

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

การประชุม CSR เกิดขึ้นตั้งแต่มีการประชุมระดับโลก (Earth Summit) ครั้งแรกที่กรุงริโอเดจาเนโร ในปีพ.ศ. 2535 (ค.ศ.1992) (ศิริชัย สาครรัตนกุล, 2548) กล่าวคือเมื่อ 12 ปีที่ผ่านมาจากนั้นมาประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกจึงเริ่มต้นด้วยทิศทางใหม่ของการพัฒนา คือ การพัฒนาที่ยั่งยืนที่ให้ความสำคัญในการดูแลสิ่งแวดล้อมและสังคมเป็นสำคัญ ต่อมาจึงเริ่มปรากฏชื่อเรียกเรื่องต่าง ๆ เพื่อให้องค์กรธุรกิจคำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อมให้มากยิ่งขึ้น ไม่ใช่มุ่งเน้นการกำไรแต่เพียงอย่างเดียว นับแต่นั้นมาจึงเริ่มได้ยินคำว่า CSR (ซีเอสอาร์) ซึ่งย่อมาจาก "Corporate Social Responsibility" แปลเป็นภาษาไทยว่า "ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ"

ในปีพ.ศ. 2542 (ค.ศ. 1999) นายโคฟี อันนัน (Kofee Annan) ในฐานะเลขาธิการองค์การสหประชาชาติ (UN) ในขณะนั้นได้เรียกร้องให้องค์กรธุรกิจในทุกประเทศปฏิบัติตัวเป็นพลเมืองที่ดีของโลก (Global Citizenship) ทำให้เป็นที่มาของประกาศว่าด้วยเรื่อง สัญญาโลกแห่งสหประชาชาติ (The UN Global Compact) ที่ต้องการให้แต่ละประเทศนำไปใช้เป็นกรอบในการดำเนินการในฐานะพลเมืองที่ดีของโลก นอกจากนี้องค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจ และการพัฒนา หรือ OECD (Organization for Economic Cooperation and Development) ก็ได้ออกแนวปฏิบัติ (The OECD Guidelines for Multinational Enterprises) สำหรับบริษัทข้ามชาติที่เป็นสมาชิกของ OECD นำไปใช้เป็นแนวปฏิบัติในการจัดทำซีเอสอาร์ (คณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม, 2551)

ปี พ.ศ. 2545 (ค.ศ. 2002) ได้มีการประชุมสุดยอดของโลกว่าด้วยการพัฒนาอย่างยั่งยืน (UN World Summit on Sustainable Development) รับการจัดให้มีขึ้นที่เมืองโจฮันเนสเบิร์ก ส่งผลให้เกิดข้อตกลงร่วมกันที่ก่อให้เกิดความเชื่อมโยงอย่างชัดเจนของความรับผิดชอบต่อภาคธุรกิจต่อสังคม และการพัฒนาที่ยั่งยืน ภายใต้หลักการที่ว่า “การตอบสนองความต้องการของคนยุคนี้ต้องไม่ไปทำลายโอกาสของคนรุ่นหลังในการตอบสนองความต้องการของตน” (Diamond-Main Element of CSR World Bank, 2004)

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า ซีเอสอาร์เป็นแนวคิดใหม่ที่กลุ่มประเทศต่าง ๆ นำมากำหนดเป็นเงื่อนไขในการทำการค้าอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและคำนึงถึงผลกระทบที่จะมีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

ความหมาย CSR

สภาธุรกิจโลกเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน (BCSD: World Business Council for Sustainable Development) (CSR: Meeting Changing Expectations, 1999) ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรว่าหมายถึง ความมุ่งมั่นหรือพันธะสัญญาที่ธุรกิจมีอยู่อย่างต่อเนื่องในการที่จะประพฤติปฏิบัติอย่างมีจริยธรรมและมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจด้วยการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของผู้ใช้แรงงานตลอดจนครอบครัวของเขาเหล่านั้น ตลอดจนมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นและสังคมในวงกว้าง

องค์การสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา (United Nations Conference on Trade and Development : UNTAD) ได้ให้ความหมายว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ คือ การที่บริษัทเข้าไปเกี่ยวข้องและมีผลกระทบเชิงบวกต่อความต้องการและเป้าหมายของสังคม คณะกรรมาธิการยุโรป (European Commission Green Paper) ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ คือ แนวคิดที่บริษัทจะบูรณาการ งานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมเข้าไปในกิจการของประเทศและการปฏิสัมพันธ์ของผู้เกี่ยวข้อง (Stakeholder) โดยสมัครใจ

องค์การระหว่างประเทศ ว่าด้วยการมาตรฐาน (ISO) กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (CSR) คือ การที่องค์กรตอบสนองต่อประเด็น ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งที่การให้ประโยชน์หลัก คน ชุมชน และสังคม นอกจากนั้น ยังเป็นเรื่องของบทบาท ขององค์กรธุรกิจ ในสังคม และความคาดหวังของสังคมที่มีต่อองค์กรธุรกิจ โดยจะต้องทำด้วยความสมัครใจ และผู้บริหารจะต้องมีบทบาทเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่าง ๆ โดยสามารถวัดผลได้ใน 3 มิติ คือ การวัดผลทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม นำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

ชามูเอล ซี เซอโต้ (Certo, 2003, P. 48) ได้ให้ความหมายว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจเอกชนคือ การบริหารจัดการที่เป็นการปกป้องและปรับปรุงสวัสดิการของสังคม (Welfare of society) โดยรวมและผลประโยชน์ขององค์กร (Interest of Organization)

ไพบุลย์ วัฒนศิริธรรม (2549, หน้า 3) กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (CSR) อาจสรุปได้ดังนี้คือ 1. ไม่ทำสิ่งที่เป็นผลเสียต่อสังคมทั้งทางตรงและทางอ้อม 2. ทำสิ่งที่เป็นคุณประโยชน์ต่อสังคมทั้งทางตรงและทางอ้อม 3. พัฒนาตัวเองให้มีคุณธรรม คุณภาพ และประสิทธิภาพ อย่างดีที่สุด

สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (Corporate Social Responsibility Institute, 2009, P. 5) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (Corporate Social Responsibility) คือ การดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการใส่ใจและดูแลรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อมภายใต้หลักจริยธรรม

การกำกับดูแลกิจการที่ดี และการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาบูรณาการ เพื่อนำไปสู่การดำเนินธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน

จากที่กล่าวมาข้างต้น ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจไม่มีคำจำกัดความใดคำจำกัดความเดียวที่เป็นมาตรฐานกลาง เป็นคำที่มีความหมายกว้างขวาง และครอบคลุมหลายประเด็น และขึ้นอยู่กับบริบทของภาคธุรกิจเป็นสำคัญ ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาขอใช้ความหมายของคณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (2551) ที่ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจว่า หมายถึง การดำเนินธุรกิจภายใต้หลักจริยธรรม และการกำกับที่ดีควบคู่ไปกับการใส่ใจดูแลรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนมาเป็นกรอบและแนวทางสำคัญในการศึกษาครั้งนี้

