

2555 คุณเห็นอะไรจาก CSR

ในปีนี้ SMEs น่าจะเป็นกลุ่มที่มีการตื่นตัว
และมีการพัฒนาให้เห็นอย่างเด่นชัด
ขอเพียงโอกาสให้ CSR ได้เกิดขึ้น



อนันตชัย ยूरประดม

ผู้อำนวยการสถาบันพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน

สิ่ง

ในปี 2554 เราปิดท้ายปลายปีด้วยภัยพิบัติน้ำท่วม ซึ่งได้ยกระดับสิ่งแวดล้อมให้กลายเป็นความเสี่ยงสำคัญทางเศรษฐกิจของประเทศเราไปเรียบร้อยแล้ว และพอมมาถึงต้นปี 2555 ก็มีเรื่องราวต่าง ๆ ให้ได้ลุ้นระทึกกันอีก ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง ด.ช.ปลาบู่ รวมถึงค่านายจากโทรจากราชของสำนักต่าง ๆ ถึงภัยพิบัติทั้งจากธรรมชาติและความขัดแย้งของมนุษย์ ฟังดูเหมือนว่าเรากลับยิ่งเร่งตัวเองให้เข้าไปสู่จุดอับเร็วมากขึ้น

สำหรับ CSR ที่ถูกมองว่าเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยชะลอให้มนุษย์ถึงจุดเสื่อมช้าลงได้นั้น วันนี้เราเห็นอะไรที่ส่งผลสะท้อนสะท้อนจนทำให้สังคมรู้สึกหรือเชื่อมั่นว่า CSR จะสามารถช่วยเราได้จริง

ในปีนี้อาจได้เห็นธุรกิจที่ได้รับการยกย่องและยอมรับถึงการเป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นองค์กรแห่งความยั่งยืน แต่นั่นไม่ได้เป็นเพราะการบริจาคขนาดใหญ่ หรือการมีโครงการเพื่อสังคมที่ใช้งบประมาณสูง หากแต่เป็นองค์กร

ที่สามารถบูรณาการความรับผิดชอบต่อสังคมเข้าไปขับเคลื่อนให้เกิดนวัตกรรมในกระบวนการและผลิตภัณฑ์ ที่ทั้งตอบสนองต่อความต้องการในแง่ของคุณภาพ และยังคงลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่มีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมได้อีกด้วย

เช่น ในธุรกิจขนาดใหญ่อย่าง Procter & Gamber ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมในผลิตภัณฑ์อย่างผงซักฟอกที่ไม่ต้องใช้น้ำร้อนก็สะอาดได้ ทำให้ลดการใช้พลังงานและการปลดปล่อยก๊าซ CO₂ หรือ SCG ที่มีวิสัยทัศน์ในการเป็นองค์กรที่เติบโตอย่างยั่งยืน มีการสร้างมาตรฐานสินค้าของตนเองภายใต้สัญลักษณ์ ecovalue ที่ต้องมีทั้งคุณสมบัติการใช้งานที่ดี และต้องสามารถ reuse recycle ได้จากกระบวนการผลิตหรือการใช้งาน

รวมถึงธุรกิจ SMEs ที่มีตัวอย่างที่ดี เช่น Nichi World, Wonder World ซึ่งมีการปลูกฝังให้พนักงานใส่ใจและคำนึงถึงความปลอดภัยของของเล่นจากการสัมผัสของเด็ก และการปลูกป่าทดแทนไม้ที่นำมาใช้เป็นวัตถุดิบ แม้จะเป็นไม้จากป่าเพื่อการพาณิชย์ก็ตาม หรือบริษัท อ่ำพลฟู้ดส์ ที่มีกระบวนการเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ากับกระบวนการในทุกขั้นตอน เพื่อนำไปสู่การพัฒนาด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น ซึ่งในปีนี้น่าจะเป็นกลุ่มที่มีการตื่นตัวและมีการพัฒนาให้เห็นอย่างเด่นชัด ขอเพียงโอกาสให้ CSR ได้เกิดขึ้น ได้ถูกรับรู้ในวงกว้าง ซึ่งก็น่าจะเป็นเช่นนั้น เพราะ

ปัจจุบันการผลักดันหลักการและแนวคิดที่ธุรกิจควรจะได้รับผิดชอบต่อสังคมอย่างไรบ้างนั้นก็ได้รับการแพร่หลายไปอย่างมาก

แต่ปัญหาสำคัญอีกอย่างหนึ่งคือธุรกิจเองได้ให้พยายามที่จะสร้างความเข้าใจถึง CSR ที่แท้ให้กับสังคมหรือไม่ เพราะหากพยายามเบี่ยงเบนว่า CSR คืองานโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การสร้างภาพลักษณ์ด้วยการสนับสนุนดูแลสังคมภายนอก “เพียงอย่างเดียว” นั้นอาจจะดูง่าย ทว่าก็อาจจะกลายเป็นดาบสองคมเช่นกัน เพราะปัจจุบันการตรวจสอบการสอดส่องพฤติกรรมต่าง ๆ สามารถทำได้ง่าย ความรับผิดชอบต่อสังคมที่ดีหรือไม่ดี จึงไม่ได้อยู่แต่ในชอกหลืบของสังคมอีกต่อไป โทรศัพท์มือถือเพียงหนึ่งเครื่องกับคลิปสั้น ๆ อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจขนาดใหญ่ได้สบาย ๆ หากคุณกระทำการใด ๆ ที่แสดงถึงการไม่รับผิดชอบต่อสังคม

ดังที่ Bernhart กับ Maher นักวิชาการด้าน CSR กล่าวไว้ว่า การบูรณาการความรับผิดชอบต่อสังคม คือการเปลี่ยนรูปเปลี่ยนร่าง มันช่วยให้เราสามารถเชื่อมจุดต่าง ๆ ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคม คุณภาพ การจัดซื้อจัดหา สุขภาพและความปลอดภัย การสื่อสาร และหน่วยต่าง ๆ ทุกหน่วยที่องค์กรเกี่ยวข้องเข้าด้วยกัน เพื่อที่จะเปลี่ยนแปลงไปสู่ความเข้มแข็งระหว่างกัน ซึ่งเรื่องนี้อาจจะแตกต่างจากมุมมองหรือแนวคิดเดิม ๆ ที่เคยมองว่า CSR เป็นเรื่องการสร้างกิจกรรมให้คนจดจำ การสร้างความแปลกใหม่และใช้งบประมาณสูง แต่เมื่อใดที่เราไม่ได้สร้างการเชื่อมโยงระหว่างกันให้เกิดขึ้นทั้งภายในองค์กรและภายนอก สิ่งที่สุดสูญเสียคือ โอกาส และสิ่งที่เราสร้างคือความเสี่ยงนั่นเอง