

มาตรการทางกฎหมายในการส่งเสริม การสร้างธุรกิจอย่างยั่งยืนโดยใช้หลักเกณฑ์ ความรับผิดชอบต่อสังคม

Legal Measures for Promoting Sustainable Business Creation
by Using Corporate Social Responsibility Guidelines

พฤษภา เครือแสง¹ และ มณีรัตน์ จันทร์หนีว²

Phrueksa Krueasaeng¹ and Maneerat Channew²

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง¹

Faculty of Humanities and Social Sciences, Lampang Rajabhat University, Thailand¹

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง²

Faculty of Humanities and Social Sciences, Lampang Rajabhat University, Thailand²

Email address: phrueksa44@gmail.com / maneerat.channew@gmail.com



¹ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง 119 ถนนลำปาง-แม่ทะ ตำบลชมพู อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง 52100

² คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง 119 ถนนลำปาง-แม่ทะ ตำบลชมพู อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง 52100

บทคัดย่อ

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ (Corporate Social Responsibility หรือ CSR) เป็นหลักการที่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ ซึ่งหากองค์กรธุรกิจใดดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสีย ผู้บริโภค ชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อมตามหลักการของ CSR แล้ว ปัญหาอันเกิดจากการประกอบธุรกิจโดยคำนึงถึงแต่ผลประโยชน์ส่วนตนแต่เพียงอย่างเดียว อาทิ ปัญหาความเหลื่อมล้ำทางสังคม เกิดความไม่เท่าเทียมกันขึ้นระหว่างคนจนกับคนรวย การกระจุกตัวของรายได้ ปัญหาความยากจน ปัญหาการว่างงาน ปัญหาความไม่เสมอภาคในด้านต่าง ๆ จะได้รับการแก้ไขเยียวยา อีกทั้งการดำเนินธุรกิจตามหลักการ CSR จะส่งผลดีต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ ภาคธุรกิจเกิดการแข่งขันภายใต้กรอบกติกาทางกฎหมายและบรรทัดฐานทางจริยธรรมของการดำเนินธุรกิจ อันจะทำให้ประเทศชาติและประชาชนได้รับการพัฒนาที่ดีขึ้น หากประเทศไทยมีมาตรการทางกฎหมายเพื่อส่งเสริมและควบคุมองค์กรธุรกิจที่เหมาะสมกับการพัฒนาเศรษฐกิจและประเทศด้วยการผลักดันหลักการ CSR ให้มีสถานะทางกฎหมายจะทำให้ประเทศไทยเกิดการพัฒนามาตามเป้าหมายของการปฏิรูปในยุคประเทศไทย 4.0

คำสำคัญ: มาตรการทางกฎหมาย, ความรับผิดชอบต่อสังคม, องค์กรธุรกิจ, ประเทศไทย 4.0

ABSTRACT

Corporate social responsibility (CSR) forms an important part of business operations. Should business organizations fail to conduct operations with consideration for stakeholders, consumers, communities, the wider society, and the environment, and are instead motivated only in profits and the benefits accruing only to the business organization, this will lead to problems such as social inequality, the concentration of wealth and income, poverty, unemployment, etc. However, if businesses act in light of CSR principles, these problems will be alleviated. The adoption of CSR by businesses will also help the economy by encouraging competition within legal frameworks and

moral norms, leading to greater economic and social benefit. If Thailand adopts Legal measures to manage business organizations through encouraging CSR in a way which is in line with national development, this will help the country develop in accordance with ‘Thailand 4.0’.

Keywords: Legal measures, Corporate Social Responsibility, Business organization, Thailand 4.0

บทนำ

การจัดตั้งองค์กรธุรกิจตามกฎหมายไทยในปัจจุบันอาจกระทำได้หลายรูปแบบ ทั้งในรูปแบบจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลตามกฎหมายหรืออยู่ในรูปแบบที่ไม่เป็นนิติบุคคลตามกฎหมาย แต่ไม่ว่าจะเลือกรูปแบบใด โดยส่วนใหญ่แล้วองค์กรธุรกิจที่ก่อตั้งขึ้นทุกองค์กรมีวัตถุประสงค์เดียวกัน คือ เพื่อแสวงหากำไรหรือการทำกำไรสูงสุด (Maximize Profit) ดังนั้น จึงนำไปสู่การแข่งขันทางการค้าเพื่อแย่งชิงผลกำไรและการครอบครองส่วนแบ่งตลาดระหว่างผู้ประกอบการด้วยกัน การแข่งขันดังกล่าวเป็นการแข่งขันภายใต้ระบบเศรษฐกิจแบบเสรีอันเป็นระบบที่มีหลักการอยู่ว่า การแข่งขันจะทำให้เกิดความสะดวกทางเศรษฐกิจ โดยมีผู้ประกอบการเป็นผู้ขับเคลื่อนองค์กรธุรกิจของตนไปสู่ระบบเศรษฐกิจของชาติ เมื่อระบบเศรษฐกิจของชาติเจริญเติบโต

และเกิดการพัฒนามาจะสามารถยกระดับเพื่อแข่งขันกับตลาดโลกได้ นอกจากนี้ การขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจยังก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับคนจำนวนมาก เมื่อประชาชนมีรายได้จะมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น แต่ทั้งนี้ต้องเป็นการแข่งขันภายใต้กรอบกติกาที่กฎหมายกำหนดไว้และต้องอยู่บนพื้นฐานของคุณธรรมและจริยธรรมทางธุรกิจ แต่อย่างไรก็ตาม เมื่อสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม การเมืองของประเทศ ตลอดจนปัจจัยในด้านอื่น ๆ เปลี่ยนแปลงไปความต้องการของผู้บริโภคมีมากขึ้น จำนวนองค์กรธุรกิจเพิ่มสูงขึ้น ประกอบกับการเปิดเสรีทางการค้า ซึ่งแต่ละประเทศต่างพากันลดระเบียบกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการค้าให้มีความเสรีและสามารถประกอบธุรกิจได้ง่ายขึ้นได้นำไปสู่การแข่งขันที่เข้มข้นและรุนแรงยิ่งขึ้น

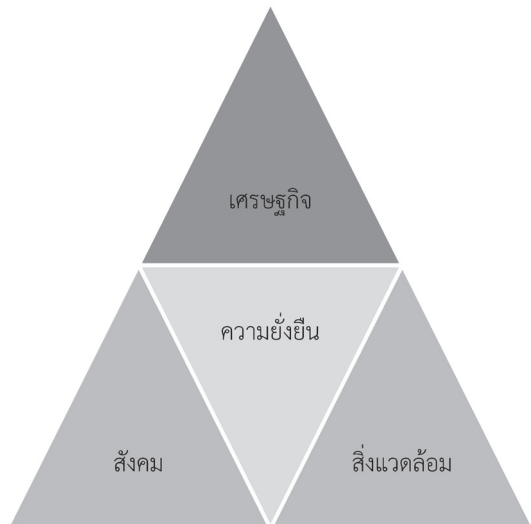
ผู้ประกอบการบางรายเริ่มไม่ปฏิบัติตามกฎกติกาของกฎหมายหรือกระทำการอันมีลักษณะไม่อยู่บนพื้นฐานของคุณธรรมและจริยธรรมของการดำเนินธุรกิจ เช่น เกิดการแข่งขันแย่งชิงเพื่อใช้ทรัพยากรภายในประเทศที่มีอยู่อย่างจำกัด อันนำไปสู่ปัญหาการทำลายและการลดลงของทรัพยากรธรรมชาติ หรือการใช้วิธีการที่มีลักษณะเป็นการแข่งขันทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมเพื่อแย่งชิงความเป็นเจ้าตลาดจนส่งผลต่อผู้ประกอบการบางรายที่ไม่มีอำนาจต่อรองทางการตลาดต้องเลิกกิจการไปในที่สุด หรือการลดปริมาณหรือคุณภาพของสินค้าที่มีลักษณะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคเพื่อหวังผลในการเพิ่มกำไรให้แก่ธุรกิจ หรือการเอาเปรียบแรงงาน เช่น การใช้แรงงานเด็กหรือแรงงานที่ผิดกฎหมาย หรือการจ่ายค่าจ้างต่ำกว่าที่กฎหมายกำหนด เป็นต้น ปัญหาเหล่านี้มิได้เกิดขึ้นเฉพาะในประเทศไทยเท่านั้น แต่เป็นปัญหาระดับโลกที่ต้องเร่งแก้ไข ซึ่งสาเหตุส่วนหนึ่งของปัญหามาจากการประกอบธุรกิจที่ขาดคุณธรรมและจริยธรรม มุ่งแต่จะแสวงหาประโยชน์ส่วนตนแต่เพียงอย่างเดียว โดยไม่คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมของประเทศชาติ การละเลยไม่ใส่ใจต่อปัญหาหรือผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจต่อ

กลุ่มบุคคลอื่นที่มีใช้ผู้ถือหุ้น เช่น คู่ค้า ลูกค้าหรือผู้บริโภค พนักงาน ครอบครัวของพนักงาน หรือแม้กระทั่งชุมชนรอบ ๆ สถานประกอบการ ซึ่งถือว่าเป็นผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder) ในกิจการด้วยเช่นกัน

จากสภาพปัญหาดังกล่าว สะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพของการพัฒนาเศรษฐกิจภายใต้ระบบเดิมที่นอกจากจะไม่ทำให้ธุรกิจเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนแล้ว คุณภาพชีวิตของคนในประเทศก็ยังไม่ดีขึ้น และประเทศยังต้องประสบกับปัญหารอบด้านโดยเฉพาะปัญหาทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ยิ่งไปกว่านั้นบางปัญหาถือเป็นปัญหาสำคัญที่ประเทศต้องประสบมายาวนานกว่า 20 ปี ซึ่งเป็นกับดักปัญหาที่ทำให้ประเทศไม่สามารถก้าวไปข้างหน้าได้ อาทิ ปัญหาประเทศรายได้ปานกลาง ปัญหาความเหลื่อมล้ำ รวมถึงปัญหาความไม่สมดุลของการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ด้วยเหตุนี้จึงนำไปสู่แนวคิดการปฏิรูปโครงสร้างเศรษฐกิจรูปแบบใหม่ ภายใต้นโยบาย “ประเทศไทย 4.0” ที่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจจากการเน้นอุตสาหกรรมหนัก ไปสู่เศรษฐกิจที่มุ่งเน้นการสร้างคุณค่า (Value-Based Economy) หรือเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Innovation-Driven Economy) ซึ่งภาครัฐเชื่อว่าจะเป็นวิธี

การที่จะช่วยแก้ปัญหาทั้งหมดดังกล่าวข้างต้นได้ และจะเป็นเครื่องมือที่จะทำให้ประเทศเกิดการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืน ผู้เขียนเห็นว่าการสร้างความยั่งยืนของธุรกิจภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 ที่มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบธุรกิจให้มีศักยภาพที่สูงขึ้น รวมถึงมีการนำนวัตกรรมใหม่มาใช้ในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ อาจนำมาซึ่งการแข่งขันทางการค้าที่รุนแรงขึ้นและยิ่งไปกว่านั้นหากประเทศต้องการบรรลุเป้าหมายของการสร้างธุรกิจที่ยั่งยืนไปพร้อมกับการพัฒนาประเทศในด้านอื่น ๆ นอกจากการมีโครงสร้างทางเศรษฐกิจที่ดีและการมีสภาพแวดล้อมทางกฎหมายที่ดีแล้ว จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องส่งเสริมให้ภาคธุรกิจมีความรับผิดชอบต่อสังคม เพราะถึงแม้ภาครัฐจะมีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจรูปแบบใหม่ แต่หากผู้ประกอบการธุรกิจยังคงประกอบธุรกิจในลักษณะเดิมที่มุ่งแต่จะแสวงหาผลกำไรของตนเองโดยละเลยหรือไม่ใส่ใจต่อสังคมส่วนรวมก็เป็นที่ยากยิ่งที่จะนำพาประเทศไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 ได้ เนื่องจากการจะบรรลุเป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืนได้นั้น ต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ กล่าวคือ มีกำไรในเชิงเศรษฐกิจ ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อ

