

CSR นิยามความสำเร็จแบบยั่งยืน

ด้วยการสร้างแนวคิด CSR ให้เกิดขึ้นใน DNA ขององค์กร

ดร.พจน์ ใจชาญสุขกิจ

แม้ว่าองค์กรต่างๆ ต้องเผชิญกับปัญหามานานาสาธพัน ทั้งสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ การแสวงหาช่องทางทางธุรกิจควบคู่ไปกับการบริหารต้นทุน โอกาสในการทำกำไรในภาวะที่ยังไม่เอื้ออำนวย ก็เป็นช่วงเวลาและรอยต่อที่สำคัญของสภาพทางสังคมที่ไม่อาจพึ่งพาความช่วยเหลือจากส่วนใดได้ การบริหารองค์กรท่ามกลางสถานการณ์เหล่านี้จึงเป็นเรื่องที่ยากยิ่ง

ขณะเดียวกันแนวคิดเรื่อง CSR (Corporate Social Responsibility) หรือแนวคิดในการรับผิดชอบต่อสังคม ยังคงเป็นภารกิจขององค์กรต่างๆ ที่จะดำเนินกิจการด้วยความตระหนักถึงการมีส่วนร่วมต่อสังคม ถือเป็นอีกหนึ่งภารกิจที่สำคัญขององค์กร ที่องค์กรจะต้องมีความจริงจังในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อแสดงความมุ่งมั่นขององค์กรต่อการผลักดันสังคมให้ไปในทิศทางที่เหมาะสมร่วมกัน

ที่ผ่านมา องค์กรแต่ละแห่งได้มีการพิจารณา บริหารงาน ดำเนินการ CSR ตามความถนัดและความสนใจขององค์กรตามศักยภาพหรือทรัพยากรที่มีอยู่ เพื่อสร้างประโยชน์หรือคุณค่ากับสังคม ทั้งแก้ไข การชะลอ บรรเทาปัญหาหรือกระแสสังคมที่เร่งด่วน ในขณะที่ในระบบการดำเนินการยังขาดการประสานกันอย่างจริงจังระหว่างองค์กร ไม่ว่าจะภาครัฐหรือเอกชนทุกขนาด เพื่อให้การสร้างประโยชน์ให้เกิดขึ้นบรรลุผลตามความตั้งใจของการมีส่วนร่วมเพื่อสังคม อย่างแท้จริง

สร้าง CSR ให้เกิดขึ้นใน DNA ขององค์กร

คำถามมากมายที่วนเวียนอยู่ในใจของบริหารองค์กร เกี่ยวกับเรื่อง CSR อยู่ไม่น้อย ว่า CSR เป็นเรื่องที่ต้องกระทำกันตอนไหน ใครเป็นคนดำเนินการ แล้วทำกันตอนไหนบ้าง ระดับไหน จึงจะเพียงพอ หรือทำตามที่มีกรอบกฎหมายบังคับ ในขณะที่มีผู้เห็นว่า CSR นั้นเป็นเรื่องที่ต้องเกิดจากจิตสำนึกภายใน ปราศจากการการบังคับ

หากเปรียบเทียบกันระหว่าง CSR ที่เกิดจากการบังคับชี้ชวน กับ CSR ที่เกิดจากการอาสา
ออกมาจากจิตใจเองผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมของการกระทำปรากฏสู่บุคคลหรือสังคมภายนอก ย่อมมี
ส่วนความแตกต่างกัน

ดังนั้น การเริ่มลงมือทำ CSR โดยเป็นไปตามหน้าที่ กระบวนการ ที่เปรียบเสมือนการ
บังคับ ที่อาจจะไม่มีความต้องการหรือความเต็มใจที่จะทำ แต่จำเป็นต้องทำ ทั้งที่ไม่มีความเต็มใจ
ในขณะที่การทำ CSR โดยการอาสา นั้นจะต้องเกิดจากความเต็มใจที่จะทำก่อน แล้วจึงค่อยลงมือ

การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ถือเป็น หน้าที่ร่วมกัน ของทุก
ภาคส่วนในองค์กรที่ต้องดำเนินการ โดยส่วนที่ดีที่สุดอยู่ภายใต้แนวคิด ของความตั้งใจที่จะปฏิบัติ
ออกมาจากจิตใจของทุกคนในองค์กร ไม่ว่าจะเป็นฝ่ายบริหาร กรรมการ ผู้กำหนดนโยบาย จนถึง
ระดับพนักงานฝ่ายปฏิบัติการ อยู่ทั้งในกระบวนการและนอกกระบวนการทำงาน หรือกล่าวได้ว่า
ต้องสร้างให้อยู่ใน DNA ขององค์กร ได้ เป็นดีที่สุด

ยังมีองค์กรเป็นจำนวนมากที่ยังมองการดำเนินการที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ใน
กระบวนการสั้นๆ มองเพียงผลตอบแทนทางธุรกิจในระยะสั้นเท่านั้น จึงสนใจเพียงว่าทำ CSR แล้ว
องค์กรจะได้รับประโยชน์ตอบแทนหรือไม่ มากน้อยเพียงใด

การที่จะทำให้องค์กรยั่งยืนอยู่ได้ ต้องก้าวออกจากกรอบความคิดเดิม นำองค์กรสู่วิสัยทัศน์
ใหม่ที่เน้นความอยู่รอดทางธุรกิจควบคู่ไปกับการสร้างคุณค่า ด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมที่มาจาก
DNA ของทุกอนุในองค์กร สิ่งที่ต้องสร้างให้เกิดเป็นรูปธรรมก็คือ การมีส่วนร่วมและการเข้าถึง
CSR ที่ทุกส่วนในองค์กรสามารถให้กับสังคมได้

การสร้างให้ CSR อยู่ใน DNA ขององค์กร เป็นขั้นตอนสำคัญเพื่อสร้างมูลค่าของ CSR
และให้ผลที่ยั่งยืนต่อองค์กร เป็นขั้นกว่าของการทำดำเนินงานเพื่อสังคมในแบบเดิม

สร้างค่านิยม จิตอาสา จากภายในสู่ภายนอกองค์กร

การสร้างความเข้าใจและรับรู้ร่วมกัน เป็นสิ่งที่สำคัญยิ่ง หากยังมองว่า CSR ว่าต้องเป็น
หน้าที่หรือต้องมีกฎหมายกำกับนั้น เป็นความคิดที่ไม่ก่อให้เกิดการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน ไม่
จำกัดเฉพาะส่วนใดส่วนหนึ่ง องค์กร ผู้บริหาร หรือพนักงานที่สังกัดหน่วยงานใดก็ตาม

เรื่องของการมีวัฒนธรรมจิตอาสา ให้เกิดสำหรับองค์กรนั้น เป็นแนวความคิดที่มุ่งให้
เกิดผล ในเชิงการกระทำที่ต้องมีพัฒนาการเริ่มต้นจากความตั้งใจจริง และการลงมือปฏิบัติของฝ่าย
บริหาร ด้วยความเต็มใจในการดำเนินกิจกรรม CSR นั้นๆ ตั้งแต่แรก สม่่าเสมอและต่อเนื่อง โดยไม่

จำเป็นต้องดูสถานการณ์สังคม หรือหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้อง หรือกฎระเบียบต่างๆ ว่าจะกำหนดไว้อย่างไร การดำเนินกิจกรรม CSR โดยจิตอาสาจึงไม่จำเป็นต้องมีใครหรือหน่วยงานใดมารับรองตรวจสอบควบคุม

การสร้างบรรยากาศการมีส่วนร่วมของพนักงาน ต่อสังคมที่เกิดจากภายในก่อนเริ่มจากการแสดงความเอื้อเฟื้อต่อเพื่อนใกล้ตัว แล้วขยายสู่สังคมนอกข้าง มีกิจกรรมที่ส่งเสริมรูปธรรมของการกระทำ อันได้แก่ การกระตุ้นให้เกิดการแสดงออกทั้ง พฤติกรรม การกระทำ คำพูด ความใส่ใจ ความเสียสละ การมีจิตใจที่พร้อมจะเป็นผู้ให้แก่สังคมนอกข้าง เป็นที่องค์กรต้องส่งเสริมให้เกิดค่านิยมร่วมกัน