ลักษณะรูปธรรมในการดำเนินการด้าน CSR

แม้วิวัฒนาการของ CSR นั้นจะเป็นเรื่องที่ยากซับซ้อนและไม่มีมาตรฐานตายตัว อย่างไรก็ตามในการประยุกต์ CSR เข้ากับธุรกิจอย่างเป็นรูปธรรมในทุกขนาดไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดเล็ก กลาง ใหญ่ หรือระหว่างประเทศนั้น ก็ได้มีการรวบรวมลักษณะรูปธรรมในการดำเนินการด้าน CSR ไว้ โดยเฉพาะจาก European Commission On CSR ซึ่งกล่าวว่า CSR นั้นมีอยู่สองมิติหลัก ๆ ก็คือมิติภายในอันเป็นการดูแลกิจกรรมต่าง ๆ ที่ธุรกิจนั้นดำเนินการอยู่ และจัดการได้โดยตรงเช่นการจัดการแรงงาน กระบวนการผลิต หรือการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม และมีมิติด้านนอกซึ่งเกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางธุรกิจที่บริษัทอาจจะควบคุมไม่ได้โดยตรง เช่นการดูแลลูกค้า การรับผิดชอบต่อผู้จัดจำหน่าย และการสนับสนุนกิจกรรมด้านการพัฒนาสังคมเป็นต้น

มิติภายใน

1. การจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม

องค์กรต่าง ๆ ปัจจุบันมีความท้าทายที่จะต้องดึงพนักงานที่มีความสามารถเข้ามาทำงาน ดังนั้นธุรกิจจึงควรส่งเสริมการจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น ด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Life-long learning) การให้ข้อมูลที่โปร่งใส กับพนักงานในทุก ๆ ด้าน การให้ความสัมพันธ์ระหว่างงาน ชีวิตครอบครัว และการพักผ่อน การปฏิบัติอย่างเท่าเทียมทั้งด้าน การคัดเลือกเข้าทำงาน รายได้ และความก้าวหน้าทางการงาน โดยเฉพาะกับผู้หญิง และผู้พิการ การดูแลเอาใจใส่พนักงานโดยเฉพาะที่ได้รับบาดเจ็บ และ/ หรือ เกิดปัญหาสุขภาพจากการทำงาน นอกจากนั้นในด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต ธุรกิจควรที่จะให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมในระดับต่าง ๆ หรือแม้แต่การมีนโยบายส่งเสริมการเรียนรู้ที่สร้างสรรค์ เช่น การสนับสนุน ช่วงต่อระหว่างโรงเรียนมาสู่พนักงาน

สำหรับคนรุ่นใหม่ โดยการให้การฝึกอบรมพิเศษสำหรับคนกลุ่มนี้ นอกจากนั้นที่สำคัญที่สุด คือ การสร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้นในที่ทำงานให้ได้

2. สุขภาพ และความปลอดภัยในการทำงาน

ถึงแม้ว่าจะมีกฎหมายควบคุมดูแลด้าน สุขภาพ และความปลอดภัยในการทำงาน แต่กระแสการกระจายงานไปสู่ผู้จัดจำหน่าย ทำให้บริษัทควบคุมไม่ทั่วถึง จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจที่ควรจะช่วยกันดูแล หรือตั้งเป็นนโยบายขององค์กรฯ เช่น เลือกร่วมทำธุรกิจ หรือเลือกใช้ ผู้จัดจำหน่าย ที่มีคุณธรรม จรรยาบรรณ ต่อพนักงาน เพื่อเป็นการควบคุมดูแลอีกทางหนึ่ง อีกทั้งยังเป็นการบีบให้ บริษัทอื่น ๆ ที่ต้องการจะทำธุรกิจกับเราต้องพัฒนาตนเองตามไปด้วย เพราะ มิเช่นนั้น หากเกิดผลร้ายจากการที่ใช้ ผู้จัดจำหน่าย ที่ไม่ใส่ใจสุขภาพ และความปลอดภัยในการทำงานของลูกจ้าง เมื่อเกิดกรณี ขึ้นมา ภาพลักษณ์ที่ไม่ดีก็จะกลับขึ้นมาถึง บริษัทแม่บริษัทผู้ว่าจ้างด้วยในต่างประเทศ ได้มีการพัฒนามาตรฐานความปลอดภัยของอุปกรณ์ในการดำเนินงานทั้งในออฟฟิศ และโรงงาน ตั้งแต่เครื่องเขียน ไปจนถึงเครื่องจักร เพื่อลด และป้องกันอันตรายที่อาจเกิดขึ้นกับพนักงานให้ได้มากที่สุด ซึ่งประเทศไทยน่าจะนำมาประยุกต์ใช้

3. การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง

การบริหารองค์กร ที่มีนโยบายที่จะรับผิดชอบพนักงานในกรณีที่เกิดวิกฤตทางเศรษฐกิจ สังคม หรือการเมือง หรือแม้แต่การปรับโครงสร้างภายในขององค์กรเอง โดยเฉพาะการควบรวมกิจการต่าง ๆ ซึ่งมักจะนำมาสู่การเลิกจ้างพนักงานจำนวนมาก ซึ่งไม่ส่งผลดีต่อองค์กรเอง นอกเสียจากจะสุดวิสัยจริง ๆ เพราะทำให้ความเชื่อถือ ไว้วางใจ และความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับองค์กรฯ ต้องเสียไป ทั้งนี้ในช่วงที่เกิดวิกฤตในองค์กรฯ นั้นๆ การปรึกษาหารือ และสร้างความร่วมมือกันในกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ไม่ว่าจะเป็นนักลงทุน ผู้บริหาร พนักงาน หรือแม้แต่ลูกค้า ย่อมนำมาซึ่งการแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ และยั่งยืนมากกว่า

4. การจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในองค์กร

การลดการใช้ทรัพยากร และการปล่อยสารพิษ/ ของเสีย ซึ่งเป็นการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ย่อมเป็นผลดีต่อองค์กรนั้น ๆ เอง ในอันที่จะจัดการการผลิตสินค้า/ บริการ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และยังเป็นการลดต้นทุนด้านพลังงาน และการจัดการของเสียต่าง ๆ อีกด้วย ซึ่งนำไปสู่ผลกำไรที่สูงขึ้น ความสามารถในการแข่งขันในตลาดที่เพิ่มขึ้น และที่สำคัญ เป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้กับบริษัท ถือว่าได้ประโยชน์ต่อทุกฝ่าย

5. บรรษัทภิบาลและความโปร่งใสในการดำเนินกิจการ

ปัจจุบัน ความเชื่อมั่น ที่มีต่อบริษัทฯ เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด โดยเฉพาะบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ดังนั้นความโปร่งใส และขั้นตอนการตัดสินใจต่าง ๆ ของบริษัทที่มีความ

