

มองมุมใหม่



● **ดร.ดร.พสุ ไชยฉัตร**
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เปลี่ยน CSR จากกิจกรรม เป็นเป้าหมายหลัก ขององค์กรได้ไหม?

จากเหตุการณ์อุทกภัยในครั้งนี่ สิ่งที่น่าชื่นใจประการหนึ่งก็คือการช่วยเหลือจากคนไทยด้วยกันต่อผู้ประสบภัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์กรธุรกิจต่างๆ ที่ดูเหมือนว่าช่วงนี้จะไม่เห็นการทราวยุติหรือกำไร แต่เห็นที่จะตอบแทนสังคมและช่วยเหลือผู้ประสบภัยแทน ความตื่นตัวในกิจกรรม CSR ในช่วงน้ำท่วมนี้จากองค์กรต่างๆ จะมีกันอย่างมากและดูเหมือนว่าถ้าองค์กรไหนไม่มีกิจกรรม CSR ในเรื่องของน้ำท่วมออกมา ก็อาจจะเขยิบไปหน่อย ทั้งๆ ที่บางองค์กรดูแล้วก็ไม่แน่ใจเหมือนกันว่ากำลังทำ PR หรือ CSR?

อย่างไรก็ดีประเด็นของผมในสัปดาห์นี้ก็คือหลังภัยพิบัติแล้ว เราลองมาเปลี่ยนวิธีคิดเกี่ยวกับธุรกิจและ CSR กันใหม่เลยไหมครับ เพราะไหนๆ ปัจจุบันองค์กรต่างๆ ก็มีกิจกรรม CSR ของตนเองเป็นประจำอยู่แล้ว ลองเปลี่ยนแนวคิดในการบริหารองค์กรเสียใหม่จากการที่ CSR เป็นเพียงแค่งานหนึ่งที่ต้องทำไปเพื่อช่วยเหลือสังคม ให้กลายเป็นสาเหตุหนึ่งของการดำรงอยู่ขององค์กรได้ไหม? นั่นคือแทนที่องค์กรธุรกิจจะดำรงอยู่เพื่อรายได้ เพื่อสร้างมูลค่าหรือผลตอบแทนให้กับผู้ถือหุ้น ลองตั้งอีกโจทย์หนึ่งขึ้นมาได้ไหมครับว่าองค์กรธุรกิจก็ดำรงอยู่เพื่อเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ทางสังคมเช่นเดียวกัน

องค์กรธุรกิจส่วนใหญ่มีเป้าหมายหลักอยู่ที่กำไร ผลตอบแทน มูลค่าทางการเงินต่างๆ ดังนั้น ไม่ว่าจะเป็นกลยุทธ์หรือกิจกรรมต่างๆ ที่ทำก็เพื่อตอบสนองต่อเป้าหมายหลักดังกล่าว ถึงแม้ว่าองค์กรต่างๆ จะมีการทำกิจกรรม CSR กันอยู่เป็นประจำ แต่ก็ต้องยอมรับความจริงนะครับว่าการทำกิจกรรมเหล่านั้น ประเด็นหลักขององค์กรหลายแห่งอยู่ที่เรื่องของภาพลักษณ์และการประชาสัมพันธ์ (PR หรือ CSR?)

แทนที่องค์กรธุรกิจจะดำรงอยู่ เพื่อสร้างมูลค่าให้กับผู้ถือหุ้น ลองตั้งอีกโจทย์หนึ่งขึ้นมาว่า องค์กรธุรกิจก็ดำรงอยู่ เพื่อสังคมเช่นเดียวกัน

แต่ถ้าองค์กรธุรกิจสามารถกำหนดเป้าหมายหลักอีกประการหนึ่ง ซึ่งก็คือการทำเพื่อสังคมขึ้นมา นอกเหนือจากผลตอบแทนทางการเงินแล้ว สิ่งที่องค์กรจะทำและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นย่อมไม่ได้นำไปสู่เรื่องของการเงินหรือกำไรเพียงอย่างเดียวแล้ว แต่จะนำไปสู่เป้าหมายที่ยิ่งใหญ่กว่ากำไรนั่นคือสังคมที่ดีขึ้น ซึ่งการจะตั้งเป้าหมายหลักสองด้านในลักษณะคู่กันได้นั้น องค์กรก็จะ

ก็ต้องเปลี่ยนความคิดใหม่ซะครับ ถ้าเราจะ

ไม่ใช่เป็นผลลัพธ์สุดท้ายที่องค์กรธุรกิจต้องการแล้ว แต่จะกลายเป็นเพียงสิ่งหนึ่งที่จะทำให้ธุรกิจมั่นใจได้ว่าองค์กรจะมีการดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง

กรุงเทพธุรกิจ

Krungthep Turakij
Circulation: 145,530
Ad Rate: 1,500

Section: First Section/ทัศนวิจารณ์

วันที่: อังคาร 22 พฤศจิกายน 2554

ปีที่: 25

ฉบับที่: 8461

หน้า: 10(บนซ้าย)

Col.Inch: 56

Ad Value: 84,000

PRValue (x3): 252,000

คลิป: สีสี่

คอลัมน์: มองมุมใหม่: เปลี่ยน CSR จากกิจกรรม เป็นเป้าหมายหลักขององค์กรได้ไหม?

