

รับผิดชอบต่อสังคม ทำไมพนักงานต้องร่วม

Happy Work Place

พิพพ สิริวรรณ
pimpom999@yahoo.com

ในวงสนทนาด้านความรับผิดชอบต่อสังคม เวลาพูดถึง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร ไม่ว่าจะเป็ภาคเอกชน หรือภาครัฐ มักจะเห็นตรงกันว่า ส่วนที่ต้องได้รับการดูแล เอาใจใส่ และห่วงใยจากองค์กร และมีความสำคัญมากที่สุด ก็คือ พนักงาน โดยระบุว่า หากองค์กรได้ใส่ใจพนักงาน และหากพนักงานมีความสุข การขับเคลื่อนกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนก็จะเกิดขึ้นได้

กระนั้นก็ตาม ในความเป็นจริง หลายครั้งเราได้ยินพนักงานของหลายองค์กร บ่นเปรยๆ ว่า องค์กรตัวเองว่าสร้างภาพ เพราะ แทนที่จะเอาสิ่งของ เครื่องใช้ อุปกรณ์กีฬา หรือเงินบริจาคมาให้ ลูกหลานพนักงานใช้ หรือให้ทุนลูกหลานพนักงานที่รับใช้องค์กรมานาน แต่กลับไม่ได้รับความสนใจดูแล ผู้บริหารกลับนำไปบริจาคให้เด็กด้อยโอกาส หรือโรงเรียนในต่างจังหวัด ขณะที่บางคนถึงกับตัดสินใจลาออกขององค์กรครั้งนี้ว่าไม่เข้าท่า

จากความจริงที่ดิฉันได้ยินมากับหูนี้ เชื่อว่า น่าจะเกิดจากการที่พนักงานไม่มีความเข้าใจในเจตนารมณ์ขององค์กรในเรื่องนี้ และไม่ได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ครั้งนี้ขององค์กร และอาจเป็นเพราะองค์กรตีความหมายความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นเพียงกิจกรรมการให้ การกุศล คือเมื่อมีกำไรก็ทำ และเป็นเรื่องของผู้บริหาร หรือฝ่ายใด ฝ่ายหนึ่ง ลงมติเห็นชอบ

เท่านั้น ขณะที่หลายแห่งเมื่อพูดถึงการสร้างการมีส่วนร่วมของพนักงาน ก็มักจะฟันธงว่าเป็นเรื่องยาก และเป็นไปไม่ได้ จ้างเอเยนซี หรือที่ปรึกษาภายนอกมาช่วยเป็นตัวกลางในการคุยจะง่ายกว่า

ท่ามกลางความไม่เข้าใจของทั้งส่วน คือผู้บริหารองค์กร และพนักงาน เชื่อว่าการทำเข้าใจและหาความรู้ในเรื่องนี้ น่าจะเป็นหนทางที่จะช่วยสร้างความปรองดองให้เกิดขึ้นในองค์กร และหันมาช่วยกันสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กรให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม

เมื่อเร็วๆ นี้ จากการเข้าร่วมฟังการเสวนาแลกเปลี่ยนระดมสมอง เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม ที่ ชุดโครงการส่งเสริมสุขภาวะขององค์กรด้วยยุทธศาสตร์ความรับผิดชอบต่อสังคม จัดขึ้น และสนับสนุนโดย สสส. ดิฉันขอแนะนำแนวคิดที่อาจารย์อนันตชัย ยूरประถม ผู้อำนวยกาสรสถาบันพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน ที่ได้พูดถึงความสำคัญของแต่ละบทบาทของพนักงานที่จะมีส่วนร่วมทำให้องค์กรได้ชื่อว่ามีคุณภาพรับผิดชอบต่อสังคม มาฝากให้ติดกันต่อค่ะ

“ในทุกเรื่องล้วนต้องให้พนักงานไปขับเคลื่อน อยางในมาตรฐาน ISO26000 ที่ได้มีการพูดถึงประเด็นที่องค์กรต้องดูแล 7 หมวด คือ รับผิดชอบต่อผู้บริโภค สิ่งแวดล้อม ธรรมชาติ ภูมิอากาศ และชุมชนมีการค้าธุรกิจอย่างเป็นธรรม ดูแลพนักงานและ

กิจกรรมการบริจาค
กิจกรรมจิตอาสา
กิจกรรมการตลาด ก็ล้วน
เป็นกิจกรรมที่จะต้อง
อาศัยพนักงาน

สิทธิมนุษยชน จะเห็นว่า คนที่เป็นคนขับเคลื่อนทั้ง 7 ประเด็นก็คือ “พนักงาน” คือพนักงานต้องดูแล ผู้บริโภค ดูแลสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมธรรมชาติ ดูแลชุมชน ปฏิบัติกับคู่ค้าด้วย พนักงานจึงเป็นส่วนที่สำคัญมาก

ขณะที่กิจกรรมการบริจาค กิจกรรมจิตอาสา กิจกรรมการตลาด ก็ล้วนเป็นกิจกรรมที่จะต้องอาศัยพนักงานเป็นแกนหมุดเหมือนกัน พนักงานจึงสมควรเป็นเป้าหมายที่องค์กรจะต้องไปดูแล เพื่อให้พนักงานสามารถเป็นผู้ส่งมอบคุณค่าความรับผิดชอบต่อสังคมไปยัง stakeholder อื่นๆ ต่อให้เราเเย่เย่นซีหรือที่ปรึกษา มาแต่เราก็ต้องให้เขามาปรึกษาให้พนักงานว่าทำอย่างไร ไม่ใช่ให้เขาทำให้พนักงาน ซึ่งต่างกัน”

สำหรับแนวทางในการดูแลพนักงาน เพื่อสร้างความสุขให้เกิดจากภายใน และถือเป็ความรับผิดชอบต่อสังคมให้กับพนักงานนั้น สำหรับ อาจารย์อนันตชัย แล้วไม่ได้หมายถึงการเอางักรยาน หรือทุนการศึกษา ที่ตั้งใจจะให้สังคม มาให้พนักงานแทน แต่หากหมายถึง

“การรับผิดชอบต่อทั้งในเรื่อง การจ้างงาน การพัฒนา การสร้างการมีส่วนร่วม การส่งเสริมสุขภาพ ความปลอดภัยสวัสดิการ หรือแม้แตการดูแลหลังเกษียณ ซึ่งหลายๆ องค์กรเริ่มมีการวางโครงการตรงนี้ได้ ทั้งนี้การดูแลในเชิง CSR ไม่ใช่ดูแลตามกฎหมายเท่านั้น แต่ต้องสามารถเชื่อมโยง ต่อองค์กร สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งเมื่อพนักงานได้รับการดูแล มีความสุข การขับเคลื่อนในทุกเรื่องเราก็อาศัยเขาได้เช่นกัน”

ถามว่าการดูแลรับผิดชอบต่อพนักงานให้มีความสุข จะเกี่ยวอะไรกับผลิตภัณฑ์บ้าง คำตอบอยู่ตรงนี้ค่ะ

“ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่า และดี จะต้องมาจากพนักงานที่ดีด้วย ซึ่งจะต้องมาจากการที่เราไปรับผิดชอบต่อพนักงาน ซึ่งเป็นศูนย์กลาง ของทุกเรื่อง ซึ่งปัจจุบันผู้บริโภคมีความตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น คนกลุ่มนี้จะบริโภคอะไรไม่ได้มองแค่ ประโยชน์ใช้สอยเพียงอย่างเดียว แต่เขาจะถามว่าที่มาที่ไปของ มาจากการกดขี่ข่มเหงใครหรือเปล่า”

สำหรับองค์กรที่มีนโยบายสร้างสุขในองค์กร และเห็นผลลัพธ์จากการรับผิดชอบต่อพนักงาน ขอเชิญอยากแบ่งปันเรื่องราวดีๆ มาได้ที่ pimpom999@yahoo.com