ชัดเจน ตรวจสอบได้ จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งยวดทั้งต่อ ความมั่นคงของบริษัท ในมุมมองของนักลงทุน และความมั่นคงในสังคม ทั้งนี้เป็นเพราะว่าการบริหารจัดการที่มีความโปร่งใส ทางบัญชี และกระบวนการตัดสินใจในทุกๆระดับนั้นย่อมนำไปสู่ ข้อมูลที่มีความชัดเจน ซึ่งสามารถเข้าถึงได้ โดยนักลงทุน และผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งทำให้เกิดระบบการลงทุนในสังคมโดยรวมที่มีประสิทธิภาพ ความผิปกติทางการเงิน หรือกระบวนการตัดสินใจต่าง ๆ ย่อมจะสามารถถูกพบและจัดการได้โดยองค์กรที่เกี่ยวข้อง และลดโอกาสของความสูญเสียทั้งในด้านการเงินและทรัพยากรต่าง ๆ ที่ต้องเสียไปกับการคอร์รัปชันอีกด้วย ซึ่งนำไปสู่สังคมที่มีความยั่งยืน และแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจในที่สุด

มิติภายนอก

1. การจัดการกับผู้จัดจำหน่าย และหุ้นส่วนทางธุรกิจ (Partners) ที่รับผิดชอบต่อสังคม กล่าวคือการเลือกผู้จัดจำหน่าย และหุ้นส่วนทางธุรกิจ ควรคำนึงถึงบทบาทการรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนั้น ๆ เพื่อเป็นการขยายความรับผิดชอบต่อสังคมจากองค์กรของตน ไปสู่องค์กรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง และป้องกันปัญหาที่อาจจะตามมาจากความซับซ้อนของระบบธุรกิจสมัยใหม่ ที่ยากต่อการควบคุมให้ครอบคลุมไปทั่วห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งอาจจะมียุทธศาสตร์หรือกิจกรรมที่ส่งเสริมประเด็นเหล่านี้ อาทิ ส่งเสริมผู้ประกอบการใหม่ ๆ ที่จะเข้ามาเป็นผู้จัดจำหน่าย ด้วยการส่งที่ปรึกษาไปช่วยพัฒนาระบบการทำงานให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นต้น

2. การดูแลผู้บริโภค

ผู้บริโภคหรือผู้ซื้อสินค้า/ บริการขององค์กร เป็นแหล่งที่มาของรายได้ ดังนั้นจึงต้องมีระบบการดูแลผู้บริโภคในทุก ๆ กระบวนการของสินค้า/ บริการ ตั้งแต่การผลิต การขาย ไปจนถึงการทิ้ง ให้ปลอดภัย มีประสิทธิภาพทั้งในเชิงคุณภาพ และราคา และมีจริยธรรม นอกจากนั้นยังสามารถแสดงความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคด้วยการ เลือกผลิต/ จำหน่าย สินค้า/ บริการเฉพาะด้าน ให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภค หรือแม้แต่การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สามารถใช้ได้กับทุกกลุ่ม ที่รวมถึงผู้พิการด้วย (Design for All) เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีอักษรเบรลล์ และ/ หรือ สั่งการด้วยเสียง สำหรับคนพิการ และคนตาบอดใช้ได้

3. ความรับผิดชอบต่อชุมชนใกล้เคียง (Local Communities)

บริษัทฯ ต่าง ๆ ตามปกติจะให้ประโยชน์ต่อชุมชนอยู่แล้ว เช่น จ้างแรงงานชุมชน ซึ่งนำสู่รายได้สู่ชุมชน และรายได้ภาษีของพื้นที่ ซึ่งนำไปสู่ทุนสาธารณะที่สามารถนำมาสร้างประโยชน์แก่ชุมชนได้อีก นอกจากนั้น บริษัทฯ ยังต้องพึ่งชุมชนรอบข้าง ในรูปแบบของ แรงงาน และอื่น ๆ ดังนั้นบริษัทฯ จึงควรมีส่วนช่วยเหลือทั้งด้านสุขภาพ และสิ่งแวดล้อมชุมชน (และใกล้เคียง) ผ่านการบริจาค หรือกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ใด ๆ ที่จะช่วยพัฒนาชุมชน และนำไปสู่ความแข็งแรง

ของชุมชนนั้น ๆ ซึ่งผลตอบแทนที่บริษัทจะได้รับ คือภาพลักษณ์ที่ดี นำไปสู่ความร่วมมือ และพร้อมจะช่วยเหลือบริษัท

4. ความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม

บริษัทต่าง ๆ ที่อยู่ในเมืองหรือ บริษัทใหญ่ อาจไม่ได้เกี่ยวข้องโดยตรงกับพื้นที่ในบริเวณนั้น ๆ มากนัก หรือ เป็นบริษัทที่มีสาขามากมายทั่วประเทศ ดังนั้นบริษัทเหล่านี้จึงควรแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในวงกว้าง โดยการบริจาค ทำกิจกรรม หรือสนับสนุนในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อแก้ไข และพัฒนาสังคม ในประเด็นที่ บริษัทเกี่ยวข้อง สนใจ ซึ่งถือเป็นการแสดงบทบาทผู้นำทางธุรกิจ ต่อการสร้างเปลี่ยนแปลงต่อสังคมอย่างชัดเจน และควรเป็นอย่างยิ่งที่จะวัดผลได้ จึงจำเป็นที่จะต้องมีการวางแผน และการหาพันธมิตรในการปฏิบัติงานที่ดี ซึ่งจะนำมาสู่ภาพลักษณ์ที่ดี ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างความไว้วางใจ และคุณค่าของบริษัทในมุมมองของผู้บริโภค และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

5. การรับผิดชอบต่อโลก

ในมิติต่าง ๆ เช่น สิ่งแวดล้อม สิทธิมนุษยชน และประเด็นสำคัญอื่น ๆ ในระดับภูมิภาค และ/ หรือ ระดับโลก ตามความเหมาะสม และศักยภาพขององค์กร บริษัทสามารถร่วมมือกับองค์กรต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น รัฐบาลเอ็นจีโอ (NGO) สถาบันการศึกษา องค์กรธุรกิจอื่น ๆ เพื่อร่วมมือกัน

CSR ในประเทศไทย

แนวโน้มของการให้ความสำคัญความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรภาคธุรกิจเริ่มมีมากขึ้น โดยสังเกตจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนองค์กรที่ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมในช่วงระยะ 4 – 5 ปีที่ผ่านมา ดังนั้นแนวโน้ม และทิศทางของการทำธุรกิจในอนาคตของประเทศไทยจึงน่าจะเป็นไปในทิศทางที่องค์กรต้องเข้าไปมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคม และส่งเสริมการพัฒนาสังคมมากยิ่งขึ้น แต่กลับพบว่าองค์กรธุรกิจที่ดำเนินการด้าน ซีเอสอาร์ ในประเทศส่วนใหญ่ยังไม่มีความรู้ความเข้าใจเรื่องการดำเนินธุรกิจอย่างมีรับผิดชอบต่อสังคมจริง ๆ ดังนั้นจึงพบว่า ซีเอสอาร์ ของบริษัทในประเทศไทยส่วนใหญ่ มุ่งเรื่องต่าง ๆ 3 ประเด็นคือ การดำเนินการด้านประชาสัมพันธ์ การพัฒนาภาพลักษณ์ขององค์กรหรือตราสินค้า การลดความเสี่ยงในการทำธุรกิจ เป็นสำคัญ

สำหรับเหตุผลที่สามารถนำมาใช้อธิบายเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการดำเนินซีเอสอาร์ขององค์กรธุรกิจในประเทศไทยในลักษณะดังกล่าว เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2553) ได้ให้คำอธิบายไว้ดังนี้

1. องค์กรที่ทำ ซีเอสอาร์ ด้วยเหตุผลด้านการประชาสัมพันธ์

ส่วนใหญ่จะเน้นการทำกิจกรรมในรูปแบบของการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่นการแจกของให้ผู้ประสบภัย การให้ทุนการศึกษาแก่เด็กยากไร้การจัดระดมทุนเพื่อช่วยซื้ออุปกรณ์การศึกษาให้เด็กในชนบท เป็นต้น โดยจะเน้นการประชาสัมพันธ์ว่า ธุรกิจได้ทำกิจกรรมเพื่อสังคมผ่านสื่อต่าง ๆ ควบคู่ไปด้วย แต่เมื่อกิจกรรมสิ้นสุดถือเป็นการเสร็จสิ้นภารกิจปัญหาสังคมไม่ได้รับการแก้ไขอย่างจริงจังและต่อเนื่องผู้รับความช่วยเหลือยังคงต้องรอคอย ผู้ใจบุญคนต่อไปที่จะมาให้ความช่วยเหลือ การแก้ปัญหาของคนเหล่านี้ไม่ยั่งยืน

2. องค์กรที่ทำ ซีเอสอาร์ เพื่อพัฒนาชื่อเสียงภาพลักษณ์ และตราสินค้า (Brand)

การดำเนินงาน ซีเอสอาร์ ด้วยแรงจูงใจในลักษณะนี้ มีจุดประสงค์คล้ายกับข้อแรกแต่แตกต่างกันที่ ประเภทหลังจะเน้นการดำเนินกิจกรรมที่ต่อเนื่องมากกว่ามักเป็น โครงการในระยะยาว เพื่อหวังผลที่จะได้รับในระยะยาว เช่นการจัดตั้งศูนย์เรียนที่จะสอบเข้ามหาวิทยาลัยโครงการเน้นการให้ทุนการศึกษา และให้บัณฑิตกลับไปทำงานพัฒนาท้องถิ่นของตน เป็นต้น ซึ่งบริษัทก็จะได้ทั้งการประชาสัมพันธ์ และการเข้าไปช่วยเหลือหรือแก้ปัญหาบางอย่างในสังคม โครงการในลักษณะนี้ให้ประโยชน์ต่อเนื่องมากกว่าในลักษณะแรกแต่ก็ยังไม่ได้ส่งผลให้เกิดการแก้ไขปัญหาอย่างยั่งยืนเพราะ ไม่ได้มีกลไกที่รับประกันความต่อเนื่องในระยะยาวของกิจกรรม

3. องค์กรที่ทำ ซีเอสอาร์ ใช้เพื่อลดความเสี่ยงในการทำธุรกิจ

มักเป็นองค์กรที่การดำเนินธุรกิจอาจส่งผลกระทบต่อชุมชน และสิ่งแวดล้อมค่อนข้างสูงทัศนคติหรือความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อบริษัทจึงมีผลอย่างมากต่อการยอมให้บริษัทดำเนินธุรกิจ ในชุมชนนั้นได้หากบริษัทถูกต่อต้านจากชุมชนจะทำให้การดำเนินงานของบริษัทเป็นไปด้วยความยากลำบาก และหากเกิดการต่อต้านในจุดหนึ่งก็จะเกิดการขยายไปยังจุดอื่นตามมามีด้วยเหตุนี้ผู้บริหารของบริษัทดังกล่าวจึงพยายามอย่างยิ่งที่จะทำให้บริษัทเป็นที่ยอมรับจากสังคม ลักษณะกิจกรรมซีเอสอาร์ มักจะดำเนินการในพื้นที่ที่บริษัทตั้งอยู่ หรือดำเนินงานอยู่ เช่น การบริจาคเงินให้ชุมชน การจัดทำโครงการพัฒนาชุมชน การพัฒนาอาชีพของชาวบ้านในชุมชน การฟื้นฟูสภาพแวดล้อมในชุมชน การจ้างคนในชุมชนให้ทำงานในโครงการที่บริษัทริเริ่มขึ้น เป็นต้น

สำหรับในประเทศไทยเพื่อให้การดำเนินการจัดทำซีเอสอาร์เป็นไปด้วยความเข้าใจ และถูกต้องสอดคล้องกับสากล สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม หรือสมอ. ในฐานะหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านงานมาตรฐาน ได้ดำเนินการกำหนดมาตรฐานเกี่ยวกับซีเอสอาร์ เรียกว่า ISO 26000 โดยการจัดตั้งคณะกรรมการวิชาการจากผู้ทรงคุณวุฒิในทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องจาก 6 ภาคส่วน 25 องค์กร อันได้แก่ ภาครัฐ ภาคธุรกิจอุตสาหกรรม ภาคผู้บริโภค ภาคแรงงานและการจ้างงาน ภาคประชาชน และภาคการศึกษาเข้าร่วมดำเนินการกำหนดมาตรฐาน พร้อมทั้งได้จัดให้มี

การสัมมนาเรื่อง ISO 26000 อย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อม ตลอดจนสร้างความรู้ และความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกันเกี่ยวกับมาตรฐานดังกล่าวก่อนที่จะมีการประกาศใช้อย่างเป็นทางการ โดยมุ่งหวังให้องค์กรสามารถนำไปใช้ในการดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ และก่อให้เกิดประโยชน์ในทุกภาคส่วนของสังคม

ปัจจุบัน สมอ. ได้จัดทำแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคม (Guidance on Social Responsibility) หรือ มอก. 26000 ในฉบับภาษาไทยเพื่อเผยแพร่ให้แก่ผู้ประกอบการไทยได้รับทราบถึงหลักการสำคัญ วิธีการดำเนินการ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ รวมถึงภาคส่วนที่ต้องรับผิดชอบต่อสังคมที่เรียบร้อยแล้ว แต่มีข้อน่าสังเกตคือ แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคม ISO 26000 นั้นจะใช้คำว่า SR แทนคำว่า CSR เนื่องจากสามารถนำไปใช้ได้กับองค์กรทุกประเภทที่มีความสนใจในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ไม่ว่าจะเป็นภาคเอกชน ภาครัฐ และองค์กรที่ไม่หวังผลกำไร (Non Profit Sectors) ไม่ว่าจะเป็นขนาดใหญ่ หรือขนาดเล็กก็ได้ หรือแม้แต่การนำไปใช้ในประเทศที่พัฒนาแล้วหรือกำลังพัฒนาก็ตาม

ISO 26000

ISO 26000 (สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม, 2552) เป็นมาตรฐานระหว่างประเทศที่ให้คำแนะนำเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมแก่องค์กรทุกประเภททั้งในประเทศที่พัฒนาแล้ว และในประเทศที่กำลังพัฒนา ในการสนองตอบสนองความต้องการของภาคสังคมที่ให้ความสำคัญเพิ่มขึ้นกับการประกอบการและดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม

หลักการ ISO 26000 มีหลักการสำคัญ 7 ประการ

1. ความรับผิดชอบต่อสังคม (Accountability)
2. ความโปร่งใส (Transparency)
3. การปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม (Ethical Behavior)
4. การเคารพต่อผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสีย (Respect for Stakeholder Interests)
5. การเคารพต่อหลักนิติธรรม (Respect for Rule of Law)
6. การเคารพต่อการปฏิบัติตามแนวทางของสากล (International Norms)
7. การเคารพต่อสิทธิมนุษยชน (Respect of Human Right)

นอกจากหลักการสำคัญ 7 ประการข้างต้นนี้ ISO 26000 ยังได้กำหนดแนวทางในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร เพื่อส่งเสริมให้องค์กรสามารถพัฒนาตนเองไปสู่การเป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยกิจกรรมของความรับผิดชอบต่อสังคมที่องค์กรปฏิบัติ นั้นจะต้องเข้าข่าย 7 หัวข้อหลัก ดังนี้

1. ธรรมนูญการปกครอง (Organizational Governance) กล่าวคือ องค์กรควรกำหนดหน้าที่ให้คณะกรรมการฝ่ายจัดการ ผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถสอดส่องดูแลผลงานและการปฏิบัติงานขององค์กรได้ เพื่อแสดงถึงความโปร่งใส พร้อมรับการตรวจสอบ และสามารถชี้แจงให้ผู้มีส่วนได้เสียได้รับทราบถึงผลการปฏิบัติงานได้

2. สิทธิมนุษยชน (Human Rights) ซึ่งเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานของมนุษย์ โดยสิทธิดังกล่าวควรครอบคลุมถึงสิทธิความเป็นพลเมือง สิทธิทางการเมือง สิทธิทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม และสิทธิตามกฎหมายระหว่างประเทศด้วย

3. การปฏิบัติด้านแรงงาน (Labour Practices) องค์กรต้องตระหนักว่าแรงงานไม่ใช่สินค้า ดังนั้นแรงงานจึงไม่ควรถูกปฏิบัติเสมือนเป็นปัจจัยการผลิต

4. สิ่งแวดล้อม (The Environment) องค์กรจำเป็นต้องคำนึงถึงหลักการป้องกันปัญหามลพิษการบริโภคอย่างยั่งยืน (Sustainable Consumption) และการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพในการดำเนินการผลิตและบริการ

5. การดำเนินงานอย่างเป็นธรรม (Fair Operation Practices) องค์กรต่าง ๆ ควรแข่งขันกันอย่างเป็นธรรม และเปิดกว้าง ซึ่งจะช่วยส่งเสริมประสิทธิภาพในการลดต้นทุนสินค้าและบริการ นวัตกรรม การพัฒนาสินค้าหรือกระบวนการใหม่ ๆ รวมถึงจะช่วยขยายการเติบโตทางเศรษฐกิจและมาตรฐานการครองชีพในระยะยาว

6. ประเด็นด้านผู้บริโภค (Consumer Issues) องค์กรจะต้องเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคได้รับทราบข้อมูลในการใช้สินค้าและบริการอย่างเหมาะสม ทั้งยังต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาสินค้าและบริการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม โดยคำนึงถึงความปลอดภัยในการใช้งาน และสุขภาพของผู้บริโภค นอกจากนี้เมื่อพบว่าสินค้าไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด องค์กรก็ต้องมีกลไกในการเรียกคืนสินค้า พร้อมทั้งยังต้องให้ความสำคัญกับกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคและถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัดอีกด้วย

7. การมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน (Community Involvement and Development) การมีส่วนร่วมขององค์กรในชุมชนใด ๆ ควรมีทุกภาคส่วนเข้ามาเป็นสมาชิกบนพื้นฐานของความสิทธิพื้นฐาน ความเป็นประชาธิปไตย โปร่งใส มีจริยธรรม

ประวัติบริษัท ผลิตไฟฟ้า จำกัด (มหาชน)

บริษัท ผลิตไฟฟ้า จำกัด (มหาชน) หรือ เอ็กโก (รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน, 2551) เป็นผู้ผลิตไฟฟ้าเอกชนรายใหญ่รายแรกของ ประเทศไทย ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม 2535 โดยการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) ตามนโยบายการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของรัฐบาล

เพื่อสร้างต้นแบบของการแปรรูปรัฐวิสาหกิจด้านพลังงานไฟฟ้าด้วยการบริหารงานแบบเอกชน และเพื่อลดภาระการลงทุนของภาครัฐ ต่อมาเมื่อวันที่ 23 มีนาคม 2537 ได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน และในวันที่ 16 มกราคม 2538 ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ตลท.) ได้รับหุ้นของบริษัทเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียน

เอ็กโกดำเนินธุรกิจ ด้วยการถือหุ้นในบริษัทต่าง ๆ โดยประกอบธุรกิจหลักในการผลิตไฟฟ้าในรูปแบบครบวงจร ครอบคลุมธุรกิจผลิตและจำหน่ายกระแสไฟฟ้า และธุรกิจการให้บริการด้านพลังงาน ทั้งในส่วนของการเดินเครื่องบำรุงรักษา วิศวกรรม และก่อสร้างแก่โรงไฟฟ้าและโรงงานอุตสาหกรรมต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศ นอกจากนี้ยังได้แสวงหาช่องทางลงทุนที่เกี่ยวข้อง และเกื้อกูลกับธุรกิจหลักทางด้านพลังงาน เพื่อรักษาความเป็นบริษัทชั้นนำในธุรกิจผลิตไฟฟ้า โดยคำนึงถึงผลตอบแทนที่มั่นคง และการเพิ่มมูลค่าสูงสุดแก่ผู้ถือหุ้น บริษัทได้จัดกลุ่มธุรกิจเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มธุรกิจไฟฟ้า กลุ่มธุรกิจบริการ และกลุ่มธุรกิจน้ำ ดังนี้

1. กลุ่มธุรกิจไฟฟ้า

เอ็กโก กรุ๊ปถือเป็นรายแรกของประเทศไทยที่นอกจากจะดำเนินธุรกิจไฟฟ้าในรูปแบบครบวงจร ครอบคลุมทั้งธุรกิจผลิตและจำหน่ายไฟฟ้า และธุรกิจให้บริการด้านพลังงานแล้ว ยังสามารถผลิตไฟฟ้าจากเชื้อเพลิงหลากหลายประเภทมากที่สุด ทั้งจากก๊าซธรรมชาติ ถ่านหิน น้ำมัน พลังน้ำ และพลังงานชีวมวล ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของภาครัฐในการกระจายการใช้เชื้อเพลิงเพื่อเสริมสร้างความมั่นคงทางด้านพลังงานให้กับประเทศ

ปัจจุบันมีกำลังผลิตตามสัดส่วนการถือหุ้น โดยแบ่ง ได้ดังนี้

ผู้ผลิตไฟฟ้าอิสระ (ไอพีพี) ได้แก่ บริษัท ผลิตไฟฟ้าระยอง จำกัด บริษัท ผลิตไฟฟ้าขนอม จำกัด บริษัท กัลฟ์ เพาเวอร์ เจเนอเรชั่น จำกัด และบริษัท บีแอลซีพี เพาเวอร์ จำกัด

ผู้ผลิตไฟฟ้ารายเล็ก (เอสพีพี) ได้แก่ บริษัท เอ็กโก โคเจนอเรชั่น จำกัด บริษัท ร้อยเอ็ดกรีน จำกัด บริษัท พัฒนาพลังงานธรรมชาติ จำกัด และบริษัทในกลุ่มกัลฟ์

ผู้ผลิตไฟฟ้าในต่างประเทศ ได้แก่ บริษัทน้ำเหิน 2 จำกัด และบริษัทในกลุ่มเอ็กโกอินเตอร์เนชั่นแนล (เอ็กโก บีวีไอ)

2. กลุ่มธุรกิจบริการ

นอกจากธุรกิจผลิตไฟฟ้า เอ็กโก กรุ๊ป ยังดำเนินธุรกิจให้บริการแบบครบวงจร โดยได้ก่อตั้งบริษัท เอ็กโก เอ็นจิเนียริง แอนด์ เซอร์วิส จำกัด หรือ เอสโก ซีน เพื่อให้บริการแบบครบวงจรในงานด้านการเดินเครื่องบำรุงรักษา วิศวกรรม ก่อสร้าง งานอนุรักษ์พลังงาน และการฝึกอบรมแก่โรงงานอุตสาหกรรมต่าง ๆ ได้แก่ โรงไฟฟ้า โรงงานปิโตรเคมี โรงกลั่นน้ำมัน และโรงงานอุตสาหกรรมด้านอื่น ๆ โดยเอ็กโกถือหุ้นทั้งหมด

3. กลุ่มธุรกิจน้ำ

บริษัทดำเนินธุรกิจน้ำโดยผ่านบริษัท เอ็กคอมธรา จำกัด โดยถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 70 ผ่านเอสโก เอ็กคอมธรา ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายน้ำประปาตามมาตรฐานอุตสาหกรรม (มอก.) ให้การประปาส่วนภูมิภาค (กปภ.) 3 แห่ง ได้แก่ สถานีจ่ายน้ำหลักเมือง สถานีจ่ายน้ำดำเนินสะดวก สังกัดการประปาส่วนภูมิภาค สาขาราชบุรี และสถานีจ่ายน้ำสมุทรสงคราม สังกัดการประปาส่วนภูมิภาค สาขาสมุทรสงคราม

วิสัยทัศน์บริษัท

วิสัยทัศน์ : เป็นบริษัทไทยชั้นนำที่ดำเนินธุรกิจผลิตไฟฟ้าครบคลุมถึงธุรกิจ การให้บริการด้านพลังงานทั้งในประเทศไทย และภูมิภาคอาเซียน ด้วยความมุ่งมั่นที่จะสร้างไว้ซึ่งสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาสังคม

พันธกิจ

1. สร้างมูลค่าให้แก่ผู้ถือหุ้น
2. มีความมั่นคงในการผลิตไฟฟ้าที่มีคุณภาพที่เชื่อถือได้ในราคาที่เหมาะสม
3. สร้างบรรยากาศ การทำงานที่ส่งเสริมความเป็นมืออาชีพการทำงานเป็นทีม และการปฏิบัติต่อพนักงานโดยเท่าเทียมกัน

4. เป็นสมาชิกที่ดีของสังคม และใส่ใจต่อชุมชน และสิ่งแวดล้อม

เป้าหมายองค์กร

1. การเติบโตขององค์กร
2. ผลตอบแทนที่ดี
3. องค์กรที่มีประสิทธิภาพ

ตลอดระยะเวลาของการดำเนินธุรกิจรับใช้สังคมไทย เอ็กโกมินนโยบาย และแนวทางอันชัดเจนในการดำเนินธุรกิจ และขยายการเจริญเติบโต ควบคู่ไปกับการธำรงรักษาไว้ซึ่งสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาสังคม เพื่อรักษาคุณภาพทั้งด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม อันจะนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กร และการพัฒนาของประเทศอย่างยั่งยืนสืบไป

การดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม ในปีพ.ศ. 2550 บริษัทจึงได้จัดให้มี คณะกรรมการความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมหรือคณะกรรมการซีเอสอาร์ขึ้น เพื่อกำกับดูแลการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วยคณะกรรมการหรือผู้เชี่ยวชาญนอกจำนวน 2 คนและ ผู้แทนฝ่ายบริหารจำนวน 2 คน โดยมีกรรมการผู้จัดการใหญ่ เป็นประธานคณะกรรมการ โดยตำแหน่งคณะกรรมการซีเอสอาร์ ทำหน้าที่พิจารณาถ่วงถ่วงนโยบายในการดำเนินงานด้านกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อนำเสนอต่อคณะ

กรรมการบริหาร ตลอดจนพิจารณา และให้ความเห็นชอบกลยุทธ์ แผนงาน แลงบประมาณ ประจำปีสำหรับการดำเนินกิจการต่าง ๆ เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริหาร และคณะกรรมการ บริษัทเพื่อให้เกิดความยั่งยืนต่อสิ่งแวดล้อม และสังคมอย่างแท้จริง

เพื่อให้คณะกรรมการสามารถปฏิบัติตามความรับผิดชอบต่อน้ำที่ที่มีผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คณะกรรมการได้พิจารณา นโยบายธุรกิจที่สำคัญ รวมทั้งปฏิทินการทำงานของ บริษัท และกำหนดให้มีการประชุมคณะกรรมการอย่างน้อยทุก 2 เดือน ยกเว้นมีเหตุอันควร สามารถเรียกประชุมได้เป็นกรณีพิเศษ หรือมอบหมายให้คณะกรรมการชุดย่อยพิจารณาก่อนการ หรืออนุมัติการดำเนินการ ได้ภายในขอบเขตที่ได้รับมอบหมาย รวมทั้งกำหนดให้ฝ่ายบริหารจัดการ รายงานผลการดำเนินงานเสนอคณะกรรมการเป็นประจำทุกเดือนแม้จะไม่ได้มีการประชุม คณะกรรมการในเดือนดังกล่าว เพื่อให้คณะกรรมการสามารถติดตามความก้าวหน้าในการดำเนิน ของบริษัท

นโยบายขององค์กร

องค์กรต้องมีจิตสำนึกในการสร้างคุณประโยชน์เหมาะสมระหว่างวัตถุประสงค์ในการ ดำเนินธุรกิจ และการสร้างผลตอบแทนต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อนำไปสู่การอยู่ร่วมกันอย่าง เกื้อกูลระหว่างมนุษย์ และธรรมชาติ กลุ่มบริษัท ผลิตไฟฟ้า จำกัด (มหาชน) จึงได้ดำเนินธุรกิจบน หลักการกำกับกิจการที่ดี ในการรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยได้กำหนดนโยบาย ดังนี้

1. นโยบายการกำกับดูแลกิจการ

คณะกรรมการได้มีการจัดทำนโยบายการกำกับดูแลกิจการเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อเป็น แนวทางในการดำเนินการให้แก่คณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานบริษัท โดยคำนึงถึงสิทธิของ ผู้ถือหุ้นตามสิทธิที่กฎหมายกำหนดไว้ และแนวปฏิบัติที่ดีของ ตลท. ประกอบด้วยหลักการ 7 ประการคือ

หลักการที่ 1: โครงสร้าง และความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัท

หลักการที่ 2: นโยบายการประกอบธุรกิจ

หลักการที่ 3: สิทธิของผู้ถือหุ้น และการปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน

หลักการที่ 4: นโยบายในการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสีย

หลักการที่ 5: การเปิดเผยข้อมูล และความโปร่งใส

หลักการที่ 6: การควบคุมภายใน การบริหารความเสี่ยง และจรรยาบรรณทางธุรกิจ

หลักการที่ 7: การป้องกันความขัดแย้งของผลประโยชน์

2. จรรยาบรรณทางธุรกิจ

เอ็กโกได้จัดทำจรรยาบรรณเพื่อเป็นแนวทาง และข้อพึงปฏิบัติที่ดีเพื่อให้กรรมการ ผู้บริหาร ตลอดจนพนักงานของบริษัท ปฏิบัติงานอย่างมีจริยธรรม โดยจรรยาบรรณของกรรมการมี เนื้อหาประกอบด้วย หลักการในการทำธุรกิจ จรรยาบรรณคณะกรรมการ อุดมการณ์คณะกรรมการ การปฏิบัติหน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการ ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และการใช้ ข้อมูลของบริษัท สำหรับจรรยาบรรณของพนักงานนั้นมีเนื้อหาครอบคลุมในเรื่องดังนี้

1. หลักการในการทำธุรกิจ
2. การรักษาจรรยาบรรณ
3. การปฏิบัติตามกฎหมาย และการรักษากฎระเบียบของบริษัท
4. จริยธรรมทางธุรกิจ
5. การบริหารทรัพยากรบุคคล
6. ความปลอดภัย สุขอนามัย และสิ่งแวดล้อม
7. การหน้าที่อันพึงปฏิบัติ
3. นโยบายการบริหารความเสี่ยง

นโยบายในการบริหารความเสี่ยงของกลุ่มเอ็กโก จะให้ความสำคัญกับการพิจารณา ความเสี่ยงระหว่างความเสี่ยง และผลตอบแทนที่จะสามารถพิจารณาได้ และจัดการให้การทำ ธุรกิจและการปฏิบัติการของกลุ่มเอ็กโกได้รับประโยชน์สูงสุด เพื่อให้ประสบความสำเร็จ กลุ่มเอ็กโกจะต้องดำเนินงาน ดังนี้

1. ผนึกใจให้พนักงานมีความรู้ และตระหนักเรื่องความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร
2. ดูแลให้มั่นใจว่ามีผู้ที่มีความเหมาะสมที่จะบริหารความเสี่ยงให้อยู่ในเกณฑ์ที่กำหนด
3. ดูแลให้ฝ่ายบริหารสนับสนุนการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่มีความรู้ และตระหนักเรื่อง การบริหารความเสี่ยง

4. จัดให้มีการอบรมตามความเหมาะสมเกี่ยวกับกฎระเบียบ ข้อกฎหมายและอื่น ๆ ที่ เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน

5. โครงการลงทุนจะต้องมีการวิเคราะห์ความเสี่ยง และได้รับการอนุมัติจาก คณะกรรมการที่เกี่ยวข้อง

4. นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม

กลุ่มเอ็กโกมุ่งดำเนินงานที่จะประกอบธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ตาม หลักการ ดังนี้

1. เราจะปฏิบัติตามกฎหมาย และข้อบังคับเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม

2. เราจะบริหารงานโดยมีเป้าหมายในการป้องกันไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทบทุน และประเมินผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ เพื่อติดตาม ความก้าวหน้า

3. เราจะส่งเสริมให้พนักงานของกลุ่มเอ็กโกมีจิตสำนึกและความรับผิดชอบต่อ สิ่งแวดล้อม

4. เราจะให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับเรื่องสิ่งแวดล้อม รวมทั้งแลกเปลี่ยน ความรู้ และประสบการณ์กับหน่วยงานอื่น เพื่อให้มีการรักษาสภาพแวดล้อม และปรับปรุงการ ปฏิบัติงานให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ

5. นโยบายด้านความปลอดภัย และอาชีวอนามัย

กลุ่มเอ็กโกเชื่อมั่นว่า ความปลอดภัยและอาชีวอนามัยเป็นความรับผิดชอบพื้นฐานของ บริษัท และเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร จึงกำหนดนโยบายที่จะเอื้ออำนวย ให้พนักงาน และคู่สัญญาปฏิบัติงานอย่างปลอดภัย และเป็นไปตามข้อกำหนดของกฎหมายที่ เกี่ยวข้อง โดย

1. เราจะพยายามป้องกันอุบัติเหตุ การบาดเจ็บ และความเจ็บป่วยเนื่องจากการปฏิบัติงาน ด้วยความร่วมมืออย่างจริงจังของบุคลากรทุกคนรวมทั้งจำกัด และควบคุมความเสี่ยงในการ ปฏิบัติงานที่ไม่ปลอดภัย

2. เราจะปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับต่าง ๆ ในเรื่องความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด และจะนำมาตรฐานการจัดการเกี่ยวกับความปลอดภัยที่น่าเชื่อถือมาใช้บังคับในกรณีที่ยังไม่มี กฎหมายและข้อบังคับกำหนดให้อยู่

3. จัดให้มีการออกแบบเครื่องมือ อุปกรณ์ การจัดทำระเบียบปฏิบัติ การวางแผน ดำเนินการ และการฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้ความเข้าใจ และได้รับข้อมูลข่าวสารที่เพียงพอใน เรื่องความปลอดภัยในการทำงาน เพื่อป้องกันอันตรายอันอาจเกิดจากเครื่องจักร วิธีการ ทำงาน หรือ โรคภัยต่างๆ

4. พนักงานที่รายงานตัวเข้าทำงานโดยมีสารเสพติดติดกฎหมายอยู่ในระบบร่างกายหรือ มีฤทธิ์สุรา หรือสารเสพติดอื่น ๆ ในระดับที่สามารถทำให้การปฏิบัติงานเสียหายได้ จะต้องได้รับ โทษทางวินัย

6. นโยบายการดำเนินโครงการเพื่อสิ่งแวดล้อม และสังคม

กลุ่มเอ็กโกเชื่อมั่นว่า ความสำเร็จอย่างยั่งยืนของบริษัทขึ้นอยู่กับความรับผิดชอบต่อผล การดำเนินการของเอ็กโก รวมทั้งการให้ความสำคัญต่อความต้องการของชุมชนที่เราประกอบธุรกิจ

ทั้งในเรื่องที่เกี่ยวกับสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม อาชีวอนามัย ความปลอดภัย และวัฒนธรรม ประเพณี ดังนั้น กลุ่มเอ็กโกจึงดำเนิน โครงการภายใต้กรอบนโยบาย ดังนี้

1. โครงการที่ดำเนินการต้องสอดคล้องกับกิจการหลักขององค์กร
2. พนักงานเข้าใจ สนับสนุน และมีส่วนร่วมในโครงการ
3. สามารถดำเนิน โครงการได้อย่างต่อเนื่อง และเห็นผลอย่างชัดเจน
4. โครงการต้องก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม และสังคมในระยะยาวอย่างแท้จริง
7. นโยบายการจัดหาสินค้าและบริการ

เอ็กโกประสงค์ให้การจัดหาสินค้าและบริการเป็นไปอย่างมีมาตรฐาน และมุ่งหมายที่จะ พัฒนา และรักษาสัมพันธภาพที่ยั่งยืนกับคู่ค้า และคู่สัญญาที่มีวัตถุประสงค์ชัดเจนในเรื่องคุณภาพ ของสินค้าและบริการที่คู่ควรกับมูลค่าเงิน คุณภาพทางด้านเทคนิค และมีความเชื่อถือซึ่งกันและกัน เอ็กโกจึงได้จัด ให้มีกระบวนการจัดหาสินค้าและบริการที่เป็นธรรม ดังนี้

1. มีการแข่งขันบนข้อมูลที่เท่าเทียมกัน
2. มีหลักเกณฑ์ในการประเมิน และคัดเลือกคู่ค้าและคู่สัญญา
3. จัดทำรูปแบบสัญญาที่เหมาะสม
4. จัดให้มีระบบการจัดการ และติดตามเพื่อให้มั่นใจว่า มีการปฏิบัติตามเงื่อนไขของ สัญญาอย่างครบถ้วน และป้องกันการทุจริตประพฤติมิชอบในทุกขั้นตอนของกระบวนการจัดหา
5. จ่ายเงินให้คู่ค้าและคู่สัญญาตรงเวลา ตามเงื่อนไขการชำระเงินที่ตกลงกัน
8. นโยบายป้องกันการทุจริต และการขัดแย้งของผลประโยชน์

กลุ่มเอ็กโกประสงค์ให้พนักงานหลีกเลี่ยงการขัดแย้งระหว่างผลประโยชน์ส่วนตัว และ ผลประโยชน์ของกลุ่มเอ็กโกในการติดต่อกับคู่ค้า และบุคคลอื่นใด

1. ระหว่างที่ปฏิบัติงานในบริษัท และหลังจากพ้นสภาพการปฏิบัติงาน แล้วพนักงาน จะต้องไม่เปิดเผยข้อมูลที่ถือว่าเป็นความลับของบริษัทเพื่อประโยชน์แก่ผู้ใดทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็น ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ ข้อมูลการเงิน การปฏิบัติงาน ข้อมูลธุรกิจ แผนงานในอนาคตของบริษัท และ อื่น ๆ

2. การที่พนักงานไปเป็นกรรมการหรือที่ปรึกษาในบริษัท องค์กรหรือสมาคมทางธุรกิจ อื่น จะต้องไม่ขัดต่อประโยชน์ และการปฏิบัติหน้าที่โดยตรงรวมทั้งต้องได้รับการอนุมัติจาก คณะกรรมการก่อน

3. ในกรณีที่พนักงาน และบุคคลในครอบครัวเข้าไปมีส่วนร่วม หรือเป็นผู้ถือหุ้นใน กิจการใด ๆ ซึ่งอาจมีผลประโยชน์หรือก่อให้เกิดความขัดแย้งทางธุรกิจต่อกลุ่มเอ็กโก จะต้องแจ้ง ให้กรรมการผู้จัดการใหญ่/ กรรมการผู้จัดการทราบเป็นลายลักษณ์อักษร

4. พนักงานต้องไม่กู้ยืมเงินจากลูกค้าของบริษัท หรือบุคคล หรือบริษัท ที่เราดำเนินธุรกิจ ด้วยยกเว้นสถาบันการเงิน เนื่องจากอาจมีอิทธิพลต่อการปฏิบัติหน้าที่ในฐานะตัวแทนบริษัท

5. ห้ามพนักงานจ่ายเงินหรือมอบทรัพย์สินของกลุ่มเอ็กโก แก่ผู้ใดโดยไม่ได้รับอนุมัติ จากผู้มีอำนาจ

6. ห้ามมิให้พนักงานเรียก หรือรับประโยชน์หรือทรัพย์สินใดที่ส่อไปในทางจงใจให้ ปฏิบัติ หรือละเว้นการปฏิบัติหน้าที่ในทางที่มิชอบ หรืออาจทำให้บริษัทเสียประโยชน์อันชอบ ธรรม

7. พนักงานพึงละเว้น การเสนอ หรือให้ประโยชน์ หรือทรัพย์สินใดแก่บุคคลภายนอก เพื่อจงใจให้ผู้นั้นกระทำ หรือละเว้นการกระทำใดที่ผิดกฎหมายหรือ โดยมีขอบต่อดำรงหน้าที่ ของตน

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าซีเอสอาร์เป็นแนวทางสำคัญที่ เอ็กโก ได้นำมาใช้เป็นกรอบ ในการดำเนินธุรกิจอย่างสร้างสรรค์

กลุ่มเอ็กโกจึงได้ดำเนินธุรกิจบนหลักการกำกับกิจการที่ดี ในการรับผิดชอบต่อผู้มีส่วน ได้เสีย ด้วยนโยบายด้านต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในรูปแบบของกิจกรรมต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดความสำเร็จใน อนาคต เพื่อให้ถึงเป้าหมายที่วางไว้อย่างชัดเจนการศึกษาเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ผลิตไฟฟ้า จำกัด ในครั้งนี้ผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาการดำเนินนโยบายซีเอสอาร์ของบริษัทผลิต ไฟฟ้า จำกัด ว่ามีลักษณะอย่างไร มาเป็นแนวทางในการศึกษาของมาตรฐาน ISO 26000 โดยหวังว่า การศึกษานี้จะนำไปสู่ในการพิจารณาพัฒนา และยกระดับคุณภาพโครงการด้านความ รับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทผลิตไฟฟ้าต่อไป รวมทั้งเป็นการส่งเสริม และพัฒนาให้โครงการ ต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตของภาคเอกชนเกิดความถูกต้องเหมาะสม สามารถสร้างสังคมที่ยั่งยืน ได้อย่างมากขึ้น

ปัญหาการวิจัย

1. การดำเนินนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท ผลิตไฟฟ้า จำกัด (มหาชน) เป็นอย่างไร

2. การดำเนินโครงการตามนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท ผลิตไฟฟ้า จำกัด (มหาชน) มีลักษณะอย่างไร

วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อศึกษานโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท ผลิตไฟฟ้า จำกัด (มหาชน)

2. เพื่อศึกษาผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบที่ได้จากการดำเนินโครงการนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติ และด้านการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิต

ขอบเขตการวิจัย

ศึกษาเฉพาะ โครงการการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติ และด้านการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิต ตามนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมบริษัท ผลิตไฟฟ้า จำกัด ปี พ.ศ. 2550 - 2552

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบจากการดำเนินนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่มีต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม
2. เป็นแนวทางในการดำเนินการจัดทำนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรภาคธุรกิจต่าง ๆ ต่อไป
3. เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสามารถสร้างประโยชน์ให้กับชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืน