

DNA CSR

ต่อเนื่อง จากฉบับที่แล้ว

แบบไทยๆ ตามกระแสโลก บทที่ 12 ทิศทางและแนวโน้มการดำเนินกลยุทธ์ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ในประเทศไทย

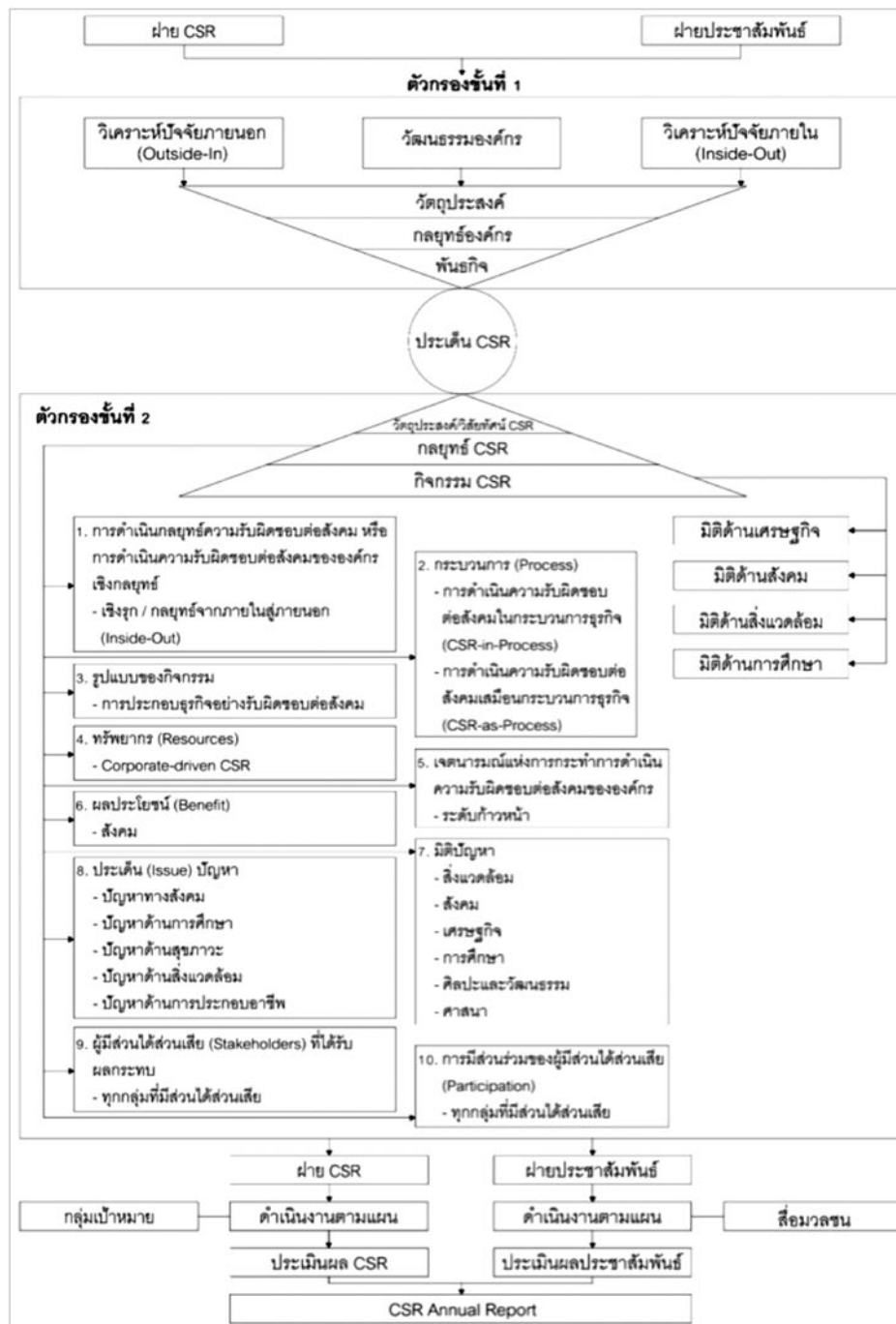
ดร.วราพรรณ เอิ้อากรณ์



นอก จากนี้ จากการศึกษาวิเคราะห์ “กลยุทธ์การบริหารจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ” (สุเมธ กาญจนพันธุ์, 2551) ผู้วิจัยพบว่า กระบวนการดำเนินเชิงกลยุทธ์ ควรเริ่มจากการสร้างกลยุทธ์ซึ่งเกี่ยวข้องด้วยการนำพันธกิจและเป้าหมายขององค์กรมาพิจารณาประกอบการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กร (Inside-out) ที่เน้นการหาจุดแข็ง วัฒนธรรมองค์กร และสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร (Outside-in) โดยเน้นกระแสนิยม และแรงกดดันจากกลุ่มทางสังคม ในประเด็นปัญหาต่างๆ มาสร้างเป็นกลยุทธ์การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท โดยแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในประเทศไทยต้องมีการคำนึงถึงแนวคิดการพัฒนากลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในประเทศไทยทั้ง 10 แนวทาง อันจะนำไปสู่การวางเป้าหมาย และแนวทางในการ

ดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ และแนวคิดในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนนั้นก็จะทำหน้าที่เป็น “ตัวกรอง” ความคิดในลำดับต่อมา เพื่อให้องค์กรธุรกิจสามารถนำความคิด และกิจกรรมที่ได้ไปประยุกต์ และปฏิบัติใช้เพื่อให้เกิดผลครอบคลุมทั้ง 4 มิติ ไม่ว่าจะเป็นมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และการศึกษา มีการคัดกรองว่าจะสามารถทำกิจกรรมได้บ้างที่จะสามารถสร้างคุณค่า และเกิดผล โดยตัวคัดกรองทั้ง 2 ขั้นตอนดังกล่าว จะทำให้องค์กรธุรกิจสามารถนำไปปรับใช้สำหรับเป็นแนวทางในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจต่อไป ที่สามารถทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมายตามพันธกิจที่กำหนดไว้

แผนภูมิที่ 22 แบบจำลองการดำเนินกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในประเทศไทย
(พัฒนาจาก สุเมธ กาญจนพันธุ์, 2551)



ข้อเสนอแนะในการดำเนินกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในประเทศไทย

1. การดำเนินกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในประเทศไทย ต้องมีการกำหนดพันธกิจ และวิสัยทัศน์ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรให้ชัดเจน จากการวิเคราะห์ทั้งจากปัจจัยภายใน และภายนอกองค์กรอย่างเป็นระบบ และด้วยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ทั้งองค์กร โดยการนำแนวคิดการพัฒนากลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในประเทศไทยทั้ง 10

แนวทาง มาประยุกต์ในกระบวนการพัฒนาเชิงกลยุทธ์ ดังนี้ 1. การดำเนินกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคม หรือการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเชิงกลยุทธ์ (เชิงรุก Inside-out) 2. กระบวนการ (Process) (2.1 CSR-in-process, 2.2 CSR-as-process) 3. รูปแบบของกิจกรรม (การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม) 4. ทรัพยากร (Resources) (Corporate-driven CSR) 5. เจตนารมณ์แห่งการกระทำการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (ระดับก้าวหน้า) 6. ผลประโยชน์ (Benefit) (สังคม) 7. มิติ

ปัญหา (สิ่งแวดล้อม สังคม เศรษฐกิจ การศึกษา ศิลปะและวัฒนธรรม ศาสนา) 8. ประเด็น (Issue) ปัญหา (ปัญหาทางสังคม ปัญหาด้านการศึกษา ปัญหาด้านสุขภาพ ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ปัญหาด้านการประกอบอาชีพ) 9. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ที่ได้รับผลกระทบ (ทุกกลุ่มที่มีส่วนได้ส่วนเสีย) 10. การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Participation) (ทุกกลุ่มที่มีส่วนได้ส่วนเสีย)

การดำเนินงานทางด้านการรับผิดชอบต่อสังคมนั้น จะต้องเป็นกระบวนการในการดำเนินงานภายใต้การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ขององค์กรทั้งระบบเพื่อประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวม ไม่ใช่เพียงแค่หวังผลเพื่อสร้างภาพลักษณ์เท่านั้น และควรทำต่อเนื่องในระยะยาว มีเป้าหมาย แนวทางที่ชัดเจน จึงจะทำให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่แท้จริง

2. การดำเนินกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในประเทศไทย บริษัทต้องคำนึงถึง Quadruple Bottom Line อันประกอบด้วย มิติด้านเศรษฐกิจ มิติด้านสังคม มิติด้านการศึกษา และมิติด้านสิ่งแวดล้อม เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศกำลังพัฒนา จึงต้องให้ความสำคัญทางมิติด้านการศึกษาด้วย เพื่อพัฒนาประชากรของประเทศให้มีความรู้ และคุณภาพ

3. การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในระดับมหภาค

คือ ทั้งภายในองค์กรตั้งแต่ระดับพนักงาน จนถึงภายนอกองค์กรคือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย และประชาชน เพื่อสร้างให้เกิดจิตสำนึกที่ดีร่วมกันในสังคม

4. บริษัท และทุกภาคส่วนในสังคมต้องช่วยกันสร้างการรับผิดชอบต่อสังคมของแต่ละบุคคล (Individual Social Responsibility: ISR) ให้เกิดเป็นจิตสำนึกที่ดีในแต่ละเอกัตบุคคล เมื่อสำนึกคนในสังคมดี สังคม และประเทศชาติก็จะดีขึ้นด้วยในที่สุด

5. รัฐบาล และหน่วยงานเอกชน รวมทั้งคณะกรรมการหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยต้องร่วมกันวางแผนในการพัฒนาการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมของหน่วยงานรัฐบาลและเอกชนในประเทศไทย ด้วยการออกกฎหมายที่ต่างๆ เพื่อที่จะช่วยส่งเสริมและสนับสนุนให้ทุกภาคส่วนในสังคมหันมาช่วยกันแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทเพื่อประโยชน์ต่อสังคมอย่างแท้จริง อาทิ การจัดตั้งดัชนีการลงทุนทางด้านการรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Investment: SRI) ซึ่งเป็นการลงทุนที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและโลก รวมทั้งยังมีอัตราการเติบโตสูงอีกด้วย การลดภาษีให้แก่บริษัทที่รับพนักงานพิการเข้าทำงาน หรือมีโครงการที่ช่วยเหลือสังคมอย่างแท้จริง เป็นต้น

อ่านต่อฉบับหน้า

