

ธุรกิจระดับโลกกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

World-Class Businesses and Sustainable Development Goals

ธารทิพย์ พจน์สุภาพ*

Thantip Pojsupap*

บทคัดย่อ

โลกของเราเผชิญความท้าทายอย่างมาก ถึงเวลาแล้วที่ภาคธุรกิจต้องดำเนินการเพื่อขับเคลื่อนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน บทความนี้นำเสนอเกี่ยวกับ มุมมองและผลลัพธ์จากการพัฒนาอย่างยั่งยืน เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน และการดำเนินงานเพื่อความยั่งยืนของธุรกิจระดับโลก โดยใช้วิธีการทบทวนวรรณกรรมจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิที่เชื่อถือได้ ผลการศึกษาพบว่า 1) ผลลัพธ์เชิงบวกที่เกิดขึ้นเมื่อธุรกิจนำแนวทางปฏิบัติที่ยั่งยืนมาใช้ ได้แก่ การขับเคลื่อนนวัตกรรม การปรับปรุงผลการดำเนินงานด้านการเงิน การสร้างความจงรักภักดีของลูกค้า การดึงดูดใจและสร้างความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน และการสร้างมูลค่าแก่นักลงทุน 2) เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนที่ธุรกิจระดับโลกให้ความสำคัญมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ เป้าหมายที่ 8 การจ้างงานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ เป้าหมายที่ 12 แผนการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืนและเป้าหมายที่ 13 การรับมือสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลง และ 3) การดำเนินงานเพื่อความเป็นพลเมืองที่ดีของธุรกิจบนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน เช่น การเคารพหลักสิทธิมนุษยชน การจ้างงานที่เป็นธรรม การพิทักษ์สิ่งแวดล้อม และการต่อต้านการคอร์รัปชัน ซึ่งสามารถใช้เป็นแนวทางในการทำงานและบูรณาการกับองค์กรอื่นได้

คำสำคัญ : ความยั่งยืน เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ธุรกิจระดับโลก

*อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

*Lecturer, Faculty of Business Administration, Kasem Bundit University

Abstract

Our world is facing many challenges. It is the time that the business sector must take actions in order to achieve the sustainable development goals (SDGs). This article presents the viewpoints and results of the sustainable development, and sustainable operations of the world-class businesses by using a literature review from trustable secondary data. The findings are as follows. Firstly, the positive results of the sustainable guidelines used by the businesses are driving innovation, improving financial performance, customer loyalty development, organizational attractiveness and commitment, and value creation for investors. Secondly, the top three SDGs valued by the world-class businesses are the Goal 8 (decent work and economic growth), Goal 12 (responsible consumption and production) and Goal 13 (climate action). Thirdly, there are the actions for the corporate citizenship according to SDGs such as respect for human rights, fair employment, environmental protection and anti-corruption. These can be used as the guidelines for operations and integrations with other organizations.

Keywords : Sustainability, Sustainable Development Goals, World-Class Business

1. บทนำ

แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน มีความชัดเจนเพิ่มขึ้นจากการประชุมสุดยอดด้านสิ่งแวดล้อมโลก ในหัวข้อ Agenda 21 โดยวาระนี้เป็นแผนปฏิบัติการที่ครอบคลุม ทั้งระดับประเทศและระดับท้องถิ่นทั่วโลก อาศัยความร่วมมือระหว่างองค์กรของสหประชาชาติ ภาครัฐและหน่วยงานหลักในทุกพื้นที่ที่มนุษย์สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในการประชุมสหประชาชาติว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาที่จัดขึ้นเมื่อปี ค.ศ. 1992 ได้มีการตกลงร่วมกันว่าจะมีการทบทวนการประชุมสุดยอดด้านสิ่งแวดล้อมโลกทุก ๆ 5 ปี ต่อมาในปี ค.ศ. 2015 มีการกำหนดนโยบายระหว่างประเทศว่าด้วยการยอมรับข้อตกลงที่สำคัญหลายประการ ได้แก่ การลดความเสี่ยงจากภัยพิบัติ วาระการปฏิบัติการแอตลันติกว่าด้วยการระดมทุนเพื่อการพัฒนา ความตกลงปารีสว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การปรับเปลี่ยนโลกของเรา : วาระเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน 2030 และได้กำหนดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของโลก 17 ประการตามกรอบของสหประชาชาติ กล่าวคือ 1) เป้าหมายด้านเศรษฐกิจ ประกอบด้วย การขจัดความยากจน การขจัดความหิวโหย การมีสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี การจัดการน้ำสะอาด สุขาภิบาลที่ดี การจัดการพลังงานสะอาด การจ้างงานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ และโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาอุตสาหกรรมและนวัตกรรม 2) เป้าหมายด้านสังคม ประกอบด้วย การศึกษาอย่างมีคุณภาพ ความเสมอภาคทางเพศ ลดความเหลื่อมล้ำ เสรีภาพ ความยุติธรรมและสถาบันที่แข็งแกร่ง และหุ้นส่วนความร่วมมือที่ยั่งยืน และ 3) เป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย การสร้างเมืองและการตั้งถิ่นฐานที่ยั่งยืน การบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน การรับมือสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลง การใช้ประโยชน์ทรัพยากรทางทะเล และการใช้ประโยชน์ระบบนิเวศบนบก (United Nations Conference on Environment & Development, 1992)

ในปัจจุบัน องค์กรชั้นนำระดับโลกต่างให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืนทั้งกลุ่มนักลงทุน คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์ สถาบันการเงินในสหภาพยุโรป ประเด็นความยั่งยืนมิได้จำกัดอยู่ที่ความคาดหวังในตัวเลขรายงานทางการเงินที่เพิ่มขึ้นของบริษัทเพียงอย่างเดียว ภาคธุรกิจยังต้องเพิ่มเติมการปฏิบัติตามข้อกำหนดการรายงานที่ไม่ใช่ทางการเงิน ซึ่งเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการอีกด้วย สอดคล้องกับองค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD) ที่ให้ความสำคัญกับการดำเนิน

ธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของการลงทุนระหว่างประเทศ บรรยายการค้า และสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีผลประโยชน์ต่อทุกคน โดยได้กำหนดแนวปฏิบัติตามความสมัครใจสำหรับการทำธุรกิจ เพื่อแสดงความเป็นพลเมืองที่ดีของโลก โดยมีเนื้อหาครอบคลุมทั้งด้านสิทธิมนุษยชน การจ้างงาน สิ่งแวดล้อม การต่อต้านการทุจริตและการติดสินบน ด้านผู้บริโภค และการเปิดเผยข้อมูล (OECD, 2018) ดังนั้นจึงปฏิเสธไม่ได้ว่า ทุกวันนี้ผู้บริหารธุรกิจต้องเผชิญกับความซับซ้อน และปรากฏการณ์ใหม่ๆ ทางสังคมซึ่งไม่เคยปรากฏมาก่อน ทั้งสภาพแวดล้อมทางการตลาด แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี การแพร่ระบาดของโรคอุบัติใหม่ ค่านิยมความเชื่อที่เปลี่ยนแปลงไป สิ่งเหล่านี้จำเป็นต้องอาศัยการจัดการที่ซับซ้อน การบริหารจัดการเพื่อความยั่งยืนจึงเป็นความพยายามในการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน ส่งผลทางบวกต่อการดำเนินงานอย่างชัดเจน (Whelan & Fink, 2016) สอดคล้องกับ จีรันทน์ นาคสมทรง (2563) ที่สนับสนุนว่า ทุกภาคส่วนจำเป็นต้องตระหนักและมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืนเพื่อเป็นมรดกแก่คนรุ่นหลังต่อไป

องค์กรธุรกิจต่างก็มีการเคลื่อนไหวอย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น แม้ว่าที่ผ่านมาการเปิดเผยรายงานข้อมูลด้านความยั่งยืนจะได้รับความสนใจอย่างมากในกลุ่มนักลงทุน แต่ในมุมมองของนักวิชาการ ผู้เขียนเล็งเห็นว่าข้อมูลด้านความยั่งยืนเหล่านี้ยังเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านนอกเหนือไปจากกลุ่มนักลงทุน บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอประเด็นที่น่าสนใจประกอบด้วย มุมมองและผลลัพธ์จากการพัฒนาอย่างยั่งยืน เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนและการดำเนินงานเพื่อความยั่งยืนของธุรกิจระดับโลก โดยใช้วิธีการศึกษาผ่านการทบทวนวรรณกรรมจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิที่น่าเชื่อถือ ผู้เขียนได้เรียบเรียงเนื้อหาการดำเนินงานจากสถานการณ์ความเป็นจริงของบริษัทที่มีชื่อเสียงระดับโลก เพื่อฉายให้เห็นภาพที่ชัดเจนผ่านแนวปฏิบัติที่ดีจากกรณีศึกษาบริษัทต่าง ๆ ซึ่งสามารถใช้เป็นแนวทางให้แก่ผู้บริหารธุรกิจและผู้บริหารองค์กรที่สนใจนำไปสู่การบูรณาการการทำงานและปรับประยุกต์ใช้กับองค์กรของตนได้อย่างเหมาะสมในอนาคต

2. การทบทวนวรรณกรรม

บทความวิชาการนี้อาศัยวิธีการศึกษาผ่านการทบทวนวรรณกรรมจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งเนื้อหาประกอบด้วย มุมมองและผลลัพธ์จากการพัฒนาอย่างยั่งยืน เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนและการดำเนินงานเพื่อความยั่งยืนของธุรกิจระดับโลก โดยผู้เขียนให้ความสำคัญกับการพิจารณาเลือกแหล่งที่ให้ข้อมูลอ้างอิงที่มีคุณภาพ เช่น จากบทความวิชาการที่ถูกตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น วารสาร European Management Journal วารสาร Environmental Conservation วารสาร Sustainability Science วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม เป็นต้น ซึ่งมีข้อดีคือ ผลงานนั้นมีผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองประเมินผลงานก่อนตีพิมพ์ รวมถึงงานเขียนของบุคคลและหน่วยงานที่มีชื่อเสียง มีความเชี่ยวชาญในเรื่องที่กำลังศึกษา เช่น การรายงานของธนาคารโลก เอกสารเผยแพร่ของไฟรชวอเตอร์เฮาส์คูเปอร์ส์ และข้อมูลจากองค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา เป็นต้น และเพื่อให้เห็นภาพที่ชัดเจนผ่านแนวปฏิบัติที่ดีจากกรณีศึกษาบริษัทต่าง ๆ ผู้เขียนได้อาศัยการสืบค้นข้อมูลเพิ่มเติมจากรายงานความยั่งยืน (Sustainability Report) ซึ่งเป็นเอกสารที่เปิดเผยมูลค่าการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่แต่ละองค์กรจัดทำขึ้นประจำปี โดยเน้นการสืบค้นข้อมูลที่เผยแพร่ผ่านทางเว็บไซต์ ซึ่งง่ายต่อการเข้าถึงข้อมูล และมีความทันสมัย ในการเลือกข้อมูลที่เผยแพร่ผ่านทางเว็บไซต์ ผู้เขียนพิจารณาจากความน่าเชื่อถือขององค์กรธุรกิจที่เป็นผู้ให้ข้อมูลในเว็บไซต์ ภาพรวมเนื้อหาที่น่าสนใจมาจากแหล่งอ้างอิงที่มีคุณภาพ และมีการปรับปรุงให้มีความทันสมัยอย่างต่อเนื่อง ตามข้อเสนอแนะในการทบทวนวรรณกรรมที่ดีของ Rowley และ Slack (2004) โดยตัวอย่างองค์กรธุรกิจที่ผู้เขียนเลือกมาใช้ในการกรณีศึกษานำเสนอในงาน มาจากหลากหลายอุตสาหกรรม ทั้งกลุ่มธุรกิจพลังงาน กลุ่มการเงิน กลุ่มผู้ผลิตและยานยนต์ และกลุ่มเทคโนโลยีและโทรคมนาคม ซึ่งอยู่ในการจัดอันดับรายชื่อ 100 องค์กรที่ได้รับการยกย่องว่าเป็นองค์กรที่มีชื่อเสียงในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในมุมมองของสาธารณชน (Public Views) จาก

The World's Most Reputable Companies For Corporate Responsibility ในปี ค.ศ.2018 - 2019 ของสถาบันชั้นนำของโลกอย่าง Reputation Institute และการจัดอันดับบริษัทขนาดใหญ่ที่สุดของโลกจากรายได้จากการประกอบการสูงสุด (FORTUNE Global 500) ของนิตยสารฟอร์จูน เช่น IKEA Group, Google Inc, Procter & Gamble, Nestlé S.A., Nissan Motor Corporation, Pirelli & C. S.p.A., Mastercard, Levi Strauss & Co., Walmart Inc., Chevron Corporation และ Monsanto Company เป็นต้น

3. มุมมองและผลลัพธ์จากการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ในอดีตที่ผ่านมา มีผลงานวิชาการที่กล่าวถึงความยั่งยืนจำนวนมาก โดยมีการระบุนิยามของความยั่งยืนในมุมของความสามารถ และการรักษาคุณภาพในกระบวนการปฏิสัมพันธ์ Stoddart และคณะ (2011) ได้ให้นิยามความยั่งยืนว่าเป็นการกระจายทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและเท่าเทียมกันทั้งในรุ่นและระหว่างรุ่น ด้วยการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ สังคมภายใต้ขอบเขตของระบบนิเวศที่มีอยู่จำกัด ขณะที่นักวิชาการบางคน ให้ความเห็นว่า ความยั่งยืนเป็นคุณภาพแบบพลวัตในกระบวนการปฏิสัมพันธ์ระหว่างประชากรและขีดความสามารถในการรองรับของสภาพแวดล้อม ดังนั้นประชากรสามารถแสดงออกถึงศักยภาพเพื่อการพัฒนาได้อย่างเต็มที่ โดยต้องไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่อสิ่งแวดล้อมที่ดำรงอยู่ในมุมมองของรูปแบบธุรกิจแบบดั้งเดิม จะมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผู้ถือหุ้น แต่จากนิยามข้างต้น สามารถนำไปสู่มุมมองรูปแบบธุรกิจแบบยั่งยืนที่แตกต่างจากเดิม โดยมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน ซึ่งรวมถึงพนักงาน ผู้ถือหุ้น กลุ่มผู้เกี่ยวข้องในกิจกรรมห่วงโซ่อุปทาน ภาคประชาสังคมและโลกใบนี้ที่พวกเราทุกคนอาศัยอยู่ Chinchang, Pratoom และ Jhundra-indra (2018) สนับสนุนว่า การพัฒนาความยั่งยืนขององค์กรเป็นเครื่องมือสำคัญในการลดต้นทุนในการผลิต การบริหารความเสี่ยง และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อให้องค์กรได้รับผลตอบแทนที่ยั่งยืนในระยะยาว

มุมมองในอดีตผู้บริหารอาจมีข้อกังวลใจ อาทิ การดำเนินงานที่ยั่งยืนและการพัฒนาผลิตภัณฑ์สีเขียว จะทำให้ธุรกิจเสียเปรียบในการแข่งขัน ซัพพลายเออร์ไม่สามารถดำเนินการส่งมอบปัจจัยการผลิตบนแนวปฏิบัติที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้ตลอดทั้งห่วงโซ่ อีกทั้งการดำเนินงานที่ยั่งยืนจำเป็นต้องอาศัยการลงทุน การปรับเปลี่ยนเครื่องจักรอุปกรณ์ และกระบวนการดำเนินงานใหม่ กลุ่มผู้บริโภคหรือลูกค้าอาจไม่เต็มใจที่จะจ่ายเงินเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในช่วงเศรษฐกิจถดถอย โดยมองว่า ความยั่งยืนคือต้นทุน (Ben-Eli, 2018) แต่ในทางกลับกัน การสร้างความยั่งยืนคือการลงทุนที่ส่งผลดีย้อนกลับมาเพิ่มผลการดำเนินงานขององค์กรในอนาคต มนุษย์ไม่สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ในโลกที่เต็มไปด้วยปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ความอดอยาก ความแห้งแล้ง เช่นเดียวกันธุรกิจก็ไม่สามารถอยู่รอดได้ในโลกที่กำลังเผชิญภัยคุกคาม และเพื่อตอบคำถามที่ว่า พวกเขาจะได้อะไรหากองค์กรมีการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม ผู้เขียนได้สรุปผลลัพธ์จากการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน โดยมีประเด็นที่น่าสนใจดังนี้

ประเด็นที่ 1 การขับเคลื่อนนวัตกรรม

การลงทุนเพื่อความยั่งยืน ไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือในการบริหารความเสี่ยงเท่านั้น แต่มันยังเป็นตัวช่วยให้เกิดการขับเคลื่อนนวัตกรรมในองค์กรอีกด้วย การออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อตอบสนองมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม หรือเพื่อตอบสนองความต้องการของสังคม นำมาซึ่งโอกาสใหม่ทางธุรกิจ สอดคล้องกับการดำเนินงานบริษัท 3M นับ ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1975 เป็นต้นมา บริษัทยังคงผสมผสานความยั่งยืนในการรักษาโลกใบนี้กับการดำเนินธุรกิจของตนอย่างต่อเนื่อง ผ่านโปรแกรมชื่อว่า Pollution Prevention Pays (3P) กว่า 40 ปีที่ผ่านมาแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนถึงความสำเร็จของโปรแกรม 3P โดยมีวิสัยทัศน์ในการลดปริมาณขยะในเชิงรุก และความพยายามหลีกเลี่ยงมลภาวะผ่านการปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตและการออกแบบอุปกรณ์ การแปรรูปเพื่อนำมาใช้ใหม่ โดยในปี ค.ศ. 2014 มีการนำกลับมาใช้ใหม่และการรีไซเคิลขยะมากถึง 40 เปอร์เซ็นต์ (3M, 2020) ในขณะที่บริษัทชั้นนำด้านรองเท้ากีฬา อย่างไนกี้

ได้พัฒนากระบวนการสร้างสรรค์และนำเสนอเทคโนโลยีการตัดเย็บใหม่ที่มีชื่อว่า Nike Flyknit ซึ่งมีมูลค่ากว่า 1 พันล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ โดยมีการใช้เส้นด้ายแบบพิเศษ มีน้ำหนักเบาและมีความแข็งแรงสูง โดยมีจุดเด่นในเรื่องความยืดหยุ่นและการระบายอากาศ นอกจากจะสามารถลดการใช้น้ำถึงคนลงแล้ว ยังช่วยลดปริมาณขยะลงได้ถึง 80 เปอร์เซ็นต์ เมื่อเทียบกับการตัดเย็บรองเท้าแบบเดิม (Nike, Inc., 2020)

ประเด็นที่ 2 การปรับปรุงผลการดำเนินงานด้านการเงิน

จากความเข้าใจผิดในอดีตที่ว่า ผลกำไรและความยั่งยืนเป็นเรื่องที่สวนทางกัน ดังจะเห็นได้จากผลิตภัณฑ์ที่รักษาสีแว่นล่อมนี่มีราคาสูงกลับประสบความล้มเหลวในตลาด การลงทุนที่แสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมในยุคก่อนมักให้ผลตอบแทนต่ำ แต่ในปัจจุบันแนวคิดนี้กำลังเปลี่ยนแปลงไป นอกเหนือจากผลตอบแทนทางการเงินที่เกิดจากความได้เปรียบในการแข่งขันและนวัตกรรมแล้ว ธุรกิจต่างหันมาตระหนักถึงการประหยัดต้นทุนอย่างมีนัยสำคัญผ่านประเด็นความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม การลดต้นทุนนั้นอาจเป็นผลมาจากการปรับปรุงประสิทธิภาพด้านการดำเนินงานผ่านการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติที่ดีขึ้นกว่าเดิม เช่น การใช้น้ำและพลังงาน รวมถึงการลดปริมาณของเสียให้เหลือน้อยที่สุด สอดคล้องกับการดำเนินงานบริษัทเจเนอรัลอิเล็กทริก ในปี ค.ศ. 2013 บริษัทสามารถลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลง 32 เปอร์เซ็นต์ และลดปริมาณการใช้น้ำลงกว่า 45 เปอร์เซ็นต์ เมื่อเทียบกับปีก่อน ส่งผลให้พวกเขาสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายได้กว่า 300 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในขณะที่วอลมาร์ต ได้มุ่งเน้นความยั่งยืนไปที่การประหยัดในกระบวนการโลจิสติกส์ โดยวอลมาร์ต ได้ปรับปรุงเส้นทางการวิ่งของรถบรรทุกสินค้า การฝึกอบรมพนักงานขับรถ และนำเทคโนโลยีมาใช้ในการขนส่ง ส่งผลให้บริษัทสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้เชื้อเพลิงมากขึ้นกว่าเดิม 87 เปอร์เซ็นต์ เมื่อเทียบกับการดำเนินงานแบบเดิมในอดีต อีกทั้งยังสามารถลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ลง 15,000 ตัน และประหยัดค่าใช้จ่ายได้กว่า 11 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (Walmart Inc., 2020)

ประเด็นที่ 3 การสร้างความจงรักภักดี

ในอดีตผู้ผลิตต่างมีความสงสัยเกี่ยวกับความเต็มใจที่จ่ายเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืนของผู้บริโภค อย่างไรก็ตามทัศนคติของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป กลุ่มลูกค้าและผู้บริโภคในปัจจุบันมีความคาดหวังในการดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส มีความซื่อสัตย์ และให้ความสำคัญกับการสร้างผลกระทบต่อโลกใบนี้ รวมถึงสามารถตัดสินใจยอมรับในผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงในราคาที่สมเหตุสมผล สอดคล้องกับผลการศึกษาของ O' Rourke & Ringer (2015) ที่ศึกษาระหว่างผลกระทบของข้อมูลความยั่งยืนกับความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคในหลากหลายประเด็นทั้งด้านสุขภาพ สิ่งแวดล้อม และผลกระทบต่อสังคม โดยประเมินผ่านการซื้อสินค้าออนไลน์กว่า 40,000 รายการบนเว็บไซต์ Goodguide.com ตลอดระยะเวลา 12 เดือน สรุปได้ว่า ข้อมูลความยั่งยืนที่ผู้ซื้อค้นหาในเว็บไซต์ มีผลโดยตรงต่อการตั้งใจซื้อของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น เช่นเดียวกับข้อสรุปจากผลสำรวจของบริษัทเอเซียพัลล์ แอนด์ เพเพอร์ ที่พบว่าชาวอเมริกันกว่าร้อยละ 60 ต้องการข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลิตภัณฑ์กระดาษและบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการจัดอันดับให้อยู่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคต้องการดูข้อมูลความยั่งยืนบนฉลากของผลิตภัณฑ์เพราะทำให้พวกเขามั่นใจได้ว่าแบรนด์สินค้าที่พวกเขาเลือกซื้อได้ปฏิบัติตามมาตรฐานข้อบังคับและกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม (Lifshitz, 2015)

ประเด็นที่ 4 การดึงดูดใจและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน

การปฏิบัติต่อแรงงาน เป็นหนึ่งในมิติด้านสังคม ซึ่งมีผลสำคัญต่อการปรับปรุงประสิทธิภาพและการเพิ่มผลผลิตขององค์กร กล่าวคือ แนวทางการบริหารทรัพยากรมนุษย์ต้องเป็นไปตามหลักความเท่าเทียม อีกทั้งยังต้องดูแลเรื่องสภาพแวดล้อมและสุขภาพของผู้ปฏิบัติงาน จากการศึกษาพบว่า การสร้างความผูกพันของพนักงาน มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีและการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน พนักงานในศตวรรษที่ 21 จะให้ความสำคัญกับพันธกิจ เป้าประสงค์ขององค์กร และความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงาน การดึงดูดใจและรักษาพนักงานที่มีความสามารถสูง องค์กรต่างให้ความสำคัญกับความยั่งยืนมากขึ้น นอกจากพวกเขาต้องการการจ้างงานและการจ่ายค่าตอบแทนที่มั่นคง

แล้ว พวกเขายังต้องการการมีส่วนร่วมในการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน แสดงให้เห็นว่า องค์กรนั้นมีเป้าหมายการทำงานที่ชัดเจน ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการรักษาพนักงานที่มีความสามารถสูงให้อยู่กับองค์กร (Smith, 2019) สอดคล้องกับการรายงานของมอร์แกน สแตนลีย์ที่พบว่า คนรุ่นมิลเลนเนียลมีแนวโน้มจะร่วมทำงานกับองค์กรที่มีใจรักความยั่งยืนมากขึ้นกว่าสามเท่าตัว พนักงานในบริษัทที่มีโปรแกรมการพัฒนาที่ยั่งยืน มีขวัญกำลังใจ และความจงรักภักดีของพนักงานเพิ่มขึ้น และกว่า 42 เปอร์เซ็นต์ของพนักงานที่เป็นคนรุ่นใหม่ ต้องการร่วมงานกับองค์กรที่แสดง ออกถึงความใส่ใจต่อการรักษโลก (Murray, 2017)

ประเด็นที่ 5 การสร้างมูลค่าแก่นักลงทุน

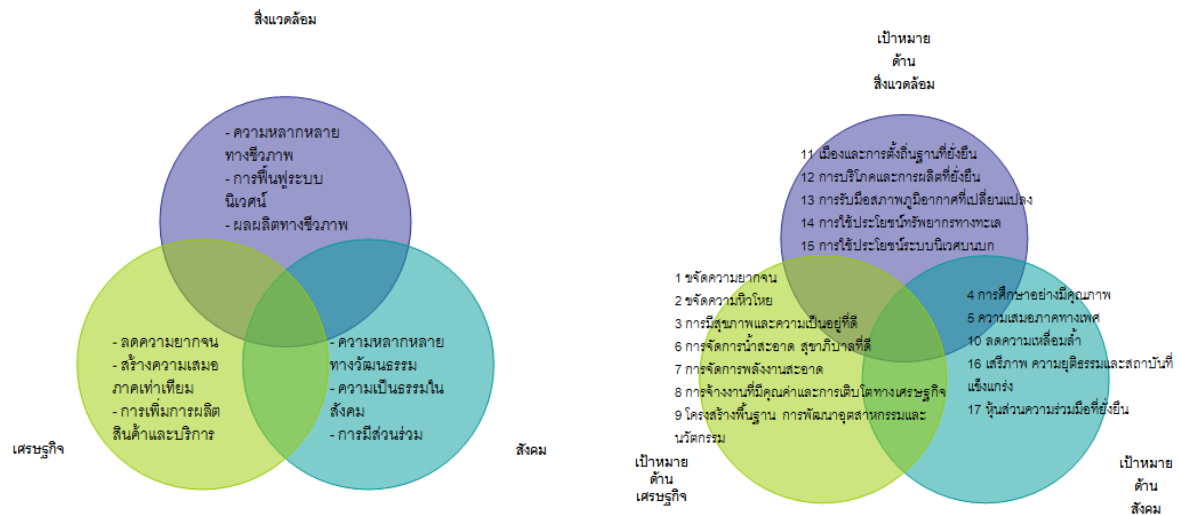
จากการศึกษาเมื่อปี ค.ศ. 2010 ของบลูมเบิร์ก บริษัทผู้ให้บริการระบบข้อมูลธุรกิจ พบว่า นักลงทุนกว่า 5,000 คนใน 29 ประเทศให้ความสนใจและต้องการเข้าถึงตัวชี้วัดด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการ องค์กรจำเป็นต้องสื่อสารให้นักลงทุนเข้าใจถึงการดำเนินงานในทุกด้าน เนื่องจากผลการดำเนินงานที่ส่งผลกระทบต่อผลตอบแทนมีผลต่อชื่อเสียงขององค์กร ตัวอย่างเช่น เหตุการณ์การรั่วไหลของน้ำมันในอ่าวเม็กซิโก ส่งผลให้มูลค่าแบรนด์ของบริษัทด้านพลังงานระดับโลกอย่างบีพี ลดลงกว่า 32 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ มูลค่าหุ้นในตลาดลดลงจาก 184 พันล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐไปอยู่ที่ 96.5 พันล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ ในช่วงสองเดือนแรกที่เกิดเหตุการณ์ดังกล่าว (IFC, 2010) ในขณะเดียวกัน การรายงานความยั่งยืนในระดับสากล กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการตัดสินใจของนักลงทุน โดยองค์กรระหว่างประเทศที่ไม่แสวงหาผลกำไรของสำนักงานด้านสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (GRI) ได้ดำเนินโครงการเปิดเผยข้อมูลคาร์บอน เพื่อเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพภูมิอากาศ การลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การปกป้องแหล่งน้ำและทรัพยากรป่าไม้ GRI รายงานว่ามีบริษัทที่ใช้มาตรฐาน GRI เป็นกรอบในการรายงานที่ยั่งยืนเพิ่มขึ้นกว่า 73 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งทำให้นักลงทุนมีข้อมูลเพิ่มเติมนอกเหนือจากรายงานตัวเลขทางการเงิน การอ่านข้อมูลรายงานความยั่งยืน และข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการ จะช่วยลดความเสี่ยงด้านการลงทุนได้ในระยะยาว (อรุณรัตน์ติมมิงกร และศุภกร เอกชัยไพบูลย์, 2560)

4. เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน และการดำเนินงานเพื่อความยั่งยืนของธุรกิจระดับโลก

ความยั่งยืน สะท้อนให้เห็นถึง ความคงทนถาวรในโลกที่เต็มไปด้วยการเปลี่ยนแปลง Edward Barbier ได้นำเสนอบทความชื่อ แนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจที่ยั่งยืน เมื่อปี ค.ศ.1987 สรุปได้ว่า ในการพัฒนาที่ยั่งยืนต้องอาศัยความสัมพันธ์ในความสมดุลของ 3 องค์ประกอบได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งการบรรลุเป้าหมายแต่ละมิติไม่สามารถบรรลุเป้าหมายสูงสุดได้พร้อมกันทุกด้าน หากได้อย่างอาจต้องเสียอีกอย่าง (Trade-off) กล่าวคือ ในด้านเศรษฐกิจ กระบวนการผลิต และการบริโภคขึ้นอยู่กับการใช้ทรัพยากร เมื่อมีความต้องการสินค้าและบริการเพิ่มขึ้น อาจมีผลกระทบต่อระบบชีวภาพ ทรัพยากร และสิ่งแวดล้อม การพยายามเพิ่มเป้าหมายให้สูงสุดเพียงระบบเดียว ไม่สามารถทำได้เพราะในการพัฒนาที่ยั่งยืนต้องไม่ส่งผลกระทบต่อระบบอื่น ๆ (Barbier, 1987)

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals) หรือ SDGs ตามกรอบการดำเนินงานของสหประชาชาติ เป็นแนวทางซึ่งถูกพัฒนาตามวาระเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน 2030 ซึ่งประเทศสมาชิกทั่วโลกสามารถใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน 17 ประการ 169 เป้าประสงค์ และ 230 ตัวบ่งชี้ Barbier และ Burgess (2017) ได้นำเสนอองค์ประกอบตามแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน สอดคล้องตามเป้าหมาย 17 ประการ ดังรูปภาพประกอบ 1

รูปภาพประกอบ 1 องค์ประกอบตามแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน 17 ประการ



จากการศึกษาผลการดำเนินงานของธุรกิจ 250 แห่งจาก 43 ประเทศทั่วโลกถึงแนวโน้มการจัดกิจกรรมให้สอดคล้องกับการพัฒนาที่ยั่งยืนของสภาธุรกิจโลกเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน หรือ The World Business Council for Sustainable Development พบว่า กว่า 58 เปอร์เซ็นต์ของธุรกิจทั่วโลกระบุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนจำนวน 5-10 เป้าหมายบูรณาไว้ในองค์กรของตน ในขณะที่ 29 เปอร์เซ็นต์ของบริษัททั่วโลก จะมุ่งเน้นการดำเนินงานเพื่อตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแบบแคบคือน้อยกว่า 5 เป้าหมาย (Gomme & Perks, 2018) ในมุมมองเชิงเปรียบเทียบ แต่ละประเภทอุตสาหกรรมนั้นเลือกให้ความสำคัญกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในประเด็นใดบ้าง จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา สรุปได้ดังตาราง 1

ตาราง 1 แสดงเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนที่ธุรกิจให้ความสำคัญจำแนกตามประเภทอุตสาหกรรม

ประเภทอุตสาหกรรม	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3
กลุ่มพลังงาน	เป้าหมายที่ 13 การรับมือสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลง	เป้าหมายที่ 8 การจ้างงานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ	เป้าหมายที่ 7 การจัดการพลังงานสะอาด
กลุ่มการเงิน	เป้าหมายที่ 8 การจ้างงานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ	เป้าหมายที่ 13 การรับมือสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลง	เป้าหมายที่ 4 การศึกษาอย่างมีคุณภาพ
กลุ่มผู้ผลิตและยานยนต์	เป้าหมายที่ 8 การจ้างงานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ	เป้าหมายที่ 12 การบริโภคและการผลิตอย่างยั่งยืน	เป้าหมายที่ 13 การรับมือสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลง
กลุ่มค้าปลีก	เป้าหมายที่ 8 การจ้างงานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ	เป้าหมายที่ 12 การบริโภคและการผลิตอย่างยั่งยืน	เป้าหมายที่ 13 การรับมือสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลง
กลุ่มเทคโนโลยีและโทรคมนาคม	เป้าหมายที่ 8 การจ้างงานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ	เป้าหมายที่ 13 การรับมือสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลง	เป้าหมายที่ 4 การศึกษาอย่างมีคุณภาพ

จากตาราง 1 จะเห็นได้ว่า ธุรกิจทั่วโลกส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง โดยเป้าหมายที่ 8 การจ้างงานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ เป้าหมายที่ 12 การบริโภคและการผลิตอย่างยั่งยืน และเป้าหมายที่ 13 การรับมือสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลง เป็นเป้าหมายที่ธุรกิจให้ความสำคัญมากเป็นอันดับต้นๆ และจากผลสำรวจของ PwC (2019) พบว่า ประเด็นที่ธุรกิจยังให้ความสำคัญน้อยอยู่คือ เป้าหมายที่ 14 การใช้ประโยชน์ทรัพยากรทางทะเล โดยมีเพียง 10 เปอร์เซ็นต์ของบริษัททั่วโลกที่ตอบสนองเป้าหมายนี้

แม้ว่ายังมีข้อโต้แย้งในการพิจารณากรณีศึกษาทางธุรกิจ กลยุทธ์ความยั่งยืนขององค์กรหนึ่งอาจมีทิศทางเลือกที่เหมาะสมสำหรับทุกองค์กรในทุกสถานการณ์ แต่เป็นสิ่งที่จำเป็นต้องพิจารณาอย่างรอบคอบภายใต้สถานการณ์ของแต่ละองค์กร ดังนั้นความสำเร็จขององค์กรที่ถูกหยิบยกมาเป็นกรณีศึกษา จึงเป็นตัวอย่างที่น่าจะเป็น ประโยชน์ต่อการปรับปรุงประยุกต์ให้เหมาะสมมากที่สุดกับแต่ละอุตสาหกรรม (Salzmann, Lonescu-Somers, & Steger, 2005) ตามที่ Freeman Edward ได้เสนอแนวคิดจริยธรรมซึ่งถูกตีพิมพ์ในหนังสือ การจัดการเชิงกลยุทธ์ : แนวทางผู้มีส่วนได้เสีย ครั้งแรกเมื่อปี ค.ศ. 1984 ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียนี้ เป็นที่ถูกกล่าวถึงอย่างแพร่หลายในภาคธุรกิจและนโยบายสาธารณะ แม้ว่าจะมีความไม่สอดคล้องในมุมมองของผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม แต่นักทฤษฎีต่างยอมรับว่า ยังมีประเด็นอื่นนอกเหนือไปจากประเด็นทางเศรษฐกิจที่เป็นสิ่งที่จำเป็นเช่นกัน อย่างไรก็ตามผลตอบแทนทางการเงินสำหรับธุรกิจเพื่อความยั่งยืน อาจถูกกำหนดในรูปแบบอื่น ๆ องค์กรจำเป็นต้องกำหนดกลยุทธ์และขับเคลื่อนกิจกรรมหลักและกิจกรรมรองขององค์กรบนปัญหาสิ่งแวดล้อมและสังคม เพื่อแสดงให้เห็นว่า ภาคธุรกิจเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญและได้เข้ามามีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่องในการขับเคลื่อนตามกรอบการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ ผู้เขียนได้ศึกษาค้นคว้าแนวทาง การดำเนินงานเพื่อความยั่งยืนของบริษัทที่มีชื่อเสียงระดับโลกในหลากหลายอุตสาหกรรม เพื่อใช้เป็นแนวปฏิบัติที่ดีและสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับองค์กรอื่นได้อย่างเหมาะสมในอนาคต ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 มิติ ดังนี้

มิติที่ 1 เป้าหมายด้านเศรษฐกิจ

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ ประกอบด้วย ขจัดความยากจน ขจัดความหิวโหย การมีสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี การจัดการน้ำสะอาด สุขาภิบาลที่ดี การจัดการพลังงานสะอาด การจ้างงานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ และโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาอุตสาหกรรมและนวัตกรรม จากความพยายามยุติความยากจนในทุกพื้นที่ภายในปี ค.ศ. 2030 ภาคธุรกิจสามารถสร้างงานที่ยั่งยืนที่เหมาะสมส่งเสริมกิจกรรมทางเศรษฐกิจผ่านห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงภาคธุรกิจยังสามารถประยุกต์ใช้นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์เพื่อแก้ปัญหาความยากจนในเชิงรุกได้ ตัวอย่างเช่น ครอบโลฟอินเตอร์เนชันแนล ได้ร่วมมือกับ USAID ส่งมอบความรู้ผ่านการฝึกอบรมเกี่ยวกับการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีให้กับเกษตรกรในชนบทมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 2005 เพื่อช่วยเพิ่มผลผลิตและสร้างรายได้ เพื่อหลุดพ้นจากความยากจน (Cropplife International, 2020) เช่นเดียวกับ บริษัทคูเปอร์ ได้ร่วมมือกับ USAID และรัฐบาลเอธิโอเปีย เสริมสร้างระบบการเกษตรเพื่อปรับปรุงวิถีชีวิตของเกษตรกร ผ่านการฝึกอบรมด้านพืชไร่ ปัจจัยการผลิต การเข้าถึงสินเชื่อ การตลาดและการจัดเก็บเมล็ดพืช (Feedthefuture, 2013)

การยุติปัญหาความหิวโหยสร้างหลักประกันให้ทุกคน โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนยากจนและผู้ที่อยู่ในสถานการณ์เปราะบาง สามารถเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย มีคุณค่าทางโภชนาการ และเพียงพอ ภาคธุรกิจสามารถสนับสนุนระบบอาหารและการเกษตร เพื่อให้มีความมั่นคงด้านอาหารและเกษตรกรรมที่ยั่งยืน ตัวอย่างเช่น วอลมาร์ต และมูลนิธิวอลมาร์ต ได้ทำการลงทุนจำนวนมากเพื่อปรับปรุงการเข้าถึงอาหารและส่งมอบอาหารที่ดีต่อสุขภาพ โดยในปี ค.ศ. 2019 วอลมาร์ตและศูนย์กระจายสินค้าในสหรัฐอเมริกาได้บริจาคอาหารมากกว่า 640 ล้านปอนด์ (Feeding America, 2020) เช่นเดียวกับ บริษัทเนสท์เล่ ในปี ค.ศ. 2016 บริษัทบรรลุเป้าหมายในการส่งมอบอาหารและเครื่องดื่มที่เสริมธาตุอาหารจำนวน 2 แสนล้านครั้งต่อปีทั่วโลก โดยมุ่งแก้ปัญหาการขาดสารอาหารในกลุ่มเด็กและสตรีในวัยเจริญพันธุ์ นอกจากนี้เนสท์เล่กำลังดำเนินการเพื่อพัฒนาโลกทางชีวภาพสำหรับพืชผ่านกระบวนการไบโอฟอร์ทิฟิเคชัน (Biofortification)

เพื่อให้ได้ผลผลิตภักดิ์ที่ชีวภาพใหม่ที่ทำให้ผลผลิตสูงและอุดมด้วยสารอาหารซึ่งเป็นประโยชน์ต่อชุมชนเกษตรกรรมในชนบท (Every Woman Every Child, 2016)

การสร้างหลักประกันสุขภาพที่ดี และการส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีสำหรับทุกคน ในเป้าหมายนี้ภาคธุรกิจสามารถมีส่วนร่วมผลักดันให้เกิดอัตราการเสียชีวิตในเด็กลดลง รวมถึงยุติการแพร่ระบาดของโรคเอดส์ วัณโรค มาลาเรีย และโรคติดต่ออื่น ๆ และการบูรณาการเรื่องสุขภาพ ตัวอย่างเช่น ตั้งแต่ ปี ค.ศ.1983 เป็นต้นมา บริษัท ลีวายส์® สเตราส์ แอนด์ โค เป็นผู้สนับสนุนการต่อสู้กับเอชไอวีอย่างต่อเนื่องยาวนาน องค์การได้บริจาคเงินกว่า 70 ล้านดอลลาร์สหรัฐให้กับหน่วยงานด้านโรคเอดส์ใน 40 ประเทศ นอกจากนี้บริษัทยังได้สนับสนุนโครงการให้ความรู้และการป้องกันการติดเชื้อเอชไอวีมาตั้งแต่ต้นปี ค.ศ.1980 และในปี ค.ศ. 2008 บริษัทได้เปิดโปรแกรมบำบัดและการป้องกันโรคเอดส์ เพื่อให้ความรู้แก่บุคลากรและเสนอให้ทำการทดสอบเอชไอวีฟรีโดยสมัครใจและเป็นความลับสำหรับพนักงาน ตลอดจนให้การดูแลพนักงานผู้ติดเชื้อฟรี เพื่อให้เกิดความมั่นใจในการเข้าถึงข้อมูลและการดูแลพนักงานทั่วโลก (Levi Strauss & Co., 2018) ส่วนเชฟรอน บริษัทด้านพลังงานระดับโลก ได้ดำเนินกิจกรรมโดยร่วมมือกับมูลนิธิหัวใจเพื่อสนับสนุนโครงการสุขภาพและต่อสู้กับโรคหัวใจและหลอดเลือดซึ่งเป็นสาเหตุการเสียชีวิตอันดับต้น ๆ ของชนเผ่า อะบอริจิน และชาวเกาะทอเรสสเตรต โดยจัดกิจกรรมด้านสุขภาพและให้การศึกษาที่เหมาะสมตามวัฒนธรรมของชนพื้นเมือง (Chevron Corporation, 2020a)

การดำเนินงานเพื่อให้ทุกคนได้เข้าถึงน้ำดื่มที่สะอาดและปลอดภัย รวมถึงปรับปรุงคุณภาพน้ำ การลดมลพิษ และลดการปล่อยสารเคมีอันตรายในแหล่งน้ำนั้น เป็นเรื่องที่ภาคเอกชนสามารถช่วยให้ง่ายขึ้นได้โดยกว้าง ตัวอย่างเช่น พรอคเตอร์ แอนด์ แกมเบิล ดำเนินโครงการจัดหา น้ำดื่มที่สะอาดปลอดภัยสำหรับเด็ก โดยทำงานร่วมกับเครือข่ายพันธมิตร 150 แห่ง เพื่อปรับปรุงสุขภาพของเด็กในประเทศกำลังพัฒนา โดยพีแอนด์จีมุ่งมั่นที่จะต่อสู้กับวิกฤต น้ำสะอาด โดยมีเป้าหมายในการส่งมอบน้ำดื่มสะอาด 25 พันล้านลิตรภายในปี ค.ศ. 2025 นอกจากนี้ยังให้ความรู้แก่ครอบครัวและชุมชนเกี่ยวกับความสำคัญของน้ำสะอาด สุขาภิบาลและสุขอนามัยที่ดี อีกทั้งในปัจจุบันการเข้าถึงน้ำและการล้างมือด้วยสบู่ที่เหมาะสมยังเป็นสิ่งจำเป็นในการต่อสู้กับการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 อีกด้วย (Procter & Gamble, 2020a) นอกจากเบคเทิล กรุ๊ป จะดำเนินโครงการโครงสร้างพื้นฐานและอุตสาหกรรมเหมืองแร่และโลหะในละตินอเมริกาแล้ว เบคเทิล กรุ๊ป ยังดำเนินโครงการเพิ่มความสามารถในการกรองน้ำทะเล การกลั่นน้ำทะเลเป็นกระบวนการกำจัดเกลือออกจากน้ำทะเลหรือน้ำใต้ดินที่มีรสเค็มเพื่อผลิตเป็นน้ำจืดได้ โดยมีเป้าหมายเพื่อช่วยลดจำนวนผู้ประสบปัญหาการขาดแคลนน้ำ เช่น การส่งน้ำทะเลที่ผ่านการกลั่นแล้วไปยังแหล่งเหมืองแร่ในทะเลทรายอาตากามาของชิลี ซึ่งเป็นพื้นที่ที่แห้งแล้งที่สุดของโลกที่ระดับความสูง 10,000 ฟุต การส่งน้ำที่ผ่านการกลั่นแล้วช่วยลดการพึ่งพาน้ำใต้ดินทำให้มีไว้สำหรับการใช้งานในระบบนิเวศและส่งมอบน้ำสะอาดแก่ผู้คนปลายน้ำ (Owens & Bataneh, 2020)

การสร้างเชื่อมั่นในการเข้าถึงบริการด้านพลังงานที่ทันสมัยเชื่อถือได้และราคาไม่แพง รวมถึงการใช้พลังงานหมุนเวียน พลังงานสะอาดอย่างมีประสิทธิภาพ เป้าหมายด้านพลังงานนี้สัมพันธ์โดยตรงกับภาคธุรกิจ พวกเขาสามารถปรับปรุงการใช้พลังงานได้ในหลายลักษณะเพื่อปกป้องสิ่งแวดล้อม ตัวอย่างเช่น แพนความยั่งยืนของบริษัทยูนิลีฟ ตั้งเป้าหมายว่า ในปี ค.ศ.2020 จะลดการใช้พลังงานลง 18 เปอร์เซ็นต์ และลดการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์ลง 15 เปอร์เซ็นต์เพื่อให้บรรลุเป้าหมายเหล่านี้โรงงานของกลุ่มยูนิลีฟทั้งหมดได้จัดทำแผนปฏิบัติการคาร์บอน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มการใช้พลังงานจากแหล่งพลังงานหมุนเวียน เช่น โรงไฟฟ้าโซลาร์เซลล์ โรงไฟฟ้าพลังงานความร้อน โรงไฟฟ้าชีวมวลสำหรับผลิตไอน้ำ การจ่ายไฟฟ้าจากพลังงานลม (Pirelli & C. S.p.A, 2020a) เช่นเดียวกับผู้ผลิตรถยนต์อย่าง นิสสัน ก็มุ่งเน้นที่การใช้พลังงานไฟฟ้าและเทคโนโลยีที่เป็นนวัตกรรมใหม่ และโดยส่งเสริมการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ตลอดห่วงโซ่ ผ่านโครงการ Nissan Green Program 2022 นอกจากนี้จะมุ่งเน้นการ

พัฒนาและการผลิตยานยนต์ที่ไม่มีการปล่อยมลพิษแล้ว นิสสันยังร่วมมือกับหน่วยงานระดับชาติ รัฐบาลท้องถิ่น บริษัทพลังงานและอุตสาหกรรมอื่นๆ เพื่อส่งเสริมการปล่อยมลพิษเป็นศูนย์ (Nissan Motor Corporation, 2019)

เป้าหมายเพื่อส่งเสริมการจ้างงานเพื่อการเติบโตทางเศรษฐกิจและการให้ความช่วยเหลือเพื่อการค้าสำหรับประเทศกำลังพัฒนา ภาคธุรกิจสามารถสร้างแนวทางการมีส่วนร่วมของธุรกิจเพื่อสร้างโอกาสทางการศึกษาและการเรียนรู้สำหรับเด็กเยาวชนและผู้ใหญ่ กรณีธุรกิจที่มีการดำเนินกิจกรรมการมีส่วนร่วมรับผิดชอบเพื่อความยั่งยืน ตัวอย่างเช่น บริษัทมอนซานโต้ ตั้งเป้าหมายในการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของครอบครัวเกษตรกรที่ขาดแคลนจำนวน 5 ล้านครอบครัวภายในปี ค.ศ. 2020 ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนช่วยให้เกษตรกรรายย่อย นำฟาร์มเทคโนโลยี ชีวภาพมาช่วยสร้างรายได้เพิ่มขึ้น 50 พันล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ ในประเทศเวียดนามมอนซานโต้ทำงานร่วมกับรัฐบาลเปลี่ยนพื้นที่นาข้าวไปเป็นไร่ข้าวโพดและถั่วเหลือง พร้อมฝึกอบรมให้ความรู้เทคนิคการปลูกข้าวโพดแก่เกษตรกร 5,000 ราย ภายในสามเดือนสามารถเปลี่ยนพื้นที่ 2,200 เฮกตาร์จากข้าวเป็นข้าวโพด ช่วยเพิ่มรายได้จากเดิมถึง 400 เปอร์เซ็นต์กระบวนการปลูกพืชหมุนเวียนใหม่นี้ ยังช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพการชลประทานและลดการใช้ยาฆ่าแมลง ยาฆ่าเชื้อรา ตันทุนแรงงาน และต้นทุนอื่น ๆ ได้มากถึง 80 เปอร์เซ็นต์ (Vietnam Investment Review, 2016) ส่วน วอลมาร์ต ได้เริ่มเปิดตัวแพลตฟอร์ม Empowering Women Together (EWT) เมื่อปี ค.ศ. 2013 โดยมีเป้าหมายเพื่อเสริมสร้างศักยภาพทางเศรษฐกิจให้กับผู้หญิงโดยมอบโอกาสให้กับธุรกิจขนาดเล็กที่มีรายได้น้อยกว่า 10 ล้านดอลลาร์ต่อปี ตั้งแต่เปิดตัวกิจกรรมดังกล่าวบริษัทได้ช่วยนำเสนอผลิตภัณฑ์กว่า 300 รายการ จากธุรกิจขนาดเล็ก 28 แห่งในหลายประเทศ เช่น เนปาล เคนยาและแทนซาเนีย เป็นต้น (Walmart Inc., 2013)

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานอย่างมีคุณภาพ เพื่อสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรม เศรษฐกิจ และนวัตกรรม ตัวอย่างการเป็นพลเมืองดีของธุรกิจเพื่อช่วยผลักดันเป้าหมายนี้ให้บรรลุผลสำเร็จ เช่น บริษัทดูปองท์ มอบเงินทุนเพื่อสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาให้กับคณาจารย์มหาวิทยาลัยรุ่นใหม่ในโครงการ DuPont Young Professors โดยมุ่งงานวิจัยเพื่อพัฒนาความรู้พื้นฐานทางวิทยาศาสตร์เพื่อรับมือกับความท้าทายระดับโลกในด้านอาหารและพลังงาน นอกจากนี้ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ดูปองท์ยังมีส่วนช่วยในการป้องกันและควบคุมการระบาดทั่วโลก โดยมุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์เทคโนโลยีขั้นสูง Tyvek Dupont ซึ่งมีคุณสมบัติพิเศษต้านทานต่อสารเคมีและเชื้อโรค (DuPont de Nemours, Inc., 2020) เช่นเดียวกับกูเกิลเป็นผู้สนับสนุนสร้างองค์กร Alliance for Affordable Internet โดยมีอีริคสัน เฟซบุ๊ก อินเทล ไมโครซอฟท์ และยาฮู เป็นแนวร่วม เพื่อช่วยให้ผู้คนเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ง่ายในราคาต่ำกว่า 5 เปอร์เซ็นต์ของรายได้ต่อเดือนในหลายประเทศแถบเอเชีย (The World Bank Group, 2016)

มิติที่ 2 เป้าหมายด้านสังคม

จากการศึกษาพบว่า ภาคธุรกิจต่างให้ความสำคัญกับการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน ภายใต้เป้าหมายด้านสังคม ตามกรอบของสหประชาชาติ ประกอบด้วย การศึกษาอย่างมีคุณภาพ ความเสมอภาคทางเพศ ลดความเหลื่อมล้ำ เสรีภาพ ความยุติธรรมและสถาบันที่แข็งแกร่ง และหุ้นส่วนความร่วมมือที่ยั่งยืน ดังนั้นเพื่อให้การศึกษาที่มีคุณภาพครอบคลุมบนเท่าเทียมทางเพศ และสนับสนุนโอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิตแก่ทุกคน ภาคธุรกิจสามารถผลักดันเป้าหมายนี้ ผ่านการให้ศึกษาสำหรับการพัฒนาและสร้างวิถีชีวิตที่ยั่งยืน ตัวอย่างเช่น บริษัทระดับโลกอย่างกูเกิล ในหลายปีที่ผ่านมาได้ให้บริการบัญชีกูเกิลฟรีแก่สถาบันการศึกษาในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก บริษัทได้ร่วมมือกับรัฐบาลเพื่อให้แน่ใจว่าการพัฒนาเทคโนโลยีเผยแพร่ไปยังสถาบันต่างๆ ทั่วประเทศ ยิ่งไปกว่านั้นยังมีการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการด้านเทคนิคและการให้คำปรึกษาแก่ครูเพื่อความสะดวกในการใช้บริการ ในปี ค.ศ.2013 กูเกิลได้มอบอุปกรณ์เพื่อสนับสนุนการศึกษอย่าง Chromebook สำหรับโรงเรียนประถมและมัธยมศึกษาในมาเลเซีย เพื่อให้ครูนักเรียน และผู้ปกครอง เข้าถึงการศึกษาได้ทุกที่จากทุกอุปกรณ์ ตามแผนการเปลี่ยนแปลงระบบการศึกษาเพื่อนำประเทศไปสู่การพัฒนาทางเทคโนโลยี (Schooladvisor, 2013) เช่นเดียวกับบริษัท เซฟรอน ให้ความสำคัญกับการลงทุนในแรงงานเพื่อวัน

พรุ่งนี้ พวกเขาสนับสนุนโครงการพัฒนาทักษะด้านการศึกษาค้นคว้าผ่านความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยมุ่งเน้นการพัฒนา STEM Education ด้วยการลงทุนในโครงการฝึกอบรมครูที่ออกแบบมาเพื่อเสริมสร้างศักยภาพอาจารย์และช่วยให้พวกเขาเปลี่ยนประสบการณ์การวิจัยไปสู่การปฏิบัติในชั้นเรียน (Chevron Corporation, 2020b)

การให้ความสำคัญกับการสร้างความเสมอภาคทางเพศและการปฏิบัติที่เป็นธรรมต่อผู้หญิงและเด็กนั้น ภาคธุรกิจสามารถสนับสนุนให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมและให้โอกาสในการทำงานด้านต่าง ๆ ตัวอย่างเช่น มาสเตอร์การ์ด บริษัทบัตรเครดิตได้ร่วมมือกับคณะกรรมการสตรีแห่งสหประชาชาติของสิงคโปร์ จัดทำโครงการ “5 Minutes to Change the World” เพื่อสร้างแรงบันดาลใจสำหรับสตรีและเด็กผู้หญิงในเอเชียแปซิฟิก โดยเปิดตัวโครงการเมื่อปี ค.ศ.2011 เพื่อฉลองในโอกาสครบรอบ 100 ปีของวันสตรีสากล (Mastercard, 2015) พรอคเตอร์ แอนด์ แกมเบล บริษัทผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภครายใหญ่ของโลก ได้สนับสนุนให้เด็กผู้หญิงอายุ 12-14 ปีได้รับการศึกษาเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพอนามัยส่วนบุคคลที่ดีของวัยรุ่น โปรแกรมนี้เริ่มตั้งแต่ปี ค.ศ. 2006 และได้ขยายพื้นที่ดำเนินงานจากแอฟริกาไปยังตะวันออกกลาง (Procter & Gamble, 2018)

ประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนเป็นรากฐานสำคัญในหลักการหกประการแรกของสหประชาชาติธุรกิจต่าง ๆ สามารถดำเนินงานในส่วนของตนได้เพื่อหลีกเลี่ยงผลกระทบด้านลบต่อสิทธิมนุษยชน สร้างโอกาสที่เท่าเทียมกันและลดความเหลื่อมล้ำในสังคมทุกกลุ่มได้ ตัวอย่างเช่น วิสัยทัศน์ของบริษัทไอเกีย คือ การสร้างชีวิตประจำวันที่ดีขึ้นสำหรับทุกคน รวมถึงเพื่อนร่วมงาน ลูกค้า ซัพพลายเออร์ และชุมชนที่พวกเขาอาศัยอยู่ ธุรกิจปฏิบัติตามหลักการของสหประชาชาติว่าด้วยการเคารพสิทธิมนุษยชนซึ่งรวมอยู่ในจรรยาบรรณ IWAY Standard มุ่งการปฏิบัติที่เป็นธรรมและสร้างโอกาสที่เท่าเทียมกันไม่ว่าจะเป็นคนจากชาติพันธุ์ใด ศาสนาใด เพศใด และไม่สนับสนุนการค้ามนุษย์ โดยซัพพลายเออร์ของบริษัทจะต้องปฏิบัติตามแรงงานข้ามชาติอย่างยุติธรรมและเสนอเงื่อนไขการจ้างงานที่โปร่งใส ตลอดจนสภาพการทำงานและความเป็นอยู่ที่ดี มูลนิธิอียิปต์ได้สนับสนุนโครงการสิทธิเด็กของ UNICEF และ Save the Children ใน 25,000 หมู่บ้านในอินเดียและปากีสถานอีกด้วย (IWAY Council, 2016) สำหรับแมคโดนัลด์ บริษัทให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย ซึ่งส่งเสริมความเคารพศักดิ์ศรี ปราศจากการล่วงละเมิดและการเลือกปฏิบัติ โดยจัดช่องทางทางสื่อสารอย่างเปิดเผยระหว่างพนักงานของบริษัทในการร้องเรียนข้อกังวลใจ

ด้านจริยธรรมหรือสิทธิมนุษยชน ซึ่งรวมถึงช่องทางที่ไม่ระบุตัวบุคคลผ่าน Business Integrity Line ซึ่งมีเจ้าหน้าที่ดำเนินงานตลอด 24 ชั่วโมง บริษัทมีโครงการ Family Friendly Spaces ช่วยดูแลลูก ๆ ของแรงงานข้ามชาติในประเทศจีน โดยพวกเขาไม่ต้องทิ้งลูก ๆ ไว้ที่หมู่บ้านชนบท ช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ภายในครอบครัว ทำให้คนงานรู้สึกมั่นใจว่าบุตรหลานของตนจะปลอดภัยในขณะที่พวกเขาทำงาน และทำให้พ่อแม่มีโอกาสใช้เวลาอยู่กับลูกได้มากขึ้น (McDonald's, 2019)

การสนับสนุนการปฏิบัติตามหลักนิติธรรม ส่งเสริมความยุติธรรมอย่างเท่าเทียม เพื่อสร้างความโปร่งใสรวมถึงการลดการทุจริตและการรับสินบนทุกรูปแบบ ตัวอย่างการดำเนินงานของภาคธุรกิจที่มีส่วนช่วยผลักดันให้บรรลุมเป้าหมาย เช่น บริษัทพิเรลลี่ ยึดมั่นความโปร่งใสในแนวทางการกำกับดูแลด้านภาษีและฐานภาษี โดยการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะเกี่ยวกับสถานการณ์ทางภาษีและการชำระภาษีตามข้อบังคับภายในประเทศที่ดำเนินกิจการ ตลอด จนข้อกำหนดการรายงานที่บังคับใช้ตามมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ เช่น IFRS, OECD Guidelines บริษัทไม่สนับสนุนแนวทางการละเว้นภาษีหรือดินแดนที่หลบเลี่ยงภาษี (Pirelli & C. S.p.A., 2020c) กลุ่มเจนเนอรัลอิเล็กทริก มุ่งเน้นหลักนิติธรรม ประเด็นสำคัญได้แก่ การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน การกำหนดแนวทางและขั้นตอนในการปฏิบัติที่โปร่งใสตามบทบัญญัติของกฎหมาย ความเป็นอิสระในการพิจารณาพิพากษาคดี และการระงับข้อพิพาทที่ยุติธรรมและมีประสิทธิภาพ (General Electric Company, 2019)

สหประชาชาติมีความพยายามผลักดันความร่วมมือที่ยั่งยืนเพื่อให้ความช่วยเหลือแก่ประเทศกำลังพัฒนา เป้าหมายนี้มุ่งมั่นที่จะเพิ่มความร่วมมือระหว่างประเทศและในภูมิภาค และยกระดับการแบ่งปันความรู้ เสริมสร้างขีดความสามารถทางวิทยาศาสตร์และนวัตกรรม เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน มีตัวอย่างการดำเนินงานในภาคธุรกิจเช่น เชฟรอน เป็นหนึ่งในบริษัทชั้นนำที่เป็นผู้บุกเบิกความร่วมมือระหว่างองค์กรพันธมิตรภาครัฐและเอกชน โดยในปี ค.ศ.2002 ได้เปิดตัวโครงการ Angola Partnership Initiative โดยร่วมมือกับ USAID และ UNDP ซึ่งเป็นต้นแบบกิจกรรมส่งเสริมด้านสุขภาพ การศึกษา และการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน สร้างโอกาสทางการศึกษา ให้แก่เยาวชน ลดความยากจนผ่านการฝึกอบรมวิชาชีพ การสร้างงานธุรกิจการเกษตร และการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Chevron U.S.A. Inc., 2010) ในขณะที่ ครัวเรือนอินเทอร์เน็ตไร้สายและเครือข่ายทั่วโลกได้พัฒนาความร่วมมือกับรัฐบาลและองค์กรภาคเอกชนเพื่อให้เกษตรกรมีความรู้สามารถปลูกพืชที่ดีต่อสุขภาพได้อย่างยั่งยืน เช่น โครงการในเอธิโอเปียทำให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น 140 เปอร์เซ็นต์ พวกเขาได้เรียนรู้วิธีป้องกันพืชผลจากการระบาดของศัตรูพืช ความช่วยเหลือนี้ช่วยลดการใช้ยาฆ่าแมลงลงได้ 26 เปอร์เซ็นต์ (Croplife International, 2020)

มิติที่ 3 เป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม

ในอดีตที่ผ่านมา ภาคธุรกิจให้ความสำคัญกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยแสดงออกถึงการสนับสนุนตามความตกลงระหว่างประเทศว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ด้วยเพราะสิ่งแวดล้อมเป็นแหล่งวัตถุดิบที่สำคัญของแต่ละธุรกิจและมีส่วนในการเกื้อกูลของทุกชีวิตบนโลกใบนี้ เป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมตามกรอบการของสหประชาชาติ ประกอบด้วย การสร้างเมืองและการตั้งถิ่นฐานที่ยั่งยืน การบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน การรับมือสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลง การใช้ประโยชน์ทรัพยากรทางทะเล และการใช้ประโยชน์ระบบนิเวศบนบก ดังนั้นเพื่อเสริมสร้างมาตรฐานชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชน เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนนี้มุ่งที่การพัฒนาเมือง ระบบคมนาคม ให้มีความปลอดภัย รวมถึงการปกป้องคุ้มครองมรดกทางวัฒนธรรมและมรดกทางธรรมชาติของโลก ตัวอย่างการดำเนินงานของภาคธุรกิจที่มีส่วนช่วยผลักดันให้บรรลุเป้าหมายเช่น บริษัทพิเรลลี่ เข้าร่วมโครงการการสัญจรอย่างยั่งยืนตั้งแต่ปี ค.ศ. 2013 กับสมาชิกรัฐบาลโลกเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน และภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการสัญจรในเมืองที่มีการจราจรติดขัด โดยพัฒนาระบบ Pirelli Cyber™ Fleet system ทำให้ผู้ใช้สามารถตรวจสอบความดันลมยางและอุณหภูมิยางของรถโดยอัตโนมัติได้ตลอดอายุการใช้งาน ซึ่งช่วยลดการใช้เชื้อเพลิงและเพิ่มประสิทธิภาพในการบำรุงรักษาออกไปพร้อมกัน และส่งผลดีในแง่ของการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์สู่ชั้นบรรยากาศอีกด้วย (Pirelli & C. S.p.A., 2020b) เช่นเดียวกับ ซีฟ็อกส์ ให้ความสำคัญกับการลดการปล่อยมลพิษทำลายสิ่งแวดล้อมในกิจกรรมหลักของธุรกิจโดยมุ่งพัฒนาเทคโนโลยีรถยนต์ไฟฟ้าที่ใช้ในระบบขนส่งโลจิสติกส์และกระจายสินค้ากับร้านสะดวกซื้อ (BrandInside, 2020)

ประเด็นด้านการจัดการของเสียที่ยั่งยืนและการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมุ่งเน้นที่การลดการปล่อยสารเคมีและมลพิษสู่อากาศ น้ำและพื้นดิน ธุรกิจและบริษัทข้ามชาติต่างหันมาจัดทำแผนการดำเนินงานที่ยั่งยืนและบูรณาการข้อมูลเรื่องความยั่งยืนเข้าสู่การรายงานทางธุรกิจของตน ตัวอย่างเช่น บริษัท พรอคเตอร์ แอนด์ แกมเบิล ตั้งเป้าหมายการกำจัดกากหรือของเสียจากการผลิตโดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมด้วยวิธีฝังกลบเป็นศูนย์ภายในปี ค.ศ.2020 พวกเขาเปลี่ยนขยะจากการฝังกลบมากกว่า 5 ล้านตัน เป็นผลิตภัณฑ์หรือเครื่องใช้ เช่น นำขยะเหลวจากผลิตภัณฑ์เช่น Tide และ Gain เปลี่ยนเป็นแหล่งเชื้อเพลิงทางเลือกสำหรับยานยนต์ นำวัสดุลามิเนตพลาสติกที่ไม่สามารถรีไซเคิลได้อัดเป็นผนังอาคาร รวมถึงนำเสนอบรรจุภัณฑ์รีไซเคิลได้หรือนำกลับมาใช้ใหม่ 100 เปอร์เซ็นต์ (Procter & Gamble, 2020b) บริษัทรับก่อสร้างรายใหญ่อย่าง เบคเทล กรุ๊ป นำมาตรฐานควบคุมการปล่อยมลพิษที่เข้มงวดมาใช้ในทุกพื้นที่ของโครงการก่อสร้างรถไฟฟ้าครอสเรลในสหราชอาณาจักร โดยลดการปล่อยฝุ่นละอองได้ถึง 85 เปอร์เซ็นต์ และมีความมุ่งมั่นในการสร้างสรรค์นวัตกรรมก่อสร้างที่ยั่งยืน ด้วยการเปลี่ยนวิธีการออกแบบ การจัดหา

และสร้างโครงการหลักและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับลูกค้า (Bechtel Corporation, 2020)

สภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลงเป็นหัวข้อที่ถูกพูดถึงกันอย่างต่อเนื่องในเวทีระดับโลก ความพยายามในการรับมือสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลงจึงเป็นเป้าหมายหนึ่งที่ต้องให้ความสำคัญ ซึ่งรวมถึงการเสริมสร้างการตระหนักรู้ และการบรรเทาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ตัวอย่างการดำเนินงานของภาคธุรกิจ เช่น เชฟรอนกำลังดำเนินการเพื่อแก้ไขผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยการส่งมอบพลังงานสะอาดที่ราคาประหยัด ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และเพิ่มการลงทุนในเทคโนโลยีนวัตกรรมคาร์บอนต่ำเช่น โรงไฟฟ้า นิวเคลียร์ขนาดเล็กและอุปกรณ์ที่ดูดคาร์บอนออกจากอากาศ (Chevron Corporation, 2020c) บริษัทด้านพลังงานอย่าง พีพีแอล คอร์ปอเรชั่น ดำเนินการเพื่อพัฒนาด้านพลังงานสะอาดด้วยความมุ่งมั่นมายาวนานในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจทั้งหมดในรูปแบบที่รักษาและส่งเสริมสภาพแวดล้อมที่สะอาด และปลอดภัยต่อสุขภาพ บริษัทได้ลงทุนในการปรับปรุงด้านสิ่งแวดล้อมที่โรงไฟฟ้าและโครงการก่อสร้างที่ปราศจากคาร์บอน เพื่อส่งเสริมประสิทธิภาพการใช้พลังงาน โดยตั้งเป้าหมายที่จะลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ลง 80 เปอร์เซ็นต์ภายในปี ค.ศ. 2050 (PPL Corporation, 2020)

อาหารทะเลยังคงเป็นแหล่งโปรตีนและรายได้ที่สำคัญสำหรับคนทั่วโลก ตามรายงานขององค์การสหประชาชาติ 1 ใน 3 ของการประมงทั่วโลกมีการจับปลาเกินขีดจำกัด การปกป้องระบบนิเวศทางทะเลและชายฝั่งโดยอาศัยความร่วมมือจากทุกระดับ รวมถึงการทำประมง การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรทางทะเล จึงเป็นเป้าหมายสำคัญโดยภาคธุรกิจสามารถดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อลดผลกระทบด้านลบต่อระบบนิเวศทางทะเล เช่น ความมุ่งมั่นของวอลมาร์ต เป็นผู้นำในการสนับสนุนการประมงอย่างยั่งยืนในการจัดหาอาหารทะเล ผ่านความร่วมมือระหว่างเกษตรกร ผู้ผลิต ผู้นำเข้า รัฐบาลท้องถิ่น และองค์กรเอกชนเพื่อสาธารณประโยชน์ เพื่อพัฒนาโครงการปรับปรุงการประมงและการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ ทำให้เกษตรกรรายย่อยได้รับการรับรองมาตรฐานตามหลักปฏิบัติในการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำที่เป็นเลิศ (Best Aquaculture Practices) ซึ่งเป็นที่ยอมรับทั่วโลก วอลมาร์ตตั้งเป้าหมายการส่งมอบผลิตภัณฑ์ทูน่ากระป๋องแบรนด์ Great Value จะต้องใช้วัตถุดิบที่ได้ผ่านกระบวนการจับหรือเพาะเลี้ยงที่ยั่งยืนและได้รับรองมาตรฐาน Marine Stewardship Council หรือ Fishery Improvement Project ภายในปี ค.ศ. 2025 (Walmart Inc., 2020) สตาร์บัคส์ ทำงานร่วมกับเครือข่ายพันธมิตรได้สนับสนุนการแก้ปัญหาขยะพลาสติก โดยตั้งเป้าหมายกำจัดหลอดพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทั่วโลก บริษัทได้พัฒนาฝาปิดแบบใหม่ไร้หลอดดูดและใช้หลอดจากกระดาษที่ผลิตจากวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ปัจจุบันฝาปิดแบบใหม่มีจำหน่ายในร้านค้ามากกว่า 8,000 แห่งในสหรัฐอเมริกา และแคนาดา (Starbucks Corporation, 2020)

การอนุรักษ์ระบบนิเวศภาคพื้นดิน สัตว์ป่า ป่าไม้ ภูเขา พื้นที่ชุ่มน้ำ รวมถึงการฟื้นฟูผืนดินที่เสื่อมโทรมให้สามารถกลับมาใช้ประโยชน์ได้อย่างยั่งยืน เป็นพันธกรณีระหว่างประเทศ ด้วยผืนป่าจำนวนมากทั่วโลกเสื่อมโทรมทำให้เกิดผลกระทบต่อการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ ตัวอย่างการดำเนินงานของภาคธุรกิจเพื่อช่วยสนับสนุนเป้าหมายนี้ เช่น บริษัท พรอคเตอร์ แอนด์ แกมเบล ใช้แนวทางการจัดซื้อเพื่อให้มั่นใจว่า ทรัพยากรป่าไม้ของโลกถูกใช้อย่างยั่งยืน โดยทำงานร่วมกับเครือข่ายกลุ่มบริษัท ผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าเพื่อการบริโภค (Consumer Goods Forum) โดยตั้งเป้าหมายยุติการตัดไม้ทำลายป่าภายในปี ค.ศ. 2020 ธุรกิจเน้นการใช้ทรัพยากรป่าไม้ของโลกอย่างมีความรับผิดชอบในสินค้าเชิงกลยุทธ์ ได้แก่ เยื่อไม้สำหรับกระดาษชำระและผลิตภัณฑ์สุขอนามัย เยื่อไม้ที่นำไปทำบรรจุภัณฑ์กระดาษ และน้ำมันปาล์มสำหรับผลิตภัณฑ์ซักผ้าและความงาม (Naidu, 2019) ในขณะที่บริษัทมอนซานโต้ ดำเนินการแก้ปัญหาในพื้นที่เกษตรกรรมและฟาร์มปศุสัตว์ เพื่อให้ได้ประชากรมีเสถียรภาพที่ยั่งยืน โดยอาศัยความร่วมมือกันของเกษตรกรเจ้าของฟาร์ม เจ้าของที่ดิน และอุตสาหกรรมเกษตร เพื่อส่งเสริมการขายตัวและสร้างที่อยู่อาศัยของแมลงผสมเกสร รวมถึงการปลูกดอกมิคควิดตามเส้นทางอพยพตามฤดูกาลของผีเสื้อโมนาร์คในอเมริกาเหนือ (Davis, 2018)

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ถึงแนวปฏิบัติที่ดีจากกรณีศึกษาบริษัทต่าง ๆ ตอกย้ำว่า ความยั่งยืนขององค์กรคือ การส่งมอบคุณค่าระยะยาว ทั้งในด้านการเงิน สิ่งแวดล้อม สังคม และจริยธรรม การผสมผสานเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนเข้ากับกลยุทธ์ นโยบาย และการสร้างวัฒนธรรมแห่งความซื่อสัตย์ขององค์กร ไม่เพียงแต่พวกเขาจะรักษาความรับผิดชอบต่อขั้นพื้นฐานที่มีต่อผู้คนและโลกใบนี้เท่านั้น แต่ยังเป็นวิถีแห่งความสำเร็จในระยะยาวอีกด้วย ทุกองค์กรต่าง ๆ เป็นส่วนหนึ่งของการแก้ปัญหา การเข้าใจถึงความหมายของธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมภายในบริบทของประเทศตน ย่อมก่อให้เกิดการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่หลากหลาย รวมถึงภาคประชาสังคม ภาครัฐ สถาบันการศึกษา นักลงทุน สมาคมธุรกิจอื่น ๆ แล้วขยายความร่วมมือจากเครือข่ายระดับท้องถิ่นไปสู่เครือข่ายระดับโลก การกระทำของเราในวันนี้ จึงเป็นการวางรากฐานที่ถูกต้องเพื่อบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ความร่วมมือจากทุกภาคส่วนทำให้โลกที่ทุกคนอาศัยอยู่เป็นโลกที่ยั่งยืนได้ สอดคล้องกับการรายงานความคืบหน้าประเด็นสำคัญและแนวโน้มความสามารถในการขับเคลื่อนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน 17 ประการ ใน The Sustainable Development Goals Report 2019 โดยองค์กรสหประชาชาติ ตอกย้ำให้เห็นว่า ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ความยากจนและอัตราการเสียชีวิตของประชากรโลกลดลงอย่างมาก ด้วยเพราะการเข้าถึงวัคซีนและการรักษาโรค สามารถช่วยชีวิตคนได้หลายล้านคน เช่นเดียวกันประชากรส่วนใหญ่ในโลกสามารถเข้าถึงไฟฟ้าได้ ช่วยให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น อีกทั้งในประเทศต่าง ๆ ก็มุ่งเน้นการดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรมเพื่อปกป้องโลกของเรา เช่น พื้นที่คุ้มครองทางทะเลเพิ่มขึ้นสองเท่าตั้งแต่ปี ค.ศ. 2010 การทำงานร่วมกันเพื่อแก้ปัญหาการประมงที่ผิดกฎหมาย รวมถึงการให้สัตยาบันในข้อตกลงปารีสว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และการสนับสนุนการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน ประเด็นเร่งด่วนที่ทุกภาคส่วนยังคงต้องให้ความสนใจร่วมกัน คือการแก้ปัญหาสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่เสื่อมโทรมอย่างน่าตกใจ ระดับน้ำทะเลสูงขึ้น มหาสมุทรมีความเป็นกรด ภาวะโลกร้อนขึ้น ซึ่งมีผลทำให้พืชและสัตว์มีความเสี่ยงต่อการสูญพันธุ์ และความเสื่อมโทรมของที่ดิน (United Nations, 2019)

5. บทสรุป

จากการศึกษานำสู่ข้อสรุปตามวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้ ประการที่ 1 มุมมองและผลลัพธ์จากการพัฒนาอย่างยั่งยืน จากที่กล่าวมาทำให้เห็นถึงผลลัพธ์ด้านบวกในการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน ทั้งการขับเคลื่อนนวัตกรรม การปรับปรุงผลการดำเนินงานด้านการเงิน การสร้างความจงรักภักดี การดึงดูดใจและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน และการสร้างมูลค่าแก่นักลงทุน กล่าวคือ 1) ในมุมมองขององค์กรธุรกิจ ระบบนวัตกรรมของพวกเขา มีส่วนช่วยเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ นอกจากนี้จะมีส่วน ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและต้นทุนการดำเนินงานแล้ว ยังช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันระดับโลกอีกด้วย 2) ในมุมมองของนักลงทุน การดำเนินธุรกิจโดยยึดแนวคิดความใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และหลักธรรมาภิบาล เป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจ ธุรกิจที่มุ่งหวังแต่ผลกำไรสูงสุดโดยมิได้ใส่ใจต่อความรับผิดชอบต่อสังคมมักจะถูกนักลงทุนมองข้าม แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนจะสร้างผลตอบแทนการลงทุนแบบยั่งยืนให้กับนักลงทุน อีกทั้งเกณฑ์คะแนนด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมยังมีผลต่อการพิจารณาจัดอันดับ เรตติ้งกองทุน ดังนั้นธุรกิจที่มีคุณธรรมจะช่วยเพิ่มโอกาสความน่าสนใจแก่นักลงทุน และนำมาซึ่งการสร้างผลตอบแทนที่ดีในระยะยาว 3) ในมุมมองลูกค้า การสร้างความจงรักภักดีของลูกค้าไม่ใช่เรื่องง่าย เพราะเป็นเรื่องที่ต้องอาศัยเวลา การเพิ่มความจงรักภักดีของลูกค้าย่อมมีส่วนช่วยเพิ่มผลกำไรให้มากขึ้นและพวกเขาก็พร้อมที่จะสนับสนุนผลิตภัณฑ์อื่นๆ จากองค์กรที่ใส่ใจต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ความภักดีของพวกเขาเหล่านั้นจะส่งผลดีต่อองค์กรในระยะยาวเช่นกัน และ 4) ในมุมมองของพนักงาน องค์กรที่มีจิตสำนึกทางสังคมที่แข็งแกร่ง ย่อมดึงดูดพนักงานที่มีความสามารถให้เข้ามาร่วมงาน พวกเขาเต็มใจที่จะทุ่มเทความสามารถเพื่อสร้างคุณค่าในงานและเชื่อมั่นว่าคุณค่าจากงานที่พวกเขาจะสร้างประโยชน์ต่อสังคม ชุมชน และโลกที่พวกเขาอาศัยอยู่

ประการที่ 2 เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนและการดำเนินงานเพื่อความยั่งยืนของธุรกิจระดับโลก จากที่กล่าวมานำสู่ข้อสรุปที่ชัดเจนว่า การบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนนั้น จำเป็นต้องอาศัยการเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบาย การลงทุนและการพัฒนาเทคโนโลยีอย่างลึกซึ้ง แต่ความสำเร็จนั้นจะเกิดขึ้นไม่ได้หากปราศจากความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และคงไม่อาจจะใช้กรอบการทำงานแบบเดียวกันกับทุกประเทศทั่วโลก ดังนั้นจึงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับความต้องการ ความจำเป็นของแต่ละท้องถิ่น การสร้างองค์กรให้ยั่งยืนมิใช่เพียงแค่การดำรงอยู่ในระยะยาวเพียงเท่านั้น แต่จะต้องกำหนดเป้าหมายหลักคือ การมุ่งสร้างคุณค่าขององค์กร ซึ่งต้องให้ความสำคัญทั้ง 3 มิติ ได้แก่ มิติทางเศรษฐกิจ มิติทางสังคม และมิติทางสิ่งแวดล้อม โดยจะต้องพิจารณาและบูรณาการความยั่งยืนเข้ากับภารกิจหลัก กระบวนการดำเนินงาน และการตัดสินใจในทุกระดับ การเติบโตของธุรกิจจะเชื่อมโยงกับความสำเร็จตามกรอบการพัฒนาที่ยั่งยืนในระดับมหภาค แต่อย่างไรก็ตาม ในการดำเนินงานในระดับท้องถิ่นของธุรกิจจำเป็นต้องระบุว่า พวกเขาสามารถมีส่วนร่วมในการบรรลุเป้าหมายได้อย่างไร และเพื่อสร้างองค์กรให้ยั่งยืนผู้เขียนขอเสนอความเห็นว่ แต่ละองค์กรควรทำความเข้าใจกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน และเชื่อมโยงเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางธุรกิจของตนและจัดลำดับความสำคัญของเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยต้องคำนึงถึงการสร้างผลกระทบเชิงบวกมากที่สุดต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกภาคส่วน โดยประเมินความเสี่ยงและโอกาสที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจของตน ทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อใช้แนวทางเชิงกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร ในกระบวนการนี้องค์กรควรเลือกตัวบ่งชี้ที่เหมาะสม มีกรอบเวลาที่ชัดเจน และสามารถวัดผลได้อย่างเป็นรูปธรรม เพื่อติดตามและสื่อสารความคืบหน้าของการดำเนินงาน ผู้เขียนเชื่อมั่นว่า ความมุ่งมั่นของผู้บริหาร การสร้างความเข้าใจร่วมกัน กระบวนการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ การพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยี การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การทำงานร่วมกับองค์กรอื่นและการสร้างเครือข่ายทางสังคม เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยผลักดันให้พวกเขาเป็นพลเมืองที่ดีของโลก โดยยังคงรักษาสมดุลระหว่างความสุขและผลกำไรให้เกิดกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไว้ได้ ดังคำกล่าวที่ว่า “ความสุขที่ยั่งยืน คือกำไรที่มั่นคง”

6. ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบายและแนวปฏิบัติ

ภาคเอกชนที่มุ่งเน้นการเป็นธุรกิจที่รับผิดชอบต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ควรกำหนดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนตามกรอบขององค์กรสหประชาชาติที่เกี่ยวข้องกับแต่ละธุรกิจเป็นทิศทางการดำเนินงาน พร้อมกำหนดโครงสร้างและระบบการบริหารจัดการเพื่อพัฒนาธุรกิจสู่ความยั่งยืน โดยอ้างอิงตามกรอบการดำเนินงานสากลที่ประยุกต์ใช้ความเป็นพลเมืองที่ดีของธุรกิจเป็นตัวขับเคลื่อนเพื่อสร้างประโยชน์ให้แก่เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของประเทศและโลกได้อย่างสมดุล

แนวปฏิบัติ สำหรับภาคเอกชนควรระบุแนวปฏิบัติที่ชัดเจนโดยผนวกวามหลักการบริหารธุรกิจที่คำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อมให้เป็นส่วนหนึ่งของการประกอบกิจกรรมต่าง ๆ โดยอาจเริ่มจากเรื่องที่สามารถปฏิบัติได้ภายในองค์กร อาทิ การสนับสนุนให้เกิดความเท่าเทียมและเป็นธรรมกับทุกภาคส่วน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อระบบนิเวศจากการดำเนินงานของตน การจัดสรรการลงทุนและสินทรัพย์ไปในกิจกรรมที่สร้างประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างครอบคลุม รวมถึงสนับสนุนให้เกิดบรรยากาศและการสร้างจิตสำนึกที่ดีแก่พนักงาน แล้วขยายความร่วมมือไปยังผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้พวกเขาเกิดการตระหนักและมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยตั้งเป้าให้ความสำคัญทั้งการรายงานข้อมูลทางการเงินและไม่ใช้การเงินอย่างมีคุณภาพ อีกทั้งบทบาทความเป็นผู้นำ ยังเป็นกุญแจสำคัญเพื่อเปลี่ยนค่านิยมไปสู่การปฏิบัติที่ดี กล่าวคือ ผู้บริหารระดับสูงจำเป็นต้องให้ความสนใจในการขับเคลื่อนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนเสียก่อน และให้ความสำคัญกับการสร้างตัวบ่งชี้ที่เหมาะสมกับแต่ละองค์กร เพื่อใช้ผลักดันการดำเนินงานในเชิงปฏิบัติและประเมินผลจากการรายงานความก้าวหน้าต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- จิรนนท์ นาคสมทรง. (2563). เศรษฐกิจหมุนเวียนหนทางสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนและบทบาทของการบัญชี. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 12(3), 157-172.
- อรุณี ตันติมังกร และศุภกร เอกชัยไพบูลย์. (2560). *GRI Standards : จากกรรณายงานสู่เครื่องมือการจัดการธุรกิจอย่างยั่งยืน*. ค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2563, จาก https://www.set.or.th/sustainable_dev/th/sr/knowledge/files/articles/2017_vol2_03_GRIstandard.pdf
- 3M. (2020). *การพัฒนาธุรกิจของเรา โลกของเรา และทุกชีวิต*. Retrieved October 19, 2020, from https://www.3m.co.th/3M/th_TH/sustainability-th/stories/full-story/?storyid=d9dfeca-ed72-4df8-bf04-a5fa84a9a9bf
- Barbier, E.B., & Burgess, J.C. (2017). *The Sustainable Development Goals and the systems approach to sustainability*. Retrieved October 19, 2020, from <http://www.economicsejournal.org/economics/discussionpapers/2017-28>
- Barbier, E.B. (1987). The concept of sustainable economic development. *Environmental Conservation*, 14, 101-110.
- Bechtel Corporation. (2020). *Sustainability at Bechtel*. Retrieved October 15, 2020, from <https://www.bechtel.com/sustainability/>
- Ben-Eli, M. (2018). Sustainability : Definition and five core principles a new framework the sustainability. *Sustainability Science*, 13, 1337-1343.
- BrandInside. (2020). *CP ร่วมมือบริษัทเกาหลี ยกระดับอุตสาหกรรม Logistic ด้วยเทคโนโลยีรถยนต์ไฟฟ้า*. Retrieved October 9, 2020, from <https://brandinside.asia/cp-hyundai-logistic-in-thailand/>
- Chevron Corporation. (2020a). *Reconciliation Action Plan*. Retrieved September 10, 2020, from <https://australia.chevron.com/community/reconciliation-action-plan>
- Chevron Corporation. (2020b). *STEM education partners and programs*. Retrieved September 10, 2020, from <https://www.chevron.com/sustainability/social/partners-programs>
- Chevron Corporation. (2020c). *Climate Change*. Retrieved October 15, 2020, from <https://www.chevron.com/SUSTAINABILITY/ENVIRONMENT/CLIMATE-CHANGE>
- Chevron U.S.A. Inc. (2010). *Angola Partnership Initiative : A Case Study*. Retrieved July 14, 2020, from <https://hamakua.institute/wp-content/uploads/2017/10/AngolaPartnership-Initiative-Case-Study.pdf>
- Chinchang, P., Pratoom, K., & Jhundra-indra, P. (2018). Employee Creativity Management Capability and Corporate Sustainability: Empirical Evidence from Furniture Exporting Businesses in Thailand. *Journal of Accountancy and Management Mahasarakham University*, 10(3), 69-87.
- Clark, G.L., Feiner, A., & Viehs, M. (2015). *From the stockholder to the stakeholder: How Sustainability Can Drive Financial Outperformance*. Retrieved September 10, 2020, from https://arabesque.com/research/From_the_stockholder_to_the_stakeholder_web.pdf
- Croplife International. (2020). *Smallholder Farmers Feeding Ethiopia's Cities*. Retrieved October 14, 2020, from <https://croplife.org/trainingthroughlocalpartnerships/ethiopia/>

- Davis, W. (2018). *Farmers for Monarchs initiative promotes milkweed restoration*. Retrieved July 14, 2020, from <https://www.farmprogress.com/crops/farmers-monarchs-initiative-promotes-milkweed-restoration>
- DuPont de Nemours, Inc.. (2020). *DuPont Response to COVID-19 Prevention and Control*. Retrieved October 15, 2020, from <https://www.dupont.com/news/dupont-response-novel-coronavirus-prevention-and-control.html>
- Every Woman Every Child. (2016). *Nestlé*. Retrieved September 10, 2020, from <https://www.everywomaneverychild.org/commitment/nestle/>
- Feeding America. (2020). *Walmart and the Walmart Foundation*. Retrieved September 10, 2020, from <https://www.feedingamerica.org/about-us/partners/food-and-fund-partners/visionarypartners/walmart-and-the-walmart-foundation>
- Feedthefuture. (2013). *DuPont, Government of Ethiopia, and USAID Collaborate to Improve Maize Production*. Retrieved September 10, 2020, from <https://www.feedthefuture.gov/article/dupont-government-of-ethiopia-and-usaid-collaborate-to-improve-maize-production/>
- General Electric Company. (2019). *Anticorruption*. Retrieved October 14, 2020, from https://www.ge.com/sites/default/files/GEA33641_Anticorruption.pdf
- Gomme, J., & Perks, J. (2018). *Business and the SDGs : A survey of WBCSD members and Global Network partners*. Retrieved July 17, 2020, from <https://www.wbcsd.org/Programs/People/Sustainable-Development-Goals/Resources/A-survey-of-WBCSD-members-and-Global-Network-partners>
- IFC. (2010). *The Business Case for Sustainability*. Retrieved October 15, 2020, from <https://www.cbd.int/financial/mainstream/ifc-businesscase.pdf>
- IWAY Council. (2016). *IWAY Standard*. Retrieved October 15, 2020, from https://www.ikea.com/ms/en_SG/pdf/IWAY_Standard_Ed_5-2.pdf
- Levi Strauss & Co. (2018). *Employees fighting HIV/AIDS through the decades*. Retrieved September 10, 2020, from <https://www.levistrauss.com/2018/11/29/employees-fighting-hiv-aids-decades/>
- Lifshitz, I. (2015). *The positive impact of sustainability labels*. Retrieved September 10, 2020, from https://www.labelandnarrowweb.com/contents/view_experts-opinion/2015-09-08/the-positive-impact-of-sustainability-labels/
- Mastercard. (2015). *Project Inspire: 5 Minutes to Change the World*. Retrieved September 20, 2020, from <https://www.facebook.com/MasterCardSG/videos/855691741139580/>
- McDonald's. (2019). *Gender Balance and Diversity*. Retrieved October 15, 2020, from <https://corporate.mcdonalds.com/corpmcd/scale-for-good/our-people-and-communities/gender-balance-and-diversity.html>
- Murray, T. (2017). *ROE (Return on Environment) Is the new ROI: How Sustainability Drives Business Success*. Retrieved August 18, 2020, from <https://www.forbes.com/sites/Edfenergyexchange/2017/09/20/roe-return-on-environment-is-the-new-roi-how-sustainability-drives-business-success/#f8914b57eb5d>

- Naidu, R. (2019). *Nestle, P&G say they will miss 2020 deforestation goals*. Retrieved October 14, 2020, from <https://www.reuters.com/article/us-consumer-goods-deforestation-idUSKBN1WC1WC>
- Nike Inc.. (2020). *Nike FlyKnit*. Retrieved September 10, 2020, from <https://www.nike.com/th/flyknit>
- Nissan Motor Corporation. (2019). *Sustainability Report 2019*. Retrieved October 15, 2020, from <https://www.nissan-global.com/EN/SUSTAINABILITY/REPORT/>
- O'Rourke, D., & Ringer, A. (2015). The Impact of Sustainability Information on Consumer Decision Making. *Journal of Industrial Ecology*, 20(4), 1-11.
- OECD. (2018). *OECD Due Diligence Guidance for Responsible Business Conduct*. Retrieved July 14, 2020, from <http://mneguidelines.oecd.org/OECD-Due-Diligence-Guidance-for-Responsible-Business-Conduct.pdf>
- Owens, R., & Bataineh, B. (2020). *Supplementing freshwater supplies through desalination*. Retrieved October 15, 2020, from <https://www.bechtel.com/blog/sustainability/september-2020/boosting-freshwater-supplies-with-desalination/>
- Pirelli & C. S.p.A. (2020a). *Pirelli sustainability to support the United Nations' SDGs*. Retrieved October 15, 2020, from https://www.pirelli.com/global/en-ww/life/pirelli-sustainability-to-support-the-united-nations-sdgs?_ga=2.211618645.1922976451.1602728784-1529659187.1602728784
- Pirelli & C. S.p.A. (2020b). *CyberTM Fleet*. Retrieved July 14, 2020, from <https://www.pirellicyberfleet.com/en-ww/index.html>
- Pirelli & C. S.p.A. (2020c). *Pirelli Corporate Governance Pillars*. Retrieved October 14, 2020, from <https://corporate.pirelli.com/corporate/en-ww/governance/governance-pillars>
- PPL Corporation. (2020). *Sustainability*. Retrieved October 15, 2020, from <https://www.pplweb.com/sustainability/>
- Procter & Gamble. (2018). *P&G and Always Stand in Support of Girls Education and Equality on International Day of the Girl*. Retrieved September 20, 2020, from <https://us.pg.com/blogs/DayoftheGirl2018/>
- Procter & Gamble. (2020a). *Let's Share the Power of Clean Water*. Retrieved October 15, 2020, from <https://csdw.org/>
- Procter & Gamble. (2020b). *Environmental Sustainability*. Retrieved October 15, 2020, from https://www.pg.com/en_US/downloads/sustainability/reports/ZeroManufacturingWaste.pdf
- PwC. (2019). *SDG Challenge 2019*. Retrieved October 26, 2020, from <https://www.pwc.com/gx/en/sustainability/SDG/sdg-2019.pdf>
- Rowley, J., & Slack, F. (2004). Conducting a literature review. *Management Research News*, 27(6), 31-39.
- Salzmann, O., Lonescu-Somers, A., & Steger, U. (2005). The Business Case for Corporate Sustainability: Literature Review and Research Options. *European Management Journal*, 23(1), 27-36.
- Schooladvisor. (2013). *Malaysia uses Google Apps, Chromebooks to reform education system*. Retrieved September 20, 2020, from <https://schooladvisor.my/articles/malaysia-uses-google-apps-chromebooks-to-reform-education-system>

- Smith, G. (2019). *Sustainable businesses attract the best talent - here's how to become one*. Retrieved September 10, 2020, from <https://www.smartcompany.com.au/people-human-resources/recruitment-hiring/sustainable-business-talent/>
- Starbucks Corporation. (2020). *Starbucks to Eliminate Plastic Straws Globally by 2020*. Retrieved October 12, 2020, from <https://stories.starbucks.com/press/2018/starbucks-to-eliminate-plastic-straws-globally-by-2020/>
- Stoddart, H., Schneeberger, K., Dodds, F., Shaw, A., Bottero, M., Cornforth, J., & White, R. (2011). *A pocket guide to sustainable development governance*. Retrieved October 12, 2020, from https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:_o_JupY2pY8Jhttps://pdfs.semanticscholar.org/e500/228d43cad004afa3de236d3cccb442a5346.pdf+&cd=2&hl=en&ct=clnk&gl=th
- The World Bank Group. (2016). *Make Internet More Accessible, Affordable and Open to Accelerate Development, says New World Bank Report*. Retrieved October 15, 2020, from <https://www.worldbank.org/en/news/press-release/2016/05/10/make-internet-more-accessible-affordable-open-accelerate-development-says-new-world-bank-report>
- United Nations. (2019). *The Sustainable Development Goals Report 2019*. Retrieved December 2, 2020, from <https://unstats.un.org/sdgs/report/2019/>
- United Nations Conference on Environment & Development. (1992). *Agenda 21*. Retrieved September 10, 2020, from <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/Agenda21.pdf>
- Vietnam Investment Review. (2016). *Monsanto delivers innovative technology to help corn farmers yield high production*. Retrieved October 15, 2020, from <https://www.vir.com.vn/monsanto-delivers-innovative-technology-to-help-corn-farmers-yield-high-production-46503.html>
- Walmart Inc. (2013). *Empowering Women Together*. Retrieved October 15, 2020, from <https://corporate.walmart.com/newsroom/2013/03/06/empowering-women-together>
- Walmart Inc. (2020). *Walmart's Efforts Toward Sourcing Seafood Sustainably*. Retrieved October 12, 2020, from <https://www.walmartsustainabilityhub.com/sustainable-seafood>
- Whelan, T., & Fink, C. (2016). *The Comprehensive Business Case for Sustainability*. Retrieved October 15, 2020, from <https://hbr.org/2016/10/the-comprehensive-business-case-for-sustainability>