

หน่วยที่ 13

ความรับผิดชอบและจริยธรรมทางธุรกิจ

นางอมราพร พรพงษ์

วิทยาลัยชุมชนระนอง สถาบันวิทยาลัยชุมชน
สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ

แผนการสอนประจำหน่วย

หน่วยที่ 13 ความรับผิดชอบและจริยธรรมทางธุรกิจ

1. หัวข้อเนื้อหา

- 1.1 ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ
- 1.2 ขอบเขตความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ
- 1.3 ความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ
- 1.4 ประเภทและองค์ประกอบของความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ
- 1.5 ความหมายของจริยธรรมทางธุรกิจ
- 1.6 ความสำคัญของจริยธรรมทางธุรกิจ
- 1.7 องค์ประกอบและปัจจัยที่มีผลต่อจริยธรรมทางธุรกิจ
- 1.8 ความหมายของบรรษัทภิบาล
- 1.9 ประโยชน์ที่ธุรกิจได้รับจากการมีบรรษัทภิบาลที่ดี

2. วัตถุประสงค์การเรียนรู้

เมื่อศึกษาหน่วยที่ 12 จบแล้ว นักศึกษาสามารถ

- 2.1 อธิบายความหมาย และความสำคัญความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจได้
- 2.2 จำแนกประเภทและองค์ประกอบของความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจได้
- 2.3 อธิบายความหมาย ความสำคัญ และองค์ประกอบของจริยธรรมทางธุรกิจได้
- 2.4 อธิบายความหมายของบรรษัทภิบาลได้อย่างถูกต้อง

3. สารการเรียนรู้

ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ หมายถึง การดำเนินธุรกิจ ทั้งการคิด การพูด และการกระทำ ด้วยการคำนึงถึงความสมดุลระหว่างธุรกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องทั้งหมดอย่างมีความรับผิดชอบ ทั้งในเชิงป้องกันและแก้ไขผลกระทบที่เกิดขึ้นแล้วหรือเหมาะสมทั้งในเชิงป้องกันและแก้ไขโดยความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสำคัญต่อทั้งพนักงาน ลูกค้า และองค์การ

ความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคม ช่วยสนับสนุนความน่าเชื่อถือ การสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ธุรกิจการค้นพบนวัตกรรมการได้รับความนิยมนชื่นชอบและความไว้วางใจจากลูกค้าตลอดจนการมีภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น ทั้งจากมุมมองของพนักงาน ผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน ฯลฯ ความ

รับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจจะสร้างความไว้วางใจแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องอย่างสมดุล ในด้านของลูกค้า จะเกิดความไว้วางใจในการใช้สินค้าและบริการเกิดความจงรักภักดีในตราสินค้า ภาพลักษณ์ของธุรกิจก็จะมีความแข็งแกร่ง ชื่อเสียงขององค์กรก็จะเผยแพร่ต่อไป

ประเภทของความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ สามารถจำแนกออกได้ใน 2 เกณฑ์ ที่สำคัญ คือจำแนกตามการดำเนินกิจกรรม และจำแนกตามลำดับชั้น

องค์ประกอบของความรับผิดชอบต่อสังคม ได้แก่ การกำกับดูแลกิจการที่ดี คำมั่นถึงสิทธิมนุษยชน ข้อปฏิบัติด้านแรงงาน การดูแลสิ่งแวดล้อม การดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรมใส่ใจต่อผู้บริโภค และการแบ่งปันสู่สังคมและชุมชน

จริยธรรมทางธุรกิจ หมายถึง การประพฤติปฏิบัติที่ถูกต้องทั้งทางกฎหมายและทางศีลธรรม ที่ผู้ประกอบการทางธุรกิจจะยึดถือเป็นมาตรฐาน เพื่อเป็นแนวทางของความประพฤติและการปฏิบัติ เรียกรวมโดยทั่วไปว่า จรรยาบรรณ (Code of Ethics) โดยปกติจะเขียนเป็นลายลักษณ์อักษร

ความสำคัญของจริยธรรมทางธุรกิจ มีการดำเนินงานปฏิบัติตามจริยธรรมทางธุรกิจจะสร้างความเจริญเติบโตก้าวหน้าอย่างมั่นคงและยั่งยืนช่วยทำให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรมไม่เกิดการเอารัดเอาเปรียบกัน ช่วยส่งเสริมสมรรถนะการแข่งขันทั้งในประเทศและในต่างประเทศ ผู้บริหารของธุรกิจควรให้ความสนใจในจริยธรรมทางธุรกิจซึ่งเป็นการนำหลักการและมาตรฐานจริยธรรมมากำหนดแนวพฤติกรรมของคนในองค์กร ผู้บริหารจะต้องให้ความสำคัญกับจริยธรรมทางธุรกิจ โดยการค้นหาและกำหนดผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับทั้งหมด เพื่อประเมินผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น และหาวิธีป้องกันหรือแก้ไขภายใต้แนวคิดการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรมโดยผู้บริหารต้องสร้างความสมดุลทางจริยธรรมกับผู้มีส่วนได้เสียทุกรายอันจะนำมาซึ่งภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ การทุ่มเทของพนักงานสร้างความสุขในการปฏิบัติงาน

องค์ประกอบของจริยธรรมทางธุรกิจ ควรยึดถือปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจที่มีจริยธรรมประกอบด้วย ต้องมีความซื่อสัตย์ ความยุติธรรม ความรับผิดชอบต่อธุรกิจ พนักงาน ลูกค้าและสังคม การสร้างความไว้วางใจ การเคารพสิทธิส่วนบุคคล และการบำรุงรักษาสิ่งแวดล้อม

บรรษัทภิบาล หมายถึง ความสัมพันธ์และความรับผิดชอบต่อส่วนรวมกันระหว่างกลุ่มต่าง ๆ ภายในองค์กร ประกอบด้วย ผู้ถือหุ้น คณะกรรมการบริษัทและ ฝ่ายบริหาร โดยการบริหารจัดการธุรกิจอย่างเป็นธรรมและโปร่งใส เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพการทำงาน นำไปสู่เป้าหมายที่ต้องการ

4. วิธีสอนและกิจกรรมการเรียนการสอน

4.1 วิธีสอน

- 4.1.1 วิธีสอนแบบบรรยายและอภิปรายซักถาม
- 4.1.2 วิธีการให้นักศึกษา คึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง
- 4.1.3 วิธีสอนแบบทำงานเป็นทีม

4.2 กิจกรรมการเรียนการสอน

4.2.1 ผู้สอนนำเสนอสื่อ Power Point เสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความหมาย ขอบเขต ความสำคัญ ประเภท ลำดับขั้น และแนวปฏิบัติความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ ความหมาย ความสำคัญ องค์ประกอบของจริยธรรมทางธุรกิจ และความหมายของบรรษัทภิบาล พร้อมทั้งให้นักศึกษาจดบันทึก

4.2.2 แบ่งกลุ่มนักศึกษาให้มีจำนวนสมาชิกแต่ละกลุ่มใกล้เคียงกันแล้วให้นักศึกษาค้นคว้าเนื้อหาล่วงหน้าจากเอกสารประกอบการสอนรายวิชาหลักการจัดการ เอกสารตำราที่เกี่ยวข้อง แล้วให้นำเสนอรายงานจากการค้นคว้าในช่วงโม่งสอน

4.2.3 มอบหมายให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดเป็นการบ้านเป็นรายบุคคล

5. สื่อการเรียนการสอน

- 5.1 สื่อ Power Point ประกอบด้วยคอมพิวเตอร์พกพา พร้อมเครื่องฉาย LCD Projector
- 5.2 เอกสารประกอบการเรียนการสอนรายวิชา หลักการจัดการ และเอกสารตำราที่เกี่ยวข้อง

6. การวัดและประเมินผล

- 6.1 สังเกตและบันทึกผลจากพฤติกรรมความสนใจ และการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน
- 6.2 สังเกตและบันทึกผลการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม การทำกิจกรรมการเรียนการสอน การตอบคำถามในขณะที่มีการอภิปราย และซักถาม
- 6.3 สังเกตและบันทึกผลการนำไปใช้ในการทำแบบฝึกหัด
- 6.4 ตรวจสอบผลงานที่ได้รับมอบหมายจากการทำแบบฝึกหัด
- 6.5 ประเมินผลจากการสอบกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน

ความรับผิดชอบต่อสังคมและจริยธรรมทางธุรกิจ

บทนำ

องค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม จะทำให้พนักงานที่ทำงานอยู่เห็นถึงความจริงใจขององค์กรที่มีต่อสังคม พนักงานก็มีความสบายใจในการที่จะทำหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ และมีความภาคภูมิใจในการเป็นสมาชิกหนึ่งในองค์กร ทำให้องค์กรสามารถที่จะคัดเลือกบุคลากรที่มีความสามารถร่วมงานได้ง่ายขึ้น และทำให้ต้นทุนขององค์กรลดลงในแง่ของผู้ถือหุ้น นักลงทุน หรือเจ้าของกิจการ ซีเอสอาร์ จะทำให้ราคาหุ้นมีเสถียรภาพ และมีส่วนล้ามูลค่าหุ้นในอัตราที่สูงกว่าเกณฑ์เฉลี่ย เนื่องจากเป็นที่ต้องการของนักลงทุน ปัจจุบันมีเม็ดเงินลงทุนในธุรกิจที่มีซีเอสอาร์ ซึ่งเรียกกันเฉพาะว่า SRI มีมูลค่าเกินสองล้านล้านบาท และมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ เป็นโอกาสที่องค์กรสามารถเข้าถึงแหล่งทุนได้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะทำให้ต้นทุนทางการเงินมีแนวโน้มที่ต่ำกว่าเกณฑ์ปกติของตลาด ในภาพรวมแล้วองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมย่อมมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือเศรษฐกิจของประเทศให้มีความมั่นคงเจริญรุ่งเรืองได้ องค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมย่อมไม่ทำให้เกิดความเสียหายได้ในเรื่องต่าง ๆ เช่น การใช้ส่วนผสมที่ไม่เป็นพิษเป็นภัยไม่ปนเปื้อนอย่างในกรณีของเมลามีนที่มีการปนเปื้อนเข้าไปในอาหาร ทำให้ภาพรวมทางด้านอาหารเสียหาย

ธุรกิจกับความรับผิดชอบต่อสังคม โดยความรับผิดชอบต่อสังคมถือเป็นกลไกในการควบคุมธุรกิจขนาดใหญ่ให้ต้องประพฤติปฏิบัติในลักษณะที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ในหลากหลายมิติ หลักการของธุรกิจกับความรับผิดชอบต่อสังคม จึงอยู่บนฐานของความเชื่อว่าธุรกิจกับสังคมจะต้องอยู่ร่วมกันอย่างช่วยเหลือเกื้อกูล และเอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน จึงช่วยกันลดจุดอ่อนต่อกัน

ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ หรือซีเอสอาร์เป็นแนวทางการดำเนินกิจกรรมทั้งภายในและภายนอกองค์กร ที่ธุรกิจจะต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมทั้งในระดับใกล้และไกล ด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรหรือทรัพยากรจากภายนอกองค์กร ในอันที่จะทำให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข

จริยธรรมทางธุรกิจ เป็นแนวทางการประพฤติปฏิบัติที่ถูกต้องทั้งทางกฎหมายและทางศีลธรรมที่ ผู้บริหารขององค์กรควรจะต้องยึดเป็นมาตรฐานไว้ เพื่อใช้เป็นแนวทางของการประพฤติและการปฏิบัติในการดำเนินงานโดยทั่วไปเรียกว่า จรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ ในการดำเนินธุรกิจผู้บริหารนอกเหนือจากจะต้องคำนึงและยึดจริยธรรมทางธุรกิจเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจแล้ว ผู้บริหารกิจการจะต้องใช้หลักบรรษัทภิบาลเป็นแนวทางในการดำเนินงานอีกด้วย

1. ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ

แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (Corporate Social Responsibility : CSR) เป็นหลักการสำคัญอีกเรื่องหนึ่งเกี่ยวกับคุณธรรมในการดำเนินธุรกิจ องค์การชั้นนำของไทยที่ติดอันดับโลก เช่น ปูนซีเมนต์ไทย การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย และอีกหลาย ๆ องค์การก็ได้ให้นำแนวคิดดังกล่าวไปใช้อย่างแพร่หลาย แนวคิดดังกล่าวมีหลักการพื้นฐาน คือ การสร้างผลกำไรของธุรกิจ โดยการคำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ต้องเติบโตควบคู่กันไป โดยมีนักวิชาการได้ให้ความหมาย ดังนี้

หนังสือเคมีธุรกิจเพื่อสังคม โดยคณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียน ภายใต้คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ได้แปลคำว่า “Corporate Social Responsibility” ว่า “ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ” และได้นิยามความหมายว่าเป็น “การดำเนินธุรกิจที่ครอบคลุมการประกอบการทุกประเภททั้งที่มุ่งแสวงหาและไม่แสวงหาผลกำไร ทั้งกิจการขนาดเล็ก กลางและขนาดใหญ่ รวมถึงองค์การที่จัดตั้งในลักษณะอื่น ๆ ควบคู่ไปกับการใส่ใจและดูแลรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อม ภายใต้หลักจริยธรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี และการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาบูรณาการ เพื่อนำไปสู่การดำเนินธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ การปฏิบัติตามความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจที่สามารถยกระดับตนเองไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนได้เป็นผลสำเร็จ โดยไม่ผิดศีลธรรมจรรยา ไม่เบียดเบียนทุกฝ่าย ย่อมสร้างสรรค์ความสุขที่แท้จริงให้กับทั้งตนเอง ธุรกิจ วัฒนธรรม รวมทั้งสังคมที่ใกล้ชิดกับธุรกิจโดยตรง อันได้แก่ ลูกค้า คู่ค้า ผู้ส่งมอบปัจจัยการผลิต พนักงานและครอบครัวของพนักงาน ผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน ชุมชนรอบถิ่นที่ตั้งของธุรกิจ และสังคมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจทางอ้อม อันได้แก่ รัฐบาลและหน่วยงานกำกับดูแลของรัฐ สมาคมการค้า กลุ่มวิชาชีพ องค์การพัฒนาเอกชน Non Governmental Organizations : NGOs ผู้ที่จะมาเป็นลูกค้าหรือพนักงานของธุรกิจในอนาคต (เคมีธุรกิจเพื่อสังคม, 2551 : 10)

ความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง การดำเนินธุรกิจ ทั้งการคิด การพูดและการกระทำ ด้วยการคำนึงถึงความสมดุลระหว่างธุรกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องทั้งหมดอย่างมีความรับผิดชอบต่อ ทั้งในเชิงป้องกันและแก้ไขผลกระทบที่เกิดขึ้นแล้วหรือเหมาะสมทั้งในเชิงป้องกันและแก้ไขโดยความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสำคัญต่อทั้งพนักงาน ลูกค้า และองค์การ (สำนักบริหารงานวิทยาลัยชุมชน, 2558 : 8-7)

ความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง เป็นการแสดงออกถึงการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งขององค์การต่อบุคคลหรือสังคมเพื่อให้เกิดความสงบสุขและความอยู่ดีกินดีของบุคคลและ ทำให้สังคมมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ลดความวุ่นวายและปัญหาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับองค์การ ปัจจุบันพบว่าองค์การได้นำการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมไปใช้เป็นกลยุทธ์ในการจัดการและการตลาด (อนิวัช แก้วจำนงค์, 2552 : 291)

ความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง ความผูกพันขององค์การในการดำเนินงานทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม แบบยั่งยืน รวมทั้งผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประกอบด้วย นักลงทุน ลูกค้า พนักงาน หุ่นส่วนทางธุรกิจ ชุมชนท้องถิ่น และสังคม ที่จะสร้างประโยชน์ให้กับองค์การและสังคมส่วนรวมไปพร้อม ๆ กัน (มัลลิกา ธรรมมาจริยาวัฒน์, 2559 : 200)

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง การตัดสินใจหรือการกระทำของผู้บริหารเพื่อให้ได้ประโยชน์กับธุรกิจ ในขณะที่เดียวกันก็จำเป็นต้องปกป้องและเอื้อประโยชน์ให้สังคมด้วย ซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคมมีผลกระทบจากการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์การที่ส่งผลต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อทำให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน

2. ขอบเขตความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ

ขอบเขตความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจมีหลายด้าน ที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

2.1 ด้านสิ่งแวดล้อม ธุรกิจอาจก่อมลพิษต่อสิ่งแวดล้อมหลากหลายรูปแบบ ซึ่งอาจก่อมลภาวะต่ออากาศมลภาวะทางเสียง ต่อแม่น้ำลำคลอง ต่อน้ำฝน ต่อน้ำผิวดิน เป็นต้น เช่น ธุรกิจสารเคมีอาจก่อพิษภัยทั้งในลักษณะพิษที่เกิดขึ้นทีละอย่างเฉียบพลัน หรือค่อย ๆ สะสมพิษร้ายทีละน้อย ๆ เกิดผลกระทบแบบเรื้อรัง หรือตายผ่อนส่ง ธุรกิจที่ก่อผลเสียดังกล่าวจะต้องมีวิธีป้องกันไม่ให้เกิดผลเสียเกิดขึ้นได้อย่างเห็นผล จึงจะถือว่าธุรกิจดังกล่าวมีความรับผิดชอบต่อสังคม

2.2 ด้านการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ธุรกิจอาจมีใช้น้ำจากแหล่งน้ำเดียวกันกับชุมชน อาจใช้ทรัพยากรธรรมชาติชนิดที่ใช้แล้วหมด ธุรกิจจะต้องแสดงความรับผิดชอบต่อชุมชนโดยรอบ และต่อสังคมใน ภาพรวม ที่จะไม่ก่อปัญหาแบบไร้ความรับผิดชอบต่อ

2.3 ด้านความเป็นธรรมต่อเพื่อนมนุษย์ คำนึงถึงจิตวิญญาณของผู้ปฏิบัติงาน ธุรกิจมีการจ่ายค่าแรง ค่าจ้างค่าชดเชย ค่าดูแลสุขภาพ อย่างเป็นธรรม การจัดสถานที่ทำงานให้เป็นสถานที่การทำงานที่มีความสุข ทั้งทางด้านกายภาพและสุขภาพทางจิตใจ เป็นองค์การแห่งความสุข และมีการจัดให้เป็นองค์การแห่งการเรียนรู้

2.4 ด้านความรับผิดชอบต่อในการดำเนินธุรกิจ ทั้งในด้านความซื่อสัตย์สุจริต และรักษาผลประโยชน์ต่อ ผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมด คือต่อผู้ถือหุ้น ต่อลูกค้าหรือคู่ค้า ต่อพนักงาน และต่อสังคมวงกว้าง อย่างทั่วถึง

3. ความสำคัญความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ

ผู้บริหารที่ดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม จะทำให้ได้รับ ผลประโยชน์ตอบแทนกลับมา ทั้งประโยชน์ทางตรงและทางอ้อม เช่น การสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ธุรกิจ การค้นพบนวัตกรรม การได้รับความนิยมนิยมชื่นชอบและความไว้วางใจจากลูกค้า ตลอดจนการมีภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น ทั้งจาก มุมมองของพนักงาน ผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน ฯลฯ ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจจะสร้างความไว้วางใจแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องอย่างสมดุลในด้านของลูกค้า จะเกิดความไว้วางใจในการใช้สินค้าและบริการเกิดความจงรักภักดีในตราสินค้า ในด้านขององค์การ ธุรกิจสามารถกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของตราสินค้าได้ตามต้องการ โดยการใช้กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมช่วยสนับสนุนความน่าเชื่อถือ ภาพลักษณ์ของธุรกิจก็ จะมีความแข็งแกร่ง ชื่อเสียงขององค์การก็จะเผยแพร่ต่อไป สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เป็นสิ่งที่เลียนแบบได้ ยากในด้านของพนักงาน เมื่อได้เห็นถึงความจริงใจของผู้บริหาร ก็จะทำให้เกิดความทุ่มเทในการ ปฏิบัติงาน และจะปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความรู้ ความสามารถ และมีความภูมิใจในการเป็นสมาชิก หนึ่งขององค์การ เกิดความพึงพอใจในการทำงาน เกิดความผูกพันกับองค์การ ขณะเดียวกัน ผู้บริหารที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมก็จะสามารถสรรหาและคัดเลือกได้

4. ประเภทและองค์ประกอบของความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ

ประเภทของความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ สามารถจำแนกออกได้ใน 2 เกณฑ์ ที่สำคัญคือ

4.1 ประเภทของความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ

ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจจำแนกตามการดำเนินกิจกรรม แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มด้วยกัน ประกอบด้วย

1. ความรับผิดชอบต่อสังคมหลังจากการดำเนินงานไปแล้ว (CSR-after-process) เป็นการดำเนินกิจกรรม เพื่อประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ที่แยกต่างหากจากการดำเนิน ธุรกิจที่เป็นกระบวนการหลักของกิจการ รวมความถึงกิจกรรมที่เกิดจากผลต่อเนื่องของ กระบวนการดำเนินการธุรกิจเช่น การแจกจ่ายสิ่งของบรรเทาสาธารณภัย การบำเพ็ญประโยชน์ ต่อสาธารณะ และการเยียวยาชุมชนที่ได้รับผลกระทบทางมลพิษจากการดำเนินธุรกิจ

2. ความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการหลักของกิจการ (CSR-in-process) เป็นการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมที่อยู่ในกระบวนการหลักของกิจการหรือเป็นการทำธุรกิจ ที่หากำไรอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น การป้องกัน หรือกำจัดมลพิษในกระบวนการผลิตเพื่อไม่ให้ ส่งผลกระทบต่อชุมชน การผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานตามข้อกำหนดใน ฉลากผลิตภัณฑ์ การเปิดเผยข้อมูลผลิตภัณฑ์ต่อผู้บริโภคอย่างถูกต้องครบถ้วน การชดเชยความ

เสียหายให้แก่ลูกค้าที่เกิดจากความผิดพลาดและความบกพร่องของพนักงาน ซึ่งการดำเนินความรับผิดชอบต่อเหล่านี้ ถือเป็นกิจกรรมที่อยู่เวลาทำงานปกติของกิจการ

3. ความรับผิดชอบต่อสังคมในการดำเนินกิจการหรือธุรกิจเพื่อสังคม (CSR-as-process) เป็นกิจกรรมที่ดำเนินงานโดยองค์กรที่ไม่แสวงหากำไรให้กับตนเอง เป็นหน่วยงานที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อมุ่งสร้างประโยชน์ต่อสังคมเป็นด้านหลัก เช่น มูลนิธิ/สมาคมการกุศลที่เป็นองค์กรสาธารณประโยชน์ องค์กรประชาชน และส่วนราชการ

ประเภทของความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจจำแนกตามลำดับชั้น แบ่งออกได้เป็น 4 ระดับ ดังนี้

1. ความรับผิดชอบต่อทางเศรษฐกิจ เป็นความรับผิดชอบต่อขั้นพื้นฐานที่ผู้บริหารทุกระดับในองค์กรธุรกิจโดยทั่วไปต้องคำนึงถึงเป็นหลัก คือ ผู้บริหารมีหน้าที่แสวงหาผลตอบแทนทางธุรกิจและจัดสรรผลตอบแทนต่าง ๆ ให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง ความรับผิดชอบต่อทางเศรษฐกิจในปัจจุบันไม่จำกัด ขอบเขตเพียงแค่การสร้างกำไรเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้ถือหุ้นเท่านั้น แต่ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจควรจัดสรรแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในระดับที่เหมาะสมและเป็นธรรม เช่น พนักงานควรได้รับค่าจ้างและเงินเดือนที่เหมาะสมกับหน้าที่ความรับผิดชอบ การจัดสรรผลประโยชน์ใด ๆ ในองค์กรควรเป็นไปด้วยความเป็นธรรม เป็นต้น ผู้บริหารควรมีความรับผิดชอบต่อทางเศรษฐกิจต่อสังคมภายนอกองค์กรด้วย เช่น ผู้บริโภคหรือลูกค้าควรได้รับสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพในราคาเป็นธรรม จึงถือว่าเป็นการกระจายผลตอบแทนทางเศรษฐกิจแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมดอย่างเป็นธรรม การดำเนินงานของธุรกิจต้องคำนึงถึงการมีกำไรเพื่อความอยู่รอด ซึ่งเป็นขั้นที่ธุรกิจคำนึงถึงความสามารถในการอยู่รอดและให้ผลตอบแทนแก่เจ้าของหรือผู้ถือหุ้น ในขั้นนี้ธุรกิจควรหมั่นตรวจสอบว่า กำไรที่ได้ต้องมีใช้กำไรซึ่งเกิดจากการเบียดเบียนสังคม

2. ความรับผิดชอบต่อกฎหมาย เป็นหน้าที่พลเมืองที่ประชาชนจำเป็นต้องมีต่อรัฐหรือต่อประเทศชาติของตน เพื่อให้สังคมสามารถดำรงอยู่ได้อย่างสงบสุขและเท่าเทียมกัน ความรับผิดชอบต่อกฎหมายนี้ รวมถึงการปฏิบัติตามระเบียบ ประกาศหรือคำสั่งใด ๆ ซึ่งมีผลบังคับใช้ต่อองค์กรหรือผู้บริหารที่เกี่ยวข้องในเรื่องนั้น ๆ ผู้บริหารหรือองค์กรที่มุ่งสร้างผลตอบแทนทางเศรษฐกิจสูงสุดจะต้องมีความรับผิดชอบต่อกฎหมายโดยการไม่ฝ่าฝืนหรือแสวงหาประโยชน์จากการเลี่ยงกฎหมายด้วย โดยปกติแล้วกฎหมายมีบทลงโทษสำหรับการฝ่าฝืนหรือจงใจกระทำผิดเอาไว้ ดังนั้นแม้ว่าองค์กรจะได้รับผลตอบแทนทางเศรษฐกิจสูงสุด โดยการฝ่าฝืนหรือเลี่ยงกฎหมายก็ตาม แต่ผู้ฝ่าฝืนกฎหมายย่อมต้องได้รับการลงโทษตามที่กฎหมายบัญญัติ ความรับผิดชอบต่อกฎหมาย จึงเป็นประเด็นที่สำคัญของพนักงานไปจนถึงผู้บริหารระดับสูงที่จะต้องดำเนินแนวทางปฏิบัติให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด การดำเนินงานของธุรกิจต้องเชื่อฟังและปฏิบัติตามกฎหมาย ซึ่งเป็นหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติตาม ทั้งกฎหมายและกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง เช่น

กฎหมายคุ้มครองแรงงาน กฎหมายคุ้มครอง ผู้บริโภค กฎหมายภาษีอากร กฎหมายภาษีมูลค่าเพิ่ม และอื่น ๆ เป็นต้น

3. ความรับผิดชอบทางจริยธรรม จึงเป็นความรับผิดชอบที่มีคุณค่าและประโยชน์ สูงกว่าผลตอบแทนที่เป็นธรรม และเป็นไปเพื่อความดีงามเหมาะสม มีคุณธรรม และถูกต้องตาม คีลธรรม อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาโดยภาพรวมแล้วจะเห็นว่าจริยธรรมกับความรับผิดชอบต่อ สังคมมีความใกล้ชิดกันจนแยกไม่ออก ความรับผิดชอบต่อสังคมแสดงถึงความมีจริยธรรม และ ความมีจริยธรรมแสดงออกได้ด้วยการมีความรับผิดชอบต่อสังคม บุคลากรภายในองค์กรทั้ง พนักงานไปจนถึงผู้บริหาร จึงควรตระหนักถึงความรับผิดชอบทางจริยธรรมเป็นสำคัญ การดำเนินงานของธุรกิจต้องมีจริยธรรม ที่เป็นตัวกำหนดการกระทำที่ถูกต้อง ยุติธรรมและเป็น ธรรม ซึ่งเป็นการสามารถสร้างกำไรแก่เจ้าของหรือผู้ถือหุ้นในอัตราที่เหมาะสม และผู้บริหารได้ใส่ใจ เพื่อให้ประโยชน์ตอบแทนแก่สังคมมากขึ้น โดยเฉพาะสังคมใกล้ที่อยู่รอบข้าง ที่มีความ คาดหวัง ว่าจะได้รับการดูแลหรือเอาใจใส่จากการดำเนินงาน

4. ความรับผิดชอบโดยสมัครใจ มีความละเอียดลึกซึ้งและมีอุดมคติสูงกว่าความ รับผิดชอบจริยธรรม กล่าวคือ ขณะที่ความรับผิดชอบระดับจริยธรรมมุ่งเน้นข้อประพฤติปฏิบัติที่ดี งามเหมาะสมมีคุณธรรมและถูกต้องตามคีลธรรม ซึ่งเป็นคุณค่าตามสังคม หากไม่ปฏิบัติย่อม ได้รับบทลงโทษทางสังคมตามระดับความประพฤติ แต่ความรับผิดชอบโดยสมัครใจเป็นสิ่งที่ ผู้บริหารแสดงความรับผิดชอบโดยสมัครใจเองและถึงแม้จะไม่แสดงก็จะไม่เกิดโทษทั้งทาง กฎหมายและไม่เกิดโทษทางสังคม การแสดงความรับผิดชอบโดยสมัครใจทำได้โดยการใช้ดุลพินิจ และวิจรรณญาณของตนเองอย่างรอบคอบสุขุมในการประพฤติปฏิบัติและตัดสินใจ ซึ่งสูงกว่า ที่จริยธรรมครอบคลุมถึง เช่นเมื่อเกิดอุทกภัยขึ้นในประเทศ ผู้บริหารอาจสมัครใจบริจาคและระดม เงินจากบุคคลต่าง ๆ เพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัย ผู้บริหารบางคนอาจสมัครใจเข้าไปทำหน้าที่ อาสาสมัครบรรเทาสาธารณภัย เพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัยด้วยตนเอง เป็นต้น การปฏิบัติดังกล่าว ถือเป็นความรับผิดชอบโดยสมัครใจที่เกิดขึ้นโดยผู้บริหารและพนักงานร่วมกัน ผลที่ได้ย่อมเป็นที่ สรรเสริญชื่นชมต่อผู้พบเห็น และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร

ผู้บริหารควรพิจารณาความรับผิดชอบต่อสังคมทั้ง 4 ระดับข้างต้น และเลือกใช้ให้ เหมาะสม ผู้บริหารองค์กรธุรกิจหลายคนอาจเลือกเพียงการแสดงรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ โดยไม่คำนึงถึงกฎหมายและจริยธรรม ซึ่งเป็นการเลือกแสดงความรับผิดชอบที่แคบและก่อให้เกิด ปัญหาต่อสังคม ขณะที่ผู้บริหารบางคนเน้นการกระทำที่ไม่ผิดกฎหมายแต่อาจดำเนินธุรกิจบน ขอบเขตของกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง จึงเป็นผู้บริหารสีเทา คือไม่ขาวแต่ไม่ดำ ผู้บริหาร ประเภทนี้แม้จะไม่ทำผิดกฎหมายแต่ยังไม่สามารถเป็นตัวอย่างที่ดีต่อสังคมได้ ซึ่งแตกต่างจาก

ผู้บริหารที่แสดงความรับผิดชอบต่อระดับจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมที่สามารถเป็นตัวอย่างที่ดีของสังคม

4.1.1 แนวปฏิบัติเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ

ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสามารถกำหนดแนวปฏิบัติโดยแบ่งตามสถาบันที่เป็นผู้กำหนด ได้แก่ สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม กรมโรงงานอุตสาหกรรม องค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD) สำหรับบริษัทข้ามชาติ ข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (UN Global Compact) และแนวปฏิบัติในการเลือกกิจกรรมทางสังคมของ Kotler and Lee ดังมีรายละเอียดที่ได้กำหนดไว้ดังนี้

(1) แนวปฏิบัติ CSR ของสถาบันธุรกิจเพื่อสังคม

สถาบันธุรกิจเพื่อสังคมกำหนดแนวปฏิบัติสำหรับธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม จำนวน 8 ข้อดังนี้

(1.1) การกำกับดูแลกิจการที่ดี: จัดให้มีระบบบริหารจัดการอย่างรู้หน้าที่ มีความรับผิดชอบต่อสังคมในการจัดการอย่างโปร่งใส เท่าเทียม เป็นธรรม มีประสิทธิภาพ สามารถตรวจสอบได้

(1.2) การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม: ไม่เห็นแก่ประโยชน์อื่นที่อาจมาจากการดำเนินงานที่ไม่ถูกต้อง ตามทำนองคลองธรรม

(1.3) การเคารพสิทธิและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม: ปรับปรุงสภาพแวดล้อมและเงื่อนไขในการทำงานให้พนักงานมีคุณภาพชีวิตที่ดีและได้มีโอกาสแสดงศักยภาพ ตลอดจนได้รับโอกาสในการฝึกฝนและเพิ่มพูนทักษะในการทำงาน

(1.4) ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค: สินค้าหรือบริการต้องไม่เป็นอันตราย

(1.5) การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม: ควรจัดกิจกรรมทางสังคมหรือมีส่วนร่วมในการส่งเสริมความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน

(1.6) การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม: ปรับปรุงคุณภาพชีวิตโดยการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อม

(1.7) การเผยแพร่ข่าวสารจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม : นำความรู้ที่ได้จากกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมมาพัฒนาปรับใช้และคิดค้นให้เกิดนวัตกรรม

(1.8) การจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

(2) แนวปฏิบัติ CSR ของผู้ประกอบการตามมาตรฐานกรมโรงงานอุตสาหกรรม และมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO 26000)

มาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO 26000) หมายถึง ความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ว่าเป็นความรับผิดชอบต่อองค์กร ในผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการตัดสินใจ และ

กิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร (รวมถึงผลิตภัณฑ์ บริการ และกระบวนการ) ที่มีต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม ผ่านการแสดงผลออกอย่างโปร่งใสและมีจริยธรรม ในการมีส่วนร่วมในการพัฒนาอย่างยั่งยืน รวมถึงการสร้างสุขอนามัย และสวัสดิการที่ดีกับสังคม โดยคำนึงถึงความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย ปฏิบัติตามข้อกำหนดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงสอดคล้องกับแนวปฏิบัติสากล บูรณาการให้เกิดขึ้นทั่วทั้งองค์กร ภายใต้ขอบเขตของอิทธิพล และผลกระทบ

กรมโรงงานอุตสาหกรรมและมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO 26000) กำหนดแนวปฏิบัติสำหรับธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม จำนวน 7 ข้อดังนี้

(2.1) การกำกับดูแลองค์กร ได้แก่ การตัดสินใจและการดำเนินการตามผลของการตัดสินใจขององค์กร บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อสังคม โดยขึ้นอยู่กับขนาดและชนิดขององค์กร ภาวะเศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรมและสังคม ที่องค์กรดำเนินการอยู่ นำไปสู่การเพิ่มความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้เสีย การบริหารจัดการความเสี่ยงที่ดีขึ้น และการเพิ่มขึ้นของชื่อเสียงองค์กร

(2.2) สิทธิมนุษยชน ได้แก่ การตรวจสอบและประเมินสถานะขององค์กร สถานการณ์ที่มีความเสี่ยงในเรื่องสิทธิมนุษยชน การหลีกเลี่ยงการร่วมกระทำผิดในการละเมิดสิทธิมนุษยชน การแก้ไขปัญหาจากการเรียกร้องความเป็นธรรม การเลือกปฏิบัติและกลุ่มผู้ต้องการได้รับการดูแลเป็นพิเศษ สิทธิการเป็นพลเมืองและสิทธิทางการเมือง สิทธิทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงาน

(2.3) การปฏิบัติด้านแรงงาน ได้แก่ การจ้างงานและความสัมพันธ์ในการจ้างงาน เงื่อนไขในการทำงานและการคุ้มครองทางสังคม การเสวนาทางสังคม อาชีวอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน และการพัฒนามนุษย์และการอบรมในพื้นที่ปฏิบัติงาน

(2.4) สิ่งแวดล้อม ได้แก่ การป้องกันมลพิษ การใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน การปรับและการลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และการป้องกันและฟื้นฟูสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ

(2.5) การดำเนินงานอย่างเป็นธรรม ได้แก่ การต่อต้านคอร์รัปชัน การมีส่วนร่วมทางการเมือง ร่วมรับผิดชอบต่อ การแข่งขันอย่างเป็นธรรม การส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมให้กับหน่วยงานที่ได้รับผลกระทบจากองค์กร และการเคารพสิทธิในทรัพย์สิน

(2.6) ประเด็นด้านผู้บริโภค ได้แก่ การตลาดที่เป็นธรรม ข้อมูลที่เป็นจริง ไม่เบี่ยงเบนและการปฏิบัติทางสัญญาที่เป็นธรรม การปกป้องสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค การบริโภคอย่างยั่งยืน การบริการ การสนับสนุนและการยุติข้อโต้แย้งแก่ผู้บริโภค การเข้าถึงบริการที่จำเป็น และการให้ความรู้และสร้างความตระหนัก

(2.7) การมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน ได้แก่ การมีส่วนร่วมของชุมชน การศึกษาและวัฒนธรรม การสร้างงานและการพัฒนาทักษะ การพัฒนาและการเข้าถึงเทคโนโลยี การสร้างรายได้และความมั่นคง ประเด็นการมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน และการลงทุนด้านสังคม

(3) แนวปฏิบัติ CSR ในการเลือกประเด็นกิจกรรมทางสังคมของผู้ประกอบการ ของ Kotler and Lee Kotler and Lee ได้กำหนดแนวปฏิบัติสำหรับธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ภายใต้การเลือกกิจกรรมทางสังคมจำนวน 25 ข้อ ดังนี้

ภายใต้การเลือกประเด็นทางสังคมที่ธุรกิจจะตอบสนอง

(3.1) เลือกประเด็นสังคมที่จะทำกิจกรรมเพียงสองถึงสามประเด็น

(3.2) เลือกประเด็นที่อยู่ในความกังวลของชุมชนที่ทำธุรกิจอยู่

(3.3) เลือกประเด็นที่สอดคล้องกับพันธกิจ คุณธรรม สินค้า และบริการของ

ผู้ประกอบการ

(3.4) เลือกประเด็นที่สนับสนุนเป้าหมายธุรกิจ การตลาด ความสัมพันธ์กับ

ผู้ขายปัจจัยการผลิต การเพิ่มผลผลิตและประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการลดต้นทุน

(3.5) เลือกประเด็นที่อยู่ในความสนใจของกลุ่มผู้เกี่ยวข้องหลัก เช่น พนักงาน

ลูกค้า นักลงทุน ผู้นำองค์กรและกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด

(3.6) เลือกประเด็นที่ผู้ประกอบการสามารถสนับสนุนได้เป็นระยะเวลานาน

(3.7) เลือกประเด็นที่ตอบสนองวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการประกอบธุรกิจ

ภายใต้การเลือกกิจกรรมที่จะตอบสนองต่อประเด็นทางสังคม

(3.8) เลือกกิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการที่จำเป็นในลำดับต้น ๆ ของ

ประเด็นสังคม

(3.9) เลือกกิจกรรมที่หลากหลายสำหรับประเด็นสังคมหนึ่ง ๆ และเติมเต็ม

ส่วนที่ขาดหายจากกิจกรรมเพื่อสนองประเด็นสังคมในปัจจุบัน

(3.10) เลือกกิจกรรมที่มีศักยภาพในการได้และมีส่วนร่วมของพันธมิตรชุมชน

ที่เข้มแข็ง

(3.11) เลือกกิจกรรมที่ผู้ประกอบการมีประสบการณ์

(3.12) เลือกกิจกรรมที่ทำให้มีโอกาสได้ใช้ทรัพยากรที่เกินความต้องการ

ในปัจจุบัน

ภายใต้ประเด็นด้านการจัดทำแผนงานโครงการและการลงมือปฏิบัติ

(3.13) สร้างทีมงานที่ประกอบด้วยบุคคลจากหลายหน่วยงานในการจัดทำแผน

(3.14) ให้พันธมิตรชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดทำแผน

(3.15) กำหนดวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนและมีเป้าหมายที่วัดได้ (ผลลัพธ์) ของบริษัท

(3.16) กำหนดวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนและเป้าหมายที่วัดได้ (ผลลัพธ์) ของประเด็นสังคม

(3.17) จัดทำแผนการสื่อสาร

(3.18) กำหนดและวางแผนสำหรับองค์ประกอบเชิงกลยุทธ์เพิ่มเติม

(3.19) ทำให้ผู้บริหารระดับสูงหรือเจ้าของกิจการเห็นด้วยภายใต้ประเด็นด้านการประเมินผลงาน

(3.20) กำหนดเป้าหมายการประเมินกิจกรรม

(3.21) วัดและรายงานผลผลิตทรัพยากร

(3.22) วัดและรายงานผลลัพธ์ของบริษัทบนฐานของวัตถุประสงค์และเป้าหมายกิจกรรม

(3.23) วัดและรายงานผลลัพธ์ของประเด็นสังคมบนฐานของวัตถุประสงค์และเป้าหมายกิจกรรม

(3.24) ตรวจสอบติดตามสถานะของประเด็นสังคมที่ทำการอยู่

(3.25) จัดสรรทรัพยากรเพื่อวัดผลและรายงานอย่างพอเพียง

4.2 องค์ประกอบของความรับผิดชอบต่อสังคม

4.2.1 มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี องค์กรควรกำหนดหน้าที่ให้คณะกรรมการฝ่ายจัดการ ผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถสอดส่องดูแลผลงานและการปฏิบัติงานขององค์กรได้ เพื่อแสดงถึงความโปร่งใส พร้อมรับการตรวจสอบ และสามารถชี้แจงให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้รับทราบผลการปฏิบัติงานได้

4.2.2 คำนึงถึงสิทธิมนุษยชน ซึ่งเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานของมนุษย์ โดยสิทธิดังกล่าวควรครอบคลุมถึงสิทธิความเป็นพลเมือง สิทธิทางการเมือง สิทธิทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม และสิทธิตามกฎหมายระหว่างประเทศ

4.2.3 ข้อปฏิบัติด้านแรงงานองค์กรต้องตระหนักว่าแรงงานไม่ใช่สินค้า ดังนั้นแรงงานจึงไม่ควรถูกปฏิบัติเสมือนเป็นปัจจัยการผลิต

4.2.4 การดูแลสิ่งแวดล้อมองค์กรจำเป็นต้องคำนึงถึงหลักการป้องกันปัญหามลพิษการบริโภคอย่างยั่งยืน และการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพในการดำเนินการผลิตและบริการ

4.2.5 การดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม องค์กรต่าง ๆ ควรแข่งขันกันอย่างเป็นธรรม และเปิดกว้าง ซึ่งจะต้องส่งเสริมประสิทธิภาพในการลดต้นทุนสินค้าและบริการ นวัตกรรม การพัฒนาสินค้าหรือกระบวนการใหม่ ๆ รวมถึงจะช่วยขยายการเติบโตทางเศรษฐกิจและมาตรฐานการครองชีพในระยะยาว

4.2.6 ใส่ใจต่อผู้บริโภครองค์กรจะต้องเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคได้รับทราบข้อมูลในการใช้สินค้าและบริการอย่างเหมาะสม ทั้งยังต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาสินค้าและบริการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม โดยคำนึงถึงความปลอดภัยในการใช้งานและสุขภาพของผู้บริโภค นอกจากนี้เมื่อพบว่าสินค้าไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด องค์กรจะต้องมีกลไกในการเรียกคืนสินค้า พร้อมทั้งยังต้องให้ความสำคัญกับกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคและถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด

4.2.7 การแบ่งปันสู่สังคมและชุมชน

5. ความหมายของจริยธรรมทางธุรกิจ

จริยธรรมทางธุรกิจ เป็นแนวทางการประพฤติปฏิบัติที่ถูกต้องทั้งทางกฎหมายและทางศีลธรรมที่ผู้บริหารองค์การควรยึดเป็นมาตรฐาน เพื่อเป็นแนวทางของการประพฤติและการปฏิบัติ ดังนั้น ในการดำเนินธุรกิจ ผู้บริหารจะต้องคำนึงถึงและยึดจริยธรรมทางธุรกิจเป็นแนวทางในการตัดสินใจ สำหรับความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกองค์การที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของกับองค์การ มีทัศนคติ และคาดหวังให้องค์การธุรกิจต้องมีบทบาทรับผิดชอบต่อสังคมในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ชุมชน สุขภาพ และสวัสดิการ การศึกษา สิทธิมนุษยชน สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ สิทธิของผู้บริโภค และวัฒนธรรม

จริยธรรมทางธุรกิจมีนักวิชาการได้ให้ความหมายไว้หลากหลายที่สำคัญพอสรุปได้คือ

จริยธรรมทางธุรกิจ หมายถึง การนำหลักจริยธรรมทั่วไปมาใช้กับธุรกิจ ไม่ได้แตกต่างจากจริยธรรมทั่วไป อะไรก็ตามที่สังคมถือว่าไม่ถูกต้อง เช่น การทุจริต ธุรกิจก็ต้องถือว่าไม่ถูกต้องเช่นกัน ธุรกิจไม่ควรกำหนดเอาเองว่าอะไรถูก อะไรผิด ในด้านจริยธรรมเมื่อนำมาใช้กับธุรกิจ ผู้ที่อยู่ในวงการธุรกิจจะต้องผูกพันอยู่กับแนวคิดหรือหลักของจริยธรรมอันเดียวกันกับที่สังคมยอมรับ (จินตนา บุญบังการ, 2554 : 45)

