เจาะลึก CSR ที่แท้

ในที่นี้จะได้วิเคราะห์ประเด็น
ร่วมสมัยต่างๆ
ที่มักก่อให้เกิดความเข้าใจผิด
ต่อ CSR ที่แท้ หรือประเด็นที่
ดูเป็นการบิดเบือน CSR
เพื่อหลีกเลี่ยงการทำ CSR
ที่แท้ เป็นต้น

2.1 จิตอาสา กับ CSR

ของความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจ (CSR: CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY) ในที่นี้มาวิเคราะห์กันให้ชัดเจนว่า "จิตอาสา" กับ CSR เกี่ยวพันหรือแตกต่างกันอย่างไร อาจมีความพยายามในการใช้จิตอาสาในเชิงหลอกลวงให้วิสาหกิจขาดความรับผิดชอบต่อสังคม หรือไม่

อาสาสมัครเป็นสิ่งที่ดี

การอาสาทำดี มีจิตอาสาย่อมเป็นสิ่งที่ดี สมควรได้รับการยกย่อง การทำดีย่อมดีต่อตนเองและผู้อื่น อย่างน้อยก็ทำให้คนทำดีสบายใจ ผิดกับการทำชั่วย่อมทำให้ผู้กระทำร้อนรุ่มไม่เป็นสุข การร่วมกันทำดีเป็นหมู่คณะในวิสาหกิจหนึ่งยังเป็นการเสริมสร้างความสามัคคีและบรรยากาศที่ดีในหมู่คณะ การทำดีเป็นสิ่งที่ทุกศาสนาให้ความสำคัญโดยเริ่มจากการทำทานที่ถึงพร้อมและโดยไม่กระทบตนเองและผู้อื่น

เรามีคนทำดีสูงสุดคือระดับศาสดา รองลงมาคือ "SAINT" ทั้งหลาย เช่น แม่ชีเทเรซา หรือผู้ที่พึงเคารพที่บำเพ็ญความดีมาชั่วชีวิต เช่น ครูประทีป อึ้งทรงธรรม คุณมีชัย วีระไวทยะ ฯลฯ แต่จะให้คนทุกคนเป็นผู้มีจิตอาสาระดับนี้คงเป็นไปได้ยาก เพราะคนส่วนมากยังต้องดิ้นรนกับการทำมาหาเลี้ยงชีวิตเช่นสามัญชน อย่างไรก็ตามเราควรส่งเสริมให้คนทำดี

หน่วยงานที่อาสาทำดีในสังคมมีให้เห็นทั่วไป และทำงานค่อนข้างได้ผลโดดเด่นดีเลิศ เช่น มูลนิธิร่วมกตัญญู มูลนิธิปอเต็กตึ๊ง ที่แม้แต่ดาราบางคนก็ยังไปเป็นอาสาสมัครกู้ภัย นอกจากนี้ในส่วนของนักธุรกิจก็ยังมีสโมสรที่เกี่ยวข้อง เช่น โรตารี่ ไลอ้อน ขอนต้า เป็นต้น รวมทั้งสมาคมและมูลนิธิเด่น ๆ เช่น มูลนิธิดวงประทีป สมาคมพัฒนาประชากรและชุมชน เป็นต้น ความเสียสละของมวลสมาชิกเหล่านี้ในการบริจาคทานหรือทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม ล้วนเป็นสิ่งที่ควรชื่นชม

รังสรรค์คำใหม่ๆ

กิจกรรมทำดีก็มีการเปลี่ยนรูปแบบ เช่น กิจกรรมที่ดำเนินการโดยผู้ที่มีฐานะดีในสังคม ก็คือกิจกรรมแจกข้าวของเหล่าคุณหญิงคุณนาย ซึ่งเริ่มต้นในช่วง 50-60 ปีก่อน แต่ในระยะหลังมา กิจกรรมเหล่านี้อาจถูกมองว่าเป็นการทำดีเอาหน้า หรือหวังลาภยศสรรเสริญ หรือเป็นการทำดีแบบไม่ยั่งยืนต่อผู้รับ บางครั้งการไปแจกของยังอาจสร้างความยุ่งยากใจให้กับผู้แจก เพราะผู้รับแจกยังอาจตามมาขอรับของแจกเป็นระยะๆ จนสร้างความรำคาญแก่ผู้แจกบางส่วน เป็นต้น

โดยที่กิจกรรมทำดีไม่จำเป็นต้องการเป็นการแจกสิ่งของหรือเงินทอง แต่ยังหมายถึงการให้ด้วยแรงงาน ปัญญา เครือข่าย ช่องทางตลาด การส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม การให้ทุนการศึกษา และอื่นๆ ดังนั้นคำใหม่ๆ จึงถูกรังสรรค์ขึ้นมาจาก "การแจกของ" เป็น "การบำเพ็ญประโยชน์" "การแบ่งปัน" "กิจกรรมเพื่อสังคม" และ "จิตอาสา" ในที่สุด สมัยก่อนเมื่อนักศึกษาว่าง ก็อาจ "ออกค่ายอาสาพัฒนา" แต่เดี๋ยวนี้ก็เรียก "จิตอาสา" ตามๆ กันไป