นโยบายที่องค์กรควรให้ความสำคัญ ก็คือ การส่งเสริมให้บุคลากรในทุกส่วนได้เข้าไปมีส่วนร่วมกับการมีบทบาทด้านสังคมมากยิ่งขึ้นทั้งที่เป็นกิจกรรมขององค์กรและสังคมในภาพรวมทั้งการคิด ร่วมวางแผนงาน และร่วมทำกิจกรรม ถือเป็นสร้างวัฒนธรรมใหม่ในองค์กร ให้พนักงานมี "จิตอาสา" ทำงานเพื่อสังคมในด้านต่าง ๆ รวมไปถึงการให้ความร่วมมือตลอดจนเข้าร่วมกิจกรรมกับองค์กรสาธารณกุศลต่าง ๆ ในการทำประโยชน์ต่อสังคมแบบเป็นรูปธรรม แน่แน่นอนว่า การมีจิตใจที่เป็นผู้ให้ ย่อมเกิดผลดีทั้งกับสังคมและองค์กรในที่สุด

วิสัยทัศน์ CSR คู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

ที่ผ่านมา แต่ละองค์กรธุรกิจต่างได้กำหนดบทบาทในการขับเคลื่อน CSR ให้แก่ส่วนงานในองค์กรที่แตกต่างกันออกไป ทำให้การดำเนินงาน CSR ของแต่ละองค์กรมีจุดเน้นหน้าที่แตกต่างกันตามภารกิจหลักของหน่วยงาน ในการพัฒนาสู่ความยั่งยืนด้วย CSR นั้น มีประเด็นที่ควรนำมาพิจารณาได้แก่

1. การบูรณาการงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ขององค์กรให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันด้วยเจตนารมณ์ที่ชัดเจน แต่ละองค์กรควรกำหนดแนวทางทางสังคมให้เกิดความชัดเจน เน้นสิ่งที่สามารถดำเนินงานให้เกิดกับสังคมอย่างเป็นรูปธรรม มากกว่าเป็นเรื่องราวที่ปรากฏในรายงานประจำปี การทำข่าวเพื่อสร้างภาพลักษณ์ โดยปราศจากความตั้งใจจริง ลดความซ้ำซ้อน และสร้างให้เกิดผลอย่างเต็มเม็ดเต็มหน่วย ด้วยการคำนึงถึงผลทางสังคมที่เกิดขึ้น

2. ร่วมกันรับผิดชอบต่อสังคมในรูปแบบภาคีเพื่อสังคม "JOINT-RESPONSIBILITY" เพิ่มขึ้นที่ผ่านมา กิจกรรม CSR ของแต่ละองค์กร มีทั้งรูปแบบที่ใช้งบประมาณมากบ้าง น้อยบ้าง ตามศักยภาพ แต่จากสถานะเศรษฐกิจ ที่ยังมีอัตราการขยายตัวค่อนข้างต่ำ ยังเป็นทางเลือกสำหรับองค์กร

ที่ต้องการช่วยเหลือสังคม แนวทาง CSR ที่กลุ่มองค์กรสามารถร่วมมือกันดำเนินการร่วมกันได้ ก็คือการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในเครือข่ายนำมาสร้างประโยชน์ให้แก่สังคมด้วยกิจกรรม CSR ในแบบรับผิดชอบร่วมกันมากขึ้น เหล่านี้ล้วนสะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการขับเคลื่อน CSR ด้วยการสร้างพันธมิตรแห่งความรับผิดชอบต่อสังคมร่วมกัน ระหว่างองค์กรมากยิ่งขึ้น

3. การส่งเสริมแนวความคิด เรื่อง CSR ในการประกอบการที่สามารถมีได้ในองค์กรทุกขนาด
ไม่ได้จำกัดอยู่กับองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่เสมอไป องค์กรธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก ก็สามารถดำเนินกิจกรรม CSR ได้เช่นกัน รูปแบบ CSR หลายอย่างสามารถดำเนินการได้โดย ไม่จำเป็นต้องใช้งบประมาณและไม่จำเป็นต้องดำเนินกิจกรรม CSR ให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียในทุกกลุ่มพร้อมกัน ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับความพร้อม ลักษณะขนาด และปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบของแต่ละขององค์กร

4. พัฒนาการความรู้ ด้าน CSR ด้วยการศึกษารเรียนรู้วิธีการดำเนินงาน CSR ที่เป็นมาตรฐานสากล มีรูปแบบของการรายงานผล การเผยแพร่ ส่งเสริมการเรียนรู้ร่วมกัน ที่ครอบคลุมทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม สิทธิมนุษยชน การผลิต การใช้แรงงาน การสื่อสารกับสังคม แม้กระทั่งในเรื่องการเมือง การปกครอง ได้อย่างครบถ้วน

5. เร่งกระตุ้นให้ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง มีการให้ความสำคัญกับการตั้งคณะทำงานหรือกลุ่มงานที่มีภารกิจในการส่งเสริม CSR ขององค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนมากขึ้น มีการกำหนดมาตรการส่งเสริม CSR ในแต่ละด้านเป็นระยะๆ เช่น การส่งเสริมให้เกิดลงทุนที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม การพัฒนา CSR สำหรับการปรับตัวต่อสภาวะการณ์ต่างๆ และสนับสนุนการดำเนินกิจกรรม CSR ของแต่ละองค์กร

การพิจารณาถึงบทบาทหน้าที่ ภารกิจ กิจกรรมต่างๆขององค์กร ด้วยการสร้างจริยธรรมในการดำเนินงาน นำแนวคิด CSR ขับเคลื่อนองค์กรที่องค์กรได้ดำเนินการทั้งภายในและภายนอกองค์กร สนับสนุนแนวความคิดจิตอาสาข้อมเป็นวิธี ต่อสู้กับผลกระทบที่จะเกิดขึ้นทั้งวงแคบและวงกว้าง การวิเคราะห์ CSR ในหลายมิติว่าจะก่อให้เกิดผลดีต่อองค์กรอย่างไร จะก่อให้เกิดผลดีต่อพนักงานในองค์กรอย่างไร จะก่อให้เกิดผลดีต่อธุรกิจนั้นๆ ใดๆ มีผลดีต่อสังคมอย่างไร

ที่สำคัญเราจะมีส่วนช่วยเหลือประเทศของเราอย่างไรบ้าง นั่นคือมุมมองต่อเรื่องต่างๆ ขององค์กรต้องมีทั้งความกว้างและความลึก การลงมืออย่างจริงจังไม่ฉาบฉวย โดยทุ่มเททรัพยากรในการช่วยเหลือประเทศของเราในด้านที่เหมาะสมและตรงกับศักยภาพและความถนัดของตนให้มากที่สุดแม้องค์กรธุรกิจหลายแห่งจะมีการคัดเลือกประเด็นปัญหาทางสังคม เพื่อเข้าร่วมแก้ไขในประเด็นเดียวกัน แต่ก็ไม่จำเป็นที่รูปแบบของกิจกรรม จะต้องมีความเหมือนหรือคล้ายคลึงกันเสมอไป องค์กรควรพิจารณากำหนดรูปแบบของ CSR ในลักษณะที่เป็นกิจกรรม ที่สามารถผสมผสานเข้ากับกระบวนการทางธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ

การพัฒนาแนวคิดเพื่อความเอื้อเฟื้อต่อสังคมไทย สนับสนุนให้เกิด จิตอาสา การมีส่วนร่วมใน
การพัฒนาและฟื้นฟูประเทศร่วมกันจากภายในองค์กร สู่นอก เกิดเป็นภาคีทางสังคม ร่วมกัน ...ด้วยการ
สร้างแนวคิด CSR ให้อยู่ใน DNA จะเป็นแนวทางบริหารองค์กรให้เกิดผลสำเร็จอย่างยั่งยืนและเหมาะสม
ที่สุด

.....

.