



# DNA CSR แบบไทยๆ ตามกระแสโลก

## บทที่ 1

### ความสำคัญและพัฒนาการของซีเอสอาร์โลก

ดร.วราพรรณ เอื้ออากรณ

ต่อ จากฉบับที่แล้ว

**พัฒนาการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร  
ในศตวรรษที่ 2000**

ในเดือนกรกฎาคม ค.ศ.2000 ได้มีประกาศเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างเป็นทางการที่สำนักงานใหญ่สหประชาชาติ นครนิวยอร์ก The UN Global Compact นี้มีลักษณะเป็นกรอบที่ส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืน ด้วยความเป็นพลเมืองดีของธุรกิจที่มีผู้นำที่สร้างสรรค์ และยอมรับพันธะสัญญาของ Global Compact ด้วยความสมัครใจ ดังนั้น Global Compact จึงไม่เป็นเครื่องมือในการกำกับควบคุมธุรกิจ และไม่เป็นจรรยาบรรณที่มีผลผูกมัดทางนิตินัยและไม่เป็นเครื่องมือให้ธุรกิจใช้เป็นตราแสดงความเป็นพลเมืองดีโดยไม่ต้องทำการใดเลย ปัจจุบันมีองค์กรธุรกิจเป็นสมาชิกของ UN

Global Compact แล้ว 1,861 องค์กร (รายละเอียดใน [www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org))

ตั้งแต่ปี ค.ศ.2000 กระแสของโลกในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนี้ เริ่มเข้มข้นจริงจังและรุนแรงขึ้น OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development) ซึ่งได้แก่องค์กรของประเทศร่ำรวยที่สุดของโลกได้ออกแนวปฏิบัติสำหรับบริษัทข้ามชาติ (Guidelines for MNE's - revision 2000) อันที่จริงแนวปฏิบัติสำหรับบริษัทข้ามชาตินี้มีมาตั้งแต่ปี ค.ศ.1976 แล้ว และก็มีการแก้ไขเล็กๆ น้อยๆ มาตลอด ในปี ค.ศ.2000 มีการแก้ไขครั้งใหญ่โดยนำเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรใส่เข้าไปเต็มตัวอย่างเข้มข้น และจริงจัง แนวปฏิบัตินี้เสนอแนะให้บริษัทข้ามชาติมี

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร และไม่เพียงเท่านั้น ยังเสนอให้บรรษัทข้ามชาติติดต่อกับคู่ค้าทั่วโลกเฉพาะที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (สิตางค์ สุนทรโรหิต, 2550: 4)

ดังนั้น “OECD - Consensus” ที่ใช้เรียก OECD Guidelines for MNE's - Revision 2000 ระบุถึงพฤติกรรมของธุรกิจที่พึงประสงค์ใน 7 เรื่องด้วยกัน คือ 1) การจ้างงานและแรงงานสัมพันธ์ 2) สิทธิมนุษยชน 3) สิ่งแวดล้อม 4) การเปิดเผยข้อมูล 5) การแข่งขัน 6) การเสียภาษีที่ถูกต้อง 7) การถ่ายทอดวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี แนวปฏิบัติดังกล่าวไม่ได้เป็นเพียงข้อเสนอแนะให้บรรษัทข้ามชาติมีความรับผิดชอบต่อสังคมเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการเสนอแนะให้บรรษัทข้ามชาติติดต่อกับคู่ค้าอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมด้วย เพราะฉะนั้น ธุรกิจที่ไม่มีการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น การสร้างปัญหาต่อสิ่งแวดล้อม มีปัญหาเรื่องการใช้จ่ายเงินของบริษัทเหล่านี้จะไม่สามารถส่งสินค้าไปขายให้บรรษัทข้ามชาติหรือในประเทศ OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development) ได้ (มอง CSR ผ่านสายตา “ฟิลิป คอตเลอร์”. คอลัมน์ CSR in Movement, ประชาชาติธุรกิจ 4 กรกฎาคม 2548)

ในขณะเดียวกัน ก็เริ่มมีข้อเรียกร้องมากต่อนักธุรกิจให้คำนึงถึงปัญหาสังคม และปัญหาสิ่งแวดล้อมด้วยเช่นกัน ไม่ใช่ทำแต่กำไร โดยไม่ใส่ใจต่อปัญหาดังกล่าว โดยมีคำที่ใช้เรียกกันคือ “Corporate Citizenship” หรือ “Responsible Corporate Citizenship” หรือ “Corporate Social Responsibility” แปลเป็นไทยได้ว่า “ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร” หรือเรียกกันย่อๆ ว่า “CSR”

ดังนั้น CSR หรือ Corporate Social Responsibility ซึ่งแปลเป็นภาษาไทยได้ว่า “ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร” ยังไม่มีคำนิยามสากลที่เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไป รวมทั้งยังไม่มีนิยามที่ชัดเจนสำหรับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ดังนั้น องค์ประกอบหรือขอบเขตของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรจึงไม่ชัดเจนนัก จากเอกสารการอบรมในหลักสูตรความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของธนาคารโลกระบุว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรควรมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้ 1) สิ่งแวดล้อม 2) แรงงาน 3) สิทธิมนุษยชน 4) การมีส่วนร่วมกับชุมชน 5) มาตรฐานการดำเนิน



ธุรกิจ 6) ตลาด และความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในความหมายที่กว้างออกไป ก็รวมประเด็นต่างๆ เหล่านี้ด้วย 7) การพัฒนาองค์กร และการพัฒนาเศรษฐกิจ 8) สุขอนามัย 9) การศึกษา และการพัฒนาภาวะผู้นำ 10) การบรรเทาสาธารณภัย

อันที่จริงธุรกิจไทยส่วนหนึ่ง โดยเฉพาะกลุ่มที่ส่งออกอาหารไปยุโรป จะถูกบังคับด้วยกฎกติกาต่างๆ มากมาย ไม่ว่าจะเป็นเรื่องสิ่งแวดล้อม สวัสดิการแรงงาน หรือแม้กระทั่งการปฏิบัติต่อสัตว์ที่เข้าโรงฆ่าสัตว์ (Animal Welfare) บริษัทเหล่านี้มีการดำเนินการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรอยู่แล้ว แต่อาจไม่รู้ตัวหรือไม่รู้จักคำว่าความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรด้วยซ้ำไป

นอกจากกระแสด้านลบที่มาบีบบังคับองค์กรต่างๆ ในประเทศไทยผ่านกฎกติกาของผู้ซื้อสินค้า และบริการแล้ว ก็ยังมีกระแสด้านบวกซึ่งมาจากแวดวงการเงิน นั่นคือกระแส “SRI” ที่ย่อมาจากคำว่า “Socially Responsible Investment” หรือ “Sustainable and Responsible Investment” นั่นคือ “การลงทุนที่รับผิดชอบต่อสังคม” หรือ “การลงทุนที่รับผิดชอบต่อสังคมและยั่งยืน” สมัยก่อนเราอาจเคยได้ยินคำว่า Green Funds สมัยนี้คำนี้ค่อยๆ หายไป แต่กลายเป็น SRI FUNDS หรือ ETHICAL FUNDS แทน

แท้ที่จริง SRI ซึ่งเป็นคำใหม่ แต่มีรากฐานยาวนานนับตั้งแต่ทศวรรษที่ 1920 สมัยนั้นเป็นความเคลื่อนไหวทางด้านจริยธรรม จากแวดวงคนเคร่งในศาสนา ที่หลีกเลี่ยงการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการพนัน และของมีนเมา เช่น บุหรี่ และเหล้า ตอนนั้นเรียกกันว่า Ethical Investment



ปัจจุบันในสหรัฐอเมริกา 1 ใน 8 ของเงินที่ลงทุนในกองทุนประเภทต่างๆ เป็นเงินที่ลงทุนใน SRI - funds ซึ่งมีจำนวนถึง 2.2 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีจำนวนกองทุนทั้งหมด 192 กองทุน (ข้อมูล ณ สิ้นปี ค.ศ.2001) เป็นที่คาดกันว่าในแคนาดายังมีอีก 38.2 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ในสหราชอาณาจักรมีเงินอีก 6 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ที่ลงทุนใน SRI Funds จำนวน 67 กองทุน และยังมีอีก 250 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ที่เป็นเงินใน portfolios ต่างๆ ที่มีนโยบาย SRI โดยในประเทศที่เหลือของยุโรปมี SRI Funds ประมาณ 10 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ในแถบเอเชีย - แปซิฟิกมีออสเตรเลียที่มีเงินประมาณ 14.3 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ที่เป็น SRI Funds (รวมเงินของโบสถ์ด้วยแล้ว) ในญี่ปุ่นมีประมาณ 1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ประเทศที่เหลือของเอเชียอีกประมาณ 1.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

โดยรวมทั่วโลกในปัจจุบันมีเงินประมาณ 2.5 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ ที่พร้อมที่จะลงทุนในธุรกิจที่มี ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร และเงินจำนวนนี้มีแนวโน้มเติบโตอย่างรวดเร็วมาก ในช่วงปี 1995-2001 อัตราการเจริญเติบโตของ SRI Funds ในสหรัฐอเมริกา อยู่อัตราเฉลี่ยร้อยละ 22 ต่อปี ในสหราชอาณาจักรโตเฉลี่ยร้อยละ 49 ต่อปี

ทั้งนี้ หลักการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรสามารถสรุปได้สั้นๆ ด้วยคำกล่าวของ Bjorn Stigson ประธานสภาธุรกิจโลก เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (World Business Council for Sustainable Development หรือ WBCSD) ที่ว่า **“ธุรกิจไม่สามารถประสบความสำเร็จได้ในสังคมที่ล้มเหลว” (Business cannot succeed in a society that fails)**

ความตระหนักที่เพิ่มขึ้นในศตวรรษที่ 21 คือ ความต้องการที่เพิ่มขึ้นในกระบวนการ และการกระทำที่มีจริยธรรมทางธุรกิจที่มากขึ้นที่รู้จักกันว่าหลักจริยธรรม พร้อมๆ กับความกดดันต่ออุตสาหกรรมในการปรับปรุงจริยธรรมทางธุรกิจผ่านการริเริ่มจากสาธารณชน และกฎหมาย อาทิเช่น ภาษีเงินได้ที่สูงขึ้นสำหรับรถยนต์ที่ปล่อยไอเสียมาก

ในประเทศอังกฤษ รายงานจาก Giving USA ระบุว่า องค์กรแสวงหาได้มีการบริจาคเพื่อการกุศลเพิ่มขึ้นจาก 9.6 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 1999 โดยประมาณเป็น 12.19 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2002 (Kotler and Lee, 2005)

Cone/Roper's Executive Study ในปี 2000 สสำรวจทัศนคติขององค์กรในเรื่องของการกำหนดประเด็นเพื่อบริการสังคมพบว่า ร้อยละ 69 ของบริษัทที่สำรวจมีแผนการที่จะเพิ่มพันธกิจด้านบริการสังคมในอนาคต (Kotler and Lee, 2005)

## บทสรุป

จากที่กล่าวมาข้างต้น เห็นได้อย่างชัดเจนถึงกระแสของการพัฒนาที่ยั่งยืนในสังคมโลก ซึ่งปัจจุบันกระแสของการดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของความคิดที่เน้นผลกำไรเป็นเป้าหมายสูงสุดของการดำเนินธุรกิจได้เริ่มอ่อนแรงลง ระบบเศรษฐกิจที่ยึดถือความคิดนี้เป็นความคิดหลัก จะทำให้ธุรกิจแสวงหากำไรโดยละเลยต่อศีลธรรม จริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม ในทางกลับกัน **กระแสที่เริ่มชัดเจน และทวีความสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ ได้แก่ แนวความคิดที่ว่าผลสำเร็จนั้นไม่สามารถวัดจากเพียงผลประกอบการ หากองค์กรธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนนั้นจะต้องสามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของสังคมที่มีต่อองค์กรด้วย** เนื่องจากธุรกิจที่เอาใจเอาเปรียบนั้นก็ไม่สามารถอยู่ได้ หากได้รับการต่อต้านจากชุมชน และสังคมซึ่งเป็นผู้บริโภค ดังนั้น **“ความรับผิดชอบต่อสังคม”** จึงเป็นเรื่องที่สำคัญ และจำเป็นที่ภาคธุรกิจต้องใส่ใจ และพัฒนาธุรกิจของตนเองบนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อให้ธุรกิจ และสังคมสามารถพัฒนาเติบโตไปด้วยกันได้อย่างยั่งยืน