



บทที่ 1

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการมีความรับผิดชอบต่อสังคม

แนวคิดเรื่อง การมีความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility/ CSR) เป็นแนวคิด การพัฒนาสังคมทางเลือก (Alternative Development Approach) ที่สำคัญแนวคิดหนึ่ง เนื่องจากมี รากฐานมาจาก มโนทัศน์การพัฒนาที่ใช้การคิดเชิงระบบ เป็นองค์รวม ตลอดจนให้ความสำคัญกับปัจจัยทั้ง ภายในและภายนอก ในทุกมิติ ไม่ว่าจะเป็นมิติเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สุขภาพ การเมืองการปกครอง และ สิ่งแวดล้อม

ดังนั้น การประยุกต์ แนวคิด CSR มาใช้ในการดำเนินธุรกิจของภาคเอกชน จึงมีความสำคัญต่อการ กำหนด อัตรา และทิศทางการพัฒนาสังคมแบบยั่งยืนในทุกระดับในภาพรวม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สังคมที่มุ่ง พัฒนาเศรษฐกิจไปสู่ระบบทุนเสรีนิยมอย่างเต็มรูปแบบ เช่น ประเทศไทย

CSR คืออะไร

จากการศึกษาพบว่า ได้มีองค์กร สถาบัน นักคิด นักวิชาการและนักธุรกิจจำนวนมาก ได้ให้ความหมายของคำว่า Corporate Social Responsibility (CSR) หรือ บรรษัทภิบาล ไว้ ดังพอสรุปประเด็น สำคัญ ซึ่งเป็นที่ยอมรับ และใช้กันอยู่อย่างแพร่หลาย ได้ในสามลักษณะคือ

ลักษณะแรก ได้แก่ การให้ความสำคัญกับมิติของการพัฒนาที่เป็นนามธรรม CSR ตามนัยนี้ จะอยู่ใน รูปของแนวคิด ปรัชญา ค่านิยม สัญญา ค่านิยม ความเชื่อ ระบบคุณธรรมและจริยธรรมขององค์กรหรือบริษัท นั้นๆ อาทิ CSR หมายความว่า แนวคิดที่บริษัทหรือองค์กรผสมผสานความห่วงใยต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมไว้ใน กระบวนการดำเนินธุรกิจ และการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียภายใต้พื้นฐานการกระทำด้วยความสมัครใจ ตัวอย่างเช่น การนิยามของ The European Commission ที่เสนอว่า CSR คือค่านิยมสัญญาของบริษัทที่จะ ส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน โดยการทำงานร่วมกับลูกจ้างและครอบครัวของพวกเขา ชุมชน และ สังคม เพื่อมุ่งสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของสังคมโดยรวม

ตัวอย่างของนักคิดที่ให้นิยาม CSR ในลักษณะที่เป็นนามธรรม ได้แก่ Milton Friedman (1962) ที่ให้ ความหมายว่า CSR หมายถึง จุดประสงค์ขององค์กร ในการสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นแก่ ผู้ร่วมลงทุน หรือ ผู้ถือหุ้น และ Phillip Kotler (2005) ที่เสนอว่า CSR หมายถึง ค่านิยมสัญญาขององค์กรที่จะปรับปรุงชุมชนให้ ดี ผ่านการดำเนินธุรกิจแบบรอบคอบ อยู่ร่วมกัน บนพื้นฐานของทรัพยากรที่มีอยู่ เพื่อสวัสดิภาพโดยรวมของ ครอบครัวผู้ใช้แรงงาน ตลอดจนการมีส่วนร่วมร่วมกับชุมชนในการพัฒนาท้องถิ่นและสังคม

ลักษณะที่สอง ได้แก่ การนิยาม CSR ที่อยู่ในลักษณะที่เป็นรูปธรรม ส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปของ ผลประโยชน์ทางธุรกิจ ระบบการบริหารจัดการ และปัจจัยการผลิตต่างๆ ซึ่งจากการศึกษาพบว่า เป็นนิยามที่ นักคิด นักวิชาการ และผู้บริหารจากองค์กร และหน่วยงานต่างๆทั้งในระดับนานาชาติ และระดับประเทศให้ ความสนใจมากที่สุด โดย CSR ตามนัยนี้หมายความว่า การดำเนินกิจกรรมภายในและภายนอกองค์กร ที่ คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมโดยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ทั้งภายในองค์กรหรือภายนอกองค์กร ในอันที่จะทำให้ บุคคลสามารถดำเนินชีวิตอยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข

ตัวอย่างของนักคิด องค์กรหรือสถาบันระดับนานาชาติที่เสนอนิยามในลักษณะนี้ ได้แก่ นิยามของ World Business Council on Sustainable Development ที่เสนอว่า CSR หมายถึง การดำเนินธุรกิจ ภายใต้อหุจริยธรรมและการกำกับที่ดี ควบคู่ไปกับการใส่ใจดูแลรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อนำไปสู่การ พัฒนารัฐกิจอย่างยั่งยืน ISO 26000 นิยาม CSR ว่า คือการดำเนินกิจกรรมภายในและภายนอกองค์กรที่

คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม ทั้งในระดับใกล้ (ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับองค์กร เช่น ลูกค้า คู่ค้า ครอบครัวยุติธรรม พนักงาน ชุมชนท้องถิ่นที่องค์กรตั้งอยู่) และระดับไกล (ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กรทางอ้อม เช่น คู่แข่งขันทางธุรกิจ และประชาชนโดยทั่วไป) ด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรหรือทรัพยากรจากภายนอกองค์กร ในอันที่จะทำให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข Krishman S.K. and Balachandran. R. (2006) นิยามว่า หมายถึง ความรับผิดชอบขององค์กรที่เริ่มต้นจากการสร้างสัมพันธ์ภาพกับภาครัฐ และคนในสังคม เพื่อดูแลผลประโยชน์ให้แก่หุ้นส่วน สร้างแบรนด์ให้แก่ตนเอง สร้างขวัญและกำลังใจให้แก่พนักงาน ซึ่งถือว่าเป็นทรัพย์สินที่มีค่าและจับต้องได้ขององค์กร

ลักษณะสุดท้าย ได้แก่ การผสมผสานหรือการให้ความสำคัญกับ CSR ทั้งที่เป็นนามธรรมและรูปธรรม ได้แก่ นิยามของสหภาพยุโรป (The European Union) เสนอว่า CSR หมายถึง การตั้งจุดมุ่งหมายในการเป็นผู้นำ และขับเคลื่อนความรู้ด้วยความประหยัดในโลก โดยใช้ความสามารถแบบยั่งยืนเพื่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ ด้วยผลงานที่เพิ่มขึ้น มีความผูกพันยึดเหนี่ยวในทางสังคมที่ดีกว่า และมุ่งเน้นการพัฒนาแบบยั่งยืน Felix Martin (2005) เสนอว่า CSR หมายถึง การปรับเปลี่ยนโครงสร้างด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้วยการเรียนรู้ตลอดชีวิต การมอบอำนาจแก่พนักงาน และการปรับปรุงด้านสุขภาพและความปลอดภัย ตลอดจนการปฏิบัติตามกฎหมาย โดยให้ค่าตอบแทนที่ยุติธรรม World Business Council for Sustainable Development เสนอว่า CSR หมายถึง คำมั่นสัญญาในการดำเนินธุรกิจอย่างมีจรรยาบรรณ มีผลกำไร พัฒนาคุณภาพชีวิตในสถานที่ทำงาน ในครอบครัว ชุมชนและสังคม (Krishman S.K. and Balachandran. R., 2006) Marcela Srchova (2008) เสนอว่า CSR มีความหมาย 3 ประการถึง 1) การอาสาสมัครขององค์กรในการปฏิบัติงานอย่างมีจริยธรรม และการค้าขายที่คำนึงถึงความคาดหวังของสังคม 2) วิถีทางที่จะนำไปสู่จริยธรรม การปฏิบัติตามกฎหมาย การค้าขายที่คำนึงถึงความคาดหวังของสังคม และ 3) เจตนารมณ์ที่ต่อเนื่องขององค์กรในการปฏิบัติงานอย่างมีจริยธรรม เศรษฐกิจเติบโต พร้อมกับมีการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของพนักงาน ครอบครัวยุติธรรม และสังคมโลก Quick J.C. and Nelson D. (2009) เสนอว่า CSR หมายถึง การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ที่ครอบคลุมถึง การป้องกันสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมความปลอดภัยแก่พนักงาน การสนับสนุนทางสังคม และการลงทุนในชุมชน

ในระดับประเทศพบว่า นักคิดและองค์กรส่วนใหญ่ของประเทศไทย ให้นิยาม CSR ในลักษณะที่เน้นความหมายแบบผสมผสานระหว่างรูปธรรมและนามธรรมและครอบคลุมในทุกระดับ ตัวอย่างเช่น คณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียน และคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (กลต.) เสนอแนวคิดในทำนองเดียวกันว่า CSR หมายความว่า การที่องค์กรตอบสนองต่อประเด็นเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งที่การให้ประโยชน์กับคน ชุมชน และสังคม นอกจากนี้ กลต. ยังขยายความเพิ่มเติมว่า CSR ควรหมายความถึง บทบาทขององค์กรธุรกิจในการสังคม และความคาดหวังของสังคมที่มีต่อองค์กรธุรกิจ ด้วยความสมัครใจโดยผู้บริหารจะต้องมีบทบาทเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่างๆที่สามารถวัดผลได้ใน 3 มิติ คือ การวัดผลทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอันจะนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ สถาบันไทยพัฒน์ ภายใต้มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ นิยาม CSR ว่าหมายถึง กิจกรรมที่รวมทั้งการคิด การพูด และการกระทำซึ่งครอบคลุมตั้งแต่การวางแผน การตัดสินใจ การสื่อสารประชาสัมพันธ์ การบริหารจัดการและการดำเนินงานขององค์กรที่ดำเนินการในพื้นที่ของสังคม โดยที่สังคมใกล้เคียงหมายถึง ลูกค้า คู่ค้า ครอบครัวยุติธรรม พนักงาน ชุมชนท้องถิ่นที่องค์กรตั้งอยู่ ซึ่งรวมถึงสิ่งแวดล้อมหรือระบบนิเวศน์ และสังคมไกลหมายถึง ผู้เกี่ยวข้องกับองค์กรโดยอ้อมได้แก่ คู่แข่งขันทางธุรกิจ และประชาชนทั่วไป เป็นต้น

โดยสรุป จึงกล่าวได้ว่า ความหมายของ CSR ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางในระดับนานาชาติและระดับประเทศ มีสาระสำคัญพอสรุปได้คือ CSR หมายความถึง แนวคิด ปรัชญา คำมั่นสัญญา ค่านิยม ความเชื่อ ระบบคุณธรรมและจริยธรรมขององค์กรหรือบริษัทหนึ่งๆ ที่ใช้ในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างประหยัด ปฏิบัติตามกฎหมาย ความคาดหวังของสังคม พร้อมๆกับการสร้างความเติบโตทางธุรกิจและการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของพนักงาน ครอบครัว ท้องถิ่น และสังคม

CSR เกี่ยวข้องกับใครบ้าง?

สังคม (Society) ในความหมายของแนวคิดเรื่องการมีความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเอกชน ครอบคลุมผู้แสดงทางสังคม (Social Actor) ที่มีส่วนได้เสียทั้งในองค์กร ได้แก่ ผู้ถือหุ้น ผู้บริหาร พนักงาน และผู้มีส่วนได้เสียนอกองค์กร ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ระดับๆแรกได้แก่ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับใกล้ชิดกับองค์กรโดยตรง ได้แก่ ลูกค้า คู่ค้า ครอบครัวของพนักงาน ชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่ซึ่งรวมถึงสิ่งแวดล้อมหรือระบบนิเวศโดยรอบองค์กร และระดับที่สอง ได้แก่ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรโดยอ้อม ได้แก่ คู่แข่งขันทางธุรกิจ หรือประชาชนทั่วไป สังคมและสิ่งแวดล้อมที่อยู่ห่างไกลออกไป เป็นต้น

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับ CSR

พัฒนาการของแนวคิด CSR

เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ชัดเจนถึงพัฒนาการของแนวคิดเรื่อง CSR ในส่วนนี้ ผู้วิจัยจึงได้จำแนกช่วงระยะเวลาที่มีการเปลี่ยนแปลง ปรับตัวของกระบวนการทางความคิด ในการนำแนวคิดเรื่อง CSR มาใช้เพื่อการดำเนินธุรกิจของภาคเอกชน เพื่อให้เกิดภาพของพัฒนาการทางแนวคิด ในส่วนแรกนี้ ผู้วิจัยจะได้กล่าวถึงสภาพและพัฒนาการของแนวคิด CSR ในยุโรปก่อน

ประเทศในยุโรป

แนวคิด CSR เป็นแนวคิดที่เพิ่งได้รับความสนใจจากกลุ่มประเทศในยุโรปเมื่อประมาณทศวรรษมานี้เอง และ The European Union เป็นสถาบันทางสังคมในยุโรป ที่ริเริ่มให้การสนับสนุนและนำแนวคิด CSR ไปใช้ในองค์กรธุรกิจเอกชนในยุโรปอย่างเป็นรูปธรรม โดยกำหนดเป้าหมายสูงสุดไว้ว่า เพื่อสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจแบบยั่งยืน (Sustainable Economic Growth) ให้เกิดขึ้นในบรรดาประเทศในยุโรป และกำหนดเป้าหมายรองไว้ 2 ประการคือ 1) เพื่อสร้างงานให้มากขึ้นและดีขึ้น (More and Better Jobs) และ 2) เพื่อเพิ่มความผูกพันยึดเหนี่ยวในสังคม (Greater Social Cohesion) อันจะนำไปสู่ การแก้ปัญหาความยากจน การค้าเสรี สิทธิมนุษยชน ความเป็นธรรมในสังคม ความยั่งยืนของสภาพแวดล้อม ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และความยุติธรรมในการทำการค้าตลอดจนการจ่ายค่าตอบแทน โดยกำหนดให้มีการออกยุทธศาสตร์การพัฒนา เพื่อการปรับโครงสร้างของการทำธุรกิจขนาดใหญ่ในส่วนของภาคธุรกิจ เช่น สร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ตลอดชีวิต การมอบอำนาจแก่พนักงาน การปรับปรุงสุขภาพและความปลอดภัยในโรงงาน และสำนักงาน การปฏิบัติตามกฎหมาย และการจ่ายค่าตอบแทนที่เป็นธรรม (Felix Martin, 2005)

กระแสของ CSR ในโลกเริ่มจริงจังขึ้นตั้งแต่ปี ค.ศ.2000 เป็นต้นมา โดยในปีนี้ OECD ซึ่งเป็นองค์กรข้ามชาติ ซึ่งมีบทบาททางเศรษฐกิจ ทั้งในยุโรปและในโลก มีสมาชิกจากประเทศซึ่งร่ำรวยที่สุดของโลก ได้ร่วมกันแก้ไขปรับปรุงแนวปฏิบัติ (Guidelines for MNE"s - revision 2000) สำหรับบริษัทธุรกิจเอกชนข้ามชาติ ซึ่งมีมาตั้งแต่ปี ค.ศ.1976 ขึ้นใช้เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจเอกชน ที่ติดต่อกับค้าขายกับคู่ค้าทั่วโลก โดยแนวปฏิบัติดังกล่าวกำหนดให้ธุรกิจที่สร้างปัญหาให้กับสิ่งแวดล้อม ละเมิดสิทธิมนุษยชน อาทิ มีการใช้แรงงานเด็ก ละเมิดสวัสดิการแรงงาน และสวัสดิการของสัตว์ที่เข้าโรงฆ่า (Animal Welfare) มีปัญหาในการทำมาค้าขายกับประเทศในกลุ่ม OECD

ในปี ค.ศ. 2001 The European Union ได้จัดประชุม และร่วมกันกำหนดข้อตกลงที่เรียกว่า "Green Paper" ขึ้น เพื่อให้ประเทศสมาชิกใช้เป็นกรอบในการดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งมีองค์ประกอบ 3 มิติคือ คน (People) โลก (Planet) และ กำไร (Profit) โดยแต่ละมิติครอบคลุมทั้งปัจจัยภายในและภายนอกองค์กร (Marcela Srchova 2008)

ปี ค.ศ. 2005 Council of the Bars and Law Society of the Europe Union เสนอว่า CSR ควรถูกนำมาใช้เพื่อปกป้องผลประโยชน์ของหุ้นส่วน โดยมีเป้าหมายสำคัญ 3 ประการคือ 1) เพื่อส่งเสริมสิ่งแวดล้อมและสังคมที่ดีขึ้น โดยอาศัยความร่วมมือจากพนักงาน ครอบครัวของพนักงาน และชุมชน 2) เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต และ 3) กระชับความสัมพันธ์ระหว่างภาคธุรกิจเอกชน รัฐบาล และพลเมืองของสังคม (Sheatack 2005)

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มประเทศในยุโรปได้ให้ความสำคัญกับการนำแนวคิด CSR มาใช้ในการดำเนินธุรกิจเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ ดังพบว่า ได้มีการจัดประชุมนานาชาติเรื่อง CSR ขึ้นเป็นครั้งแรกในปี 2004 ณ นคร Berlin ประเทศเยอรมัน และจัดต่อเนื่องกันมาทุกๆ 2 ปี ในปี 2006, 2008, 2010 และในปี 2012 จะจัดขึ้นอีกครั้งในเดือนตุลาคมนี้ โดยการประชุมแต่ละครั้งมีผู้เข้าร่วมประชุมจำนวนมาก และบรรลุตามเป้าหมายทุกครั้ง ผู้เข้าร่วมประชุมประกอบด้วย ผู้แทนจากนานาชาติทั้งนักวิชาการ นักธุรกิจ บุคลากรจากภาครัฐ เอกชน และภาคประชาชน ผลการประชุมครั้งที่ 1-2 สรุปสาระสำคัญได้ว่า ในโลกยุคโลกาภิวัตน์ ในการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมคือ บทบาทสำคัญที่ภาคธุรกิจต้องเอาใจใส่และละเลยไม่ได้ สำหรับการประชุมครั้งที่ 3 จัดขึ้นภายใต้หัวข้อ "Corporate Responsibility and Governance" โดยให้ความสำคัญกับการนำหลักการบริหารจัดการองค์กรที่ดี (Good Governmance) มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้ มีการเน้นการสร้างกลไก การจัดระเบียบสถาบันทางสังคมที่เกี่ยวข้อง กฎหมาย และปรับปรุงบทบาทของภาครัฐ ตลอดจนจนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องทั้งหมดให้ครอบคลุมทั้งระบบโลก เพื่อให้การดำเนินธุรกิจของประชาคมโลกถูกขับเคลื่อนไปในทิศทางที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม สำหรับการประชุมนานาชาติ CSR ครั้งที่ 4 ถูกจัดขึ้นในปี 2010 ภายใต้หัวข้อ "CSR-Chaleenges around the Globe" สาระสำคัญคือ มุ่งสร้างผู้บริหารองค์กรธุรกิจเอกชนชั้นนำของโลก ผู้บริหารนโยบาย นักวิชาการและผู้มององค์กรเอกชนทั่วโลกให้ดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม (<http://www/csr-hu-berlin.org>)

อนึ่ง หากพิจารณาจากกระแสความสนใจเรื่อง CSR ทั่วโลก จะพบประเด็นที่สอดคล้องกันประการหนึ่ง คือ ในปัจจุบัน CSR ได้กลายเป็นประเด็นสาธารณะที่ผู้บริหารองค์กรธุรกิจเอกชนทั่วโลกให้ความสนใจเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ ดังนั้น เพื่อให้เกิดความเข้าใจและเมโนทัศน์การพัฒนาที่มีความชัดเจนยิ่งขึ้น ในลำดับแรก ผู้วิจัยได้สังเคราะห์พัฒนาการขององค์ความรู้ด้าน CSR ในประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ช่วงเวลา หลังจากนั้น จึงสรุปพัฒนาการของแนวคิด CSR ในประเทศด้อยและกำลังพัฒนา และพัฒนาของแนวคิดในประเทศไทย ดังมีสาระสำคัญพอสรุปได้คือ



ประเทศสหรัฐอเมริกา

Shafritz และ Jang (2011) ได้เปิดประเด็นอภิปรายเรื่องพัฒนาการของแนวคิดเรื่อง CSR ในประเทศสหรัฐอเมริกาที่น่าสนใจและแตกต่างจากนักคิดคนอื่นๆว่า CSR เป็นแนวคิดซึ่งเกิดขึ้นมายาวนานแล้ว ตั้งแต่สมัย Adam Smith ในส่วนของมือที่มองไม่เห็น (Invisible Hand) ซึ่งแนวคิดดังกล่าวถูกเผยแพร่ไว้ในหนังสือชื่อ The Wealth of Nation ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1776 แล้ว แต่เมื่อผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมดังกล่าวกลับพบว่า คำดังกล่าวได้ถูกเขียนไว้เพียง 3 แห่งในหนังสือเล่มดังกล่าว เพื่ออธิบายถึงระบบเศรษฐกิจเสรี ที่บุคคลมีสิทธิในการเลือกในสิ่งที่เห็นว่าดีที่สุดสำหรับตนเอง โดย Adam Smith กล่าวว่า ผู้ผลิตจะเลือกผลิตสินค้าที่ตนถนัด และคิดว่าขายได้ราคาดีมีกำไร ในปริมาณที่เห็นว่าเหมาะสม ในขณะที่ ผู้บริโภคก็เลือกซื้อสินค้าและบริการที่ตนต้องการ ในราคาที่ตนยอมรับได้และในปริมาณที่เหมาะสม ตามสถานะทางเศรษฐกิจของตนเอง สภาดังกล่าวจึงเปรียบเสมือนกับ "มือที่มองไม่เห็น" ที่ช่วยทำให้ทุกสิ่งทุกอย่างดำเนินไป และนำความมั่งคั่งสมบูรณ์มาสู่บุคคลและสังคมในท้ายที่สุด ซึ่ง Shafritz และ Jang (2011) เสนอว่าหากพิจารณาถึงสาระสำคัญของแนวคิดดังกล่าวของ Adam Smith (1776) "มือที่มองไม่เห็น" ก็อาจจะครอบคลุมถึง CSR ได้

อนึ่ง ในทัศนะของผู้วิจัยเห็นว่า Shafritz และ Jang (2011) น่าจะนำทัศนะของตนเองมาใช้เป็นรากฐานในการตีความมากเกินไป ซึ่งทำให้การกล่าวอ้างถึงที่มาของ CSR ห่างไกลจากทัศนะของ Adam Smith โดยประการแรก ได้แก่ การขาดหลักฐานเชิงประจักษ์ในหนังสือเล่มดังกล่าว ประกอบกับ ประการที่สอง เมื่อพิจารณาถึงบริบททางสังคมของสหรัฐอเมริกาในช่วงเวลาดังกล่าว ก็พบว่าเป็นปีที่สหรัฐอเมริกาประกาศอิสรภาพ (4 กรกฎาคม 1776) จากการเป็นอาณานิคมของอังกฤษ (Great Britain) ซึ่งในขณะนั้นและหลังการประกาศอิสรภาพแล้วอีกเกือบทศวรรษ สภาพเศรษฐกิจและสังคมของสหรัฐอเมริกาก็มีความสับสนวุ่นวาย เนื่องจากการทำสงครามกับอังกฤษต่อเนื่องยาวนานมาจนถึงปี 1781 ก่อนจะกลายเป็นประเทศเสรีในปี ค.ศ. 1783 (The United States)

ช่วงแรก ก่อน ค.ศ. 1950: ศาสนา ศีลธรรมและผลประโยชน์ของสังคม

แนวคิดการลงทุนที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Investment/ SRI) เป็นแนวคิดที่ได้รับการกล่าวถึง และถูกนำมาใช้เพื่อกำหนดเป็นแนวคิดพื้นฐานในการดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในยุคแรกนี้ โดย SRI เป็นแนวคิดหลักที่ได้รับอิทธิพลจากแนวคิดทางศาสนา ที่ถูกริเริ่มขึ้นตั้งแต่ทศวรรษที่ 1920 ซึ่งเป็นสมัยที่เกิดความเคลื่อนไหวทางด้านจริยธรรมขึ้นในสังคมอย่างกว้างขวาง โดย SRI หลีกเลี่ยงการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการพนัน และของมีนเมา เช่น บุหรี่ และเหล้า ซึ่งในช่วงนั้นเป็นที่รู้จักกันในนามของ การลงทุนที่มีจริยธรรม (Ethical Investment)

แนวคิดเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ของภาคธุรกิจเอกชนได้ริเริ่มขึ้นในสหรัฐอเมริกา ในปี ค.ศ. 1928 โดยในช่วงแรก อยู่ในรูปของการดำเนินธุรกิจแนวใหม่ ที่เรียกว่า การลงทุนที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility Investment) อาทิ การริเริ่มให้มีการจัดตั้งกองทุนในบริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ที่เรียกว่า Pioneer Fund ซึ่งในช่วงแรกเริ่มต้นโดยกลุ่มผู้นับถือศาสนาคริสต์นิกายโปรเตสแตนต์ โดยประยุกต์หลักคำสอนของศาสนามาใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม หลีกเลี่ยงการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอบายมุขต่างๆ ได้แก่ ยาเสพติด และสถานเริงรมย์ เป็นต้น ซึ่งต่อมาได้ขยายขอบเขตของการดำเนินธุรกิจ ครอบคลุมถึงกิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหาสังคม และในที่สุดเริ่มให้ความสำคัญกับการผสานประโยชน์ ระหว่างผลประโยชน์ทางธุรกิจขององค์กรกับผลประโยชน์ทางสังคม เพื่อสร้างความไว้วางใจ และความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคว่า องค์กรเป็นผู้ที่มีจริยธรรมการผลิต และรับผิดชอบต่อ

สังคม ซึ่งในที่สุดได้นำมาสู่การสร้างความรู้สึกจงรักภักดีต่อตราสินค้า (Brand Royalty) และทำให้องค์กรได้รับผลกำไรสูงสุดแบบยั่งยืนในที่สุด (Lawrence and Weber 2008, p. 39-50)

ต่อมาในปี ค.ศ. 1930 จึงได้มีการแสวงหาธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมเกิดขึ้นอย่างกว้างขวาง ในประเทศสหรัฐอเมริกา จนถึงปี ค.ศ. 1940 Peter Drucker นักวิชาการด้านการบริหารองค์กร ได้เสนอแนวคิดสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อวงการธุรกิจเอกชนในวงกว้าง โดยแนวคิดของ Drucker มุ่งเน้นให้มีการสร้างความร่วมมือขององค์กรธุรกิจ ผู้ถือหุ้น ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ลูกค้า และพนักงาน ซึ่งแนวคิดดังกล่าวต่อมาได้รับการสนับสนุนจาก Theodor Krepes นักวิชาการจาก Standard Business School ผู้เสนอแนะเพิ่มเติมให้ CSR เป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ โดยเสนอให้มีการทำรายงานแสดงการกระทำที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมเปิดเผยสู่สาธารณะ เพื่อให้ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถตรวจสอบได้ ทั้งในประเด็นด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และจริยธรรม นอกจากนี้ ยังได้เสนอให้มีการใช้คำว่า “Social Audit” ในการประเมินและตรวจสอบองค์กรธุรกิจเอกชนที่ประกอบธุรกิจโดยขาดความรับผิดชอบต่อสังคมในขณะนั้น อาทิ กรณีของบริษัท General Motor ที่ปล่อยน้ำเสียลงแม่น้ำฮัดสัน ที่นิวยอร์ก ในปี ค.ศ. 1940 และอีกครั้งในกรณีของบริษัท Johnson & Johnson ที่ผลิต Tylenol Capsule ที่มีสารหนูเจือปน ซึ่งเมื่อบริษัทดังกล่าวได้แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม โดยการเรียกผลิตภัณฑ์ที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อผู้บริโภคคืนจากตลาด และยอมสูญเสียรายได้จำนวนมหาศาล บริษัทก็กลับได้รับความเชื่อถือกลับคืนมาอีกครั้งหนึ่ง ในขณะที่ บริษัท East India ของอังกฤษ ที่ใช้แรงงานทาสในการผลิตได้ถูกคว่ำบาตร เนื่องจากเป็นบริษัทที่ไม่ใส่ใจและรับฟังเสียงคัดค้านจากประชาคมโลก เป็นต้น (Ferrel and Linda Ferrel 2008; Lawrence and Weber 2008)

ช่วงที่สอง 1950-1960: การกุศลและสังคมสงเคราะห์

จนถึงช่วงค.ศ. 1950-1960 แนวคิด CSR ได้ถูกนำไปเชื่อมโยงเข้ากับการบริจาคเงินเพื่อการกุศล และกิจกรรมด้านสังคมสงเคราะห์ โดยมีเป้าหมายหลักเพื่อสร้างภาพพจน์และความเชื่อถือในองค์กรให้แก่ผู้บริโภคหรือลูกค้า โดยในปี ค.ศ. 1950 สหรัฐอเมริกาได้นำแนวคิดที่เรียกว่า การดูแลแบบพ่อดูแลลูก (Paternalism) มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ ตัวอย่างของแนวคิดดังกล่าวปรากฏในบริษัทเอกชนในหลายลักษณะ อาทิ การเริ่มให้มีระบบสวัสดิการแก่พนักงาน การจัดทำแผนประกันสุขภาพ การพัฒนาระบบความปลอดภัย และการเกษียณอายุ โดยแนวคิดเรื่อง CSR ที่ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในช่วงนี้ ครอบคลุมถึง ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ (Product Safety) ความซื่อสัตย์ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Honesty in Advertising) สิทธิของกรรมของพนักงาน (Employee Right) การกระทำที่แสดงความยินยอม (Affirmative Action) ความยั่งยืนของสภาพแวดล้อม (Environmental Sustainability) และจริยธรรม (Ethical Behavior) (Shafritz and Jang, 2011)

ช่วงที่สาม หลังปี ค.ศ. 1960-1980: ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

ในปี ค.ศ. 1970 Milton Friedman นักเศรษฐศาสตร์ ผู้มีชื่อเสียงของสหรัฐอเมริกา ได้เสนอแนวคิดผ่านบทความชื่อ “The social responsibility of business to increase profits” และตามมาด้วยการประชุม UN Conference on the Human Environment ณ กรุง Stockholm ประเทศสวีเดน ซึ่งนำมาสู่การขยายขอบเขตของแนวคิดเรื่อง CSR มาสู่ “Stockholm Declaration on the Human Environment” และการก่อตั้ง UNEP (United Nation Environment Program) ขึ้น ทำหน้าที่ดูแลสภาพแวดล้อมในภาคส่วนต่างๆ รวมทั้งในภาคธุรกิจเอกชนด้วย

ในปี ค.ศ. 1976 องค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (Organization for Economic Co-operation and Development/OECD) ซึ่งได้ถูกก่อตั้งขึ้นในปี ค.ศ. 1961 โดยพัฒนามาจากความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับบริษัทข้ามชาติทั้งหลายในภาคพื้นยุโรป ซึ่งต้องการแสดงออกด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และในที่สุดได้อาสาสมัครเข้าร่วมกันสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลในประเทศของตน ภายใต้แนวปฏิบัติซึ่งมีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนระหว่างประเทศ ทั้งนี้ OECD ได้เสนอให้มุ่งเน้นนโยบายสนับสนุนการลงทุน ให้แก่ภาคธุรกิจเอกชนที่รับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมและต่อสังคม ตลอดจนให้การสนับสนุนบริษัทที่ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของผู้ถือหุ้นทั้งในด้านการวางแผน และกำหนดนโยบายขององค์กร รวมทั้งการเปิดโอกาสให้สังคมได้เข้ามามีบทบาท ในการตรวจสอบกระบวนการดำเนินธุรกิจขององค์กรเอกชนเพิ่มมากขึ้น โดย OECD ได้เสนอให้บริษัทธุรกิจเอกชนยึดหลักการที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม 7 ประการ ได้แก่ (OECD Guideline for Multinational Enterprises Revision 2000)

- 1) ด้านการจ้างงานและอุตสาหกรรมสัมพันธ์ (Employment and Industrial Relations)
- 2) ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment)
- 3) ด้านการต่อสู้กับการรับสินบน (Combating Bribery)
- 4) ด้านผลประโยชน์ของผู้บริโภค (Consumer Interest)
- 5) ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (Science and Technology)
- 6) ด้านการแข่งขัน (Competition) และ
- 7) ด้านภาษี (Taxation)

ช่วงที่สี่ หลังปี 1980-1990: การมีส่วนร่วม ความคาดหวังของสังคมและการพัฒนาที่ยั่งยืน

ในช่วงเวลานี้พบว่า แนวคิด CSR ได้ขยายขอบเขตของความสนใจ และมีพัฒนาการทางแนวคิดที่ครอบคลุมประเด็นต่างๆเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ โดยพบว่าในช่วงปี ค.ศ. 1980 CSR ได้ครอบคลุมทั้งมิติทางเศรษฐกิจ กฎหมาย จริยธรรม และสังคม โดยในช่วงเวลานี้ได้มีการพัฒนามาตรฐานของ CSR ขึ้นในรูปแบบใหม่ๆ อาทิ มาตรฐาน ISO 14001 และ SA 80000 ซึ่งความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้เอง ที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของภาคเอกชนในวงกว้าง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การสร้างมาตรฐานเชิงบวกที่ตระหนักถึงความสำคัญของชุมชนและการพัฒนาที่ยั่งยืน อนึ่ง สภาพความเปลี่ยนแปลงดังกล่าว มีที่มาจาก ประสบการณ์ของภาคธุรกิจเอกชน ที่ในอดีตได้เคยละเลยความคาดหวังของสังคม จนในที่สุดทำให้องค์กรธุรกิจเอกชนจำนวนมากไม่น้อยได้ถูกคว่ำบาตรทางธุรกิจ ตัวอย่างเช่น ในปี ค.ศ. 1984 เมื่อบริษัท Nestle รมรงค์ให้เด็กทารกหันมาดื่มนมของบริษัทแทนการดื่มนมมารดา นโยบายดังกล่าวของบริษัททำให้เกิดการตื่นตัวจากประชาชนทั่วโลก จนเกิดการรวมตัวกันเพื่อเคลื่อนไหวทางสังคมให้บริษัท Nestle ซึ่งเป็นบริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่ปรับเปลี่ยนแนวนโยบาย และสนใจความคาดหวังของสังคมเพิ่มมากขึ้นในที่สุด

ในปี ค.ศ. 1987 UN Brandtland Commission ได้เสนอเอกสารชื่อ “Our Common Future” และแนวคิดด้านการดำเนินธุรกิจที่มีสัญญาทางสังคม (Social Contract) กับผู้บริโภค เพื่อให้ทั้งองค์กรธุรกิจเอกชนกับสังคมสามารถอยู่ร่วมกันอย่างเอื้อประโยชน์ และแสดงถึงการเป็นพลเมืองดี และสร้างความสมดุลให้แก่สังคมใน 3 ประการคือ มิติเศรษฐกิจ มิติสังคม และมิติสิ่งแวดล้อม ที่ครอบคลุมทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในส่วนของสวัสดิการพนักงาน (Employee Welfare) สภาพการทำงาน (Working Condition) และประเด็นด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน (Green Issue) (Bichta 2003) ซึ่งหลังจากช่วงเวลานี้ ได้มีวิกฤตการณ์ที่เกิดขึ้นจากระบวนการผลิตของหลายๆบริษัท ที่ก่อให้เกิดผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อม

ซึ่งได้ตอกย้ำถึงความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงในแนวคิดเรื่อง CSR ที่ควรเพิ่มความสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืนมากขึ้น อาทิ กรณีของเรือบรรทุกน้ำมันของบริษัท Exxon Valdez ที่ล่มบริเวณทะเลอลาสกา จนก่อให้เกิดผลกระทบอย่างมากมายต่อสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศน์ และอีกครั้งหนึ่งในปี ค.ศ. 1990 เมื่อเครือข่ายทางสังคมในระบบอินเทอร์เน็ตได้ร่วมกันต่อต้าน การดำเนินธุรกิจของบริษัท Mitsubishi กับรัฐบาลแม็กซิโก ที่ร่วมกันสร้างโรงงานผลิตเกลือ ซึ่งการดำเนินธุรกิจดังกล่าว ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศน์และการวางไข่ของวาฬสีเทา จนในปี ค.ศ. 2000 รัฐบาลแม็กซิโกต้องยุตินโยบายดังกล่าว (Lawrence and Weber 2008)

ประมาณ ค.ศ. 1981-1991 ได้เกิดแนวคิดเรื่อง “Global Reporting Initiative” ขึ้น โดยแนวคิดดังกล่าวมุ่งสร้างมาตรฐานการดำเนินธุรกิจที่ตระหนักถึงความสำคัญของการวัดผลด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม โดยในปี ค.ศ. 1999 CSR เริ่มเป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับในสังคมโลกมากขึ้น ดังพบว่าในที่ประชุม World Economic Forum นาย Kofi Annan เลขาธิการสหประชาชาติในขณะนั้น ได้ร่วมกันองค์กรระหว่างประเทศ 5 องค์กร ได้แก่ ILO, UNDP, UNEP, UNHCR, และ UNIDO และภาคธุรกิจเอกชนทั่วโลก เรียกร้องให้องค์กรธุรกิจทุกประเทศทั่วโลก แสดงความเป็นพลเมืองที่ดีของโลก โดยการประกาศหลักหรือบัญญัติ 9 ประการ (UN Global Compact) ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 หมวดหลัก คือ หมวดสิทธิมนุษยชน มาตรฐานแรงงาน และสิ่งแวดล้อม และต่อมาได้เพิ่มบัญญัติที่ 10 คือ หมวดการต่อต้านคอร์รัปชันไว้ด้วย เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจของบริษัทข้ามชาติที่เป็นสมาชิก ซึ่งในขณะนั้นมีจำนวนทั้งสิ้น 1,861 บริษัท ในจำนวนนี้มีบริษัทจากประเทศไทย 13 บริษัทเป็นสมาชิก โดยเน้นการดำเนินธุรกิจที่แสดงความเป็นพลเมืองที่ดีของโลก อาทิ การดำเนินธุรกิจที่ส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีของพลเมืองโลก ความพึงพอใจของลูกค้า ธรรมาภิบาล ความร่วมมือกันระหว่างผู้ถือหุ้น หุ้นส่วนและสังคม ตลอดจนจรรยาบรรณ ความเท่าเทียม สิทธิมนุษยชน และผลกระทบต่อประชาคมโลกในภาพรวม (นงลักษณ์ วิรัชชัย และคณะ 2551; www.unglobalcompact.org)

ช่วงสุดท้าย ปลายศตวรรษที่ 19-ปัจจุบัน: ธรรมาภิบาลและการเป็นพลเมืองที่ดีของโลก

ปรากฏการณ์ที่สำคัญของประชาคมโลกในช่วงศตวรรษที่ 19 และต้นศตวรรษที่ 20 ได้แก่ แนวคิดการทำกำไรสูงสุด (Profit Maximum) ขององค์กรธุรกิจเอกชน กับสภาพปัญหาและผลกระทบทางสังคม สิ่งแวดล้อมที่ติดตามมา

ในช่วงต้นศตวรรษที่ 20 สหรัฐอเมริกา ได้ประกาศใช้กฎหมายคุ้มครองแรงงาน (Labor Protection) และหลักการดำเนินธุรกิจของภาคเอกชนที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม 7 ประการ ได้แก่ 1) หลักการตรวจสอบได้ (Accountability), 2) หลักการโปร่งใส (Transparency), 3) หลักการปฏิบัติอย่างมีจรรยาบรรณ (Ethical Behavior), 4) หลักการยอมรับผลประโยชน์ของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Respect for Stakeholder Interest), 5) หลักการเคารพต่อหลักนิติธรรม (Respect for the Rule of Law), 6) หลักการเคารพต่อแนวปฏิบัติสากล (Respect for International Norms of Behavior), และ 7) หลักการเคารพสิทธิมนุษยชน (Respect for Human Rights) (มาตรฐาน CSR-DIW 2551) ซึ่งแนวนโยบายดังกล่าวถูกขานรับจากนักธุรกิจอเมริกันจำนวนมาก อาทิ Andrew Carnegie ผู้นำในการผลิตโลหะ ซึ่งเป็นหนึ่งในนักธุรกิจที่ร่ำรวยที่สุดของสหรัฐอเมริกา เป็นนักธุรกิจผู้ริเริ่มบริจาคทรัพย์สินเพื่อนำไปใช้ในการสนับสนุนด้านการศึกษาให้องค์กรการกุศล นอกจากนี้ Henry Ford ผู้นำทางการผลิตรถยนต์ ยังร่วมแสดงออกถึงการเป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยการสนับสนุนงบประมาณด้านสันติภาพ สุขภาพ ตามความต้องการของพนักงาน

ในปี ค.ศ. 2001 ประมาณการว่าประเทศสหรัฐอเมริกาได้ลงทุนคิดเป็น 1 ใน 8 ของเงินที่ลงทุนในกองทุนประเภทต่างๆ ซึ่งมีจำนวนกองทุนทั้งหมด 192 กองทุน ในจำนวนนี้เป็นเงินที่ลงทุนใน SRI-Funds จำนวนถึง 2.2 ล้านล้าน US\$ ในประเทศแคนาดา ก็มีการลงทุนใน SRI-Funds เป็นจำนวน 38.2 พันล้าน US\$ ในสหราชอาณาจักรอีก 6 พันล้าน US\$ หรือจำนวน 67 กองทุน และยังมีอีก 250 พันล้าน US\$ ที่เป็นเงินใน Portfolios ต่างๆ ของภาคธุรกิจเอกชนที่มีนโยบาย SRI โดยในประเทศที่เหลือของยุโรปมี SRI Funds ประมาณ 10 พันล้าน US\$ ในแถบเอเชีย-แปซิฟิกมีออสเตรเลียที่มีเงินประมาณ 14.3 พันล้าน US\$ ที่เป็น SRI Funds (รวมเงินของโบสถ์ด้วย) ในญี่ปุ่นมีประมาณ 1 พันล้าน US\$ ในประเทศที่เหลือของเอเชียอีกประมาณ 1.5 พันล้าน US\$ โดยรวมทั่วโลกในปัจจุบันมีเงินประมาณ 2.5 ล้านล้าน US\$ ที่พร้อมที่จะลงทุนในธุรกิจที่มี CSR และเงินจำนวนนี้มีแนวโน้มเติบโตอย่างรวดเร็วมาก ในช่วงปี 1995-2001 อัตราการเจริญเติบโตของ SRI Funds ในสหรัฐอเมริกา อยู่อัตราเฉลี่ยร้อยละ 22 ต่อปี ในสหราชอาณาจักรโตเฉลี่ยร้อยละ 49 ต่อปีเลยทีเดียว

ในช่วงปี ค.ศ. 2006 Bill and Mellinda Gates ได้มอบเงิน 44 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐในการสนับสนุนกองทุน Bill and Mellinda Gates Foundation เป็นต้น หรือล่าสุด Mark Zuckerberg ผู้ก่อตั้ง Website Facebook มหาเศรษฐีที่มีอายุน้อยที่สุดในโลก ได้ประกาศเข้าร่วมโครงการ The Giving Pledge หรือ “ปฏิญญาการให้” ในปี ค.ศ. 2010 โดยร่วมบริจาคเงินเพื่อการกุศลอย่างน้อยร้อยละ 50 ของทรัพย์สินที่หาได้ เพื่อเป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นต้น

อนึ่ง ปรากฏการณ์ดังกล่าว นับว่ามีส่วนสำคัญในการสร้างบรรทัดฐานใหม่ขึ้นในหมู่มหาเศรษฐีในประชาคมโลก ได้แก่ การมีค่านิยมเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคม โดยนักธุรกิจที่กล่าวมาข้างต้น ล้วนมีความเชื่อพื้นฐานที่สำคัญประการหนึ่งที่คล้ายคลึงกันว่า “ถ้าองค์กรของเรามีความรับผิดชอบต่อสังคม สังคมก็จะย้อนกลับมาสร้างผลกำไรให้แก่องค์กรของเรา” (Anne T. Lawrence, James Weber, 2008,P 47)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจำนวนมากสรุปได้ว่า CSR เป็นแนวคิดที่เริ่มต้นขึ้นเมื่อไม่นานมานี้ ในประเทศสหรัฐอเมริกาเมื่อประมาณห้าทศวรรษมานี้ เนื่องจากในช่วงเวลาดังกล่าว สังคมอเมริกันได้ประสบปัญหาและได้รับผลกระทบมากมายทั้งด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม สืบเนื่องมาจากการดำเนินธุรกิจขององค์กรธุรกิจที่ขาดความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนั้น จึงมีชาวอเมริกันจำนวนมากเกิดความรู้สึกร่วมกัน รวมกลุ่มและสร้างกระบวนการทางสังคม เพื่อเคลื่อนไหวและต่อต้านบริษัทหรือภาคเอกชน ที่ดำเนินการทางอุตสาหกรรมโดยหวังแสวงหากำไรอย่างเดียว โดยมีได้มีความรับผิดชอบต่อสังคม

ประเทศกำลังพัฒนา

จุดเริ่มต้นของแนวคิดเรื่อง CSR ในประเทศกำลังพัฒนา มีความคล้ายคลึงกับสหรัฐอเมริกา ตรงที่เกิดขึ้นจากวิกฤตหรือผลกระทบของการดำเนินธุรกิจของภาคเอกชน ที่ละเลยหรือขาดความรับผิดชอบต่อสังคม จนก่อให้เกิดผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของบุคคลและสังคม จนในที่สุดกลายเป็นความตระหนักรู้ร่วมกันของคนในสังคม และนำมาสู่ความต้องการเปลี่ยนแปลง เพียงแต่กระบวนการดังกล่าว ถูกเร่งให้เร็วขึ้นผ่านองค์กรระหว่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง องค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับสถาบันการเงินและการกำหนดนโยบายของประเทศด้อยพัฒนา อาทิ UN, World Bank, OECD และ IMF เพียงแต่มีความแตกต่างกันบ้างในรายละเอียด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กลุ่มเป้าหมาย ที่พบว่ามีความเฉพาะเจาะจงมากขึ้น โดยส่วนใหญ่จะเน้นหนักไปที่กลุ่มผู้ด้อยโอกาสในสังคม อาทิ แม่และเด็ก ผู้หญิง คนจน เป็นต้น โดยหากจำแนกรายทวีปพบว่า ในทวีปแอฟริกา มีเพียง 12 ประเทศจาก 53 ประเทศที่จัดทำรายงานด้าน CSR ร้อยละ 57 คือ ประเทศแอฟริกาใต้ และร้อยละ 16 ได้แก่ ประเทศไนจีเรีย โดยส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับประเด็นด้านจริยธรรม สำหรับกลุ่ม



ประเทศในละตินอเมริกาพบว่า อาเจนตินา บราซิล และเม็กซิโก คือ กลุ่มประเทศหลักที่ดำเนินกร โดยมีความแตกต่างกันไปตามขนาดของบริษัทเอกชนที่นำแนวคิด CSR ไปใช้ โดยพบว่าบริษัทชั้นนำขนาดใหญ่ 250 แห่งในละตินอเมริกา จัดทำรายงานเรื่องพลังงานและการใช้พลังงาน ในขณะที่ บริษัทขนาดกลางและเล็กมากกว่า 1,300 บริษัทจะรายงานเรื่องความรับผิดชอบต่อองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ประเด็นด้านสวัสดิการของพนักงาน และรองลงมาได้แก่ประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม (Visser 2008)

อนึ่ง หากจำแนกตามกลุ่มประเทศที่นำแนวคิดเรื่อง CSR ไปใช้ดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในเอเชียพบว่า สามารถจำแนกได้ 3 กลุ่มๆ แรกคือกลุ่มที่ครอบคลุมหลัก CSR ได้แก่ จีน อินเดีย มาเลเซีย ปากีสถาน และไทย และกลุ่มที่สอง ได้แก่ ดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงหลักการ CSR เพียงบางส่วน ได้แก่ บังคลาเทศ ศรีลังกา และเวียดนาม (Visser 2008)

ผลการสำรวจในปี ค.ศ. 2005 ที่ปรากฏในรายงานซึ่งพิมพ์เผยแพร่ใน Journal of Corporate Citizenship สรุปว่า ในประเทศอินเดีย มีบริษัทขนาดใหญ่ที่ดำเนินกิจกรรมตามแนวคิด CSR จำนวน 2 ใน 3 ในขณะที่ประเทศไทยมีเพียง 1 ใน 4 หรือร้อยละ 42 ประเทศมาเลเซียร้อยละ 32 ประเทศฟิลิปปินส์ ร้อยละ 30 โดยประเด็นความสนใจของประเทศไทยที่พบมาก ตามที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ ได้แก่ ประเด็นด้านแรงงานเด็กและจริยธรรม (Visser 2008)

ในกรณีของประเทศไทย รายงานความรับผิดชอบต่อสังคมประจำปี 2548/2549 ของเมอร์ค ประเทศไทย ได้ระบุถึงผลของการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมไว้พอสรุปได้ว่า

“เรื่องของความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นเรื่องที่ขาดไม่ได้ในการดำเนินธุรกิจ เมื่อพนักงานมีความสุข และมีแรงบันดาลใจ สิ่งเหล่านี้จะสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า และกระตุ้นการซื้อซ้ำในคราวต่อไป ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะส่งผลทำให้องค์กรสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ถือหุ้นของบริษัทและบริษัทฯ สามารถจัดสรรสิ่งดีๆ ตอบแทนคืนสู่สังคมได้ในที่สุด” ในประเทศไทยจึงพบองค์กรและบริษัทธุรกิจจำนวนมาก ให้ความสนใจกับการนำแนวคิด CSR มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ เช่น กรณีของบริษัทปูนซีเมนต์ไทย เป็นองค์กรธุรกิจแห่งเดียวของประเทศไทย ที่ติดอันดับ 1 ใน 10 บริษัทที่เป็นผู้นำด้านการเปิดเผยข้อมูล CSR ในเอเชีย (<http://www.siamcement.com>) และกรณีของบริษัท ปตท จำกัด (มหาชน) ที่ได้ระบุไว้อย่างชัดเจนเป็นลายลักษณ์อักษร ถึงพันธสัญญาของกิจการที่มีส่วนในการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียให้สามารถพึ่งพาตนเองได้เชิงเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อม (www.vcharkarn.com/include/article/showarticle)

โสภณ พรโชคชัย (2552) กล่าวว่า CSR เป็นแนวคิดที่มีระดับการปฏิบัติ 3 ระดับคือ ระดับการปฏิบัติที่กฎหมายกำหนด (Hard Law) เช่น กฎหมายแพ่ง กฎหมายผู้บริโภค กฎหมายอาญา เป็นต้น ระดับการปฏิบัติตามจรรยาบรรณและจริยธรรม (Soft Law) เช่น แนวปฏิบัติของสมาคมวิชาชีพ และระดับอาสาสมัคร เช่น ผู้บริจาค ผู้อุปถัมภ์ เป็นต้น ซึ่งแนวคิดดังกล่าวมีความคล้ายคลึงกับกรอบแนวคิด CSR 4 หมวดหลักของสหประชาชาติ (UN Global Compact) ดังที่ผู้วิจัยได้กล่าวไปแล้วข้างต้น เพียงแต่มีการเพิ่มเติมรายละเอียดในหมวดของสิทธิมนุษยชนให้มีความครอบคลุมบริบทของสังคมไทยมากขึ้น

โดยสรุป แนวคิดเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) เป็นมโนทัศน์การพัฒนาที่สำคัญของการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจขององค์กรธุรกิจในศตวรรษที่ 21 และเป็นแนวคิดด้านการพัฒนาสังคมซึ่งมีพัฒนาการของแนวคิดต่อเนื่องเป็นลำดับมาในรอบทศวรรษ นับตั้งแต่แนวคิด CSR ที่มุ่งเน้นมิติของการปฏิบัติเพื่อศีลธรรมและผลประโยชน์ของสังคม การกุศลและสังคมสงเคราะห์ ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วม ความคาดหวังของสังคมและการพัฒนาที่ยั่งยืน และธรรมาภิบาลและการเป็นพลเมืองที่ดีของโลก ตามลำดับ และกล่าวได้ว่า ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคม กับผลประกอบการของบริษัทที่นำแนวคิด CSR ไปใช้ล้วนเป็นไปในเชิงบวก ดังนั้น CSR จึงนับเป็นเครื่องมือที่สำคัญประการหนึ่งของการ

พัฒนาองค์กรธุรกิจเอกชนในปัจจุบัน เนื่องจากได้ถูกนำมาใช้เป็นเงื่อนไขสำคัญเพื่อทำการค้าในหลากหลายลักษณะ ทั้งในระดับประเทศคู่ค้า หรือบางประเทศได้นำ CSR มาใช้เป็นมาตรการเพื่อกีดกันทางการค้าเพื่อลดคู่แข่ง โดยอ้างเหตุผลด้านการขาดความรับผิดชอบต่อสังคมของคู่ค้า เป็นต้น

ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า CSR เป็นแนวคิดการพัฒนาสังคมที่นับวันก็จะทวีความสำคัญเพิ่มมากขึ้น และผู้ประกอบการองค์กรธุรกิจเอกชนไม่ควรละเลย และควรมุ่ง CSR มาใช้เป็นกลยุทธ์เพื่อกำหนดแนวปฏิบัติในการบริหารจัดการองค์กรอย่างจริงจัง เนื่องจากหลักฐานมากมายต่างยืนยันตรงกัน ถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเป็นองค์กรที่รับผิดชอบต่อสังคม กับผลได้ในเชิงธุรกิจในระยะยาว และหากองค์กรเอกชนในประเทศไทยไม่สามารถปรับตัวตามกระแสความต้องการด้าน CSR ของโลก ณ ปัจจุบันได้ ก็อาจนำไปสู่การถูกปฏิเสธหรือการถูกกีดกัน ไม่ให้เข้าร่วมทำธุรกิจต่างๆทั้งในด้านการค้าและการลงทุน ทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ อันจะก่อให้เกิดผลเสียต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ และคุณภาพชีวิตของประชาชนในภาพรวมในอนาคตได้ (www.ilo.ch/public/english/support/lib/resource/subject)

ความสำคัญของ CSR กับการพัฒนาสังคม

ในปัจจุบัน แนวคิดเรื่อง CSR ได้ถูกนำมาเชื่อมโยงเข้ากับแนวคิดเรื่องความยั่งยืน (Sustainability) เนื่องจากปัญหาของวิกฤตการณ์สิ่งแวดล้อมและสังคมได้ทวีความรุนแรงมากขึ้น ซึ่งหลักฐานจำนวนมากได้ยืนยันตรงกันว่า มีสาเหตุมาจากปัจจัยหลัก 2 ประการ ได้แก่ ประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ (Eco-Efficiency) ของภาคอุตสาหกรรม ที่พบว่าในปัจจุบันอยู่ในระดับที่ต่ำมาก ยกตัวอย่างเช่น มีการใช้วัตถุดิบ 100 หน่วยในการผลิตสินค้าเพียงหนึ่งชิ้น แต่ต้องสูญเสียทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตสินค้าชิ้นนั้นมากกว่า 90% สินค้า ทั้งในรูปของพลังงานและอื่นๆ และปัญหาการบริโภคที่เกินความจำเป็น ความฟุ่มเฟือยและความไม่สนใจว่าของที่บริโภคนั้นมาจากไหน มีกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสภาพแวดล้อมหรือไม่อย่างไรของคนในสังคม

ดังนั้น ถึงแม้จะมีกลุ่มบุคคล องค์กร หรือหน่วยงานจำนวนมากพยายามสร้างมาตรการกำกับดูแลควบคู่ไปกับการรณรงค์ให้เกิดการอนุรักษ์ แต่ก็พบว่าไม่สามารถลดปัญหาสภาวะแวดล้อมของโลกที่เปลี่ยนแปลงไปนางเสื่อมโทรมลงได้ ในทางตรงข้าม กลับพบว่าสภาพปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้น กลับทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น ทำให้ปัจจุบันหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเริ่มหันมาให้ความสนใจกับการสร้างกรอบแนวทางและมาตรฐานการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

CSR กับการประกอบธุรกิจของภาคเอกชน

แนวคิดเรื่อง การมีความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility/ CSR) ในกลุ่มผู้ดำเนินธุรกิจเอกชน ได้ทวีความสำคัญเพิ่มมากขึ้นตามลำดับในกระแสการพัฒนาโลกในรอบทศวรรษที่ผ่านมา โดยพบว่าได้มีองค์กรระหว่างประเทศที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาโลกให้ความสำคัญ อาทิ The Organization of Economic Cooperation and Development (OECD), Inter-American Development Bank, United Nations, Amnesty International, World Bank, Prince of Wales International Business Leaders Forum, Partners In Change India, COMPITE (Mexico), Soros Foundation, Japanese Development Agency, Ministry of Foreign Affairs (France), Canadian International Development Agency, and MFA (Brazil) ภาครัฐ และภาคธุรกิจเอกชน อาทิ British Petroleum, Vodafone, Deloitte, Mahindra/Ford, South African Breweries และ Eskom ทั้งในส่วนของประเทศที่พัฒนาแล้วทางอุตสาหกรรม เช่น สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส และอังกฤษ และประเทศเกษตรกรรม

ในอาฟริกา เอเชีย และอเมริกากลาง โดยมีเป้าหมายสำคัญคือ เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจเอกชนทั่วโลกหันมาให้ความสำคัญต่อประเด็นดังกล่าวเพิ่มมากขึ้น

โดยในปี 2002 World Bank Institute (WBI) ได้จัดประชุมนานาชาติโลก ผ่านสารสนเทศ (Global E-conference) ขึ้นภายใต้หัวข้อ “The Future Leaders’ E-Conference on Corporate Social Responsibility” ในระหว่างวันที่ 18 มีนาคม ถึง 26 เมษายน โดยมีผู้สนใจเข้าร่วมประชุมประมาณ 1,100 คน จาก 101 ประเทศ เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประสบการณ์ และความร่วมมือ โดยคาดหวังว่าผลที่ได้จากการประชุม จะนำมาสู่ความตื่นตัวในกลุ่มนักธุรกิจเอกชนรุ่นใหม่ ในการกำหนดแผน และแนวทางที่เป็นไปได้ เพื่อร่วมกันดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมต่อไปในอนาคต โดยเป้าหมายของผู้เข้าร่วมประชุมส่วนใหญ่ ได้แก่ ผู้บริหาร และผู้ประกอบการในภาคธุรกิจเอกชนรุ่นหนุ่มสาว ที่มีวิสัยทัศน์ ความรู้ ความสนใจ และความต้องการเข้าร่วมในเครือข่ายการดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

ผลการประชุมมีสาระสำคัญพอสรุปได้ว่า ในอนาคตการดำเนินธุรกิจของภาคเอกชนใดๆก็ตาม ควรต้องให้ความสำคัญกับการมีความรับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มมากขึ้น โดยควรนำความรู้ทั้งในภาคทฤษฎี และภาคปฏิบัติที่วางอยู่บนพื้นฐานของการมีความรู้ ความเข้าใจ และความตระหนักในความต้องการของท้องถิ่น และประชาชน มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ โดยเน้นที่กลุ่มคนรุ่นหนุ่มสาวผู้เป็นเจ้าของธุรกิจเอกชน ผู้บริหารและนักวิชาการที่มีความสนใจและกระตือรือร้นต่อการพัฒนาในประเด็นดังกล่าว ในการเข้าร่วมกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง โดยในส่วนของข้อตกลงทั่วไป ประกอบด้วยสาระสำคัญ จำแนกได้เป็น 4 ส่วน คือ (www.csrwbi.org)

บทบาทขององค์กรและภาคส่วนต่างๆกับ CSR

องค์กรและภาคส่วนต่างๆ ที่นำแนวคิดเรื่อง CSR มาใช้ในการพัฒนามีอยู่เป็นจำนวนมาก มีใช้จำกัดอยู่เฉพาะองค์กรการกุศล หรือองค์กรเอกชนที่ดำเนินกิจกรรมโดยไม่ได้หวังผลกำไร โดยพบว่า ในปัจจุบัน มีทั้งองค์กรระหว่างประเทศ อาทิ บริษัทข้ามชาติ และกลุ่มประเทศชั้นนำที่มีความร่วมมือทางการเงิน ภาคเอกชน เช่น บริษัทสถาบันการเงินต่างๆ ภาครัฐ และองค์กรภาคประชาชนจำนวนมาก ได้นำแนวคิดเรื่อง CSR มาใช้ในการดำเนินกิจกรรมตามนโยบายขององค์กรของตน ซึ่งจากผลการประชุมนานาชาติโลก ผ่านสารสนเทศ (Global E-conference) ขึ้นภายใต้หัวข้อ “The Future Leaders’ E-Conference on Corporate Social Responsibility” (2002) มีสาระและข้อเสนอแนะสำคัญพอสรุปได้ดังนี้ (www.csrwbi.org)

องค์กรระหว่างประเทศ

ในปัจจุบันพบว่า มีองค์กรระหว่างประเทศ และบริษัทข้ามชาติจำนวนมาก ได้นำแนวคิดเรื่อง การเป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility/ CSR) มาใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการช่วยเหลือ การสนับสนุนเงินทุนและงบประมาณ เทคโนโลยี และผู้เชี่ยวชาญให้แก่กลุ่มผู้ดำเนินธุรกิจเอกชน ตัวอย่างขององค์กรระหว่างประเทศสำคัญที่แสดงบทบาทดังกล่าว และแนวความคิดที่เกี่ยวข้องสำคัญๆได้แก่ The United Nations และ World Bank และบริษัทข้ามชาติ (Transnational or Multinational Corporations/ MNCs) เสนอแนวคิดและแสดงบทบาทในฐานะที่เป็นองค์กรชั้นนำของโลก เพื่อ

1. ก่อให้เกิดการขับเคลื่อนเชิงนโยบายในประเด็นการพัฒนานี้ ผ่านการลงนามความร่วมมือระดับโลก
2. ออกแบบนโยบายสาธารณะด้าน CSR ระดับโลก (Global CSR Policy) ตลอดจนแผนการดำเนินงานที่เป็นรูปธรรม เพื่อขับเคลื่อนนโยบายไปสู่การปฏิบัติ
3. ให้ความสำคัญกับกลุ่มบริษัทข้ามชาติที่ดำเนินธุรกิจในประเทศที่ยากจน และด้อยพัฒนาให้มีการดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

องค์กรธุรกิจเอกชน

1. ในระดับปฏิบัติการ องค์กรธุรกิจเอกชน ควรกำหนดตัวชี้วัด ระเบียบ และแนวปฏิบัติ เพื่อขับเคลื่อนแนวคิดเรื่อง CSR ให้เป็นรูปธรรม
2. นำแนวคิดเรื่อง “Big Brother Approach” มาใช้เพื่อรวมองค์กรธุรกิจเอกชนที่ประสบความสำเร็จ มีประสบการณ์ และได้รับการยอมรับว่ามีความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการหนุ่มสาวที่ต้องการประกอบธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม

องค์กรภาครัฐ

1. ควรปรับปรุงระเบียบ กฎหมาย และประกาศต่างๆให้สอดคล้องกับแนวทางการดำเนินธุรกิจของภาคเอกชนในลักษณะดังกล่าว พร้อมทั้งปรับปรุงบทลงโทษให้สอดคล้องกับผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจที่ขาดความรับผิดชอบต่อสังคม
2. พัฒนาและใช้ระบบภาษี เพื่อควบคุมและส่งเสริมองค์กรธุรกิจเอกชนที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม
3. แก้ปัญหาทุจริตคอร์รัปชัน ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญของการดำเนินธุรกิจที่ขาดความรับผิดชอบต่อสังคม

องค์กรภาคประชาสังคม

1. เร่งสร้างกลไกทางสังคมเพื่อขับเคลื่อนการเคลื่อนไหวด้านจริยธรรมทางสังคม ในกลุ่มองค์กรเอกชน ประชาสังคม และกระตุ้นให้ปัจเจกบุคคลมีพฤติกรรมเลือกบริโภคแต่สินค้าที่ผลิตจากองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม
2. สร้างความเข้มแข็งของชุมชน ผ่านองค์กรเครือข่ายภาคประชาสังคม เพื่อเพิ่มพลังอำนาจของชุมชน ในการดำเนินการกับองค์กรธุรกิจเอกชนที่ดำเนินธุรกิจที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สุขภาพสังคม และวัฒนธรรมในท้องถิ่น

องค์กรและสถาบันการศึกษา

1. สร้างเสริมบทบาทของสถาบันการศึกษาตั้งแต่ระดับโรงเรียน ถึงสถาบันอุดมศึกษา เช่น สถาบันและคณะที่จัดการเรียนการสอนด้านธุรกิจ ควรเร่งปลูกฝังค่านิยม จริยธรรม ความยุติธรรม เรื่องความซื่อสัตย์และความรับผิดชอบต่อสังคมให้แก่คนรุ่นใหม่และเยาวชน
2. เร่งศึกษาวิจัย เพื่อให้เกิดองค์ความรู้ในการดำเนินธุรกิจเอกชนที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม มาตรฐานตัวชี้วัด และแนวปฏิบัติตามมาตรฐานสากล

3. นำเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology/ IT) มาใช้เพื่อสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายองค์กรที่ดำเนินธุรกิจเอกชนที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

ต่อมาในปี 2003 World Bank Institute (WBI) จึงได้จัดประชุมในลักษณะดังกล่าวขึ้นอีกครั้งหนึ่ง ภายใต้หัวข้อ “Public Policy and Corporate Social Responsibility (CSR)” เมื่อวันที่ 7-25 กรกฎาคม 2003 ซึ่งดำเนินการโดย Private Sector Development และมีผู้บริหารของ The World Bank เข้าร่วมกิจกรรมอย่างแข็งขัน โดยมีเป้าหมายสำคัญเพื่อ ให้องค์กรเอกชนทั่วโลกตระหนักถึงความสำคัญของการดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของการมีความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นสิ่งที่สำคัญมากต่อการพัฒนาสังคมในศตวรรษที่ 21 โดยผลที่ได้จากการประชุมดังกล่าว ได้นำมาซึ่งการจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเสนอและเผยแพร่ต่อผู้แสดงทางสังคมที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้แนวคิดดังกล่าวถูกนำไปใช้ เป็นแนวทางเพื่อสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขึ้นในองค์กรของตนเอง โดยการประชุมนานาชาติดังกล่าวมีผู้เข้าร่วมประชุมถึง 495 คนจาก 74 ประเทศ ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญด้าน CSR, ผู้บริหารองค์กร, นักวิชาการ, นักวิจัย, สมาชิกของบรรษัทข้ามชาติ, และภาคประชาสังคม โดยพบว่าประเทศที่เข้ามามีส่วนร่วมอย่างกระตือรือร้นมากที่สุด ได้แก่ Brazil, India, Kenya, Nigeria, Columbia, Former Republic of Yugoslavia, the United Kingdom, และ the United States (www.csrwbi.org)

ผลของการประชุมดังกล่าว ได้นำมาซึ่งความตระหนักและการตื่นตัวขึ้นในองค์กรธุรกิจเอกชนทั่วโลก อาทิ โรงงานทอผ้าในเวียดนาม ชื่อ US-Vietnam Textile ได้ลงนามความร่วมมือเพื่อ เป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในเดือนพฤษภาคม 2003 และตามมาด้วยการลงนามของ US-Cambodia Textile ในระยะเวลาต่อมา (World Bank 2003)

ในปี 2010 World Bank ได้ให้ความสำคัญกับ CSR โดยการเสนอแนวคิดเรื่อง “International Finance Corporation Performance Standards on Social & Environmental Sustainability” ให้แก่องค์กรธุรกิจเอกชนต่างๆที่ดำเนินธุรกิจในประเทศด้อยพัฒนา ในฐานะที่เป็นเป้าหมายหลักที่สำคัญประการหนึ่ง เพื่อประกอบการพิจารณาสนับสนุนเงินกู้เพื่อการดำเนินธุรกิจของนักธุรกิจเอกชนต่างๆ ว่าการดำเนินธุรกิจของเอกชนต้องคำนึงถึงสาระสำคัญด้านความรับผิดชอบต่อสังคม 8 ประการด้วยกันคือ (Eight Performance Standards of the World Bank’s International Finance Corporation/ IFC) 1) การประเมินด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมของระบบการบริหารจัดการ (Social and Environmental Assessment and Management System), 2) เงื่อนไขของแรงงานและการปฏิบัติงาน (Labor and Working Conditions), 3) การป้องกันและการลดมลพิษ (Pollution Prevention and Abatement), 4) สุขภาพชุมชน ความปลอดภัยและความมั่นคง (Community Health, Safety and Security), 5) กรรมสิทธิ์ที่ดินและการจัดตั้งชุมชนใหม่โดยไม่สมัครใจ (Land Acquisition and Involuntary Resettlement), 6) การอนุรักษ์ความหลากหลายและการจัดการทรัพยากรธรรมชาติแบบยั่งยืน (Biodiversity Conservation and Sustainable Natural Resource Management), 7) ประชาชนพื้นเมือง (Indigenous Peoples) และ 8) มรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) ทั้งนี้ World Bank (2010) ได้สรุปว่า “การระบุผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อม ความเสี่ยง และโอกาสของโครงการต่างๆ เพื่อการสร้างเสริมการเข้ามามีส่วนร่วมของชุมชน เป็นสิ่งสำคัญ จึงต้องมีการเปิดเผยข้อมูลข่าวสาร และการชดเชยผลกระทบให้แก่ประชาชนและสิ่งแวดล้อม อันจะนำไปสู่การปรับปรุงเงื่อนไขที่มีความเหมาะสมกับการพัฒนา (<http://blogsijc.worldpress.com/2010/03/04/the-world-bank>)

ในกรณีของประเทศไทย ยังมีความเข้าใจผิดในเรื่องของการประยุกต์ใช้แนวคิดเรื่อง CSR ในการพัฒนาองค์กรเอกชนอยู่อีกมาก โดยในยุคแรกๆ องค์กรธุรกิจเอกชนส่วนใหญ่ในประเทศไทยไม่มีความเชื่อว่า CSR จะสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการทำธุรกิจได้ และหากมีการนำมาใช้ก็มักเป็นไปเพื่อการประชาสัมพันธ์ธุรกิจของตนเองว่าเป็นองค์กรที่เป็นส่วนหนึ่งของการเป็นประชากรที่ดี (Corporate Citizenship) มากกว่าการมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในแนวคิดและสามารถนำไปประยุกต์ใช้อย่างจริงจัง ตั้งแต่ในระดับนโยบายจนถึงระดับปฏิบัติการ จนเมื่อปี พ.ศ. 2527 เมื่อเกิดกรณีของบริษัทเนสท์เล่ (Nestle) ได้ทำโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมให้มารดาหันมาใช้นมผงแทนนมแม่ในการเลี้ยงดูทารก สภาพดังกล่าวทำให้สังคมเริ่มตั้งคำถามถึง ความรับผิดชอบต่อสังคม ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทเอกชนดังกล่าว พร้อมมีการรวมตัวกันเพื่อต่อต้านโฆษณาดังกล่าว ซึ่งกล่าวได้ว่า เป็นการเริ่มต้นของสังคมในการกล่าวถึง ความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ดำเนินธุรกิจ

จนถึงในปี พ.ศ. 2548 เมื่อสถาบันคีนันแห่งเอเชีย ร่วมกับมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ได้ค้นพบว่าการทำ CSR ของบริษัทส่วนใหญ่ (มากถึงร้อยละ 63.33) ของธุรกิจเอกชนมักเกิดขึ้นเนื่องจาก เจตนาารมณ์ของประชากรรการบริหาร ในขณะที่ร้อยละ 53.33 กล่าวว่าวัตถุประสงค์ของการทำ CSR คือเพื่อช่วยพัฒนาชื่อเสียงภาพลักษณ์และตราสินค้าขององค์กร ขณะที่บางส่วนมองว่า CSR เป็นสิ่งสำคัญต่อลูกค้าเพียงร้อยละ 26.67 และมีเพียงร้อยละ 23.33 ที่มีความเห็นว่า การลงมือทำล่วงหน้าจะช่วยลดความเสี่ยง ร้อยละ 16.67 เห็นว่าเพื่อความมั่นคงในสังคม และมีเพียงร้อยละ 6.67 เท่านั้น ที่มีความเห็นว่า CSR เป็นสิ่งที่ชุมชนคาดหวัง ดังนั้น โดยสรุปจึงกล่าวได้ว่าการเริ่มทำ CSR ขององค์กรธุรกิจไทยเริ่มขึ้นจากความตระหนักของผู้บริหาร ในขณะที่ผู้บริหารจำนวนมากยังขาดความเข้าใจถึงประโยชน์ของ CSR และไม่ตระหนักว่า CSR จะทำให้บริษัทได้รับประโยชน์ตอบแทนอย่างไรในแง่ของการเพิ่มผลกำไรหรือยอดขาย และยังพบว่ามีส่วนไม่เห็นด้วยกับการทำ CSR เพราะมีความเห็นว่าเป็นการเพิ่มต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งอาจส่งผลทำให้ไม่สามารถแข่งขันกับบริษัทอื่นได้ และไม่เชื่อว่า CSR จะเป็นการลงทุนที่ส่งผลดีต่อการดำเนินธุรกิจในระยะยาว (สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม /CSRI, /2554)

ในปัจจุบัน บริษัทและองค์กรธุรกิจเอกชนในประเทศไทยได้มีความตื่นตัวต่อการนำ CSR มาใช้ในการประกอบธุรกิจอย่างกว้างขวาง เพราะตระหนักแล้วว่า CSR เป็นเครื่องมือสำคัญประการหนึ่ง ที่ทำให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีในตราสินค้า (Brand Royalty) และนำมาสู่การเพิ่มรายได้ขององค์กรได้อย่างยั่งยืน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า CSR เป็นสัญลักษณ์ ที่เชื่อมโยงระหว่าง ธุรกิจนั้นๆ กับสังคม ในนัยที่ว่าสังคมได้อนุญาตให้บริษัทดำเนินกิจการ (License to Operate) นั้นๆแล้ว และให้การสนับสนุน เนื่องจากเป็นองค์กรธุรกิจที่มีจรรยาบรรณ ถูกต้องตามกฎหมาย และมีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคและสังคมที่ผู้บริโภคอาศัยอยู่ (สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม /CSRI, /2554)

ตัวอย่างบริษัทธุรกิจเอกชนไทยที่นำแนวคิด CSR ไปใช้เพื่อการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ ธนาकारกรุงไทย โดยพิจารณาจากการดำเนินโครงการ “กรุงไทย Growing Green” โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อประกาศเจตนารมณ์ว่า ธนาकारมุ่งสร้างวัฒนธรรมสีเขียวในองค์กร โดยเริ่มจากการเพิ่มพื้นที่สีเขียวในอาคารสำนักงานใหญ่และสาขาต่างๆ ตามด้วยการปลูกจิตสำนึกให้กับพนักงาน ลูกค้าและประชาชน รวมทั้งการใช้วัสดุอุปกรณ์ในสำนักงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ ยังเน้นการออกแบบอาคารสำนักงานและสาขาที่เน้นการประหยัดพลังงาน โดยริเริ่มสร้างสาขาต้นแบบที่เป็นอาคารอนุรักษ์พลังงาน การดำเนินนโยบายดังกล่าวของธนาकारกรุงไทย ส่งผลทำให้ธนาकारได้รับรางวัลอาคารอนุรักษ์ทั้งในระดับประเทศและอาเซียน

ในกรณีของบริษัททิปโก้ เป็นองค์กรธุรกิจเอกชนอีกแห่งหนึ่งที่ได้นำแนวคิด CSR ไปใช้ โดยร่วมมือกับสถาบันการศึกษา 6 แห่งจัดโครงการ “ทิปโก้คู่ พิศ ช่วยพิชิตโลกร้อน” เพื่อรณรงค์ให้เยาวชนและบุคคลทั่วไปมีความรู้ ความเข้าใจ และมีความตระหนักว่าภาวะโลกร้อนเป็นเรื่องใกล้ตัว พร้อมทั้งกระตุ้นให้สังคมเข้ามามี

ส่วนร่วมในการแก้ปัญหาดังกล่าว โดยเชิญชวนให้คนไทยปลูกต้นไม้ลงในขวดเปล่าทิปโก้ คุล ฟิต บีม คอล เลคชั่น รสชาติใดก็ได้ เพื่อมอบให้กรมป่าไม้ เป็นต้น การดำเนินนโยบายดังกล่าวของบริษัททิปโก้ ได้รับการชื่นชมและยอมรับจากสังคมโดยกว้างขวาง

นอกจากนี้ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยยังได้จัดตั้งสถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (Corporate Social Responsibility Institute : CSRI) ขึ้นเมื่อเดือนสิงหาคม 2550 โดยมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมให้บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ ดำเนินการเกี่ยวกับ CSR เพิ่มมากขึ้น และยังได้วางกรอบการดำเนินงานที่มีการจัดทำรายงานด้าน CSR (CSR Report) เพื่อเป็นรายงานประจำปีของตลาดหลักทรัพย์ ทั้งนี้ ตลาดหลักทรัพย์ได้ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการส่งเสริมแนวคิดและวิถีปฏิบัติเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมแก่องค์กรในตลาดทุนขึ้นเป็นแห่งแรก พร้อมกับจัดกิจกรรมส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินงานเพื่อส่งเสริมกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่คำนึงถึงผู้เกี่ยวข้องและทุกภาคส่วน ผลจากการดำเนินนโยบายดังกล่าวของตลาดหลักทรัพย์ฯ มีเพียงสอดคล้องกับความต้องการขององค์กรและชุมชน แต่ยังสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ธุรกิจได้อย่างยั่งยืน และส่งผลทำให้บริษัทจดทะเบียนไทยต่าง ๆหันมาให้ความสำคัญต่อการรับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มมากขึ้น และถือว่าเป็นสิ่งที่ต้องกระทำอย่างต่อเนื่องและจริงจังเพื่อการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืนต่อไป (<http://www.tisi.go.th/18000/18001.html>)

จากการศึกษาพบว่า ในปัจจุบันบริษัทหรือธุรกิจเอกชนจำนวนมากในประเทศไทย นิยมดำเนินโครงการ CSR ในประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมมากที่สุด เนื่องจากประเด็นดังกล่าวเป็นกระแสความตื่นตัวและความตระหนักของโลกในเรื่อง “ภาวะโลกร้อน” (Global warming) หรือ ภาวะภูมิอากาศเปลี่ยนแปลง (Climate Change) ที่กำลังเป็นปัญหาใหญ่ของประชาคมโลกในปัจจุบัน แต่อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยต้องการชี้ให้เห็นว่า ประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น มีความหลากหลายและสามารถดำเนินการในหลายรูปแบบ (<http://www.tisi.go.th/18000/18001.html>)

สำหรับประเทศไทยพบว่า อัตราการขยายตัวด้านเศรษฐกิจที่เพิ่มสูงขึ้นได้ดำเนินมาควบคู่กับการพัฒนาในภาคอุตสาหกรรม และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขยายตัวของโรงงานอุตสาหกรรม ที่นำมาสู่ปัญหาด้านมลพิษที่เพิ่มสูงขึ้นตามลำดับ สภาพดังกล่าวส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศ และกระตุ้นให้สังคมตระหนักถึงความสำคัญของการนำแนวคิดเรื่องการพัฒนาที่ยั่งยืนมาใช้ในการดำเนินธุรกิจของภาคอุตสาหกรรมเพิ่มมากขึ้น โดยเน้นการสร้างสมดุลระหว่างความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจและการปกป้องทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการรักษาระบบนิเวศไปพร้อมๆกัน หรือที่เรียกว่า การสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจด้วยการสร้างความมั่นคงทางระบบนิเวศ ตามแนวคิดเชิงทฤษฎีเรื่องประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ (Eco-efficiency)

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับ CSR

แนวคิดประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ

เป็นแนวคิดที่ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในการสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 แล้ว โดยคณะกรรมการนักธุรกิจเพื่อสิ่งแวดล้อมโลกหรือ World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) ซึ่งเป็นองค์กรที่เกิดขึ้นจากการรวมกลุ่มบริษัทธุรกิจชั้นนำระหว่างประเทศกว่า 130 บริษัทจาก 30 ประเทศทั่วโลก ที่มีความมุ่งมั่นที่จะส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนควบคู่ไปกับการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยมีวัตถุประสงค์หลักของการรวมกลุ่มกัน เพื่อให้มีองค์กรซึ่งเป็นกลไกสำคัญ ทำหน้าที่ในการจัดการให้ภาคธุรกิจเอกชนมีศักยภาพในการแข่งขัน ควบคู่กับมีความรับผิดชอบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งในปัจจุบัน องค์กรนี้ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางทั้งในระดับนานาชาติ และพบว่ามีองค์กร

ธุรกิจเอกชนทั่วโลก ได้นำแนวคิดและปรัชญาของ WBCSD มาใช้ในการดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมกันอย่างแพร่หลาย

โดยนักคิดในกลุ่มแนวคิดประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ เสนอว่า ประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ หมายความว่า แนวคิดและหลักการที่จะช่วยทำให้บริษัท และรัฐบาล หรือแม้กระทั่งองค์กรต่างๆ มีแนวทาง และทิศทางในการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับองค์ประกอบหลักคือ การสร้างความสมดุลระหว่าง ความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจและการอนุรักษ์ปกป้องรักษาระบบนิเวศ และยึดหลักการสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ด้วยวิธีการเพิ่มประสิทธิภาพของการใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่าที่สุด ปลดปล่อยมลพิษให้น้อยที่สุด โดยหลักการสำคัญของประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจมี 3 ประการดังนี้ 1) ลดการใช้ทรัพยากร (Reduce) หมายความว่า การพยายามลดการใช้วัตถุดิบตั้งแต่ต้นทางของการผลิตไปจนถึงปลายทาง ลดการใช้พลังงานต่างๆ ลดการใช้น้ำและที่ดิน พร้อมทั้งส่งเสริมให้เกิดการใช้ซ้ำ (Reuse) และการนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) ของผลิตภัณฑ์ 2) ลดผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ปลดปล่อยให้น้อยที่สุด เพื่อลดขยะให้กลายเป็นศูนย์ (Zero Waste) และ 3) เพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์และการบริการ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับผลประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ สินค้าและบริการสูงสุด แต่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติให้น้อยที่สุด

โดยหลักการทั้ง 3 ประการข้างต้น มีเป้าหมายหลักเพื่อช่วยให้บริษัทสามารถเพิ่มผลผลิตด้วยการลดการใช้ทรัพยากรและลดการปล่อยมลพิษ ซึ่งจะส่งผลให้บริษัทต้องคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ อยู่เสมอ เช่น การใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยมีแรงจูงใจที่จะพัฒนาประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจเป็นรากฐานของการทำธุรกิจ ดังนั้นนิเวศเศรษฐกิจนอกจากเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในทางธุรกิจแล้ว ยังเป็นตัวบ่งชี้ทิศทางความสำเร็จของการดำเนินนโยบายของภาครัฐ ด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนอีกประการหนึ่งด้วย ซึ่งในอดีตถือว่าเป็นเป้าหมายในระยะยาวโดยรวมของประเทศ ที่ภาครัฐไม่เคยประสบความสำเร็จ แต่กลับเป็นแนวคิดที่ได้รับความสนใจและประสบความสำเร็จเมื่อนำมาประยุกต์ใช้กับภาคธุรกิจเอกชน

ผลจากการศึกษาในครั้งนี้พบว่า การนำประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจมาประยุกต์ใช้ในภาคธุรกิจเอกชน สามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการผลิต โดยใช้หลักการลดการใช้ทรัพยากร ลดการสูญเสียที่ไม่จำเป็น และลดผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อม ในขณะที่เดียวกันก็ยังรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เหมือนเดิม แต่อย่างไรก็ตาม การนำแนวคิดเรื่องประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจไปประยุกต์ใช้ในกลุ่มอุตสาหกรรมหรือองค์กรธุรกิจที่มีขนาดใหญ่ ต้องอาศัยความร่วมมือ และการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร รวมถึงการกำหนดทิศทางการพัฒนาร่วมกัน แต่ก็จัดเป็นแนวคิดที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริงในเชิงธุรกิจ ตัวอย่างเช่น กรณีของนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด จังหวัดระยอง ซึ่งมีโรงงานอุตสาหกรรมในพื้นที่มากกว่า 50 โรงที่สามารถร่วมแบ่งปันข้อมูลกันได้ และทุกโรงงานก็ได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน ซึ่งแนวความคิดนี้ วางอยู่บนสมมติฐานคือ การใช้วัตถุดิบในการผลิตลดลง เพื่อให้บุคคลในอนาคตได้มีโอกาสใช้ ตัวอย่างของกิจกรรมตามนัยนี้ ได้แก่ กรณีโรงงานอุตสาหกรรมในนิคมที่มีการทำกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ (Community Engagement) อย่างสม่ำเสมอ การไม่ทำสถิติหรือตัวอาคารแต่ใช้การปลูกต้นไม้เป็นสีเขียวแทน หรือหากโรงงานตั้งอยู่บริเวณใกล้เคียงกันและต้องการซื้อวัตถุดิบในการผลิตประเภทเดียวกัน ก็ร่วมกันใช้รถบรรทุกเพื่อช่วยให้ประหยัดค่าขนส่งลง เป็นต้น

นอกจากนี้ แนวคิดเรื่องประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ ยังช่วยกำหนดบทบาทของภาคธุรกิจหรือองค์กรในเชิงนโยบาย และกำหนดกลยุทธ์ซึ่งนำไปสู่การแข่งขันในเชิงธุรกิจอย่างเป็นระบบ กล่าวคือ ผลลัพธ์ที่ได้จากการดำเนินงานประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจของภาคธุรกิจหรือองค์กร สามารถช่วยในการประเมินสภาพขององค์กรหรือภาคธุรกิจในช่วงระยะเวลาต่างๆ และช่วยยังเปรียบเทียบ (Benchmark) ประสิทธิภาพและคุณภาพด้านการจัดการทรัพยากรขององค์กร กับภาคธุรกิจอื่นๆ ที่มีรูปแบบธุรกิจใกล้เคียงกัน ซึ่งนำไปสู่

การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตภายในองค์กรหรือภาคธุรกิจ และช่วยกำหนดบทบาทเชิงนโยบายและกลยุทธ์ขององค์กรหรือภาคธุรกิจ เพื่อเป็นกรอบแนวทางสำหรับการดำเนินธุรกิจในอนาคตต่อไป

ทั้งนี้ ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจประสบความสำเร็จมี 2 ประการโดยสรุป คือ การปรับปรุงกระบวนการผลิตในภาคธุรกิจ และการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภค ให้หันมาให้ความสนใจและตระหนักถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม มีการตัดสินใจอย่างชาญฉลาดในการใช้ชีวิตประจำวัน (Ecological Intelligence) ซึ่งในกรณีของประเทศไทยพบว่า ยังมีการขับเคลื่อนในประเด็นของผู้บริโภคค่อนข้างน้อย ทั้งๆ ที่เป็นประเด็นที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการเปลี่ยนแปลงให้ภาคธุรกิจในประเทศไทย หันมาใส่ใจและแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นประเด็นของผู้บริโภคจึงเป็นอีกประเด็นที่สำคัญทั้งด้านการวิจัย และด้านการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความเข้าใจ และปลูกฝังจิตสำนึกด้านความรับผิดชอบต่อสังคมให้กับผู้บริโภคให้เพิ่มมากขึ้น

แนวคิดเรื่องการบริโภคที่ยั่งยืน

แนวคิดเรื่องการบริโภคอย่างยั่งยืน ที่นักคิดจำนวนมากในประเทศไทยให้ความสนใจ มักคำนึงถึงปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องจากภาคการผลิตและการบริโภค อันได้แก่ ความจำเป็นในการบริโภคตามความต้องการพื้นฐาน ความต้องการที่นอกเหนือจากความจำเป็น และสำนึกของประชาชน ซึ่งเป็นปัจจัยที่ขับเคลื่อนวิธีการบริโภค โดยมีค่านิยม ความเชื่อ ความสนใจและฐานะทางเศรษฐกิจเป็นตัวกระตุ้นความต้องการ โดยนักคิดในกลุ่มนี้จำนวนมากเชื่อว่า สิ่งเหล่านี้สามารถถูกส่งเสริมให้เกิดขึ้นได้ หากมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริโภคผ่านทาง การให้การศึกษา การเรียนรู้ ประสบการณ์ การปรับตัวและการปรับทัศนคติเพื่อลดความต้องการบริโภคให้อยู่ในระดับพอเหมาะ

สำหรับภาคการผลิต นักคิดจำนวนมากให้ความสนใจกับการขาดความรับผิดชอบต่อสังคม ที่อยู่ในรูปของกระบวนการผลิตที่ไม่มีคุณภาพและขาดประสิทธิภาพ ที่ส่งผลให้มีการใช้ทรัพยากรซึ่งก่อให้เกิดมลภาวะ โดยเชื่อว่าหากการผลิตนั้นๆไม่คำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับได้ของระบบนิเวศ และการหมุนเวียนทรัพยากรเพื่อกลับเข้าสู่วัฏจักรการผลิต การผลิตในลักษณะดังกล่าว ก็จะส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของคนในอนาคต ดังนั้น การผลิตที่ยั่งยืนจึงต้องคำนึงถึงประสิทธิภาพในการผลิตและการหมุนเวียนทรัพยากร เพื่อให้เกิดความพอเพียงและสามารถตอบสนองคุณภาพชีวิตที่ดีได้ โดยอาศัยความรู้เพื่อสร้างสรรค์เทคโนโลยีและนวัตกรรม ตลอดจนกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ ที่จะขับเคลื่อนรูปแบบการผลิตที่ตอบสนองการบริโภคอย่างยั่งยืน โดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีคุณธรรม จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมในการดำเนินธุรกิจการผลิตด้วย ทั้งนี้ แนวคิดการบริโภคที่ยั่งยืนมีแนวคิดหลักที่สำคัญ 3 ประการ ได้แก่

หลักการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภค

หลักการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคให้มีความพอเพียงและพอประมาณ เป็นหลักการที่คำนึงถึงความต้องการพื้นฐานเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น โดยมีกลไกในการขับเคลื่อนที่สำคัญคือ

1. การปลูกฝังค่านิยมในการบริโภค โดยใช้กลไกทางศาสนาวัฒนธรรมและวิถีชุมชน เพื่อชี้ให้เห็นประโยชน์จากความสมดุลและความสุขในการดำเนินชีวิตที่พึงตนเองได้ และแบ่งปันให้กับสังคมรอบข้าง เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันด้านเศรษฐกิจให้กับชุมชนและประเทศ
2. การสร้างความรู้ ความตระหนักและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภค โดยให้การศึกษาและสร้างฐานความรู้ (Knowledge-based) เพื่อสร้างสำนึกในการบริโภคอย่างยั่งยืน จึงควรพัฒนาแหล่งเรียนรู้

องค์ความรู้ พัฒนาหลักสูตรในทุกกระบวนการศึกษา เพื่อหาแนวทางการดำเนินโครงการเพื่อการบริโภคอย่างยั่งยืน ตลอดจนให้ความรู้ในระเบียบ ข้อกฎหมายและสิทธิของผู้บริโภค

3. พัฒนาการวิจัยและเทคโนโลยีที่เหมาะสม พัฒนากฎหมาย ตลอดจนระเบียบต่างๆที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานของสินค้าและสิทธิผู้บริโภค เพื่อส่งเสริมการเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถขององค์กรที่มีหน้าที่ดูแลสิทธิผู้บริโภคและองค์กรที่ส่งเสริมการผลิต การอนุญาต การกำกับควบคุม และการตรวจรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง
4. พัฒนาระบบและกระบวนการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อการบริโภคอย่างยั่งยืน เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงข้อมูลและองค์ความรู้ด้านสินค้า ผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงรณรงค์ให้ประชาชนทั่วไปเห็นความสำคัญของวิถีการบริโภคอย่างยั่งยืน กำกับ ควบคุมตรวจสอบและลงโทษสื่อสารมวลชน ที่มีการโฆษณาชวนเชื่อและมอมเมาอย่างเข้มงวดมากขึ้น รวมถึงสร้างมาตรการจูงใจเพื่อเพิ่มสื่อที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมให้มากขึ้น
5. สร้างความเข้มแข็งของผู้บริโภคผ่านเครือข่ายกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน อาทิ จัดตั้งองค์กรและเครือข่ายประชาชนและเยาวชนเพื่อการบริโภคอย่างยั่งยืน ขยายฐานผู้บริโภคสีเขียว และสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ และการเฝ้าระวังของหน่วยงานรัฐเอกชนและชุมชน

หลักการส่งเสริมให้เกิดการตลาดที่รับผิดชอบต่อสังคม

หลักการส่งเสริมให้เกิดการตลาดที่รับผิดชอบต่อสังคม เป็นหลักการที่มุ่งเน้นให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงผลกระทบที่เกิดขึ้น ทั้งวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์และบริการนั้นๆ โดยหลักการนี้ประกอบด้วยแนวทางที่สำคัญ อาทิ

1. สร้างกลไกเพื่อส่งเสริมการตลาดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยการเร่งรัดการผลิต ขยายตลาด และกระจายผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ผ่านการซื้อของหน่วยงานภาครัฐซึ่งเป็นผู้บริโภครายใหญ่ที่สุดของประเทศ เพื่อเพิ่มความต้องการสินค้าที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ตลอดจนร่วมมือกับภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่ายสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
2. พัฒนากลไกและรูปแบบการเผยแพร่ข้อมูลทางด้านสิ่งแวดล้อมผ่านสินค้าและบริการเพื่อการบริโภค ให้มีความหลากหลาย ตลอดจนสร้างโอกาสในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
3. ส่งเสริมการนำแนวคิดการตลาดเพื่อสังคมมาใช้โดยการเผยแพร่ โฆษณา ประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบของการบริโภค กับผลกระทบที่มีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม กระตุ้นและส่งเสริมให้ผู้บริโภคเกิดสำนึกสาธารณะ ปรับเปลี่ยนค่านิยมและพฤติกรรม การบริโภคผ่านระบบการให้ข้อมูลข่าวสารที่เชื่อถือได้และเข้าถึงง่าย
4. สนับสนุนองค์กรธุรกิจ ให้ดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาล มีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค สิ่งแวดล้อม และสังคม และเห็นความสำคัญต่อการพัฒนาผ่านระบบการศึกษา หลักสูตรฝึกอบรมและการจัดการองค์ความรู้ และจัดให้มีโครงสร้างพื้นฐานรองรับการปรับเปลี่ยนระบบการบริหารจัดการและเผยแพร่ผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างองค์กรและเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง



หลักการส่งเสริมการผลิตให้มีประสิทธิภาพและเกิดการหมุนเวียนทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่

เป็นหลักการที่มุ่งให้มีการนำเครื่องมือและองค์ความรู้ใหม่ๆ มาใช้เพื่อปรับย้ายฐานและกระบวนการผลิตแบบดั้งเดิม สู่อุตสาหกรรมและบริโศคแบบยั่งยืน เพื่อให้เกิดการคิดค้นพัฒนาและวิจัยเทคโนโลยีในการผลิตเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ที่ช่วยลดต้นทุนการผลิต ลดค่าบำบัดของเสีย ลดการใช้ทรัพยากร และให้ได้ผลิตภัณฑ์และบริการที่สะอาด สามารถเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับองค์กรธุรกิจคู่แข่งและเพิ่มสมรรถนะการแข่งขันให้กับประเทศ

อนึ่ง หากพิจารณา จากสาระสำคัญของแนวคิดข้างต้นจะเห็นว่า ที่มาของแนวคิดเรื่องการบริโภคอย่างยั่งยืนเป็นสิ่งที่เริ่มได้ในระดับบุคคล โดยการลดพฤติกรรมการใช้ทรัพยากรอย่างฟุ่มเฟือยหรือเกินความจำเป็น และลดการกระทำที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างพฤติกรรมการบริโภคอย่างพอเพียงและเหมาะสมควบคู่ไปกับการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเชิงนโยบายซึ่งเป็นการกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับมหภาคไปพร้อมๆกัน

การเริ่มต้น CSR ในองค์กรเอกชน

แนวคิด CSR เป็นแนวคิดการพัฒนาสังคมที่สำคัญประการหนึ่งในศตวรรษที่ 21 เนื่องจากเป็นยุคสมัยที่กระแสแนวคิดด้านการพัฒนาในประชาคมโลก ได้เกิดการเปลี่ยนแปลงกระบวนการทัศน์ขนานใหญ่ ซึ่งมีทิศทางมุ่งไปสู่การพัฒนาตามแนวทางทุนนิยมที่ยั่งยืน เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และมีเป้าหมายเพื่อสร้างเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในภาคส่วนขององค์กรธุรกิจเอกชน ที่มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างผลกระทบต่อประชาชนและสังคมในภาพรวม โดยมีแนวคิดพื้นฐานที่สำคัญ อาทิ แนวคิดเรื่อง การลงทุนเพื่อสังคม (Social Impact Investment) หรือ การลงทุนที่รับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsible Investing: SRI) กล่าวคือ มุ่งให้ “เงินทุน” ที่สะท้อนถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ที่นักธุรกิจนำมาใช้ในการลงทุนทำธุรกิจ มิใช่อยู่ในรูปแบบของการให้เงินสนับสนุนหรือการบริจาคเหมือนเช่นในอดีต แต่นักลงทุนควรเลือกลงทุนในกิจการที่มุ่งแก้ไขปัญหาทางสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยมีผลตอบแทนทางสังคม (Social Return) และผลตอบแทนทางสิ่งแวดล้อม (Environmental Return) พร้อมทั้งยังมุ่งสร้างผลตอบแทนทางการเงิน (Financial Return) ซึ่งถือว่าเป็นการสร้างสรรค “มูลค่าผสม” (Blended Value) ที่เกื้อหนุนต่อการแก้ไขปัญหาทางสังคมและสิ่งแวดล้อม

แม้ว่า ความสำเร็จของการนำ CSR ไปใช้ในองค์กรธุรกิจเอกชนส่วนใหญ่ จะเริ่มจากความสนใจของผู้บริหารระดับสูงขององค์กร และแรงกดดันเชิงนโยบายขององค์กรหรือบริษัทข้ามชาติที่มีบทบาทในระบบเศรษฐกิจโลก เช่น World Bank, OECD หรือ The European Union ก็ตาม แต่การขับเคลื่อนเพื่อให้แนวคิด CSR ได้รับการยอมรับและปฏิบัติจนเกิดผลลัพธ์ที่พึงประสงค์ ต้องอาศัยการวางแผนที่มีประสิทธิภาพ การมีส่วนร่วมจากผู้เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กร การประชาสัมพันธ์ และการสร้างความเข้าใจตลอดจนการตระหนักในความสำคัญและความยั่งยืนขององค์กรเอกชนที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยทั่วไป กระบวนการนำ CSR ไปใช้ในองค์กรธุรกิจเอกชน ประกอบด้วยขั้นตอนโดยสรุปดังนี้

การทำความเข้าใจและสร้างการรับรู้

นับเป็นขั้นตอนแรกที่มีความสำคัญมาก โดยทั่วไปมักเริ่มจากการสนใจ การเฝ้าหาข้อมูล และการพูดคุยกันของผู้บริหารและบุคลากรในองค์กร การเชิญวิทยากรมาให้ความรู้ การสัมมนาเชิงปฏิบัติการด้าน CSR และการพัฒนาตัวชี้วัดที่เหมาะสมตามสภาพการผลิต เป้าหมายขององค์กร และรูปแบบของธุรกิจที่องค์กรดำเนินอยู่ หลังจากนั้น จึงเริ่มการประชาสัมพันธ์ ผ่านการรณรงค์ในรูปแบบต่างๆ อาทิ ป้ายผ้า เสื้อยืด บอร์ดประชาสัมพันธ์ สติกเกอร์ เสียงตามสาย เป็นต้น

การกำหนดแนวคิดพื้นฐาน

ตัวอย่างของแนวคิดพื้นฐานที่องค์กรเอกชน นิยมนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมมีจำนวนมาก อาทิ 1) แนวคิดการลงทุนเพื่อสังคม (Social Responsible Investing: SRI) หมายความว่า การกำหนดนโยบายและแผนงานขององค์กร พร้อมระบุตัวชี้วัดที่เป็นรูปธรรม เพื่อนำมาสู่การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ ที่อยู่ในรูปของการนำเงินทุน หรือสินทรัพย์ ขององค์กรมาใช้เพื่อทำธุรกรรม โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม 2) แนวคิดการมีส่วนร่วม 3) แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) เป็นต้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน นับเป็นแนวคิดที่ถูกนำมาประยุกต์ใช้ร่วมกับ CSR ตั้งแต่มีการประชุมระดับโลก (Earth Summit) ครั้งแรกที่กรุงริโอเดจาเนโร ในปี ค.ศ.1992 หรือเมื่อ 12 ปีที่ผ่านมา โดยประเทศต่างๆ ทั่วโลกได้เกิดความตื่นตัวกับทิศทางใหม่ของการพัฒนานี้เพิ่มขึ้นตามลำดับ ซึ่งหมายความว่า นอกจากประเด็นในทางด้านเศรษฐกิจภาคธุรกิจเอกชนควรต้องใส่ใจกับสิ่งแวดล้อมและประเด็นด้านสังคมด้วย ไม่ใช่มุ่งทำแต่กำไร โดยไม่ใส่ใจต่อปัญหาสังคม โดยมีคำสำคัญ (Key Word) ที่ถูกนำมาใช้ร่วมกับหรือแทน CSR เพิ่มขึ้นมากมาย อาทิ "Corporatecitizenship" หรือ "Responsible Corporate Citizenship" หรือ "Corporate Social Responsibility" และ 4) แนวคิดประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ (Eco-efficiency)

โดยเฉพาะอย่างยิ่ง แนวคิดประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ ซึ่งจัดเป็นแนวคิดที่ได้รับความสนใจมากในปัจจุบัน โดยแนวคิดดังกล่าวถูกนำมาใช้ในประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 แล้วโดยคณะกรรมการนักธุรกิจเพื่อสิ่งแวดล้อมโลกหรือ WORLD BUSINESS COUNCIL FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT (WBCSD) เป็นผู้กระตุ้นให้เกิดความสนใจ และการที่ WBCSD เป็นการรวมกลุ่มบริษัทชั้นนำระหว่างประเทศกว่า 130 บริษัทจาก 30 ประเทศทั่วโลก จึงทำให้แนวคิดนี้ได้รับการยอมรับและเป็นที่สนใจอย่างกว้างขวาง ประกอบกับเป็นแนวคิดที่มุ่งมั่นที่จะส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนควบคู่ไปกับการพัฒนาเศรษฐกิจ และมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสำหรับจัดการให้ภาคธุรกิจมีศักยภาพในการแข่งขัน ควบคู่ไปกับการรับผิดชอบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยมีหลักการสำคัญ 3 ข้อ ดังนี้

1. การลดการใช้ทรัพยากร (Reduce) ได้แก่ วัตถุประสงค์ตั้งแต่ต้นทางของการผลิตไปจนถึงปลายทาง ลดการใช้พลังงานต่างๆ ลดการใช้น้ำและที่ดิน พร้อมทั้งส่งเสริมให้เกิดการใช้ซ้ำ (Reuse) และการนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) ของผลิตภัณฑ์

2. การลดผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อม คือ พยายามลดการปล่อยของเสียให้เหลือน้อยที่สุด เพื่อนำไปสู่การลดขยะให้กลายเป็นศูนย์ (Zero Waste) ซึ่งได้แก่ น้ำเสีย อากาศเสีย ขยะและสารพิษออกสู่สิ่งแวดล้อม
3. การเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์และการบริการ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับผลประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ สินค้า และการบริการสูงสุด โดยส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติให้น้อยที่สุด

แต่อย่างไรก็ตาม การนำแนวคิดประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจไปประยุกต์ใช้ในกลุ่มอุตสาหกรรมหรือองค์กรที่มีขนาดใหญ่ ต้องอาศัยความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร รวมถึงการกำหนดทิศทางการพัฒนาร่วมกัน อันจะนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของภาคธุรกิจหรือองค์กรนั้นๆ ตัวอย่างเช่น ในกรณีของนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด จังหวัดระยอง ซึ่งมีโรงงานอุตสาหกรรมในพื้นที่มากกว่า 50 โรงสามารถร่วมแบ่งปันข้อมูลเพื่อให้ทุกโรงงานได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน เพื่อให้สามารถใช้วัตถุดิบในการผลิตลดลง หรือบางโรงงานอุตสาหกรรมในนิคมอาจร่วมทำกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ (Community Engagement) อย่างต่อเนื่อง การไม่ทาสีตึกหรือตัวอาคารแต่ใช้การปลูกต้นไม้เป็นสีเขียวทดแทน เป็นต้น นอกจากนี้ แนวคิดประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ ยังช่วยในการกำหนดบทบาทของภาคธุรกิจเอกชนทั้งในเชิงนโยบายและกลยุทธ์ เพื่อนำไปสู่การแข่งขันในเชิงธุรกิจอย่างเป็นระบบ เนื่องจากผลลัพธ์ที่ได้จากการดำเนินธุรกิจตามแนวคิดประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจสามารถช่วยในการประเมินสภาพขององค์กรหรือภาคธุรกิจในช่วงระยะเวลาต่างๆได้ เพื่อนำไปใช้เปรียบเทียบ (Benchmark) ประสิทธิภาพและคุณภาพด้านการจัดการทรัพยากรกับองค์กรหรือภาคธุรกิจอื่นๆที่มีรูปแบบของธุรกิจใกล้เคียงกัน ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตภายในองค์กรหรือภาคธุรกิจ และช่วยกำหนดบทบาทเชิงนโยบายและกลยุทธ์ขององค์กรหรือภาคธุรกิจเพื่อเป็นกรอบแนวทางการดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในอนาคตต่อไป

ทั้งนี้ ปัจจัยสำคัญที่จะทำให้การนำแนวคิดประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจประสบความสำเร็จมี 2 ส่วน คือ การปรับปรุงกระบวนการผลิต และการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคให้หันมาให้ความสนใจและตระหนักถึงผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมจากการตัดสินใจในชีวิตประจำวันของผู้บริโภค (Ecological Intelligence) มากยิ่งขึ้น ซึ่งในกรณีของประเทศไทยการขับเคลื่อนในประเด็นของผู้บริโภคยังมีค่อนข้างน้อย ทั้งๆที่ผู้บริโภคมีอิทธิพลอย่างมากต่อการเปลี่ยนแปลงของภาคธุรกิจเอกชน ดังนั้น ในปัจจุบันจึงพบว่ามีกรณีรณรงค์ให้ผู้บริโภคเพิ่มความสนใจบริโภคซื้อสินค้าหรือบริการ ที่มีกระบวนการผลิตที่ไม่เป็นภัยกับสภาพแวดล้อมหรือส่งผลกระทบต่อสังคมเพิ่มขึ้น ซึ่งสภาพดังกล่าวจะเป็นแรงผลักดันให้ภาคธุรกิจของประเทศไทยหันมาทำการปรับปรุงกระบวนการผลิตอย่างจริงจัง เพื่อนำพาองค์กรธุรกิจของตนไปสู่แนวทางประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจมากขึ้น

กำหนดคำจำกัดความ

การกำหนดนิยามของ CSR ที่เหมาะสมกับองค์กรของตนนับว่ามีความสำคัญ ต่อการกำหนดเป้าหมายความสำเร็จขององค์กร ทิศทางการวางแผน การพัฒนากระบวนการผลิตหรือการดำเนินธุรกิจที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย

ออกแบบองค์ประกอบของ CSR

โดยทั่วไป ภาคธุรกิจเอกชนแต่ละแห่งจะออกแบบองค์ประกอบหรือขอบเขตของ CSR แตกต่างกันไป ตามบริบททางสังคม สภาพเศรษฐกิจ และประเภทของธุรกิจที่ดำเนินการ ดังนั้น จึงมีองค์กรธุรกิจเอกชนจำนวนมากนำองค์ประกอบ ซึ่งได้จากข้อเสนอของธนาคารโลกมาใช้ ประกอบด้วย 1) สิ่งแวดล้อม 2) แรงงาน 3) สิทธิมนุษยชน 4) การมีส่วนร่วมกับชุมชน 5) มาตรฐานการดำเนินธุรกิจ 6) ตลาด และในบางองค์กรได้เพิ่มองค์ประกอบของ CSR ในความหมายที่กว้างออกไป รวมถึงประเด็นต่างๆ เหล่านี้ด้วย 7) การพัฒนาองค์กร และการพัฒนาเศรษฐกิจ 8) สุขอนามัย 9) การศึกษาและการพัฒนาภาวะผู้นำ และ 10) การบรรเทาสาธารณภัย

ซึ่งหากพิจารณาร่วมกับ "OECD - Concensus" หรือที่เรียก OECD Guidelines for MNE's - Revision 2000 ก็จะทำให้เห็นว่า มีการระบุถึงพฤติกรรมของธุรกิจที่พึงประสงค์ใน 7 องค์ประกอบด้วยกัน คือ 1) การจ้างงานและแรงงานสัมพันธ์ 2) สิทธิมนุษยชน 3) สิ่งแวดล้อม 4) การเปิดเผยข้อมูล 5) การแข่งขัน 6) การเสียภาษี 7) วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

อนึ่ง หากพิจารณา The Global Compact ของ UN (1999) ซึ่งเป็นผลจากการประชุม World Economic Forum ที่เมืองดาวอส ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ เลขาธิการสหประชาชาติ Kofi Annan ก็ได้เรียกร้องให้ธุรกิจ แสดงความเป็นพลเมืองที่ดีของโลก (Good Global Citizenship) ในทุกที่และในทุกประเทศที่ตนทำมาหากินอยู่ ด้วยการเคารพต่อหลักต่างๆ ที่เป็นข้อตกลงนานาชาติในเรื่องสิทธิมนุษยชน เรื่องมาตรฐานแรงงาน และเรื่องสิ่งแวดล้อม จาก 3 เรื่องที่ได้กล่าวไปข้างแล้วในตอนที่ผ่านมา พอสรุปได้ว่า บัญญัติ 9 ประการ (ต่อมาเพิ่มเป็น 10 ประการ) ของ Kofi Annan หรือที่เรียกกันว่า "The Global Compact" หรือ "The UN Global Compact" ซึ่งต่อมาในเดือนกรกฎาคม ค.ศ. 2000 ได้มีประกาศอย่างเป็นทางการ ที่สำนักงานใหญ่สหประชาชาติ ที่นครนิวยอร์ก เพื่อเป็นกรอบให้องค์กรธุรกิจเอกชนดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของการพัฒนาที่ยั่งยืน เพื่อแสดงถึงการเป็นพลเมืองดีของโลก ในฐานะที่เป็นผู้นำที่ดำเนินธุรกิจที่มีความสร้างสรรค์ ซึ่งในปัจจุบันมีองค์กรธุรกิจเอกชนเข้าเป็นสมาชิกของ UN Global Compact แล้วจำนวน 1861 องค์กร โดยองค์ประกอบของ UN Global Compact ประกอบด้วย 2 หมวดๆแรก ได้แก่ หมวดสิทธิมนุษยชน ประกอบด้วย

1. การสนับสนุนและเคารพหลักสิทธิมนุษยชนในระดับสากล และดูแลไม่ให้เกิดการล่วงละเมิดในสิทธิมนุษยชนในธุรกิจของตน
2. มาตรฐานแรงงาน
3. เสรีภาพในการรวมกลุ่มของแรงงาน และยอมรับอย่างจริงจัง ต่อสิทธิในการเจรจาต่อรองของแรงงานที่รวมกลุ่ม
4. ขจัดทุกรูปแบบของการบังคับใช้แรงงาน
5. ยกเลิกการใช้แรงงานเด็ก
6. กำจัดการเลือกปฏิบัติในการว่าจ้างแรงงานและอาชีพ

หมวดที่สองได้แก่ หมวดกำกับสิ่งแวดล้อม ได้แก่

1. สนับสนุนการพิทักษ์สิ่งแวดล้อม
2. จัดทำกิจกรรมที่ส่งเสริมให้มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม
3. ส่งเสริมการพัฒนาและการใช้เทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

อนึ่ง ในเวลาต่อมาได้มีการเสนอให้เพิ่มองค์ประกอบที่ 10 ได้แก่ การต่อต้านการคอร์รัปชัน

(www.unglobalcompact.org)

ตาราง 1.2 แสดงตัวอย่างองค์ประกอบของ CSR

| องค์ประกอบ/ หมวด | ธนาคารโลก | OECD Guidelines for MNE"s –Revision 2000 | UN Global Compact |
|---------------------|--|---|---|
| สิทธิมนุษยชน | สิทธิมนุษยชน | สิทธิมนุษยชน | การสนับสนุนและเคารพหลัก สิทธิมนุษยชน |
| | แรงงาน | การจ้างงานและแรงงาน สัมพันธ์ | มาตรฐานแรงงาน |
| | - | - | เสรีภาพในการรวมกลุ่มของ แรงงาน |
| | - | - | ขจัดทุกรูปแบบของการบังคับใช้ แรงงาน |
| | - | - | ยกเลิกการใช้แรงงานเด็ก |
| | - | - | กำจัดการเลือกปฏิบัติในการ ว่าจ้างแรงงานและอาชีพ |
| สิ่งแวดล้อม | สิ่งแวดล้อม | สิ่งแวดล้อม | สนับสนุนการพิทักษ์สิ่งแวดล้อม |
| | ✓ | ✓ | จัดทำกิจกรรมที่ส่งเสริมให้มี ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม |
| | มาตรฐานการดำเนิน ธุรกิจ | วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี | ส่งเสริมการพัฒนาและการใช้ เทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อม |
| ธรรมาภิบาล | การพัฒนาองค์กร และ การพัฒนาเศรษฐกิจ | - | การต่อต้านการคอร์รัปชัน |
| | - | การเปิดเผยข้อมูล | - |
| | การมีส่วนร่วมกับชุมชน | - | - |
| | การศึกษาและการ พัฒนาภาวะผู้นำ | - | - |
| การแข่งขัน | ตลาด | การแข่งขัน | - |
| | - | การเสียภาษี | - |
| สังคม | สุขอนามัย | - | - |
| | การบรรเทาสาธารณภัย | - | - |

การกำหนดรูปแบบของ CSR ในองค์กร

รูปแบบของ CSR ซึ่งเป็นที่นิยมและยอมรับกันอย่างกว้างขวางในปัจจุบัน มีหลายรูปแบบ โดยรูปแบบที่สำคัญและเป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวางที่สุด ได้แก่ การลงทุนในองค์กรธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ประกอบด้วยสาระสำคัญพอสรุปได้ดังนี้

รูปแบบการลงทุนที่มีความโปร่งใส

เป็นรูปแบบที่มีการวัดและประเมินผลกระทบทางสังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรม และรูปแบบที่สอง ได้แก่ การลงทุนใน “กิจการเพื่อสังคม” เช่น การลงทุนที่สนับสนุนกิจการที่มุ่งเน้นการแก้ไขปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก แต่ในขณะเดียวกัน ก็มีการสร้างรายได้เพื่อสร้างความยั่งยืนทางการเงินไปพร้อมๆกัน ซึ่งรูปแบบนี้ แตกต่างจากกิจกรรมขององค์กรเอกชนที่ไม่หวังกำไร (Non-government Organizations/NGOs) ที่มักพึ่งพาเงินสนับสนุนจากภายนอกองค์กร ทั้งนี้ การลงทุนในกิจการเพื่อสังคม ส่วนใหญ่มีความเสี่ยงสูงเนื่องจากเป็นกิจการขนาดเล็กที่แสวงหาเงินทุนหมุนเวียน และยังไม่มียุทธศาสตร์ที่แน่นอน แต่เป็นกิจการเพื่อสังคมที่ให้สัดส่วนผลตอบแทนทางสังคม และสิ่งแวดล้อมมากกว่าผลตอบแทนทางการเงินที่องค์กรจะได้รับ

อนึ่ง ในปัจจุบันพบว่า กระแสการลงทุนเพื่อสังคม โดยการนำ CSR มาใช้พัฒนาองค์กรเอกชน กำลังเป็นที่สนใจและเป็นที่จับตามองของวงการพัฒนาสังคม เนื่องจากเป็นการลงทุนที่เชื่อมระหว่างภาคธุรกิจกับภาคประชาชนสังคม ไปสู่การสร้างมูลค่าผสมอย่างประนีประนอม ซึ่งส่งผลให้เกิดการริเริ่มนวัตกรรมใหม่ๆทางการเงิน ดังนั้น จึงพบว่าในปัจจุบันมีผู้ประกอบการทางสังคม (Social Entrepreneur) ทั่วโลก เช่น กองทุนเพื่อการลงทุนภาคเอกชน (Private Equity Fund) เป็นต้น ได้หันมาเลือกลงทุนในองค์กรที่สร้างผลกระทบทางสังคม และสิ่งแวดล้อมและในกิจการเพื่อสังคมเพิ่มมากขึ้น เช่น บ้านจัดสรรสำหรับคนที่มีรายได้น้อย สถานพยาบาล และศูนย์ศึกษา เป็นต้น ซึ่งในปัจจุบันพบว่า นักลงทุนที่มีจิตสำนึกทางสังคม และกองทุนบำเหน็จบำนาญ (Pension Fund) ได้ร่วมกันเรียกร้องให้มีการจัดตั้งกองทุนที่รับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Fund) เพื่อเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการลงทุน

รูปแบบของกองทุนมูลนิธิ (Private Foundation)

เป็นรูปแบบที่มีการร่วมลงทุนกับแหล่งเงินทุนที่หลากหลาย อาทิ วาณิชธนกิจ (Investment Banking) และสถาบันการเงินเพื่อการพัฒนา (Development Finance Institutions) เป็นต้น โดยมีเป้าหมายสำคัญเพื่อพัฒนาแนวทางและองค์ความรู้ด้านการลงทุนที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมให้เป็นรูปธรรมและหลากหลายเพิ่มมากขึ้น

รูปแบบของเครือข่าย CSR

เป็นรูปแบบที่เกิดจากการรวมตัวของนักการเงิน นักบัญชี นักวิชาการ และผู้เชี่ยวชาญด้านตลาดทุนเพื่อสร้างตลาด ฐานข้อมูล กระบวนการวัดผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการจัดสรรประเภทการลงทุนในกลุ่มสินทรัพย์ที่หลากหลายกว้างขวาง ตัวอย่างเช่น เครือข่าย Global Impact Investing Network (GIIN) (<http://www.thegiin.org/>) ที่ก่อตั้งขึ้นในปี ค.ศ. 2008 โดยสถาบันชั้นนำในภาคธุรกิจและภาคประชาสังคม ซึ่งประกอบไปด้วย Rockefeller Foundation, J.P. Morgan, Morgan Stanley, Deutsche Bank และ FORD Foundation เป็นต้น ซึ่งองค์กรเหล่านี้ได้ประสานความร่วมมือและร่วมกันกำหนดเจตนาารมณ์ด้านการลงทุนเพื่อสังคม และทำหน้าที่เป็นหน่วยงานกลาง ประสานการบริหารจัดการองค์ความรู้และพัฒนาปัจจัยเสริมให้แก่นักลงทุน และนำมาสู่วัตถุกรรมด้านการพัฒนาจำนวนมาก อาทิ Impact Reporting and Investment Standards (IRIS) (<http://iris.thegiin.org/>) ซึ่งนับว่าเป็นเครื่องมือสำคัญในการกำหนดตัวชี้วัด ผลการดำเนินงานทางสังคมและสิ่งแวดล้อม และได้รับการยอมรับจากองค์กรธุรกิจเอกชนจำนวนมาก จนกลายเป็นแนวทางเพื่อการจัดทำรายงานเพื่อสังคมขององค์กรและกองทุน อาทิ The Roberts Enterprise Development Fund (REDF) (<http://www.redf.org>) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นจาก กองทุนซึ่งมีที่มาจากนักลงทุนและองค์กรต่างๆ เพื่อสนับสนุนทุนกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) ในประเทศสหรัฐอเมริกา ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1990 และในปัจจุบันได้สร้างมาตรฐานการวัดผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อม (Social Return on Investment/ SROI) ที่เปิดเผยให้ผู้สนใจสามารถนำไปปรับใช้ได้ และเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง ว่าเป็นหัวใจที่ก่อให้เกิดความสำเร็จแบบยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจของภาคเอกชน

รูปแบบของกองทุนเพื่อสังคม (Domini Social Investments)

เป็นรูปแบบซึ่งถูกก่อตั้งขึ้นเป็นครั้งแรกในปี ค.ศ. 1990 มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อตอบสนองความต้องการของนักลงทุนที่มีสำนึกทางสังคม และเป็นองค์กรซึ่งริเริ่มจัดทำ “ดัชนีสังคม Domini 400” เพื่อใช้เป็นตัววัดผลงานของพอร์ตหุ้นที่ลงทุนเฉพาะในบริษัทที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและสังคม โดยเสนอเกณฑ์การลงทุนกว่า 140 เกณฑ์ ต่อมาในปี ค.ศ. 2004 จึงเกิดดัชนี “The HIP Index” ขึ้นโดยบริษัท The HIP Investor (Human Impact + Profit) (<http://www.hipinvestor.com/>) ซึ่งเป็นองค์กรที่ประเมินและจัดอันดับบริษัทตามระดับความรับผิดชอบต่อสังคม ในลักษณะขององค์ประกอบพื้นฐาน 4 ประการได้แก่ สุขภาพ (Health) ความมั่งคั่ง (Wealth) ความเท่าเทียมในที่ทำงาน (Equality) และสิ่งแวดล้อมที่ดี (Earth) อีกทั้งยังนำองค์ประกอบพื้นฐาน 4 ประการดังกล่าวมาสรุป พร้อมจัดทำและเผยแพร่ในฐานะที่เป็นดัชนีเพื่อชี้แนะทางการลงทุนเพื่อความยั่งยืน นอกจากนี้ยังพบว่า มีหลายกลุ่มองค์กรธุรกิจได้เลือกสร้างรูปแบบใหม่ๆ จำนวนมาก ที่แสดงถึงการเป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ตัวอย่างเช่น “ตลาดหุ้นเพื่อสังคม” โดยการจับคู่นักลงทุนเพื่อสังคมกับกิจการเพื่อสังคม เช่น Social Stock Exchange ในลอนดอน และ Impact Investment Exchange Asia (IIX) ในสิงคโปร์ ซึ่งทั้งสองแห่งคาดว่าจะเปิดให้บริการภายในปี 2012 (<http://www.hipinvestor.com/>)

กำหนดปัจจัยสู่ความสำเร็จ

ผลจากการศึกษาแนวทางและปัจจัยของการลงทุนเพื่อสังคมโดยบริษัท Minor Institute ซึ่งเป็นบริษัทที่ปรึกษาซึ่งมีความเชี่ยวชาญด้านงานวิจัยทางธุรกิจพบว่า ในปัจจุบันสัดส่วนการลงทุนเพื่อสังคมนั้นเติบโตได้สูงถึง 50 ล้านล้านดอลลาร์ หรือคิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 1 ของตลาดการเงินทั้งหมด โดยบริษัท Minor Institute ได้ทำการวิเคราะห์ถึงปัจจัยในการเติบโตของตลาดไว้ว่าประกอบด้วยปัจจัยหลัก 3 ประการได้แก่ (<http://www.hipinvestor.com/>)

1. หน่วยงานกลาง ทำหน้าที่ประสานความร่วมมือและอำนวยความสะดวก สร้างระบบฐานข้อมูล ระบบเครือข่าย และช่วยในการจัดหาแหล่งลงทุนตามความต้องการของผู้ลงทุน
2. โครงสร้างพื้นฐานตลาดทุนเพื่อสังคม หรือระบบนิเวศที่มีระบบ มาตรฐาน และเครื่องมือในการวัดประเมิน และเปิดเผยผลตอบแทนด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งเครือข่ายที่สามารถผลักดันให้มีความนโยบายสนับสนุน
3. กระบวนการเพิ่มศักยภาพของการลงทุน หรือการเพิ่มผลตอบแทนทางสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน อาทิ การสร้างสิ่งแวดล้อมที่เอื้ออำนวยให้เกิดการสร้างสรรคนวัตกรรมใหม่ๆในสังคม การส่งเสริมผู้ประกอบการทางสังคม สนับสนุนกิจการเพื่อสังคม และในมิติอื่นๆ

โดยสรุป จึงกล่าวได้ว่ารากฐานของตลาดการลงทุนเพื่อสังคมนั้นในระดับโลกได้มีพัฒนาการต่อเนื่องมายาวนานกว่าสี่ทศวรรษแล้ว แต่ในกรณีของประเทศในอาเซียนกล่าวได้ว่ายังอยู่ในช่วงเริ่มต้น ซึ่งต้องเผชิญกับอุปสรรคการดำเนินงานที่ซับซ้อนอีกมาก ดังนั้น หากจะนำแนวคิดดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในประเทศขององค์กรธุรกิจเอกชนในประเทศไทย ก็มีความจำเป็นอย่างยิ่งในการวิเคราะห์เพื่อค้นหาตัวอย่างของความสำเร็จ (Best-Practice) ที่พบจากการขับเคลื่อนองค์กรธุรกิจเอกชน เพื่อจุดประกายและสร้างกระแสการลงทุนเพื่อสังคม อีกทั้งเพื่อดึงดูดเงินทุนสู่ตลาด CSR ใหม่ ๆ ให้เพิ่มมากขึ้น

องค์ประกอบของ CSR ภาคธุรกิจเอกชน

ข้อเสนอแนะที่สำคัญและน่าสนใจจากองค์กรธุรกิจเอกชนที่ดำเนินธุรกิจโดยนำ CSR มาใช้ และประสบความสำเร็จ มีสาระสำคัญพอสรุปได้คือ 1) ความหลากหลายของประเภทการลงทุนที่เอื้อความสะดวกต่อนักลงทุน 2) สิ่งจูงใจให้แก่นักลงทุน เช่น การลดหย่อนภาษี มาตรการบริหารจัดการความเสี่ยง และมาตรฐานในการวัดผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อม 3) การจัดทำรายงานเพื่อเผยแพร่ความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจในรูปแบบดังกล่าวพร้อมเผยแพร่สู่สาธารณะ 4) การสร้างตลาดแหล่งลงทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดกิจการเพื่อสังคมที่เป็นเป้าหมายหลักของทุนเพื่อสังคม (<http://www.hipinvestor.com/>) โดยความสอดคล้องในการเติบโตของตลาดทั้งสองนี้ได้แก่ “การลงทุนเพื่อสังคม และกิจการเพื่อสังคม” จะนำไปสู่การเกิดนวัตกรรมใหม่ในการพัฒนาอย่างยั่งยืน ในขณะที่เดียวกัน ก็ช่วยสร้างตลาดใหม่ในภาคการเงินที่ภาคธุรกิจให้สามารถมีส่วนร่วมในการพัฒนาด้วยกระบวนการทางธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ และ 5) การสร้างสรรค์รูปแบบใหม่ของ CSR ในองค์กรแบบยั่งยืนโดยไม่ต้องพึ่งพาเงินบริจาค

การวางแผนและกำหนดยุทธศาสตร์

การพัฒนาองค์กรเอกชนให้เป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นการพัฒนาที่คำนึงถึงกระบวนการสร้างความเปลี่ยนแปลง ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งภายในและภายนอกในองค์การ ผ่านการกำหนดยุทธศาสตร์ที่สำคัญ 2 ประการคือ

ประการแรกได้แก่ การส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Life-Long Learning) ได้แก่ การฝึกอบรมเพื่อเพิ่มพูนศักยภาพและขีดความสามารถของพนักงานในระดับต่างๆ หรือให้ความสำคัญกับการดำเนินนโยบายส่งเสริมการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์ในองค์กร เช่น การสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของพนักงานในช่วงต่อระหว่างจบการศึกษาเข้าสู่ชีวิตการทำงาน ในฐานะพนักงานสำหรับคนรุ่นใหม่ ตัวอย่างเช่น ในสังคมญี่ปุ่น มีการดูแลบุคคลตั้งแต่เริ่มจบจากมหาวิทยาลัยจนถึงการเข้าเป็นพนักงานในองค์กร เพื่อให้บุคคลเป็นพนักงานที่มีประสิทธิภาพขององค์กร และท้ายที่สุดนำไปสู่นโยบายการจ้างงานตลอดชีวิต (Work for Life Policy) ซึ่งนับว่ามีความสำคัญมาก และขนานรับกับการปรับเปลี่ยนโครงสร้างของประชากรในอนาคต ที่จะมียุทธการเกิดลดลง ในขณะที่บุคคลจะมีอายุยืนยาวมากขึ้น (สัญญา ผลอนันต์ 2540 หน้า 10-17)

ประการที่สอง ได้แก่ การสร้างบรรษัทภิบาลให้เกิดขึ้นในองค์กร ซึ่งประกอบด้วย การให้ข้อมูลที่โปร่งใสกับพนักงานในด้านต่างๆ การสร้างความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงาน ชีวิตครอบครัว และการพักผ่อน การปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันทั้งด้านการคัดเลือกเข้าทำงาน รายได้ และการพิจารณาความก้าวหน้าทางหน้าที่การงาน โดยเฉพาะกับกลุ่มผู้ด้อยโอกาสได้แก่ เด็ก ผู้หญิงและผู้พิการ การให้ความสำคัญกับการดูแลเอาใจใส่พนักงานโดยเฉพาะเมื่อได้รับบาดเจ็บ และ/หรือเกิดปัญหาสุขภาพจากการทำงาน

การกำหนดระดับของ CSR

การกำหนดระดับของการนำ CSR ไปใช้ออกแบบยุทธศาสตร์การพัฒนาองค์กรเอกชนให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม จัดเป็นการวางแผนเชิงกลยุทธ์ ที่ควรมีการระบุกรอบระยะเวลา ผู้แสดงทางสังคมที่เกี่ยวข้อง และเป้าหมายที่คาดว่าจะได้รับให้มีความชัดเจน โดยระดับของ CSR มี 6 ระดับที่สำคัญโดยสรุปประกอบด้วย

ระดับพนักงานในองค์กร ได้แก่ การมีคุณภาพชีวิตการทำงานที่ดี (Good Quality of Work Life) ตัวอย่างเช่น การได้รับค่าตอบแทนที่เป็นธรรม การมีสวัสดิการทางสังคมที่พอเพียง การดูแลเมื่อพนักงานเจ็บป่วย บาดเจ็บจากการทำงาน หรือได้รับเงินชดเชยที่เหมาะสมเป็นธรรม เมื่อบริษัทต้องปิดกิจการลง เป็นต้น

ระดับลูกค้า ได้แก่ การสร้างผลิตภัณฑ์ที่เน้นคุณค่ามากกว่ามูลค่า การมีความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์ที่กระจายออกไปสู่ผู้บริโภค การให้ข้อมูลขององค์กรและผลิตภัณฑ์อย่างเพียงพอและถูกต้องเที่ยงตรง ตลอดจนการให้บริการลูกค้าอย่างซื่อสัตย์ ตรงไปตรงมา เป็นต้น

ระดับคู่ค้า ได้แก่ การแบ่งปันหรือการใช้ทรัพยากรร่วมกันหรือการรวมกลุ่มในแนวตั้งตามสายอุปทาน ความรอบคอบระมัดระวังในการผสมประโยชน์อย่างเป็นธรรม ไม่เอารัดเอาเปรียบต่อคู่ค้า เป็นต้น

ระดับชุมชนและสภาพแวดล้อม ได้แก่ การส่งเสริมให้ก่อเกิดชุมชนใกล้เคียงที่องค์กรตั้งอยู่ การส่งเสริมแรงงานท้องถิ่นให้มีโอกาสในตำแหน่งงานต่างๆในองค์กร การสนับสนุนแนวทางการระแวงระวังในการดำเนินงานที่อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การเปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานที่อาจส่งผลกระทบต่อชุมชนโดยรอบบริเวณที่องค์กรตั้งอยู่ และการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างปกติสุข เป็นต้น

ระดับของประชาสังคม ได้แก่ การสร้างความร่วมมือระหว่างกลุ่มหรือเครือข่ายอื่นๆ ในการพัฒนา การตรวจตราดูแลให้กิจการเข้าไปมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสิทธิมนุษยชน การรับฟังข้อมูลหรือทำ ประชาพิจารณ์ ต่อการดำเนินกิจการใดๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อสังคมโดยรวม และการเสียภาษีอากรให้รัฐอย่าง ตรงไปตรงมา เป็นต้น

ระดับของคู่แข่งทางธุรกิจ ได้แก่ การดูแลกิจการมิให้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการแข่งขันด้วยวิธีการทุบ ตลาด การดำเนินงานในทางต่อต้านการทุจริต รวมทั้งการกรรโชก และการให้สินบนในทุกรูปแบบ เป็นต้น

กำหนดมาตรฐานของการลงทุนที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

ในปัจจุบันสิ่งแรกที่มีความสำคัญต่อการลงทุนทำธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม คือ การทำ Social Screening หรือการคัดกรองบริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งในปัจจุบันได้มีการกำหนด มาตรฐานการประเมิน หรือดัชนีชี้วัดอยู่หลายตัว ที่ให้ความสำคัญไม่เฉพาะแต่ผลประกอบการทางธุรกิจ แต่ ครอบคลุมถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจของเอกชนเหล่านั้น ตัวอย่างของดัชนีเหล่านี้ ได้แก่ Down Jones Sustainability Indexes (DJSI), FTSE4Good index series, KLD's Broad Market Social Index or the Domini 400 and Calvert Social Index ซึ่งตัวอย่าง ข้างต้นเป็นดัชนีที่สะท้อนการเคลื่อนไหวของราคาหลักทรัพย์ในกลุ่ม นอกจากเกณฑ์ของแต่ละดัชนีดังกล่าว ผู้จัดการกองทุน SRI ก็มีบทบาทในการเลือกลงทุนกับนักลงทุนที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยผู้จัดการ กองทุนหรือสถาบันจัดอันดับมักนิยมใช้หลักในการคัดเลือกองค์กรธุรกิจเอกชนที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ที่ ควรทำการลงทุน 2 ประการ มีสาระพอสรุปได้คือ

1. **Negative Screening Process:** กระบวนการคัดออก โดยผู้จัดการกองทุนหรือสถาบันจัดอันดับจะ เลือบริษัทที่ผลิตสินค้าหรือบริการที่อาจไม่เหมาะสมกับกลุ่มการลงทุนที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ออก เช่น บริษัทผลิตสุราและบุหรี่ หรือบริษัทที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับบ่อนกาสิโน หรือธุรกิจการผลิต อาวุธยุทธภัณฑ์ เป็นต้น
2. **Screening Process:** กระบวนการคัดเข้า วิธีการนี้ ผู้จัดการกองทุนหรือสถาบันจัดอันดับจะประเมิน บริษัทโดยใช้เกณฑ์ ESG เพื่อประเมินผลกระทบและการบริหารจัดการของบริษัท ในประเด็นทาง สังคมและสิ่งแวดล้อม หากบริษัทผ่านเกณฑ์ก็จะถูกรวมเข้าเป็นบริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่ง มีกลุ่มนักลงทุน SRI ที่ให้ความสนใจกับการนำเงินไปลงทุน โดยบางกรณีผู้ประเมินหรือสถาบันจัด อันดับประเมินทั้งบริษัทนั้นๆ และบริษัทคู่ค้าของบริษัทดังกล่าวด้วย อนึ่ง การเพิ่มการประเมินบริษัท คู่ค้าเข้าไปด้วยเรียกว่า Second-Order Screening มีเป้าหมายเพื่อตรวจสอบว่าบริษัทดังกล่าวไม่ได้ เข้าไปช่วยสนับสนุนหรือทำการค้าขายกับกลุ่มคู่ค้าหรือกลุ่มธุรกิจที่ไม่มีความรับผิดชอบต่อสังคมหรือ สิ่งแวดล้อม

ทั้งนี้ มาตรฐานหรือเกณฑ์การประเมินผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในสหรัฐอเมริกาหรือยุโรป นับว่ามีความชัดเจนและเป็นระบบ ทั้งในส่วนของการทำรายงานความยั่งยืนตามมาตรฐาน GRI หรือการ บริหารจัดการตามมาตรฐาน ISO ตัวอย่างเช่น ISO26000 จะถูกนำมาใช้เป็นหลักสากลในเรื่องของการมีความ รับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) โดยหลักเกณฑ์หรือมาตรฐานสากลเหล่านี้ ช่วยทำให้การคัด กรองของผู้จัดการกองทุนหรือสถาบันจัดอันดับ ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยอาศัยฐานข้อมูล เกี่ยวกับสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ถูกต้องและเป็นระบบ ทั้งนี้ ในการประเมินตามนัยนี้ มักมีการจัดทำ แบบสอบถามสำหรับบริษัทจดทะเบียนเพื่อหาข้อมูลพื้นฐานในแต่ละหัวข้อย่อยประกอบด้วย โดยก่อนที่บริษัท จะส่งแบบสอบถามกลับให้สถาบันจัดอันดับหรือผู้จัดการกองทุน ก็มักได้รับการรับรองจากผู้บริหารระดับสูง

ของบริษัทนั้นก่อน เพื่อเป็นการรับรองความถูกต้องและน่าเชื่อถือของข้อมูล หลังจากนั้น กองทุนหรือสถาบันจัดอันดับจึงนำข้อมูลจากแบบสอบถาม ข้อมูลจากแหล่งอื่นๆ อาทิ ข่าวหรือบทความจากสื่อต่างๆ ทั้งสิ่งพิมพ์หรือสื่ออินเทอร์เน็ต และข้อมูลที่ได้จากการสำรวจโดยนักวิเคราะห์จากกองทุนเองมาประกอบการวิเคราะห์เพื่อประเมินเพิ่มเติม เพื่อสะท้อนภาพลักษณ์ของบริษัทที่แท้จริงในสายตาของสังคม และหากบริษัทสามารถผ่านการคัดกรองและได้รับมาตรฐานตามที่กำหนด ก็จะถูกจัดอยู่ในกลุ่มบริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งนี้พบว่า กองทุนที่จัดเป็นกองทุน SRI มักเลือกลงทุนในบริษัทที่ผ่านเกณฑ์และมาตรฐานเหล่านี้ นอกจากนี้บริษัทที่ผ่านเกณฑ์ดังกล่าวยังถูกนำไปรวมอยู่ในดัชนีสากลที่ได้รับการยอมรับจากทั่วโลกเช่น DJSI หรือ FTSE4Good ดัชนีความยั่งยืนหรือดัชนี SRI ต่างๆ ซึ่งมีความเคลื่อนไหวที่ไม่ค่อยไปกว่าดัชนีตลาดทั่วไป หรือในบางกรณีดัชนี SRI มีผลประกอบการที่ดีกว่าดัชนีตลาดทั่วไปเสียอีก

ในกรณีของประเทศไทย ในปัจจุบันตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) และหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ล้วนเห็นความสำคัญของการลงทุนที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม และพยายามผลักดันให้การลงทุนในลักษณะนี้เติบโตขึ้นในประเทศไทย โดยการขับเคลื่อนในระดับปฏิบัติการที่มีความเป็นรูปธรรม อาทิ การร่วมมือกันจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อส่งเสริมหรือให้ความรู้แก่ประชาชนเกี่ยวกับการลงทุน SRI จัดงานสมัชชาคุณธรรม และตลาดทุนคุณธรรม ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ ตัวอย่างเช่น การจัดเสวนาภายใต้หัวข้อ Road map สำหรับการลงทุนอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Investment: SRI) ในตลาดทุนไทย และยุทธศาสตร์การลงทุนอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นต้น

กระบวนการพัฒนา CSR ในภาคธุรกิจเอกชน

แม้ว่าจะได้มีผู้รู้และนักคิดจำนวนมาก เสนอสาระสำคัญที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทำ CSR ในภาคธุรกิจเอกชนไว้ ซึ่งแนวคิดต่างๆ ล้วนมีความแตกต่างกันไปในรายละเอียด แต่อย่างไรก็ตามพบว่า สาระสำคัญของกระบวนการนำ CSR ในภาคธุรกิจเอกชน ที่ผู้วิจัยเลือกนำมากล่าวไว้ในที่นี้ได้แก่ CSR in-process ประกอบด้วยสาระสำคัญโดยสรุปดังนี้

ความหมายของ CSR in-process

CSR in-process หมายความว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมที่อยู่ในทุกส่วนของกระบวนการทำงานหลักของธุรกิจ (Core Business Process) เริ่มตั้งแต่ขั้นตอนของการจัดหาวัตถุดิบ การจ้างงาน การผลิต จนเป็นสินค้าสู่ท้องตลาด การทำธุรกิจตามนัยนี้ เป็นการแสวงหาผลกำไรอย่างมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสีย เช่น การผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานตามข้อกำหนด การไม่เอาเปรียบผู้บริโภคด้วยการขายสินค้าราคาแพงเกินจริง การเปิดเผยข้อมูลผลิตภัณฑ์อย่างถูกต้องครบถ้วนต่อผู้บริโภค ตลอดจนการชดเชยความเสียหายให้แก่ลูกค้าหากเกิดจากความผิดพลาด และความบกพร่องของสินค้าซึ่งเกิดขึ้นจากขั้นตอนการผลิต เป็นต้น ซึ่งแนวคิดดังกล่าวพบว่า สามารถนำไปปรับใช้ได้กับองค์กรและทุกขนาด

ดังนั้น โดยสรุปจึงกล่าวได้ว่า “CSR in-process” เป็นการทำ CSR ในลักษณะการเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทางธุรกิจ (Inside Out) โดยแทรกตัวอยู่ในทุกขั้นตอนตั้งแต่ต้นทางเรื่อยไปจนถึงปลายทาง

ตัวอย่างขององค์กรที่ดำเนินการในลักษณะนี้ ได้แก่ โรงกลั่นน้ำมัน ที่ต้องใช้เชื้อเพลิงจำนวนมากในกระบวนการผลิตต่างๆ ตั้งแต่ขั้นตอนการขุดเจาะแหล่งน้ำมัน การกลั่นน้ำมัน การขนส่งน้ำมันไปยังสถานีบริการ เป็นต้น ซึ่งทุกกระบวนการของการดำเนินธุรกิจดังกล่าว ต้องเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียอยู่ตลอดเวลา โดยหลักการทำ CSR in-process วางอยู่บนพื้นฐานของการนำรูปแบบการดำเนินธุรกิจขององค์กร มาบูรณาการกับหลักปฏิบัติของ ISO 26000 ทั้งในด้านการวางแผนงาน การกำหนดนโยบาย การออกแบบโครงสร้าง และการพัฒนาเครือข่ายขององค์กรโดยจำแนกเป็นแนวทางการปฏิบัติโดยสรุปดังนี้

1. องค์กรต้องศึกษาและทำความเข้าใจประเด็น SR (Social Responsibility) หรือ CSR ตามแนวทางมาตรฐาน ISO 26000 ก่อน กล่าวคือองค์กรต้องพิจารณาอย่างลึกซึ้งลงไปในทุกๆ มิติที่เกี่ยวข้องแยกตาม 7 หัวข้อหลัก (Core Issues) ดังนี้
 - 1.1 การกำกับดูแลองค์กร (Organizational Governance)
 - 1.2 สิทธิมนุษยชน (Human Rights)
 - 1.3 การปฏิบัติด้านแรงงาน (Labour Practices)
 - 1.4 สิ่งแวดล้อม (The Environment)
 - 1.5 การดำเนินงานอย่างเป็นธรรม (Fair Operation Practices)
 - 1.6 ประเด็นด้านผู้บริโภค (Consumer Issues)
 - 1.7 การมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน (Community Involvement and Development)
2. วิเคราะห์และพิจารณาความสัมพันธ์ภายในองค์กร (Inside Out) กับประเด็น SR ต่างๆ ตลอดจนทำความเข้าใจถึงทัศนคติและความเข้าใจในเรื่อง SR ของผู้นำองค์กร
3. จัดลำดับความสำคัญ (Priority Setting) ของประเด็น SR โดยเลือกประเด็นที่อาจส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรงต่อองค์กรในอนาคต แล้วจึงนำข้อมูลที่เกี่ยวข้องมาวิเคราะห์เพื่อใช้ประกอบการจัดลำดับความสำคัญของประเด็น SR ที่ต้องกระทำ
4. บูรณาการ SR ทั่วทั้งองค์กร (Integrating SR throughout the organization) โดยกำหนดทิศทางขององค์กรในเรื่อง SR ทั้งในด้านพันธกิจ วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ กลยุทธ์ ตลอดจนแนวนโยบายต่างๆ ซึ่งรวมไปถึงวัฒนธรรมองค์กรให้มีความชัดเจน เพื่อให้การดำเนินกิจกรรมด้าน SR ในประเด็นต่างๆ เป็นไปโดยราบรื่น

ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าการเน้นกิจกรรม CSR ที่อยู่ในกระบวนการทางธุรกิจ (CSR in-process) ต้องอาศัยความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง ตลอดจนการผลักดันอย่างจริงจังและต่อเนื่องจากผู้นำองค์กรธุรกิจเอกชนนั้นๆ เพื่อขับเคลื่อนให้ SRI ด้านต่างๆ ถูกขับเคลื่อนอย่างลึกซึ้งทั้งในเชิงนโยบายและในสำนึกสาธารณะ (Public Consciousness) และตัวตน (Self) ของผู้บริหารองค์กร ไม่ใช่มุ่งหวังเพียงแต่การสร้างผลกำไรในทางธุรกิจเพียงอย่างเดียว ขณะเดียวกัน ในส่วนพนักงาน ก็ต้องให้ความสำคัญกับเรื่องของการพัฒนาจิตอาสาและการมีความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยเช่นเดียวกัน เพื่อให้พนักงานทุกคนที่ปฏิบัติงานอยู่ในองค์กร รับรู้และยอมรับร่วมกันจนในที่สุด CSR กลายเป็น “วัฒนธรรมองค์กร (Organizational Culture)”

แต่อย่างไรก็ตามพบว่า แนวคิดและทฤษฎีทางธุรกิจที่ได้ปลูกฝังและถ่ายทอดสู่องค์กรธุรกิจในปัจจุบันส่วนใหญ่มักจะมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาสู่การเป็นองค์กรที่ “เก่ง” และประสบความสำเร็จในเชิงสร้างผลกำไรให้เกิดขึ้นแก่องค์กรสูงสุด ดังนั้น หากมีการเสริมแนวคิดเรื่อง CSR เพื่อมุ่งเน้นการพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรธุรกิจเอกชนที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมพร้อมๆกันด้วย การพัฒนาองค์กรนั้นๆให้ก้าวไปสู่การเจริญเติบโตอย่างเข้มแข็งในภาคธุรกิจ (Strength Growth) อย่างยั่งยืน (Sustainability) สอดคล้องกับมาตรฐานตลอดจนตัวชี้วัดความสำเร็จด้านอื่นๆ ก็จะช่วยทำให้การเติบโตขององค์กรธุรกิจเอกชนมีความยั่งยืนไปพร้อมๆกันด้วยเช่นกัน

CSR ในประเทศไทย

เป็นที่น่าสังเกตว่าของประเทศที่ค่อนข้างพัฒนาแล้ว ทั้งในยุโรปและในอเมริกา ตลาด SRI เป็นตลาดที่นักลงทุนให้ความสนใจและเป็นแหล่งโอกาสของการลงทุนมากที่สุดแห่งหนึ่ง ดังนั้น การเติบโตหรือการเกิดขึ้นของ SRI ใหม่ๆในภูมิภาคดังกล่าวจึงเกิดขึ้นตลอดเวลา แต่อย่างไรก็ตาม เนื่องจากตลาด SRI ในหลายประเทศที่พัฒนาแล้วเริ่มอึมครึม ดังนั้น ปรากฏการณ์ใหม่ด้านการลงทุนของนักลงทุนในตลาดเอเชียและแปซิฟิกจึงเริ่มหันมาให้ความสำคัญกับ SRI อย่างกว้างขวาง แต่เป็นที่น่าเสียดาย ที่กลับพบว่าในประเทศที่กำลังพัฒนาส่วนมากในเอเชีย บริษัทเอกชนต่างๆกลับไม่ให้ความสำคัญกับ CSR ทั้งยังไม่ค่อยมีการทำรายงานความยั่งยืนหรือไม่มีหน่วยงานธุรกิจเอกชน ที่สามารถจัดทำวิจัยหรือรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทที่ได้มาตรฐานไว้ จะมีก็แต่ในประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น ญี่ปุ่น ฮอลแลนด์ หรือเกาหลีใต้ ที่บริษัทต่างๆมองเห็นความสำคัญของกระแสการลงทุนอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม และจัดทำข้อมูลรายงานความยั่งยืนของตนเสนอให้กับนักลงทุน

ในอดีต ภาคธุรกิจเอกชนในประเทศไทยมีความรู้ความเข้าใจเรื่องของ CSR น้อยมาก ดังนั้น หลายๆบริษัทจึงตีความและเกิดความเข้าใจที่แตกต่างกันไป และพบว่ามีจำนวนไม่น้อยซึ่งมีความเข้าใจที่ผิดว่า การบริจาคเงินหรือสิ่งของ (CSR After Process) ให้กับผู้ด้อยโอกาส คือการทำ CSR ขององค์กร อนึ่ง สาเหตุที่แนวคิดเรื่อง การบริจาค (Donation) ได้รับความนิยมน้อยกว่าจากภาคธุรกิจเอกชนในระยะแรก เนื่องจากเป็นกิจกรรมดังกล่าวสามารถกระทำได้ง่าย ไม่ต้องใช้ทรัพยากรมากและมองเห็นได้ชัดเจน แต่ข้อเสียที่ติดตามากก็คือ หลังจากการบริจาคเงินหรือสิ่งของไปแล้ว ส่วนใหญ่ก็มักไม่มีการดำเนินกิจกรรม CSR ใดๆต่อยอดอีก ดังนั้น การทำกิจกรรม CSR ในลักษณะดังกล่าว จึงเป็นการกระทำที่หวังผลระยะสั้นในด้านการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร หรือบางกรณีเป็นเพียงเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์องค์กร แต่ในระยะยาว องค์กรที่ดำเนินกิจกรรม CSR ในลักษณะดังกล่าว มักเป็นที่กลางแคลงใจของสังคม

สภาพปัญหาดังกล่าว ทำให้ผู้บริหารองค์กรธุรกิจเอกชนที่เกี่ยวข้องเริ่มหันมาให้ความสำคัญกับการสร้างความเข้าใจเรื่อง CSR ที่ยั่งยืนเพิ่มมากขึ้นในประเทศไทย ซึ่งต่อมา มีเพียงแต่หน่วยงานเอกชนเท่านั้น แต่หน่วยงานภาครัฐก็เริ่มหันมาให้ความสนใจกับ CSR อย่างจริงจังด้วยเช่นเดียวกัน และเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2553 เมื่อองค์การระหว่างประเทศว่าด้วยมาตรฐาน (International Organization for Standardization : ISO) ได้ประกาศใช้แนวปฏิบัติว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO 26000 Guidance on Social Responsibility : SR) อย่างเป็นทางการ โดยกำหนดว่าการนำ ISO 26000 ไปใช้รับรองนั้น ไม่ควรเป็นมาตรฐานบังคับอีกต่อไป แต่ควรเป็นเรื่องของการนำไปใช้ด้วยความสมัครใจ ดังนั้น ในปัจจุบันประเด็นการพัฒนาเรื่ององค์กรเอกชนที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social

Responsibility: CSR) จึงถือเป็นความรับผิดชอบขั้นพื้นฐานที่ทุกบริษัทพึงตระหนักตั้งแต่วันแรกของการก่อตั้งกิจการ เนื่องจากการผลิตสินค้าและบริการทุกประเภทล้วนเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) ในมิติใดมิติหนึ่งเสมอ ซึ่งหากภาคธุรกิจเอกชนไม่คำนึงถึงเรื่องการสร้างกลยุทธ์ (CSR's Strategy) เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders Engagement) ซึ่งครอบคลุมถึงพนักงานลูกค้า ลูกค้า ผู้ถือหุ้น สังคม และชุมชนตั้งแต่แรกเริ่ม ในระยะยาวก็คาดการณ์ได้ว่า บริษัทนั้นๆ จะไม่สามารถดำเนินธุรกิจให้อยู่รอดได้อย่างยั่งยืน เนื่องจากไม่ได้รับความศรัทธาหรือขาดการสนับสนุนจากผู้มีส่วนได้เสีย และในบางกรณีอาจถูกต่อต้านจากกลุ่มดังกล่าว ซึ่งนำมาสู่ปัญหาที่รุนแรงและเสี่ยงต่อการคงอยู่ขององค์กรธุรกิจนั้นๆ

กรณีของประเทศไทย CSR ได้ถูกขับเคลื่อนเชิงนโยบายอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรมเป็นครั้งแรก ในปี พ.ศ. 2541 เมื่อ นายอานันท์ ปันยารชุน อดีตนายกรัฐมนตรีและประธานสถาบันคีนันเอเชีย ได้ร่วมกับ Dr.Hemry Kissinger ร่วมกันก่อตั้ง American Corporations for Thailand Program (ACT) ขึ้น โดยในช่วงเวลาดังกล่าว ได้มีการรณรงค์และระดมเงินทุนจากบรรดานักธุรกิจข้ามชาติ ที่มีทัศนคติและความต้องการตรงกัน ในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กรธุรกิจของไทย จนส่งผลทำให้ในระยะแรก (พ.ศ. 2541-2544) ACT มีเงินทุนรวมทั้งหมดมากกว่า 1.1 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ (ประมาณ 44 ล้านบาทในขณะนั้น) จากองค์กรธุรกิจถึง 10 องค์กร ได้แก่ AIG, Unocal, Motorola, Raytheon, GE, Chase Manhattan Bank, Union Carbide, American Express, The American Chamber of Commerce in Thailand and Continental Grain และในระยะที่สอง (พ.ศ. 2544-2548) องค์กรนี้มีเงินทุนมากกว่า 630,000 ดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 25 ล้านบาทในขณะนั้น โดย ACT ให้ความสำคัญกับการพัฒนาสิ่งแวดล้อม ทรัพยากรมนุษย์ ผู้ด้อยโอกาส เช่น เด็กและเยาวชน คนพิการ และการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยกิจกรรมที่ดำเนินการมีทั้งการฝึกอบรม การเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อมวลชน วิทยุ โทรทัศน์ และสื่อสิ่งพิมพ์หลากหลายรูปแบบ สนับสนุนองค์กรเอกชนที่ไม่หวังผลกำไร สร้างโอกาสและรายได้แก่คนไทยจำนวนมาก (Sustainability Report 2010)

ต่อมาในปี พ.ศ. 2549 องค์กรธุรกิจเอกชนที่จดทะเบียนไทยจำนวนมาก ได้ดำเนินกิจกรรม CSR เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน อาทิ ในปี 2551 กลุ่มบริษัทเอ็กโก เช่น โรงไฟฟ้าขอนแก่น เข้าร่วมโครงการ “CSR-DIW” เป็นแห่งแรก และต่อมาโรงไฟฟ้าระยอง ก็ได้ร่วมกับชุมชนปลูกต้นไม้ พัฒนาศักยภาพพนักงาน และส่งเสริมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ CSR หลายกิจกรรม ในปี 2552 กล่าวได้ว่า เป็นปีที่องค์กรธุรกิจเอกชนในประเทศไทย ให้ความสนใจกับกิจกรรม CSR อย่างเข้มข้นที่สุด ดังพบว่ามีองค์กรธุรกิจเอกชนจำนวนมาก ได้ดำเนินนโยบายและผลักดันกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ CSR อาทิ บริษัท Toyota Motor Corporation ดำเนินกิจกรรม CSR 4 ด้านคือ 1) Road Safety, 2) อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม, 3) Education and Sciences Technology, และ 4) Community Care โดยยึดมาตรฐานสากล GRI Index Reference ที่กล่าวถึงตัวชี้วัด 3 มิติคือ มิติเศรษฐกิจ ผลผลิต และบริการด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม (http://www.toyota.co.th/en/toyota_csr/pdf/2009_pdf_thai.pdf) นอกจากนี้ บริษัท Chevron ประเทศไทย ได้ดำเนินธุรกิจที่รับผิดชอบต่อสังคม โดยนำกลยุทธ์ “4E” มาใช้ ประกอบด้วย การศึกษา สิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์พลังงาน และการส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมเพื่อสังคม (http://www.chevronthailand.com/social_responsibility.asp) ในปีเดียวกันนี้ บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) ได้ลงนามบันทึกความเข้าใจและมีส่วนร่วมในการจัดฝึกอบรมเสริมสร้างความรู้ และความเข้าใจในการดำเนินงานตามมาตรฐาน CSR-DIW (<http://www.pttic.com.th/aboutppt-qshe-pttgroup-csr->

[report.aspx](#)) บริษัทปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) หรือ เครือซีเมนต์ไทย (SCG) ซึ่งมีบริษัทในเครือมากกว่า 100 บริษัท มีพนักงานมากกว่า 28,000 คน ได้กำหนดอุดมการณ์ขององค์กรว่า เป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรม และยึดมั่นในความรับผิดชอบต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัทในทุกๆ ฝ่าย พร้อมทั้งเสนอรายงานตามแนวทางของ Global Report (GRI) และมุ่งเน้นการพัฒนาชุมชนและสังคมอย่างยั่งยืน อีกทั้งยังกำหนดจรรยาบรรณของการดำเนินธุรกิจไว้ในรูปของ หลักเกณฑ์การปฏิบัติต่อกันภายใต้สิทธิและเสรีภาพ หรือที่รู้จักกันในนามของ จรรยาบรรณ เอสซีจี (SCG Code of Conduct) อีกทั้งยังดำเนินกิจกรรมของมูลนิธิ SCG (SCG Foundation) ที่แสดงถึงการมีความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น การให้ทุนการศึกษาแก่เด็กและเยาวชนที่ยากจน การสำรวจภาพลักษณ์ขององค์กร และสำรวจความพึงพอใจขององค์กร (<http://www.siamcement.com/th>)

ต่อมาในปี 2553 บริษัท ฟุจิ ซีร็อก จำกัด ได้จัดทำตัวชี้วัดต่อสังคม เพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อพนักงานบริษัทที่ประสบอุบัติเหตุจากการทำงาน พัฒนาระบบการผลิตที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสังคม ให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของลูกค้า การจ้างงานและโอกาสในการเข้าสู่ตำแหน่งบริหารของผู้หญิง การจ้างงานผู้พิการทุพพลภาพ เป็นต้น (Fuji Xerox Co., Ltd 2010) นอกจากนี้ ในปีเดียวกัน ยังพบในกรณีของบริษัท โซนี่ ประเทศไทย ที่ให้ความสำคัญกับ CSR ในประเด็นของการพัฒนาสังคมและชุมชน ภายใต้กิจกรรมชื่อ “Someone Needs You” ซึ่งดำเนินกิจกรรมจำนวนมากทั้งด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังมีการจัดทำข้อตกลงด้านจริยธรรมกับผู้รับจ้างช่วง (Sony Supplier Code of Conduct) (<http://www.sony.co.th/article/226652/section/environment>)

ในปัจจุบัน การเติบโตของการลงทุน SRI ได้เพิ่มมากขึ้นตามลำดับ โดยเฉพาะในประเทศที่กำลังพัฒนาอย่างประเทศไทย แต่อย่างไรก็ตามพบว่า นโยบายของภาครัฐนับว่ามีบทบาทสำคัญในการผลักดันให้ตลาดทุนในประเทศไทยได้รับประโยชน์จากกระแสการเติบโตอย่างรวดเร็วของการลงทุน SRI ตัวอย่างเช่น หากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในฐานะที่เป็นตัวกลางของตลาดทุนและมีหน้าที่อำนวยความสะดวกให้แก่นักลงทุนทั้งในประเทศและต่างชาติ เข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมการจัดตั้งกองทุน SRI และ SRI Index เพื่อช่วยให้นักลงทุนมีเครื่องมือและข้อมูลเกี่ยวกับการลงทุนที่ถูกต้อง ก็จะเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับการลงทุนและช่วยดึงเงินลงทุน SRI จากต่างชาติเข้ามาพัฒนาตลาดทุนไทยได้อีกประการหนึ่งด้วย เนื่องจาก นักลงทุนในตลาดโลก เริ่มตระหนักถึงความสำคัญของบทบาทของตนเองในฐานะ ผู้ถือหุ้น ว่าควรเข้ามามีส่วนร่วมกำหนดทิศทางหรือแนวโน้มของการบริหารจัดการบริษัทได้ในระดับหนึ่ง นอกจากนี้ กระแสความตื่นตัวของ SRI ในตลาดโลกก็มีส่วนสำคัญ อาทิ ตลาดสิงคโปร์หรือมาเลเซีย ซึ่งเป็นคู่แข่งสำคัญของตลาดหลักทรัพย์ของไทย ล้วนมีการจัดทำ SRI Index หรือ Sustainability Index ขึ้นแล้วทั้งสิ้น โดยกระทำกันตั้งแต่ปี 2008 ซึ่งแม้ว่า Index ดังกล่าวจะไม่ได้ออกโดยตลาดหลักทรัพย์โดยตรง แต่ก็ถือว่าเป็นเครื่องมือสำคัญที่อำนวยความสะดวกให้แก่นักลงทุนในกลุ่ม SRI อย่างมาก

ดังนั้น ในอนาคต หากประเทศไทยต้องการส่งเสริมศักยภาพของตลาดทุนไทย ให้มีความทัดเทียมกับตลาดโลก ก็ควรมีการนำเกณฑ์ต่างๆ ด้าน SRI ซึ่งในปัจจุบันเป็นเกณฑ์ซึ่งเป็นที่ยอมรับในตลาดโลก มาปรับใช้ให้เป็นมาตรฐานการลงทุน SRI ที่เหมาะสมกับประเทศไทยอีกประการหนึ่งด้วย รวมถึงอาจใช้ SRI Index หรือ Sustainability Index เป็นแนวทางหนึ่งที่กำหนดไว้ในกระบวนการจดทะเบียนบริษัท อาทิ กำหนดหรือให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลการบริหารจัดการเกี่ยวกับสังคมและสิ่งแวดล้อม หรือกำหนดให้มีการจัดทำรายงานความยั่งยืนตามมาตรฐาน GRI (Global Reporting Initiative) ซึ่งครอบคลุมทั้งด้านสิ่งแวดล้อม และ

สังคม อาทิ การปฏิบัติต่อแรงงาน ประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน การดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม ความรับผิดชอบต่อสินค้าและผู้บริโภค รวมถึงการมีส่วนร่วมในสังคมหรือชุมชน

ในปัจจุบัน จำนวนองค์กรธุรกิจเอกชนในประเทศไทยที่นำแนวคิด CSR หรือ SRI Index มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ นับวันได้เพิ่มมากขึ้นตามลำดับ อาทิ บริษัทในเครือซีเมนต์ไทยหรือเอสซีจี (SCG) เป็นตัวอย่างหนึ่งของบริษัทแรกๆที่จดทะเบียน และจัดทำรายงานความยั่งยืนอย่างเป็นระบบตามมาตรฐาน GRI และมีการนำหลักการบริหารจัดการ ESG เข้ามาปรับใช้กับยุทธศาสตร์ธุรกิจและการตัดสินใจต่างๆ ในปัจจุบันพบว่า บริษัทในเครือซีเมนต์ไทย เป็นบริษัทไทยเพียงแห่งเดียวที่ได้รวมอยู่ใน Down Jones Sustainability Index และอยู่ในอันดับหกของบริษัทที่มีการบริหารจัดการอย่างยั่งยืนที่สุดในเอเชีย (CSR Asia Business Barometer)

กฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาพบว่ากฎหมาย ระเบียบและแนวปฏิบัติจำนวนมากที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ดังมีสาระสำคัญพอสรุปได้ดังนี้

กฎหมาย CSR ด้านความปลอดภัย

มาตรฐานอุตสาหกรรม 18000 : มาตรฐานระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

สำนักมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมได้เสนอแนวคิดด้านระเบียบและแนวปฏิบัติ เพื่อเป็นแนวทางให้หน่วยงานต่างๆ นำไปปฏิบัติ โดยมีจุดมุ่งหมายสำคัญได้แก่ การแก้ไขปัญหาอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน ตลอดจนป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาด้านสุขภาพและอุบัติเหตุต่างๆ ต่อผู้ปฏิบัติงานและสังคมทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กร ชุมชนใกล้เคียง และสังคมโดยรวม โดยเสนอแนะว่าทุกองค์กรไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการ ควรนำมาตรฐานระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยไปใช้ โดยแต่ละองค์กรควรจัดลำดับระดับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น เนื่องจากองค์กรที่มีการควบคุมความเสี่ยงของอันตรายที่มีประสิทธิภาพ ย่อมส่งผลให้การทำงานเป็นไปอย่างราบรื่น ผู้ปฏิบัติงานมีสุขภาพอนามัยที่ดี สุขภาพจิตที่แข็งแกร่ง ปฏิบัติงานเต็มเปี่ยมด้วยคุณภาพและประสิทธิภาพ ซึ่งช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในด้านอื่นๆ อีกมากมาย เช่น ค่ารักษาพยาบาล และค่าใช้จ่ายอันเป็นผลมาจากการต้องหยุดการทำงานเนื่องจากอุบัติเหตุ เป็นต้น ซึ่งในที่สุดก็จะส่งผลทำให้งานหรือธุรกิจที่ปฏิบัติในองค์กรนั้นๆมีคุณภาพดี องค์กรเป็นที่เชื่อมั่นของสังคม และสมาชิกหรือพนักงานมีความซื่อสัตย์ภักดีต่อองค์กร เนื่องจากเป็นองค์กรที่ให้ความสำคัญกับคุณค่าของชีวิตและความปลอดภัยของพนักงานในระยะยาว (<http://www.tisi.go.th/18000/18001.html>)

กฎกระทรวงกำหนดมาตรฐานในการบริหารและการจัดการด้านความปลอดภัยอาชีว อนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน พ.ศ. 2549

กฎกระทรวงฉบับนี้ถูกประกาศออกมา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้บังคับกิจการหรือสถานประกอบการ อาทิเช่น การทำเหมืองแร่ กิจการปิโตรเคมี โรงแรม และห้างสรรพสินค้า เป็นต้น เพื่อให้มีข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับขั้นตอนและวิธีปฏิบัติงานที่ปลอดภัยเพื่อควบคุมมิให้มีการกระทำที่อาจก่อให้เกิดความไม่ปลอดภัยในการทำงาน (http://www.oshthai.org/legisra_detail.aspx?cid=688)

ระเบียบวาระแห่งชาติ แรงงานปลอดภัยและสุขภาพอนามัย

กล่าวได้ว่า ระเบียบวาระแห่งชาติ แรงงานปลอดภัยและสุขภาพอนามัย เป็นวาระแห่งชาติที่สอดคล้องกับรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 มาตรา 44 คือ “บุคคลย่อมมีสิทธิได้รับหลักประกันความปลอดภัยและสวัสดิภาพในการทำงาน รวมทั้งหลักประกันในการดำรงชีพทั้งในระหว่างการทำงานและเมื่อพ้นภาวะการทำงาน” ซึ่งจัดทำขึ้นเพื่อรณรงค์ให้เกิดความตระหนักและสร้างจิตสำนึกในเรื่องความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดีในสถานที่ทำงานและสถานประกอบกิจการทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึงให้เกิดความร่วมมือระหว่างหน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องอีกด้วย

โดยสรุป CSR เป็นแนวคิดที่มีพัฒนาการต่อเนื่องมา แพร่เข้าสู่ประเทศกำลังพัฒนา และครอบคลุมมิติการพัฒนาที่ซับซ้อนกว้างขวางเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ ประโยชน์ที่จะได้รับจากการดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม จึงไม่ได้จำกัดอยู่ที่ผลกำไรระยะสั้นของบริษัทหรือองค์กรธุรกิจนั้นๆ แต่เป็นผลประโยชน์ระยะยาว ที่ผู้ประกอบการ พนักงาน ผู้แสดงทางสังคม (Social Actor) ทุกภาคส่วนและสังคมในภาพรวมจะได้รับ ดังนั้น ในศตวรรษที่ 21 การดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม จึงมิใช่เป็นเพียงปรัชญา หรือแนวคิดทฤษฎีการพัฒนาทางเลือกอีกต่อไป หากแต่เป็นจริยธรรม บรรทัดฐาน สัญญา แนวทางการทำธุรกิจมาตรฐานสากล และกฎหมาย ที่ผู้ประกอบการองค์กรธุรกิจทุกระดับและทุกขนาดธุรกิจ ต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัดและจริงจัง เพื่อให้สามารถอยู่รอด และแข่งขันในโลกธุรกิจที่ไร้พรมแดนได้อย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- นงลักษณ์ วิรัชชัย, ศจีมาศ ณ วิเชียรและพิสมัย อรทัย. 2551. การสำรวจและสังเคราะห์ตัวบ่งชี้คุณธรรม จริยธรรม. กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา.
- มาตรฐาน CSR-DIW 2551. กรุงเทพฯ: เอกสารอัดสำเนา.
- สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม. 2554. พัฒนาการ ปัญหา และแนวทางการทำ CSR ของบริษัทจดทะเบียน ไทย. สืบค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2554. จาก <http://www.csri.or.th/knowledge/csr/185>
- Bichta, C. 2003. Corporate socially responsible (CSR) practices in the context of Greek Industry. Article first published online: 17 FEB 2003 DOI: 10.1002/csr.31.
- Ferrel, F. and Ferrel, L. 2008. "Understanding the Importance of Business Ethics in the 2008–2009 Financial Crisis." In
- Friedman, Milton. 1982. edition preface of Capitalism and freedom, p. xi of the 2002 edition.
- Fuji Xerox Co., ltd. 2010. Fuji Xerox. Retrieved on July 12, 2010.
- Kotler, Phillip. 2005. Principles of Marketing. Financial Times Prentice Hall.
- Krishman S.K. and Balachandran. R. 2005. "CSR as a determinant of market success: an exploratory analysis with special reference to MMCs in emerging markets", paper presented at 11M K-NASMEI International Conference, .
- Lawrence and Weber. 2008. Business & Society: Stakeholders, Ethics, Public Policy (12th ed.) New York: McGraw Hill.
- OECD. 2000. Guideline for Multinational Enterprises Revision.
- Quick J. C. and Nelson D. 2009. Organizations and Cultures. In Organizational Behavior: Science, the Real World and You. Terry Colleague of Business.
- Martin, Felix. 2005. Insurance Agency Started because of a Need to to Give Consumers a Choice of Dealing with an Honest Insurance Agency. Santa Ana: Martin Felix Insurance Agency.
- Shafritz, J.M. and Jang, Y. S. 2011. Classics of Organizational Theory. 7th ed. Belmont, Calif.: Wadsworth.
- Srchova, Marcela. 2008. Quality of Worklife Indicators as a Corporate Social Responsibility. IP Research Data Community.
- Sustainability Report 2010. Annual Report 2010. Walmart: Media Cooperate.
- Wener, L. Jon and Harris, M. David. 2002. Human Resource Development. 3rd eds. Fort worth, TX.: Harcourt.
- World Bank Institute. 2002. In "The Future Leaders' E-Conference on Corporate Social Responsibility". March 18 – April 26, 2002, www.csrwbi.org.

World Bank Institute. 2003. Public Policy for Cooperate Social Responsibility (CSR), July 7-25, 2003. "Global E-conference".

World Bank. 2010. The World Bank's Standards of Corporate Social Responsibility. In The Social Justice Committee. Volunteer Blog. In

<http://blogsic.worldpress.com/2010/03/04/the-world-bank> Retrieved on March 19, 2012.

<http://www.tisi.go.th/18000/18001.html> Retrieved on March 1, 2012.

http://www.oshthai.org/legisra_detail.aspx?cid=688 Retrieved on March 19, 2012.

<http://www.thegiin.org/> Retrieved on March 19, 2012.

<http://iris.thegiin.org/> Retrieved on March 19, 2012.

<http://www.redf.org> Retrieved on March 1, 2012.

<http://www.hipinvestor.com/> Retrieved on March 1, 2012.

<http://www.siamcement.com> Retrieved on January 11, 2012.

<http://www.sony.co.th/article/226652/section/environment> Retrieved on January 11, 2012.

http://www.toyota.co.th/en/toyota_csr/pdf/2009_pdf_thai.pdf Retrieved on March 19, 2012.

http://www.chevronthailand.com/social_responsibility.asp Retrieved on January 11, 2012.

<http://www.pttic.com.th/aboutppt-qshe-pttgroup-csr-report.aspx>

Retrieved on March 19, 2012.

<http://www.siamcement.com/th> Retrieved on March 19, 2012.

<http://www.csr-hu-berlin.org> Retrieved on January 11, 2012.

