



บทที่ 10

จริยธรรมและ ความรับผิดชอบ ชอบต่อสังคม



ความรับผิดชอบต่อสังคม ของผู้ตัดสินใจเชิงกลยุทธ์



- ผู้ตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ควรรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้นเท่านั้นหรือควรจะมี
มีความรับผิดชอบต่อสังคมมากกว่านี้ ?
- เรื่องคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมเสนอว่าบริษัทมีความ
รับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มเติมจากการสร้างกำไร ?
- การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์มิได้มีผลกระทบต่อเฉพาะบริษัทของ
ตนเองเท่านั้นการตัดสินใจที่หดตัวหรือลดการดำเนินธุรกิจลง
เช่น การปิดโรงงานและการเลิกผลิตสินค้ามิได้มีผลกระทบต่อ
พนักงานของตนเท่านั้นแต่ยังมีผลกระทบต่อชุมชนที่โรงงานตั้ง
อยู่และลูกค้าที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทเลิกผลิตไปสถานการณ์ดัง
กล่าวจึงเป็นที่มาของคำถามเกี่ยวกับการสร้างความเหมาะสมของ
พันธกิจวัตถุประสงค์หรือยุทธศาสตร์ของ การธุรกิจผู้บริหารจะ
ต้องมีความสามารถในการจัดการผลประโยชน์ที่ขัดแย้งใน
แนวทางที่ถูกต้องตามหลักจริยธรรมและสามารถกำหนดแผน
กลยุทธ์ที่มีความเป็นไปได้



ความรับผิดชอบของธุรกิจใน ทัศนคติดั้งเดิม

Milton Friedman
มิลตัน ฟรีดแมน

แนวคิดของ Milton Friedman

ได้เสนอให้ใช้นโยบายเศรษฐกิจแบบไม่มีการแทรกแซงหรือมีกฎหมายของภาครัฐใช้น้อยที่สุดเป้าหมายหลักของการทำธุรกิจคือ การมุ่งที่จะแสวงหากำไรให้มากที่สุดและจากแนวคิดของ Milton Friedman จึงให้ความคิดเห็นโต้แย้งแนวคิดเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การธุรกิจ

ไม่ว่าจะเป็นการลดราคาสินค้าเพื่อลดแรงกดดันเงินเฟ้อ การลงทุนเพื่อลดมลภาวะหรือแม้แต่การจ้างพนักงานที่มีหัวรุนแรง จึงเป็นการนำเงินทองของผู้ถือหุ้นไปใช้เพื่อประโยชน์ทางสังคม เป็นการกระทำโดยมีสิ่งจูงใจอื่นที่ไม่ใช่ด้านเศรษฐศาสตร์ ซึ่งในระยะยาวจะทำให้องค์การธุรกิจมีประสิทธิภาพลดลง เช่น การลงทุนเพื่อกิจกรรมทางธุรกิจจะมีต้นทุนสูงขึ้นจะทำให้สินค้ามีราคาสูงขึ้น ด้วยการลงทุนในโครงการใหม่ๆ อาจจะต้องเลื่อนออกไป และมีการลงทุนเพื่อการวิจัยและพัฒนาไม่เพียงพอ เป็นต้น

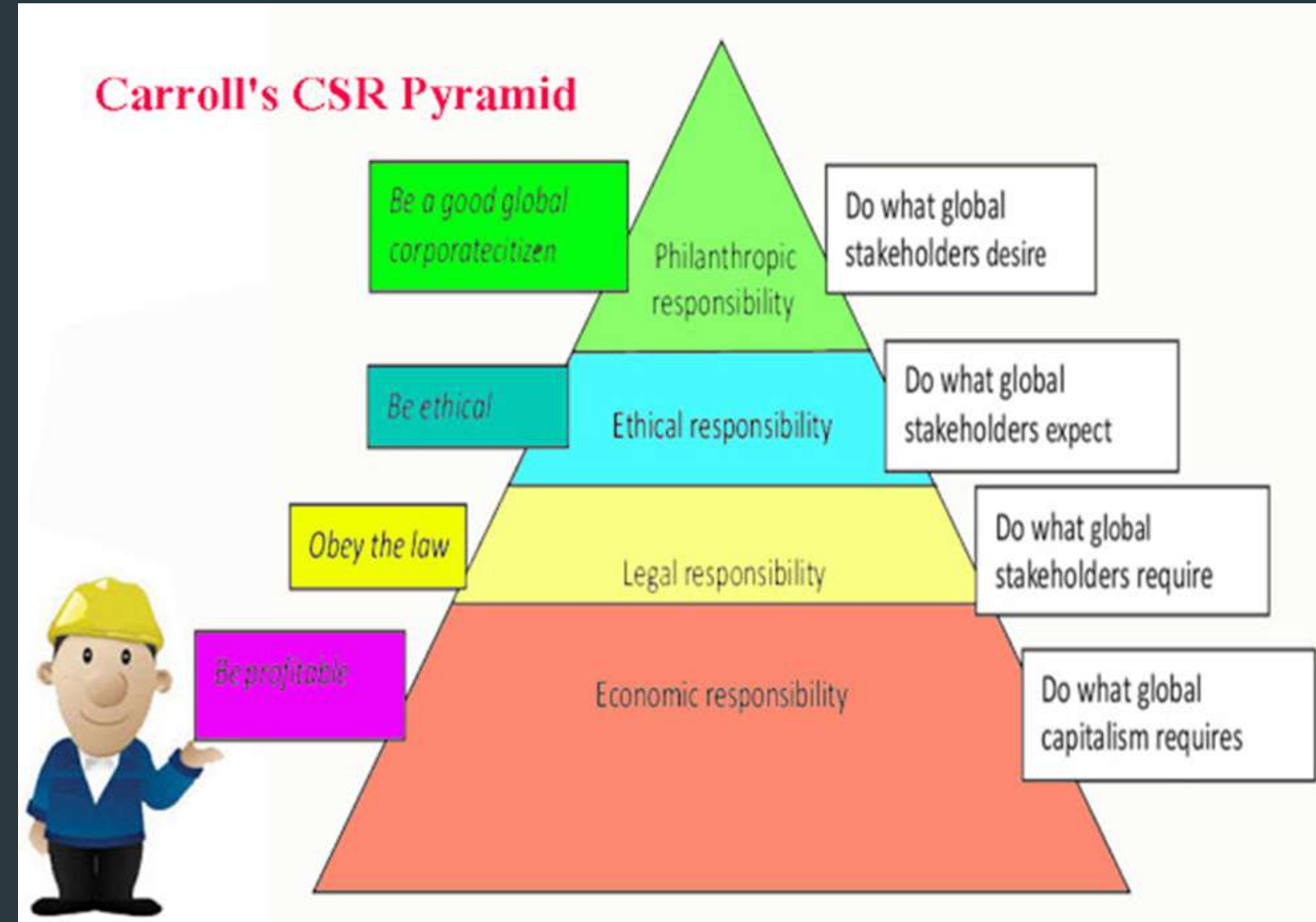
แนวคิดของ Milton Friedman (ต่อ)

