้น จะมีการ

ส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคม การบริจาคเพื่อการกุศล และการอาสาช่วยเหลือชุมชน ในแต่ละกิจกรรม บริษัทจะวางเป้าหมายโดยผสมผสานการใช้ทรัพยากรทั้งภายในและภายนอกองค์กรร่วมกัน เพื่อให้แต่ละกิจกรรมเกิดประสิทธิผลมากที่สุด ทั้งนี้ ความสำเร็จของแต่ละกิจกรรม จะไม่เกิดขึ้นจากการบริจาคทรัพย์สินเท่านั้น แต่ยังเน้นความมีส่วนร่วมของพนักงานในองค์กรและความร่วมมือของหน่วยงานภายนอก ตลอดจนความร่วมมือของชุมชนอีกด้วย รวมถึงมุ่งมั่นที่จะปรับปรุงและพัฒนา ร่วมกับชุมชนเพื่อสร้างรากฐานของความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

2. รูปแบบการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด

เนื่องจากบริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด ใช้แนวพุทธศาสด์พระราชทานในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ในการดำเนินงาน คือ ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยอยู่ภายใต้หลักความพอประมาณ ความระมัดระวัง มีเหตุผล และการบริหารความเสี่ยง ภายใต้ความรู้และคุณธรรมในการประกอบธุรกิจ ดังนั้น การดำเนินธุรกิจของบริษัท จึงอยู่บนพื้นฐานของการไม่เอาเปรียบผู้อื่น หรือแสวงหาผลกำไรจนเกิด ضرر จากการเบียดเบียนประโยชน์ของสังคม โดยไม่คำนึงถึงผลกระทบที่อาจจะก่อให้เกิดวิกฤตตามมา

2.1 การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมและชุมชน

การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Business Practices) เป็นการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจอย่างพินิจพิจารณาทั้งในเชิงป้องกันด้วยการหลีกเลี่ยงการก่อให้เกิดปัญหาทางสังคม หรือในเชิงร่วมกันแก้ไขด้วยการช่วยเหลือเยียวยาปัญหาทางสังคมนั้นๆ ด้วยกระบวนการทางธุรกิจ เพื่อการยกระดับสุขภาวะของชุมชนและการพิทักษ์สิ่งแวดล้อม โดยที่องค์กรธุรกิจสามารถที่จะดำเนินการเองหรือเลือกที่จะร่วมมือกับพันธมิตรภายนอกก็ได้ โดยมีโครงการดังนี้

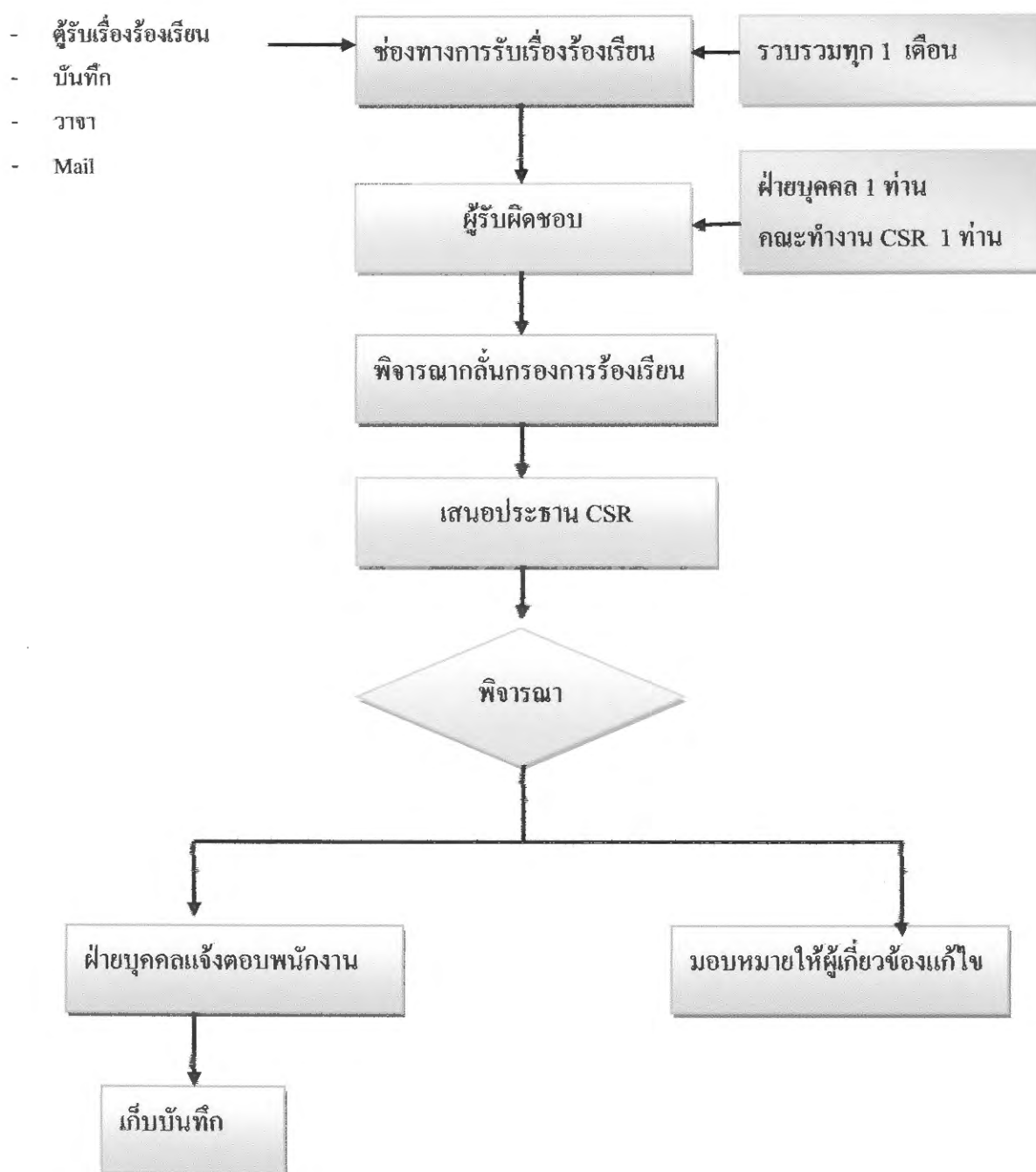
โครงการรับซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนมาใช้ในบริษัท เพื่อส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาไทย เป็นการสร้างเศรษฐกิจชุมชนบนพื้นฐานของการพัฒนาคนและชุมชนด้วยตนเอง ก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ และความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของคนในชุมชน เช่น การรับซื้อเซ่งจากกลุ่มแม่บ้านที่สานเข่ง เป็นการสร้างรายได้ให้กับกลุ่มแม่บ้านหรือการรับซื้อเศษผ้าที่เหลือใช้แล้วนำเศษผ้าเหล่านั้นกลับไปให้กลุ่มชาวบ้านที่มีความสามารถในการเย็บเศษผ้า เย็บส่งให้กับบริษัท เป็นการสร้างงานและสร้างรายได้ให้กับชุมชนและคนว่างงานได้ดีขึ้น

บริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด มีรูปแบบการดำเนินกิจกรรมหรือโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมโดยเน้นกลุ่มเป้าหมายหลักที่เป็นชุมชนรอบบริษัทเป็นอันดับแรก เนื่องจากการผลิตน้ำตาลของบริษัท จะมีกากอ้อยปลิว ทำให้มีผลกระทบต่อชุมชนรอบบริษัท บริษัทจึงมีการจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมระหว่างชุมชนกับบริษัท คือการจัดกิจกรรมด้านความปลอดภัย ด้านคุณภาพชีวิตของชุมชน เพื่อแสดงให้เห็นชุมชนที่อยู่บริเวณรอบบริษัท เข้าใจถึงปัญหาที่เกิดขึ้นร่วมกัน และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นร่วมกัน สามารถนำไปสู่การถ้อยทีถ้อยอาศัย การอยู่ร่วมกันอย่างปกติสุขได้ โดยการร่วมกับชุมชนในการแก้ไขปัญหาที่เกิดผลกระทบจากการผลิตน้ำตาลทรายของบริษัท (กากอ้อยปลิว) และมีกระบวนการพัฒนาศักยภาพให้ความรู้ และเทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการผลิตให้มีคุณภาพกับเกษตรกรชาวไร่อ้อย ที่ปลูกอ้อยส่งบริษัท นอกจากนี้บริษัทยังมีการจัดการทรัพยากรมนุษย์ภายในองค์กรอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม

2.1.1 การแก้ไขปัญหาที่เกิดจากกระบวนการผลิตน้ำตาลทรายของบริษัท

จากกระบวนการผลิตน้ำตาลทรายของบริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด นับตั้งแต่การปลูกอ้อยเพื่อนำมาเป็นปัจจัยการผลิต การขนส่ง กระบวนการผลิตน้ำตาล ของบริษัท ส่งผลกระทบต่อชุมชนที่อยู่บริเวณใกล้เคียงกล่าวคือ การเก็บอ้อยมีการเผาไร่อ้อยก่อนตัดทำให้เกิดไฟป่า ถนนหนทางชำรุดเสียหายจากการขนส่งอ้อยเข้าสู่บริษัท กระบวนการผลิตทำให้เกิดฝุ่นละออง เกิดเขม่าจากปล่องเตาและฝุ่นละอองจากกากอ้อยปลิว ขยะปนเปื้อน และน้ำเสีย ทำให้เกิดเรื่องร้องเรียนจากชุมชนที่อยู่บริเวณรอบบริษัท ในเรื่องเกี่ยวกับ ฝุ่นละอองและเขม่าควันที่ปล่องระบายควันปลิวฟุ้งกระจายสู่ชุมชนที่อยู่รอบโดยรอบบริษัท นอกจากนี้ยังมีกากขานอ้อยที่กองเก็บไว้ ปลิวฟุ้งกระจายสู่ภายนอกบริษัท ส่งผลทำให้เกิดการร้องเรียนบริษัท

การรับเรื่องร้องเรียนและกระบวนการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับ CSR



ภาพที่ 1 การรับเรื่องร้องเรียนและกระบวนการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับ CSR