มีความรับผิดชอบก่อนแล้วค่อยอาสา

อันที่จริง การอาสาทำดีถือเป็นกิจกรรมหนึ่งของ CSR ที่แสดงออกถึงการมีน้ำใจ เมื่อผู้รับได้รับน้ำใจดังกล่าวก็จะเห็นถึงคุณค่าของผู้ให้ และกลับมาใช้บริการของผู้ให้ เช่น การทำโฆษณาเรียกน้ำตาของบริษัทประกันชีวิตชุดต่างๆ ก็คงส่งผลให้ผู้ชม ซึ้งใจกับความใจดี-เห็นใจเพื่อนมนุษย์ของวิสาหกิจแห่งนี้ และซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตไปแล้วไม่รู้เท่าไหร่ เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ต้องเน้นย้ำก็คือ ทุกคนต้องทำตามหน้าที่ของตนเองให้ดีที่สุดก่อนและเมื่อพร้อมจึงค่อยไปอาสาทำดี หรืออาจอาสาทำดีไปพร้อมๆ กับความรับผิดชอบก็ยิ่งดีใหญ่ แต่จะมุ่งแต่การทำดี โดยละเลยความรับผิดชอบ วิสาหกิจที่ดีต้องรับผิดชอบต่อทั้งผู้ถือหุ้นทั้งรายใหญ่และรายเล็ก ต่อลูกจ้าง ต่อคู่ค้าหรือผู้ให้บริการ (SUPPLIERS) ต่อลูกค้า-ผู้บริโภค ต่อชุมชนโดยรอบ ต่อสังคมโดยรวม ต่อสิ่งแวดล้อม ต่อโลก ฯลฯ สิ่งที่พึงส่งเสริมให้วิสาหกิจตระหนักก็คือ หากขาดซึ่งความรับผิดชอบ ทำลายสิ่งแวดล้อม ก็เท่ากับละเมิด ผิดทั้งกฎหมายแพ่ง อาญา ฯลฯ ถือเป็นอาชญากรรมอย่างหนึ่ง

ความรับผิดชอบของนักศึกษา

ตัวอย่างหนึ่งของการให้ก็คือกรณีของนักศึกษา เรามักจะบอกให้เด็กและเยาวชนทำดี ให้นักศึกษารับใช้ประชาชน มีจิตอาสา แต่โดยทั่วไปการให้นั้นเป็นการไปจากที่สูงไปสู่ที่ต่ำ อาจมีบางทีที่การให้มาจากผู้ที่ต่ำกว่า เช่น กรณีนิทาน "ราชสีห์กับหนู" เป็นต้น แต่ก็ถือเป็นข้อยกเว้นที่เกิดขึ้นนานๆ ครั้ง การจะสร้างจิตสำนึกแก่นักศึกษาให้มีรู้จักเสียสละนั้น เป็นสิ่งที่ดี แต่ควรให้พวกเขาตระหนักถึงหน้าที่ด้วย เพราะปีหนึ่งๆ รัฐบาลออกเงินถึง 35,646 บาท เป็นค่าใช้จ่ายต่อนักศึกษาหนึ่งคน ในขณะที่นักศึกษาเองออกค่าใช้จ่ายเพียงน้อยนิด ยกเว้นในโปรแกรมนานาชาติของนักศึกษาส่วนน้อยที่อาจเก็บค่าเล่าเรียนปีละนับแสนบาท และแม้แต่ในกรณีมหาวิทยาลัยเอกชน รัฐบาลยังตามไปสนับสนุนการศึกษาอีกมากมาย

โดยนัยนี้ เราต้องสอนนักเรียน นักศึกษาให้เห็นว่าผู้มีบุญคุณที่แท้จริงคือประชาชนผู้เสียภาษี หาใช่ใครอื่น เราต้องปลูกฝังอุดมการณ์รับใช้ประชาชนตั้งแต่เด็ก ส่งเสริมให้นักเรียนนักศึกษาจำให้ขึ้นใจว่าผู้มีพระคุณที่แท้จริงของพวกเขาคือประชาชนที่ส่งเสริมให้พวกเขาได้เรียน จะได้แทนคุณประชาชน แทนคุณแผ่นดิน ที่สำคัญต้องไม่โกงกินในวันหน้าอันเป็นการทรยศต่อประชาชนและประเทศชาติ และไม่ใช่มุ่งแต่กอบโกยเพื่อตนเองซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของวงจรอุบาทว์ทำลายชาติ การรับใช้ประชาชนและประเทศชาติเป็นพันธกิจอันศักดิ์สิทธิ์ของนักศึกษา การเริ่มต้นคิดเพื่อส่วนรวม ย่อมเป็นมงคลต่อตนเอง และทำให้เกิดการเติบโตอย่างยั่งยืนในที่สุด

ความรับผิดชอบของบริษัทประกัน

ดังที่นำเสนอไว้ข้างต้นว่า การระดมฉายหนังโฆษณาเชิงคุณธรรมที่ซึ้งกินใจหรือส่งเสริมให้คนทำดี แบบ "ปูพรม" โดยใช้งบประมาณเป็นจำนวนมาก จนคนดูแล้วอดหลั่งน้ำตาไม่ได้นั้น ถือเป็นสิ่งที่ดีอย่างหนึ่งซึ่งส่งผลดีทันตาเห็นแบบ ONLINE กล่าวคือคงมีคนดูจำนวนพอสมควรที่ "ปลื้ม" จนซื้อประกันเพราะความซึ้งใจในวิสาหกิจดังกล่าว อย่างไรก็ตามความรับผิดชอบหลักของบริษัทประกันชีวิตไม่ได้อยู่ที่การทำกิจกรรม "จิตอาสา" เช่นนี้

การสร้างยี่ห้อ หรือ BRAND ของวิสาหกิจประกันภัยให้ดีและยั่งยืนนั้น อยู่ที่การพิสูจน์ให้เห็นได้ว่า วิสาหกิจประกันภัยนั้นๆ มีความรับผิดชอบต่อลูกค้า ผู้เอาประกันไม่เบี้ยว ไม่บ่ายเบี่ยงการจ่ายเงินประกัน มีบริการที่สะดวกและมีคุณภาพทัดเทียมกับวิสาหกิจประกันภัยต่างชาติ ด้วยเบี้ยประกันที่ใกล้เคียงหรือถูกกว่าวิสาหกิจต่างชาติ ถ้าเราพิสูจน์ตัวเองได้ด้วยตัวเลขและสถิติที่ชัดเจน วิสาหกิจก็จะเติบโตอย่างยั่งยืนจากปากต่อปาก หาไม่ก็เป็นเพียงการกระตุ้นยอดขายแบบ "ไฟไหม้ฟาง" เป็นระยะๆ เท่านั้น เผลอๆ หากผู้บริหารวิสาหกิจนั้น "หัวใส" เช่นวิสาหกิจบางแห่ง อาจทำโฆษณาเพิ่มความดังให้กับตนเองเพื่อปูทางไปทำธุรกิจส่วนตัวหรือเล่นการเมืองในอนาคตก็เป็นได้

ระวังสำลักความรัก

การมีจิตอาสานั้น เป็นการแสดงออกซึ่งความรัก ถือเป็นคตินิยมแบบคริสต์ศาสนาที่สอนให้รักในเพื่อนมนุษย์ รักและศรัทธาในพระผู้เป็นเจ้าแต่เพียงพระองค์เดียว แต่ในหลักพุทธศาสนา ไม่ได้สอนให้รักแม้แต่รักต่อองค์พระพุทธเจ้าเอง พระพุทธองค์สอนเรื่องกาลามสูตร ไม่สอนให้สักแต่เชื่อ พระพุทธองค์ยังตรัสให้เห็นว่า "ที่ใดมีรัก ที่นั่นมีทุกข์" พุทธศาสนาเน้นความเมตตา ซึ่งบางคนก็อาจตีความเป็นความรักแบบไม่มีเงื่อนไข (รักโดยไม่หวังผลตอบแทน) อะไรทำนองนั้น

บางคนกล่าวไว้สวยหรูว่า "ให้ความรักกันเต็มแผ่นดิน ความสงบสุขก็จะบังเกิด โลกก็จะน่าอยู่ ฯลฯ" ประโยคสมมติ (IF CLAUSE) อันนี้เป็นสิ่งที่เป็นไปไม่ได้ แม้จะทำให้คนส่วนใหญ่รักกันขนาดไหน แต่เราขาดซึ่งการบังคับใช้กฎหมาย ปล่อยให้คนชั่วประกอบอาชญากรรม ความสงบสุขก็ไม่อาจเกิดขึ้น บางทีอาจต้องระวังการทำดีด้วยข้ออ้าง "ความรัก" เพราะเป็นการหลอกให้เราหลงเชื่อ ต้มเราเพื่อขายสินค้า

คือแทนที่คนจะซื้อสินค้าหรือบริการเพราะคุณภาพ กลับหลงซื้อเพราะความศรัทธาในการทำดี นอกจากนี้ หากเราสังเกตให้ดี จะมีการอาสาทำดีเพื่อปกปิดความชั่ว ความผิดต่างๆ อยู่เสมอ เช่น อาชญากรก็มักชอบบริจาค คนที่ทำผิดกฎหมาย ทำลายสิ่งแวดล้อม ก็มักชอบอ้างว่าตนมี CSR เป็นต้น

ที่ร้ายยิ่งกว่านั้นก็คือการหลงทำความดีจนกลายเป็น "ม้าลำปาง" คือขาดการมองอย่างรอบด้าน จนถูกทำให้โง่งม เบื่อเมา ไม่กีดขวางการทำชั่วของอาชญากร เช่น เรายกย่องคนทำดีที่ช่วยปลูกป่าต่างๆ (เช่น กรณี ด.ด.วิชัย สุริยุทธ ที่เคยถูกหาว่าเป็นคน (บ้า) ปลูกต้นไม้ 2,000,000 ต้น จนหลงเข้าใจว่าการปลูกป่าเป็นหนทางสำคัญในการสร้างสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน การที่สังคมมุ่งเน้นการทำดีด้วยการปลูกป่าโดยลืมดูการตัดไม้ทำลายป่า ก็เท่ากับปล่อยให้อาชญากรกอบโกยโดยไร้ผู้ขัดขวาง ปล่อยให้ท่านสืบนาคะเสถียร ตายฟรี เพราะป่าก็ยังลดลงในอัตราใกล้เคียงกับก่อนที่ท่านจะเสียชีวิต

สิ่งหนึ่งที่พึงยอมรับก็คือ ปัญหาของสังคมของเราในทุกวันนี้ ไม่ใช่อยู่คนทำดีน้อยไป หรือคนส่วนใหญ่ในประเทศเป็นคนไม่ดีพอ พวกเขาส่วนใหญ่คือ "ปุถุชน" ที่ยังมีรักโลภโกรธหลง แต่ไม่ใช่คนไม่ดีที่ต้องได้รับการบำบัด แต่หากทำตัวละกิเลสให้ดีกว่านี้ย่อมดี แต่ปัญหาสังคมในทุกวันนี้เกิดจากคนไม่ดีส่วนน้อยที่มีอำนาจบีฑาคนส่วนใหญ่ ปล้นชิงทรัพยากรไปจากคนอื่น เช่น โจร (ทุกระดับ) ย่อมเป็นคนส่วนน้อย ดังนั้นการเรียกร้องให้คนทำดี โดยไม่ใส่ใจปราบปรามคนไม่ดี จึงเป็นการมองด้านเดียวที่อันตราย เพราะทำให้คนไม่ดีไม่ถูกรบกวนและที่สำคัญไม่ได้รับการปราบปรามเพื่อความผาสุกของปุถุชน

สรุป : ทำ CSR ให้ถูกทาง

โดยสรุปแล้ว วิสาหกิจใดๆ จะมีความรับผิดชอบต่อสังคม นอกจากจะดำเนินการแบบ "จิตอาสา" ซึ่งให้บุญตอบแทนแบบ ONLINE แล้ว ยังต้องแสดงความรับผิดชอบอย่างแท้จริงต่อสังคมด้วยการที่ไม่ละเมิดต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหลายตั้งแต่ผู้ถือหุ้น ลูกจ้าง คู่ค้า ลูกค้า ชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อมโดยรวม ทั้งทางแพ่งและทางอาญา เราต้องดำเนินธุรกิจให้ถูกต้องตามกฎหมาย ยิ่งกว่านั้นวิสาหกิจยังต้องมีมาตรฐานและจรรยาบรรณทางวิชาชีพและทางธุรกิจ โดยมีการตรวจสอบและเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใสตรงไปตรงมา ไม่ใช่กระทำเพียงแค่การโฆษณาชวนเชื่อ อย่าให้ใครหรือวิสาหกิจใดเชิดชู "จิตอาสา" จนบดบังความรับผิดชอบที่ต้องมีของตน

ดังนั้น CSR จึงมีเนื้อหาใจกลางที่ความรับผิดชอบที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ส่วน "จิตอาสา" เป็น OPTION เพิ่มเติม ผมจึงขออัญเชิญพระราชดำรัสเรื่องความรับผิดชอบมาเพื่อให้เป็นมงคลต่อทุกท่าน ดังนี้ :

"เมื่อเข้าใจความหมายของคำว่า "รับผิดชอบ" ตามนัยดังกล่าวแล้ว ผู้ที่เข้าใจซึ้งในความรับผิดชอบ จะสำนึกตระหนักได้ทันทีว่า ความรับผิดชอบคือหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายให้ทำ จะหลีกเลี่ยงละเลยไม่ได้

2.2 มองให้ชัด CSR บริษัทยักษ์ใหญ่ในไทย

ในปัจจุบัน มีความเข้าใจผิดว่า CSR คือการบริจาค ดังนั้น CSR จึงเป็นกิจกรรม (ผูกขาด) ของเฉพาะวิสาหกิจยักษ์ใหญ่เท่านั้น แต่ในความเป็นจริง วิสาหกิจเหล่านั้นอาจบำเพ็ญประโยชน์เพียงไม่มากนัก และบทบาทหลักของวิสาหกิจยักษ์ใหญ่ที่มีผลต่อผู้บริโภคและประชาชนไทยนั้นควรเป็นอย่างไร

ตัวเลขชี้วัด

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ครัวเรือนหนึ่งๆ ของไทยใช้จ่ายเงินเพื่อการบริจาคเป็นเงินเดือนละ 422 บาท หรือ 2.69% ของรายได้ต่อเดือนของครัวเรือนเชื่อว่าแทบไม่มีวิสาหกิจใดทั้งใน และนอกตลาดหลักทรัพย์จะบริจาคเงินถึง 2.69% ของรายได้ของตนเป็นแน่ เพราะถ้าทำจริง ผลงานสร้างสรรค์คงมีมากกว่านี้ และสังคมคงดีงามผาสุกอย่างมีนัยสำคัญกว่านี้

การที่วิสาหกิจหลายแห่งไม่แสดงตัวเลขการบริจาคชัดเจน ก็คงเป็นเพราะใช้เงินไปเพียงน้อยนิด จึงกระดากที่จะเปิดเผย การที่วิสาหกิจบางแห่งคุยเขื่องว่าตนแทบไม่ใช้เงินในการทำ CSR เลย ก็คงเป็นเพราะอาศัยแรงงานฟรีของพนักงานไปทำอะไรนิดหน่อยให้พอได้ออกข่าวตามความเกรงใจของสื่อมวลชน ดังนั้นสัมฤทธิผลของ CSR จึงไม่อาจพิจารณาจากจำนวนกิจกรรมที่ได้ทำ

กิจกรรมของวิสาหกิจขนาดยักษ์

เมื่อยกตัวอย่างการทำ CSR ภาคปฏิบัติที่ไร เรามักเห็นตัวอย่างของวิสาหกิจยักษ์ใหญ่ในประเทศไทย ดูแล้วรู้สึกว่าทำได้ดีเหลือเกิน แต่อันที่จริง อาจเป็นการทำ CSR ที่ไม่ตรงประเด็น และที่สำคัญเอาเป็นแบบอย่างไม่ได้มากนัก ขืนทำไปก็อาจเข้าทำนอง "เห็นช้างขี้ ขี้ตามช้าง"

ถ้าเราอ่านบทสัมภาษณ์ของผู้บริหารวิสาหกิจยักษ์ใหญ่ หลายท่านก็มักจะแสดงความเห็นดีๆ หลายอย่างต่อ CSR เช่น เป็นการบำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคม ทำแล้วเกิดความสุขที่ยั่งยืน ไปจนถึงกระทั่งกำไรไม่ใช่เป้าหมายสูงสุด แล้วก็ยกตัวอย่างการช่วยเหลือสังคมมาตั้งแต่สมัยรุ่นปู่รุ่นพ่อให้เห็นว่าได้ดำเนินการมานานแล้ว เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม CSR หรือ CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ซึ่งแปลไทยว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจนั้น เป็นมากกว่าการบำเพ็ญประโยชน์ ยังรวมถึงมาตรฐานวิชาชีพและจรรยาบรรณธุรกิจซึ่งถือเป็น SOFT LAWS และที่สำคัญที่สุดก็คือการปฏิบัติตามกฎหมายโดยเคร่งครัดซึ่งถือเป็น HARD LAWS ที่เราจะละเมิดไม่ได้ CSR นั้นทำเพื่อประโยชน์ของทั้งผู้ถือหุ้น ลูกจ้าง คู่ค้า ลูกค้า ชุมชนโดยรอบ สังคมโดยรวม อย่างสมดุล ไม่ใช่ไปเน้นฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง

ที่ว่า "การแสวงหากำไรสูงสุดไม่ใช่เป้าหมายหลัก" นั้น ฟังดูเผินๆ ก็ดูเท่ดี แต่จริงๆ การแสวงหากำไรสูงสุดโดยไม่โกงก็มีและย่อมแสดงนัยถึงการมีประสิทธิภาพสูงสุดที่บริหารแบบมืออาชีพจริงๆ มิใช่หรือ การวางหลักไม่แสวงหากำไรสูงสุดเช่นนี้ ละเมิดหรือขัดกับผลประโยชน์ของเหล่าผู้ถือหุ้นใหญ่น้อยหรือไม่ บางครั้งการใช้นโยบายที่ดูดีจากเงินของผู้ถือหุ้นเช่นนี้ ก็ส่งผลให้ผู้บริหารวิสาหกิจยักษ์ใหญ่มีชื่อเสียงส่วนตัวขจรขจายได้กลายเป็นผู้ทรงเกียรติในสภาไปบ้างแล้ว

บริษัทพลังงานรายใหญ่รายหนึ่งชู CSR ที่การปลูกป่าขนาดรวมพอๆ กับกรุงเทพมหานคร บริษัทวัสดุก่อสร้างใหญ่ก็พยายามพัฒนาชนบท สร้างฝายน้ำนับหมื่นๆ แห่ง บริษัทโทรคมนาคมใหญ่ก็เน้นการทำประโยชน์ต่อชุมชน ประเทศชาติไปจนถึงสิ่งแวดล้อมและโลกโดยรวม ส่วนบริษัทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ก็บำเพ็ญประโยชน์ในทุกรูปแบบตั้งแต่กีฬา การศึกษา สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม

การบำเพ็ญประโยชน์เหล่านี้เป็นสิ่งที่ดีที่ควรค่าแก่การยกย่อง อย่างไรก็ตามการบำเพ็ญประโยชน์ไม่ใช่ประเด็นหลักของ CSR แต่เป็นเพียงประเด็นเสริม วิสาหกิจเอกชนนั้นคงไม่ใช่มีหน้าที่หลักเป็นเสมือนกรมการพัฒนาชุมชน กรมป่าไม้ กรมศิลปากร หรือการกีฬาแห่งประเทศไทย แต่อย่างใด

เราคงจำได้ว่า เคยมีโฆษณาว่า "รักเมืองไทยใช้ ___" แต่ยุคหนึ่ง ผู้บริโภคกลับไปเติมน้ำมัน JET เพราะบริการดีกว่า ห้องน้ำสะอาดกว่าและขายราคาถูกกว่าเป็นต้น บริษัทผลิตวัสดุก่อสร้างใหญ่ก็เกือบเอาตัวไม่รอดในยุคเศรษฐกิจตกต่ำปี 2540 ข้อนี้แสดงให้เห็นชัดว่าการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีช่วยอะไรแทบไม่ได้เลย และการบริหารจัดการก็ใช่ว่าจะดีจนเป็นหลักประกันที่เชื่อมั่นได้ บริษัทโทรคมนาคมบางแห่งก็ถูกวิสาหกิจข้ามชาติมาซื้อไป ส่วนบริษัทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บางแห่งก็ไม่รู้จักปรับตัวตั้งแต่แรก ด้วยการผลิตสินค้าราคาถูกออกมาแข่งขันจนเสียส่วนแบ่งตลาดไปมากมาย

จะเห็นได้ว่าในท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรงนี้ การบริหารธุรกิจที่ไม่เป็นมืออาชีพที่ดีพอ จะไม่สามารถอยู่รอดได้ และยิ่งทำ CSR ที่กลายเป็นการให้ การช่วยเหลือสังคม ยิ่งกลายเป็นภาระ เป็นส่วนเกิน และเป็น "เดี้ยอุ้มค่อม" อย่างไรก็ตามการบำเพ็ญประโยชน์ของวิสาหกิจยักษ์ใหญ่เป็นกิจกรรมจำเป็น ที่มุ่งจะสร้างชื่อให้คนรู้จักติดตลาดถือเป็นการตลาดแบบอ่อนๆ หรือ SOFT MARKETING หรือเป็นการโฆษณาแฝงอย่างหนึ่งที่ขาดเสียมิได้ กิจกรรมเหล่านี้วิสาหกิจขนาดเล็กอาจทำไม่ได้เพราะจะกลายเป็นการ "เห็นช้างขี้ ขี้ตามช้าง" ไป

การทำ CSR ที่แท้นั้นจะทำให้องค์กรอยู่รอดและเติบโตได้อย่างมั่นคง กิจกรรม CSR ของวิสาหกิจยักษ์ใหญ่ควรเน้นที่ลูกค้าผู้ใช้บริการโดยบริษัทพลังงานรายใหญ่ ต้องบริหารได้อย่าง JET ในอดีต จนทำให้ผู้ใช้บริการมั่นใจและเชื่อถือในบริการ บริษัทผลิตวัสดุก่อสร้างต้องขายสินค้าที่มีคุณภาพในราคาที่ต่ำกว่าบริษัทต่างชาติ บริษัทโทรคมนาคมต้องสามารถแข่งขันกับต่างชาติได้ สถาบันการเงินโดยเฉพาะที่เป็นวิสาหกิจของรัฐก็ต้องสร้างความเชื่อถือที่เหนือกว่าคู่แข่งทั้งต่อผู้มาฝากเงินและผู้มาขอกู้

ในทางตรงกันข้ามปรากฏการณ์ที่แสดงถึงการขาด CSR ก็เช่น การที่ลูกค้าต้องไปเข้าคิวซื้อวัสดุก่อสร้างข้ามคืนในช่วงก่อนวิกฤตปี 2540 นั้นแสดงถึงการบริหารจัดการที่ไม่มีประสิทธิภาพและการดูแลลูกค้าที่ไม่ดีพอ นอกจากนี้สถาบันการเงินบางแห่งก็บีบคั้นพนักงานให้ทำธุรกิจที่หลากหลายจนสร้างความกดดันอย่างหนักจนถึงกับฆ่าตัวตายไปก็มี

ประเด็นที่วิสาหกิจยักษ์ใหญ่ต้องดูแลเป็นพิเศษเพื่อให้มี CSR ที่แท้ก็คือ การโกงกินภายใน โดยเฉพาะฝ่ายจัดซื้อที่ทำตัวมีอิทธิพล เป็นแหล่งหาผลประโยชน์หรือแดนสนธยาสำหรับผู้บริหารระดับสูง การว่าจ้างบริษัทวงศ์วานว่านเครือมาใช้บริการโดยขาดการแข่งขันเสรี จึงไม่สามารถได้ผู้ให้บริการที่มีคุณภาพคุ้มค่าเพียงพอต่อผู้ถือหุ้น หรือแม้แต่การชักปากถุงกับลูกค้าผู้มาขอกู้เงิน หรือการเลือกใช้ผู้ให้บริการที่ยินยอมจ่ายค่านายหน้าให้ฝ่ายจัดซื้อ เป็นต้น

ถ้าวิสาหกิจขนาดยักษ์สามารถอุดช่องโหว่การโกงกินได้ ก็จะสร้างความน่าเชื่อถือ ทำให้เกิดความยั่งยืนของแบรนด์ของตนได้เป็นอย่างดี และยังมีเงินเหลืออีกมหาศาลมาบำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคมได้อย่างมีประสิทธิผล ไม่ใช่การบำเพ็ญประโยชน์ที่ขาดกลยุทธ์เช่นที่เป็นอยู่ ยิ่งวิสาหกิจเหล่านี้บำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคมอย่างเต็มที่ ก็ยิ่งที่จะทำให้สังคมน่าอยู่ยิ่งขึ้น วิสาหกิจยักษ์ใหญ่นั้นก็ยิ่งมั่นคง ไม่พังครืนเหมือนปราสาททราย!

กรณีศึกษาสถาบันการเงิน

ที่ผ่านมาสถาบันการเงินมักจะให้ความสำคัญกับการรณรงค์เรื่องสิ่งแวดล้อมและพลังงานทางเลือก แต่เรื่องเหล่านี้ แทบไม่เกี่ยวข้องกับธนาคารซึ่งเป็นธุรกิจบริการ ต่างจากโรงงานที่มีโอกาสทำลายสิ่งแวดล้อมมากกว่า แม้ในสังคมนี้ทุกฝ่ายควรทำดีด้วยการประหยัดพลังงานหรือร่วมมือกันสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อมที่ดี แต่กิจกรรมดังว่าก็ไม่ได้แสดงถึงความรับผิดชอบโดยตรงของสถาบันการเงิน และไม่ได้มีผลต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนสำหรับสถาบันการเงินหรือ SUSTAINABLE BANKING อย่างแท้จริง

ที่ผ่านมาสถาบันการเงินในยุโรปที่มีชื่อเสียงด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนนั้น ล้มละลายไปหลายแห่งแล้ว มีอยู่แห่งหนึ่งเป็นธนาคารขนาดใหญ่ในสกอตแลนด์ ธนาคารดังกล่าวมักป่าวประกาศว่า ตนเองโดดเด่นด้าน CSR เพราะมุ่งอำนวยสินเชื่อให้เฉพาะวิสาหกิจที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม แต่เมื่อต้นปี 2552 นี้เอง ธนาคารดังกล่าวต้องเข้ารับการฟื้นฟูเพราะการบริหารผิดพลาดและเรื่องอื้อฉาวของผู้บริหาร นี่แสดงให้เห็นว่าการ "ลูบหน้าปะจมูก" ทำดีโดยอ้างว่าตนมี CSR นั้น ช่วยอะไรไม่ได้เลย หากขาดความรับผิดชอบอย่างแท้จริงต่อธุรกิจของตนเอง

วิกฤตการเงินของสหรัฐอเมริกานั้น เกิดจากการขาดความรับผิดชอบของสถาบันการเงิน จากผลการประชุมของกลุ่มประเทศชั้นนำที่เรียกว่า G20 พบข้อสรุปว่า ในอนาคตจะสามารถป้องกันวิกฤตดังกล่าวได้ก็ต่อเมื่อสถาบันการเงินมีความโปร่งใส มีความสุจริต และมีกฎระเบียบที่ดีขึ้น ซึ่งก็แสดงว่าที่ผ่านมาสถาบันการเงินเหล่านี้อาศัยแต่เพียงชื่อเสียงเปลือกนอก ไปปั่นเงินจนเศรษฐกิจโลกเสียหายมหาศาล กิจกรรม CSR ของสถาบันการเงินเหล่านี้จึงกลายเป็นเพียงเครื่องมือที่มีไว้ปกปิดอาชญากร และอาชญากรรมที่เกิดจากความไม่โปร่งใสของวิสาหกิจนั่นเอง

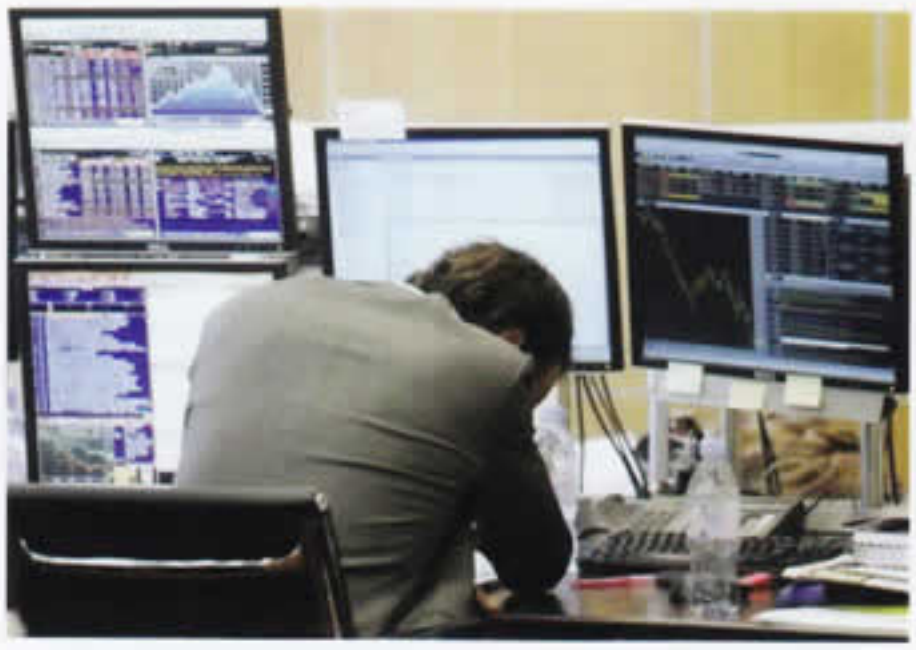
ในอดีตที่ผ่านมา สถาบันการเงินหลายแห่งล้มละลายไปเพราะการปล่อยกู้อย่างขาดความรับผิดชอบให้เครือญาติโดยขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันที่เพียงพอ สถาบันการเงินบางแห่งขโมยแนวคิดที่ดีของโครงการที่มีผู้มาเสนอขอสินเชื่อ ไปทำเสียเอง หรือบางครั้งกว่าผู้กู้จะขอกู้เงินสำเร็จ ก็ต้องจ่ายเงินใต้โต๊ะให้เจ้าหน้าที่ฝ่ายสินเชื่อ ผู้จัดการสาขา และผู้จัดการเขต เป็นต้น

ในอดีตผู้บริหารสถาบันการเงินบางแห่ง บ้างก็โกงวิสาหกิจของตนเอง จัดตั้งบริษัทลูกมาให้บริการแก่บริษัทแม่โดยไม่มีแข่งขันอย่างเท่าเทียม ทำให้สถาบันการเงินหรือผู้ถือหุ้นเสียหายและผู้ใช้บริการต้องเสียประโยชน์ หรือผู้บริหารใช้จ่ายเงินของสถาบันการเงินไปอย่างฟุ่มเฟือยเพื่อบำรุงความสุขสบายของตน เป็นต้น

สถาบันการเงินหลายแห่งเป็นผู้อุปถัมภ์งานอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมต่าง ๆ มากมาย แต่กลับขูดรีดบีบคั้นแรงงานกับพนักงานอย่างรุนแรง และการปรับเพิ่มเงินเดือนก็ต้องอาศัยการเรียกร้องอย่างเอาเป็นเอาตายของพนักงาน กรณีเช่นนี้เป็นภาพที่ขัดแย้งกันเองอย่างชัดแจ้ง

สำหรับแนวทางความยั่งยืนของสถาบันการเงินที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อให้ตนมีความยั่งยืนนั้น ต้องเริ่มที่การ "กวาดบ้าน" ตัวเองก่อน ปิดโอกาสทุจริตด้วยการสร้างระบบตรวจสอบที่ดีและโปร่งใส และสามารถสร้างความมั่นใจแก่ลูกค้า เพราะการรับผิดชอบต่อลูกค้ามีความสำคัญอันดับแรก ไม่ว่าจะเป็นลูกค้าที่มาฝากเงินหรือที่มากู้เงิน

นอกจากนี้ยังรวมถึงการจัดการด้านบุคลากร ด้วยการฝึกอบรม การทดสอบ การให้ขวัญและกำลังใจที่เพียงพอที่จะปิดเงื่อนไขความเสี่ยงต่อการทุจริต ทั้งนี้ถือเป็นการสร้างมาตรฐานและจรรยาบรรณ (SOFT LAWS) ของนักการธนาคารหรือนักวิชาชีพ ที่สังคมจะยังความมั่นใจแก่ระบบการจัดการบุคลากรของสถาบันการเงินได้



และเมื่อมีระบบและการจัดการบุคลากรที่ดีแล้ว สถาบันการเงินใดจะไปบำเพ็ญประโยชน์แก่สังคมก็ค่อยว่ากันไปตามความเหมาะสม ธนาคารพาณิชย์ทั้งระบบมีรายได้รวม 604,771 ล้านบาท กำไรสุทธิ 98,896 ล้านบาทในปี 2551 ถ้าแต่ละธนาคารบริจาคเป็นเงิน 2.6% ของรายได้ เช่นที่ประชาชนทั่วไปบริจาคกัน บ้านเมืองก็คงเจริญขึ้นอย่างผิดหูผิดตาแล้ว แต่ในความเป็นจริงธนาคารคงไม่ได้บริจาคมากมายนัก ดังนั้นโภคผลจริงที่ธนาคารช่วยเหลือสังคม จึงมีไม่มากนัก

ยิ่งกว่านั้นธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย เป็นกิจการกึ่งผูกขาดที่มีผู้แข่งขันน้อย ทำให้ผู้ใช้บริการซึ่งเป็นประชาชนทั่วไปเสียเปรียบ จะสังเกตได้ว่า อัตราดอกเบี้ยเงินฝากต่ำ ในขณะที่อัตราดอกเบี้ยเงินกู้สูงมาก ถ้ามีการแข่งขันที่สมบูรณ์ภายใต้การควบคุมระบบการโกงที่ดี ผลประโยชน์มหาศาลย่อมจะตกแก่สังคมมากกว่าที่ธนาคารเจียดเงินเล็กๆ น้อยๆ มาบำเพ็ญประโยชน์เสียอีก ดังนั้นหากธนาคารใด สามารถบริหารดีจนกระทั่งให้ประโยชน์ต่อผู้บริโภคมากกว่า คาดว่าธนาคารดังกล่าวย่อมได้รับการต้อนรับจากผู้ใช้บริการมาก ทำให้กิจการเติบโตสวนกระแสเศรษฐกิจในขณะนี้ได้

ประเด็นสุดท้ายที่พึงพิจารณาก็คือ วิสาหกิจจะไม่โกงก็ต่อเมื่อผู้บริหารไม่มีพฤติกรรมเสี่ยง อย่างที่เรียกว่า "หัวไม่ส่าย หางก็ไม่กระดิก" เป็นต้น ดังนั้นผู้บริหารระดับสูงของสถาบันการเงินจะต้องเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง เป็นบุคคลที่สามารถตรวจสอบได้ และพร้อมที่จะรับผิดชอบหากเกิดกรณีการโกงภายในสถาบันการเงินเอง

โดยสรุปแล้ว สถาบันการเงินที่จะมีความยั่งยืนได้ต้องประกวดประชันให้สังคมประจักษ์ว่า ตนเองมีระบบการให้บริการที่มีประสิทธิภาพสูง มีระบบตรวจสอบที่ดีว่าเงินทองไม่รั่วไหล มีต้นทุนค่าบริการที่ต่ำกว่าจนสามารถให้บริการลูกค้าได้ถูกกว่า มีพนักงานที่มีจิตใจบริการ (SERVICE MIND) อย่างเด่นชัดกว่าเป็นสำคัญ เมื่อสถาบันการเงินมีความยั่งยืนเพราะคุณภาพ ก็จะช่วยพัฒนาสังคมให้ยั่งยืนต่อไป

วิสาหกิจขนาดใหญ่เป็นเสาหลักของธุรกิจไทย ของเศรษฐกิจไทย จึงควรเป็นแบบอย่างในการทำดี ทำให้ถูกต้อง เป็นต้นแบบของ CSR ไทยอย่างแท้จริง