

ประเด็น CSR ร่วมสมัย

ภาคที่สองนี้ ประกอบด้วยประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ CSR ในแง่มุมต่าง ๆ โดยเฉพาะในประเด็นที่พยายามปกป้องไม่ให้ CSR กลายเป็นเพียงเครื่องมือทำดีแบบฉาบฉวย หรือทำดีเพื่อปกปิดความผิด เป็นต้น

ซื้อกินไม่หมด คดกินไม่นาน



ที่มา: จากเว็บไซต์ http://www.goiam.org/uploadedImages/Pick_A_Fight/China_Trade/7589321.jpg

CSR คือหน้าที่ ใช้อาสา

CSR ดูเหมือนเป็นของเล่นใหม่สำหรับการทำดีแบบ 'ลูปหน้าปะจมูก' ของวิสาหกิจเอกชนบางแห่ง คล้ายกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ทั่วไป

ขณะนี้ CSR กำลังเป็นที่กล่าวขวัญถึง อย่างไรก็ตามวิสาหกิจทั่วไปมักนึกถึงผู้ถือหุ้นเป็นอันดับแรก โดยไม่คำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น การคิดเช่นนี้แสดงว่าขาด CSR นั้นเอง และก่อให้เกิดปัญหาแก่สังคมได้

การบิดเบือน CSR

ที่ผ่านมาเราเคยเห็นเจ้าของธนาคารโครงการของตัวเองจนร่ำรวย บ้างก็ขโมยความคิดทางธุรกิจของลูกค้มาทำเสียเอง หรือปล่อยกู้ให้เครือญาติอย่างหละหลวม เห็นเจ้าของธุรกิจใหญ่โตล้มบนฟูก เห็นผู้บริหาร

วิสาหกิจมหาชนใช้จ้างตั้งราคา หรือไม่ก็ใช้ตำแหน่งหน้าที่ตั้งวิสาหกิจลุกขึ้นมาหมาช่วงงานไปแบบผูกขาด แต่ทุกวันนี้คนเหล่านี้ก็ยังไม่อยู่หลอกลงสังคมในภาพลักษณ์ของคนดี ยังชูคอท่องมนต์ 'CSR' อย่างไม่กระดากปาก

บ่อยครั้งที่ CSR ถูกทำให้แปลกแยก (alienated) ไปจากความเป็นจริงที่ถือเป็น 'พันธกิจ' ที่ต้องรับผิดชอบ จนดูคล้ายคำสอนทางศาสนาที่เน้นว่า 'ควร' ทำโน่นทำนี่ CSR ถูกบิดเบือนให้กลายเป็น CSD (Corporate Social Donation) กลายเป็นการอาสาทำดีเป็นหลัก ความแปลกแยกนี้เกิดขึ้นเพราะความไม่ต้องการทำ CSR ในเชิงเนื้อหาแท้ ๆ

ธุรกิจที่หมั่นหม่อมักชอบ CSR

วิสาหกิจซึ่งทำธุรกิจที่มีโอกาสทำลายสิ่งแวดล้อม (หากไม่จัดการตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนดอย่างเคร่งครัด) มักจะชูธง CSR เป็นพิเศษ เช่น วิสาหกิจวัสดุก่อสร้าง พลังงาน และแร่ธาตุ เป็นต้น CSR มีความจำเป็น 'ภาคบังคับ' เป็นอย่างยิ่งสำหรับวิสาหกิจเหล่านี้ หากไม่จะทำให้ชีวิตและสุขภาพของชุมชนโดยรอบเสียหาย และย่อมหมายถึงคุกสำหรับผู้บริหารและการพังทลายทางธุรกิจของผู้ถือหุ้น

วิสาหกิจเหล่านี้อาจจัดกิจกรรมเพื่อสังคมที่ดูคล้ายการให้เปล่าด้วยความใจกว้าง แต่ความจริงถือเป็นการลงทุนเพียงน้อยนิดที่คุ้มค่ายิ่งในการสร้างภาพลักษณ์ซึ่งจะช่วยให้วิสาหกิจนั้นประกอบการต่อไปได้โดยสะดวกราบรื่น และที่สำคัญหากวันหลังเกิดพลาตพลั่งทำลายชีวิตและสิ่งแวดล้อมก็อาจได้รับการผ่อนหนักเป็นเบา ไม่ถูกชุมชนและสังคมลงโทษรุนแรงนั่นเอง

ช่วยคู่ค้า, ช่วยสร้างความคุ้มทุน

การที่วิสาหกิจบางแห่งที่ทำธุรกิจประเภทพืชไร่ ปศุสัตว์ และผลไม้ ฯลฯ ส่งเสริมให้ชาวบ้านในพื้นที่จัดหาวัตถุดิบให้ พร้อมกับจัดกิจกรรมพัฒนาชุมชนต่าง ๆ ไม่ใช่เรื่องที่จะมา 'ทวงบุญคุณ' ว่าตนได้ช่วยเหลือชาวบ้านด้วยความใจกว้าง การดำเนินการเช่นนี้ถือเป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจที่ดีและชาญฉลาดเพื่อช่วยกระจายความเสี่ยงไปยังคู่ค้า ประหยัดการลงทุน ด้วัตถุดิบในราคาที่ถูกลงกว่า ควบคุมได้ และมีคุณภาพมากกว่า

ประเด็นความคุ้มทุนทางธุรกิจเช่นนี้เป็นสิ่งที่เราควรพูดกันให้ชัดเจนและไม่ใช้เรื่องแปลก บาบหรือเลวร้ายอะไร แต่เป็นเรื่องจริงที่ควร

เปิดเผยโดยไม่บิดเบือน ชาวบ้านจะได้เข้าใจและเรียนรู้การประกอบธุรกิจอย่างตรงไปตรงมา ส่วนเมื่อวิสาหกิจนั้นมีผลประกอบการดี ก็อาจ 'คืนกำไร' แก่สังคมบ้างตามระดับจิตสำนึก ก็เป็นอีกประเด็นหนึ่งที่ฟังชื่นชม

เอาเปรียบคู่ค้า?

มักเป็นที่เข้าใจว่าการกระทำต่อไปนี้ผิดจรรยาบรรณ เช่น การขายฟุ้งสินค้า (เช่น บริษัทผลิตเหล้า พอมผลิตเบียร์ก็พยายามยึดเย็ดให้ยี่ห้อขายเหล้าฟุ้งเบียร์ด้วย) หรือการที่ห้างสรรพสินค้าสั่งผลิตสินค้าโดยแปะยี่ห้อตนเอง (house brand) โดยไม่ให้โอกาสวิสาหกิจเหล่านั้นแข่งเกิดยี่ห้อของเขา หรือการบีบบังคับให้จัดหาสินค้า-บริการแก่ตนในราคาที่ต่ำสุดเพื่อเพิ่มโอกาสการเอาชนะในสงครามราคาเพื่อการครองตลาดในอนาคต

อย่างไรก็ตาม หากผู้บริโภคไม่เดือดร้อน ก็ควรถือเป็นกลยุทธ์การแข่งขันทางการตลาดที่ไม่อาจหลีกเลี่ยง ส่วนที่อ้างว่าต่อไปห้างหรือผู้ค้ารายใหญ่ ๆ จะครองตลาดได้หรือไม่ อาจเป็นการตีตนไปก่อนไข้ และเป็นกลยุทธ์ในการเรียกร้องความสนใจของผู้ผลิตสินค้า

หากไม่มีห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ที่มีสาขามากมายในปัจจุบันมาขายสินค้าราคาถูก ผู้บริโภคอาจต้องรับเคราะห์บริโภคสินค้าราคาแพงกว่าในปัจจุบันมาก เพราะไม่มีกลไกตลาดใด ๆ มาช่วยต่อรองกับวิสาหกิจผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภครายใหญ่ที่ผูกขาดตลาดมานาน

อย่างอ้างความเป็นไทย

ความรักชาติเป็นจิตสำนึกของพลเมืองดี แต่การอ้างว่าคนไทยต้องใช้สินค้าไทยอาจเป็นตรรกะหลอกลง คนไทยใจหาสต่างชาติก็มี คนต่างชาติที่รักเมืองไทยก็มี อย่าลืมน่าในยามที่สินค้าขายได้มีกำไรมาก ๆ นั้นผู้ที่ตักตวงประโยชน์อย่างเป็นกอบเป็นกำและเป็นรายแรกก็คือผู้ถือหุ้นในวิสาหกิจนั่นเอง ไม่ใช่ประชาชนผู้บริโภคหรือประเทศชาติ

วิสาหกิจที่ลูกค้านับถือ ต้องมีสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพดีทัดเทียมกับคนอื่นแต่ราคาควรถูกกว่า ถ้าสินค้าไทยมีคุณภาพต่ำกว่าและราคากลับแพงกว่าก็ไม่รู้จะให้ชาวบ้านทนอุดหนุนได้อย่างไร ไม่สงสารประชาชนตาดี ๆ บ้างหรือ อย่าลืมน่าว่าการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการนั้น

ไม่ใช่การบริจาคเงินให้มูลนิธิ ดังนั้นจึงต้องคำนึงถึงความ 'ประหยัดอด ประโยชน์เยี่ยม'

มี CSR ต้องบำรุงผู้ใช้แรงงาน

วิสาหกิจส่งออกที่แม้จะถูกกีดกันทางการค้าอย่างไร เจ้าของหรือผู้ถือหุ้นก็ยังรวยขึ้นทุกวัน แต่คนงานกลับจนเหมือนเดิม ดังนั้น วิสาหกิจใดที่ผู้ใช้แรงงานไม่ได้มีชีวิตที่ดีขึ้นทั้งที่ทำงานหนัก (ถ้าไม่ใช่เพราะพฤติกรรมไม่ดีหรือความโชคร้ายของตัวเอง) วิสาหกิจนั้นย่อมไม่อาจถือได้ว่ามี CSR จริง

เพิ่งสังเกตว่าวงจรชีวิตของแรงงานไร้ฝีมือนั้นสั้นนัก มักอยู่เฉพาะในช่วงหนุ่มสาว จึงมีการดูแลรับใหม่บ่อย ๆ คนหนุ่มสาว 'ลงจากหลังควาย / หลังเขา' มาเป็น 'สาวฉันทนา' ทำงานสัก 10 ปี พอร่างกายหรือสายตาทรุดโทรม กอปรกับมีครอบครัวก็กลับไปอยู่ชนบท การที่แรงงานเหล่านี้สามารถมีชีวิตอยู่ต่อไปได้ก็เพราะประเทศไทยมีเศรษฐกิจชนบทแบบพอเพียง (Subsistent Economy) หากไม่มีป่าไม้และชนบทอันอุดมสมบูรณ์ปลูกข้าว (อย่างน้อยก็พอกิน) จับสัตว์ต่าง ๆ กินได้ เช่น กุ้ง หอย ปู ปลา กบ ไช้ผดแดง หรือกระทั่งกิ้งก่า ป่านนี้ไทยก็ไม่ต่างไปจากประเทศในแอฟริกา

ถ้าทำการกุศลจริง, บ้านเมืองจะดีกว่านี้

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติ <2> ครั้วเรือนหนึ่ง ๆ ของไทยใช้จ่ายเงินเพื่อการบริจาคเป็นเงินเดือนละ 422 บาท หรือ 2.69% ของรายได้ต่อเดือนของครั้วเรือน เชื่อว่าแทบไม่มีวิสาหกิจใดทั้งในและนอกตลาดหลักทรัพย์จะบริจาคเงินถึง 2.69% ของรายได้ของตนเป็นแน่ เพราะถ้าทำจริง ผลงานสร้างสรรค์คงมีมากกว่านี้ และสังคมคงตั้งงามผาสุกอย่างมีนัยสำคัญกว่านี้

การที่วิสาหกิจหลายแห่งไม่แสดงตัวเลขการบริจาคชัดเจน ก็คงเป็นเพราะใช้เงินไปเพียงน้อยนิด จึงกระดากที่จะเปิดเผย การที่วิสาหกิจบางแห่งคุยเชื่องว่าตนแทบไม่ใช้เงินในการทำ CSR เลย ก็คงเป็นเพราะอาศัยแรงงานฟรีของพนักงานไปทำอะไรนิดหน่อยให้พอได้ออกข่าวตามความเกรงใจของสื่อมวลชน ดังนั้นสัมฤทธิ์ผลของ CSR จึงไม่อาจพิจารณาจากจำนวนกิจกรรมที่ได้ทำ

ร่วมกันผลักดัน CSR ที่ 'ต้องทำ'

โดยสรุปแล้ว CSR เป็นพันธกิจที่ต้องแสดงความรับผิดชอบทั้งทางกฎหมายและจรรยาบรรณ ทำธุรกิจต้องยึดหลัก 'ซื่อกินไม่หมด คดคิดไม่นาน' หากไม่จะติดคุก CSR จึงไม่ใช่ไปอาสาทำดี การพูดถึง CSR ประหนึ่งคำสอนทางศาสนา เป็นการเบี่ยงประเด็น กลายเป็นว่าวิสาหกิจที่ทำ CSR มีบุญคุณต่อสังคมไปเสียอีก CSR คือการลงทุนอย่างหนึ่ง ซึ่งคุ้มค่าเป็นอย่างยิ่ง ทั้งทางการเงิน การตลาด และการรักษากฎหมาย

เราต้องทำให้ CSR สักดีสิทธิ์ เป็นพันธกิจที่วิสาหกิจต้องทำ หลีกเสี่ยงไม่ได้ การไม่ทำถือว่าละเมิดต่อผู้เกี่ยวข้อง ผิดกฎหมาย

อ้างอิง

<1> โปรดดูตัวอย่างเพิ่มเติมในบทความ โสภณ พรโชคชัย, 'ธรรมาภิบาลกับผู้ประเมินค่าทรัพย์สิน' ลงตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ ประจำวันที่ 13-16 กรกฎาคม 2549 หน้า 14 หรือดูที่

<2> โปรดดูรายละเอียดในตารางต่อไปนี้:

เงินบริจาคเพื่อสาธารณกุศลของประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไปทั่วประเทศ		
รายการ	โดยรวม	หมายเหตุ
ประชากรที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป (ด้านคน) ณ ปี 2548	49,476	ดูแหล่งข้อมูล <1>
เงินบริจาคเพื่อสาธารณกุศล/คน ณ ปี 2548 (บาท)	1,948	ดูแหล่งข้อมูล <2>
เงินบริจาคโดยรวมทั้งหมด ณ ปี 2548 (ล้านบาท)	96,361	ผลรวมข้างต้น
รายได้ต่อเดือนต่อครอบครัวปี 2547	14,963	ดูแหล่งข้อมูล <3>
รายได้ต่อครอบครัวปี 2548	15,711	ดูข้อ <4>
จำนวนหลังคาเรือนในประเทศไทย (ด้านคน) ณ ปี 2548	19,017	ดูแหล่งข้อมูล <5>
เงินบริจาค/หลังคาเรือน/เดือนในปี 2548	422	เงินบริจาค/จำนวนหลังคาเรือน
ร้อยละของเงินบริจาคต่อครั้วเรือนต่อปี	2.69%	เงินบริจาคต่อปี/รายได้ต่อครั้วเรือน
<1> http://service.nso.go.th/nso/data/data23/stat_23/toc_3/3.2.1-4-48.xls		
<2> http://service.nso.go.th/nso/data/data23/stat_23/toc_3/3.2.1-15-48.xls		
<3> http://service.nso.go.th/nso/data/data23/stat_23/toc_7/7.1-1-47.xls		
<4> ประมาณการให้เพิ่มขึ้น 5% ต่อปี		
<5> http://service.nso.go.th/nso/data/data23/stat_23/toc_1/1.1.1-4n.xls		
อนุมาณใช้จำนวนครั้วเรือน = หลังคาเรือน ใช้เงินบริจาคเฉพาะผู้มีอายุ 15 ปีขึ้นไป		