หลังจากที่รับเรื่องร้องเรียน คณะทำงานด้าน CSR และฝ่ายบุคคลร่วมกัน ดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา โดยบริษัทจึงมีกระบวนการในการแก้ไขปัญหาพร้อมกับชุมชนที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานของบริษัทในเบื้องต้นมีการจัดทำแผนการจัดการทางมลพิษจากฝุ่นของกากอ้อย โดยทางบริษัทได้จัดทำแผนการก่อสร้างหอระบายความร้อน(Cooling Tower) ทดแทนบ่อระบายความร้อน (Spray Pond) เดิมเพื่อขยายพื้นที่จัดเก็บกากอ้อยให้มากขึ้นจะสามารถทำให้กองกากอ้อยเตี้ยลง ตอนนี้อยู่ในระหว่างดำเนินการก่อสร้าง หลังจากติดตั้งเสร็จจะเชิญผู้นำชุมชน เข้ามาร่วมชม นอกจากนี้ยังมีมาตรการต่างๆ เพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดจากระบบการผลิต น้ำตาลทรายของบริษัท ดังนี้

1. การตรวจวัดคุณภาพอากาศที่ปล่องหม้อไอน้ำและชุมชน
 - 1.1 การตรวจวัดคุณภาพอากาศที่ปล่องหม้อไอน้ำ
 - 1.2 การตรวจวัดสภาพอากาศที่ชุมชน
2. ปรับปรุงโครงสร้างพื้นที่และระบบบำบัดมลพิษทางอากาศ
 - 2.1 สร้างม่านกันกากอ้อย
 - 2.2 สร้างเครื่องดักเขม่าจากปล่องหม้อไอน้ำ
 - 2.3 การถมบ่อระบายความร้อน เพื่อเพิ่มสถานที่เก็บกากอ้อย
3. สร้างการยอมรับจากหน่วยงานราชการ และการยอมรับจากชุมชน
4. มาตรการเชิงรุกในการสื่อสารให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการแจ้งข้อมูลที่ส่งผลกระทบต่อชุมชน เพื่อบริษัทจะได้ตรวจสอบแก้ไขปรับปรุง
5. การลดการเผาอ้อยของเกษตรกรผู้ปลูกอ้อย เพื่อเป็นการลดผลกระทบจากปัญหาสิ่งแวดล้อมจากการเผาอ้อยของชาวไร่ ลดมลพิษทางอากาศ ลดโรคระบาดหนองกอเหลียงและหนองกอสีชมพูซึ่งทำลายคันอ้อย ทำให้เสียอินทรีย์วัตถุในดิน และธาตุปุ๋ยในดิน รวมถึงการทำให้คุณภาพของน้ำตาลในคันอ้อยลดลง ทางบริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด จึงได้มีคณะกรรมการในการส่งเสริมและสนับสนุนให้ชาวไร่ลดการเผาอ้อย อีกทั้งเป็นการตอบสนองนโยบายของรัฐ จึงมีการดำเนินการ ให้บริการรถตัดอ้อยกับชาวไร่อ้อย ในปัจจุบันบริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด มีรถตัดอ้อยไว้ให้บริการชาวไร่จำนวน 28 คัน บริษัทมีการค้าประกันกับชาวไร่ที่เข้าโครงการขอสินเชื่อจากธนาคาร ธกส. เพื่อซื้อรถตัดอ้อย ชาวไร่ที่นำอ้อยสดสะอาดมาส่งบริษัทจะสามารถถ่วงอ้อยได้ทันทีโดยไม่ต้องรอคิว ชาวไร่ที่นำอ้อยไฟไหม้มาส่งให้บริษัทจะถูกตัดราคาตามระเบียบ สอน. ราคาตันละ 20 บาท ทั้งนี้เพื่อสร้างแรงจูงใจให้เกษตรกรไม่เผาอ้อย

นอกจากนี้ยังมีมาตรการเชิงรุกในการสื่อสารให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการแจ้งข้อมูลที่ส่งผลกระทบต่อชุมชน เพื่อบริษัทจะได้ตรวจสอบแก้ไขปรับปรุง ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากกระบวนการผลิตของบริษัท ดังนี้

1. แจ้งเบอร์โทรศัพท์กับผู้นำชุมชนในรัศมี 5 กิโลเมตร โดยมีการทำหนังสือขอความร่วมมือประชาสัมพันธุ์ เรื่องการแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมของชุมชน ไปยังหน่วยงานต่างๆ ในอำเภอ เช่น นายอำเภอท่ามะกา นายกเทศมนตรีตำบลท่ามะกา กำนันตำบลท่ามะกา ผู้ใหญ่บ้านท่ามะกา หมู่ที่ 1 2 และ 10 ผู้ใหญ่บ้านตำบลห้วยเหนือ ผู้ใหญ่บ้านตำบลแสนตอ ผู้อำนวยการโรงเรียนวัดท่ากระทุ่ม และเจ้าอาวาสวัดท่ากระทุ่ม เพื่อขอความร่วมมือในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ให้ผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานของบริษัท โดยมีการระบุที่อยู่ สถานที่ติดต่อที่ชัดเจน ให้ผู้ที่ได้รับผลกระทบได้ส่งข้อร้องเรียนมายังฝ่ายประชาสัมพันธ์ หรือ ผู้จัดการฝ่ายผลิต หรือ รักษาการผู้อำนวยการกลุ่มโรงงานภาคตะวันตก 2

2. เจ้าหน้าที่เป็นตัวแทนจากบริษัทเข้าพบผู้นำชุมชนโดยการเข้าร่วมประชุมหรือการจัดเวทีประชุมร่วมกับผู้นำชุมชน เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ นอกจากนี้ยังมีการจัดเวทีสานเสวนา เวทีประชาคม โดยมีผู้นำชุมชนจากหมู่บ้านที่อยู่รอบโรงงานในรัศมี 5 กิโลเมตร หน่วยงานราชการที่อยู่รอบบริษัท ได้แก่ ตัวแทนสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด นายอำเภอ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน เพื่อรับฟังปัญหา ความต้องการของชุมชน นอกจากนี้ยังนำกลุ่มผู้ที่ได้รับผลกระทบดังกล่าวเข้าชมการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหาของบริษัท ซึ่งทำให้ชุมชนที่ได้รับผลกระทบและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเกิดความมั่นใจว่าปัญหาที่เกิดขึ้นได้รับการแก้ไขจากบริษัท นอกจากนี้ยังทำป้ายติดประกาศเบอร์โทรศัพท์ติดต่อกับบริษัท กรณีได้รับผลกระทบจากบริษัทในด้านสิ่งแวดล้อมทุกประเภท

3. แจ้งผลการตรวจวัดคุณภาพอากาศให้ชุมชนทราบผ่านทางวิทยุเสียงตามสายประชาชุมชนและติดประกาศผลการตรวจวัดคุณภาพอากาศในชุมชน การตรวจสอบคุณภาพอากาศของบริษัท น้ำตาลท่ามะกา จำกัด มีการจัดจ้างบริษัท MATRIX ENVIRONMENT LTD. PART เป็นตัวแทนจากบริษัทจัดทำรายงานผลการตรวจสอบคุณภาพอากาศจากปล่องระบายในบริเวณบ้านท่ากระทุ่มและหมู่ที่ 1 หลังจากนั้นทางบริษัทมีการส่งหนังสือรายงานผลการตรวจสอบคุณภาพอากาศให้กับสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดเพื่อทราบผลการการวัดคุณภาพอากาศและส่งข้อมูลให้กับกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน เพื่อแจ้งข่าวผ่านทางวิทยุเสียงตามสายของชุมชนและองค์การบริหารส่วนตำบล

จากการสัมภาษณ์ของบุคลากรของบริษัท ที่มีลักษณะสอดคล้องกับประเด็นนี้ ได้แก่

บริเวณชุมชนรอบบริษัทเป็นบริเวณที่ได้รับผลกระทบจากกากอ้อยที่ปลิวตกบริเวณรัศมี 5 กิโลเมตร ดังนั้นจึงให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรมด้านความปลอดภัย ด้านการศึกษา ด้านกีฬา และด้านคุณภาพชีวิตของชุมชน ภายใต้กระบวนการที่เน้นความเป็นเพื่อน เป็นประโยชน์ โดยใช้ ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรเป็นอันดับแรก และส่งเสริมการมีส่วนร่วม (ปัญญาพัฒน์ อภิรัตน์ธรราร 2554)

การไม่สร้างความเดือดร้อนแก่สังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม พยายามหลีกเลี่ยงไม่กระทำการใดๆ ให้สังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อมต้องเสียหาย รวมทั้งปกป้องผลประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม เพื่อให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น โดยนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นแบบอย่าง (กรณียชัย ทักขิน 2554)

2.1.2 การพัฒนาศักยภาพเกษตรกรผู้ผลิตอ้อย

บริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด ดำเนินธุรกิจอย่างสร้างสรรค์ มีการส่งเสริมการถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีสู่เกษตรกร เพื่อให้เกษตรกรมีศักยภาพมากขึ้น เช่น โครงการถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีการจัดการไร่อ้อย โดยให้ความรู้และพันธุ์อ้อยที่ดีมีคุณภาพเหมาะสมกับพื้นที่ในการเพาะปลูก อีกทั้งยังรับซื้ออ้อยคืนจากชาวไร่โดยมีการประกันราคา ทำให้ชาวไร่อ้อยเพิ่มรายได้ ลดต้นทุนและมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น นอกจากนี้ยังมีการสนับสนุนด้านเงินลงทุนประกันราคาพืชไร่จากภาครัฐ มีระบบแบ่งผลประโยชน์ที่เป็นธรรม จ่ายเงินตรงเวลาตามกำหนด มีระบบตรวจสอบการจ่ายเงินอย่างโปร่งใส มีการให้คำแนะนำและให้ความรู้เกี่ยวกับการเพาะปลูกอ้อย ที่ให้ผลผลิตที่มีคุณภาพ

ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ของบุคลากรของบริษัท ที่มีลักษณะสอดคล้องกับประเด็นนี้ ได้แก่

จะเน้นการสร้างสรรสร้างธุรกิจ เป็นมิตรกับสังคม ชื่นชมสิ่งแวดล้อม เช่น โครงการถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีการจัดการไร่อ้อย โครงการปลูกป่าเฉลิมพระเกียรติ โครงการปล่อยปลาคืนสู่ลุ่มแม่น้ำแม่กลอง เป็นต้น (ทศพร ปลายูทอง 2554)

2.1.3 การส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงานบริษัทให้มีความปลอดภัยในการปฏิบัติงานและมีครอบครัวอบอุ่น

บริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด ได้เล็งเห็นและตระหนักถึงการมีคุณภาพของบุคลากรของบริษัท การที่บุคลากรจะมีคุณภาพที่ดีเริ่มจากการมีครอบครัวที่อบอุ่น เนื่องจากการมีโครงสร้างพื้นฐานของครอบครัวที่เข้มแข็ง ทำให้บุคลากรของครอบครัวนั้น มีพื้นฐานจริยธรรมที่ดีตามไปด้วย จึงได้มีการจัดทำโครงการวันหยุดสุดปรารถนา (ในฤดูหน้าหีบ) เนื่องจากตระหนักถึงความสำคัญของครอบครัวซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของสังคม ดังนั้น จึงได้สนับสนุนให้ครอบครัวของพนักงานและชุมชนบริเวณรอบบริษัทได้มีเวลาและใช้เวลาทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อเรียนรู้และพัฒนา

ทักษะต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ เช่น กิจกรรมเรียนรู้วิถีชีวิตเศรษฐกิจพอเพียง เป็นการเรียนรู้การใช้ชีวิตแบบเศรษฐกิจพอเพียงตามรอยพ่อหลวง พร้อมทั้งเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการรักษาสิ่งแวดล้อม การดูแลสุขภาพทั้งร่างกายและจิตใจ โดยมุ่งเน้นกิจกรรมที่สมาชิกครอบครัวได้เรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติด้วยตนเองและมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น

ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ของบุคลากรของบริษัท ที่มีลักษณะสอดคล้องกับประเด็นนี้ ได้แก่

กิจกรรมของทางบริษัทคือการร่วมพัฒนาความเป็นอยู่ที่ดีที่สุดในสังคมไทยจะยั่งยืนได้ก็ต่อเมื่อเริ่มพัฒนาจากหน่วยที่เล็กที่สุดและมีความสำคัญที่สุดในสังคม นั่นคือ ครอบครัว เพราะครอบครัวแข็งแรงจะได้เสริมสร้างรากฐาน จริยธรรม การเรียนรู้ และช่วยพัฒนาศักยภาพของคนในครอบครัวอย่างแท้จริง เช่น โครงการวันหยุดสุดปรารถนา ในฤดูหน้าหนาว ที่อนุญาตให้พนักงานลาหยุดอยู่กับครอบครัวได้ การมอบทุนการศึกษา ให้กับบุตรพนักงานที่เรียนดี การมอบทุนการศึกษาให้กับโรงเรียนและชุมชน การให้ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีการผลิตอ้อย โครงการฟุตบอลเยาวชน เป็นต้น (กรณียชัย ทักษิณ 2554)

ในด้านการจัดสวัสดิการเพื่อดูแลด้านอื่นๆของพนักงานบริษัทได้ตระหนักเห็นความสำคัญของความปลอดภัยของพนักงานในการปฏิบัติงาน จึงได้มีการจัดสวัสดิการจัดหา รองเท้านิรภัยสวมใส่ในขณะที่ปฏิบัติงานเพื่อป้องกันอุบัติเหตุที่จะเกิดขึ้นกับเท้าในขณะที่ปฏิบัติงาน ผลการดำเนินงานในปี 2554 มีพนักงานได้รับรองเท้านิรภัยจำนวน 452 คน คิดเป็นร้อยละ 73 ของจำนวนพนักงานทั้งหมด

นอกจากนี้บริษัท ยังได้เปิดโอกาสให้พนักงานในองค์กรที่มีจิตอาสา ได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆร่วมกับชุมชน ได้แก่ การปลูกต้นไม้คืนธรรมชาติ การทำเครื่องกรองน้ำ ให้แก่นักเรียน การแจกทุนการศึกษา การส่งหน่วยรถพยาบาลไปตรวจรักษาให้กับชาวบ้าน เป็นต้น (ภาคภูมิ ตะก้อง 2554) การอาสาช่วยเหลือชุมชน (Community Volunteering) เป็นการสนับสนุนหรือจูงใจให้พนักงาน คู่ค้าร่วมสละเวลาและแรงงานในการทำงานให้แก่ชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่ และเพื่อตอบสนองต่อประเด็นปัญหาทางสังคมที่องค์กรให้ความสนใจหรือห่วงใย องค์กรธุรกิจอาจเป็นผู้ดำเนิน การเองโดยลำพัง หรือร่วมมือกับองค์กรหนึ่งองค์กรใดและอาจเป็นผู้กำหนดกิจกรรม อาสาดังกล่าวนี้เอง หรือให้พนักงานเป็นผู้คัดเลือกกิจกรรมแล้วนำเสนอต่อองค์กรเพื่อพิจารณาให้การสนับสนุน โดยที่พนักงานสามารถได้รับการชดเชยในรูปของวันหยุดหรือวันลาเพิ่มเติม โดยมีโครงการดังนี้โครงการปันน้ำใจสู่ชุมชน เปิดคลินิกเคลื่อนที่ ให้บริการรักษาพยาบาลฟรีแก่ชุมชน โดยจัดหน่วยพยาบาลเคลื่อนที่ออกให้บริการตรวจรักษาและให้ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสุขภาพแก่ชุมชนที่อยู่ใกล้พื้นที่บริษัท

2.2 การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม (Cause Promotion)

บริษัทจัดหาเงินทุน วัสดุสิ่งของ ตลอดจนทรัพยากรบุคคลผู้เชี่ยวชาญทั้งจากภายในและภายนอกองค์กรเพื่อออกให้บริการด้านองค์ความรู้ให้กับชุมชน โดยมีโครงการที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ เช่น โครงการฟุตซอลเยาวชน บริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด ได้ทำกิจกรรมเกี่ยวกับ ฟุตซอลเยาวชนโดยร่วมมือกับผู้นำชุมชน ส่งเสริมให้เยาวชนมีความสามัคคี สร้างเสริมความสัมพันธ์และความเข้มแข็งในชุมชนร่วมกับ โรงเรียนวัดท่ากระทุ่ม และโรงเรียนต่างๆ ในตำบลท่ามะกา ตำบลห้วยเหนือ และตำบลแสนตอ เพื่อช่วยลดความเสี่ยงในเรื่องยาเสพติด เนื่องจากในปัจจุบันปัญหาเรื่องยาเสพติดถือเป็นปัญหาที่เกิดผลกระทบกับสังคมในปัจจุบันเป็นอันดับต้นๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชนที่อยู่รอบบริษัท

2.3 การบริจาคเพื่อการกุศล (Corporate Philanthropy)

การบริจาคเพื่อการกุศล (Corporate Philanthropy) เป็นการช่วยเหลือไปที่ประเด็นปัญหาทางสังคมโดยตรง ในรูปของการบริจาคเงินหรือวัสดุสิ่ง โดยบริษัทมีโครงการดังนี้

2.3.1 โครงการทุนการศึกษาเยาวชน เพื่อมอบโอกาสทางการศึกษาให้แก่นักเรียนบริเวณโดยรอบชุมชนและ โรงเรียนที่ขาดแคลนทุน และนักเรียนจากชุมชนที่มีความประพฤติดี จิตใจดี ตั้งใจเรียนแต่ขาดทุนทรัพย์

2.3.2 โครงการสนับสนุนการพัฒนาการกีฬาและลานกีฬา ด้วยการมอบอุปกรณ์กีฬาและอุปกรณ์การเรียนการสอนเพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับ โรงเรียนและชุมชนโดยรอบบริษัท

การดำเนินกิจกรรมด้านการบริจาคเพื่อช่วยเหลือชุมชนของบริษัท มีรูปแบบที่ชัดเจน ได้แก่ บริจาคน้ำตาลเดือนละ 500 กก. ทอดกฐิน ผ้าป่าในวัดใกล้เคียง บริจาคอุปกรณ์กีฬา คอมพิวเตอร์ รับพนักงานในเป็นคนในชุมชนใกล้เคียง โครงการทุนการศึกษาเยาวชน เพื่อมอบโอกาสทางการศึกษาให้แก่เด็กนักเรียนบริเวณโดยรอบชุมชนและ โรงเรียนที่ขาดแคลนทุน และ นักเรียนจากชุมชนที่มีความประพฤติดี จิตใจดี ตั้งใจเรียนแต่ขาดทุนทรัพย์ โครงการสนับสนุนการพัฒนาการกีฬาและลานกีฬา ด้วยการมอบอุปกรณ์กีฬาและอุปกรณ์การเรียนการสอนเพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับ โรงเรียนและชุมชนโดยรอบบริษัท การบริจาคสิ่งของอื่นๆ เช่น น้ำดื่ม ผ้าห่ม การบำเพ็ญประโยชน์ให้กับชุมชน การสร้างโรงเรียนให้กับชุมชน การทำเครื่องกรองน้ำให้แก่เด็กนักเรียน การส่งหน่วยรพพยาบาลไปตรวจรักษาให้กับชาวบ้าน โครงการสร้างฝายน้ำล้น (ทศพร ปลายุ 2554)

กระบวนการในการดำเนินงานร่วมกับชุมชนในการจัดการด้านการบริจาคเพื่อการกุศล มีกระบวนการในการดำเนินงานดังนี้

1. ตั้งคณะทำงานรับผิดชอบโดย บริษัทตั้งคณะทำงานเพื่อรับผิดชอบดำเนินงานในรูปแบบคณะกรรมการ CSR ประกอบด้วย ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และกรรมการผู้จัดการ

ผู้บริหารบริษัทในระดับต่างๆ พนักงานจากส่วนต่างๆ ในบริษัท มีคำสั่งแต่งตั้งและประกาศเป็นนโยบายที่ชัดเจน นอกจากนี้ยังเชิญตัวแทนจากชุมชนที่ได้รับผลกระทบเข้ามาเป็นคณะ คณะทำงาน ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของชุมชน ที่ร่วมกับบริษัท ประกอบด้วย นายวินัย เพิ่มพวง ประธานชุมชน นางสุนีย์ ศรีอนันต์ รองประธานชุมชน นายสมชาย จงจินากุล รองประธานชุมชน นางพินนระรัฐ อินทร โสภา ผู้อำนวยการโรงเรียนธิดาวิทยา

2. สร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในการเสนอปัญหาและความต้องการของชุมชน โดยการจัดเวทีสานเสวนาร่วมกันระหว่างเจ้าหน้าที่บริษัทและผู้นำชุมชนมีการเชิญหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและแกนนำจากชุมชนต่างๆ เข้าร่วมเวทีเพื่อระดมความเห็นเกี่ยวกับสภาพปัญหาและความต้องการของชุมชน ซึ่งมีการกำหนดไว้ในแผนงานอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง โดยเฉพาะชุมชนท่ากระทุ่มและชุมชนท่ามะกาหมู่ที่ 1 คณะกรรมการ CSR เป็นผู้รับผิดชอบดำเนินการ หลังจากนั้นได้นำเอาปัญหาและความต้องการของชุมชนมาเป็นแนวทางในการจัดทำแผนงานและงบประมาณ ดังเช่นตัวอย่างของการระดมความเห็นจากชุมชนในด้านความต้องการของชุมชนดังนี้

- 2.1 ต้องการให้โรงงานรับคนในชุมชนเข้าทำงานในช่วงฤดูหีบ
- 2.2 ต้องการให้ทางโรงงานประกาศรับพนักงานโดยไม่จำกัด เพศ
- 2.3 พิจารณาถูกลานในชุมชนได้ทำงาน
- 2.4 ต้องการเข้าเยี่ยมชมโรงงานคูขั้นตอนในการผลิตน้ำตาล
- 2.5 ต้องการให้โรงงานหาช่างซ่อมบำรุงช่วยติดตั้งเครื่องกรองน้ำที่โรงเรียน

ธิดาวิทยา

3. คณะกรรมการ CSR จัดทำแผนงานและงบประมาณสนับสนุนตามความต้องการของชุมชน ดำเนินงานตามแผนงานที่กำหนดร่วมกันกับชุมชน มีการดำเนินการร่วมกันระหว่างคณะกรรมการ CSR และตัวแทนจากชุมชน เช่น โครงการน้ำดื่ม เค เอส แอล เพื่อน้อง เป็นการสนับสนุนติดตั้งเครื่องกรองน้ำให้กับโรงเรียนธิดาวิทยา คณะผู้รับผิดชอบโครงการ ประกอบด้วยตัวแทนบริษัทและชุมชนดำเนินการร่วมกัน มีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

3.1 นำถังกรองน้ำเก่าของโรงเรียนมาทำการปรับปรุง เปลี่ยนทราย คาร์บอนด์ และเรซินกรองน้ำใหม่ทั้งหมด พร้อมเพิ่ม UV มาเชื้อ

3.2 ทำการติดตั้ง ณ โรงเรียนธิดาวิทยา พร้อมส่งเจ้าหน้าที่เข้าตรวจเช็คคุณภาพน้ำทุกวันที่ 10 ของทุกเดือน

3.3 จัดทำคู่มือพร้อมสอนวิธีการฟื้นฟูเรซินเพื่อให้สามารถใช้งานได้อย่างปกติ

3.4 โครงการดำเนินการเสร็จเรียบร้อยและสามารถใช้งานได้อย่างมีคุณภาพ

ภายในเดือนสิงหาคม 2554

4. ติดตามผลการดำเนินงาน การลงพื้นที่เยี่ยมโครงการ

5. บริษัทจัดประชุมติดตามและทบทวนความก้าวหน้าและผลการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง โดยปี 2554 จัดประชุมในวันที่ 5 กรกฎาคม 2554

2.4 การส่งเสริมและพัฒนาสิ่งแวดล้อมร่วมกับชุมชน

บริษัท จะเน้นการสร้างสรรค์ธุรกิจ เป็นมิตรกับสังคม ชื่นชมสิ่งแวดล้อม เช่น โครงการ โครงการปลูกป่าเฉลิมพระเกียรติมีการณรงค์การปลูกต้นไม้ในชุมชน โครงการปล่อยปลาคืนสู่ลุ่มแม่น้ำแม่กลอง เป็นต้น (ทศพร ปลายู่ทอง 2554)



ภาพที่ 2 แสดงโครงการปล่อยปลาคืนสู่ลุ่มน้ำแม่กลอง



ภาพที่ 3 แสดงการปล่อยปลาคืนสู่ลุ่มน้ำแม่กลอง



ภาพที่ 4 แสดงการปล่อยปลาคืนสู่คูน้ำแม่กลอง

3. กลยุทธ์การดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท น้ำตาลท่ามะกา จำกัด

จากการศึกษากลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท น้ำตาลท่ามะกา จำกัด พบว่ากลยุทธ์การดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท น้ำตาลท่ามะกา จำกัด มีการกำหนดกลยุทธ์ที่สำคัญ 5 ประการประกอบด้วย 1) การกำหนดให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมให้เป็นภารกิจหลักขององค์กร ทั้งในค่านิยมนโยบายและการปฏิบัติ 2) การตั้งคณะกรรมการดูแลงานด้านกิจกรรมเพื่อสังคม 3) การสร้างการมีส่วนร่วมของเจ้าหน้าที่ พนักงาน ชุมชน และพัฒนาจิตอาสาให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงาน 4) การสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ ข้อมูล ข่าวสาร 5) การติดตาม และการรายงานผลการดำเนินงานต่อผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้อง ดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

กลยุทธ์การดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท น้ำตาลท่ามะกา จำกัด



ภาพที่ 5 แสดงกลยุทธ์การดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท น้ำตาลท่ามะกา จำกัด

3.1 การกำหนดให้ความรับผิดชอบต่อสังคมให้เป็นภารกิจหลักขององค์กร ทั้งในด้านนโยบายและการปฏิบัติ

จากการศึกษาบริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด มีกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านเศรษฐกิจ ด้วยผลประกอบการความก้าวหน้าทางธุรกิจขององค์กรและการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยมีรายละเอียดดังนี้ ผลการศึกษากลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด มี กลยุทธ์ที่สอดคล้องกับนโยบายขององค์กรในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยกำหนดไว้เป็นสายหลักอย่างชัดเจนและยึดถือปฏิบัติตั้งแต่ก่อตั้งกิจการ ดังเห็นได้จาก

วิสัยทัศน์ “มุ่งสู่ความเป็นเลิศในอุตสาหกรรมการเกษตรที่ให้ความหวานและพลังงาน รวมทั้งธุรกิจต่อเนื่องที่มีการพัฒนาอย่างยั่งยืน”

พันธกิจ

1. สร้างรายได้ให้แก่ชาวไร่ บนพื้นฐานของการเกษตรที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
2. พัฒนาเทคโนโลยีการผลิตให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด
3. สร้างผลประโยชน์ร่วมกันระหว่างหุ้นส่วนแห่งความสำเร็จ
4. พัฒนาอุตสาหกรรมต่อเนื่องเพื่อให้สามารถใช้ทรัพยากรได้เกิดประโยชน์สูงสุด

ในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมจากการกำหนดนโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเข้าไว้เป็นวิสัยทัศน์ พันธกิจ และหลักการที่ยึดมั่นอย่างชัดเจน พร้อมกับการกำหนดทิศทางในการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อยึดถือเป็นแนวทางปฏิบัติให้กับผู้บริหาร คณะกรรมการ และพนักงานทุกคนได้ดำเนินการไปในทิศทางเดียวกัน โดยมีการประกาศเป็นคำสั่งที่ 05 /2554 เรื่อง นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม โดยประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่ เป็นผู้ลงนาม เพื่อให้มีการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคม โดย มีการดำเนินการจากภายในให้ดีขึ้นเป็นอันดับแรก เช่น การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ การจัดการทรัพยากรบุคคลที่ดี ตลอดจนการสร้างจิตสำนึกให้พนักงานมีความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อพัฒนาองค์กรให้มีความเข้มแข็งและขยายการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมสู่ภายนอกองค์กร

จากนโยบายการกำกับดูแลกิจการเพื่อการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรได้เป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีตามที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้กำหนดไว้ในฐานะองค์กรที่กำกับดูแลกิจการที่ดีตามที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้กำหนดไว้ในฐานะ องค์กรที่กำกับดูแลบริษัทจดทะเบียนและเป็นไปตามโครงสร้างการจัดการองค์กรในระดับคณะกรรมการบริษัท ระดับบริหารและระดับปฏิบัติการ โดยได้กำหนดหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีและบทบาทของบริษัทต่อผู้มีส่วนได้เสียไว้เป็นลายลักษณ์อักษร พร้อมทั้งกำหนดการบริหารองค์กรเพื่อทำหน้าที่กำหนดนโยบายด้านคุณภาพ ความปลอดภัยอาชีวอนามัยสิ่งแวดล้อม และพลังงานและกำหนดแนวปฏิบัติตามนโยบายดังกล่าว โดยมีแผนงานและงบประมาณเพื่อสนับสนุนการดำเนินนโยบายรับผิดชอบต่อสังคมดังนี้

1. จัดทำแผนการไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ทางซอฟต์แวร์
2. จัดทำวิธีการ/ขั้นตอนการคัดเลือกผู้ขายผู้รับเหมาช่วง ด้านแรงงาน
3. จัดทำประเมินความเครียดของพนักงานจากการปฏิบัติงาน
4. ชี้นำประเด็นและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมกระบวนการผลิตน้ำตาลทราย
5. กำหนดแผนการตรวจวัดและจัดทำแผนการจัดการสิ่งแวดล้อม
6. กำหนดแผนผังแสดงการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งทางตรงและทางอ้อม
7. กำหนดแผนการตรวจสอบสุขภาพของพนักงานตามปัจจัยเสี่ยง
8. จัดทำกำหนดการปฏิบัติงานในปัจจัยเสี่ยงได้แก่ การทำงานในที่สูง
9. จัดทำแผนฉุกเฉินและการเตรียมความพร้อมกรณีที่เกิดเหตุหกรั่วไหล

บริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด คณะกรรมการบริษัท ได้ให้ความสำคัญต่อ การปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยได้มีประกาศแนวทางปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานรับทราบและถือปฏิบัติให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน บริษัทดำเนิน

ธุรกิจอย่างโปร่งใส ตรวจสอบได้ และมีความเป็นธรรมต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายและเพื่อให้สอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียนปี 2549 ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

คณะกรรมการบริษัท ประกอบด้วยบุคคลซึ่งมีความรู้ความสามารถและประสบการณ์หลากหลาย มีความสามารถเฉพาะด้านที่เป็นประโยชน์กับบริษัท เข้าใจบทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบมีภาวะผู้นำ มีการกำหนดวิสัยทัศน์ของบริษัทไว้อย่างชัดเจน มีความเป็นอิสระในการแสดงความคิดเห็นและตัดสินใจ กำกับดูแลกิจการของบริษัทให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อบริษัท และผู้ถือหุ้น มีการบริหารงานโดยกำหนดภารกิจ เป้าหมาย กลยุทธ์ แผนปฏิบัติงาน และงบประมาณประจำปี เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยนำหลักบรรษัทภิบาลมาเป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่กิจการและผู้ถือหุ้น

บริษัทได้จัดให้มี ข้อมูฟงปฏิบัติทางจริยธรรม เพื่อให้กรรมการ ผู้บริหารและพนักงานของบริษัท ยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติเพื่อให้บรรลุภารกิจในการดำเนินงานของบริษัท โดยได้เน้นถึงหลักความโปร่งใส หลักความซื่อสัตย์สุจริต คุณธรรม และจริยธรรม ซึ่งได้มีการกำหนดเกี่ยวกับจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจของบริษัท ข้อมูฟงปฏิบัติของกรรมการและผู้บริหารต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ รวมทั้งข้อมูฟงปฏิบัติของพนักงานต่อบริษัท

ทางบริษัทมีการกำหนดการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม โดยค้นหาจุดร่วมระหว่างบริษัทและสังคม นำผลกระทบทางสังคมจากธุรกิจ มาตั้งคำถามเพื่อนำไปสู่กิจกรรมต่างๆ จนเกิดการพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อลดต้นทุน ลดผลกระทบเชิงลบและเพิ่มผลเชิงบวก เช่น การคัดเลือกวัตถุดิบมีคุณภาพ การนำเอากากอ้อยที่เป็นของเสียนำมาเป็นพลังงานทดแทนในอุตสาหกรรมค่อไป การดูแลพนักงานให้มีสุขภาวะที่ดีและมีครอบครัวที่เข้มแข็ง และบริษัท น้ำตาลท่ามะกา จำกัด สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน ได้จากเป้าหมายจากดำเนินธุรกิจ “ผลิตน้ำตาลทรายคุณภาพสูงด้วยประสิทธิภาพสูงสุด ส่งมอบตรงเวลา ลูกค้ำมั่นใจ ปลอดภัยผู้บริโภค”

3.2 การตั้งคณะกรรมการดูแลงานด้านกิจกรรมเพื่อสังคม

ในด้านการดำเนินงานกิจการเพื่อสังคมขององค์กร บริษัทมีโครงสร้างองค์กรรองรับการขับเคลื่อนงานด้านกิจกรรมเพื่อสังคม ถึงแม้บริษัทเพิ่งเริ่มต้นการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม และเริ่มดำเนินการตั้งฝ่ายความรับผิดชอบต่อสังคมภายในองค์กรขึ้นโดยมีการแต่งตั้งคณะกรรมการดูแลงานด้านกิจกรรมเพื่อสังคม เป็นคณะกรรมการชุดย่อย โดยมีการแต่งตั้งในปี 2553 เรียกว่า คณะกรรมการกิจกรรมเพื่อสังคม มีผู้จัดการบริษัทเป็นประธาน ทำหน้าที่วางกรอบการดำเนินงาน กำกับดูแล ให้นโยบาย ติดตาม และประเมินผลการดำเนินงานด้านกิจกรรมเพื่อสังคม

ซึ่งวิธีการนี้ทำให้นโยบายและการทำงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ถูกถ่ายทอดลงสู่ทุกส่วนของการทำงานในองค์กร สามารถดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมได้อย่างรอบด้านและมีทิศทางที่ชัดเจน

บริษัทมีการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสารจากนโยบาย เป้าหมาย และแผนงานขององค์กรที่เกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมให้กับพนักงานทุกระดับได้รับทราบ ทำให้พนักงานเกิดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง สามารถมองเห็นความสำคัญของการสนับสนุนกิจกรรมขององค์กรให้ดำเนินไปในทิศทางเดียวกัน เช่น โครงการพัฒนาเยาวชนและชุมชน โดยการเปิดรับสมัครพนักงานอาสาสมัครทำกิจกรรมในช่วงวันหยุดหรือหลังเลิกงาน มีจิตอาสา โดยกิจกรรมนี้เป็นเป้าหมายหลักประการหนึ่งในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม ซึ่งบริษัทได้ส่งเสริมให้มีกระบวนการจิตอาสาให้เกิดขึ้นภายในองค์กร เพื่อปลูกจิตสำนึกในความรับผิดชอบต่อสังคมและการทำงานเพื่อส่วนรวม

3.3 การสร้างการมีส่วนร่วมของเจ้าหน้าที่ พนักงาน ชุมชน และพัฒนาจิตอาสาให้ กับผู้ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงาน

ในการดำเนินงานหรือกิจกรรมต่างๆ บริษัทยังมีการมองความต้องการของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยการสอบถามความต้องการและมุมมองที่ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น พนักงาน ลูกค้า ผู้ถือหุ้น คู่ค้า ชุมชน ที่มีต่อองค์กร โดยเฉพาะในแง่ของมิติดผลกระทบเชิงลบที่ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียที่ต้องการให้องค์กรพึงกระทำ โดยเลือกใช้เวทีในการเปิดรับฟังความคิดเห็นของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ก่อนจะนำมาเป็นกลยุทธ์ในการทำงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม สามารถทำให้องค์กรสามารถปรับตัว รับมือกับปัญหาที่เกิดขึ้นในอนาคตได้ เพราะทำให้มีโอกาสที่จะขับเคลื่อนความรับผิดชอบต่อสังคม ให้ประสบความสำเร็จ เช่น มีการจัดประชุมกลุ่มชาวไร่ฮ้อย การจัดประชุมชุมชนรอบบริษัทที่ได้รับผลกระทบจากของเสียที่มาจากบริษัท เพื่อรับฟังความคิดเห็นและกำหนดแนวทางร่วมกัน การจัดเวทีสานเสวนาเพื่อสร้างความเข้าใจและรวบรวมปัญหาและความต้องการของชุมชนที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานของบริษัท

บริษัทน้ำตาลท่ามะกา ได้มีการเลือกพันธมิตรการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม เนื่องจากทางบริษัทมีข้อจำกัดทางด้านทรัพยากร ความรู้ความชำนาญเฉพาะเรื่อง และปัญหาอื่นๆที่องค์กรไม่สามารถดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมได้ จึงต้องมีการเลือกพันธมิตรที่มีเป้าหมาย วัตถุประสงค์ และมีการวางแผนร่วมกัน มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร มีการสนับสนุนในเรื่องของทรัพยากรต่างๆ ร่วมกัน เช่น บุคคล วัสดุสิ่งของ ทักษะความรู้ความสามารถต่างๆ โดยจะนำมาซึ่งความสำเร็จทั้งในส่วนของบริษัทและคุณค่าทางสังคม เช่น โครงการสร้างฝายทดน้ำให้กลับหมู่บ้านที่จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งได้ร่วมกับทางบริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด

บริษัทมีการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม โดยเลือกประเด็นทางสังคมที่มีความจำเป็นกับสังคมและเหมาะสมกับองค์กร โดยธนาคารเลือกประเด็นทางสังคมทางด้านการพัฒนาเยาวชนเป็นหลักสำคัญ เพราะเยาวชนเป็นทรัพยากรที่มีค่าต่อการพัฒนาประเทศ แต่ในขณะเดียวกัน การเลือกประเด็นปัญหาก็ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ทางสังคมด้วยว่าผลจากการกระทบของบริษัทที่มีต่อชุมชน สังคม มีมากน้อยเพียงใด กรณีใดเป็นกรณีเร่งด่วนและสำคัญที่ทุกคนให้ความช่วยเหลือก็จะถูกเลือกขึ้นมาเป็นประเด็นและลงมือจัดทำโครงการต่อไป ตัวอย่างเช่น โครงการพัฒนาเยาวชน และชุมชน มีการเปิดรับสมัครพนักงานอาสาสมัครทำกิจกรรมในช่วงวันหยุดหรือหลังเลิกงาน มีจิตอาสา โดยกิจกรรมนี้เป็นเป้าหมายหลักประการหนึ่งในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม ซึ่งโรงงานได้ส่งเสริมให้มีกระบวนการจิตอาสาให้เกิดขึ้นภายในองค์กร เพื่อปลูกจิตสำนึกในความรับผิดชอบต่อสังคมและการทำงานเพื่อส่วนรวม

3.4 การสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ ข้อมูลข่าวสาร

บริษัท มีการสร้างให้เกิดการรับรู้แก่พนักงาน ชุมชน และสังคม ในการดำเนินโครงการหรือกิจกรรมต่างๆ ของบริษัท โดยมีการประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มเป้าหมายและประชาชนทั่วไปได้รับรู้และมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม ซึ่งนับว่าเป็นสิ่งที่สำคัญมากในการดำเนินกิจกรรมหรือทำโครงการต่างๆ โดยทางบริษัทได้จัดทำแผ่นพับ โปสเตอร์ ออกรายการวิทยุชุมชน เพื่อเป็นการสื่อสารโครงการให้กับชุมชน สังคมและเชิญชวนพนักงาน รับรู้และเข้ามามีส่วนร่วมกับการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม อีกทั้งยังได้มีการจัดทำรายงานประจำปีที่น่าออกเผยแพร่ให้ประชาชนที่สนใจลงทุนได้รับทราบข้อมูลอย่างครบถ้วน เป็นการสร้างการรับรู้ถึงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ได้เป็นอย่างดี

3.5 การติดตาม และการรายงานผลการดำเนินงานต่อผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้อง

บริษัทมีการประเมินผลในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม เพราะการประเมินผลการดำเนินงานเป็นสิ่งจำเป็นที่องค์กรต้องปฏิบัติ เพื่อนำผลที่ได้จากการประเมินผลมาปรับปรุงหาแนวทางที่เหมาะสมในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมต่อไป โดยบริษัทมีการประเมินผลความสำเร็จของกิจกรรมต่างๆ ตามจำนวนกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมกิจกรรมหรือโครงการต่างๆ เช่น จำนวนกลุ่มตัวแทนชุมชนที่เข้าร่วมโครงการเปิดตัวการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม เป็นต้น นอกจากนี้บริษัทจัดประชุมติดตามและทบทวนความก้าวหน้าและผลการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง โดยปี 2554 มีการจัดประชุมในวันที่ 5 กรกฎาคม 2554 ที่ผ่านมาเพื่อสรุปผลการดำเนินงานและแนวทางการดำเนินงานในปีต่อไป

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัย เรื่อง ความหมายรูปแบบและกลยุทธ์ ความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัทน้ำตาลขอนแก่น จำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะบริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาความหมายของการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม 2) ศึกษารูปแบบการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม 3) ศึกษากลยุทธ์ของการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม ศึกษาโดยการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) อาศัยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) การศึกษาวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Research) และใช้วิธีการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนนำไปวิเคราะห์ ด้วยการตรวจสอบแบบสามเส้าเชิงคุณภาพ (Triangulation) ทั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เป็นกรอบแนวทางในการศึกษาดังต่อไปนี้ 1) แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม 2) แนวคิดจริยธรรมและจริยธรรมในทางธุรกิจ 3) แนวคิดเรื่องการค้ากับดูแลกิจการที่ดี 4) ความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการกรมโรงงานอุตสาหกรรม และ 5) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก วิธีการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และวิธีการเก็บรวบรวมเอกสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้อง โดยสัมภาษณ์เชิงลึกบุคลากรในหน่วยงานความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด จำนวน 12 คน ได้แก่ ผู้จัดการบริษัท ผู้จัดการฝ่าย หัวหน้าฝ่าย และพนักงาน ที่มีส่วนเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม แนวคำถามที่ผู้วิจัยใช้ในการสัมภาษณ์เป็นแนวคำถามกึ่งปลายเปิดที่พัฒนาจากแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้รับการตรวจสอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาและกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อให้ผู้วิจัยได้รับคำตอบที่ตรงตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยใช้แนวคำถามเรื่องแนวคิดและการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมกับบุคลากรขององค์กร ทั้งนี้การดำเนินการสัมภาษณ์เปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลมีอิสระในการแสดงทัศนะความคิดเห็น โดยมีวิธีการในการรวบรวมข้อมูล คือการสัมภาษณ์รายบุคคล และการสนทนากลุ่ม (Focus Group)

ในด้านการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ และจากการเก็บรวบรวมได้จากเอกสารต่างๆ จัดให้เป็นระบบระเบียบ ให้ความหมายกับข้อมูล จัดหมวดหมู่ และการสังเคราะห์โดยใช้แนวคิด ทฤษฎี แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม และแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการกรมโรงงานอุตสาหกรรม เป็นกรอบแนวคิดสำคัญในการสังเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปและอภิปรายผลเป็นประเด็นสำคัญได้ ดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษา การให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม ของพนักงานและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของบริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี ได้ให้ความหมายดังกล่าว มี 3 ความหมาย ได้แก่ 1) การมีจิตสำนึก ความรับผิดชอบต่อผู้ที่เกี่ยวข้องและต่อสังคม 2) การช่วยเหลือและพัฒนาชุมชนที่อยู่รอบบริษัทให้ดีขึ้น 3) การอยู่ร่วมกับสังคมอย่างมีความสุขและยั่งยืน ซึ่งสามารถสรุปสาระสำคัญดังนี้

1. การมีจิตสำนึก ความรับผิดชอบต่อผู้ที่เกี่ยวข้องและต่อสังคม การดำเนินงานของบริษัท ได้ตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค โดยการผลิตน้ำตาลทรายคุณภาพสูง ปลอดภัยต่อผู้บริโภค โดยตระหนักถึงผลกระทบต่อผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด นอกจากนี้ยังได้มีส่วนร่วมกับชุมชน ช่วยเหลือสังคม เพื่อเป็นการประสานความสัมพันธ์ เกิดการช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน อันนำไปสู่การอยู่ร่วมกันอย่างไม่มีปัญหาความขัดแย้งหรือการร้องเรียน นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญในการดูแลทางด้านสวัสดิการให้กับพนักงานเพื่อให้ทำงานอย่างมีความสุข

2. การช่วยเหลือและพัฒนาชุมชนที่อยู่รอบบริษัท โดยชุมชนที่อยู่รอบบริษัทน้ำตาลเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่ผลิตอ้อยป้อนเข้าสู่บริษัท ดังนั้นเพื่อเป็นการช่วยเหลือเกื้อกูลระหว่างกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตอ้อย และบริษัทจึงมีการพัฒนาให้ความรู้แก่เกษตรกร เกี่ยวกับการผลิตอ้อยให้มีคุณภาพได้ผลผลิตสูงและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้กระบวนการผลิตน้ำตาลจากบริษัทส่งผลกระทบต่อชุมชน บริษัทได้มีแก้ไขปัญหามา และให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการรับรู้ข้อมูลการแก้ไขปัญหของบริษัทและมีการมอบเงินบริจาคสนับสนุนการทำกิจกรรมต่างๆ ให้กับชุมชนที่อยู่บริเวณรอบบริษัท

3. การอยู่ร่วมกับสังคมอย่างมีความสุขและยั่งยืน โดยบริษัทได้วางแผนนโยบายและจัดทำโครงการต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม โดยสร้างการมีส่วนร่วมกับชุมชนเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ดีต่อกันมีการจัดเวทีสานเสวนารับฟังปัญหาที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานของบริษัท และการสนับสนุนกิจกรรมที่ส่งเสริมแวดล้อมในชุมชนให้น่าอยู่มากขึ้น การยกระดับมาตรฐานการครองชีพ และความมีสุขภาพที่ดีของชุมชน ตลอดจนการสืบสานวัฒนธรรมความเป็นไทย โดยประเภทของกิจกรรมนั้น จะมีการส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคม การบริจาคเพื่อการกุศล และการอาสาช่วยเหลือชุมชน ในแต่ละกิจกรรม บริษัทจะวางเป้าหมายโดยผสมผสานการใช้ทรัพยากรทั้งภายในและภายนอกองค์กร

ผลการศึกษา รูปแบบของความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด จากกรอบแนวคิดที่ได้ศึกษารูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมตามรูปแบบของฟิลลิป คอตเลอร์ และแนนซี ลี สามารถนำมาใช้วิเคราะห์รูปแบบของกิจกรรมการรับผิดชอบต่อ

ต่อสังคม 4 รูปแบบ ดังนี้ 1) การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมและชุมชน (Socially Responsible Business Practices) 2) การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม (Cause Promotion) 3) การบริจาคเพื่อการกุศล (Corporate Philanthropy) 4) การส่งเสริมและพัฒนาสิ่งแวดล้อมร่วมกับชุมชน

ผลการศึกษากลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท น้ำตาลท่ามะกา จำกัด พบว่ากลยุทธ์การดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท มีการกำหนดกลยุทธ์ที่สำคัญ 5 ประการประกอบด้วย 1) การกำหนดให้ความรับผิดชอบต่อสังคมให้เป็นภารกิจหลักขององค์กร ทั้งในด้านนโยบายและการปฏิบัติ 2) การตั้งคณะกรรมการดูแลงานด้านกิจกรรมเพื่อสังคม 3) การสร้างการมีส่วนร่วมของเจ้าหน้าที่ พนักงาน ชุมชน และพัฒนาจิตอาสาให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงาน 4) การสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ ข้อมูลข่าวสาร 5) การติดตามและการรายงานผลการดำเนินงานต่อผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้อง

2. อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาถึง ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์ ของการรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท น้ำตาลท่ามะกา จำกัด เป็นการศึกษาเพื่อหาข้อสรุปจากรูปธรรม การทำกิจกรรมเพื่อสังคม ซึ่งเป็นการเรียนรู้และทำความเข้าใจเรื่องที่เกิดขึ้น ณ ช่วงเวลาขณะหนึ่ง ดังนั้นการให้ความหมายที่มาจากความหมาย และรูปแบบ กลยุทธ์ ของความรับผิดชอบต่อสังคม ที่ได้ศึกษาไปนั้นอาจมีการเปลี่ยนแปลงไปหากมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายและรูปแบบของการดำเนินโครงการกิจกรรมต่างๆ ของบริษัท จากการศึกษาดังกล่าวผู้วิจัยได้ข้อสรุปเชิงทฤษฎี แนวทางการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทน้ำตาลท่ามะกา ดังนี้

1. การให้ ความหมาย ของคำว่า การดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม ของผู้บริหารและพนักงานของบริษัท น้ำตาลท่ามะกา จำกัด คือ 1) การมีจิตสำนึก ความรับผิดชอบต่อผู้ที่เกี่ยวข้องและต่อสังคม 2) การช่วยเหลือและพัฒนาชุมชนที่อยู่รอบบริษัทให้ดีขึ้น 3) การอยู่ร่วมกับสังคมอย่างมีความสุขและยั่งยืน ซึ่งเป็นการให้ความหมายที่เกิดจากความรู้อย่างเข้าใจที่เกิดจากระเบียบข้อบังคับ กฎหมาย และการปฏิบัติตามนโยบายของบริษัท การให้ความหมายดังกล่าวมีความสอดคล้องกับ หลักปรัชญา “เศรษฐกิจพอเพียง” ที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงมีพระราชดำรัสแก่พสกนิกรชาวไทยมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2517 ได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในภาคธุรกิจอย่างกว้างขวาง โดยอยู่ภายใต้หลักความพอประมาณ ความระมัดระวัง มีเหตุผล และการบริหารความเสี่ยง ภายใต้ความรู้และคุณธรรมในการประกอบธุรกิจ ซึ่งมีเป้าหมาย คือ ความสมดุล มั่นคง และยั่งยืนของชีวิตและสังคม ดังนั้น “การดำเนินธุรกิจตามปรัชญานี้ จึงอยู่บนพื้นฐานของการไม่เอารัดเอาเปรียบผู้อื่น

หรือแสวงหาผลกำไรจนเกินควรจากการเบียดเบียนประโยชน์ของสังคม โดยไม่คำนึงถึงผลกระทบที่อาจจะก่อให้เกิดวิกฤตตามมา ตลอดจนให้คำนึงถึงการใช้ทรัพยากรในธุรกิจอย่างประหยัดและอย่างมีประสิทธิภาพ” นอกจากนี้การให้ความหมายดังกล่าวยังมีความสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการให้ความหมายของ องค์การเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมแห่งสหประชาชาติ (UNIDO) สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม ฟิลลิป คอตเลอร์ และแนนซี ลี World Business Council for Sustainable Development / Business for Social Responsibility และอื่นๆ ซึ่งให้นิยามสรุปภาพรวมว่า ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) คือ การดำเนินธุรกิจตามหลักกฎหมายและจริยธรรม โดยดำเนินการต้องคำนึงถึงต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อความสำเร็จขององค์กรทั้งภายในและภายนอก ตั้งแต่ พนักงาน ผู้ถือหุ้น นักลงทุน ลูกจ้าง คู่ค้า ลูกค้า คู่แข่งขัน เจ้าหนี้ ตลอดจนผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการประกอบธุรกิจทางตรงและทางอ้อม ได้แก่ ชุมชนที่วิสาหกิจนั้นตั้งอยู่ รัฐบาล สังคม และสิ่งแวดล้อมโดยรวมทั้งหมด ดังนั้น ธุรกิจต้องแสดงบทบาทความเป็นผู้นำในสิ่งที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์ต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม และการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาบูรณาการ เพื่อนำไปสู่การดำเนินธุรกิจที่ประสบความสำเร็จและมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยไม่ผิดศีลธรรมจรรยา ไม่เบียดเบียนทุกฝ่าย สร้างสรรค์ความสุขที่แท้จริงให้กับทั้งตนเอง ธุรกิจ รวมทั้ง สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

2. การดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท น้ำตาลท่ามะกา จำกัด โดยภาพรวมให้ความสำคัญในการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคมในมิติภายในองค์กร เพื่อสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรให้เป็นองค์กรประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมและชุมชน โดยเฉพาะการดำเนินธุรกิจขององค์กรที่ไม่สร้างความเดือดร้อนแก่ชุมชนที่อยู่รอบบริษัทที่ได้รับผลกระทบจากกระบวนการผลิตน้ำตาลของบริษัท ทั้งทางด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อมที่ได้รับผลกระทบเพื่อให้สามารถอยู่ร่วมกันและเกิดระบบการช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกันระหว่างบริษัทและชุมชนที่ได้รับผลกระทบ เช่น การแก้ไขปัญหามลพิษจากกากอ้อยปลิว การขนส่งอ้อยทำให้ถนนหนทางชำรุดเสียหาย และการจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น การจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีร่วมกันของพนักงาน มีกระบวนการพัฒนารอบครัวของพนักงาน การสร้างความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน การศึกษาดูงาน ด้านการเรียนรู้ด้านเศรษฐกิจพอเพียง นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาศักยภาพพนักงานและทักษะในด้านการปฏิบัติงานให้มีความรู้และทักษะในการปฏิบัติงาน จากรูปธรรมการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท น้ำตาลท่ามะกา จำกัด มีความสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการให้นิยามความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) กล่าวคือ การดำเนินธุรกิจ โดยดำเนินการต้องคำนึงถึงต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อความสำเร็จขององค์กรทั้งภายในและภายนอก โดยเฉพาะ พนักงาน ลูกจ้าง คู่ค้า ตลอดจนผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการประกอบธุรกิจทางตรงและทางอ้อม ได้แก่ ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อมที่อยู่รอบบริษัท โดยไม่ผิดศีลธรรมจรรยา ไม่เบียดเบียนทุกฝ่าย เพื่อให้เกิดการอยู่

ร่วมกันอย่างพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน โดยลักษณะรูปธรรมในการดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด คือ มติการดำเนินการรับผิดชอบต่อองค์กรในรูปแบบ ผสมผสานระหว่างมิติกายในและนอกองค์กร ดังที่กล่าวถึง ใน European Commission (อ้างถึงใน สุทธิศักดิ์ ไกรสรสุธาณี 2550 : 8 และสอดคล้องกับหลักแนวทางการดำเนินธุรกิจความรับผิดชอบต่อสังคมบนพื้นฐานของการไม่เอารัดเอาเปรียบผู้อื่นหรือแสวงหาผลกำไรจนเกินควรจากการเบียดเบียนประโยชน์ของสังคม โดยไม่คำนึงถึงผลกระทบที่อาจจะก่อให้เกิดวิกฤติตามมา ตลอดจนให้คำนึงถึงการใช้ทรัพยากรในธุรกิจอย่างประหยัดและอย่าง มีคุณภาพ

3. รูปแบบของการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด มีรูปแบบ 4 รูปแบบ ประกอบด้วย 1) การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมและชุมชน (Socially Responsible Business Practices) 2) การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม (Cause Promotion) 3) การบริจาคเพื่อการกุศล (Corporate Philanthropy) 4) การส่งเสริมและพัฒนาสิ่งแวดล้อมร่วมกับชุมชน _ ซึ่งมีความสอดคล้องกับการจัดรูปแบบของ ฟิสิกส์ คอเคเลอร์ และแนนซี ลี ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลให้การดำเนินการดังกล่าวประสบความสำเร็จเนื่องจากการมีการกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการองค์กรตามหลัก 4 M คือ คน เงิน งาน และ วัสดุอุปกรณ์ ในการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคม อันประกอบด้วย การกำหนดให้เป็นนโยบายขององค์กร มีการกำหนดภารกิจความรับผิดชอบต่อสังคม การตั้งคณะกรรมการ การสนับสนุนงบประมาณเพื่อการดำเนินงาน การสร้างการมีส่วนร่วมของเจ้าหน้าที่ พนักงาน ชุมชน และพัฒนาจิตอาสาให้ กับผู้ที่เกี่ยวข้อง การสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ ข้อมูลข่าวสาร การติดตาม และการรายงานผลการดำเนินงานต่อผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งปัจจัยดังกล่าวส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็นอย่างดี

3. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

1.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

บริษัทฯ ควรส่งเสริมให้มีกระบวนการพัฒนาบุคลากรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท โดยมีการพัฒนาทีมงานที่รับผิดชอบงานด้านการสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมโดยการศึกษาดูงาน แลกเปลี่ยนประสบการณ์ จากบริษัทอื่นๆ เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจและนำเอาความรู้มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานเพื่อให้เกิดการทำงานที่มีความหลากหลาย ในการดำเนินกิจกรรมทางด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

1.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

การดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทควรให้ความสำคัญกับการดูแลและการแก้ไขปัญหาระยะยาวที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงาน อาทิเช่น น้ำเสีย ฝุ่น

ละอองที่ส่งผลต่อสุขภาพของประชาชนที่อยู่รอบบริษัท โดยมีการประสานงานและสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการร่วมกันแก้ไขปัญหาและพัฒนาศักยภาพชุมชนที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานของบริษัท

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาต่อไป

การศึกษารั้วนี้เป็นการศึกษาเฉพาะบริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด เพื่อให้เห็นรูปแบบการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีความหลากหลาย ในองค์กรหรือผู้ประกอบการที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะว่าควรจะมีการศึกษาเปรียบเทียบการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมในองค์กรที่มีลักษณะเดียวกัน เพื่อทำให้เกิดความรู้ในการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีความหลากหลายและนำมาปรับประยุกต์ใช้ในองค์กรลักษณะเดียวกัน

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กรณียชัย ทักนิณ. (2554). ผู้จัดการฝ่ายผลิต. สัมภาษณ์, 15 กรกฎาคม.
- กิตติรัตน์ ณ ระนอง. (2549). “ซีเอสอาร์ในหลักสูตรเอ็มบีเอ ธุรกิจกับสังคม.” ซีเอสอาร์เซ็นเตอร์
อินไทยแลนด์ 10 (ตุลาคม) : 5.
- กุลนัดดา สุวรรณศรี. (2551). “ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่มีอิทธิพลต่อคุณค่าตราสินค้า
“ฮอนด้า” และแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.” สารนิพนธ์
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เกียรติสุตา ศรีสุข. (2552). ระเบียบการวิจัยใหม่. เชียงใหม่ : โรงพิมพ์ครองช้าง.
- โกวิทย์ สวัสดิ์มงคล. (2550). “ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการแก้ไขปัญหามลพิษของผู้ประกอบการ
รถเอกชนร่วมบริการ ขสมก.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาการบริหารและ
นโยบายสวัสดิการสังคม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เจมิกา ทับทิมใส. (2551). “การศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบและกลยุทธ์ การดำเนินธุรกิจอย่างมี
ความรับผิดชอบต่อบริษัทที่ได้รับรางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR ประจำปี
2551.” การค้นคว้าอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการภาครัฐและเอกชน
มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- จณิน เอี่ยมสะอาด. (2550). “รูปแบบและการสื่อสารการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อ
องค์กรธุรกิจไทย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาการสื่อสารภาครัฐและ
เอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จินตนา บุญบงการ. (2541). สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร : บริษัทพิมพ์ดี.
- จำลองณ์ ขุนพลแก้ว. (2550). “สร้างคุณค่าผ่านกระบวนการ CSR (CSR in process).”
Productivity World 12,17 (พฤศจิกายน – ธันวาคม) : 82-86.
- ชาย โพธิ์สีดา. (2550). ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพมหานคร : บริษัท
อมรินทร์ พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด.
- ชินโอสถ หัสบำเรอ. (2538). ทางปฏิบัติแนววิทยาศาสตร์ทางจิตเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต.
กรุงเทพมหานคร : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2554). หน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. เข้าถึง เมื่อ
20 พฤศจิกายน. เข้าถึงได้จาก <http://www.set.or.th>
- ทศพร ปลาบู่ทอง. (2554). หัวหน้าหน่วยลูกหีบ. สัมภาษณ์, 15 กรกฎาคม.
- ทวีศักดิ์ สุวคนธ์. (2538). “แนวความคิดการตลาดเพื่อส่งเสริมสังคม.” วารสารบริหารธุรกิจ 18, 69
(ตุลาคม-ธันวาคม) : 1-5.

- ธีระพร อุวรรณโณ. (2530). *จริยธรรมกับการศึกษา*. กรุงเทพมหานคร : คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บริษัทน้ำตาลขอนแก่น จำกัด (มหาชน). (2554). ข้อมูลบริษัทน้ำตาลขอนแก่น จำกัด (มหาชน). เข้าถึงเมื่อ 15 พฤศจิกายน. เข้าถึงได้จาก <http://www.kslsugar.com/th/profile>
- ปัญญาพัฒน์ อภิรัตน์ธาราร. (2554). ผู้จัดการโรงงาน. สัมภาษณ์, 17 กรกฎาคม.
- พรนพ พุกกะพันธ์. (2546). *จริยธรรมธุรกิจยุคโลกาภิวัตน์*. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จามจุรีโปรดักท์.
- พรอนงค์ บุญบาตรกุล. (2553). การตรวจสอบภายในและบริษัทภิบาลสำหรับธุรกิจ. เข้าถึงเมื่อ 20 พฤศจิกายน. เข้าถึงได้จาก <http://theiiat.or.th>
- พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์ และคณะ. (2553). *ระดับชั้นของซีเอสอาร์*. เข้าถึงเมื่อ 20 พฤศจิกายน. เข้าถึงได้จาก <http://thaicsr.com>
- พุทธทาส อินทปัญโญ. (2522). “รักผู้อื่น แก้ปัญหาได้หมดทุกเรื่อง” สิ่งสำคัญที่พากันมองข้าม ม.ป.ท.
- ฟิลลิป คอตเลอร์ และแนนซี ลี. (2551). *บรรษัทภิบาล (ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร) ทำการกุศล เพื่อภาพลักษณ์องค์กรและตอบสนองประเด็นทางสังคม*. แปลโดย หม่อมราชวงศ์ รมณีขัตติ์ แก้วกิริยา. กรุงเทพมหานคร : ยูนิเวอร์แซล พับลิชิ่ง.
- ภาคภูมิ ตะก้อง. (2554). พนักงานช่างเทอร์ไบน์. สัมภาษณ์, 17 กรกฎาคม.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542*. กรุงเทพมหานคร : ศิริวัฒนา อินเตอร์พรีนท์.
- ราชสีห์ เสนะวงศ์. (2550). “ความรับผิดชอบต่อสังคมของสมาคมผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์สยามกีฬารายวัน.” *วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาการบริหารและนโยบายสวัสดิการสังคม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*.
- แรมใจ พันธุ์เพ็ง. (2552). “รูปแบบ กลยุทธ์ และแนวทางในการใช้พื้นที่สื่อหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ เพื่อนำเสนอกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) ขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย.” *การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร*.
- วัชรพงศ์ ทองรุ่ง. (2550). “แนวทางการพัฒนากิจกรรมเพื่อสังคมของสมาคมผู้สื่อข่าวเศรษฐกิจ.” *วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาการบริหารและนโยบายสวัสดิการสังคม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*.
- ศิริชัย สาครรัตนกุล. (2553). *ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (Corporate Social Responsibility-CSR)*. เข้าถึงเมื่อ 20 พฤศจิกายน. เข้าถึงได้จาก <http://csri.or.th/files/csr-sirichai.pdf>

- ศุภกิจ วงศ์วิวัฒนกิจ. (2550). ผลการให้ความรู้และคำปรึกษาแก่เกษตรกรคลินิกแก่ผู้ป่วยโรคเบาหวาน.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทฉบับพิเศษ สาขาวิทยาศาสตร์การแพทย์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศูนย์พัฒนาการค้ากับดูแลกิจการบริษัท ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2549). หลักการค้ากับดูแลกิจการที่ดี สำหรับบริษัทจดทะเบียนปี 2549. กรุงเทพมหานคร : ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.
- สถาบันไทยพัฒน์. (2553). คู่มือการวางยุทธศาสตร์ความรับผิดชอบต่อสังคม. เข้าถึงเมื่อ 20 พฤศจิกายน. เข้าถึงได้จาก <http://csri.or.th/knowledge-csr-howto>
- สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม. (2553). รู้จัก CSR. เข้าถึงเมื่อ 20 พฤศจิกายน. เข้าถึงได้จาก <http://csri.or.th/knowledge-csr-definition>
- สมศักดิ์ มีสุข. (2554). หัวหน้าฝ่ายไร. สัมภาษณ์, 15 กรกฎาคม.
- สุทธิศักดิ์ ไกรสรสุธาสิณี. (2550). “CSR: มิติใหม่ในการบริหารธุรกิจ.” วารสารสื่อพลัง 15, 1: 02-08.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2553). วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุรพล ชวนวิเศษ. (2554). หัวหน้าส่วนวิศวกรรม. สัมภาษณ์, 15 กรกฎาคม.
- ธุรกิจกับCSR. (2553). เข้าถึงเมื่อ 20 พฤศจิกายน. เข้าถึงได้จาก <http://www.bangkokbiznews.com/home/news/business/csr/news-list-1.php>
- องค์กรสหประชาชาติ. (2554). ยูเอ็น โกลบอลคอมแพค. เข้าถึงเมื่อ 18 มกราคม. เข้าถึงได้จาก <http://www.unglobalcompact.org>
- อนันตชัย ยูระประถม. (2550). CSR พลังบริหารธุรกิจยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มติชนปากเกร็ด.
- อานันท์ ปันยารชุน. (2554). ห่วงใยสังคมและสิ่งแวดล้อม ภาพลักษณ์ใหม่ของธุรกิจไทย. เข้าถึงเมื่อ 18 มกราคม. เข้าถึงได้จาก http://www.give2all.com/data_file/givevijai.doc

ภาษาอังกฤษ

- Business for Social Responsibility.** (2011). Accessed November 20. Available from <http://www.bsr.org/BSRResources/WhitePaperDetail.cfmDocumentID=48809>
- Kotier, Phillip and Nancy Lee. (2005). **Corporate Social Responsibility : Doing the Most Good for Your Company and Your Cause.** USA : John Wiley & Son Inc.,
- Porter, Michael E. (1985). **Marketing Management.** New Jersey : Prentice Hall International.
- World Business Council for Sustainable Development. (2010). **Corporate Social Responsibility.** Accessed November 20. Available from <http://www.wbcsd.ch/templates/template WBSCD1/layoutasp?type=p&Menuid=Ma13&d>

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์



แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

เรื่อง ศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบและกลยุทธ์ ความรับผิดชอบต่อสังคมของ
บริษัท น้ำตาลขอนแก่น จำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะบริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด อำเภอท่ามะกา
จังหวัดกาญจนบุรี

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัย เรื่อง ศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบและกลยุทธ์ ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท น้ำตาลขอนแก่น จำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะบริษัทน้ำตาลท่ามะกา จำกัด อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์ของการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท น้ำตาลท่ามะกา จำกัด ข้อมูลที่ได้จากความคิดเห็นของท่านมีค่าต่อการวิจัยครั้งนี้ จึงขอความกรุณาจากท่าน โปรดตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อตามความเป็นจริง

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือและความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี จึงขอขอบพระคุณมาล่วงหน้า ณ โอกาสนี้.

นางสาวกรวรรณ ญัฐวร โชติ

นักศึกษาปริญญาโท สาขาการวิชาการประกอบการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

แนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์

1. บริษัทของท่านมีนโยบายเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมไว้อย่างไรบ้าง
2. การให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจต่อสังคม ตามความคิดของท่านเป็นอย่างไร
3. การที่บริษัทของท่านได้รับรางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี นั้นมีประโยชน์เช่นใดและรางวัลนี้มีส่วนในการเปลี่ยนแปลงเป็นบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทท่านหรือไม่
4. เป้าหมายของบริษัทท่านในอนาคตเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจต่อสังคมมีการวางแผนไว้อย่างไรบ้าง
5. บริษัทของท่านมีการวางแผนนโยบายและจัดโครงการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมในด้านใดบ้าง
6. ในแต่ละกิจกรรมบริษัทมีการวางแผนไว้อย่างไรบ้างในส่วนที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม
7. ท่านคิดว่าความสำเร็จของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจต่อสังคมคืออะไร
8. ท่านได้มีส่วนร่วมกับทางบริษัทที่ดำเนินกิจกรรมมากน้อยแค่ไหนและได้ประโยชน์ใดบ้างกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจต่อสังคมที่ผ่านของบริษัท
9. ท่านคิดว่าทางบริษัทท่านมีรูปแบบและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมใดที่ท่านสามารถนึกได้หรือคิดว่ามีประโยชน์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและชุมชนโดยรอบมากที่สุด ให้ลองยกมา 3 กิจกรรม
10. ท่านคิดว่าถ้าทางบริษัทไม่มีการจัดทำรูปแบบและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจต่อสังคมทางบริษัทของท่านจะสามารถประสบความสำเร็จได้มากน้อยแค่ไหน อย่างไร
11. บริษัทท่านมีกลยุทธ์ในการจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจต่อสังคมอย่างไรบ้าง
12. ในปัจจุบันกระแสการจัดทำรูปแบบ,กิจกรรม กลยุทธ์ การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายบริษัทต่างๆ ได้เริ่มทำกิจกรรมนี้กันมากในฐานะที่บริษัทของท่านเป็นบริษัทนำตาลบริษัทแรกที่เข้าจดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัดมหาชนรายแรกของประเทศ บริษัทของท่านได้มีการศึกษารูปแบบ,กิจกรรม กลยุทธ์จากบริษัทที่ได้รับรางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และประสบความสำเร็จ บริษัทอะไรบ้าง แล้วมีการนำมาประยุกต์ใช้กับบริษัทของท่านอย่างไรบ้าง
13. จากกระแสการจัดทำรูปแบบ,กิจกรรม กลยุทธ์ การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายและเรื่องการเข้ามาหา ISO 26000 ทางบริษัทท่านมีการวางแผนหรือมีนโยบายเกี่ยวกับเรื่องนี้ไว้อย่างไรบ้าง
14. การตื่นตัวของการจัดทำรูปแบบ,กิจกรรม กลยุทธ์ การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นตอนนี้มีเพิ่มมากขึ้น แต่ท่านคิดว่าทางบริษัทเพียงพอสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหรือยังหรือควรเน้นย้ำหรือเพิ่มเติมเรื่องใดหรือกลยุทธ์ใดให้มากกว่านี้

15. กลยุทธ์ในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจต่อสังคมของบริษัท ในปี 2554 นี้มีอะไรใหม่ๆ ที่จะนำมาปฏิบัติบ้าง และแตกต่างจากปี 2552-2553 เช่นใด
16. บริษัทของท่านมีนโยบายเกี่ยวกับการส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม หรือไม่ อย่างไร และถ้ามี จงยกตัวอย่างกิจกรรมหรือรูปแบบและกลยุทธ์ การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคมของบริษัทมาประกอบ
17. บริษัทของท่านมีนโยบายเกี่ยวกับการตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคม หรือไม่ อย่างไร และถ้ามี จงยกตัวอย่างกิจกรรมหรือรูปแบบและกลยุทธ์ การตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคม ของบริษัทมาประกอบ
18. บริษัทของท่านมีนโยบายเกี่ยวกับการตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาด้านสังคม หรือไม่ อย่างไร และถ้ามี จงยกตัวอย่างกิจกรรมหรือรูปแบบและกลยุทธ์การตลาด เพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาด้านสังคมของบริษัทมาประกอบ
19. บริษัทของท่านมีนโยบายเกี่ยวกับการบริจาคหรือการกุศลหรือไม่ อย่างไร และถ้ามี จงยกตัวอย่างกิจกรรมหรือรูปแบบและกลยุทธ์ การบริจาคหรือการกุศลของบริษัทมาประกอบ
20. บริษัทของท่านมีนโยบายเกี่ยวกับการอาสาสมัครช่วยเหลือชุมชน หรือไม่ อย่างไร และถ้ามี จงยกตัวอย่างกิจกรรมหรือรูปแบบและกลยุทธ์ การอาสาสมัครช่วยเหลือชุมชนของบริษัทมาประกอบ
21. บริษัทของท่านมีนโยบายเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม หรือไม่ อย่างไร และถ้ามี จงยกตัวอย่างกิจกรรมหรือรูปแบบและกลยุทธ์ การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทมาประกอบ

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นางสาวกรวรรณ ญัฐวรโชติ
ที่อยู่	56/3 หมู่ 5 ตำบลคอนขมิ้น อำเภอนาทม จังหวัดน่าน
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2550	สำเร็จการศึกษาปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร
พ.ศ. 2552	ศึกษาต่อระดับปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
	สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2550-ปัจจุบัน	ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี