

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในโลกทุนนิยมที่มีระบบเศรษฐกิจแบบเสรี มีการดำเนินธุรกิจและอุตสาหกรรมที่พยายามแสวงหาผลประโยชน์จากการผลิตเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนความเติบโตและการพัฒนาของประเทศ ซึ่งเป็นตัวกระตุ้นให้เศรษฐกิจเติบโตอย่างก้าวกระโดด แต่ขณะเดียวกันภาคการผลิตกลับเป็นส่วนสร้างและสะสมปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม ส่งผลต่อการเอาเปรียบแรงงาน ลูกจ้าง การทำลายระบบนิเวศทางธรรมชาติ และการสร้างปัญหาต่อชุมชนโดยรอบ ดังสะท้อนจากเหตุการณ์สำคัญระดับโลก

ปี พ.ศ.2503 บริษัทในประเทศสหรัฐอเมริกาดำเนินการผลิตและส่งออกสาร DDT โดยขาดการคำนึงถึงผลกระทบต่อด้านลบที่เกิดจากการใช้สาร DDT เป็นผลทำให้เกิดสารพิษปนเปื้อนในสภาพแวดล้อมนำไปสู่กระแสเรียกร้องด้านสิ่งแวดล้อมขึ้น และอีกเหตุการณ์หนึ่งเกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2527 คือ บริษัทเนสท์เล่ผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์นม ได้ออกกิจกรรมรณรงค์ให้เด็กทารกบริโภคนมของเนสท์เล่แทนการบริโภคนมมารดา ซึ่งแสดงถึงการมุ่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท การประชาสัมพันธ์ทางการตลาดจนละเลยจิตสำนึกต่อผู้บริโภค ส่งผลให้เกิดการรวมตัวของประชาชนที่มีจำนวนมากที่สุดเป็นครั้งแรกในโลก เพื่อทำการคว่ำบาตรสินค้าและผลิตภัณฑ์ของบริษัทดังกล่าว โดยการกดดันให้บริษัทปรับเปลี่ยนนโยบายที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขึ้น (CSR moving and Social movement, ม.ป.ป.: ระบบออนไลน์)

การเรียกร้องและกดดันจากประชาชนจึงจุดประกายคำว่า “ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility)” หรือเรียกโดยย่อว่า “CSR” เพื่อกระตุ้นให้ภาคการผลิตของรัฐและเอกชนตื่นตัวต่อการดำเนินธุรกิจด้วยการแสดงความรับผิดชอบต่อผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียในทุกขั้นตอนของกระบวนการดำเนินธุรกิจ แสดงตนเป็นส่วนหนึ่งของสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงกระทำการที่เป็นประโยชน์แก่สังคมที่องค์กรตั้งอยู่

ต่อมาได้มีการจัดวาระการประชุมเพื่อมุ่งแก้ไขและป้องกันปัญหาสิ่งแวดล้อม และสังคมขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2519 องค์กรเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (Organization for Economic Cooperation and Development: OECD) ได้บัญญัติแนวทางการดำเนินงานสำหรับบริษัทข้ามชาติ (Guideline for Multinational Enterprises) เพื่อให้บริษัทข้ามชาติดำเนินธุรกิจด้วย

ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และปรับแนวทางการดำเนินงานอีกครั้งในปี พ.ศ. 2543 ทำให้เกิดกระแสความรับผิดชอบต่อสังคมระหว่างประเทศขึ้น เพราะเน้นการนำไปปฏิบัติจริงโดยไม่จำกัดเฉพาะในกลุ่มประเทศสมาชิก

จนกระทั่งปี พ.ศ. 2535 เกิดการประชุมระดับโลก (The Earth Summit) ที่กรุงริโอ เดอ จาเนโร สหพันธรัฐบราซิล เกิด RIO Declaration เพื่อปรับทิศทางการพัฒนาประเทศทั่วโลกสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) (มานพ เหมประยูรทอง, 2537) ถัดจากนั้นมาในปี พ.ศ.2542 ผู้คนทั่วโลกเริ่มให้ความสนใจในประเด็นเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรอย่างชัดเจนและทวีความเข้มข้น จากการประชุมว่าด้วยเรื่องเศรษฐกิจโลก (World Economic Forum) นำโดย นายโคฟี อันนัน เลขาธิการองค์การสหประชาชาติ (United Nations) ซึ่งได้กำหนดข้อบัญญัติ 9 ประการ (UN Global Compact) ให้เป็นบรรทัดฐานการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ (คณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียน, 2551: 4) และในปี พ.ศ.2545 ทำให้เกิดความเชื่อมโยงอย่างชัดเจนของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร และการพัฒนาที่ยั่งยืน ในการประชุมระดับโลกขององค์การสหประชาชาติเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (UN World Summit on Sustainable Development) ที่เมืองโจฮันเนสเบิร์ก ประเทศแอฟริกาใต้

ล่าสุดเกิดมาตรฐานระหว่างประเทศว่าด้วยการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ISO 26000 มีสถานะเป็นข้อแนะ (Guideline) ซึ่งกำหนดโดยองค์กรสากลว่าด้วยการมาตรฐาน (International Organization for Standardization: ISO) เพื่อให้สถานประกอบการทั่วโลกนำไปปฏิบัติ (กรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม, 2552: ระบบออนไลน์) และเป็นใบเบิกทางให้โรงงานอุตสาหกรรมพัฒนาตนเองเข้าสู่เกณฑ์มาตรฐานสากล ISO 26000 (Social Responsibility) การขับเคลื่อนแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรจึงนำมาสู่การสร้างอุปสรรคและเงื่อนไขในการกีดกันทางการค้าโดยปริยาย แต่ที่สำคัญคือเป็นการวางรากฐานสู่การพัฒนาที่สมดุลในมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