สังคม และเป็นผลดีต่อสิ่งแวดล้อม ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 สามเหลี่ยมแห่งความยั่งยืน

จากภาพ “สามเหลี่ยมแห่งความยั่งยืน” ผู้เขียนเห็นว่า ประเทศไทยควรมีมาตรการทางกฎหมายในการส่งเสริมการสร้างธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยใช้หลักเกณฑ์ความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อเป็นเครื่องมือในการนำพาประเทศไปสู่การบรรลุเป้าหมายของการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้ในระยะยาว ดังนั้น ในบทความนี้ผู้เขียนจะนำเสนอรูปแบบองค์กรธุรกิจตามกฎหมายไทยในปัจจุบัน ตลอดจนปัญหาธุรกิจที่เกิดขึ้น แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมรวมถึงแนวปฏิบัติหรือมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง แนวทางการสร้างความ

ยั่งยืนของธุรกิจในยุคประเทศไทย 4.0 และการประยุกต์ใช้หลักเกณฑ์ความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อส่งเสริมการสร้างธุรกิจอย่างยั่งยืนในยุคประเทศไทย 4.0 โดยมีเนื้อหาตามลำดับดังนี้

รูปแบบองค์กรธุรกิจตามกฎหมายไทย

การประกอบธุรกิจการค้าอาจดำเนินการได้หลายรูปแบบ ทั้งโดยบุคคลคนเดียวเป็นเจ้าของกิจการโดยลำพังหรืออาจดำเนินการโดยร่วมทุนกับบุคคลอื่นเป็นกลุ่มคณะก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะของธุรกิจ เงินทุน รวมถึงความรู้ความสามารถของผู้ประกอบการ เป็นต้น แต่ไม่ว่าจะเลือกประกอบธุรกิจในรูปแบบองค์กรใดก็ตามต้องตกอยู่ภายใต้การควบคุมดูแลของกฎหมายที่จดทะเบียนจัดตั้ง โดยผู้เขียนจะขอลำถึงรูปแบบขององค์กรธุรกิจตามกฎหมายไทยและกฎหมายที่เกี่ยวข้องพอสังเขปดังนี้

รูปแบบขององค์กรธุรกิจตามกฎหมายไทยในปัจจุบัน สามารถจำแนกออกได้หลากหลายรูปแบบ แต่หากพิจารณาแยกตามความเป็นนิติบุคคลแล้ว สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทได้แก่ องค์กรธุรกิจที่เป็นนิติบุคคลกับองค์กรธุรกิจที่ไม่เป็นนิติบุคคล (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, ม.ป.ป., หน้า 26–58) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. องค์กรธุรกิจที่เป็นนิติบุคคล หมายถึง องค์กรธุรกิจที่จดทะเบียนจัดตั้งขึ้นตามกฎหมาย และผลของการจดทะเบียนทำให้องค์กรมีสภาพเป็นนิติบุคคลตามกฎหมาย ซึ่งอาจแบ่งออกเป็นประเภทได้ดังนี้

1.1 ห้างหุ้นส่วนสามัญจดทะเบียนหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนสามัญ สามารถจัดตั้งขึ้นได้ทั้งรูปแบบของการจดทะเบียนและไม่จดทะเบียน ห้างหุ้นส่วนสามัญประเภทที่จดทะเบียนเท่านั้นที่มีสถานะเป็นนิติบุคคลตามกฎหมาย โดยต้องจดทะเบียนจัดตั้งต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ภายใต้ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ลักษณะห้างหุ้นส่วนและบริษัท โดยลักษณะพิเศษของห้างหุ้นส่วนสามัญสามารถพิจารณาได้จากบทบัญญัติมาตรา 1025 ประกอบมาตรา 1050 แห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ซึ่งจากบทบัญญัติทั้งสองมาตราดังกล่าวสามารถระบุลักษณะพิเศษของห้างหุ้นส่วนสามัญได้ 3 ประการ คือ 1) ผู้เป็นหุ้นส่วนทุกคนต้องรับผิดชอบร่วมกันในหนี้ทั้งปวงของห้าง 2) ผู้เป็นหุ้นส่วนทุกคนต้องรับผิดชอบโดยไม่จำกัดจำนวน และ 3) คุณสมบัติของผู้เป็นหุ้นส่วนเป็นสาระสำคัญ (พินิจ ทิพย์มณี, 2555, หน้า 37)

1.2 ห้างหุ้นส่วนจำกัด ห้างหุ้นส่วนจำกัด กฎหมายแพ่งและพาณิชย์บังคับว่าต้องจดทะเบียนเท่านั้น (มาตรา 1078) โดยต้องจดทะเบียนจัดตั้งต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ภายใต้ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ลักษณะห้างหุ้นส่วนและบริษัทเช่นเดียวกับห้างหุ้นส่วนสามัญจดทะเบียน ดังนั้น จึงมีลักษณะทั่วไปเหมือนกับห้างหุ้นส่วนสามัญ แต่จะมีลักษณะพิเศษที่แตกต่างไปจากห้างหุ้นส่วนสามัญบางประการ เช่น ห้างหุ้นส่วนจำกัด ประกอบด้วยหุ้นส่วน 2 ประเภท ได้แก่ หุ้นส่วนประเภทจำกัดความรับผิด และหุ้นส่วนประเภทไม่จำกัดความรับผิด และเนื่องจากห้างหุ้นส่วนจำกัดต้องจดทะเบียนเท่านั้น ดังนั้น ตราใบที่ยังมิได้จดทะเบียนกฎหมายให้ถือว่าเป็นห้างหุ้นส่วนสามัญ ซึ่งผู้เป็นหุ้นส่วนทั้งหมดย่อมต้องรับผิดชอบร่วมกันในบรรดาหนี้ของห้างหุ้นส่วนโดยไม่มีจำกัดจำนวนจนกว่าจะได้จดทะเบียน (มาตรา 1079)

1.3 บริษัทจำกัด บริษัทจำกัดเป็นองค์กรธุรกิจอีกประเภทหนึ่งที่จดทะเบียนภายใต้ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ลักษณะห้างหุ้นส่วนและบริษัท โดยมีลักษณะสำคัญ 4 ประการ คือ 1) เป็นกิจการที่สร้างขึ้นโดยแบ่งทุนเป็นหุ้น โดยแต่ละหุ้นมีมูลค่าเท่า ๆ กัน 2) ผู้ถือ

หุ้นขั้นต่ำต้องมีจำนวน 3 คน ส่วนชั้นสูงกฎหมายไม่ได้กำหนดไว้ 3) ผู้ถือหุ้นรับผิดชอบจำกัดไม่เกินจำนวนเงินที่ตนยังส่งใช้ไม่ครบมูลค่าหุ้นที่ตนถือ และ 4) บริษัทจำกัดต้องจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลเสมอ (ภาสกร ชุณหะวัณ, 2553, หน้า 176-177)

1.4 บริษัทมหาชนจำกัด บริษัทมหาชนจำกัดเป็นองค์กรธุรกิจที่จดทะเบียนจัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ. 2535 และต้องอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกฎหมายดังกล่าวเป็นพิเศษตลอดจนกฎระเบียบต่าง ๆ ของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ดังนั้น จึงมีลักษณะพิเศษที่แตกต่างไปจากบริษัทจำกัดอยู่หลายประการ เช่น จำนวนผู้เริ่มก่อการ โดยบริษัทมหาชนจำกัดต้องมีผู้เริ่มก่อการจัดตั้งบริษัทจำนวนไม่น้อยกว่า 15 คน หรือบริษัทมหาชนจำกัดสามารถออกหนังสือชี้ชวนให้ประชาชนซื้อหุ้นได้ซึ่งแตกต่างจากบริษัทจำกัดที่ไม่สามารถกระทำได้ (นนทวัชร์ นวตระกูลพิสุทธิ์, 2555, หน้า 288)

1.5 องค์กรธุรกิจที่จดทะเบียนจัดตั้งภายใต้กฎหมายเฉพาะ หมายถึง องค์กรธุรกิจที่จดทะเบียนต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์ภายใต้กฎหมายอื่นที่มีใช้ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์และมีใช้พระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ. 2535 เช่น สหกรณ์ ซึ่งต้อง

จดทะเบียนภายใต้พระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2471 เป็นต้น

องค์กรธุรกิจทุกประเภทดังกล่าวมาข้างต้น มีสถานะเป็นนิติบุคคลตามกฎหมายและมีสภาพเป็นนิติบุคคลแยกต่างหากจากผู้เป็นหุ้นส่วน จึงก่อให้เกิดผลหลายประการ เช่น

1) มีสิทธิและหน้าที่ของตนเองแยกต่างหากจากผู้ก่อตั้ง ฉะนั้นการค้าขายที่บรรดาหุ้นส่วนหรือผู้ถือหุ้นดำเนินไปตามธรรมดาการค้าขายของห้างหรือตามวัตถุประสงค์ของบริษัทย่อมตกเป็นสิทธิหรือหน้าที่ของนิติบุคคล ไม่ใช่สิทธิส่วนตัวของหุ้นส่วนหรือผู้ถือหุ้น (ทิพย์ชนก รัตโนสถ, 2556, หน้า 7)

2) มีสิทธิใช้ชื่อของตนเองเป็นโจทก์หรือจำเลยหรือร้องสอด³ ได้เอง เนื่องจากเมื่อห้างหุ้นส่วนหรือบริษัทจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลแล้ว ย่อมมีสิทธิที่จะมีชื่อได้ดังเช่นบุคคลธรรมดา (โสภณ รัตนกร, 2553, หน้า 156)

3) มีภูมิลำเนาของตนเอง เพื่อประโยชน์ในการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ทางทะเบียน การส่งเอกสาร การค้าขาย และในทางอรรถคดี

4) มีสัญชาติของตนเอง นิติบุคคลจะมีสัญชาติของตนเองต่างหากจากผู้ถือหุ้นหรือผู้เป็นหุ้นส่วน ดังนั้น นิติบุคคลที่จดทะเบียนที่ประเทศใดหากได้ทำตามขั้นตอนและเงื่อนไขของท้องถิ่นนั้นครบถ้วนแล้วย่อมจะได้สัญชาติของท้องถิ่นที่จดทะเบียน (ปริญญญา ศรีเกตุ, 2549, หน้า 174-175)

2. องค์กรธุรกิจที่ไม่เป็นนิติบุคคล การจัดตั้งองค์กรธุรกิจประเภทนี้ คู่สัญญาเพียงแต่แสดงเจตนาตกลงกันก็มีผลเป็นการจัดตั้งองค์กรธุรกิจแล้ว โดยไม่ต้องนำข้อตกลงดังกล่าวไปจดทะเบียนที่กระทรวงพาณิชย์แต่อย่างใด สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 รูปแบบ (สหธน รัตนไพจิตร, 2557, หน้า 7) ได้แก่

2.1 ห้างหุ้นส่วนสามัญไม่จดทะเบียน
ห้างหุ้นส่วนสามัญไม่จดทะเบียนมีลักษณะเช่นเดียวกันกับห้างหุ้นส่วนสามัญจดทะเบียนหรือห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคลดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น แต่มีข้อแตกต่างที่สำคัญ คือ สถานะทางกฎหมาย ห้างหุ้นส่วนสามัญไม่จดทะเบียนไม่มีสถานะเป็นนิติบุคคล ดังนั้น บรรดาข้อตกลงใด ๆ

³ ร้องสอด คือ การที่บุคคลภายนอกซึ่งมิใช่คู่ความยื่นคำร้องต่อศาลด้วยความสมัครใจของตนเองขอเข้ามาเป็นคู่ความหรือบุคคลที่ถูกหมายเรียกให้เข้ามาในคดี จาก ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง มาตรา 57

ระหว่างผู้เป็นหุ้นส่วนจึงไม่สามารถยกขึ้นต่อสู้กับบุคคลภายนอกได้ ใช้ต่อสู้ได้ระหว่างผู้เป็นหุ้นส่วนด้วยกันเท่านั้น

2.2 องค์การธุรกิจที่จัดตั้งขึ้นตามสัญญา และไม่มีชื่อตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ตัวอย่างรูปแบบขององค์การธุรกิจในลักษณะนี้ เช่น คณะบุคคล กงสี หรือกิจการร่วมค้าบางประเภท ซึ่งถึงแม้เนื้อหาของข้อตกลงจะไม่เข้าลักษณะห้างหุ้นส่วนสามัญตามที่กฎหมายกำหนดไว้ แต่คู่สัญญาก็สามารถตกลงกันได้ เพราะการแสดงเจตนาดังกล่าวไม่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน

สภาพปัญหาธุรกิจและปัญหาอันเป็นผลมาจากการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ

จากรูปแบบขององค์การธุรกิจดังกล่าวมาข้างต้น ไม่ว่าผู้ประกอบการจะเลือกจัดตั้งองค์การธุรกิจในรูปแบบใดก็ตาม วัตถุประสงค์หลักของการก่อตั้งองค์กรก็เพื่อการประกอบธุรกิจการค้าหรือการพาณิชย์ ดังนั้น เป้าหมายหลักขององค์การธุรกิจทุกประเภท คือ การแสวงหากำไรสูงสุดจากการประกอบธุรกิจเพื่อนำผลกำไรนั้นมาแบ่งปันระหว่างผู้เป็นหุ้นส่วนหรือผู้ถือหุ้น ซึ่งถือเป็นลักษณะสำคัญขององค์การธุรกิจ จากลักษณะพื้นฐานขององค์การธุรกิจดังกล่าวประกอบกับ

ระบบเศรษฐกิจของประเทศที่ให้เสรีภาพแก่ภาคเอกชนในการประกอบธุรกิจ จึงนำไปสู่การแข่งขันทางการค้าเพื่อแย่งชิงกำไรและการครอบครองส่วนแบ่งการตลาด จนในบางครั้งผู้ประกอบการอาจละเลยต่อผลกระทบหรือผลจากการดำเนินธุรกิจที่อาจเกิดขึ้นกับคู่ค้า ผู้บริโภค ชุมชน สังคม รวมถึงสิ่งแวดล้อม ซึ่งถือได้ว่าเป็นกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียในกิจการด้วยเช่นเดียวกัน ก่อให้เกิดปัญหาหลายประการตามมาและมีใช่เป็นปัญหาเฉพาะประเทศไทยเท่านั้น บางปัญหาเป็นปัญหาระดับโลกที่ต้องเร่งดำเนินการแก้ไข โดยสามารถแบ่งปัญหาออกเป็น 3 ด้าน ได้ดังนี้

1. ปัญหาทางเศรษฐกิจ เกิดปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจตกต่ำเป็นระยะ ๆ ประเทศอุตสาหกรรมที่มีความพร้อมทางด้านความรู้ เทคโนโลยี และมีพลังทางเศรษฐกิจที่สูงกว่าสามารถควบคุมกลไกทางการเงิน การค้าและการลงทุนอย่างเบ็ดเสร็จ รวมทั้งยังสามารถรวมพลังในกลุ่มประเทศอุตสาหกรรมด้วยกันในการรักษาผลประโยชน์ของประเทศในกลุ่มได้อย่างเต็มที่ ในขณะที่ประเทศกำลังพัฒนารวมถึงประเทศด้อยพัฒนาถูกเอารัดเอาเปรียบอย่างไม่มีที่สิ้นสุด และไม่สามารถต่อรองเพื่อรักษาผลประโยชน์ของตนเองได้อย่างที่ควรจะเป็น เช่นเดียวกับองค์กร

ธุรกิจที่มีขนาดเล็กมักจะถูกองค์กรธุรกิจที่มีขนาดใหญ่กว่าเอาเปรียบจนไม่สามารถประกอบ การต่อไปได้ ธุรกิจขาดทุน และต้องปิดกิจการ ในที่สุด สะท้อนให้เห็นถึงความไม่ยั่งยืนของธุรกิจ

2. ปัญหาทางสังคม สาเหตุของปัญหา สังคมส่วนหนึ่งมาจากการดำเนินกิจกรรมทาง ธุรกิจของภาคเอกชน เช่น ปัญหาความเหลื่อมล้ำ และความไม่เป็นธรรมทางสังคม ปัญหาความ ยากจน ปัญหาการเอาเปรียบผู้บริโภค ปัญหา แรงงาน (การว่างงาน ตกงาน) ปัญหาการละเมิด สิทธิมนุษยชน เป็นต้น ปัญหาเหล่านี้เป็นผล มาจากการประกอบธุรกิจที่มุ่งเน้นการแสวงหากำไร แต่เพียงอย่างเดียว ทำให้ผู้ประกอบการละเลย และไม่ดูแลเอาใจใส่ต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียอื่น ที่มีใช้เจ้าของทุนและผู้ถือหุ้น เช่น คู่ค้า ลูกค้า พนักงาน ครอบครัวของพนักงาน ชุมชนใกล้เคียง สถานประกอบการ เป็นต้น ซึ่งแม้การกระทำ บางประการไม่เป็นการละเมิดต่อกฎหมายแต่ถือ ได้ว่าเป็นการดำเนินธุรกิจที่ขาดคุณธรรมและ จริยธรรม โดยทั้งภาระปัญหาเหล่านี้ให้ภาครัฐ และองค์กรเพื่อสังคม เช่น มูลนิธิ หรือองค์กรไม่ แสวงหากำไร เป็นผู้คอยเยียวยาและแก้ไขปัญหา

3. ปัญหาทางสิ่งแวดล้อม การแข่งขัน ทางการค้าของภาคธุรกิจนำไปสู่การแย่งชิง ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจำกัด สิ่งแวดล้อม

ถูกทำลายไปอย่างไม่คุ้มค่า ไม่สามารถดำเนินการ ทดแทน และก่อให้เกิดความสมดุลทางธรรมชาติ ได้ นอกจากนี้ การพัฒนาของประเทศ อุตสาหกรรมทั้งหลายก่อให้เกิดมลภาวะต่าง ๆ มากมาย จนเกิดปรากฏการณ์ “เรือนกระจก” (Greenhouse Effect) ซึ่งสาเหตุส่วนใหญ่มาจากการเผาผลาญเชื้อเพลิงฟอสซิล เช่น ถ่านหิน น้ำมัน และก๊าซธรรมชาติ เพื่อการผลิตพลังงาน หรือเพื่อการขนส่งและการผลิตสินค้าในโรงงาน อุตสาหกรรม ส่งผลให้มีปริมาณก๊าซคาร์บอน- ไดออกไซด์ในอากาศเพิ่มมากขึ้น และในที่สุด นำไปสู่การเกิด “ภาวะโลกร้อน” (Global Warming) ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม การผันแปรของสภาพภูมิอากาศของโลก และท้องถิ่น และจากมลพิษที่เกิดขึ้นยังนำไปสู่ ปัญหาคุณภาพชีวิตและสุขอนามัยของคนทั่วโลก

สรุปได้ว่า จากแบบแผนการดำเนินธุรกิจ ที่มุ่งเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจแต่เพียงด้านเดียว ภายใต้ระบบเศรษฐกิจแบบเสรีผนวกกับลักษณะ พื้นฐานขององค์กรธุรกิจที่ก่อตั้งขึ้นมาเพื่อ แสวงหากำไรแต่เพียงอย่างเดียว นอกจากไม่ สามารถทำให้องค์กรธุรกิจเติบโตได้อย่างยั่งยืน แล้วยังก่อให้เกิดปัญหาหอบด้าน โดยเฉพาะ ปัญหาทางสังคมและปัญหาทางสิ่งแวดล้อม

การเรียกร้องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ

ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจดังกล่าว ได้นำไปสู่การเรียกร้องให้ภาคธุรกิจเข้ามามีส่วนรับผิดชอบต่อปัญหาหรือการเรียกร้องความรับผิดชอบต่อสังคมหรือที่เรียกเป็นภาษาอังกฤษว่า “Corporate Social Responsibility” หรือ “CSR” กล่าวคือ การเรียกร้องให้ภาคธุรกิจประกอบกิจการด้วยความดูแลใส่ใจต่อผู้มีส่วนได้เสีย เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม อย่างมีคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณ ตลอดจนมีธรรมาภิบาลเป็นเครื่องกำกับให้การดำเนินกิจกรรมต่างๆ เป็นไปด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต โปร่งใสและยุติธรรม มีความตระหนักถึงผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยพร้อมจะแก้ไขเพื่อลดผลกระทบดังกล่าวกับการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาบูรณาการให้เกิดการดำเนินกิจการเป็น การสร้างความสำเร็จและประโยชน์สุข อีกทั้งเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทุกเวทีการค้า ซึ่งจะเป็นผลดีต่อความยั่งยืนของกิจการ ผู้มีส่วนได้เสีย เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2555, หน้า 11)

ปัจจุบันกระแสแนวคิดความรับผิดชอบต่อ

ต่อสังคมขององค์กรธุรกิจได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายและได้ทวีความสำคัญเพิ่มมากขึ้น ดังสะท้อนให้เห็นได้จากปรากฏการณ์ความเคลื่อนไหวขององค์กรและภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งในระดับประเทศและระดับสากล ดังนี้

1. เกิดการสร้างมาตรฐานหรือแนวปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งที่สร้างขึ้นโดยองค์กรระดับสากลและองค์กรภายในประเทศ แนวปฏิบัติที่สำคัญ เช่น

1.1 หลักสากล 10 ประการของ UN Global Compact

ข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ หรือ UN Global Compact ถูกริเริ่มขึ้นในปี 1999 เพื่อเชิญชวนให้เหล่าบรรดาบริษัทพลเมือง (Corporate Citizen) ทั้งหลายเข้าร่วมทำข้อตกลงภายใต้หลักสากล 10 ประการ สำหรับนำไปใช้ในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจให้ได้ชื่อว่าเป็นบริษัทพลเมืองที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ Responsible Corporate Citizen ในสังคมโลก หลักสากล 10 ประการครอบคลุม 4 เรื่องสำคัญ ได้แก่ สิทธิมนุษยชน (Human Rights) แรงงาน (Labour) สิ่งแวดล้อม (Environment) และการต้านทุจริต (Anti-Corruption) ซึ่งประกอบไปด้วยหลักการย่อยดังนี้ (สถาบันไทยพัฒน์, 2558)

ด้านสิทธิมนุษยชน ประกอบด้วยหลัก 2 ประการ ได้แก่ 1) สนับสนุนและเคารพในการปกป้องสิทธิมนุษยชนที่ประกาศในระดับสากลตามขอบเขตอำนาจที่เอื้ออำนวย และ 2) หมั่นตรวจตราดูแลมิให้ธุรกิจของตนเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับการล่วงละเมิดสิทธิมนุษยชน

ด้านแรงงาน ประกอบด้วยหลัก 4 ประการ ได้แก่ 1) ส่งเสริมสนับสนุนเสรีภาพในการรวมกลุ่มของแรงงานและการรับรองสิทธิในการร่วมเจรจาต่อรองอย่างจริงจัง 2) จัดการใช้แรงงานเกณฑ์และที่เป็นการบังคับในทุกรูปแบบ 3) ยกเลิกการใช้แรงงานเด็กอย่างจริงจัง และ 4) จัดการเลือกปฏิบัติในเรื่องการจ้างงานและการประกอบอาชีพ

ด้านสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วยหลัก 3 ประการ ได้แก่ 1) สนับสนุนแนวทางการระแวดระวังในการดำเนินงานที่อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม 2) อาสาจัดทำกิจกรรมที่ส่งเสริมการยกระดับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และ 3) ส่งเสริมการพัฒนาและการเผยแพร่เทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ด้านต่อต้านการทุจริต ประกอบด้วยหลัก 1 ประการ ได้แก่ ดำเนินงานในทางต่อต้านการทุจริต รวมทั้งการกรรโชก และการให้สินบนในทุกรูปแบบ

1.2 แนวปฏิบัติสำหรับบริษัทข้ามชาติของ OECD

องค์กรความร่วมมือและพัฒนาทางเศรษฐกิจ หรือ The Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) ถือเป็นองค์กรหนึ่งที่มีความสำคัญระดับโลก เนื่องจากมีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจให้แก่ประเทศสมาชิก OECD ได้กำหนดแนวปฏิบัติสำหรับบริษัทข้ามชาติไว้ด้วยกัน 7 ประการ ได้แก่ (ศูนย์การศึกษาแรงงาน, 2553, หน้า 50-75)

1) การจ้างงานและแรงงานสัมพันธ์ (Employment and Industrial Relations) บริษัทควรจะต้องเคารพสิทธิของคนงานในการมีตัวแทนโดยสหภาพแรงงาน รวมทั้งตัวแทนในรูปแบบอื่น และเคารพสิทธิในการเข้าร่วมในการเจรจาต่อรองอย่างสร้างสรรค์ ช่วยไม่ให้มีการใช้แรงงานเด็ก ช่วยจัดการบังคับใช้แรงงานหรือแรงงานบังคับในทุกรูปแบบ ไม่เลือกปฏิบัติต่อคนงานในการจ้างงาน หรืออาชีพ เนื่องจากเชื้อชาติ สีผิว เพศ ความเชื่อทางศาสนา ความคิดเห็นทางการเมือง ความเป็นชนชาติส่วนหนึ่งส่วนใดของประเทศ หรือภูมิหลังทางสังคม

2) สิ่งแวดล้อม (Environment) ภายใต้กรอบของกฎหมาย กฎระเบียบ และการบริหารประเทศที่บริษัทเข้าไปทำธุรกิจและโดยคำนึงถึงข้อตกลงระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้อง หลักการจุดประสงค์ และมาตรฐานต่าง ๆ บริษัทควรจะต้องพิจารณาถึงความจำเป็นที่จะต้องพิทักษ์สิ่งแวดล้อม สุขภาพและอนามัยของสาธารณชน ซึ่งโดยทั่วไปควรจะต้องทำกิจกรรมด้านธุรกิจ ในลักษณะที่ช่วยให้บรรลุเป้าหมายที่กว้างไกลกว่านั้น คือ ช่วยให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน

3) การต่อสู้กับการรับสินบน (Combating Bribery) บริษัทไม่ควรเสนอสัญญา หรือเรียกรับสินบนทั้งทางตรง และทางอ้อมหรือข้อได้เปรียบใด ๆ ที่ไม่มีสิทธิจะได้เพื่อรักษาความได้เปรียบทางธุรกิจ หรือข้อได้เปรียบที่ไม่สมควร บริษัทไม่ควรถูกร้องขอหรือถูกคาดหวังว่าจะให้สินบนรวมทั้งข้อได้เปรียบใด ๆ ที่ไม่มีสิทธิจะได้

4) ผลประโยชน์ของผู้บริโภค (Consumer Interests) เมื่อต้องดำเนินการในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค บริษัทควรจะต้องดำเนินการตามวิธีปฏิบัติที่ดีและเป็นธรรมทางธุรกิจ ทางการตลาด และการโฆษณา อีกทั้งยังควรดำเนินการตามขั้นตอนอย่างสมเหตุสมผล เพื่อให้แน่ใจว่าสินค้าและบริการของบริษัทนั้นมีคุณภาพและมีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค

5) วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (Science and Technology) บริษัทควรจะดำเนินการเพื่อให้แน่ใจได้ว่ากิจกรรมต่าง ๆ ของบริษัทสอดคล้องกับนโยบายและแผนงานด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของประเทศเจ้าบ้าน (Host Country) และหากเหมาะสมสมควรจะต้องช่วยพัฒนาขีดความสามารถในเชิงนวัตกรรมทั้งในระดับท้องถิ่น และระดับชาติของประเทศเจ้าบ้าน

6) การแข่งขัน (Competition) บริษัทข้ามชาติที่ดำเนินธุรกิจในการแข่งขัน ควรจะไม่ทำข้อตกลงใด ๆ หรือดำเนินการตามข้อตกลงใด ๆ ที่เป็นการต่อต้านการแข่งขัน โดยร่วมมือกันบริษัทด้วยกันหรือบริษัทอื่น ๆ โดยใช้วิธีการ เช่น กำหนดราคาตายตัวเพื่อขจัดคู่แข่ง เข้าร่วมประกวดราคาโดยไม่สุจริต ยุติธรรม หรือสร้างข้อจำกัดต่อจำนวนผลผลิตหรือระบบโควตา เป็นต้น

7) ภาษี (Taxation) บริษัทจะต้องปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบที่ว่าด้วยเรื่องภาษีอากรในทุกประเทศที่เข้าไปดำเนินธุรกิจ และยังคงพยายามอย่างเต็มที่ในการปฏิบัติตามกฎหมายอย่างครบถ้วน และตามเจตนารมณ์ของกฎหมายและกฎระเบียบในเรื่องภาษี ทั้งนี้รวมถึงการปฏิบัติตามมาตรการต่าง ๆ ที่เจ้าหน้าที่รัฐจำเป็นต้องใช้ เช่น การให้ข้อมูลที่ถูกต้อง

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากข้อกำหนดทั้ง 7 ประการดังกล่าวข้างต้นเป็นเพียงแนวปฏิบัติที่เสนอแนะให้ภาคธุรกิจนำไปใช้ด้วยความสมัครใจ OECD จึงเสนอให้บริษัทวิสาหกิจข้ามชาติติดต่อด้านการค้าขายกับเฉพาะคู่ค้าที่ประกอบธุรกิจโดยมีความรับผิดชอบต่อสังคมเท่านั้น หากภาคธุรกิจของประเทศใดประกอบธุรกิจอย่างไม่มี ความรับผิดชอบต่อสังคม ประเทศสมาชิกของ OECD จะไม่ทำการค้าขายด้วย จึงส่งผลให้ภาคธุรกิจที่ต้องการค้าขายกับประเทศในกลุ่ม OECD จำเป็นต้องปฏิบัติตามแนวปฏิบัติด้าน CSR อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

1.3 มาตรฐานแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคม ISO 26000

ISO 26000 เป็นมาตรฐานระหว่างประเทศที่กำหนดโดยองค์การระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน หรือ International Organization for Standardization (ISO) เพื่อให้คำแนะนำเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) แก่องค์กรทุกประเภททั้งในประเทศที่พัฒนาแล้วและประเทศกำลังพัฒนาในการสนองตอบความต้องการของสังคมที่ให้ความสำคัญเพิ่มขึ้นกับการประกอบการอย่างรับผิดชอบต่อสังคม

ISO 26000 ประกอบด้วย หลักการพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อสังคม 7 หลักการ ได้แก่ 1) ความรับผิดชอบต่อสังคมที่สามารถตรวจสอบได้ (Accountability) 2) ความโปร่งใส (Transparency) 3) การปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม (Ethical Behavior) 4) การคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสีย (Respect for Stakeholder Interests) 5) การเคารพต่อหลักนิติธรรม (Respect for the Rule of Law) 6) การเคารพต่อแนวปฏิบัติสากล (Respect for International Norms of Behavior) และ 7) การเคารพต่อสิทธิมนุษยชน (Respect for Human Rights) (สำนักพัฒนา มาตรฐานแรงงาน, 2553, หน้า 1)

นอกจากนี้ ในส่วนของประเทศไทย มีการสร้างแนวปฏิบัติและมาตรฐานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนี้

1.4 เข้มทิศธุรกิจเพื่อสังคม

สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม หรือ Corporate Social Responsibility Institute (CSRI) เป็นสถาบันที่จัดตั้งโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้ออกแนวปฏิบัติในเรื่อง CSR ชื่อ “เข้มทิศธุรกิจเพื่อสังคม” โดยแบ่งออกเป็น 8 หัวข้อ ดังนี้ (สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม, 2551, หน้า 10-26)

1. การกำกับดูแลกิจการที่ดี เป็นการทำให้มีระบบบริหารจัดการอย่างรู้หน้าที่มีความรับผิดชอบในการจัดการอย่างโปร่งใส เท่าเทียม เป็นธรรม มีประสิทธิภาพ สามารถตรวจสอบได้ ซึ่งจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความมั่นใจต่อผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน ผู้มีส่วนได้เสีย และผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย อันจะนำไปสู่ความเติบโตและเสถียรภาพทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนของธุรกิจ

2. การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม เป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง อันจะส่งผลดีต่อกิจการในระยะยาว ทั้งนี้ ธุรกิจควรถือปฏิบัติตามแนวทางเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในการดำเนินธุรกิจ โดยไม่เห็นแก่ผลประโยชน์อื่นที่อาจได้มาจากการดำเนินงานที่ไม่ถูกต้องตามทำนองคลองธรรม

3. การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม เป็นรากฐานของการพัฒนาทรัพยากรบุคคล อันมีส่วนสัมพันธ์กับธุรกิจในลักษณะการเพิ่มคุณค่า และทรัพยากรบุคคลนับเป็นปัจจัยสำคัญของธุรกิจในการสร้างมูลค่าเพิ่มและเพิ่มผลผลิต ดังนั้น ธุรกิจควรปรับปรุงสภาพแวดล้อมและเงื่อนไขในการทำงานให้พนักงานมีคุณภาพชีวิตที่ดี และได้มีโอกาสแสดงศักยภาพ ตลอดจนได้รับโอกาสในการฝึกฝนและเพิ่มพูนทักษะในการทำงาน

4. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค สินค้าและ/หรือ บริการของธุรกิจไม่ควรก่อให้เกิดความเสี่ยงหรืออันตรายต่อผู้บริโภค ทั้งนี้ ธุรกิจควรปรับปรุงมาตรฐานของสินค้าหรือบริการให้มีความเป็นสากลและให้ทุกคนสามารถเข้าถึงได้ รวมทั้งควรพัฒนาสินค้าหรือบริการเพื่อเป็นประโยชน์ในการช่วยแก้ไขปัญหาของสังคมด้วย

5. การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม ชุมชนและสังคมที่เข้มแข็ง และมีการพัฒนาที่ยั่งยืนนั้น มีความสำคัญยิ่งในฐานะเป็นปัจจัยที่เอื้อต่อการดำเนินงานของธุรกิจ ดังนั้น ธุรกิจควรจัดกิจกรรมทางสังคม และ/หรือ มีส่วนร่วมในการส่งเสริมความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนและสังคมที่ได้รับผลกระทบจากกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการของธุรกิจ โดยการแสดงตัวเป็นพลเมืองที่ดีของชุมชนนั้น พร้อมกับคิดค้นวิธีการที่จะลดและหยุดผลกระทบในทางลบต่อชุมชนและสังคมที่เกิดจากกระบวนการดำเนินงานของธุรกิจในที่สุด

6. การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม การเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรโลก ประกอบกับปัจจัยความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ นอกจากเป็นสาเหตุของการบริโภคทรัพยากรธรรมชาติจำนวนมากมหาศาลเกินกว่าความจำเป็นยังก่อให้เกิดมลภาวะทางน้ำ อากาศ ขยะ สารพิษ ฯลฯ ปัญหาต่างๆ

ได้กระทบต่อมนุษย์และระบบนิเวศ ดังนั้น ธุรกิจจึงมีหน้าที่ในการปรับปรุงคุณภาพชีวิตมนุษย์ด้วยการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อม โดยถือว่าการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมเป็นหน้าที่ร่วมกันของทุกคน

7. นวัตกรรมและการเผยแพร่วัตกรรม
จากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม ในการดำเนินธุรกิจควรนำแนวคิด CSR มาประยุกต์ผสมผสานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงให้เหมาะสมและสอดคล้องกับการวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจอย่างกลมกลืน โดยนำความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์การดำเนินงานด้าน CSR มาพัฒนาปรับใช้และคิดค้นให้เกิดนวัตกรรมทางธุรกิจที่สามารถสร้างประโยชน์ความสามารถในการแข่งขันและมูลค่าเพิ่ม ทั้งต่อธุรกิจและสังคมไปพร้อม ๆ กัน (Competitiveness with Innovative Business)

8. การจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ธุรกิจควรให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลที่สะท้อนให้เห็นการปฏิบัติตามแนวทาง CSR ที่กล่าวมาอย่างครบถ้วน โดยข้อมูลที่เปิดเผยนั้นนอกจากจะเป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) ทุกฝ่ายยังช่วยในการสอบทานให้ธุรกิจทราบว่าได้ดำเนินการในเรื่อง CSR ตรงกับเป้าหมายที่วางไว้หรือไม่อย่างไร

1.5 มาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อสังคม

ในปี พ.ศ. 2552 กรมโรงงานอุตสาหกรรมได้ออกประกาศกรมโรงงานอุตสาหกรรมว่าด้วยมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อสังคม พ.ศ. 2552 (Standard for Corporate Social Responsibility: CSR-DIW B.E. 2552) และฉบับ พ.ศ. 2554 โดยได้กำหนดประเด็นหลักของความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ 7 ประเด็น ที่มีลักษณะสอดคล้องกับมาตรฐานแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคม ISO 26000 (กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2554, หน้า 26-58)

2. ในบางประเทศ เช่น ประเทศอินเดีย มีการนำหลักปฏิบัติด้าน CSR ไปบัญญัติเป็นกฎหมายเพื่อให้มีผลบังคับใช้ โดยบัญญัติไว้ในมาตรา 135 แห่งกฎหมาย Companies Act 2013 และมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2558 เป็นต้นมา หลักการที่สำคัญ คือ กำหนดให้บริษัทที่ประกอบกิจการในอินเดียทุกบริษัท (รวมถึงบริษัทต่างชาติที่มาลงทุนในอินเดีย) ที่มีมูลค่าทรัพย์สินสุทธิ 5,000 พันล้านรูปี (INR 500 crore) ขึ้นไป หรือ บริษัทที่มีรายรับประจำปีอย่างน้อย 10,000 ล้านรูปีขึ้นไป (INR 1,000 crore)

หรือ มีผลกำไรสุทธิ 50 ล้านบาท (INR 5 crore) ขึ้นไป ต้องจัดสรรเงินจำนวนร้อยละ 2 ของผลกำไรสุทธิเพื่อการทำประโยชน์ต่อสังคม โดยให้ความสำคัญกับพื้นที่โดยรอบที่ตั้งของบริษัท ก่อนจะมีการตรวจสอบการใช้จ่ายเงินเพื่อ CSR ทุกปี และหากพบว่าไม่ปฏิบัติตามที่กำหนดจะถูกลงโทษตามมาตรา 134 (8) กล่าวคือ (1) โทษปรับ 50,000 รูปี แต่ไม่เกิน 2.5 ล้านบาท และ (2) พนักงานบริษัทซึ่งเป็นผู้รับผิดชอบอาจต้องโทษจำคุกไม่เกิน 3 ปี หรือปรับ 50,000 รูปี แต่ไม่เกิน 500,000 รูปี หรือทั้งจำทั้งปรับ (ศูนย์บริการข้อมูลธุรกิจไทย-อินเดีย, ม.ป.ป., หน้า 1)

นอกจากการสร้างมาตรฐานแนวปฏิบัติ ด้าน CSR และการนำหลักปฏิบัติด้าน CSR ไปปฏิบัติเป็นกฎหมายเพื่อให้มีผลบังคับใช้แล้ว ในบางบริษัท เช่น กรณีบริษัท IKEA เริ่มมีการนำหลักเกณฑ์ด้าน CSR มากำหนดเป็นเงื่อนไขทางการค้าอีกด้วย ซึ่งมีผลต่อคู่ค้าของบริษัทให้จำเป็นต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขดังกล่าวอย่างหลีกเลี่ยงมิได้ เพราะหากไม่ปฏิบัติตามอาจถูกกีดกันทางการค้าได้

การปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจรูปแบบใหม่ภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0

สืบเนื่องจากผลลัพธ์ของการพัฒนาประเทศภายใต้ระบบเศรษฐกิจและรูปแบบองค์กรธุรกิจในปัจจุบัน ซึ่งนอกจากจะไม่ทำให้เศรษฐกิจของประเทศพัฒนาอย่างยั่งยืนแล้วยังก่อให้เกิดปัญหาตามมาอีกมากมายทั้งปัญหาทางสังคมและปัญหาทางสิ่งแวดล้อมดังกล่าวมาแล้วข้างต้น ยิ่งไปกว่านี้ประเทศไทยยังต้องพบกับภัยคุกคามสำคัญ 3 ประการ มาเป็นระยะเวลายาวนาน อันได้แก่ (กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา, 2560, หน้า 7-8)

1. กับดักประเทศรายได้ปานกลาง (Middle Income Trap) กล่าวคือ ในอดีตช่วงก่อนเกิดวิกฤตเศรษฐกิจต้มยำกุ้ง หรือในช่วงต้นของการขับเคลื่อนนโยบายประเทศไทย 3.0 อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทยอยู่ที่ร้อยละ 7-8 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่มีความคาดหวังว่าประเทศไทยจะก้าวสู่ความเป็นประเทศอุตสาหกรรมใหม่เช่นเดียวกับประเทศเกาหลีใต้ ไต้หวัน และสิงคโปร์ มีบริษัทข้ามชาติเข้ามาลงทุนในประเทศจำนวนมากเกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างรวดเร็ว เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้น ระดับความยากจนลดลง รวมถึงมีเศรษฐกิจใหม่เกิดขึ้น

มากมาย แต่แล้วด้วยผลของการพึ่งพิงเทคโนโลยี และทุนของต่างชาติมากเกินไปโดยไม่มีกระบวนการถ่ายทอดเทคโนโลยีอย่างจริงจัง ขาดการสะสมทุน ไม่มีความพร้อมในการรับมือ ต่อความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ จึงทำให้รากฐาน ทางเศรษฐกิจของไทยไม่แข็งแรง จนในที่สุดประเทศ ต้องเผชิญกับวิกฤตเศรษฐกิจต้มยำกุ้งในปี พ.ศ. 2540 ซึ่งภายหลังจากเกิดวิกฤตแล้วอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทยได้ ตกลงมาอยู่ที่ระดับร้อยละ 3-4 มาเกือบ 20 ปี จวบจนถึงปัจจุบัน

2. กับดักความเหลื่อมล้ำ (Inequality Trap) กล่าวคือ ช่องว่างของรายได้และโอกาส ของคนจนและคนรวยถ่างออกมากขึ้น ในปี พ.ศ. 2552 ประเทศไทยมีความเหลื่อมล้ำทางรายได้สูง เป็นอันดับ 2 ของทวีปเอเชีย หากพิจารณา สัดส่วนรายได้ของประชากรและการถือครอง ทรัพย์สินระหว่างปี พ.ศ. 2531-2550 สัดส่วน รายได้ของประชากรร้อยละ 20 ที่รวยที่สุด มีรายได้รวมกันประมาณร้อยละ 55 ของรายได้ รวมทั้งประเทศ ในขณะที่กลุ่มที่จนที่สุดร้อยละ 20 มีรายได้รวมเพียงร้อยละ 4 ของรายได้รวมทั้ง ประเทศเท่านั้น โดยสัดส่วนรายได้ดังกล่าวไม่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญในระยะเวลา กว่า 20 ปีที่ผ่านมา และข้อมูลการถือครอง

ทรัพย์สินครัวเรือนแสดงว่าในปี พ.ศ. 2549 กลุ่มประชากรที่รวยที่สุดร้อยละ 20 ของประเทศ มีทรัพย์สินประมาณ 70 เท่าของกลุ่มที่จนที่สุด ร้อยละ 20 ของประเทศ

3. กับดักความไม่สมดุล (Imbalance Trap) โดยในหลายศตวรรษที่ผ่านมาประเทศไทย เน้นความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจ แต่ละเลยการรักษา สิ่งแวดล้อม การสร้างสังคมที่อยู่ดีมีสุข และการยกระดับศักยภาพและภูมิปัญญามนุษย์ จนส่งผลกระทบต่อเชิงลบในมิติต่าง ๆ มากมาย

จากสภาพปัญหาธุรกิจประกอบกับกับดัก ปัญหาสำคัญดังกล่าวข้างต้น นำไปสู่แนวคิด การปรับเปลี่ยนรูปแบบทางเศรษฐกิจจาก “ประเทศไทย 3.0” ไปสู่ “ประเทศไทย 4.0” กล่าวคือ ประเทศไทยมีการพัฒนาทางเศรษฐกิจ มาอย่างต่อเนื่อง โดยเริ่มจาก “ประเทศไทย 1.0” ที่เน้นเกษตรกรรมแบบดั้งเดิม มาสู่ “ประเทศไทย 2.0” ที่เน้นอุตสาหกรรมเบา และพัฒนาสู่ “ประเทศไทย 3.0” ที่เน้นอุตสาหกรรมที่มีความ ซับซ้อนมากขึ้น โดยรัฐบาลเชื่อว่าการปรับเปลี่ยน จาก “นโยบายประเทศไทย 3.0” เป็น “นโยบาย ประเทศไทย 4.0” จะเป็นรูปแบบเศรษฐกิจ ที่จะนำพาประเทศให้หลุดพ้นจากกับดักประเทศ รายได้ปานกลาง กับดักความเหลื่อมล้ำ และกับดัก ความไม่สมดุลพร้อม ๆ กับเปลี่ยนผ่านประเทศไทย

ไปสู่ประเทศในโลกที่หนึ่งที่มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน

ประเทศไทยในยุคประเทศไทย 4.0 เป็นยุคของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรม (Value-Based Economy) หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ เป็นแนวคิดในการปรับเปลี่ยนรูปแบบเศรษฐกิจแบบเดิมในปัจจุบันที่ยึดติดอยู่ในรูปแบบ “ทำมาก ได้น้อย” ไปสู่แนวคิดใหม่เป็น “ทำน้อย ได้มาก” โดยการขับเคลื่อนผ่านกลไกต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างน้อยใน 4 มิติสำคัญ คือ (กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา, 2560, หน้า 17-22)

1. เปลี่ยนจากการเกษตรแบบดั้งเดิม (Traditional Farming) ในปัจจุบันไปสู่การเกษตรสมัยใหม่ที่เน้นการบริหารจัดการและเทคโนโลยี (Smart Farming) โดยเกษตรกรต้องร่ำรวยขึ้น และเป็นเกษตรกรแบบเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur)

2. เปลี่ยนจาก Traditional SMEs หรือ SMEs ที่มีอยู่ที่รัฐต้องให้ความช่วยเหลืออยู่ตลอดเวลาไปสู่การเป็น Smart Enterprises และ Startups ที่มีศักยภาพสูง

3. เปลี่ยนจาก Traditional Services ซึ่งมีการสร้างมูลค่าค่อนข้างต่ำไปสู่ High Value Services ที่มีมูลค่าสูง

4. เปลี่ยนจากแรงงานทักษะต่ำไปสู่แรงงานที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และทักษะสูง อย่างไรก็ตาม การสร้างความยั่งยืนของธุรกิจภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการดำเนินธุรกิจ ในหลายประการ เช่น มีรูปแบบของธุรกิจที่หลากหลายขึ้น มีการใช้กระบวนการที่มีศักยภาพสูงขึ้น รวมถึงมีการนำนวัตกรรมใหม่ ๆ มาใช้มากขึ้น ดังนั้น ผลที่อาจตามมา คือ การปรับตัวของภาคธุรกิจที่ต้องใช้กระบวนการที่มีศักยภาพสูงขึ้น การแข่งขันเพื่อแย่งชิงการครองครองทางการตลาดผ่านนวัตกรรมใหม่ ๆ ซึ่งอาจทำให้มีการแข่งขันที่เข้มข้นและรุนแรงมากยิ่งขึ้น ดังนั้น การขับเคลื่อนนโยบายดังกล่าวเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการสร้างธุรกิจอย่างยั่งยืนไปพร้อม ๆ กับการแก้ไขปัญหาทางสังคมและสิ่งแวดล้อม

นอกจากการมีโครงสร้างทางเศรษฐกิจที่ดี และการมีสภาพแวดล้อมทางกฎหมายที่ดีแล้ว จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องส่งเสริมให้ภาคธุรกิจมีความรับผิดชอบต่อสังคม

ความรับผิดชอบต่อสังคมกับการสร้างความยั่งยืนของธุรกิจในยุคประเทศไทย 4.0

ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) สามารถเป็นเครื่องมือส่งเสริมเกณฑ์กฎหมายเพื่อสร้างธุรกิจให้เกิดความยั่งยืนภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 ได้อย่างไรนั้น พิจารณาได้จากความสำคัญและประโยชน์ของ CSR ในระยะยาว ดังนี้ (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, ม.ป.ป., หน้า 35-41)

1. ประโยชน์ด้านการบริหารความน่าเชื่อถือ การบริหารความน่าเชื่อถือเป็นปัจจัยสำคัญของความสำเร็จในธุรกิจ จากการสำรวจผู้บริหารกว่าสี่พันคนในกว่าร้อยประเทศโดยบริษัทที่ปรึกษา McKinsey & Company พบว่า ผู้บริหารกว่าสามในสี่คน (ร้อยละ 30) กล่าวว่า สื่อและผู้เกี่ยวข้องอื่น ๆ วิพากษ์วิจารณ์ว่าบริษัทของตนยังไม่สามารถร่วมรับผิดชอบต่อสังคมได้เพียงพอตามความคาดหวัง ซึ่งย่อมส่งผลสำคัญต่อความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ของบริษัทจากการสำรวจการดำเนินงานด้าน CSR ในหลายประเทศพบว่า CSR เป็นสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Asset) ที่สำคัญที่สุดอันหนึ่งในช่วงเวลาเพียง 10 ปี จากทศวรรษ 80-90

พบว่า มูลค่าของสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้เป็นตัวขับเคลื่อนมูลค่าของบริษัทจากร้อยละ 17 ในทศวรรษ 80 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 71 ในทศวรรษ 90 ซึ่งความน่าเชื่อถือของบริษัทถูกกำหนดด้วยความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียของบริษัท (Stakeholders) และยังมีการศึกษาอีกมากมายทั้งในกลุ่มบริษัทที่ปรึกษาและมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ดใช้เวลากว่า 41 ปี ที่พบว่า มีความเชื่อมโยงที่ชัดเจนมากระหว่างความน่าเชื่อถือและความสามารถในการประกอบการของบริษัท โดยบริษัทที่สามารถจัดการความสัมพันธ์และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเป็นองค์รวมได้นั้นจะมียอดขายมากขึ้นถึง 4 เท่า และการเจริญเติบโตของการจ้างงานมากขึ้นถึง 8 เท่า เมื่อเทียบกับบริษัทที่มุ่งตอบสนองความต้องการของผู้ถือหุ้นแต่เพียงอย่างเดียว

2. ความซับซ้อนทางเศรษฐกิจสมัยใหม่ นำไปสู่ความเสี่ยงใหม่ ๆ ที่ยากจะคาดเดา ดังนั้นการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาลจึงมีความสำคัญมากในการป้องกันปัญหาอันอาจเกิดจากความเสี่ยงที่ควบคุมได้ยาก ทั้งนี้เป็นเพราะเมื่อธุรกิจสามารถที่จะร่วมรับผิดชอบต่อสังคมได้โดยการร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ (Stakeholders) ในการพัฒนาชุมชน

สิ่งแวดล้อม ฯลฯ ย่อมจะเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีที่นำไปสู่ความไว้วางใจซึ่งกันและกัน ซึ่งเมื่อเกิดสถานการณ์ต่าง ๆ ขึ้นโดยเฉพาะในสภาวะวิกฤต ความเชื่อใจดังกล่าวย่อมจะทำให้เกิดการสื่อสารทำความเข้าใจที่มีประสิทธิภาพและได้ผล

3. ประโยชน์ด้านการคัดเลือกและสร้างแรงจูงใจในการทำงานและรักษาพนักงานดี ๆ ให้อยู่กับบริษัท จากการวิจัยในปี 1997 ในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า ร้อยละ 42 ของผู้ตอบแบบสอบถามจะพิจารณาประเด็นด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทในการเลือกสมัครเข้าทำงาน และพนักงานในบริษัทให้ความสนใจด้านการรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท และใช้ปัจจัยนี้เป็นตัวตัดสินใจในการเลือกที่จะทำงานหรือเปลี่ยนไปทำงานกับบริษัทอื่นที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมมากกว่า ดังนั้น กิจกรรมด้าน CSR ต่างๆ ของบริษัทย่อมจะส่งผลต่อความพึงพอใจของพนักงานอีกด้วย มิติหนึ่งของ CSR คือ การรับผิดชอบต่อคุณภาพชีวิตที่ดีและการแบ่งปันรายได้ที่ยุติธรรมของพนักงานในองค์กร ดังนั้นสวัสดิการหรือนวัตกรรมใหม่ ๆ ในการจัดการทรัพยากรบุคคลจึงย่อมส่งผลให้พนักงานมีแรงจูงใจที่จะทำงานให้ดีขึ้น อยู่ยาวนานขึ้น และชักชวนเพื่อนและผู้ใกล้ชิดเข้ามาร่วมงานกับองค์กรในที่สุด เช่นกรณีบริษัทผลิตของเล่นเด็กของไทย (Wonder

World Toy) สามารถพัฒนากองทุนกู้ยืมแบบพิเศษเพื่อแก้ปัญหาหนี้สินเรื้อรังในหมู่พนักงานได้สำเร็จย่อมจะทำให้พนักงานสามารถลดการพึ่งพาแหล่งเงินนอกระบบและสร้างระเบียบวินัยการจัดการทางการเงินของตน ซึ่งย่อมเป็นการลดปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในอนาคตกับพนักงานเอง และย่อมจะส่งผลดีกับบริษัทในที่สุด

4. ประโยชน์ด้านผลประโยชน์และการเข้าถึงเงินทุน แต่เดิมนักลงทุนจะถูกมองว่าไม่มีศีลธรรม ไม่สนใจสิ่งแวดล้อมและสังคม แต่จากการวิจัย พบว่า ไม่จริงเสียทั้งหมดจากงานเขียน “Built to Last” ของ James C. Collins และ Jerry J. Porras พบว่า เมื่อเปรียบเทียบ 18 บริษัทที่ประสบความสำเร็จอย่างสูงในระยะ 50 ปีที่ผ่านมาพบว่า สิ่งที่เป็นปัจจัยหลักในการแยกความแตกต่างระหว่างกลุ่มที่ประสบความสำเร็จสูงและต่อเนื่องยาวนาน กับบริษัทที่ประสบความสำเร็จบ้างเป็นบางครั้งบางคราว คือ การที่บริษัทเหล่านี้มีเป้าหมายอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรมที่ไกลกว่าการมุ่งแสวงหากำไร หรือมีนโยบายที่ชัดเจนด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งสามารถนำมาเปรียบเทียบในเชิงมูลค่าได้ คือ เงินมูลค่า 1 ดอลลาร์สหรัฐในปี 1926 ในบริษัทที่มีมิติรับผิดชอบต่อสังคมอย่างเป็นทางการจะเป็นกิจจะลักษณะ นำมาสู่ผลตอบแทนมหาศาลถึง 6,356 ดอลลาร์สหรัฐ

ในปี 1990 ในขณะที่บริษัทที่มุ่งเน้นเพียงกำไรเป็นหลักจะมีสถิติความสำเร็จแบบขึ้น ๆ ลง ๆ และไม่ประสบผลสำเร็จในเชิงรายได้สูงเท่ากับบริษัทกลุ่มแรก กล่าวคือ 1 ดอลลาร์สหรัฐในปี 1926 นำมาสู่ผลตอบแทน 955 ดอลลาร์สหรัฐ ในปี 1990 เท่านั้น จึงจะเห็นได้ว่าบริษัทที่มีเป้าหมายมากกว่าเพียงการสร้างกำไรนั้น สามารถสร้างผลตอบแทนระยะยาวได้สูงถึง 6 เท่าของบริษัทที่สนใจแต่เรื่องกำไรแต่เพียงอย่างเดียว

5. ประโยชน์ด้านการเรียนรู้และนวัตกรรม บริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมสามารถใช้เป้าหมายดังกล่าวส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมเพื่อความยั่งยืนได้ เช่น กลุ่มบริษัทด้านเคมีร่วมมือกับกลุ่มบริษัทด้านเกษตรอุตสาหกรรมในการพัฒนาไบโเบอร์ทที่เกิดจากการใช้พลังงานที่นำมาทำใหม่/ใช้ใหม่ได้ นำไปสู่การพัฒนาโพลีเมอร์ใหม่ ๆ ที่เกิดจากอุตสาหกรรมเกษตร ไปจนถึงการผลิตเส้นใยและเฟอร์นิเจอร์ต่าง ๆ ซึ่งผลิตภัณฑ์ดังกล่าวสามารถลดการใช้พลังงานฟอสซิล และลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์สู่สิ่งแวดล้อมได้ถึงร้อยละ 20-50 เมื่อเทียบกับวิธีการผลิตแบบเดิม ๆ อีกทั้งยังสามารถลดต้นทุนการผลิตสินค้าประเภทดังกล่าวให้ต่ำลงมาก ในขณะที่คุณภาพสินค้าเพิ่มขึ้นนำไปสู่ความสามารถในการแข่งขันและ

ผลกำไรที่เพิ่มขึ้นด้วย ยิ่งไปกว่านั้นการทำ CSR ยังสามารถนำไปสู่การพัฒนาตลาดใหม่ ๆ เช่น ตลาดที่ฐานพีระมิด (Bottom of the Pyramid) ตามที่กล่าวมาแล้วข้างต้นอีกด้วย

6. การยอมรับของสังคมต่อการดำเนินงานของบริษัท ความคาดหวังหรือทัศนคติของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท มีผลอย่างมากต่อการยอมรับให้บริษัทดำเนินธุรกิจ在社会ได้ ในขณะที่บริษัทที่ดำเนินกิจการโดยไม่ใส่ใจสังคมและสิ่งแวดล้อม มักจะพบปัญหาความขัดแย้งอยู่เสมอ ๆ ทั้งจากประชาชนและกลุ่มต่อต้านต่าง ๆ แต่เมื่อบริษัทยอมรับฟังเสียงจากประชาชน อันนำไปสู่การเจรจาและปรับปรุงนโยบายของบริษัท บริษัทนั้น ๆ มักจะได้รับโอกาสจากประชาชนเสมอ ในขณะเดียวกัน บริษัทที่ดำเนินกิจการโดยไม่ใส่ใจสังคมและสิ่งแวดล้อมเสมอมา แต่ต้องประสบภาวะวิกฤตร้ายแรง บริษัทก็จะมีแนวโน้มที่จะยังคงได้รับโอกาสแก้ตัวจากประชาชนเช่นกัน

ดังนั้น จะเห็นได้ว่า CSR มีความสำคัญและมีประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันและอนาคตเป็นอย่างมาก ถ้าหากผู้ประกอบการธุรกิจมีความเข้าใจอย่างถ่องแท้และให้ความสำคัญในการดำเนินนโยบายด้าน CSR สิ่งนี้จะสร้างความมั่นคงในการดำเนินธุรกิจเป็นอย่างมากและ

จะส่งผลให้ธุรกิจเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน

อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันพบปัญหาหรืออุปสรรคบางประการที่ส่งต่อการส่งเสริม CSR ในประเทศไทย พอสรุปได้ดังนี้

1. องค์กรธุรกิจส่วนใหญ่ไม่เข้าถึงแก่นความเข้าใจที่แท้จริงของการดำเนินธุรกิจที่รับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งสะท้อนให้เห็นได้จากการดำเนินกิจกรรม CSR ในลักษณะการบริจาคหรือการจัดกิจกรรม (Event) ต่าง ๆ เช่น การแจกของให้ผู้ประสบภัย การให้ทุนการศึกษาแก่เด็กยากไร้ การจัดระดมทุนเพื่อช่วยซื้ออุปกรณ์การศึกษาให้เด็กในชนบท เป็นต้น กิจกรรมเหล่านี้แม้จะเป็นกิจกรรมที่ช่วยเหลือสังคม แต่ไม่ทำให้ปัญหาสังคมได้รับการแก้ไขอย่างจริงจังและต่อเนื่อง เพราะเมื่อสิ้นสุดกิจกรรมปัญหาสังคมก็ยังคงมีอยู่ ผู้รับความช่วยเหลือก็ยังคงรอคอยความช่วยเหลือจากผู้ใจบุญหรือองค์กรอื่นต่อไป

2. ภาครัฐกิจจำนวนหนึ่งใช้กิจกรรม CSR เป็นเครื่องมือเพื่อโฆษณาชื่อเสียง ภาพลักษณ์ และตราสินค้า (Brand) ขององค์กร โดยมุ่งหวังว่าหากองค์กรมีชื่อเสียง สินค้าก็จะได้รับการยอมรับและยอมรับส่งผลต่อยอดขายสินค้าที่เพิ่มขึ้น ซึ่งจะเห็นได้ชัดว่าวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจกรรม CSR เพื่อหวังผลในยอดขายทางการตลาดที่เพิ่มขึ้น มิได้มีวัตถุประสงค์เพื่อแก้ไข

ปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง ลักษณะดังกล่าวนี้มักมีผู้เรียกว่าเป็นกิจกรรม CSR เทียม

3. ภาครัฐกิจบางส่วนเข้าใจแก่นแท้ของ CSR และคำนึงถึงผลกระทบทางลบของธุรกิจที่ส่งต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม แต่เนื่องจากการดำเนินกิจกรรมด้าน CSR ต้องมีค่าใช้จ่ายและถือเป็นต้นทุนของกิจการ และมองไม่เห็นประโยชน์ของ CSR ว่าจะสร้างผลกำไรให้แก่กิจการได้อย่างไร เนื่องจากเป็นการมองผลประโยชน์ในระยะสั้น จึงไม่เป็นเหตุจูงใจให้องค์กรธุรกิจเหล่านี้ดำเนินกิจกรรมด้าน CSR

4. สถานะของ CSR ในปัจจุบันเป็นเพียงแนวปฏิบัติ มิได้มีสถานะทางกฎหมายและไม่มีสภาพบังคับใด ๆ อันเนื่องมาจากวัตถุประสงค์ที่แท้จริงของแนวคิด CSR คือ ต้องการปลูกสำนึกรับผิดชอบต่อผู้ประกอบการภาครัฐกิจให้ประกอบธุรกิจโดยคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดแก่ผู้มีส่วนได้เสีย ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ ให้อยู่บนพื้นฐานของความสมัครใจ ซึ่งหมายความว่าขึ้นอยู่กับความตระหนักรู้ของผู้ประกอบการแต่ละรายว่าจะสำนึกรับผิดชอบต่อผลกระทบอันเนื่องมาจากการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจหรือไม่ เพียงใด ดังนั้น อาจเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ภาครัฐกิจมองไม่เห็นถึงความจำเป็นว่า CSR เป็นเรื่องจำเป็นที่ต้องทำ แต่เป็นสิ่งที่จะทำ

หรือไม่ทำก็ได้ เนื่องจากไม่มีกฎหมายบังคับ และหากไม่ทำก็ไม่ได้มีสภาพบังคับทางกฎหมายแต่อย่างใด

หลักกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับประเด็นด้าน CSR

ปัจจุบันประเทศไทยแม้ไม่มีกฎหมายเกี่ยวกับ CSR โดยตรงเหมือนเช่นประเทศอินเดีย แต่มีกฎหมายหลายฉบับที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับประเด็นด้าน CSR เช่น

1. กฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองแรงงาน และสวัสดิการแรงงาน เช่น พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 พระราชบัญญัติเงินทดแทน พ.ศ. 2537 พระราชบัญญัติแรงงานสัมพันธ์ พ.ศ. 2518 พระราชบัญญัติการทำงานของคนต่างด้าว พ.ศ. 2551 และพระราชบัญญัติจัดหางานและคุ้มครองคนหางาน พ.ศ. 2528 เป็นต้น กฎหมายเหล่านี้มีบทบัญญัติที่มุ่งคุ้มครองแรงงานให้ได้รับการปฏิบัติที่เป็นธรรมจากนายจ้าง แต่อาจยังมีเนื้อหาที่ไม่ครอบคลุมตามหลักเกณฑ์ด้าน CSR โดยเฉพาะในด้านสวัสดิการพนักงานที่ให้รวมไปถึงการดูแลครอบครัวของพนักงานด้วย และการบังคับใช้กฎหมายอาจยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร

2. กฎหมายเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่ง

แวดล้อม เช่น พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2521 พระราชบัญญัติรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง พ.ศ. 2535 เป็นต้น กฎหมายเหล่านี้มุ่งคุ้มครองและป้องกันปัญหาทางด้านสิ่งแวดล้อม แต่จากสภาพปัญหาปัจจุบันสะท้อนให้เห็นได้ว่ากฎหมายที่มีอยู่อาจไม่เพียงพอหรือการบังคับใช้กฎหมายยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควรเพราะยังคงเกิดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมขึ้นอยู่อย่างต่อเนื่องและทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ในทุก ๆ ปี

3. กฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค เช่น พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2530 และพระราชบัญญัติเกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณา เป็นต้น กฎหมายเหล่านี้มุ่งคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคและคุ้มครองมิให้ผู้บริโภคถูกเอารัดเอาเปรียบจากผู้ขาย แต่เนื่องจากปัจจุบันช่องทางการจำหน่ายสินค้ามีความหลากหลายมากขึ้น เช่น การใช้ช่องทางออนไลน์ทั้งผ่านเว็บไซต์ เฟสบุ๊ก หรือแอปพลิเคชันอื่น ๆ ซึ่งกฎหมายที่มีอยู่อาจยังไม่ครอบคลุม จึงยังคงเกิดปัญหาในด้านการเอาเปรียบผู้บริโภคขึ้นอย่างต่อเนื่อง

4. กฎหมายเกี่ยวกับการป้องกันและปราบปรามการทุจริตคอร์รัปชัน เช่น พระราชบัญญัติป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน พ.ศ. 2542 เป็นต้น

กฎหมายดังกล่าวข้างต้นล้วนแล้วแต่บัญญัติขึ้นมาเพื่อควบคุมการดำเนินธุรกิจให้เป็นไปอย่างถูกต้อง โปร่งใส ไม่เอารัดเอาเปรียบคู่ค้า แรงงาน ผู้บริโภค ชุมชน สังคม ตลอดจนเพื่อควบคุมมิให้เกิดปัญหามลพิษทางสิ่งแวดล้อม ดังนั้น หากภาคธุรกิจปฏิบัติตามหลักกฎหมายดังกล่าวอย่างเคร่งครัดก็เท่ากับว่าองค์กรธุรกิจนั้น ๆ ได้ปฏิบัติตามหลักความรับผิดชอบต่อสังคมแล้ว นอกจากกฎหมายดังกล่าวแล้วประเทศไทยยังมีร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม ซึ่งขณะนี้อยู่ในระหว่างกระบวนการตราเป็นกฎหมายเพื่อบังคับใช้ ซึ่งแม้จะมุ่งเน้นไปที่การส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม แต่โดยหลักการขององค์กรวิสาหกิจเพื่อสังคมแล้ว ย่อมเป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ในตัว จึงถือได้ว่าเป็นกฎหมายที่มุ่งส่งเสริม CSR ด้วยเช่นกัน

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

สรุปได้ว่า CSR มีความสำคัญและมีประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจในระยะยาว เพราะสามารถสร้างความมั่นคงในการดำเนินธุรกิจและยังมีส่วนช่วยส่งเสริมให้ธุรกิจเจริญเติบโตได้อย่างยั่งยืน ดังนั้น เพื่อส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรภาคธุรกิจควบคู่ไปกับการขับเคลื่อนนโยบายประเทศไทย 4.0 ซึ่งผู้เขียนขอเสนอแนวทางในการสร้างมาตรการทางกฎหมายเพื่อส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ดังนี้

1. ปรับปรุงหลักกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับ CSR ดังกล่าวข้างต้น ให้มีประเด็นที่สอดคล้องกับแนวปฏิบัติหรือเกณฑ์มาตรฐานด้าน CSR รวมถึงที่อาจเป็นอุปสรรคต่อการส่งเสริม CSR นอกจากนี้ ควรเพิ่มมาตรการลงโทษอื่น ๆ ที่เป็นมาตรการทางสังคมเข้าไปในกฎหมายดังกล่าวด้วย เพื่อสร้างความตระหนักให้แก่ภาคธุรกิจให้ต้องปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด

2. ปรับปรุงประสิทธิภาพของการบังคับใช้กฎหมาย แม้ว่าประเทศไทยจะมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับ CSR อยู่เป็นจำนวนมาก แต่ปัญหายังคงเกิดขึ้นอยู่ทั้งปัญหาด้านแรงงาน ปัญหาการเอาเปรียบผู้บริโภค หรือปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงกระบวนการ

บังคับใช้กฎหมายที่ยังไม่มีประสิทธิภาพ ดังนั้น หากภาครัฐหรือเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้อง บังคับใช้กฎหมายเหล่านี้อย่างจริงจัง ย่อมเป็นการส่งเสริมให้ภาคธุรกิจมีความรับผิดชอบต่อสังคมภายใต้การปฏิบัติตามกฎหมายดังกล่าวได้

3. นอกจากมาตรการทางกฎหมาย ภาครัฐอาจดำเนินการออกมาตรการในเชิงแนะนำ ข้อมูลทางกฎหมาย อาทิ รวบรวมกฎหมายที่เกี่ยวข้องเสนอต่อสังคมเพื่อให้สังคมตระหนักถึงความสำคัญ อันเป็นการสร้างแรงกดดันให้กับภาคธุรกิจหันมาให้ความสนใจในประเด็นนี้อย่างจริงจัง หรืออาจจะเป็นมาตรการซึ่งออกมาในรูปแบบของมติคณะรัฐมนตรี ประกาศกระทรวงหรืออื่นใดก็ตาม เพื่อเสนอและวางแนวทางในการปฏิบัติให้เป็นรูปธรรมและชัดเจนครอบคลุมทุกกลุ่มธุรกิจของภาคเอกชน

4. ในอนาคต หากประเทศไทยต้องการออกกฎหมายเพื่อบังคับให้ภาคธุรกิจดำเนินกิจกรรมด้าน CSR ดังเช่นกรณีของประเทศอินเดีย อาจมีทั้งข้อดีและข้อเสีย ดังนี้

ข้อดีของการตรากฎหมาย คือ ทำให้มีกฎระเบียบที่ชัดเจนและรัดกุม และกฎหมายดังกล่าว ย่อมจะเป็นเครื่องมือในการยกระดับความสามารถการแข่งขันของภาคธุรกิจไทยในเวทีอาเซียนและเวทีสากลได้ และยังส่งผลต่ออัตรา

ความน่าเชื่อถือของประเทศที่จะเพิ่มสูงขึ้น เมื่ออัตราความน่าเชื่อถือของประเทศสูงขึ้นก็ย่อมลดโอกาสของประเทศคู่ค้าที่จะยกเอาเรื่อง CSR มาเป็นข้ออ้างเพื่อกีดกันทางการค้าได้ นอกจากนี้ หากมีการนำเอาหลักด้าน CSR ซึ่งเป็นเพียงกฎหมายอย่างอ่อน (Soft Law) มาบัญญัติเป็นกฎหมายให้มีลักษณะเป็นกฎหมายอย่างเคร่งครัด (Hard Law) ที่มีสภาพบังคับและมีบทลงโทษอาจส่งผลให้ภาคธุรกิจเกิดความเกรงกลัวและตระหนักถึงความสำคัญของการประกอบธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น โดยเฉพาะวิสาหกิจข้ามชาติที่เข้ามาลงทุนในประเทศ จะทำให้เศรษฐกิจของประเทศพัฒนาและเจริญเติบโตมาก แต่วิสาหกิจข้ามชาติมีวัตถุประสงค์เพื่อหาผลประโยชน์ที่สูง มีผลตอบแทนที่น่าพอใจและนำกำไรที่ได้รับจากการประกอบธุรกิจกลับสู่ประเทศของตน หรือที่เรียกว่าประเทศผู้ลงทุน ส่วนประเทศผู้รับลงทุนก็ได้รับเพียงผลตอบแทนอันน้อยนิด ซึ่งเมื่อเทียบกับความเสียหายที่วิสาหกิจข้ามชาติเหล่านี้ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และการที่ต้องสูญเสียทรัพยากรของประเทศไปอาจจะไม่คุ้มค่าสักเท่าใดนัก ส่วนข้อดีของการตรากฎหมายใช้บังคับในด้านอื่น ๆ เช่น ปัญหาสังคม ชุมชน สิ่งแวดล้อม ได้รับการแก้ไขอย่างต่อเนื่องและ

จริงจัง ซึ่งส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนที่
จะดีขึ้นตาม และหากกฎหมายกำหนดให้มีการ
เปิดเผยข้อมูลบริษัทที่ดำเนินกิจกรรมด้าน CSR
ต่อสาธารณชนด้วยแล้ว ย่อมจะทำให้ประชาชน
สามารถมีความเข้าใจระหว่าง “บริษัทที่ดี” กับ
“บริษัทที่ทำการตลาดดี”

ส่วนข้อเสียของการตรากฎหมาย คือ
การมีกฎหมายที่เคร่งครัดอาจส่งผลให้วิสาหกิจ
ข้ามชาติกังวลใจที่จะเข้ามาลงทุนในประเทศไทย
ก็เป็นได้ ทั้งยังสวนทางกับการเปิดเสรีทางการค้า
ที่แต่ละประเทศต่างลดข้อจำกัดต่าง ๆ เพื่อ

สนับสนุนให้วิสาหกิจข้ามชาติเข้ามาลงทุน
ในประเทศของตน และที่สำคัญประเด็นด้าน CSR
เป็นเรื่องของคุณธรรม จริยธรรมและเป็นเรื่อง
ของจิตสำนึก ฉะนั้น การจะตรากฎหมายเพื่อ
มาบังคับบุคคล จึงเป็นเรื่องที่กระทำได้ยากและ
เป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อน หรือหากสามารถกระทำ
ได้การดำเนินงานด้าน CSR ที่เกิดขึ้น ก็จะเป็น
การดำเนินการจากถูกกฎหมายบังคับเสียมากกว่า
ทำเพราะสำนึกรับผิดชอบต่อสังคมอย่างแท้จริง
ซึ่งอาจนำไปสู่ปัญหาการหลีกเลี่ยงกฎหมายทั้ง
ไม่อาจนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนได้

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. (ม.ป.ป.). **รูปแบบองค์กรธุรกิจ**. ค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2559. จาก http://www.dbd.go.th/ewt_news.php?nid=381
- กรมโรงงานอุตสาหกรรม. (2554). **มาตรฐานความรับผิดชอบต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อสังคม พ.ศ. 2554**. ค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2558. จาก http://www.hpc4.go.th/director/hphStd/data/CSR_DIW2554STD.pdf
- กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา. (2560). **พิมพ์เขียว Thailand 4.0 โมเดลขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน**. ค้นเมื่อ 1 กันยายน 2560 จาก <http://www.libarts.up.ac.th/v2/img/Thailand-4.0.pdf>
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2555). **แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: เมจิกเพรส.
- _____. (ม.ป.ป.). **ก้าวแรกสู่ CSR การสร้างความแตกต่างที่ยั่งยืน**. ค้นเมื่อ 12 พฤศจิกายน 2558. จาก http://www.set.or.th/sustainable_dev/th/sr/publication/files/1st_Step_to_CSR.pdf
- ทิพย์ชนก รัตโนสถ. (2556). **คำอธิบายเรียงมาตรากฎหมายลักษณะหุ้นส่วนและบริษัท**. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร: โครงการตำราและเอกสารประกอบการสอน คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นนทวัชร์ นวตระกูลพิสุทธิ์. (2555). **หลักกฎหมายห้างหุ้นส่วนบริษัทจำกัดและบริษัทมหาชน จำกัด**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: วิญญูชน.
- ปริญญา ศรีเกตุ. (2549). **คำอธิบายกฎหมายแพ่ง: หลักทั่วไป**. กรุงเทพมหานคร: สุตรไพศาล.
- พินิจ ทิพย์มณี. (2555). **หลักกฎหมายหุ้นส่วนและบริษัท**. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร: วิญญูชน.

ภาสกร ชุณหะวัณ. (2553). คำอธิบายประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์เรียงมาตราว่าด้วยหุ้นส่วนและบริษัท. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: กองทุนศาสตราจารย์จิตติ ตังศภัทย์ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศูนย์การศึกษาแรงงาน. (2553). แนวปฏิบัติ OECD. พิมพ์ครั้งที่ 1. สระบุรี: ศูนย์การศึกษาแรงงาน. ศูนย์บริการข้อมูลธุรกิจไทย-อินเดีย. (ม.ป.ป.). ความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงบริษัท (CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITIES – CSR). ค้นเมื่อ 12 พฤษภาคม 2559 จาก www.thaiindia.net

โสภณ รัตนกร. (2553). คำอธิบายประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์หุ้นส่วนบริษัท. พิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพมหานคร: นิติบรรณาการ.

สหณ รัตนไพจิตร. (2557). คำอธิบายประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ลักษณะห้างหุ้นส่วน บริษัท. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: โครงการตำราและเอกสารประกอบการสอน คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สถาบันไทยพัฒนา. (ม.ป.ป.). ซีเอสอาร์ กับ ข้อตกลงโลก 10 ประการ. ค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2558. จาก <http://www.thaicssr.com/2006/05/10.html>

สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม. (2551). เข้มทิศธุรกิจเพื่อสังคม. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: ไอคอนพรินติ้ง.

สำนักพัฒนามาตรฐานแรงงาน. (2553). ก้าวทันกระแส CSR. ค้นเมื่อ 4 ตุลาคม 2559. จาก <http://www.labour.go.th/th/attachments/article/9801/lldb-17112554.pdf>

หน่วยงานผู้แต่ง: ¹คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

Affiliation: ¹Faculty of Humanities and Social Sciences, Lampang Rajabhat University

หน่วยงานผู้แต่ง: ²คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

Affiliation: ²Faculty of Humanities and Social Sciences, Lampang Rajabhat University