



CSR คือ ความรับผิดชอบต่อ
ที่หลีกเลี่ยงไม่ได้



CSR ดูเหมือนเป็นของเล่นใหม่สำหรับการทำดีแบบ “ลูปหน้าปะจุมุก” ของวิสาหกิจเอกชน ประหนึ่งเป็นกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ของพวกคุณหญิงคุณนาย และนำแปลกวิสาหกิจที่ทำผิดกฎหมาย มักชอบอ้างว่าตัวเองมี CSR

ความรับผิดชอบต่อสังคมหรือ CSR (Corporate Social Responsibility) เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders) ตั้งแต่ผู้ถือหุ้น ลูกจ้าง ลูกค้า คู่ค้า (supplier) ชุมชนที่วิสาหกิจนั้นตั้งอยู่ ตลอดจนถึงสังคมโดยรวม อย่างไรก็ตามวิสาหกิจทั่วไปมักนึกถึงผู้ถือหุ้นเป็นอันดับแรกโดยไม่คำนึงถึงกลุ่มอื่นๆ ซึ่งแสดงว่าขาด CSR นั้นเอง และก่อให้เกิดปัญหาแก่สังคมได้

❁ อย่างไรจึงถือว่า มี CSR

การที่เราจะมี CSR นั้น ย่อมหมายถึงการเอื้อประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายอย่างเหมาะสมโดยไม่ไปเบียดเบียนฝ่ายใด วิสาหกิจที่มี CSR ย่อมไม่ซัดรีดแรงงาน ลูกจ้าง ไม่ฉ้อโกงลูกค้า ไม่เอาเปรียบคู่ค้า ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมหรือทำร้ายชุมชนโดยรอบที่ตั้งของวิสาหกิจด้วยการก่อมลพิษ วิสาหกิจที่ขาด CSR ย่อมสะท้อนถึงการขาดซึ่งความโปร่งใส ผู้บริหารในแทบทุกระดับมักหาผลประโยชน์เข้าตัวเองหรือนอโกง

แท้จริงแล้ว การมี CSR เป็นการทำธุรกิจให้ถูกต้องตามกฎหมาย (แต่ถ้าใครจะทำให้ดีเกินมาตรฐานกฎหมายหรือจะบำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคมเพิ่มเติมก็อีกเรื่องหนึ่ง) หรืออีกนัยหนึ่งคือการไม่ทำผิด หมิ่นเหม่หรือหลบเลี่ยงกฎหมายแรงงาน กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ และกฎหมายอาญา ด้วยเหตุนี้การทำ CSR จึงต้องมีกรอบกฎหมายบังคับ



การซื้อรถจักรยานยนต์แม้จะสะดวกรวดเร็ว แต่ก็ก่อมลพิษเป็นอย่างมาก

❁ การบิดเบือน CSR

ที่ผ่านมาเราเคยเห็นเจ้าของธนาคารโงงธนาคารตัวเองจนร่ำรวย บ้างก็ขโมยความคิดทางธุรกิจของลูกค้ายามาทำเสียเองหรือปล่อยให้เครือญาติอย่างหละหลวม เห็นเจ้าของธุรกิจใหญ่โตล้มบ่นพุก เห็นผู้บริหารวิสาหกิจมหาชนใช้จ่ายตั้งราชาหรือไม่กี่ใช้ตำแหน่งหน้าที่ตั้งวิสาหกิจลูกขึ้นมาหมาช่วงงานไปแบบผูกขาด แต่ทุกวันนี้คนเหล่านี้ก็ยังอยู่ลลอลวงสังคมในภาพลักษณ์ของคนดี ยังชูคอต่อมมด “CSR” “ธรรมภิบาล” หรือ “จรรยาบรรณ” อยู่อย่างไม่กระดากปาก

บ่อยครั้งที่ CSR ถูกทำให้แปลกแยก (alienated) ไปจากความ เป็นจริงที่ถือเป็น “พันธกิจ” ที่ต้องทำตามกฎหมาย จนกลายเป็นเหมือนคำสอนทางศาสนาที่เน้นว่า “ควร” ทำโน่นทำนี่ กลายเป็นการท่องคัมภีร์ลวงโลก หรือเป็นเรื่อง “คิซุ” หรือ “หน่อมแน้ม” CSR (Corporate Social Responsibility) ถูกบิดเบือนให้กลายเป็น CSD (Corporate Social Donation) กลายเป็นการบำเพ็ญประโยชน์หรือการทำการกุศลไป ความแปลกแยกนี้เกิดขึ้นเพราะความไม่อยากทำ CSR ในเชิงเนื้อหา แต่ต้องการทำแบบจัดฉากหรือเพียงผักชีโรยหน้ามากกว่า

❁ วิสาหกิจที่หมิ่นเหม่มักชอบ CSR

วิสาหกิจที่มีโอกาสทำลายสิ่งแวดล้อม (หากไม่จัดการตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนดอย่างเคร่งครัด) มักจะชูธง CSR เป็นพิเศษ เช่น วิสาหกิจวัสดุก่อสร้าง พลังงาน แร่ธาตุ เป็นต้น CSR มีความจำเป็น “ภาคบังคับ” เป็นอย่างยิ่งสำหรับวิสาหกิจเหล่านี้ หากไม่จะยังความเสียหายต่อชีวิตและสุขภาพของชุมชนโดยรอบ และย่อมหมายถึงคุกสำหรับผู้บริหารและการพังทลายทางธุรกิจของผู้ถือหุ้น

วิสาหกิจเหล่านี้อาจจัดกิจกรรมเพื่อสังคมที่ดูคล้ายการให้เปล่าด้วยความใจกว้าง แต่ความจริงถือเป็นการลงทุนเพียงน้อยนิดที่คุ้มค่ายิ่งในการสร้างภาพลักษณ์ซึ่งจะช่วยให้อุตสาหกรรมนั้นสามารถประกอบกิจการได้โดยสะดวกราบรื่น และที่สำคัญหากวันหลังเกิดพลาตพลั่งทำลายชีวิตและสิ่งแวดล้อม ก็อาจได้รับความปรานี “ผ่อนหนักเป็นเบา” ไม่ถูกชุมชนและสังคมลงโทษรุนแรงนั่นเอง

❁ ช่วยคู่ค้า, ช่วยสร้างความคุ้มทุน

การที่วิสาหกิจบางแห่งที่ทำธุรกิจประเภทพิชไร่ ปศุสัตว์

และผลไม้ ฯลฯ ส่งเสริมให้ชาวบ้านในพื้นที่จัดหาวัตถุดิบให้พร้อมกับจัดกิจกรรมพัฒนาชุมชนต่างๆ ไม่ใช่เรื่องที่จะมา “ทวงบุญคุณ” กับชาวบ้าน การดำเนินการเช่นนี้ถือเป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจที่ดีและชาญฉลาดเพื่อช่วยในการกระจายความเสี่ยงไปยังคู่ค้า ประหยัดการลงทุน ได้วัตถุดิบในราคาที่ถูกลงกว่าควบคุมได้และมีคุณภาพมากกว่า

ประเด็นความคุ้มทุนทางธุรกิจเช่นนี้เป็นสิ่งที่เราควรพูดกันให้ชัดเจนและก็ไม่ใช่ว่าเรื่องแปลก บาปหรือเลวร้ายอะไร แต่เป็นเรื่องจริงที่ควรเปิดเผยโดยไม่บิดเบือน ชาวบ้านจะได้เข้าใจและเรียนรู้การประกอบธุรกิจอย่างตรงไปตรงมา ส่วนเมื่อวิสาหกิจนั้นมีผลประกอบการดี ก็อาจ “คืนกำไร” แก่สังคมบ้างตามระดับจิตสำนึก ก็เป็นอีกประเด็นหนึ่งที่ฟังชื่นชม

❖ เอาเปรียบคู่ค้า = ขาดจริยธรรม

วิสาหกิจหลายแห่งเอาเปรียบคู่ค้าโดยขาดจริยธรรมอย่างเด่นชัด เช่น การยึดยึดขายพ่วงสินค้า หรือการที่ห้างสรรพสินค้าบังคับให้วิสาหกิจสินค้าอุปโภคบริโภคแปะยี่ห้อของห้าง (house brand) แทนการให้โอกาสวิสาหกิจเหล่านั้นแจ้งเกียยี่ห้อของเขา นอกจากนี้ยังมีการบีบคู่ค้าให้จัดหาสินค้าบริการแก่ตนในราคาที่ต่ำสุดเพื่อเพิ่มโอกาสการเอาชนะในสงครามราคาเพื่อการครอบงำตลาดในอนาคต

จริยธรรมเหล่านี้ไม่ใช่สิ่งเลือนลอยที่จะร้องขอความเมตตาจากวิสาหกิจรายใหญ่ที่ยืนอยู่ในฐานะที่ได้เปรียบ แต่เป็นประเด็นความไม่เป็นธรรมที่ต้องได้รับการแก้ไขโดยกฎหมายเพื่อประโยชน์ของวิสาหกิจส่วนใหญ่และโดยเฉพาะเพื่อประชาชนโดยรวม เช่น การออกกฎหมายป้องกันการผูกขาด กฎหมายป้องกันการทุ่มตลาด กฎหมายผังเมืองที่ห้ามการตั้งห้าง/ร้านค้าปลีกส่งเดช กฎหมายสิ่งแวดล้อมที่ห้ามการก่อสร้างอาคารที่ขาดซึ่งมาตรการป้องกันและแก้ไขผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่จะเกิดขึ้น เป็นต้น

❖ อย่างอ้างความเป็นไทย

ความรักชาติเป็นจิตสำนึกที่พึงมีของพลเมืองของประเทศนั้นๆ แต่การอ้างว่าคนไทยต้องใช้สินค้าไทยอาจเป็นตรรกะหลอกลวงได้ คนไทยใจหาสต่างชาตก็มี คนต่างชาติที่รักเมืองไทยก็มี อย่าลืมนึกว่าในยามที่สินค้าขายได้มีกำไรมากมาย นั้น ผู้ที่ตกตวงประโยชน์อย่างเป็นกอบเป็นกำและเป็นรายแรกก็คือผู้ถือหุ้นในวิสาหกิจนั้นเป็นสำคัญ ไม่ใช่ประชาชนผู้บริโภคหรือประเทศชาติ

วิสาหกิจที่พึงได้รับการต้อนรับจากลูกค้าต้องมีสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพดีทัดเทียมกับคนอื่นแต่ราคาควรถูกกว่าโดยเปรียบเทียบ ถ้าสินค้าไทยมีคุณภาพต่ำกว่าและกลับราคาแพงกว่าก็ไม่รู้จะให้ชาวบ้านทนอดทนได้อย่างไร ไม่สงสารประชาชนตาตาๆ บ้างหรือไร อย่าลืมนึกว่าการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการนั้นไม่ใช่การบริจาคเงินให้มูลนิธิ ดังนั้น จึงต้องคำนึงถึงความ “ประหยัดยอด ประโยชน์เยี่ยม”

❖ ใช้ CSR เอาเปรียบโลกที่สาม

CSR ยังเป็นประเด็นสงครามการค้าระหว่างประเทศ ในอนาคตการกีดกันการค้าโดยภาษีศุลกากร จะหมดไป ทั้งนี้เป็นไปตามกรอบข้อตกลงการค้า WTO หรือ FTA ทวิภาคีต่างๆ มาตรการกีดกันทางการค้ารูปแบบใหม่ที่รุนแรงแต่ดูดีกว่าก็คือ CSR โดยจะได้รับการพัฒนาเป็นกติกากการค้าใหม่ของโลก ซึ่งถ้าประเทศไทยไม่เร่งปรับตัวและรู้เท่าทัน ก็จะไม่สามารถต่อสู้ในตลาดโลกได้และจะส่งผลกระทบต่อประชาชนไทยโดยตรง

ดังนั้น การที่ประเทศตะวันตกยก CSR ขึ้นมาอ้าง หน้าฉากก็ดูคล้ายเป็นการแสดงความเป็นธรรมทั้งต่อลูกค้า คู่ค้า ลูกจ้าง ชุมชน สิ่งแวดล้อมโดยรวม ทั้งในด้านคุณภาพ ความปลอดภัย และอาชีวอนามัย แต่เบื้องหลังก็คือการใช้ CSR ในฐานะอาวุธหรือเครื่องมือในการกีดกันการค้า ทำให้วิสาหกิจไทยเสียเปรียบในเชิงการแข่งขันและต้นทุนสูงขึ้นเกินความจำเป็น หน้าซ้ายยังมีหน้ามาสอน CSR แก่ประเทศโลกที่สามเข้าทำนอง “ปีศาจคาบคัมภีร์” ซึ่งก็ได้แต่หวังว่าคนไทยคงไม่ “เห็นขี้ฝรั่งหอม”

❖ มี CSR ต้องบำรุงผู้ใช้แรงงาน

วิสาหกิจหลายแห่งที่ชู CSR กันหราอยู่ไม่ได้ช่วยเหลือผู้ใช้แรงงานเลยเพราะมักว่าจ้างกันตามค่าแรงขั้นต่ำที่แทบไม่เคยขยับเป็นหลัก (บางแห่งอาจ “ใจดี” จ้างสูงกว่าเล็กน้อยเพื่อดึงดูดแรงงานและลดความปวดหัวในการจ้างคนใหม่บ่อย ๆ) ถ้าคิดจะช่วยผู้ใช้แรงงานจริง ค่าแรงขั้นต่ำก็ต้องเพิ่มตามภาวะเงินเฟ้อ หากไม่ผู้ใช้แรงงานจะไม่มีวัน “ได้หยุดได้เกิด” แต่สำหรับนายจ้างและผู้ถือหุ้น แม้จะถูกกีดกันทางการค้าอย่างไร ก็ยังรวยขึ้นทุกวัน ดังนั้นวิสาหกิจใดที่ผู้ใช้แรงงานไม่ได้มีชีวิตที่ดีขึ้นทั้งๆ ที่ทำงานมาชั่วชีวิต (ถ้าไม่ใช่เพราะข้อจำกัดหรือความโชคร้ายของตัวเอง) วิสาหกิจนั้นย่อมไม่อาจถือได้ว่ามี CSR จริง



ฟังสังเกตว่าวงจรชีวิตของแรงงานไร้ฝีมือนั้นสั้นนัก มักอยู่เฉพาะในช่วงหนุ่มสาว จึงมีการรู่เก่ารับใหม่บ่อยๆ คนหนุ่มสาว “ลงจากหลังควาย/หลังเขา” มาเป็น “สาวฉันทนา” ทำงานสัก 10 ปี พอร่างกายหรือสายตาทรุดโทรม กอปรกับมีครอบครัวก็กลับไปอยู่ชนบท การที่แรงงานเหล่านี้สามารถมีชีวิตอยู่จนสิ้นอายุขัยก็เพราะประเทศไทยมีเศรษฐกิจชนบทแบบพอเพียง (subsistent economy) หากไม่มีป่าไม้และชนบทอันอุดมสมบูรณ์ ปลูกข้าว (อย่างน้อยก็พอกิน) จับกุ้ง หอย ปู ปลา กบ ไช้มัดแดง หรือกระทั่งกระปอม (กิ้งก่า) กินได้ ป่านนี้ไทยก็ไม่ต่างไปจากประเทศยากจนในแอฟริกาแต่อย่างใด



❁ **ถ้าทำการกุศลจริง บ้านเมืองจะดีกว่านี้**

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ครึ่งเรือนหนึ่งๆ ของไทยใช้จ่ายเงินเพื่อการบริจาคเป็นเงินเดือนละ 422 บาท หรือ 2.69% ของรายได้ต่อเดือนของครัวเรือน เชื่อว่าแทบไม่มีวิสาหกิจใดทั้งในและนอกตลาดหลักทรัพย์จะบริจาคเงินถึง 2.69% ของรายได้ของตนเป็นแน่ เพราะถ้าทำจริง ผลงานสร้างสรรค์คงมีมากกว่านี้ และสังคมคงดีงามผาสุกอย่างมีนัยสำคัญกว่านี้

การที่วิสาหกิจหลายแห่งไม่แสดงตัวเลขการบริจาคชัดเจน ก็คงเป็นเพราะใช้เงินไปเพียงน้อยนิด จึงกระดากที่จะเปิดเผย การที่วิสาหกิจบางแห่งคุยเชื่องว่าตนแทบไม่ใช้เงินในการทำ CSR เลย ก็คงเป็นเพราะวิสาหกิจนั้นอาศัยแรงงานฟรีของพนักงานไปทำอะไรนิดหน่อยให้พอได้ออกข่าวตามความเกรงใจของสื่อมวลชน และในที่สุด CSR ก็กลายเป็นกิจกรรมคุณหญิงคุณนายในรูปแบบใหม่ สัมฤทธิ์ผลของ CSR จึงไม่อาจพิจารณาจากจำนวนกิจกรรมที่ได้ทำ เพราะอาจเป็นแค่การ “ลอบหน้าปะจมูก” ทำบุญเอาหน้า

❁ **CSR สร้างอาชีพให้คนบางกลุ่ม**

เราเห็นมูลนิธิ สมาคม ชมรม หรือเอ็นจีโอเกิดเพิ่มขึ้นทุกวัน องค์กรเหล่านี้ย่อมตั้งขึ้นมาด้วยความปรารถนาดี ซึ่งสมควรอนุโมทนาด้วย แต่ก็เชื่อว่าจะช่วยสร้างสรรค์ประโยชน์ได้อย่างมีนัยสำคัญ จำนวนที่เพิ่มขึ้นขององค์กรเหล่านี้อาจกลับมีความสัมพันธ์เชิงผกผันกับความผาสุกของสังคมก็ได้ กล่าวคือยิ่งมีองค์กรเหล่านี้มากเท่าไร ยิ่งแสดงถึงความยุ่งเหยิงในสังคมและความทุกข์ของประชาชน

ในอีกแง่หนึ่งการมีองค์กรเหล่านี้เพิ่มขึ้นก็ยิ่งสร้างโอกาสทางอาชีพให้แก่บุคคลกลุ่มหนึ่ง ซึ่งทำงานโดยได้ “ทั้ง

เงินทั้งกล่อง” บุคคลกลุ่มนี้หลายคนสามารถดำรงตนได้อย่างยั่งยืนชั่วชีวิต สังสมประสบการณณ์ และกลายเป็นอาจารย์ ผู้ประสิทธิประสาทวิชา CSR ในภายหลังได้อีก และนอกจากนี้ยังมีโอกาสผันตนเองไปทำงานการเมืองจากฐานมวลชนหรือจากภาพลักษณ์ที่สร้างขึ้นด้วยงาน CSR ในที่สุด

❁ **ร่วมกันผลักดัน CSR ที่ “ต้องทำ”**

โดยสรุปแล้ว CSR เป็นสิ่งที่ต้องกำหนดให้มีให้ทำโดยมีกรอบกฎหมายชัดเจน ทำธุรกิจต้องยึดหลัก “**ซื่อกินไม่หมด คดกินไม่นาน**” โดยเคร่งครัด หากไม่จะติดคุก CSR จึงไม่ใช่ไปเน้นเรื่องอาสาสมัครหรือการทำบุญ การพูดถึง CSR ประหนึ่งคำสอนทางศาสนา เป็นการเบี่ยงประเด็นให้กลายเป็นการลวงโลก กลายเป็นว่าวิสาหกิจที่ทำ CSR มีบุญคุณต่อสังคมไปเสียอีก นอกจากนี้ยังต้องทำให้ชัดเจนว่า CSR นั้นคือการลงทุนอย่างหนึ่ง ซึ่งคุ้มค่าทางการเงิน การตลาด และการรักษากฎหมายเป็นอย่างดี

เราต้องทำให้ CSR ศักดิ์สิทธิ์ เป็นสิ่งที่วิสาหกิจต้องทำหลักเลียงไม่ได้ การไม่ทำถือว่าผิดกฎหมาย