การเปลี่ยนวิธีคิดเกี่ยวกับการทำเพื่อสังคม จากการเป็นเพียงแค่งิจกรรมหนึ่งให้กลายเป็นเป้าหมายหลักที่สำคัญประการหนึ่งขององค์กรนั้นไม่ยากครับ **เริ่มต้นจากการกำหนดให้มีเป้าหมายร่วมของคนในองค์กรก่อน** ในอดีตนั้นเป้าหมายร่วมของคนในองค์กรมักจะหนีไม่พ้นเรื่องของกำไรหรือผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น ซึ่งมักจะนำไปสู่คำถามที่ผมพบเจอเสมอคือแล้วบุคลากรภายในองค์กรจะได้อะไร? เนื่องจากการทำงานอย่างหนักนั้น ผลสุดท้ายแล้วผู้ที่ได้รับประโยชน์ไปก็คือผู้ถือหุ้น แต่ถ้าองค์กรสามารถกำหนดเป้าหมายทางสังคมที่ชัดเจนและทำให้ทุกคนในองค์กรเห็นถึงคุณค่าและความสำคัญได้ สิ่งสำคัญที่ได้รับคือความตั้งใจและทุ่มเทของพนักงาน เนื่องจากคนทำงานทุกคนย่อมยินดีและอยากที่จะทำงานที่ก่อให้เกิดประโยชน์หรือคุณค่าแก่สังคมเป็นสำคัญมากกว่าทำงานไปเพื่อสร้างคุณค่าให้กับผู้ถือหุ้นเพียงไม่กี่ราย โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนรุ่นใหม่ที่จะเป็นกำลังสำคัญต่อไปในอนาคต

จากเหตุการณ์น้ำท่วมในครั้งนี้น่าทึ่งว่าท่านผู้อ่านอาจจะสังเกตเห็นนะครับว่ากลุ่มคนที่มีความกระตือรือร้นมากที่สุดกลุ่มหนึ่งในการช่วยเหลือผู้ประสบภัยผ่านทางกิจกรรมต่างๆ นั้นคือกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เป็นวัยรุ่นหรือกลุ่มที่เพิ่งเริ่มทำงานครับ โดยพวกคน Gen Y เหล่านี้จะให้ความสำคัญต่อการช่วยเหลือผู้อื่นและเป้าหมายทางสังคมเป็นอย่างมาก ในต่างประเทศนั้นผมเคยอ่านตัวอย่างหลายกรณีทีเวลาคน Gen Y เลือกสมัครงานกับบริษัทไหนก็ตาม สิ่งหนึ่งที่ดูคือ บริษัทนั้นมีค่านิยมหรือเป้าหมายทางด้านสังคมอย่างไร

ตัวอย่างเช่น **PepsiCo** ที่มองว่าเรื่องของสุขภาพกลายเป็นเป้าหมายหลักทางสังคมอย่างหนึ่งของเขา มีการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจนคือไม่ใช่เพียงแค่ **"fun for you"** แล้วแต่ต้อง **"good for you"** ด้วย และมีการตั้งหน่วยงานใหม่ชื่อ Global Nutrition Group และตำแหน่งใหม่ได้แก่ Chief Global Health Officer

จึงอยากจะฝากไว้ นะครับว่าไหนๆ ช่วงนี้บริษัทต่างๆ ทำ CSR กันเยอะแล้ว พอผ่านพ้นเหตุวิกฤตนี้ไปได้ ลองหันมาทบทวนปรัชญา พื้นฐานในการทำธุรกิจของท่านใหม่ได้ไหม ลองตั้งเป้าหมายทางสังคมของบริษัทขึ้นมาให้ชัดเจนครับ การทำธุรกิจนั้นในอนาคตอาจจะไม่ได้คำนึงถึงแต่กำไรเพียงอย่างเดียวแล้ว เป้าหมายทางสังคมก็ต้องควบคู่กันไปได้ อ้อลืมไปครับองค์กรการเมืองก็เหมือนกันนะครับ ไม่ใช่เพื่ออำนาจหรือผลประโยชน์เป็นหลักนะครับ เพื่อสังคมด้วย