ความรับผิดชอบต่อสังคมซึ่งอาจจะเป็นผลเสีย
หายร้ายแรงแก่ธุรกิจในระยะยาว
ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การธุรกิจ
จึงมีเพียงเรื่องเดียวคือการใช้ทรัพยากรเพื่อ
เพิ่มผลกำไรตราบนานที่ยังปฏิบัติตามกฎเกณฑ์
การแข่งขันเสรีไม่มีการก่อกวนและ
ฉ้อฉล

ผู้ถือหุ้นควรจะตัดสินใจด้วยตัวเองว่าจะนำ
เงินปันผลไปช่วยองค์การการกุศลใดมิใช่เป็น
หน้าที่ของฝ่ายบริหาร

CARROLL'S CSR PYRAMID

พีระมิดความรับผิดชอบต่อสังคมในงาน CSR





CARROLL'S CSR PYRAMID

ปิรามิดความ รับผิดชอบต่อสังคมใน งาน CSR

- CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)

หมายถึง รับผิดชอบต่อสังคมและ สิ่งแวดล้อมของ
องค์กร ซึ่งคือการดำเนินธุรกิจภายใต้หลักจริยธรรมและการจัดการที่ดี

- CARROLL'S CSR PYRAMID

เป็นแนวความคิดด้านรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร
ของ Carroll และ Buchholz (1999) ที่ว่าความรับผิดชอบต่อสังคมจะ
ได้รับการยอมรับจากผู้ประกอบธุรกิจที่มีคุณธรรม โดยยอมรับว่าความ
รับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจจะเป็นทางที่นำไปสู่การยอมรับทางสังคม
องค์กรจะต้องคำนึงถึงรับผิดชอบต่อสังคม 4 ด้าน โดยเขียนเป็น
รูปปิรามิดความรับผิดชอบต่อสังคมในงาน CSR ของ Carroll's (Carroll's
CSR Pyramid)



CARROLL'S CSR PYRAMID

CARROLL'S CSR PYRAMID


มีคุณสมบัติที่สำคัญคือ การทำ CSR ต้องสร้างบนรากฐานของผลกำไรในเบื้องต้น โดยจะต้องเป็นไปตามกฎหมายและข้อบังคับที่ถูกต้องด้วย หลังจากนั้นธุรกิจควรจะต้องพิจารณาการดำเนินกิจกรรมด้านการกุศลของตน โดยให้เป็นไปตามหน้าที่ด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบที่มีต่อสังคม Carroll's CSR Pyramid ประกอบด้วยชั้นความรับผิดชอบ 4 ระดับคือ



CARROLL'S CSR PYRAMID

1. ความรับผิดชอบต่อทางด้านเศรษฐกิจ (ECONOMIC)

เดิมในอดีตองค์กรธุรกิจได้ออกแบบและสร้างสรรค์ จัดหาสินค้าและบริการให้เป็นไปตามสภาวะความเป็นจริงของสมาชิกทางสังคม โดยในขั้นแรกนั้นจะจูงใจโดยการกระตุ้นนักลงทุนก่อน(เน้นการตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น เน้นผลกำไร) เพราะองศ์กรธุรกิจเป็นหน่วยธุรกิจพื้นฐานทางเศรษฐกิจสังคม ดังเช่นการผลิตสินค้าและบริการนั้นเป็นบทบาทหลักที่สำคัญที่สุดที่จำเป็นต่อผู้บริโภคและความต้องการในการยอมรับกระบวนการในการสร้างผลกำไร โดยบางประเด็นทางด้านความคิดที่จูงใจโดยทำไร่นั้น สามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสามารถนำไปสู่ผลกำไรที่สูงสุดได้ เพราะเป็นองศ์กรธุรกิจที่ตั้งอยู่บนรากฐานความรับผิดชอบต่อทางเศรษฐกิจ สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันสร้างความแข็งแกร่งให้กับองศ์กรธุรกิจได้



CARROLL'S CSR PYRAMID

2. ความรับผิดชอบทางด้านกฎหมาย (LEGAL)

สังคมเพียงอย่างเดียวไม่สามารถลงโทษองค์กรธุรกิจที่พยายามจะสร้างกำไรโดยการจูงใจ ในขณะที่เดียวกันนั้น องค์กรธุรกิจได้คาดหวังว่าจะต้องเชื่อฟังยินยอมปฏิบัติตามข้อกำหนดกฎหมายและบทบัญญัติที่ได้ประกาศไว้โดยรัฐบาล องค์กรธุรกิจต้องปฏิบัติตามภายใต้กฎระเบียบต่าง ๆ เหล่านั้น โดยเป็นการเติมเต็มของข้อผูกพันทางสังคมระหว่างองค์กรธุรกิจ และสังคม อีกทั้งองค์กรได้คาดหวังไว้ว่าจะต้องทำตามข้อกำหนดทางเศรษฐกิจภายใต้กรอบของกฎหมาย โดยความรับผิดชอบทางด้านกฎหมายนั้นได้สะท้อนมุมมองของระบบปฏิบัติ ดังนั้นองค์กรธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม จึงต้องปฏิบัติตามภายใต้กรอบของกฎหมาย



CARROLL'S CSR PYRAMID

3. ความรับผิดชอบทางด้านจริยธรรม (ETHICAL)

แม้ว่าความรับผิดชอบด้านเศรษฐกิจและกฎหมายได้แสดงให้เห็นถึงมาตรฐานทางด้าน จริยธรรมว่ามีความเกี่ยวข้องกับความจริงสุจริต และความยุติธรรมนั้น สังคมมีความคาดหวังต่อการยอมรับในกิจกรรมการปฏิบัติทางด้านความรับผิดชอบ ด้านจริยธรรมขององค์กรด้วย แม้ว่าการับผิดชอบทางด้านจริยธรรมจะได้ประมวลไปสู่ความเป็นกฎหมาย แต่ความรับผิดชอบทางด้านจริยธรรมได้ชี้ให้เห็นมาตรฐาน บรรทัดฐาน หรือความคาดหวังที่สะท้อนถึงความสนใจของผู้บริโภค ลูกจ้าง ผู้ถือหุ้น และสังคมในด้านการคำนึงถึงความยุติธรรม หรือเป็นการปกป้องผู้ถือหุ้นให้อยู่ในกฎระเบียบที่ถูกต้อง



CARROLL'S CSR PYRAMID

4. ความรับผิดชอบต่อสังคม (PHILANTHROPIC RESPONSIBILITIES)

เป็นการกระทำที่องค์กรธุรกิจให้ความช่วยเหลือหรือบริจาคเพื่อเป็นการตอบสนอง ความคาดหวังของสังคมด้วยความเป็นพลเมืองที่ดีขององค์กรธุรกิจ อาจรวมถึงกิจกรรมที่เป็นการกระทำที่สนับสนุนความผาสุกของมนุษย์หรือความสัมพันธ์อันดีในทางธุรกิจ โดยทั้งผู้บริหารและลูกจ้างมีส่วนร่วมโดยการเป็นอาสาสมัครเพื่อร่วมช่วยเหลือสังคมท้องถิ่น หรือปรับปรุงคุณภาพชีวิตของชุมชน สังคม ให้ดีขึ้น หรือการที่องค์กรธุรกิจได้มีส่วนช่วยเหลือสังคมด้วยการบริจาคเงิน การช่วยเหลือสนับสนุนงานทางด้านศิลปะ การศึกษาต่าง ๆ ค้ำจุนทำไรสู่สังคม



CARROLL'S CSR PYRAMID

- CARROLL'S CSR PYRAMID

มีข้อดีคือ เน้นความสำคัญของกำไรต้องมาก่อนซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการอยู่รอดขององค์กรหรือกิจกรรม แบบจำลองนี้มีความเป็นเหตุผลเข้าใจง่าย ใช้ข้อความธรรมดาที่เห็นภาพชัด สามารถเลือกใช้ได้มากกว่าหนึ่งองค์ประกอบ

- CARROLL'S CSR PYRAMID

มีข้อเสียคือ บางครั้งการเน้นในเรื่องผลกำไร อาจทำให้หลายส่วนต้องถูกลดความสำคัญลงไปได้



CARROLL'S CSR PYRAMID

องค์กรธุรกิจที่มุ่งจะเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน ควรจะต้องคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมทั้ง 4 ด้านให้ครอบคลุมมากที่สุด องค์กรจะมีความรับผิดชอบต่อสังคมเฉพาะเพียงด้านใดด้านหนึ่งไม่ได้ เพราะองค์กรที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมทั้ง 4 ด้านจะทำให้มีส่วนช่วยเหลือสังคม จึงจะได้รับการยอมรับจากสังคมได้มากยิ่งขึ้น

ความแตกต่างระหว่างแนวคิด FRIEDMAN กับ CARROLL

ตอบ : มีความเหมือนกัน ถึงแม้ว่าแนวคิดของ Friedman จะมีความรับผิดชอบในด้านสังคม เน้นทางด้านใช้ทรัพยากรขององค์การในการทำกิจกรรมต่างๆ หรือเรียกว่าการแข่งขันในระบบธุรกิจเปิด และเสรี โดยจะไม่มีอาการหลอกลวงกันเกิดขึ้น

ส่วนแนวคิดของ Carroll จะมีความรับผิดชอบในด้านองค์การธุรกิจ มี 4 ด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ กฎหมาย จริยธรรม และดุลพินิจ องค์ประกอบ 4 อย่าง รวมกันจะเรียกว่า "พีระมิดความรับผิดชอบต่อสังคม" จะมีความแตกต่างกันในรูปแบบหนึ่ง

แต่สุดท้ายแล้ว 2 แนวความคิดนี้ก็มีความมุ่งหวังผลกำไรให้แก่องค์การทั้งคู่ โดยอาจจะมีปัจจัยอื่นเข้ามาพ่วง เช่น ด้านกฎหมาย ด้านเศรษฐกิจ

ตัวอย่างการทำ CSR ที่ประสบความสำเร็จ



SCG
GREEN
CHOICE
SCG ECO VALUE

นวัตกรรม สินค้าและบริการที่เป็นมิตร
ต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นการสร้างมูลค่า
ให้แก่ผู้บริโภคและผู้ให้บริการ โดยคำนึง
ถึงการอนุรักษ์ธรรมชาติ และสิ่ง
แวดล้อมควบคู่กันไป



น้ำตาลมิตรพล ZERO WASTE

ตัวอย่างยั่งยืนที่นำเอากากน้ำตาลหรือโมลาส ซึ่งเป็น
ผลิตภัณฑ์สุดท้ายของกระบวนการผลิตน้ำตาล มาเป็น
วัตถุดิบตั้งต้นในการทำน้ำมันเชื้อเพลิงตลอดจนเอาถ่าน
ถ่านมาทำเป็นปุ๋ย ซึ่งสามารถช่วยลดมลพิษและลดของ
เสียได้

ความหมายความสำคัญ ของจริยธรรมทางธุรกิจ

- ธุรกิจและจริยธรรม มีความเกี่ยวข้องอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้
- หากองค์กรนี้เกิดปัญหาขาดความรับผิดชอบ จะทำให้การดำเนินธุรกิจไม่ราบรื่น หยุดชะงัก เสื่อมเสียชื่อเสียงและทำให้ธุรกิจล้มเหลว



ขอบเขตความ รับผิดชอบของ องค์กรธุรกิจ ต่อสังคม หรือ CSR

ประกอบด้วยความรับ
ผิดชอบต่อไปนี้

1. ความรับผิดชอบต่อชุมชน และสังคม

หมายถึง องค์กรควรผลิตสินค้าหรือให้บริการที่เป็นที่ต้องการของชุมชน เป็นการตอบสนองความต้องการของประชาชนและไม่ทำให้ชุมชนเสื่อมโทรมหรือ มอมเมาประชาชน

2. ความรับผิดชอบต่อสุขภาพและสวัสดิการของประชาชน

งานนำเสนอเป็นเครื่องมือสื่อสารที่อาจเป็นการสาธิต การบรรยาย การปาฐกถา รายงาน และอื่น ๆ

3. ความรับผิดชอบต่อด้านการศึกษา

4. ความรับผิดชอบต่อด้านสิทธิมนุษยชน

หมายถึง การไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล การใช้แรงงานผิดกฎหมาย เป็นต้น

5. ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

หมายถึง ความผิดชอบในการไม่ทำให้เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม

ขอบเขตความ รับผิดชอบของ องค์การธุรกิจ ต่อสังคม หรือ CSR (ต่อ)

6. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

หมายถึง รับผิดชอบต่อการอุปโภคบริโภคของลูกค้า มีความปลอดภัยต่อชีวิต ปลอดภัยในการใช้งาน การรับประกันสินค้าที่ด้วยคุณภาพ การรับประกันคุณภาพตามที่กล่าวอ้าง

7. ความรับผิดชอบต่อวัฒนธรรม

หมายถึง การผลิตสินค้าที่คำนึงถึงวัฒนธรรมประเทศนั้น หรือคำนึงถึงข้อกำหนดทางศาสนา วัฒนธรรมประเพณีอันดีงาม

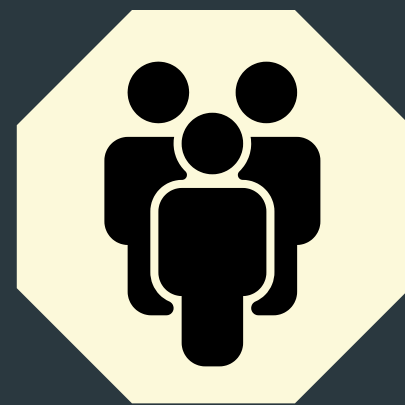
** องค์การธุรกิจได้กำหนดบทบัญญัติบริษัท ไว้เพื่อเป็นข้อกำหนดทางด้านจริยธรรม สังคม สิ่งแวดล้อม หรือที่เรียกว่า **Codes of Ethics** หมายถึง ข้อกำหนดเกี่ยวกับจริยธรรมของธุรกิจ

ขอบเขตความรับผิดชอบขององค์กรธุรกิจ ต่อสังคม หรือ CSR (ต่อ)

ตัวอย่าง บริษัท จอห์นสัน แอนด์ จอห์นสัน ได้กำหนดข้อบัญญัติทางจริยธรรมไว้ หน้า 243 ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้
กำหนดจริยธรรมของธุรกิจไว้อย่างครอบคลุมทุกด้าน ได้แก่



ด้านผลิตภัณฑ์



ด้านสังคม



ด้านผู้บริโภค



ด้านพนักงาน



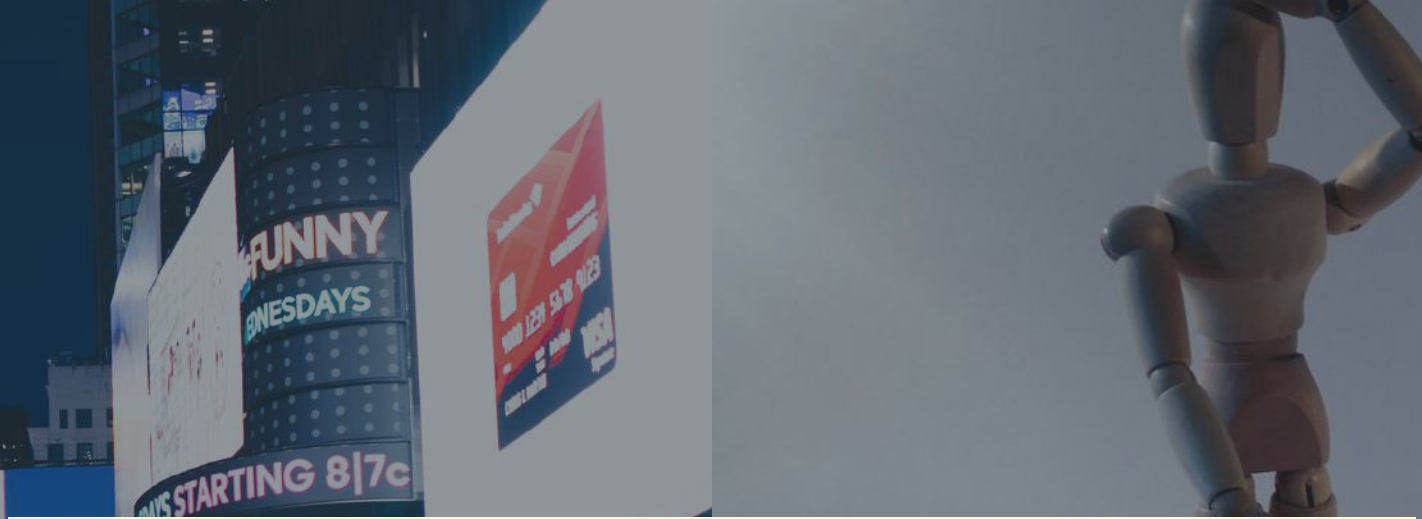
ด้านวิจัยและ
พัฒนา



ด้านการรักษา
สภาพแวดล้อม



ด้านผลตอบแทน
แก่ผู้ถือหุ้น



ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)



ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ต่อ

องค์การได้ให้การสนับสนุนต่อจริยธรรมของธุรกิจในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนี้

1. ธุรกิจไม่ควรหลีกเลี่ยงเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม
2. ธุรกิจควรรักษาทรัพยากรทางการบริหารไว้ในสภาพสลับซับซ้อนของปัญหาทางสังคมที่เกิดขึ้น
3. การมีสังคมที่ดีช่วยให้สภาพแวดล้อมของการดำเนินธุรกิจดีไปด้วย จะทำให้องค์การได้รับผลกำไรในระยะยาวจากการลงทุน
4. การมีส่วนร่วมในสังคมเป็นเครื่องช่วยป้องกันข้อจำกัดต่างๆ จากทางหน่วยงานของรัฐ ทำให้องค์การไม่ถูกกดดันหรือบังคับจากหน่วยงานของรัฐ

ผลลัพธ์ที่ได้จากการที่องค์การมี จริยธรรม ในการดำเนินธุรกิจ

จากผลงานวิจัยของ SANDRA HOLMES WU
ว่าความมีจริยธรรมทางธุรกิจส่งผลในทางบวก
และลบ ดังตาราง

องค์การของรัฐได้มีการกำหนดข้อกำหนดเกี่ยวกับการมี ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจดังต่อไปนี้

ความมีจริยธรรมและรับผิดชอบต่อสังคม

1. จริยธรรมต่อหน่วยงาน

1) ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต โปร่งใส เพื่อประโยชน์สูงสุดของหน่วยงาน

2) นำความรู้และทักษะการบริหารมาประยุกต์ใช้อย่างเต็มความสามารถ

3) รักษาเกียรติยศชื่อเสียงของตน และรักษาภาพลักษณ์ที่ดีของหน่วยงานนการสาริต การบรรยาย การปาฐกถา รายงาน และอื่น ๆ

4) ไม่เปิดเผยข้อมูลลับของหน่วยงานต่อบุคคลภายนอก

5) ไม่ใช้อำนาจหน้าที่ของตนหรือยอมให้ผู้อื่นอาศัยอำนาจหน้าที่ของตน

องค์การของรัฐได้มีการกำหนดข้อกำหนดเกี่ยวกับการมี ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจดังต่อไปนี้

ความมีจริยธรรมและรับผิดชอบต่อสังคม

2. จริยธรรมของผู้ประกอบการต่อลูกค้า

1) พึงขายสินค้าและ
บริการในราคา
ยุติธรรม

2) พึงขายสินค้าและ
บริการที่มีคุณภาพ

3) พึงดูแลลูกค้าทุก
คนเท่าเทียมกัน

4) พึงงดเว้นการ
สร้างเงื่อนไขให้
ลูกค้าต้องทำตาม
เพื่อต่อรอง

5) พึงปฏิบัติต่อ
ลูกค้าด้วยอัธยาศัย
ไมตรีอันดี

องค์การของรัฐได้มีการกำหนดข้อกำหนดเกี่ยวกับการมี ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจดังต่อไปนี้

ความมีจริยธรรมและรับผิดชอบต่อสังคม

3. จริยธรรมของผู้ประกอบการ

1) พึ่งขายสินค้าและ
บริการในราคา
ยุติธรรม

2) พึ่งขายสินค้าและ
บริการที่มีคุณภาพ

3) พึ่งดูแลลูกค้าทุก
คนเท่าเทียมกัน

องค์การของรัฐได้มีการกำหนดข้อกำหนดเกี่ยวกับการมี ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจดังต่อไปนี้

ความมีจริยธรรมและรับผิดชอบต่อสังคม

4. จริยธรรมของผู้ประกอบการต่อหน่วยงานของรัฐ

1) ซื่อสัตย์ ตรงไป
ตรงมา

2) ปฏิบัติตามข้อ
กำหนดของกฎหมาย

3) ละเว้นการติด
สินบนเจ้าพนักงาน

4) ละเว้นการให้
ความร่วมมือที่มี
เจตนาทุจริต

5) ละเว้นการให้ของ
ขวัญของกำนัน

องค์การของรัฐได้มีการกำหนดข้อกำหนดเกี่ยวกับการมี ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจดังต่อไปนี้

ความมีจริยธรรมและรับผิดชอบต่อสังคม

4. จริยธรรมของผู้ประกอบการต่อหน่วยงานของรัฐ

6) พึ่งให้ความร่วมมือกับหน่วยงานราชการ

7) พึ่งมีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงานราชการและสร้างศรัทธาต่อประชาชน

องค์การของรัฐได้มีการกำหนดข้อกำหนดเกี่ยวกับการมี ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจดังต่อไปนี้

ความมีจริยธรรมและรับผิดชอบต่อสังคม 5. จริยธรรมของประกอบการต่อพนักงาน

1) ปฏิบัติต่อ
พนักงานด้วยความ
สุภาพ

2) พึงให้ค่าจ้างค่า
ตอบแทนที่เหมาะสม
กับความรู้ความ
สามารถ

3) พึงเอาในใส่ใน
สวัสดิการ จัดหา
เครื่องป้องกัน
อันตราย

4) พึงพัฒนาให้
ความรู้เพื่อเพิ่มความ
ชำนาญ

5) พึงยุติธรรมต่อ
พนักงานทุกคน

องค์การของรัฐได้มีการกำหนดข้อกำหนดเกี่ยวกับการมี ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจดังต่อไปนี้

ความมีจริยธรรมและรับผิดชอบต่อสังคม 5. จริยธรรมของประกอบการต่อพนักงาน

6) พึงศึกษานิสัย
ใจคอของพนักงาน
แต่ละคน

7) พึงเคารพสิทธิ
ส่วนบุคคลของ
พนักงาน

8) พึงเชื่อถือไว้วาง
ในงานที่มอบหมาย

9) พึงให้คำแนะนำ
ปรึกษาช่วยเหลือ

10) พึงสนับสนุนให้
พนักงานประพฤติตน
ดี

องค์การของรัฐได้มีการกำหนดข้อกำหนดเกี่ยวกับการมี ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจดังต่อไปนี้

ความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการต่อพนักงานลูกจ้าง จะต้องมี
จรรยาบรรณต่อพนักงานในด้านต่างๆ สำคัญ 3 ด้าน ดังนี้

1. ความรับผิดชอบต่อ
ด้านการจ้างงาน

2. ความรับผิดชอบต่อ
ด้านสภาพการ
ทำงาน

3. ความรับผิดชอบต่อ
ด้านสิทธิส่วนบุคคล
ของพนักงาน



จริยธรรม ของผู้ ประกอบการ ต่อสังคม และสิ่ง แวดล้อม

จริยธรรมของผู้ประกอบการต่อสังคม และสิ่ง
แวดล้อม ประกอบด้วย

จริยธรรมของผู้ประกอบการต่อสังคม

- ละเว้นการทำธุรกิจที่ทำให้สังคมเสื่อม
- พึงดูแลเอาใจใส่กิจการของตนไม่ให้เกิด
มลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม
- พึงเคารพในทรัพย์สินทางปัญญา ไม่ลอก
เลียนแบบ
- พึงให้ความร่วมมือกับชุมชนและสังคม
- ฯลฯ



แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพสินค้าที่ผู้ประกอบการจะต้องรับผิดชอบ

1. หน้าที่ในการยินยอม

หมายถึง องค์การธุรกิจจะต้องยินยอมให้มีการแสดงออกอย่างชัดเจนในเรื่องรายละเอียด คุณสมบัติ หน้าที่ในการยินยอม ประกอบด้วย

- 1) ความเชื่อถือได้
- 2) อายุของบริการ
- 3) การดูแลรักษา
- 4) ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์



แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพสินค้าที่ผู้ประกอบการจะต้องรับผิดชอบ

2. **หน้าที่ในการเปิดเผย** หมายถึง การบอกความจริงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์โดยไม่ปิดบังอำพราง
3. **หน้าที่ในการไม่บิดเบือน** หมายถึง การไม่หลอกลวงถึงสรรพคุณของสินค้านั้นโดยไม่กล่าวเกินจริง
4. **หน้าที่ในการไม่บังคับ** หมายถึง การให้อิสระแก่ลูกค้าในการตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง ไม่บีบบังคับหรือใช้ความกดดันทางอารมณ์

การบริหารตามหลักธรรมาภิบาลและหลักบรรษัทภิบาล



- คณะกรรมการบริหารบริษัทฯ มีบทบาทสำคัญในการกำกับดูแลกิจการให้ตระหนักในความรับผิดชอบต่อบุคคลทุกฝ่ายทั้งภายใน ภายนอก และสิ่งแวดล้อม โดยเน้นการบริหารที่เป็นธรรม มีความโปร่งใสเปิดเผยข้อมูลได้ สามารถตรวจสอบได้ รวมทั้งพิทักษ์สิทธิประโยชน์ของทุกฝ่าย

บรรษัทภิบาล

- **บรรษัท**

หมายถึง Corporation อันแสดงถึงองค์กรขนาดใหญ่ ที่ทำธุรกิจเพื่อมุ่งหวังผลกำไร เสถียรภาพ มีการเจริญเติบโต และเพื่อแผ่ต่อสังคม

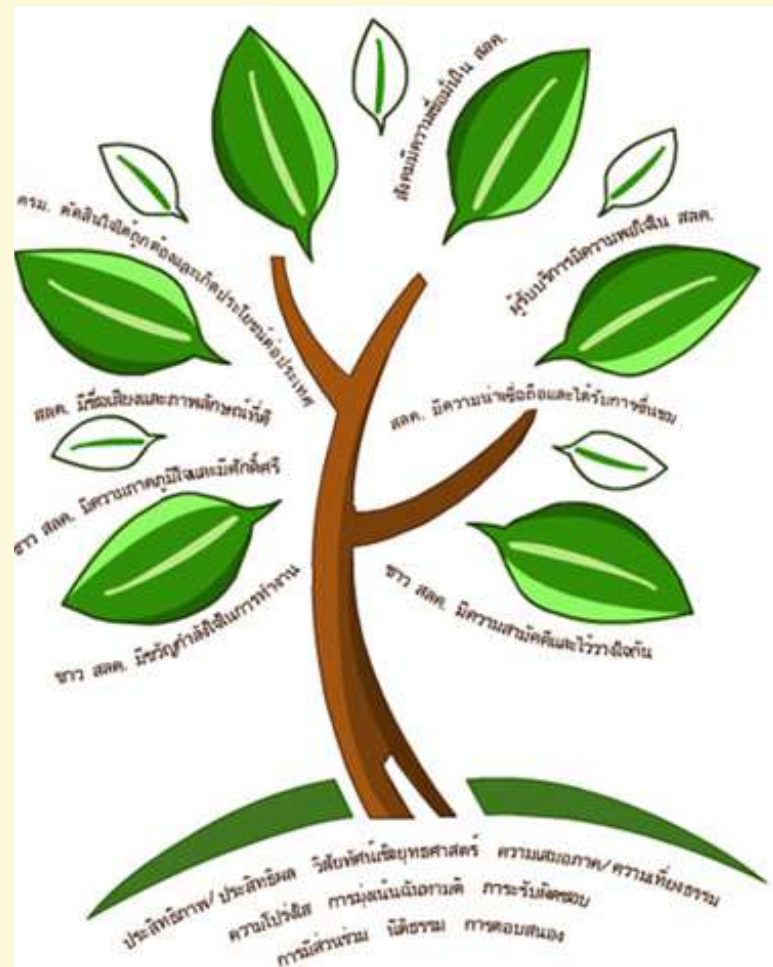
- **อภิบาล**

หมายถึง การปกครองที่เปี่ยมด้วยความเชื่ออาทรฉันบิดา มาดา อาทรต่อบุตร

- **สรุป บรรษัทภิบาล**

• หมายถึง วิธีแห่งการดำรงอยู่ของบริษัท/หรือองค์การ และแนวทางหรือวิธีแห่งการปฏิบัติตนของคนในองค์การ

หลักบรรรุษทภ บาล ประกอบ ด้วยหลักการ ต่างๆ ดังนี้



1. ความถูกต้อง รับผิดชอบต่อผลการปฏิบัติหน้าที่
2. ความรับผิดชอบสำนึกในหน้าที่
3. การปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน
4. ความโปร่งใส
5. การมีวิสัยทัศน์ สร้างคุณค่าแก่องค์กร
6. มีจริยธรรม



ตัวอย่างหลักบรรษัทภิบาล ของบริษัท

1. มุ่งมั่นพัฒนาให้มีระบบบริหารคุณภาพ
2. มุ่งส่งมอบผลงาน ผลิตภัณฑ์ ที่มีคุณภาพ ปลอดภัย
3. ปฏิบัติงานตามกฎหมาย ข้อกำหนด และมาตรฐาน
4. ควบคุมความเสี่ยงและป้องกันความสูญเสียจาก
อุบัติเหตุ
5. ใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด
6. มุ่งมั่นให้ผู้บริหารให้ความสำคัญสูงสุดในการดำเนินงาน
ที่ถูกหลักเกณฑ์ด้านสุขภาพ อนามัย
7. มุ่งมั่นให้มีกิจกรรมและการดำเนินงานต่างๆ
สอดคล้องหรือมีมาตรฐาน
8. ฯลฯ

สรุปหลักการ สำคัญสำหรับการสร้าง กติกาสหประชาชาติ

หลักการสำคัญในการ
สร้างสหประชาชาติ มี
7 ประการ คือ

หลักการที่ 1

ความรับผิดชอบของธุรกิจมิได้มีเพียงแต่ความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น แต่ต้องแสดงถึงความรับผิดชอบต่อผู้มีผลประโยชน์ร่วมทุกๆ กลุ่มอย่างครบถ้วน

หลักการที่ 2

ผลกระทบของธุรกิจที่เกิดจากเศรษฐกิจและสังคมย่อมส่งผลกระทบต่อนวัตกรรม ความยุติธรรม และสังคมโลก

หลักการที่ 3

พฤติกรรมทางธุรกิจจะเกิดจากจิตวิญญาณแห่งความไว้วางใจ มากกว่าจะเป็นไปตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย

หลักการที่ 4

การยอมรับในกติกาต่างๆ

สรุปหลักการ สำคัญสำหรับ การสร้าง กติกา บริษัทภิบาล”

หลักการสำคัญในการ
สร้างบริษัทภิบาล มี
7 ประการ คือ

หลักการที่ 5
สนับสนุนการค้าพหุภาคี

หลักการที่ 6
การเห็นความสำคัญของสิ่งแวดล้อม

หลักการที่ 7
หลักเลียงกรประกอบธุรกิจที่ผิด



บรรษัทภิบาล

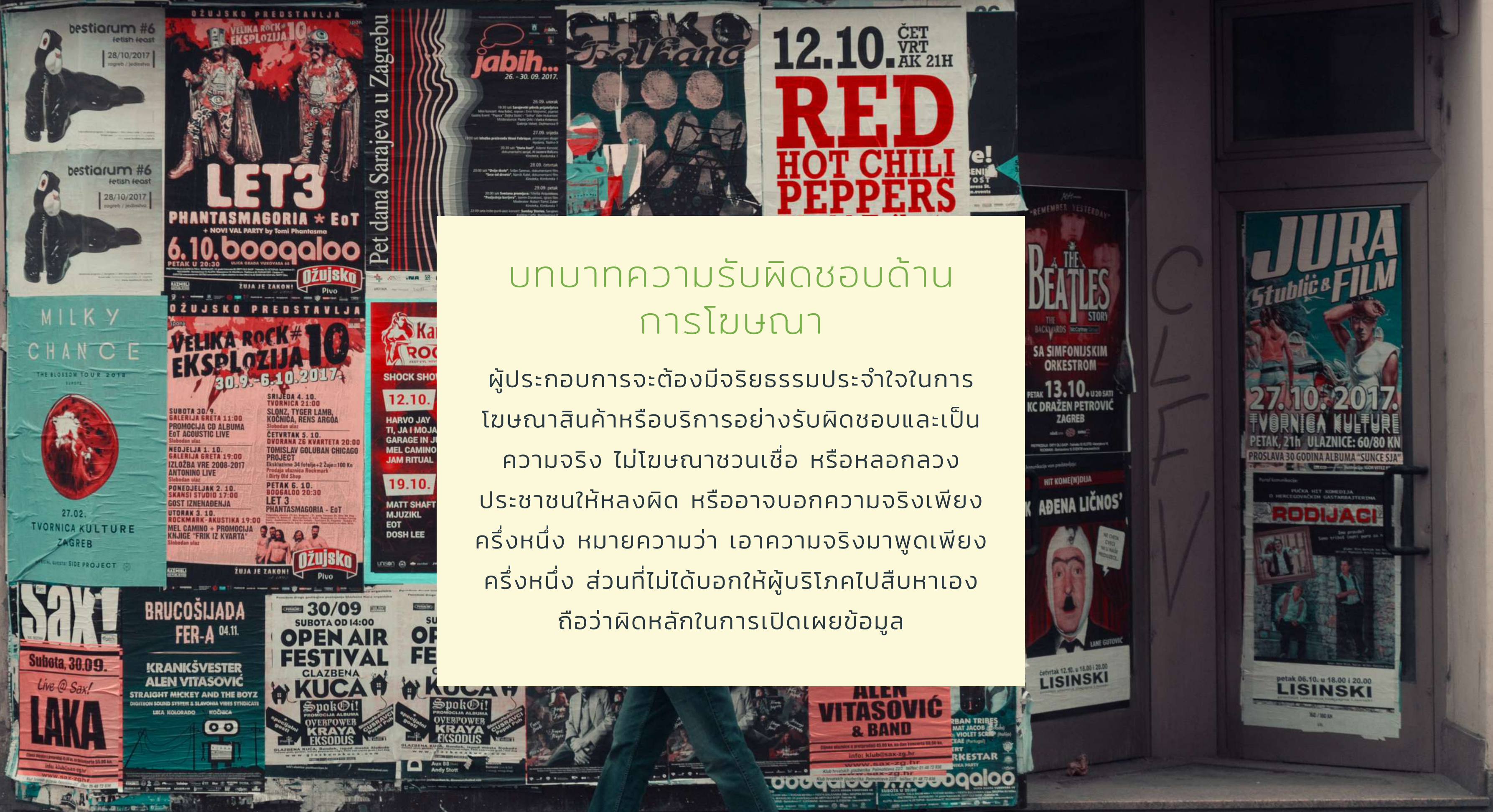
- ตัวอย่างหลักการทำกับดุษฎีแลกิจการที่ดี
- องค์ประกอบของหลักธรรมาภิบาล 6 ประการ

การบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี หรือ หลักธรรมาภิบาล

การ•ประกอบด้วย

ประสิทธิภาพ
ความคุ้มค่าของเงิน
ประสิทธิผล
คุณภาพ
ภาวความรับผิดชอบ

การมีส่วนร่วม
เปิดเผยโปร่งใส
ตอบสนองความต้องการ
กระจายอำนาจ
นิติกรรม



บทความความรับผิดชอบด้าน การโฆษณา

ผู้ประกอบการจะต้องมีจริยธรรมประจําใจในการ
โฆษณาสินค้าหรือบริการอย่างรับผิดชอบและเป็น
ความจริง ไม่โฆษณาชวนเชื่อ หรือหลอกลวง
ประชาชนให้หลงผิด หรืออาจบอกความจริงเพียง
ครึ่งหนึ่ง หมายความว่า เอาความจริงมาพูดเพียง
ครึ่งหนึ่ง ส่วนที่ไม่ได้บอกให้ผู้บริโภคไปสืบหาเอง
ถือว่าผิดหลักในการเปิดเผยข้อมูล

จรรยาบรรณของผู้ประกอบการต่อสิ่งแวดล้อม

สิ่งแวดล้อมมีความสำคัญต่อธุรกิจเป็นอย่างมากทั้งโดยทางตรงและทางอ้อม ธุรกิจจึงควรมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น

- การไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติ
- การใช้วัสดุอื่นแทนทรัพยากรธรรมชาติ
- การรักษาสภาพแวดล้อม
- ไม่ตัดไม้ทำลายป่า เป็นต้น

นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรทำการวิเคราะห์ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การจำแนกชนิดของผลกระทบของสิ่งแวดล้อม การทำนายผลกระทบที่จะเกิดขึ้น รวมทั้งหามาตรการป้องกันและแก้ไข



การจัดการเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม

- หมายถึง องค์กรธุรกิจมีจรรยาบรรณต่อสิ่งแวดล้อมในด้านการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพของการกระทำที่มีต่อทุกคนในองค์การ ได้แก่ ผู้ถือหุ้น ลูกค้า โดยการทำให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด
- **วิธีการปกป้องสิ่งแวดล้อม** หรือ เรียกว่า **DFE** หมายถึง การออกแบบมาเพื่อให้ง่ายต่อการใช้ซ้ำอีกและย่อยสลายได้หมุนเวียนมาใช้ใหม่ได้

หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมธุรกิจ

- ได้แก่ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม กรมโรงงานอุตสาหกรรม กรมสรรพากร กรมสรรพสามิต กรมศุลกากร สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ฯลฯ

หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมธุรกิจ

- สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
- กรมทรัพย์สินทางปัญญา
- ลิขสิทธิ์
- สิทธิบัตร
- เครื่องหมายการค้า
- สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
- สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

ตัวอย่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับ จริยธรรม



จริยธรรมใน การดำเนิน ธุรกิจระหว่าง ประเทศ

1. จริยธรรมของนักธุรกิจระหว่างประเทศต่อลูกค้า
2. จริยธรรมของนักธุรกิจระหว่างประเทศในการแข่งขัน
3. จริยธรรมของนักธุรกิจระหว่างประเทศด้านกฎหมาย
4. จริยธรรมของนักธุรกิจระหว่างประเทศด้านวัฒนธรรมระหว่างประเทศ
5. จริยธรรมของนักธุรกิจระหว่างประเทศด้านสิ่งแวดล้อม

มาตรฐาน จริยธรรม



1. มาตรฐานจริยธรรมเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ISO 14001

2. ผลิตภัณท์สีเขียวรักษาสิ่งแวดล้อม (GP)

3. ผลิตภัณท์ฉลากเขียว

4. มาตรฐานจริยธรรมเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม (SA 8000)



7 ขั้นตอนระดับ ซีเอสอาร์ ให้ประสบความสำเร็จ

ขั้นที่ 1 การทำ CSR ที่กล่าวมาข้างต้น มุ่งที่การคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) ที่ธุรกิจเข้าไปเกี่ยวข้องด้วยไม่ว่าจะเป็น ลูกค้า พนักงาน ผู้ส่งมอบ คู่ค้า ฯลฯ นอกเหนือจากเรื่องชุมชนและสิ่งแวดล้อม ซึ่งหากองค์กรดำเนินธุรกิจโดยที่ไม่มีข้อขัดแย้งหรือข้อพิพาทกับผู้มีส่วนได้เสียเหล่านี้ กิจกรรมก็ย่อมจะดำเนินไปได้อย่างราบรื่น ไม่มีปฏิกิริยา สามารถแสวงหากำไรหรือประกอบธุรกิจอยู่ได้ในสังคมอย่างต่อเนื่อง เกิดเป็นความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจนั่นเอง



7 ขั้นตอนปรับระดับ ซีเอสอาร์ ให้ประสบความสำเร็จ

ขั้นที่ 2 แนวนโยบาย (Platform) ที่จำเป็นต้องปรับจากทำ
โดยลำพัง ไปสู่มาตรฐานสากล (From Standalone to Standard)
ทั้งนี้ ธุรกิจที่ดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมมาระยะหนึ่งโดยลำพัง
(Standalone) อาจมีคำถามเกิดขึ้นว่า CSR ที่ทำอยู่นั้น ดีพอแล้วหรือ
ยัง ครบถ้วนแล้วหรือยัง หรือจะทำให้ดีขึ้นกว่านี้ได้อีกหรือไม่ ซึ่งเป็น
เรื่องปกติธรรมดาสำหรับองค์กรที่แสวงหาการพัฒนาปรับปรุงตนเอง
อย่างสม่ำเสมอ ดังนั้น เมื่อองค์กรเดินเรื่อง CSR มาถึงจุดนี้ อาจจะ
ต้องศึกษาแนวปฏิบัติหรือมาตรฐานการดำเนินความรับผิดชอบต่อ
สังคมซึ่ง เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไป (Standard) สำหรับนำมาปรับใช้กับ
การทำ CSR ขององค์กร นอกเหนือจาก (ร่าง) มาตรฐานว่าด้วยความ
รับผิดชอบต่อสังคม (ISO 26000)



7 ขั้นตอนปรับระดับ ซีเอสอาร์ ให้ประสบความสำเร็จ

ขั้นที่ 3 โครงสร้าง (Structure) จากเดิมที่ดำเนินการเป็นแผนก ก็ควรปรับสู่ระดับให้เกี่ยวข้องทั้งระบบและคนทั่วทั้งองค์กร (From Department to Alignment) พนักงานมี ความรู้ ความเข้าใจ และได้มีส่วนร่วมในการทำ CSR ประโยชน์ที่เกิดขึ้นนั้นก็ส่งผลกลับสู่พนักงานไม่ทางตรงก็ทางอ้อม ไม่ว่าจะเป็นเรื่องสภาพแวดล้อมในการทำงาน รวมถึงการปลูกฝังให้พนักงานมีคุณธรรม จริยธรรม มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ การเคารพในสิทธิส่วนบุคคล และทำงานในหน้าที่ของตัวเองอย่างเต็มความสามารถ รวมไปถึงการช่วยเหลือชุมชน สิ่งแวดล้อม เป็นต้น



7 ขั้นปรับระดับ ซีเอสอาร์ ให้ประสบความสำเร็จ

ขั้นที่ 4 โครงสร้าง (Structure) กลยุทธ์ (Strategy) ไปสู่
แนวความคิดสร้างสรรค์ จากเดิมเป็นเพียงการตอบสนอง (From
Responsive to Creative) ทั้งนี้ หากพิจารณา CSR ให้ลึกซึ้ง การ
มองเพียงแค่ความรับผิดชอบต่อสังคมแบบผ่านๆ กล่าวคือ เมื่อเกิด
ปัญหาหรือผลเสียขึ้นแล้วค่อยมีการเข้าไปเยียวยา ฟื้นฟูและแก้ไข เพื่อ
ไม่ให้เกิดข้อเรียกร้องหรือปัญหาที่ตามมากับองค์กรและต้องการให้
สังคม มององค์กรของตนว่าเป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมไม่เพียง
พอในปัจจุบัน และยังเป็นวิธีการดำเนิน CSR ในเชิงตอบสนอง
(Responsive CSR) หรือรอให้เกิดปัญหาแล้วจึงเข้าไปแก้ไขอาจส่งผล
เสียหายที่ใหญ่หลวงต่อสังคม



7 ขั้นตอนระดับ ซีเอสอาร์ ให้ประสบความสำเร็จ

ขั้นที่ 5 การดำเนินงาน (Performance) มุ่งเน้นตอบโจทย์ชีวิตหรือสังคมอย่างจริงจัง มากกว่าการพูดหรือคิดเท่านั้น (From Lip Service to Live Service) ผู้เชี่ยวชาญด้านซีเอสอาร์ คนเดิม บอกอีกว่า พฤติกรรมของคนในสังคม เรียกได้ว่าเป็นพฤติกรรมความเคยชิน ที่วันๆ นั้นได้ดำเนินชีวิตไปอย่างสบายอารมณ์โดยที่ไม่ได้คำนึงถึงสิ่งรอบข้างที่ กำลังจะหมดไป เห็นได้ชัดเจนว่าคนส่วนใหญ่มักจะเอาแต่คิดและพูดเพียงเท่านั้น โดยปราศจากการลงมือทำหรือนำมาปฏิบัติ



7 ขั้นตอนระดับ ซีเอสอาร์ ให้ประสบความสำเร็จ

ขั้นที่ 6 ตัวชี้วัด (Measure)ควรมองที่ผลลัพธ์ (From Output to Outcome) มักมีคำถามเกิดอยู่เสมอว่า การทำ CSR สามารถวัดผลได้หรือไม่? โครงการหรือกิจกรรมที่องค์กรจัดทำขึ้น สังคมได้ประโยชน์มากน้อยเพียงใด? กิจกรรมเพื่อสังคมที่มีอยู่ในสังคม มีความยั่งยืนมากน้อยเพียงใด? จำเป็นหรือไม่ที่ต้องวัดผลในเมื่อเป็นเรื่องของ CSR? แล้วถ้าจะวัดผลควรจะวัดอย่างไร คำถามเหล่านี้ล้วนเป็นประเด็นที่หลายๆองค์กรที่ขับเคลื่อนเรื่อง CSR ความสำคัญของการวัดผลกิจกรรม CSR ที่ควรจะเป็น นำไปสู่การมองที่ผลลัพธ์ (Outcome)



7 ขั้นปรับระดับ ซีเอสอาร์ ให้ประสบความสำเร็จ

ขั้นที่ 7 การเปิดเผยข้อมูล (Disclosure) ควรมุ่งรายงานสู่สาธารณชนมากกว่าการทำประชาสัมพันธ์กิจกรรมองค์กร (From Public Relation to Public Reporting) ทั้งนี้การประชาสัมพันธ์ ถือเป็น การจัดการขององค์กรในอันที่จะสร้างสัมพันธภาพอันดีกับผู้รับ ข่าวสารกลุ่มต่างๆ แต่ก็มีอาจปฏิเสธได้เช่นกันว่าการประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันก็ยังคงต้องอยู่ ภายใต้การแข่งขันที่สูงมากขององค์กรอยู่ดี ทำให้เกิดการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่มากมายในแต่ละองค์กรที่ล้วนแล้วแต่จะเน้นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อ องค์กรด้านเดียวกันเท่านั้น