จริยธรรมทางธุรกิจ หมายถึง มาตรฐานการผลิตสินค้าและ/หรือบริการเพื่อผลตอบแทนตามคุณค่าแก่การลงทุนโดยเป็นธรรมต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย (เจ้าของกิจการ ผู้บริหาร ผู้ร่วมงาน ผู้บริโภค ผู้รับบริการ รัฐบาล และสังคม) ซึ่งมีความสัมพันธ์ในเชิงเศรษฐกิจร่วมกัน (มัลลิกา ธรรมจริยาวัฒน์, 2559 : 213)

จริยธรรมทางธุรกิจ หมายถึง การประพฤติปฏิบัติที่ถูกต้องทั้งทางกฎหมายและทางศีลธรรมที่ผู้ประกอบการทางธุรกิจจะยึดถือเป็นมาตรฐาน เพื่อเป็นแนวทางของความประพฤติและการปฏิบัติเรียกกันโดยทั่วไปว่า จรรยาบรรณ (Code of Ethics) โดยปกติจะเขียนเป็นลายลักษณ์อักษร (สำนักบริหารงานวิทยาลัยชุมชน, 2558 : 8-21)

กล่าวโดยสรุปได้ว่า จริยธรรมทางธุรกิจ หมายถึง มาตรฐานหรือเกณฑ์การพิจารณา หรือ การศึกษาเกี่ยวกับบุคคล องค์กร นโยบาย การกระทำของธุรกิจว่าดีหรือไม่ดี ถูกหรือผิด เหมาะสมหรือไม่เหมาะสมทางด้านจริยธรรม

จริยธรรมในการทำงาน เป็นการกล่าวถึงความประพฤติ หรือการปฏิบัติของบุคคลเพื่อความ สำเร็จ ในงานแบ่งระดับจริยธรรมในการทำงานเป็น 2 ระดับ ดังนี้

ระดับที่ 1 การจัดการอย่างไม่เป็นจริยธรรมหรืออย่างผิดศีลธรรม หมายถึง การบริหาร อย่างไม่เป็นจริยธรรม เป็นการกระทำที่มุ่งหวังผลประโยชน์ต่อตนเองโดยไม่ได้ คำนึงถึงผู้อื่น มอง กฎหมายและระเบียบต่าง ๆ ว่าเป็นอุปสรรคต่อการปฏิบัติงานและสามารถกระทำสิ่งที่ไม่ถูกต้องได้ เพื่อผลประโยชน์ของตนเอง

ระดับที่ 2 การจัดการอย่างมีจริยธรรมหรืออย่างมีศีลธรรม เรื่องของจริยธรรมหรือความ ถูกต้อง แต่ก็ได้พยายามจะทำในสิ่งที่ไม่มีความผิด การกระทำอย่างไม่มีคุณธรรมอาจจะเกิดโดย ความไม่ตั้งใจเพราะไม่เข้าใจเรื่องของจริยธรรมหรือคุณธรรม หรืออาจจะเกิดโดยตั้งใจเพราะ คิดว่าเรื่องของคุณธรรมหรือจริยธรรมเป็นเรื่องสำคัญกับการดำเนินชีวิตส่วนอื่น ๆ แต่ก็มิใช่กับ การดำเนินธุรกิจผู้มีส่วนได้เสียกับจริยธรรมทางธุรกิจ

ปัจจุบันการตัดสินใจและการกระทำต่าง ๆ ทางด้านการจัดการได้พิจารณายึดถือว่าความ รับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจเป็นการแสดงออกของการบริหารงานที่มีจริยธรรม เป็นความ รับผิดชอบทางจริยธรรม ซึ่งเป็นระดับขั้นหนึ่งในขอบเขตความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ธุรกิจ และมีส่วนสัมพันธ์เกี่ยวข้องโดยตรงกับผู้มีส่วนได้เสีย ขององค์กรซึ่งแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

ประเภทที่ 1 ผู้มีส่วนได้เสียชั้นที่หนึ่ง หมายถึง ผู้ที่มีความสัมพันธ์โดยตรงต่อความสำเร็จ และการบรรลุเป้าหมายพื้นฐานของการประกอบธุรกิจอันได้แก่ ลูกจ้าง ผู้ถือหุ้นและเจ้าของ ลูกค้า ผู้จำหน่ายวัตถุดิบ ผู้จัดจำหน่าย เจ้าหนี้

ประเภทที่ 2 ผู้มีส่วนได้เสียชั้นที่สอง เนื่องจากความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับสังคมนั้นมี ขอบเขตกว้างกว่าการผลิตซื้อขายสินค้า แต่ยังมีผู้มีส่วนได้เสียชั้นที่สองอื่น ๆ อีกที่ได้รับผลกระทบ จากการประกอบธุรกิจหรือส่งผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม ได้แก่ ชุมชนท้องถิ่น รัฐบาล สภาพแวดล้อมในระดับโลก กลุ่มนักเรียนในสังคม สื่อมวลชน กลุ่ม สนับสนุนธุรกิจอันได้แก่ สมาคมทางการค้าต่าง ๆ

การดำเนินงานหรือการตัดสินใจทางธุรกิจมักได้รับอิทธิพลจากผู้มีส่วนได้เสียชั้นที่หนึ่งและ ผู้มีส่วนได้เสียชั้นที่สอง ดังแสดงความสัมพันธ์ระหว่างผลประโยชน์ที่ผู้มีส่วนได้เสียต้องการและ อำนาจอิทธิพลของผู้มีส่วนได้เสีย ใช้เป็นเครื่องมือในการต่อรองกับธุรกิจ

ผู้บริหารธุรกิจควรตระหนักถึงจริยธรรมทางธุรกิจ นำหลักการและมาตรฐานจริยธรรมมา กำหนดแนวพฤติกรรมของคนในองค์กร ผู้บริหารจะต้องให้ความสำคัญกับจริยธรรมทางธุรกิจ โดยการค้นหาและกำหนดผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับทั้งหมด เพื่อประเมินผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น และหาวิธีป้องกันหรือแก้ไข ภายใต้นโยบายการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม โดยผู้บริหารต้อง สร้างความสมดุลทางจริยธรรมกับผู้มีส่วนได้เสียทุกรายอันจะนำมาซึ่งภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือ การทุ่มเทของพนักงานสร้างความสุขในการปฏิบัติงาน

จริยธรรมกับผู้บริหารเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิด จริยธรรมจะเกิดขึ้นในองค์กรหรือนโยบายจะมีเนื้อหาเกี่ยวกับจริยธรรมเพียงใดขึ้นอยู่กับผู้บริหารไม่น้อย ถ้าผู้บริหารมีความเชื่อมั่นในจริยธรรมเป็นคนที่มีความซื่อสัตย์และตัดสินใจโดยคำนึงถึงจริยธรรมแล้ว โอกาสที่กิจการนั้นจะ ดำเนินงานไปด้วยจริยธรรมมีความเป็นไปได้มาก ดังนั้น ค่านิยมของผู้บริหารจะมีส่วนอย่างมากในการตัดสินใจของกิจการและจะเป็นตัวอย่างแก่พนักงานในการทำงาน

6. ความสำคัญของจริยธรรมทางธุรกิจ

ผู้บริหารที่ดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของจริยธรรมทางธุรกิจ ย่อมได้รับความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจ และได้รับโอกาสที่ดีจากผู้บริโภค เกิดเป็นความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน จริยธรรมทางธุรกิจจึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญและจำเป็นต่อการดำเนินงาน เพื่อการอยู่รอดอย่างยั่งยืน ความสำคัญของจริยธรรมทางธุรกิจมีดังต่อไปนี้

6.1 ธุรกิจที่มีการดำเนินงานปฏิบัติตามจริยธรรมทางธุรกิจจะสร้างความเจริญเติบโตก้าวหน้าอย่างมั่นคงและยั่งยืน ส่วนธุรกิจที่มุ่งแต่แสวงหากำไรและผลประโยชน์ โดยไม่ตามจริยธรรมทางธุรกิจอาจจะมีเจริญเติบโตเพียงชั่วขณะหนึ่งและในที่สุดก็จะต้องมีปัญหาในการดำเนินงานและนำไปสู่การล่มสลายของธุรกิจนั่นเอง

6.2 จริยธรรมทางธุรกิจก่อให้เกิดความน่าเชื่อถือโดยปกติความน่าเชื่อถือเกิดจากความซื่อสัตย์ ผู้บริหารที่มีจริยธรรมและมีความซื่อสัตย์ย่อมได้รับความน่าเชื่อถือ ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจได้รับเครดิตทางการค้า ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินธุรกิจที่ทำให้ได้เปรียบเชิงการแข่งขัน ทั้งด้านการค้าและการลงทุน

6.3 จริยธรรมทางธุรกิจก่อให้เกิดการทุ่มเทของพนักงาน เพราะพนักงานจะเกิดความรัก ความผูกพัน ความพึงพอใจ ความศรัทธา และความภาคภูมิใจในองค์กร นำมาซึ่งประสิทธิภาพในการทำงานอย่างเต็มกำลังความสามารถ ธุรกิจใดก็ตามที่มีจริยธรรม ปฏิบัติต่อพนักงานอย่างมีมนุษยธรรมเท่าเทียมกัน และมีพัฒนาการอย่างต่อเนื่อง ย่อมเป็นที่รัก ที่ผูกพันของพนักงาน พนักงานจะยอมทุ่มเทความสามารถทั้งแรงกาย แรงใจ และความคิดแก่องค์กรอย่างเต็มที่ ก่อให้เกิดผลงานที่ดีมีคุณภาพและบริการที่สมบูรณ์

6.4 การดำเนินงานปฏิบัติตามจริยธรรมทางธุรกิจ จะช่วยทำให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรม ไม่เกิดการเอารัดเอาเปรียบกัน ไม่เกิดการรวมตัวกันสร้างอำนาจผูกขาดที่เอารัดเอาเปรียบต่อคู่แข่งและผู้บริโภค

6.5 จริยธรรมทางธุรกิจก่อให้เกิดการทำงานอย่างมีความสุข เมื่อผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจทั้งหมด ทั้งผู้ถือหุ้น พนักงาน ผู้บริโภค รัฐบาลและสังคม ต่างตระหนักถึงจริยธรรม ย่อมมีเมตตาริฉัตรและสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อกัน ทุกฝ่ายจะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความสบายใจและไม่มีเรื่องบาดหมางใจกัน ดังนั้นการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรมต่อทั้งตนเองของผู้ประกอบการและผู้อื่น จึงส่งผลให้ทุกฝ่ายเกิดความสุขในการทำงานเกิดเป็นองค์กรแห่งความสุข

6.6 การแข่งขันทางธุรกิจยุคโลกาภิวัตน์ในปัจจุบันมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงการดำเนินงานปฏิบัติตามจริยธรรมทางธุรกิจ จะช่วยส่งเสริมสมรรถนะการแข่งขันทั้งในประเทศและในต่างประเทศ ผู้บริหารธุรกิจควรให้ความสนใจในจริยธรรมทางธุรกิจ ซึ่งเป็นการนำหลักการและมาตรฐานจริยธรรมมากำหนดแนวพฤติกรรมของคนในองค์กร ผู้บริหารจะต้องให้ความสำคัญกับจริยธรรมทางธุรกิจโดยการค้นหาและกำหนดผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับทั้งหมด เพื่อประเมินผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น และหาวิธีป้องกันหรือแก้ไขภายใต้แนวคิดการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม โดยผู้บริหารต้องสร้างความสมดุลทางจริยธรรมกับผู้มีส่วนได้เสียทุกรายอันจะนำมาซึ่งภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือ การทุ่มเทของพนักงานสร้างความสุขในการปฏิบัติงาน

