

แนวทางการพัฒนาระบบ CSR เพื่อการจัดการของเสีย
อุตสาหกรรมแบบยั่งยืน

โดย

นายประกอบ วิวิธจินดา
อุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร
สำนักงานปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร
หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ ๕๗
ประจำปีการศึกษา พุทธศักราช ๒๕๕๗ - ๒๕๕๘

บทคัดย่อ

เรื่อง แนวทางการพัฒนาระบบ CSR เพื่อการจัดการกากของเสียอุตสาหกรรมแบบยั่งยืน
ลักษณะวิชา วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
ผู้วิจัย นายประกอบ วิวิธจินดา หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ 57

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาแนวปฏิบัติที่ดีในกระบวนการทำ CSR ของโรงงานอุตสาหกรรมที่เป็นแหล่งกำเนิดกากของเสียอุตสาหกรรมของประเทศและเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาระบบ CSR เพื่อการจัดการกากของเสียอุตสาหกรรมของประเทศแบบยั่งยืน โดยมีขอบเขตการวิจัยดังนี้

- 1.ดำเนินการศึกษากรณีตัวอย่างของการดำเนินการทำ CSR เฉพาะโรงงานอุตสาหกรรมที่มีแหล่งกำเนิดกากของเสียอุตสาหกรรมจำนวนไม่น้อยกว่า 5 โรงงาน
2. ดำเนินการศึกษาโดยการรวบรวมข้อมูลทั้งทุติยภูมิและข้อมูลปฐมภูมิของโรงงานอุตสาหกรรม
- 3.ดำเนินการวิเคราะห์ สังเคราะห์ และจัดทำแบบสอบถามจากการดำเนินงานภายในโรงงาน โดยมีวิธีการดำเนินการศึกษาโดยการรวบรวมข้อมูลทั้งทุติยภูมิและข้อมูลปฐมภูมิจากกิจกรรมการทำ CSR และการสังเคราะห์ข้อมูลจากการทำแบบสอบถามกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และรับฟังข้อเสนอแนะเพื่อสรุปแนวทางยุทธศาสตร์และข้อเสนอแนะในการจัดการกากของเสียอุตสาหกรรมของประเทศต่อไป

ผลการศึกษาสามารถสรุปได้ว่า CSR ของโรงงานอุตสาหกรรมให้ความสำคัญในเรื่องกฎหมายเป็นอย่างมากซึ่งในกระบวนการทำCSRจะเป็นไปตามขั้นตอนที่ได้วางแผนไว้เบื้องต้นแล้วเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับนโยบายCSRของกรมโรงงานอุตสาหกรรมจะพบข้อแตกต่างกันไม่มากนัก ส่วนใหญ่แนวทางปฏิบัติCSRที่ดีของกรมโรงงานอุตสาหกรรมและโรงงานอุตสาหกรรม 5 โรงงานที่ทำการศึกษานั้น จะมีเป้าหมายที่เหมือนกันคือ การพัฒนาระบบความรับผิดชอบต่อสังคมให้มีความยั่งยืน และสามารถพัฒนาแนวปฏิบัติที่ดียิ่งขึ้นไปในกระบวนการทำ CSR นั้นจะต้องคำนึงถึงขอบเขตของการดำเนินงาน CSR และระบุประเด็นปัญหาทางสังคมที่เกี่ยวข้องจะต้องคำนึงถึงบริบท เงื่อนไข และทรัพยากรขององค์กร ตลอดจนประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้เสียโดยไม่จำเป็นที่จะต้องตอบสนองในทุกๆประเด็นเพียงแต่ให้ครอบคลุมในทุกๆเรื่อง โดยเฉพาะในประเด็นที่เกี่ยวข้องจึงจะสามารถแก้ไขและเพิ่มขีดความสามารถในการดำเนินงานด้าน CSR ได้อย่างเต็มที่

คำนำ

ปัจจุบันปัญหามลพิษด้านกากของเสียและสารอันตรายเป็นปัญหาที่สำคัญที่จำเป็นต้องเร่งดำเนินการป้องกันและแก้ไข เพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อม และสุขภาพอนามัยของประชาชน โดยเฉพาะปัญหา ขยะมูลฝอยขาดการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ จนเกิดปัญหาขยะล้นเมือง ปัญหาการจัดการขยะมูลฝอย ในพื้นที่ที่ไม่เหมาะสมถูกต้องด้านจากประชาชนในพื้นที่ ปัญหาการจัดการของเสียอันตรายชุมชน ของเสียอุตสาหกรรม รวมทั้งมูลฝอยติดเชื้อจนเกิดปัญหาการลักลอบทิ้งในพื้นที่หลายจังหวัด ก่อให้เกิดความเดือดร้อนของประชาชนที่อาศัยในบริเวณใกล้เคียง และส่งผลกระทบต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อม

สำนักจัดการกากของเสียและสารอันตราย ได้ดำเนินการเพื่อจัดการปัญหามลพิษด้านกากของเสียและสารอันตราย โดยเน้นดำเนินการเชิงรุก ป้องกัน และลดปัญหามลพิษ โดยอาศัยความร่วมมือของทุกภาคส่วน เพื่อเป็นกลไกในการจัดการปัญหามลพิษด้านกากของเสียและสารอันตราย ตลอดจนการประสานการดำเนินงานให้คำปรึกษาและให้ข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว ให้ประชาชนได้รับทราบถึงข้อมูลและการดำเนินงานป้องกันและแก้ไขปัญหามลพิษดังกล่าว ที่จะช่วยให้ประชาชนเกิดความเข้าใจ เห็นความสำคัญของปัญหา และเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการรายงานฉบับนี้ได้ศึกษา วิเคราะห์ รวบรวม ประเด็นสำคัญๆ รวมทั้งแนวทางในการจัดการกากของเสียในโรงงานอุตสาหกรรมไว้อย่างครบถ้วน

สุดท้ายนี้ หวังเป็นอย่างยิ่งว่า รายงานฉบับนี้จะสร้างความเข้าใจ และมีประโยชน์ในการจัดการกากของเสียในโรงงานอุตสาหกรรมให้กับองค์กรที่เกี่ยวข้อง และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าองค์กรจะสนใจศึกษา และนำไปใช้เป็นแนวทางในการจัดการให้เหมาะสมต่อไป

(นายประกอบ วิวิธจินดา)

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร

หลักสูตร วปอ.รุ่นที่ 57

ผู้วิจัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
คำนำ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญแผนภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
ขอบเขตการวิจัย	5
วิธีดำเนินการวิจัย	5
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	6
คำจำกัดความ	6
บทที่ 2 ทฤษฎีกระบวนการทำส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วม	7
ของชุมชนกับอุตสาหกรรม	
ความหมาย CSR	7
การจัดการกากของเสียอุตสาหกรรม	9
กระบวนการจัดการกากอุตสาหกรรม	11
การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน	17
กระบวนการทำส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนกับอุตสาหกรรม	22
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	23
กรอบความคิดของการวิจัย	31
สรุป	33

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	34
ขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย	34
แนวทางการสังเคราะห์ผลการดำเนินงาน	37
เครื่องมือที่เลือกใช้ในการดำเนินการวิจัย	36
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	37
สรุป	38
บทที่ 4 ผลการวิจัย	40
ผลจากการรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 5 แห่ง	40
ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาระบบ CSR เพื่อการจัดการกากของเสีย	60
อุตสาหกรรมของประเทศ	
สรุป	61
บทที่ 5 สรุป และข้อเสนอแนะ	63
สรุป	65
ข้อเสนอแนะ	66
บรรณานุกรม	68
ภาคผนวก	71
ผนวก ก ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับโรงงาน	72
ผนวก ข ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต และ	73
การจัดการของเสียของโรงงาน	
ผนวก ค ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านการดำเนินงานตามนโยบายจัดการของเสีย	74
ของภาครัฐ	
ผนวก ง ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิด CSR กับการดำเนินธุรกิจ	75
ผนวก จ ส่วนที่ 5 แนวปฏิบัติ CSR	76
ประวัติย่อผู้วิจัย	81

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4 - 1 การจัดการของเสียของ บริษัท พี.เอส.พี.สเปเชียลตี้ส์ จำกัด	41
4 - 2 การจัดการของเสียของ ห้างหุ้นส่วน.เอส.เค.อินเตอร์เคมีคอล จำกัด	44
4 - 3 การจัดการของเสียของ บริษัท สหคอนเวเยอร์ไทยจำกัด	46
4 - 4 การจัดการของเสียของ บริษัท สุรากระติงแดง(1988) จำกัด	49
4 - 5 การจัดการของเสียของ บริษัท ชีนิทกรีน เอ็นเนอयी จำกัด	51
4 - 6 แนวปฏิบัติในการกระบวนการทำ CSR ของ โรงงานอุตสาหกรรม	54
4 - 7 จัดลำดับความสำคัญแนวปฏิบัติในการกระบวนการทำ CSR	57

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่	หน้า
2 - 1 แสดงลักษณะของกากอุตสาหกรรมจากแหล่งกำเนิดต่างๆ	9
2 - 2 แสดงจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมที่เข้าร่วมโครงการ CSR-DIW	10
2 - 3 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากกิจกรรม CSR	20
2 - 4 ผู้กรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร	32
4 - 1 แสดงนโยบายการจัดการของเสียในโรงงานอุตสาหกรรม	53

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากสถานการณ์ปัจจุบันพบว่าปัญหาความรุนแรงเรื่องภาคอุตสาหกรรมกำลังเป็นที่จับตาของสังคมทั้งภายใน และทั่วโลก ประเทศไทยมีอัตราการเติบโตทางด้านอุตสาหกรรมอยู่ในระดับต้นๆ ของเอเชียจากความเจริญเติบโตดังกล่าว พบว่าสิ่งที่เป็นผลกระทบตามมาคือ ปัญหาเรื่องภาคของเสียอุตสาหกรรมที่รอให้มีการจัดการอย่างถูกต้องจากข้อมูลของกรมโรงงานอุตสาหกรรมปี 2557 พบว่าประเทศไทยมีกากของเสียอันตรายมากกว่า 2.5 ล้านตันต่อปี จากจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมทั่วประเทศมากกว่า 80,000 แห่ง และพบว่ามีโรงงานประเภทคัดแยก(105)1,265 แห่ง ประเภทบำบัดของเสียรวม(101) 142 แห่ง และประเภท รีไซเคิล(106)479 แห่ง แม้ว่าจะมีแหล่งรับกำจัดที่ผ่านการขออนุญาตประกอบกิจการโรงงานถูกต้อง แต่ก็ยังพบปัญหาของการลักลอบเปิดกิจการอย่างไม่ถูกต้องพบปัญหาการลักลอบทิ้งในพื้นที่ของเอกชนจำนวนบ่อยครั้ง อาทิ ปัญหาการลักลอบทิ้งกากของเสียอันตรายในพื้นที่ตำบล หนองแหวน จังหวัดฉะเชิงเทรา และการเกิดเพลิงไหม้บ่อยๆในพื้นที่ของจังหวัดสมุทรปราการ เป็นต้นกระบวนการความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคอุตสาหกรรม (Corporate Social Responsibility : CSR) จึงเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องถูกนำมาพัฒนาเพื่อให้เกิดกระบวนการจัดการป้องกัน และแก้ไขปัญหาผลกระทบสิ่งแวดล้อมในเรื่องภาคอุตสาหกรรมในประเทศไทย และเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการพัฒนาด้านอุตสาหกรรมที่ใส่ใจถึงผลกระทบต่อสังคมโดยผู้วิจัยมีแนวคิดที่จะรวบรวมรูปแบบของกระบวนการทำ CSR ของโรงงานอุตสาหกรรมที่เป็นแหล่งกำเนิดกากของเสียอุตสาหกรรมที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินการมาแล้วในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา และต้องการหาแนวทางในการพัฒนาระบบ CSR ในการจัดการกากของเสียอุตสาหกรรมแบบยั่งยืนซึ่งสามารถที่จะตอบโจทย์ยุทธศาสตร์ของกระทรวงอุตสาหกรรมในยุทธศาสตร์ที่ 4 คือ การส่งเสริมอุตสาหกรรมรับผิดชอบต่อสังคมบริหารจัดการทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุล และสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของกรมโรงงานอุตสาหกรรมในยุทธศาสตร์ที่ 1 คือ การบริหารจัดการให้ภาคอุตสาหกรรมอยู่ร่วมกับชุมชนได้อย่างยั่งยืนก่อให้เกิดแนวยุทธศาสตร์ในการพัฒนาระบบการจัดการกากอุตสาหกรรมของประเทศต่อไป การพัฒนาประเทศทั่วโลกในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาทำให้วิถีชีวิต และความเป็นอยู่ของประชาชน

เปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ผลของการพัฒนาเหล่านี้ได้ก่อให้เกิดผลกระทบต่อประเทศคือ การอุปโภค และบริโภคของประชาชน และรวมถึงการใช้ทรัพยากรธรรมชาติต่างๆในปริมาณที่สูงขึ้นจนทำให้เกิดปัญหาต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมในปัจจุบันผลสำเร็จทางธุรกิจไม่ได้วัดหรือประเมินเพียงแค่ผลประกอบการ และตัวเลขทางการเงิน ความพึงพอใจของผู้บริหาร ผู้ถือหุ้นหรือพนักงานเท่านั้นแต่ต้องสามารถทำได้ตามความคาดหวังของสังคมที่มีต่อองค์กรธุรกิจโดยให้ผู้บริโภคเข้ามามีส่วนสำคัญในการกำหนดถึงความอยู่รอดความก้าวหน้าของธุรกิจที่จะเติบโตอย่างยั่งยืนในอนาคต “ความรับผิดชอบต่อสังคม” จึงเป็นเรื่องที่สำคัญ และจำเป็นที่ภาคธุรกิจต้องใส่ใจ และทำการศึกษา (ประธาน ไตรจักรภพ 2548) ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ หรือ Corporate Social Responsibility หรือ CSR เป็นแนวคิดที่เป็นกระแสไปทั่วโลกองค์กรหรือบริษัทต่างๆ ได้เป็นแนวในการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) หมายถึงการเอื้อประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทุกฝ่ายอย่างเหมาะสมโดยไม่เบียดเบียนฝ่ายใดขององค์กรที่มี (CSR) ย่อมไม่ชูครีตลูกจ้างแรงงานไม่น้อย โกงลูกค้า ไม่เอาเปรียบคู่ค้า ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม หรือทำร้ายชุมชนโดยรอบที่ตั้งขององค์กร ด้วยการก่อกมลพิษ เป็นต้น องค์กรที่ขาด CSR ย่อมสะท้อนถึงการขาดความโปร่งใสอันที่จริงแล้วการมี CSR คือการทำธุรกิจให้ถูกต้องตามกฎหมาย และจรรยาบรรณนั่นเอง เช่น ไม่หลบเลี่ยงกฎหมายแรงงาน กฎหมายแพ่ง และพาณิชย์ กฎหมายอาญาในกรณีต่างๆ ทำให้พนักงานในองค์กรมีความสุขได้รับค่าจ้างที่เหมาะสมมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นไม่เบียดเบียนทำร้ายสังคม สิ่งแวดล้อม เป็นต้น (สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม, 2554)

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ (CSR) เริ่มแพร่หลายขึ้นในประเทศไทย ประมาณปี 2549 ทั้งบริษัทจดทะเบียนไทยบริษัทข้ามชาติ และรัฐวิสาหกิจต่างๆก็ถือว่าเป็นการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรไปด้วยทำให้การดำเนินของธุรกิจนั้นๆ เป็นไปอย่างสะดวกประชาชนทั่วไปก็เห็นงามในการทำความดีต่อชุมชนสังคม และสิ่งแวดล้อมแต่ความเป็นจริงแล้ว CSRคือการลงทุนอย่างหนึ่งซึ่งคุ้มค่าทางการเงิน และการตลาด ทำให้เกิดการพัฒนายั่งยืน(สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม, 2554)

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ (CSR) จะต้องดูแลไปทั้ง 3 ด้าน คือ กำไร สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยสังคมนั้น หมายถึง “ชุมชน”หรือ”คนในชุมชน” ที่องค์กรตั้งอยู่ การดำเนินกิจการด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมนี้นี้ไม่เพียงแต่ปฏิบัติตามกฎหมายถูกหลักจริยธรรมเท่านั้นหากแต่ยังสามารถสร้างสรรค์หรือลงทุนด้วยโครงการต่างๆ เช่น การสนับสนุนการพัฒนา ศักยภาพเยาวชน การพัฒนาคุณภาพชีวิตคน เป็นต้น

กิจกรรมเพื่อช่วยเหลือสังคมนี้มักถูกใช้เพื่อสนับสนุนประเด็นส่วนใหญ่เกี่ยวกับอนามัยชุมชน (เช่น โโรคเอดส์ การตรวจหามะเร็งเต้านมระยะเริ่มแรก การสร้างภูมิคุ้มกันตามกำหนดเวลา) เกี่ยวกับความปลอดภัย (การอบรมผู้ขับขี่ การป้องกันอาชญากรรม การณรงค์ใช้อุปกรณ์เพื่อความปลอดภัยในยานพาหนะ) เกี่ยวกับการศึกษา (รณรงค์การอ่านออกเขียนได้ การใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ในโรงเรียนการให้การศึกษาพิเศษตามความต้องการ) เกี่ยวเนื่องกับการจ้างงาน (การฝึกอาชีพ กฎเกณฑ์การจ้างงานที่ตั้ง โรงงาน) เกี่ยวเนื่องกับสภาพแวดล้อม(การรีไซเคิลสิ่งของที่ใช้แล้ว การห้ามใช้สารเคมีที่เป็นอันตรายการลดขนาดบรรจุภัณฑ์) เกี่ยวเนื่องกับการพัฒนาชุมชนและเศรษฐกิจ (เงินกู้ดอกเบียดำเพื่อที่อยู่อาศัย) และเกี่ยวเนื่องกับสิ่งที่สนองต่อความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ (ความหิวการไร้ที่อยู่อาศัย ป้องกันการทารุณสัตว์) (Kotler and Nancy Lee, 2551)

องค์การอาจให้การสนับสนุนได้ในหลายรูปแบบ รวมถึงการบริจาคเป็นเงินสด การให้ทุนการออกเงินโฆษณา การประชาสัมพันธ์การเป็นสปอนเซอร์ให้ความช่วยเหลือด้านเทคโนโลยีการมีส่วนร่วมรูปแบบอื่น (การบริจาคเป็นสินค้า เช่น อุปกรณ์คอมพิวเตอร์) บุคลากรอาสา และให้การช่วยเหลือผ่านช่องทางจัดจำหน่าย การบริจาคเป็นเงินสดอาจเป็นการให้โดยตรงผ่านองค์กร หรือให้ทางอ้อมผ่านทางมูลนิธิซึ่งองค์กรนั้นตั้งขึ้นเพื่อทำการกุศลในนามขององค์กร (Kotler and Nancy Lee, 2551)

กระแสความคิดเหล่านี้เกิดขึ้นจากปัญหาสภาพแวดล้อมต่างๆเริ่มเข้ามากระทบกับความคิด และความรู้สึกรู้สึกของผู้คนมากขึ้นเรื่อยๆ จนกลายเป็นกระแสหลักของสังคมในโลกธุรกิจยุคนี้ และยุคต่อไป ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ (CSR) กลายเป็นแนวทางการบริหารจัดการที่สำคัญสำหรับองค์กรธุรกิจในอนาคต เพราะถึงแม้ว่าธุรกิจจะได้รับความเห็นชอบหรือสนับสนุนจากผู้ถือหุ้นแต่ถ้าถูกปฏิเสธจากสังคมไม่ได้รับการสนับสนุนจากสังคมแล้วคงไม่มีองค์กรใดอยู่รอดนั่นคือสังคมจะกดดันผู้ถือหุ้น และผู้ถือหุ้นก็จะไปกำหนดให้องค์กรปรับรูปแบบตั้งแต่เรื่องของแนวคิดวิธีการ และการแสดงออกต่อสังคม ซึ่งการแสดงความรักรับผิดชอบต่อสังคมนั้นไม่ควรที่จะขาดส่วนใดส่วนหนึ่งในสามส่วนที่กล่าวมาแต่ควรผสมผสาน และบูรณาการร่วมกันเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดทั้งตัวองค์กรเอง และสังคมโดยรวม (อนันตชัย ชูระประถม, 2554) จากกระแสความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจที่เริ่มได้รับความสนใจ และมีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจมากขึ้นทำให้มีผู้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมมีการสนับสนุนจากโครงการองค์กรธุรกิจได้ทำการศึกษาวิจัยสำรวจพฤติกรรมทัศนคติของผู้บริโภคเกี่ยวกับ ความรับผิดชอบต่อสังคม ขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย(Survey on Consumer's Behavior and Attitude toward Corporate Social Responsibility of the Business organization in Thailand)ขึ้นเป็น

ครั้งแรกโดยการสำรวจชาวกรุงเทพฯเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจพฤติกรรม และทัศนคติที่มีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย ผลจากการวิจัยพบว่าชาวกรุงเทพฯส่วนใหญ่มีระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ในประเทศไทยอยู่ในระดับค่อนข้างมากด้านทัศนคติ และพฤติกรรมชาวกรุงเทพฯในการเลือกซื้อสินค้า และหรือบริการชาวกรุงเทพฯ ส่วนใหญ่ร้อยละ 50 มีความคิดที่จะเลือกซื้อสินค้า และบริการขององค์กรธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมกล่าวคือจะซื้อผลิตภัณฑ์ และบริการจากองค์กรธุรกิจ ที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมเท่านั้นจะอุดหนุนสินค้าที่นำมาขายเพื่อหารายได้ไปช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสทางสังคม และจะเลือกซื้อสินค้าหรือบริการเฉพาะยี่ห้อที่ผู้ผลิตมีความรับผิดชอบต่อสังคมเท่านั้นจะไม่สนับสนุนสินค้า และบริการจากองค์กรธุรกิจที่ไม่คำนึงถึงความปลอดภัยของแรงงาน และจะแนะนำต่อให้สมาชิกในครอบครัว และญาติพี่น้องให้ช่วยกันสนับสนุนสินค้า และหรือบริการที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมกระบวนการความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคอุตสาหกรรม (Corporate Social Responsibility: CSR) จึงเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องถูกนำมาพัฒนาเพื่อให้เกิดกระบวนการจัดการป้องกัน และแก้ไขปัญหาผลกระทบสิ่งแวดล้อมในเรื่องภาคอุตสาหกรรมของประเทศไทย และเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการพัฒนาด้านอุตสาหกรรมที่ใส่ใจถึงผลกระทบต่อสังคม จึงมีแนวคิดที่จะรวบรวมรูปแบบของกระบวนการทำ CSR ของโรงงานอุตสาหกรรมที่เป็นแหล่งกำเนิดกากของเสียอุตสาหกรรมที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินการมาแล้วในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา และต้องการหาแนวทางในการพัฒนาระบบ CSR ในการจัดการกากของเสียอุตสาหกรรมแบบยั่งยืนซึ่งสามารถที่จะตอบโจทยุทธศาสตร์ของกระทรวงอุตสาหกรรมในยุทธศาสตร์ที่ 4 คือ การส่งเสริมให้อุตสาหกรรมรับผิดชอบต่อสังคมบริหารจัดการทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุล และสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของกรมโรงงานอุตสาหกรรมในยุทธศาสตร์ที่ 1 คือการบริหารจัดการให้ภาคอุตสาหกรรมอยู่ร่วมกับชุมชนได้อย่างยั่งยืนก่อให้เกิดแนวยุทธศาสตร์ในการพัฒนาระบบการจัดการกากอุตสาหกรรมของประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวปฏิบัติที่ดีในกระบวนการทำ CSR ของโรงงานอุตสาหกรรมที่เป็นแหล่งกำเนิดกากของเสียอุตสาหกรรมของประเทศ
2. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาระบบ CSR เพื่อการจัดการกากของเสียอุตสาหกรรมของประเทศแบบยั่งยืน

ขอบเขตของการวิจัย

1. ดำเนินการศึกษาระดับตัวอย่างของการดำเนินการทำ CSR เฉพาะโรงงานอุตสาหกรรมที่มีแหล่งกำเนิดกากของเสียอุตสาหกรรมจำนวนไม่น้อยกว่า 5 โรงงาน
2. ดำเนินการศึกษ โดยการรวบรวมข้อมูลทั้งทุติยภูมิ และข้อมูลปฐมภูมิของกิจกรรมการทำ CSR ของโรงงานอุตสาหกรรมที่เป็นแหล่งกำเนิดกากของเสียอุตสาหกรรม
3. ดำเนินการวิเคราะห์ สังเคราะห์ และทำการสัมภาษณ์กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งผู้ปฏิบัติผู้ควบคุมการบังคับใช้กฎหมาย และองค์กรอิสระในระดับมหาวิทยาลัยเพื่อถามความคิดเห็น ผลกระทบจากการดำเนินงาน และรับฟังข้อเสนอแนะที่จะเป็นประโยชน์เพื่อทำการสรุปแนวทางยุทธศาสตร์การจัดการกากของเสียอุตสาหกรรมของประเทศ

วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการศึกษาครั้งนี้อาศัยกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพที่เกิดจากการรวบรวมข้อมูล การศึกษาหาแนวทางปฏิบัติที่ดี และแนวทางการกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการจัดการปัญหากากของเสียอุตสาหกรรมของประเทศ โดยได้กำหนดวิธีการศึกษาดังนี้

1. การรวบรวม ดำเนินการรวบรวมข้อมูลทั้งทุติยภูมิ และข้อมูลปฐมภูมิจากกิจกรรมการทำ CSR ของโรงงานอุตสาหกรรมที่เป็นแหล่งกำเนิดกากของเสียอุตสาหกรรมจำนวนไม่น้อยกว่า 5 โรงงานที่มีผลการดำเนินงานด้านการทำ CSR ได้ผลในระดับดีถึงดีมากทั่วประเทศ
2. การสังเคราะห์ข้อมูล จากการสัมภาษณ์กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งผู้ปฏิบัติผู้ควบคุมการบังคับใช้กฎหมาย และองค์กรอิสระในระดับมหาวิทยาลัยเพื่อถามความคิดเห็น ผลกระทบจากการดำเนินงาน และรับฟังข้อเสนอแนะที่จะเป็นประโยชน์ เพื่อทำการสรุปแนวทางยุทธศาสตร์ และข้อเสนอแนะการจัดการกากของเสียอุตสาหกรรมของประเทศ
3. การศึกษาเปรียบเทียบ เป็นการนำผลการดำเนินการจากกิจกรรมการทำ CSR ของโรงงานอุตสาหกรรมในประเทศเปรียบเทียบกับผลการดำเนินการของต่างประเทศ เพื่อศึกษาข้อดีข้อเสีย และนำมาปรับใช้ให้เหมาะสม

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ส่วนงานที่เกี่ยวข้องได้รับทราบถึง สถานการณ์ด้านการดำเนินการทำ CSR ในส่วนของภาคอุตสาหกรรมที่จะสามารถต่อยอด เพื่อใช้ประโยชน์
2. กระตุ้นให้องค์กรต่างๆ หรือผู้ที่เกี่ยวข้องตระหนักถึงความสำคัญในการมีส่วนร่วม และใส่ใจในการรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม
3. ทำให้เกิดทางเลือกของภาครัฐในการกำหนดแนวยุทธศาสตร์ เพื่อการพัฒนา ระบบการจัดการป้องกัน และแก้ไขผลกระทบจากการจัดการกากของเสียอุตสาหกรรม

คำจำกัดความ

CSR (Corporate Social Responsibility)	หมายถึง	กระบวนการความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคอุตสาหกรรม
CSR – DIW	หมายถึง	มาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมในภาคอุตสาหกรรมของกรมโรงงานอุตสาหกรรม

บทที่ 2

ทฤษฎีกระบวนการทำส่งเสริมกระบวนการ มีส่วนร่วมของชุมชนกับอุตสาหกรรม

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวความคิด และทฤษฎีรวมถึงผลงาน และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นประโยชน์ต่อการกำหนดตัวแปรกรอบแนวความคิดแนวทางในการดำเนินงานวิจัยได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. ความหมายของ CSR
2. การจัดการกากของเสียอุตสาหกรรม
3. การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน
4. กระบวนการทำส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนกับอุตสาหกรรม
5. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศ และต่างประเทศ
6. แนวคิดของผู้ทรงคุณวุฒิ
7. กรอบความคิดของการวิจัย
8. สรุป

ความหมาย CSR

“CSR คือคำมั่นของบริษัทที่จะส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนโดยทำงานร่วมกับลูกจ้าง และครอบครัวของพวกเขา ชุมชน และสังคมโดยกว้าง เพื่อจะพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของสังคมโดยรวม “Corporate Social Responsibility” หรือที่เรียกเป็นภาษาไทยว่าความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจนั้น หมายถึง การดำเนินธุรกิจภายใต้หลักจริยธรรม และการกำกับที่ดีควบคู่ไปกับการใส่ใจดูแลรักษาสังคม และสิ่งแวดล้อมเพื่อนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน” คณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม (2553) ให้ความหมายไว้ว่า “CSR เป็นเรื่องของการที่องค์กรตอบสนองต่อประเด็นเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมโดยมุ่งให้การให้ประโยชน์กับ คนชุมชน และสังคมนอกจากนั้นยังเป็นเรื่องของบทบาทขององค์กรธุรกิจในสังคม และความคาดหวังของสังคมที่มีต่อองค์กรธุรกิจ โดยจะต้องทำด้วยความสมัครใจ และผู้บริหาร

จะต้องมีบทบาทเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่างๆ โดยสามารถวัดผลได้ใน 3 มิติ คือ การวัดผลทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอันจะนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน ” ISO 26000 ให้ความหมายว่า “CSR คือการดำเนินกิจกรรมภายใน และภายนอกองค์กรที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมทั้งในระดับใกล้ (ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับองค์กรเช่น ลูกค้า คู่ค้า ครอบครัวยุติธรรม พนักงาน ชุมชนท้องถิ่นที่องค์กรตั้งอยู่) และระดับไกล (ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กรทางอ้อม เช่น คู่แข่งขันทางธุรกิจ ประชาชนโดยทั่วไป) ด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กร หรือทรัพยากรจากภายนอกองค์กร ในอันที่จะทำให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข” สถาบันไทยพัฒนา (2553) ได้มีการตีความไว้ว่า CSR เป็นกิจกรรมที่รวมทั้งการคิด การพูด และการกระทำซึ่งครอบคลุมตั้งแต่การวางแผน การตัดสินใจ การสื่อสารประชาสัมพันธ์การบริหารจัดการ และการดำเนินงานขององค์กร ที่ดำเนินการในพื้นที่ของสังคมโดยที่สังคมใกล้ซึ่งหมายถึง ลูกค้า คู่ค้า ครอบครัวยุติธรรมพนักงานชุมชนท้องถิ่นตั้งอยู่ซึ่งรวมถึงสิ่งแวดล้อม หรือระบบนิเวศน์ และสังคมซึ่งหมายถึงผู้เกี่ยวข้องกับองค์กร โดยอ้อมได้แก่ คู่แข่งขันทางธุรกิจ ประชาชนทั่วไป เป็นต้น ยังได้อธิบายถึงความเกี่ยวข้องกับผู้คนในมิติต่างๆประกอบด้วย ลูกค้า คู่ค้า ชุมชน และสภาพแวดล้อมประชาสังคม และคู่แข่งขันธุรกิจ

บัณฑิตา ทรัพย์กมล (2554) ให้ความหมายไว้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นเรื่องของจริยธรรม คุณธรรม บทบาท และหน้าที่ รวมถึงนโยบาย กิจกรรม ที่องค์กรธุรกิจจัดขึ้นไป เพื่อให้ความช่วยเหลือปรับปรุง และส่งเสริมให้สังคม และประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

มนตรี เลิศสกุลเจริญ (2547) ให้ความหมายไว้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นการแสดงออกของพฤติกรรมขององค์กรต่อสังคมภายนอกเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กรทำให้เกิดการยอมรับจากสังคมการปฏิบัติขององค์กรจะต้องอยู่ในความรับผิดชอบต่อทางเศรษฐกิจ กฎหมาย จริยธรรม และการใช้ดุลยพินิจขององค์กรที่พึงเห็นสมควรซึ่งจากการจัดกิจกรรม หรือการบริการสามารถกระทำได้หลายรูปแบบทั้งทางด้านพัฒนาชุมชน สุขภาพอนามัย การศึกษาสิ่งแวดล้อม สิทธิผู้บริโภค และวัฒนธรรม

