

ยุคซีเอสอาร์ช่วยฝ่าวิกฤต

รายงานโดย :...นราทิพย์ กวางเส็ง:

วันเสาร์ที่ 8 พฤศจิกายน พ.ศ. 2551



ท่ามกลางวิกฤตเศรษฐกิจวิกฤตการเงินเช่นปัจจุบัน กระแสความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจได้ถูกให้ความสำคัญมากขึ้นทุกขณะอันเป็นเสียงสะท้อนจากงานการประชุมสุดยอดซีเอสอาร์ เอเชีย ประจำปี 2551 ครั้งที่ 6 ในหัวข้อ “ก้าวต่อไปของความรับผิดชอบต่อสังคมของ ธุรกิจ : ขยายวงความร่วมมือด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม” จัดขึ้นที่สถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย หรือ AIT เมื่อวันที่ 3-4 พ.ย. ที่ผ่านมา

ในการสัมมนาทั้ง 2 วัน มีผู้เชี่ยวชาญด้าน ซีเอสอาร์ รวมถึงมีผู้สนใจเข้าร่วมฟังกว่า 350 ท่านจากประเทศต่างๆ ทั้งทั้งยุโรป อเมริกา และเอเชีย ทั้งนี้ ประเทศไทยเป็นประเทศแรกในภาคพื้นเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ได้เป็นเจ้าภาพการจัดประชุมสุดยอดซีเอสอาร์ เอเชีย โดยการสัมมนาตลอดงานเป็นการนำโครงการต่างๆ ด้านซีเอสอาร์ ที่มีจุดมุ่งหมายในการขจัดปัญหาความยากจน การจัดการภาวะโลกร้อน การต่อสู้โรคร้ายต่างๆ มาเป็นแนวทางในการกำหนดตัวตน ชื่อเสียง และจุดเด่นของบริษัทต่างๆ ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก โดยหวังว่าจะเป็นตัวอย่างที่ดีให้ดำเนินตามเพื่อฝ่าวิกฤต การเงิน

ริชาร์ด เวลฟอร์ด ประธานบริษัท ซีเอสอาร์ เอเชีย เปิดเผยมว่า บริษัทที่สามารถสร้างสรรคนวัตกรรมด้านซีเอสอาร์ที่มีคุณค่าจะสามารถเผชิญกับภาวะเศรษฐกิจถดถอยได้ดีกว่าบริษัทที่ละเลยความสำคัญของกิจกรรมซีเอสอาร์

คำพูดดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ซีเอสอาร์ไม่ใช่เพียงการทำความดี ไม่ใช่แค่การรักษาภาพลักษณ์ หรือการแสดงความสำนึกและอนุรักษสิ่งแวดล้อม แต่ความหมายกว้าง และครอบคลุมทุกอย่างของการดำเนินธุรกิจ ตั้งแต่ผู้ถือหุ้น ประธานบริษัท ลูกน้อง พนักงานทั่วไป การผลิตสินค้า การบริการ จัดหาวัตถุดิบมาผลิตสินค้า การขนส่ง การดำเนินธุรกิจอย่างไร้ประไร ฯลฯ

ทั้งนี้ **กษิต ภิรมย์** ผู้แทนองค์กรประชุมโต๊ะกลมแห่งเมืองโคซ์ ประจำปีประเทศไทย และนายกสมาคมส่งเสริมธรรมภิบาล อดีตเอกอัครราชทูตไทยประจำประเทศสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น เปิดเผยมว่า ปัจจุบันการทำซีเอสอาร์ขององค์กรต่างๆ ในประเทศไทยยังแคบอยู่ มีเพียงไม่กี่องค์กรดำเนินกิจกรรมซีเอสอาร์อย่างจริงจัง หรือทำเพียง ด้านเดียว คือ การทำความดี การบริจาค การช่วยเหลือผู้อื่น

อย่างไรก็ตาม คาดว่าในอีก 3-4 ปีข้างหน้า ระดับการทำซีเอสอาร์ในประเทศไทยจะกว้างมากขึ้น มีความเข้าใจเกี่ยวกับซีเอสอาร์มากขึ้น ว่าไม่ใช่เพียงการทำบุญที่แผ่ไปด้วยการทำประชาสัมพันธ์

หากตลาดในประเทศไทยจะเติบโตอย่างยั่งยืน และไม่ก่อให้เกิดวิกฤตขึ้นทั้งภายในจนกระทบ ไปต่างประเทศได้นั้น จะต้องเริ่มต้นโดยรัฐบาล รัฐบาลควรจะนำนโยบายการดำเนินธุรกิจอย่าง มีธรรมาภิบาลไว้ในนโยบายในการบริหารและ พัฒนา ประเทศ รวมถึงการดำเนินงานของรัฐบาลตามหลักซีเอสอาร์ให้เป็นตัวอย่างที่ดีต่อสังคมและองค์กรธุรกิจต่างๆ

การทำซีเอสอาร์ขององค์กรต่างๆ เริ่มต้นได้จากการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส ตรวจสอบได้ใน ทุกกระบวนการของการดำเนิน ธุรกิจ นอกจากนี้ การทำซีเอสอาร์ยังหมายถึงการไม่คอร์รัปชัน การดำเนินธุรกิจอย่างซื่อสัตย์สุจริตต่อองค์กร พนักงาน และ ผู้บริโภค

แต่แนวโน้มการทำซีเอสอาร์ของธุรกิจต่างๆ ที่เห็นกันอยู่ในปัจจุบัน มีทิศทางไปเพื่อการรักษา สิ่งแวดล้อม เพราะปัญหาโลกร้อน ได้ทวีความรุนแรงขึ้น จนองค์กร ประชากรโลก รัฐบาลตระหนักและให้ความสนใจ เนื่องจากทุกครั้งที่ประสบภัยพิบัติจาก ธรรมชาติ รัฐบาลต้องสูญเสียทรัพยากรสิน อย่างมหาศาลเพื่อกู้ชีวิตและทรัพยากรให้กลับมาเหมือนเดิม ประกอบกับเรื่องดังกล่าวเป็น สิ่งที่ประชากรโลก ปัจจุบันพูดถึง และอยู่ในใจคนมากที่สุด เพราะเป็นปัญหาที่ทุกคนอาจต้องเผชิญในปัจจุบันและอนาคต

เมื่อองค์กรนำปัญหาสิ่งแวดล้อมมาใช้แสดงการรับผิดชอบต่อสังคม ผลที่ได้รับคือองค์กรเป็นที่รู้จักมากขึ้น ไปพร้อมๆ กับ ภาพลักษณ์ที่ดี และการทำเพื่อสิ่งแวดล้อม

หลักการและบทสรุปของซีเอสอาร์อาจเปรียบเทียบกับสังคม หรือการดำเนินธุรกิจในตลาด อุดมคติที่ทุกอย่างเป็นไปอย่าง ถูกต้อง ซอบธรรม ไม่ก่อให้เกิดปัญหาทั้งผู้ผลิต ผู้บริโภค คนทำงาน

ที่สำคัญหากองค์กรเหล่านั้นไม่ปรับปรุงตัว เพื่อที่จะเป็นส่วนรวมในการรักษาสิ่งแวดล้อม ผู้บริโภค ก็ไม่เลือกซื้อสินค้าจาก บริษัทผู้ผลิตนั้นๆ แต่การ ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงธุรกิจต่างๆ ที่ประชาสัมพันธ์ออกมานั้น เมื่อไม่มีองค์กรกลางเข้าไปตรวจสอบว่า ค่ากล่าวขององค์กรต่างๆ นั้นเป็นจริงหรือไม่ ประโยชน์ที่จะได้รับจากการทำซีเอสอาร์จริงๆ ก็อาจจะได้ผลน้อย ดังนั้นคงต้องหัน กลับไปมองที่ผู้มีอำนาจในการสั่ง หรือรัฐบาลว่าถึงเวลาแล้วหรือยัง ที่จะนำหลักการซีเอสอาร์เป็นวาระแห่งชาติ

สำหรับข้อดีของการทำซีเอสอาร์ที่สามารถ ฝ่าวิกฤตได้นั้น เริ่มที่การปรับปรุงองค์กรภายใน ตั้งแต่ในเรื่องของบุคคลก่อน ซึ่ง คนทำงานในองค์กรทุกคนมีจุดมุ่งหมายไปในทิศทางเดียวกัน สามัคคีกัน ก็จะทำให้องค์กรก้าวไปข้างหน้าอย่างช้าแต่มั่นคง ไม่ มีการคอร์รัปชัน ไม่มีการทุจริต ลดความเห็น แก่ตัวเองเพื่อให้องค์กรทั้งองค์กรขับเคลื่อนไปได้

ต่อมาคือเรื่องของการทำธุรกิจอย่างสุจริต มีการจัดทำบัญชีอย่างโปร่งใสตรวจสอบได้ มีการเสียภาษีอย่างถูกต้องไม่มีการหลบ เลี่ยง

อีกอย่างหนึ่งคือความน่าเชื่อถือที่องค์กรจะได้รับจากประชาชน ผู้บริโภค และองค์กรอื่นๆ เช่น หากองค์กรที่มีการทำซีเอสอาร์ อย่างโปร่งใสหากต้องการกู้เงินจากธนาคารจะได้รับการอนุมัติอย่างง่ายดาย เพราะเป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับและน่าเชื่อถือ และการทำซีเอสอาร์ขององค์กรๆ หนึ่งนั้น ไม่จำเป็นต้องใช้เงินหรืองบประมาณมากมาย

ทั้งนี้ บริษัท ซีเอสอาร์ เอเชีย ได้จัดอันดับองค์กรธุรกิจในประเทศไทย มาเลเซีย สิงคโปร์ และ ฮองกง กว่า 80 บริษัทมาจัดอันดับ แบ่งอันดับออกเป็น 2 รูปแบบคือ อันดับในระดับประเทศ และ ระดับองค์กร พบว่า ฮองกง ติดอันดับ 1 ด้วย 51.8 คะแนน อันดับ 2 มาเลเซีย 35.8 คะแนน อันดับ 3 ไทย 30.55 คะแนน และอันดับ 4 สิงคโปร์ 29.9 คะแนน

ในแง่ของคะแนนเฉลี่ยสำหรับอันดับในระดับองค์กร บริษัทจากประเทศฮองกง ได้แก่ CLP (China Light and Power) และ HSBC ได้คะแนนสูงสุดที่ 92.7

ส่วนบริษัทที่ได้คะแนนสูงในประเทศไทย พบว่า บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย เป็นอันดับที่ 1 ในประเทศ ตามด้วย บริษัท ปตท.สำรวจและผลิต, บริษัท ปตท., บริษัท ปตท. อะโรเมติกส์และการกลั่น, บริษัท ไทยออยล์, บริษัท บ้านปู, บริษัท ผลิตไฟฟ้าราชบุรี โฮลดิ้ง, บริษัท ทำอากาศยานไทย, ธนาคารกรุงไทย และบริษัท เซ็นทรัลพัฒนา

สำหรับบริษัทที่ได้คะแนนน้อยที่สุดคือ บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ ตามด้วย บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น และบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส