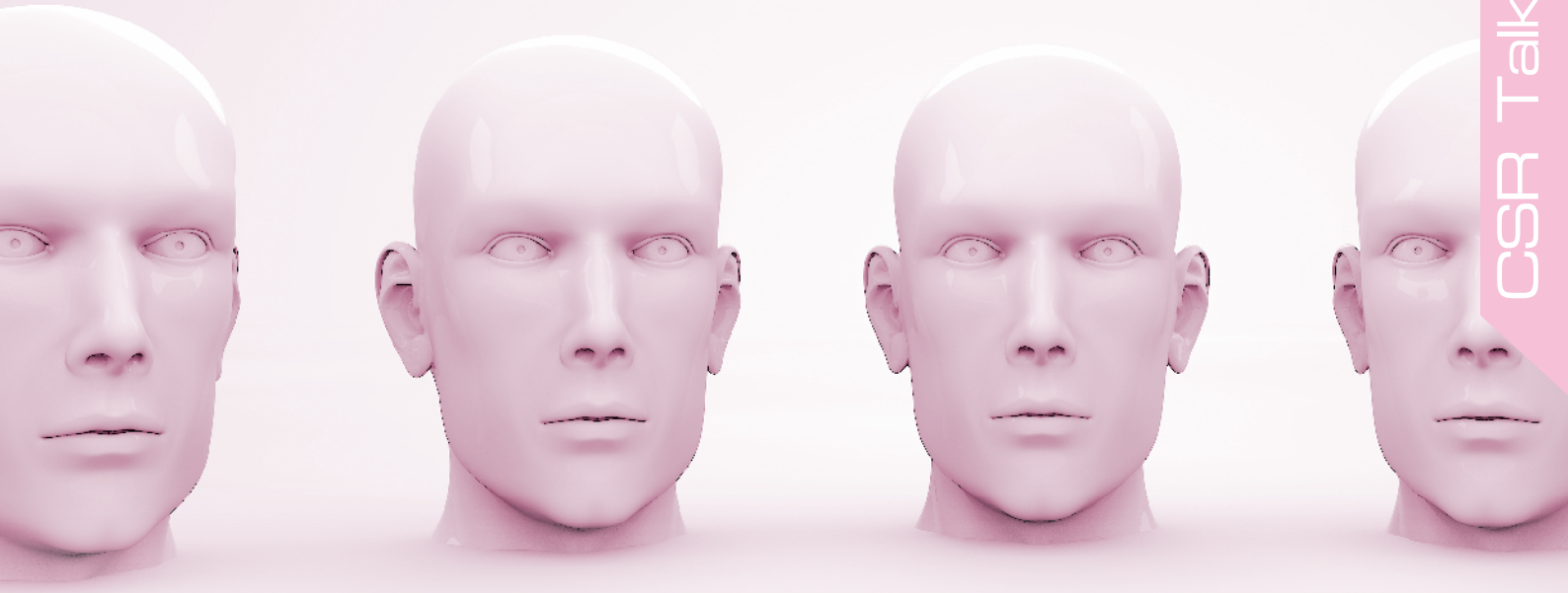


DNA CSR แบบไทยๆ ตามกระแสโลก

บทที่ 5
ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

ดร.วรพรรณ เอื้ออาภรณ์

ต่อ จากฉบับที่แล้ว

คำนิยามเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม

"ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร" หรือความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนั้น หมายถึงการดำเนินธุรกิจภายใต้หลักจริยธรรม และการกำกับที่ดีควบคู่ไปกับการใส่ใจ และดูแลรักษาสังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน" (คณะกรรมการการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2551)

"ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร" หรือบรรษัทบริบาล หมายถึง การดำเนินกิจกรรมภายใน และภายนอกองค์กร ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมทั้งในระดับใกล้ (ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับองค์กร เช่น ลูกค้า คู่ค้า ครอบครัว พนักงาน ชุมชนท้องถิ่นที่องค์กรตั้งอยู่) และระดับไกล (ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กรทางอ้อม เช่น คู่แข่งขันทางธุรกิจ ประชาชนโดยทั่วไป) ด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรหรือทรัพยากรจากภายนอกองค์กร ในอันที่จะทำให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข (สถาบันไทยพัฒน์ของประเทศไทย, 2551)

หากพิจารณาแยกเป็นรายคำศัพท์ คำว่า Corporate มุ่งหมายถึงกิจการที่ดำเนินไปเพื่อแสวงหาผลกำไร ส่วนคำว่า Social ในที่นี้ มุ่งหมายถึงกลุ่มคนที่มีความสัมพันธ์กันหรือมีวิถีร่วมกัน ทั้งโดยธรรมชาติหรือโดยเจตนา รวมถึงสิ่งมีชีวิตอื่น และสิ่งแวดล้อมที่อยู่รายรอบประกอบ และคำว่า Responsibility มุ่งหมายถึงการยอมรับผลในกิจการที่ได้ทำลงไปหรือที่อยู่ในความดูแลของกิจการนั้นๆ ตลอดจนการรับภาระหรือเป็นธุระดำเนินการป้องกัน และปรับปรุงแก้ไขผลที่ไม่ดี รวมถึงการสร้างสรรค์ และบำรุงรักษาผลที่ดีซึ่งส่งผลกระทบไปยังผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ

แผนภูมิที่ 6 ลำดับชั้นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระดับต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (ซีเอสอาร์. [ออนไลน์]. 2551. *ที่มา: http://www.thaicsr.com. [2551, ตุลาคม 1])*

คำว่า **กิจกรรม** ในความหมายข้างต้น หมายรวมถึง การคิด การพูด และการกระทำ ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่ การวางแผน การตัดสินใจ การสื่อสารประชาสัมพันธ์ การบริหารจัดการ และการดำเนินงานขององค์กร

สังคมในความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการจะมุ่งไปที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนอกองค์กร ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ระดับ ได้แก่ สังคมใกล้ และสังคมไกล

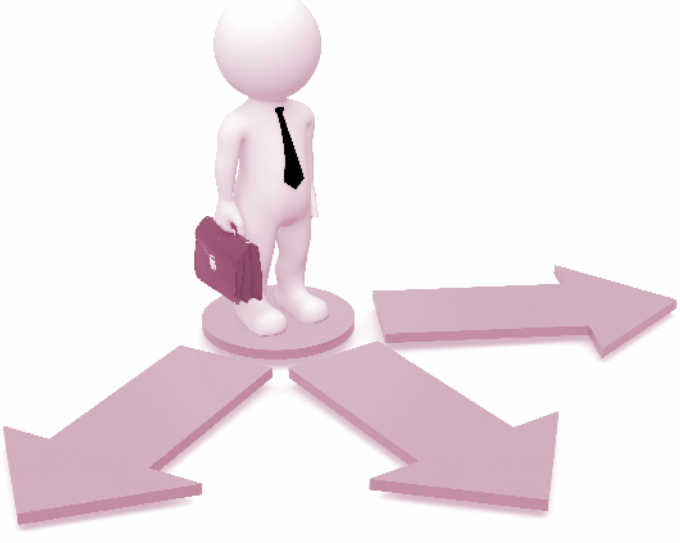
สังคมใกล้ คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องใกล้ชิดกับองค์กรโดยตรง ได้แก่ ลูกค้า คู่ค้า ครอบครัวของพนักงาน ชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่ ซึ่งรวมถึงสิ่งแวดล้อมหรือระบบนิเวศ

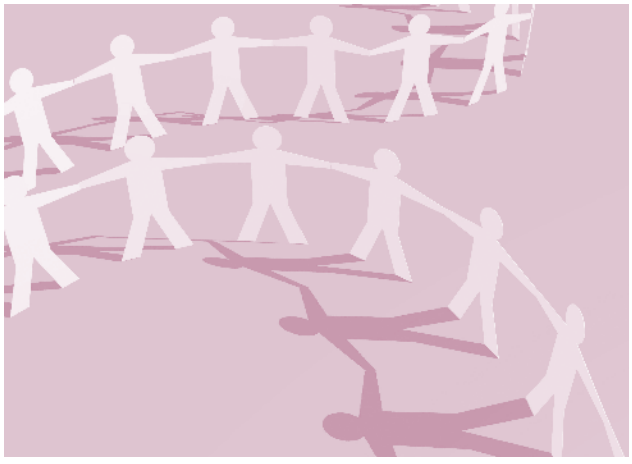
สังคมไกล คือ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรโดยอ้อม ได้แก่ คู่แข่งขันทางธุรกิจ ประชาชนทั่วไป เป็นต้น

ใน**ระดับของลูกค้า** ตัวอย่างความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ ได้แก่ การสร้างผลิตภัณฑ์ที่เน้นคุณค่ามากกว่ามูลค่า ความรับผิดชอบในผลิตภัณฑ์ต่อผู้บริโภค การให้ข้อมูลขององค์กรและตัวผลิตภัณฑ์อย่างเพียงพอ และอย่างถูกต้องเที่ยงตรง มีการให้บริการลูกค้าอย่างตรงไปตรงมา เป็นต้น

ใน**ระดับของคู่ค้า** ตัวอย่างความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ ได้แก่ การแบ่งปันหรือการใช้ทรัพยากรร่วมกันหรือการรวมกลุ่มในแนวดิ่งตามสายอุปทาน ความรอบคอบระมัดระวังในการผสานประโยชน์อย่างเป็นธรรม ไม่เอารัดเอาเปรียบต่อคู่ค้า เป็นต้น

ใน**ระดับของชุมชน และสภาพแวดล้อม** ตัวอย่างความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ ได้แก่ การสงเคราะห์เกื้อกูลชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่ การส่งเสริมแรงงานท้องถิ่นให้มีโอกาสในตำแหน่งงานต่างๆ ในองค์กร การสนับสนุนแนวทางการระแวดระวังในการดำเนินงานที่อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การเปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานที่อาจส่งผลกระทบต่อชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่ และการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างปกติสุข เป็นต้น





ใน**ระดับของประชาสังคม** ตัวอย่างความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ ได้แก่ การสร้างความร่วมมือระหว่างกลุ่มหรือเครือข่ายอื่นๆ ในการพัฒนาสังคม การตรวจตราดูแลมิให้กิจการเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับการล่วงละเมิดสิทธิมนุษยชน การรับฟังข้อมูลหรือทำประชาพิจารณ์ต่อการดำเนินกิจการที่ส่งผลกระทบต่อสังคมโดยรวม และการทำหน้าที่ในการเสียภาษีอากรให้รัฐอย่างตรงไปตรงมา เป็นต้น

ใน**ระดับของคู่แข่งขันทางธุรกิจ** ตัวอย่างความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ ได้แก่ การดูแลกิจการมิให้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการแข่งขันด้วยวิธีการทุ่มตลาด การดำเนินงานในทางต่อต้านการทุจริต รวมทั้งการกรรโชก และการให้สินบนในทุกรูปแบบ เป็นต้น

บทสรุป

ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่มีขึ้นของแต่ละหน่วยงานจะแตกต่างกัน แต่เนื้อหาใจความหลักเป็นการบ่งบอกถึงประเด็นหลักๆ 3 ประเด็น คือ ประเด็นแรก ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร คือ เรื่องของการดูแลรับผิดชอบต่อสังคมที่อยู่รอบตัวขององค์กร ทั้งในระดับใกล้ และระดับไกล ประเด็นที่สอง ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ต้องเป็นกิจกรรมที่องค์กรให้คำมั่นกับตัวเองว่าจะทำอย่างต่อเนื่อง (Continuing Commitment) และประเด็นสุดท้าย ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็นกิจกรรมที่องค์กรสนับสนุนอย่างเต็มที่ เต็มกำลัง เพื่อให้ธุรกิจ และสังคมพัฒนาไปพร้อมๆ กัน เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน

อ่านต่อฉบับหน้า