7. องค์กรประกอบและปัจจัยที่มีผลต่อจริยธรรมทางธุรกิจ

จากความสำคัญของการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม อันเป็นสิ่งสำคัญต่อความสำเร็จและความ อยู่รอดอย่างยั่งยืนของธุรกิจ ผู้บริหารธุรกิจจะต้องมีความสามารถในการกำหนดแนวปฏิบัติทางจริยธรรม อย่างเป็นรูปธรรมแก่ธุรกิจ โดยการให้พื้นฐานขององค์ประกอบของจริยธรรมทางธุรกิจของผู้บริหาร เป็นแนวทางในการกำหนดวิธีในการดำเนินธุรกิจ

7.1 องค์ประกอบของจริยธรรมทางธุรกิจ

องค์ประกอบหรือเกณฑ์ที่ผู้บริหารที่มีจริยธรรมควรยึดถือปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจที่มีจริยธรรม ประกอบด้วย

7.1.1 ต้องมีความซื่อสัตย์ ผู้บริหารต้องยึดหลักความจริง การเปิดเผยข้อมูล การไม่ละเมิดผลงานลิขสิทธิ์ของผู้อื่น การยึดมั่นคำสัญญา การปฏิบัติตามกฎระเบียบความถูกต้อง และการไม่โกหกผู้บริโภค ผู้ผลิตสินค้าจะต้องมีฉลากแนะนำที่ตัวสินค้าทางด้านคุณสมบัติ องค์กรประกอบสรรพคุณ และประโยชน์ใช้สอยต่อผู้ใช้ รวมถึงข้อพึงระวังในการใช้สินค้า เพื่อความปลอดภัยต่อผู้ใช้และผู้ใกล้ชิด

7.1.2 ต้องมีความยุติธรรม ผู้ประกอบการต้องยึดหลักความถูกต้องเท่าเทียม ความยุติธรรม ความเสมอภาคไม่เลือกปฏิบัติต่อพนักงาน การส่งมอบสินค้าและบริการที่ดีมีคุณภาพแก่ลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียม ได้รับสินค้าและบริการคุ้มค่ากับราคาและคุณค่า กำหนดกลยุทธ์การแข่งขันอย่างตรงไปตรงมา

7.1.3 การสร้างความไว้วางใจ ผู้บริหารธุรกิจต้องสร้างความไว้วางใจและการยอมรับนับถือจากวงการธุรกิจ พนักงาน ลูกค้าและสังคม เพราะจะส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของกิจการ

7.1.4 ต้องมีความรับผิดชอบ ต่อธุรกิจ พนักงาน ลูกค้าและสังคม ผู้บริหารต้องมีความรับผิดชอบต่อธุรกิจโดยการติดต่อกับผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยใช้หลักของความซื่อสัตย์ จริงใจ ตรงไปตรงมา ไม่หลอกลวง ผู้บริหารธุรกิจจะต้องปฏิบัติตามคำมั่นสัญญาที่ให้ไว้แก่พนักงาน ต้องมอบหมายงานตามข้อตกลงในสัญญาจ้าง การไม่เลิกจ้างกลางคัน การป้องกันอันตรายจากการปฏิบัติงาน และการสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงาน ผู้บริหารธุรกิจต้องให้ความซื่อสัตย์และความยุติธรรมแก่ลูกค้าโดยการให้สินค้าและบริการที่มีคุณภาพอย่าง ครบถ้วนตามข้อตกลง ให้ข้อมูลสินค้าอย่างเปิดเผยตรงไปตรงมา รวมถึงข้อควรระวังในการใช้สินค้า การกำหนดมาตรการในการควบคุมคุณภาพสินค้าให้มีคุณภาพดีอยู่เสมอ การกำหนดมาตรการบริการหลังการขายในกรณีสินค้าบกพร่อง ควรจะต้องรีบแก้ไข โดยการเปลี่ยนสินค้าหรือชดเชยค่าเสียหายโดยไม่ผลักรถไปให้ผู้บริโภค รวมถึงการไม่เอาเปรียบผู้บริโภคในการขึ้นราคาสินค้าหรือบริการโดยไม่มีเหตุผลผู้บริหารต้องไม่ดำเนินการใด ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อสังคม ไม่นำสารพิษมาเป็นส่วนผสมของสินค้า ไม่ปล่อยของเสียลงแม่น้ำลำคลองหรือระบบระบายน้ำสาธารณะ ไม่ก่อให้เกิดควันพิษปะปนในอากาศ การไม่ส่งเสียงดังรบกวนผู้อื่น เป็นต้น

7.1.5 การเคารพสิทธิส่วนบุคคล (Respect the Rights) ผู้บริหารธุรกิจต้องคำนึงผลประโยชน์ และสิทธิประโยชน์ส่วนบุคคลของผู้อื่น ต้องไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคลเพียงเพื่อต้องการหาประโยชน์แก่ธุรกิจ

7.1.6 การบำรุงรักษาสิ่งแวดล้อม ผู้บริหารธุรกิจต้องรักษาสิ่งแวดล้อม และไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น การไม่ทิ้งขยะพิษหรือขยะอิเล็กทรอนิกส์ การไม่สร้างมลภาวะ ไม่ถ่ายเทสิ่งที่เป็นอันตรายจากการผลิตสู่สิ่งแวดล้อมทั้งพื้นดิน แม่น้ำลำคลองและอากาศ หรือมีมาตรการในการบำบัดของเสียก่อนปล่อยออกสู่สิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานเพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ผู้บริหารธุรกิจจะต้องคำนึงถึงองค์ประกอบของจริยธรรมทางธุรกิจที่กล่าวมา เพื่อใช้เป็นพื้นฐานในการกำหนดแนวปฏิบัติจริยธรรมทางธุรกิจต่อผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมด อันได้แก่ แนวปฏิบัติต่อลูกค้า ต่อคู่แข่ง ต่อหน่วยงานภาครัฐ และต่อพนักงาน ดังมีรายละเอียดดังนี้

7.1.6.1 แนวปฏิบัติจริยธรรมทางธุรกิจของผู้บริหารที่มีต่อลูกค้า

- (1) พึงขายสินค้าและบริการในราคายุติธรรม กำไรตามสัดส่วนที่เหมาะสม โดยไม่ค้ากำไรเกินควร
- (2) พึงขายสินค้าและบริการที่มีคุณภาพตามที่แจ้งแก่ลูกค้า ในราคาที่เหมาะสม
- (3) พึงดูแลลูกค้าทุกคนเท่าเทียมกัน ใส่ใจในข้อร้องเรียนของลูกค้า
- (4) พึงดเว้นการสร้างเงื่อนไขให้ลูกค้าต้องทำตามเพื่อสร้างอำนาจต่อรองเหนือลูกค้า
- (5) พึงปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยอัธยาศัยไมตรีอันดี
- (6) พึงไม่หลอกลวงลูกค้าและยึดมั่นสัญญาที่ให้ไว้แก่ลูกค้า

7.1.6.2 แนวปฏิบัติจริยธรรมทางธุรกิจของผู้บริหารที่มีต่อคู่แข่งทางธุรกิจ

- (1) พึงละเว้นการกลั่นแกล้ง ให้ร้ายป้ายสี ปลอมข่าวลือ ขาดัดราคาแข่งลูกค้า
- (2) พึงให้ความร่วมมือในการแข่งขัน ให้ข้อมูลสินค้าในทางที่เป็นประโยชน์สร้างสรรค์
- (3) พึงต่อสู้ด้วยกลยุทธ์ทางธุรกิจที่ไม่มุ่งร้ายทำลายกัน ไม่ขโมยความลับของคู่แข่ง

7.1.6.3 แนวปฏิบัติจริยธรรมทางธุรกิจของผู้บริหารที่มีต่อหน่วยงานภาครัฐ

- (1) ซื่อสัตย์ ตรงไปตรงมา ไม่หลีกเลี่ยงการกระทำที่กำหนดไว้
- (2) ปฏิบัติตามข้อกำหนดของกฎหมาย จัดทำบัญชีและเสียภาษีอย่างถูกต้อง
- (3) ละเว้นการติดสินบนเจ้าพนักงานเพื่ออำนวยความสะดวก หรือเพื่อการหลีกเลี่ยง
- (4) ละเว้นการให้ความร่วมมือสนับสนุนข้าราชการที่มีเจตนาทุจริต
- (5) ละเว้นการให้ของขวัญของกำนัลแก่เจ้าหน้าที่ของรัฐ
- (6) พึงให้ความร่วมมือกับหน่วยงานราชการ
- (7) พึงมีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงานราชการและสร้างศรัทธาต่อประชาชน

7.1.6.4 แนวปฏิบัติทางจริยธรรมทางธุรกิจของผู้บริหารที่มีต่อพนักงาน

- (1) พึงให้ค่าจ้างค่าตอบแทนที่เหมาะสมกับความรู้ความสามารถให้รางวัลเมื่อมีกำไรสูงขึ้น ธุรกิจมีกำไรมากขึ้น
- (2) พึงเอาใจใส่ต่อสวัสดิการที่จำเป็นและเหมาะสมของพนักงาน จัดหาเครื่องป้องกันอันตราย
- (3) พึงพัฒนาให้ความรู้เพื่อเพิ่มความชำนาญ
- (4) พึงยุติธรรมต่อพนักงานทุกคน ไม่ควรเลือกที่รักมักที่ชัง
- (5) พึงศึกษานิสัยใจคอของพนักงานแต่ละคน
- (6) พึงเคารพสิทธิส่วนบุคคลของพนักงาน
- (7) พึงเชื่อถือไว้วางใจในงานที่มอบหมาย
- (8) พึงให้คำแนะนำปรึกษาช่วยเหลือ
- (9) พึงสนับสนุนให้พนักงานประพฤติตนดี ห้ามปรามถ้าพบเห็นว่าพนักงานทำไม่ได้
- (10) พึงให้อิสระในการเสนอข้อร้องเรียน ข้อคิดเห็น
- (11) พึงไม่บีบบังคับให้ปฏิบัติงานโดยผิดจริยธรรมหรือขัดต่อกฎหมาย

7.2 ปัจจัยที่มีผลต่อจริยธรรมทางธุรกิจ

ปัจจัยที่มีผลต่อจริยธรรมทางธุรกิจ ประกอบไปด้วย

7.2.1 ปัจจัยภายนอกองค์กร ที่มีผลต่อจริยธรรมทางธุรกิจ ประกอบไปด้วย

7.2.1.1 สภาพการแข่งขันขององค์กรธุรกิจ สภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันในอุตสาหกรรมสูง การดำเนินงานของธุรกิจอาจทำให้เกิดการกระทำที่ไม่ถูกต้อง

7.2.1.3 สภาพการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรม ในอุตสาหกรรมที่โอกาสของการขยายตัวมีจำกัดและองค์กรธุรกิจต้องแข่งขันเพื่อความอยู่รอดก็อาจมีผลกระทบต่จริยธรรมของผู้บริหาร

7.2.1.4 การที่ต้องอยู่ภายใต้การควบคุมหรืออิทธิพลขององค์กรอื่น องค์กรบางองค์กร เช่น องค์กรผลิตสินค้าพวกอาหารและยา ที่อยู่ภายใต้การดูแลอย่างเข้มงวดของหน่วยงานที่ทำหน้าที่ควบคุม

7.2.2 ปัจจัยภายในองค์กร ที่มีผลต่อจริยธรรมทางธุรกิจ ประกอบไปด้วย

7.2.2.1 ความกดดันเพื่อผลงานหรือผลผลิต องค์กรที่เน้นในเรื่องของผลผลิตหรือมีความกดดันต่อพนักงานอย่างมากในเรื่องผลงาน อาจทำให้พนักงานทำสิ่งผิดจริยธรรมเพื่อให้ผลงานของตนปรากฏเหนือเพื่อนร่วมงาน

7.2.2.2 สภาพการเงินภายใน กิจการที่มีสภาพการเงินไม่ดีหรือขาดทุนก็อาจมีผลทำให้พนักงานทำในสิ่งที่ไม่ถูกต้องได้

7.2.2.3 ความไม่พอใจของฝ่ายพนักงาน ที่ไม่พอใจต่อนโยบายของผู้บริหาร หรือระบบงานในองค์กร อาจจะทำให้สิ่งที่ไม่ถูกต้องด้วยอารมณ์โกรธมากกว่าการใช้เหตุผลเพื่อความถูกต้อง

7.2.2.4 การกระจายอำนาจหรือการมอบหมายงาน การกระจายอำนาจที่ไม่เหมาะสมหรือการ มอบหมายงานอย่างขาดประสิทธิภาพ ก็อาจจะเป็นสาเหตุก่อให้เกิดความไม่พอใจและทำให้พนักงานทำในสิ่งที่ไม่ถูกต้องได้

7.3 การดำเนินงานของธุรกิจตามหลักบรรษัทภิบาล

ในการดำเนินงานของธุรกิจภาคเอกชน ปัจจุบันผู้บริหารจะใช้ระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) หรือที่เรียกกันว่า “บรรษัทภิบาล” บรรษัทภิบาลเกิดขึ้นพร้อมกับธรรมาภิบาล ซึ่งเป็น แนวนโยบายของธนาคารโลก กำหนดให้ประเทศผู้กู้เงินเพื่อการพัฒนาประเทศนำไปเป็นแนวปฏิบัติตั้งแต่ทศวรรษที่ 1980 เป็นส่วนหนึ่งของธรรมาภิบาล จากวิกฤตเศรษฐกิจของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในปี 2540 เกิดการ ล่มสลายของระบบเศรษฐกิจการเงินและระบบการค้าโลก มีสาเหตุมาจากผู้บริหารสมรู้ร่วมคิดกับผู้มีอำนาจของฝ่ายปกครองของประเทศฉ้อโกง และความไร้ประสิทธิภาพในการป้องกันการรั่วไหลในกระบวนการบริหารและกระบวนการผลิต นำไปสู่ความไม่สามารถในการแข่งขันจึงเกิดแนวคิดบรรษัทภิบาลขึ้น เพื่อให้ผู้บริหารธุรกิจใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงาน

8. ความหมายของบรรษัทภิบาล

ได้มีนักวิชาการจำนวนมากให้ความหมายคำว่า บรรษัทภิบาล ไว้หลากหลายที่สำคัญพอสรุปได้ดังนี้

บรรษัทภิบาล หมายถึง การควบคุมที่ดีโดยรวมของกิจการและการกระทำของบริษัท และการควบคุมเช่นนี้ต้องอาศัยผู้มีส่วนได้เสียทั้งหลาย และจะเป็นวิธีหนึ่งที่ทำให้การบริหารมีจริยธรรมอย่างแท้จริง (จินตนา บุญบงการ. 2553 : 180)

บรรษัทภิบาล หรือการกำกับดูแลกิจการ หมายถึง การกำกับดูแลกิจการให้เจริญรุ่งเรืองอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยเงื่อนไขของความถูกต้องโปร่งใส และการมีจริยธรรมที่ดี โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียเป็นหลัก (จิรประภา อัศวรบรรพและประยูร อัศวรบรรพ. 2552 : 28)

บรรษัทภิบาล หมายถึง วิธีแห่งการปกครองเพื่อให้องค์การสามารถดำเนินกิจกรรมได้อย่างราบรื่น เป็นสุข และบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ได้โดยบุคคลในองค์การเป็นผู้แสดงและลงมือปฏิบัติเพื่อให้เกิดการอยู่ร่วมกัน สามารถแข่งขันและองค์การดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน (อนิวัช แก้วจำนงค์. 2552 : 285)

กล่าวโดยสรุปได้ว่า บรรษัทภิบาล หมายถึง ความสัมพันธ์และ ความรับผิดชอบร่วมกัน ระหว่างกลุ่มต่าง ๆ ภายในองค์การ ประกอบด้วย ผู้ถือหุ้น คณะกรรมการบริษัทและ ฝ่ายบริหาร โดยการบริหารจัดการธุรกิจอย่างเป็นธรรมและโปร่งใส เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพการทำงาน นำไปสู่เป้าหมายที่ต้องการ

หลักบรรษัทภิบาลเปรียบเสมือนจรรยาบรรณของการทำธุรกิจ ที่ผู้บริหารองค์การจะต้องใส่ใจกับคุณธรรมควบคู่ไปกับความอยู่รอดขององค์การ ตามความหมายของสมาคมผู้ตรวจสอบภายในแห่งประเทศไทย การบริหารงานตามหลักบรรษัทภิบาลด้วยหลักการพื้นฐาน 6 ข้อ ได้แก่

8.1 ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ องค์การจะต้องกำหนดภารกิจของแต่ละฝ่ายอย่างชัดเจน ทุกคนทุกฝ่ายรู้หน้าที่ของตนว่าจะต้องทำอะไร ทำอย่างไร และเข้าใจในหน้าที่ของตนเองอย่างชัดเจน ยึดหลักความถูกต้องในการปฏิบัติหน้าที่ เพื่อประสิทธิภาพสูงสุดในการทำงาน เช่น มีการกำหนดภาระหน้าที่ ของคณะกรรมการบริษัทว่าจะต้องพิจารณาถ่วงนกรองงานอะไรบ้าง มีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาอย่างไร เป็นต้น การกำหนดภารกิจที่ชัดเจนจะทำให้การดำเนินงานโดยรวมเป็นไปอย่างราบรื่นไม่ซ้ำซ้อนและโปร่งใส

8.2 ความรับผิดชอบต่อการตัดสินใจและการกระทำของตน ทุกฝ่ายในองค์การจะต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยสำนึกรับผิดชอบต่ออย่างแท้จริงมีความเข้าใจต้องรับผิดชอบต่อใครบ้างในลักษณะใดแค่ไหน และอย่างไร เช่น คณะกรรมการบริษัทและผู้บริหารต้องมีสำนึกรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้นโดยจะต้องสร้างคุณค่าระยะยาวให้แก่ผู้ถือหุ้น มีการเปิดเผยข้อมูลที่โปร่งใสและเพียงพอแก่ผู้ถือหุ้น ทุกกลุ่มอย่างเสมอภาคกัน หรือพนักงานฝ่ายปฏิบัติการต้องสำนึกรับผิดชอบต่องานที่ปฏิบัติต่อองค์การ และต่อลูกค้า โดยปฏิบัติงานอย่างถูกต้องตามหลักจรรยาบรรณ เป็นต้น

8.3 ความยุติธรรม ถือเป็นหลักจริยธรรมพื้นฐานในการทำธุรกิจ การสร้างความยุติธรรมในการดำเนินธุรกิจ ควรเริ่มตั้งแต่ระดับนโยบาย กฎระเบียบต่าง ๆ จะต้องมีความเสมอภาค มีความเท่าเทียม มีหลักการที่ชัดเจน เช่น คณะกรรมการบริษัทจะต้องปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นทั้งรายใหญ่และรายย่อยอย่างทัดเทียมกัน จะต้องไม่มีการถ่ายเทผลประโยชน์ให้แก่กลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง หรือผู้บริหารบริษัทควรดูแลพนักงานทุกคนอย่างยุติธรรม มีการส่งเสริมผู้ทำดี และมีการดักเตือนหรือลงโทษผู้กระทำผิด เป็นต้น

8.4 ความโปร่งใส ถือเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารงานตามหลักบรรษัทภิบาล ข้อมูลข่าวสารทางธุรกิจต่าง ๆ โดยเฉพาะผลการดำเนินงานและรายงานทางการเงินที่บริษัทเปิดเผย จะต้องโปร่งใส เชื่อถือได้ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ถือหุ้น นักลงทุน และตลาดทุน โดยข้อมูลที่โปร่งใสจะต้องมี องค์ประกอบตามหลัก 3C's ดังนี้

8.4.1 Clear คือ มีความชัดเจน ถูกต้อง ไม่คลุมเครือ

8.4.2 Consistent คือ มีความสม่ำเสมอในการใช้หลักเกณฑ์การจัดทำ หากมีการเปลี่ยนแปลง หลักเกณฑ์ในการจัดทำจะต้องมีการจัดทำ จะต้องมีการเปิดเผยรวมถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นด้วย

8.4.3 Comparable คือ สามารถเปรียบเทียบได้ ข้อมูลจะต้องถูกจัดทำตามมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับ เพื่อให้สามารถนำไปวิเคราะห์เปรียบเทียบกับข้อมูลอื่นได้

นอกจากความโปร่งใสของข้อมูลแล้ว การบริหารงานก็ต้องเป็นไปอย่างโปร่งใส มีกระบวนการสำหรับ ตรวจสอบการบริหารงานที่ชัดเจน

8.5 คุณค่าระยะยาว (long-term value) หลักบรรษัทภิบาลให้ความสำคัญกับการสร้างคุณค่าในระยะยาว แก่องค์กรมากกว่าการตัดดวงผลประโยชน์ในระยะสั้น คณะกรรมการบริษัทจะต้องมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล มีความมุ่งมั่นที่จะทำธุรกิจเพื่อสร้างคุณค่าในระยะยาวเพื่อความมั่นคงและยั่งยืน เช่น การตัดสินใจลงทุนอย่าง รอบคอบเพื่อให้ได้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าในระยะยาว หลีกเลี่ยงความเสี่ยงที่ไม่จำเป็น การพัฒนาศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรอย่างต่อเนื่อง การให้ความสำคัญกับลูกค้าด้วยการจำหน่ายสินค้าหรือการให้บริการที่มีคุณภาพ ราคายุติธรรม มุ่งสร้างความประทับใจให้ลูกค้าเพื่อให้เกิดการซื้อซ้ำหรือการบอกต่อ เป็นต้น

8.6 การปฏิบัติที่เป็นเลิศ (best practices) องค์กรต้องส่งเสริมให้การปฏิบัติงานในทุกด้านมุ่งสู่ความเป็นเลิศ มุ่งสร้างความสมบูรณ์แบบ โดยมีนโยบายที่ชัดเจนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของธุรกิจ มีการผลักดันและสนับสนุนให้ทุกฝ่ายมีการพัฒนาตนเองตลอดเวลา

9. ประโยชน์ที่ธุรกิจได้รับจากการมีบรรษัทภิบาลที่ดี

การดำเนินงานของธุรกิจมุ่งตอบสนองความต้องการซึ่งกันและกันของกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้ถือหุ้น ผู้บริหาร พนักงาน ลูกค้า คู่แข่งขัน ชุมชน รัฐบาล เป็นต้น หากบุคคลที่เกี่ยวข้องและมีส่วนได้เสียเหล่านี้ได้รับการตอบสนองจากองค์การตามที่ตนต้องการแล้ว องค์การก็จะได้รับการยอมรับซึ่งนับเป็นโอกาส และเป็นการสร้างความได้เปรียบทางธุรกิจที่มีคุณค่า การมีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียเหล่านี้ ล้วนแต่เป็นการบริหารงานตามหลักบรรษัทภิบาล

การสร้างบรรษัทภิบาลให้เกิดขึ้นในองค์การ ถือเป็นโอกาสทางธุรกิจของแต่ละองค์การ ไม่ใช่ภาระหน้าที่ที่องค์การจำใจทำเพื่อให้ถูกต้องตามกฎหมายข้อบังคับของสถาบันต่าง ๆ เช่น ข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย องค์การระหว่างประเทศต่าง ๆ เป็นต้น

องค์การที่บริหารงานตามหลักบรรษัทภิบาล ย่อมจะได้รับ ผลประโยชน์อันเนื่องมาจากความเชื่อมั่นของผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันทุกฝ่าย ซึ่งสามารถ สรุปได้ดังนี้

- 9.1 เพื่อประสิทธิภาพในการทำธุรกิจ
- 9.2 เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทั้งในระดับประเทศและระดับโลก
- 9.3 เพิ่มโอกาสในการระดมทุนการเข้าสู่ตลาดทุนในระดับสากล
- 9.4 เพิ่มโอกาสในการแสวงหาพันธมิตรทางธุรกิจ
- 9.5 เพิ่มคุณค่าในองค์การในระยะยาว

สรุป

องค์การที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม จะทำให้พนักงานที่ทำงานอยู่เห็นถึงความจริงใจขององค์การที่มีต่อสังคม พนักงานก็มีความสบายใจในการที่จะทำหน้าที่อย่างเต็มความสามารถและมีความภาคภูมิใจในการเป็นสมาชิกหนึ่งขององค์การ ทำให้องค์การสามารถที่จะคัดเลือกบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถร่วมงานได้ง่ายขึ้น และทำให้ต้นทุนขององค์การลดลงในแง่ของผู้ถือหุ้น นักลงทุนหรือเจ้าของกิจการ CSR จะทำให้ราคามูลค่าหุ้นมีเสถียรภาพ และมีส่วนล้ามูลค่าหุ้นในอัตราที่สูงกว่าเกณฑ์เฉลี่ย เนื่องจากเป็นที่ต้องการของนักลงทุน ปัจจุบันเม็ดเงินลงทุนในธุรกิจที่มี CSR และมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ เป็นโอกาสที่องค์การสามารถเข้าถึงแหล่งทุนได้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะทำให้ต้นทุนทางการเงินแนวโน้มที่ต่ำกว่าเกณฑ์ปกติของตลาดในภาพรวมแล้วองค์การที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ย่อมมีส่วนช่วยเหลือเศรษฐกิจของประเทศให้มีความมั่นคง เจริญรุ่งเรืองได้ องค์การที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมย่อมไม่ทำให้เกิดความเสียหายในเรื่องต่าง ๆ เช่น การใช้ส่วนผสมที่ไม่เป็นพิษภัย ไม่ปนเปื้อนเข้าไปในอาหาร เป็นต้น

จริยธรรมทางธุรกิจเป็นการนำหลักจริยธรรมไปใช้ในการทำธุรกิจเป็นการตรวจสอบหรือแก้ไขสถานการณ์หรือเพื่อเลือกการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งที่ดีที่สุดมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับองค์การในการดำเนินการทางธุรกิจ ในบางครั้งทางเลือกที่ดีที่สุดอาจมีมากกว่าหนึ่งหรืออาจไม่มีทางเลือกใดจึงส่งผลให้การดำเนินธุรกิจมีความยากลำบากในการจัดการ จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้ต้องนำหลักคุณธรรมและจริยธรรมที่ถูกต้องและดีงามไปปรับใช้ในการแก้ไขปัญหาขององค์การเพื่อค้นหาทางเลือกที่ดีที่สุด และนำไปกำหนดเป็นทิศทางในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้เกิดผลลัพธ์เป็นไปตามที่องค์การและสังคมต้องการ

การจัดการหากขาดซึ่งจริยธรรม บรรษัทภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคมก็ยากที่จะทำให้องค์การและการดำเนินธุรกิจก้าวสู่ความสำเร็จในอนาคตได้ อาจนำมาซึ่งผลร้ายต่อตนเอง องค์การและสังคมได้ดังจะพบเห็นเหตุการณ์หรือข่าวที่ปรากฏตามสื่อต่าง ๆ ล้วนแล้วเกิดขึ้นหรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับการกระทำที่ไรซึ่งจริยธรรม บรรษัทภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคม โดยอาจเกิดขึ้นกับผู้บริหารองค์การที่มีชื่อเสียงหรือพนักงานในองค์การต่าง ๆ ทั้งในองค์การวิชาชีพครู แพทย์ ตำรวจ ทหาร นักการเมืองและนักธุรกิจ เป็นต้น ผลของการกระทำอย่างไร จิตสำนึกได้สร้างผลเสียหายต่อชีวิต ทรัพย์สินของผู้อื่นและสังคมส่วนรวมทั้งโดยทางตรงและโดยทางอ้อมองค์การสมัยใหม่ที่มีการใช้การจัดการเชิงกลยุทธ์ นอกจากมีหลักการจัดการที่ดีแล้ว จำเป็นต้องอาศัยการพัฒนาองค์การ โดยนำหลักคุณธรรมจริยธรรม บรรษัทภิบาลที่ดีและแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยจึงจะทำให้องค์การสามารถดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน

แบบฝึกหัดหลังเรียน หน่วยที่ 13 ความรับผิดชอบและจริยธรรมทางธุรกิจ

ตอนที่ 1 : จงตอบคำถามต่อไปนี้ให้ได้อย่างสมบูรณ์

1. จงอธิบายความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ

.....
.....
.....

2. องค์ประกอบของความรับผิดชอบต่อสังคมมีอะไรบ้าง

.....
.....
.....

3. ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประกอบด้วยใครบ้าง

.....
.....
.....

4. องค์ประกอบหรือเกณฑ์ที่ผู้บริหารที่มีจริยธรรมควรยึดถือปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจ ประกอบด้วยอะไรบ้าง

.....
.....
.....

5. ปัจจัยที่มีผลต่อจริยธรรมทางธุรกิจ ประกอบด้วยอะไรบ้าง

.....
.....
.....

ตอนที่ 2 : เลือกข้อที่ถูกต้องที่สุดเพียงข้อเดียว โดยทำเครื่องหมาย X ลงหน้าข้อที่ถูกต้องที่สุด

1. ข้อใดเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจต่อผู้มีส่วนได้เสียผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องใกล้เคียงกับธุรกิจ โดยอ้อม
 - ก. ผู้ถือหุ้น
 - ข. ผู้บริหาร
 - ค. พนักงาน
 - ง. ประชาชนทั่วไป

2. การมอบทุนการศึกษาเป็นกิจกรรมที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจในระดับใด
 - ก. เศรษฐกิจ
 - ข. กฎหมาย
 - ค. จริยธรรม
 - ง. มนุษยธรรม

3. ข้อใดไม่ใช่ความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การ
 - ก. ทำให้ลูกค้าไว้วางใจในสินค้า
 - ข. ทำให้ธุรกิจเสียค่าใช้จ่ายน้อยลง
 - ค. ทำให้ธุรกิจมีภาพลักษณ์ดีขึ้น
 - ง. ทำให้พนักงานเห็นถึงความจริงใจ

4. แนวปฏิบัติที่ดีของผู้ประกอบการต่อลูกค้าต่อคู่แข่งชั้นต่อหน่วยงานภาครัฐ และต่อพนักงาน เรียกว่าอะไร
 - ก. แนวปฏิบัติความรับผิดชอบต่อสังคม
 - ข. แนวปฏิบัติการค้ากับคู่แข่งกิจการ
 - ค. แนวปฏิบัติจริยธรรม
 - ง. แนวปฏิบัติจริยธรรมทางธุรกิจ

5. ข้อใดไม่ใช่หลักการพื้นฐานในการบริหารงานตาม หลักบรรษัทภิบาล
 - ก. ความยุติธรรม
 - ข. ความโปร่งใส
 - ค. คุณค่าระยะสั้น
 - ง. การปฏิบัติที่เป็นเลิศ

6. การจัดการที่มุ่งเน้นให้ภาครัฐ ภาคเอกชนและภาค ประชาสังคมได้รับความเป็นธรรมและมี ความสุข เรียกว่าอะไร
- ธรรมาภิบาล
 - บรรษัทภิบาล
 - บรรษัทภิบาล
 - บริษัทภิบาล
7. การช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม เป็นกิจกรรมที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ ใน ระดับใด
- เศรษฐกิจ
 - กฎหมาย
 - จริยธรรม
 - โดยสมัครใจ
8. ข้อใดเป็นปัญหาเชิงจริยธรรมของธุรกิจ
- การโฆษณาเกินความจริง
 - การผลิตสินค้าไม่ได้มาตรฐาน
 - การหลีกเลี่ยงการเสียภาษี
 - ถูกทุกข้อ
9. ข้อใด คือ ความสำคัญของจริยธรรมทางธุรกิจ
- ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี
 - ก่อให้เกิดความน่าเชื่อถือ
 - ก่อให้เกิดความทุ่มเทของพนักงาน
 - ถูกทุกข้อ
10. ธรรมาภิบาล คือ การจัดการที่เกี่ยวข้องกับอะไร
- การมุ่งเน้นคุณธรรม
 - การมุ่งเน้นให้ประชาชนอยู่ดี กินดี มีความสุข
 - ภาครัฐและเอกชนได้รับความเป็นธรรม
 - ถูกทุกข้อ

บรรณานุกรม

- จิระประภา อัครบวร และประยูร อัครบวร. (2552). **ความรับผิดชอบต่อสังคม**. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ.
- จินตนา บุญบังการ. (2554). **จริยธรรมธุรกิจ**. พิมพ์ครั้งที่ 14. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชงกรณ กุณชุลบุตร. (2552). **หลักการจัดการและองค์การและการจัดการ** : แนวคิดการบริหารธุรกิจในสถานการณ์ปัจจุบัน.
- นภาพร ชันชนภา. (2553). **องค์การและการบริหาร**. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เนตร์พัฒนา ยาวีราช. (2550). **การจัดการสมัยใหม่ Modern Management**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์บริษัททริปเบิ้ล กรุ๊ป จำกัด .
- มัลลิกา ธรรมจริยาวัฒน์. (2559). **หลักการจัดการธุรกิจ**. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต. (2552). **องค์การและการจัดการ**. พิมพ์ครั้งที่ 7 กรุงเทพมหานคร.
- สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม.(2551). **เข้มทิศธุรกิจเพื่อสังคม**. กรุงเทพมหานคร : สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม.
- สาคร สุขศรีวงศ์. (2559). **การจัดการ : จากมุมมองนักบริหาร**. พิมพ์ครั้งที่ 14 กรุงเทพมหานคร : บริษัทจี.พี.ไซเบอร์พรินท์ จำกัด.
- สำนักบริหารงานวิทยาลัยชุมชน. (2558). **หลักการจัดการ** : โรงพิมพ์จุดพรดีไซน์.
- อนิวัช แก้วจำนง. (2552). **หลักการจัดการ**. พิมพ์ครั้งที่ 2 สงขลา : บริษัทนำศิลป์โฆษณา จำกัด.