จากสถานการณ์ดังกล่าวข้างต้นทำให้หลาย ๆ ประเทศทางซีกโลกตะวันตกนำประเด็นสังคมและสิ่งแวดล้อมมาผนวกกับการบริหารงานในองค์กร ซึ่งนำมาสู่การดำเนินงานและกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (สุนทร คุณชัยมั่ง, ม.ป.ป.: ระบบออนไลน์) ยกตัวอย่างในทวีปอเมริกา ประเทศสหรัฐอเมริกามีการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ที่อยู่บนพื้นฐานของการพึ่งตนเองและการมีส่วนร่วมซึ่งเป็นลักษณะปกติของผู้ประกอบการที่นิยมสร้างผลกำไรสูงสุดบนพื้นฐานของการมีส่วนร่วมและการมีเสรีภาพ (Self-regulation) และมีความเกี่ยวข้องกับแบบจำกัดในบทบาทของรัฐ ดังนั้น งานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมจึงเป็นกิจกรรมอาสาสมัครสำหรับ

กิจการเอกชน (Initiatives are purely voluntary for corporations) ที่แสดงออกมาในรูปแบบของ กองทุน รัฐบาลไม่มีบทบาทในการกระตุ้นให้ภาคเอกชนเข้ามารณรงค์กิจกรรมเพื่อสังคมในรูปแบบ ดังกล่าว เช่น กรณีกองทุนของบิลเกต หรือมูลนิธิร็อกกี้เฟลเลอร์ เป็นต้น

ลาตินอเมริกาและกลุ่มแคริบเบียน จากการสำรวจข้อมูลของ Paul Alexander Haslam (อ้างถึงในสุนทร พุฒชัยมั่ง, 2551: ระบบออนไลน์) พบว่า ภาคเอกชนมีส่วนสำคัญในการผลักดันด้าน ความรับผิดชอบต่อสังคมในละตินอเมริกา อาร์เจนตินา ชิลี เม็กซิโก บราซิล และอุรุกวัย โดยการ นำเอากิจกรรมของภาคเอกชนดำเนินผ่านสมาคมอุตสาหกรรม องค์กรอิสระ และชมรม ผู้ประกอบการ ซึ่งเรียกเป็นภาษาอังกฤษว่า Business and Industry NGO: B/INGO ดังนั้นโดย ภาพรวมของการรณรงค์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในละตินอเมริกาและแคริบเบียน จะพบ แนวโน้มการดำเนินงานที่ภาคธุรกิจมีความสัมพันธ์โดยตรงกับงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม น้อย แต่ที่มีมากเป็นงานดำเนินโดยรูปแบบ B/INGO ที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์งานด้านความ รับผิดชอบต่อสังคม ไม่ใช่การดำเนินงานที่ผูกพันในพันธกิจที่จะต้องรับผิดชอบต่อสังคม (CSR obligation) อีกทั้งรัฐบาลมีส่วนร่วมน้อยและไม่มีนโยบายเชื่อมโยงในเรื่องนี้ด้วย และการสร้างความรู้แก่ สาธารณะ จะได้รับอิทธิพลความรู้จากภายนอกที่มีบทบาทมากกว่าการพัฒนาองค์ความรู้จาก ภายในประเทศ

ทางฝั่งยุโรปมีการกำหนดกรอบกติกาว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (European Framework for CSR) พร้อมได้จัดตั้งเวทีการหารือของผู้แทนจากภาคส่วนต่าง ๆ ซึ่งเรียกว่า Multi-Stakeholder Forum on CSR เช่น ภาคธุรกิจ สหภาพแรงงาน ประชาสังคม และตัวแทน คณะกรรมการยุโรป ซึ่งบรรลุความเข้าใจเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรว่า เป็น ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของความสมัครใจ และให้ มีการส่งเสริมการรณรงค์ให้เป็นที่แพร่หลาย อีกทั้งได้ยึดเอาแนวทางของการดำเนินงานจาก มาตรการต่าง ๆ 3 แห่งเป็นแนวทางปฏิบัติงาน คือ องค์กรแรงงานระหว่างประเทศ (ILO Tripartite Declaration of Principle concerning MNEs and Social Policy) / แนวทางการดำเนินงานสำหรับ บริษัทข้ามชาติ (OECD Guidelines for MNEs) และ ข้อบัญญัติของสหประชาชาติ (UN Global Compact)

การรวมตัวกันของผู้แทนจากภาคส่วนต่าง ๆ แห่งยุโรปนั้นได้ส่งผลให้มีการรณรงค์เรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกันอย่างแพร่หลาย เช่น บริษัท โตโยต้ามอเตอร์ ยุโรป ได้ตั้ง แผนกความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร และได้นำเอาหลักการของความรับผิดชอบต่อสังคม ขององค์กร ไปใช้กับการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในการผลิตที่ผลิตจากประเทศต่าง ๆ (ห่วงโซ่ อุปทานหรือ supply chain) นอกจากนั้นยังได้รวมเอาการคิดค้นเทคโนโลยียานยนต์ที่รักษา

สิ่งแวดล้อม รวมทั้งการจ้างงานและสวัสดิการที่ดีแก่พนักงานด้วย และยังมีผลต่อการจัดตั้งสถาบันมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (Business Social Compliance Initiative: BSCI) เป็นองค์กรความร่วมมือระหว่างภาคเอกชน ปัจจุบันมีสมาชิกประกอบด้วย 91 บริษัท ซึ่งมีการจัดการมาตรฐานด้านสังคมในประเทศที่ไปลงทุนโดยกำหนดเป็นแนวทางปฏิบัติ (Code of Conduct) (สุนทร คุณชัยมั่ง, ม.ป.ป.: ระบบออนไลน์)

กระแสความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในประเทศไทย ซึ่งนิยมใช้คำย่อในภาษาอังกฤษว่า CSR เริ่มเป็นที่สนใจในช่วงปี พ.ศ.2548 เป็นต้นมา (จิรประภา อัครบวร และประยูร อัครบวร, 2552: 20) และเป็นเรื่องใหม่สำหรับสังคมไทย หลาย ๆ องค์กรตัดสินใจทำเพื่อแสดงความเป็นบริษัทที่มีธรรมาภิบาล ในขณะที่อีกบางองค์กรดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมจากการบีบของกำแพงทางเศรษฐกิจ จึงทำให้บริษัทต่าง ๆ ในประเทศไทยจำเป็นต้องพัฒนาแนวคิดการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมาประยุกต์ในการดำเนินงานไม่ว่าจะเป็นความสมัครใจขององค์กรเองหรือด้วยสถานการณ์กดดันก็ตาม

หน่วยงานแรกเริ่มที่กล่าวถึงประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ได้แก่ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ตลท.) ที่ร่วมมือกับหน่วยงานทุกภาคส่วนของประเทศในการพัฒนาสังคมไทย ซึ่งได้กำหนดเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ในภารกิจหลักขององค์กรเพื่อเป็นต้นแบบของการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมส่วนรวมแก่หน่วยงานต่าง ๆ ในตลาดทุน โดยได้ดำเนินกิจกรรมในการพัฒนาสังคมไทยและชุมชนคุณภาพอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ร่วมด้วยสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ได้มีคณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียน โดยการจัดทำเอกสารเผยแพร่เรื่อง เข้มทิศธุรกิจเพื่อสังคม เป็นคู่มือช่วยพิทักษ์การดำเนินงานที่มีเป้าหมายด้านธุรกิจควบคู่กับความรับผิดชอบต่อสังคม ขึ้นมา

รวมถึงกระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ได้จัดตั้งศูนย์ส่งเสริมธุรกิจเพื่อสังคม (Corporate Social Responsibility Promotion Center) เมื่อเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2550 เพื่อส่งเสริมสนับสนุนให้ภาคธุรกิจได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคม โดยการประสานงานการให้เพื่อสังคม (Philanthropy) ของมูลนิธิกองทุนไทย และแนวทางจิตอาสาพนักงาน (Volunteer) ของเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาคธุรกิจและภาคประชาสังคมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (The NETWORK ประเทศไทย) และเข้มทิศธุรกิจเพื่อสังคมของคณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียน เพื่อสร้างความเข้าใจและเพิ่มทักษะการปฏิบัติให้เป็น ที่แพร่หลายไปทั่วสถานประกอบการทั่วประเทศ (สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม, ม.ป.ป.: ระบบออนไลน์)

สถาบันไทยพัฒน์ มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทยเป็นอีกหน่วยงานหนึ่งที่สนับสนุนและผลักดันแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเรื่อยมา โดยการทำหน้าที่ส่งเสริมการดำเนินธุรกิจตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงและบรรษัทภิบาลขององค์กรในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การวิจัย การให้คำปรึกษา และเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือสนับสนุนการดำเนินงาน

ล่าสุดกรมโรงงานอุตสาหกรรมร่วมกับสำนักมาตรฐานอุตสาหกรรม (สมอ.) และสถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ (สรอ.) ได้กำหนดแนวปฏิบัติสำหรับการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการและทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการตามมาตรฐานสากลเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม ISO 26000

ในปีพ.ศ.2551 โดยได้จัดโครงการส่งเสริมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงงานอุตสาหกรรมต่อสังคม (Corporate Social Responsibility, Department of Industrial Works: CSR-DIW) และในปีพ.ศ.2552 ได้ประกาศใช้เป็นมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อสังคม (Standard for Corporate Social Responsibility) เพื่อเป็นแนวทางการปฏิบัติงานในองค์กรให้มีมาตรฐานเดียวกันทั่วทั้งประเทศ (กรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม, 2552: ระบบออนไลน์)

การผลักดันและรณรงค์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรจากระดับโลกสู่ระดับประเทศ สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ที่เป็นหนึ่งในแนวทางการบริหารองค์กรสมัยใหม่ของหน่วยงานต่าง ๆ (จิรประภา อัครบวร และ ประยูร อัครบวร, 2552: 10) ที่ต้องปรับทิศทางการบริหารงานสู่การเป็นองค์กรที่ดีมีคุณธรรม จริยธรรม คำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย เพื่อเป็นฐานสู่ความยั่งยืนในการพัฒนาประเทศโดยรวม ซึ่งมีความสำคัญในทางรัฐประศาสนศาสตร์ในปัจจุบันด้วยเพราะ แนวทางการบริหารงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรถือเป็นยุทธศาสตร์หนึ่งของการพัฒนาประเทศในปัจจุบัน มีพัฒนาการมาจากหลักธรรมาภิบาลที่เป็นประเด็นสำคัญในบริบทการพัฒนาในระดับสากล ซึ่งทางรัฐประศาสนศาสตร์ได้ผลักดันให้เกิดการบริหารจัดการที่ดีในองค์กรทั้งภาครัฐและภาคเอกชนมาโดยตลอด

แนวทางการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรไม่ได้จำกัดในแวดวงของธุรกิจเอกชนเท่านั้น ขณะเดียวกันในทางรัฐประศาสนศาสตร์ก็ไม่ได้จำกัดเฉพาะการบริหารจัดการภาครัฐเท่านั้น ด้วยเพราะในระบบโครงสร้างการบริหารราชการแผ่นดินของประเทศประกอบด้วย 3 ภาคส่วนที่สำคัญ คือ ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน (ประเวศ วะสี, 2542) ซึ่งมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิด ภาครัฐในฐานะเป็นผู้ควบคุมกติกาและสนับสนุนการดำเนินงานของเอกชน ซึ่งมีผลต่อการ

เสริมสร้างการบริหารจัดการที่ดีในวงการธุรกิจ รวมถึงเอกชนต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมและผู้บริโภค และประชาชนในฐานะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นเสมือนเสียงสะท้อนกลับในผลของการดำเนินงานของภาครัฐและภาคเอกชน จึงแสดงให้เห็นถึงกระบวนการความสัมพันธ์ของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อขับเคลื่อนให้เกิดการบริหารราชการแผ่นดินที่มีประสิทธิภาพ และบรรลุเป้าหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม

องค์กรภาคธุรกิจและภาคการผลิตต่าง ๆ ในประเทศไทย โดยเฉพาะบริษัทเอกชนขนาดใหญ่ และบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ตลอดจนสถานประกอบการขนาดกลาง และขนาดเล็ก ได้ตัดสินใจนำประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมมาบูรณาการกับการบริหารงานหลักเพื่อสร้างความแตกต่างเชิงบวกให้กับธุรกิจทั้งในระดับนโยบาย และในระบบการดำเนินงานขององค์กร โดยพยายามปรับรูปแบบการดำเนินงานในการผลิตสินค้าหรือบริการให้เป็นมิตรต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม ด้วยการใช้เทคโนโลยีพลังงานสะอาด มีการใช้ทรัพยากรการผลิตอย่างคุ้มค่าให้เกิดขึ้นภายในองค์กร และขยายความรับผิดชอบต่อออกสู่ภายนอกองค์กรโดยการจัดทำโครงการหรือกิจกรรมที่มุ่งเน้นประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในรูปแบบต่าง ๆ

ถึงอย่างไรก็ตามภาคธุรกิจนิยมทำกิจกรรมเพื่อสังคมในรูปแบบของการกุศลต่อผู้ด้อยโอกาส การมีจิตสาธารณะ ในลักษณะการแจกจ่ายสิ่งของ การบริจาคเงินหรือทุนการศึกษา เป็นต้น ซึ่งให้ผลประโยชน์เพียงแค่ระยะสั้น แต่ไม่ได้ก่อให้เกิดความเข้มแข็งของสังคม อีกทั้งปัญหาทางมลพิษต่อสิ่งแวดล้อมยังคงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง (สถาบันไทยพัฒน์ มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์, ม.ป.ป.: ระบบออนไลน์) อาทิเช่น สถานการณ์การประกอบอุตสาหกรรมด้านพลังงานไฟฟ้าของโรงไฟฟ้าแม่เมาะ ได้นำเสนอนโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคม แต่ในทางปฏิบัติจริงยังนำมาปฏิบัติไม่ครอบคลุมการดำเนินงานทั้งภายในกระบวนการและภายนอกองค์กร เพราะยังพบปัญหามลพิษทางอากาศ ปัญหาสุขภาพทางเดินหายใจของประชากรในชุมชน สืบเนื่องมาจากการทำเหมืองถ่านหินลิกไนต์และการก่อสร้างโรงไฟฟ้าแม่เมาะได้ละเลยกระบวนการผลิตจากภายในระบบที่มีคุณภาพ การด้อยประสิทธิภาพในเทคโนโลยีการจัดการ เป็นต้น กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมยังมุ่งเน้นดำเนินการไปทางกิจกรรมแสดงความเอื้ออาทรต่อสังคมเป็นส่วนใหญ่ ที่ยังคงประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์บริษัท (โครงการความร่วมมือในการจัดตั้งวิทยาลัยเทคนิค กฟผ. แม่เมาะ, 2550: ระบบออนไลน์) และยังมีอีกหลาย ๆ บริษัทที่ไม่ได้กล่าวถึงในที่นี้ที่ยังคงสร้างผลกระทบทางลบต่อสังคม

บางบริษัทที่ประกอบอุตสาหกรรมด้านพลังงานไฟฟ้า และมีความเสี่ยงต่อการสร้างอันตรายต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเช่นเดียวกับ โรงไฟฟ้าแม่เมาะ แต่ก็ยังสามารถดำเนินการผลิตและให้บริการที่สามารถควบคุมความสมดุลของระบบนิเวศได้ และปราศจากข้อเรียกร้องจาก

มวลชน ผู้ศึกษาจึงเล็งเห็นถึงความจำเป็นที่ต้องเข้าไปศึกษาดูการดำเนินงานของสถานประกอบการที่มีการดำเนินงานตามแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรได้อย่างครอบคลุมการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่เกิดขึ้นจากภายในกระบวนการผลิตขององค์กร ร้อยโยงสู่การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อชุมชนภายนอกองค์กร และมีความต่อเนื่อง

บริษัท ผลิตไฟฟ้าขนอม จำกัด จึงเป็นภาคธุรกิจที่นำมาศึกษาถึงการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ในฐานะเป็นตัวแทนหรือรูปธรรมหนึ่งของการผลิตในโครงสร้างเศรษฐกิจระบบทุนนิยมซึ่งจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีกำลังการผลิตพลังงานไฟฟ้ามากที่สุดในภาคใต้ด้วยกำลังการผลิต 824 เมกะวัตต์ โดยคิดเป็น 38% จากกำลังไฟฟ้าที่พึงผลิตได้ทั้งหมด 64% ในภาคใต้ (Egcogroup, 2551: ระบบออนไลน์) เพื่อตอบสนองต่อความต้องการใช้พลังงานไฟฟ้าอันเป็นปัจจัยพื้นฐานของกระบวนการผลิตทั้งในภาคอุตสาหกรรม ภาคพาณิชย์กรรม และการสื่อสารโทรคมนาคมของประเทศ อีกทั้งสนับสนุนต่อโครงการพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งทะเลใต้ของภาครัฐ

ในปีพ.ศ. 2539 การดำเนินธุรกิจประกอบกิจการไฟฟ้าอันเป็นระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานที่สำคัญของประเทศดังกล่าวข้างต้น ได้รับโอนและดำเนินการผลิตไฟฟ้าจากการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) ซึ่งการรับโอนภารกิจดังกล่าวเป็นไปตามนโยบายการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของรัฐบาลสู่การบริหารงานโดยเอกชน ภายใต้ภารกิจบริการสาธารณะในระบบสาธารณูปโภคหลักของประเทศ และการผลิตกระแสไฟฟ้าของบริษัท ผลิตไฟฟ้าขนอม จำกัด ได้จำหน่ายกระแสไฟฟ้าทั้งหมดแก่การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) ภายใต้สัญญาซื้อขายไฟฟ้า (Power Purchase Agreement: PPA) ระยะยาว 15 ปี และ 20 ปี (Egcogroup, 2551: ระบบออนไลน์)

โดยปกติของธุรกิจการผลิตและให้บริการพลังงานไฟฟ้าย่อมมีอุปสรรคและความกดดันมากมาย กล่าวคือ การเกิดแรงเสียดทานและการต่อต้านจากชุมชนอย่างรุนแรง เนื่องจากกระบวนการผลิตไฟฟ้าด้วยเทคโนโลยีพลังงานความร้อน และพลังงานความร้อนร่วมซึ่งต้องใช้ทรัพยากรเป็นวัตถุดิบในการผลิตเป็นจำนวนมากด้วยการใช้ก๊าซธรรมชาติ น้ำมันเตา และน้ำมันดีเซลเป็นเชื้อเพลิงการผลิต ซึ่งมีความเสี่ยงต่อการเกิดผลกระทบในทางลบ ได้แก่ การลดลงของก๊าซธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจำกัดแต่ปริมาณการใช้ในภาคการผลิตด้านพลังงานกลับสูงขึ้นเรื่อย ๆ ปัญหาต่อความเสื่อมโทรมของระบบนิเวศสิ่งแวดล้อม การเกิดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ในอากาศ ปัญหาโลกร้อน ซึ่งปัญหาดังกล่าวอาจเป็นอันตรายต่อความปลอดภัยของพนักงาน คุณค่าการใช้ประโยชน์ของมนุษย์ และคุณภาพชีวิตชุมชนโดยรอบ (Egcogroup, 2551: ระบบออนไลน์) รวมถึงสภาพบังคับทางกฎหมายของรัฐซึ่งถือเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมที่บริษัทต้องยึดปฏิบัติใน

ระดับพื้นฐาน อาทิ กฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม กฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และกฎหมายด้านแรงงาน เป็นต้น

ความท้าทายในกระแสสังคมปัจจุบันนับว่าเป็นสิ่งกระตุ้น และความกดดันอีกประการของเส้นทางธุรกิจ กล่าวคือ ระดับการแข่งขันที่สูงระหว่างกลุ่มธุรกิจเดียวกันในการเข้าประมูลแข่งขันเพื่อให้ได้รับการยอมรับจากการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) เพื่อสามารถดำเนินการผลิตพลังงานไฟฟ้าได้อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งการเป็นที่ยอมรับสำหรับนักลงทุน และคู่ค้า ตลอดจนการกำหนดมาตรฐานความรับผิดชอบต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อสังคม (Standard for Corporate Social Responsibility: CSR-DIW) ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ขึ้นมาเพื่อให้ผู้ประกอบการสมัครใจนำไปเป็นข้อกำหนดของการบริหารงานในบริษัท เพื่อสร้างข้อได้เปรียบ และสร้างศักยภาพที่เหนือกว่าคู่แข่งทางธุรกิจ

ด้วยปัจจัยในสถานการณ์ของกระแสกดดัน และความท้าทายในการประกอบธุรกิจผลิตพลังงานไฟฟ้าดังกล่าวข้างต้น บริษัท ผลิตไฟฟ้าขนอม จำกัด จึงต้องตัดสินใจมุ่งแสวงหาแนวทางในการบริหารจัดการเพื่อให้บริษัทสามารถผลิตหรือให้บริการด้านพลังงานไฟฟ้าที่ดีมีคุณภาพและมีความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของพนักงาน ลูกค้า ชุมชน และสิ่งแวดล้อม โดยการดำเนินงานด้วยระบบการบริหารที่มีคุณภาพเพื่อเพิ่มความแข็งแกร่งให้องค์กร อีกทั้งเพื่อสามารถปรับตัวรองรับกับสถานการณ์สิ่งแวดล้อมและสังคมที่เป็นกระแสสำคัญของโลกไปแล้วในยุคปัจจุบัน แนวทางการดำเนินงานตามแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรจึงเป็นแนวคิดการบริหารที่สำคัญของบริษัท ผลิตไฟฟ้าขนอม จำกัด เลื่อนนำมาประยุกต์ใช้ในการบริหารงาน

ในปีพ.ศ.2551 บริษัท ผลิตไฟฟ้าขนอม จำกัด นำแนวทางการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมาดำเนินการโดยเข้าร่วมโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการต่อสังคม (Standard for Corporate Social Responsibility) ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ตามนโยบายและการขับเคลื่อนของภาครัฐ และในปี พ.ศ.2552 บริษัท ผลิตไฟฟ้า จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทแม่ ได้เริ่มจัดทำแผนแม่บทสำหรับการดำเนินงานว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR Roadmap) ซึ่งครอบคลุมการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการบริหารจัดการองค์กร (CSR in process) และความรับผิดชอบต่อสังคมนอกเหนือกระบวนการหลักทางธุรกิจขององค์กร (CSR after process) เพื่อให้เกิดการดำเนินกิจกรรมที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมขึ้นในกลุ่มบริษัท (Egcogroup, 2552: ระบบออนไลน์)

การดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมภายในกระบวนการของบริษัท ผลิตไฟฟ้าขนอม จำกัด (CSR in process) กล่าวคือ การดำเนินงานด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย

และสิ่งแวดลอม ซึ่งมีโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ อาทิเช่น การปรับปรุงสภาพแวดลอมในการทำงานภายในบริษัท การรณรงค์ลดอุบัติเหตุในโรงงานเท่ากับศูนย์ (ZERO accident) นอกจากนี้มี การจัดการสิ่งแวดลอมโดยครอบคลุมทั้งด้านการจัดการทรัพยากรน้ำ การบำบัดน้ำจากกระบวนการผลิต การจัดการมลภาวะทางอากาศ การจัดการมลภาวะทางเสียง การจัดการวัสดุเหลือใช้ ตลอดจน การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก และความหลากหลายทางชีวภาพ (Egcogroup, 2552: ระบบออนไลน์) ซึ่งมีการเลือกใช้เทคโนโลยีในกระบวนการผลิตให้ได้มาตรฐานและเป็นมิตรต่อ สิ่งแวดลอมตลอดจนทบทวน ประเมินผล และปรับปรุงระบบการผลิตและการดำเนินงานของ โรงไฟฟ้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อป้องกันและลดผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดลอม รวมถึงการให้ ความสำคัญในการสร้างความรู้ความเข้าใจในความรับผิดชอบต่อสังคมแก่พนักงาน เป็นต้น (Group of power companies, 2553: ระบบออนไลน์) ซึ่งกิจกรรมต่าง ๆ ล้วนเป็นรากฐานที่สำคัญยิ่งของ การพัฒนาอย่างสมดุลขององค์กรและสังคมส่วนรวม

การดำเนินกิจกรรมพัฒนาชุมชนและสังคมภายนอกองค์กร (CSR after process) ผ่าน โครงการและกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทำร่วมกับชุมชนกล่าวคือ บริษัท ผลิตไฟฟ้าขนอม จำกัดได้ทำ โครงการ และกิจกรรมเพื่อชุมชนที่ครอบคลุมกิจกรรม 3 ด้านหลัก ได้แก่ ด้านสิ่งแวดลอม ด้านการ พัฒนาการเรียนรู้และปลูกจิตสำนึกในกลุ่มเยาวชน สดท้ายด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิตชุมชน อาทิ เช่น โครงการ และกิจกรรมธนาคารปูม้า กิจกรรมสร้างบ้านใหม่ใต้ทะเล (ปะการังเทียม) กิจกรรม เกษตรชีวภาพเพื่อชุมชน กิจกรรมการศึกษาสัมพันธ เป็นต้น เพื่อบรรลุเป้าหมายของความ รับผิดชอบต่อสังคมที่ต้องการสร้างคุณภาพของการดำเนินงานทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดลอม และสังคม อันนำไปสู่การประกอบธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน (Egcogroup, 2552: ระบบออนไลน์) ขณะเดียวกันบริษัทได้มีการนำเสนอความสมดุลและอุดมสมบูรณ์ของระบบนิเวศ ในโฆษณาชุด “ทัศนศึกษา” ผ่านสื่อโทรทัศน์ในช่วงปีพ.ศ.2551 ที่สื่อให้เห็นถึงโรงไฟฟ้าสามารถ อยู่ร่วมกับปลาโลมาสีชมพู นกออก และลิงแสมได้จริง โดยไม่ได้ส่งผลกระทบต่อ ระบบนิเวศ เพื่อนำเสนอให้ประชาชนภายนอกทั่วประเทศได้รับรู้ หรือเป็นการประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ของบริษัทด้วย

ผลการดำเนินงานในกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ผลิตไฟฟ้าขนอม จำกัด ถูกสะท้อนผ่านการประเมินผลของสถาบันต่าง ๆ อาทิ พ.ศ.2551 บริษัท ผลิตไฟฟ้าขนอม จำกัด ได้รับคัดเลือกจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยให้ได้รับรางวัลประกาศนียบัตรบริษัทที่ จดทะเบียนดีเด่นด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และเป็นโรงงานที่ประกอบอุตสาหกรรมการผลิต พลังงานไฟฟ้าแห่งแรกในประเทศไทย ที่ได้รับการรับรองจากโครงการส่งเสริมการแสดงความ รับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility, Department Of Industrial Works: CSR-

DIW) จากกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม (Egcogroup, 2552: ระบบออนไลน์) แต่นัยยะสำคัญยิ่งขึ้นไปคือ ภาพธุรกิจผู้ร้ายที่ทำลายสิ่งแวดล้อมในสายตาชุมชนและ NGOs ที่มีต่อบรรดาโรงไฟฟ้าต่าง ๆ ไม่ปรากฏเป็นข่าวต่อโรงไฟฟ้าขนอม เพราะบริษัท ผลิตไฟฟ้าขนอม จำกัด สามารถอยู่ร่วมกันได้กับชุมชน และสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นปกติ (วีรพจน์ ลือประสิทธิ์กุล, 2552: 2)

ด้วยเหตุและผลจากสถานการณ์กดดัน กระตุ้น และความท้าทายในการดำเนินธุรกิจผลิตพลังงานไฟฟ้า อีกทั้งการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ผลิตไฟฟ้าขนอม จำกัด ที่ครอบคลุมการดำเนินกิจกรรมในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งที่เกิดขึ้นภายในกระบวนการผลิตของบริษัท และการทำกิจกรรมการพัฒนาชุมชนและสังคมภายนอกโดยรอบบริษัท รวมถึงผลการดำเนินงานที่ไม่ค่อยปรากฏกระแสการเรียกร้องจากพนักงานภายในบริษัท หรือการต่อต้านจากชุมชน และการนำเสนอความอุดมสมบูรณ์ของระบบนิเวศผ่านโฆษณาชุด “ทัศนศึกษา” ผนวกกับรางวัลต่าง ๆ ที่ได้รับดังที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้น จึงจุดประกายความประสงค์ค้นพบและหาคำอธิบายในข้อเท็จจริงของการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ผลิตไฟฟ้าขนอม จำกัด ที่ต้องการเข้าถึงข้อมูลในเชิงลึกมากกว่าการรับรู้ผ่านโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการบรรยายจากเอกสารหรือรายงานการพัฒนาที่ยั่งยืนของบริษัทที่อาจดูเป็นการสร้างวาทกรรมว่าความรับผิดชอบต่อสังคมที่ดูสวยงามขึ้นมาเพียงเท่านั้น

ผู้วิจัยจึงมีวัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อทำความเข้าใจถึงสาเหตุของการตัดสินใจนำแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมาดำเนินการและ การกำหนดโครงการหรือกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ผลิตไฟฟ้าขนอม จำกัด อีกทั้งเพื่ออธิบายการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ผลิตไฟฟ้าขนอม จำกัด และการจำแนกคุณลักษณะของการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม รวมถึงเพื่ออธิบายผลกระทบที่ได้รับหลังจากการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ผลิตไฟฟ้าขนอม จำกัด ที่ส่งผลต่อผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร

การศึกษาประเด็นดังกล่าวข้างต้นเล็งเห็นถึงคุณค่าของการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่ครอบคลุมการดำเนินกิจกรรมทั้งภายในกระบวนการหลักขององค์กรที่เป็นแก่นสำคัญและมีความเข้มข้นของแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม และประสานกับกิจกรรมเพื่อชุมชนโดยรอบอย่างเป็นรูปธรรมซึ่งทั้งสองลักษณะล้วนมีเจตนารมณ์ที่ดีต่อสังคมโดยรวม แต่ทว่ามีความแตกต่างกันที่ความเข้มข้นของกิจกรรม ทั้งนี้เพื่อให้คุณูปการทางวิชาการในรัฐประศาสนศาสตร์ที่เล็งเห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างภาคการผลิตที่เป็นโครงสร้างทางระบบเศรษฐกิจ กับความรับผิดชอบต่อสังคม ที่ผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสียภายในสังคม และประเทศโดยรวม อีกทั้งการสร้างความรู้ความเข้าใจถึงคุณค่าของการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อ

สังคมขององค์กรที่เหมาะสมถูกต้องตามแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมากกว่าการรับรู้หรือเข้าใจเพียงผิวเผินในลักษณะการประชาสัมพันธ์ การตลาด เป็นต้น เพื่อเป็นแนวทางการดำเนินงานหรือบริหารงานในอุตสาหกรรมอื่น ๆ ของภาครัฐและภาคเอกชนไทยให้เกิดการพัฒนาทางด้านความรับผิดชอบต่อสังคมไปสู่กระบวนการเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจผสมผสานกับการทำกิจกรรมร่วมกับสังคมหรือชุมชนได้อย่างต่อเนื่อง

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อทำความเข้าใจถึงสาเหตุของการตัดสินใจนำแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมาดำเนินการ และการกำหนดโครงการหรือกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ผลิตไฟฟ้าขนอม จำกัด
2. เพื่ออธิบายการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ผลิตไฟฟ้าขนอม จำกัด และการจำแนกคุณลักษณะของการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม
3. เพื่ออธิบายผลกระทบที่ได้รับหลังจากการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ผลิตไฟฟ้าขนอม จำกัด ที่ส่งผลต่อผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายใน และภายนอกองค์กร

1.3 คำถามของการวิจัย

1. การตัดสินใจนำแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมาดำเนินการในบริษัท ผลิตไฟฟ้าขนอม จำกัด มีสาเหตุความเป็นมาอย่างไร และมีการกำหนดโครงการหรือกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรอย่างไร
2. บริษัท ผลิตไฟฟ้าขนอม จำกัด มีการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างไร และมีคุณลักษณะกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมใดบ้าง และแต่ละคุณลักษณะกิจกรรมมีความแตกต่างกันอย่างไร
3. การดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ผลิตไฟฟ้าขนอม จำกัด ส่งผลกระทบอย่างไรต่อผู้มีส่วนได้เสียภายในและภายนอกองค์กร

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. การทำความเข้าใจถึงสาเหตุการตัดสินใจนำแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมาดำเนินการ และการกำหนดโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ผลิตไฟฟ้าขนอม จำกัด ซึ่งนัยยะของการตัดสินใจหรือที่มาของความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นปัจจัยนำเข้า ที่เป็นประโยชน์ต่อการเปิดรับข้อมูลที่กว้างขวางและเข้มข้นขึ้น ผ่านการตัดสินใจในโครงการความ

รับผิดชอบต่อสังคมอย่างมีกระบวนการขั้นตอนที่มีอิทธิพลต่อการผลักดันกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่ตอบสนองต่อประเด็นอันเป็นที่มาสำคัญต่อไป และสามารถลดความผิดพลาดในการตัดสินใจในกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในอนาคตได้

2. การอธิบายถึงการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ส่งผลให้เกิดประโยชน์ในการวางตำแหน่งงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีทิศทางอย่างชัดเจนตั้งแต่ระดับวิสัยทัศน์ที่สามารถผนวกเข้าในโครงสร้างการบริหารงานหลักขององค์กรทั้งในเชิงคุณค่า และเชิงรูปธรรม ที่มีนัยยะสอดคล้องกับประเด็นทางสังคม สำหรับการจำแนกคุณลักษณะของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีประโยชน์ต่อการผลักดันให้บริษัทตื่นตัวพัฒนาการดำเนินงานที่ถูกต้องตามเนื้อแท้ของแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่ควรริเริ่มจากภายในองค์กร และประสานกับกิจกรรมทางสังคมโดยไม่มองแบบแยกส่วนระหว่างองค์กรกับสังคม ทั้งนี้เพื่อเป็นทิศทางให้เกิดการดำเนินงานที่มีระบบ มีกรอบเกิดขึ้นเป็นทิศทางเดียวกันในบริษัทเอง หรือสามารถสร้างความเข้าใจให้เกิดการรับรู้การดำเนินกิจกรรมที่เข้าใจถูกต้องตรงกันต่อไปในวงการวิชาการ หรืออุตสาหกรรม

3. การอธิบายผลกระทบที่ได้รับจากการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าขอม จำกัด ในผลเชิงบวกเป็นประโยชน์ต่อการนำผลการดำเนินงานมาเป็นตัวสะท้อนกลับให้เกิดการพัฒนากิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่ให้คุณค่าหรือผลเชิงบวกได้อย่างต่อเนื่อง และต่อยอดกิจกรรมที่ได้ผลจริง ๆ สำหรับผลกระทบเชิงลบสามารถนำมาเป็นตัวปรับปรุงแก้ไขเพื่อลดผลกระทบนั้นเสีย และเกิดการปรับปรุงแก้ไขเพื่อคัดค้านกิจกรรมต่อไป

1.5 นิยามคำศัพท์เฉพาะ

บริษัท ผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าขอม จำกัด หมายถึง บริษัทหนึ่งในกลุ่มบริษัท ผลิตภัณฑ์ไฟฟ้า จำกัด (มหาชน) หรือ “เอ็กโก” ดำเนินธุรกิจผลิตไฟฟ้าในฐานะผู้ผลิตไฟฟ้าเอกชนรายใหญ่ หรือ ไอพีพี (Independent Power Producer: IPP) มีกำลังการผลิตไฟฟ้ามากที่สุดในภาคใต้และจำหน่ายกระแสไฟฟ้าให้แก่การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) ภายใต้สัญญาซื้อขายไฟฟ้า (Power Purchase Agreement: PPA) ระยะยาว

สาเหตุของการตัดสินใจ หมายถึง บริบทหรือตัวแปรไม่ว่าจะเป็นบริบททางด้านสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านเศรษฐกิจ รวมถึงบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่เป็นสาเหตุหรือเป็นฐานข้อมูลสำคัญประกอบการตัดสินใจนำแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมาดำเนินการในบริษัท ผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าขอม จำกัด

การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการตัดสินใจในการกำหนดโครงการหรือกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าขนอม จำกัด

การดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ หมายถึง การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมตั้งแต่วิสัยทัศน์ พันธกิจ และนโยบาย ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าขนอม จำกัด รวมถึงรูปธรรมของกิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในกระบวนการหลักของบริษัท และการทำกิจกรรมที่เกิดขึ้นภายนอกกระบวนการของบริษัท โดยการใส่ใจถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงสุขภาพ และสวัสดิการของสังคม ของผู้มีส่วนได้เสียโดยสอดคล้องตามกฎหมายและข้อกำหนดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อบรรลุดตามเป้าหมายหรือวิสัยทัศน์อันเป็นรากฐานนำไปสู่การพัฒนาที่สมดุล

การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นทางสังคม (Cause Promotion) หมายถึง รูปแบบหนึ่งของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่เกี่ยวกับการจัดหาเงินทุน วัสดุสิ่งของหรือทรัพยากรอื่น เพื่อขยายการรับรู้และห่วงใยต่อประเด็นปัญหาทางสังคม

การตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคม (Cause-Related Marketing) หมายถึง รูปแบบกิจกรรมของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ที่กล่าวถึงการอุดหนุนหรือการบริจาครายได้ส่วนหนึ่งจากการดำเนินธุรกิจพลังงานไฟฟ้า เพื่อช่วยเหลือหรือร่วมแก้ไขประเด็นปัญหาทางสังคมหนึ่ง ที่มีช่วงเวลาที่จำกัดแน่นอน

การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาด้านสังคม (Corporate Social Marketing) หมายถึง ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในอีกรูปแบบที่เป็นการสนับสนุนการพัฒนาหรือการทำให้เกิดผลการรณรงค์เพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในด้านสาธารณสุข ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งแวดล้อมหรือด้านสุขภาวะ มุ่งเน้นที่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและสร้างความตระหนัก รวมถึงการสนับสนุนทรัพยากรด้านทุนและอาสาสมัครเพื่อให้รับรู้ถึงประเด็นปัญหา

การบริจาคเพื่อการกุศล (Corporate Philanthropy) หมายถึง รูปแบบของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่เป็นการช่วยเหลือไปที่ประเด็นปัญหาทางสังคมโดยตรง ในรูปแบบของการบริจาคเงินหรือวัสดุสิ่งของ

การอาสาช่วยเหลือชุมชน (Community Volunteering) หมายถึง รูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งเป็นการสนับสนุนหรือจูงใจให้พนักงาน คู่ค้าร่วมสละเวลาและแรงงานในการทำงานให้แก่ชุมชนที่บริษัทตั้งอยู่ และเพื่อตอบสนองต่อประเด็นปัญหาทางสังคมที่องค์กรให้ความสนใจหรือห่วงใย

การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsible Business Practices) หมายถึง เป็นรูปแบบของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่มีการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ

อย่างพินิจพิจารณาทั้งในเชิงป้องกันด้วยการหลีกเลี่ยงการก่อให้เกิดปัญหาทางสังคมหรือในเชิงร่วมกันแก้ไขด้วยการช่วยเหลือเยียวยาปัญหาทางสังคมนั้น ๆ ด้วยกระบวนการทางธุรกิจ เพื่อการยกระดับสถานะของชุมชนและการพิทักษ์สิ่งแวดล้อม โดยที่บริษัทสามารถที่จะดำเนินการเองหรือเลือกที่จะร่วมมือกับพันธมิตรภายนอกก็ได้

กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมภายในกระบวนการ หมายถึง คุณลักษณะของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่เป็นการนำกระบวนการธุรกิจมาตอบสนองต่อสังคม หรือเป็นการทำประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคมภายในกระบวนการธุรกิจ โดยการปลูกจิตสำนึกพนักงานให้เกิดสำนึกในการปฏิบัติงานที่คำนึงถึงความปลอดภัย สุขภาวะต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม รวมถึงการออกแบบเทคโนโลยีกระบวนการผลิตพลังงานไฟฟ้าที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และสังคม ผู้มีส่วนได้เสีย

กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมภายนอกกระบวนการ หมายถึง คุณลักษณะของการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่อยู่นอกกระบวนการธุรกิจ การมีโครงการหรือกิจกรรมเพื่อสังคม หรือเรียกว่า กิจกรรมเพื่อสังคม ซึ่งบริษัทสามารถมอบสิ่งที่เป็นประโยชน์ ความสามารถในการพัฒนาชุมชน และสิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กร

กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยทรัพยากรภายใน หมายถึง ลักษณะตามเกณฑ์การใช้ทรัพยากรจากภายในองค์กร ของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่บริษัทผลิต ไฟฟ้าขนอม จำกัด ได้ดำเนินการขึ้น อาทิเช่น พนักงานภายในบริษัท งบประมาณของบริษัท ค่าไรจากบริษัทที่คืนสู่สังคม วัสดุและอุปกรณ์ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ระบบการผลิตพลังงานไฟฟ้า รวมถึงเทคโนโลยีการผลิตต่าง ๆ เป็นต้น

กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยทรัพยากรภายนอก หมายถึง ลักษณะตามเกณฑ์การใช้ทรัพยากรจากภายนอกองค์กร ของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม อาทิเช่น การดึงดูดประชาชนให้เข้ามาใช้บริการในสินค้าของบริษัท ที่บริษัทได้ดำเนินกิจกรรมขึ้น การชักชวนหน่วยงานภายนอกมามีส่วนร่วมในกิจกรรม

ผู้มีส่วนได้เสีย หมายถึง บุคคล หรือกลุ่มบุคคล ตลอดจนระบบนิเวศน์ ที่ได้รับผลจากการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ผลิตไฟฟ้าขนอม จำกัด และมีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท