

ทิศทาง CSR นานาชาติ

ในแวดวง CSR นานาชาติ เขาคูยอะไรกัน เพื่อให้เราเห็นความเคลื่อนไหว และไม่ถูกปิดล้อมโดยนัก CSR ที่มองเฉพาะแง่มุมการอาสาทำดี

ในระดับนานาชาตินั้น เรามีทิศทางการพัฒนา CSR กันอย่างไรบ้าง ทั้งนี้เป็นผลจากการที่ผู้เขียนได้มีโอกาสไปนำเสนอบทความหลายครั้ง จึงนำเสนอไว้เพื่อให้เห็นทิศทางและแนวโน้มในอนาคต

การตีความ CSR

เรามาร่วมกันที่เรื่องหลักการก่อนว่าเขาตีความ CSR อย่างไร อาจกล่าวได้ว่าเป็นที่ยอมรับกันทั่วโลกว่าลำพังการแจก การเป็นอาสาสมัคร การ

บ้านเพื่อไม่ให้ถูกเจ้าของโครงการเอาเปรียบ เป็นต้น ในประเทศไทยก็มีอาสาทำดีประเภทนี้น้อยมาก แสดงว่าเรายังไม่เห็นความสำคัญของผู้บริโภค นัก แต่สำหรับมูลนิธิด้านเด็ก สตรี กลับมีกันจนนับไม่ถ้วน

8. 'ตรวจสอบโฆษณาหลอกลวง' อาสาสมัครประเภทนี้ควรมุ่งตรวจสอบโฆษณาหลอกลวง เช่น การโฆษณาที่โกหกว่าสระผมด้วยแชมพูยี่ห้อนี้แล้ว เส้นผมจะดำขึ้นในเวลาอันรวดเร็ว หรือซักผ้าด้วยผงซักฟอกยี่ห้อนี้แล้ว ผ้าจะขาวราวเอาสีขาวทา ทั้งนี้ยังอาจรวมถึงการณรงค์ไม่ให้มีการโฆษณาหรือถ่ายแบบปกสิ่งพิมพ์ที่ไป-เปลือยจนเกินงาม เป็นต้น

9. 'รับปรึกษาปัญหาจิตใจ' บางครั้งบางคนถึงขนาดคิดฆ่าตัวตายหรือฆ่าผู้อื่น อันทำให้เกิดความสูญเสียทางเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก บางครั้งคนในสังคมยังขาดความรักและความอบอุ่นอีกมาก ผู้สนใจอาสาทำดี อาจหาทางเปิดศูนย์ให้คำปรึกษาทั้งต่อหน้าหรือทางโทรศัพท์ หรือออกไปพบปะกับบุคคลที่มีปัญหา รวมทั้งเด็กเร่ร่อน ฯลฯ

10. 'ต่อสู้กับความคิดไสยศาสตร์' คนไทยจำนวนมากงมงายกับการขอเลขมาแทงหวย หรือมีความคิดไสยศาสตร์มากมาย ซึ่งตรงข้ามกับพุทธศาสตร์ และเป็นการบั่นทอนความเจริญก้าวหน้า วิสาหกิจที่ก้าวหน้าควรช่วยกันส่งเสริมความคิดที่เป็นวิทยาศาสตร์ รู้จักหาทางอธิบายและแก้ไขปัญหาดังต่าง ๆ บนพื้นฐานที่เป็นจริง การให้การศึกษากับประชาชน เช่นนี้จึงเป็นอีกกิจกรรมหนึ่งที่จะเป็นประโยชน์ต่อสังคม

ถ้าประเทศไทยมีอาสาทำดีข้างต้นนี้ สังคมคงมีสุขกว่านี้ วิสาหกิจที่มุ่งส่งเสริมการทำดี จึงควรหันมาทำดีเชิงสร้างสรรค์เช่นนี้ ซึ่งจะเป็นผลดีต่อสังคม และเป็นผลบุญต่อทั้งผู้ทำดีเองด้วย ท่านที่สนใจ CSR ในแง่การบำเพ็ญประโยชน์ในรูปแบบใหม่ ๆ นี้ ก็เชิญได้ ไม่สงวนลิขสิทธิ์

ถือว่า 'Knowledge Is Not Private Property'

ให้ ไม่ใช่สาระหลักของ CSR ถึงแม้การให้จะเป็นองค์ประกอบหนึ่งของ CSR แต่ CSR ที่แท้ ต้องประกอบด้วยการทำตามกฎหมายโดยเคร่งครัด และการปฏิบัติตามมาตรฐานและจรรยาบรรณทางธุรกิจและทางวิชาชีพ เพื่อการคุ้มครองผู้ถือหุ้น ผู้บริโภค คู่ค้า ชุมชนและสังคมโดยรวม

องค์กร **Transparency International – Malaysia** เสนอให้ยึดหลัก UN Global Compact 10 ข้อ 4 ด้าน การเอาแต่ทำดีด้านสิ่งแวดล้อมเพียงด้านเดียวจึงไม่อาจถือได้ว่ามี CSR อย่างแท้จริง และอาจกลายเป็นบิดเบือน ทำดีเอาหน้าก็ได้

CSR กับมูลค่าทางธุรกิจ

CSR เริ่มกลายเป็นสิ่งที่สังคมตระหนักมากขึ้น ถือเป็นพลังของผู้บริโภค ที่เริ่มกดดันให้วิสาหกิจต่าง ๆ ต้องมี CSR ที่จับต้องได้ ไม่ใช่แบบ 'ลูบหน้าปะจมูก' วิสาหกิจต้องมีความโปร่งใส มีการสื่อสารอย่างตรงไปตรงมา CSR จึงเป็นสิ่งที่วิสาหกิจต้องทำเป็นความรับผิดชอบ ไม่ใช่สมัครใจหรือแค่ 'คืนกำไร' วิสาหกิจที่มี CSR จึงมีมูลค่าสูงกว่าวิสาหกิจที่ 'ดีหัวเข้าบ้าน'

วารสาร **Marketing Journal** เคยศึกษาว่า ครึ่งหนึ่งของผู้สมัครงานปฏิเสธที่จะทำงานกับบริษัทที่เขาไม่เชื่อถือ และ ราวสามในสี่อยากทำงานกับบริษัทที่มีชื่อเสียงด้านจรรยาบรรณหรือคุณธรรมมากกว่าจะพิจารณาในแง่รายได้ ดังนั้นวิสาหกิจที่มี CSR จึงมีมูลค่าทางธุรกิจที่แน่นอน

ในเชิงธุรกิจ บริษัทที่มีชื่อเสียง อาจใช้เงินถึง 10% ของรายได้ต่อปีเพื่อการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้ายอมรับและเชื่อถือในคุณภาพ นี่ก็คือ CSR ที่แท้ ในทางตรงกันข้ามมีธนาคารขนาดใหญ่ของสก็อตแลนด์แห่งหนึ่ง 'เจิง' ไปเมื่อต้นปี 2552 แม้ว่าธนาคารดังกล่าวเคยประกาศว่า ตนเอง 'เจิง' โดยมุ่งอำนวยความสะดวกให้กับวิสาหกิจเฉพาะที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม นี่แสดงให้เห็นว่าการ 'ลูบหน้าปะจมูก' ทำดีโดยอ้างว่ามี CSR นั้น ช่วยอะไรไม่ได้เลย หากขาดความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้นเท่าที่ควร

ผู้ชอบชุกร CSR

ในมาเลเซีย กลุ่ม YTL ซึ่งมีบริษัทในเครือทำโรงไฟฟ้าถ่านหิน ก็ประกาศว่าตนมี CSR และยังได้รับมาตรฐาน ISO 14000 และมาตรฐาน

Green Rating นอกจากนี้โรงงานปูนซีเมนต์ของกลุ่มนี้ ก็ยังได้รับมาตรฐาน ISO 14000 และมาตรฐาน 4 ดาวจากสมาคมปูนซีเมนต์โลก ส่วน Quezon Power (Philippines) ซึ่งก็เป็นโรงไฟฟ้าถ่านหินเช่นกัน ก็ 'คุย' ว่าตนมีกิจกรรม CSR ต่าง ๆ นานา

นี่แสดงว่า โรงไฟฟ้าถ่านหินนั้น คงมีมาตรการรักษาสิ่งแวดล้อมที่น่าเชื่อถือได้พอสมควร ประเทศเพื่อนบ้านของเรา ทั้งมาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และอื่น ๆ ต่างก็มีโรงไฟฟ้าเช่นนี้ และก็ไม่มีข่าวว่ามีปัญหาอะไร แต่สำหรับในไทย การต่อต้านของคนบางกลุ่มข้างแรงมากจนรัฐบาลและผู้เกี่ยวข้องไม่สามารถทำอะไรได้ นี่อาจเป็นจุดอ่อนประการหนึ่งของการพัฒนาประเทศในอนาคตก็ได้

การบำเพ็ญประโยชน์ที่น่าสนใจ

แม้การบำเพ็ญประโยชน์อาจไม่ใช่ด้านหลักของ CSR แต่ก็ เป็นสิ่งทีภาคเอกชนควรดำเนินการ ในฟิลิปปินส์ มีมูลนิธิวิสาหกิจเอกชน (League of Corporate Foundation) ซึ่งประกอบด้วยหน่วยงานทั้งภาคเอกชนและภาคประชาสังคม 70 หน่วยงานร่วมกันจัดตั้งขึ้นเพื่อบำเพ็ญประโยชน์ โดยในปี 2550 ระดมเงินบริจาคได้ถึง 4,270 ล้านบาท เพื่อจัดการศึกษาให้กับเยาวชน ทั้งนี้ในฟิลิปปินส์ มีผู้ไม่รู้หนังสือถึงราว 9.2 ล้านคน (10%) และในเด็กที่เข้าเรียนประถมศึกษา 100 คน มีผู้สามารถเรียนจบระดับประถม ระดับมัธยมปลาย และระดับมหาวิทยาลัยเพียง 63%, 32% และ 14% ตามลำดับ

นอกจากนี้ ยังมีสายการบินบางแห่งพยายามมานำเสนอเรื่องการเดินทางรณรงค์ลดโลกร้อนกันอย่างขนานใหญ่ แต่ในความเป็นจริงแล้ว การเดินทางโดยเครื่องบิน มีส่วนเพิ่มคาร์บอนไดออกไซด์เพียง 2% เท่านั้น ซึ่งต่ำที่สุดเมื่อเทียบกับการเดินทางด้วยวิธีอื่น อย่างไรก็ตามสายการบินหลายแห่งก็ต้องพยายามรณรงค์เรื่องเหล่านี้เพื่อการเสริมภาพพจน์

การสร้างวัฒนธรรมองค์กร

มีการรณรงค์สร้างวัฒนธรรม CSR ในองค์กร โดยก่อนอื่นผู้รู้ นานาชาติบอกว่า วิสาหกิจที่มี CSR ต้องเริ่มต้นที่ผู้นำก่อน การทำ CSR นั้น เราต้องทำอย่างเป็นธรรมชาติ โดยการใช้สอยทรัพยากรที่มีอยู่ใน

วิสาหกิจ กิจกรรม CSR ที่ดีที่ตัววิสาหกิจก่อน เช่น หากเป็นการผลิตสินค้าอุปโภคบริโภค ความคุ้มค่าย่อมเป็นประเด็นรณรงค์ CSR อันดับแรก ๆ แต่ถ้าเป็นกิจการบริการ คุณภาพย่อมเป็นประเด็นหลัก เป็นต้น

ในวิสาหกิจหนึ่ง ๆ พนักงานควรได้รับการศึกษาและได้รับการกระตุ้นให้เข้าร่วมกิจกรรม CSR อย่างต่อเนื่องและมีแผนการที่แน่ชัดเพื่อการเคลื่อนไหวด้าน CSR นี่มีนัยสำคัญในการสร้างความยั่งยืนให้กับวิสาหกิจเอง และโดยนัยนี้จึงมีการเสนอให้ดำเนินการตามขั้นตอนคือ

1. การกำหนดมาตรฐานจรรยาบรรณพนักงานและนักวิชาชีพภายในวิสาหกิจ
 2. มีการฝึกอบรมความรู้แก่พนักงานอย่างต่อเนื่อง
 3. มีการสื่อสารภายในวิสาหกิจอย่างสม่ำเสมอ
 4. มีระบบรายงานผลที่ทันทั่วทั้งที่ เช่น ระบบ Online หรือ Intranet
 5. มีการควบคุมให้ปฏิบัติตามแผน CSR โดยเคร่งครัดที่มุ่งเน้นประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียโดยไม่ขาดตกบกพร่อง ทั้งผู้ถือหุ้น ลูกค้า คู่ค้า ชุมชน และสังคมโดยรวม
 6. มีระบบการให้รางวัลแก่พนักงานที่ช่วยส่งเสริม CSR เป็นต้น
- องค์การรถไฟฟ้ามหานครได้สรุปว่า การทำ CSR นั้น ทำให้พนักงานมีความรับผิดชอบต่อลูกค้ามากขึ้น และเพิ่มความรู้สึกเป็นเจ้าของวิสาหกิจ และการนี้ย่อมเป็นผลดีต่อวิสาหกิจเอง ทำให้ภาพพจน์ดูดีขึ้น ช่วยให้ดึงดูดคนดี ๆ มาร่วมงานมากขึ้น และเป็นการลดความเสี่ยงทางธุรกิจด้วย

สร้างผลเชิงบวก

ผู้ให้บริการวัตถุดิบหรือสินค้า (Suppliers) ก็เป็นอีกส่วนหนึ่งที่สามารถให้การศึกษาและการรณรงค์เรื่อง CSR อีกด้วย วิสาหกิจขนาดใหญ่จะจัดให้มีการอบรม-สัมมนา กับ Suppliers เพื่อให้พวกเขามีความตื่นตัวด้าน CSR และนำ CSR ไปปฏิบัติในวิสาหกิจของตนอย่างเคร่งครัด รวมทั้งมีการประเมินผลอีกด้วย การนี้จะทำให้ CSR ขยายตัวมากขึ้น

การให้ความรู้แก่ชุมชนโดยรอบและสังคมโดยรวมก็มีความสำคัญ วิสาหกิจที่ดีควรบอกให้ชัดว่า CSR คืออะไร ไม่ใช่ไปปิดเบือนให้เป็นเรื่องของการอาสาทำดีเป็นหลัก เพื่อว่าชุมชนและสังคมและได้ร่วมตรวจสอบและ

สร้างความน่าเชื่อถืออย่างแท้จริงให้กับวิสาหกิจเหล่านั้น

จำเป็นต้องมีการสื่อสารที่ดี

การสื่อสารที่ดีเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง เพราะ

1. จะทำให้วิสาหกิจของเราสามารถกระตุ้นให้ผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียของวิสาหกิจเรา เข้าใจและนำ CSR ไปสู่ภาคปฏิบัติด้วย
2. จะช่วยให้สังคมได้รับรู้ว่าเรามี CSR อย่างไร เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่องค์กรของเรา ดังนั้นจึงต้องนำเสนอผ่านสื่อที่มีประสิทธิภาพ ไม่เช่นนั้นก็เป็นการลงทุนไปโดยไม่ได้เก็บเกี่ยวเท่าที่ควร

รายงาน CSR ที่ดีต้องชี้ให้เห็นชัดเจนว่าได้ดำเนินการ CSR อย่างเป็นรูปธรรมอย่างไร วัตถุประสงค์อย่างไร มีตัวเลขออกมาอย่างชัดเจน ตามมาตรฐานรายงาน CSR ของ **CERES-ACCA North American** รายงานจะให้น้ำหนักด้านความสมบูรณ์ 40% ความน่าเชื่อถือ 35% และการสื่อสารที่ชัดเจน 25% การรายงานที่ชัดเจน โปร่งใสและเป็นรูปธรรม จึงมีความจำเป็นสำหรับวิสาหกิจที่มี CSR

บทสรุป

ในระดับนานาชาตินั้น มีความเข้าใจต่อ CSR ค่อนข้างชัดเจนว่า หมายถึงการที่ต้องปฏิบัติตามกฎหมายเคร่งครัด การมีมาตรฐานจรรยาบรรณธุรกิจหรือวิชาชีพ และการบำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคม วิสาหกิจที่มี CSR ย่อมมีมูลค่าสูงกว่า เป็นที่ยอมรับในสังคม และมีความเสี่ยงต่ำกว่า สำหรับการบำเพ็ญประโยชน์นั้น ถือเป็นกิจกรรมเสริม เป็นอาสาทำดี ที่สำคัญการรณรงค์ CSR ยังควรก่อผลต่อผู้เกี่ยวข้องทั้งคู่ค้า พนักงาน ชุมชน และสังคมอีกด้วย และสุดท้ายที่น่าสนใจก็คือ การสื่อสารให้สังคมได้รับรู้กิจกรรม CSR อย่างโปร่งใสและชัดเจน เป็นสิ่งจำเป็นในการรณรงค์ CSR อย่างมีประสิทธิภาพ