R. Wayne Mondy (1980) ให้ความหมายไว้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นข้อผูกมัดของผู้บริหารในการหาวิธีที่จะรักษา หรือปกป้องผลประโยชน์ของส่วนรวมมากกว่าผลประโยชน์ขององค์กรเพียงอย่างเดียว

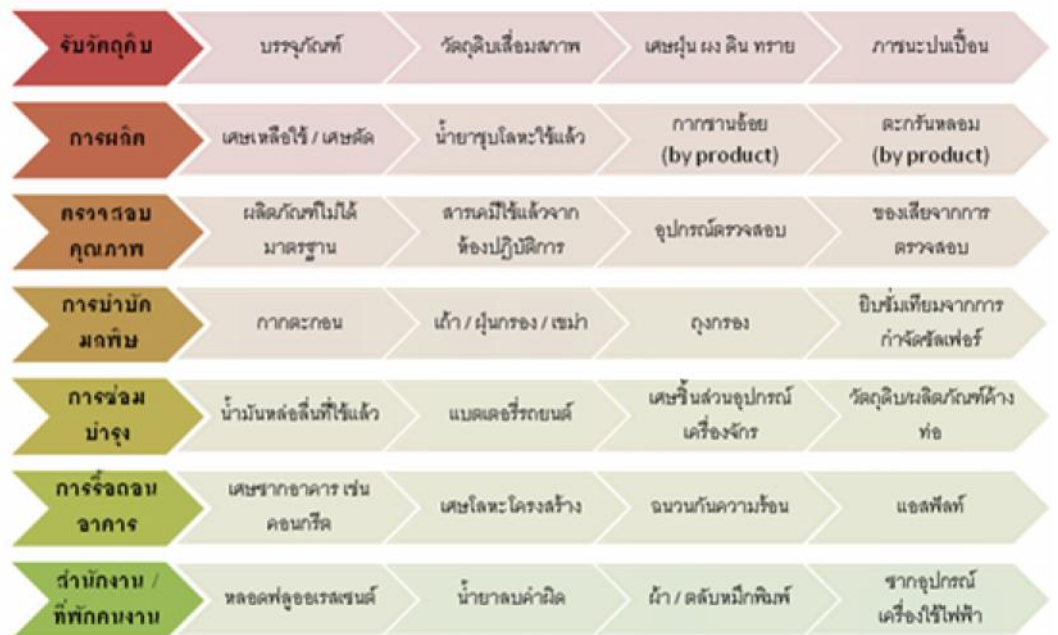
World Business Council on Sustainable Development (2004) ให้ความหมายไว้ว่าเป็นความมุ่งมั่น หรือพันธสัญญาที่ธุรกิจมีอยู่อย่างต่อเนื่องในการปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม และมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจด้วยการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของผู้ใช้แรงงาน ตลอดจนครอบครัวของเขา และมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นในวงกว้างสามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า CSR หรือความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจนั้น หมายถึง การดำเนิน

ธุรกิจภายใต้หลักจริยธรรม และการกำกับดูแลกิจการที่ดีควบคู่ไปกับการใส่ใจรักษาสังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน อธิบายโดยขยายความได้ว่า การดำเนินกิจกรรมภายใน และภายนอกองค์กรที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม ทั้งในระดับใกล้ และไกลโดยไม่ไปเบียดเบียนฝ่ายใดทั้งสิ้นองค์กรที่มี CSR ย่อมไม่ชูครีเคร่งงานลูกจ้าง ไม่ล่อโกงลูกค้าไม่เอาเปรียบลูกค้า ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม หรือทำร้ายชุมชนโดยรอบทั้งหมดก็ เพื่อประโยชน์สุขแก่องค์กร และสังคมอันนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนนั่นเอง

การจัดการกากของเสียอุตสาหกรรม

กากของเสียอุตสาหกรรมที่กฎหมายโรงงานเรียกว่า สิ่งปฏิกูล หรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้วนั้น หมายถึงของเสีย หรือสิ่งที่ไม่ใช้แล้วที่เกิดจากการประกอบกิจการ โรงงานตั้งแต่กระบวนการรับวัตถุดิบ การผลิต การตรวจสอบคุณภาพ การบำบัดมลพิษ การซ่อมบำรุงเครื่องจักร อุปกรณ์ การรื้อถอนก่อสร้างอาคารภายในบริเวณโรงงาน รวมทั้งกากตะกอน หรือสิ่งตกค้างจากสิ่งเหล่านั้น ทั้งที่อยู่ในสถานะของแข็ง ของเหลว หรือก๊าซ ทั้งนี้รวมถึงของเสียอันตรายที่เกิดจากอาคารสำนักงาน และที่พักคนงานที่อยู่ภายในบริเวณ โรงงานยกเว้นของเสียไม่อันตรายที่เกิดจากอาคารสำนักงาน และบ้านพักคนงาน เช่น หนังสือพิมพ์ เศษอาหาร ขยะมูลฝอยทั่วไป เป็นต้น ดังแสดงในแผนภาพที่ 2 - 1

แผนภาพที่ 2 - 1 แสดงลักษณะของกากอุตสาหกรรมจากแหล่งกำเนิดต่างๆ

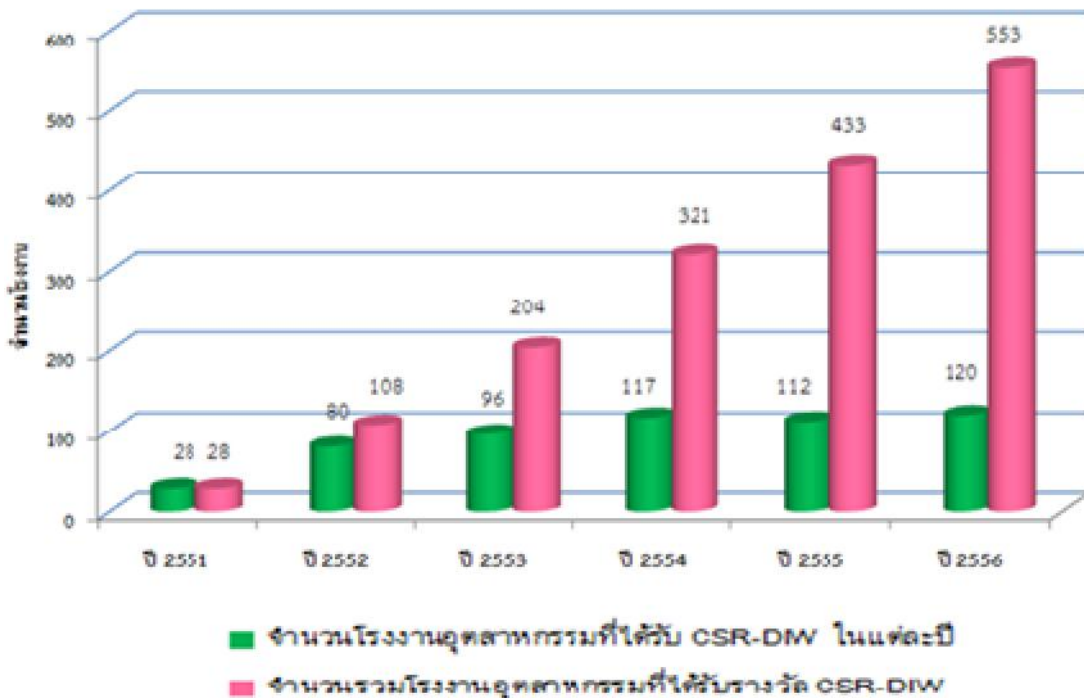


ที่มา : สำนักส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน กรมโรงงานอุตสาหกรรม,2555

สำหรับกิจกรรมส่งเสริมให้ภาคอุตสาหกรรมแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมของกรมโรงงานอุตสาหกรรมมีมาตั้งแต่ปี 2551 จนถึงปัจจุบัน มีโรงงานอุตสาหกรรมที่เข้าสู่กระบวนการส่งเสริมให้นำมาตรฐาน CSR ไปประยุกต์ใช้ในสถานประกอบการมากกว่า 550 รายทั่วประเทศ และได้สร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการโรงงานที่ได้เกียรติบัตรจากกรมโรงงานอุตสาหกรรมตามมาตรฐาน CSR-DIW จนสามารถพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคมโดยตัวเองได้อีกทั้งกระทรวงอุตสาหกรรมได้กำหนดนโยบายอุตสาหกรรมสีเขียว เพื่อส่งเสริมภาคอุตสาหกรรมให้มีการประกอบกิจการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และสังคมเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีน่าเชื่อถือ และเกิดความไว้วางใจของ ภาคประชาชน เพื่อพัฒนาการอยู่ร่วมกันระหว่างภาคอุตสาหกรรม และชุมชนอย่างยั่งยืนดังแสดงในแผนภาพที่ 2 – 2

แผนภาพที่ 2 - 2 แสดงจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมที่เข้าร่วมโครงการ CSR-DIW

จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับเกียรติบัตรมาตรฐาน CSR-DIW



ที่มา : กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2555

กระบวนการจัดการกากอุตสาหกรรม

การนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ (Reuse/Recycle/Recovery) สามารถดำเนินการได้หลายวิธีดังต่อไปนี้

1. เป็นวัตถุดิบทดแทน (use as raw material substitution) หมายถึงวัสดุที่ไม่ใช้แล้วที่มีคุณลักษณะ หรือคุณสมบัติเหมาะสมที่ใช้เป็นวัตถุดิบทดแทนในกระบวนการผลิตของโรงงาน เช่น การนำเศษริมน้ำ หรือเศษผ้าจากโรงงานทอผ้าไปใช้เป็นวัตถุดิบทดแทนในโรงงานปั่นด้าย การนำเศษกระดาษไปเป็นวัตถุดิบทดแทนในโรงงานผลิตกระดาษ การนำเศษเหล็กไปหลอมหล่อใหม่ในโรงงานหลอมเหล็ก การนำเศษพลาสติกไปหลอมใหม่ในโรงงานหลอมเศษพลาสติก การนำเศษแก้วไปหลอมใหม่ในโรงงานผลิตแก้ว หรือการนำเถ้าลอยจากการใช้ถ่านหินเป็นเชื้อเพลิงไปใช้เป็นวัตถุดิบทดแทนปูนซีเมนต์ในโรงงานคอนกรีตผสมเสร็จ ฯลฯ

2. ส่งกลับผู้ขาย เพื่อกำจัด (return to original producer for disposal) หมายถึง การส่งกลับผลิตภัณฑ์ที่หมดอายุการใช้งานแล้วให้แก่โรงงานผู้ผลิต เพื่อนำไปบำบัด หรือกำจัด หรือนำกลับไปใช้ประโยชน์ใหม่ เช่น การส่งยางรถยนต์ใช้แล้วคืนโรงงานผู้ผลิต ฯลฯ ทั้งนี้การส่งกลับผู้ขาย เพื่อกำจัดนั้น ผู้ขายที่รับวัสดุที่ไม่ใช้แล้วดังกล่าวกลับคืนไป จะต้องขออนุญาต เพื่อนำวัสดุที่ไม่ใช้แล้วไปบำบัด หรือกำจัด หรือใช้ประโยชน์ใหม่ที่อื่นด้วย

3. ส่งกลับผู้ขาย เพื่อนำกลับไปบรรจุใหม่ หรือใช้ซ้ำ (reuse container; to be refilled) หมายถึงการส่งภาชนะบรรจุคืน โรงงานผู้ผลิต เพื่อนำกลับไปบรรจุใหม่ หรือใช้ซ้ำ เช่น กรณีการส่งถังบรรจุกรด/ด่างคืน โรงงานผู้ผลิต หรือ โรงงานผลิต หรือแบ่งบรรจุสารเคมีนั้น ๆ

4. นำกลับมาใช้ซ้ำด้วยวิธีอื่นๆ (other reuse methods) หมายถึง การนำกลับไปใช้ซ้ำด้วย วิธีอื่นๆ ที่ไม่ใช่กรณีเป็นวัตถุดิบทดแทน หรือนำกลับไปบรรจุใหม่ เช่น การนำแกนสายไฟ หรือด้ายกลับไปใช้ซ้ำในโรงงานผู้ผลิต

5. เป็นเชื้อเพลิงทดแทน (use as fuel substitution or burn for energy recovery) หมายถึง การนำของเสียที่มีค่าความร้อน และมีสภาพเหมาะสมไปเป็นเชื้อเพลิงทดแทนในเตาเผาปูนซีเมนต์

6. ทำเชื้อเพลิงผสม (fuel blending) หมายถึง การนำเอาวัสดุที่ไม่ใช้แล้วมาผ่านกระบวนการปรับคุณภาพ หรือผสมกัน เพื่อให้เป็นเชื้อเพลิงสังเคราะห์ ซึ่งได้แก่ การขาย หรือส่งให้โรงงานลำดับที่ 106 นำน้ำมัน หรือตัวทำละลายที่ใช้งานแล้วไปผลิตเป็นเชื้อเพลิงผสม

7. เผา เพื่อเอาพลังงาน (burn for energy recovery) ให้ระบุลักษณะการเผา

8. เป็นวัตถุดิบทดแทนในเตาเผาปูนซีเมนต์ (use as co-material in cement kiln or rotary kiln) ให้ระบุผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ วัสดุที่ไม่ใช้แล้วที่จะนำไปเป็นวัตถุดิบทดแทนในเตาเผาปูนซีเมนต์ จะต้องมียอดประกอบของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตปูนซีเมนต์ ได้แก่ แคลเซียม อะลูมินา เหล็ก หรือซิลิกา เช่น ทรายขัดผิวที่ใช้แล้ว Scale เหล็กจากกระบวนการรีดร้อน

9. เข้ากระบวนการนำตัวทำละลายกลับมาใหม่ (solvent reclamation/regeneration) หมายถึงการนำวัสดุที่ไม่ใช้แล้วประเภทตัวทำละลายไปโรงงานลำดับที่ 106 เพื่อกลั่น และนำกลับมาใช้ใหม่ ได้แก่ ทินเนอร์โทลูอีน ไซลีนเมธิลีนคลอไรด์อะซิโตน ไตรคลอโรเอทิลีน ฯลฯ

10. เข้ากระบวนการนำโลหะกลับมาใหม่ (reclamation/regeneration of metal and metal compounds) หมายถึง การนำวัสดุที่ไม่ใช้แล้วที่มีองค์ประกอบของโลหะมาผ่านกระบวนการสกัด หรือนำโลหะกลับมาใช้ใหม่ เช่นการนำน้ำยาล้างฟิล์มมาผ่านกระบวนการสกัดเงิน การนำเต้าจากการหลอมโลหะมีค่าของโรงงานผลิตเครื่องประดับไปสกัดโลหะมีค่า ฯลฯ

11. เข้ากระบวนการคืนสภาพกรด/ด่าง (acid/base regeneration)

12. เข้ากระบวนการคืนสภาพตัวเร่งปฏิกิริยา (catalyst regeneration)

การบำบัด (Treatment)

การบำบัด (Treatment) สามารถดำเนินการได้หลายวิธี ดังต่อไปนี้

1. บำบัดด้วยวิธีชีวภาพ (biological treatment) หมายถึง การบำบัดโดยใช้วิธีระบบตะกอนเร่ง (Activated sludge) ระบบย่อยสลายแบบไร้อากาศ (Anaerobic digestion) การหมัก (Composting) ระบบบ่อฝัง (Stabilization pond) ฯลฯ

2. บำบัดด้วยวิธีทางเคมี (chemical treatment) หมายถึง การบำบัดโดยใช้วิธีการปรับค่าความเป็นกรดด่าง และทำให้เป็นกลาง (Neutralization and pH adjustment) การทำปฏิกิริยาออกซิเดชันรีดักชัน (Oxidation / reduction reactions) การแยกด้วยไฟฟ้า (Electrodialysis) การตกตะกอน (Precipitation) การทำลายสารประกอบฮาโลเจน (Dehalogenation) ฯลฯ

3. บำบัดด้วยวิธีทางกายภาพ (physical treatment) หมายถึง การบำบัดโดยใช้วิธีการเหวี่ยงแยก (Centrifugation) การกลั่นแยกด้วยไอน้ำ (Steam Distillation and Steam stripping) การกรองผ่านตัวกรองหลายชั้น (Multi-media filtration) การทำระเหย (Evaporation) การแยกด้วยแรงโน้มถ่วง (Gravity thickening) การแยกด้วยเครื่องแยกน้ำและน้ำมัน (Oil/water separator or Coalescence separator) ฯลฯ

4. บำบัดด้วยวิธีทางเคมีกายภาพ (physico-chemical treatment) หมายถึง การดูดซับด้วยถ่านกัมมันต์ (Activated carbon adsorption) การแลกเปลี่ยนประจุ (Ion exchange) การกรองรีดน้ำ (Filter press, Dewatering, Vacuum filtration and belt-press filtration) การสกัดของเหลวด้วยของเหลว (Liquid/liquid extraction) ฯลฯ

5. บำบัดน้ำเสียด้วยวิธีทางเคมีกายภาพ (physico-chemical treatment of wastewater) หมายถึง การนำเอาวัสดุที่ไม่ใช่แล้วที่เป็นของเหลว (liquid waste or aqueous waste) หรือน้ำเสีย (wastewater) ไปบำบัดทางเคมี หรือกายภาพ เพื่อทำลายฤทธิ์ ได้แก่ การส่งน้ำเสียไปบำบัดด้วยวิธีเคมีกายภาพที่โรงงานลำดับที่ 101 ระบบบำบัดน้ำเสียรวมซึ่งอยู่นอกบริเวณโรงงาน

6. เข้าระบบบำบัดน้ำเสียรวม (direct discharge to central wastewater treatment plant)

7. ปรับเสถียรด้วยวิธีทางเคมี (chemical stabilization)

8. ปรับเสถียร/ตรึงทางเคมีโดยใช้ซีเมนต์ หรือวัสดุ pozzolanic (chemical fixation using cementitious and/or pozzolanic material) หมายถึงการบำบัดด้วยวิธีการตรึงด้วยสารเคมี (Chemical fixation) การทำให้เป็นก้อนแข็งด้วยสารประสาน (Pozzolanic and cement base solidification)

9. เผาทำลายในเตาเผาขยะทั่วไป (burn for destruction) เฉพาะสิ่งปฏิกูล หรือวัสดุที่ไม่ใช่แล้วที่ไม่เป็นของเสียอันตรายเท่านั้น

10. เผาทำลายในเตาเผาเฉพาะสำหรับของเสียอันตราย (burn for destruction in hazardous waste incinerator)

11. เผาทำลายร่วมในเตาเผาปูนซีเมนต์ (co-incineration in cement kiln) หมายถึง การนำวัสดุที่ไม่ใช่แล้วซึ่งไม่มีคุณลักษณะ หรือคุณสมบัติเป็นวัตถุอันตราย หรือเป็นเชื้อเพลิงทดแทนสำหรับใช้เผาในเตาเผาปูนซีเมนต์ไปผ่านกระบวนการปรับสภาพ เพื่อให้อยู่ในรูปที่สามารถนำไปเผาทำลายในเตาเผาปูนซีเมนต์ก่อนส่งไปเผาทำลายในเตาเผาปูนซีเมนต์

การกำจัด (Disposal)

การกำจัด (Disposal) สามารถดำเนินการได้หลายวิธี ดังต่อไปนี้

1. ฝังกลบตามหลักสุขาภิบาล (Sanitary landfill) เฉพาะสิ่งปฏิกูล หรือวัสดุที่ไม่ใช่แล้วที่ไม่เป็นของเสียอันตรายเท่านั้น

2. ฝังกลบอย่างปลอดภัย (Secure landfill) หมายถึง การฝังกลบวัสดุที่ไม่ใช่แล้วที่เป็นของเสียอันตรายที่อยู่ในรูปที่คงตัว (เสถียร) ไปฝังกลบในหลุมฝังกลบแบบ Secure Landfill โดยไม่ต้องนำไปปรับเสถียรก่อน

3. ฝังกลบอย่างปลอดภัยเมื่อทำการปรับเสถียร หรือทำให้เป็นก้อนแข็งแล้ว (Secure landfill of stabilized and/or solidified wastes) หมายถึง การนำเอาวัสดุที่ไม่ใช่แล้วที่เป็นของเสียอันตรายที่ผ่านการปรับเสถียร เพื่อทำลายฤทธิ์ และให้อยู่ในรูปที่คงตัวแล้วไปฝังกลบในหลุมฝังกลบแบบ Secure Landfill

กฎหมาย และแนวทางการปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการภาค อุตสาหกรรม

ความในพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม ได้ออกประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม เรื่อง การกำจัดสิ่งปฏิกูล หรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้ว พ.ศ. 2548 โดยอาศัยอำนาจตามความในข้อ 13 แห่งกฎกระทรวงฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2535) ออกตามความในพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 อันเป็นพระราชบัญญัติที่มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิ และเสรีภาพของบุคคล ซึ่งมาตรา 29 ประกอบกับมาตรา 35 มาตรา 48 มาตรา 50 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย บัญญัติให้กระทำได้โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย

การดำเนินการ

ประกาศกระทรวงฉบับดังกล่าว มีผลบังคับใช้กับ โรงงานตามพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 ที่ตั้งอยู่นอกเขต และในเขตประกอบการอุตสาหกรรมนิคมอุตสาหกรรม

1. ประกาศกระทรวงฉบับนี้ มีผลบังคับใช้กับ โรงงานที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520
2. ยกเลิกประกาศกระทรวงอุตสาหกรรมฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2540) และฉบับที่ 1 (พ.ศ.2541) รวมทั้งประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม เรื่อง การกำจัดสิ่งปฏิกูล หรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้ว พ.ศ. 2547 ออกตามความในพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 โดยให้ใช้ประกาศกระทรวงอุตสาหกรรมฉบับดังกล่าวแทน
3. สิ่งปฏิกูล หรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้ว จากการประกอบกิจการโรงงาน รวมถึงของเสียจากวัตถุดิบจากกระบวนการผลิต และจากผลิตภัณฑ์เสื่อมคุณภาพรวมทั้งน้ำทิ้งที่เป็นอันตราย
4. ของเสียอันตรายมีองค์ประกอบ หรือปนเปื้อนสารอันตรายมีคุณสมบัติที่เป็นอันตรายตามที่กำหนดในภาคผนวกที่ 2 ท้ายประกาศดังกล่าว
5. การจัดการสิ่งปฏิกูล หรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้ว ได้แก่ การบำบัด การทำลายฤทธิ์ทั้งกำจัดจำหน่ายแจกแลกเปลี่ยนนำกลับไปใช้ประโยชน์ใหม่รวมถึงการกักเก็บไว้ เพื่อทำการดังกล่าว
6. ผู้ก่อกำเนิดสิ่งปฏิกูล หรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้ว ได้แก่ ผู้ประกอบกิจการโรงงาน ที่ก่อให้เกิดของเสีย
7. ผู้รวบรวม และขนส่ง ได้แก่ ผู้ครอบครองของเสีย เพื่อการขนส่ง รวมทั้งผู้ครอบครองของเสียในสถานที่เก็บรวบรวม หรือขนถ่าย ตามประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม เรื่อง ระบบเอกสารกำกับการขนส่งของเสียอันตราย พ.ศ. 2547

8. ผู้บำบัด และกำจัดสิ่งปฏิกูล หรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้ว ได้แก่ ผู้ประกอบกิจการโรงงาน ตามประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม เรื่อง ระบบเอกสารกำกับการขนส่งของเสียอันตราย พ.ศ.2547 รวมทั้งผู้ประกอบกิจการเกี่ยวกับการคัดแยก หรือฝังกลบของเสีย ตามประเภท หรือชนิดของโรงงานลำดับที่ 105

9. ใบกำกับการขนส่ง ได้แก่ แบบกำกับการขนส่ง 02 ตามแนบท้ายประกาศกระทรวงอุตสาหกรรมเรื่องระบบเอกสารกำกับการขนส่งของเสียอันตราย พ.ศ. 2547

10. การแจ้งทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ การแจ้งข้อมูลตามประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม เรื่อง หลักเกณฑ์ และวิธีการแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับสิ่งปฏิกูล หรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้ว จากโรงงานโดยทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2547

11. บทกำหนดโทษ สำหรับผู้ไม่ปฏิบัติตามกฎหมายเกี่ยวกับการจัดการสิ่งปฏิกูล หรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้ว ปัจจุบันมีโทษสูงสุดคือปรับไม่เกินสองแสนบาท แต่ขณะนี้อยู่ในระหว่างการแก้ไขที่จะให้มีบทกำหนดโทษเพิ่มขึ้น โดยเพิ่มเป็นปรับไม่เกินสองแสนบาท หรือจำคุกไม่เกินสองปี หรือทั้งจำทั้งปรับ

รหัสของชนิด และประเภทของสิ่งปฏิกูล หรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้ว

1. รหัสของชนิด และประเภทของสิ่งปฏิกูล หรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้วกำหนดไว้ในภาคผนวกที่ 1 ท้ายประกาศดังกล่าว

2. ของเสียที่ได้รับการยกเว้น ได้แก่ ของเสียไม่อันตรายจากสำนักงานบ้านพักอาศัย และโรงอาหารในบริเวณ โรงงานของเสียที่มีกฎหมายควบคุมเฉพาะ คือ กากกัมมันตรังสีมูลฝอย ตามกฎหมาย ว่าด้วยการสาธารณสุขรวมทั้งน้ำเสียที่ส่งไปบำบัดนอกบริเวณ โรงงานทางท่อส่ง

หน้าที่ผู้ก่อกำเนิดสิ่งปฏิกูล หรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้ว

1. ต้องไม่เก็บของเสียไว้ภายในโรงงานเกิน 90 วัน หากเกินระยะเวลาที่กำหนดต้องขออนุญาตต่อกรมโรงงานอุตสาหกรรม ตามแบบ สก.1 ท้ายประกาศดังกล่าว

2. กรณีครอบครองของเสียอันตรายให้ปฏิบัติตามประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม เรื่อง ระบบเอกสารกำกับการขนส่งของเสียอันตราย พ.ศ. 2547

3. ต้องมีผู้ควบคุมดูแลระบบป้องกันสิ่งแวดล้อมที่มีความรู้เฉพาะด้านตามประกาศกระทรวงอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

4. ต้องจัดฝึกอบรมพนักงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ปฏิบัติงานได้อย่างปลอดภัย

5. ต้องจัดทำแผนการป้องกันอุบัติเหตุ ตามที่กำหนดในภาคผนวกที่ 3 ท้ายประกาศดังกล่าว

6. ต้องมีอุปกรณ์ด้านความปลอดภัยในบริเวณ โรงงาน

7. ต้องมีเส้นทางหนีภัยฉุกเฉิน

8. ห้ามนำของเสียออกนอกบริเวณโรงงาน เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากอธิบดีกรมโรงงานอุตสาหกรรม หรือผู้ซึ่งอธิบดีกรมโรงงานอุตสาหกรรมมอบหมาย โดยใช้แบบ สก.2 ท้ายประกาศดังกล่าว ในการยื่นขออนุญาต

9. ต้องส่งของเสียอันตรายให้กับผู้รวบรวม และขนส่ง หรือผู้บำบัด และกำจัดสิ่งปฏิกูล หรือวัสดุที่ไม่ใช่แล้วเท่านั้น

10. กรณีจะใช้บริการผู้อื่นในการจัดการของเสีย ต้องได้รับความเห็นชอบจากกรมโรงงานอุตสาหกรรม

11. ต้องจัดทำใบกำกับการขนส่งทุกครั้ง เมื่อนำของเสียออกนอกบริเวณโรงงาน

12. ต้องแจ้งข้อมูลการขนส่งของเสียทุกชนิดตามประกาศดังกล่าวโดยทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่อกรมโรงงานอุตสาหกรรม

13. ต้องทำการตรวจสอบของเสีย และต้องรับผิดชอบต่อการระดมรับผิดชอบจนกว่าผู้บำบัด และกำจัดสิ่งปฏิกูล หรือวัสดุที่ไม่ใช่แล้วจะรับของเสียในวันในครอบครอง

14. ต้องจัดทำ และส่งรายงานประจำปีตามแบบ สก.3 ท้ายประกาศดังกล่าวต่อกรมโรงงานอุตสาหกรรมภายในวันที่ 1 มีนาคม ของปีถัดไป

15. ครุภัณฑ์ของเสียเข้ามา หรือออกนอกราชอาณาจักร ต้องปฏิบัติตามกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง และกฎหมายระหว่างประเทศด้วย

หน้าที่ผู้รวบรวม และขนส่งของเสีย

1. กรณีผู้ก่อกำเนิดของเสียอันตราย หรือผู้บำบัด และกำจัดของเสียอันตราย แต่งตั้งตัวแทน เพื่อเป็นผู้รวบรวม และขนส่ง จะต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ และวิธีการที่กรมโรงงานอุตสาหกรรมกำหนด

2. ผู้แต่งตั้งตัวแทนต้องรับภาระความรับผิดชอบ ร่วมกับตัวแทนระหว่างการค้าเนินการขนส่ง และต้องดำเนินการ เพื่อให้ผู้รวบรวมขนส่งปฏิบัติตามประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม เรื่องระบบเอกสารกำกับการขนส่งของเสียอันตราย พ.ศ. 2547 และต้องปฏิบัติตามประกาศมติคณะกรรมการวัตถุอันตรายเรื่องการขนส่งวัตถุอันตรายทางบก พ.ศ. 2545

3. ต้องจัดทำ และส่งรายงานประจำปีตามแบบ สก.4 ท้ายประกาศดังกล่าวต่อกรมโรงงานอุตสาหกรรม ภายในวันที่ 1 มีนาคมของปีถัดไป

หน้าที่ผู้บำบัด และกำจัดสิ่งปฏิกูล หรือวัสดุที่ไม่ใช่แล้ว

1. ต้องปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดการสิ่งปฏิกูล หรือวัสดุที่ไม่ใช่แล้ว ตามหลักเกณฑ์ และวิธีการที่กรมโรงงานอุตสาหกรรมกำหนด

2. ต้องรับบำบัด และกำจัดของเสียเฉพาะที่ได้รับอนุญาต

3. ต้องแจ้งให้ผู้ให้บริการทราบถึงประเภทของกิจการที่ได้รับอนุญาตประเภท และชนิดของเสียที่ได้รับอนุญาต พร้อมแนบสำเนาใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงานไปด้วย

4. ต้องใช้ใบกำกับการขนส่ง และต้องปฏิบัติตามประกาศคณะกรรมการวัตถุอันตรายเรื่อง การขนส่งวัตถุอันตรายทางบก พ.ศ. 2545
5. ต้องแจ้งข้อมูลต่อกรมโรงงานอุตสาหกรรมทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เมื่อมีการรับของเสียเข้ามาในบริเวณโรงงาน
6. ต้องรับภาระความรับผิดชอบต่อของเสียเมื่อได้รับของเสีย และลงลายมือชื่อในใบกำกับการขนส่งแล้ว
7. ต้องมีข้อมูลผลวิเคราะห์ทางเคมี และกายภาพ ของของเสียก่อนดำเนินการบำบัดหรือกำจัด และต้องเก็บข้อมูลผลวิเคราะห์ไว้อย่างน้อย 3 ปี เพื่อการตรวจสอบ
8. ต้องมีผู้ควบคุมดูแลระบบป้องกันสิ่งแวดล้อมที่มีความรู้เฉพาะตามประกาศกระทรวงอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง
9. ต้องจัดฝึกอบรมพนักงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ปฏิบัติงานได้อย่างปลอดภัย
10. ต้องจัดทำแผนการป้องกันอุบัติเหตุตามที่กำหนดในภาคผนวกที่ 3 ท้ายประกาศดังกล่าว
11. ต้องมีอุปกรณ์ด้านความปลอดภัยในบริเวณโรงงาน
12. ต้องมีเส้นทางหนีภัยฉุกเฉิน
13. ต้องจัดทำ และส่งรายงานประจำปีตามแบบ สก.5 ท้ายประกาศดังกล่าวต่อกรมโรงงานอุตสาหกรรม ภายในวันที่ 1 มีนาคม ของปีถัดไป

การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน

ชุมชน และสังคมที่เข้มแข็ง และมีการพัฒนาที่ยั่งยืน มีความสำคัญยิ่งในฐานะเป็นปัจจัยเอื้อต่อการดำเนินงานของธุรกิจ ดังนั้น ธุรกิจควรจัดกิจกรรมทางสังคม และ หรือ มีส่วนร่วมในการส่งเสริมความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน และสังคมที่ได้รับผลกระทบจากกระบวนการผลิตสินค้าบริการของธุรกิจ โดยการแสดงตัวเป็นพลเมืองที่ดีของชุมชนนั้นพร้อมกับคิดค้นวิธีการที่จะลด และหยุดผลกระทบในทางลบต่อชุมชน และสังคมที่เกิดจากกระบวนการดำเนินงานของธุรกิจในที่สุดแนวคิดที่สำคัญก็คือ ความรับผิดชอบต่อสาธารณะ (Public Responsibility) บริษัทต้องระมัดระวัง และใส่ใจถึงผลที่ตามมา (Outcome) จากการดำเนินธุรกิจของบริษัทที่เกิดขึ้นในพื้นที่โดยตรง และพื้นที่ต่อเนื่องอื่นๆ นอกเหนือจากพื้นที่ภายในของตนเอง ซึ่งกลายเป็นประเด็นทางสังคม (Social Issues) ต่างๆ ทั้งนี้สังคมจะเป็นผู้กำหนดแนวทางการปฏิบัติให้บริษัทเองซึ่งต่อจากนั้นบริษัทมีหน้าที่ที่จะต้องวางนโยบาย และแนวทางการตัดสินใจให้ตรงตามวัตถุประสงค์ และคุณค่าที่สังคมปรารถนา

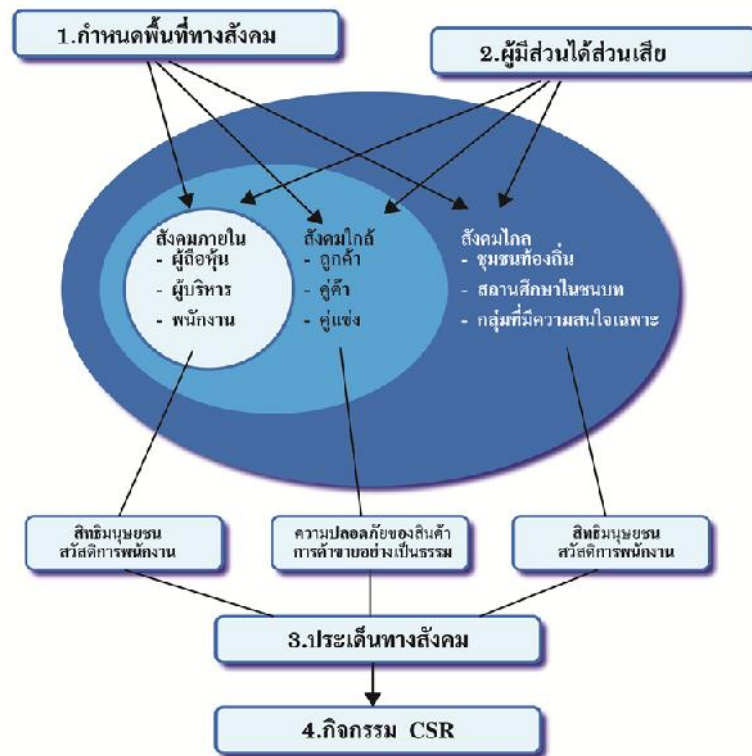
Stakeholder Theory ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนี้มีเชื่อมโยงอย่างเหนียวแน่นกับเรื่องของความชอบธรรม (Legitimacy) โดยมุมมองจากแนวคิดนี้มุ่งไปยังนโยบายของบริษัทที่สร้างผลกระทบให้เกิดแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ไม่ว่าจะเป็นลูกค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น คู่ค้า คู่แข่ง ภาครัฐ และชุมชน เป็นต้น โดยบริษัทมีภาระรับผิดชอบที่จะต้องตอบสนองความต้องการให้แก่กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของตนเอง หรืออีกนัยหนึ่งแนวคิดนี้เป็นเรื่องของการจัดการผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Management) ของบริษัทโดยพิจารณาถึงความต้องการ (Need) และความสนใจ (Interest) และผลกระทบ (Effect) ที่เกิดขึ้นจากนโยบาย และการดำเนินงานของบริษัทเพราะการที่บริษัทจะสามารถดำรงอยู่ ดำเนิน เจริญก้าวหน้า และล่มสลายถือเป็นความชอบธรรมของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับบริษัทเป็นผู้กำหนดนั่นเอง

Business Ethics Theory จริยธรรมทางธุรกิจของบริษัทจะเกี่ยวพันถึงทฤษฎีปทัสสถาน หรือ Norm Theory ซึ่งหมายถึงการที่ผู้นำของบริษัทที่เป็นผู้รับผิดชอบในการใช้ศีลธรรม (Moral) เป็นเครื่องมือตัดสินใจในการกำหนดนโยบาย และกลยุทธ์ของบริษัท หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือการมีผู้นำที่มีศีลธรรม (Moral leadership) เป็นผู้กำหนดแนวทางการปฏิบัติขององค์กรที่เกิดขึ้นคุณค่ามากกว่าข้อกำหนดของบริษัท หรือตามความต้องการของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ยังคงคำนึงถึงคุณค่าทางจริยธรรมอื่นๆ เช่น ความเสมอภาค เสรีภาพ และความเป็นธรรมอีกด้วย

Corporate Citizenship แนวความคิดนี้เรามองว่าบริษัทเป็นหน่วยหนึ่งเทียบเท่ากับบุคคล ดังนั้นบริษัทต้องมีหน้าที่เป็นพลเมืองที่ดีของรัฐเช่นเดียวกัน จากแนวคิดของ Carroll และ Buchholz (1999) ความรับผิดชอบต่อ 4 ประการของพลเมือง (Economic, Legal, Ethical และ Philanthropic Responsibilities) ก็คือ ความรับผิดชอบต่อด้านมนุษยธรรม (Philanthropic Responsibility) เพื่อช่วยให้สังคมเกิดการพัฒนาย่างยั่งยืนเป็นการมองบริษัทในระดับเดียวกับบุคคลนั้นก็คือการบริจาคด้วยความสมัครใจ เพื่อช่วยให้สังคมดีขึ้นอย่างยั่งยืนนั่นเอง การสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท หรือ CSR เป็นหลักเบื้องต้นที่ทำให้เข้าใจถึงแนวคิดบทบาทของบริษัทในความรับผิดชอบต่อสังคมว่าทำไมจึงต้องมี และควรจะดำเนินไปในทิศทางโดยอยู่ส่วนไหนขององค์กร ซึ่งจากแนวคิดหลายๆ แนวคิดดังกล่าว เห็นได้ว่า CSR ก็คือหน้าที่หนึ่งของบริษัทในฐานะพลเมือง ของสังคม เป็นสิ่งที่องค์กรต้องปฏิบัติ เพื่อให้ได้มาซึ่งสิทธิในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มีในสังคม ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรมนุษย์ หรือธรรมชาติ เป็นความรับผิดชอบต่อสังคมที่จะต้องตอบสนองต่อความคาดหวังจากสังคมสิ่งสำคัญที่ต้องการจะสื่อก็คือ ถ้า CSR คือความรับผิดชอบต่อสังคมที่ควรจะต้องทำ และทำให้สมกับความคาดหวังของสังคมแล้ว CSR น่าจะเป็นสิ่งที่สังคมอยากได้ ไม่ใช่แค่สิ่งที่องค์กรอยากทำเพียงเท่านั้น

การกำหนดพื้นที่ทางสังคมที่เกี่ยวข้อง และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

แผนภาพที่ 2 - 3 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากกิจกรรม CSR



ที่มา : กรมโรงงานอุตสาหกรรม,2555

หลักสำคัญของการดำเนินกิจกรรม CSR ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่าสิ่งที่ควรทำนั้นคือสิ่งที่สังคมต้องการ หรือสิ่งที่องค์กรทำนั้นต้องเป็นการประสานประโยชน์ให้เกิดขึ้นกับทั้งองค์กร และสังคมอย่างแท้จริงดังนั้นสิ่งที่ต้องทราบก็คือเป้าหมายที่ต้องรับผิดชอบนั้นเป็น “ใคร” และ “อยู่ที่ไหน” ความหมายอีกนัยหนึ่งก็คือการกำหนดความหมายของ “สังคม” และ “ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย” ว่าอยู่ที่ไหน และเป็นใครนั่นเอง อย่างไรก็ตาม เนื่องจากคำว่า “สังคม” มีอาณาบริเวณที่กว้างขวาง และที่สำคัญโดยบริบททางสังคมของแต่ละองค์กรย่อมมีความแตกต่างกันโดยเบื้องต้นเราควรเริ่มกำหนดจากพื้นที่สังคมภายในออกไปสู่พื้นที่สังคมโดยรอบที่ใกล้ชิดองค์กรมากที่สุด หรือสังคมใกล้ จากนั้นค่อยๆ ขยายไปสู่วัดพื้นที่ที่กว้าง หรือสังคมไกลออกไป ซึ่งโดยทั่วไปแล้วพื้นที่สังคมภายในก็คือตัวองค์กรเองแต่ที่จะมีความแตกต่างกันที่การระบุพื้นที่สังคมใกล้ และสังคมไกล ซึ่งอาจมีความเหมือน หรือแตกต่างกันขึ้นอยู่กับมิติที่แต่ละองค์กรใช้เป็นตัวกำหนด เช่น ระยะทาง ความสัมพันธ์ ความร่วมมือ ผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจข้อผูกพันทางการค้า และกฎหมาย

เป็นต้น ทั้งนี้องค์กรยังสามารถกำหนดพื้นที่ทางสังคมได้มากกว่า 3 พื้นที่เบื้องต้น ขึ้นอยู่กับกรอบการพิจารณาความใกล้ชิดกับองค์กรด้วยปัจจัยดังกล่าวหลังจากการชี้แจงกำหนดพื้นที่ทางสังคมได้แล้วสิ่งที่องค์กรต้องกำหนดต่อมาก็คือ การหากลุ่มเป้าหมาย คือการพิจารณาถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในวงสังคมนั้นว่าประกอบไปด้วยใครบ้าง ทั้งนี้ก็เพื่อให้้องค์กรสามารถกำหนดความรับผิดชอบได้อย่างชัดเจนนั่นเอง ซึ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของสังคมภายในองค์กรมักจะไม่ใช่แตกต่างกัน เช่น ผู้ถือหุ้น ผู้บริหาร พนักงาน แต่สำหรับสังคมใกล้-สังคมไกล และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในพื้นที่สังคมอาจจะมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับปัจจัยที่ใช้ในการกำหนดขอบเขตความใกล้ชิด และความสัมพันธ์ระหว่างสังคมกับองค์กร ดังเช่นกรณีของโรงงานสามารถกำหนดได้ว่าพื้นที่รอบโรงงานภายในรัศมี 10 กิโลเมตร เป็นสังคมใกล้ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในสังคมใกล้ก็คือ ชุมชน โรงเรียน ที่อยู่ในรัศมีดังกล่าว ส่วนพื้นที่นอกเหนือจากระยะ 10 กิโลเมตรออกไป และประชาชนทั่วประเทศ ก็คือสังคมไกลของโรงงาน ในขณะที่บริษัทสินค้าอุปโภคบริโภคประเภทสบู่ อีกแห่ง อาจจะใช้มิติทางการตลาดเป็นตัวกำหนด นั่นคือกลุ่มลูกค้าหลักไม่ว่าจะอยู่ที่ใดในประเทศ ถือเป็นสังคมใกล้ แม้ว่าชุมชนที่อยู่รอบบริษัท แต่ถ้าไม่ใช่ลูกค้าก็ยังเป็นเพียงสังคมไกล สำหรับกรณีนี้ ระยะทางไม่ใช่ตัวกำหนดขอบเขตพื้นที่ทางสังคมขององค์กรเหมือนกับกรณีของโรงงานข้างต้น

กำหนดประเด็นทางสังคม

หลังจากที่เราได้แบ่งพื้นที่ทางสังคม และทราบถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแล้วต่อมาก็คือการเลือกประเด็นทางสังคมให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายข้อที่เราใช้บอกว่าเหมาะสมนั้นก็คือประเด็นสังคมที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย นั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นทางสังคมที่เป็นผลกระทบที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจขององค์กร เช่น สำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในสังคมใกล้ของโรงงานแล้ว ผลกระทบด้านมลภาวะรอบโรงงานเป็นความจำเป็นเร่งด่วนที่โรงงานต้องทำความเข้าใจ ทำการปรับปรุงแก้ไขจากกระบวนการผลิตของโรงงานเป็นหลัก หรือบริษัทที่ทำธุรกิจค้าปลีกได้สร้างผลกระทบทางการค้ากับร้านค้าปลีกในสังคมใกล้ของตน ดังนั้น ประเด็นทางสังคมจึงควรจะเป็นเรื่องของการส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่น โดยมุ่งพัฒนาร้านค้าปลีกในพื้นที่ หรือเป็นเรื่องที่กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเห็นว่าเป็นประเด็นสำคัญ เช่น ปัจจุบันสังคมโลกกำลังให้ความสนใจเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะเรื่องโลกร้อน หรือภัยพิบัติที่เกิดขึ้น และต้องการความช่วยเหลืออย่างเร่งด่วน ดังเช่น กรณีของสึนามิแผ่นดินถล่ม และน้ำท่วม องค์กรเองควรจะต้องทำการศึกษา และวิเคราะห์ถึงความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพราะแต่ละสังคมอาจมีความต้องการ และให้ความสนใจที่แตกต่างกัน เช่น สังคมไทยให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมเป็นอันดับแรก รองมาได้แก่ การพัฒนาการศึกษา เป็นต้น

กิจกรรม CSR ที่เหมาะสมกิจกรรม

กิจกรรม CSR ที่ดีควรสามารถประสานประโยชน์ที่เกิดขึ้นให้กับทั้งสังคม และองค์กรไปพร้อมๆกัน กิจกรรมCSRที่ดีควรสามารถประสานประโยชน์ที่เกิดขึ้นให้แก่ทั้งสังคม และองค์กรไปพร้อมๆกัน จากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป้าหมาย และประเด็นสังคมที่ได้มาแล้วการเลือกรูปแบบกิจกรรมที่เหมาะสมจะเป็นส่วนผสมของการสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นทั้งสองฝ่ายซึ่งองค์กรควรกำหนดคุณค่าเป้าหมายที่จะได้ไม่ว่าจะเป็นคุณค่าภายในองค์กรตั้งแต่การสร้างจิตสำนึกที่ดี มีความรับผิดชอบต่อสังคมให้แก่ผู้บริหาร และพนักงาน เพื่อก่อให้เกิดความภาคภูมิใจจงรักภักดีต่อองค์กรการสร้างคุณค่าให้แก่องค์กรสำหรับผู้ถือหุ้น และเป็นค่านิยมหลักขององค์กร เพื่อนำไปสู่การสื่อสารในการสร้างแบรนด์การส่งเสริมการตลาด หรือแม้แต่การลดต้นทุนให้กับองค์กร ซึ่งแนวทางการปฏิบัติ (Initiatives) สำหรับ CSR นั้นมีหลายรูปแบบเช่น CSR ภายในกระบวนการ (In-process) ก็คือ CSR ที่อยู่ในกระบวนการดำเนินธุรกิจของบริษัทตั้งแต่กระบวนการจัดหาวัตถุดิบ การผลิตจนถึงการทำตลาด CSR ที่อยู่นอกเหนือจากกระบวนการธุรกิจเช่น การบริจาคให้แก่ชุมชน การพัฒนาการศึกษา เป็นต้น

แนวทางการปฏิบัติของ Phillip Kotler และ Nancy Lee ที่ได้จัดกลุ่มไว้

6 ประเภท คือ

1. การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นทางสังคมในวงกว้าง (Cause Promotions) แนวทางนี้ องค์กรมุ่งรณรงค์ประเด็นปัญหาทางสังคม หรือองค์กรสาธารณกุศลให้เป็นที่รับรู้ในสังคมโดยใช้ความสามารถทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ เพื่อให้สังคมตระหนัก และเกิดการสนับสนุนต่อไป
2. การส่งเสริมสังคมจากการทำการตลาด (Cause-related Marketing) องค์กรสนับสนุนประเด็นทางสังคมโดยการนำส่วนแบ่งรายได้ หรือกำไรจากการขายสินค้าไปบริจาค เพื่อสาธารณกุศล
3. การตลาดเพื่อสังคม (Social Marketing) แนวทางนี้เป็นการใช้เครื่องมือทางการตลาดขององค์กรในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนในสังคม เพื่อให้ลด ละ เลิก หรือปฏิบัติ ในพฤติกรรมบางอย่างที่จะส่งผลให้สังคมดีขึ้น เช่น การเลิกสูบบุหรี่ การสวมหมวกกันน็อก เป็นต้น
4. การบริจาค (Corporate Philanthropy) รูปแบบดั้งเดิม และง่ายที่สุด ก็คือการบริจาค ทั้งเงิน สินค้า หรือสิ่งของ เพื่อเป็นสาธารณกุศลเช่น ให้กับมูลนิธิ โรงเรียน หรือชุมชน เป็นต้น
5. การอาสาสมัครช่วยเหลือชุมชน (Volunteering) แนวทางนี้มุ่งเน้นให้องค์กรกับ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในสังคมเป้าหมายมีความสัมพันธ์อันดี โดยการให้ผู้บริหาร พนักงาน ตลอดจน การชักชวนลูกค้า หรือคู่แข่งเข้าไปมีส่วนร่วมกับกิจกรรม เพื่อสังคมในพื้นที่ เช่น การร่วมพัฒนา ชุมชนในท้องถิ่น การร่วมกันสร้างอาคาร หรือสอนหนังสือให้แก่เด็กนักเรียนในชนบท เป็นต้น

6. การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Business Practice) แนวทางนี้จะเหมือนกับ CSR in process นั่นก็คือการพัฒนา ปรับปรุงการดำเนินธุรกิจขององค์กร เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบด้านลบกับสังคม และสิ่งแวดล้อม หรือให้เกิดขึ้นน้อยที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ เช่น การลดการใช้น้ำ การใช้พลังงานสะอาด เช่น พลังงานลม เพื่อลดปริมาณก๊าซที่ก่อให้เกิดภาวะเรือนกระจก เป็นต้นจะเห็นได้ว่าแนวทางการปฏิบัตินั้นเราสามารถเลือกได้ตามความเหมาะสม และทุกแนวทางสามารถสร้างสรรค์ประโยชน์ให้เกิดขึ้นได้ทั้งองค์กร และสังคม ตัวอย่างเช่น การที่ Motorola ในอเมริกาหันมาใช้พลังงานสะอาด เช่น พลังงานแสงอาทิตย์ และพลังงานลม โดยการสร้างโรงงานผลิตใหม่ นอกจากจะทำให้สิ่งแวดล้อมดีขึ้นแล้ว Motorola สามารถลดค่าใช้จ่ายได้ปีละมากกว่าหลายล้านเหรียญต่อปี อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าจะเลือกแนวทางใด สิ่งที่สำคัญก็คือแก่นของ CSR การให้ความสำคัญกับการทำจากภายในสู่ภายนอกการให้ความสำคัญกับประเด็นปัญหา หรือผลกระทบทางลบที่องค์กรสร้างขึ้นกับสังคมเป็นอันดับแรก และนำไปสู่การสร้างคุณค่าที่แท้จริงให้เกิดขึ้นทั้งกับสังคม และองค์กรอย่างยั่งยืนไปพร้อมๆกัน

กระบวนการส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนกับอุตสาหกรรม

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมควรมีการบริหารจัดการ หรือกิจกรรมการมีส่วนร่วมของชุมชน

1. มีการศึกษาวัฒนธรรม
2. การสร้างงาน และการพัฒนาทักษะ
3. การพัฒนา และเข้าถึงเทคโนโลยี
4. การสร้างรายได้ และส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน
5. การลงทุนด้านสังคม
6. สนับสนุนการดำเนินกิจกรรมอาสาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชน และสังคม
7. ร่วมกันรักษาสภาพแวดล้อมในชุมชน และสังคมให้น่าอยู่
8. สนับสนุนให้ชุมชน และสังคมมีระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานต่างๆอย่างเพียงพอ เช่น สถานศึกษา สถานพยาบาล ถนน เป็นต้น
9. สนับสนุน และมีส่วนร่วมในการบำเพ็ญประโยชน์สาธารณะ เช่น การจัดกิจกรรม
10. ส่งเสริมการทาความดีลดอบายมุข เพื่อความอยู่ดีมีสุขภายใต้หลักเศรษฐกิจพอเพียง เป็นต้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โชติรัตน์ ศรีสุข (2554) ทำการศึกษากลยุทธ์การสื่อสาร และการรับรู้รูปแบบโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) โดยการให้ความหมายรูปแบบ กลยุทธ์การสื่อสาร และการรับรู้รูปแบบโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ของบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ลักษณะการศึกษาเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการวิจัยเอกสาร และสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากบุคคลากรในบริษัท และผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ และใช้วิธีวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า 1 การให้ความหมายบริษัทได้กำหนดความรับผิดชอบต่อสังคมไว้เป็นลายลักษณ์อักษรโดยมุ่งเน้นการสร้างสรรคสิ่งที่ดีให้แก่สังคม และสิ่งแวดล้อมด้วยการปลูกฝังคนในองค์กร และประชาชนทั่วไปให้อนุรักษ์ และรักษาสิ่งแวดล้อม 2 รูปแบบโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นรูปแบบของการบริจาค เพื่อการกุศลเป็นส่วนมากเป็น CSR- after-process คือการรับผิดชอบต่อสังคมทำอยู่นอกกระบวนการของบริษัท และเป็น Strategic-CSR การทำความรับผิดชอบต่อสังคมในเชิงรุก (Proactive) ที่องค์กรสามารถริเริ่มกิจกรรมด้วยตัวเองให้แก่สังคม 3 กลยุทธ์การสื่อสาร จำแนกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ การสื่อสารภายในใช้การสื่อสารแบบบนสู่ล่าง คือมีการถ่ายทอดจากผู้บริหารระดับสูง ลงสู่ผู้บริหารระดับกลาง ไปถึงผู้ปฏิบัติ และการสื่อสารภายนอกผ่านเครื่องมือทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) ได้แก่ สื่อภาพยนตร์ โฆษณา ป้ายโฆษณาสื่อกลางแจ้ง สื่อสิ่งพิมพ์ การจัดกิจกรรมพิเศษ การเป็นผู้อุปถัมภ์กิจกรรม และสื่อออนไลน์ 4 การรับรู้รูปแบบโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม ผู้บริโภคเห็นว่าการทำโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท มีวัตถุประสงค์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับบริษัท เพื่อเป็นการช่วยเหลือชุมชน และสังคมพักตร์ศุภางค์ ศรีสวัสดิ์ (2554) ทำการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ขององค์กรเครือซีเมนต์ไทย (SCG) และเพื่อศึกษาภาพลักษณ์ขององค์กรเครือซีเมนต์ไทยโดยกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา คือ ผู้บริโภคจำนวน 420 ตัวอย่าง ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยประชากร การวิเคราะห์ความแปรปรวนของประชากรมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป หากพบความแตกต่างจะทดสอบเป็นรายคู่โดยใช้ LSD และการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติองค์กรเครือซีเมนต์ไทย (SCG) โดยส่วนใหญ่มีทัศนคติความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งมีภาพลักษณ์เชิงบวกด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเครือซีเมนต์ไทย (SCG) ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นในระดับ เห็นด้วย ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กรเครือ

ซีเมนต์ไทย (SCG) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง และระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ขององค์กรเครือซีเมนต์ไทย (SCG) ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม(CSR) มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ขององค์กรเครือซีเมนต์ไทย (SCG)

วิภาดา วีระสัมฤทธิ์ (2553) การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมาย เพื่อศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ตัวแปรอิสระได้แก่ ลักษณะประชากรศาสตร์ และความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) 5 ด้าน ได้แก่ การกำกับดูแลกิจการที่ดี การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรมความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค การร่วมพัฒนาชุมชน และสังคม และการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ตัวแปรตาม ได้แก่ ความจงรักภักดีของลูกค้าของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่างคือผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัทแอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไปในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานทดสอบสมมติฐานด้วย Independent t-test, One Way Anova และสถิติการวิเคราะห์เชิงถดถอยพหุฐาน (Multiple Regression Analysis) ผลการทดสอบสมมติฐาน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า

1. ความจงรักภักดีด้านสัดส่วนระยะเวลาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ภายในเครือข่าย AIS มีความสัมพันธ์กับการศึกษา และความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี
2. ความจงรักภักดีด้านการเปลี่ยนระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กับเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี และการร่วมพัฒนาชุมชน และสังคม
3. ความจงรักภักดีด้านการบอกต่อผู้อื่นให้มาใช้บริการเครือข่าย AIS มีความสัมพันธ์กับ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม
4. ความจงรักภักดีด้านความรู้สึกเมื่อมีผู้อื่นพูดถึงเครือข่าย AIS ในทางที่ไม่ดีมีความสัมพันธ์กับเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี
5. ความจงรักภักดีด้านความภูมิใจในสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากสิทธิ AIS Plus หรือสิทธิลูกค้า Serenade มีความสัมพันธ์กับ อายุ การศึกษา อาชีพ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค และการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

Adit Grover (2013) ทำการศึกษาการจัดทำ CSR ของบริษัทเอกชนด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในการพัฒนาองค์กร โดยเห็นว่า ในการจัดทำกิจกรรม เพื่อให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และส่งเสริมคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยจะอุทิศกำไรของบริษัทต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมจากบริษัทเอกชนให้กลับสู่สังคม โดยความช่วยเหลือของบริษัท เอกชน และจะทำการคัดเลือกบริษัทที่มีแนวทางการรับผิดชอบต่อสังคมดีที่สุด ผลการศึกษาพบว่า ตามการศึกษาดำเนินการที่จะสามารถสรุปได้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับภาพลักษณ์ของบริษัท หน่วยงาน และบริษัทเอกชนโดยให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม โดยเป็นไปตามกิจกรรมที่บริษัทกำหนดมีการจัดทำสื่อความรับผิดชอบต่อสังคมที่จะทำให้บริษัทต่าง ๆ มีชื่อเสียงมากขึ้น และทำให้เกิดการแข่งขันกับบริษัทต่าง ๆ มากขึ้น เพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคมีความสนใจ เพื่อสร้างยอดขายให้แก่บริษัทได้มากขึ้นอีกด้วย และการจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นยังส่งผลดีให้กับพนักงานในบริษัท และส่งผลดีกับประเทศอีกด้วย

Mr. SrinivasanRadhakrishnana, Dr. PradnyaChitraob, Dr. AshaNagendrac (2014) ทำการศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ในขับเคลื่อนตลาดสิ่งแวดล้อมการวิเคราะห์ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) จากกรอบทางกฎหมาย และธุรกิจที่มีอยู่ในตลาดขับเคลื่อนสภาพแวดล้อม และสรุปการบังคับใช้ในการพัฒนาประเทศที่มีความสำคัญต่อการเจริญเติบโต นอกจากนี้เรายังมีการถกเถียงกันในเรื่องของกฎหมายที่บังคับใช้ CSR ผลการศึกษาพบว่า การถกเถียงกันของการบังคับกฎหมายความต่อสังคมที่เราเชื่อว่าโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับประสบความสำเร็จในส่วนของวิสัยทัศน์ของบริษัทต่างๆ ในการเจริญเติบโต และการพัฒนาผลประโยชน์ทางการค้าเหล่านี้ผลประโยชน์ที่ผ่านไปยังขั้นต่ำของสังคมหลักฐานสำหรับทฤษฎีดังกล่าวข้างต้นเป็นเพียงบางส่วนของสนับสนุนกฎหมายที่บังคับใช้ แต่ในการใช้กฎหมายดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงการเพิ่มขึ้นของรายได้ และความไม่เท่าเทียมกันระหว่างสังคมชนชั้นที่มีอยู่ เพื่อที่จะลดช่องว่างความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ที่เราจำเป็นต้องลดช่องว่างที่มีอยู่ในการศึกษาสุขภาพ และโภชนาการ และภาคการจ้างงานองค์กรต้องทำงานในเชิงรุกมากขึ้นโดยมีการจัดให้มีกฎหมายความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีความเหมาะสมควบคู่ไปกับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจมากขึ้น

Dimosthenis T. Mousiolis, Apostolos D. Zaridis (2014) ทำการศึกษาผลกระทบต่อโครงสร้างขององค์กรผ่านการดำเนินการตามนโยบายจากความรับผิดชอบต่อสังคม(CSR) มีการศึกษากระบวนการจัดทำนโยบาย และแผนงาน เพื่อดูผลกระทบต่างๆที่เกิดขึ้นของบริษัทต่างๆ ในเรื่องของนโยบายต่างๆ ของบริษัทที่จะส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม และสภาพความเป็นอยู่ของบริษัทที่เกิดขึ้น ผลการศึกษาพบว่า มีการตั้งข้อสังเกตว่าผู้บริหารรับรู้ลำดับความสำคัญอาจจะ

นำไปกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียได้เป็นอย่างดี เช่น การเรียกร้องผู้มีส่วนได้เสียที่เฉพาะเจาะจง และนอกเหนือจากการถกเถียงกันระหว่างผู้มีส่วนได้เสีย ดังนั้น นโยบายเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อการก่อสร้างพื้นฐานขององค์กร ดังนั้น นโยบายที่มาจากทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคมมีผลกระทบต่อโครงสร้างขององค์กรอาจไม่ได้อยู่ในระดับเดียวกันสำหรับทุกคนแต่จะเกิดขึ้นจากภายใน และสภาพแวดล้อมภายนอกมีผลกระทบที่จะปรากฏก็ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมขององค์กร แต่เมื่อบริษัทเริ่มที่จะนำมาใช้ความรับผิดชอบต่อสังคม นโยบายเหตุผลหลักคือ การปกป้องผลประโยชน์และภาพลักษณ์ของพวกเขาในความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย

แนวคิดผู้ทรงคุณวุฒิ

ศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ ผู้บริหารธุรกิจจำนวนมากยังมองไม่เห็นประโยชน์ของ CSR โดยมองงาน CSR จากกรอบความคิดเรื่องต้นทุน-ผลประโยชน์ระยะสั้น นั่นคือ สนใจเพียงแค่ว่า CSR จะทำให้บริษัทได้รับประโยชน์ตอบแทนอย่างไรในแง่ของการเพิ่มผลกำไร หรือยอดขาย ผู้บริหารอีกจำนวนหนึ่งยังต่อต้านการงาน CSR เพราะเห็นว่าเป็นการเพิ่มต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ ส่งผลทำให้ไม่สามารถแข่งขันกับบริษัทอื่นได้ แต่อันที่จริงแล้ว CSR สามารถสร้างคุณประโยชน์ในหลายด้านให้เกิดแก่ธุรกิจได้ โดยประโยชน์ประการแรกคือ การสร้างความน่าเชื่อถือให้กับธุรกิจ งานวิจัยของมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด พบว่า ความน่าเชื่อถือและความสามารถในการประกอบการของบริษัทมีความเชื่อมโยงกัน โดยพบว่า การที่บริษัทสามารถจัดการความสัมพันธ์และความคาดหวังของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเป็นองค์รวมได้จะส่งผลต่อยอดขายมากถึง 4 เท่า และมีการเจริญเติบโตของการจ้างงานถึง 8 เท่า เมื่อเทียบกับบริษัทที่ตอบสนองความต้องการของผู้ถือหุ้นแต่เพียงอย่างเดียว เนื่องจากการทำ CSR ช่วยสร้างภาพลักษณ์ในด้านที่ดีต่อสังคม จึงเป็นภูมิคุ้มกันที่ดีของบริษัท เมื่อถึงคราววิกฤติเกิดกับบริษัท บริษัทที่มีบทบาทแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างต่อเนื่อง มีโอกาสจะได้รับการสนับสนุนจากลูกค้ามากกว่าบริษัทที่ไม่ทำอะไรเพื่อสังคมเลยนอกจากนี้แล้ว CSR ยังช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับนักลงทุน และช่วยบริษัทในการเข้าถึงแหล่งทุน ยกตัวอย่าง ตลาดหลักทรัพย์ในสหรัฐอเมริกา ที่ได้ผลักดันให้มีตลาดหุ้นที่ซื้อขายสำหรับบริษัทที่ดำเนินการด้าน CSR โดยเฉพาะ รวมถึงการสร้างมาตรฐาน และนวัตกรรมในการลงทุนที่โยงกับแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Investment – SRI) ทำให้นักลงทุนทั่วไปตื่นตัว และเห็นประโยชน์ของการลงทุนในบริษัทที่รับผิดชอบต่อสังคม ทั้งประโยชน์ทางสังคมที่จะเกิดขึ้น และประโยชน์ทางการเงิน เมื่อเทียบกับกลุ่มอื่น ตัวอย่างกรณี Dow Jones Group Sustainability Index (DJGSI) ซึ่งเป็นการรวมดัชนีการลงทุนของบริษัทที่มีมุมมองเน้นเรื่องการพัฒนาอย่างยั่งยืนทั้งในอังกฤษ และสหรัฐอเมริกา พบว่ากลุ่มบริษัทใน DJGSI มีผลประกอบการสูงกว่าบริษัทอื่น ๆ ถึง 36.1% ซึ่งหากมองแค่กลุ่มบริษัทด้านพลังงานที่อยู่ในกลุ่มดัชนี DJGSI เปรียบเทียบกับกลุ่มพลังงานที่ไม่ได้อยู่ในกลุ่มนี้ กลุ่มที่อยู่ใน DJGSI มีผล

ประกอบการสูงกว่า 45.3% ดังนั้น SRI จึงมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว และเป็นที่น่าสนใจในหมู่นักลงทุน ปัจจุบันเม็ดเงินลงทุนที่มีการลงทุนในธุรกิจที่มี CSR ที่เรียกว่า SRI มีมูลค่าเกินกว่า 2 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ และมีแนวโน้มที่มากขึ้นเรื่อย

ประการสุดท้าย CSR ช่วยสร้างประสิทธิภาพการดำเนินงาน กล่าวคือ ขณะที่คนมองว่า CSR เพิ่มภาระต้นทุนของธุรกิจแต่ในระยะยาว แต่ข้อเท็จจริงกลับปรากฏว่า การจัดการกระบวนการผลิตที่สอดคล้องกับแนวคิด CSR จะส่งผลช่วยในการลดต้นทุน และเพิ่มประสิทธิภาพ ตัวอย่างเช่น บริษัท ซี.พี. เซเว่นอีเลฟเว่น มีโครงการลดการใช้ไฟฟ้าโดยการปรับเปลี่ยนอุปกรณ์ของบริษัท เมื่อปี 2547 ทำการเปลี่ยนหลอดไฟ 30 สาขาเป็นหลอดประหยัดพลังงานใช้บัลลาสต์อิเล็กทรอนิกส์ และบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศอย่างมีประสิทธิภาพเพียง 8 เดือน มีการเก็บตัวเลขพบว่า ประหยัดค่าใช้จ่ายได้ถึง 90 ล้านบาท จะเห็นได้ว่าการดำเนินงาน CSR ได้ช่วยให้บริษัทลดของเสียในการกระบวนการผลิตได้อย่างมาก

เราคงจะเห็นแล้วว่า CSR มีความสำคัญในการดำเนินธุรกิจถ้าหากธุรกิจที่ประกอบการอยู่มีความเข้าใจอย่างถ่องแท้ และให้ความสำคัญในการดำเนินนโยบายด้าน CSR สิ่งนี้จะสร้างความมั่นคงในการดำเนินธุรกิจมากยิ่งขึ้นหลักการ แนวคิด ทฤษฎีอะไรบางอย่าง ที่เป็นพื้นฐานของแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ(Corporate Social Responsibility : CSR) และมีข้อเหมือนข้อแตกต่างจาก CSR ในปัจจุบันอย่างไรมาเรียนรู้แนวคิดเหล่านี้กัน ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับความชอบธรรม(Legitimacy Theory)แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสาธารณะ (Public Responsibility) ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Theory) ทฤษฎีเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจของบริษัท (Business Ethics Theory) แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นพลเมือง (Corporate Citizenship) แนวคิดเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance: CG) และแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development : SD)

รพีพรรณ วงศ์ประเสริฐ อธิบายถึงอำนาจในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรบุคคลของบริษัท สำหรับการดำเนินธุรกิจว่า แท้ที่จริงแล้วบริษัทได้รับสิทธิ และอำนาจนั้นมาจากสังคมในลักษณะที่เป็นใบอนุญาตชั่วคราว ภายใต้อำนาจในการดำเนินธุรกิจของบริษัทต้องตรงตามความคาดหวังของสังคม และต้องมองย้อนกลับถึงธรรมาภิบาลของบริษัท กระบวนการดำเนินธุรกิจมีผลกระทบทางลบต่อสังคม หรือไม่ มีการทำนุบำรุงสังคมในวงกว้าง หรือไม่ซึ่งสังคมจะทำการตรวจสอบอยู่อย่างสม่ำเสมอ ดังนั้นความเจริญก้าวหน้า หรือความอยู่รอดของบริษัทจึงอยู่ที่บริษัทได้ดำเนินการตรงตามสิ่งที่สังคมคาดหวังมากน้อยเพียงใด แนวคิดนี้เป็นแนวคิดพื้นฐานสำหรับบริษัทในการสร้างความรู้ความเข้าใจเพื่อเป็นแนวทางการทำ CSR เพราะเท่ากับทำให้บริษัทเปลี่ยนแปลงแนวคิดทั้งในเรื่องของการดำเนินธุรกิจ หรือแม้แต่การดำเนินกิจกรรม CSR เองก็ตามจากการที่บริษัทเป็นศูนย์กลาง เป็น

ผู้มุ่งเน้นว่า จะทำอะไรทำอย่างไรไปสู่รูปแบบที่เป็นความต้องการ หรือความคาดหวังของสังคมเป็นหลัก เพื่อคงไว้ซึ่งสิทธิอันชอบธรรมในการคงอยู่ในสังคมต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสาธารณะ (Public Responsibility) แนวคิดนี้ให้ความสำคัญว่า บริษัทจะต้องระมัดระวัง และใส่ใจถึงผลที่ตามมา (Outcome) จากการดำเนินธุรกิจของบริษัทที่เกิดขึ้นในพื้นที่โดยตรง และพื้นที่ต่อเนื่องอื่นๆ นอกเหนือจากพื้นที่ภายในของตนเอง ซึ่งกลายเป็นประเด็นทางสังคม (Social Issues) ต่างๆ ทั้งนี้สังคมจะเป็นผู้กำหนดแนวทางการปฏิบัติให้บริษัทเอง ซึ่งต่อจากนั้นบริษัทมีหน้าที่ที่จะต้องวางนโยบาย และแนวทางการตัดสินใจให้ตรงตามวัตถุประสงค์ และคุณค่าที่สังคมปรารถนาทฤษฎีเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Theory) ทฤษฎีนี้มีการเชื่อมโยงกับเรื่องของความชอบธรรม (Legitimacy) โดยมุมมองจากแนวคิดนี้มุ่งไปยังนโยบายของบริษัทที่สร้างผลกระทบให้เกิดแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับบริษัทไม่ว่าจะเป็นลูกค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น คู่ค้า คู่แข่ง ภาครัฐ และชุมชน เป็นต้น โดยบริษัทมีภาระรับผิดชอบที่จะต้องตอบสนองความต้องการให้แก่กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของตนเอง หรืออีกนัยหนึ่งแนวคิดนี้เป็นเรื่องของจัดการผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Management) ของบริษัทโดยพิจารณาถึงความต้องการ (Need) และความสนใจ (Interest) และผลกระทบ (Effect) ที่เกิดขึ้นจากนโยบาย และการดำเนินงานของบริษัท เพราะการที่บริษัทจะสามารถดำรงอยู่ ดำเนินเจริญก้าวหน้า และล่มสลายถือเป็นความชอบธรรมของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับบริษัทเป็นผู้กำหนดนั่นเองทฤษฎีเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจของบริษัท (Business Ethics Theory) จะเกี่ยวข้องถึงทฤษฎีปทัสสถาน หรือ Norm Theory ซึ่งหมายถึงการที่ผู้นำของบริษัทที่เป็นผู้รับผิดชอบในการใช้ศีลธรรม (Moral) เป็นเครื่องมือตัดสินใจในการกำหนดนโยบาย และกลยุทธ์ของบริษัท หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือการมีผู้นำที่มีศีลธรรม (Moral leadership) เป็นผู้กำหนดแนวทางการปฏิบัติขององค์กรที่เกิดคุณค่ามากกว่าข้อกำหนดของบริษัท หรือตามความต้องการของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ยังคำนึงถึงคุณค่าทางจริยธรรมอื่นๆ เช่น ความเสมอภาค เสรีภาพ และความเป็นธรรมอีกด้วย

แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นบรรษัทพลเมือง (Corporate Citizenship) แนวความคิดนี้มองบริษัทเป็นหน่วยหนึ่งเทียบเท่ากับบุคคล ดังนั้น บริษัทต้องมีหน้าที่เป็นพลเมืองที่ดีของรัฐเช่นเดียวกัน จากแนวคิดของ Carroll และ Buchholz (1999) ความรับผิดชอบ 4 ประการของพลเมือง (Economic, Legal, Ethical และ Philanthropic Responsibilities) ก็คือความรับผิดชอบด้านมนุษยธรรม (Philanthropic Responsibility) เพื่อช่วยให้สังคมเกิดการพัฒนาย่างยั่งยืน เป็นการมองบริษัทในระดับเดียวกับบุคคลนั้นก็คือ การบริจาคโดยความสมัครใจ เพื่อช่วยให้สังคมดีขึ้นอย่างยั่งยืนนั่นเอง การสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท หรือ CSR เป็นหลักเบื้องต้นที่ทำให้เข้าใจถึงแนวคิด บทบาทของบริษัทในความรับผิดชอบต่อสังคมว่าทำไมจึงต้องมี ควรจะดำเนินไปในทิศทางใด และอยู่ส่วนไหนของบริษัท

แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development : SD) การพัฒนาที่สามารถสนองความต้องการที่จำเป็นของคนรุ่นปัจจุบัน โดยไม่กระทบต่อขีดความสามารถในการสนองความต้องการที่จำเป็นของคนในรุ่นต่อไป” ซึ่งแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนจะคำนึงถึงมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม หรือ Profit-People-Planet

การพัฒนาที่ยั่งยืน มีลักษณะที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1. เป็นเรื่องของการพัฒนา เพื่อตอบสนองความต้องการของสังคมภายใต้ข้อจำกัดทางสภาพแวดล้อมที่ไม่ส่งผลกระทบต่อขีดความสามารถในการสนองความต้องการที่จำเป็นของคนในรุ่นต่อไป

2. คำนึงถึงมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ที่มีความเชื่อมโยงกัน เช่น การจัดการความยากจน จำเป็นต้องคำนึงถึงการพิทักษ์สิ่งแวดล้อม และความเป็นธรรมทางสังคมประกอบกัน

3. มุ่งหมายที่จะบรรลุถึงสถานะแห่งความยั่งยืนของสังคมโลกโดยรวม ไม่ใช่เพื่อความยั่งยืน หรือความสามารถในการอยู่รอดขององค์กรใดองค์กรหนึ่ง ซึ่งหมายรวมถึง วิธีการบริโภคอย่างยั่งยืน และแหล่งทรัพยากรที่ยั่งยืนสถานะแห่งความยั่งยืนนั้น ถูกจัดให้เป็น “ผล” การดำเนินงาน ขณะที่ความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ จะเป็นปัจจัยหลัก หรือ “เหตุ” ที่เกื้อหนุนให้ได้มาซึ่งความยั่งยืนจากการประกอบกิจการที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจ เพื่อสังคม (social enterprise)

คำว่า ‘วิสาหกิจ’ (enterprise) ตามพจนานุกรม หมายถึงการประกอบการที่ขาดสลับซับซ้อน หรือเสี่ยงต่อการขาดทุนล้มละลาย มีความหมายกว้างกว่าธุรกิจ หมายรวมถึงการประกอบการที่มีใจ เพื่อการค้า (ที่หมายถึง การซื้อขายสินค้า หรือบริการ) หรือได้รวมถึงเรื่องที่เป็นราชการเข้าไว้ด้วย เมื่อมีการเติมคำขยายว่าเป็น วิสาหกิจ เพื่อสังคม (social enterprise) จึงทำให้การประกอบการเหล่านี้ ล้วนต้องมีวัตถุประสงค์ที่จะสนองตอบต่อเป้าหมายทางสังคม (และสิ่งแวดล้อม) เป็นหลัก วิสาหกิจ เพื่อสังคมนั้นรูปแบบขององค์กรเป็นได้ทั้งองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร (non-profits) และที่แสวงหากำไร (for-profits) ซึ่งหากมีกำไร ก็จะนำกำไรส่วนใหญ่ไปขยาย หรือลงทุนในกิจการ หรือโครงการ เพื่อสังคมต่อ และกำไรบางส่วนแบ่งปันกลับคืนให้เจ้าของได้ ขณะที่คำว่า ธุรกิจ เพื่อสังคม (social business) รูปแบบขององค์กรนั้นเป็นแบบที่แสวงหากำไรอย่างเดียว และกำไรที่ได้ต้องใช้หมุนเวียนในธุรกิจ เพื่อสังคมทั้งหมด ไม่ปันกลับไปให้ผู้ถือหุ้น ดังนั้น ธุรกิจ เพื่อสังคม จึงเป็น subset ของวิสาหกิจ เพื่อสังคม ทฤษฎี และแนวคิดทั้งหลายทั้งหมดดังกล่าวนี้ ถือเป็นพัฒนาการที่สำคัญ และเกิดขึ้นตามวัตถุประสงค์ในแต่ละช่วงของความเป็นไปของโลก และสังคมจนมาถึงปัจจุบันที่ตกผลึกมาเป็น CSR

วารสารสามโลก กล่าวว่า CSR เป็นคำที่รู้จักกันอย่างกว้างขวางในสังคมไทย ในรอบ 20 ปีที่ผ่านมา และเข้าใจกันโดยทั่วไปว่าเป็นการ ทำบุญ ของธุรกิจ อย่างไรก็ตาม หากเจาะลึก ลงไปแล้วก็จะพบว่า CSR นั้น มีหลายแนวคิดด้วยกัน CSR (Corporate Social Responsibility) เป็น ที่เริ่มรู้จักกันในโลกตะวันตก ตั้งแต่ปลายทศวรรษ 1960 เมื่อผู้นำทางความคิดของโลกชี้ให้เห็นว่า มิใช่เพียงผู้ถือหุ้น หรือเจ้าของธุรกิจเท่านั้นที่ถูกผลกระทบจากการประกอบธุรกิจไม่ว่า ประสบ ความสำเร็จ หรือล้มเหลว หากแท้จริงแล้วยังมีผู้อื่นอีกซึ่งเรียกรวมกันว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders) เกี่ยวพันอยู่ด้วย ซึ่งได้แก่พนักงาน ผู้ขายวัตถุดิบ ผู้จัดส่งสินค้า ชุมชน สังคม ฯลฯ คนเหล่านี้ล้วนมีชะตากรรมร่วมกับองค์กรอย่างแยกไม่ออกเมื่อความจริงเป็นเช่นนี้ธุรกิจจึงไม่อาจ ให้ความสนใจเฉพาะแก่ผู้ถือหุ้นเท่านั้น จำเป็นต้องมองออกไปกว้างกว่าเดิม ดังนั้นการคำนึงถึง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจึงควรเป็นส่วนหนึ่งของการประกอบธุรกิจ ความจริงที่สำคัญก็คือการอยู่รอด ในระยะยาวของธุรกิจต้องพึ่งพิงซึ่งกัน และกันโดยสร้างสภาวะการณ์ win-win ขึ้นอย่างไรก็ดี CSR มีพัฒนาการอยู่ตลอดเวลา นับตั้งแต่ปลายทศวรรษ 1960 จนถึงปัจจุบัน ถ้าจะสรุปก็มีไม่ต่ำกว่า 3 แนวคิด หรือเวอร์ชันดังนี้

1. CSR เวอร์ชัน 1.0 คือ CSR ที่เรารู้จักกันทั่วไป คือ ความมีใจเป็นกุศล ความมี จิตอาสา และจิตสาธารณะของธุรกิจ เรามักเห็นการบริจาค หรือการทำโครงการสาธารณกุศลต่างๆ ของเอกชน ซึ่งเป็นพื้นฐานของเวอร์ชันนี้ เวอร์ชัน 1.0 คือ การพยายามทำดี เพื่อหวังผลตอบแทน หรืออาจไม่หวังผลตอบแทนในระยะสั้น หรือทำการกุศลด้วยการตระหนักรู้ถึงการได้รับกำไรใน ระยะยาวตลอดจนการอยู่รอดร่วมกันขององค์กร และสังคม

2. CSR เวอร์ชัน 2.0 คือ ความกลมกลืนระหว่าง CSR ของธุรกิจไปกับกลยุทธ์ธุรกิจ ขององค์กร เช่น จะบริจาคเงินเป็นร้อยละของกำไร จะบริจาคเท่านั้นเท่านั้นบาทต่อชิ้นที่ขายได้ให้แก่ สาธารณกุศล จะร่วมกันพิทักษ์สิ่งแวดล้อมด้วยการใช้ผลิตภัณฑ์ขององค์กรที่มุ่งรักษาความเขียว เป็นหลัก ฯลฯ ในเวอร์ชันนี้ถึงแม้องค์กรจะตั้งใจทำดี เพื่อให้อยู่รอดด้วยกันทุกฝ่าย แต่การทำดีนั้น ก็สอดคล้องไปกับกลยุทธ์ของธุรกิจไม่ว่าจะเปิดเผย หรืออย่างแนบเนียนก็ตามที่ทั้งสองเวอร์ชัน ถูกวิจารณ์ตลอดมาด้วยวาทะ และความคิดของประชาชนว่า CSR คือการสร้างภาพให้ดูสวยหรู (window dressing) การสร้างภาพลักษณ์ หรือสาธารณกุศลเชิงการตลาด ฯลฯ ซึ่งผู้มีใจเป็นธรรม ทั้งหลายคงไม่อาจปฏิเสธได้ว่าในหลายกรณีก็มีความจริงอยู่มาก

3. CSR เวอร์ชัน 3.0 เกิดจากบทความของ Michael Porter (ไม่ใช่ Harry Potter) และ Mark Kramer ชื่อ The Big Idea : Creating Shared Value, Rethinking Capitalism ตีพิมพ์ในปี 2011 ถึงแม้เวอร์ชันนี้จะยังอยู่ในขอบเขตของ “doing well by doing” เหมือนสองเวอร์ชันแรก แต่ไม่ เกี่ยวข้องกับแนวคิดเรื่องความรับผิดชอบต่อซึ่งอยู่ในสองเวอร์ชันนี้ หากเกี่ยวกับเรื่องการสร้างคุณค่า

(creating value) เวอร์ชัน 3.0 ไม่ถูกจำกัดไว้ด้วยงบประมาณเหมือนสองเวอร์ชันแรก หากองค์ประกอบสำคัญ คือ การสร้างคุณค่าร่วมกัน (Creating Shared Value หรือ CSV) ขึ้นในองค์กร เพื่อที่จะนำไปขับเคลื่อนสร้างสรรค์สิ่งดีงามของสังคมอย่างยั่งยืน CSR ชนิดนี้อยู่บนความเชื่ออย่างจริงใจว่าความก้าวหน้าของสังคม และของธุรกิจเชื่อมถึงกัน และความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจกับความกินดีอยู่ดีของสังคมนั้นพึ่งพาซึ่งกัน และกัน ในเวอร์ชัน 3.0 CSV ในธุรกิจทั้งหลายจะก่อให้เกิดแรงผลักดันช่วยสร้างความยั่งยืนให้แก่ธุรกิจในระยะยาวพร้อมไปกับความก้าวหน้าของสังคม และถ้าองค์กรสามารถสร้าง CSV หรือ “คุณค่าภายในร่วม” เช่นนี้ขึ้นในใจของสมาชิกสังคมด้วยแล้ว ก็จะทำให้สามารถบรรลุเป้าหมายของการอยู่ร่วมกันของธุรกิจและสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ตัวอย่างของ CSV ก็คือความรักศรัทธาในการรักษาสิ่งแวดล้อม การชื่นชมความดีงามการสร้างสิ่งที่มีประโยชน์แก่สังคม การประหยัดการใช้ทรัพยากรของโลก การศรัทธาในการให้ ฯลฯ ธุรกิจที่สร้าง CSV ขึ้นในองค์กรได้สำเร็จจะขับเคลื่อนให้ CSR ขององค์กรนั้นสร้างสรรค์สิ่งที่มีคุณค่าแก่สังคมอย่างยั่งยืนเพราะเป็นไปโดยอัตโนมัติทุกเวอร์ชันของ CSR ล้วนเกี่ยวกับการให้ซึ่งเป็นประโยชน์แก่โลก แต่ประเด็นสำคัญของ CSR นั้นอยู่ที่ความจริงใจขององค์กร การให้แก่ตนเองนั้นอยู่ทนแต่ขณะที่ตนเองมีชีวิตอยู่ แต่การให้คนอื่นนั้นจะอยู่คงทนตลอดไป

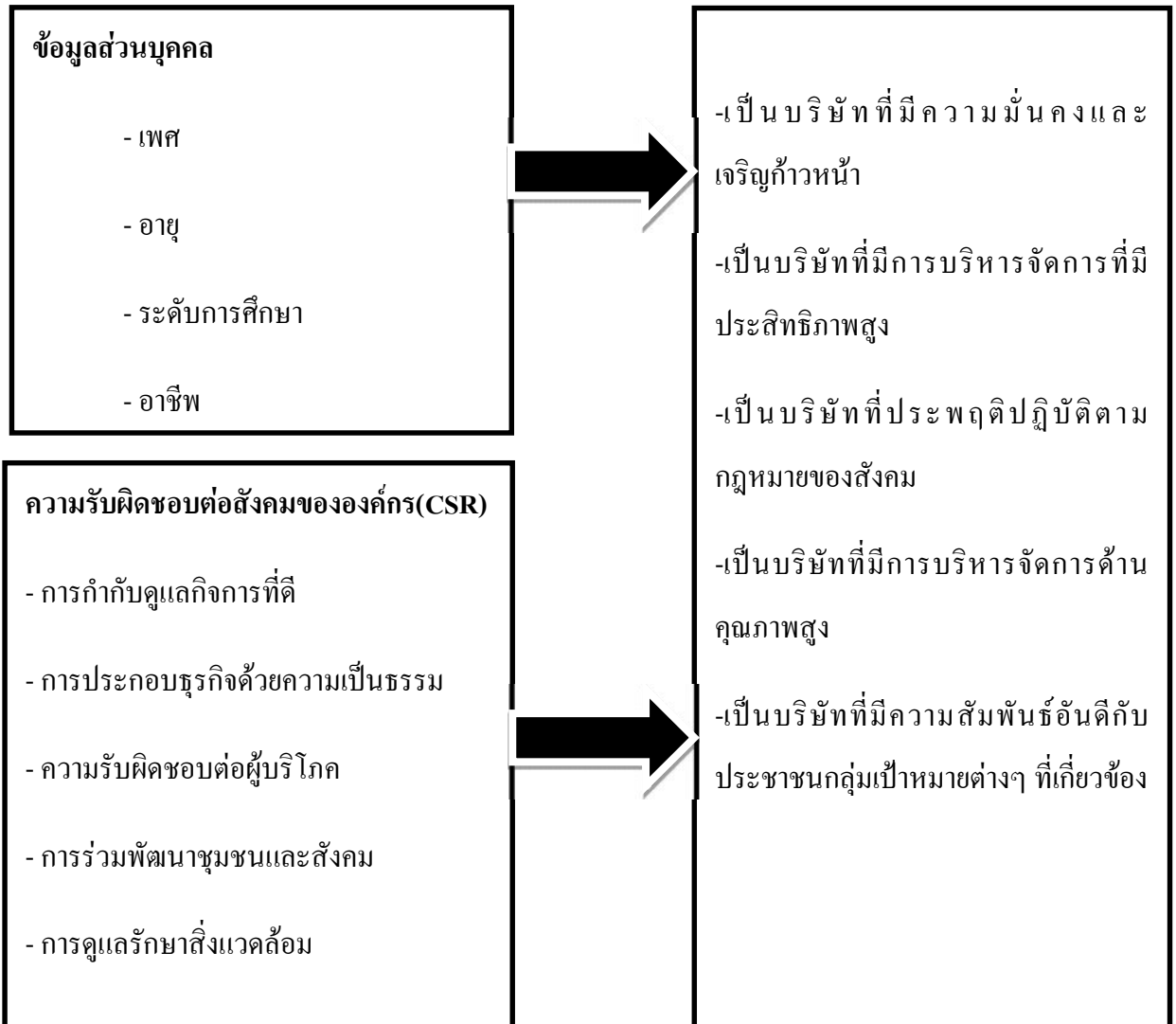
กรอบความคิดของการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) ประกอบด้วยตัวแปรที่ทำการวิจัย คือ ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) และตัวแปรตาม (Dependent Variable) ดังนี้

แผนภาพที่ 2 – 1 กรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR)

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)

ตัวแปรตาม



สรุป

การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนจากอดีต ประชาชนเกิดความไม่เข้าใจ กระบวนการต่างๆภายในโรงงานจึงเกิดความเคืองร้อน และไม่มีช่องทางในการสื่อสารกับโรงงาน ได้ จึงทำให้คนในชุมชนเกิดมุมมองด้านลบต่อ โรงงาน และภาครัฐ ปัจจุบันการเข้าถึงคนในชุมชนง่ายขึ้นทำให้คนในชุมชนได้รับข้อมูลข่าวสาร และมีช่องทางการสื่อสารกับ โรงงาน และเมื่อคนในชุมชนเข้าใจมากขึ้นจึงทำให้ยอมรับ โรงงานเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน และคนในชุมชนยังได้รับความเป็นธรรมในการใช้ทรัพยากร และยังมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ

ในการดำเนินการจัดทำ CSR องค์กรสามารถสร้างรายได้ และส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น จากการที่ลูกค้าพิจารณาเลือกซื้อสินค้า และบริการจากองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม และไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น การส่งเสริมการขายด้วยการบริจาครายได้ส่วนหนึ่งต่อทุกๆการซื้อผลิตภัณฑ์ในแต่ละครั้งให้แก่หน่วยงาน หรือมูลนิธิที่ช่วยเหลือสังคมในด้านต่างๆการจัดทำ CSR ขึ้นนั้นก่อให้เกิดประโยชน์ให้แก่บริษัท และองค์กรทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม กิจกรรม เพื่อสังคม และสิ่งแวดล้อมต่างๆที่บริษัท หรือองค์กรกำหนดขึ้นทำให้ภาพลักษณ์ของบริษัทดีขึ้น และเป็นการช่วยเหลือสังคมก่อให้เกิดผลประโยชน์ที่จะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาระบบ CSR เพื่อการจัดการกากของเสียอุตสาหกรรมแบบยั่งยืน” ผู้วิจัยได้มีกระบวนการดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนในการดำเนินงานวิจัย

1. ดำเนินการรวบรวมข้อมูลทั้งทุติยภูมิ และข้อมูลปฐมภูมิของกิจกรรมการทำ CSR ของโรงงานที่เป็นแหล่งกำเนิดกากของเสียอุตสาหกรรมจำนวน 5 โรงงาน ที่มีผลการดำเนินงานด้านการทำ CSR ได้ผลในระดับดีถึงดีมากทั่วประเทศ
2. สร้างแบบสอบถามโดยอาศัยกรอบแนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรตามเกณฑ์มาตรฐานของกรมโรงงานอุตสาหกรรม และนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ไปให้กับโรงงานอุตสาหกรรมที่ผ่านการคัดเลือกเบื้องต้น
3. สังเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งผู้ปฏิบัติผู้ควบคุม และองค์กรอิสระ เพื่อถามความคิดเห็น และผลกระทบจากการดำเนินงานกระบวนการทำงาน ขั้นตอนในการปฏิบัติ และรับฟังข้อเสนอแนะที่จะเป็นประโยชน์ เพื่อทำการสรุปแนวทางยุทธศาสตร์การจัดการกากของเสียอุตสาหกรรมของประเทศ
4. สรุป และหาแนวทางการกำหนดยุทธศาสตร์จัดทำข้อสรุป และข้อเสนอแนะแนวทางที่ได้จากการสังเคราะห์ข้อมูล และนำเสนอเป็นแนวทางการพัฒนาตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

แนวทางการสังเคราะห์ผลการดำเนินงาน

เกณฑ์ในการตอบแบบสอบถาม เพื่อเข้ารับการพิจารณาคัดเลือกรับรางวัลจะต้องประกอบด้วยความแม่นยำ (accuracy) ความครอบคลุม (coverage) ความมีนัยสำคัญ (materiality) และความชัดเจน (clarity) โดยประเด็นที่อยากจะกล่าวถึงในที่นี้คือ เรื่องความครอบคลุม และความมีนัยสำคัญของเนื้อหาการดำเนินงานด้านสังคม และสิ่งแวดล้อมในเรื่องของความครอบคลุมการเตรียมข้อมูลการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ ในส่วนแรกควรมีรายละเอียดที่ระบุถึงความมุ่งมั่น และเจตนารมณ์ขององค์กรที่เรียกว่าเป็น commitment หรือ engagement ในเรื่อง CSR

ซึ่งจะปรากฏอยู่ในนโยบาย วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม หรือแผนการดำเนินงานด้านสังคม และ สิ่งแวดล้อมขององค์กร รวมถึงการจัดตั้งคณะกรรมการหรือคณะทำงานด้าน CSR ตลอดจนการจัดทำแผนแม่บท แผนปฏิบัติการ หรือรายงานด้านสังคม และสิ่งแวดล้อมประจำปีในส่วนที่สอง เป็นรายละเอียดการดำเนินงานด้านสังคม และสิ่งแวดล้อมที่เรียกว่า practices ขององค์กรในเรื่อง CSR ซึ่งควรต้องครอบคลุมในเรื่องหลักๆ ตามแนวปฏิบัติหรือมาตรฐานทาง CSR ที่เป็นสากลหรือเป็นที่ยอมรับในวงกว้าง ได้แก่ การกำกับดูแลองค์กร (organizational governance) สิทธิมนุษยชน (human rights) การปฏิบัติด้านแรงงาน (labour practices) สิ่งแวดล้อม (the environment) การปฏิบัติดำเนินงานอย่างเป็นธรรม (fair operating practices) ประเด็นด้าน ผู้บริโภค (consumer issues) การมีส่วนร่วม และพัฒนาชุมชน (community involvement and development) และนวัตกรรม (innovation) ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

ในเรื่องของความมีนัยสำคัญ เนื่องจากเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาของแต่ละหน่วยงานผู้มอบรางวัลจะมีรายละเอียดปลีกย่อยที่แตกต่างกันออกไป อย่างไรก็ตามการพิจารณาสาระสำคัญของการดำเนินงานด้านสังคม และสิ่งแวดล้อมจะมีเกณฑ์ที่คล้ายคลึงกันอยู่ 3 ประการ ได้แก่การมุ่งเน้นหลัก (focus) โดยการพิจารณาว่าองค์กรให้การมุ่งเน้นในการดำเนินงานด้านสังคม และสิ่งแวดล้อมนั้นๆ มากน้อยเพียงใด มีการจัดสรรงบประมาณ ทรัพยากร และบุคลากรในการดำเนินงานอย่างเพียงพอหรือไม่ อย่างไร มีการเฝ้าติดตามวัดความก้าวหน้าของการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอหรือไม่ และมีการประเมินผลการดำเนินงาน รวมทั้งผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อสังคมหรือสิ่งแวดล้อมอย่างไรความต่อเนื่อง (continuity) โดยการพิจารณาว่าองค์กรมีความต่อเนื่องในการดำเนินงานด้านสังคม และสิ่งแวดล้อมนั้นๆ มากน้อยเพียงใด มีกำหนดวันเริ่มต้น และวันสิ้นสุดการดำเนินงานในลักษณะใดมีการจัดทำคู่มือการดำเนินงาน เพื่อการมอบหมาย และถ่ายโอนงานอย่างเป็นรูปธรรมหรือไม่ และมีการต่อยอดขยายผลการดำเนินงานไปสู่พื้นที่ดำเนินงานอื่นๆ ด้วยหรือไม่ อย่างไร การร่วมดำเนินงาน (collective action) โดยการพิจารณาการดำเนินงานด้านสังคม และสิ่งแวดล้อมนั้นๆ ว่าเปิดโอกาสให้พนักงาน และบุคคลภายนอกได้มีส่วนร่วมในการดำเนินงานมากน้อยเพียงใด ตั้งแต่กระบวนการคิดค้น และออกแบบการดำเนินงาน ไปจนถึงการมีส่วนร่วมในผลลัพธ์จากการดำเนินงาน หรือเป็นการดำเนินงานที่ร่วมกันระหว่างหลายหน่วยงาน และมีการแบ่งสรรทรัพยากรที่ใช้ในการดำเนินงานร่วมกันอย่างไร วิธีดำเนินการสังเคราะห์งานวิจัยครั้งนี้ เป็นวิธีปริทัศน์แบบพรรณนา (Narrative Review) ที่เป็นการสรุปเชิงเนื้อหาเกี่ยวกับประเด็นที่ศึกษาโดยวิธีการบรรยาย และการวิเคราะห์เนื้อหาที่มีการดำเนินการดังต่อไปนี้

1. การสำรวจรวบรวมงานวิจัยมาสังเคราะห์ด้วยการศึกษาจากฐานข้อมูลวิจัย เพื่อสำรวจรายงานการวิจัยในเบื้องต้น
2. กำหนดประเด็น/ตัวแปรที่แสดงลักษณะ และสาระของงานวิจัย การนำแนวคิด ทฤษฎี และหลักการของศาสตร์ที่หลากหลายในหัวข้อเรื่องเดียวกันมาทำการสรุปให้เห็นเป็นแนวคิด และทฤษฎีเดียวกันมาทำการสรุปให้เห็นเป็นแนวคิด และทฤษฎี
3. อ่าน และทำความเข้าใจสาระในรายงานการวิจัยที่นำมาสังเคราะห์ศึกษาข้อสรุป หรือข้อเสนอแนะทั่วไป (Generalization) ในหัวข้อที่ศึกษาโดยใช้เหตุผลเชิงอุปมาน (Induction Reasoning)
4. สังเคราะห์ผลการวิจัยที่ได้จากการค้นคว้าด้วยการสรุปและเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และจำแนกองค์ความรู้ตามแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
5. วิเคราะห์/สรุป และสังเคราะห์รายงาน สังเคราะห์ผลการวิจัยทั้งหมดนำเสนอผล แปลผลการวิจัย และพิจารณาถึงการนำไปใช้ (Interpret results/determining the applicability of results)

เครื่องมือที่เลือกใช้ในการดำเนินการวิจัย

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวัดตัวแปรต่างๆ ในงานวิจัยเนื่องจากการวิจัยเป็นกระบวนการศึกษาตัวแปรดังนั้นงานวิจัยทุกรูปแบบจึงจำเป็นต้องมีเครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยซึ่งเครื่องมือเหล่านี้ได้แก่ แบบสอบถามการสัมภาษณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ

ทำการศึกษา และรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ได้แก่ หนังสือ ตำรา เว็บไซต์เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อศึกษา และวิเคราะห์เกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎีต่างๆ และนำข้อมูลดังกล่าวมาศึกษา และวางแผนในงานวิจัยโดยข้อมูลต่างๆสรุปได้ดังนี้

1.1 ทำการศึกษาข้อมูลการได้รับรางวัล CSR ของแต่ละโรงงาน

1.2 ทำการศึกษารวบรวมข้อมูลเอกสารที่เกี่ยวข้องกับโรงงานทางด้าน การรับผิดชอบต่อสังคมโดยศึกษานโยบาย และการจัดการโครงสร้างการทำงานภายในองค์กร

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ

เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูล โดยวิธีสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์โดยใช้แนวคำถามแบบไม่มีโครงสร้างคำถามแน่นอน (Unstructured Interview) ซึ่งไม่ได้กำหนดคำตอบไว้ตายตัวจึงมีความยืดหยุ่นสามารถปรับเปลี่ยนได้ เพื่อให้ได้ข้อมูลตรงตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษาที่ผู้ทำวิจัยทำการสัมภาษณ์ด้วยตนเองโดยใช้วิธีการบันทึกเสียง จดรายละเอียด เพื่อรวบรวมข้อมูลที่ได้จากผู้ให้ข้อมูลซึ่งผู้ให้ข้อมูลในส่วนของโรงงานอุตสาหกรรมจำนวน 5 โรงงาน และศึกษาที่อยู่ของพื้นที่แต่ละองค์กร และนโยบายกระบวนการดำเนินงานของแต่ละองค์กร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) และการสัมภาษณ์ ที่สร้างขึ้นจากการศึกษาค้นคว้า และดัดแปลงจากเอกสาร และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และมีความสอดคล้องกับแนวคิด และทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัยโดยจัดทำแบบสอบถาม เพื่อทำการสำรวจการทำงานภายในองค์กร

1. ตัวผู้วิจัยซึ่งเป็นผู้รวบรวมด้วยตนเอง
2. เครื่องบันทึกเสียงสำหรับรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ให้ได้ใจความที่ละเอียดครบถ้วนสะดวกแก่การนำมาถอดความ เพื่อใช้ในการศึกษาควบคู่ไปกับการจดบันทึก
3. การจดบันทึก เพื่อให้สามารถบันทึกประเด็นที่น่าสนใจเพิ่มเติมนอกจากแนวคำถามที่เตรียมไว้ และสามารถเชื่อมโยงข้อมูล และบันทึกข้อมูลเพิ่มเติมช่วยในการเตือนความจำขณะสัมภาษณ์
4. แนวคำถามที่ใช้ในการศึกษาวิจัยการสัมภาษณ์เป็นแนวคำถามแบบเจาะลึก (In – Depth Interview)

การสัมภาษณ์

การสัมภาษณ์โดยการมีการกำหนดเป้าหมาย และวิธีการในการสัมภาษณ์ที่ต้องการของการดำเนินการสัมภาษณ์ทบทวน และพิจารณาถึงสิ่งที่ต้องการในการสัมภาษณ์ เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายวิธีการในการสัมภาษณ์ดังนี้

1. ขั้นตอนของการเตรียมการ (Preparation)
2. การจัดสภาพแวดล้อมสำหรับการสัมภาษณ์ (Setting)
3. การกำกับ และดำเนินการสัมภาษณ์ (Conduct of the interview)
4. ขั้นตอนของการปิดสัมภาษณ์ (Close)
5. ขั้นตอนของการประเมินการสัมภาษณ์ (Evaluation)

แบบสอบถาม

แบบสอบถามเป็นเครื่องมือชนิดหนึ่งที่ตั้งสร้างขึ้น เพื่อใช้วัดความคิดเห็นต่างๆ และการคาดคะเนเหตุการณ์ในอนาคต เพื่อวัดสิ่งที่ต้องการวัดแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับโรงงานแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนทั่วไปเกี่ยวกับโรงงาน ได้แก่ ปีในการดำเนินงานระดับการศึกษาการผลิตต่อวันซึ่งเป็นแบบมีให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple choices) จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต และการจัดการของเสียของโรงงาน จำนวน 8 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านการดำเนินงานตามนโยบายจัดการของเสียของภาครัฐจำนวน 21 ข้อ

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิด CSR กับการดำเนินธุรกิจจำนวน 3 ข้อ

ส่วนที่ 5 แนวปฏิบัติ CSR ประกอบไปด้วยหัวข้อดังนี้

1. การเคารพสิทธิมนุษยชน และการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม
2. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค
3. การร่วมพัฒนาชุมชน และสังคม
4. การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม
5. การจัดทำรายงานด้านสังคม และสิ่งแวดล้อม

สรุป

แนวทางการพัฒนาระบบ CSR เพื่อการจัดการกากของเสียอุตสาหกรรมแบบยั่งยืน โดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ มีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่ศึกษา หรือกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับผลการดำเนินการทำ CSR ของกลุ่มผู้ประกอบการอุตสาหกรรมทั่วประเทศโดยเฉพาะ โรงงานอุตสาหกรรมที่ประกอบกิจการ ที่มีการกำจัดกากของเสียอุตสาหกรรมในประเทศที่เข้าร่วมการประเมินระบบจากจัดการระบบความรับผิดชอบต่อสังคมของกรมโรงงานอุตสาหกรรมโดยประเด็นการรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย

1. รวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ และทุติยภูมิ
2. ข้อมูล กรอบแนวความคิดความรับผิดชอบต่อองค์กรที่ได้จากแบบสอบถาม
3. ข้อมูลที่ได้จากผลการสังเคราะห์ผลจากการสอบถาม และข้อมูลของแต่ละโรงงาน
4. ดำเนินการสรุป และหาแนวทางในการกำหนดยุทธศาสตร์การจัดทำข้อเสนอแนะ

ในการทำ CSR ของโรงงานเหล่านี้ในอนาคต

การสังเคราะห์ผลการดำเนินการโดยใช้วิธีการบรรยายแบบพรรณนาที่ใช้เนื้อหาเกี่ยวกับประเด็นการศึกษาแต่ละประเด็น และมาตรฐานการทำ CSR ที่กำหนดโดยกรมโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องที่ใช้ในการดำเนินการวิจัยประกอบด้วย แบบสอบถาม และการสัมภาษณ์กับกลุ่มผู้ประกอบการ การรวบรวมวิเคราะห์สังเคราะห์ข้อมูลด้านทฤษฎีของกรมโรงงานที่มีระบบการทำ CSR ดีที่สุดจำนวน 5 โรงงาน

แนวทางการสรุปใช้วิธีการสรุปเชิงพรรณนาที่ได้จากการวิเคราะห์สังเคราะห์ข้อมูลด้านทฤษฎีแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์โดยการนำข้อมูลเหล่านั้นมาพัฒนาให้มีความเหมาะสมต่อการปฏิบัติในเรื่องดังกล่าวในอนาคตที่ดีต่อไป

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาระบบ CSR เพื่อการจัดการกากของเสียอุตสาหกรรมแบบยั่งยืนในการสังเคราะห์งานวิจัยครั้งนี้ มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับกระบวนการทำ CSR และขั้นตอนในการทำงานต่างๆ ภายในโรงงานอุตสาหกรรม โดยมีวัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้เพื่อศึกษาแนวปฏิบัติที่ดีในกระบวนการทำ CSR ของโรงงานอุตสาหกรรมที่เป็นแหล่งกำเนิดกากของเสียอุตสาหกรรมของประเทศ และหาแนวทางในการพัฒนาระบบ CSR เพื่อการจัดการกากของเสียอุตสาหกรรมของประเทศแบบยั่งยืน โดยทำการเก็บข้อมูลจากการสอบถาม และแบบสำรวจโรงงานจำนวน 5 แห่ง ประกอบด้วย โรงงานบริษัท พี.เอส.พี.สเปเชียลตี้ส์จำกัด, ห้างหุ้นส่วน เอส.เค.อินเตอร์เคมีคอลจำกัด, บริษัท สหคอนเวเยอร์ไทยจำกัด, บริษัทสุรากระทิงแดง (1988) จำกัด, บริษัท ซีนิต กรีน เอ็นเนอจี จำกัด ผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีรายละเอียดต่อไปนี้

ผลการรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 5 แห่ง

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิที่ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของการประกอบกิจการ ข้อมูลด้านการดำเนินการทำCSR ของแต่ละประเภท การสอบถามเชิงลึกโดยผ่านการสัมภาษณ์ส่วนงานที่เกี่ยวข้องของโรงงาน และผลจากการสังเคราะห์แนวทางปฏิบัติที่ดีเกี่ยวกับ กระบวนการทำ CSR ที่สามารถจะนำมาซึ่งตัวอย่างที่ดีสำหรับโรงงานที่ประกอบกิจการประเภทเดียวกันหรือสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับ โรงงานประเภทอื่นๆต่อไป โดยผลการวิจัยมีดังนี้

1. โรงงาน บริษัท. พี.เอส.พี.สเปเชียลตี้ส์จำกัด

ข้อมูลทั่วไป

ทะเบียนโรงงาน 3-50(4)-2/34 สค ที่ตั้งโรงงาน76หมู่ที่7ตำบล ท่าจีน อำเภอเมือง จังหวัด สมุทรสาคร ดำเนินการตั้งตั้งแต่ปี พ.ศ. 2532 ประกอบกิจการประเภทผลิตน้ำมันหม้อแปลง น้ำมันผสมยาง และน้ำมันฟอก ข้อมูลการดำเนินการทำCSRแบ่งหน่วยงานหรือแผนกที่รับผิดชอบจำนวน 6แผนก และดำเนินการประเมินผลการดำเนินงานโดยวิธีสุผลตอบรับจากผู้บริโภคข้อมูลเกี่ยวกับแบบสำรวจด้านการดำเนินงานทำ CSR ตามนโยบายจัดการของเสียของ

โรงงานอุตสาหกรรมใน 21 ข้อ ตามมาตรฐานกรมโรงงานอุตสาหกรรมผลการดำเนินการตามนโยบายที่หน่วยงานราชการมีการควบคุมเชิงหรือสนับสนุนหรือโรงงานมีการดำเนินการเองมีดังนี้

ตารางที่ 4 - 1 การจัดการของเสียของ บริษัท พี.เอส.พี.สเปเชียลตี้ส์ จำกัด

นโยบายการจัดการของเสีย	โรงงานจัดหา/ทำเอง	รัฐกำหนด/สนับสนุน	ปัญหา และอุปสรรคที่พบ
การแยกเก็บของเสียอันตราย และไม่อันตรายออกจากกัน	✓		
การบันทึกการจัดการของเสียประจำวัน	✓		
การจัดทำแผนฉุกเฉิน	✓		
การฝึกอบรมพนักงานด้านการจัดการของเสีย		✓	
การติดตั้งอุปกรณ์บำบัดของเสีย		✓	
การติดตั้งมาตรวัดปริมาณน้ำเสีย	✓		
การจัดเตรียมอุปกรณ์ความปลอดภัย	✓		
การจัดทำรายงานการจัดการของเสียส่งกรมโรงงาน	✓		
การแจ้งข้อมูลการขนส่งของเสียทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์	✓		
การจัดหาบุคลากรด้านสิ่งแวดล้อม	✓		
การจัดการทำที่เก็บวัตถุดิบหรือของเสีย	✓		
การกำหนดค่ามาตรฐานอากาศ		✓	
การวิเคราะห์ตัวอย่างน้ำเสีย และอากาศ	✓		
การขนส่งของเสียไปกำจัด	✓		
การเก็บของเสียไว้ที่โรงงาน	✓		
การสร้างความร่วมมือระหว่างโรงงาน		✓	
การจัดทำระบบมาตรฐาน ISO 14001	✓		
รางวัลด้านการจัดการของเสีย เช่น Green label	✓		

ตารางที่ 4 – 1 (ต่อ) การจัดการของเสียของ บริษัท พี.เอส.พี.สเปเชียลตี้ส์ จำกัด

นโยบายการจัดการของเสีย	โรงงานจัดหา/ทำเอง	รัฐกำหนด/ สนับสนุน	ปัญหา และ อุปสรรคที่พบ
การเปิดเผยข้อมูลการจัดการของเสียสู่ สาธารณะ	✓		
การอบรมวิชาการด้านการจัดการของเสีย		✓	
การเป็นโรงงานตัวอย่างด้านการจัดการ ของเสีย		✓	

ผลการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับชุมชน

โครงการ เพื่อส่งเสริมจิตสำนึกรักษ์สิ่งแวดล้อมในหมู่พนักงาน โดยบริษัทได้จัดกิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และส่งเสริมให้พนักงานได้มีส่วนร่วมผ่านกิจกรรมอาสาสมัครรูปแบบต่าง ๆ เช่น การปลูกป่า และการอนุรักษ์ป่าชายเลน การปลูกต้นไม้ การแข่งขันประหยัดพลังงาน และการจัดนิทรรศการ และกิจกรรม เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการจัดโครงการรณรงค์/ส่งเสริม และให้ความรู้ด้านสุขภาพอนามัย และโภชนาการแก่พนักงาน ในนิคมฯ และชุมชน

ผลการดำเนินการเกี่ยวกับเครือข่าย

การนำกระบวนการมีส่วนร่วมของพนักงาน/ลูกจ้างให้เข้ามามีบทบาทในการร่วมแสดงความคิดเห็นต่อกิจกรรมขององค์กรในด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นการสร้างความตระหนักถึงเรื่อง CSR ให้เข้มแข็งขึ้น โดยสมาชิกเครือข่ายฯ มีส่วนร่วมคิด สร้างสรรค์ในกระบวนการจัดทำแผนงาน/โครงการด้าน CSR ของ โรงงาน

ผลที่ได้จากการสังเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลของ บริษัท. พี.เอส.พี.สเปเชียลตี้ส์ จำกัดเป็น โรงงานที่ประกอบกิจการ ผลิตน้ำมันหม้อแปลง น้ำมันผสมยาง และน้ำมันฟอก วัตถุดิบที่ใช้คือ น้ำมันหล่อลื่นพื้นฐาน, จาระบี, ELECTROLA, BOTTOM, RESIDUC, SOLVENT ของเสียที่ได้จากกระบวนการผลิตคือ ฝุ่นละออง, น้ำทิ้ง บริษัท. พี.เอส.พี.สเปเชียลตี้ส์ จำกัด ทำการกำจัดของเสียที่เกิดจากกระบวนการผลิตในโรงงานโดยมีการกำจัดของเสียเองภายในโรงงานส่วนใหญ่ และบางส่วนให้รัฐกำจัด

แนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับ CSR กับการดำเนินธุรกิจ โรงงานมีความเห็นว่าการทำงาน CSR มีความสำคัญกับโรงงานอุตสาหกรรมเป็นอย่างมากเนื่องจากเป็นโรงงานที่คนในสังคมส่วนใหญ่ จ้องมองว่าจะมีผลกระทบมากจึงควรเปิดกว้างในทุกเรื่อง เพื่อให้ความสงสัยหมดไป และมีความไว้ใจ และเชื่อมั่นต่อคนส่วนมาก เพื่อนำมาซึ่งความยั่งยืนในทุกๆภาคส่วน และทางโรงงานมีการนำแนวคิด CSR มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ โดยมีกระบวนการนำไปใช้โดยนำมาใช้ในเรื่องของ คุณภาพสินค้า ความปลอดภัยในทุกๆสภาพแวดล้อม สังคม ชุมชน ตลอดจนสร้างเชื่อมั่น โปร่งใสกับลูกค้า คู่ค้า และคู่แข่ง การส่งเสริมคุณภาพชีวิตความก้าวหน้าให้กับครอบครัวพนักงาน ศักยภาพความปลอดภัยคุณภาพ และความยั่งยืนของธุรกิจควบคู่กับสิ่งแวดล้อมชุมชน และสังคม

2. ห้างหุ้นส่วน.เอส.เค.อินเตอร์เคมีคอลจำกัด

ข้อมูลทั่วไป

ทะเบียนโรงงาน 3-48(12)-1/44 สคที่ตั้งโรงงาน 59/16 ซอย วัดปากบ่อ ถนน พระรามที่ 2 ม.8 ตำบล บางกระบือ อำเภอ เมือง จังหวัดสมุทรสาครดำเนินการตั้งปี พ.ศ. 2544 ประกอบกิจการประเภทผลิตสารเคมีประเภทเฟอริคคลอไรด์ ข้อมูลการดำเนินการทำ CSR ของ โรงงาน แบ่งหน่วยงานหรือแผนกที่รับผิดชอบจำนวน 5 แผนก และดำเนินการประเมินผลการ ดำเนินงานโดยวิธีศึกษาถึงผลเสียที่เกิดจากการดำเนินงานภายในองค์กร

ข้อมูลเกี่ยวกับแบบสำรวจด้านการดำเนินงานทำ CSR ตามนโยบายจัดการของ เลียของโรงงานอุตสาหกรรมใน 21ข้อตามมาตรฐานกรมโรงงานอุตสาหกรรม

ผลการดำเนินการตามนโยบายที่หน่วยงานราชการมีการควบคุมจูงใจหรือ สนับสนุนหรือโรงงานมีการดำเนินการเองมีดังนี้

ตารางที่ 4 - 2 การจัดการของเสียของ ห้างหุ้นส่วน.เอส.เค.อินเตอร์เคมีคอลจำกัด

นโยบายการจัดการของเสีย	โรงงาน จัดหา/ทำเอง	รัฐกำหนด/ สนับสนุน	ปัญหา และ อุปสรรคที่พบ
การแยกเก็บของเสียอันตราย และ ไม่นำอันตราย ออกจากกัน	✓		
การบันทึกการจัดการของเสียประจำวัน	✓		
การจัดทำแผนฉุกเฉิน	✓	✓	
การฝึกอบรมพนักงานด้านการจัดการของเสีย	✓		
การติดตั้งอุปกรณ์บำบัดของเสีย	✓		
การติดตั้งมาตรวัดปริมาณน้ำเสีย		✓	
การจัดเตรียมอุปกรณ์ความปลอดภัย	✓		
การจัดทำรายงานการจัดการของเสียส่งกรม โรงงาน	✓	✓	
การแจ้งข้อมูลการขนส่งของเสียทางสื่อ อิเล็กทรอนิกส์	✓	✓	
การจัดหาบุคลากรด้านสิ่งแวดล้อม	✓	✓	
การจัดการทำที่เก็บวัตถุอันตรายของเสีย	✓	✓	
การกำหนดค่ามาตรฐานอากาศ	✓	✓	
การวิเคราะห์ตัวอย่างน้ำเสีย และอากาศ	✓	✓	
การขนส่งของเสียไปกำจัด		✓	
การเก็บของเสียไว้ที่โรงงาน	✓		
การสร้างความร่วมมือระหว่างโรงงาน	✓		
การจัดทำระบบมาตรฐาน ISO 14001	✓		
รางวัลด้านการจัดการของเสีย เช่น Green label		✓	
การเปิดเผยข้อมูลการจัดการของเสียสู่สาธารณะ	✓		
การอบรมวิชาการด้านการจัดการของเสีย	✓		
การเป็นโรงงานตัวอย่างด้านการจัดการของเสีย	✓	✓	

ผลการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับชุมชน

โครงการบริจาคเงิน และสิ่งของอุปกรณ์ที่จำเป็น เพื่อช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัย หรือภัยธรรมชาติต่างๆ ทั่วประเทศ โดยในแต่ละปี บริษัทฯ จะชักชวนให้พนักงานร่วมอาสาบริจาค ถุงยังชีพเป็นจำนวนมาก ล่วงหน้า เพื่อเตรียมแจกจ่ายให้กับผู้ประสบภัยได้อย่างทันท่วงที นอกจากนี้ยังได้ร่วมสนับสนุนทุนการศึกษาเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัยทาง และสนับสนุน ด้านการศึกษา และการออกกำลังกายให้กับพนักงาน และชุมชน

ผลการดำเนินการเกี่ยวกับเครือข่าย

เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารกิจกรรม CSR ขององค์กรระหว่าง เพื่อนร่วมงาน ซึ่งทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้อมูลระหว่างกันในรูปแบบ Two-way Communication อันทำให้เกิดการขยายสมาชิกเครือข่าย CSR มากขึ้น

ผลที่ได้จากการสังเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลของห้างหุ้นส่วน เอส.เค.อินเตอร์เคมีคอล จำกัด เป็นโรงงานที่ ประกอบกิจการ ผลิตสารเคมีประเภทเฟอริคคลอไรด์ วัตถุดิบที่ใช้คือ เหล็ก,กรดเกลือ,คลอรีนเหลว ของเสียที่ได้จากกระบวนการผลิตคือภาชนะบรรจุสารเคมี, น้ำทิ้ง โรงงานทำการกำจัดของเสียที่เกิด จากกระบวนการผลิตในโรงงานโดยโรงงานทำการกำจัดของเสียเอง และให้รัฐกำจัดส่วนใหญ่ แนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับ CSR กับการดำเนินธุรกิจ โรงงานมีความเห็นว่าการทำ CSR ต้องเข้าถึง เหตุผลในการกำหนดนโยบายที่จะจัดทำ CSR โดยมีกระบวนการวางแผนอย่างเป็นขั้นตอน และ สอดคล้องกับกระบวนการทำงานภายในโรงงาน และให้ผู้ร่วมงานมีจิตสำนึกต่อสิ่งแวดล้อม และ สังคม และประเทศไทยจะได้ก้าวสู่สังคมภายนอก อย่างประเทศที่มีความเจริญก้าวหน้า แล้วนำเอา หลักการบริหารงานสิ่งแวดล้อมมาใช้ในการดำเนินธุรกิจทางโรงงานจึงมีนโยบายภายในโรงงานโดย มีค่าตอบแทน/สวัสดิการ ค่าใช้จ่ายเมื่อเจ็บป่วยในการปฏิบัติหน้าที่ มีการกำหนดนโยบายการ ปฏิบัติงานต่อลูกค้าโดย1.สิ่งที่จำหน่ายจะต้องมีมาตรฐานรองรับ เช่น มอก/IOS2.สินค้าที่จำหน่าย ลูกค้าจะต้องทราบถึงข้อมูลการซื้อเป็นการสนับสนุนสิ่งแวดล้อมของประเทศ และกินคู่สังคม ในการจัดทำ CSR จะได้เข้าถึงนโยบายในการร่วมมือระหว่าง ผู้ซื้อ-ผู้ขาย และทางโรงงานมีการจัด อบรมให้ความรู้ในการกำจัดขยะอุตสาหกรรมชนิดวัตถุอันตรายซึ่งจะได้เป็นประสบการณ์ให้กับ พนักงาน และคนในท้องถิ่น

3. บริษัท สหคอนเวเยอร์ไทย จำกัด

ข้อมูลทั่วไป

ทะเบียนโรงงาน 3-70-2/46 สกที่ตั้งโรงงาน 146 ถนนพุทธมณฑลสาย 5 หมู่ที่ 5 ตำบล อ้อมน้อย อำเภอ กระทุ่มแบน จังหวัด สมุทรสาครดำเนินการตั้งแต่ปี พ.ศ.2553 ประกอบกิจการประเภททำสายพานลำเลียง ข้อมูลการดำเนินการทำCSR ของโรงงาน แบ่งหน่วยงานหรือแผนกที่รับผิดชอบจำนวน 5 แผนก และดำเนินการประเมินผลการดำเนินงานโดยวิธีจัดทำรายงานผลกระทบความรับผิดชอบต่อสังคม

ข้อมูลเกี่ยวกับแบบสำรวจด้านการดำเนินงานทำ CSR ตามนโยบายจัดการของเสียของโรงงานอุตสาหกรรมใน 21ข้อ ตามมาตรฐานกรมโรงงานอุตสาหกรรมผลการดำเนินการตามนโยบายที่หน่วยงานราชการมีการควบคุมจูงใจ หรือสนับสนุน หรือโรงงานมีการดำเนินการเอง มีดังนี้

ตารางที่ 4 - 3 การจัดการของเสียของบริษัท สหคอนเวเยอร์ไทยจำกัด

นโยบายการจัดการของเสีย	โรงงานจัดทำ/ทำเอง	รัฐกำหนด/สนับสนุน	ปัญหา และอุปสรรคที่พบ
การแยกเก็บของเสียอันตราย และไม่อันตรายออกจากกัน	✓		
การบันทึกการจัดการของเสียประจำวัน	✓		
การจัดทำแผนฉุกเฉิน	✓		
การฝึกอบรมพนักงานด้านการจัดการของเสีย	✓		
การติดตั้งอุปกรณ์บำบัดของเสีย	-		
การติดตั้งมาตรวัดปริมาณน้ำเสีย	-		
การจัดเตรียมอุปกรณ์ความปลอดภัย	✓		
การจัดทำรายงานการจัดการของเสียส่งกรมโรงงาน		✓	
การแจ้งข้อมูลการขนส่งของเสียทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์		✓	
การจัดหาบุคลากรด้านสิ่งแวดล้อม	✓		

ตารางที่ 4 - 3 (ต่อ) การจัดการของเสียของบริษัท สหคอนเวเยอร์ไทยจำกัด

นโยบายการจัดการของเสีย	โรงงานจัดหา/ทำเอง	รัฐกำหนด/ สนับสนุน	ปัญหา และ อุปสรรคที่พบ
การจัดการทำที่เก็บวัตถุอันตรายของเสีย		✓	
การกำหนดค่ามาตรฐานอากาศ		✓	
การวิเคราะห์ตัวอย่างน้ำเสีย และอากาศ		✓	
การขนส่งของเสียไปกำจัด		✓	
การเก็บของเสียไว้ที่โรงงาน	✓		
การสร้างความร่วมมือระหว่างโรงงาน	✓		
การจัดทำระบบมาตรฐาน ISO 14001		✓	
รางวัลด้านการจัดการของเสีย เช่น Green label		✓	
การเปิดเผยข้อมูลการจัดการของเสียสู่ สาธารณะ		✓	
การอบรมวิชาการด้านการจัดการของเสีย		✓	
การเป็นโรงงานตัวอย่างด้านการจัดการ ของเสีย		✓	

ผลการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับชุมชน

การสนับสนุนด้านกีฬา และการออกกำลังกาย ด้านเศรษฐกิจชุมชน ดำเนินการส่งเสริมอาชีพชุมชน และสนับสนุนสินค้า/บริการชุมชนในพื้นที่ เช่น การฝึกอบรมอาชีพ การจัดพื้นที่ในนิคมอุตสาหกรรมให้ขายสินค้าราคาถูก

ผลการดำเนินการเกี่ยวกับเครือข่าย

โครงการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนส่งเสริมการพัฒนาชุมชน และสังคมที่ยั่งยืน โดยเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียควบคู่ไปกับการเสริมสร้างประสิทธิภาพ และการเติบโตขององค์กร

ผลที่ได้จากการสังเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลของบริษัท สหคอนเวเยอร์ไทยจำกัด เป็นโรงงานที่ประกอบกิจการ ทำสายพานลำเลียง, ไซ้ลำเลียง วัตถุดิบที่ใช้คือ เหล็ก, สแตนเลส, มอเตอร์ ของเสียที่ได้จากกระบวนการผลิตคือ ฟูน โลหะหนัก โดยโรงงานทำการกำจัดของเสียเอง และให้รัฐกำจัดส่วนใหญ่

แนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับ CSR กับการดำเนินธุรกิจ โรงงานมีความเห็นว่าการทำ CSR จะต้องทำให้อยู่ภายใต้ กฎหมาย และกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง การจ้างแรงงาน ต้องเป็นไปตามกฎหมาย แรงงานดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม และวางแผนกระบวนการดูแลกิจการที่ดี การประกอบธุรกิจด้วยความ เป็นธรรม ในการบริหารจัดการของเสียการนำของเสียมาทำให้เกิดประโยชน์โดยการนำของเสียมาเพิ่มมูลค่า ลดการนำทรัพยากรใหม่เข้ามาผลิตโดยใช้หลักการเลือกวัสดุของเสียก่อนเข้ามาดำเนินการในโรงงานอุตสาหกรรม และจัดให้มีการอบรมเผยแพร่ข้อมูลให้กับคนในท้องถิ่น ภายนอก เพื่อเพิ่มความสัมพันธ์อันดีแก่ผู้ประกอบการ และคนในท้องถิ่น

4. บริษัทสุราระทิงแดง(1988) จำกัด

ข้อมูลทั่วไป

ทะเบียน โรงงาน 3-16-1/47 สคที่ตั้ง โรงงาน 8 ถนนเศรษฐกิจ1 หมู่ที่ 5 ตำบล นาดี อำเภอ เมือง จังหวัด สมุทรสาครดำเนินการตั้งตั้งแต่ปี พ.ศ. 2531ประกอบกิจการประเภทผลิตสุรา พิเศษ 40 ดีกรี สุรากลั่นชนิดสุราขาว ข้อมูลการดำเนินการทำCSR ของ โรงงาน แบ่งหน่วยงาน หรือ แผนกที่รับผิดชอบจำนวน 7แผนก และดำเนินการประเมินผลการดำเนินงาน โดยวิธีผลตอบรับที่ได้ กับมาจากผู้บริโภค

ข้อมูลเกี่ยวกับแบบสำรวจด้านการดำเนินงานทำ CSR ตามนโยบายจัดการของเสียของโรงงานอุตสาหกรรมใน 21ข้อตามมาตรฐานกรมโรงงานอุตสาหกรรมผลการดำเนินการ ตามนโยบายที่หน่วยงานราชการมีการควบคุมจูงใจหรือสนับสนุนหรือ โรงงานมีการดำเนินการเอง มีดังนี้

ตารางที่ 4 - 4 การจัดการของเสียของ บริษัทสุรากระทิงแดง (1988) จำกัด

นโยบายการจัดการของเสีย	โรงงานจัดหา/ ทำเอง	รัฐกำหนด/ สนับสนุน	ปัญหา และ อุปสรรคที่พบ
การแยกเก็บของเสียอันตราย และไม่อันตราย ออกจากกัน	✓		
การบันทึกการจัดการของเสียประจำวัน	✓		
การจัดทำแผนฉุกเฉิน	✓		
การฝึกอบรมพนักงานด้านการจัดการของเสีย	✓		
การติดตั้งอุปกรณ์บำบัดของเสีย	✓		
การติดตั้งมาตรวัดปริมาณน้ำเสีย	✓		
การจัดเตรียมอุปกรณ์ความปลอดภัย	✓		
การจัดทำรายงานการจัดการของเสียส่งกรม โรงงาน	✓		
การแจ้งข้อมูลการขนส่งของเสียทางสื่อ อิเล็กทรอนิกส์	✓		
การจัดหาบุคลากรด้านสิ่งแวดล้อม	✓		
การจัดการทำที่เก็บวัตถุอันตรายของเสีย	✓	✓	
การกำหนดค่ามาตรฐานอากาศ	✓	✓	
การวิเคราะห์ตัวอย่างน้ำเสีย และอากาศ	✓		
การขนส่งของเสียไปกำจัด	✓		
การเก็บของเสียไว้ที่โรงงาน	-		
การสร้างความร่วมมือระหว่างโรงงาน	✓		
การจัดทำระบบมาตรฐาน ISO 14001	✓		
รางวัลด้านการจัดการของเสีย เช่น Green label	-		
การเปิดเผยข้อมูลการจัดการของเสียสู่ สาธารณะ	-		
การอบรมวิชาการด้านการจัดการของเสีย	✓		
การเป็นโรงงานตัวอย่างด้านการจัดการของเสีย	-		

ผลการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับชุมชน

โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวท้องถิ่น โรงงานอุตสาหกรรมมีการจัดกิจกรรมเพื่อให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมกัน เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน เพื่อการดำเนินธุรกิจมีความเข้าใจกันมากขึ้น

ผลการดำเนินการเกี่ยวกับเครือข่าย

เป็นการเพิ่มช่องทาง และเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารทางตรง ระหว่างนิคมฯ กับชุมชนให้มีการรับรู้ และมีความเข้าใจต่อการดำเนินงานของโรงงานอุตสาหกรรมเกี่ยวกับแนวทางการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมทำให้มีทัศนคติที่ดีต่อโรงงานอุตสาหกรรม รวมทั้งยังเป็นการสร้างความตระหนัก และความร่วมมือในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) กับโรงงานให้แก่ผู้พัฒนาฯ และผู้ประกอบการในโรงงานอุตสาหกรรม ตลอดจนได้พบปะสังสรรค์ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างโรงงานอุตสาหกรรม หน่วยงานท้องถิ่น ผู้ประกอบการ และชุมชน ซึ่งจะนำไปสู่การเสริมสร้างเครือข่าย ที่มีความเข้มแข็งต่อไป

ผลที่ได้จากการสังเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลของบริษัทสุรากระทิงแดง(1988) จำกัด เป็นโรงงานที่ประกอบกิจการผลิต สุรา วัตถุดิบที่ใช้คือ กากน้ำตาล, ข้าวมอลต์, ข้าวโพด ของเสียที่ได้จากกระบวนการผลิตคือ ภาชนะบรรจุสารเคมี น้ำทิ้ง โดยโรงงานทำการกำจัดของเสียเองเป็นส่วนใหญ่ มีกระบวนการจัดการเองภายในโรงงานอุตสาหกรรมแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับ CSRกับการดำเนินธุรกิจโรงงานมีความเห็นว่าการทำ CSR เป็นการได้เปรียบที่ยั่งยืนจากการแข่งขันในธุรกิจ และการมีความรับผิดชอบต่อสังคม ทางบริษัทได้นำแนวความคิด CSR มาใช้โดยการดำเนินกิจกรรมต่างๆตอบสนองต่อประเด็นด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งให้ประโยชน์กับคนในชุมชน สังคม และการวางแผนเชิงกลยุทธ์ ลูกค้า ตลาด สิ่งแวดล้อม ทรัพยากรบุคคล การสื่อสาร ภาครัฐ และสังคมเป็นการจัดการกระบวนการสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์และบริการอย่างเป็นระบบ และมีความรับผิดชอบต่อ นโยบายทางด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมเป็นหัวใจพื้นฐานหลักของการออกแบบ และจัดทำระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม รองรับการเจริญเติบโตทางธุรกิจให้มีความยั่งยืนต่อไป

5. บริษัท ซีนิท กรีน เอ็นเนอจี จำกัด

ข้อมูลทั่วไป

ทะเบียนโรงงาน 3-88-46/52นฐที่ตั้งโรงงาน ตำบล หุ่นบัว อำเภอ กำแพงแสน จังหวัด นครปฐม 73140 ดำเนินการตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 ประกอบกิจการประเภท สารเคมีทางการเกษตร ข้อมูลการดำเนินการทำCSR ของโรงงาน แบ่งหน่วยงานหรือแผนกที่รับผิดชอบจำนวน

5 แผนก และดำเนินการประเมินผลการดำเนินงาน โดยวิธีศึกษาถึงผลกระทบในการดำเนินงาน และจัดการแก้ไขทันที

ข้อมูลเกี่ยวกับแบบสำรวจด้านการดำเนินงานทำ CSR ตามนโยบายจัดการของเสียของโรงงานอุตสาหกรรมใน 21 ข้อตามมาตรฐานกรมโรงงานอุตสาหกรรมผลการดำเนินการตามนโยบายที่หน่วยงานราชการมีการควบคุมจูงใจหรือสนับสนุนหรือโรงงานมีการดำเนินการเอง มีดังนี้

ตารางที่ 4 - 5 การจัดการของเสียของ บริษัท ซีนิท กรีน เอ็นเนอจี จำกัด

นโยบายการจัดการของเสีย	โรงงานจัดห/ทำเอง	รัฐกำหนด/สนับสนุน	ปัญหา และอุปสรรคที่พบ
การแยกเก็บของเสียอันตราย และไม่อันตราย ออกจากกัน	✓		
การบันทึกการจัดการของเสียประจำวัน	✓		
การจัดทำแผนฉุกเฉิน	✓		
การฝึกอบรมพนักงานด้านการจัดการของเสีย		✓	
การติดตั้งอุปกรณ์บำบัดของเสีย	✓		
การติดตั้งมาตรวัดปริมาณน้ำเสีย	-		
การจัดเตรียมอุปกรณ์ความปลอดภัย	✓		
การจัดทำรายงานการจัดการของเสียส่งกรมโรงงาน	✓		
การแจ้งข้อมูลการขนส่งของเสียทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์	✓		
การจัดหาบุคลากรด้านสิ่งแวดล้อม	✓		
การจัดการทำที่เก็บวัตถุดิบหรือของเสีย	✓		
การกำหนดค่ามาตรฐานอากาศ	✓		
การวิเคราะห์ตัวอย่างน้ำเสีย และอากาศ	✓		
การขนส่งของเสียไปกำจัด	✓		
การเก็บของเสียไว้ที่โรงงาน	✓		
การสร้างความร่วมมือระหว่างโรงงาน	✓		
การจัดทำระบบมาตรฐาน ISO 14001	-		

ตารางที่ 4 - 5 (ต่อ) การจัดการของเสียของ บริษัท ซีนิท กรีน เอ็นเนอจี จำกัด

นโยบายการจัดการของเสีย	โรงงานจัดหา/ ทำเอง	รัฐกำหนด/ สนับสนุน	ปัญหา และ อุปสรรคที่พบ
รางวัลด้านการจัดการของเสีย เช่น Green label	-		
การเปิดเผยข้อมูลการจัดการของเสียสู่สาธารณะ	✓		
การอบรมวิชาการด้านการจัดการของเสีย		✓	
การเป็นโรงงานตัวอย่างด้านการจัดการของเสีย	-		

ผลการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับชุมชน

เสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างเป็นรูปธรรมแก่ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับมีการจัดฝึกอบรมให้ความรู้ทำความเข้าใจกับคนในชุมชน

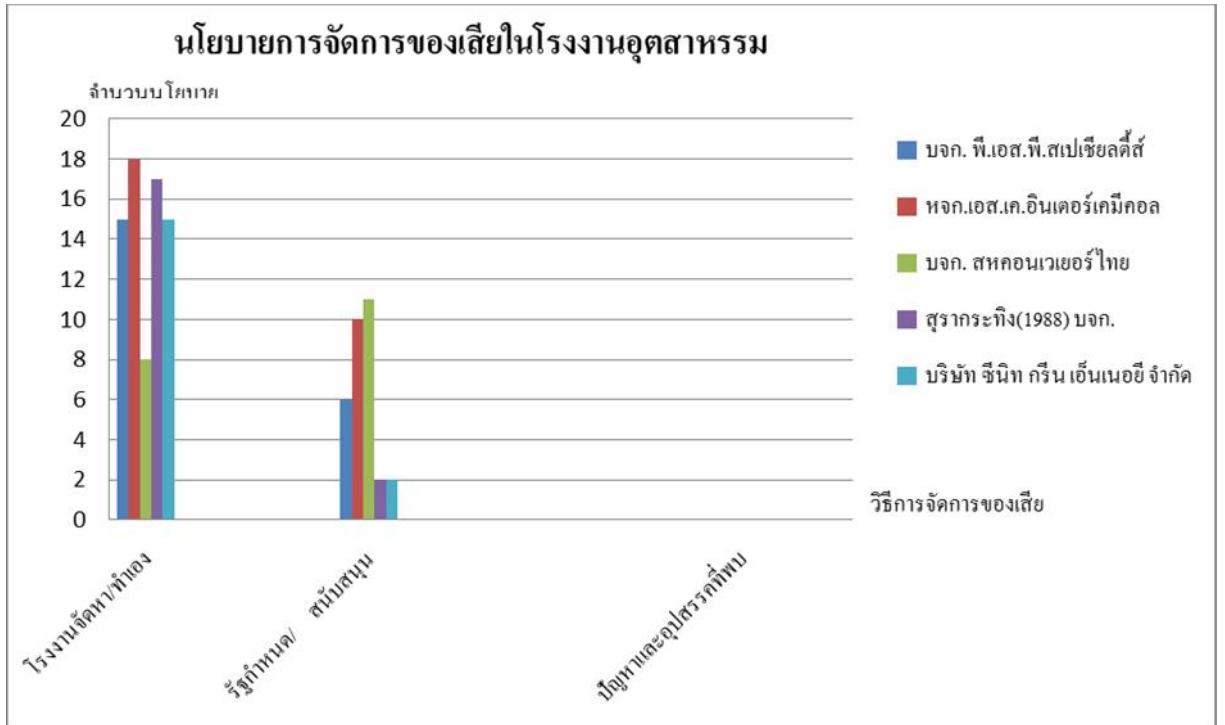
ผลการดำเนินการเกี่ยวกับเครือข่าย

โครงการสื่อสาร และเผยแพร่การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม และ CSR การเพิ่มช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในระดับชุมชน และท้องถิ่น โดยมีเป้าหมายให้มีการสื่อสารเชิงบวกจากเครือข่ายแนวราบของคนในชุมชน

ผลที่ได้จากการสังเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลของ บริษัท ซีนิท กรีน เอ็นเนอจี จำกัด เป็นโรงงานที่ประกอบกิจการผลิตเคมีเกษตร วัตถุดิบที่ใช้คือ ไกลโฟเซต, เพนดิมทาลิน, พาราควอต, คลอไพริฟอส ของเสียที่ได้จากกระบวนการผลิตคือ ภาชนะบรรจุสารเคมี น้ำทิ้ง สารเคมีที่เสื่อมสภาพ โดยโรงงานทำการกำจัดของเสียเองเป็นส่วนใหญ่มีกระบวนการจัดการเองภายในโรงงานอุตสาหกรรมแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับ CSR กับการดำเนินธุรกิจ โรงงานมีความเห็นว่าการทำ CSR ผู้ผลิตคุณภาพยี่ดมัน ในหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยมีนโยบายการดำเนินธุรกิจเคียงคู่กับความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนามาสู่คนไทยด้วยผลิตภัณฑ์เครื่องคั้นที่มีคุณภาพครบวงจรบนพื้นฐานของความโปร่งใส และเป็นธรรม เคารพในสิทธิการดำเนินชีวิตขั้นพื้นฐานของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญต่อการดำเนินโครงการ เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมตลอดจนกระบวนการผลิต พร้อมทั้งขยายผลสู่สาธารณชนนอกผ่านการดำเนินกิจกรรม เพื่อสังคมในหลากหลายมิติ โดยมีเป้าหมายในการร่วมเป็นเครือข่ายขับเคลื่อนสังคมไทยให้เกิดการพัฒนาด้านสังคม และสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืนต่อไป

แผนภาพที่ 4 - 1 แสดงนโยบายการจัดการของเสียในโรงงานอุตสาหกรรม



จากแผนภาพที่ 4 - 1 พบว่า

บริษัท. พี.เอส.พี.สเปเชียลตี้ส์ จำกัด โรงงานจัดทำ/ทำเองจำนวน 15 นโยบายรัฐกำหนด/สนับสนุนจำนวน 6 นโยบาย ไม่พบปัญหา และอุปสรรค

ห้างหุ้นส่วน.เอส.เค.อินเตอร์เคมีคอลจำกัด โรงงานจัดทำ/ทำเองจำนวน 18 นโยบายรัฐกำหนด/สนับสนุนจำนวน 10 นโยบาย ไม่พบปัญหา และอุปสรรค

บริษัทสหคอนเวเยอร์ไทยจำกัด โรงงานจัดทำ/ทำเองจำนวน 8 นโยบายรัฐกำหนด/สนับสนุนจำนวน 11 นโยบาย ไม่พบปัญหา และอุปสรรค

บริษัทสุรากระทิง(1988) จำกัด โรงงานจัดทำ/ทำเองจำนวน 17 นโยบาย รัฐกำหนด/สนับสนุน 2 นโยบายไม่พบปัญหา และอุปสรรค

บริษัท ชินิท กรีน เอ็นเนอจี จำกัด โรงงานจัดทำ/ทำเองจำนวน 15 นโยบายรัฐกำหนด/สนับสนุนจำนวน 2 นโยบาย ไม่พบปัญหา และอุปสรรค

สามารถสรุปได้ว่าโรงงานอุตสาหกรรมที่สามารถจัดการของเสียได้เองภายในโรงงานที่ดีที่สุดเรียงตามลำดับคือ ห้างหุ้นส่วนเอส.เค.อินเตอร์เคมีคอลจำกัด, บริษัทสุรากระทิง (1988) จำกัด ,บริษัท ชินิท กรีน เอ็นเนอจี จำกัด,บริษัท พี.เอส.พี. สเปเชียลตี้ส์จำกัด,บริษัท สหคอนเวเยอร์ไทยจำกัด

ตารางที่ 4 - 6 แนวปฏิบัติในการกระบวนกรทำ CSR ของโรงงานอุตสาหกรรมจำนวน 5 โรงงาน

รายชื่อโรงงาน อุตสาหกรรม	แนวปฏิบัติในการกระบวนกรทำ CSR ของโรงงานอุตสาหกรรม
บริษัทพี.เอส.พี.สเป เซียลตี้ส์ จำกัด	<ol style="list-style-type: none"> 1.เสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับนโยบายพื้นฐาน และกำกับดูแลการบริหาร กิจการ ด้วยความโปร่งใส 2.ส่งเสริม และธรรมรงค์ การดำเนินงานด้านจริยธรรมองค์กร และการปฏิบัติตาม กฎข้อบังคับ 3. ให้ความสำคัญกับความปลอดภัย การป้องกันอุบัติเหตุ และการรักษา สิ่งแวดล้อม 4.รักษาคุณภาพ และความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ 5.สร้างระบบการบริหาร และจัดการความเสี่ยง 6.ส่งเสริมการสื่อสาร และสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย 7.รักษา และพัฒนาทรัพยากรบุคคล และการเคารพสิทธิมนุษยชน 8.สนับสนุนกิจกรรม ที่สร้างประโยชน์ให้แก่สังคม
ห้างหุ้นส่วน.เอส.เค. อินเตอร์เคมีคอลจำกัด	<ol style="list-style-type: none"> 1.นโยบาย โครงสร้าง การเสริมสร้างความรู้ และการฝึกอบรม 2.กฎหมาย และข้อกำหนดอื่นๆ 3.การวิเคราะห์ และจัดลำดับผู้มีส่วนได้เสีย 4.ส่งเสริมการสื่อสาร และสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย 5.กฎหมาย และข้อกำหนดอื่นๆ 6.สนับสนุนกิจกรรม ที่สร้างประโยชน์ให้แก่สังคม 7.การติดตามผล และการทบทวน 8.รายงานความรับผิดชอบต่อสังคม
บริษัทสหคอนเวเยอร์ ไทยจำกัด	<ol style="list-style-type: none"> 1.นโยบาย โครงสร้าง การเสริมสร้างความรู้ และการฝึกอบรม 2.ส่งเสริมการสื่อสาร และสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย 3.เสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับนโยบายพื้นฐาน และกำกับดูแลการบริหาร กิจการ ด้วยความโปร่งใส 4.ให้ความสำคัญกับความปลอดภัย การป้องกันอุบัติเหตุ และการรักษาสิ่งแวดล้อม 5.ส่งเสริม และธรรมรงค์ การดำเนินงานด้านจริยธรรมองค์กร และการปฏิบัติตาม กฎข้อบังคับ 6.แผนงาน/โครงการความรับผิดชอบต่อสังคม 7.การติดตามผล และการทบทวน 8.รายงานความรับผิดชอบต่อสังคม

ตารางที่ 4 - 6 แนวปฏิบัติในการกระบวนกรทำ CSR ของโรงงานอุตสาหกรรมจำนวน 5 โรงงาน

รายชื่อโรงงาน อุตสาหกรรม	แนวปฏิบัติในการกระบวนกรทำ CSR ของโรงงานอุตสาหกรรม
บริษัทสุรากระทิงแดง (1988) จำกัด	<ol style="list-style-type: none"> 1.นโยบาย โครงสร้าง การเสริมสร้างความรู้ และการฝึกอบรม 2.กฎหมาย และข้อกำหนดอื่น 3.การดำเนินการ CSR ตามแผนงานหรือโครงการ 4.ส่งเสริมการสื่อสาร และสร้างความสัมพันธ์ กับผู้มีส่วนได้เสีย 5.ให้ความสำคัญกับความปลอดภัย การป้องกันอุบัติเหตุ และการรักษาสิ่งแวดล้อม 6.รักษา และพัฒนาทรัพยากรบุคคล และการเคารพสิทธิมนุษยชน 7.สนับสนุนกิจกรรม ที่สร้างประโยชน์ให้แก่สังคม 8.รายงานความรับผิดชอบต่อสังคม
บริษัท ซีนิท กรีน เอ็น เนออี จำกัด	<ol style="list-style-type: none"> 1.วางแผนทางปฏิบัติ นโยบาย และ โครงสร้าง 2.รายงานความรับผิดชอบต่อสังคม 3.กฎหมาย และข้อกำหนดอื่นๆ 4. การกำหนดยุทธศาสตร์การดำเนินการ CSR 5.การสานเสวนา และการสื่อสาร 6.การวิเคราะห์ และจัดลำดับผู้มีส่วนได้เสีย 7.ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยการป้องกันอุบัติเหตุ และการรักษาสิ่งแวดล้อม 8.สนับสนุนกิจกรรม ที่สร้างประโยชน์ให้แก่สังคม 9.รายงานความรับผิดชอบต่อสังคม

แนวปฏิบัติในการกระบวนกรทำ CSR ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม

1. นโยบาย โครงสร้าง การเสริมสร้างความรู้ และการฝึกอบรม

โรงงานส่วนใหญ่มีการกำหนด/รวมนโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมไว้เป็นลายลักษณ์อักษร กำหนดโครงสร้าง ให้ความรู้ และฝึกอบรมความรับผิดชอบต่อสังคมผลลัพ์มีนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมซึ่งอาจรวมอยู่ในพันธกิจ/วิสัยทัศน์/จรรยาบรรณ/ จริยธรรมที่สามารถแสดงถึงความมุ่งมั่นขององค์กร มีโครงสร้างการปฏิบัติงาน การให้ความรู้ และการฝึกอบรมความรับผิดชอบต่อสังคม

2. การทบทวนสถานะเริ่มต้น

วัตถุประสงค์ เพื่อทบทวนการปฏิบัติขององค์กรกับหัวข้อหลัก และประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคมตามเกณฑ์มาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อสังคม (CSR-DIW) ผลลัพธ์สามารถแสดงผลการดำเนินการที่สอดคล้องกับเกณฑ์ หรือค้นพบโอกาสในการพัฒนา โดยเฉพาะในเกณฑ์ขั้นต่ำตามที่มาตรฐานกำหนด

3. กฎหมาย และข้อกำหนดอื่นๆ

วัตถุประสงค์ เพื่อรวบรวม ทบทวนความสอดคล้องกับกฎหมาย และข้อกำหนดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อหลัก และประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคมตามมาตรฐานกำหนด ผลลัพธ์มีข้อมูลกฎหมาย ข้อกำหนดอื่นๆ พร้อมพิจารณาความสอดคล้อง เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงและพัฒนาให้สอดคล้องกับกฎหมาย และข้อกำหนดอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

4. ชื่อเรื่องเรียน

วัตถุประสงค์ เพื่อรวบรวมชื่อเรื่องเรียนที่เกี่ยวข้องกับชื่อเรื่องเรียนด้านชุมชน และสิ่งแวดล้อมผลลัพธ์มีการพิจารณาทบทวนชื่อเรื่องเรียนผลการดำเนินการแก้ไข ชื่อเรื่องเรียนด้านชุมชน และสิ่งแวดล้อม

5. การวิเคราะห์ และจัดลำดับผู้มีส่วนได้เสีย

วัตถุประสงค์ เพื่อระบุผู้มีส่วนได้เสีย พร้อมกับพิจารณาความต้องการ และผลกระทบจัดลำดับความสำคัญ และคัดเลือกประเด็นที่จะมาจัดทำแผนดำเนินการผลลัพธ์ได้ประเด็นที่นำไปสู่การจัดทำแผนการดำเนินการ เพื่อตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้เสีย และเป็นโอกาสปรับปรุง และพัฒนาขององค์กร

6. การเสวนา และการสื่อสาร

วัตถุประสงค์ เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียมีกฎส่วนร่วมให้ความคิดเห็น เพื่อพัฒนาไปสู่การจัดทำแผนการดำเนินงาน โครงการ รวมถึงเป็นช่องทางการสื่อสารระหว่างองค์กรกับผู้มีส่วนได้เสียผลลัพธ์เกิดการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อพัฒนาไปสู่การจัดทำแผนการดำเนินงาน โครงการรวมถึงการเป็นช่องทางการสื่อสารระหว่างองค์กรกับผู้มีส่วนได้เสีย

7. แผนงาน/โครงการความรับผิดชอบต่อสังคม

วัตถุประสงค์ เพื่อให้มีการจัดทำ แผน และการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมให้สอดคล้องกับหลักการ PDCA (Plan Do Check Act) โดยมีการกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย ตัวชี้วัด ขั้นตอนวิธีการดำเนินงานที่ชัดเจนผลลัพธ์ ได้แผน และผลการปฏิบัติงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมตามขีดความสามารถขององค์กร

8. การติดตามผล และการทบทวน

วัตถุประสงค์ เพื่อปฏิบัติการติดตามผลการดำเนินงานตามแผนการดำเนินงาน และพิจารณาผลการปฏิบัติตามวัตถุประสงค์เป้าหมาย และตัวชี้วัดของแต่ละแผนงาน ตามขั้นตอนการดำเนินงานของแต่ละแผนงาน พร้อมทั้งให้แนวทางในการสรุปผลการปฏิบัติของผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นภายในระยะเวลาของโครงการ รวมถึงการทบทวนผลการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรผลลัพธ์มีความคืบหน้าของผลการดำเนินงานตามแผนที่กำหนด และบันทึกการประชุมทบทวนผลการดำเนินงาน

9. รายงานความรับผิดชอบต่อสังคม

วัตถุประสงค์ เพื่อแสดงผลลัพธ์การดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคมผลลัพธ์ใช้สื่อสารเผยแพร่ เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือในการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

ตารางที่ 4 - 7 จัดลำดับความสำคัญแนวปฏิบัติในการกระบวนการทำ CSR
ของโรงงานอุตสาหกรรมจำนวน 5 โรงงาน

นโยบาย	บริษัท. พี. เอส.พี.สเป เชียลตี้ จำกัด	ห้างหุ้นส่วน เอส.เค. อินเตอร์เคมี คอลจำกัด	บริษัท. สห คอนเวเยอร์ ไทยจำกัด	บริษัทสุรา กระทิ้งแดง (1988) จำกัด	บริษัท ซี นิท กรีน เอ็นเนออี จำกัด
1.นโยบาย โครงสร้าง การเสริมสร้างความรู้ และ การฝึกอบรม	ไม่มี	มี	มี	มี	ไม่มี
2. การทบทวนสถานะเริ่มต้น	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
3. กฎหมาย และข้อกำหนด อื่นๆ	มี	มี	มี	มี	มี
4. ซื่อร้องเรียน	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
5. การวิเคราะห์ และจัดลำดับ ผู้มีส่วนได้เสีย	มี	มี	มี	มี	มี
6. การเสวนา และการสื่อสาร	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	มี
7. แผนงาน/โครงการความ รับผิดชอบต่อสังคม	มี	มี	มี	มี	มี

ตารางที่ 4 - 7 (ต่อ) จัดลำดับความสำคัญแนวปฏิบัติในการกระบวนการทำ CSR
ของโรงงานอุตสาหกรรมจำนวน 5 โรงงาน

นโยบาย	บริษัท. พี. เอส.พี.สเป เชียลตี้ จำกัด	ห้างหุ้นส่วน เอส.เค. อินเตอร์เคมี คอลจำกัด	บริษัท. สห คอนเวเยอร์ ไทยจำกัด	บริษัทสุรา กระทั่งแดง (1988) จำกัด	บริษัท ซี นิท กรีน เอ็นเนอยี จำกัด
8. การติดตามผล และการ ทบทวน	ไม่มี	มี	มี	ไม่มี	ไม่มี
9. รายงานความรับผิดชอบต่อ สังคม	ไม่มี	มี	มี	มี	มี

จากตารางที่ 4 - 7 พบว่า นโยบายที่ 1 มีโรงงานอุตสาหกรรมทำจำนวน 3 โรงงาน

นโยบายที่ 2 ไม่มีโรงงานอุตสาหกรรมทำเลย

นโยบายที่ 3 มีโรงงานอุตสาหกรรมทำจำนวน 5 โรงงาน

นโยบายที่ 4 ไม่มีโรงงานอุตสาหกรรมทำเลย

นโยบายที่ 5 มีโรงงานอุตสาหกรรมทำจำนวน 5 โรงงาน

นโยบายที่ 6 มีโรงงานอุตสาหกรรมทำจำนวน 1 โรงงาน

นโยบายที่ 7 มีโรงงานอุตสาหกรรมทำจำนวน 4 โรงงาน

นโยบายที่ 8 มีโรงงานอุตสาหกรรมทำจำนวน 2 โรงงาน

นโยบายที่ 9 มีโรงงานอุตสาหกรรมทำจำนวน 4 โรงงาน

พบว่า โรงงานอุตสาหกรรมที่มีการทำ CSR เลือกทำนโยบายที่ 2 และ นโยบายที่ 5 จำนวน 5 โรงงาน นโยบายที่ 7 และนโยบายที่ 9 จำนวน 4 โรงงาน นโยบายที่ 1 จำนวน 3 โรงงาน นโยบายที่ 8 จำนวน 2 โรงงาน นโยบายที่ 2 และนโยบายที่ 4 ไม่มีเลย ดังนั้นสามารถจัดลำดับแนวทางปฏิบัติ CSR ของโรงงานอุตสาหกรรมที่ทำการศึกษานี้จำนวน 5 โรงงานได้ดังนี้

1. กฎหมาย และข้อกำหนดอื่นๆ
2. การวิเคราะห์ และจัดลำดับผู้มีส่วนได้เสีย
3. แผนงาน/โครงการความรับผิดชอบต่อสังคม
4. รายงานความรับผิดชอบต่อสังคม

5. นโยบาย โครงสร้าง การเสริมสร้างความรู้ และการฝึกอบรม
6. การติดตามผล และการทบทวน
7. การเสวนา และการสื่อสาร
8. การทบทวนสถานะเริ่มต้น
9. ข้อร้องเรียน

ผลการสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางในการปฏิบัติงานด้าน CSR และการจัดการกากของเสียในอุตสาหกรรม

นายศักดา พันธุ์กล้า ผู้ตรวจการกระทรวงอุตสาหกรรม อธิการบดีกรมโรงงานอุตสาหกรรมผู้กำกับดูแลการจัดการกากอุตสาหกรรม และงาน CSR ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม และเป็นผู้ริเริ่ม และผลักดันให้เกิดสำนักงานมีส่วนร่วมของประชาชน ให้สัมภาษณ์ว่า ที่ผ่าน มาทางราชการขาดการบังคับใช้กฎหมายอย่างเคร่งครัด โดยมีการปฏิบัติที่มีการอะลุ้มอล่วยต่อผู้ประกอบการมาตลอดจึงทำให้ผู้ประกอบการบางส่วนเข้าใจว่าเรื่อง กากอุตสาหกรรมไม่ใช่หน้าที่ของตนเอง โดยเฉพาะโรงงานขนาดเล็กในการให้ความรู้เชิงวิชาการก็จะไม่ค่อยให้ความสนใจมากนัก ดังนั้นจึงพยายามที่จะส่งเสริมให้โรงงานประกอบกิจการโดยการใช้เทคโนโลยีต่างๆ เพื่อลดของเสียให้ได้มากที่สุดควบคู่ไปกับการส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม และผู้ประกอบการเองก็ต้องเปิดใจเปิดบ้านของตน เพื่อให้ประชาชนเข้าถึงเข้าใจกระบวนการ CSR จึงมีความจำเป็น และสำคัญอย่างยิ่ง

ชัยศรี ธาราสวัสดิ์พิพัฒ อาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สาขาสิ่งแวดล้อม ให้สัมภาษณ์ว่า ความสำคัญในการจัดการกากของเสียของโรงงานอุตสาหกรรมมีแนวทางในการดำเนินการไม่มากนักเนื่องจากโรงงานอุตสาหกรรมมีการตระหนักถึงความสำคัญผลกระทบที่จะเกิดกับสังคม และสิ่งแวดล้อมไม่มากเท่าที่ควรสุดท้ายทางผู้ประกอบการต้องพยายามเปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนสังคม และสิ่งแวดล้อม และควรปฏิบัติตามที่กฎหมายกำหนดอย่างเคร่งครัด

ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาระบบ CSR เพื่อการจัดการกากของเสีย อุตสาหกรรมของประเทศ

จากผลการศึกษาข้างต้นสามารถนำมาวิเคราะห์ได้ว่า CSR เป็นกระบวนการหรือเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้การประกอบกิจการเป็นไปด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม แต่การที่จะให้การจัดการกากของเสียอุตสาหกรรมเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นที่ยอมรับกับคนในชุมชน โดยรอบควรประกอบด้วยขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. แนวปฏิบัติที่ดีสำหรับการลดของเสียที่แหล่งกำเนิด

เน้นการลดการเกิดของเสีย ณ แหล่งกำเนิด (Source reduction) เช่น ขั้นตอนการเตรียมวัตถุดิบ ขั้นตอนการบรรจุส่วนการผลิตน้ำใช้ ส่วนซ่อมบำรุง ส่วนบำบัดน้ำเสีย ฯลฯ โดยให้ความสำคัญกับการลดของเสียที่เกิดขึ้นโดยไม่จำเป็น

2. แนวปฏิบัติที่ดีสำหรับการคัดแยก และจัดเก็บของเสียที่เกิดขึ้น

แม้ว่าจะดำเนินการลดของเสียที่แหล่งกำเนิดแล้ว แต่ก็ยังคงมีของเสียเกิดขึ้นจำนวนหนึ่ง ซึ่งโรงงานจะต้องคัดแยกตามประเภท / ชนิด หรือตามวิธีการจัดการกับของเสียแต่ละชนิด เพื่อไม่ให้เกิดการปนเปื้อนของของเสียอันตราย และเพื่ออำนวยความสะดวกต่อการนำของเสียนั้นไปใช้ประโยชน์ ดังนั้น การคัดแยกจึงมุ่งเน้นวิธีปฏิบัติที่จะทำให้ของเสียแต่ละชนิดไม่เกิดการปนเปื้อนกันเนื่องจากอาจมีผลต่อการนำของเสียเหล่านั้นไปใช้ซ้ำหรือใช้ใหม่ ส่วนการจัดเก็บของเสียก่อนนำไปใช้ประโยชน์หรือบำบัด/กำจัดก็จะมุ่งเน้นวิธีปฏิบัติสำหรับการจัดเก็บของเสียที่มีความปลอดภัยทั้งต่อสุขภาพอนามัยของประชาชน และสิ่งแวดล้อม

3. แนวปฏิบัติที่ดีสำหรับการนำของเสียกลับไปใช้ซ้ำ หรือใช้ใหม่

เน้นวิธีปฏิบัติที่เหมาะสม เพื่อให้มีการนำของเสียกลับไปใช้ซ้ำหรือใช้ใหม่ให้มากที่สุด ตามศักยภาพของของเสียแต่ละประเภท โดยที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อกระบวนการที่นำของเสียไปใช้ซ้ำหรือใช้ประโยชน์อื่นทั้ง ไม่ก่อให้เกิดการปนเปื้อนของมลสารต่อสิ่งแวดล้อม อันเนื่องมาจากการนำของเสียไปใช้ซ้ำหรือใช้ใหม่ นอกจากนี้ยังต้องเป็นวิธีปฏิบัติที่สอดคล้องกับข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องด้วย โดยมีแนวทาง ดังนี้

3.1 ศึกษาศักยภาพการใช้ประโยชน์ของของเสียแต่ละประเภท และแนวทาง/รูปแบบการนำ

3.2 ของเสียนั้นไปใช้ประโยชน์ (ใช้ซ้ำหรือใช้ใหม่) ทั้งองค์ประกอบทางเคมี และผลต่อกระบวนการที่นำของเสียไปใช้ประโยชน์โดยคำนึงถึงความเหมาะสมทางเศรษฐศาสตร์ และสิ่งแวดล้อมด้วย

3.3 นำของเสียไปใช้ประโยชน์โดยไม่ทำให้เกิดผลกระทบต่อกระบวนการที่นำของเสียนั้นไปใช้

3.4 ต้องคำนึงถึงการปนเปื้อนสู่สิ่งแวดล้อมจากการนำของเสียไปใช้ประโยชน์ โดยมีการติดตามตรวจสอบอย่างสม่ำเสมอ

3.5 จัดทำคู่มือการปฏิบัติงานสำหรับการนำของเสียไปใช้ประโยชน์ในแต่ละรูปแบบสำหรับพนักงาน เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง และไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

4. แนวปฏิบัติที่ดีในการบำบัด/กำจัดของเสีย

แนวปฏิบัติที่ดีในการบำบัด/กำจัดของเสียที่ไม่สามารถนำกลับไปใช้ซ้ำ หรือใช้ประโยชน์ใหม่ได้แล้ว มุ่งเน้นวิธีปฏิบัติที่ถูกต้องสอดคล้องกับข้อกำหนดทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องในการส่งของเสียไปบำบัด/กำจัด รวมถึงการใช้วิธีบำบัด/กำจัดที่เหมาะสมกับลักษณะสมบัติของของเสีย และส่งของเสียให้แก่ผู้รับบำบัด/กำจัดที่ได้รับอนุญาตจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเลือกใช้วิธีบำบัด/กำจัดของเสียตามลักษณะสมบัติของของเสีย และสอดคล้องกับข้อกำหนดทางกฎหมาย

4.1 เลือกใช้ผู้ให้บริการรับบำบัด/กำจัดของเสียที่ได้การรับรองมาตรฐานการปฏิบัติงานจากหน่วยงานที่เชื่อถือได้

4.2 ปฏิบัติตามขั้นตอนที่กฎหมายกำหนด ในการขนส่งของเสียออกนอกโรงงาน

5. ข้อร้องเรียน

การทำกิจกรรม CSR เป็นเรื่องที่มีประโยชน์ทั้งสิ้น แต่โรงงานต้องไม่ลืมว่าการทำ CSR นั้น ต้องมุ่งให้ความสำคัญกับการผลิตของโรงงานที่ต้องเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ปลอดภัยต่อผู้ปฏิบัติงานชุมชน และผู้บริโภค และคำนึงถึงการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่จะทำให้คนรุ่นต่อไป ยังคงมีทรัพยากรธรรมชาติได้ใช้อย่างไม่ขัดสน โดยโรงงานควรการรับฟังปัญหาที่เกิดขึ้นภายในชุมชน และเปิดเผยข้อมูล เพื่อให้ชุมชนเข้าใจ และเป็นที่ยอมรับของคนในชุมชน

สรุป

การศึกษาเพื่อแนวปฏิบัติที่ดีในกระบวนการทำ CSR ของโรงงานอุตสาหกรรมที่เป็นแหล่งกำเนิดกากของเสียอุตสาหกรรมของประเทศพบว่า จากการสังเคราะห์ผลการดำเนินการของโรงงานอุตสาหกรรมที่ได้รับรางวัลผู้ประกอบการในระดับเหรียญทองในปีพ.ศ.2555 - 2557 พบว่า ในโรงงานอุตสาหกรรมที่ทำการศึกษาจำนวน 5 โรงงานประกอบด้วย บริษัท. พี.เอส.พี. สเปเชียลตีส์ จำกัด, ห้างหุ้นส่วนเอส.เค.อินเตอร์เคมีคอลจำกัด, บริษัท สหคอนเวเยอร์ไทยจำกัด,

บริษัทสุราระทิงแดง(1988)จำกัด, บริษัท ซีนิท กรีน เอ็นเนอจี จำกัด มีแนวทางการปฏิบัติที่ดี
ในกระบวนการทำ CSR ได้ดังต่อไปนี้

1. กฎหมาย และข้อกำหนดอื่นๆ
2. การวิเคราะห์ และจัดลำดับผู้มีส่วนได้เสีย แผนงาน/โครงการความรับผิดชอบต่อ
สังคม

3. รายงานความรับผิดชอบต่อสังคม
4. นโยบาย โครงสร้าง
5. การเสริมสร้างความรู้ และการฝึกอบรม
6. การติดตามผล และการทบทวน
7. การเสวนา และการสื่อสาร
8. การทบทวนสถานะเริ่มต้น
9. ข้อร้องเรียน ตามลำดับ

ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าจากการศึกษาแนวทางปฏิบัติ CSR ของโรงงานอุตสาหกรรม
ให้ความสำคัญกับข้อกำหนด และข้อกำหนดอื่นๆในโรงงานเป็นลำดับแรกๆ ซึ่งในกระบวนการ
ทำ CSR จะเป็นไปตามขั้นตอนอย่างมีระบบระเบียบตามข้อกำหนดที่ได้วางแผนไว้เบื้องต้น
แล้ว เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับนโยบาย CSR ของกรมโรงงานอุตสาหกรรมจะพบข้อแตกต่างกัน
ในประเด็นต่อไปนี้

1. แนวทางปฏิบัติ CSR ที่ดีของกรมโรงงานอุตสาหกรรม และโรงงานอุตสาหกรรม
5 โรงงานจะมีเป้าหมายที่เหมือนกันคือ การพัฒนาระบบความรับผิดชอบต่อสังคมให้มีความยั่งยืน
และสามารถพัฒนาแนวทางปฏิบัติที่ดี

จากผลการศึกษา เพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาระบบ CSR เพื่อการจัดการ
กากของเสียอุตสาหกรรมของประเทศแบบยั่งยืน สามารถสรุปได้ดังนี้จากผลการศึกษาข้างต้น
สามารถนำมาวิเคราะห์ได้ว่า CSR เป็นกระบวนการหรือเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้การประกอบกิจการ
เป็นไปด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม แต่การที่จะให้การจัดการกากของเสียอุตสาหกรรมเป็นไป
ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นที่ยอมรับกับคนในชุมชน โดยรอบควรประกอบด้วยขั้นตอน
ดังต่อไปนี้

1. แนวปฏิบัติที่ดีสำหรับการลดของเสียที่แหล่งกำเนิด
2. แนวปฏิบัติที่ดีสำหรับการคัดแยก และจัดเก็บของเสียที่เกิดขึ้น
3. แนวปฏิบัติที่ดีสำหรับการนำของเสียกลับไปใช้ซ้ำหรือใช้ใหม่
4. แนวปฏิบัติที่ดีในการบำบัด/กำจัดของเสีย
5. ข้อร้องเรียน เพื่อความยั่งยืนต่อระบบ CSR ต่อไป

บทที่ 5

สรุป และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “แนวทางการพัฒนาระบบ CSR เพื่อการจัดการกากของเสียอุตสาหกรรมแบบยั่งยืน” ครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ ศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร ได้แก่ รายงาน เว็บไซต์ และงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม โดยใช้วิธีการศึกษาข้อมูลโดยการสร้างแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-Depth Interview) โดยใช้แนวคำถามแบบไม่มีโครงสร้างคำถามแน่นอน (Un structured Interview) โดยมุ่งศึกษาถึงการให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม และนโยบายการจัดการสังคม และสิ่งแวดล้อม กระบวนการ และวิธีการต่างๆในการดำเนินงาน ด้านการดำเนินนโยบายจัดการของเสียของภาครัฐ ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิด CSR กับการดำเนินธุรกิจ

จากการศึกษาเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์บุคคลภายในโรงงานอุตสาหกรรม พบว่า ในการทำโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงงานอุตสาหกรรม ที่ทำการศึกษาคือโรงงานอุตสาหกรรมที่เข้าร่วมการทำ CSR มีกระบวนการสร้างสรรค์สิ่งที่ดีให้แก่สังคม และสิ่งแวดล้อม ด้วยการปลูกฝังคนในองค์กร และประชาชนทั่วไปให้อนุรักษ์ และรักษาสิ่งแวดล้อมพร้อมกับช่วยเหลือสังคมโดยรวม ได้แสดงให้เห็นว่าโรงงานอุตสาหกรรมที่เข้าร่วมการทำ CSR ให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมตั้งแต่ภายในองค์กร วิธีการสื่อสารที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ถึงกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมโดยการดำเนินงานตามนโยบายของโรงงานอุตสาหกรรมที่ทำการศึกษามีการมุ่งเน้นความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด เพื่อยึดแนวทางปฏิบัติที่ดี และมีการพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง

วิจารณ์ผลการศึกษา

จากการศึกษาแนวปฏิบัติที่ดีในกระบวนการทำ CSR ของโรงงานอุตสาหกรรมที่เป็นแหล่งกำเนิดกากของเสียอุตสาหกรรมของประเทศ และการศึกษาแนวทางการพัฒนาระบบ CSR เพื่อการจัดการกากของเสียอุตสาหกรรมของประเทศแบบยั่งยืนผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ พบว่าภายในโรงงานอุตสาหกรรมที่ทำการศึกษากว่า 5 โรงงานมีแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับ CSR กับการดำเนินธุรกิจ โรงงานมีความเห็นว่าการทำ CSR ต้องเข้าถึงเหตุผลในการกำหนดนโยบายที่จะจัดทำ CSR โดยมีกระบวนการวางแผนอย่างเป็นขั้นตอน และสอดคล้องกับกระบวนการทำงาน

ภายในโรงงานโดยโรงงานที่มีการเข้าร่วมการทำ CSR นั้น จะมีการสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับ CSR ให้เกิดขึ้น กิจกรรมส่งเสริมการตลาด และการสร้างสีสัน เพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กรโดยมีการบริจาคเป็นส่วนประกอบเพียงเท่านั้น กิจกรรม CSR บางรูปแบบ หมายรวมถึง การบริจาค การกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมจากสังคม แต่กระบวนการคิด วัตถุประสงค์ และจุดมุ่งหมายที่ได้จะแตกต่างกัน ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า แม้ตัวกิจกรรมจะมีลักษณะที่คล้ายกัน แต่กิจกรรม CSR จากแนวคิดที่เกิดขึ้นจากภายในองค์กร มีการกำหนดนโยบาย กลยุทธ์ และแผนงานที่ชัดเจน และมีประสิทธิภาพเป็นอย่างมาก และกิจกรรมส่งเสริมการขายทั้งในระยะสั้น และระยะยาว รวมถึงการเชื่อมโยงกับค่านิยม และความสามารถหลักขององค์กรดังนั้น CSR จะเริ่มจากแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นพื้นฐานความรู้ความเข้าใจว่าเหตุใดองค์กรจึงต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านนั้นๆ นอกเหนือจากการสร้างกำไร และปฏิบัติตามกฎหมาย จากนั้นก็กำหนดพื้นที่ทางสังคมเพื่อดูว่าใครเป็นผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กรของเราบ้าง เพื่อที่จะได้กำหนดประเด็นทางสังคมที่เกี่ยวข้องแล้ว และนำประเด็นนั้นไปสร้างสรรค์เป็นกิจกรรม CSR ที่เหมาะสมต่อไป

จากผลการศึกษาวิจัย พบว่า จากผลการวิจัยซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวความคิดโซคิรัตัน ศรีสุข (2554) ที่ว่าความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นรูปแบบของการบริจาค เพื่อการกุศลเป็นส่วนมากเป็น CSR- after-process คือการรับผิดชอบต่อสังคมทำอยู่นอกกระบวนการของบริษัท และเป็น Strategic-CSR การทำความรับผิดชอบต่อสังคมในเชิงรุก (Proactive) ที่องค์กรสามารถริเริ่มกิจกรรมด้วยตัวเองให้แก่สังคม 3 กลยุทธ์การสื่อสาร จำแนกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ การสื่อสารภายในใช้การสื่อสารแบบบนสู่ล่าง คือ มีการถ่ายทอดจากผู้บริหารระดับสูงลงสู่ผู้บริหารระดับกลาง ไปถึงผู้ปฏิบัติ และการสื่อสารภายนอกผ่านเครื่องมือทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) ได้แก่ สื่อ ภาพยนตร์ โฆษณา ป้ายโฆษณาสื่อกลางแจ้ง สื่อสิ่งพิมพ์ การจัดกิจกรรมพิเศษ การเป็นผู้อุปถัมภ์กิจกรรม และสื่อออนไลน์ 4 การรับรู้รูปแบบ โครงการความรับผิดชอบต่อสังคม ผู้บริโภคเห็นว่าการทำงานโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท มีวัตถุประสงค์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับบริษัท เพื่อเป็นการช่วยเหลือชุมชน และสังคม

หลักสำคัญของการดำเนินกิจกรรม CSR จากการศึกษาพบว่า สังคมต้องการสิ่งที่องค์กรทำนั้นต้องเป็นการผสานประโยชน์ให้เกิดขึ้นกับทั้งองค์กร และสังคมอย่างแท้จริง ดังนั้นสิ่งที่ต้องทราบก็คือเป้าหมายที่ต้องรับผิชอบนั้นเป็น “ใคร” และ “อยู่ที่ไหน” และ “ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย” ที่สำคัญ โดยบริบททางสังคมของแต่ละองค์กรย่อมมีความแตกต่างกัน โดยเบื้องต้นจะมีการกำหนดจากพื้นที่สังคมภายใน ออกไปสู่พื้นที่สังคมโดยรอบที่ใกล้ชิดองค์กรมากที่สุด หรือสังคมใกล้เคียง จากนั้นค่อยๆ ขยายไปสู่พื้นที่ที่กว้างหรือสังคมไกลออกไป ซึ่งโดยทั่วไปแล้วพื้นที่สังคมภายในก็คือตัวองค์กรเอง แต่ที่จะมีความแตกต่างกันที่การระบุพื้นที่สังคมใกล้ และสังคมไกล

ซึ่งจะมีความเหมือน หรือแตกต่างกันขึ้นอยู่กับแนวปฏิบัติของแต่ละองค์กรใช้เป็นตัวกำหนด เช่น ระยะทาง ความสัมพันธ์ ความร่วมมือ ผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจ ข้อผูกพันทางการค้า และกฎหมาย ทั้งนี้องค์กรยังสามารถกำหนดพื้นที่ทางสังคมได้มากกว่า 3 พื้นที่เบื้องต้น ขึ้นอยู่กับกรอบการพิจารณาความใกล้ชิดกับองค์กรด้วยปัจจัยดังกล่าว หลังจากการขีดวงกำหนดพื้นที่ทางสังคมได้แล้ว สิ่งที่ต้องกำหนดคือ การหากลุ่มเป้าหมาย คือการพิจารณาถึงผู้มีส่วนได้ – ส่วนเสียในวงสังคมนั้นว่า ประกอบไปด้วยใครบ้าง เพื่อให้องค์กรสามารถกำหนดความรับผิดชอบได้อย่างชัดเจนนั่นเอง ซึ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของสังคมภายในองค์กรมักจะ ไม่ค่อยแตกต่างกัน เช่น ผู้ถือหุ้น ผู้บริหาร พนักงาน

จากผลการศึกษาวิจัยพบว่า ผลการวิจัยซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวความคิด Dimosthenis T. Mousiolis, Apostolos D. Zaridis (2014) ทำการศึกษาผลกระทบต่อโครงสร้างขององค์กรผ่านการดำเนินการตามนโยบายจากความรับผิดชอบต่อสังคม(CSR)มีการศึกษากระบวนการจัดทำนโยบาย และแผนงาน เพื่อดูผลกระทบต่างๆที่เกิดขึ้นของบริษัทต่างๆในเรื่องของนโยบายต่างๆของบริษัทที่จะส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม และสภาพความเป็นอยู่ของบริษัทที่เกิดขึ้น ผลการศึกษพบว่า มีการตั้งข้อสังเกตว่า ผู้บริหารรับรู้ลำดับความสำคัญอาจจะนำไปกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียได้เป็นอย่างดี เช่น การเรียกร้องผู้มีส่วนได้เสียที่เฉพาะเจาะจง และนอกเหนือจากการถกเถียงกันระหว่างผู้มีส่วนได้เสีย ดังนั้น นโยบายเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อการก่อสร้างพื้นฐานขององค์กร ดังนั้น นโยบายที่มาจากทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคมมีผลกระทบต่อโครงสร้างขององค์กรอาจไม่ได้อยู่ในระดับเดียวกันสำหรับทุกคนแต่จะเกิดขึ้นจากภายใน และสภาพแวดล้อมภายนอกมีผลกระทบที่จะปรากฏก็ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมขององค์กร แต่เมื่อบริษัทเริ่มที่จะนำมาใช้ความรับผิดชอบต่อสังคม นโยบายเหตุผลหลักคือ การปกป้องผลประโยชน์ และภาพลักษณ์ของพวกเขาในความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย

สรุป

การดำเนินตามการศึกษาแนวทางการพัฒนาระบบ CSR เพื่อการจัดการกากของเสียอุตสาหกรรมแบบยั่งยืนโรงงานอุตสาหกรรมที่ได้ทำการศึกษาจำนวน 5 โรงงานมีแนวทางการปฏิบัติขั้นตอนต่างๆ ภายในโรงงานอุตสาหกรรมอย่างเป็นระบบระเบียบมีการวางแผนต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างยั่งยืนต่อไปการกำกับดูแลกิจการที่ดีในดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างถูกต้องตามกฎหมาย และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง มีความโปร่งใส เปิดเผยข้อมูลที่สำคัญ ตรวจสอบได้ ปฏิบัติตามนโยบายการกำกับกิจการที่ดี และหลักปรัชญาของเศรษฐกิจ

พอเพียง โดยคำนึงถึงประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นกับผู้ถือหุ้น พนักงาน ชุมชน และสังคม คู่ค้า สื่อมวลชน ลูกค้า และประชาชน คู่แข่งทางการค้า เจ้าหนี้ หน่วยงานภาครัฐ และผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม ส่งเสริมการแข่งขันทางการค้าอย่างเสรี หลีกเลี่ยงการดำเนินการที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาต่อต้านการทุจริตทุกรูปแบบ รวมถึงส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมในห่วงโซ่ธุรกิจทุกขั้นตอน (Business Chain) สิทธิมนุษยชน และการปฏิบัติต่อพนักงาน ยึดมั่นในวัฒนธรรมของบริษัทฯ สนับสนุน และเคารพในการปกป้องสิทธิมนุษยชน ปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเท่าเทียม และเป็นธรรม จัดให้มีสวัสดิการ ความปลอดภัย และสุขอนามัยในสถานที่ทำงาน รวมถึงปฏิบัติตามนโยบาย ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับองค์กร และการพัฒนาบุคลากร เพื่อยกระดับการทำงานของพนักงาน อย่างมืออาชีพ พัฒนาระบบการทำงาน และสร้างนวัตกรรมในองค์กร อีกทั้งส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการทำประโยชน์กับสังคม ทั้งทางตรง และทางอ้อมความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค มุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบริการที่ไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้บริโภค และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม มีคุณภาพตรงตามหรือสูงกว่าความคาดหวังของผู้บริโภค ภายใต้เงื่อนไขที่เป็นธรรม และให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และบริการที่ถูกต้อง เพียงพอ ไม่เกินความเป็นจริง รักษาความลับของลูกค้า ไม่นำไปใช้ เพื่อประโยชน์ของตนเอง หรือผู้ที่เกี่ยวข้องโดยมิชอบสิ่งแวดล้อม และความปลอดภัย ตระหนัก และมีกระบวนการวิเคราะห์ความเสี่ยง และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และความปลอดภัยในทุกกระบวนการทางธุรกิจ รวมถึงใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และประหยัด พลังงานตามหลักการสากลการมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชน และสังคม ส่งเสริมการใช้กระบวนการทาง ธุรกิจ เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตช่วยสร้างเศรษฐกิจ และความเข้มแข็งให้กับชุมชน เพื่อนบ้าน และสังคมไทยการพัฒนา และเผยแพร่นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม สนับสนุนการสร้างสรรค์ และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย (Co-Creation) ในการพัฒนานวัตกรรมที่สร้างความสมดุลระหว่างมูลค่า และคุณค่าต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับความเจริญเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืนต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. กระบวนการทำ CSR ซึ่งจะมีส่วนงานที่เกี่ยวข้องทั้ง 3 ฝ่ายประกอบด้วย ผู้ประกอบการส่วนงานราชการที่เป็นผู้บังคับใช้กฎหมาย และส่วนของประชาชน ดังนั้น เพื่อให้เกิดความยั่งยืน และมีแนวปฏิบัติที่สมบูรณ์มากขึ้น ควรมีส่วนงานที่มีประสิทธิภาพเฉพาะด้านเข้าร่วมด้วย อาทิ สถาบันการศึกษา นักวิจัย นักการเมืองผู้ออกนโยบาย เป็นต้น

2. กระบวนการทำ CSR เป็นกระบวนการที่มุ่งเน้นความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนั้นควรมีการประยุกต์ใช้ระบบมาตรฐานสากลที่เกี่ยวข้องกับแนวปฏิบัติที่ดีต่อสังคมร่วมด้วย อาทิ ISO14001SIA (Social Impact Assessment) เป็นต้น

3. ข้อปฏิบัติที่ดีในกระบวนการทำ CSR สำหรับโรงงานแต่ละแห่งจะพบว่า มีข้อที่แตกต่างจากกระบวนการทำ CSR ที่เกิดจากแนวปฏิบัติที่ดีตามมาตรฐานกรมโรงงานอุตสาหกรรม ดังนั้นผู้ปฏิบัติที่ดีจำเป็นต้องมีการพัฒนาระบบ CSR ให้เกิดการปฏิบัติที่ยั่งยืน โดยควรมีข้อปฏิบัติที่พัฒนามากกว่ามาตรฐานของกรมโรงงานอุตสาหกรรมที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่สามารถบ่งบอกถึงข้อปฏิบัติที่ดีในกระบวนการ CSR ของโรงงานเฉพาะบางกลุ่มเท่านั้น ดังนั้น เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ของการศึกษาวิจัยซึ่งจะทำให้เกิดการปฏิบัติที่ยั่งยืนนั้นควรดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณควบคู่ไปด้วย

2. การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่สามารถบ่งบอกถึงข้อปฏิบัติที่ดีในกระบวนการ CSR ของโรงงานเฉพาะบางประเภทเท่านั้นดังนั้นควรมีการวิจัยเพิ่มเติมสำหรับประเภทของกิจการอื่นๆร่วมด้วย เพื่อนำผลลัพธ์ที่ได้มาเปรียบเทียบให้เกิดการปฏิบัติที่ยั่งยืนต่อไป

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำ CSR .ในการดำเนินธุรกิจ. กรุงเทพฯ :
คู่มือแนวทางการพัฒนาสังคม, 2553.
- คณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม. ความหมายของ CSR . กรุงเทพฯ :
เอกสารประกอบการอบรมการพัฒนาเพื่อสังคม, 2553.
- โชติรัตน์ ศรีสุข. การศึกษากลยุทธ์การสื่อสาร และการรับรู้รูปแบบโครงการความรับผิดชอบต่อ
สังคมของบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศิลปากร,
2554.
- บัณฑิตา ทรัพย์กมล. ความหมายของ CSR . กรุงเทพฯ : เอกสารประกอบการศึกษา CSR, 2554.
- พงษ์เทพ จารุอำพรพรรณ. สถานการณ์ และนโยบายการจัดการกากอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ :
รายงานสัมมนาทางวิชาการกรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2556.
- พัคตร์ศุภางค์ ศรีสวัสดิ์. การศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อศึกษาความรับผิดชอบต่อ
สังคม (CSR) ขององค์กรเครื่องซีเมนต์ไทย (SCG). กรุงเทพฯ : เอกสารงานวิจัย
และพัฒนาบริษัท SCG, 2554.
- ไทยพัฒนา, สถาบัน. ความหมายของ CSR. กรุงเทพฯ : คู่มือแนวทางการจัดการ และการพัฒนา
ที่ยั่งยืน, 2553.
- ธุรกิจเพื่อสังคม, สถาบัน. กระบวนการความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ :
คู่มือแนวทางการจัดการธุรกิจอุตสาหกรรม, 2554.
- มนตรี เลิศสกุลเจริญ. ความหมายของ CSR . กรุงเทพฯ : คู่มืออบรมการพัฒนาระบบ CSR, 2547.
- รพีพรรณ วงศ์ประเสริฐ. การใช้ประโยชน์ทางทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรบุคคล. กรุงเทพฯ :
เอกสารประกอบการศึกษาการจัดการอุตสาหกรรม, 2554.
- โรงงานอุตสาหกรรม, กรม. ลักษณะของกากอุตสาหกรรมจากแหล่งกำเนิดต่างๆ. กรุงเทพฯ :
สำนักส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2555.
- โรงงานอุตสาหกรรม, กรม. จำนวนโรงงานอุตสาหกรรมที่เข้าร่วมโครงการ CSR-DIW. กรุงเทพฯ :
กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2555.

โรงงานอุตสาหกรรม, กรม. คู่มือหลักปฏิบัติที่ดีสำหรับการให้บริการบำบัด กำจัดกากอุตสาหกรรม.

กรุงเทพฯ : สำนักบริหารจัดการกากอุตสาหกรรมกระทรวงอุตสาหกรรม, 2554.

โรงงานอุตสาหกรรม, กรม. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากกิจกรรม CSR. กรุงเทพฯ : กรมโรงงาน

อุตสาหกรรม, 2555.

โรงงานอุตสาหกรรม, กรม. แนวทางปฏิบัติสำหรับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมตามเกณฑ์มาตรฐาน

ความรับผิดชอบต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อสังคม. กรุงเทพฯ : อัมรินทร์

พรินติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด, 2555.

วารกรณ์ สามโกเศศ. เจาะลึกการพัฒนาแบบ CSR. กรุงเทพฯ : เอกสารการวางแผนระบบ

ในองค์กร, 2554.

วิภาดา วีระสัมพันธ์. ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของ

ลูกค้าบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน). กรุงเทพฯ : เอกสาร

งานวิจัยบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน), 2553.

อนันตชัย ชูประดม. แนวทางการบริหารจัดการธุรกิจเพื่อสังคม. กรุงเทพฯ : คู่มือแนวทางการ

จัดการธุรกิจอุตสาหกรรม, 2554.

ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

ข่าวสดออนไลน์. “ความหมายของ CSR”(ออนไลน์), เข้าถึงได้

จาก:http://www.thaicssr.com/2006/03/blog-post_20.html, 2555

คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์, สำนักงาน. “ความรับผิดชอบต่อสังคมของ

ธุรกิจ (CSR)”(ออนไลน์), เข้าถึงได้ จาก:[http://www.sec.or.th/TH/RaisingFunds/](http://www.sec.or.th/TH/RaisingFunds/EquityDebt/Pages/link-Laws_Regulations/CSR.aspx)

[EquityDebt/Pages/link-Laws_Regulations/CSR.aspx](http://www.sec.or.th/TH/RaisingFunds/EquityDebt/Pages/link-Laws_Regulations/CSR.aspx), 2556.

ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด, บริษัท. “ความยั่งยืนที่มีต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม”(ออนไลน์), เข้าถึงได้

จาก:http://www.scg.co.th/th/08news_release/01_news/detail.php?ContentId=1969,

2558.

พลังงาน, กระทรวง. “แนวทางการพัฒนาระบบCSRที่ดี ”(ออนไลน์), เข้าถึงได้

จาก:<http://www.csrcom.com/csr.php>, 2558.

วิกิพีเดีย. “ความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงบริษัท”(ออนไลน์), เข้าถึงได้

จาก:<https://th.wikipedia.org/wiki>, 2558.

สิ่งแวดล้อม กรุงเทพมหานคร, สำนัก. “แนวทางการจัดการกากอุตสาหกรรม”(ออนไลน์), เข้าได้

จาก:<http://www.bangkok.go.th/environment>, 2557.

ภาษาต่างประเทศ

Book

- AditGrover. Study the preparation of the CSR corporate social responsibility in corporate development activities that, in order to make them more efficient.Thailane:2013.
- Dimosthenis T. Mousiolis, Apostolos D. Zaridis. The impact on the structure of the organization through the implementation of policies of social responsibility. Thailane:2014
- Kotler and Nancy. Lee.Responsibility in Business Issues and Problems.Thailane:2008.
- Mr. SrinivasanRadhakrishnana, Dr. PradnyaChitraob, Dr. AshaNagendrac. The study of corporate social responsibility (CSR) in market-driven analysis of environmental and social responsibility. Thailane : 2014.
- R. Wayne Mondy. The definition of csr and industrial management. Thailane : 1980.
- World Business Council on Sustainable Development. Systems were the means of social responsibility in business. Thailand : 2004.

ภาคผนวก

ผนวก ก

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับโรงงาน

แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนทั่วไปเกี่ยวกับโรงงาน ได้แก่ ปีในการดำเนินงาน ระดับการศึกษา การผลิตต่อวัน ซึ่งเป็นแบบมีให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple choices) โดยคำถามแต่ละข้อมี ลักษณะข้อมูลดังต่อไปนี้

ชื่อโรงงาน.....

ที่ตั้งโรงงาน.....

1. ดำเนินงานมาตั้งแต่ปี พ.ศ.

.....

2. ผู้ถือหุ้นโรงงาน

ชาวไทย ชาวต่างชาติ รัฐบาล อื่นๆ.....

3. จำนวนคนงาน / เจ้าหน้าที่

รวม.....คน ชาย.....คน หญิง.....คน

4. จำนวนเงินลงทุน.....บาท กำลังเครื่องจักร

.....แรงม้า

5. ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ของคนงานเจ้าหน้าที่

สูงกว่าปริญญาตรี ปวส.-ปริญญาตรี ม.ปลาย/ปวช. น้อยกว่า ม.ปลาย/ปวช.

6. ปริมาณการผลิตต่อวัน

น้อยกว่า 10 ตัน 10-50 ตัน ตั้งแต่ 51-100 ตัน อื่นๆ(โปรดระบุ).....

ผนวก ข

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต และการจัดการของเสียของโรงงาน

1. ผลิตภัณฑ์ของโรงงาน

.....

2. วัตถุดิบหลักที่ใช้

2.1.....2.3.....

2.2.....2.4.....

3. กระบวนการผลิต (โปรดเรียงลำดับก่อน-หลัง)

3.1..... 3.2.....

3.3..... 3.4.....

3.5..... 3.6.....

4. ปริมาณน้ำทิ้ง.....ลบ.ม.ต่อวัน ปริมาณน้ำเสีย.....ลบ.ม.ต่อวัน

5. กระบวนการผลิตของโรงงานมีของเสียได้บ้าง(เลือกตอบได้หลายคำตอบ)

กรด สารเคมีเสื่อมสภาพ/หมดอายุ ภาชนะบรรจุสารเคมี

คราบน้ำมัน ฝุ่นโลหะหนัก กากตะกอนของแข็งที่เป็นโลหะหนัก

อื่นๆ.....

6. โรงงานจัดการของเสียอย่างไร(เลือกตอบได้หลายคำตอบ)

จ้างหน่วยงานเอกชน ปรับค่าให้เป็นกลาง ลดปริมาณการใช้ ฝังกลบ

นำกลับมาใช้ใหม่ กองไว้กลางแจ้งรอกำจัด อื่นๆ.....

7. โรงงานมีปัญหาคัดในการจัดการของเสีย(เลือกตอบได้หลายคำตอบ)

ไม่มี ค่าใช้จ่ายสูง บุคลากรไม่มีความรู้

ไม่มีหน่วยงานรับกำจัด มีของเสียมาก สถานที่จำกัดไม่เพียงพอ

8. มีส่วนราชการมาตรวจสอบการจัดการสิ่งแวดล้อมโรงงานของท่านบ้างหรือไม่

ไม่มี มี คราวละ 1 ปี มี คราวละ 2-5 ปี อื่นๆ.....

ผนวก ก

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านการดำเนินงานตามนโยบายจัดการของเสียของภาครัฐ การดำเนินการใด
ดังต่อไปนี้ที่หน่วยงานราชการมีการควบคุมเชิงใจหรือสนับสนุนหรือโรงงานดำเนินการเอง

นโยบายการจัดการของเสีย	โรงงาน จัดทำ/ทำเอง	รัฐกำหนด/ สนับสนุน	ปัญหาและ อุปสรรคที่พบ
การแยกเก็บของเสียอันตรายและไม่อันตรายออกจากกัน			
การบันทึกการจัดการของเสียประจำวัน			
การจัดทำแผนฉุกเฉิน			
การฝึกอบรมพนักงานด้านการจัดการของเสีย			
การติดตั้งอุปกรณ์บำบัดของเสีย			
การติดตั้งมาตรวัดปริมาณน้ำเสีย			
การจัดเตรียมอุปกรณ์ความปลอดภัย			
การจัดทำรายงานการจัดการของเสียส่งกรม โรงงาน			
การแจ้งข้อมูลการขนส่งของเสียทางสื่อ อิเล็กทรอนิกส์			
การจัดการกากอุตสาหกรรมด้านสิ่งแวดล้อม			
การจัดการทำที่เก็บวัตถุอันตรายของเสีย			
การกำหนดค่ามาตรฐานอากาศ			
การวิเคราะห์ตัวอย่างน้ำเสียและอากาศ			
การขนส่งของเสียไปกำจัด			
การเก็บของเสียไว้ที่โรงงาน			
การสร้างความร่วมมือระหว่างโรงงาน			
การจัดทำระบบมาตรฐาน ISO 14001			
รางวัลด้านการจัดการของเสีย เช่น Green label			
การเปิดเผยข้อมูลการจัดการของเสียสู่สาธารณะ			
การอบรมวิชาการด้านการจัดการของเสีย			
การเป็นโรงงานตัวอย่างด้านการจัดการของเสีย			

ผนวก ง

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิด CSR กับการดำเนินธุรกิจ

1. ท่านคิดว่า CSR มีความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจของท่านมาก น้อยเพียงใด
ความคิดเห็น/เหตุผล

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

บริษัทของท่านนำแนวคิด CSR มาใช้ในการดำเนินธุรกิจด้วยหรือไม่และมีการนำมาใช้อย่างไร
ความคิดเห็น/เหตุผล

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

2. ท่านคิดว่า ปัจจัยดังต่อไปนี้มีผลต่อการนำแนวคิด CSR มาใช้ในการดำเนินธุรกิจหรือไม่

3.1 การได้รับการสนับสนุนจากผู้น้ององค์กร

- มีผล ไม่มีผล

3.2 ประเภทของอุตสาหกรรมที่ดำเนินธุรกิจอยู่

- มีผล ไม่มีผล

3.3 ขนาดขององค์กร

- มีผล ไม่มีผล

3.4 ระดับรายได้ขององค์กร

- มีผล ไม่มีผล

2.5 ปัจจัยอื่น ๆ โปรดระบุ

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

ผนวก จ

ส่วนที่ 5

1.) แนวปฏิบัติCSR :

- การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม
- ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค
- การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม
- การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม
- การจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

1.1) ความปลอดภัยและสุขอนามัยในสถานที่ทำงาน

1.1.1 บริษัทมีการกำหนดนโยบายในเรื่องนี้

- ใช่ ไม่ใช่ อยู่ระหว่างดำเนินการ

1.1.2 บริษัทมีการเปิดเผยนโยบายในเรื่องนี้

- ใช่ ไม่ใช่ อยู่ระหว่างดำเนินการ

1.1.3 ท่านเห็นด้วยหรือไม่ หากจะกำหนดหลักเกณฑ์เรื่อง “บริษัทมีการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับความปลอดภัยและสุขอนามัยในสถานที่ทำงาน” จะให้เหตุผลประกอบความคิดเห็น/เหตุผล

.....

.....

.....

1.2) การพัฒนาความรู้และศักยภาพของพนักงาน

1.2.1 บริษัทมีการกำหนดนโยบายในเรื่องนี้

- ใช่ ไม่ใช่ อยู่ระหว่างดำเนินการ

1.2.2 บริษัทมีการเปิดเผยนโยบายในเรื่องนี้

- ใช่ ไม่ใช่ อยู่ระหว่างดำเนินการ

1.2.3 ท่านเห็นด้วยหรือไม่ หากจะกำหนดหลักเกณฑ์เรื่อง “บริษัทมีการกำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการพัฒนาความรู้และศักยภาพของพนักงาน” จะให้เหตุผลประกอบความคิดเห็น/เหตุผล

.....

.....

.....

1.3) การกำหนดค่าตอบแทนและสวัสดิการ

1.3.1 บริษัทมีการกำหนดนโยบายในเรื่องนี้

ใช่ ไม่ใช่ อยู่ระหว่างดำเนินการ

1.3.2 บริษัทมีการเปิดเผยนโยบายในเรื่องนี้

ใช่ ไม่ใช่ อยู่ระหว่างดำเนินการ

1.3.3 ท่านเห็นด้วยหรือไม่ หากจะกำหนดหลักเกณฑ์เรื่อง “บริษัทมีการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับค่าตอบแทนและสวัสดิการแก่พนักงาน” ึ่งให้เหตุผลประกอบความคิดเห็น/เหตุผล

.....

.....

.....

.....

1.4) แนวปฏิบัติ CSR : ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคการปฏิบัติต่อลูกค้า

1.4.1 บริษัทมีการกำหนดนโยบายในเรื่องนี้

ใช่ ไม่ใช่ อยู่ระหว่างดำเนินการ

1.4.2 บริษัทมีการเปิดเผยนโยบายในเรื่องนี้

ใช่ ไม่ใช่ อยู่ระหว่างดำเนินการ

1.4.3 ท่านเห็นด้วยหรือไม่ หากจะกำหนดหลักเกณฑ์เรื่อง “บริษัทมีการกำหนดนโยบายการปฏิบัติต่อลูกค้า” ึ่งให้เหตุผลประกอบความคิดเห็น/เหตุผล

.....

.....

.....

.....

.....

.....

1.5) แนวปฏิบัติ CSR : การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคมการปฏิบัติต่อสังคม

1.5.1 บริษัทมีการกำหนดนโยบายในเรื่องนี้

ใช่ ไม่ใช่ อยู่ระหว่างดำเนินการ

1.5.2 บริษัทมีการเปิดเผยนโยบายในเรื่องนี้

ใช่ ไม่ใช่ อยู่ระหว่างดำเนินการ

1.5.3 ท่านเห็นด้วยหรือไม่ หากจะกำหนดหลักเกณฑ์เรื่อง “บริษัทมีการกำหนดนโยบายการปฏิบัติต่อสังคม” จงให้เหตุผลประกอบความคิดเห็น/เหตุผล

.....

.....

.....

.....

1.6 การจัดกิจกรรมหรือเข้าไปมีส่วนร่วมสนับสนุนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชน

1.6.1 บริษัทมีการกำหนดนโยบายในเรื่องนี้

ใช่ ไม่ใช่ อยู่ระหว่างดำเนินการ

1.6.2 บริษัทมีการเปิดเผยนโยบายในเรื่องนี้

ใช่ ไม่ใช่ อยู่ระหว่างดำเนินการ

1.6.3 ท่านเห็นด้วยหรือไม่ หากจะกำหนดหลักเกณฑ์เรื่อง “บริษัทได้จัดกิจกรรมหรือเข้าไปมีส่วนร่วมสนับสนุนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชน” จงให้เหตุผลประกอบความคิดเห็น/เหตุผล

.....

.....

.....

.....

.....

.....

1.7 นโยบายการดำเนินธุรกิจภายใต้มาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม

1.7.1 บริษัทมีการกำหนดนโยบายในเรื่องนี้

ใช่ ไม่ใช่ อยู่ระหว่างดำเนินการ

1.7.2 บริษัทมีการเปิดเผยนโยบายในเรื่องนี้

ใช่ ไม่ใช่ อยู่ระหว่างดำเนินการ

1.7.3 ท่านเห็นด้วยหรือไม่ หากจะกำหนดหลักเกณฑ์เรื่อง “บริษัทมีการกำหนดนโยบายการดำเนินธุรกิจภายใต้มาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม” จะให้เหตุผลประกอบความคิดเห็น/เหตุผล

.....

.....

.....

.....

.....

1.8 การให้ความรู้และฝึกอบรมพนักงานในเรื่องสิ่งแวดล้อม

1.8.1 บริษัทมีการกำหนดนโยบายในเรื่องนี้

ใช่ ไม่ใช่ อยู่ระหว่างดำเนินการ

1.8.2 บริษัทมีการเปิดเผยนโยบายในเรื่องนี้

ใช่ ไม่ใช่ อยู่ระหว่างดำเนินการ

1.8.3 ท่านเห็นด้วยหรือไม่ หากจะกำหนดหลักเกณฑ์เรื่อง “บริษัทมีการให้ความรู้และฝึกอบรมพนักงานในเรื่องสิ่งแวดล้อม” จะให้เหตุผลประกอบความคิดเห็น/เหตุผล

.....

.....

.....

.....

.....

1.9 บริษัทของท่านได้เปิดเผยถึงการดำเนินงานด้าน CSR หรือไม่

ความคิดเห็น/เหตุผล

.....

.....

.....

.....

.....

1.10 ในการเปิดเผยถึงการดำเนินงานด้าน CSR บริษัทของท่านได้นำเสนอประเด็นใดบ้าง

ความคิดเห็น/เหตุผล

.....

.....

.....

.....

.....

####ขอบคุณในความร่วมมือตอบแบบสอบถาม####

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ นายประกอบ วิวิธจินดา

วัน เดือน ปี 16 พฤศจิกายน 2503

การศึกษา ระดับมัธยมศึกษา
โรงเรียนเบญจมราชูทิศ จันทบุรี
ระดับปริญญาตรี
วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต สาขา วิศวกรรมอุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขต เทเวศร์
ระดับปริญญาโท
วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขา เทคโนโลยีสิ่งแวดล้อม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

ประวัติการทำงานโดยย่อ

อุตสาหกรรมจังหวัด หนองคาย
อุตสาหกรรมจังหวัด บุรีรัมย์
อุตสาหกรรมจังหวัด ขอนแก่น
อุตสาหกรรมจังหวัด ฉะเชิงเทรา
อุตสาหกรรมจังหวัด สมุทรสาคร

สรุปย่อ

เรื่อง แนวทางการพัฒนาระบบ CSR เพื่อการจัดการกากของเสียอุตสาหกรรมแบบยั่งยืน
ลักษณะวิชา วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
ผู้วิจัย นายประกอบ วิวิธจินดา หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ 57
ตำแหน่ง อุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร สำนักงานปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากสถานการณ์ปัจจุบันพบว่าปัญหาความรุนแรงเรื่องกากอุตสาหกรรมกำลังเป็นที่จับตาของสังคมทั้งภายใน และทั่วโลก ประเทศไทยมีอัตราการเติบโตทางด้านอุตสาหกรรมอยู่ในระดับต้นๆ ของเอเชียจากความเจริญเติบโตดังกล่าว พบว่าสิ่งที่เป็นผลกระทบตามมาคือ ปัญหาเรื่องกากของเสียอุตสาหกรรมที่รอให้มีการจัดการอย่างถูกต้องจากข้อมูลของกรมโรงงานอุตสาหกรรมปี 2557 พบว่าประเทศไทยมีกากของเสียอันตรายมากกว่า 2.5 ล้านตันต่อปี จากจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมทั่วประเทศมากกว่า 80,000 แห่ง และพบว่ามีโรงงานประเภทคัดแยก(105) 1,265 แห่ง ประเภทบำบัดของเสียรวม(101) 142 แห่ง และประเภท รีไซเคิล(106) 479 แห่ง แม้ว่าจะมีแหล่งรับกำจัดที่ผ่านการขออนุญาตประกอบกิจการ โรงงานถูกต้อง แต่ก็ยังพบปัญหาของการลักลอบเปิดกิจการอย่างไม่ถูกต้องพบปัญหาการลักลอบทิ้งในพื้นที่ของเอกชนจำนวนบ่อยครั้ง อาทิ ปัญหาการลักลอบทิ้งกากของเสียอันตรายในพื้นที่ตำบล หนองแหวน จังหวัดฉะเชิงเทรา และการเกิดเพลิงไหม้บ่อยๆในพื้นที่ของจังหวัดสมุทรปราการ เป็นต้นกระบวนการความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคอุตสาหกรรม (Corporate Social Responsibility : CSR) จึงเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องถูกนำมาพัฒนาเพื่อให้เกิดกระบวนการจัดการป้องกัน และแก้ไขปัญหาผลกระทบสิ่งแวดล้อมในเรื่องกากอุตสาหกรรมในประเทศไทย และเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการพัฒนาด้านอุตสาหกรรมที่ใส่ใจถึงผลกระทบต่อสังคมโดยผู้วิจัยมีแนวคิดที่จะรวบรวมรูปแบบของกระบวนการทำ CSR ของโรงงานอุตสาหกรรมที่เป็นแหล่งกำเนิดกากของเสียอุตสาหกรรมที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินการมาแล้วในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา และต้องการหาแนวทางในการพัฒนาระบบ CSR ในการจัดการกากของเสียอุตสาหกรรมแบบยั่งยืนซึ่งสามารถที่จะตอบโจทยุทธศาสตร์ของกระทรวงอุตสาหกรรมในยุทธศาสตร์ที่ 4 คือ การส่งเสริมอุตสาหกรรมรับผิดชอบต่อสังคมบริหารจัดการทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุล และสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของกรมโรงงานอุตสาหกรรมในยุทธศาสตร์ที่ 1 คือ การบริหารจัดการให้ภาคอุตสาหกรรมอยู่ร่วมกับชุมชนได้อย่างยั่งยืน

ก่อให้เกิดแนวยุทธศาสตร์ในการพัฒนาระบบการจัดการกากอุตสาหกรรมของประเทศต่อไป การพัฒนาประเทศทั่วโลกในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาทำให้วิถีชีวิต และความเป็นอยู่ของประชาชนเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ผลของการพัฒนาเหล่านี้ได้ก่อให้เกิดผลกระทบต่อประเทศคือการอุปโภค และบริโภคของประชาชน และรวมถึงการใช้ทรัพยากรธรรมชาติต่างๆในปริมาณที่สูงขึ้นจนทำให้เกิดปัญหาต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมในปัจจุบันผลสำเร็จทางธุรกิจไม่ได้วัดหรือประเมินเพียงแค่ผลประกอบการ และตัวเลขทางการเงิน ความพึงพอใจของผู้บริหาร ผู้ถือหุ้นหรือพนักงานเท่านั้นแต่ต้องสามารถทำได้ตามความคาดหวังของสังคมที่มีต่อองค์กรธุรกิจ โดยให้ผู้บริโภคเข้ามามีส่วนสำคัญในการกำหนดถึงความอยู่รอดความก้าวหน้าของธุรกิจที่จะเติบโตอย่างยั่งยืนในอนาคต “ความรับผิดชอบต่อสังคม” จึงเป็นเรื่องที่สำคัญ และจำเป็นที่ภาคธุรกิจต้องใส่ใจ และทำการศึกษา (ประธาน ไตรจักรภพ 2548)ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ หรือ Corporate Social Responsibility หรือ CSR เป็นแนวคิดที่เป็นกระแสไปทั่วโลกองค์กรหรือบริษัทต่างๆได้เป็นแนวในการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)หมายถึงการเอื้อประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทุกฝ่ายอย่างเหมาะสมโดยไม่เบียดเบียนฝ่ายใดขององค์กรที่มี (CSR) ย่อมไม่ชูครีตลูกจ้างแรงงานไม่ฉ้อโกงลูกค้า ไม่เอาเปรียบคู่ค้า ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม หรือทำร้ายชุมชนโดยรอบที่ตั้งขององค์กร ด้วยการก่อกมลพิษ เป็นต้น องค์กรที่ขาด CSR ย่อมสะท้อนถึงการขาดความโปร่งใสอันที่จริงแล้วการมี CSR คือการทำธุรกิจให้ถูกต้องตามกฎหมาย และจรรยาบรรณนั่นเอง เช่นไม่หลบเลี่ยงกฎหมายแรงงาน กฎหมายแพ่ง และพาณิชย์ กฎหมายอาญาในกรณีต่างๆ ทำให้พนักงานในองค์กรมีความสุขได้รับค่าจ้างที่เหมาะสมมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นไม่เบียดเบียนทำร้ายสังคม สิ่งแวดล้อม เป็นต้น (สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม, 2554)

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ (CSR) เริ่มแพร่หลายขึ้นในประเทศไทย ประมาณปี 2549ทั้งบริษัทจดทะเบียนไทยบริษัทข้ามชาติ และรัฐวิสาหกิจต่างๆก็ถือว่าการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรไปด้วยทำให้การดำเนินของธุรกิจนั้นๆ เป็นไปอย่างสะดวกประชาชนทั่วไปก็เห็นงามในการทำความดีต่อชุมชนสังคม และสิ่งแวดล้อมแต่ความเป็นจริงแล้ว CSRคือการลงทุนอย่างหนึ่งซึ่งคุ้มค่าทางการเงิน และการตลาด ทำให้เกิดการพัฒนาย่างยั่งยืน(สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม, 2554)

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ (CSR) จะต้องครอบคลุมไปทั้ง 3 ด้าน คือ กำไร สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยสังคมนั้น หมายถึง “ชุมชน”หรือ”คนในชุมชน” ที่องค์กรตั้งอยู่ การดำเนินกิจการด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมนี้ไม่เพียงแต่ปฏิบัติตามกฎหมายถูกหลักจริยธรรมเท่านั้นหากแต่ยังสามารถสร้างสรรค์หรือลงทุนด้วยโครงการต่างๆ เช่น การสนับสนุนการพัฒนา ศักยภาพเยาวชน การพัฒนาคุณภาพชีวิตคนเป็นต้น

กิจกรรมเพื่อช่วยเหลือสังคมนี้มักถูกใช้เพื่อสนับสนุนประเด็นส่วนใหญ่เกี่ยวกับ อนามัยชุมชน (เช่น โรคเอดส์ การตรวจหามะเร็งเต้านมระยะเริ่มแรก การสร้างภูมิคุ้มกันตาม กำหนดเวลา) เกี่ยวกับความปลอดภัย (การอบรมผู้ขับขี่ การป้องกันอาชญากรรม การณรงค์ใช้ อุปกรณ์ เพื่อความปลอดภัยในยานพาหนะ) เกี่ยวกับการศึกษา (รณรงค์การอ่านออกเขียนได้การใช้ เครื่องคอมพิวเตอร์ในโรงเรียนการให้การศึกษาพิเศษตามความต้องการ) เกี่ยวเนื่องกับการจ้างงาน (การฝึกอาชีพ กฎเกณฑ์การจ้างงานที่ตั้ง โรงงาน) เกี่ยวเนื่องกับสภาพแวดล้อม(การรีไซเคิลสิ่งของ ที่ใช้แล้ว การห้ามใช้สารเคมีที่เป็นอันตรายลดขนาดบรรจุภัณฑ์) เกี่ยวเนื่องกับการพัฒนาชุมชน และเศรษฐกิจ (เงินกู้ดอกเบี่ยต่ำเพื่อที่อยู่อาศัย) และเกี่ยวเนื่องกับสิ่งที่สนองต่อความต้องการ ขั้นพื้นฐานของมนุษย์ (ความหิวการไร้ที่อยู่อาศัย ป้องกันการทารุณสัตว์) (Kotler and Nancy Lee, 2551)

องค์กรอาจให้การสนับสนุนได้ในหลายรูปแบบ รวมถึงการบริจาคเป็นเงินสด การให้ทุนการออกเงินโฆษณา การประชาสัมพันธ์การเป็น สปอนเซอร์ให้ความช่วยเหลือ ด้านเทคโนโลยีการมีส่วนร่วมรูปแบบอื่น (การบริจาคเป็นสินค้า เช่นอุปกรณ์คอมพิวเตอร์) บุคลากรอาสา และให้การช่วยเหลือผ่านช่องทางจัดจำหน่าย การบริจาคเป็นเงินสดอาจเป็นการให้ โดยตรงผ่านองค์กร หรือให้ทางอ้อมผ่านทางมูลนิธิซึ่งองค์กรนั้นตั้งขึ้นเพื่อทำการกุศลในนามของ องค์กร (Kotler and Nancy Lee, 2551)

กระแสความคิดเหล่านี้เกิดขึ้นจากปัญหาสภาพแวดล้อมต่างๆเริ่มเข้ามากระทบกับ ความคิด และความรู้สึกของผู้คนมากขึ้นเรื่อยๆ จนกลายเป็นกระแสหลักของสังคมในโลกธุรกิจ ยุคนี้ และยุคต่อไป ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ (CSR) กลายเป็นแนวทางการ บริหารจัดการที่สำคัญสำหรับองค์กรธุรกิจในอนาคต เพราะถึงแม้ว่าธุรกิจจะได้รับความเห็นชอบหรือ สนับสนุนจากผู้ถือหุ้นแต่ถ้าถูกปฏิเสธจากสังคมไม่ได้รับการสนับสนุนจากสังคมแล้วคงไม่มี องค์กรใดอยู่รอดนั่นคือสังคมจะกดดันผู้ถือหุ้น และผู้ถือหุ้นก็จะไปกำหนดให้องค์กรปฏิรูป นับตั้งแต่เรื่องของแนวคิดวิธีการ และการแสดงออกต่อสังคม ซึ่งการแสดงความรับผิดชอบต่อ สังคมนั้นไม่ควรที่จะขาดส่วนใดส่วนหนึ่งในสามส่วนที่กล่าวมาแต่ควรผสมผสาน และบูรณาการ ร่วมกันเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดทั้งตัวองค์กรเอง และสังคมโดยรวม (อนันตชัย ยุธประดม, 2554) จากกระแสความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจที่เริ่มได้รับความสนใจ และมีอิทธิพลต่อการ ดำเนินธุรกิจมากขึ้นทำให้มีผู้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมมีการสนับสนุนจาก โครงการองค์กรธุรกิจได้ทำการศึกษาวิจัยสำรวจพฤติกรรมทัศนคติของผู้บริโภคเกี่ยวกับ ความ รับผิดชอบต่อสังคม ขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย(Survey on Consumer's Behavior and

Attitude toward Corporate Social Responsibility of the Business organization in Thailand) ขึ้นเป็นครั้งแรกโดยการสำรวจชาวกรุงเทพฯเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจพฤติกรรม และทัศนคติที่มีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย ผลจากการวิจัยพบว่าชาวกรุงเทพฯส่วนใหญ่มีระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ในประเทศไทยอยู่ในระดับค่อนข้างมากด้านทัศนคติ และพฤติกรรมชาวกรุงเทพฯในการเลือกซื้อสินค้า และหรือบริการชาวกรุงเทพฯ ส่วนใหญ่ร้อยละ 50 มีความคิดที่จะเลือกซื้อสินค้า และบริการขององค์กรธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมกล่าวคือจะซื้อผลิตภัณฑ์ และบริการจากองค์กรธุรกิจ ที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมเท่านั้นจะอุดหนุนสินค้าที่นำมาขายเพื่อหารายได้ไปช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสทางสังคม และจะเลือกซื้อสินค้าหรือบริการเฉพาะยี่ห้อที่ผู้ผลิตมีความรับผิดชอบต่อสังคมเท่านั้นจะไม่สนับสนุนสินค้า และบริการจากองค์กรธุรกิจที่ไม่คำนึงถึงความปลอดภัยของคนงาน และจะแนะนำต่อให้สมาชิกในครอบครัว และญาติพี่น้องให้ช่วยกันสนับสนุนสินค้า และหรือบริการที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมกระบวนการความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคอุตสาหกรรม (Corporate Social Responsibility: CSR) จึงเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องถูกนำมาพัฒนาเพื่อให้เกิดกระบวนการจัดการป้องกัน และแก้ไขปัญหาผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในเรื่องภาคอุตสาหกรรมของประเทศไทย และเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการพัฒนาด้านอุตสาหกรรมที่ใส่ใจถึงผลกระทบต่อสังคม จึงมีแนวคิดที่จะรวบรวมรูปแบบของกระบวนการทำ CSR ของโรงงานอุตสาหกรรมที่เป็นแหล่งกำเนิดกากของเสียอุตสาหกรรมที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินการมาแล้วในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา และต้องการหาแนวทางในการพัฒนาระบบ CSR ในการจัดการกากของเสียอุตสาหกรรมแบบยั่งยืนซึ่งสามารถที่จะตอบโจทยยุทธศาสตร์ของกระทรวงอุตสาหกรรมในยุทธศาสตร์ที่ 4 คือ การส่งเสริมให้อุตสาหกรรมรับผิดชอบต่อสังคมบริหารจัดการทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุล และสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของกรมโรงงานอุตสาหกรรมในยุทธศาสตร์ที่ 1 คือการบริหารจัดการให้ภาคอุตสาหกรรมอยู่ร่วมกับชุมชนได้อย่างยั่งยืนก่อให้เกิดแนวยุทธศาสตร์ในการพัฒนาระบบการจัดการกากอุตสาหกรรมของประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวปฏิบัติที่ดีในกระบวนการทำ CSR ของโรงงานอุตสาหกรรมที่เป็นแหล่งกำเนิดกากของเสียอุตสาหกรรมของประเทศ
2. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาระบบ CSR เพื่อการจัดการกากของเสียอุตสาหกรรมของประเทศแบบยั่งยืน

ขอบเขตของการวิจัย

1. ดำเนินการศึกษาครณีตัวอย่างของการดำเนินการทำ CSR เฉพาะโรงงานอุตสาหกรรมที่มีแหล่งกำเนิดกากของเสียอุตสาหกรรมจำนวนไม่น้อยกว่า 5 โรงงาน
2. ดำเนินการศึกษ โดยการรวบรวมข้อมูลทั้งทุติยภูมิ และข้อมูลปฐมภูมิของกิจกรรมการทำ CSR ของโรงงานอุตสาหกรรมที่เป็นแหล่งกำเนิดกากของเสียอุตสาหกรรม
3. ดำเนินการวิเคราะห์ สังเคราะห์ และทำการสัมภาษณ์กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งผู้ปฏิบัติผู้ควบคุมการบังคับใช้กฎหมาย และองค์กรอิสระในระดับมหาวิทยาลัยเพื่อถามความคิดเห็น ผลกระทบจากการดำเนินงาน และรับฟังข้อเสนอแนะที่จะเป็นประโยชน์เพื่อทำการสรุปแนวทางยุทธศาสตร์การจัดการกากของเสียอุตสาหกรรมของประเทศ

วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการศึกษาครั้งนี้อาศัยกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพที่เกิดจากการรวบรวมข้อมูล การศึกษาหาแนวทางปฏิบัติที่ดี และแนวทางการกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการจัดการปัญหากากของเสียอุตสาหกรรมของประเทศ โดยได้กำหนดวิธีการศึกษาดังนี้

1. การรวบรวม ดำเนินการรวบรวมข้อมูลทั้งทุติยภูมิ และข้อมูลปฐมภูมิจากกิจกรรมการทำ CSR ของโรงงานอุตสาหกรรมที่เป็นแหล่งกำเนิดกากของเสียอุตสาหกรรมจำนวนไม่น้อยกว่า 5 โรงงานที่มีผลการดำเนินงานด้านการทำ CSR ได้ผลในระดับดีถึงดีมากทั่วประเทศ
2. การสังเคราะห์ข้อมูล จากการสัมภาษณ์กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งผู้ปฏิบัติผู้ควบคุมการบังคับใช้กฎหมาย และองค์กรอิสระในระดับมหาวิทยาลัยเพื่อถามความคิดเห็น ผลกระทบจากการดำเนินงาน และรับฟังข้อเสนอแนะที่จะเป็นประโยชน์ เพื่อทำการสรุปแนวทางยุทธศาสตร์ และข้อเสนอแนะการจัดการกากของเสียอุตสาหกรรมของประเทศ
3. การศึกษาเปรียบเทียบ เป็นการนำผลการดำเนินการจากกิจกรรมการทำ CSR ของโรงงานอุตสาหกรรมในประเทศเปรียบเทียบกับผลการดำเนินการของต่างประเทศ เพื่อศึกษาข้อดีข้อเสีย และนำมาปรับใช้ให้เหมาะสม

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ส่วนงานที่เกี่ยวข้องได้รับทราบถึง สถานการณ์ด้านการดำเนินการทำ CSR ในส่วนของภาคอุตสาหกรรมที่จะสามารถต่อยอด เพื่อใช้ประโยชน์

2. กระตุ้นให้องค์กรต่างๆ หรือผู้ที่เกี่ยวข้องตระหนักถึงความสำคัญในการมีส่วนร่วม และใส่ใจในการรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม

3. ทำให้เกิดทางเลือกของภาครัฐในการกำหนดแนวยุทธศาสตร์ เพื่อการพัฒนา ระบบการจัดการป้องกัน และแก้ไขผลกระทบจากการจัดการกากของเสียอุตสาหกรรม

ข้อเสนอแนะ

1. กระบวนการทำ CSR ซึ่งจะมีส่วนงานที่เกี่ยวข้องทั้ง 3 ฝ่ายประกอบด้วย ผู้ประกอบการส่วนงานราชการที่เป็นผู้บังคับใช้กฎหมาย และส่วนของประชาชน ดังนั้น เพื่อให้เกิดความยั่งยืน และมีแนวปฏิบัติที่สมบูรณ์มากขึ้น ควรมีส่วนงานที่มีประสบการณ์เฉพาะด้านเข้าร่วมด้วย อาทิ สถาบันการศึกษา นักวิจัย นักการเมืองผู้ออกนโยบาย เป็นต้น

2. กระบวนการทำ CSR เป็นกระบวนการที่มุ่งเน้นความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนั้น ควรมีการประยุกต์ใช้ระบบมาตรฐานสากลที่เกี่ยวข้องกับแนวปฏิบัติที่ดีต่อสังคมร่วมกับ อาทิ ISO14001SIA (Social Impact Assessment) เป็นต้น

3. ข้อปฏิบัติที่ดีในกระบวนการทำ CSR สำหรับโรงงานแต่ละแห่งจะพบว่า มีข้อที่แตกต่างจากกระบวนการทำ CSR ที่เกิดจากแนวปฏิบัติที่ดีตามมาตรฐานกรมโรงงานอุตสาหกรรม ดังนั้นผู้ปฏิบัติที่ดีจำเป็นต้องมีการพัฒนาระบบ CSR ให้เกิดการปฏิบัติที่ยั่งยืน โดยควรมีข้อปฏิบัติที่พัฒนามากกว่ามาตรฐานของกรมโรงงานอุตสาหกรรมที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่สามารถบ่งบอกถึงข้อปฏิบัติที่ดีในกระบวนการ CSR ของโรงงานเฉพาะบางกลุ่มเท่านั้น ดังนั้น เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ของการศึกษาวิจัยซึ่งจะทำให้เกิดการปฏิบัติที่ยั่งยืนนั้นควรดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณควบคู่ไปด้วย

2. การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่สามารถบ่งบอกถึงข้อปฏิบัติที่ดีในกระบวนการ CSR ของโรงงานเฉพาะบางประเภทเท่านั้นดังนั้นควรมีการวิจัยเพิ่มเติมสำหรับประเภทของกิจการอื่นๆร่วมด้วย เพื่อนำผลลัพธ์ที่ได้มาเปรียบเทียบให้เกิดการปฏิบัติที่ยั่งยืนต่อไป