

ชื่อหนังสือ CSR ที่แท้

ผู้เขียน ดร.โสภณ พรโชคชัย

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของหอสมุดแห่งชาติ

ดร.โสภณ พรโชคชัย

CSR ที่แท้ – กรุงเทพฯ : มูลนิธิประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย  
ไทย, 2557.144 หน้า

1. การบริหารธุรกิจ. I. ชื่อเรื่อง.

658

ISBN 978-616-91555-2-2

- จัดพิมพ์ มูลนิธิประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย  
10 ถ.นนทรี ยานนาวา กรุงเทพมหานคร 10120  
โทร. 0.2295.3171 โทรสาร 0.2295.1154  
www.thaiappraisal.org Email: info@thaiappraisal.org
- พิมพ์ ครั้งที่ 1, กรกฎาคม 2551 ครั้งที่ 2, สิงหาคม 2551  
ครั้งที่ 3, พฤศจิกายน 2551 ครั้งที่ 4, กรกฎาคม 2552  
ครั้งที่ 5, มีนาคม 2553 จำนวน 2,000 เล่ม (ปรับปรุงใหม่)  
ครั้งที่ 6, กุมภาพันธ์ 2557 จำนวน 2,000 เล่ม (ปรับปรุงใหม่)
- พิมพ์ที่ บริษัท ส. วีรัชการพิมพ์ (1996) จำกัด  
33/2-3 ถ.นนทรี กรุงเทพมหานคร 10120
- จัดจำหน่ายโดย มูลนิธิประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย  
10 ถ.นนทรี ยานนาวา กรุงเทพมหานคร 10120
- ราคา 100 บาท

หนังสือนี้จัดพิมพ์เพื่อเผยแพร่ความรู้สู่สังคมตามหลักการที่ว่าด้วย "Knowledge Is Not Private Property" โดยจัดส่งไปตามห้องสมุดต่างๆ รายได้โดยไม่หักค่าใช้จ่ายใดๆ ของการขายหนังสือนี้ มอบให้แก่มูลนิธิประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย เพื่อใช้จ่ายในการพัฒนาวิชาชีพประเมินค่าทรัพย์สินและอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย

CSR ที่แท้  
เป็นอย่างไร  
ทำกันอย่างไร

CSR เทียม  
เป็นการโฆษณาชวนเชื่ออย่างไร  
เป็นการบิดเบือนเจตนาธรรมณ์อย่างไร

คนรับผิดชอบทำ CSR ควรรู้  
และปฏิบัติให้ถูกต้องตามมาตรฐานสากล  
ผู้บริหาร ลูกค้า และประชาชนก็ควรรู้  
เพื่อช่วยกันดูแลสังคม และ  
ควบคุมวิสาหกิจให้อยู่ในทำนองคลองธรรม

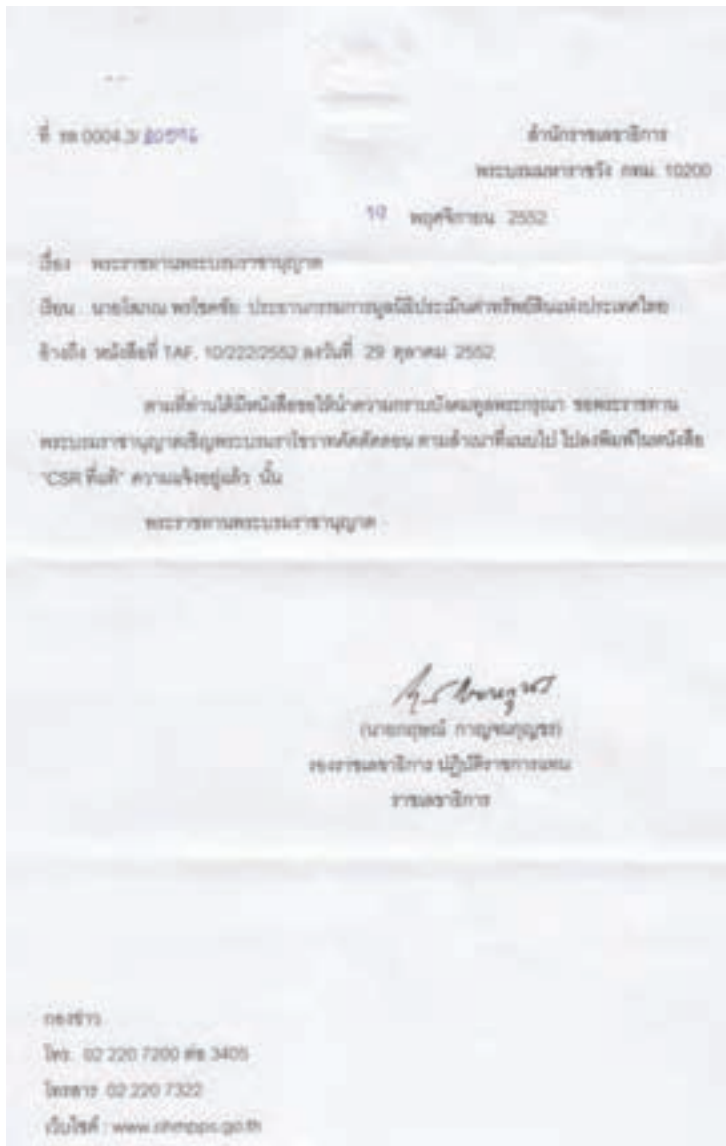
# สารบัญ

พระบรมราชาวาท	4	13 CSR คือหน้าที่ ใช้อาสา	69
คำนำ	6	14 จิตอาสาไม่ใช่ CSR	74
<b>ภาค 1 CSR ที่แท้ เป็นอย่างไร</b>	<b>10</b>	15 CSR แบบไม่ตรงประเด็น	79
1 CSR ที่แท้จริง	10	16 CSR แก่สิ่งแวดล้อมไม่ได้	82
2 ทำ CSR มีแต่ได้กับได้	15	17 ปาห้ของวิสาหกิจข้ามชาติ	85
3 มาตรฐาน CSR ที่เป็นสากล	21	18 CSR กับการโฆษณา	90
4 แก่นแท้ของ CSR	25	<b>ภาค 4 CSR กับ คุณธรรม</b>	<b>93</b>
5 ว่าด้วย CSR 26000	32	19 ข้อคิดจาก ‘บัณฑิต ล้ำชา’	93
6 CSR สำหรับธุรกิจระดับ	39	20 คุณธรรมแทน CSR ได้?	97
7 CSR กับนักวิชาชีพ	43	21 ทำดีเพื่อละเลย CSR?	103
8 CSR กับสถาบันการเงิน	46	22 การตลาดเชิงสถาบัน	105
<b>ภาค 2 CSR ภาคปฏิบัติ</b>		23 CSR วิสาหกิจยักษ์ใหญ่	109
<b>ทำอย่างไร</b>	<b>50</b>	24 สวัสดิการที่ดีเกิน	
9 ทำ CSR ตั้งแต่		คือไม่มี CSR	112
เริ่มตั้งวิสาหกิจ	50	<b>ภาค 5 ก้าวต่อไปของ CSR</b>	<b>115</b>
10 การทำนุบำรุงพนักงาน	54	25 ธุรกิจที่รับผิดชอบต่อสังคม	115
11 รายงานผล CSR	58	26 CSR, อาสาทำดีในมิติใหม่	118
12 รายงานตาม		27 อาคารเขียวกับ CSR	122
Global Compact	63	28 CSR กับการสร้างแบรนด์	134
<b>ภาค 3 ประเด็น CSR ร่วมสมัย</b>	<b>69</b>	29 ทิศทาง CSR นานาชาติ	137
		30 สร้างเครือข่ายและเผยแพร่	141

# พระบรมราโชวาท

พระบรมราโชวาทในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ในพิธีพระราชทานปริญญาบัตรแก่ผู้สำเร็จการศึกษาของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ณ หอประชุมมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เมื่อวันที่ 16 กรกฎาคม 2519

“...การจะทำงานให้มีประสิทธิผลและให้ดำเนินไปได้โดยราบรื่นนั้น จำเป็นอย่างยิ่ง จะต้องทำด้วยความรับผิดชอบอย่างสูง ไม่บิดเบือนข้อเท็จจริง ไม่บิดเบือนจุดประสงค์ที่แท้จริงของงาน สำคัญที่สุด ต้องเข้าใจความหมายของคำว่า “ความรับผิดชอบ” ให้ถูกต้อง ขอให้เข้าใจว่า “รับผิดชอบ” ไม่ใช่การรับโทษ หรือถูกลงโทษ “รับชอบ” ไม่ใช่รับรางวัล หรือรับคำชมเชย การรู้จักรับผิดชอบหรือยอมรับรู้ว่าอะไรผิดพลาดเสียหาย และเสียหายเพราะอะไรเพียงใดนั้น มีประโยชน์ทำให้บุคคลรู้จักพิจารณาตนเอง ยอมรับความผิดของตนเองโดยใจจริงเป็นทางที่จะช่วยให้แก้ไขความผิดได้ และให้รู้ว่าจะต้องปฏิบัติแก้ไขใหม่ ส่วนการรู้จักรับชอบหรือรู้ว่าอะไรถูก อันได้แก่ถูกตามความมุ่งหมาย ถูกตามหลักวิชา ถูกตามวิธีการนั้น มีประโยชน์ทำให้ทราบแจ้งว่า จะทำให้งานสำเร็จสมบูรณ์ได้อย่างไร จักได้ถือปฏิบัติต่อไป นอกจากนั้น เมื่อเข้าใจความหมายของคำว่า “รับผิดชอบ” ตามนัยดังกล่าวแล้ว ผู้ที่เข้าใจซึ่งในความรับผิดชอบ จะสำนึกตระหนักได้ทันทีว่า ความรับผิดชอบคือหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายให้ทำ จะหลีกเลี่ยงละเลยไม่ได้...”



# คำนำ

ผมได้ทำหนังสือกราบเรียนนายอาสา สารสิน ท่านราชเลขาธิการ สำนักราชเลขาธิการ เพื่อให้โปรดนำความขึ้นกราบบังคมทูลพระกรุณาขอพระราชทานพระบรมราชานุญาตเชิญพระบรมราโชวาทคัดตัดตอนข้างต้นมาลงพิมพ์ในหนังสือ ‘CSR ที่แท้’ เล่มนี้ และนับเป็นพระมหากรุณาธิคุณเป็นล้นพ้นที่ได้รับพระราชทานพระบรมราชานุญาต

ที่ผมอัญเชิญพระบรมราโชวาทมานี้ ก็เพื่อให้ทุกท่านได้ทราบชัดว่า “ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายให้ทำ จะหลีกเลี่ยงละเลยไม่ได้” ความรับผิดชอบต่อหน้าที่หรือพันธกิจสำหรับผู้เกี่ยวข้องและวิสาหกิจทั้งหลาย ส่วนการอาสาทำดีหรือดำเนินการบำเพ็ญประโยชน์แบบไม่หวังสิ่งตอบแทน เป็นอีกส่วนหนึ่ง

ดังนั้นเมื่อเรากล่าวถึง “ความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจ” ก็ย่อมหมายถึงหน้าที่ที่วิสาหกิจพึงมีต่อสังคมในฐานะหน่วยหนึ่งของสังคมที่ต้องอยู่ภายใต้กฎหมาย ปฏิบัติตามกฎหมายโดยเคร่งครัด รวมทั้งมีจรรยาบรรณทางธุรกิจและมาตรฐานวิชาชีพที่แน่นอน ส่วนการบำเพ็ญประโยชน์แม้เป็นสำนึกที่สมควรของวิสาหกิจ แต่ก็ไม่ใช่ความรับผิดชอบต่อสังคม

## หมายเหตุ

แหล่งอ้างอิงของพระราชดำรัสข้างต้น

ฉบับเต็ม: พระราชดำรัส พระบรมราโชวาท ปี พ.ศ. 2519 บทที่ 68/108 หน้าที่ 1/1:

[http://www.ohmpps.go.th/searchresult.php?quick\\_year=2519&quick\\_month=4  
&quick\\_word=BP&imageField.x=47&imageField.y=14](http://www.ohmpps.go.th/searchresult.php?quick_year=2519&quick_month=4&quick_word=BP&imageField.x=47&imageField.y=14)

ฉบับคัดย่อ: กรมสรรพากร:

[http://www.rd.go.th/publish/kingsay/7Royal\\_Instruction16072519.pdf](http://www.rd.go.th/publish/kingsay/7Royal_Instruction16072519.pdf)

**CSR หรือ Corporate Social Responsibility** ซึ่งแปลไทยว่า **ความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจ** ได้รับการกล่าวถึงมานานพอสมควร แต่ได้ถูกตีความไปต่าง ๆ นานา จนเข้าขั้นบิดเบือนไปเลยก็มี ผมจึงตั้งใจเขียนหนังสือเล่มนี้เพื่อชี้ให้เห็นว่า CSR คืออะไรกันแน่ และมีแนวทางปฏิบัติให้ถูกต้องได้อย่างไร โดยเขียนจากประสบการณ์จริงในฐานะผู้บริหารวิสาหกิจที่ปฏิบัติ CSR จริง ไม่ใช่เฉพาะในแง่ของนักวิชาการ CSR ในสังคมอารยะยุคใหม่เช่นทุกวันนี้ น่าจะถือว่าหมดยุคของการทำธุรกิจแบบ ‘ด้านใต้ อยาย-อด’ แล้ว การเอาเปรียบคนอื่นจนร่ำรวยแล้วยังมีหน้ามาซุกคอในสังคม ไม่สมควรได้รับการยกย่อง แต่เราก็คงไม่ไปประณามใคร เพราะคงไม่ใช่แนวทางการสร้างสรรค์

เราควรทำธุรกิจแบบตระหนักรู้ถึงคติที่ว่า ‘ทำดีได้ดี ทำชั่วได้ชั่ว’ คนทำชั่ว ทำธุรกิจเอาเปรียบคนอื่น ฉกชิงผลประโยชน์ของคนอื่นโดยมิชอบ ย่อมเป็นการกระทำผิดกฎหมาย อย่างลืมน่าว่า ‘ชื้อกินไม่หมด คดกินไม่นาน’ การคดโกงนั้นย่อมเท่ากับการละเมิดต่อลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ และจะถูกลงโทษจนทำให้เสียทรัพย์ เสียชื่อเสียง จนอยู่ในธุรกิจนั้น ๆ ไม่ได้อีกต่อไป

เราต้องเคารพและรู้จักให้เกียรติพลังประชาชนผู้บริโภค และเชื่อมั่นในหลักการศักดิ์สิทธิ์ที่ว่า ‘ความดีย่อมชนะความชั่ว’ และ ‘คนดีมีคู่’ เมื่อเราซื้อ เราก็ย่อมต้องมีกินโดยไม่หมด เมื่อเราทำดี เราก็จะได้รับผลดี ๆ เป็นสิ่งตอบแทนอย่างแน่นอน

ในทางการตลาดและการขายสมัยใหม่ เราเรียกว่าการสร้างตรา ยี่ห้อสินค้า หรือ Brand นั้นเอง และการทำธุรกิจให้ยั่งยืนอย่างแท้จริง จึงต้องสร้างด้วย Brand จากการสั่งสมความดี มีคุณภาพ และที่สำคัญมีหลักประกันจนได้รับความเชื่อถือจากผู้บริโภค ทำให้สินค้าและบริการของเราสามารถขายได้กำไรมากกว่าเมื่อเทียบกับวิสาหกิจอื่นที่ขาด CSR

# ภาค 1

## CSR ที่แท้ เป็นอย่างไร

ที่ว่ามานี้ไม่ใช่เรื่อง ‘คุณธรรม’ หรือ ‘มรรยาท’ ที่มีก้อยู่ที่การ ‘สมควร’ ทำตาม ‘ใจสมัคร’ แต่เป็นเรื่องของความจำเป็นทางข้อกฎหมายที่เราควรอยู่ในท่ามกลางธรรมโดยไม่ละเมิดผู้อื่น ดังนั้นเราจึงไม่ควรอธิบาย CSR ด้วยหลักศาสนา แต่ว่ากันตามความเป็นจริงของโลกที่เราต้องทำตามหน้าที่โดยละเอียดไม่ได้

บางคนไขว้เขวว่าการมีหน้าที่อันศักดิ์สิทธิ์ที่รับผิดชอบต่อผู้บริโภค หรือผู้ใช้บริการนั้น อาจกลายเป็นการทำตามหน้าที่อย่างแกร่น ๆ ไม่ได้ทำด้วยใจจริง จึงเสนอแนวคิดที่ควรให้คนทำดีโดยสมัครใจจะดีกว่า ในการอาสาทำดีนั้น ใคร ๆ ก็ควรทำเพื่อการมีมงคลต่อชีวิต แต่จะต้องทำหน้าที่ของตนให้ครบถ้วนสมบูรณ์ก่อน หากไม่จะกลายเป็นการ ‘ทำดีเอาหน้า’ ‘ลูบหน้าปะจมูก’ ‘ผักชีโรยหน้า’ หรือกลายเป็นการทำดีเพื่อปกปิดความผิดไป

เราพึงตระหนักในเบื้องต้นว่า การทำ CSR อยู่ที่การเปลี่ยนแนวคิด (Mind Set) ของเรา เปลี่ยนจากการทำธุรกิจแบบ ‘ตีหัวเข้าบ้าน’ หรือแบบโจร (ด้านได้ อาย-อด) เป็นการทำธุรกิจแบบวิญญูชน (ซื่อกินไม่หมด คดกินไม่นาน) ต่อมาจึงวางแผน ปฏิบัติการ และจัดทำรายงาน CSR เพื่อประกาศให้โลกรู้ และช่วยรณรงค์ให้เกิด CSR ในสังคมธุรกิจอย่างแท้จริง

และเมื่อเราได้ทำดีตามหน้าที่พลเมืองดีแล้ว ใครจะอาสาทำดีเพิ่มเติมก็เป็นสิ่งที่พึงชื่นชม อย่าลืมนะว่า ‘ยิ่งให้ ยิ่งได้’ คนเราเกิดมาต้องสร้างสรรค์ ไม่คดโกง ไม่ก่ออาชญากรรม (ทางเศรษฐกิจ) ไม่เอาเปรียบใคร จะได้มีเกียรติเก็บไว้ให้ลูกหลานภูมิใจ

ด้วยความเคารพ

ดร.โสภณ พรโชคชัย 17 มกราคม 2557

sopon@thaiappraisal.org www.facebook.com/dr.sopon4

@pornchokchai Line: dr.sopon

ในภาคแรกนี้ จะเป็นการนำเสนอให้ชัดเจนว่า CSR ที่แท้คืออะไรกันแน่ ประโยชน์ของการทำ CSR แบบแผน CSR ในโลกนี้ แนวทางการทำ CSR ในวิสาหกิจ และการจัดทำรายงานเกี่ยวกับ CSR อันเป็นการนำเสนอให้ครบถ้วนในภาคนี้

# 1

## CSR ที่แท้จริง

ความหมายของ CSR ที่แท้จริงเป็นอย่างไรกันแน่ เรามาดูว่าทั่วโลกเขาให้คำจำกัดความอย่างไรกันบ้าง

### ความหมายของ CSR

องค์การเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมแห่งสหประชาชาติ (UNIDO) <1> ให้ความหมายของ CSR (Corporate Social Responsibility) หรือความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจ ว่าเป็นแนวคิดการจัดการ ที่มุ่งให้วิสาหกิจ ฝานการดำเนินธุรกิจกับความห่วงใยด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหลาย

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี <2> ให้คำจำกัดความว่า CSR เป็นแนวคิด ที่องค์กรแสดงความรับผิดชอบต่อผลกระทบจากการประกอบกิจการ ของตนเองต่อผู้ ถือหุ้น ลูกจ้าง ลูกค้า คู่ค้า ชุมชน และผู้ที่มีส่วนได้ ส่วนเสียอื่น รวมทั้ง สิ่งแวดล้อม และพันธกิจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนี้ อาจเกินเลยกว่าที่กฎหมาย กำหนด คือหมายรวมถึงการทำดีตามใจสมัครด้วยก็ได้ (แต่ต้องไม่ละเลยการ

## ปฏิบัติตามกฎหมาย)

องค์กร CSR Network <3> ก็ให้ความหมายที่ใกล้เคียงกันว่า หมายถึงการที่องค์กรธุรกิจดำเนินการตามความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยเคร่งครัด การมี CSR ย่อมแสดงถึงความรับผิดชอบ โปร่งใสและเชื่อถือได้ไม่เพียงต่อลูกค้าและนักลงทุน แต่ยังรวมถึงลูกจ้าง คู่ค้า ชุมชน ราชการที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมวิสาหกิจที่เกี่ยวข้อง และสังคมโดยรวม

รัฐบาลแห่งสหราชอาณาจักร <4> เห็นว่า CSR เป็นความร่วมมือของภาคธุรกิจต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อธุรกิจเองและป้องกันความสูญเสีย CSR อาจเป็นกิจกรรมด้านอาสาสมัคร แต่อย่างน้อยต้องปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด (ไม่ใช่ละเมิดกฎหมายแต่มาทำบุญหรือเป็นอาสาสมัคร)

สำหรับองค์กร CSR ของ สิงคโปร์ <5> ซึ่งภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคองค์กรการกุศล ร่วมกันจัดตั้งขึ้น ให้ความหมายของ CSR ที่การดำเนินการที่ดีและมีมาตรฐานของวิสาหกิจในด้านการประกอบการสังคมและสิ่งแวดล้อม

## สามระดับของ CSR

อาจกล่าวได้ว่า CSR แบ่งออกเป็น 3 ระดับสำคัญดังนี้:

1. ระดับที่กำหนดตามกฎหมาย (Hard Laws) เช่น กฎหมายแพ่ง กฎหมายอาญา กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค กฎหมายอาคารและผังเมือง ฯลฯ การไม่ทำตามถือเป็นการละเมิดต่อบุคคล กลุ่ม ชุมชนหรือความสงบสุขของสังคม ถือเป็นอาชญากรรม องค์กรที่มี CSR ต้องปฏิบัติตามกฎหมายโดยเคร่งครัด

2. ระดับที่ปฏิบัติตามจรรยาบรรณหรือจริยธรรม ซึ่งถือเป็น 'ข้อกฎหมายอย่างอ่อน (Soft Laws) ข้อนี้หากไม่ปฏิบัติ อาจไม่ถึงขนาดติดคุกหรือถูกศาลสั่งปรับ แต่อาจถูกพักใบอนุญาตหรือกระทั่งถูกไล่ออกจากวงการ ไม่สามารถประกอบอาชีพได้ เช่น วงการผู้ประเมินค่าทรัพย์สิน วงการแพทย์ วงการวิศวกร และวงการนายหน้า ฯลฯ

3. ระดับอาสาสมัคร เช่น เป็นผู้อุปถัมภ์ ผู้บริจาค ผู้อาสาทำดีในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งต่อบุคคล กลุ่ม ชุมชนหรือสังคมโดยรวม สิ่งเหล่านี้จะทำ

หรือไม่ก็ได้ ไม่ได้มีกำหนดไว้ แต่หากทำดี สังคมก็จะยกย่องและชื่นชม

ธุรกิจที่มี CSR จึงขาดเสียมิได้ที่ต้องดำเนินการตามข้อ 1 เพื่อคุ้มครองผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยเฉพาะผู้บริโภคตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด ต้องทำตามข้อ 2 เพื่อการเป็นวิสาหกิจที่มีการกำกับดูแล กิจการที่ดี สร้างความแข็งแกร่งให้แก่ตราหือสินค้าเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ และควรทำตามข้อ 3 ซึ่งถือเป็นการตลาดอย่างอ่อน ๆ (Soft Marketing) เพื่อการสร้างภาพลักษณ์ และถือเป็นมงคลต่อวิสาหกิจและผู้เกี่ยวข้องในการทำดีนั้น

## เนื้อหาของ CSR

ดังนั้น CSR ที่แท้ย่อมหมายถึงความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจ โดยนัยนี้

1. ความรับผิดชอบต่อ (responsibility) ย่อมเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ไม่ทำย่อมหมายถึงการละเมิดกฎหมาย

2. ความรับผิดชอบนี้ต้องดำเนินการต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหลาย ตั้งแต่ผู้ถือหุ้น นักลงทุน ลูกจ้าง คู่ค้า ลูกค้า ชุมชนที่วิสาหกิจนั้นตั้งอยู่ สังคมและสิ่งแวดล้อมโดยรวมทั้งหมด

3. ประเด็นหลักเกี่ยวกับ CSR ได้แก่ ธรรมาภิบาล การจัดการสิ่งแวดล้อม ความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มาตรฐานด้านแรงงาน แรงงานสัมพันธ์ ชุมชนสัมพันธ์ ความเท่าเทียมทางสังคม สิทธิมนุษยชน การต่อต้านและไม่ร่วมกับการติดสินบนหรือทุจริต เป็นต้น

4. ส่วนที่วิสาหกิจใดจะทำบุญ ทำดีเกินหน้าที่รับผิดชอบ ถือเป็นอาสาสมัคร การบำเพ็ญประโยชน์ เป็นกิจที่สมควรดำเนินการเพื่อแสดงความใจกว้างและทำให้สังคมชื่นชม ส่งผลดีต่อธุรกิจ ถือเป็นการตลาดอย่างอ่อน ๆ

5. แต่หากมุ่งเน้นการทำดี (เอาหน้า) แต่ขาดความรับผิดชอบต่อสังคมละเมิดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหลาย ไม่พึงถือเป็น CSR แต่ถือเป็นการหลอกลวง และตบตาประชาชน

6. วิสาหกิจจำเป็นต้องมี CSR ทำให้การคำดีขึ้น เพราะ CSR นำมาซึ่งความสามารถในการแข่งขัน และลดความเสี่ยงทางธุรกิจ เพื่อให้วิสาหกิจยั่งยืน ดังนั้น CSR จึงไม่ใช่เน้นที่การให้หรือการบริจาค แต่เป็นการลงทุนที่วิสาหกิจนั้น ๆ พึงกระทำนั้นเอง

วิสาหกิจใดจะเริ่มทำ CSR ก็ควรทำให้ถูกต้องตามทำนองคลองธรรม ไม่ใช่ทำเพียงตามกระแส หรือทำในลักษณะที่หลอกลวง

## มี CSR แม้นิยามวิกฤติ

แม้นิยามวิกฤติเศรษฐกิจ ที่วิสาหกิจพากันตั้งงบประมาณ CSR (ซึ่งเข้าใจในความหมายแคบเพียงการอาสาทำดี) แต่เรากลับยิ่งควรทำ CSR เพราะ CSR ที่แท้ที่หมายถึงความรับผิดชอบต่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง จะเป็นเครื่องช่วยฝ่าวิกฤติเศรษฐกิจได้

อย่างไรในแวดวงธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในท่ามกลางวิกฤตินั้น การค้าขายอสังหาริมทรัพย์ย่อมฝืดเคือง นิยามนี้เราจึงยังต้องมี CSR ซึ่งก็คือการมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เพื่อครองใจและรักษาลูกค้า และเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าผู้ซื้อบ้านให้มากขึ้นจากการที่เรามีความรับผิดชอบต่อลูกค้า คู่ค้า ของเรานั้นเอง

ถ้าเราดำเนินธุรกิจโดยไม่ละเมิด ไม่โกงลูกค้า และยึดถือมาตรฐานจรรยาบรรณการประกอบธุรกิจ หรือจรรยาบรรณวิชาชีพ (ในกรณีวิชาชีพ ให้บริการวิชาชีพ เช่น สถาปนิก วิศวกร ผู้ประเมินค่าทรัพย์สิน เป็นต้น) วิสาหกิจของเราจะได้รับความเชื่อถือและสามารถยืนฝ่าวิกฤติเศรษฐกิจให้ผ่านพ้นไปได้ ในทางปฏิบัติก็คือ ถ้าเราเป็นวิสาหกิจพัฒนาที่ดิน ต้องทำสัญญาประกันเงินดาวน์กับลูกค้า ให้ลูกค้าไว้วางใจ ในขณะที่วิสาหกิจอีกหลายแห่งไม่ยินดีทำ หากเราทำ ก็เท่ากับว่าเราเป็นตัวเลือกที่ดีกว่า

ในทางตรงกันข้าม ถ้าเราถือหลักประหยัดแบบไม่ลืมหูลืมตา จนกลายเป็น 'เสียน้อย เสียมาก เสียยาก เสียง่าย' เราก็คงเสียลูกค้าไป และยิ่งถ้าเราขาด CSR โดยมีพฤติกรรม 'ด้านได้ อด-อด' หรือทำธุรกิจแบบ 'โกงไป โกงมา' แทนที่จะเป็นแบบ 'ตรงไปตรงมา' ธุรกิจของเราจะประสบกับความวิบัติ ถูกฟ้องร้องและล้มละลายในที่สุด จะสังเกตได้ว่า ในปัจจุบันนี้ สคบ. ได้ออกมาระบุว่าอสังหาริมทรัพย์ถือเป็นสินค้าที่มีผู้ร้องเรียนมากที่สุด ดังนั้นเราจึงต้องมีความรับผิดชอบต่อลูกค้าอย่างเคร่งครัด

โดยสรุปแล้ว การทำ CSR จึงไม่ใช่การ 'สร้างภาพ' ไม่ใช่การทำ 'ผักชีโรยหน้า' ไม่ใช่การ 'ทำบุญเอาหน้า' ไม่ใช่การสร้างภาระให้กับวิสาหกิจ แต่เป็นการลงทุนที่สำคัญที่จะทำให้วิสาหกิจสามารถฝ่าวิกฤติ แต่กลับเติบโตอย่างแข็งแรง มีจังหวะก้าวมั่นคงในอนาคต และช่วยลดความเสี่ยง

ต่อความล้มเหลวจนสามารถอยู่ยั่งยืนในภายภาคหน้า และที่สำคัญก็คือ การอยู่อย่างสร้างสรรค์ อยู่อย่างมีเกียรติ

## อย่าลืมนิยาม CSR คือหน้าที่ ใช้อสา

### อ้างอิง

- <1> UNIDO: 'Corporate Social Responsibility is a management concept whereby companies integrate social and environmental concerns in their business operations and interactions with their stakeholders'. (<http://www.unido.org/index.php?id=o72054&L=2>)
- <2> 'Corporate social responsibility (CSR, also called corporate responsibility, corporate citizenship, and responsible business) is a concept whereby organizations consider the interests of society by taking responsibility for the impact of their activities on customers, suppliers, employees, shareholders, communities and other stakeholders, as well as the environment. This obligation is seen to extend beyond the statutory obligation to comply with legislation and sees organizations voluntarily taking further steps to improve the quality of life for employees and their families as well as for the local community and society at large'. ([http://en.wikipedia.org/wiki/Corporate\\_social\\_responsibility](http://en.wikipedia.org/wiki/Corporate_social_responsibility))
- <3> 'Corporate social responsibility (CSR) is about how businesses align their values and behaviour with the expectations and needs of stakeholders - not just customers and investors, but also employees, suppliers, communities, regulators, special interest groups and society as a whole. CSR describes a company's commitment to be accountable to its stakeholders'. (<http://www.csmnetwork.com/csr.asp>)
- <4> The Government sees CSR as the business contribution to our sustainable development goals. Essentially it is about how business takes account of its economic, social and environmental impacts in the way it operates – maximising the benefits and minimising the downsides. Specifically, we see CSR as the voluntary actions that business can take, over and above compliance with minimum legal requirements, to address both its own competitive interests and the interests of wider society. Click here to find out more about the case for CSR'. (<http://www.csr.gov.uk/whatiscsr.shtml>)
- <5> 'Corporate Social Responsibility (CSR) is generally used to describe business's efforts to achieve sustainable outcomes by committing to good business practices and standards. While the concept may be relatively new in the region, the actual practices and related policies are not new. The key role and responsibility are often discussed in the aspects of business, social and the environment'. (<http://www.csr.singapore.org/whatiscsr.php>)

## ทำ CSR มีแต่ได้กับได้

ทำไมเราจึงควรทำ CSR หรือ ทำ CSR ไปทำไม ทั้งหมดนี้ย่อมมีเหตุผลที่แจ่มชัด และการทำนี้ย่อมเป็นประโยชน์ต่อทุกฝ่าย ไม่ใช่เพียงเพื่อได้ทำดี ทำบุญ แต่ทำแล้วผู้ทำได้ดี ‘ทำดี ได้ดี’ แน่นนอน

ในโลกนี้ มีผู้ประกอบการธุรกิจไม่น้อย ที่ต้องดิ้นรนหากินด้วยการหลอกลวง ระดับที่ต่ำที่สุดก็คือการทำธุรกิจที่ผิดกฎหมาย ถือเป็นมิฉฉาชีพ เป็นอาชญากรรมในรูปแบบต่าง ๆ ระดับถัดมาก็คือพวกธุรกิจ ‘สีเทา’ ที่หมิ่นเหม่ต่อกฎหมายและศีลธรรมของประชาชน ระดับที่สามก็เป็นการประกอบธุรกิจทั่วไป ธุรกิจทั้งสองระดับแรก คงไม่อาจถามหา CSR ได้ เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ไม่รับผิดชอบต่อสังคมอยู่แล้ว

ในการประกอบธุรกิจทั่วไป บ่อยครั้งจะพบผู้ประกอบการโกงหรือประพฤติมิชอบเมื่อมีโอกาส ทั้งนี้อาจเป็นเพราะความเคยชินหรืออาจต้องดิ้นรนเพื่อความอยู่รอดในระยะ ‘ตั้งไข่’ ของธุรกิจ หรือธุรกิจไม่แข็งแรง ยิ่งหากนึกถึงการบริจาค การอาสาสมัครและการทำดีต่อส่วนรวม เราก็ไม่อาจคาดหวังจากวิสาหกิจเหล่านี้ได้

การดำเนินธุรกิจในลักษณะนี้ไม่ยั่งยืน จะพบความวิบัติในบั้นปลายที่แสนสิ้น อาจถูกดำเนินคดีทั้งทางแพ่งและอาญา หรือไม่ก็น่าอดสูได้แต่ ‘หลอกลวงเขากิน’ ไปเรื่อย ๆ โดยไม่พบความเจริญหรือความภาคภูมิใจ และยังเป็นบาปกรรมอย่างแท้จริงต่อทั้งตนเอง ลูกหลาน วงศ์ตระกูล

ดังนั้น จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่วิสาหกิจที่มุ่งหวังจะเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน ต้องมี CSR การมี CSR นั้น มีแต่ได้กับได้ (Win - Win) อย่างแน่นอน ในที่นี้แจกแจงไว้ถึง 8 ข้อดังนี้:

### 1. เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน

เรามาร่วมกันพิจารณาประโยชน์ทางธุรกิจโดยตรงกันให้ชัด ๆ และไม่ ‘กระมิดกระเมี้ยน’ ไม่อ้อมค้อม กล่าวคือ ในเชิงการแข่งขันนั้น ธุรกิจต่าง ๆ มักแข่งกันที่คุณภาพ ราคา การส่งเสริมการขาย และทำเล ฯลฯ ส่วนการมีหลักประกันสินค้าหรือบริการ และการทำดีต่อผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย (ทั้งลูกค้า คู่ค้า ลูกจ้าง สังคม และสิ่งแวดล้อมในรูปการต่าง ๆ) ก็เป็นการแข่งขันในอีกมิติหนึ่งที่จะช่วยให้เราขายสินค้าได้มากขึ้น หรือทำให้วิสาหกิจของเรามีขีดความสามารถในการแข่งขันมากขึ้น ขีดความสามารถนี้พัฒนาจากระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ ไปจนถึงระดับนานาชาติ

ในปัจจุบัน ทุกฝ่ายต่างตระหนักถึงความสำคัญของการมีพฤติกรรมที่ดีงามของวิสาหกิจ ชื่อเสียงและคุณภาพการของวิสาหกิจเป็นปัจจัยที่มีความจำเป็นยิ่งขึ้นในการประกอบธุรกิจอย่างยั่งยืน ดังนั้น การมี CSR จึงเป็นกุญแจแห่งความสำเร็จที่ขาดไม่ได้

### 2. สร้างมูลค่าเพิ่ม

การมี CSR ก่อให้เกิดความเชื่อถือและภาพลักษณ์ที่ดีต่อผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียทั้งหลาย การแข่งขันห้าหน้าทางธุรกิจแบบ ‘ตาต่อตา ฟันต่อฟัน’ ถูกมองว่าไม่สุภาพ ป่าเถื่อน แสดงนัยของความไม่น่าเชื่อถือต่อผู้ประกอบการอย่าง ‘ลอนจอน’ ดังนั้นกลยุทธ์ที่ทุกฝ่ายได้ประโยชน์ (win-win) จึงถูกนำมาใช้แทนที่การแข่งขันแบบเดิม ๆ ที่โหดร้าย

การดำเนินธุรกิจที่ขาดความรับผิดชอบต่อ ‘ด้านใต้ อาย-อด’ มุ่งแต่เอาเปรียบคนอื่น ย่อมไม่ได้รับความน่าเชื่อถือ และอ่อนไหวต่อการถูกท้าทายโดยธุรกิจที่ประกอบอย่าง ‘สัมมาอาชีพะ’ ด้วยเหตุนี้ ธุรกิจที่มี CSR จึงทำให้ผู้ถือหุ้นได้ประโยชน์ (ไม่ใช่เพียงได้หน้า) กล่าวคือ ทำให้ราคาหุ้นดี ไม่ตกต่ำ แต่กลับมีมูลค่าเพิ่มขึ้นเสมอ

### 3. เพิ่มรายได้

การที่วิสาหกิจของเราปฏิบัติดีต่อคู่ค้า เช่น จัดหาวัตถุดิบให้อย่างเป็นธรรม ไม่จำเป็นต้องติดสินบนฝ่ายจัดซื้อ จ่ายค่าบริการตรงเวลา และไม่



ประวิงเวลาซึ่งจะทำให้ลูกค้าเสียหาย ฯลฯ ย่อมสร้างความน่าเชื่อถือต่อวิสาหกิจนั้น ย่อมมีวิสาหกิจอื่นสนใจเป็นลูกค้าด้วยมากยิ่งขึ้น และด้วยการแข่งขันอย่างเป็นธรรมนี้ เราจึงได้รับสินค้าและบริการในราคาถูกลงกว่าและเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย นอกจากนี้ยังทำให้มีลูกค้าเพิ่มขึ้นทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้นเช่นกัน

ยิ่งกว่านั้น ในวิสาหกิจที่มีความปรารถนาดีและมีกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ต่อชุมชนและสังคม พนักงานที่มีโอกาสทำความดี ย่อมศรัทธาผู้บริหารของวิสาหกิจนั้น ๆ การสร้างนิสัยทำดีจึงใจให้ได้พนักงานที่ดี มีน้ำใจจริง ไม่เอาเปรียบผู้อื่น การที่วิสาหกิจเป็นที่ชุมนุมของคนดี มีความรักและปรารถนาดีต่อกัน ย่อมมีพลังสร้างสรรค์ที่เยี่ยมประสิทธิภาพ

บรรยากาศการทำงานในหมู่คนดี ๆ ย่อมดีไปด้วย โดยไม่ต้องปวดหัวกับการแก่งแย่ง การเล่นเกมการเมืองภายในวิสาหกิจ หรืออาการ ‘ฆ่าน้อง ฟ้องนาย ชายเพื่อน’ วิสาหกิจที่มีคนดีมีน้ำใจอยู่รวมกัน ย่อมช่วยลดต้นทุน และถือเป็นทรัพยากรบุคคลที่มีคุณภาพ การมี CSR จึงไม่ใช่ภาระ แต่กลับช่วยพัฒนาวิสาหกิจให้มีรายได้เพิ่มขึ้นต่างหาก

#### 4. ลดความเสี่ยงของธุรกิจ

ธุรกิจที่โปร่งใส มี CSR ย่อมตัดสินใจทำธุรกิจอย่างเป็นธรรม ลดความเสี่ยงที่จะกระทำผิดกฎหมาย ดังนั้น ตลาด ผู้บริโภค และลูกค้า จึงยินดีต้อนรับ และเมื่อนาคตกจะเป็นสิ่งที่ไม่แน่นอน แต่การทำธุรกิจให้ถูกต้องตั้งแต่เริ่มแรก ความเสี่ยงต่าง ๆ ก็จะน้อยลง และไม่ต้องยกย่อนหรือวางแผนสลัดซับซ้อนเพื่อเอาเปรียบลูกค้า

ธุรกิจที่มีโอกาสทำให้ชุมชนโดยรอบวิตกกังวลต่อการก่อปัญหาด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ก็ยังสามารถประสบความสำเร็จและลดความเสี่ยงจากการถูกต่อต้านได้ด้วยการตื่นตัวทำ CSR คือสร้างความโปร่งใสและทำความเข้าใจกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหลายอย่างต่อเนื่อง ชัดเจน ตรวจสอบได้ และด้วยความปรารถนาดีจริง ๆ

การทำ CSR ด้านสิ่งแวดล้อม จึงไม่ใช่เพียงไปทำตัวน่ารักกับชุมชนนำสิ่งของไปให้ ไปจัดกิจกรรมแบบ ‘ลูปหน้าปะจุมุก’ หรือไปอุปถัมภ์งานการกุศลหรืองานราชการด้านสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ การทำเช่นนี้ไม่ได้ช่วยลดความเสี่ยงของธุรกิจ การป้องกันความเสี่ยงทำได้ตั้งแต่แรกโดยการลงทุนด้วยความ

รับผิดชอบ และรักษาหลักการนี้ไว้อย่างเคร่งครัดต่างหาก

นอกจากนี้เบี่ยงประกันความเสี่ยงสำหรับธุรกิจที่มี CSR ย่อมลดลงไปด้วย โดยกรณีนี้ใช้สำหรับวิสาหกิจที่ประกอบกิจการวิชาชีพที่ต้องรับผิดชอบต่อผู้ใช้บริการโดยตรง เช่น บริษัทประเมินค่าทรัพย์สินที่มี CSR ย่อมมีความเสี่ยงน้อยกว่า ทำผิดพลาดน้อยกว่า เบี่ยงประกันสำหรับธุรกิจก็จะลดลงตามไป

#### 5. เข้าถึงแหล่งทุนยิ่งขึ้น

วิสาหกิจที่มี CSR ย่อมได้รับความเชื่อถือจากการประเมินของแหล่งทุน ทำให้มีโอกาสหาเงินกู้หรือทุนมาต่อยอดธุรกิจได้มากขึ้นและสะดวกกว่าธุรกิจ ‘สีเทา’ ที่มีการบริหารและจัดการที่ไม่น่าเชื่อถือและ มีความเสี่ยงทางธุรกิจ

ยิ่งกว่านั้น วิสาหกิจที่ประกอบธุรกิจที่เน้นการลงทุนในโครงการที่มุ่งรับผิดชอบต่อชุมชนหรือสังคม มักจะหาแหล่งเงินกู้ได้ง่าย นอกจากผู้กู้จะศรัทธาผู้บริหาร และเชื่อถือวิสาหกิจดังกล่าวแล้ว การให้กู้แก่ธุรกิจเหล่านี้ยังแสดงวิสัยทัศน์และความมุ่งมั่นของแหล่งเงินกู้ ที่ช่วยส่งเสริมธุรกิจที่รับผิดชอบต่อสังคมอีกด้วย

ยิ่งกว่านั้นนักลงทุนยังสนใจร่วมทุนกับวิสาหกิจที่มี CSR ดังนั้นหุ้นของบริษัทมหาชนในตลาดหลักทรัพย์ที่มี CSR ย่อมได้รับความนิยมไว้วางใจจากนักลงทุนมากกว่า และมีมูลค่าหุ้นสูงกว่าวิสาหกิจอื่นที่ไม่มีนโยบายและการปฏิบัติด้าน CSR ที่ชัดเจน

#### 6. ประสิทธิภาพสูงขึ้น

วิสาหกิจจะมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นเมื่อมี CSR ประสิทธิภาพนั้นพิจารณาจากความสามารถในการเพิ่มผลผลิต ในขณะที่ใช้ทรัพยากรอย่างประหยัด CSR ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพได้เพราะมุ่งเน้นการศึกษาสิ่งแวดล้อม การใช้ทรัพยากรอย่างได้ประโยชน์สูงสุด ทั้งการนำกลับมาใช้ใหม่ และใช้ซ้ำ (reuse และ recycle)

ด้วยจิตสำนึกห่วงใยสิ่งแวดล้อมและการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด สินค้าและบริการของวิสาหกิจที่มี CSR จึงได้รับการ

ต้อนรับมากขึ้น มีทุนไปสร้างสรรค์สินค้าและบริการใหม่ ๆ หรือสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์หรือบริการ

## 7. สร้างทุนมนุษย์

นอกเหนือจากเงินทุน เครื่องจักร และอสังหาริมทรัพย์แล้ว บุคลากรยังเป็นทรัพยากรและปัจจัยการผลิตสำคัญของวิสาหกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิสาหกิจภาคบริการ บุคลากรถือเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สุด ทุนมนุษย์จึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง

วิสาหกิจที่มี CSR ที่ไม่ต้อง 'ปล้น' หรือ 'โกง' เขากิน ไม่ต้องดิ้นรนทำทุกวิถีทางเพื่อให้ได้เงินโดยไม่คำนึงถึงความผิดชอบชั่วดี ย่อมเป็นที่อยู่ของทรัพยากรบุคคลที่ดีที่รู้จักการใส่ใจ รู้จักการทำงานเป็นหมู่คณะ และมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาทักษะความรู้ ทรัพยากรบุคคลเหล่านี้แหละที่จะพัฒนาให้วิสาหกิจนั้นเติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนต่อไป

## 8. สร้างตราสินค้า

ยี่ห้อหรือตราสินค้านั้น แม้เป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ แต่ก็มีความสำคัญในตัวมันเอง อย่างเช่นยี่ห้อของโค้กอาจคิดเป็นเงินสูงถึง 2.4 ล้านล้านบาท <1> ยี่ห้อที่สะท้อนชื่อเสียงที่ดีของกิจการนั้นสามารถดึงดูดใจลูกค้าใหม่ให้มาใช้บริการ และที่สำคัญที่สุดก็คือการรักษาลูกค้าเก่าให้ภักดีต่อยี่ห้อสินค้านั้น ๆ ต่อไปนาน ๆ

การที่มี CSR ย่อมแสดงถึงความแตกต่างจากคู่แข่งทางธุรกิจเพราะยี่ห้อของสินค้าที่ขาด CSR หรือมีกิจกรรม CSR ที่ไม่ชัดเจน ย่อมมีมูลค่าต่ำกว่า การเสริมสร้างมูลค่าของตราสินค้า (Brand Value) จึงเป็นผลมาจากการทำ CSR โดยตรง

การมี CSR ยังทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดียิ่ง ๆ ขึ้นระหว่างนายจ้างและลูกจ้าง ระหว่างลูกจ้างด้วยกันเอง และระหว่างวิสาหกิจกับชุมชน สังคมโดยรวม รวมทั้งหน่วยราชการที่เกี่ยวข้อง เป็นการเสริมสร้างตรายี่ห้อสินค้าอย่างยั่งยืนเป็นที่เชื่อถือ และทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหลายอุดหนุนสินค้าและบริการของวิสาหกิจ และร่วมกันดูแล ปกป้องวิสาหกิจนั้น ๆ ให้อยู่ในร่องในรอยที่ถูกต้องด้วย

นี่คือเหตุผลหลัก 8 ประการที่วิสาหกิจที่สมควรเข้าร่วมเป็นสมาชิกในแวดวง CSR ของแต่ละประเทศ การมี CSR ย่อมทำให้วิสาหกิจที่เกี่ยวข้องมีแต่ 'ได้กับได้' เท่านั้น โอกาสการสูญเสียหรือความเสี่ยงจะลดลงเป็นเงาตามตัว

การทำ CSR จึงไม่ใช่การ 'สร้างภาพ' ไม่ใช่การทำ 'ผักชีโรยหน้า' ไม่ใช่การ 'ทำบุญเอาหน้า' ไม่ใช่การสร้างภาระให้กับวิสาหกิจ แต่เป็นการลงทุนที่สำคัญที่จะทำให้ธุรกิจสามารถเติบโตแข็งแรง มีจังหวะก้าวอย่างมั่นคงในอนาคต ช่วยลดความเสี่ยงต่อความล้มเหลว สามารถอยู่ยั่งยืนงในภายภาคหน้า และที่สำคัญก็คือ การอยู่อย่างสร้างสรรค์ อยู่อย่างมีเกียรติ ไม่ได้ไปปล้นใครกิน หรือตลบตะแลงเพื่อความอยู่รอดอย่างไร้ศักดิ์ศรี

อย่าลืมนะ 'ยิ่งให้ ยิ่งได้'

## อ้างอิง

<1> โปรดดูรายละเอียดได้ที่

<http://www.millwardbrown.com/Sites/optimor/Media/Pdfs/en/BrandZ/BrandZ-2008-Report.pdf>

# 3

## มาตรฐาน CSR ที่เป็นสากล

CSR ตามมาตรฐานโลกเป็นอย่างไร มีขอบเขตแค่ไหน ปฏิบัติอย่างไร ดูได้ในบทนี้ จะได้ว่าวิสาหกิจที่มี CSR ที่แท้จริงดำเนินการอย่างไรจึงจะประสบความสำเร็จทั้งการส่งเสริม CSR และการดำเนินธุรกิจแบบ 'Win - Win'

### มาตรฐาน ISO

CSR กำลังจะเป็นประเด็นอันเกี่ยวเนื่องกับมาตรฐานโลก ISO ในรหัส ISO 26000 ซึ่งเป็นมาตรฐานด้าน CSR โดยเฉพาะ อย่างไรก็ตาม มาตรฐานนี้ไม่ใช่มาตรฐานที่บังคับใช้ เช่น ISO 9001 (มาตรฐานระบบคุณภาพ) หรือ ISO 14000 (ระบบจัดการสิ่งแวดล้อม) แต่เป็นมาตรฐานที่ 'แนะนำ' ให้ใช้เป็นสำคัญ มาตรฐาน ISO 26000 จะประกาศใช้ในปลายปี 2553 ขณะนี้อยู่ระหว่างการร่าง ก่อนที่จะสรุป ประกาศใช้ และเผยแพร่ต่อไป การที่ระบบ ISO ให้ความสำคัญแก่ CSR จนกำหนดมาตรฐานถึงเพียงนี้ แสดงว่า CSR เป็นประเด็นสำคัญในการประกอบธุรกิจ วิสาหกิจที่ไม่มีนโยบายและการดำเนินการด้าน CSR อย่างชัดเจนจะไม่ได้รับการยอมรับ หรือมีผู้เชื่อถือน้อยลง การมี CSR จึงเป็นประโยชน์โดยตรงต่อธุรกิจ และถือเป็นมาตรฐานที่ควรปฏิบัติ

### UN Global Compact

UN Global Compact ([www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org)) เป็นกรอบที่วางโดยองค์กรสหประชาชาติ ให้วิสาหกิจดำเนินการตามหลักการ 10 ประการที่เกี่ยวข้องกับสิทธิมนุษยชน มาตรฐานแรงงาน สิ่งแวดล้อมและการไม่ยอมรับการโกงกิน-สินบน ในขณะที่มีวิสาหกิจเข้าร่วมลงนามเป็นจำนวนมาก โดยถือ

เป็นกลุ่มที่มีผู้เข้าร่วมมากที่สุดในโลก โดยสามารถดำเนินไปในเชิง 'อาสาสมัคร' ใครจะทำก็ได้ ไม่ทำก็ได้ เพียงแต่ทำแล้วเป็นมงคลต่อชีวิตส่วนตัว ชีวิตธุรกิจ และทำให้เกิดประโยชน์ต่อวิสาหกิจเอง

ในส่วนของเครือข่าย UN Global Compact ขององค์การสหประชาชาตินั้น มุ่งส่งเสริมให้ภาคธุรกิจเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายนี้ โดยการมีกลไกการปรึกษาหารือในเชิงนโยบาย การขยายเครือข่ายในแต่ละประเทศ และการทำโครงการร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น ทั้งนี้มีองค์การสหประชาชาติคอยให้การสนับสนุน

วิสาหกิจใดที่ประสงค์จะเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของ UN Global Compact จะต้องสมัครตามระเบียบการที่กำหนด และเมื่อได้รับการตอบรับแล้ว จะต้องลงนามตกลงปฏิบัติตามหลักการ 10 ประการอย่างเคร่งครัด จัดทำรายงานความก้าวหน้ารายปี วิสาหกิจในเครือข่ายนี้มีสิทธิใช้เครื่องหมายของ Global Compact ได้เพื่อเป็นเกียรติคุณต่อวิสาหกิจนั้นตามเงื่อนไขที่กำหนด

### หลัก 10 ประการ

วิสาหกิจที่เข้าร่วม UN Global Compact ต้องยึดถือหลัก 10 ประการ ซึ่งประกอบด้วยเรื่องสิทธิมนุษยชน มาตรฐานแรงงาน สิ่งแวดล้อม และการไม่ร่วมมือกับการดัดสินบนหรือทุจริต ดังนี้:

#### ด้านสิทธิมนุษยชน

หลักข้อที่ 1: ธุรกิจควรสนับสนุน และเคารพการปกป้องหลักสิทธิมนุษยชนที่เป็นที่ยอมรับของนานาชาติ

หลักข้อที่ 2: ธุรกิจไม่พึงข้องแวะกับการกระทำ ที่ละเมิดต่อสิทธิมนุษยชน

#### ด้านมาตรฐานแรงงาน

หลักข้อที่ 3: ธุรกิจควรส่งเสริมและตระหนักถึงเสรีภาพในการรวมกลุ่มแรงงาน เช่น การตั้งสหภาพแรงงานของพนักงาน

หลักข้อที่ 4: ธุรกิจต้องร่วมขจัดการบังคับการใช้แรงงาน

หลักข้อที่ 5: ธุรกิจต้องร่วมขจัดการใช้แรงงานเด็ก

หลักข้อที่ 6: ธุรกิจต้องไม่กีดกันการจ้างงานและอาชีพ

## ด้านสิ่งแวดล้อม

หลักข้อที่ 7: ธุรกิจควรสนับสนุนการดำเนินการ ปกป้องสิ่งแวดล้อม

หลักข้อที่ 8: ธุรกิจควรแสดงความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ใหม่ ๆ ต่อความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

หลักข้อที่ 9: ธุรกิจควรส่งเสริมและเผยแพร่เทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

## ด้านการไม่ยอมรับการทุจริต

หลักข้อที่ 10: ธุรกิจควรดำเนินไป โดยปราศจากการฉ้อโกง ทุจริตและประพฤติมิชอบในทุกรูปแบบ รวมทั้งการบังคับ ขูดรีด และการติดสินบน ทั้งนี้ อาจพิจารณาในกรณีภายในวิสาหกิจ และการให้สินบนอันเป็นการทุจริตในวงราชการ ก็เป็นสิ่งที่พึงหลีกเลี่ยง

การปฏิบัติให้ครบถ้วนหรือไม่ละเมิดตามหลักการข้างต้น จึงถือว่าวิสาหกิจนั้น ๆ มี CSR ดังนั้น CSR จึงไม่ใช่การไปทำบุญเอาหน้า หรือสักแต่ทำที่ดูแล้วดีแล้ว หรือเสี่ยงไปทำดีทางอื่นในหน้าฉาก แต่หลังฉากกลับขูดรีด ฉ้อฉล เอาเปรียบผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยไม่ละอายและไม่เกรงกลัวต่อกฎหมาย

## ไม่ใช่การโฆษณาชวนเชื่อ

โดยที่ความคิดเรื่อง CSR ได้ถูก ‘จุดพลุ’ โดยประเทศตะวันตก จึงทำให้หลายคนตั้งข้อสังเกตว่า CSR อาจเป็นเพียง ‘ลูกเล่น’ หรือเครื่องมือในการกีดกันทางการค้า เช่นที่ประมาธอำนาจบางประเทศ อ้างคำว่า ‘สิทธิมนุษยชน’ ในการรุกรานประเทศอื่น แต่ความจริง CSR เป็น ‘ของจริง’ ที่ยอมรับกันโดยสากลแล้วได้ประโยชน์แก่ทุกฝ่ายโดยเฉพาะวิสาหกิจที่ดำเนินการ

และโดยมาตรฐานข้างต้น CSR ก็ไม่ใช่ ‘ของเล่น’ ใหม่สำหรับการทำกิจกรรมเพื่อสังคมแบบคุณหญิงคุณนาย ที่ไม่ก่อให้เกิดผลประโยชน์ที่เป็นขึ้นเป็นอันอะไรมากนัก แต่ให้นำหน้าด้านการ ‘สร้างภาพ’ ให้คนที่ออกหน้าและ ‘เอาหน้า’ ได้ดีเท่านั้น

ที่สำคัญที่สุด ไม่ควรเบี่ยงเบน CSR เพราะตามมาตรฐานสากล

CSR ชั้นพื้นฐานที่ขาดเสียมิได้ ก็คือระดับที่กำหนดตามกฎหมาย (Hard Laws) หาไม่ยอมถือเป็นการละเมิดและเป็นอาชญากรรม นอกจากนี้วิสาหกิจที่มี CSR ยังต้องปฏิบัติตามจรรยาบรรณหรือจริยธรรม ซึ่งถือเป็น ‘ข้อกำหนดอย่างอ่อน (Soft Laws) เป็นลำดับที่สอง ส่วนระดับที่ 3 คือระดับอาสาสมัคร เป็นสิ่งมีคุณค่าที่ควรดำเนินการ แต่ต้องดำเนินการตาม Hard Laws and Soft Laws อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

## CSR กับการทำลายธุรกิจ

มีข้อน่าสังเกตอย่างหนึ่งคือ ‘ผู้เชี่ยวชาญ’ CSR ในปัจจุบัน มีหลายคนไม่รู้เรื่องจริง ไม่ได้ทำธุรกิจเลย แต่มาพูดถึง CSR อย่างเป็นคั่งเป็นแคว ในสหรัฐอเมริกา จึงมีการตั้งองค์กร CSR Watch ([www.csrwatch.com](http://www.csrwatch.com)) เพื่อมาตรวจสอบและพบเห็นว่าองค์กรพัฒนาเอกชน หรือ เอ็นจีโอ (NGO: Non-governmental Organization) ที่ชอบเคลื่อนไหวเรื่อง CSR เป็นกลุ่มที่เกลียดหรือต่อต้านธุรกิจ ไม่ได้มุ่งช่วยธุรกิจกับสังคม แต่เป็นกลุ่มที่หากินกับความจน และอาจมุ่งทำลายธุรกิจในระบบโลกเสรี

ข้อคิดของกลุ่มนี้น่าสนใจเช่นกัน โจทย์ที่กลุ่มนี้ตั้งขึ้น ซึ่งถือเป็นความจริงในแง่หนึ่งก็เช่น ‘ธุรกิจที่มี CSR ก็คือธุรกิจที่มีกำไรสูงสุด’ เพราะธุรกิจที่มีกำไรมาก ย่อมต้องเสียภาษีเพื่อการพัฒนาประเทศมากขึ้นตามลำดับเป็นต้น แต่สำหรับประเทศกำลังพัฒนา วิสาหกิจที่ได้กำไรสูงสุดก็อาจโกงเข้ามา (เพราะขาดการตรวจสอบ) และอาจไม่จ่ายภาษี (เพราะติดสินบนได้)

อาจสรุปได้ว่า การมีความรับผิดชอบต่อสังคมตามมาตรฐานที่ยอมรับกันทั่วโลกนั้น ก็คือการให้วิสาหกิจทั้งหลายมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหลาย โดยไม่ได้เป็นต้นทุนหรือเป็นภาระเพิ่มขึ้น แต่กลับเป็นการลงทุนเพื่อประโยชน์ของวิสาหกิจนั้น ๆ ในการมีหลักประกันที่ดีทั้งต่อผู้ถือหุ้น นักลงทุน คู่ค้า ลูกค้า ผู้บริโภค ชุมชนโดยรอบ สังคม สิ่งแวดล้อม และประเทศโดยรวม ในฐานะสมาชิกที่ดีของประชาคมนั่นเอง

## CSR จึงเป็นพันธกิจอันศักดิ์สิทธิ์ของธุรกิจที่มีอารยะ

# 4

## แก่นแท้ของ CSR

ในบทนี้ เรามาทำความเข้าใจอย่างละเอียดเรื่องสิทธิมนุษยชน แรงงาน สิ่งแวดล้อม และการไม่ข้องแวะกับการทุจริตหรือฉ้อโกงตามรายละเอียดของ UN Global Compact

### สิทธิมนุษยชน

หลายท่านอาจจะงงว่าสิทธิมนุษยชนเกี่ยวอะไรกับ CSR แต่ในความเป็นจริง สิทธิมนุษยชนเป็นเรื่องหัวใจของการมี CSR หากนายจ้างหรือวิสาหกิจใดไม่ตระหนักถึงศักดิ์ศรี และความเท่าเทียมกันของความเป็นมนุษย์ วิสาหกิจนั้น ๆ จะถือตนว่ามี CSR ได้อย่างไร การมี CSR ต้องยึดถือสิทธิมนุษยชนที่เคารพ:

1. ความเท่าเทียมกันในแง่ศักดิ์ศรีและสิทธิของมนุษย์ (ในฐานะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับธุรกิจของเรา) ที่จะละเมิดไม่ได้ ทั้งด้านชาติพันธุ์ สีผิว เพศ ภาษา ศาสนา ความคิดทางการเมือง ภูมิลำเนา ชนชั้น ทรัพย์สิน ฯลฯ
  2. ชีวิตและการปลอดภัยจากการกดขี่ ทุจริต เอารัดเอาเปรียบ การทารุณทั้งทางร่างกายหรือจิตใจ ตามที่ได้รับความคุ้มครองทางกฎหมายอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม
  3. เสรีภาพของบุคคล สิทธิความเป็นส่วนตัว หรือต่อการถือครองทรัพย์สิน การยึดถือความเชื่อต่าง ๆ รวมถึงการชุมนุมอย่างสงบโดยไม่ขัดต่อกฎหมาย และไม่ละเมิดสิทธิของผู้อื่น
  4. สิทธิในเชิงเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ซึ่งรวมถึงการมีงานทำ การจ้างงานอย่างเป็นธรรม เท่าเทียมโดยไม่แบ่งแยก รวมทั้งการมีสิทธิรวมตัวเป็นสหภาพแรงงาน เพื่อปกป้องผลประโยชน์ในหมู่ ลูกจ้าง เป็นต้น
- การมี CSR จึงต้องเคารพสิทธิมนุษยชนซึ่งเป็นแนวคิดพื้นฐานสากลที่ได้รับการยอมรับกันทั่วโลก และปฏิบัติทั้งภายในวิสาหกิจและในกิจกรรมอื่นที่เกี่ยวข้อง โดยนับนี้ วิสาหกิจที่มี CSR จึงต้อง:

1. ดำเนินธุรกิจภายใต้กรอบของกฎหมายโดยเคร่งครัด เพราะสังคมหรือวิสาหกิจที่ยึดหลักสิทธิมนุษยชนย่อมมีเสถียรภาพและมีสภาพแวดล้อมที่เป็นคุณต่อธุรกิจนั้น ๆ
2. การใส่ใจสิทธิผู้บริโภคในด้านต่าง ๆ รวมทั้งการรับรู้ข่าวสาร
3. การขยายผลด้านสิทธิมนุษยชนต่อคู่ค้าที่เป็นผู้จัดหาวัตถุดิบและบริการ โดยมุ่งส่งเสริมให้คู่ค้าร่วมปฏิบัติตามหลักการนี้ด้วย
4. เคารพสิทธิของลูกจ้างโดยเคร่งครัดเพื่อให้การบริหารธุรกิจเป็นไปอย่างราบรื่น และสร้างสรรค์

สิ่งทีวิสาหกิจจะสามารถดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรมได้แก่:

1. การประกาศนโยบายด้าน 'สิทธิมนุษยชน' ภายในองค์กร
2. การพัฒนาระบบการจัดการด้านความปลอดภัยและสุขภาพแก่พนักงาน เช่น หน้าดื่มสะอาด และจัดสภาพแวดล้อมที่ดี เป็นต้น
3. การจัดอบรมพนักงาน ให้ตระหนักถึงเรื่องสิทธิมนุษยชนที่จะมีผลต่อการประกอบกิจการ
4. ประเมินผลและพัฒนากิจกรรมส่งเสริมศักยภาพและศักดิ์ศรีของความ เป็นมนุษย์ของพนักงานเป็นระยะ ๆ

วิสาหกิจพึงระวังการละเมิดสิทธิมนุษยชนทั้งทางตรง เช่น เป็นผู้ละเมิดสิทธิมนุษยชนของพนักงานหรือของชุมชนโดยรอบ หรือเป็นในลักษณะที่ได้ประโยชน์จากการละเมิดสิทธิมนุษยชน เช่น การรับแรงงานผิดกฎหมายมาทำงานเพื่อให้ตนมีต้นทุนที่ต่ำกว่า รวมถึงการวางเฉยต่อการเล่นพรรคเล่นพวก เลือกที่รักมักที่ชังภายในวิสาหกิจอีกด้วย

### แรงงาน

แรงงานสร้างสรรคโลก เราต้องยกย่องการใช้แรงงาน ให้เกียรติและปฏิบัติต่อลูกจ้างอย่างเป็นธรรม วิสาหกิจที่มี CSR จึงต้องเชิดชูการใช้แรงงานและผู้ใช้แรงงานในทุกระดับในฐานะปัจจัยการผลิตและในฐานะของความ เป็นมนุษย์ที่เท่าเทียมกัน

คนทั่วไปอาจมองการก่อตั้งสหภาพแรงงานเป็นเรื่องรุนแรง น่ากลัว น่าหวาดหวั่น ฯลฯ แต่การยอมให้พนักงานได้มีสิทธิและเสียงในการแสดงออกนี้ ทำให้เกิดความเข้าใจและนับถือกัน ลดช่องว่างระหว่างลูกจ้างและนายจ้าง เราต้องมองในแง่ดีว่าการรวมตัวของพนักงานย่อมก่อให้เกิดพลังสร้างสรรค์

ช่วยเพิ่มพูนรายได้ และเสริมสร้างประสิทธิภาพแรงงานมากกว่าการให้พนักงานไปเสพสุขชั่วคราวจากการติดยาเสพติดหรือการพนัน

การที่พนักงานมีพลังการต่อรอง ย่อมทำให้เขามีเกียรติและศักดิ์ศรีที่จะพัฒนาตนเอง นายจ้างจะคาดหวังให้ลูกจ้างมองตนเองเป็น ‘คุณพ่อแสนดี’ ที่ยินดีตอบสนองแก่ลูกจ้างโดยไม่จำเป็นเรียกร้องไม่ได้ เราต้องเชื่อถือพลังสามัคคีของบุคคลและมติของ ‘มหาชน’ มากกว่าปัจเจกบุคคลใดโดยเฉพาะ

หากนายจ้างไม่ได้มุ่งหวังที่จะชู้ตริตหรือเอาเปรียบลูกจ้างแล้ว ก็ยิ่งไม่ต้องกลัวพลังการต่อรองของลูกจ้าง และยิ่งหากนายจ้างให้สวัสดิการตามสมควร (ในด้านความปลอดภัย ค่าจ้าง วันลา การจ่ายเงินล่วงเวลา การรักษาพยาบาล ฯลฯ) บางทีการก่อตั้งสหภาพแรงงานอาจไม่ใช่สิ่งจำเป็นหรืออยู่ในห้วงคำนึงของลูกจ้างด้วยซ้ำไป เพราะลูกจ้างก็ต้องมีต้นทุนในการก่อตั้งเพื่อผลประโยชน์ของตนเช่นกัน

สิ่งที่จะสามารถดำเนินการได้อย่างเป็นรูปธรรมได้แก่:

1. การจัดหาสถานที่ให้พนักงานได้มีโอกาสพบปะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นด้านแรงงาน และให้มีกระบวนการร้องเรียนอย่างเหมาะสมเมื่อไม่ได้รับความเป็นธรรม
2. การใช้ข้อเรียกร้องและการเจรจาต่อรองของลูกจ้างเป็นแนวทางในการปรับปรุงสภาพแวดล้อมการทำงานให้ลูกจ้างมีประสิทธิภาพการทำงานสูงขึ้น
3. การจัดกิจกรรมสานสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้างอย่างสร้างสรรค์ต่อเนื่องเพื่อลดช่องว่าง และเพิ่มศักยภาพในการทำงาน

สำหรับประเด็นการบังคับใช้แรงงาน แรงงานเด็ก หรือแรงงานทาส นั้น ถือเป็นกรชู้ตริตแรงงาน เป็นอาชญากรรมทางกฎหมายต่อบุคคลและเป็นการทำคามเสียหายต่อประเทศชาติมักเกิดขึ้นในวิสาหกิจที่เป็นโรงงาน การใช้แรงงานที่ไม่เต็มใจ หรือแม้แต่การ ‘ทำงานขัตดอก (เบียด)’ เช่นนี้ย่อมทำให้ประสิทธิภาพงานต่ำ แม้ค่าจ้างอาจจะต่ำ แต่ก็ส่งผลต่อต้นทุนที่สูงขึ้นในทางด้านอื่น และเสี่ยงต่อการเสียชื่อเสียงและการกระทำผิดกฎหมาย

นายจ้างหรือเจ้าของวิสาหกิจพึงตระหนักว่า ลูกจ้างมีสิทธิที่จะทำงานต่อหรือลาออกจากงานได้ตามกฎหมาย จะไปบังคับใช้แรงงานไม่ได้ ระยะเวลาในการร่วมงานของลูกจ้างขึ้นอยู่กับความสามารถของนายจ้างเองในการดึงดูดให้ลูกจ้างร่วมงานอยู่ต่อได้นานและสร้างสรรค์เพียงใด

งานที่มีคุณภาพและมีปริมาณมากขึ้น มักได้มาจากแรงงานที่เต็มใจทำงานเป็นอันดับแรก การที่นายจ้างกระทำผิดกฎหมายด้วยการบังคับใช้แรงงานหรือใช้แรงงานเด็กราคาถูก อาจทำให้นายจ้างต้อง ‘ได้ไม่คุ้มเสีย’

วิสาหกิจที่มี CSR ต้องไม่กีดกันการจ้างงาน อาชีพ และความก้าวหน้าในการทำงานโดยพิจารณาจากชาติพันธุ์ สีผิว เพศ ภาษา ศาสนา ความคิดเห็นทางการเมือง ภูมิภาค หรือชนชั้น เป็นต้น การกีดกันนี้อาจเกิดขึ้นได้ตั้งแต่การไม่จ้างแรงงานหญิงหรือจ้างในราคาถูกพิเศษในไร่นา จนถึงธุรกิจคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัยที่อาจกีดกันหรือเลือกปฏิบัติต่อพนักงานตามสถาบันที่จบมาหรือภูมิภาคเดิม

การไม่กีดกันหรือเลือกปฏิบัติก็คือการที่ลูกจ้างได้รับการคัดเลือกหรือส่งเสริมให้เติบโตในหน้าที่การงานตามความสามารถในงาน โดยหลักแล้วธุรกิจไม่พึงกีดกันแรงงานเพราะเราควรคัดเลือกกันตามสมรรถนะที่หนุนช่วยธุรกิจกันมากกว่า ดังนั้นจึงควรกำหนดเงื่อนไขการจ้างงานอย่างเป็นธรรม ให้พนักงานได้รับค่าตอบแทนตามศักยภาพ

เครื่องวัดว่าวิสาหกิจใดปฏิบัติต่อลูกจ้างอย่างเหมาะสมหรือไม่ ก็ดูที่การปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานอย่างเคร่งครัด การยินดีช่วยเหลือหากลูกจ้างไม่ได้รับความเป็นธรรม หรือการไม่อาศัยช่องโหว่ของกฎหมายเอาเปรียบลูกจ้าง

นอกจากนี้ วิสาหกิจยังพึงส่งเสริมให้ลูกจ้างได้มีโอกาสที่เท่าเทียมกันในการการพัฒนาทักษะ การศึกษาต่อเนื่อง หรือการศึกษาในสถาบันการศึกษาชั้นสูงเพิ่มขึ้น การทำนุบำรุงลูกจ้างเช่นนี้ ย่อมจะทำให้เกิดประสิทธิภาพการผลิตสูงขึ้น ส่งผลดีต่อวิสาหกิจในที่สุด

## สิ่งแวดล้อม

การทำร้ายสิ่งแวดล้อมถือเป็นอาชญากรรมที่กระทำต่อส่วนรวมจากการประกอบธุรกิจที่ขาดความรับผิดชอบและแสดงถึงการลักขโมยทรัพยากรสาธารณะเพื่อประโยชน์ตน ธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมจึงไม่อาจทำร้ายสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมการรักษาสิ่งแวดล้อม การทำร้ายสิ่งแวดล้อมยังถือเป็นการสร้างต้นทุนที่สูงขึ้น เพราะเมื่อถูกจับได้ย่อมต้องถูกปรับหรือเสียชื่อเสียง ไม่เชื่อถือ ทำให้สูญเสียความสามารถในการแข่งขัน

ประเด็นสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมที่พึงตระหนักได้แก่ การทำลายความ

หลากหลายทางชีวภาพ มีขยะและขยะพิษเพิ่มขึ้น และระบบนิเวศน์ถูกทำลาย ทำให้เกิดมลพิษในอากาศ น้ำ และในพื้นดิน นำไปสู่การสูญสิ้นของทรัพยากรที่จำเป็นสำหรับมนุษย์

ประเด็นที่พึงดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อม มีตั้งแต่การป้องกันความเสียหาย การหยุดทำลายสิ่งแวดล้อม การแก้ไขปัญหาและชดใช้ความเสียหายจากการก่อปัญหาเหล่านั้น แต่การป้องกันเป็นวิธีที่ดีที่สุดเพราะหากสร้างปัญหาจนเกิดมลพิษแล้ว ภาวลักษณะของวิสาหกิจ จะเสียหายจนเกินเยียวยาได้

สิ่งที่สามารถดำเนินการในด้านสิ่งแวดล้อมได้แก่:

1. ศึกษาผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (EIA หรือ Environmental Impact Assessment) เพื่อประเมินผลกระทบในทางลบ การหาทางปรับสมดุลด้านสิ่งแวดล้อม และแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ เป็นต้น
2. ใช้เทคโนโลยีที่รักษาหรือเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากที่สุด ซึ่งเป็นการลงทุนเพื่อประสิทธิภาพการผลิตในระยะยาวและชื่อเสียงของกิจการ
3. ลด ละ และเลิกการใช้เครื่องจักรหรือเทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
4. ใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพที่สุดเพื่อทำร้ายสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด และสูญเสียน้อยที่สุด
5. หลีกเลี่ยงการผลิตสินค้าที่เป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อมและทำให้ลูกจ้างไม่ปลอดภัย
6. สร้างระบบที่มีประสิทธิภาพและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในการบำบัดของเสีย
7. ให้ความรู้และส่งเสริมคู่ค้าหรือผู้จัดหาวัตถุดิบหรือบริการให้ตระหนักและดำเนินการรักษาสิ่งแวดล้อมเช่นเดียวกัน
8. ทำความรูและความเข้าใจในด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดีกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหลาย ตั้งแต่ผู้ถือหุ้น ลูกจ้าง ชุมชน และสังคมโดยรวม
9. มีมาตรการและแผนฉุกเฉินเพื่อแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินการของวิสาหกิจ โดยเฉพาะในกรณีโรงงาน

หน่วยราชการที่เกี่ยวข้องยังควรเพิ่มมาตรการด้านกฎหมายอย่างต่อเนื่องให้ทันการเปลี่ยนแปลงเพื่อการรักษาสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดข้อห่วงวให้หน่อยที่สุด มาตรการภาครัฐต้องมีบทลงโทษผู้กระทำผิด และส่งเสริมให้

กำลังใจแก่วิสาหกิจที่ดำเนินการถูกต้อง เช่น การลดภาษีการค้า เป็นต้น

นอกจากนี้พลังทางสังคมยังสามารถช่วยกระตุ้นให้ผู้เกี่ยวข้องช่วยกันป้องกันปัญหาสิ่งแวดล้อม เช่น สถาบันการเงินตระหนักไม่อำนาจสินเชื่อให้วิสาหกิจที่ทำลายสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการรวมกลุ่มอาสาสมัครพิทักษ์สิ่งแวดล้อมในชุมชน และในเมือง เป็นต้น

## การไม่ฉ้อโกง

ผู้บริหารวิสาหกิจจำนวนมากอาจนึกไม่ถึงว่า การไม่ฉ้อโกงเกี่ยวข้องกับ CSR โดยเฉพาะเมื่อมอง CSR เป็นการบริจาค การทำความดี หลายท่านต่างคิดว่าธุรกิจคือทำอะไรก็ได้ที่ทำเงินได้โดยไม่เลือกวิธีการ ดังนั้นจึงไม่หลีกเลี่ยงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการโกงกินและคิดว่าหากไม่ 'ติดสินบน' หรือ 'หยอดน้ำมัน' ธุรกิจก็ยิ่งสะดุดเสียหายไปใหญ่

แต่ในความเป็นจริง การ 'โกงกิน' 'ฉ้อโกง' 'ฉ้อราษฎร์ บังหลวง' 'กินตามน้ำ' 'ติดสินบน' 'ทุจริตและประพฤติมิชอบ' 'คอร์ปชั่น' 'หยอดน้ำมัน' เหล่านี้คือความไม่โปร่งใส ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญที่ทำหายอย่างยิ่งต่อการประกอบสัมมาอาชีพหรือการดำเนินธุรกิจที่มี CSR ในโลกปัจจุบัน

ยิ่งมีการโกงกินมากเท่าใด ผลร้ายยิ่งตกแก่ผู้บริโภค ซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสำคัญของวิสาหกิจ เพราะต้องจ่ายแพงขึ้นสำหรับซื้อสินค้าและบริการ ยิ่งทำให้คนที่ยากจนอยู่แล้วยากจนยิ่งขึ้น ก่อปัญหาร้ายตามมาอีกมากมายให้สังคม ถือเป็นตัวจุดรั้งความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ

ธุรกิจที่หาเลี้ยงชีพด้วยการโกงกิน มีส่วนในการโกงกิน หรือสนับสนุนการโกงกินทุกรูปแบบล้วนไร้เกียรติ ผู้บริโภคและสังคมไม่ควรไวใจ เพราะธุรกิจนั้นเสี่ยงที่จะเสียชื่อเสียง เสียเงิน เสียอสิรภาพกลายเป็นอาชญากรทางเศรษฐกิจ การเกี่ยวข้องกับโกงกินจึงมีแต่จุดจบที่เลวร้าย

วิธีต่อสู้กับการโกงกินมีดังนี้:

1. ประกาศนโยบายที่แน่ชัดว่าจะไม่ส่งเสริมการโกงกินทุกรูปแบบ และในทุกส่วนงานของวิสาหกิจนั้น
2. จัดทำเครื่องมือการตรวจสอบการโกงกินในทุกระดับเพื่อให้ลูกค้ำมั่นใจในสินค้าและบริการที่ไม่ 'ปนเปื้อน' กับการทุจริตและประพฤติมิชอบ และเป็นการรักษาเกียรติภูมิของวิสาหกิจอีกด้วย

## ว่าด้วย CSR 26000

CSR 26000 ตามประกาศของกระทรวงอุตสาหกรรม เป็นอย่างไร จะถือปฏิบัติอย่างไร

เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2553 ได้มีประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม ฉบับที่ 4272 (พ.ศ.2553) เรื่องกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมตามมาตรฐานโลก CSR 26000 ในหนังสือนี้จึงนำมาตรฐานโลกนี้มาวิเคราะห์ให้เห็นชัด ข้อเขียนในส่วนนี้จึงคัดลอกและดัดแปลงมาจากส่วนหนึ่งของมาตรฐานฉบับดังกล่าว

หลักการของความรับผิดชอบต่อสังคมตาม มอก.26000-2553 หรือ ISO 26000: 2010 ประกอบด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (Accountability) ความโปร่งใส (Transparency) การปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม (Ethical behavior) การเคารพต่อผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Respect for stakeholder interests) การเคารพต่อหลักนิติธรรม (Respect for the rule of law) การเคารพต่อการปฏิบัติตามแนวทางของสากล (Respect for international norms of behavior) และการเคารพต่อสิทธิมนุษยชน (Respect for human rights)

### ความรับผิดชอบต่อสังคม

วิสาหกิจควรมีความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผลกระทบจากวิสาหกิจที่มีต่อสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม โดยหลักการนี้วิสาหกิจควรยอมรับให้มีการตรวจสอบอย่างละเอียด รวมทั้งยอมรับต่อภาระหน้าที่ในการสนองตอบต่อการถูกตรวจสอบอย่างละเอียดนี้

การที่วิสาหกิจมีความรับผิดชอบต่อสังคมจะช่วยทำให้เกิดผลดีทั้งต่อวิสาหกิจและต่อสังคม ระดับของความรับผิดชอบต่อสังคม อาจมีการผันแปรไปตามขอบเขตและอำนาจหน้าที่ในการตอบสนอง ดังนั้น วิสาหกิจที่มีอำนาจหน้าที่ที่สำคัญ จึง

3. ร่วมมือกับผู้เกี่ยวข้องในวงการ ผู้รักษากฎหมาย ชุมชนและสังคมในการตรวจสอบการทุจริตและประพฤติมิชอบของผู้ถือหุ้น ผู้บริหาร และลูกจ้างทุกระดับภายในวิสาหกิจ

อย่างไรก็ตามในการติดต่อกับทางราชการ ธุรกิจหลายแขนงทั้งวิสาหกิจในประเทศและวิสาหกิจข้ามชาติขนาดใหญ่ ก็ยังต้องติดสินบนเป็นค่าอำนวยความสะดวก หรือ Service Fee อยู่เช่นกัน หากไม่จะไม่สามารถแข่งขันประมูลงานกับคู่แข่ง หรืออาจถูกกลั่นแกล้งได้ หรือแม้แต่การรับงานจากวิสาหกิจเอกชนขนาดใหญ่ ฝ่ายจัดซื้อของวิสาหกิจขนาดใหญ่เหล่านี้ก็มีการรับสินบนเช่นกัน

ในกรณีนี้หากเราทำวิสาหกิจที่มีความเข้มแข็ง ก็ไม่ต้องง้อการติดสินบน ก็ไม่จำเป็นต้องไปข้องแวะกับวงจรเหล่านี้ แต่หากหลีกเลี่ยงไม่ได้ ก็คงถือเป็นปัจจัยภายนอกที่เหนือการควบคุม เราคงเพียงทำได้ด้วยการดูแลวิสาหกิจของเราเองให้สะอาด ยิ่งกว่านั้นหากสามารถเลือกได้ ก็คงต้องพยายามเลือกประกอบธุรกิจที่ไม่ต้องไปติดสินบนเจ้าหน้าที่หรือพนักงานบริหารของลูกค้าขนาดใหญ่อันเป็นการส่งเสริมการทุจริตและประพฤติมิชอบ

แก่นของการเป็นวิสาหกิจที่ดี มี CSR ที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล โดยเฉพาะองค์กรสหประชาชาติตาม UN Global Compact จึงมีเช่นนี้ และเนื้อหาไม่ได้อยู่ที่การบริจาค (เอาหน้า) หรือการช่วยเหลือสังคมในรูปแบบคุณหญิงคุณนาย (ยุคใหม่) หรือการทำกิจกรรมเพื่อการ 'คืนกำไรสู่สังคม' หรือ 'ตอบแทนผู้มีอุปการะคุณ' เป็นสาระสำคัญแต่อย่างใด

อย่างไรก็ตาม วิสาหกิจก็ยังคงส่งเสริมการบำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคม และการบริจาคที่บริสุทธิ์ใจ การทำดียอมดีทั้งต่อตนเองและผู้อื่น แต่อย่างน้อยวิสาหกิจที่ดีต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดกฎหมายในการไม่ละเมิดสิทธิของทุกฝ่าย การละเลยหน้าที่อาจสร้างอาชญากรรม

การมี CSR จึงหมายถึงการยึดหลักสิทธิมนุษยชน ความเท่าเทียม ด้านแรงงาน การรักษาสິงแวดล้อม และการไม่โกงกิน เพื่อให้วิสาหกิจได้รับความเชื่อถือ เป็นทุนด้านชื่อเสียงกิจการ และเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับสินค้าและบริการที่ไม่ได้ปนเปื้อนการประกอบอาชญากรรมใด ๆ

### วิสาหกิจที่ดีจึงต้องมี CSR



ควรระมัดระวังเป็นอย่างมากในการที่จะตัดสินใจต่อเรื่องใด ๆ รวมทั้ง ระยะเวลาว่างในประเด็นที่อาจจะมองข้ามด้วย นอกจากนี้ความรับผิดชอบยัง ครอบคลุมถึงการยอมรับเป็นผู้รับผิดชอบในกรณีที่เกิดข้อผิดพลาดจากการ ทำงานขึ้น โดยมีการกำหนดมาตรการอย่างเหมาะสมในการแก้ไขสิ่งผิดพลาด นั้น และ ดำเนินการปฏิบัติการป้องกันเพื่อไม่ให้เกิดข้อผิดพลาด ทั้งนี้อาจ หมายรวมถึงการประกันทางวิชาชีพ (Indemnity Insurance)

โดยสรุปแล้ววิสาหกิจ ควรมีความรับผิดชอบต่อผลกระทบจากการ ตัดสินใจและการดำเนินการต่าง ๆ ของวิสาหกิจต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และ เศรษฐกิจ โดยเฉพาะผลกระทบด้านลบที่มีนัยสำคัญ และต่อการดำเนินการ เพื่อการป้องกันผลกระทบด้านลบที่ถูกมองข้าม หรือเกิดขึ้นโดยไม่ตั้งใจเพื่อ ป้องกันไม่ให้เกิดขึ้นอีก

## ความโปร่งใส

กล่าวคือวิสาหกิจควรมีความโปร่งใสในการตัดสินใจและการดำเนินการต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม วิสาหกิจควรมีการเปิดเผยอย่าง ชัดเจน ถูกต้อง และครบถ้วน รวมทั้งระดับในการชี้แจงที่มีการระบุถึงเหตุผล และมีความเพียงพอเกี่ยวกับนโยบาย การตัดสินใจและการดำเนินการต่าง ๆ ที่วิสาหกิจรับผิดชอบ รวมทั้งผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

โดยสรุปแล้ว วิสาหกิจควรมีความโปร่งใส ที่เกี่ยวกับ

- วัตถุประสงค์ ลักษณะ และสถานที่ตั้งของการดำเนินการต่าง ๆ ของวิสาหกิจ
- คุณลักษณะของกลุ่มผลประโยชน์ต่าง ๆ ที่กำกับดูแลวิสาหกิจ
- ลักษณะของการตัดสินใจ การนำไปใช้ และการทบทวน รวมทั้งการ กำหนดบทบาท ความรับผิดชอบ การตรวจสอบได้ และอำนาจหน้าที่ใน วิสาหกิจ
- มาตรฐานต่าง ๆ และเกณฑ์กำหนดซึ่งวิสาหกิจใช้ในการ ประเมินผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม
- ผลการดำเนินงานที่มีความเกี่ยวข้องกับประเด็นต่าง ๆ ที่มี นัยสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคม
- แหล่งที่มาของเงินทุน จำนวน และการนำไปใช้

- ผลกระทบที่ทราบและที่มีแนวโน้มว่าจะเกิดขึ้นจากการตัดสินใจ และการดำเนินการต่าง ๆ ของวิสาหกิจ ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมทั้งต่อ สังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม

- ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมทั้งเกณฑ์ และขั้นตอนการดำเนินงานที่ใช้ ในการชี้แจง การคัดเลือก และการสานสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเหล่านั้น อย่างไรก็ตามความโปร่งใสนี้ไม่ครอบคลุมถึงความลับทางธุรกิจ สูตร ส่วนผสมหรือสิ่งที่เป็นมูลค่ากิจการของวิสาหกิจ

## การปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม

วิสาหกิจควรปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม พฤติกรรมของวิสาหกิจควรอยู่ บนพื้นฐานของการมีค่านิยมที่เกี่ยวกับความซื่อสัตย์ ความเท่าเทียม และ ความยุติธรรม ค่านิยมเหล่านี้ยังหมายถึงข้อกังวลสำหรับคน สัตว์ และ สิ่งแวดล้อม และความมุ่งมั่นที่จะดำเนินการกับผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการ ตัดสินใจและการดำเนินการต่าง ๆ ของวิสาหกิจต่อผลประโยชน์ของผู้มีส่วน ได้ส่วนเสีย

วิสาหกิจควรมีการส่งเสริมให้เกิดการปฏิบัติอย่างมีจริยธรรมอย่าง จริงจัง โดย

- การชี้แจงและกำหนดค่านิยมและหลักการต่าง ๆ ของวิสาหกิจ
- การจัดทำและดำเนินการตามโครงสร้างการบริหารที่ช่วยส่งเสริม ให้เกิดการปฏิบัติอย่างมีจริยธรรมภายในวิสาหกิจ รวมทั้งในกระบวนการ ตัดสินใจและการมีปฏิสัมพันธ์กับหน่วยงานอื่น ๆ
- การชี้แจง การปรับ และการประยุกต์ใช้มาตรฐานการปฏิบัติอย่างมี จริยธรรมอย่างเหมาะสมเพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมาย และกิจกรรมของ วิสาหกิจ
- การกระตุ้นและการส่งเสริมให้เกิดการปฏิบัติตามมาตรฐานของ การปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม
- การกำหนดและสื่อสารเกี่ยวกับมาตรฐานการปฏิบัติอย่างมี จริยธรรมอันเป็นที่คาดหวังจากผู้กำกับดูแลวิสาหกิจ บุคลากร ผู้ส่งมอบ ผู้รับเหมา และเจ้าของ และผู้จัดการตามความเหมาะสม และยังรวมถึงกลุ่มที่

มีโอกาสสร้างผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อค่านิยม วัฒนธรรม ความยุติธรรม ยุทธศาสตร์ และการดำเนินการของวิสาหกิจ และบุคคลใดก็ตามที่ดำเนินงานในนามของวิสาหกิจในขณะที่ยังคงมีการอนุรักษ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่น

- การป้องกัน หรือการแก้ไขการเกิดผลประโยชน์ทับซ้อนที่สามารถนำไปสู่การปฏิบัติอย่างไม่มีจริยธรรม ตลอดทั่วทั้งวิสาหกิจ
- การกำหนดและรักษาไว้ซึ่งกลไกในการกำกับดูแล และการควบคุมต่าง ๆ เพื่อคอยเฝ้าติดตามให้การสนับสนุนและการบังคับให้เกิดการปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม
- การกำหนดและรักษาไว้ซึ่งกลไกในการให้ความช่วยเหลือในการทำรายงานเกี่ยวกับการปฏิบัติอย่างไม่มีจริยธรรมโดยปราศจากความหวาดกลัวจากการถูกข่มขู่
- การให้ความสำคัญและดำเนินการในสถานการณ์ต่าง ๆ ที่พบว่ายังไม่มีการกำหนดกฎหมายและระเบียบต่าง ๆ ของท้องถิ่น หรือมีข้อขัดแย้งกันกับการปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม
- การกำหนดและประยุกต์ใช้มาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากลเกี่ยวกับการปฏิบัติอย่างมีจริยธรรมเมื่อมีการทำวิจัยในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์
- การเคารพต่อสวัสดิภาพของสัตว์ หากมีผลกระทบต่อชีวิตและการคงอยู่ รวมทั้งการจัดสภาพที่มีความเหมาะสมในการเลี้ยงดู การเพาะพันธุ์ การผลิต การขนส่ง และการใช้สัตว์

### การเคารพต่อผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

โดยหลักการคือ วิสาหกิจควรเคารพ พิจารณา และตอบสนองต่อผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของวิสาหกิจ ถึงแม้ว่าวัตถุประสงค์ของวิสาหกิจอาจจะมีข้อจำกัดเพียงทำเพื่อตอบสนองผลประโยชน์ของเจ้าของสมาชิก ลูกค้า หรือสมาคมที่วิสาหกิจสังกัด อย่างไรก็ตาม สิทธิการเรียกร้องและผลประโยชน์ของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลอื่น ๆ ควรได้รับการพิจารณาด้วยเนื่องจากบุคคลหรือกลุ่มบุคคลเหล่านี้ต่างถือว่าเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของวิสาหกิจ

### วิสาหกิจควรดำเนินการ

- ชี้แจงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของวิสาหกิจ
- ให้ความสำคัญ และระมัดระวังเกี่ยวกับผลประโยชน์ รวมทั้งสิทธิทางกฎหมายของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและตอบสนองต่อข้อกังวลต่าง ๆ ที่ได้แสดงไว้
- ให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียบางกลุ่มสามารถมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญกับการดำเนินการต่าง ๆ ของวิสาหกิจ
- ประเมินและพิจารณาถึงการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อการติดต่อ การสานสัมพันธ์ และการมีอิทธิพลกับวิสาหกิจ
- ดำเนินถึงความสัมพันธ์ระหว่างผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับความคาดหวังของสังคมที่กว้าง ขวางออกไป และการพัฒนาอย่างยั่งยืน รวมถึงลักษณะของความสัมพันธ์ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับวิสาหกิจ
- พิจารณามุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่อาจได้รับผลกระทบจากการตัดสินใจ หรือจากกิจกรรมของวิสาหกิจ ถึงแม้ว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเหล่านี้จะไม่มีบทบาทอย่างเป็นทางการในการกำกับดูแลวิสาหกิจหรือไม่ได้ให้ความสำคัญกับผลประโยชน์เหล่านี้ก็ตาม

### การเคารพต่อหลักนิติธรรม

โดยนัยนี้วิสาหกิจควรยอมรับว่าการปฏิบัติตามหลักนิติธรรมเป็นสิ่งที่ยังบังคับให้ต้องทำ หลักนิติธรรม ถือว่ากฎหมายเป็นสิ่งสูงสุด ซึ่งเป็นแนวคิดที่ว่าไม่มีบุคคล หรือวิสาหกิจใดที่จะอยู่เหนือกฎหมายได้ และรัฐบาลก็ต้องเคารพกฎหมายเช่นเดียวกัน หลักนิติธรรมจะแตกต่างจากการใช้อำนาจตามอำเภอใจ

หลักนิติธรรมโดยทั่วไปจะเกี่ยวกับการกำหนดกฎหมายและระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ไว้เป็นลายลักษณ์อักษร มีการเผยแพร่ต่อสาธารณชน และมีการนำไปบังคับใช้อย่างเท่าเทียมกันและอย่างยุติธรรมตามขั้นตอน การดำเนินการที่กำหนดไว้ในบริบทของความรับผิดชอบต่อสังคม การเคารพต่อหลักนิติธรรม หมายถึง วิสาหกิจต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมายและข้อกำหนดต่าง ๆ ที่วิสาหกิจเกี่ยวข้องทั้งหมดซึ่งก็

หมายความว่าวิสาหกิจควรระมัดระวังต่อกฎหมายและข้อกำหนดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมีการแจ้งให้ทุกคน ที่เกี่ยวข้อง ในวิสาหกิจได้รับทราบถึงความรับผิดชอบในการคอยเฝ้าติดตามและมีการดำเนินการตามมาตรการต่าง ๆ ที่กำหนด

#### วิสาหกิจควรดำเนินการ

- ปฏิบัติตามข้อกำหนดของกฎหมายทั้งหมดที่ครอบคลุมถึงการดำเนินการของวิสาหกิจ ถึงแม้ว่ากฎหมาย และข้อกำหนดต่าง ๆ เหล่านั้นจะไม่มีการบังคับใช้อย่างเหมาะสมก็ตาม

- มั่นใจว่าหน่วยงานที่วิสาหกิจมีความสัมพันธ์มีการดำเนินการต่าง ๆ ตามกรอบของกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

- ติดตามเพื่อให้ได้รับทราบถึงข้อกฎหมายที่ต้องรับผิดชอบทั้งหมด

- ทบทวนถึงการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดต่าง ๆ ที่วิสาหกิจเกี่ยวข้องตามช่วงระยะเวลาที่กำหนด

#### การเคารพต่อการปฏิบัติตามแนวทางของสากล

วิสาหกิจควรเคารพต่อการปฏิบัติตามแนวทางของสากล ในขณะที่ยังคงยึดมั่นกับหลักการของการเคารพต่อสิทธิมนุษยชน โดย

- ในสถานการณ์ที่กฎหมาย หรือการดำเนินการตามกฎหมายยังไม่พอเพียงสำหรับการปกป้องสิ่งแวดล้อม หรือสังคมได้ วิสาหกิจควรผลักดันให้เกิดการเคารพต่อการปฏิบัติตามแนวทางของสากลเป็นอย่างน้อย

- ในประเทศที่พบว่ามีการกฏหมาย หรือการดำเนินการตามกฎหมายขัดแย้งกันกับการปฏิบัติตามแนวทางของสากล วิสาหกิจควรผลักดันให้เกิดการเคารพต่อการปฏิบัติตามแนวทางของสากลให้กว้างขวางที่สุดเท่าที่จะทำได้

- ในสถานการณ์ที่กฎหมาย หรือการดำเนินการตามกฎหมายมีความขัดแย้งกันกับการปฏิบัติตามแนวทางของสากล และหากไม่ได้ปฏิบัติตามการปฏิบัติตามแนวทางของสากลเหล่านี้แล้วจะส่งผลกระทบต่อวิสาหกิจควรทบทวนลักษณะของความสัมพันธ์ และกิจกรรมต่าง ๆ ในกรอบของกฎหมายนั้นเท่าที่จะทำได้และอย่างเหมาะสม

- วิสาหกิจควรพิจารณาถึงโอกาสและช่องทางต่าง ๆ ในกฎหมาย

เพื่อชักชวนวิสาหกิจและหน่วยงานที่กำกับดูแล ด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดปัญหาข้อขัดแย้งใด ๆ

- วิสาหกิจควรหลีกเลี่ยงการร่วมการกระทำผิดกับวิสาหกิจอื่นในการดำเนินการต่าง ๆที่ไม่เป็นไปตามการปฏิบัติ ตามแนวทางของสากล

#### การเคารพต่อสิทธิมนุษยชน

วิสาหกิจควรเคารพต่อสิทธิมนุษยชน และให้การยอมรับถึงความสำคัญและความเป็นสากลของสิทธิมนุษยชน โดยวิสาหกิจควรดำเนินการ

- เคารพและส่งเสริมสิทธิต่าง ๆ ที่ระบุไว้ในกฎหมายระหว่างประเทศว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (International Bill of Human Rights)

- เคารพต่อความเป็นสากลของสิทธิต่าง ๆ เหล่านี้ว่าสามารถนำไปปรับใช้ได้ในทุกประเทศ ทุกวัฒนธรรม และทุกสถานการณ์

- ในสถานการณ์ที่สิทธิมนุษยชนไม่ได้รับการปกป้อง วิสาหกิจควรดำเนินการให้เกิดการเคารพสิทธิมนุษยชน และหลีกเลี่ยงการได้มาซึ่งผลประโยชน์จากสถานการณ์ต่าง ๆ ดังกล่าว

- ในสถานการณ์ที่กฎหมาย หรือการบังคับใช้กฎหมายยังไม่มีความเหมาะสมต่อการปกป้องสิทธิมนุษยชน ขอให้ยึดถือหลักการของการเคารพต่อการปฏิบัติตามแนวทางของสากล

## CSR สำหรับธุรกิจทุกระดับ

อย่าเข้าใจผิดว่า CSR มีเฉพาะในวิสาหกิจขนาดใหญ่

วิสาหกิจในตลาดหลักทรัพย์ หรือวิสาหกิจข้ามชาติ

ธุรกิจขนาดกลางหรือขนาดย่อม ซึ่งรู้จักกันในนาม SMEs (Small and Medium Enterprises) ก็ต้องมี CSR ดังนั้นบทนี้จึงมุ่งกล่าวถึงบทบาทด้าน CSR ของวิสาหกิจหลากหลายประเภท เป็นกรณีตัวอย่าง ให้เห็นว่า การรับผิดชอบต่อสังคม และต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหลาย ควรเป็นอย่างไร

### ธุรกิจ SMEs

เราคงเคยได้ยินว่า แม่ค้าขายขนมจีน เอากระดาษทิชชูมาผสมในน้ำยา นัยว่าเพื่อลดต้นทุนให้ขายได้ราคาถูก ช่วยให้ขายได้ดีขึ้น หรือใส่ผงชูรสมากมายเพียงเพื่อให้คนติดใจในรสชาติโดยขาดความรับผิดชอบต่อ หรือนำอาหารที่เสื่อมคุณภาพมาขายจนกระทั่งเด็กนักเรียนกินแล้วอาเจียนกันทั้งโรงเรียน เป็นต้น

ในธุรกิจไม่ว่าระดับ SMEs หรือธุรกิจขนาดใหญ่ มีคดีชั่วร้ายอยู่อย่างหนึ่งก็คือ 'ด้านได้ อาย-อด' คือทำอะไรก็ได้ที่ขอเพียงให้ได้ผลตอบแทนงดงามในวันนี้โดยไม่รับผิดชอบต่อ การทำธุรกิจเช่นนี้ย่อมไม่ยั่งยืนและยังเสี่ยงกับการถูกสั่งปิด เราจึงควรส่งเสริมธุรกิจให้รับผิดชอบต่อ หากไม่ถือเป็นการละเมิด เป็นการกระทำผิดกฎหมาย เป็นอาชญากรรมที่ต้องถูกลงโทษ

### บริษัทมหาชน

ก่อนหน้านี้นี้ ตัวอย่างการขาด CSR อาจเห็นได้จากการที่เจ้าของเดิมของบริษัทมหาชน ทั้งกิจการของตนเองหลังจากเข้าระดมเงินในตลาดหลักทรัพย์ได้แล้ว บ้างก็กองบริษัทของตนเอง จัดตั้งบริษัทลูกมาให้บริการแก่บริษัทแม่ที่เป็นบริษัทมหาชนโดยไม่ต้องแข่งขันอย่างเท่าเทียม หรือใช้จ่ายเงินฟุ่มเฟือยเพื่อบำรุงความสุขสบายของผู้บริหาร เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันนี้ ตลาดหลักทรัพย์และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ต่างมีมาตรการควบคุมบริษัทมหาชนรัดกุมกว่าแต่ก่อน และถือเป็นมาตรฐานที่ดีสำหรับวิสาหกิจอื่น ๆ นอกตลาดหลักทรัพย์ เพื่อให้เกิดความโปร่งใส เป็นธรรม และปิดโอกาสการทุจริต

### นายธนาคาร

เราคงเคยได้ยินว่า ธนาคารหลายแห่งที่เจ๊งไปนั้น เป็นเพราะการปล่อยกู้อย่างขาดความรับผิดชอบให้เครือญาติโดยขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันที่เพียงพอ ธนาคารหลายแห่งขโมยโครงการที่มีแนวคิดการตลาดดี ๆ ไปทำเสียเอง หรือกว่าจะกู้เงินได้ ก็ต้องจ่ายเบี้ยร้ายรายทางให้เจ้าหน้าที่ฝ่ายสินเชื่อผู้จัดการสาขา และผู้จัดการเขต เป็นต้น

ธนาคารที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ก็คือการรับผิดชอบต่อลูกค้า เป็นสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นลูกค้าที่มาฝากเงินหรือที่มากู้เงิน โดยการ 'กวาดบ้าน' ตัวเองก่อน ปิดโอกาสที่จะเกิดทุจริต ทำให้ลูกค้าไว้วางใจ เป็นต้น

ธนาคารหลายแห่งเป็นผู้อุปถัมภ์งานอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมต่าง ๆ มากมาย แต่กลับขูดรีดบีบบังคับแรงงานกับพนักงานอย่างรุนแรง และการปรับเพิ่มเงินเดือนก็ต่อจากอัตราการเรียกร้องอย่างเอาเป็นเอาตายของพนักงาน กรณีเช่นนี้เป็นภาพที่ขัดแย้งกันเองอย่างชัดเจน

### สื่อมวลชน

เราได้ยินปัญหาของสื่อมวลชนอยู่เนือง ๆ เช่น การเขียนเชียร์ดารา หรือผู้มีอุปการะคุณที่ลงโฆษณา ที่ร้ายไปกว่านั้นคือการใช้ปากกาเป็นอาวุธในการทำร้ายคนอื่น ชาวในหน้าหนังสือพิมพ์มักเป็นชาวแกลงของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การเสนอข่าวอาจคำนึงถึงประโยชน์ของผู้บริโภคน้อยกว่าผู้จ่ายเงินโฆษณาที่ทำให้สื่อมวลชนอยู่ได้ หนังสือพิมพ์จึงอาจเป็นเพียง 'กระบอกเสียง' หรือเป็นเพียง 'กระดาษเปื้อนหมึก' ไปในบางคราว

สื่อมวลชนที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมจึงไม่ควรเป็นเครื่องมือของประเทศมหาอำนาจ นายทุนข้ามชาติ หรือนายทุนในประเทศรายใหญ่ ๆ ที่มุ่งการเสนอข่าวเฉพาะบางมุมบางด้านอันถือเป็นการ 'ปิดฟ้าด้วยฝ่ามือ' และเป็นเครื่องมือโฆษณาชวนเชื่อโดยไม่รับผิดชอบต่อ

เราอาจเคยได้ยินสำนักข่าวใหญ่ข้ามชาติบาราย ทำดีด้วยการอนุญาตให้พนักงานไป ‘ออกค่าย’ ทำงานช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสโดยไม่ถือเป็นวันลา นี่ช่วงเป็นกิจกรรมที่น่าชื่นใจจริง ๆ แต่นั่นไม่ใช่ CSR ที่แท้ บทบาทหลักสื่อมวลชนก็คือการนำเสนอข่าวที่เที่ยงตรงต่างหาก

## นักวิชาการ

คนไทยถือว่านักวิชาการเป็นครูบาอาจารย์ แต่ก็ควรตรวจสอบในด้านความรับผิดชอบเช่นกัน เพราะเราคงเคยได้ยินนักวิชาการประเภทใช้เกรดแลกกับของขวัญราคาแพงหรือความสัมพันธ์ฉันชู้สาว การได้เข้าโดยมิชอบโดยอาศัยความเป็นนักวิชาการ หรือการโกงเวลานักศึกษาไปรับงานนอก ไปหากิน และหาชื่อเสียงส่วนตัว เป็นต้น

ในต่างประเทศ คนมีอาชีพวิชาการหรือรับราชการ จะเอาเวลาราชการไปทำมาหากินทางอื่นไม่ได้ เคยมีกรณีถูกไล่ออกจากราชการเพราะเอาเวลางานมาเขียนพ็อกเก็ตบุคมาแล้ว อาจารย์หรือนักวิชาการที่ดีต้องปฏิบัติต่อนักศึกษาเสมือนลูกค้าที่มีคุณ จะละเมิดไม่ได้ และไม่ทำตัวเป็นเจ้ากู เจ้าสำนัก เห็นลูกศิษย์เป็นแค่เบี้ย

## ห้างสรรพสินค้า

ห้างสรรพสินค้าที่ขายของราคาแพงเกินเหตุ หลอกขายของที่คุณภาพไม่สมราคา หรือหลอกลงด้วยกลยุทธ์ลดแลกแจกแถมที่ฉ้อฉล ย่อมไม่มี CSR อาจกล่าวได้ว่ากรณีห้างสรรพสินค้า CSR พังพิจารณาจากผู้บริโภคเป็นสำคัญ ห้างใดขายของเหมือน ๆ กันแต่ตั้งราคาถูกกว่า ย่อมได้ใจลูกค้ามากกว่า มีผู้จดหมายมากกว่า และส่งผลให้มีผลประกอบการที่ดีกว่า

แต่ก็มีประเด็นที่ค่อนข้างละเอียดอ่อนคือ การที่ห้างสรรพสินค้า (ทั้งไทยและเทศ) มีบวิสาหกิจผู้ผลิตสินค้าอย่างหนักเพื่อให้ตนสามารถขายสินค้าแก่ผู้บริโภคได้ในราคาถูก รวมทั้งการผลิตสินค้าโดยติดฉลากของห้าง (House Brand) ทำให้ผู้ผลิตไม่มีโอกาสแจ้งเกียติ์ข้อของของตนเอง สิ่งเหล่านี้ถือว่าขาด CSR หรือไม่

หากพิจารณาอย่างเป็นธรรม กรณีนี้น่าจะถือเป็นกลยุทธ์ทางการค้ามากกว่า หากผู้ผลิตต้องอาศัยห้างสรรพสินค้า ก็คงต้องขึ้นกับเงื่อนไขของผู้ที่มีกำลังต่อรองสูงกว่า อย่างไรก็ตาม ในแง่มุมมองกันข้าม หากไม่มี

ห้างสรรพสินค้า ผู้บริโภคอาจต้องหาซื้อสินค้าที่มีราคาแพงกว่าผ่านระบบยี่ป้าชาบีว หรือโซ่ห่วยที่มีมาก่อนห้างสรรพสินค้าประเภทธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่

## ฝ่ายจัดซื้อ

ฝ่ายจัดซื้อหรือฝ่ายอนุมัติต่าง ๆ มักมีความเสี่ยงที่จะทำลายเกียรติภูมิของวิสาหกิจหรือทำให้วิสาหกิจขาด CSR เพราะเจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อมักจะมีสินบนจากคู่ค้าที่เสนอวัตถุดิบ สินค้า และบริการแก่วิสาหกิจดังกล่าว ผู้บริหารสูงสุดหรือผู้บริหารฝ่ายจัดซื้อที่ฉ้อฉล มักอาศัยตำแหน่งหน้าที่เป็นช่องทางโกงกิน จะสังเกตได้ว่า ฝ่ายจัดซื้อที่ ฉ้อโกงมักจะทำตัวทรงอิทธิพลอย่างชัดเจน และมักมีคู่ค้ามา ‘ติดพัน’ ไปมาหาสู่กันอยู่เสมอ

วิสาหกิจที่มี CSR ต้องมีระบบการตรวจสอบที่ดี รู้จัก ‘กวาดบ้าน’ ตัวเองอยู่อย่างสม่ำเสมอ เพื่อเปิดโอกาสการทุจริตและประพฤติมิชอบ วิสาหกิจที่ดียังคงมีนโยบายและจัดทำคู่มือให้คู่ค้า ลูกค้า และสังคมได้ทราบอย่างโปร่งใสว่า ธุรกิจของตนได้ดำเนินการจัดซื้ออย่างโปร่งใสและเป็นธรรมตามขั้นตอนอย่างไร และควรมีแผนการรับเรื่องร้องทุกข์ที่เป็นอิสระ

## นักวิชาชีพ

เราคงเคยได้ยินบริษัทบัญชี หรือผู้ตรวจสอบบัญชีบางราย ฉ้อฉลด้วยการลงลายมือชื่อตรวจสอบบริษัทนับแสนรายต่อปี บริษัทที่ปรึกษา เช่น ผู้ประเมินค่าทรัพย์สินบางแห่งไม่ซื่อสัตย์ต่อวิชาชีพ ตั้งแต่ผู้บริหารจนถึงผู้ประกอบวิชาชีพเรียกเก็บเงินจากลูกค้า หรือร่วมกับลูกค้าออกรายงานประเมินโกธนาการ หรือร่วมมือกับผู้บริหารธนาการโกธนาการที่ตนบริหารอยู่ เป็นต้น ดังนั้น นักวิชาชีพที่ดีต้องไม่ ‘พายเรือให้โจรนั่ง’ แต่ควรดำเนินวิชาชีพตามกฎหมาย ไม่ละเมิดจรรยาบรรณของวิชาชีพเพื่อผลประโยชน์ส่วนตัว

การควบคุมวิชาชีพนั้น รัฐบาลมักเป็นผู้ดำเนินการควบคุมโดยตั้งเป็นสภาวิชาชีพ เช่น แพทยสภา สภาวิศวกร และสภาสถาปนิก ในประเทศไทยยังมีวิชาชีพอีกหลายแขนงที่ยังไม่มีสภาวิชาชีพ อาจกล่าวได้ว่าในประเทศที่ไม่ค่อยพัฒนา ยังไม่มีระบบควบคุมนักวิชาชีพเพื่อให้ความไม่ม่ระบบและการควบคุมนี้ จึงเป็นช่องทางการโกงกินต่าง ๆ โดยใช้หนักวิชาชีพเป็นตราขาย (rubber stamp) ต่อไป

ทุกธุรกิจขนาดใดก็ตามที่มุ่งหวังจะยั่งยืน ต้องมี CSR

## CSR กับ นักวิชาชีพ

ในบทนี้มุ่งเน้นเฉพาะวงวิชาชีพเช่น แพทย์ วิศวกร ทนาย นักบัญชี ผู้ประเมินค่าทรัพย์สิน บุคคลหรือวิสาหกิจ วิชาชีพเหล่านี้ซึ่งถือเป็นธุรกิจบริการ ก็ต้องมี CSR เช่นกัน

หลายท่านอาจจะงงว่า CSR เกี่ยวอะไรกับนักวิชาชีพ อันที่จริงแก่นแท้ของ CSR ก็คือการที่วิสาหกิจปฏิบัติตามกฎหมายโดยเคร่งครัด ไม่เอาเปรียบ ไม่ฉ้อฉลต่อทุกฝ่าย ดังนั้นนักวิชาชีพทั้งในรูปบุคคลหรือวิสาหกิจก็ต้องปฏิบัติตามกฎหมายโดยเคร่งครัด

อย่างไรก็ตามการปฏิบัติตามกฎหมายโดยเคร่งครัด ไม่ได้จำกัดไว้เฉพาะนักวิชาชีพ บุคคล หรือวิสาหกิจทั้งหลายก็ต้องปฏิบัติตามนี้ ไม่เช่นนั้นบ้านเมืองก็คง 'ไม่มีชื่อ ไม่มีแป' และกลายเป็น 'ช่องโหว่' ไปในที่สุด และกฎหมายข้างต้นถือเป็นกฎหมายแท้ ๆ หรือเรียกว่า Hard Law

### Soft Laws กับ CSR

แต่ในสังคมนี้ยังมีสิ่งที่เรียกว่า Soft Laws หรือ 'กฎหมายอย่างอ่อน' ซึ่งไม่ใช่กฎหมาย Hard Laws ข้างต้น แต่เป็นเรื่องเกี่ยวกับมรรยาท มาตรฐานวิชาชีพ จรรยาบรรณธุรกิจหรืออะไรทำนองนี้ ซึ่ง Soft Law นี้เกี่ยวข้องกับวงการนักวิชาชีพโดยตรง

ในวงวิชาชีพต่าง ๆ มี Soft Laws ซึ่งสังคมทั่วไปก็เคยได้ยินอยู่บ้าง เช่น จรรยาบรรณแพทย์ มรรยาททนาย มาตรฐานบัญชี เป็นต้น ดังนั้นนักวิชาชีพที่มี CSR ก็คือนักวิชาชีพที่มีการปฏิบัติตาม Soft Laws โดยเคร่งครัด จนสร้างความไว้วางใจและความเชื่อถือต่อผู้ใช้บริการและสังคมโดยรวม

### ระหว่าง Soft Laws กับ Hard Laws

Soft Laws กับ Hard Laws สัมพันธ์กันตรงไหน ทั้งสองอย่างมีจุดบรรจบกัน เช่น ในกรณีการต่อใบอนุญาตประกอบวิชาชีพ ในการประกอบ

วิชาชีพ นักวิชาชีพมักต้องมีการศึกษาหาความรู้ต่อเนื่อง โดยกำหนดไว้ว่าควรเป็นเวลากี่ชั่วโมงต่อปี จึงจะสามารถต่ออายุสมาชิกได้ นักวิชาชีพใดที่ไม่ได้ใส่ใจศึกษาก็จะไม่ได้รับการต่ออายุสมาชิกเป็นต้น

เหตุผลที่วิชาชีพต่าง ๆ กำหนดให้นักวิชาชีพทำการศึกษาต่อเนื่องก็คือการพัฒนาความรู้ความสามารถเพื่อที่จะสามารถให้บริการลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น ไม่ใช่ว่าพอจบสาขาวิชาที่เรียนมาในระดับปริญญาตรีเพียง 4 ปี แต่ไม่เคยทำการศึกษาต่อเนื่องเลย แล้วก็ให้บริการไปเรื่อย ๆ โดยไม่พัฒนาองค์ความรู้

### ประชาชนเป็นศูนย์กลาง

ทำไมจึงมีการบังคับใช้หลักนิติรัฐโดยห้ามละเมิด หรือมีการวางและบังคับใช้ Soft Law โดยเคร่งครัด เหตุผลก็คือเพื่อผู้บริโภคนั่นเอง เพราะในทางกฎหมายก็คือว่า อำนาจเป็นของปวงชน ในทางรัฐศาสตร์ก็คือว่า ประชาชนคือเจ้าของประเทศ หรือแม้แต่ในทางการตลาดก็คือว่า 'ลูกค้าคือพระเจ้า' ดังนั้นนักวิชาชีพจึงต้องให้ความสำคัญกับประชาชนเป็นอันดับแรก

ประชาชนนี้ไม่ใช่สิ่งลอย ๆ แต่หมายถึงผู้บริโภค ลูกค้าของเรานั้นเอง หากประชาชนวางใจใช้บริการ ก็ย่อมถือเป็นมงคลต่อวิสาหกิจ การถือประชาชนเป็นที่ตั้งจึงเป็นหนทางเดียวที่จะพัฒนาธุรกิจหรือวิชาชีพให้ดีขึ้น เราจึงต้องเริ่มต้นที่ประชาชนก่อน ไม่ใช่ที่ประโยชน์ของนักวิชาชีพ

### การควบคุมทางวิชาชีพ

การควบคุมทางวิชาชีพ ได้แก่:

1. การออกใบอนุญาตประกอบวิชาชีพ หลายท่านคงจำภาพยนตร์เรื่อง 'องค์บาก' ได้ ในภาพยนตร์ดังกล่าว มีเรื่องใบอนุญาตเล่นดนตรี ซึ่งตามท้องเรื่องดูน่าขัน แต่ในความเป็นจริงนับเป็นความน่าเสียดายเป็นอย่างยิ่งหากมีการออกใบอนุญาตในวิชาชีพต่าง ๆ ตั้งแต่สมัยนั้น วิชาชีพต่าง ๆ ก็จะมีการพัฒนา โดยทั่วไปในแต่ละวิชาชีพก็จะมีการจัดระดับ นักวิชาชีพก็จะพยายามเพิ่มพูนความรู้เพื่อการยกระดับตนเองอยู่เสมอ

2. การควบคุมการปฏิบัติงานตามวิชาชีพ เพื่อให้ นักวิชาชีพ ปฏิบัติงานโดยยึดถือมาตรฐานและจรรยาบรรณวิชาชีพโดยเคร่งครัด หากไม่จะถูกกลงโทษในสถานต่าง ๆ ตั้งแต่การตักเตือนจนถึงการยึดใบอนุญาตประกอบวิชาชีพ หมดทางทำมาหากินในวิชาชีพอีกต่อไป

อย่างไรก็ตามการจัดการศึกษาไม่ใช่หน้าที่ขององค์กรควบคุมวิชาชีพ

เพราะถือเป็นธุรกิจอย่างหนึ่งที่มีผู้ให้บริการ เช่น สถาบันการศึกษา หากองค์กรวิชาชีพจัดการศึกษาเสียเอง ก็เท่ากับผู้บริหารองค์กรทำธุรกิจกับการจัดการศึกษา ทำให้ขาดความเป็นกลางในการควบคุมทางวิชาชีพไป

## รัฐบาลต้องยื่นมือ

ในการควบคุมวิชาชีพต่าง ๆ รัฐบาลต้องออกหน้ามาควบคุม โดยเสนอกฎหมายให้มีพระราชบัญญัติวิชาชีพต่าง ๆ และจัดตั้งสภาวิชาชีพตามกฎหมาย เช่น แพทยสภา สภาวิศวกร สภาสถาปนิก สภาวิชาชีพบัญชี เป็นต้น ในแต่ละวงการเช่น แพทย์ อาจมีแพทย์สมาคมในพระบรมราชูปถัมภ์ หรืออื่นๆ แต่เพื่อการควบคุมวิชาชีพที่เป็นกลาง จึงต้องตั้งสภาวิชาชีพ

สมาคมวิชาชีพ ไม่สามารถเป็นผู้ควบคุมนักวิชาชีพได้ เพราะสมาคมประกอบด้วยผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ถ้าปล่อยให้กรรมการสมาคมซึ่งเป็นบริษัทคู่แข่งหนึ่ง มาคอยตัดสินหรือควบคุมบริษัทคู่แข่งอื่น ก็ย่อมไม่เกิดความเป็นธรรม สมาคมวิชาชีพอาจทำหน้าที่ปกป้องผู้ประกอบการวิชาชีพ จัดงานสังสรรค์ หรืออื่น ๆ แต่ไม่ได้ทำหน้าที่ควบคุมวิชาชีพ

สภาวิชาชีพจะประกอบด้วยผู้แทนจากรัฐบาลซึ่งถือเป็นตัวแทนผลประโยชน์ของประชาชน นอกจากนี้ยังมีผู้แทนนักวิชาชีพ ผู้แทนผู้ใช้บริการ ผู้แทนหน่วยราชการที่เกี่ยวข้อง ผู้แทนสถาบันการศึกษาที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

## ต้องคุมจึงมีอารยะ

การควบคุมวิชาชีพจึงเป็นเครื่องแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ของนักวิชาชีพโดยแท้ ในสังคมไทย ยังมีนักวิชาชีพอีกมากที่รัฐบาลยังไม่ได้ควบคุม โดยเฉพาะนักวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ของประชาชน และอาจสร้างความเสียหายได้ในวงกว้าง เช่น ตัวแทนนายหน้า ผู้บริหารทรัพย์สิน ผู้ประเมินค่าทรัพย์สิน เป็นต้น

ประเทศที่ขาดการควบคุมทางวิชาชีพ ย่อมเป็นการเปิดช่องให้เกิดการทุจริตและประพฤติมิชอบต่าง ๆ ตามมาอีกมากมาย ทำให้ปัญหาการฉ้อโกงทั้งในสังคมและการฉ้อโกงชาติเกิดขึ้นอย่างดกตื้น การควบคุมและพัฒนาวิชาชีพย่อมทำให้นักวิชาชีพมีความเป็นอิสระ ไม่ถูกรอบงำโดยมิชอบ และจะเป็นการช่วยสังคมตรวจสอบความถูกต้องต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี

**รัฐจึงควรควบคุมแลพัฒนาวิชาชีพให้รับใช้สังคมได้อย่างแท้จริง**

# CSR กับ สถาบันการเงิน

CSR สำหรับสถาบันการเงินซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาด  
ใหญ่ควรเป็นอย่างไรกันแน่

มักมีข่าวคราวเกี่ยวกับกิจกรรมทำดีเพื่อสังคมของสถาบันการเงินไทยผ่านสื่อมวลชนต่าง ๆ แต่ก็มีเป็นระยะ ๆ ที่มีข่าวด้านลบต่อภาพพจน์ของสถาบันการเงิน เช่น “(ชื่อสถาบันการเงิน) ป่วนสหภาพฟอง” โดยมีปрызหัวข่าวว่า “พนักงาน 400 คนเดินขบวน – ไม่พอใจถูกสั่งโอนไปบริษัทลูก หวั่นกระทบสวัสดิการ อีกทั้งผู้บริหารชู้ปลดหากไม่ปฏิบัติตาม”

## กิจกรรมยอดนิยม

ที่ผ่านมาสถาบันการเงินมักจะทำให้ความสำคัญกับการณรงค์เรื่องสิ่งแวดล้อมและพลังงานทางเลือก แต่เรื่องเหล่านี้แทบไม่เกี่ยวข้องกับธนาคาร ซึ่งเป็นธุรกิจบริการ ต่างจากโรงงานที่มีโอกาสทำลายสิ่งแวดล้อมมากกว่า แม้ในสังคมนี้ทุกฝ่ายควรทำดีด้วยการประหยัดพลังงานหรือร่วมมือกันสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อมที่ดี แต่กิจกรรมดังกล่าวก็ไม่ได้แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสถาบันการเงิน และไม่ได้มีผลต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนสำหรับสถาบันการเงิน หรือ Sustainable Banking อย่างแท้จริง

ที่ผ่านมาสถาบันการเงินในยุโรปที่มีชื่อเสียงด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนนั้น ล้มละลายไปหลายแห่งแล้ว มีอยู่แห่งหนึ่งเป็นธนาคารขนาดใหญ่ในสก็อตแลนด์ ธนาคารดังกล่าวมักป่าวประกาศว่า ตนเองโดดเด่นด้าน CSR เพราะมุ่งอำนวยความสะดวกให้เฉพาะวิสาหกิจที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม แต่เมื่อต้นปี 2552 นี้เอง ธนาคารดังกล่าวต้องเข้ารับการฟื้นฟูเพราะการบริหารผิดพลาด และเรื่องอื้อฉาวของผู้บริหาร นี่แสดงให้เห็นว่าการ “ลูบหน้า ปะจมูก” ทำดีโดยอ้างว่าตนมี CSR นั้น ช่วยอะไรไม่ได้เลย หากขาดความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างแท้จริงต่อธุรกิจของตนเอง

วิกฤติการเงินของสหรัฐอเมริกา นั้น เกิดจากการขาดความรับผิดชอบของสถาบันการเงิน จากผลการประชุมของกลุ่มประเทศชั้นนำที่เรียกว่า G20 พบข้อสรุปว่า ในอนาคตจะสามารถป้องกันวิกฤติดังกล่าวได้ ก็ต่อเมื่อสถาบันการเงินมีความโปร่งใส มีความสุจริต และมีกฎระเบียบที่ดีขึ้น แสดงว่าที่ผ่านมาสถาบันการเงินเหล่านี้อาศัยเพียงชื่อเสียงเปลือยนอก ไปปั่นเงินจนเศรษฐกิจโลกเสียหาย กิจกรรม CSR ของสถาบันการเงินเหล่านี้จึงเป็นเพียงเครื่องมือที่มีไว้ปกป้องอาชญากรรมที่เกิดจากความไม่โปร่งใสของวิสาหกิจนั่นเอง

## ตัวอย่างข้อบกพร่อง

ในบางกรณีก็มีตัวอย่างของข้อบกพร่องที่เกิดขึ้นบ้าง ซึ่งชี้ถึงการขาด Sustainable Banking เช่นจากข่าวพาดหัวของหนังสือพิมพ์ ดังต่อไปนี้:

- กองปราบฯ ดำเนินคดีหนุ่ม (ชื่อธนาคาร) โกง 400 ล้านบาท ร่วมกันฟอกเงิน
- พนักงาน (ชื่อธนาคาร) โกงเงินลูกค้าเกือบ 3 ล้านบาท
- คดีตัวอย่างคนแบงก์ โกงลูกค้าจำคุก 492 ปี
- ผช.ผจก.สาว (ชื่อธนาคาร) โกง 200 ล้าน - ตร.ประกาศจับทั่วประเทศ
- “(ชื่อนายธนาคาร)” ติดคุก โกง (ชื่อธนาคาร) อีกคดีรวม 70 ปี
- เชื้อดมึ๊ง (ชื่อนายธนาคาร) ปปช. ลงดาบ โกง 600 ล้าน ปลอมบัญชีเกินจริง พันฉับวินัย-อาญา
- (ชื่อธนาคาร) เตรียมขึ้นแท่นอันดับ 2 ปีเพิ่มค่าตั้ง – ริดพนักงานเครียด
- แบงก์รีดลูกค้า! ขึ้นค่าดูแลบัญชี

ในอดีต สถาบันการเงินหลายแห่งล้มละลายเพราะการปล่อยกู้ยืม ขาดความรับผิดชอบต่อขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันที่เพียงพอ บางแห่งขโมยแนวคิดที่ดีของผู้มาเสนอขอสินเชื่อ ไปทำเสียเอง หรือบางครั้งผู้กู้ต้องจ่ายเงินไต่เตาะให้เจ้าหน้าที่ฝ่ายสินเชื่อ ผู้จัดการสาขา และผู้จัดการเขต เป็นต้น

ในอดีตผู้บริหารสถาบันการเงินบางแห่ง บ้างก็โก่งวิสาหกิจของตนเอง จัดตั้งบริษัทลูกมาให้บริการแก่บริษัทแม่โดยไม่มีแข่งขันอย่างเท่าเทียมทำให้สถาบันการเงินหรือผู้ถือหุ้นเสียหายและผู้ใช้บริการต้องเสีย

ประโยชน์ หรือผู้บริหารใช้จ่ายเงินของสถาบันการเงินไปอย่างฟุ่มเฟือยเพื่อบำรุงความสุขสบายของตน เป็นต้น

สถาบันการเงินหลายแห่งเป็นผู้อุปถัมภ์งานอนุรักษ์วัฒนธรรมต่าง ๆ มากมาย แต่กลับขูดรีดบีบบังคับแรงงานกับพนักงานอย่างรุนแรง และการปรับเพิ่มเงินเดือนก็ต้องอาศัยการเรียกร้องอย่างเอาเป็น เอาตายของพนักงาน กรณีเช่นนี้เป็นภาพที่ขัดแย้งกันเองอย่างชัดเจน

## แนวทางความยั่งยืน

สถาบันการเงินที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อให้ตนมีความยั่งยืนนั้น ต้องเริ่มที่การ ‘กวาดบ้าน’ ตัวเองก่อน ปิดโอกาสทุจริต ด้วยการสร้างระบบตรวจสอบที่ดีและโปร่งใส และสามารถสร้างความมั่นใจแก่ลูกค้า เพราะการรับผิดชอบต่อลูกค้ามีความสำคัญอันดับแรก

นอกจากนี้ยังรวมถึงการจัดการด้านบุคลากร ด้วยการฝึกอบรม การทดสอบ การให้ขวัญและกำลังใจที่เพียงพอที่จะปิดเงื่อนไขความเสี่ยงต่อการทุจริต ทั้งนี้ถือเป็นการสร้างมาตรฐานและจรรยาบรรณ (Soft Laws) ของนักการธนาคารหรือนักวิชาชีพ ที่สังคมจะยังความมั่นใจแก่ระบบการจัดการบุคลากรของสถาบันการเงินได้

และเมื่อมีระบบและการจัดการบุคลากรที่ดีแล้ว สถาบันการเงินใดจะไปบำเพ็ญประโยชน์แก่สังคมก็ค่อยว่ากันไปตามความเหมาะสม ธนาคารพาณิชย์ทั้งระบบมีรายได้รวม 604,771 ล้านบาท กำไรสุทธิ 98,896 ล้านบาท ในปี 2551 ถ้าแต่ละธนาคารบริจาคเป็นเงิน 2.69% ของรายได้ เช่นที่ประชาชนทั่วไปบริจาคกัน <1> บ้านเมืองก็คงเจริญขึ้นอย่างผิดหูผิดตาแล้ว แต่ในความเป็นจริงธนาคารคงไม่ได้บริจาคมากมายนัก ดังนั้นโอกาสผลจริงที่ธนาคารช่วยเหลือสังคม จึงมีไม่มากนัก

ยิ่งกว่านั้นธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย เป็นกิจการกึ่งผูกขาดที่มีผู้แข่งขันน้อย ทำให้ผู้ใช้บริการซึ่งเป็นประชาชนทั่วไปเสียเปรียบ จะสังเกตได้ว่า อัตราดอกเบี้ยเงินฝากต่ำ ในขณะที่อัตราดอกเบี้ยเงินกู้สูงมาก ถ้ามีการแข่งขันที่สมบูรณ์ภายใต้การควบคุมระบบการโกงที่ดี ผลประโยชน์มหาศาลย่อมจะตกแก่สังคมมากกว่าที่ธนาคารเจียดเงินเล็ก ๆ น้อย ๆ มาบำเพ็ญประโยชน์เสียอีก ดังนั้นหากธนาคารใด สามารถบริหารจัดการดีจนกระทั่งให้ประโยชน์ต่อผู้บริโภคมากกว่า คาดว่าธนาคารดังกล่าวย่อมได้รับการต้อนรับ



จากผู้ให้บริการมาก ทำให้กิจการเติบโตสวนกระแสเศรษฐกิจในขณะนี้ได้

ประเด็นสุดท้ายที่พึงพิจารณาก็คือ วิสาหกิจจะไม่โกง ก็ต่อเมื่อผู้บริหารไม่มีพฤติกรรมเสี่ยง อย่างที่เรียกว่า ‘หัวไม่ส่าย หางก็ไม่กระดิก’ เป็นต้น ดังนั้นผู้บริหารระดับสูงของสถาบันการเงินจะต้องเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง เป็นบุคคลที่สามารถตรวจสอบได้ และพร้อมที่จะรับผิดชอบหากเกิดกรณีการโกงภายในสถาบันการเงินเอง

โดยสรุปแล้ว สถาบันการเงินที่มีความยั่งยืนได้ ต้องประกวดประชันให้สังคมประจักษ์ว่า ตนเองมีระบบการให้บริการที่มีประสิทธิภาพสูง มีระบบตรวจสอบที่ดีว่าเงินทองไม่รั่วไหล มีต้นทุนค่าบริการที่ต่ำกว่า จนสามารถให้บริการลูกค้าได้ถูกกว่า มีพนักงานที่มีจิตใจบริการ (Service Mind) อย่างเด่นชัดกว่าเป็นสิ่งสำคัญ เมื่อสถาบันการเงินมีความยั่งยืนเพราะคุณภาพก็จะช่วยพัฒนาสังคมให้ยั่งยืนต่อไป

ถ้ามีระบบและการควบคุมระบบที่ดี สถาบันการเงินหรือสถาบันใด ๆ ก็จะสามารถอยู่อย่างยั่งยืน โดยไม่ต้อง ‘อมพระมาพูด’ แต่อย่างใด

### อ้างอิง

<1> จากการวิเคราะห์ข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติ คริวเรือน ของไทยใช้จ่ายเงินเพื่อการบริจาคเป็นเงินเดือนละ 422 บาท หรือ 2.69% ของรายได้ต่อเดือนของครัวเรือน

เงินบริจาคเพื่อสาธารณกุศลของประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไปทั่วประเทศ		
รายการ	โดยรวม	หมายเหตุ
ประชากรที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป (ล้านคน) ณ ปี 2548	49.476	ดูแหล่งข้อมูล <1>
เงินบริจาคเพื่อสาธารณกุศลปี/คน ณ ปี 2548 (บาท)	1,948	ดูแหล่งข้อมูล <2>
เงินบริจาคโดยรวมทั้งหมด ณ ปี 2548 (ล้านบาท)	96,361	ผลรวมข้างต้น
รายได้ต่อเดือนต่อครอบครัวปี 2547	14,963	ดูแหล่งข้อมูล <3>
รายได้ต่อครอบครัวปี 2548	15,711	ดูข้อ <4>
จำนวนหลังคาเรือนในประเทศไทย (ล้านคน) ณ ปี 2548	19.017	ดูแหล่งข้อมูล <5>
เงินบริจาค/หลังคาเรือนในเดือนในปี 2548	422	เงินบริจาค/จำนวนหลังคาเรือน
ร้อยละของเงินบริจาคต่อครัวเรือนต่อปี	2.69%	เงินบริจาคต่อปี/รายได้ต่อครัวเรือน
<1> <a href="http://service.nso.go.th/nso/data/data23/stat_23/toc_3/3.2.1-4-48.xls">http://service.nso.go.th/nso/data/data23/stat_23/toc_3/3.2.1-4-48.xls</a>		
<2> <a href="http://service.nso.go.th/nso/data/data23/stat_23/toc_3/3.2.1-15-48.xls">http://service.nso.go.th/nso/data/data23/stat_23/toc_3/3.2.1-15-48.xls</a>		
<3> <a href="http://service.nso.go.th/nso/data/data23/stat_23/toc_7/7.1-1-47.xls">http://service.nso.go.th/nso/data/data23/stat_23/toc_7/7.1-1-47.xls</a>		
<4> ประมาณการให้เพิ่มขึ้น 5% ต่อปี		
<5> <a href="http://service.nso.go.th/nso/data/data23/stat_23/toc_1/1.1-1-4n.xls">http://service.nso.go.th/nso/data/data23/stat_23/toc_1/1.1-1-4n.xls</a>		
อนุมาณใช้จำนวนครัวเรือน = หลังคาเรือน   ใช้เงินบริจาคเฉพาะผู้มีอายุ 15 ปีขึ้นไป		

## ภาค 2

# CSR ภาคปฏิบัติทำอย่างไร

เพื่อให้เห็นชัดเจนว่า CSR ในภาคปฏิบัติเขาทำกันอย่างไร ในภาคที่ 2 นี้จึงเป็นการยกตัวอย่างวิสาหกิจที่ทำกิจกรรม CSR อย่างต่อเนื่อง โดยเริ่มทำ CSR ตั้งแต่แรก กรณีตัวอย่างการดูแลพนักงาน และกรณีการเขียนรายงาน CSR ของ UN Global Compact

## 9

# ทำ CSR ตั้งแต่เริ่มตั้งวิสาหกิจ

ไม่ใช่ว่าต้องรอให้บริษัททำไรก่อน จึงทำ CSR ที่มักถูกตีความให้เป็นการบริจาคหรืออาสาทำดี แต่ CSR ที่แท้จริง เริ่มตั้งแต่การปฏิบัติดี ปฏิบัติชอบต่อลูกค้า ลูกจ้าง ลูกค้านและผู้มีส่วนที่เกี่ยวข้องตั้งแต่แรกเริ่มต่างหาก

บทนี้เป็นคำสัมภาษณ์ของคุณบรรยง วิเศษมงคลชัย กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.) ใน ThaiAppraisal พฤษภาคม 2552 ซึ่งเป็นตัวอย่างที่ชัดเจนในการทำ CSR ที่ควรดำเนินการตั้งแต่เริ่มต้น กิจกรรม CSR ของ บสภ. ได้รับการสนับสนุนจากคณะกรรมการ เจ้าหน้าที่ผู้บริหารตลอดจนพนักงาน บสภ.

### บสภ. ทำอะไร

บสภ. เป็นหนึ่งในรัฐวิสาหกิจที่มีบทบาทสำคัญในการบริหารจัดการสินทรัพย์ด้วยคุณภาพทั้ง NPLs (หนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้) และ NPA

(ทรัพย์สินรอกการขาย) จากสถาบันการเงินนับสิบแห่ง เป็นบริษัทบริหารสินทรัพย์ชั้นนำที่มีเครือข่ายทั่วทุกภูมิภาค 24 สำนักงาน บสก. จัดตั้งขึ้นตามแผนฟื้นฟูระบบสถาบันการเงินของกระทรวงการคลัง ตามมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 14 สิงหาคม 2541 ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียน 13,675 ล้านบาท

บสก. มี NPA ที่อยู่ในความดูแลของ บสก. อีก 11,308 รายการ มูลค่า 37,391 ล้านบาท นับตั้งแต่ก่อตั้ง บสก. ขึ้นมาในปี 2542 สามารถสร้างผลงานได้สูงกว่าเป้าหมายที่วางไว้ โดยผลการดำเนินงานระหว่างปี 2542 – 2549 บสก. สามารถเจรจาปรับโครงสร้างหนี้จนได้ข้อยุติและมีผลเรียกเก็บที่เป็นเงินสด 57,973 ล้านบาท และรับโอนทรัพย์สินชำระหนี้ 14,335 ล้านบาท รวมยอดผลการดำเนินงานทั้งสิ้น 72,308 ล้านบาท

ณ ปี 2552 บสก. บริหาร NPLs ประมาณ 240,000 ล้าน และ NPA อีก 40,000 ล้าน เฉพาะในปี 2551 มียอดรายรับ 12,000 ล้านบาท แต่ในปี 2552 คาดว่าจะมียอดรายรับประมาณ 10,000 – 11,000 ล้านบาท เนื่องจากเศรษฐกิจชะลอตัวลง ปัจจุบันนอกจากขายทรัพย์สินแล้ว ยังมีส่วนในกระบวนการพัฒนาที่ดินหรือดูแลทรัพย์สินเพื่อเพิ่มพูนมูลค่าของทรัพย์สินอีกด้วย

## CSR ทำโดยไม่ต้องทำอะไรก่อน

CSR นั้นไม่ใช่เพียงการไปทำดีโดยแบ่งเงินกำไรไปช่วย แต่เป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมตั้งแต่แรก เช่น การประนอมหนี้ด้วยความยุติธรรม โปร่งใส การเปิดโอกาสให้ลูกค้าสามารถเจรจาประนอมหนี้ได้ในทุกขั้นตอน รวมถึงการขายทรัพย์สินที่มีคุณภาพในราคายุติธรรมเพื่อให้ผู้สนใจซื้อบ้าน นอกจากนี้ บสก. ยังพยายามช่วยให้ผู้ซื้อสามารถเข้าถึงสินเชื่อได้ง่ายขึ้น เช่นการประสานงานกับสถาบันการเงินต่าง ๆ รวมทั้งการผ่อนชำระทรัพย์สินกับ บสก. เอง ณ อัตราดอกเบี้ยที่ MLR -3% ซึ่งถือว่าต่ำมาก โดยให้ผ่อนเป็นเวลาถึง 10 ปี

การส่งมอบทรัพย์สินไม่ว่าจะเป็นบ้าน ที่นา โคตั้งให้กับเจ้าของที่แท้จริงได้ใช้ประโยชน์เท่ากับได้ทำประโยชน์ต่อเศรษฐกิจชาติและสร้างความมั่นคงทางสังคม การทำ CSR ทำให้บริษัทยั่งยืนเพราะไม่ได้มุ่งแต่ธุรกิจอย่างเดียว

## กิจกรรมเพื่อสังคม

และเมื่อบริษัทมีกำไร ก็ยิ่งทำดีเพิ่มขึ้น เช่น โครงการ ‘เติมฝันปันน้ำใจ’ ซึ่งดำเนินการ 2-3 ปีแล้ว โดยนำเรื่องราวของคนดีที่ประสบเคราะห์กรรมมาเผยแพร่เพื่อให้สังคมได้รับทราบและช่วยกันเกื้อกูล นอกจากนี้ยังมีมอบทุนการศึกษาแก่นักเรียนที่ประพฤติดี (ไม่ได้เน้นเรียนดี) แต่ยากจน โดยแต่ละปีมอบถึงปีละ 1,000 ทุน ๆ ละ 3,000 บาท

โดยที่ประชาชนได้เสียชีวิตเนื่องจากอุบัติเหตุทางหลวงเป็นจำนวนมาก อันเป็นความสูญเสียทางเศรษฐกิจ ในปีที่ผ่านมา บสก. จึงได้มอบโรงพยาบาลพร้อมอุปกรณ์ครบชุดในราคา 1.5 ล้านบาท ให้กับทางราชการไว้ในในเส้นทางมิตรภาพ และคาดว่าในปี 2552 จะมอบให้ทางราชการไว้ในบนถนนเพชรเกษมต่อไป

นอกจากนี้ยังมีโครงการที่น่าสนใจเช่น ในทุก ๆ 1% ของยอดขายทรัพย์สินของ บสก. ยังได้นำไปใช้ไถ่ชีวิตโคกระบือ ซึ่งเป็นโครงการร่วมกับสถาบันพระปกเกล้า โดยในปีที่ผ่านมา ไถ่ชีวิตได้ถึงเกือบ 400 ตัว และมอบโคกระบือให้กับเกษตรกร ยิ่งกว่านั้นยังมีโครงการ ‘พอกอยู่พอกกินกับที่ดินบสก.’ ซึ่งเกษตรกรสามารถเช่าที่ดินเพื่อการเกษตรโดยไม่ได้มุ่งแสวงหากำไร

## ดูแลพนักงานฉันทมิตร

ในด้านการพนักงานนั้น ในเว็บไซต์หน้าสมัครงานของ บสก. ระบุชัดเจนว่าที่ บสก. “มีความมั่นคง สวัสดิการดี มีการฝึกอบรมบุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มทักษะในการทำงาน ตลอดจนให้การสนับสนุนทุนการศึกษาระดับปริญญาโทให้แก่พนักงานให้มีความก้าวหน้าในวิชาชีพ” โดยพนักงานถึง 200 กว่าคนจากทั้งหมด 1,200 คน ได้รับทุนให้เรียนต่อปริญญาโท

ในด้านสวัสดิการ นอกจากจะมีสวัสดิการตามมาตรฐานแรงงานทั่วไปแล้ว ยังมีมากกว่าที่กฎหมายกำหนด เช่น มีสถานพยาบาล มีห้องสมุด มีค่าเล่าเรียนบุตร มีประกันความปลอดภัยจากการทำงาน ประกันชีวิต ประกันอุบัติเหตุ ที่สำคัญพนักงานได้รับผลตอบแทนดีพอสมควร จนร่วมกันทุ่มเททำงานเพื่อองค์กรเป็นอย่างดี

นอกจากนี้พนักงานยังร่วมกันจัดทำกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ด้วย

## การทำนุบำรุงพนักงาน

วิสาหกิจที่ภาพลักษณ์ดี แต่กลับบีบคั้น ขูดรีด แรงงานลูกจ้าง ไม่ว่าจะเป็นคนงานโรงงาน พนักงาน ธนาคาร ฯลฯ ก็แสดงว่าวิสาหกิจนั้นยังไม่มี CSR จริง

วิสาหกิจที่นำมาเป็นตัวอย่างนี้ เป็นวิสาหกิจในธุรกิจภาคบริการที่ ผู้เขียนเป็นประธานกรรมการบริหาร โดยวิสาหกิจนี้ได้จ่ายโบนัสให้พนักงาน เมื่อคราวครบรอบปีงบประมาณเมื่อเดือนเมษายน 2552 ในขณะที่แทบจะไม่มีวิสาหกิจที่ปรึกษาสังหาริมทรัพย์ในแวดวงเดียวกันจ่ายโบนัส

เรื่องนีมองได้ทั้งในแง่ของการบริหารวิสาหกิจให้ทำกำไรได้อย่างไร ในภาวะวิกฤติ แต่ในที่นี้เลือกนำเสนอในแง่มุมของ CSR เพราะความรับผิดชอบต่อสังคมประการหนึ่งของวิสาหกิจก็คือความรับผิดชอบต่อลูกจ้าง หรือพนักงาน นอกเหนือจากความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น ต่อลูกค้า ต่อชุมชน โดยรอบ ต่อสังคมโดยรวม และต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น

### จ่ายโบนัส

บจก.เอเจนซี ฟอร์ เรียลเอสเตท แอฟแฟร์ส (AREA: Agency for Real Estate Affairs) เป็นศูนย์ข้อมูล วิจัยและประเมินค่าอสังหาริมทรัพย์ที่มีฐานข้อมูลที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทยและครอบคลุมการดำเนินงานในประเทศอาเซียนด้วย ในขณะนี้มีเพื่อนร่วมงาน (พนักงาน) อยู่ทั้งหมด 125 คนที่ปฏิบัติงานสำนักงานใหญ่และสาขาในภูมิภาค

AREA มีเพื่อนร่วมงาน 101 คนที่ทำงานมาครบ 1 ปีจนได้รับโบนัสประจำปีเฉลี่ยคนละ 1.5 เดือน หรือรวมเป็นเงินประมาณ 3.5 ล้านบาท ซึ่งถือเป็นประเพณีทุกปีนับตั้งแต่ก่อตั้ง AREA เมื่อปี 2534 ที่จ่ายโบนัสปีละครั้ง และปรับเพิ่มเงินเดือนปีละ 2 ครั้ง แม้ในช่วงวิกฤติปี 2540 และ 2552 ก็ตาม

กันเองอย่างต่อเนื่อง โดยมีชมรมต่าง ๆ ของพนักงานเองเป็นผู้ดำเนินการและ บสภ. ให้การสนับสนุนด้วย กิจกรรมที่เกี่ยวข้องก็ได้แก่ การมอบจักรยานแก่ เด็กนักเรียนในพื้นที่ห่างไกล คุณบรรยายให้ข้อสังเกตว่า หากพนักงานได้ทำดี รู้จักเสียสละ มีจิตใจดี ก็ย่อมส่งผลต่อการทำงานที่ดีไปด้วย ยิ่งกว่านั้นเรายัง ควรส่งเสริมให้มีการสื่อสารที่ชัดเจนระหว่างพนักงานทั้งในด้านสวัสดิการและการบำเพ็ญประโยชน์ร่วมกัน

### สร้างความมั่นใจแก่ลูกค้า

นโยบายสำคัญของคุณบรรยายก็คือ ในการดำเนินงานของ บสภ. ต้องให้เกิดความโปร่งใส เป็นที่เชื่อถือของลูกค้าผู้บริโภค ทั้งนี้ทรัพย์สินทุกชิ้นของ บสภ. จะมีการตั้งราคาที่ชัดเจน ยกเว้นทรัพย์สินขนาดใหญ่ที่ต้องอาศัยการเจรจา ก่อนการตั้งราคายังมีการประเมินค่าทรัพย์สิน ซึ่งจะมีคณะกรรมการ กลั่นกรอง/รับรองผลการประเมินค่าทรัพย์สินที่ดำเนินการอย่างมืออาชีพ

ในการขายทรัพย์สินของ บสภ. จะไม่ผ่านนายหน้า พนักงานที่ ทำงานได้รับผลตอบแทนดี จึงไม่มีค่านายหน้าเช่นกัน ทั้งนี้เป็นการตัดโอกาส การทุจริตและสร้างโปร่งใสตั้งแต่แรก ในกระบวนการซื้อขาย นอกจากนี้จะมีการประเมินค่าทรัพย์สินอย่างมืออาชีพแล้ว สำหรับการขายทรัพย์สินทุกชิ้น คณะกรรมการ บสภ. จะเป็นผู้อนุมัติการขาย ไม่ใช่บุคคลใดบุคคลหนึ่งเป็นผู้อนุมัติ

และด้วยความยุติธรรมในการประเมินค่าทรัพย์สินและตั้งราคาเช่นนี้ จึงทำให้ บสภ. สามารถขายทรัพย์สินได้ถึงประมาณ 80-90% ของมูลค่าที่ประเมินไว้ ส่งผลให้มีรายได้ปีละนับหมื่นล้านบาท ซึ่งเท่ากับบริษัทมหาชนในตลาดหลักทรัพย์

ทั้งหมดนี้คือ CSR ที่แท้ของ บสภ. อย่าลืมนะว่า ‘ทำดี ไม่ต้องเดี๋ยว’ ‘ไม่ต้องรอให้ทำไรก่อน ทำได้เลยตั้งแต่วันแรกที่มีองค์กร’

ถ้า AREA จะอ้างผลปฏิบัติการของวิสาหกิจส่วนมากในวงการเดียวกัน ซึ่งไม่สามารถจ่ายโบนัสได้ คณะผู้บริหารก็อาจ ‘ฉ้อฉล’ เพื่อนร่วมงานโดยจ่ายโบนัสแต่น้อย เพราะก่อนถึงเวลาจ่ายโบนัส ก็มีการสำรวจความเห็นของเพื่อนร่วมงานซึ่งต่างก็เข้าใจ และไม่ได้เรียกร้องอะไรเป็นพิเศษในสถานการณ์เช่นนี้

วิธีในการ ‘ฉ้อฉล’ เพื่อนร่วมงานนั้นทำได้ไม่ยาก ด้วยอาศัยการ ‘ตีหน้าเศร้า เล่าความเท็จ’ (หรือความจริงบางส่วน) ยิ่งถ้าทำตัวเป็นคนธรรมดาธรรมดาไม่ได้ยิ่งดูน่าเชื่อถือ และตบท้ายด้วยคำหวานที่สัญญาว่าจะพิจารณาจ่ายให้ในปีถัดไปแทน ด้วยการ ‘ฉ้อฉล’ เช่นนี้ ก็อาจจ่ายโบนัสน้อยกว่านี้โดยอาจประหยัดได้เป็นล้านบาท เอาไปเปลี่ยนเป็นรถหรู ๆ หรือเสพสุขทางอื่น อย่างไรก็ตาม AREA ก็ยังจ่ายโบนัสในสัดส่วนเดิม เพราะเรามี CSR ที่แท้ที่มุ่งรับผิดชอบต่อเพื่อนร่วมงานซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียที่สำคัญยิ่งเช่นกัน

## ทำไมจึงจ่ายโบนัสได้

หากวิสาหกิจนี้มีระบบสวัสดิการขั้นดีสำหรับผู้บริหาร มีรถหรูประจำตำแหน่ง อยู่กินราวกับเจ้าขุนมูลนายใหญ่โต พร้อมค่าใช้จ่ายด้านการบันเทิง โอกาสที่จะมีโบนัสให้พนักงานก็จะน้อย อย่างไรก็ตามสำหรับกิจการ (กึ่ง) ผูกขาดหลายแห่ง ซึ่งสามารถทำอะไรได้มหาศาลด้วยต้นทุนที่ต่ำมากในการขูดค้นทรัพยากรธรรมชาติ ก็อาจมีระบบสวัสดิการที่หรูเลิศได้ โดยยังมีกำไรจ่ายโบนัสอย่างงามเช่นกัน

สำหรับ AREA ปรากฏตัวเลขการประกอบการในปีงบประมาณ 2551-52 นี้ว่า ปริมาณงานของเรายังไม่ได้ลดลง ทั้งนี้เพราะได้รับความเชื่อถือจากผู้ให้บริการ โดย AREA เป็นที่ปรึกษาที่ไม่เป็นนายหน้าและไม่พัฒนาที่ดินเอง ทั้งนี้เพื่อความเป็นกลางทางวิชาชีพ และยังลงทุนพัฒนาระบบงานต่าง ๆ จนสามารถแข่งขันได้ในระดับสากล

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาจากตัวเลขผลการประกอบการกลับพบว่า รายได้ลดลง ต้นทุนเพิ่มขึ้นและแน่นอนว่ากำไรสุทธิก็ย่อมลดลงด้วย แต่ก็ยังจ่ายโบนัสเพราะไม่อาจโกงเพื่อนร่วมงาน และถือว่าเพื่อนร่วมงานเป็นทรัพยากรสำคัญที่เราต้องดูแลให้ดีที่สุด AREA เชื่อว่า ‘ยิ่งให้ ยิ่งได้’

และ ‘ทำดีได้ดี’ ข้อนี้ไม่ใช่การ ‘อมพระมาพุด’ แต่เป็นเรื่องจริงจากการลงทุนกับเพื่อนร่วมงานนั่นเอง

## เพื่อนร่วมงานของเราสำคัญจริง

วิสาหกิจทั้งหลายมักจะบอกว่าพนักงานเป็นทรัพยากรที่ทรงคุณค่าที่สุดของวิสาหกิจของตน แต่ส่วนมากคำกล่าวดังกล่าวเป็นเพียงคำหวานเสียมากกว่า วิสาหกิจประเภทโรงงาน ปัจจัยการผลิตหลัก ไม่ใช่พนักงาน แต่เป็นเครื่องจักรกลต่างหาก ถ้าเป็นสถาบันการเงิน ปัจจัยการผลิตหลักก็คือเงิน (ต่อเงิน) พนักงานเป็นเพียงฟันเฟืองเล็ก ๆ ที่จะ ‘จ้ำงออก’ เมื่อไหร่ก็ได้ ถ้าเป็นบริษัทพัฒนาที่ดิน ปัจจัยการผลิตหลักอยู่ที่อสังหาริมทรัพย์ พนักงานเป็นเพียงปัจจัยเล็ก ๆ เช่นกัน

แต่สำหรับวิสาหกิจในสาขาบริการ พนักงานเป็นปัจจัยการผลิตหลัก AREA จึงต้องจัดฝึกอบรมเพื่อนร่วมงานทั้งองค์กรปีละ 2 ครั้ง จัดอบรม-สอบสัปดาห์เว้นสัปดาห์ ส่งไปเรียนนอก ส่งไปเรียนต่อปริญญาโท ส่งไปอบรมภายนอก ฯลฯ เพื่อเคี่ยวเข็ญให้มีความสามารถเพิ่มขึ้น ดังนั้นจึงไม่มีเพื่อนร่วมงานประเภท ‘แก่เพราะกินข้าว เฒ่าเพราะอยู่นาน’ หนทางที่วิสาหกิจจะเจริญได้ ก็คือการ ‘เกาะใบบุญ’ ตามการพัฒนาของเพื่อนร่วมงานนั่นเอง ถ้าพวกเขาไม่พัฒนา โอกาสที่วิสาหกิจจะก้าวไปข้างหน้าคงลำบาก

## ทำอะไรให้เพื่อนร่วมงานบ้าง

เพื่อให้เห็นภาพที่ชัดเจนยิ่งขึ้น จึงขออนุญาตแจกแจงให้เห็นว่า AREA ได้ลงทุนอะไรกับเพื่อนร่วมงานบ้าง เช่น

- เงินฝากให้พนักงาน (3% ของเงินเดือน) ปีละประมาณ 648,000 บาท
- บริการเครื่องดื่มและเครื่องสันทนาการ ปีละประมาณ 240,000 บาท
- เงินช่วยเหลือคลอดบุตร แต่งงาน บวช (คนละ 5,000 บาท) ปีละประมาณ 60,000 บาท
- ทุนการศึกษาบุตรเพื่อนร่วมงาน (คนละ 5,000 บาท) ปีละประมาณ 150,000 บาท
- การจัดงานวันเกิด ปีละประมาณ 96,000 บาท
- การจัดท่องเที่ยวที่ AREA จ่ายให้ ปีละประมาณ 250,000 บาท

## รายงานผล CSR

จะอย่างไรให้สังคมได้รับทราบว่ามี CSR สิ่งที่ใช้สื่อสารได้ดีที่สุดก็คือรายงานหรือเอกสารเผยแพร่เพื่อให้สังคมหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้ร่วมกันตรวจสอบว่าเราได้ดำเนินการตามที่เขียนประกาศไว้หรือไม่

### ความจำเป็น

ในการนำ CSR มาใช้ในองค์กร สมควรจัดทำรายงานให้ชัดเจน เพราะจะเป็นประโยชน์ต่อทุกฝ่าย กล่าวคือ

1. กระตุ้นให้วิสาหกิจกำหนดนโยบายและกิจกรรมอย่างเป็นรูปธรรม
2. ทำให้ทุกส่วนในวิสาหกิจได้รับความตั้งใจ โครงการและการดำเนินการด้าน CSR ของวิสาหกิจ และจะมีส่วนร่วมกันถูกทาง
3. กระตุ้นให้ตรวจสอบการดำเนินการด้าน CSR อย่างกว้างขวางตามนโยบายและแผนที่น่าเสนอไว้
4. ถือเป็นการสร้างความแตกต่างจากวิสาหกิจทั่วไปที่ไม่มีนโยบายนี้ เป็นการสร้างชื่อเสียงอันจะส่งผลบวกต่อการดำเนินธุรกิจต่อไป
5. เป็นการตอกย้ำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับวิสาหกิจได้รับทราบและร่วมมือในการเสริมสร้าง CSR ขององค์กร

ดังนั้น การจัดทำรายงานให้เรียบร้อยอย่างมีอาชีพ ชัดเจนและเป็นจริง จึงเป็นคุณต่อทุกฝ่าย

### คำประกาศจรรยาบรรณ

การที่วิสาหกิจหนึ่งมีคำประกาศจรรยาบรรณ (Code of Business

- การสัมมนาประจำปี (2 ครั้งต่อปี) ปีละประมาณ 500,000 บาท
- การศึกษา ดูงานทั้งใน-ต่างประเทศ ปีละประมาณ 400,000 บาท
- รางวัลพนักงานดีเด่นรายเดือนและปี ปีละประมาณ 64,000 บาท
- การประชุม 2 สัปดาห์ต่อครั้งตลอดปี ปีละประมาณ 325,000 บาท
- งบประมาณสนับสนุนการท่องเที่ยว ปีละประมาณ 150,000 บาท

เงินจำนวนประมาณ 2.8 ล้านบาทที่จ่ายไปนี้ นอกจากทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีให้แล้ว ยังถือเป็นการลงทุนเพื่อหวังผลตอบแทน (ไม่ใช่การ 'ทำดีโดยไม่หวังผลตอบแทน') ให้เพื่อนร่วมงานมีความแตกต่างและทำให้วิสาหกิจสามารถ 'ฝากผีฝากไข้' กับพวกเขาได้อีกด้วย

### สรุป

อาจกล่าวได้ว่า CSR กับพนักงานนั้น หัวใจสำคัญไม่ใช่อยู่ที่การชวนพนักงานไปบำเพ็ญประโยชน์ แต่อยู่ที่การทำนุบำรุงพวกเขาให้เติบโตอย่างยั่งยืนไปพร้อมกับวิสาหกิจของเรา การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนที่เกี่ยวกับพนักงานในฐานะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสำคัญนั้น จึงเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ หากพนักงานของวิสาหกิจใดยังย่ออยู่กับที่ทั้งที่ทำงานโดยสุจริตและไม่สุรุ่ยสุร่ายหรือโชคร้ายมา 10-20 ปี ในขณะที่วิสาหกิจนั้นกลับเติบโตใหญ่ไพศาล ก็อาจอนุมานได้ว่าวิสาหกิจนั้นยังขาด CSR นั่นเอง

Conducts and Practices) ย่อมแสดงนัยแต่แรกว่า เป็นวิสาหกิจที่มี CSR มุ่งรับผิดชอบต่อลูกค้า ลูกจ้าง ชุมชน และสังคม

จะสังเกตได้ว่าวิสาหกิจที่มี CSR มากยังมีค่าประกาศจริยธรรมที่ละเอียดและเป็นรูปธรรมชัดเจน ไม่ใช่ในลักษณะสวยหรู กล่าวลอย ๆ แต่ขาดตัววัดที่ชัดเจน ดังนั้นความน่าเชื่อถือของวิสาหกิจจึงอยู่ที่ค่าประกาศจริยธรรมที่เหมาะสม

วิสาหกิจขนาดใหญ่ในประเทศไทย มักกำหนดจริยธรรมและมาตรฐานการประกอบธุรกิจไว้ชัดเจน เมื่อกรณีนี้อาจมีปัญหาเกี่ยวกับลูกค้าหรือผู้ให้บริการ จะได้ใช้เป็นแนวทางในการตรวจสอบต่อไป

ในที่นี้ขอกรณีศึกษา **เทสโก้ โลตัส** ในฐานะผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่รู้จักกันทั่วประเทศมาเป็นกรณีศึกษา ที่ผ่านมามีองค์กรพัฒนาเอกชน หรือ เอ็นจีโอ (Non-governmental Organization) บางแห่งตั้งคำถามเกี่ยวกับวิสาหกิจนี้ แต่วิสาหกิจนี้กลับมี **‘ประกาศจริยธรรมและธรรมเนียมปฏิบัติ’**<sup>1</sup> อย่างเปิดเผยและนำเสนอเผยแพร่อย่างกว้างขวางเพื่อให้สาธารณชนได้รับรู้และร่วมตรวจสอบ

ในประกาศนี้มีการแจกแจงอย่างละเอียด ถึงความมุ่งมั่นของวิสาหกิจ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งธรรมเนียมปฏิบัติที่มุ่งให้ความเป็นธรรมแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังตัวอย่างต่อไปนี้

- เทสโก้ โลตัส จะไม่ดำเนินการใดที่จะมีผลให้การชำระเงินใด ๆ แก่ลูกค้าต้องล่าช้าออกไป
- เมื่อลูกค้าได้ปฏิบัติตามข้อกำหนดและเงื่อนไขสำหรับการซื้อขายสินค้าหรือบริการครบถ้วนแล้ว เทสโก้ โลตัสต้องชำระเงินให้แก่ลูกค้ารายนั้นไปภายในกำหนดเวลาที่ตกลงกันไว้ทุกครั้ง
- เทสโก้ โลตัส จะคิดค่าใช้จ่ายหรือกำหนดส่วนลดต่าง ๆ จากลูกค้าได้ก็ต่อเมื่อได้รับความเห็นชอบจากลูกค้ารายที่เกี่ยวข้องก่อนแล้วเท่านั้น

ในที่นี้คงไม่อาจวิจารณ์หรือประเมินผลค่าประกาศดังกล่าว แต่อย่างน้อยการที่ได้ประกาศไว้ชัดเจน ซึ่งวิสาหกิจอื่นในธุรกิจเดียวกันก็อาจยังไม่ได้ดำเนินการ ก็เป็นการแสดงความบริสุทธิ์ใจและเป็นประเด็นที่ผู้เห็นต่างสามารถ

นำไปตรวจสอบ การประกาศจริยธรรมและธรรมเนียมปฏิบัติที่ชัดเจน อย่างรายละเอียดเช่นนี้ จึงจำเป็นสำหรับวิสาหกิจที่มุ่งหวังความโปร่งใสและมี CSR

## รายงานการตรวจสอบ

ประกาศจริยธรรมหรือข้อกำหนดตาม CSR ต่าง ๆ นั้น จะไม่ใช่เพียงปรากฏอยู่บนกระดาษ ต้องดำเนินงานจริง ซึ่งจะปรากฏในรายงานตรวจสอบการดำเนินงาน ดังนั้น จึงควรรายงาน ตรวจสอบ การควบคุมคุณภาพ (Quality Controls) เป็นระยะ ๆ

รายงานการตรวจสอบประกอบด้วย

1. รายการที่จะตรวจสอบ
2. เกณฑ์การวัดผล
3. การรายงานผลการตรวจสอบ
4. การรายงานการติดตามผล
5. การรายงานการสรุปและประเมินผล
6. ช่องทางการเผยแพร่รายงานแก่สาธารณะหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจของวิสาหกิจนั้น ๆ

## รายงานกรณีศึกษา

ความสำเร็จในการมี CSR ไม่ว่าจะ เป็นในด้านสิทธิมนุษยชน มาตรฐานแรงงาน สิ่งแวดล้อม และการไม่ยอมรับการโกงกิน-สินบน ควรบันทึกไว้เพื่อเป็นกรณีศึกษา เป็นตัวอย่าง และเป็นการประกาศเกียรติคุณทำดีไปในตัวด้วย กรณีศึกษาดังกล่าวอาจเป็นการนำเสนอตามหลักการข้อใดข้อหนึ่งในจำนวน 10 ข้อตามบทที่ 3 กรณีศึกษาเหล่านี้อาจเป็น

1. กรณีแห่งความสำเร็จ (Best Practices) ในการรณรงค์เรื่องใดเรื่องหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับ CSR

2. กรณีที่เป็นบทความ สาระความรู้ที่วิเคราะห์การติดสินบน การรับ-ให้ของขวัญ การให้โดยเสนหาในการได้รับการอำนวยความสะดวก การพัฒนาฝีมือแรงงาน การแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมในสถานประกอบการของวิสาหกิจ ฯลฯ

## รายงานประจำปี

รายงานประจำปีเป็นรายงานแสดงความก้าวหน้าในการปฏิบัติตาม CSR ซึ่งอาจแสดงไว้เป็นส่วนหนึ่งในรายงานประจำปีของการดำเนินงานหรือเป็นรายงานประจำปีด้าน CSR ที่แยกไว้ต่างหากก็ได้ รายงาน CSR ประจำปี จะสร้างประโยชน์ต่อวิสาหกิจนั้น ทำให้ผู้เกี่ยวข้องมั่นใจในบริการ ผู้ที่มาสมัครงานก็ยินดีจะ ‘ฝากผีฝากไข้’ ทำงานกับวิสาหกิจที่มี CSR นั้น

ในที่นี้ การจัดทำรายงานประจำปี นำเสนอต่อตาม the Communication on Progress (COP) <2> ของ UN Compact ซึ่งระบุว่า ควรประกอบด้วย

1. คำมั่นเชิงนโยบาย โดยถือเป็นคำประกาศหรือคำนำของผู้บริหารสูงสุดของวิสาหกิจที่ให้คำมั่นว่าจะนำพาวิสาหกิจในทางที่ยึดถือ CSR ตลอดไป รวมถึงการสรุปภาพรวมให้เห็นว่าการมี CSR ช่วยส่งเสริมวิสาหกิจของตนอย่างไร และมีแผนและนโยบายอะไรบ้างในการดำเนินงานด้าน CSR ต่อไปในอนาคต เป็นต้น

2. กิจกรรมที่ได้ดำเนินการ ตามหลักการ 10 ประการของ UN Global Compact โดยรายงานเฉพาะกิจกรรมตามหลักการเฉพาะข้อที่ได้ปฏิบัติ ไม่จำเป็นต้องรายงานหมดทุกข้อ อย่างไรก็ตามควรรายงานกิจกรรมโครงการ หรือวิธีการที่เป็นรูปธรรม

3. การรายงานผลการดำเนินการ โดยมีข้อมูลสถิติแสดงผลการเปลี่ยนแปลงในแต่ละปี เช่น ประหยัดพลังงานได้มากขึ้น การร้องเรียนลดลง การทุจริต และประพฤตินิยมขอบลต่น้อยลงในสัดส่วนที่เปอร์เซ็นต์ เป็นต้น

4. แผนการหรือสิ่งที่คาดว่าจะดำเนินการในปีต่อไปเพื่อให้วิสาหกิจของตนมี CSR มากยิ่งขึ้น

## ข้อแนะนำการจัดทำรายงาน

ในการจัดทำรายงานต่าง ๆ ข้างต้นนั้น มีข้อแนะนำดังนี้:

1. เขียนเฉพาะเรื่องจริงเท่านั้น ไม่ ‘ใส่สี’ หรือ ‘ใส่ไข่’ ให้เกินจริง ไม่พึงทำให้ผู้อ่านซึ่งอาจเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหรือสังคม เห็นรายงานข้างต้นเป็นเพียงการ ‘โฆษณาชวนเชื่อ’ เท่านั้น

2. เขียนด้วยภาษาที่อ่านง่าย กระชับ ชัดเจน ไม่ซับซ้อน ในกรณีอ้างอิง ให้ระบุแหล่งข้อมูลให้ชัดเจนและตรวจสอบความถูกต้องด้วย

3. ในกรณีที่จัดพิมพ์ ไม่ควรจัดพิมพ์ราคาแพง เพราะจะเป็นการสะท้อนภาพลักษณ์ที่ฟุ่มเฟือย มากกว่าจะทำให้วิสาหกิจนั้นดูน่าเชื่อถือ

## การเผยแพร่รายงาน

รายงานด้าน CSR ขององค์กรควรได้รับการเผยแพร่อย่างกว้างขวาง ช่องทางการเผยแพร่สำคัญได้แก่

1. การจัดพิมพ์เป็นรูปเล่มรายงาน
2. การเผยแพร่ทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ไปถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น ลูกค้า คู่ค้า ส่วนราชการ หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอื่น
3. การเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ของวิสาหกิจของตน หรือฝากไว้ในเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องอื่น
4. การสัมมนาหรือการแถลงข่าวเกี่ยวกับการดำเนินงานด้าน CSR เพื่อการเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนต่าง ๆ

วิสาหกิจควรพยายามเผยแพร่รายงานต่าง ๆ ด้าน CSR ออกไปให้กว้างขวางและต่อเนื่องที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพราะนอกจากเป็นการประกาศให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้รับรู้แล้ว ยังถือเป็นการร่วมรณรงค์ส่งเสริม CSR ต่อสังคมทั่วไปด้วย

โดยสรุปแล้ว รายงาน CSR ควรจัดทำอย่างดีและเผยแพร่เพื่อยืนยันพันธกิจในการสร้างสรรค์ CSR ของวิสาหกิจ เพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีโอกาสตรวจสอบ และเพื่อให้ธุรกิจของวิสาหกิจมีชื่อเสียงว่ามี CSR ที่แท้จริงนั่นเอง

รายงาน CSR ทำเพื่อสะท้อนความตั้งใจจริงและเพื่อความโปร่งใสที่ตรวจสอบได้ของวิสาหกิจ

## อ้างอิง

- <1> จริยธรรมและธรรมเนียมปฏิบัติของเทสโก้ โลตัส ดูได้ที่ [http://www.tescolotus.net/HO/codeofconduct/tesco\\_coc\\_070301.pdf](http://www.tescolotus.net/HO/codeofconduct/tesco_coc_070301.pdf)
- <2> โปรตุเกสรายละเอียด COP ได้ที่ <http://www.unglobalcompact.org/COP/index.html>

## รายงานตาม Global Compact

บทนี้แสดงตัวอย่างรายงานประจำปีด้าน CSR ขององค์กรสมาชิก UN Global Compact เพื่อเผยแพร่ต่อสาธารณชนเพื่อการตรวจสอบและแสดงความโปร่งใส

ในที่นี่เป็นกรณีตัวอย่างของบางส่วนของรายงานประจำปี 2551 ของศูนย์ข้อมูลวิจัยและประเมินค่าอสังหาริมทรัพย์ไทย บจก.เอเจนซี่ ฟอร์ เรียลเอสเตท แอฟแฟร์ส (AREA) เมื่อวันที่ 13 พฤษภาคม 2548

### ภูมิหลังของ AREA

AREA ก่อตั้งขึ้นในปี 2525 ในฐานะที่ปรึกษาอสังหาริมทรัพย์ที่มุ่งให้บริการการประเมินค่าทรัพย์สินตามมาตรฐานสากล การวิจัย การสำรวจและศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์โดยไม่เป็นนายหน้าหรือไม่ทำการพัฒนาที่ดินทั้งนี้เพื่อความเป็นกลางทางวิชาชีพโดยเคร่งครัด มีสาขาอีก 9 แห่งทั่วประเทศ AREA ถือเป็นศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ที่มีฐานข้อมูลที่ใหญ่และทันสมัยที่สุดในประเทศไทย ซึ่งให้บริการทั้งในประเทศไทยและอินโดจีน

AREA เป็นที่ปรึกษาอสังหาริมทรัพย์รายเดียวที่ได้รับการรับรอง ISO 9001-2008 ในทุกระบบงาน โดยเริ่มแรกเป็น Version 2000 ตั้งแต่ปี 2543 ได้รับรางวัลจรรยาบรรณดีเด่นในปี 2548 ได้รับเกียรติบัตรการประกวดผลงานตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงโดยสำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำรินปี 2550 และประกาศนียบัตร SMEs ที่มีธรรมาภิบาลในปี 2552

### รายงานความก้าวหน้าปี 2551

ในปี 2551 AREA ได้รายงานความก้าวหน้าประจำปีเสนอดังนี้:

**หลักข้อที่ 1:** ธุรกิจควรสนับสนุนและเคารพการปกป้องสิทธิมนุษยชนที่เป็นที่ยอมรับของนานาชาติ โดย AREA ได้ปฏิบัติตามปฏิญญาสิทธิมนุษยชนโดยเคร่งครัด เพื่อร่วมงาน (ตามมาตรา 1 ของปฏิญญา) “ตระหนักถึงการปฏิบัติต่อผู้อื่นด้วยภราดรภาพ” AREA ส่งเสริมแนวคิดนี้ผ่านกิจกรรม เช่น กิจกรรมการแสดงความเคารพผู้มีวัยวุฒิสูงกว่าโดยไม่คำนึงถึงคุณวุฒิหรือสถานะการทำงาน

ตามมาตรา 2 ของปฏิญญา AREA ไม่เคยมีการปฏิบัติใดต่อเพื่อนร่วมงานและลูกค้าที่แสดงถึงการแบ่งแยกทางสีผิว เชื้อชาติ เพศ ภาษา ศาสนา การเมืองและความคิดเห็นที่แตกต่าง ชาติหรือวรรณะ และอื่น ๆ ทุกคนได้รับ การปฏิบัติด้วยสิทธิที่เท่าเทียมกัน และนับแต่ปี 2550 เพื่อนร่วมงานบางท่านมาจากชนชาติส่วนน้อย เช่น ม้ง ปกาเกอญอ เป็นต้น

และตามมาตราที่ 18 “ทุกคนมีสิทธิต่อเสรีภาพทางความคิด จิตสำนึกและศาสนา” AREA คัดเลือกเพื่อนร่วมงานโดยไม่ได้แบ่งแยกศาสนา แม้ว่าเพื่อนร่วมงานส่วนใหญ่จะเป็นคนไทยพุทธ แต่บางคนก็เป็นชาวมุสลิมหรือคริสเตียน

**หลักข้อที่ 2:** ธุรกิจไม่พึงข้องแวะกับการกระทำที่ขัดหลักสิทธิมนุษยชน ข้อนี้ได้รับการประกัน ณ ปี 2550 หรือแม้ตั้งแต่ก่อตั้งเมื่อปี 2525 AREA ไม่เคยได้รับการดำเนินคดีใดๆ ที่กระทำการขัดต่อหลักการดังกล่าวนี้

**หลักข้อที่ 3:** ธุรกิจควรส่งเสริมและตระหนักถึงเสรีภาพในการก่อตั้งสหภาพแรงงานของพนักงาน เพื่อนร่วมงาน 150 คนนั้น ส่วนใหญ่เป็นนักวิชาชีพและเป็นแรงงานที่มีฝีมือในภาคบริการวิจัยและประเมินค่าทรัพย์สิน AREA ไม่มีสหภาพแรงงาน แต่มีคณะกรรมการลูกจ้างที่จัดตั้งตามกฎหมายให้สิทธิพนักงานได้รวมตัวกันด้วย ในแต่ละเดือน ยังมีการประชุมเพื่อนร่วมงานแต่ละฝ่ายเพื่อสรุปงานรวมทั้งสะท้อนปัญหาความเดือดร้อนหรือข้อเสนอนะอยู่เสมอ เสียงสะท้อนและการตอบสนองของเพื่อนร่วมงาน จะได้รับการติดต่อประกาศในวันหลังจากการประชุม

**หลักข้อที่ 4:** ธุรกิจต้องร่วมจัดการบังคับการใช้แรงงาน AREA ไม่เคยดำเนินธุรกิจโดยการบังคับใช้แรงงานและจะไม่ให้เกิดขึ้นในอนาคต

**หลักข้อที่ 5:** ธุรกิจต้องร่วมจัดการใช้แรงงานเด็ก เช่นเดียวกับข้อ



#### 4 AREA ต่อต้านและไม่เคยดำเนินธุรกิจโดยการใช้แรงงานเด็ก

**หลักข้อที่ 6:** ธุรกิจต้องไม่กีดกันการจ้างงานและอาชีพ AREA ไม่เคยดำเนินกิจการที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการกีดกันดังกล่าวเลย แต่ AREA กีดกันผู้ที่มีปัญหาทางด้านจริยธรรม ไม่ต้อนรับคนที่ไม่มีความรู้ ความสามารถแต่ขาดความซื่อสัตย์ ในช่วงการทดลองงาน ประเด็นนี้จะได้รับการตรวจสอบอย่างเคร่งครัด เพราะธุรกิจจำเป็นต้องอาศัยความซื่อสัตย์เป็นอย่างยิ่ง

**หลักข้อที่ 7:** ธุรกิจควรสนับสนุนการดำเนินการป้องกันปัญหาสิ่งแวดล้อม ข้อนี้ AREA อยู่ในธุรกิจบริการ จึงไม่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรง แต่สถานประกอบการของ AREA ก็ได้รับการดูแลและส่งเสริมสิ่งแวดล้อม เพราะเป็นที่ต้อนรับลูกค้าและผู้เยี่ยมชมเสมอ บรรณารักษ์ของ AREA มีกิจกรรมกระจายความรู้ผ่านประกาศและสื่อภายใน เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมเพื่อกระตุ้นความสนใจช่วยกันรักษาสีเขียวทั้งที่บ้านและที่ทำงานเสมอ ๆ

**หลักข้อที่ 8:** ธุรกิจควรแสดงความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ใหม่ ๆ ต่อความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ในปี 2550 หนังสือที่ AREA พิมพ์เป็นใช้กระดาษขนอมสายตาที่ผลิตจากแหล่งผลิตที่ปลูกต้นไม้เอง

**หลักข้อที่ 9:** ธุรกิจควรส่งเสริมและเผยแพร่เทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ที่ AREA มีคอมพิวเตอร์นับร้อยเครื่อง ฝ่ายซ่อมบำรุงก็ดูแลอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ไม่ให้อุปกรณ์เหล่านี้ส่งผลเสียต่อสายตาของเพื่อนร่วมงาน และยังจัดหาน้ำดื่มสะอาดให้กับเพื่อนร่วมงาน ซา กาแฟ ไมโล มีให้ดื่มโดยไม่คิดมูลค่าโดยใช้เงินเพื่อการนี้ 240,000 บาท ในปี 2550

สถานประกอบการ AREA สะอาดและถูกสุขลักษณะ มีสระว่ายน้ำและเครื่องมือออกกำลังกายสำหรับเพื่อนร่วมงานใช้สอยโดยไม่คิดมูลค่าด้วยความเชื่อที่ว่าถ้าสภาพแวดล้อมดี การผลิตก็มีประสิทธิภาพมากขึ้น

**หลักข้อที่ 10:** ธุรกิจควรดำเนินไป โดยปราศจากการทุจริตและประพฤติมิชอบในทุกรูปแบบ การนี้เป็นนโยบายหลักโดยมีรูปธรรมคือการตรวจสอบคุณภาพอย่างเคร่งครัด เพื่อขจัดโอกาสการทุจริตซึ่งเป็นเรื่องสำคัญสำหรับนักวิชาชีพ ธุรกิจนี้ไม่เคยข้องแวะกับการทุจริตและประพฤติมิชอบ และต้องสร้างความเชื่อถือจากการปฏิบัติวิชาชีพที่เที่ยงธรรม

#### กรณีศึกษาการต่อต้านการทุจริต

การควบคุมคุณภาพ เป็นเครื่องมือการต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบซึ่งดำเนินมาตั้งแต่ปี 2546 การตรวจสอบคุณภาพมุ่งหวังที่จะตรวจสอบถึงโอกาสการทำผิดกฎหมายหรือผิดจรรยาบรรณวิชาชีพ ซึ่งมีองค์ประกอบการทำงานดังนี้:

1. การตรวจสอบด้วยไปรษณียบัตร ในการประเมินค่าทรัพย์สินในส่วนของที่อยู่อาศัยเพื่อการขอรับสินเชื่อจากสถาบันการเงิน เดือนหนึ่งมีงานนับพันรายทั่วประเทศ ลูกค้าแต่ละรายจะได้รับไปรษณียบัตรเพื่อประเมินผลการทำงานของผู้ประเมินที่ลูกค้าได้พบ ไปรษณียบัตรเหล่านี้จะส่งไปยังสำนักประธานกรรมการ ณ สำนักงานใหญ่ ซึ่งมีแผนกที่คอยตรวจสอบอย่างละเอียดทุกรอบครึ่งเดือน สารการประเมินผลได้แก่:

- ความรู้และการปฏิบัติงานอย่างมืออาชีพ
- ความสามารถ
- การตรงต่อเวลา
- ความพึงพอใจของลูกค้า และ
- ข้อเสนอแนะอื่น

2. การตรวจสอบทางโทรศัพท์ แผนกตรวจสอบจะโทรศัพท์หาลูกค้าทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคโดยตรง ประมาณครึ่งหนึ่งของลูกค้าได้รับการติดต่อทางโทรศัพท์ทุกครึ่งเดือน กรณีที่โทรศัพท์สำเร็จเป็นราว 20% ผลของการตรวจสอบถูกส่งไปยังประธานกรรมการทุกรอบครึ่งเดือนเพื่อการตรวจสอบคุณภาพและหาแนวทางการพัฒนาบริการ อย่างไรก็ตามในกรณีเร่งด่วนจะสามารถส่งไปถึงผู้บริหารระดับสูงในทันที สำหรับสารการตรวจสอบก็เป็นในทำนองเดียวกับข้อ 1 แต่ละเยียดกว่า

3. การตรวจสอบภาคสนาม โดยแผนกตรวจสอบจะเดินทางไปทั่วประเทศเพื่อตรวจสอบงานประเมินและวิจัย ผู้ตรวจสอบจะสุ่มตรวจงานประมาณ 10-15% ในภาคสนาม การนี้ดำเนินการในทุกเดือน และในกรณีเร่งด่วนอาจดำเนินการถี่กว่านี้ สารการตรวจสอบได้แก่ความถูกต้องของมูลค่าที่ประเมิน ข้อมูลในรายงาน การมีอยู่จริงของแปลงเปรียบเทียบในการศึกษาข้อมูล ข้อเสนอแนะต่อผู้ประเมินและข้อเสนอแนะอื่น

ค่าใช้จ่ายในการทำการตรวจสอบคุณภาพการดำเนินงาน		
รายการ	พ.ศ.2550	พ.ศ.2551
การตรวจสอบภาคสนาม		
ค่าจ้างเพื่อนร่วมงาน	720,000	777,600
ที่พัก	60,000	60,000
ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	200,000	200,000
ค่าดำเนินการ	200,000	200,000
การตรวจสอบทางโทรศัพท์		
ค่าจ้างเพื่อนร่วมงาน	324,000	349,920
ค่าดำเนินการ	150,000	150,000
การตรวจสอบทางไปรษณีย์บัตร		
ค่าจ้างเพื่อนร่วมงาน	162,000	174,960
ค่าดำเนินการ	100,000	100,000
รวม	1,916,000	2,012,480

**4. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน AREA** ใช้เงินไปเพื่อการตรวจสอบถึงปีละ 1,916,000 บาท และต่อมาเป็นเงิน 2,012,480 บาทในปี 2551 หรือประมาณ 2% ของรายได้รวม แทบไม่มีวิสาหกิจประเภทเดียวกันลงทุนตรวจสอบคุณภาพด้วยเงินจำนวนดังกล่าวนี้เลย

**5. ผลการตรวจสอบ** ด้วยการตรวจสอบที่เข้มงวด กรณีการทำผิดกฎหมายหรือจรรยาบรรณจึงแทบไม่เกิดขึ้นเลย การนี้เป็นการช่วยป้องกัน AREA ให้รอดพ้นจากความเสียหายด้านชื่อเสียง และถือเป็นการลงทุนที่คุ้มค่าสำหรับการทำการตรวจสอบคุณภาพเช่นนี้ ทำให้ AREA มีคุณภาพและความน่าเชื่อถือที่แตกต่างไปจากวิสาหกิจอื่นจากทั้งในและต่างประเทศ

**6. ข้อสังเกตเพิ่มเติม** มาตรการข้างต้นถือเป็นเพียงมาตรการป้องกัน ในการต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบ ยังต้องอาศัยมาตรการส่งเสริมด้วย โดยเพื่อนร่วมงานได้รับค่าตอบแทนสูงกว่าวิสาหกิจอื่น เช่น

- ผู้ประเมินชั้นนุติ ได้ผลตอบแทนปีละ 672,646 บาท
- ผู้ประเมินชั้นสามัญ ได้ผลตอบแทนปีละ 334,216 บาท
- ผู้ประเมินชั้นวิสามัญ ได้ผลตอบแทนปีละ 276,230 บาท

AREA ยังมีกิจกรรมส่งเสริมกำลังใจในการทำงานที่มีจริยธรรมอื่นอีก แต่การจ่ายค่าจ้างให้เหมาะสม สมศักดิ์ศรี ถือเป็นมาตรการสำคัญที่สุด

## บทสรุป

ด้วยมาตรการป้องกันที่มีคุณภาพสูงและการมีมาตรฐานระดับสูงในการดำเนินงาน AREA ในฐานะวิสาหกิจที่ปรึกษาอสังหาริมทรัพย์ของไทย จึงสามารถแข่งขันได้ในระดับสากล และยังคงเป็นผู้นำในวงการที่ปรึกษาอสังหาริมทรัพย์ไทย ซึ่งสะท้อนความคิดริเริ่มในประเทศและความสามารถในการแข่งขันในระดับสากล

ตามข้อกำหนดใน UN Global Compact ซึ่งถือเป็นภาคปฏิบัติที่สำคัญของ CSR เราดำเนินธุรกิจโดยยึดถือตามกฎหมายโดยเคร่งครัด เรายังเน้นการปฏิบัติตาม Soft Laws หรือข้อกำหนดด้านมาตรฐานและจรรยาบรรณ นอกจากนี้เรายังส่งเสริมการทำดีเพื่อสังคมอีกด้วย

## หมายเหตุ

บทนี้ดัดแปลงมาจากรายงานที่เสนอต่อ UN Global Compact โดยดูรายละเอียดได้ที่ [http://www.area.co.th/PDF/pdf\\_corporate/GlobalCompactThai.pdf](http://www.area.co.th/PDF/pdf_corporate/GlobalCompactThai.pdf)

แต่เดิม ดร.โสภณ พรโชคชัย เป็นผู้แทน UN Global Compact ในประเทศไทย และ บจก.เอเจนซี่ ฟอร์ เรียลเอสเตท แอฟแฟร์ส เป็นวิสาหกิจที่ได้นำเสนอรายงานผลการปฏิบัติ CSR จนได้รับยกย่องเป็นรายงานดีเด่น (Notable COP (Communication on Progress)) แต่อย่างไรก็ตามต่อมาได้เกิดปัญหาบางประการ จึงไม่ได้เกี่ยวข้องกับ UN Global Compact อีกต่อไป โปรดดูรายละเอียดที่ <http://ungc-staff-malpractice.blogspot.com>

# ภาค 3

## ประเด็น CSR ร่วมสมัย

วิเคราะห์ CSR ในแง่มุมต่าง ๆ โดยเฉพาะพยายามปกป้องไม่ให้ CSR กลายเป็นเพียงเครื่องมือทำดีแบบฉาบฉวย หรือทำดีเพื่อปกปิดความผิด

# 13

## CSR คือหน้าที่ใช้อาสา

CSR ดูเหมือนอาการณ์สำหรับการทำดีแบบ ‘ลูปหน้าปะจมูก’ ของวิสาหกิจบางแห่ง คล้ายกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ทั่วไป

ตอนนี้ CSR กำลังเป็นที่กล่าวขวัญถึง อย่างไม่รู้จบตามวิสาหกิจทั่วไป มักนึกถึงผู้ถือหุ้นเป็นอันดับแรก โดยไม่คำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น การคิดเช่นนี้แสดงว่าขาด CSR นั้นเอง และก่อให้เกิดปัญหาแก่สังคมได้

### การบิดเบือน CSR

ที่ผ่านมาเราเคยเห็นเจ้าของธนาคารโงกธนาคารตัวเองจนร่ำรวย บ้างก็ขโมยความคิดทางธุรกิจของลูกค้ำมาทำเสียเอง หรือปล่อยให้เครือญาติอย่างหละหลวม เห็นเจ้าของธุรกิจใหญ่โตล้มบ่นฟูก เห็นผู้บริหารวิสาหกิจมหาชนใช้จ่ายตั้งราชา หรือไม่ก็ใช้ตำแหน่งหน้าที่ตั้งวิสาหกิจลูกขึ้นมาหมาช่วงงานไปแบบผูกขาด แต่ทุกวันนี้คนเหล่านี้ก็ยังมีอยู่หลอกหลวงสังคมในภาพลักษณ์ของคนที่ ยังชูคอต่อมงมันต์ ‘CSR’ อย่างไม่กระดากปาก

บ่อยครั้งที่ CSR ถูกทำให้แปลกแยก (alienated) ไปจากความเป็น

จริงที่ถือเป็น ‘พันธกิจ’ ที่ต้องรับผิดชอบ จนดูคล้ายคำสอนทางศาสนาที่เห็นว่า ‘ควร’ ทำโน่นทำนี่ CSR ถูกบิดเบือนให้กลายเป็น CSD (Corporate Social Donation) กลายเป็นการอาสาทำดีเป็นหลัก ความแปลกแยกนี้เกิดขึ้นเพราะความไม่ต้องการทำ CSR ในเชิงเนื้อหาแท้ ๆ

### ธุรกิจที่หมั่นหม่อมักชอบ CSR

วิสาหกิจซึ่งทำธุรกิจที่มีโอกาสทำลายสิ่งแวดล้อม (หากไม่จัดการตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนดอย่างเคร่งครัด) มักจะชูธง CSR เป็นพิเศษ เช่น วิสาหกิจก่อสร้าง พลังงาน และแร่ธาตุ เป็นต้น CSR มีความจำเป็น ‘ภาคบังคับ’ เป็นอย่างยิ่งสำหรับวิสาหกิจเหล่านี้ หากไม่ทำให้ชีวิตและสุขภาพของชุมชนโดยรอบเสียหาย และยอมหมายถึงคุกสำหรับผู้บริหารและการพังทลายทางธุรกิจของผู้ถือหุ้น

วิสาหกิจเหล่านี้อาจจัดกิจกรรมเพื่อสังคมที่ดูคล้ายการให้เปล่าด้วยความใจกว้าง แต่ความจริงถือเป็นการลงทุนเพียงน้อยนิดที่คุ้มค่ายิ่งในการสร้างภาพลักษณ์ซึ่งจะช่วยให้วิสาหกิจนั้นประกอบการต่อไปได้โดยสะดวกราบรื่น และที่สำคัญหากวันหลังเกิดพลาตพลังทำลายชีวิตและสิ่งแวดล้อมก็อาจได้รับการผ่อนหนักเป็นเบา ไม่ถูกชุมชนและสังคมลงโทษรุนแรงนั่นเอง

### ช่วยคู่ค้า, ช่วยสร้างความคุ้มทุน

การที่วิสาหกิจบางแห่งที่ทำธุรกิจประเภทพีชไร่ ปศุสัตว์ และผลไม้ ฯลฯ ส่งเสริมให้ชาวบ้านในพื้นที่จัดหาวัตถุดิบให้ พร้อมกับจัดกิจกรรมพัฒนาชุมชนต่าง ๆ ไม่ใช่เรื่องที่จะมา ‘ทวงบุญคุณ’ ว่าตนได้ช่วยเหลือชาวบ้านด้วยความใจกว้าง การดำเนินการเช่นนี้ถือเป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจที่ดีและชาญฉลาดเพื่อช่วยกระจายความเสี่ยงไปยังคู่ค้า ประหยัดการลงทุน ได้วัตถุดิบในราคาที่ถูกกว่า ควบคุมได้ และมีคุณภาพมากกว่า

ประเด็นความคุ้มทุนทางธุรกิจเช่นนี้เป็นสิ่งที่เราควรพูดกันให้ชัดเจน และก็ไม่ใช่ว่าเรื่องแปลก บาบหรือเลวร้ายอะไร แต่เป็นเรื่องจริงที่ควรเปิดเผยโดยไม่บิดเบือน ชาวบ้านจะได้เข้าใจและเรียนรู้การประกอบธุรกิจอย่างตรงไปตรงมา ส่วนเมื่อวิสาหกิจนั้นมีผลประกอบการดี ก็อาจ ‘คืนกำไร’ แก่สังคมบ้างตามระดับจิตสำนึก ก็เป็นอีกประเด็นหนึ่งที่ฟังชื่นชม

## เอาเปรียบคู่ค้า?

มักเป็นที่เข้าใจว่าการกระทำต่อไปนี้ผิดจรรยาบรรณ เช่น การขาย ฟังสินค้า (เช่น บริษัทผลิตเหล้า พอมาผลิตเบียร์ก็พยายามยัดเยียดให้ยี่ห้อ ขายเหล้าฟงเบียร์ด้วย) หรือการที่ห้างสรรพสินค้าส่งผลิตสินค้าโดยแปะยี่ห้อตนเอง (house brand) โดยไม่ให้ออกาสวิสหากิจเหล่านั้นแจ้งเกียี่ห้อของเขา หรือการบีบบังคับให้จัดหาสินค้า-บริการแก่ตนในราคาต่ำสุดเพื่อเพิ่มโอกาส การเอาชนะในสงครามราคาเพื่อการครองตลาดในอนาคต

อย่างไรก็ตาม หากผู้บริโภคไม่เดือดร้อน ก็ควรถือเป็นกลยุทธ์การแข่งขันทางการตลาดที่ไม่อาจหลีกเลี่ยง ส่วนที่อ้างว่าต่อไปห้างหรือผู้ค้ารายใหญ่ ๆ จะครองตลาดได้หรือไม่ อาจเป็นการตีตนไปก่อนไข้ และเป็นกลยุทธ์ ในการเรียกร้องความเห็นใจของผู้ผลิตสินค้า

หากไม่มีห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ที่มีสาขามากมายในปัจจุบันมา ขายสินค้าราคาถูก ผู้บริโภคอาจต้องรับเคราะห์บริโภคสินค้าราคาแพงกว่าในปัจจุบันมาก เพราะไม่มีกลไกตลาดใด ๆ มาช่วยต่อรองกับวิสาหกิจผู้ผลิต สินค้าอุปโภคบริโภครายใหญ่ที่ผูกขาดตลาดมานาน

## อย่าอ้างความเป็นไทย

ความรักชาติเป็นจิตสำนึกของพลเมืองดี แต่การอ้างว่าคนไทยต้องใช้สินค้าไทยอาจเป็นตรรกะหลอกลวง คนไทยใจหาสต่างชาติดีก็มี คนต่างชาติดีที่รักเมืองไทยก็มี อย่าลืมน่าในยามที่สินค้าขายได้มีกำไรมาก ๆ นั้น ผู้ที่ตกตวงประโยชน์อย่างเป็นกอบเป็นกำและเป็นรายแรกก็คือผู้ถือหุ้นในวิสาหกิจนั้นเอง ไม่ใช่ประชาชนผู้บริโภคหรือประเทศชาติ

วิสาหกิจที่ถูกค้าต้อนรับดี ต้องมีสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพดีทัดเทียมกับคนอื่นแต่ราคาควรถูกกว่า ถ้าสินค้าไทยมีคุณภาพต่ำกว่าและราคากลับแพงกว่าก็ไม่รู้จะให้ชาวบ้านทนอุดหนุนได้อย่างไร ไม่สงสารประชาชนตาต่ำ ๆ บ้างหรือ อย่าลืมน่าว่าการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการนั้นไม่ใช่การบริจาคเงินให้มูลนิธิ ดังนั้นจึงต้องคำนึงถึงความ 'ประหยัดยอด ประโยชน์เยี่ยม'

## มี CSR ต้องบำรุงผู้ใช้แรงงาน

วิสาหกิจส่งออกที่แม้จะถูกกีดกันทางการค้าอย่างไร เจ้าของหรือผู้ถือหุ้นก็ยังรวยขึ้นทุกวัน แต่คนงานกลับจนเหมือนเดิม ดังนั้นวิสาหกิจใดที่ผู้ใช้แรงงานไม่ได้มีชีวิตที่ดีขึ้นทั้งที่ทำงานหนัก (ถ้าไม่ใช่เพราะพฤติกรรมไม่ดีหรือความโชคร้ายของตัวเอง) วิสาหกิจนั้นย่อมไม่อาจถือได้ว่ามี CSR จริง

พึงสังเกตว่าวงจรชีวิตของแรงงานไร้ฝีมือนั้นสั้นนัก มักอยู่เฉพาะในช่วงหนุ่มสาว จึงมีการรูดรับใหม่บ่อย ๆ คนหนุ่มสาว 'ลงจากหลังควาย / หลังเขา' มาเป็น 'สาวฉันทนา' ทำงานสัก 10 ปี พอร่างกายหรือสายตาททรุดโทรม กอปรกับมีครอบครัวก็กลับไปอยู่ชนบท การที่แรงงานเหล่านี้สามารถมีชีวิตอยู่ต่อไปได้ก็เพราะประเทศไทยมีเศรษฐกิจชนบทแบบพอเพียง (Subsistent Economy) หากไม่มีป่าไม้และชนบทอันอุดมสมบูรณ์ ปลูกข้าว (อย่างน้อยก็พอกิน) จับสัตว์ต่าง ๆ กินได้ เช่น กุ้ง หอย ปู ปลา กบ ไช้มัดแดง หรือกระทั่งกิ้งก่า ป่านนี้ไทยก็ไม่ต่างไปจากประเทศในแอฟริกา

## ถ้าทำการกุศลจริง, บ้านเมืองจะดีกว่านี้

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติ <2> ครั้วเรือนหนึ่ง ๆ ของไทยใช้จ่ายเงินเพื่อการบริจาคเป็นเงินเดือนละ 422 บาท หรือ 2.69% ของรายได้ต่อเดือนของครั้วเรือน เชื่อว่าแทบไม่มีวิสาหกิจใดทั้งในและนอกตลาดหลักทรัพย์จะบริจาคเงินถึง 2.69% ของรายได้ของตนเป็นแน่ เพราะถ้าทำจริง ผลงานสร้างสรรค์คงมีมากกว่านี้ และสังคมคงดีงามผาสุกอย่างมีนัยสำคัญกว่านี้

การที่วิสาหกิจหลายแห่งไม่แสดงตัวเลขการบริจาคชัดเจน ก็คงเป็นเพราะใช้เงินไปเพียงน้อยนิด จึงกระดากที่จะเปิดเผย การที่วิสาหกิจบางแห่งคุยเชื่องว่าตนแทบไม่ใช้เงินในการทำ CSR เลย ก็คงเป็นเพราะอาศัยแรงงานฟรีของพนักงานไปทำอะไรนิดหน่อยให้พอได้ออกข่าวตามความเกรงใจของสื่อมวลชน ดังนั้นสัมฤทธิ์ผลของ CSR จึงไม่อาจพิจารณาจากจำนวนกิจกรรมที่ได้ทำ

## ร่วมกันผลักดัน CSR ที่ 'ต้องทำ'

โดยสรุปแล้ว CSR เป็นพันธกิจที่ต้องแสดงความรับผิดชอบต่อทั้งทางกฎหมายและจรรยาบรรณ ทำธุรกิจต้องยึดหลัก 'ซื่อกินไม่หมด คดคิดไม่นาน' หากไม่จะติดคุก CSR จึงไม่ใช่ไปอาสาทำดี การพูดถึง CSR ประหนึ่งคำสอนทางศาสนา เป็นการเบี่ยงประเด็น กลายเป็นว่าวิสาหกิจที่ทำ CSR มีบุญคุณต่อสังคมไปเสียอีก CSR คือการลงทุนอย่างหนึ่ง ซึ่งคุ้มค่าเป็นอย่างยิ่ง ทั้งทางการเงิน การตลาด และการรักษากฎหมาย

เราต้องทำให้ CSR ศักดิ์สิทธิ์ เป็นพันธกิจที่วิสาหกิจต้องทำ หลีกเลี่ยงไม่ได้ การไม่ทำถือว่าละเมิดต่อผู้เกี่ยวข้อง ผิดกฎหมาย

### อ้างอิง

- <1> โปรดดูตัวอย่างเพิ่มเติมในบทความ โสภณ พรโชคชัย. 'ธรรมาภิบาลกับผู้ประเมินค่าทรัพย์สิน' ลงตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ ประจำวันที่ 13-16 กรกฎาคม 2549 หน้า 14 หรือดูที่ <http://www.thaiappraisal.org/Thai/Market/Market113.htm>
- <2> โปรดดูรายละเอียดเพิ่มเติมที่ [www.thaiappraisal.org/thai/market/market\\_view.php?strquery=market130.htm](http://www.thaiappraisal.org/thai/market/market_view.php?strquery=market130.htm)

## จิตอาสา ไม่ใช่ CSR

คำว่า 'จิตอาสา' กำลังมาแรง บ้างก็ว่าเป็น 'ปาง' หนึ่งของ CSR แต่แท้จริง หาใช่ CSR ไม่

มาวิเคราะห์กันให้ชัดเจนว่า 'จิตอาสา' กับ CSR เกี่ยวพันหรือแตกต่างกันอย่างไร อาจมีความพยายามในการใช้จิตอาสาในเชิงหลอกลวงให้วิสาหกิจขาดความรับผิดชอบต่อสังคมหรือไม่

### อาสาสมัครเป็นสิ่งที่ดี

การอาสาทำดี มีจิตอาสาเป็นสิ่งที่ดี สมควรได้รับการยกย่อง การทำดีย่อมดีต่อตนเองและผู้อื่น อย่างน้อยก็ทำให้คนทำดีสบายใจ ผิดกับการทำชั่วย่อมทำให้ผู้กระทำร้อนรุ่มไม่เป็นสุข การร่วมกันทำดีเป็นหมู่คณะในวิสาหกิจหนึ่งยังเป็นการเสริมสร้างความสามัคคีและบรรยากาศที่ดีในหมู่คณะ การทำดีเป็นสิ่งที่ทุกศาสนาให้ความสำคัญโดยเริ่มจากการทำทานที่ถึงพร้อมและไม่กระทบตนเองและผู้อื่น

หน่วยงานที่อาสาทำดีในสังคมมีให้เห็นทั่วไป และทำงานค่อนข้างได้ผลโดดเด่นดีเลิศ เช่น มูลนิธิร่วมกตัญญู มูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง ที่แม่แตดาราบางคนก็ยังไปเป็นอาสาสมัครกุ๊กๆ นอกจากนี้ในส่วนของนักธุรกิจก็ยังมีสโมสรที่เกี่ยวข้อง เช่น โรตารี โลอัน ซอนต้า เป็นต้น รวมทั้งสมาคมและมูลนิธิเต็นท์ๆ เช่น มูลนิธิดวงประทีป สมาคมพัฒนาประชากรและชุมชน เป็นต้น ความเสียสละของมวลสมาชิกเหล่านี้ในการบริหารจัดการหรือทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม ล้วนเป็นสิ่งที่ดีควรชื่นชม

### รังสรรค์คำใหม่ ๆ

กิจกรรมทำดีก็มีการเปลี่ยนแปลง เช่น กิจกรรมที่ดำเนินการโดยผู้

ที่มีฐานะดีในสังคม ก็คือกิจกรรมแจกข้าวของเหล่าคุณหญิงคุณนาย ซึ่งเริ่มต้นในช่วง 50-60 ปีก่อน แต่ในระยะหลังมา กิจกรรมเหล่านี้อาจถูกมองว่าเป็นการทำดีเอาหน้า หรือหวังลาภยศสรรเสริญ หรือเป็นการทำดีแบบไม่ยั่งยืนต่อผู้รับ บางครั้งการไปแจกของยังอาจสร้างความยุ่งยากใจให้กับผู้แจก เพราะผู้รับแจกยังอาจตามมาขอรับของแจกเป็นระยะ ๆ จนสร้างความรำคาญแก่ผู้แจกบางส่วน เป็นต้น

โดยที่กิจกรรมทำดีไม่จำเป็นต้องเป็นการแจกสิ่งของหรือเงินทอง แต่ยังสามารถให้ด้วยแรงงาน ปัญญา เครื่องมือ ช่องทางตลาด การส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม การให้ทุนการศึกษา และอื่น ๆ ดังนั้นคำใหม่ ๆ จึงถูกสร้างสรรค์ขึ้นมาจาก ‘การแจกของ’ เป็น ‘การบำเพ็ญประโยชน์’ ‘การแบ่งปัน’ ‘กิจกรรมเพื่อสังคม’ และ ‘จิตอาสา’ ในที่สุด สมัยก่อนเมื่อนักศึกษาว่าง ก็อาจ ‘ออกค่ายอาสาพัฒนา’ แต่เดี๋ยวนี้ก็เรียก ‘จิตอาสา’ ตาม ๆ กันไป

## มีความรับผิดชอบก่อนแล้วค่อยอาสา

อันที่จริง การอาสาทำดีถือเป็นกิจกรรมหนึ่งของ CSR ที่แสดงออกถึงการมีน้ำใจ เมื่อผู้รับได้รับน้ำใจดังกล่าว ก็จะเห็นถึงคุณค่าของผู้ให้ และกลับมาใช้บริการของผู้ให้ เช่น การทำโฆษณาเรียกน้ำตาของบริษัทประกันชีวิตชุดต่าง ๆ ก็คงส่งผลให้ผู้ชม ซึ่งใจกับความใจดี-เห็นใจเพื่อนมนุษย์ของวิสาหกิจแห่งนี้ และซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตไปแล้วไม่รู้เท่าไร เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ต้องเน้นย้ำก็คือ ทุกคนต้องทำตามหน้าที่ของตนเองให้ดีที่สุดก่อนและเมื่อพร้อมจึงค่อยไปอาสาทำดี หรืออาสาทำดีไปพร้อม ๆ กับการมีความรับผิดชอบที่ยิ่งใหญ่ แต่จะมุ่งแต่การทำดี โดยละเลยความรับผิดชอบต่อ วิสาหกิจที่ดีต้องรับผิดชอบต่อทั้งผู้ถือหุ้นทั้งรายใหญ่และรายเล็ก ต่อลูกค้า ต่อคู่ค้าหรือผู้ให้บริการ (Suppliers) ต่อลูกค้า-ผู้บริโภค ต่อชุมชน โดยรอบ ต่อสังคมโดยรวม ต่อสิ่งแวดล้อม ต่อโลก ฯลฯ สิ่งที่ยิ่งส่งเสริมให้วิสาหกิจตระหนักก็คือ หากขาดซึ่งความรับผิดชอบต่อ ทำลายสิ่งแวดล้อม ก็เท่ากับละเมิด ผิดทั้งกฎหมายแพ่ง อาญา ฯลฯ ถือเป็นอาชญากรรมอย่างหนึ่ง

## ความรับผิดชอบต่อนักศึกษา

ตัวอย่างหนึ่งของการให้ก็คือกรณีของนักศึกษา เรามักจะบอกให้เด็ก

และเยาวชนทำดีให้นักศึกษารับใช้ประชาชน มีจิตอาสา แต่โดยทั่วไปการให้ นั้นเป็นการไปจากที่สูงไปสู่ที่ต่ำ อาจมีบางที่ที่การให้มาจากผู้ที่ต่ำกว่า เช่น กรณีนิทาน ‘ราชสีห์กับหนู’ เป็นต้น แต่ก็ถือเป็นข้อยกเว้นที่เกิดขึ้นนาน ๆ ครั้ง การจะสร้างจิตสำนึกแก่นักศึกษาให้มีรู้จักเสียสละนั้น เป็นสิ่งที่ดี แต่ควรให้พวกเขาตระหนักถึงหน้าที่ด้วย เพราะปีหนึ่ง ๆ รัฐบาลออกเงินถึง 35,646 บาท เป็นค่าใช้จ่ายต่อนักศึกษาหนึ่งคน <1> ในขณะที่นักศึกษาเองออกค่าใช้จ่ายเพียงน้อยนิด ยกเว้นในโปรแกรมนานาชาติของนักศึกษาส่วนน้อยที่อาจเก็บค่าเล่าเรียนปีละนับแสนบาท และแม้แต่ในกรณีมหาวิทยาลัยเอกชน รัฐบาลยังตามไปสนับสนุนการศึกษาอีกมากมาย

โดยนัยนี้ เราต้องสอนนักเรียน นักศึกษาให้เห็นว่าผู้มีบุญคุณที่แท้จริงคือประชาชนผู้เสียภาษี หาใช่ใครอื่น เราต้องปลูกฝังอุดมการณ์รับใช้ประชาชนตั้งแต่เด็ก ส่งเสริมให้นักเรียนนักศึกษาจำให้ขึ้นใจว่าผู้มีพระคุณที่แท้จริงของพวกเขาคือประชาชนที่ส่งเสริมให้พวกเขาได้เรียน จะได้แทนคุณประชาชน แทนคุณแผ่นดิน ที่สำคัญต้องไม่โกงกินในวันหน้าอันเป็นการทรยศต่อประชาชนและประเทศชาติ และไม่ใช่มุ่งแต่กอบโกยเพื่อตนเองซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของวงจรอุบาทว์ทำลายชาติ การรับใช้ประชาชนและประเทศชาติเป็นพันธกิจอันศักดิ์สิทธิ์ของนักศึกษา การเริ่มต้นคิดเพื่อส่วนรวม ย่อมเป็นมงคลต่อตนเอง และทำให้เกิดการเติบโตอย่างยั่งยืนในที่สุด

## ความรับผิดชอบต่อบริษัทประกัน

ดังที่นำเสนอไว้ข้างต้นว่า การระดมฉายหนึ่งโฆษณาเชิงคุณธรรมที่ซึ่งกินใจหรือส่งเสริมให้คนทำดี แบบ ‘ปุพรม’ โดยใช้งบประมาณเป็นจำนวนมาก จนคนดูแล้วอดหลังน้ำตาไม่ได้ นั่น ถือเป็นสิ่งที่ดีอย่างหนึ่งซึ่งส่งผลดีทันตาเห็นแบบ online กล่าวคือคงมีคนดูจำนวนพอสมควรที่ ‘ปลื้ม’ จนซื้อประกัน เพราะความซึ่งใจในวิสาหกิจดังกล่าว อย่างไรก็ตามความรับผิดชอบต่อบริษัทประกันชีวิตไม่ได้อยู่ที่การทำกิจกรรม ‘จิตอาสา’ เช่นนี้

การสร้างยี่ห้อ หรือ Brand ของวิสาหกิจประกันภัยให้ดีและยั่งยืนนั้น อยู่ที่การพิสูจน์ให้เห็นได้ว่า วิสาหกิจประกันภัยนั้น ๆ มีความรับผิดชอบต่อลูกค้า ผู้เอาประกัน ไม่เบี้ยว ไม่บ่ายเบี่ยงการจ่ายเงินประกัน มีบริการที่สะดวก

และมีคุณภาพทัดเทียมกับวิสาหกิจประกันภัยต่างชาติ ด้วยเบี้ยประกันที่ใกล้เคียงหรือถูกกว่าวิสาหกิจต่างชาติ ถ้าเราพิสูจน์ตัวเองได้ด้วยตัวเลขและสถิติที่ชัดเจน วิสาหกิจก็จะเติบโตอย่างยั่งยืนจากปากต่อปาก หากไม่ก็เป็นเพียงการกระตุ้นยอดขายแบบ 'ไฟไหม้ฟาง' เป็นระยะ ๆ เท่านั้น เผลอ ๆ หากผู้บริหารวิสาหกิจนั้น 'หัวใส' เช่นวิสาหกิจบางแห่ง อาจทำโฆษณาเพิ่มความตั้งใจกับตนเองเพื่อปูทางไปทำธุรกิจส่วนตัวหรือเล่นการเมืองในอนาคตก็เป็นได้

## ระวิงสำคัญความรัก

การมีจิตอาสานั้น เป็นการแสดงออกซึ่งความรัก ถือเป็นคตินิยมแบบคริสต์ศาสนาที่สอนให้รักในเพื่อนมนุษย์ และรักและศรัทธาในพระเจ้าเป็นเจ้าแต่เพียงพระองค์เดียว <2> แต่ในหลักพุทธศาสนา ไม่ได้สอนให้รักแม้แต่รักต่อองค์พระพุทธรูปเอง พระพุทธรูปองค์สอนเรื่องกาลามสูตร ไม่สอนให้สักแต่เชื่อ พระพุทธรูปยังตรัสให้เห็นว่า "ที่ใดมีรัก ที่นั่นมีทุกข์" <3> พุทธศาสนาเน้นความเมตตา ซึ่งบางคนก็อาจตีความเป็นความรักแบบไม่มีเงื่อนไข (รักโดยไม่หวังผลตอบแทน) อะไรทำนองนั้น

บางคนกล่าวไว้สวยหรูว่า 'ให้ความรักกันเต็มแผ่นดิน ความสงบสุขก็จะบังเกิด โลกก็จะน่าอยู่ ฯลฯ' ประโยคสมมติ (If Clause) อันนี้เป็นสิ่งที่เป็นไปได้ แม้จะทำให้คนส่วนใหญ่รักกันขนาดไหน แต่เราขาดซึ่งการบังคับใช้กฎหมาย ปล่อยให้คนชั่วประกอบอาชญากรรม ความสงบสุขก็ไม่อาจเกิดขึ้น บางที่อาจต้องระวิงการทำดีด้วยข้ออ้าง 'ความรัก' เพราะ เป็นการหลอกให้เราหลงเชื่อ ต้มเราเพื่อขายสินค้า คือแทนที่คนจะซื้อสินค้าหรือบริการเพราะคุณภาพ กลับหลงซื้อเพราะความศรัทธาในการทำดี นอกจากนี้ หากเราสังเกตให้ดี จะมีการอาสาทำดีเพื่อปกปิดความชั่ว ความผิดต่าง ๆ อยู่เสมอ เช่น อาชญากรก็มีกษอบบริจาค คนที่ทำผิดกฎหมาย ทำลายสิ่งแวดล้อม ก็มีกษอบอ้างว่าตนมี CSR เป็นต้น

ที่ร้ายยิ่งกว่านั้นก็คือการหลงทำความดีจนกลายเป็น 'ม้าล่าป่า' คือขาดการมองอย่างรอบด้าน จนถูกทำให้โง่งม เมื่อเมา ไม่ก็คิดวางแผนการทำชั่วของอาชญากร เช่น เรายกย่องคนทำดีที่ช่วยปลูกป่าต่าง ๆ (เช่น กรณี ด.ต. วิชัย สุริยุท ที่เคยถูกหาว่าเป็นคน (บ้า) ปลูกต้นไม้ 2,000,000 ต้น <4>) จนหลงเข้าใจว่าการปลูกป่าเป็นหนทางสำคัญในการสร้างสิ่งแวดล้อมอย่าง

ยั่งยืน การที่สังคมการมุ่งเน้นการทำดีด้วยการปลูกป่าโดยลืมนึกการตัดไม้ทำลายป่า ก็เท่ากับปล่อยให้อาชญากรกอบโกยโดยไร้ผู้ขัดขวาง ปล่อยให้ท่านสืบ นาคะเสถียรตายฟรี เพราะป่าก็ยังลดลงในอัตราใกล้เคียงกับก่อนที่ท่านจะเสียชีวิต <5>

## สรุป: ทำ CSR ให้ถูกทาง

โดยสรุปแล้ว วิสาหกิจใด ๆ จะมีความรับผิดชอบต่อสังคม นอกจากจะดำเนินการแบบ 'จิตอาสา' ซึ่งให้บุญตอบแทนแบบ online แล้ว ยังต้องแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยการที่ไม่ละเมิดต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหลายตั้งแต่ผู้ถือหุ้น ลูกจ้าง คู่ค้า ลูกค้า ชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อมโดยรวม ทั้งทางแพ่งและทางอาญา เราต้องดำเนินธุรกิจให้ถูกต้องตามกฎหมาย ยิ่งกว่านั้นวิสาหกิจยังต้องมีมาตรฐานและจรรยาบรรณทางวิชาชีพและทางธุรกิจ โดยมีการตรวจสอบและเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใสตรงไปตรงมา ไม่ใช่กระทำเพียงแค่การโฆษณาชวนเชื่อ อย่าให้ใครหรือวิสาหกิจใดเชิดชู 'จิตอาสา' จนบดบังความรับผิดชอบที่ต้องมีของตน

ดังนั้น CSR จึงมีเนื้อหาใจกลางที่ความรับผิดชอบต่อที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ส่วน 'จิตอาสา' เป็น Option เพิ่มเติมต่างหาก

## อ้างอิง

- <1> โปรดดูการแจกแจงตัวเลขงบประมาณการศึกษาจากบทความของผู้เขียนเรื่อง 'เรียนเพื่อรับใช้ประชาชน' ณ [http://www.thaiappraisal.org/thai/market/market\\_view.php?strquery=market232.htm](http://www.thaiappraisal.org/thai/market/market_view.php?strquery=market232.htm)
- <2> คริสต์ศาสนา: <http://th.wikipedia.org/wiki/ศาสนาคริสต์>
- <3> โปรดดูบทความ 'พระพุทธรูปนามอง "ความรัก" ไว้ว่าอย่างไร? ควรมีหรือควรกำจัด มีหลักธรรมใดยืนยันหรือไม่?' <http://www.wat-buddhabharami.com/index.php?lay=show&ac=article&id=90188&Ntype=5>
- <4> โปรดอ่าน เรื่อง 'ด.ต.วิชัย สุริยุท คน(บ้า)ปลูกต้นไม้ 2,000,000 ต้น' ที่ <http://grou.ps/nonta/blogs/item/855109>
- <5> โปรดอ่านบทความของผู้เขียนเรื่อง 'สืบนาคะเสถียร' ตายฟรี' ที่ Make Money, September 2010 p.86-87: [http://www.thaiappraisal.org/thai/market/market\\_view.php?strquery=market203.htm](http://www.thaiappraisal.org/thai/market/market_view.php?strquery=market203.htm)

## CSR แบบไม่ตรงประเด็น

แทนที่ผู้เกี่ยวข้องบางส่วนจะมุ่งเน้นที่ความรับผิดชอบต่อสังคมตามคำนิยามซึ่งเป็นแก่นกลางสำคัญ กลับพยายามทำแต่เปลือกหรือในเชิงรูปแบบที่หลากหลาย

มาดูประเด็นการเคลื่อนไหวเรื่อง CSR ร่วมสมัยกันให้ชัด ๆ ว่าจะอะไรคือเปลือก และอะไรคือแก่น แล้วเราจะเอาเปลือกหรือแก่น

### เห็นที่รูปแบบ

ประเด็นแก่นแท้ของ CSR ที่ประกอบด้วยเรื่องการลงทุนที่มีความรับผิดชอบต่อ (ไม่ใช่การ ‘ตีหัวเข้าบ้าน’) เรื่องผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders) และเรื่องการฉ้อราษฎร์บังหลวงกับธุรกิจ มักเป็นไม่มีการถกเถียงกันมากนัก จนดูคล้ายไม่ใช่ประเด็นหลัก โดยเฉพาะประเด็นการฉ้อราษฎร์บังหลวงกลับแทบไม่มีใครกล่าวถึง ทั้งที่มีผลกระทบต่อธุรกิจ เป็นการเพิ่มต้นทุน ทำให้ผู้บริโภคต้องซื้อสินค้าแพงขึ้น

ยิ่งกว่านั้นในที่ประชุม CSR ทั้งระดับท้องถิ่นหรือระดับโลก มักจะมีการชูประเด็นเชิงรูปแบบ ได้แก่ การจัดทำรายงานเกี่ยวกับ CSR จรรยาบรรณ และบรรษัทภิบาล และการส่งเสริมให้ลูกค้าของเราเข้าร่วม CSR เป็นต้น ประเด็นเหล่านี้แม้เกี่ยวข้องกับ CSR แต่ก็เป็นในเชิงรูปแบบ ไม่ได้เน้นที่เนื้อหาเรื่องการประกอบธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อ

### เลียงไปทำดีกับชุมชน

CSR นั้นเกี่ยวข้องกับชุมชนในประเด็นที่ธุรกิจต้องไม่ละเมิดต่อชุมชน ไม่ก่อให้เกิดความเดือดร้อน แต่ประเด็นที่รณรงค์กันกลับเป็นเรื่องการลงทุนในชุมชน (community investment) วิสาหกิจชุมชนกับวิธีการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคม (social enterprise) กองทุนขนาดเล็ก (microfinance) กับ

การจัดความยากจน รวมทั้งประเด็น ‘เก้ไก้’ คือการพัฒนาความสามารถ (capacity building) แทนการบริจาค และการพัฒนาที่ยั่งยืน (sustainable development) เป็นต้น

การช่วยเหลือชุมชนหรือจัดความยากจนไม่ใช่หน้าที่ของภาคธุรกิจ แต่ถ้าจะบำเพ็ญตนทำดีก็เป็นสิ่งที่พึงอนุโมทนา อย่างไรก็ตามสังคมก็ควรรู้ทัน อย่าให้การเคลื่อนไหวในประเด็นเหล่านี้มากลบ (กลืน) หน้าที่ของธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อโดยไม่เบียดเบียนหรือละเมิดชุมชน

### ‘ยำยำ’ ปัญหาสังคม

นอกจากนี้การรณรงค์ CSR ยังขยายขอบเขตออกไปสู่การทำดีต่อสังคมโดยรวม ซึ่งยังมีแง่มุมที่หลากหลายเหลือเกิน เช่น เรื่องภาคเอกชนกับ MDGs (Millennium Development Goals) หรือเป้าหมายการพัฒนาแห่งสหัสวรรษขององค์การสหประชาชาติ <1> เรื่องการค้ามนุษย์ เรื่องความเป็นชายเป็นหญิง (gender) <2> เรื่องโรคเอดส์ แรงงานหญิง และการพัฒนาศักยภาพแรงงาน เป็นต้น อาจเรียกได้ว่า CSR ขยายขอบเขตกว้างขวางกว่าการช่วยเหลือสังคมของ ‘ปอเต็กตึ๊ง’ และ ‘ร่วมกตัญญู’ เสียอีก

แม้ทุกฝ่ายในสังคมรวมทั้งภาคธุรกิจควรจะช่วยเหลือสังคม แต่การแก้ปัญหาสังคมเหล่านี้ ก็ไม่ใช่หน้าที่โดยตรงของธุรกิจ การทำดีนั้น เราย่อมได้รับผลดีกลับคืน อย่างน้อยก็เป็นการสบายใจ แต่บางที่การทำดี (นอกเรื่อง) เช่นนี้ สาธารณชนพึงตรวจสอบดูว่าเป็นการกระทำเพื่อเลี่ยงการทำให้ถูกต้องตามความรับผิดชอบต่อซึ่งเป็นประเด็นแก่นแท้ของ CSR ข้างต้นหรือไม่

### ชอบนึกเรื่องสิ่งแวดล้อม

ประเด็นการรณรงค์ CSR ที่ขาดเสียมิได้ก็คือเรื่องสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีการคุยกัน (อย่างเมามั่น) เช่นในเรื่อง การบรรเทาความยากจนกับความคิดริเริ่มด้านสิ่งแวดล้อม เรื่องห่วงโซ่อุปทาน (supply chain) กับสิ่งแวดล้อม เรื่องทรัพยากรทางทะเลกับการจัดการ เรื่องธุรกิจกับความหลากหลายทางชีวภาพ (bio-diversity) เรื่องการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศกับภาคธุรกิจ เรื่องผลกระทบการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (carbon footprint) และเรื่องเอ็นจีโอคาดหวังอะไรต่อภาคธุรกิจ เป็นต้น

ใครจะทำดีเพื่อสิ่งแวดล้อมก็ทำไป แต่อย่าละเลยแก่นแท้ของ CSR ที่



## CSR แก่สิ่งแวดล้อมไม่ได้

การรณรงค์เรื่องสิ่งแวดล้อมนั้นดี แต่ CSR ไม่ได้มีไว้เพื่อแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ มันคนละเรื่องกัน

### สถานการณ์สิ่งแวดล้อมไม่ได้เลวร้าย

คนทั่วไปมักได้รับการโฆษณาชวนเชื่อว่าเป็นสิ่งแวดล้อมเลวร้ายลงมากแล้ว แต่จากการรายงานสถานการณ์มลพิษและสิ่งแวดล้อมที่เสนอโดยสถาบันไทยพัฒนา พบว่า ปัญหาดังกล่าวยังไม่รุนแรงนัก กล่าวคือ กรณีน้ำเสียที่พบในแม่น้ำสายสำคัญ ปรากฏว่าสถานการณ์ในปี 2550 กลับดีกว่าปีก่อน กรณีที่อาจมีการใช้ถ่านหินมากกว่าการใช้ก๊าซธรรมชาตินั้น ก็ยังไม่พบตัวเลขที่ชัดเจนและยังไม่ได้มีการพิสูจน์ว่าการใช้ถ่านหินทำให้เกิดมลพิษมากกว่าการใช้ก๊าซแต่อย่างใด ส่วนปัญหาเรื่องเสียงก็ไม่ได้เพิ่มขึ้น

สำหรับกรณีการกักของเสียเพิ่มขึ้นเพียง 1.7% นั้นถือว่าน้อยมาก ส่วนการกักของเสียอันตรายก็เกิดขึ้นในปริมาณที่ใกล้เคียงกับปีก่อน และส่วนใหญ่เกิดในเขตกรุงเทพมหานคร อันเป็นเขตการปกครองที่กากหรือขยะทั้งหลายได้รับการกำจัดสำเร็จทั้งหมด จึงไม่น่าจะมีปัญหาอะไร ส่วนสารเคมีก็มีการใช้เพิ่มเพียง 1.5% ซึ่งต่ำมาก และปี 2550 มีผู้ป่วยด้วยสารเคมีเพียง 1,298 ราย

### ใครคือผู้แก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม

สถาบันไทยพัฒนาพบว่า องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั่วประเทศ (ยกเว้นกรุงเทพมหานคร) สามารถจัดการขยะได้เพียง 20% แสดงว่าจุดหลักของปัญหาสิ่งแวดล้อม ก็คือ องค์กรของรัฐไม่สามารถดำเนินการหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ วิสาหกิจเอกชนแทบไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับเลย ดังนั้น เราจึงควรพุ่งเป้าไปที่ผู้บริหารหรือผู้คุมกฎหมาย

ปัญหาหลักของสิ่งแวดล้อมอยู่ที่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่วน

หมายถึงการทำธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ไม่ละเมิดผู้อื่น อย่างไรก็ตาม ความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมมักเกิดจากภาคอุตสาหกรรมโดยรัฐไม่นำพาต่อการควบคุมตามกฎหมายเป็นหลัก ไม่ใช่เกิดจากภาคธุรกิจอื่นหรือประชาชนแต่อย่างใด ดังนั้น การรณรงค์เรื่องสิ่งแวดล้อมแก่สาธารณชนจึงอาจไม่ได้ผล ผู้รณรงค์เองก็อาจหวังเพียงขอให้ได้ทำ ขอให้ได้หน้า ก็พอ

### ใช้คำศัพท์หยาบคาย

จะสังเกตได้ว่าการรณรงค์เรื่อง CSR นั้นมักมีคำศัพท์ใหญ่ ๆ ใหม่ ๆ มา ‘เขียนเสือให้วัวกลัว’ ตามที่อ้างไว้ข้างต้น เช่น MDGs ความเป็นหญิงเป็นชาย (Gender) ความหลากหลายทางชีวภาพ (Bio-diversity) หรือผลกระทบต่อ การปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (Carbon footprint) เป็นต้น

นี่เป็นแพชชั่นอย่างหนึ่งในการใช้คำย่อ คำฝรั่ง หรือคำที่ต้องแปลไทยเป็นไทย นัยว่าเพื่อความเชื่อ หรือความขลัง อย่างไรก็ตามทั้งหลายนี้ก็ไม่ได้เกี่ยวข้องกับการรับผิดชอบต่อธุรกิจต่อสังคมมากนัก แต่อาจเป็นเรื่องที่ธุรกิจหรือผู้บริหารบางรายในธุรกิจขนาดใหญ่มีความสนใจหรือสนใจประเด็นเหล่านี้เป็นพิเศษจึงเคลื่อนไหวออกมา

การรณรงค์เรื่อง CSR เป็นสิ่งที่ดี แต่ประเด็นส่วนมากกลายเป็นการเบี่ยงไปจากสิ่งที่ต้องทำเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมไปสู่การอาสาทำดีแบบลูปหน้าปะจมูก วิสาหกิจพึงทำดีให้จริงจังดีกว่า อย่างไรก็ตามเสียความจริงก็เป็นสิ่งไม่ตาย อย่าลืมนะว่า ‘ช่างตายทั้งตัว เอาใบบักปิดไม่มีดี’

### อ้างอิง

- <1> MDGs คือเป้าหมายการพัฒนาแห่งสหัสวรรษ (MDGs) ของสหประชาชาติ 8 ประเด็น คือ ขจัดความยากจน ให้เด็กทุกคนได้เรียนจบประถมศึกษา ส่งเสริมความเท่าเทียมกันทางเพศ ลดอัตราการตายของเด็ก พัฒนาสุขภาพสตรีมีครรภ์ ต่อสู้อโรคเอดส์และโรคสำคัญอื่น ๆ รักษาสิ่งแวดล้อม เข้าร่วมการพัฒนาในประชาคมโลก โปรดดูเพิ่มเติมที่ [http://www.unicef.org/thailand/tha/overview\\_5963.html](http://www.unicef.org/thailand/tha/overview_5963.html)
- <2> ความเป็นหญิงเป็นชาย (Gender) ไม่ใช่เรื่องเกี่ยวกับผู้หญิงเท่านั้น แต่เป็นการแสดงถึงความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างระหว่างผู้ชายและผู้หญิงที่มีความเกี่ยวข้องกับรัฐ เศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการและสถาบันต่างๆ ทั้งในระดับจุลภาคและมหภาค (จากศูนย์ข้อมูลกลางด้านการส่งเสริมความเสมอภาคชายหญิง <http://www.gender.go.th/template.php?vname=genderterm/idxdic.html>)

น้อยที่ปล่อยมลพิษ เป็นการกระทำผิดต่อกฎหมายทั้งทางแพ่งและทางอาญาใน  
ข้อหาละเมิดต่อผู้บริโภคหรือประชาชนที่อยู่ใกล้เคียง รวมทั้งการต้องขอหา  
การกระทำโดยประมาททำให้ผู้อื่นเสียชีวิต (ถ้ามี) หรือพยายามฆ่าในกรณี  
ทางเจ้าหน้าที่ได้เตือนไว้แล้วแต่ยังไม่หยุดการปล่อยมลพิษร้ายแรง เป็นต้น  
ดังนั้นจึงควรจัดการเฉพาะรายซึ่งดำเนินการได้ง่าย ยกเว้นเจ้าหน้าที่จะ ‘ละเว้น  
การปฏิบัติหน้าที่’ มากกว่าการรณรงค์แบบเหวี่ยงแห

## ภาคเอกชนจะเกี่ยวข้องไหม

สำหรับการป้องกันนั้น รัฐบาล ภาคประชาสังคม หรือเครือข่าย  
ธุรกิจเพื่อสิ่งแวดล้อม ควรจับตาวិสาหกิจที่มีศักยภาพในการทำลายสิ่งแวดล้อม  
เป็นพิเศษ และให้การศึกษาวិสาหกิจเหล่านี้ ไม่ให้สร้างปัญหาในอนาคต แต่  
น่าแปลกใจ NGO ประเภทนี้มีน้อยในประเทศไทย มีแต่ NGO ประเภทที่เน้น  
การทำดีซึ่งเป็นรูปการบำเพ็ญประโยชน์

สิ่งที่ควรรณรงค์เพิ่มเติมในแวดวงธุรกิจและผู้บริโภคก็คือการร่วมกัน  
สร้างแรงบีบบังคับทางการตลาดต่อวิสาหกิจที่มีโอกาสที่จะก่อมลภาวะ เช่น การ  
รณรงค์ให้วิสาหกิจเหล่านี้มี ISO 14001, ISO 18000 หรือ ISO 26000 ใน  
อนาคต เพื่อให้เกิดความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น หากไม่จรรรณรงค์  
ซื้อสินค้า เป็นต้น

อย่างไรก็ตามมาตรฐาน ISO เหล่านี้ก็มักทำโดยสมัครใจ ทำให้การ  
แก้ไขปัญหามลพิษไม่ประสบความสำเร็จ ยิ่งให้ทำตามความสมัครใจ  
เท่าไร ก็ยิ่งจะเป็นการปล่อยปละละเลยมากเท่านั้น ส่วนผู้ที่รณรงค์เรื่อง  
สิ่งแวดล้อมก็เพียงแต่ได้จัดกิจกรรมรณรงค์ไปตามความพอใจ แล้วยกเลิกกันไป  
ไปแบบ ‘จุดพลุ’ แต่ไม่เกิดประสิทธิผลหากเจ้าหน้าที่เพิกเฉยโดยถือหลักให้  
เป็นไปตามสมัครใจ

## ข้อสังเกต

อาจกล่าวได้ว่า ปัญหามลพิษจะไม่เกิดขึ้นหากรัฐบาลไม่เอาหู  
ไปนาตาไปไร่ และบังคับใช้กฎหมายโดยเคร่งครัดเพื่อประโยชน์ต่อสังคม  
ส่วนรวม ปัญหามลพิษของสิ่งแวดล้อมเกิดจากผู้กระทำผิดรายสำคัญ

จำนวนน้อย การรณรงค์จึงต้องเน้นการป้องปรามผู้กระทำผิด โดยอาศัย  
กฎหมายและแรงบีบบังคับทางสังคมและจริยธรรมเป็นตัวช่วย ไม่ใช่การไป  
เที่ยวรณรงค์ให้ประชาชนรักษาสิ่งแวดล้อมในขณะที่มีคนทำลายสิ่งแวดล้อม  
'ลอยนวล' อยู่ทุกวัน

การแก้ปัญหาจึงไม่ใช่อยู่ที่การรณรงค์ส่งเสริมให้คนทำดี เพราะ  
ยิ่งส่งเสริมมากก็จะดูเหมือนจะเบี่ยงเบนความสนใจให้พ้นไปจากคนทำ  
ผิด การส่งเสริมให้วิสาหกิจอาสาทำดี จึงไม่สามารถแก้ปัญหาได้จริง  
เป็นเพียงกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์เท่านั้น

## ปาหีของวิสาหกิจข้ามชาติ

ที่ว่าเป็นปาหีเพราะมีการบิดเบือนความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นการอาสาทำดี กลายเป็นสังคมเป็นหนี้บุญคุณของธุรกิจไปเสียอีก

### การสัมมนาหาหาชาติ

‘ปาหี’ CSR ของวิสาหกิจข้ามชาติ พบเห็นในโอกาสที่ผู้เขียนไปเป็นวิทยากร ในงานสัมมนาระหว่างประเทศเรื่อง CSR ที่นครโฮจิมินห์ ประเทศเวียดนาม ในระหว่างวันที่ 27-28 กันยายน 2550 งานสัมมนาดังกล่าวก็คือ Asian Forum on Corporate Social Responsibility, 2007 ซึ่งมีผู้เข้าร่วมงานถึง 550 คนจาก 34 ประเทศ มาจากองค์กรต่าง ๆ ถึง 369 แห่ง <1> โดยมีคนไทยเข้าร่วมสัมมนาประมาณ 20 คน งานนี้จัดหมุนเวียนทุกปี ในปี 2551 จัดขึ้นที่สิงคโปร์ และปี 2552 จัดขึ้นที่กรุงกัวลาลัมเปอร์

ข้อน่าสังเกตก็คือ งานสัมมนาแบบนี้ ผู้อุปถัมภ์รายใหญ่ของคือเป็นวิทยากรเองแทบทั้งนั้น (แต่พอถึงเวลาบางคนก็ไม่มา) เรียกว่าเป็นงานโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda) ของวิสาหกิจใหญ่ ๆ ระดับโลกก็ว่าได้ วิทยากรอื่นที่ไม่ใช่ผู้อุปถัมภ์ จะได้พูดเฉพาะในช่วงแบ่งกลุ่มย่อยเท่านั้น และแม้ในช่วงกลุ่มย่อย ก็มีกลุ่มวิสาหกิจใหญ่ ๆ ของคือพูดไว้มากมายเช่นกัน

### วิเคราะห์วิสาหกิจข้ามชาติ

วิสาหกิจข้ามชาติรายใหญ่ ๆ ที่มาอุปถัมภ์การสัมมนานี้ (ขอไม่เอ่ยนาม) ได้แก่ วิสาหกิจคอมพิวเตอร์ชื่อดังแห่งหนึ่งที่เกิดระบบปฏิบัติการและโปรแกรมการใช้งาน (Application) วิสาหกิจคอมพิวเตอร์ที่ผลิตสมองหรือหน่วยประมวลผลสำคัญ วิสาหกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่และโทรคมนาคม วิสาหกิจเครื่องดื่มน้ำอัดลม และผลิตเครื่องอุปโภคบริโภค รายใหญ่ เป็นต้น

ท่านทราบไหม คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะเครื่องหนึ่งราคาประมาณ 13,000 บาท ประกอบด้วยสมองหรือหน่วยประมวลผลเป็นเงินถึงประมาณ 5,000 บาทแล้ว ที่เหลือเป็นตัวเครื่อง จอ และ hardware อื่นๆ และถ้าเราอยากได้คอมพิวเตอร์ที่มีระบบปฏิบัติการและโปรแกรมการใช้งานที่ถูกต้องตามกฎหมาย เราต้องเพิ่มเงินอีกถึง 10,000 บาท

ดังนั้น แม้ขณะนี้จะมีการละเมิดลิขสิทธิ์กันมหาศาลในประเทศกำลังพัฒนา แต่ลำพังการขายกับลูกค้าทั้งในประเทศพัฒนาแล้วและประเทศกำลังพัฒนา ก็ทำให้วิสาหกิจคอมพิวเตอร์เหล่านี้ได้กำไรจนเจ้าของวิสาหกิจกลายเป็นอภิมหาเศรษฐีกันหลายรายแล้ว การที่วิสาหกิจเหล่านี้มาทำดีเอาหน้า แต่ค้าขายกึ่งผูกขาดและรีดเลือดกับปูเช่นนี้ มีอะไรน่านับถือหรือ

ข้อสังเกตอีกอย่างหนึ่งก็คือ วิสาหกิจข้ามชาติเหล่านี้ ผลิตสินค้าด้วยต้นทุนแสนถูก แต่ขายได้แพงหรือไม่ก็อาศัยการขายจำนวนมาก เช่น ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ บางวิสาหกิจยังมีลักษณะกึ่งผูกขาด เช่น วิสาหกิจน้ำอัดลมหรือแม้แต่วิสาหกิจผลิตภัณฑ์คอนกรีตก็เป็นวิสาหกิจกึ่งผูกขาดที่จ่ายค่าสัมปทานย่อยหินเพียงน้อยนิด แต่ผลิตสินค้าขายในราคาแพง วิสาหกิจเหล่านี้จึงมีเงินทองเหลือเฟือเพื่อมาปรนเปรอพนักงานและผู้บริหาร และใช้สร้างภาพโฆษณาชวนเชื่อ โดยนัยหนึ่งก็เพื่อปกปิดการทุจริต การผูกขาดหรือการทำลายสิ่งแวดล้อม

### นิทานของวิสาหกิจยักษ์ใหญ่

วิสาหกิจยักษ์ใหญ่เหล่านี้มักจะมาเล่านิทานหรือเรื่องดี ๆ ที่ตนทำ เช่น วิสาหกิจผลิตภัณฑ์สินค้าอุปโภคบริโภค ก็จะมีเรื่องเกี่ยวกับการสร้างโอกาสทำงานแก่ประชาชนในฐานะผู้จำหน่ายสินค้า โดยพูดให้โก้หรูว่า ‘เราเติบโต ท่านก็เติบโต’ เป็นต้น สำหรับวิสาหกิจโทรคมนาคมใหญ่แห่งหนึ่งก็คุยว่า ตนได้ทำศูนย์ข้อมูลหมู่บ้าน และนำเสนอว่าชาวบ้านลงทุนเพียง 24,000 บาท จะมีรายได้เดือนละ 5,000 บาท และจะคุ้มทุนใน 2 ปี

มีวิสาหกิจคอมพิวเตอร์ผลิตสมองหรือหน่วยประมวลผลแห่งหนึ่งลงนามกับรัฐบาลเวียดนามว่า ตนจะไม่ทำธุรกิจที่ต้องจ่ายสินบนใดให้กับข้าราชการทุกระดับชั้น อากัปกริยาของวิสาหกิจดังกล่าวนี้ดู ‘กร่าง’ พอสมควร แต่เชื่อว่านี่เป็นแค่ ‘ข้อยกเว้น’ ไม่ใช่สรณะ เพราะเวียดนามอาจ

ต้องอ้ววิสาหกิจนี้ แต่วิสาหกิจอื่นอีกมากมายในเวียดนามยังต้อง ‘หยุดน้ำมัน’ หาไม่ อะไร ๆ ก็ติดขัดไปหมด สู้คู่แข่งไม่ได้ จะให้วิสาหกิจเหล่านี้ ‘ยอมตายประทศป่าช้า’ แล้วใครได้ประโยชน์ ไม่ใช่วิสาหกิจข้ามชาติดอกหรือ รัฐบาลหรือวิสาหกิจข้ามชาติโยนภาระปราบปรามการฉ้อราษฎร์บังหลวงให้กับวิสาหกิจเอกชนทั่วไปตั้งแต่เมื่อไหร่

## วิสาหกิจใหญ่กับ NGO

มีข้อน่าสังเกตอย่างหนึ่ง ก็คือ วิสาหกิจใหญ่ ๆ อาจทำงานกับ NGO ใหญ่ ๆ โดยเฉพาะ NGO ข้ามชาติ นัยว่าเป็นแบบคู่กัน (Tag team) NGO ก็ได้เงินมาทำงาน บ้างก็เชิญผู้บริหารวิสาหกิจใหญ่ ๆ มาเป็นกรรมการ เพื่อช่วยหาเงิน แต่ในอีกนัยหนึ่ง NGO ก็เป็นเครื่องมือทำดีให้กับวิสาหกิจใหญ่ ๆ ยิ่งกว่านั้นผู้บริหาร NGO ใหญ่ ๆ ก็มีโอกาสดูแล ‘ลืมหูลืมตา’ บ้างก็อาจมีโอกาสดูแลเมือง เป็นสมาชิกรัฐสภาอันทรงเกียรติ หลังจากที่ได้ทั้งเงินทั้งกล่องมานานจากการรับจ้างทำดี

ลักษณะอย่างนี้อาจเรียกตามภาษาไทยว่า ‘น้ำพึ่งเรือ เสือพึ่งป่า’ แต่ก็อาจแสดงนัยว่าเป็นภาวะที่ไม่ยั่งยืน กล่าวคือโครงการพัฒนาต่าง ๆ ต้องอาศัยแต่วิสาหกิจใหญ่ ๆ มาอุปถัมภ์ NGO เองก็ไม่สามารถหาเงินสนับสนุนจากประชาชนทั่วไป และแน่นอนว่าวิสาหกิจใหญ่ ๆ ก็ใช้ว่าจะทำดีเป็นสรณะ แต่ทำเพื่อการส่งเสริมการขายเป็นสำคัญ เราควรมี NGO ประเภทตรวจสอบการทุจริตประพฤติมิชอบหรือการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อเป็นการตรวจสอบวิสาหกิจใหญ่น้อยหรือเจ้าหน้าที่ภาครัฐ

## CSR สร้างอาชีพให้คนบางกลุ่ม

เราเห็นมูลนิธิ สมาคม ชมรม หรือเอ็นจีโอเกิดเพิ่มขึ้นทุกวัน องค์กรเหล่านี้ย่อมตั้งขึ้นมาด้วยความปรารถนาดีซึ่งสมควรอนุโมทนาด้วย แต่ก็เชื่อว่า จะช่วยสร้างสรรค์ประโยชน์ได้อย่างมีนัยสำคัญ จำนวนที่เพิ่มขึ้นขององค์กรเหล่านี้มาจากกลับมีความสัมพันธ์เชิงผกผันกับความผาสุกของสังคมก็ได้ กล่าวคือยิ่งมีองค์กรเหล่านี้มากเท่าไร ยิ่งแสดงถึงความยุ่งเหยิงในสังคมและความทุกข์ของประชาชนมากเท่านั้น

ในอีกแง่หนึ่งการเมืองค์กรเหล่านี้เพิ่มขึ้นก็ยิ่งสร้างโอกาสทางอาชีพ

ให้แก่บุคคลกลุ่มหนึ่ง ซึ่งทำงานโดยได้ ‘ทั้งเงินทั้งกล่อง’ บุคคลกลุ่มนี้หลายคนสามารถดำรงตนได้อย่างยั่งยืนชั่วชีวิต สังคมประสพการณ์ และกลายเป็นอาจารย์ผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชา CSR ในภายหลังได้อีก และนอกจากนี้ยังมีโอกาสผันตนเองไปทำงานการเมืองจากฐานมวลชนหรือจากภาพลักษณ์ที่สร้างขึ้นด้วยงาน CSR ในที่สุด

## วิสาหกิจใหญ่ควรประชันอะไร

สิ่งที่ควรเป็นการแสดงถึง CSR ของวิสาหกิจใหญ่ ๆ (แต่แทบจะไม่เคยแสดงออกเลย) ก็ได้แก่ การประชันกันว่าวิสาหกิจของตนมีกระบวนการดำเนินงานอย่างไรที่แสดงถึงความโปร่งใสต่อผู้ถือหุ้นรายย่อย การประหยัดทรัพยากรจริง (โดยไม่ใช้ผู้บริหารอยู่อย่างราชา ใช้จ่ายกันอย่างสุดฟุ่มเฟือย) การไม่เอาเปรียบลูกจ้าง การไม่ร่วมใน ขบวนการติดสินบนเจ้าพนักงานในงานประมูล และการไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อน เป็นต้น

ถ้าจะดู CSR ของบริษัทมหาชน ก็ควรดูว่าวิสาหกิจเหล่านี้้อยู่อย่าง ‘ฟูฟู่’ เอาเงินประชาชนมาปรนเปรอผู้บริหารอย่างเหลือล้นโดยขัดกับหลักความพอเพียงหรือไม่ ผู้บริหารใช้สถานะของวิสาหกิจขนาดใหญ่ในการแสวงหาผลประโยชน์ส่วนตัวหรือไม่

นอกจากนี้ควรสังเกตว่าวิสาหกิจข้ามชาติรายใหญ่นั้น มีต้นทุนการผลิตแสนถูก ดังนั้น สิ่งที่ต้องประชันเพื่อผู้บริโภคก็คือการคงราคาหรือลดราคามากกว่า เช่น กรณีคอมพิวเตอร์ หรือโทรทัศน์ที่กล่าวถึงในช่วงต้น หรือน้ำอัดลมที่ขายกันลิตรละ 25 บาทนั้น ต้นทุนค่าน้ำประปาเป็นเงินไม่ถึง 1 สตางค์ (ค่าน้ำประปาสำหรับประชาชนทั่วไปคิดละ 7.75 บาท) นี่แสดงว่าความมั่งคั่งไปสะสมอยู่ที่วิสาหกิจข้ามชาติขนาดใหญ่ เช่น ยี่ห้อของเครื่องดื่มน้ำอัดลมรายหนึ่งคือ โค้ก มีมูลค่าสูงกว้างประมาณแผ่นดินไทย ถึงราว 1.5 เท่า <2>

## กรณีบริษัทจัดอันดับนานาชาติ

ข้อที่น่าสนใจเกี่ยวกับบริษัทจัดอันดับเครดิตซึ่งมักเป็นวิสาหกิจข้ามชาติ ก็คือ บริษัทเหล่านี้มีจำนวนน้อยมาก ทั่วโลกมีจำนวนประมาณ 70 แห่ง (ดูรายละเอียดได้ที่ [http://www.defaultrisk.com/rating\\_agencies.htm](http://www.defaultrisk.com/rating_agencies.htm)) กรณีนี้

## CSR กับการโฆษณา

การมี CSR ที่แท้จริงนั้น ยังรวมรวมถึงการโฆษณา สินค้าและบริการที่ควรให้ข้อมูลตามจริงและไม่หลอกลวง

ทุกวันนี้มีความพยายามโฆษณาให้คนทำดีและให้มี CSR แต่ก็น่าแปลกว่า สังคมของเรามี CSR ประสาอะไร จึงปล่อยให้มีการโฆษณาหลอกลวง ประชาชนอยู่มากมาย

โฆษณาที่เห็นในท้องตลาดจำนวนมากบรรยายสรรพคุณเกินจริง เข้าข่ายผิดกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค และถือเป็นการละเมิดต่อผู้บริโภค แต่เรากลับเห็นกันอยู่ทั่วไปในโทรทัศน์ วิทยุหรือสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ วิชาหลักเจ้าของผลิตภัณฑ์ที่ลงโฆษณาเหล่านี้มักเป็นวิชาหลักขนาดใหญ่ที่ได้ชื่อว่ามี CSR มีกิจกรรมรณรงค์ทำดีสารพัด แต่ทำไม่ยังทำการโฆษณาในลักษณะนี้

### ตัวอย่างโฆษณา

ต่อไปนี้เป็นตัวอย่างโฆษณาที่เห็นอยู่ดกคั่นทางโทรทัศน์ของไทย

แซมพูสระผม: โฆษณาว่าทำให้ผมนุ่มลื่นตั้งแต่ครั้งแรกที่สระ หรือผมสวยประหนึ่งไปเข้ากระบวนการรักษาสภาพผม (Treatment) มา ซึ่งเป็นสิ่งที่เป็นไปได้

ครีมลดริ้วรอย: ก็บอกว่าสามารถเห็นผลได้ภายในเวลาอันรวดเร็ว ทั้งที่ในความเป็นจริง ผู้บริโภคทาครีมหมดไปตั้งหลายกระปุกก็ยังแทบจะไม่ได้ผล

ยาทาร์กแร่ให้ขาว: โฆษณาว่าทาได้ขาวมาก แต่ใคร ๆ ก็เชื่อว่านางแบบต้องเอาแป้งไปโปะจนดูขาวเกินจริง

ผงซักฟอก: มักจะเห็นการโฆษณาที่เสื้อผ้าสีหมอง แค่นำไปซักกลับขาวจนใหม่เอี่ยมทั้งที่เป็นไปไม่ได้ และขัดสายตาสวยชัดเจนน

น้ำยาขัดห้องน้ำ: ก็โฆษณาให้ดูคล้ายกับว่าแค่ขัดเบา ๆ ก็ขัดคราบได้ทันที ทั้งที่ขัดกันจนเหงื่อแตกก็ยังขัดคราบได้แสนยาก ฯลฯ

บริษัทจัดอันดับเครดิตอาจถือเป็นธุรกิจที่ผูกขาดหรือไม่ ที่น่าสังเกตก็คือบริษัทจำนวนมากตั้งอยู่ในสหรัฐอเมริกา บริษัท Lehman Brothers ซึ่งล้มละลายไปแล้ว ก็เคยดำเนินธุรกิจจัดอันดับเครดิตเช่นกัน

ยิ่งกว่านั้น จะเห็นได้ว่า ไม่มีมาตรการใด ๆ ในการควบคุมหรือลงโทษบริษัทจัดอันดับเครดิตนานาชาติเหล่านี้หากดำเนินการผิดพลาดหรือ “ขัดสายตา” ผู้คนในวงการเงินแต่อย่างใด อาศัยเพียงกลไกตลาดเป็นหลักในการควบคุม กล่าวคือ หากประสบปัญหา ก็อาจจะไม่ได้รับการยอมรับและไม่มีใครจ้างในที่สุด

การไม่มีมาตรการควบคุมโดยเฉพาะการควบคุมด้าน Soft Laws ในฐานวิชาชีพวิเคราะห์วิจัย และการไม่มีการตรวจสอบผลการจัดอันดับเครดิตของบริษัทเหล่านี้ จนทำให้สถาบันการเงินหลายแห่งล้มละลายในช่วงที่ผ่านมา แสดงว่ากิจการของวิสาหกิจข้ามชาติ ก็ใช้ว่าจะมีมาตรฐานเสมอไป สังคมหรือประเทศกำลังพัฒนาทั้งหลายจึงควรมีมาตรการในการคุ้มครองผู้ใช้บริการหรือผู้ที่ถูกจัดอันดับเครดิตเช่นกัน และโดยเฉพาะอย่างยิ่งการทวงความยุติธรรมของผู้ถือหุ้นรายลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ที่หลงเชื่อตามการจัดอันดับเครดิตที่ไม่ได้มาตรฐานนั่นเอง

โดยสรุปแล้ววิสาหกิจข้ามชาติ ก็ ‘ต้อง’ มี CSR หรือความรับผิดชอบต่อผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย จะละเมิดกฎหมายไม่ได้ ส่วนการอาสาทำดีถือเป็นสิ่งที่ ‘ควร’ ทำ ภาวะที่มีความรับผิดชอบต่อผู้เกี่ยวข้องได้ก็ต้องมีระบบตรวจสอบที่ดีทั้งจากหน่วยราชการที่เกี่ยวข้อง องค์กรอิสระ NGO และสังคมโดยรวม

### อ้างอิง

- <1> โปรดดูรายละเอียดที่ <http://www.asianforumcsr.com> สถาบันคีนันสรุปรายงานผู้เข้าร่วมสรุปไว้
- <2> โปรดดูรายละเอียดได้ที่ <http://www.millwardbrown.com/Sites/optimor/Media/Pdfs/en/BrandZ/BrandZ-2008-Report.pdf>

## ทำโฆษณาได้อย่างไร

โฆษณาเหล่านี้ทำได้ เพราะการ “เล่นคำ” ทำให้สามารถตีความได้ว่า “ไม่ผิดกฎหมาย” เช่น “นมลีนขึ้นตั้งแต่แรก” คืออาจนมขึ้น ต่างจากเดิมเล็กน้อย แต่ก็แทบไม่มีนัยสำคัญ หรือ “เห็นผลใน 7 วัน” ก็เป็นทำนองเดียวกันคือ เห็นผลนิดเดียวจนแทบแยกไม่ออก แต่ก็บอกได้ว่า “เห็นผล” ถือเป็นการเล่น “เสียงบาลี” ถ้าตีความแบบ “ศรีธนญชัย” ก็คงไม่ผิดกฎหมาย เป็นต้น

อย่างไรก็ตามหากทางราชการตีความตามหลักกฎหมายที่ว่า “กรรมเป็นเครื่องชี้เจตนา” และตีความโดยยึดผลประโยชน์ของผู้บริโภคเป็นที่ตั้งแล้ว จะเห็นถึงเจตนาแฝงของเจ้าของผลิตภัณฑ์ และเห็นได้ชัดเจนว่าโฆษณาเหล่านี้ผิดกฎหมาย มีลักษณะหลอกลวง และไม่สามารถโฆษณาได้ในประเทศที่พัฒนาแล้วซึ่งเขาคุ่มครองสิทธิของประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศ ไม่ใช่คุ่มครองวิสาหกิจขนาดใหญ่

## ต้องเป็นแบบอย่าง

วิสาหกิจขนาดใหญ่ในสังคม ในด้านหนึ่งมีภาพพจน์ที่ดี คือ ส่งเสริมให้คนทำดีเพื่อสังคม และสถาบันชาติ ศาสน์ กษัตริย์ อยู่เนื่อง ๆ แต่ในอีกด้านหนึ่งก็กลับโฆษณาในลักษณะนี้อยู่ทุกวัน การกระทำอย่างนี้คงเข้าทำนอง “ปากว่า ตายยับ” และทำให้เกิดคำถามว่าวิสาหกิจขนาดใหญ่เหล่านี้มี CSR จริงหรือ โดยเฉพาะกรณีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคซึ่งก็คือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มสำคัญอีกกลุ่มหนึ่งซึ่งวิสาหกิจทั้งหลายไม่อาจจะเม็ดได้

ทางออกสำคัญก็คือ หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องต้องรักษากฎหมาย ทำการตรวจสอบการโฆษณาโดยเคร่งครัด จะปล่อยให้มีการโฆษณาหลอกลวง ประชาชนทางสื่อมวลชนต่าง ๆ อยู่ทุกวันไม่ได้ มีการตรวจสอบผลการทดลองสรรพคุณ และประกาศให้ทราบทั่วกันอย่างกว้างขวางโดยเฉพาะในกรณีนี้ที่โฆษณาเกินจริง เพื่อไม่ให้ผู้บริโภคได้รับความเสียหาย

ในขณะที่เดียวกันผู้บริโภคก็ต้องรวมกลุ่มกันให้เข้มแข็ง ควรมีสมาคมผู้บริโภค เช่น Consumers Association of Singapore (case.org.sg) ซึ่งมีในแทบทุกประเทศหรือมีสมาคมในในแต่ละจังหวัด หรือ National House Buyers Association (hba.org.my) ซึ่งมุ่งไปช่วยเหลือคนซื้อบ้านในมาเลเซีย

หรือ Organic Consumers Association (organicconsumers.org) ซึ่งมุ่งไปที่ผู้บริโภคด้านอาหารและสุขภาพในระดับโลก เป็นต้น

## ต้องเข้าใจ CSR ให้ชัด

กรณีการโฆษณาข้างต้นนี้ชี้ให้เห็นว่าเราควรทบทวนความเข้าใจ CSR ให้ชัดเจน การบำเพ็ญประโยชน์ของวิสาหกิจขนาดใหญ่ ด้วยการบริจาคเงินมากมายหรือการอาสาทำดีทั้งหลายนั้นถือเป็นเพียงด้านหนึ่งของ CSR แต่ไม่ใช่ด้านสำคัญ เป็นกิจกรรมทางสังคมซึ่งคุณหญิงคุณนายในอดีตก็ได้ทำมาก่อนหน้านี้มากกว่าครึ่งศตวรรษแล้ว

หัวใจสำคัญของการมี CSR ก็คือ การรับผิดชอบต่อที่ไม่ละเมิด ไม่กระทำความผิดกฎหมายต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งผู้ถือหุ้น ลูกจ้าง ลูกค้า-ผู้บริโภค คู่ค้า-ผู้ขายสินค้าหรือวัตถุดิบให้กับเรา ชุมชนโดยรอบ และสังคมโดยรวม เป็นต้น ถ้ามี CSR เราจะโฆษณาโดยขาดความรับผิดชอบต่อไม่

CSR ยังเกี่ยวข้องกับมาตรฐานและจรรยาบรรณซึ่งถือเป็น “Soft Laws” ไม่ใช่ “Hard Laws” (อันได้แก่ กฎหมายแห่งและพาณิชย์ กฎหมายอาญา เป็นต้น) ในกรณีนี้ โดยจรรยาบรรณของพ่อค้า-นักธุรกิจ ต้องไม่เอาเปรียบผู้บริโภค โดยจรรยาบรรณของสื่อ ต้องไม่ช่วยโฆษณาผลิตภัณฑ์ที่หลอกลวง โดยจรรยาบรรณของนักวิชาชีพโฆษณา ต้องไม่ทำโฆษณา สองแง่สองงามที่เกินจริงเพียงเพื่อประโยชน์ในการสร้างรายได้ให้กับตนเอง เป็นต้น

วิสาหกิจขนาดใหญ่ต้องทำตัวเป็นแบบอย่างที่ดีอย่างเคร่งครัด และ CSR นั้นมีหัวใจอยู่ที่การไม่ละเมิดกฎหมาย และทำธุรกิจหรือธุรกรรมใด ๆ โดยไม่ละเมิดต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย CSR ยังครอบคลุมถึงการรักษามาตรฐานและจรรยาบรรณของวิชาชีพหรือของวงการค้าโดยเคร่งครัด และสุดท้าย CSR ยังรวมรวมถึงการอาสาทำดี ซึ่งเป็นสิ่งที่พึงส่งเสริม แต่ถ้าทำดีโดยไม่ยึดกฎหมาย ไม่ยึดมาตรฐานและจรรยาบรรณ ก็เท่ากับการหลอกลวงนั่นเอง

**CSR จึงเป็นมากกว่าการอาสาทำดี (เพื่อปกปิดความไม่ดี)**

# ภาค 4

## CSR กับ คุณธรรม

CSR กับคุณธรรมสัมพันธ์กันอย่างไร ว่ากันว่า ‘ธุรกิจต้องมีคุณธรรม’ นี่เป็นเพียงคำหวาน คำโฆษณาหรือหรือเป็นเนื้อแท้ ด้วยความดีนั้น ใครๆ ก็อยากได้ ยิน อยากรวยถึง (แต่อยากทำหรือไม่ก็เป็นอีกเรื่องหนึ่ง) แม้แต่คนไม่ดีก็อยากพูดเพื่อให้เห็นดี นี่จึงเป็นข้อพึงสังวร หาไม่อาจถูกหลงให้เสียหายได้

### 19

## ข้อคิดจาก ‘บัณฑิต ล้ำช้า’

บทนี้สรุปจากปาฐกถาของ คุณบัณฑิต ล้ำช้า ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บมจ.ธนาคารกสิกรไทย เนื่องในโอกาสเปิดสถาบันธุรกิจเพื่อสังคม ณ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเมื่อวันที่ 24 กันยายน 2550

### การให้-การไถ

การให้หรือการบริจาคเพื่อการกุศล เป็นสิ่งจำเป็นเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ยิ่งถ้าเป็นบริษัท ห้างร้านขนาดใหญ่ หรือสถาบันการเงิน ก็ยังเป็นเป้าของการ ‘ไถ’ คุณบัณฑิตให้ข้อสังเกตว่า ‘ต้องให้บ้าง หากไม่ให้เลยก็กลายเป็นว่าไม่มีน้ำใจ’ ยิ่งทำให้เสียภาพลักษณ์ไป อยากรวยก็ตาม ในปัจจุบันวิสาหกิจขนาดใหญ่หลายแห่งได้พัฒนาจากการให้มาเป็นการทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมด้วยตนเอง

ในความเป็นจริง คนไทยบริจาคเงินเพื่อการทำบุญและเสีย ‘ภาษี

สังคม’ เป็นเงิน 2.69% ของรายได้ต่อครัวเรือนต่อปี <1> ยอดขายของบริษัทมหาชนทั้งหลายในตลาดหลักทรัพย์นั้นคาดว่าจะเงิน 5,768,036 ล้านบาท <2> หากบริษัทมหาชนทั้งหลายบริจาค 2.69% เท่ากับประชาชนทั่วไป ก็จะเป็นเงินสูงถึง 155,160 ล้านบาท ซึ่งคงจะสร้างคุณภาพการได้มหาศาล แต่แน่นอนว่าบริษัทมหาชนเหล่านี้คงบริจาคน้อยกว่านี้ยิ่งนัก

### ขีดค้นของการทำดี

คุณบัณฑิตกล่าวว่า การทำดีนั้น เราย่อมหวังให้คนยกย่อง เราจะทำได้ก็ต่อเมื่อเราช่วยตัวเองได้แล้ว ธุรกิจที่ยังปรี่มน้ำอยู่คือยังไม่รู้ว่าจะรอดหรือไม่ ก็คงมีโอกาสทำดีได้ยาก ข้อจำกัดของการทำดีก็คือผลการประกอบการที่ดีของวิสาหกิจ ถ้าเราทำดี ทำ green marketing แต่งบการเงินติดลบหรือตกต่ำ หรือผลประกอบการแย่ง ก็คงทำดีต่อไปไม่ได้ แม้แต่ผู้บริหารก็ยังคงตกงานได้

อาจกล่าวได้ว่า การให้เป็นการบำบัติจิตอย่างหนึ่ง มีผลต่อผู้ให้มากกว่า คือทำให้ผู้ให้สบายใจ หรือได้หน้า (มีน้อยคนนักที่คิดจะ ‘ปิดทองหลังพระ’) สำหรับคนรับนั้น ก็คงได้รับการบรรเทาปัญหา แต่คงไม่ได้ดีขึ้น เช่น คงไม่มีขอทานคนใดขอกระทั่งรำรวย แต่ว่า “กฎทุกกฎก็มีข้อยกเว้น” เช่น ชูชกในวรรณคดี หรืออาจมีชูชกในชีวิตจริงของ พ.ศ. น้อยบ้าง

### ให้แล้วสังคมดีขึ้นไหม

คุณบัณฑิตตั้งข้อสังเกตที่น่าสนใจยิ่งว่า การทำดี เช่น การปลูกป่า และการณรงค์เรื่องโลกร้อน ฯลฯ นั้นทำให้สังคมดีขึ้นหรือไม่ ข้อนี้ไม่มีเครื่องวัดที่ชัดเจน แต่หากดูข่าวจากหนังสือพิมพ์จะเห็นว่าสังคมตกต่ำลง แสดงนัยว่าการให้ที่ทำมานั้นไม่ได้ทำให้สังคมดีขึ้น บริษัทเอกชนยอมไม่สามารถช่วยให้สังคมดีขึ้นด้วยการบริจาค เช่นเดียวกับสลัมที่แต่เดิมมีอยู่เต็มบ้านเต็มเมือง เดียวนี้หดหายไปมาก เพราะเศรษฐกิจของประเทศดีขึ้น ประชาชนจึงสามารถลืมตาอ้าปาก ไม่ซึมมาจากผลกระทบของหน่วยงานใด โปรดอ่านเรื่อง ‘หนึ่งพันแม่ชีที่เราชกก็ช่วยให้สลัมลดลงไม่ได้’ <3>

‘เรากำลังเล่นลิเก’ คุณบัณฑิตให้ข้อคิดและยังกล่าวที่เราไม่ควร

หลอกตัวเอง อย่างพูดถึงสิ่งแวดล้อม นักการเมือง ผู้ประกอบการต่างก็พูดถึง แต่หากทำไปแล้ว ทำให้เสียฐานคะแนนเสียง หรือกำไรหด ก็คงไม่มีใครทำ โดยนัยของการทำความดีนี้ การที่ผู้คนไปร่วมงานนี้จนล้นห้องประชุมใหญ่ กระทั่งต้องจัดการถ่ายทอดสดที่ชั้น 1 และ ชั้น 11 นั้น ดูแล้วก็น่าชื่นใจในความสำเร็จแทนผู้จัด แต่อีกนัยหนึ่งอาจเป็นเพราะงานนี้มีรัฐมนตรีมาเปิดงานและจัดโดยตลาดหลักทรัพย์ ทำให้บริษัทมหาชนทั้งหลายและผู้สนใจไปร่วมงานกันมาก หากเป็นหน่วยงานเล็ก ๆ จัด และจัดโดยไม่เก็บค่าลงทะเบียนใด ๆ เช่นนี้ ก็ยากที่จะหาคนไปฟังได้มากมายอย่างนั้น

## ไม่มีคำตอบ

คุณบัณฑิตยอมรับว่าท่านเองก็ไม่มีคำตอบว่าความพอดีอยู่ตรงไหน ระหว่างผลประโยชน์ทางธุรกิจและสังคม ผู้เขียนจึงขอแบ่งปันความเห็นดังนี้:

1. ก่อนอื่นเราควรแยกให้ออกระหว่างการอาสาทำดีกับความรับผิดชอบตาม CSR การอาสาทำดีเป็นโดยความสมัครใจและไม่อาจให้ใครมากะเกณฑ์ ย่อมไม่แปลกที่วิสาหกิจขนาดเล็กไม่อาจอาสาทำดีได้ แต่วิสาหกิจไม่ว่าขนาดใดก็ไม่อาจปฏิเสธความรับผิดชอบและไม่อาจละเมิดกฎหมายต่อทั้งผู้ถือหุ้น ลูกจ้าง คู่ค้า ลูกค้า ชุมชน และสังคมโดยรอบได้

2. บริษัทใหญ่ ๆ หลายแห่ง โฆษณาส่งเสริมการทำความดี (ที่ใช้เงินไม่มาก) กันยกใหญ่ แต่ไม่ได้หมายความว่ามีความรับผิดชอบต่อจริงหรือไม่ ถ้าจะดู CSR ของบริษัทมหาชน ก็ควรดูว่าวิสาหกิจเหล่านี้อยู่อย่าง ‘ฟูฟ่า’ เอาเงินผู้ถือหุ้นมาปรนเปรอผู้บริหารโดยขัดกับหลักความพอเพียงหรือไม่ ผู้บริหารใช้สถานะของตนไปแสวงหาผลประโยชน์ส่วนตัวหรือไม่

3. คุณบัณฑิตยังกล่าวว่า บางที่เราไม่กล้าพูดเพราะกลัวผู้มีอำนาจ ซึ่งคงหมายถึงอำนาจทางการเมืองและทางการเงินนั่นเอง เข้าทำนอง ‘พูดไปสองไพเบี้ย นิ่งเสียตำลึงทอง’ เจ้าหน้าที่ภาครัฐเองก็อาจไม่บังคับใช้กฎหมาย เพราะเกรงกลัวอำนาจ ตกลงทุกฝ่ายจึงได้แต่ ‘เล่นลิเก’ ส่งเสริมการทำความดีกันยกใหญ่ โดยไม่ได้ช่วยให้สังคมโดยรวมดีขึ้นจริง

## ทำธุรกิจอย่างไรให้สง่างาม

แน่นอนว่าวิสาหกิจยักษ์ใหญ่หลายแห่ง ที่รอดและกลับเติบโตในสังคมได้ ก็เพราะโกงเขามา หรืออาศัยเส้นสายทางการเมืองจึงผูกขาดเติบโตได้ เราควรส่งเสริมจริยธรรมให้ถูกทางว่า เราไม่ควรยกย่องหรือเห็นแก่อำนาจของวิสาหกิจเหล่านี้

สิ่งที่เราควรส่งเสริมก็คือ การทำธุรกิจให้สง่างาม ไม่ฉ้อโกงคนอื่นเพื่อความอยู่รอด ไม่ปลิ้นปล้อนหลอกหลวงเพื่อความสำเร็จ เราควรส่งเสริมจริยธรรมที่ว่า เราไม่ควรทำธุรกิจประเภท ‘พวยเรือให้โจรนั่ง’ หรือ ‘ให้โจรพายเรือให้เจ้านั่ง’ (ประสบความสำเร็จโดยไม่เลือกวิธีที่ใช้)

เราควรส่งเสริมให้ผู้ริเริ่มประกอบธุรกิจ เลือกธุรกิจที่ไม่หมิ่นเหม่ต่อกฎหมาย เรายังควรส่งเสริม CSR ด้วยการส่งเสริมให้วิสาหกิจทั้งหลายดำเนินงานตามครรลองของกฎหมาย ไม่ละเมิดกฎหมาย ไม่ละเมิดจรรยาบรรณ หรือไม่ละเมิดกฎหมายทั่วไป เช่น การฉ้อโกง เป็นต้น ที่สำคัญควรส่งเสริมความเข้มแข็งขององค์กรตรวจสอบทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาสังคม เพื่อป้องกันการละเมิดกฎหมายโดยเคร่งครัด

## โปรดส่งเสริมจริยธรรมให้ถูกทาง

### อ้างอิง

- <1> ประมวลใหม่จากฐานตัวเลขของสำนักงานสถิติแห่งชาติ โปรดดู ดร.โสภณ พรโชคชัย ในบทความ ‘CSR คือหน้าที่ใช้อาสา’ ใน *มติชน* ฉบับวันที่ 11-17 ธันวาคม 2549 หน้า 23 ที่ <http://www.thaiappraisal.org/Thai/Market/Market130.htm>
- <2> โปรดดูรายละเอียดได้ที่ [http://www.set.or.th/th/info/statistics/files/overall\\_Q2\\_50.xls](http://www.set.or.th/th/info/statistics/files/overall_Q2_50.xls)
- <3> เพราะการช่วยเหลือชาวบ้านสลัม มักเป็นการบรรเทาความเดือดร้อนเฉพาะหน้า ไม่ได้แก้ที่สาเหตุของความยากจน โปรดอ่าน ดร.โสภณ พรโชคชัย ในบทความ ‘หนึ่งพันแม่ชีเทราก็ช่วยสลัมไม่ได้!’ ที่ <http://www.thaiappraisal.org/Thai/Market/Market161.htm>



## คุณธรรมแทน CSR ได้?

คุณธรรมและจริยธรรมเป็นคำรึนหูที่ใคร ๆ ก็อยากพูดหรือฟังเพราะทำให้รู้สึกดีงาม ทำให้ทั้งผู้พูดและผู้ฟังดูดี แต่บางคนอาจอ้างคุณธรรมเพื่อละเมิดกฎหมาย

### การเปลี่ยนคนด้วยศาสนา

โดยทั่วไปมีการรณรงค์ให้ประชาชนยึดมั่นในศาสนา งบประมาณเพื่อการรณรงค์นี้อาจสูงขึ้น กิจกรรมรณรงค์อาจมากขึ้น แต่การเข้าถึงศาสนากลับน้อยลง การนี้ผู้เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่ศาสนาพุทธอาจโทษกระแสโลกาภิวัตน์เป็นแพะรับบาป แต่สิ่งที่ควรนึกก็คือการโทษปัจจัยภายนอก เช่นนี้อาจทำให้ละเลยการตรวจสอบว่าการรณรงค์ที่ใช้งบประมาณมากมายนั้น อาจขาดการวางแผนที่ดี ดำเนินการขาดประสิทธิภาพ และไม่สอดคล้องกับความเป็นจริงจนกลายเป็นความสูญเปล่าไปหรือไม่

การยกศาสนาหรือความดีมานำเสนอนั้น คนที่ได้ดีเพิ่มขึ้นอาจไม่ใช่คนฟังแต่เป็นคนพูด ที่อย่างน้อยก็ได้หน้า ได้ภาพลักษณ์ดี ยิ่งถ้าพูดหรือสรรหาคำคมได้ประทับใจเพียงใด ยิ่งได้ผลเพียงนั้น ในวงการศาสนา พระที่มีน้ำเสียงการเทศน์ที่ไพเราะ หรือมีโวหารดี ก็มักเป็นที่นิยมของญาติโยม การนี้แสดงว่าเรายังยึดติดอยู่ในเปลือกหรือรูปแบบมากกว่าแก่นหรือสาระ

### ควรอธิบายบนฐานความจริง

การอธิบายเรื่องการทำดีนั้น แทนที่จะเอาความเชื่อทางศาสนามาอ้างอิง เราควรอธิบายโดยอาศัยความเป็นจริง เช่น ความซื่อสัตย์ต่อลูกค้านั้น ไม่ใช่การทำดีตามที่บัญญัติในหลักศาสนาหรือเพราะกลัวตกนรก แต่ต้องทำในภาคบังคับตามกฎหมาย คือหากไม่ซื่อสัตย์ น้อโกงลูกค้า ก็อาจถูกลูกค้าฟ้องร้องเรียกค่าเสียหายได้ ทำให้เสียชื่อเสียง ความเชื่อถือนหมดไป การทำงานอย่างซื่อสัตย์จึงทำให้ธุรกิจยั่งยืน ลูกค้าต้อนรับและเติบโตต่อไปด้วย

บริการหรือสินค้าที่มีคุณภาพสมราคา การอธิบายเช่นนี้จะเข้าใจได้ง่ายและชัดเจนโดยไม่ต้องอาศัยบทบัญญัติของศาสนาใดมากล่าวอ้าง

เราต้องการ ‘คนดี’ แต่รู้ได้อย่างไรว่าใครดี บ้างก็วัดด้วยการถามว่า ‘รักแม่ไหม’ ถ้ารักก็แสดงว่าเป็นคนดี การวัดแค่นี้คงใช้ไม่ได้เพราะคงหาคนที่ ‘ไม่รักแม่ได้ยาก คนที่ไม่รักก็คงยังอาจโกหกได้ ส่วนคนที่บอกว่าไม่รัก ก็อาจไม่ใช่คนเลว แต่อาจมีเหตุผลบางประการ เช่น ไม่เคยพบหน้าแม่ หรือแม่ทอดทิ้ง ฯลฯ ดังนั้นการที่เราจะตีตราว่าใครดีหรือไม่ดีจึงอาจไม่เป็นธรรม

### อย่าอ้างความดีโตด ๆ

การที่พนักงานระดับล่างในบริษัทหนึ่งย้ายไปสู่อริษัทคู่แข่งที่ ให้ค่าจ้างสูงกว่าเล็กน้อย แต่ต่อมาย้ายกลับบริษัทเดิม เราอาจตีความได้ว่าบริษัทเดิมนั้นมีความดีหรือของดีบางประการ ซึ่งสามารถตีค่าได้ว่าคุ้มที่จะย้ายกลับ เช่น มีสวัสดิการที่ดีกว่า มีสภาพแวดล้อมที่อบอุ่นดีหรือมีสิ่งชดเชยที่ไม่ใช่เงิน ดังนั้น การลงทุน (ใช้เงินและแรงงาน) ทำกิจกรรมผูกใจพนักงานจึงเป็นเสมือนการจ่ายค่าจ้างในอีกรูปแบบหนึ่ง และไม่ใช่การทำดีลอย ๆ

การมัดใจพนักงานด้วยสวัสดิการที่ไม่ใช่ตัวเงินจะได้ผลโดยเฉพาะกับพนักงานระดับล่างที่มีทางเลือกไม่มากนัก แต่หากมีวิสาหกิจเทียบเคียงได้กล้าจ่ายค่าตอบแทนมากกว่าอย่างชัดเจน สวัสดิการที่ไม่ใช่ตัวเงินก็ครั้งไรไม่อยู่ ส่วนกรณีพนักงานระดับกลางหรือระดับสูง สวัสดิการที่ไม่ใช่ตัวเงินคงไม่มีความหมายนักเพราะมักมีการซื้อตัวพนักงานระดับนี้ด้วยค่าตอบแทนที่สูงกว่า

### การโฆษณากับการทำดี

ในบางครั้ง การโฆษณาอาจไม่ใช่มุ่งนำเสนอการขายสินค้าโดยตรง แต่เป็นการสร้างภาพลักษณ์ของวิสาหกิจ โดยการรณรงค์ส่งเสริมการทำความดี (บริษัทน้ำเมาใช้วิธีนี้) โดยเฉพาะในสมัยนี้อาจเน้นการเกิดพระเกียรติในหลวง การโฆษณาเช่นนี้เหมาะกับสินค้าหรือยี่ห้อซึ่งมีคนรู้จักกว้างขวางพอสมควรแล้ว แม้การโฆษณาเช่นนี้อาจไม่มีผลต่อการเร่งยอดขายในระยะสั้น แต่ก็ช่วยสร้างความภักดีต่อยี่ห้อในระยะยาวซึ่งถือเป็นการลงทุนที่มีผลตอบแทนที่แน่นอน

เราจะตีค่าการโฆษณานี้เป็นการทำความดีโตด ๆ คงไม่ได้เพราะถ้าเป็นการบริจาคโดยไม่ได้ผลตอบแทน ผู้ถือหุ้่นอาจเสียหายได้ (เว้นแต่ได้รับ

ฉันทานุมัติจากผู้ถือหุ้นทั้งหลาย) การบริจาคที่ทำได้เพื่อหวังความสุขใจของเจ้าของหรือผู้ถือหุ้นใหญ่ ควรเป็นการบริจาคจากเงินรายได้ของคนเหล่านี้โดยตรง จะเป็นกุศลมากกว่า และไม่ถือเป็นการเบียดเบียนผู้ถือหุ้นอื่น

## ต้องปกป้องผู้บริโภค

ในสังคมธุรกิจปัจจุบัน มีผู้ประกอบการรายใหญ่เอาเปรียบผู้บริโภค สร้างปัญหาสังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งเท่ากับการละเมิดกฎหมายอยู่ทุกวันโดยเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องกลับเอาเอาหูไปนาตาไปไร่ เราจึงควรณรงค์ไม่ให้ทำผิดกฎหมาย ไม่ใช่สักแต่รณรงค์ให้คนทำความดี

ยิ่งกว่านั้น เราควรณรงค์ให้ประชาชนรู้จักปกป้องและหวงแหนสิทธิของตนเองตามกฎหมายและไม่เฉยชาต่อการกระทำผิดกฎหมายของผู้อื่นที่ส่งผลกระทบต่อตนเอง ชุมชน และสังคม การเพิกเฉยหรือละเลยต่อหน้าที่ยังถือเป็นอาชญากรรมอย่างหนึ่งด้วย และยังเป็นการเอื้อประโยชน์ต่อผู้หาประโยชน์โดยมิชอบ และไม่ตระหนักว่าค่าใช้จ่ายในการแก้ปัญหามากกว่าการป้องกันหลายเท่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งคือ ชีวิตมนุษย์ซึ่งสร้างคนใหม่มาทดแทนคนเก่าไม่ได้ รัฐบาลที่เพิกเฉยเช่นนี้เท่ากับเป็นรัฐบาลที่อยู่ข้างอาชญากร

## คุณธรรม จริยธรรมและกฎหมาย

คุณธรรม จริยธรรม และกฎหมายถือเป็นเนื้อเดียวกัน แยกออกจากกันไม่ได้ ขัดกันไม่ได้ ย่อมไม่มีภาวะที่ 'ถูกกฎหมายแต่ผิดจริยธรรม' หรือ 'มีคุณธรรมแต่ละเมิดกฎหมาย' สิ่งที่ต้องก็คือ 'ถูกกฎหมายคือมีจริยธรรมและคุณธรรม' และ 'มีคุณธรรมต้องปฏิบัติตามกฎหมาย' ส่วนการทำบุญถือเป็น การอาสาบำเพ็ญประโยชน์ หรือการเสียสละตามกำลังตามใจสมัคร ไม่ใช่กะเกณฑ์ และเป็นสิทธิของผู้ที่จะทำบุญโดยเฉพาะว่าจะทำหรือไม่

คำพูดที่ว่า 'เราควรใช้คุณธรรมและจริยธรรมนำหน้า' นั้นฟังดูดี แต่ต้องระวังถูกหลอกลวง สมัยนี้มีผู้คนมากมายที่ 'หน้าเนื้อใจเสือ' อาศัยการทำดีมาหน้าเพื่อปกปิดการทำผิดกฎหมายของตน ทางที่ดีเราพึงสังวรไว้ก่อนว่าคนที่พูดถึงความดีงามบ่อยหรือมากเป็นพิเศษนั้นอาจมีเลศนัยบางประการ เพราะโดยทั่วไปคนทำดีจริงๆ มักถ่อมตน ไม่ 'ยกหาง' ตัวเอง

## เริ่มต้นที่การปฏิบัติตามกฎหมาย

กรณีที่กฎหมายมีช่องโหว่อยู่มาก เราก็ควรแก้ไขกฎหมายให้ทันสมัย

อยู่เป็นระยะ ๆ หากไม่แก้ไขข้อกฎหมาย ก็เท่ากับส่งเสริมการทำผิดกฎหมาย เปิดช่องโหว่อยู่มากไป เช่น ในวงการประเมินค่าทรัพย์สิน มีการจัดสอบและจัดการศึกษาให้บริษัทประเมินอย่างจริงจัง ซึ่งเป็นการทำได้ดีในระดับหนึ่ง

แต่ช่องโหว่ที่ไม่ได้แก้ก็คือ การปล่อยให้บริษัทมหาชนว่าจ้างบริษัทประเมินกันเอง ซึ่งย่อมมีโอกาสประเมินตามใจชอบ อันอาจทำให้ประชาชนผู้ถือหุ้นเสียประโยชน์ได้ นี่จึงเป็นตัวอย่างที่ชัดเจนว่าหากเรา 'ปลื้ม' กับการทำดีในระดับหนึ่ง (จัดสอบและจัดการศึกษา) แต่ละเลยสาระสำคัญคือ การอุดหนุนโหว่ ก็เท่ากับเราเปิดโอกาสให้เกิดการฉ้อฉล

เราจะหวังให้กฎหมายสมบูรณ์แบบไม่ได้ บางคนอาจอาศัยช่องโหว่เพื่อหาผลประโยชน์ใส่ตัวบ้าง แต่กรณีนี้ก็เกิดขึ้นได้น้อยมาก และคงต้อง 'ยกประโยชน์ให้จ้เลย' ไป เพราะกฎหมายไม่ได้กำหนดไว้ จึงไม่ถือเป็นความผิด และกฎหมายทั้งหลายก็มักไม่มีผลย้อนหลัง อย่างไรก็ตามปัญหาส่วนมากที่เกิดขึ้นก็คือ การที่ผู้รักษากฎหมายร่วมมือตีความกฎหมายอย่างบิดเบี้ยวเพื่อฉ้อฉลมากกว่า เช่น การสร้างอาคารพาณิชย์ในพื้นที่ต้องห้ามบางบริเวณตามผังเมือง ด้วยการหลีกเลี่ยงไปสร้างเป็นบ้านเดี่ยวที่ดูคล้ายอาคารพาณิชย์โดยแต่ละหลังห่างกันแค่คืบเดียว กรณีเช่นนี้ถือว่าผิดกฎหมายชัดเจน แต่ผู้รักษากฎหมายคงตีความ ส่งเดช หรือ 'เอาหูไปนา เอาตาไปไร่' มากกว่า

ข้อพึงสังวรประการสำคัญก็คือเราจะให้ใครมาละเมิดกฎหมายที่มีอยู่ไม่ได้ หากไม่ก็จะเป็นการยอมรับอาชญากรรม ดังนั้น เราจึงต้องเริ่มต้นที่การทำให้ถูกต้องตามตัวบทกฎหมายที่มีอยู่ก่อนเพื่อยึดถือปฏิบัติตามกติกาที่ชอบธรรมฉบับเดียวกัน ผู้ไม่ยึดถือกฎหมาย ไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย ย่อมไม่มีคุณธรรมหรือมีจริยธรรม เพราะการละเมิดกฎหมายเป็นการล่วงเกินหรือเอาเปรียบบุคคลอื่น เป็นการสร้างความเดือดร้อนให้สังคมโดยรวม

## กฎหมายเอื้อมือถึงใหม่

ในประเทศไทยมีชาวชนมขบเคี้ยวยี่ห้อหนึ่ง เอาของเล่นใส่ในถุงด้วยปรากฏว่าเด็กเอาของเล่นไปเคี้ยว ทำให้ป่วย ต้องนำส่งโรงพยาบาลไป 2 ราย แต่เจ้าของชนมขบเคี้ยวนั้นก็ไม่ได้เก็บชนมดังกแล้วออกจากตลาดเพื่อป้องกันการเกิดปัญหาซ้ำแต่อย่างใด ทั้งนี้อาจอ้างว่าในช่องที่ใส่ของเล่นไว้ต่างหากนั้นมีค่าเตือนไว้แล้ว แม้จะเขียนไว้ขนาดเล็กก็ตาม ดังนั้น จึงไม่ใช่ความผิดของเจ้าของขนม และไม่มีข้อกฎหมายใดไปเอาผิดเจ้าของขนมดังกล่าวได้

แต่ในยุโรป เกิดเหตุมีเด็กเล่นพิเรนทร์กินของเล่นชิ้นใหญ่เข้าไปและติดคอตาย ปรากฏว่าบริษัทผลิตของเล่นนั้นเก็บของเล่นดังกล่าวทั้งหมดทันที แม้ของเล่นนั้นจะผ่านการรับรองคุณภาพแล้วก็ตาม บางคนจึงอาจตีความว่าบริษัทฝรั่งมีความรับผิดชอบ แม้ไม่ได้ทำผิดกฎหมายก็ตาม

เราควรทำความเข้าใจเหตุการณ์ข้างต้นใหม่ กรณีที่เกิดในประเทศไทย ถือได้ว่าบริษัทขนมดังกล่าวทำผิดกฎหมายอย่างชัดเจนในข้อหา ‘ประมาททำให้ผู้อื่นได้รับบาดเจ็บ (สาหัสหรือไม่ก็ตาม) หรือถึงแก่ความตาย (ถ้ามี)’ เพราะการนำของเล่นไปใส่ในซองขนม เขียนข้อความเล็ก ๆ (ซึ่งหากไม่สังเกตอาจไม่ทราบ) ว่าเป็นคำเตือน ถือเป็นความประมาท หากไม่ประมาท ก็คงต้องเขียนไว้ข้างซองขนมเลย (แต่เจ้าของบริษัทขนมอาจไม่ยินดีเพราะทำให้เสียพื้นที่โฆษณา)

อาจมีข้อโหว่ในกรณีที่คณะกรรมการอาหารและยาของไทย ยังไม่รู้มาตรฐานใหม่ ๆ ของของเล่นหรือของกิน จึงไม่ได้ระบุไว้ในกฎหมาย เช่น กรณีเด็กกินเยลลี่แล้วไปอุดหลอดลมตาย <1> จึงไม่ได้กำหนดมาตรฐานรองรับไว้ในเรื่องขนาดขนม ฉลาก หรืออื่น ๆ แต่ผู้เสียหายก็ยังสามารถฟ้องร้องได้อยู่ดี และเจ้าหน้าที่ของรัฐในฐานะผู้ดูแลประโยชน์ของประชาชน ก็สมควรช่วยเหลือผู้บริโภคเช่นกัน ดังนั้นการไม่ทำผิดกฎหมายจึงเป็นประเด็นสำคัญของการรับผิดชอบต่อสังคม อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

## ระบบตรวจสอบที่เข้มแข็ง

เราเคยได้ข่าวผู้จัดการธนาคารบางแห่ง โกงธนาคารของตัวเอง เป็นเงินนับร้อยล้านบาทไปเล่นพนันบอล กรณีข้อโหว่อย่างนี้บางครั้งจับได้ยาก แม้จะเป็นสถาบันการเงินที่มีกฎระเบียบที่เข้มงวดก็ยังคงมีปัญหาได้ ทั้งนี้เพราะถ้าคนตั้งใจจะโกง ก็อาจโกงได้ส่วนหนึ่ง แต่หากพยายามป้องกัน อาจจะป้องกันไม่ได้ทั้ง 100% แต่ก็ทำให้อีก 99% ปลอดภัยได้

กรณีผู้ประเมินค่าทรัพย์สินจะโกง เช่น ไปขอรับเงินจากลูกค้าที่ประเมิน ก็อาจเกิดความเสียหายเพียงรายเดียว หรือกรณีผู้ประเมินร่วมกับลูกค้าโกงสถาบันการเงิน ความเสียหายก็ยังจำกัดวงอยู่เช่นกัน แต่ที่ผ่านมามาสถาบันการเงินที่เลิกกิจการไปในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจ ปี 2540 นั้น เกิดจากการปล่อยกู้ไปโดยไม่ได้ประเมินด้วยซ้ำ เพียงเพื่อให้สามารถปล่อยกู้ให้เครือข่ายหรือหนักการเมือง <2> สถาบันการเงินนั้น จึง ‘เจ๊ง’ ไป

ดังนั้น รัฐบาล สถาบันการเงิน สมาคมวิชาชีพ บริษัทประเมินต่าง ต้องจัดตั้งระบบตรวจสอบที่เข้มแข็งเพื่ออุดรูรั่วต่าง ๆ ให้ได้ เราจะปล่อยให้ผู้บริหารโกงสถาบันตัวเอง หรือผู้ประเมินรับสินบนอยู่ทุกวันนี้ไม่ได้

## สรุปย่อ ทำถูกกฎหมายคือทำดี

การที่เราไม่โกงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของเรา ไม่ว่าจะเป็นผู้ถือหุ้น คู่ค้า คู่แข่ง ลูกค้า สังคมในสำนักงาน โรงงาน หรือโครงการอสังหาริมทรัพย์ของเรา ตลอดจนการไม่ทำร้ายสังคมโดยรวม ถือได้ว่าเรามีจริยธรรมและเราไม่ทำผิดกฎหมาย การที่เราโกงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียข้างต้น ย่อมเป็นการกระทำที่ผิดกฎหมายไปพร้อมกัน ไม่ว่าจะเป็นกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ กฎหมายอาญา กฎหมายผังเมือง และกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ฯลฯ

การที่เราทำถูกต้องตามกฎหมาย ก็คือการที่เรามุ่งหวังจะคงอยู่อย่างยั่งยืน เข้าทำนอง ‘ชื่อกินไม่หมด คดคิดไม่นาน’ โดยเคร่งครัด ในทางตรงกันข้ามหากเราละเมิดกฎหมาย เราก็อาจติดคุกหรือเสียค่าปรับ หรือทั้งจำทั้งปรับ รวมทั้งการเสียชื่อเสียง ทำให้ยี่ห้อของสินค้าของเราด้อยค่าลง การทำถูกต้องตามกฎหมายจึงไม่ใช่การอาสาบำเพ็ญประโยชน์ ไม่ใช่การทำตามคำสอนทางศาสนา แต่เป็นกติกากฎ ต้องไม่หลีกเลียง และถือเป็นการลงทุนสำคัญประการหนึ่งในการสร้างมูลค่าให้แก่ชื่อเสียงของกิจการของเราด้วย

อย่าลืมนะว่า ความดี จริยธรรมและคุณธรรม ไม่ใช่สิ่งแปลกแยกไปจากการปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด

## อ้างอิง

- <1> โปรดอ่านข่าว ‘ตูดเยลลี่ดับแล้วหลายราย’ <http://www.kapook.com/news/07/8564.html>
- <2> โปรดอ่าน ‘..fundamental weakness in the banking system operating under outdated regulatory rules and supervision - undercapitalization, insider lender, lack of disclosure, unsound practices... led to overinvestment in real estate.’ (Renaud, Bertrand (2000). ‘Chapter 9: How Real Estate Contributed to the Thailand Financial Crisis. In Mera, Koichi and Renaud, Bertrand (ed.) (2000). Asia’s Financial Crisis and the Role of Real Estate. New York: M.E. Sharp, p.195. และ ‘Close relationship were not limited to private companies and commercial banks. There were many links between banks, finance companies, real estate developers and politicians...’ (Yap, Kioe Crisis in Thailand: Only the Sky Was the Limit. AIT: UEM-Asia Occasional Paper No.43. Sheng and Kirinpanu, Sakchai (1999). Bangkok’s Housing Boom and the Financial, p.12).

## ทำดีเพื่อ ละเลย CSR?

นี่คือกลยุทธ์ 'ขั้นเทพ' ที่อ้างการทำดี แต่ขาดความรับผิดชอบต่อสังคม ขาด CSR ที่แท้

ท่านเคยสงสัยไหม ทำไมหนอพวกคุณหญิงคุณนายทำงานแจกของสงเคราะห์สังคมมารวม 50 ปีแล้ว ปัญหาสังคมก็กลับยิ่งหนัก มีการณรงค์เรื่องปลูกป่าหรือเรื่องสิ่งแวดล้อม แต่สิ่งต่าง ๆ กลับยิ่งเลวร้ายลง พื้นที่ป่าปลูกใหม่เทียบไม่ได้เลยกับป่าที่ถูกทำลาย ปัจจุบันเราตะแคงการการทำดีทำนองนี้เสียเห็นว่า CSR ซึ่งมักเป็นไปแบบ 'ลูบหน้าปะจมูก' แต่ที่เลวร้ายไปกว่านั้นก็คือ บ่อยครั้งกลับเป็นการทำดีเพื่อปกปิดความชั่ว-ปกปิดคนชั่ว

ความรับผิดชอบต่อหรือ Responsibility คือพันธกิจที่ต้องปฏิบัติ ละเลยไม่ได้ หากไม่ถือเป็นการละเมิดซึ่งย่อมมีโทษตามกฎหมายแรงงาน กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ กฎหมายอาญา และกฎหมายผังเมือง ฯลฯ การมี CSR ก็คือการทำธุรกิจให้ถูกต้องตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด ไม่ขัดจรรยาบรรณการมี CSR จึงเป็นเครื่องหมายแห่งความเจริญที่มีอารยธรรม ไม่ไปฉกฉวย ดีชิง เบียดเบียนหรือก่ออาชญากรรม (ทางเศรษฐกิจ) กับใครเพื่อให้ตนอยู่รอด

### การให้-อาสา: ไม่ใช่หัวใจ CSR

ใครอยากบริจาคเพิ่มเติม อยากทำดีเกินกว่าที่กฎหมายกำหนด ก็เป็นสิ่งที่ดีพอไม่หนา หรือถือเป็นการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ที่สวยงามแต่นี่ไม่ใช่หัวใจหรือเนื้อหาใจกลางของ CSR เพราะเป็นการอาสาโดยใจสมัคร ไม่ใช่ความรับผิดชอบต่อ รูปแบบการทำดีอาจเป็นการแจกข้าวของ การช่วยเหลือเด็กหรือผู้ด้อยโอกาส ชุมชน หรือปลูกป่า ฯลฯ ซึ่งอาจเป็นทั้งการให้เปล่า การช่วยพัฒนา หรือการให้การศึกษาก็เป็นต้น

การชูประเด็นการให้-อาสาทำดี เป็นการเลือกปฏิบัติไปในด้านการทำดี แต่ละเลยในส่วนที่ไม่ละเมิดกฎหมาย จะสังเกตได้ว่าวิสาหกิจที่หมิ่นเหม่ต่อกฎหมายมักชอบบรรณาการ CSR แบบการทำดีเป็นอย่างยิ่ง เช่น

วิสาหกิจปูน พลังงานหรือแร่ธาตุที่มีโอกาสทำลายสิ่งแวดล้อมมหาศาล (หากไม่จัดการตามมาตรฐานอย่างเคร่งครัด) หรือแม้แต่สถาบันการเงินชั้นนำบางแห่งที่ได้ชื่อว่า มี CSR ดีเยี่ยมในแง่การบริจาคเงินเพื่อสังคมมากมาย ก็อาจเอาเปรียบลูกจ้าง จนสภาพแรงงานต้องออกมาประท้วง เป็นต้น

### ทำดีเพื่อปกปิดคนผิดและความผิด

การทำดีแบบแอบแฝงและไร้ประสิทธิผล นอกจากจะไม่ได้ดีเฉพาะคนทำดีแล้ว บ่อยครั้งยังเป็นการช่วยปกปิดความชั่ว เช่น เรารณรงค์ปลูกป่ากันใหญ่ แต่ไม่เคยใส่ใจว่า เราจะรณรงค์กันปราบปรามการลักลอบตัดไม้ทำลายป่ากันอย่างไร ในปี 2504 มีพื้นที่ป่าไม้อยู่ 273,629 ตร.กม. (53% ของพื้นที่ประเทศไทย) แต่ ณ ปี 2547 เหลืออยู่เพียง 167,591 ตร.กม. (33% ของพื้นที่ประเทศไทย) <1> หรือหายไปเท่ากับ 68 เท่าของพื้นที่กรุงเทพมหานคร หรือเท่ากับเราสูญเสียพื้นที่ภาคใต้และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

เราคงเคยพบเห็นการรณรงค์การทำดีมีคุณธรรมกันอย่างบ้าคลั่ง นี่อาจเป็นอาชญากรรมที่แสนแยบยลเพื่อเบี่ยงเบนไม่ให้สังคมรับรู้สาเหตุแท้จริงของปัญหา ปัญหาในทุกวันนี้ไม่ใช่อยู่ที่ประชาชนทำดีน้อยไป แต่อยู่ที่มีคนที่จำนวนน้อยที่มีอิทธิพลและอำนาจ ละเมิดกฎหมายโดยเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องกลับเอาเหตุไปนาตาไปไร่ต่างหาก เราจึงควรรณรงค์ไม่ให้คนทำผิดกฎหมาย ยิ่งกว่านั้นเราควรรณรงค์ให้ประชาชนรู้จักปกป้องและห่วงหาสิทธิตามกฎหมายและไม่เฉยชาต่อการกระทำผิดกฎหมายที่ส่งผลกระทบต่อตนเอง ชุมชนและสังคม รวมทั้งรณรงค์ให้วิสาหกิจมีความรับผิดชอบต่อสังคมโดยไม่ฉ้อฉล และให้รัฐบาลรักษากฎหมายอย่างเคร่งครัด

วิสาหกิจที่ดีต้องประกอบสัมมาอาชีวะตามกรอบของกฎหมายโดยเคร่งครัดเพราะนี่คือเส้นแบ่งระหว่างสุจริตชนกับอาชญากร ระหว่างวิสาหกิจที่มี CSR กับวิสาหกิจที่เอาเปรียบหรือฉ้อฉลสังคม ผู้ที่ไม่เบียดเบียนสังคมย่อมได้รับการยกย่อง ยิ่งเมื่ออาสาทำดี ยิ่งเป็นมงคลต่อชีวิตและกิจการ

และสิ่งที่พึงระวังเป็นพิเศษก็คือการทำดีเพื่อปกปิดความชั่ว เพื่อให้คนชั่วได้อยู่สร้างทุกข์เชื่อมกับสังคมตราบนานเท่านาน

### อ้างอิง

<1> โปรดดูข้อมูลของกรมป่าไม้ ณ <http://www.forest.go.th/stat/stat49/TAB4.htm>

## การตลาดเชิงสถาบัน

การโฆษณาผสมคุณธรรมเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการจับลูกค้าที่พึงรู้เท่าทัน และมีความเกี่ยวข้องกับ CSR

บางท่านคงเข้าใจว่า ‘อาเหลียง’ ในหนังเรื่อง ‘ลอตลายมังกร’ รวยเพราะขยัน แต่อดีตกุลีที่รวยขนาดสามารถตั้งธนาคารเองได้เพราะทำการตลาดเชิงสถาบันต่างหาก คือไป ‘ตีซี’ กับสถาบันทหาร สถาบันการเมืองต่าง ๆ ลำพังความขยันและอดออม ก็คงทำให้ ‘อาเหลียง’ รวยได้ระดับหนึ่ง เป็นคหบดีในระดับท้องถิ่น แต่การ ‘รวยล้นฟ้า’ จนเป็นตำนานนั้น เป็นการรวยแบบผิดปกติที่ต้องอาศัยการตลาดเชิงสถาบัน หาไม่ก็ไม่อาจรวยได้ขนาดนั้น

### การตลาดเชิงสถาบัน

การตลาดเชิงสถาบัน เป็นเรื่องของความแยบยล ที่ช่วงชิงความได้เปรียบเหนือคู่แข่งจนสามารถประสบความสำเร็จในการขายสินค้าและบริการ เป็นธรรมชาติของธุรกิจที่จะหาเงินโดยไม่เลือกวิธีที่ใช้อยู่แล้ว แต่หากวิธีที่ใช้นั้นผิดกฎหมายหรือละเมิดต่อคนอื่น ก็อาจถูกกฎหมายลงโทษก็ได้ (หรืออาจไม่ถูกลงโทษเพราะอำนาจเงินก็ได้เช่นกัน)

การไปผูกกับความเชื่อถือหรือความศรัทธาของประชาชนที่เป็นสัญลักษณ์ในเชิงสถาบัน ย่อมสามารถช่วยเพิ่มยอดขายและกำไรให้กับสินค้าวิสาหกิจตลอดจนผู้บริหารหรือเจ้าของวิสาหกิจนั้น ๆ ก็ได้ด้วย โดยได้ ‘ทั้งเงินทั้งกล่อง’ นอกจากนี้ หากพัฒนาไปถึงขั้นสามารถไปเกาะเกี่ยวกับสถาบันสำคัญ ก็ย่อมจะเป็นหนทางการ ‘ผูกขาด’ สามารถตัดตอนขายสินค้าหรือบริการได้อย่างเป็นล่ำเป็นสันอีกด้วย

### เกาะสถาบันศาสนา

กรณีตัวอย่างเบื้องต้นก็ได้แก่ธุรกิจ ‘พุทธพาณิชย์’ ทั้งหลาย ซึ่งทำธุรกิจบนความเชื่อทางศาสนาของมนุษย์ ตั้งแต่การสร้างพระพุทธรูปขาย ซึ่ง

เพิ่งมีมาในช่วงหลังจากที่พระพุทธเจ้าปรินิพพานแล้วถึงราว 500 ปี และถือเป็นสิ่งที่ขัดแย้งกับคำสอนของพระพุทธเจ้าที่ให้อภัยพระธรรมเป็นที่พึ่งหลังจากพระองค์ปรินิพพาน

นักการตลาดด้านโฆษณาบางท่านอาจสร้างความแตกต่างในตัวเองด้วยการไม่รับงานโฆษณาจาก ‘ธุรกิจบาป’ เช่น เหล้าและบุหรี่ จึงได้อานิสงส์ ‘ทันตาเห็น’ ด้วยการได้รับงานมากมายจากกองทุนที่ตั้งขึ้นจากภาษี ‘ธุรกิจบาป’ เหล่านี้ ในฐานะที่ตนเป็นนักการตลาด ‘สีขาว’

ในแง่หนึ่ง เรื่องนี้แสดงให้เห็นถึงการ ‘ทำดีได้ดี (ทันตาเห็น)’ แต่ในอีกแง่หนึ่งก็สะท้อนถึงการ ‘ผูกขาด’ ที่อ้างธรรมะ ในความเป็นจริง การได้มาซึ่งงานโฆษณาของวิทยุชุมชนนั้น ต้องมาจากกระบวนการคัดเลือกบนพื้นฐานแนวคิดที่ดีกว่า ณ ค่าจ้างที่ถูกกว่าเพื่อให้การใช้เงินที่คุ้มค่าที่สุดของผู้ว่าจ้าง การพิจารณาจาก ‘ความดี’ โดด ๆ อาจเป็นแค่ข้ออ้าง ที่สร้างความไม่เป็นธรรมในการแข่งขันหรือไม่ ข้อนี้เป็นประเด็นที่ควรพิจารณา

### ขายยาแบบแข่งคู่แข่ง

ในบางประเทศ การขายเวชภัณฑ์มีการแข่งขันสูงมาก เวชภัณฑ์แต่ละยี่ห้อก็มีสรรพคุณใกล้เคียงกัน ดังนั้นการที่จะขายได้จึงต้องอาศัยเทคนิคการใช้ผู้ขายหรือผู้แนะนำสินค้าที่ ‘ดูดี’ ไปเกาะติดกับผู้สั่งซื้อ จะได้มีโอกาสได้รับการคัดเลือกให้ขายสินค้าและบริการมากกว่าวิสาหกิจรายอื่น

แต่วิธีการนี้ก็ใช้กันทั่วไปจนเมื่อ กลยุทธ์ที่แยบยลหนึ่งซึ่งสามารถนำออกมาใช้ก็คือ ‘กลยุทธ์สร้างความดี’ วิสาหกิจขายเวชภัณฑ์ในบางประเทศ จึงพยายามบำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคมในรูปแบบต่างๆ โดยเหมาเรียกว่า CSR ทั้งที่ CSR ยังประกอบด้วย การไม่ละเมิดกฎหมาย การมีจรรยาบรรณอีกด้วย (แต่มักจะไม่กล่าวกันถึง)

จากผลของการบำเพ็ญประโยชน์ เช่น การปลูกป่า การช่วยเหลือเด็ก โดยผ่านมูลนิธิที่มีชื่อเสียง ทำให้วิสาหกิจขายเวชภัณฑ์บางแห่งสามารถสร้างความแตกต่างจากวิสาหกิจอื่นในธุรกิจเดียวกัน กลายเป็นวิสาหกิจที่มีคุณธรรมดี ผลก็คือ วิสาหกิจดังกล่าวได้รับยอดการสั่งซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น ผู้สั่งซื้อก็มีข้ออ้างในการสั่งซื้อมากขึ้นโดยอ้างว่าวิสาหกิจดังกล่าวมีชื่อเสียงดี บำเพ็ญประโยชน์มาก น่าส่งเสริม เมื่อผู้สั่งซื้อเวชภัณฑ์ สั่งซื้อจากวิสาหกิจดังกล่าว ก็มักจะไม่ได้มีการตั้งข้อสงสัยจากใครก็ได้รับเงินใต้โต๊ะหรือไม่

## กลยุทธ์ทางการทำดี

เราคงได้ยินโฆษณาอาหารเสริมที่บอกว่า ผ่าขวดเอาไปเป็นวันสุดท้าย ขาเทียม ใครอยากช่วยคนพิการ ก็ (จงรีบ) ต็ม (ให้มากไว้) เพื่อช่วยคนพิการ ให้ได้มากขึ้น ในความเป็นจริงถ้าใครอยากช่วยคนพิการก็นำเงินไปบริจาคโดยตรง คงจะได้เต็มเม็ดเต็มหน่วยกว่าก็ได้ แต่การโฆษณาโดยอาศัย การ (สักแต่ได้) ทำดีเช่นนี้ สามารถเพิ่มยอดขายสินค้าได้เป็นอย่างดี

สำหรับกิจการเสื้อผ้า ก็มีการตลาดแบบชาญฉลาดเช่นกัน ตัวอย่างที่ น่าสนใจก็ได้แก่การส่งเสริมการขายให้ซื้อสินค้าเสื้อ เพื่อเจียดเงินไปช่วยสัตว์ ป่า นับเป็นการทำการตลาดแบบเหนือชั้น และยังเชิญบุคคลที่มีชื่อเสียง ระดับสูง มาร่วมเป็น presenter อีกด้วย การตลาดเช่นนี้ย่อมสามารถเจาะและ กวาดกลุ่มเป้าหมายที่น่าสนใจได้อย่างสะดวกสบาย

## เกาะติดสถาบันชาติ

ในหลายประเทศ การที่รัฐบาลทำสินค้าราคาถูกลงออกมาขายให้ ประชาชนนั้น รัฐบาลก็ได้เสียงสนับสนุน ประชาชนก็ขลุมนซื้อ โดยไม่ทัน สังเกตว่าเป็นช่องทางช่วยเหลือประชาชนของผู้ประกอบการอุตสาหกรรม ขนาดใหญ่ โดยปกติผู้ประกอบการเหล่านี้ (จำ) ต้องขายสินค้าผ่าน ห้างสรรพสินค้าในราคาต่ำ แถมห้างบางแห่งก็ยังผลิตสินค้าเฉพาะของห้าง (House Brand) ออกมาแข่งกับผู้ประกอบการรายใหญ่เสียอีก

แต่ผู้ประกอบการรายใหญ่ที่สามารถเกาะติดกับสถาบันราชการ ก็ สามารถผลิตสินค้าขายแบบ 'ยกเซ่ง' จำนวนมาก รัฐบาลก็ไม่ 'มากเรื่อง' ไม่สั่ง ให้ผลิตสินค้า House Brand ของรัฐบาลเองแต่อย่างใด การเข้าถึงผู้มีอำนาจ ตัดสินใจ จึงเป็นข้อได้เปรียบเช่นนี้

นอกจากนี้ในงานเฉลิมฉลองสำคัญของชาติในประเทศต่าง ๆ ก็อาจมี การผลิตเสื้อผ้าเฉพาะหรือเสื้อสีเฉพาะ ผู้ประกอบการรายใหญ่รายใดได้สิทธิ ในการผลิต ก็คง 'รวยไม่รู้เรื่อง' ไปเลย และแน่นอนว่าผู้ประกอบการเหล่านี้มี 'ตำนาน' การทำความดียาวเหยียด แต่เชื่อว่าการประมูล (อย่างตรงไปตรงมา) ก็คงไม่มีอยู่กระบวนการการนี้

## ทำไมการตลาดเชิงสถาบันจึงได้ผล

สถานีวิทยุเสียงอเมริกาได้เผยแพร่ผลการศึกษว่า สมอมมนุษย์จะ

ปลอดภัยขึ้นเมื่อได้เป็นผู้ให้ และระบบเส้นประสาทที่เรียกว่า Vagus คือ สาเหตุที่ทำให้เราอยากช่วยเหลือผู้อื่น อยากให้และอยากเสียสละ ทั้งนี้เป็น เพราะมีสารเคมีชนิดหนึ่งคือ oxytocin อยู่ในเส้นประสาท หากคนเราได้รับ สารนี้เป็นจำนวนมาก ก็จะกลายเป็นคนใจป่า บริจาคกันยกใหญ่เลย {1}

การทำดีที่เกี่ยวข้องกับการเชิดชูสถาบันชาติ ศาสน์ กษัตริย์หรือเพื่อ ผู้ยากไร้ นั้น นับเป็น 'อุดมคติ' อย่างหนึ่งที่คนเราชอบปฏิบัติ ทำแล้วรู้สึกดี รู้สึกมีอารยะ รู้สึกตนเองมีค่า ดังนั้นการตลาดเชิงสถาบันจึงถือเป็นการสร้าง ช่องทางตลาดใหม่ ๆ (Market Niche) การดักตวงจับกลุ่มลูกค้าที่แน่นอน การ โฆษณาแฝงที่แยบยล และการตีกันคู่แข่งอย่างได้ผลจะจัด

## ส่งท้าย: ควรเป็นธรรม

การใช้การตลาดเชิงสถาบันนี้ ผู้ใช้ก็ควรใช้แต่เพียงระดับ 'พอดี' หรือ 'พอเพียง' อย่าให้ 'เกินงาม' เพราะการอาศัยเส้นสายหรือเกาะสถาบันหากินจน ร่ำรวยล้นฟ้า นั้น ในแง่หนึ่งถือเป็นการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม จนอาจพัฒนา เป็นอาชญากรรมทางเศรษฐกิจอย่างหนึ่ง

การที่เราควรทำการค้าอย่างเป็นธรรม หรือรัฐควรระบบการค้าอย่าง เป็นธรรมนั้น ก็เพื่อผลประโยชน์ของผู้บริโภคเป็นที่ตั้งเพื่อให้สามารถใช้ บริการสินค้าและบริการที่มีคุณภาพในราคาที่สมเหตุสมผล ซึ่งจะเกิดขึ้นได้ก็ ต่อเมื่อมีการแข่งขันที่เป็นธรรมในแวดวงธุรกิจเท่านั้น

การที่วิสาหกิจขนาดใหญ่หลายแห่งพยายามโยงกิจกรรมส่งเสริมการ ขายเป็นกิจกรรม CSR นั้น บางครั้งก็อาจเป็นภาพที่ทับซ้อนกันไม่สนิทนัก เพราะเป็นกลยุทธ์เพื่อการส่งเสริมการขายมากกว่า วิสาหกิจที่ทำ CSR หรือ แม้แต่ผู้บริโภคจึงควรรู้เท่าทันกิจกรรมเหล่านี้

**เราควรพยายามแยกแยะกิจกรรม CSR กับ การส่งเสริมการขาย**  
**เคลือบคุณธรรมให้ชัดเจน**

## อ้างอิง

<1> โปรดอ่านเพิ่มเติมที่ "รายงานสุขภาพเรื่องสมอง และระบบประสาท กับ หลักการพื้นฐานด้านชีววิทยา" ของสถานีวิทยุ Voice of America: <http://www.voanews.com/thai/2009-04-01-voa1.cfm>

## CSR วิสาหกิจยักษ์ใหญ่

เพราะเท่ากับเราเอาผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นมา  
ปรนเปรอกันเกินจำเป็น ทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นเสียหาย

เมื่อยกตัวอย่างการทำ CSR ภาคปฏิบัติที่ไร เรามักเห็นตัวอย่างของ  
วิสาหกิจยักษ์ใหญ่ในประเทศไทย ดูแล้วรู้สึกว่าการทำได้ดีเหลือเกิน แต่อันที่จริง  
อาจเป็นการทำ CSR ที่ไม่ตรงประเด็น และที่สำคัญเอาเป็นแบบอย่างไม่ได้  
มากนัก ขึ้นทำไปก็อาจเข้าทำนอง “เห็นช้างขี้ ขี้ตามช้าง”

ถ้าเราอ่านบทสัมภาษณ์ของผู้บริหารวิสาหกิจยักษ์ใหญ่ หลายท่านก็  
มักจะแสดงความเห็นดี ๆ หลายอย่างต่อ CSR เช่น เป็นการบำเพ็ญประโยชน์  
ต่อสังคม ทำแล้วเกิดความสุขที่ยั่งยืน ไปจนถึงกระทั่งกำไรไม่ใช่เป้าหมาย  
สูงสุด แล้วก็ยกตัวอย่างการช่วยเหลือสังคมมาตั้งแต่สมัยรุ่นปู่ รุ่นพ่อให้เห็นว่า  
ได้ดำเนินการมานานแล้ว เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม CSR หรือ Corporate Social Responsibility ซึ่งแปล  
ไทยว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจนั้น เป็นมากกว่าการบำเพ็ญ  
ประโยชน์ ยังรวมถึงมาตรฐานวิชาชีพและจรรยาบรรณธุรกิจซึ่งถือเป็น Soft  
Laws และที่สำคัญที่สุดก็คือการปฏิบัติตามกฎหมายโดยเคร่งครัดซึ่งถือเป็น  
Hard Laws ที่เราจะละเมิดไม่ได้ CSR นั้นทำเพื่อประโยชน์ของผู้ถือหุ้น  
ลูกจ้าง คู่ค้า ลูกค้า ชุมชนโดยรวม สังคมโดยรวม อย่างสมดุล ไม่ใช่ไปเน้นฝ่าย  
ใดฝ่ายหนึ่ง

ที่ว่า “การแสวงหากำไรสูงสุดไม่ใช่เป้าหมายหลัก” นั้น ฟังดูผืน ๆ ก็  
ดูเท่ดี แต่จริง ๆ การแสวงหากำไรสูงสุดโดยไม่โกงก็มีและยอมแสดงนัยถึงการ  
มีประสิทธิภาพสูงสุดที่บริหารแบบมีอหิชาจริงๆ มิใช่หรือ การวางหลักไม่  
แสวงหากำไรสูงสุดเช่นนี้ ละเมิดหรือขัดกับผลประโยชน์ของเหล่าผู้ถือหุ้นใหญ่  
น้อยหรือไม่ บางครั้งการใช้นโยบายที่ดีจากเงินของผู้ถือหุ้นเช่นนี้ ก็ส่งผลให้

ผู้บริหารวิสาหกิจยักษ์ใหญ่ มีชื่อเสียงส่วนตัวจรรยาจรยได้กลายเป็นผู้ทรง  
เกียรติในสภาไปบ้างแล้ว

บริษัทพลังงานรายใหญ่รายหนึ่งชู CSR ที่การปลูกป่าขนาดรวมพอๆ  
กับกรุงเทพมหานคร บริษัทวัสดุก่อสร้างใหญ่ก็พยายามพัฒนาชนบท สร้าง  
ฝายน้ำหน่มหิน ๆ แห่ง บริษัทโทรคมนาคมใหญ่ก็เน้นการทำประโยชน์ต่อ  
ชุมชน ประเทศชาติไปจนถึงสิ่งแวดล้อมและโลกโดยรวม ธนาคารแห่งหนึ่งก็  
เน้นเรื่องการส่งเสริมกีฬา บางแห่งก็เน้นเรื่องการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมไทย  
ส่วนบริษัทเครื่องตีแอลกอฮอล์ ก็บำเพ็ญประโยชน์ในทุกรูปแบบ ตั้งแต่กีฬา  
การศึกษา สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม

การบำเพ็ญประโยชน์เหล่านี้เป็นสิ่งที่ดีที่ควรค่าแก่การยกย่อง แต่  
การบำเพ็ญประโยชน์ไม่ใช่ประเด็นหลักของ CSR แต่เป็นเพียงประเด็นเสริม  
วิสาหกิจเอกชนนั้นคงไม่ใช่มีหน้าที่หลักเป็นเสมือนกรมการพัฒนาชุมชน กรม  
ป่าไม้ กรมศิลปากร หรือการกีฬาแห่งประเทศไทย แต่อย่างใด

เราคงจำได้ว่า เคยมีโฆษณาว่า “รักเมืองไทย ใช้ \_\_\_” แต่ยุคหนึ่ง  
ผู้บริโภคกลับไปเติมน้ำมัน JET เพราะบริการดีกว่า ห้องน้ำสะอาดกว่าและขาย  
ราคาถูกกว่า เป็นต้น บริษัทผลิตรถยนต์ก่อสร้างใหญ่ก็เกือบเอาตัวไม่รอดในยุค  
เศรษฐกิจตกต่ำปี 2540 ข้อนี้แสดงให้เห็นชัดว่าการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีช่วย  
อะไรแทบไม่ได้เลย และการบริหารจัดการก็เชื่อว่าจะเป็นหลักประกันที่  
เชื่อมั่นได้ บริษัทโทรคมนาคมบางแห่งก็ถูกวิสาหกิจข้ามชาติมาซื้อไป ส่วน  
บริษัทเครื่องตีแอลกอฮอล์บางแห่งก็ไม่รู้จักปรับตัวตั้งแต่แรก ด้วยการผลิต  
สินค้าราคาถูกออกมาแข่งขันจนเสียส่วนแบ่งตลาดไปมากมาย

จะเห็นได้ว่าในท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรงนี้ การบริหารธุรกิจที่ไม่  
เป็นมืออาชีพที่ตีพ้อ จะไม่สามารถอยู่รอดได้ และยังทำ CSR ที่กลายเป็นการ  
ให้ การช่วยเหลือสังคม ยิ่งกลายเป็นภาระ เป็นส่วนเกิน และเป็น “เตี้ยอ้อมค่อม”  
จนสถาบันการเงินบางแห่งเลิกทำ เลิกสนใจหน้าตาในยามเกิดวิกฤติ

อย่างไรก็ตามการบำเพ็ญประโยชน์ของวิสาหกิจยักษ์ใหญ่เป็น  
กิจกรรมจำเป็น ที่มุ่งจะสร้างชื่อให้คนรู้จักติดตลาด ถือเป็นการตลาดแบบ  
อ่อนๆ หรือ Soft Marketing หรือเป็นการโฆษณาแฝงอย่างหนึ่งที่ขาดเสียมิได้  
กิจกรรมเหล่านี้วิสาหกิจขนาดเล็กอาจทำไม่ได้เพราะจะกลายเป็นการ “เห็นช้าง  
ขี้ ขี้ตามช้าง” ไป

## สวัสดิการที่ดีเกินคือไม่มี CSR

เพราะเท่ากับเราเอาผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นมา  
ปรนเปรอกันเกินจำเป็น ทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นเสียหาย

บางท่านอาจจะงงว่าสวัสดิการที่ดีเกินไปเกี่ยวอะไรกับ CSR (Corporate Social Responsibility หรือความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจ) เพราะนึกว่า CSR คือการอาสาทำดีกับสิ่งแวดล้อมและสังคมเป็นหลัก แต่ในความเป็นจริง ประเด็นหลักของ CSR ก็คือ การมีวินัยไม่ข้องแวะกับการคอร์รัปชันหรือการโกงกิน

สวัสดิการที่ดีเกินไปย่อมเป็นต้นทุนที่สูง ส่งผลเสียโดยตรงต่อผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น ผู้ถือหุ้นทั้งหลายโดยเฉพาะผู้ถือหุ้นรายลงทุนรายย่อยในกรณีบริษัทมหาชน ตลอดจนผู้บริโภคเพราะต้องแบกรับต้นทุนที่สูงขึ้นนั่นเอง

เราคงเคยได้ยินว่าสายการบินบางประเทศ ให้สิทธิอดีตแอร์โฮสเตสที่ลาออกไปแล้ว ขึ้นเครื่องบินข้ามทวีปเกือบ 20 ชั่วโมงโดยเสียค่าธรรมเนียมเพียง 500 บาท จากค่าโดยสารที่เก็บตามอัตราปกติราว 50,000 บาท โดยแจ้งล่วงหน้าเพียงวันเดียวก็ได้นั่งแล้ว ถ้าหากเป็นอดีตกัปตันที่ลาออกแล้ว ก็เสียค่าธรรมเนียมไม่เกิน 1,000 บาท แถมได้นั่งชั้นธุรกิจราคา 130,000 บาท

กรณีอย่างนี้ เมื่อมีผู้ไปใช้ (อภิ) สิทธิกันมาก ๆ รวมทั้งสมาชิกครอบครัวอีกต่างหาก อาจคิดเป็นเงินไม่รู้กี่สิบล้านบาทที่สูญหายไปในแต่ละปี เงินเหล่านี้ควรเอามาแบ่งให้ผู้ถือหุ้นเป็นเงินปันผล แบ่งให้พนักงานทั่วไปเป็นโบนัส แบ่งให้ผู้บริโภคเป็นส่วนลด หรือแบ่งให้สังคมเป็นการคืนกำไร จะดีกว่าไม่น้อย

นอกจากนี้เรายังคงเคยได้ยินวิสาหกิจขนาดใหญ่ในบางประเทศให้พนักงานใช้สาธารณูปโภคที่ตนเองเป็นผู้ผลิตขึ้นในราคาถูกหรือฟรีกันแทบไม่

การทำ CSR ที่แท้นั้นจะทำให้องค์กรอยู่รอดและเติบโตได้อย่างมั่นคง กิจกรรม CSR ของวิสาหกิจยักษ์ใหญ่ควรเน้นที่ลูกค้าผู้ใช้บริการโดยบริษัทพลังงานรายใหญ่ ต้องบริหารได้อย่าง JET ในอดีต จนทำให้ผู้ใช้บริการมั่นใจและเชื่อถือในบริการ บริษัทผลิตวัสดุก่อสร้างต้องขายสินค้าที่มีคุณภาพในราคาต่ำกว่าบริษัทต่างชาติ บริษัทโทรคมนาคม ต้องสามารถแข่งขันกับต่างชาติได้ สถาบันการเงินโดยเฉพาะที่เป็นวิสาหกิจของรัฐก็ต้องสร้างความเชื่อถือที่เหนือกว่าคู่แข่งทั้งต่อผู้ฝากเงินและผู้มาขอกู้

ในทางตรงกันข้ามปรากฏการณ์ที่แสดงถึงการขาด CSR ก็เช่น การที่ลูกค้าต้องไปเข้าคิวซื้อวัสดุก่อสร้างข้ามคืนในช่วงก่อนวิกฤติปี 2540 นั้นแสดงถึงการบริหารจัดการที่ไม่มีประสิทธิภาพและการดูแลลูกค้าที่ไม่ดีพอ นอกจากนี้สถาบันการเงินบางแห่งก็บีบบังคับพนักงานให้ทำธุรกิจที่หลากหลายจนสร้างความกดดันอย่างหนักจนถึงกับฆ่าตัวตายไปก็มี

ประเด็นที่วิสาหกิจยักษ์ใหญ่ต้องดูแลเป็นพิเศษเพื่อให้มี CSR ที่แท้ก็คือ การโกงกินภายใน โดยเฉพาะฝ่ายจัดซื้อที่ทำตัวมีอิทธิพล เป็นแหล่งหาผลประโยชน์หรือแดนสนธยาสำหรับผู้บริหารระดับสูง การว่าจ้างบริษัททวงครวณว่ารถมาใช้บริการโดยขาดการแข่งขันเสรี จึงไม่สามารถได้ผู้ให้บริการที่มีคุณภาพคุ้มค่าเพียงพอต่อผู้ถือหุ้น หรือแม้แต่การชกปากถุงกับลูกค้าผู้มาขอกู้เงิน หรือการเลือกให้ผู้ให้บริการที่ยินยอมจ่ายค่านายหน้าให้ฝ่ายจัดซื้อ เป็นต้น

ถ้าวิสาหกิจขนาดยักษ์สามารถอุดช่องโหว่การโกงกินได้ ก็จะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือ ทำให้เกิดความยั่งยืนของแบรนด์ของตนได้เป็นอย่างดี และยังมีเงินเหลืออีกมหาศาล มาบำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ใช่การบำเพ็ญประโยชน์ที่ขาดกลยุทธ์เช่นที่เป็นอยู่ ยิ่งวิสาหกิจเหล่านี้บำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคมอย่างเต็มที่ ก็ยิ่งจะทำให้สังคมน่าอยู่ยิ่งขึ้น วิสาหกิจยักษ์ใหญ่นั้นก็ยังมีนัย ไม่พียงครั้นเหมือนปราสาททราย!



ต้องยัง อย่างนี้ผู้ถือหุ้น และผู้บริหารก็เดือดร้อน เพราะต้องแบกรับภาระมากมาย สุดท้ายพนักงานเหล่านี้กลายเป็นอภิสิทธิ์ชนที่เกิดช่วงการพัฒนาประเทศ ไม่ต้องการการเปลี่ยนแปลงให้สังคมดีขึ้น แต่ตนเองขาดอภิสิทธิ์

จะสังเกตได้ว่าวิสาหกิจขนาดใหญ่ที่มีกำไรงาม ๆ ในบางประเทศ มักจะแบ่งผลประโยชน์มาให้พนักงานได้ 'เสพสุข' กันอย่างเต็มอ้อม ในแง่หนึ่งเป็นการ 'ปิดปาก' ไม่ให้พนักงานก่อหวอดในเรื่องที่กระทบต่อการโกงกินในระดับสูง ถือเป็นกรโกงกินแบบ 'บุปเฟต์' หรือแบบทั่วถึง 'ตามลำดับชั้น'

วิสาหกิจขนาดใหญ่ในบางประเทศ อาจสร้างที่จอดรถใหญ่โตไว้ให้พนักงานจอดรถ คงกลัวสิรภพนักงานเสียหาย แต่สำหรับลูกค้าผู้มีอุปการคุณ กลับให้จอดกลางแดด สู้เทศกาลโลดโผนไม่ได้ที่เขาทำที่จอดรถให้ลูกค้าอย่างเพียงพอและยังทำตะแกรงหลังคาให้ลูกค้าอีกด้วย นอกจากนี้วิสาหกิจขนาดใหญ่หลายต่อหลายแห่งยังปรนเปรอผู้บริหารระดับสูงด้วยงบประมาณ 'เลี้ยงดูปุเสื่อ' กันอย่าง 'อ้อมหมีพืมน' แม้แต่เงินติดกันเทศนียังมีงบประมาณจัดหาให้หรือเบิกได้!

การโกงกันจนเป็นปกติวิสัยก็เห็นได้จากการที่ข้าราชการระดับสูงในบางประเทศ ได้รับสิทธิ์ไปนั่งในคณะกรรมการของรัฐวิสาหกิจต่าง ๆ บางคนต่างนั่งหลายเก้าอี้ ซึ่งแค่นั้นก็ไม่รู้จะ 'อู้ฟู' จากเบี้ยประชุมและอภิสิทธิ์อื่น ๆ กันขนาดไหนแล้ว รัฐวิสาหกิจบางแห่งกำหนดกรรมการได้ใช้บริการของรัฐวิสาหกิจไปตลอดชั่วชีวิตแม้จะพ้นจากตำแหน่งแล้วก็ตาม

อีกตัวอย่างหนึ่งก็คือเรื่องรถประจำตำแหน่ง จะเห็นได้ว่า กรรมการและผู้บริหารของหน่วยราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือบริษัทมหาชนใหญ่โตบางประเทศ ได้งบประมาณประจำตำแหน่งราคาหลายล้านบาท นี่ยังไม่นับรวมค่าซ่อม ค่าน้ำมันที่ 'ซด' กันมหาศาลต่างน้ำ

นอกจากนี้ในเวลาเดินทาง บิ๊ก ๆ ทั้งหลายยังได้ตัวเครื่องบินชั้นธุรกิจ และโรงแรมชั้นหนึ่ง กลายเป็นอภิสิทธิ์ชน จะสังเกตได้ว่าผู้บริหารรัฐวิสาหกิจบางประเทศ บินไปไหนต่อไหนบ่อยจนเสมือนการทำงานที่รัฐวิสาหกิจนั้นเป็นงานอดิเรก ทุกวันนี่คงหาใครได้ยากที่จะใจแข็งถอนตัวจากอภิสิทธิ์มหาศาลเหล่านี้ เพราะต่างถือหลัก 'น้ำขึ้นให้รีบตัก' หรือ 'T Who T It' (ที่ใครที่มัน)

บางท่านอาจสงสัยว่า ทำไมวิสาหกิจขนาดใหญ่จึง 'ปรนเปรอ' พนักงานได้อย่าง 'น่าอิจฉา' ทั้งเงินเดือน สวัสดิการ โบนัสและอื่น ๆ ที่สูงกว่า

วิสาหกิจทั่วไป เรื่องนี้คงไม่ใช่เพราะผู้บริหารของวิสาหกิจเหล่านั้นมีความเก่งกล้าสามารถเหมือนมนุษย์ที่ตรงไหน แต่เป็นเพราะวิสาหกิจเหล่านั้นเป็นวิสาหกิจ (กึ่ง) ผูกขาด เช่น สาธารณูปโภค สถาบันการเงิน หรือเป็นวิสาหกิจที่ได้รับสัมปทานจากรัฐ เป็นต้น

วิสาหกิจเหล่านี้อาศัยต้นทุนที่ต่ำจากสถานะ (กึ่ง) ผูกขาดหรือจากการอุดหนุนจากรัฐชาติมาใช้ ทำให้ได้กำไรงาม จึง 'โยน' ผลประโยชน์มาให้พนักงาน อย่างไรก็ตามจะสังเกตได้ว่าพนักงานของวิสาหกิจเหล่านี้ไม่ใช่ปัจจัยการผลิตหลักเลย ปัจจัยการผลิตหลักกลับเป็นอสังหาริมทรัพย์ เครื่องจักร หรือกระทั่งใบอนุญาตหรือสัมปทานต่างหาก พนักงานอภิสิทธิ์ชนเหล่านี้จึงเป็นแค่ 'เบียด' เท่านั้น

อาจสรุปได้ว่าการกระทำในทำนองโง่งมเช่นนี้ นอกจากไม่อาจสร้างบรรณาติให้กับวิสาหกิจแล้ว ยังเป็นการกัดกร่อนทำลายบรรณาติของตนเอง สังคมสูญเสียความเชื่อมั่น ทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้รับความเสียหาย เงินปันผลก็อาจไม่ได้รับ หรือได้รับไม่เต็มเม็ดเต็มหน่วย ที่สำคัญผู้บริหารก็ต้องแบกรับภาระมากขึ้น เป็นต้น

ดังนั้นต่อให้วิสาหกิจเหล่านี้ทำกิจกรรม CSR ประเภทอาสาทำดี ช่วยเหลือสังคม ปลูกป่า บริจาคกันเป็นบำเพ็ญหลังอย่างไร ก็ไม่ได้ทำให้อะไรดีขึ้น นอกจากเป็นเพียงการ 'แก้ผ้าเอาหน้ารอด' 'ต๋าน้ำฟริกละลายแม่' หรือกระทั่ง 'ลูบหน้าปะจมูก' หรือกลายเป็นการสร้างโอกาสให้กับผู้บริหารวิสาหกิจนั้น ๆ ได้สร้างชื่อเสียงเพื่อปูทางสู่การเมือง หรือสู่การมีสถานะชั้นสูงในสังคม

วิสาหกิจทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในทุกประเทศที่จะเติบโตอย่างยั่งยืนและมี CSR จึงต้องแก้ไขปัญหาการโกงในมิติของการให้สวัสดิการที่เกินพอดีนั่นเอง

# ภาค 5

## ก้าวต่อไปของ CSR

มีกระแสการบิดเบือน CSR ให้เป็นกลยุทธ์ทางการตลาด การ 'ทำดีเอาหน้า' ทำดีแบบ 'ลูปหน้าปะจมูก' 'ทำดีเพื่อปกปิดความผิด' ฯลฯ เราจึงควรช่วยประสานกันสร้างเครือข่าย CSR ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและสังคมโดยแท้

## 25

### ธุรกิจที่รับผิดชอบต่อสังคม

ท่านทราบหรือไม่ ธุรกิจใดที่รับผิดชอบต่อสังคมสูงสุด คำตอบก็คือ ธุรกิจที่ทำกำไรสูงสุด นั่นเอง!

เพราะการทำกำไรสูง ย่อมเสียภาษีสูง แต่บางท่านอาจแย้งว่า ธุรกิจที่ทำกำไรได้สูงสุด อาจเป็นเพราะขูดรีดแรงงานสูงสุด หรือเป็นธุรกิจที่หลบเลี่ยงภาษีก็ได้ นี่คือนวัตกรรมที่เกิดขึ้นจากสังคมที่บิดเบี้ยว บิดเบือนและด้อยพัฒนาที่เราเห็นจนเคยชินอยู่ทุกวัน

ถ้าไม่นับรวมธุรกิจที่ 'ไม่ดี' เหล่านี้ ในมุมมองหนึ่งธุรกิจที่ทำกำไรได้สูงสุด ย่อมหมายถึงธุรกิจที่มีระบบการบริหารที่ดีที่สุดในเชิงเปรียบเทียบกับธุรกิจอื่น ระบบบริหารที่ดีไม่ใช่ได้มาด้วยการเอาเงินไปซื้อมาเป็นสำคัญ แต่แสดงถึงการมีทักษะ หรือ Know-how ที่ดี ไม่ใช่ต้อง Know-who อย่างที่พบเห็นบ่อยครั้งในสังคมที่ต้องหมอบกราบแก้วกับความชั่วร้ายเพียงเพื่อการเอาตัวรอดทางธุรกิจไปวัน ๆ

ระบบบริหารที่ดีที่ทำให้ธุรกิจได้กำไรสูงสุด ยังหมายถึงการมีผู้บริหาร หรือ Chief Executive Officers (CEO) ที่ดี เราจึงควรส่งเสริมการเรียนรู้ว่า ธุรกิจและ CEO จะบริหารจนธุรกิจทำกำไรสูงสุดได้อย่างไร (บนพื้นฐานที่ไม่โกง) การทำกำไรสูงสุดโดยไม่เบียดเบียนใคร ไม่ใช่ตราบาปหรือเคราะห์กรรมที่เราพึงปกปิด หลีกเลียงไม่กล่าวถึง แต่ความสามารถในการทำกำไรสูงสุดควรได้รับการยกย่องอย่างโอ้อ่าเปิดเผย และเป็นการแสดงทักษะในการบริหารอย่างน่าภาคภูมิใจของ CEO ที่แท้จริง

นี่จึงเป็นการส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ศาสตร์และศิลป์ของการทำธุรกิจที่ตรงไปตรงมา สัตย์ซื่อถือคุณธรรมอย่างแท้จริง ที่ไม่ใช่การทำธุรกิจแบบ 'มวยวัด' หรือเป็นแบบ 'ปากคอบคัมภีร์ (CSR)' หรืออะไรทำนองนั้น

ประเด็นที่สำคัญที่สุดก็คือ ธุรกิจสะอาดที่ทำกำไรสูง ย่อมเสียภาษีสูง ผู้ที่เสียภาษีสูงโดยไม่หลบเลี่ยงย่อมเป็นผู้ที่มีส่วนรับผิดชอบต่อสังคม ธุรกิจไทยเสียภาษีรายได้ในอัตราประมาณ 30% ของกำไรสุทธิและเสียภาษีธุรกิจเฉพาะ 7% อาจกล่าวได้ว่าเฉพาะเขตบางรักเขตเดียว สามารถเก็บภาษีได้มากกว่าชาวบ้านในภาคตะวันออกเฉียงเหนือทั้งภาค

ภาษีทุกบาททุกสตางค์ย่อมนำไปพัฒนาประเทศ การที่ประเทศเรามีทางด่วน รถไฟฟ้า โทรศัพท์ ถนน ฯลฯ ก็ล้วนมาจากภาษีแทบทั้งสิ้น ส่วนที่ จะมีใคร 'จาบ' ภาษีไป ก็อยู่ที่กลไกของรัฐในการตรวจสอบ เราจะ 'มั่ว' ใช้ 'อารยะขัดขืน' พาลไม่จ่ายภาษี คงไม่ได้

ต่อประเด็นการโกงกินทุจริตประพฤติมิชอบในวงราชการ ผู้มีอำนาจควรดำเนินการให้เด็ดขาด ไม่ใช่เป็นเยี่ยงอย่าง การโกงกินไม่อาจหมดไปได้ด้วยการออกมณรงค์ต่อต้าน ซึ่งถือว่าเป็นการ 'เกาไม่ถูกที่คัน' และดำเนินไปเพียงเพื่อปกปิดความชั่วด้วยการเบนให้ประชาชนเข้าใจว่าเราพยายามต่อสู้กับการโกงกิน แต่แท้ที่จริง กลับ 'เอาหูไปนา ตาไปไร่' เปิดโอกาสให้เกิดการโกงกินเพิ่มขึ้นทุกหย่อมหญ้านั่นเอง

กลับมาเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม เราลองคิดว่า ธุรกิจที่เสียภาษี 10 ล้านบาท กับธุรกิจที่เสียภาษี 1 ล้านบาท ใครมีความรับผิดชอบต่อสังคมหรือเกื้อหนุนต่อประเทศชาติมากกว่ากัน หรือถ้าคิดให้ซับซ้อนยิ่งขึ้นก็คือการเปรียบเทียบระหว่างธุรกิจที่เสียภาษี 10 ล้าน แต่บริจาคเพียง 1 แสนบาท

## CSR, อาสาทำดี ในมิติใหม่

วิสาหกิจและบุคคลต่างสนใจทำดีเพื่อส่วนรวม แต่บางทีก็กลับกลายเป็นโทษ การอาสาทำดีรูปแบบไหนบ้างที่จะเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม และน่าจะนำไปปฏิบัติตามแนวทางการดำเนินการ CSR ด้านบำเพ็ญประโยชน์บ้าง

ไม่ถ้านักที่จะทำดี ให้ได้ดีกับผู้รับจริง ๆ ทำไปแล้วก็อาจไม่ได้ผลต่อส่วนรวมสมดังความมุ่งหวัง การทำดีต่อสังคมในรูปแบบที่เป็นอยู่มักเป็นเพียงการ ‘ลูบหน้าปะจมูก’ และไม่ได้ส่งผลดีอย่างยั่งยืนต่อผู้รับ แต่ผู้ให้ต่างหากที่มักจะได้ดี ยกตัวอย่างเช่น

1. การสร้างบ้านหลังเล็ก ๆ ให้คนจนไม่ถึง 100 หลัง ซึ่งคงเป็นเงินหลักสิบล้านบาท แล้วเชิญอดีตประธานาธิบดีของประเทศมหาอำนาจใหญ่มาเปิดงานใหญ่โต ซึ่งอาจสิ้นเปลืองงบประมาณไปพอ ๆ กัน การนี้หากนำเงินไปสร้างบ้านให้คนไร้บ้านอยู่อาศัยแบบชั่วคราวคงคุ้มค่ามากกว่า
2. การรณรงค์กันมาซึ่งจักรยานกันยกใหญ่ นัยเพื่อให้ตระหนักถึงภัยโลกร้อน แต่ก่อนจากนี้ก็จะเกิดขึ้น ‘ดาราหน้ากล้อง’ ทั้งหลายและผู้ติดตาม คงซีรยนต์ดีคั่นงามเปลื้องน้ำมันกันมามากมาย
3. การบริจาคเพื่อถ่ายรูปกับ ‘ผู้มีบุญ’ เพื่อเอาไว้ชู้คนหรือประดับบารมีของคน
4. การบริจาค ทำบุญหรือทำทานเพราะเมื่อคืนฝันร้าย!
5. การปลูกป่ากันครึกโครม ทั้งที่ได้ผลไม่มาก ในขณะที่ในปีหนึ่ง ๆ ป่ากลับถูกทำลายไปมากมาย

แม้การทำดีข้างต้นจะไม่ได้มีผลดีกับผู้รับมากนัก แต่ก็มีคนทำต่อเนื่อง ทั้งนี้เพราะถือเป็นกิจกรรมสร้างเครือข่าย-ต่อยอดธุรกิจ หรือ ‘ตกเบ็ด’

(1% ของกำไรซึ่งดูคล้ายตระหนี่) กับธุรกิจที่กำไร 1 ล้าน แต่ก็บริจาค 1 แสนบาท (10% ของกำไรซึ่งดูคล้ายใจกว้าง)

โดยนัยนี้เราจึงคงพอเห็นได้ว่า การทำดีเอาหน้านั้นเป็นเช่นใด การทำดีเช่นนั้น ไม่ได้ก่อโภคผลใดให้กับสังคม นอกจากการ ‘ได้หน้า’ ของคนทำดีเป็นสำคัญ ในการทำดี ‘เอาหน้า’ นั้น CEO ควรเป็นผู้ควักเงินออกเอง ไม่ใช่ไป ‘ไถ’ จากคู่ค้า (Suppliers) และไม่ควรถือเอาเงินปันผลที่พึงได้ของผู้ถือหุ้นโดยเฉพาะรายย่อยไปทำดีเอาหน้าให้กับตัว CEO เอง

ธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและมี CEO ที่บริหารได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น นอกจากจะเสียภาษีถูกต้องและเป็นจำนวนมากเพื่อนำมาพัฒนาประเทศแล้ว ธุรกิจเหล่านี้ยังไม่เป็นภาระให้รัฐบาลต้องเอาเงินภาษีอากรมาโอบอุ้มอีกต่างหาก

เราคงเคยเห็นวิสาหกิจขนาดใหญ่ที่เซ็ดหน้าชูตาหรือได้รับรางวัลมากมายด้าน ‘ความรับผิดชอบต่อสังคม’ กลับ ‘ล้มบนฟูก’ รัฐบาลต้องตั้งกองทุนมาฟื้นฟูต่าง ๆ นานา ธุรกิจหลายแห่ง หลายแขนง รัฐบาลก็ต้องเอาเงินภาษีอากรไปอุดหนุน เช่น ช่วยค่าน้ำมัน ช่วยประกันราคา ช่วยรับซื้อสินค้า ฯลฯ บางแห่งถึงขนาดนัดหยุดให้บริการจนประชาชนเดือดร้อนทุกหย่อมหญ้า นอกจากธุรกิจเหล่านี้จะขาดความรับผิดชอบต่อสังคมแล้ว ยังเป็นปัญหาและสร้างภาระให้กับสังคมด้วยหรือไม่

ดังนั้นธุรกิจที่ทำกำไรมาก เสียภาษีมาก จึงมีส่วนรับผิดชอบต่อสังคมเป็นอย่างมาก ธุรกิจถือเป็น ‘กระดุกสันหลัง’ ของความรับผิดชอบต่อสังคม เพราะหากไม่มีธุรกิจทำหน้าที่เสียภาษี มาหล่อเลี้ยงประเทศแล้ว ประเทศไทยก็คงตกต่ำไม่ต่างจากประเทศหลายแห่งในทวีปอาฟริกา ที่มีแต่คนจนมานั่งรอเศษซากความช่วยเหลือจากองค์กรการ สหประชาชาติเท่านั้น

เราจึงควรทำความเข้าใจความรับผิดชอบต่อสังคมในอีกมิติหนึ่งว่า ธุรกิจที่รับผิดชอบต่อสังคมสูงสุด (ด้วยการเสียภาษีถูกต้อง) ก็คือธุรกิจที่ทำกำไรสูงสุด (โดยไม่ได้โกง) นั่นเอง!

หรือมีโอกาสได้รับคำนำหน้านามเหนือสามัญชนทั่วไป นอกจากนี้ยังอาจเป็นการทำเพื่อปกปิดความผิดหรือมีประโยชน์แอบแฝง เป็นต้น

นอกเหนือจากการอาสาทำดีในรูปแบบกิจกรรมแบบน่ารัก ๆ ด้วยการปลูกป่า บริจาคยานยนต์จักรยานยนต์ ช่วยเหลือเด็ก ช่วยเรื่องการศึกษา ฯลฯ โดยไม่ไปขวางทางโจรหรือทางโกงแล้ว ยังมีกิจกรรมทำดีในรูปแบบใหม่ ๆ ซึ่งอาจถือเป็นการเติมเต็มการทำประโยชน์ต่อสังคมที่ผู้สนใจ CSR ในด้านการอาสาทำดี สามารถนำไปใช้ได้:

**1. ‘สงเคราะห์ขอลาน’** ในประเทศไทยของเรามีขอลานมากมายทั้งคนไทยและต่างชาติ ไทยมีขอลานมากกว่าเวียดนามเสียอีก บางหมู่บ้านพบชาวบ้านมีอาชีพขอลานกันเป็นจำนวนมาก การให้ขอลานอาจเป็นบาปเพราะมีเด็กถูกจับมาบังคับขอลานมากมาย บางรายถูกทำร้ายจนพิการ วิสาหกิจที่มีสำนึกต่อส่วนรวม ควรส่งเสริมให้ส่วนราชการหรือองค์กรพัฒนาเอกชนกวาดจับขอลานส่งสถานสงเคราะห์ของทางราชการ หรือวิสาหกิจที่ถือเอาจรรยาบรรณสถานสงเคราะห์ขึ้นมาช่วยฝึกอาชีพเพื่อประโยชน์ของขอลานและสังคมโดยรวม การนี้ยังอาจช่วยอาชญากรรมแอบแฝงอีกด้วย

**2. ‘ตรวจตราพระ (ปลอม)’** ประเทศไทยเป็นเมืองพุทธ ชาวพุทธที่รักศาสนาควรตระหนักว่า พระ (ปลอม) ที่เที่ยวไป ‘โปรดัสตาร์’ รับทรัพย์นั้นสร้างความมัวหมองให้กับศาสนา ที่ผ่านมายังหมู่บ้านยกโขยงกันบวชเพื่อหารายได้ การตรวจตราพระ (ปลอม) เช่นนี้ จะเป็นการช่วยจรริ่งศาสนาและปิดช่องทางทำมาหากินของมิฉฉาชีพ เรายังอาจช่วยบรรณรงค์ต่อผู้ที่มีความคิดอวิชชานอกศาสนา เช่น พิธีไสยศาสตร์ที่ไม่ใช่กิจของสงฆ์ เป็นต้น

**3. ‘รายงานการบุกรุกทำลายป่า’** ป่าของไทยเราถูกทำลายทุกวัน คุณสืบ นาคะเสถียร ยอมตายเพื่อพิทักษ์ป่า นับเป็นการละชีพเพื่อชาติโดยแท้ แต่ต่อให้ตายอีกนับสิบ ‘สืบ’ ป่าก็ยังร่อยหรอลงทุกวัน หากไม่มีใครมาอาสารายงานการบุกรุกทำลายป่า ข้อนี้อาจมีอันตราย จึงทำได้ด้วยการอาสาวิเคราะห์จากภาพถ่ายดาวเทียม หรืออาจร่วมกันบริจาคเงินจ้าง ‘มืออาชีพ’ ไปสำรวจ แล้วรายงานต่อสังคม คงช่วยปรามการบุกรุกป่าได้ชะงัด

**4. ‘รักษาคูคลอง-ต้านการบุกรุกใต้สะพาน’** ใน กทม. มี ‘คนจน’ บุกรุกใต้สะพานริมคลอง คาดว่ามีไม่เกิน 200 แห่ง หรือราว ๆ 6,000 ครอบครัว รวมจำนวนคนก็คงไม่เกิน 24,000 คน คนเหล่านี้ไม่ควรกีด

ขวางทางน้ำหรือสร้างมลพิษ แต่จะไล่โดยขาดมนุษยธรรมไม่ได้ ต้องจัดหาที่อยู่ให้เหมาะสม เราจึงควรมีอาสาทำดี ช่วยทำหน้าที่คอยตรวจตรา ปล่อยให้ใครมาเอาสมบัติของแผ่นดินไปครอบครองเป็นของส่วนตัวอีก

**5. ‘วิพากษ์ละครน้ำเน่า’** ละครน้ำเน่านั้นมอมเมาความคิดของประชาชน ให้มุ่งเสพสุขส่วนตัว บูชาเงิน ขี้ฉ้อฉล สงสารตัวเอง แก่แค้น ดีหน้าเศร้า เล่าความเท็จ ฯลฯ เราจึงควรเอาประเด็นความคิดของละครน้ำเน่ามาวิพากษ์และเผยแพร่ให้ชาวบ้านได้รับรู้ เป็นการให้ความรู้กับภาคประชาสังคม ไม่ปล่อยให้ความคิด ‘น้ำเน่า’ มามีอิทธิพลในสังคม การทำเช่นนี้ยังเป็นการช่วยส่งเสริมให้เกิดการผลิตละคร ‘น้ำดี’ ที่มีสาระในตลาดอีกด้วย

**6. ‘สอบทานสื่อบิดเบือน’** ที่ผ่านมามีสื่อบางส่วนใช้ปากกาเป็นอาวุธที่มุ่งแทงคนอื่น หรือหาผลประโยชน์ การรายงานข่าวของสื่อก็อาจขาดความรับผิดชอบ หรือขึ้นอยู่กับสังกัดทางการเมือง สื่อเหล่านี้เป็นพิษภัยต่อประชาชน เราจะอาศัยองค์กรของสื่อเองมาตรวจสอบกันเอง ก็คงจะยาก เข้าทำนอง ‘แมลงวันย่อมไม่ตอมแมลงวัน’ เราจึงควรมีอาสาทำดีคอยปรามสื่อ ซึ่งการนี้ยังจะช่วยยกระดับมาตรฐานวิชาชีพสื่อได้อีกทางหนึ่งด้วย

**7. ‘คุ้มครองผู้บริโภค’** เราควรอาสาช่วยคุ้มครองผู้บริโภค เช่น ควรมีอาสาพิทักษ์ประโยชน์ผู้บริโภค ช่วยให้คำปรึกษา ช่วยให้ความรู้คนซื้อบ้านเพื่อไม่ให้ถูกเจ้าของโครงการเอาเปรียบ เป็นต้น ในประเทศไทยก็มีอาสาทำดีประเภทนี้น้อยมาก แสดงว่าเรายังไม่เห็นความสำคัญของผู้บริโภคนัก แต่สำหรับมูลนิธิด้านเด็ก สตรี กลับมีกันจนนับไม่ถ้วน

**8. ‘ตรวจสอบโฆษณาหลอกลวง’** อาสาสมัครประเภทนี้ควรมุ่งตรวจสอบโฆษณาหลอกลวง เช่น การโฆษณาที่โกหกว่าสระผมด้วยแชมพูยี่ห้อนี้แล้ว เส้นผมจะดำขึ้นในเวลาอันรวดเร็ว หรือซักผ้าด้วยผงซักฟอกยี่ห้อนี้แล้วผ้าจะขาวราวเอาสีขาวทา ทั้งนี้ยังอาจรวมถึงการณรงค์ไม่ให้มีการโฆษณาหรือถ่ายแบบปกสิ่งพิมพ์ที่ไป-เปลือยจนเกินงาม เป็นต้น

**9. ‘รับปรึกษาปัญหาจิตใจ’** บางครั้งบางคนถึงขนาดคิดฆ่าตัวตายหรือฆ่าผู้อื่น อันทำให้เกิดความสูญเสียทางเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก บางครั้งคนในสังคมยังขาดความรักและความอบอุ่นอีกมาก ผู้สนใจอาสาทำดี อาจหาทางเปิดศูนย์ให้คำปรึกษาทั้งต่อหน้าหรือทางโทรศัพท์ หรือออกพบปะกับ

บุคคลที่มีปัญหาารวมทั้งเด็กเร่รอน ฯลฯ

10. 'ต่อสู้กับความคิดโศกศาสตร์' คนไทยจำนวนมากมกมายกับการขอเลขมาแทงหวย หรือมีความคิดโศกศาสตร์มากมาย ซึ่งตรงข้ามกับพุทธศาสตร์ และเป็นการบั่นทอนความเจริญก้าวหน้า วิสาหกิจที่ก้าวหน้า ควรช่วยกันส่งเสริมความคิดที่เป็นวิทยาศาสตร์ รู้จักหาทางอธิบายและแก้ไข ปัญหาต่าง ๆ บนพื้นฐานที่เป็นจริง การให้การศึกษแก่ประชาชนเช่นนี้จึงเป็นอีกกิจกรรมหนึ่งที่จะเป็นประโยชน์ต่อสังคม

ถ้าประเทศไทยมีอาสาทำดีข้างต้นนี้ สังคมคงมีสุขกว่านี้ วิสาหกิจที่มุ่งส่งเสริมการทำดี จึงควรหันมาทำดีเชิงสร้างสรรค์เช่นนี้ ซึ่งเป็นผลดีต่อสังคม และเป็นผลบุญต่อทั้งผู้ทำดีเองด้วย ท่านที่สนใจ CSR ในแง่การบำเพ็ญประโยชน์ในรูปแบบใหม่ ๆ นี้ ก็เชิญได้ ไม่สงวนลิขสิทธิ์

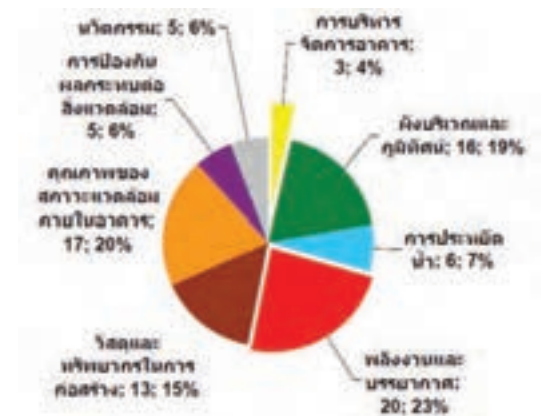
ถือว่า 'Knowledge Is Not Private Property'

## อาคารเขียวกับ CSR

ทิศทางใหม่ของ CSR ก็คือการทำอาคารเขียว อาคารที่คุ้มค่าต่อการลงทุนและเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมโดยแท้

สถาบันอาคารเขียวไทย ร่วมกับวิศวกรรมสถานแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ และสมาคมสถาปนิกสยามในพระบรมราชูปถัมภ์ ได้จัดทำเกณฑ์การประเมินความยั่งยืนทางพลังงานและสิ่งแวดล้อมไทยสำหรับการก่อสร้างและปรับปรุงโครงการใหม่ ซึ่งเป็นทิศทางใหม่ของ CSR ด้านสิ่งแวดล้อม ในที่นี้จึงสรุปบางส่วนให้เห็นความสัมพันธ์กับ CSR

เกณฑ์การประเมินความยั่งยืนทางพลังงานทางสิ่งแวดล้อมไทย หรือ TREES (Thai's Rating of Energy and Environmental Sustainability) สามารถแบ่งเป็นหมวดหลัก 8 หมวดหลักได้แก่ 1.การบริหารจัดการอาคาร 2.ผังบริเวณและภูมิทัศน์ 3.การประหยัดน้ำ 4.พลังงานและบรรยากาศ 5.วัสดุและทรัพยากรในการก่อสร้าง 6.คุณภาพของสภาวะแวดล้อมภายในอาคาร 7.การป้องกันผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และ 8.นวัตกรรม ดังนี้:



สำหรับลักษณะต้องห้ามสำหรับการประเมินความยั่งยืนทางพลังงานทางสิ่งแวดล้อมไทยของอาคาร ได้มีการกำหนดไว้เช่นกัน โดยอาคารที่ถูกต้องตามหลักต้องมีคุณสมบัติดังนี้:

1. ต้องเป็นอาคารที่ถูกต้องตามกฎหมาย
2. ต้องเป็นอาคารถาวรที่ไม่มีวัตถุประสงค์เพื่อการเคลื่อนย้ายไปยังสถานที่ใหม่

3. มีพื้นที่ขอบเขตของโครงการที่มีความเหมาะสม โครงการต้องมีบริเวณขอบเขตที่ชัดเจนซึ่งจำเป็นต่อการดำเนินกิจกรรมต่างๆของโครงการ ในกรณีที่โครงการประเภทกลุ่มอาคาร อาทิเช่น นิคมอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัย ที่ไม่มีขอบเขตชัดเจน ต้องมีการแบ่งพื้นที่ของโครงการที่จะเข้าประเมินให้เหมาะสม

4. มีพื้นที่ใช้สอยภายในอาคารไม่น้อยกว่า 100 ตารางเมตร หากอาคารมีขนาดเล็กมากจนเกินไปจะส่งผลต่อเจตนารมณ์พื้นฐานของเกณฑ์การประเมินนี้

5. ต้องมีผู้ใช้อาคารประจำอย่างน้อย 1 คน เพื่อให้อาคารต้องถูกออกแบบระบบต่างๆที่คำนึงถึงผู้ใช้อาคารตามเจตนารมณ์ของเกณฑ์

6. ขนาดของพื้นที่ใช้สอยภายในอาคารต้องไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ของพื้นที่ดินโครงการ เพื่อหลีกเลี่ยงการทำคะแนนที่ไม่เป็นธรรมสำหรับการพัฒนาโครงการบนพื้นที่ดินขนาดใหญ่ เป็นต้น

7. เกณฑ์การประเมินอาคารเขียวนี้ไม่ได้ถูกออกแบบโดยตรงสำหรับบ้านพักอาศัย หรือ อาคารพักอาศัยที่มีขนาดน้อยกว่า 3 ชั้น

## การบริหารจัดการอาคาร

สถาบันอาคารเขียวไทยกำหนดไว้ว่า การเป็นอาคารเขียวนั้นไม่ได้หมายความว่าเฉพาะในช่วงต้นของการดำเนินการเท่านั้น จึงต้องมีการกำหนดแนวทางการดำเนินการทั้งในส่วนของการใช้งาน คือการสร้างความเข้าใจให้กับผู้ใช้อาคารเพื่อให้ใช้งานอาคารได้อย่างถูกต้อง การวางแผนการบริหารจัดการและบำรุงรักษาอาคารอย่างเหมาะสม และการตรวจสอบและประเมินตลอดช่วงอายุการใช้งานของอาคาร

สิ่งที่อาคารเขียวต้องมีก็คือ มีแผนการดำเนินงานและติดตามประเมินผลเพื่อให้การออกแบบก่อสร้าง วางแผน และบริหารจัดการเป็นไป

ตามหลักเกณฑ์การประเมินอาคารเขียว โดยมีแนวทางการดำเนินการคือ การจัดตั้งคณะทำงานและจัดทำแผนการดำเนินงานที่สอดคล้องกับหลักเกณฑ์การประเมินอาคารเขียวสำหรับการก่อสร้างและปรับปรุงโครงการใหม่ โดยต้องดำเนินการตั้งแต่ช่วงต้นของการกำหนดแนวคิดของโครงการ และมีผู้บริหารสูงสุดหรือตัวแทนที่ได้รับมอบหมายเป็นหัวหน้าโครงการ

## ผังบริเวณและภูมิทัศน์

ตามมาตราฐาน TREE ระบุว่าทางเลือกพื้นที่ก่อสร้างและการพัฒนาพื้นที่ก่อสร้างอย่างเหมาะสมเป็นกระบวนการขั้นแรกที่สำคัญอย่างยิ่งต่อการก่อสร้างอาคารใหม่ กระบวนการออกแบบและก่อสร้างที่ไม่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม อาจทำลายสภาวะสมดุลของสภาพแวดล้อมซึ่งต้องใช้เวลานานในการฟื้นฟูธรรมชาติ และส่งผลกระทบต่อเนื่องทั้งในด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจและสังคมทั้งต่อโครงการ ชุมชนและต่อเมืองโดยรวม ทั้งนี้กำหนดให้

1. การหลีกเลี่ยงที่ตั้งที่ไม่เหมาะกับการสร้างอาคาร
2. การลดผลกระทบต่อพื้นที่ที่มีความสมบูรณ์ทางธรรมชาติ
3. การพัฒนาโครงการบนพื้นที่ที่มีการพัฒนาแล้ว
4. การลดการใช้รถยนต์ส่วนตัว
5. การพัฒนาผังพื้นที่โครงการที่ยั่งยืน เช่น มีพื้นที่เปิดโล่งเชิงนิเวศ

ไม่น้อยกว่าร้อยละ 30 ของพื้นที่ดินของโครงการ มีต้นไม้ยืนต้น 1 ต้นต่อพื้นที่เปิดโล่ง 100 ตารางเมตร (ห้ามย้ายไม้ยืนต้นมาจากที่อื่น) และการใช้พืชพรรณพื้นถิ่นที่เหมาะสม

6. การซึมน้ำและลดปัญหาน้ำท่วม
7. การลดปรากฏการณ์เกาะความร้อนในเมืองจากการพัฒนาโครงการ โดยมีการจัดสวนบนหลังคาหรือสวนแนวตั้ง มีพื้นที่ลาดเชิงที่รับรังสีตรงจากดวงอาทิตย์ ไม่เกินร้อยละ 50 ของพื้นที่โครงการ และมีต้นไม้ยืนต้นทางทิศใต้ ทิศตะวันตก และทิศตะวันออก ที่บังแดดได้อย่างมีประสิทธิภาพ และไม่ก่อความเสียหายกับตัวอาคาร

ตัวอย่างของการลดผลกระทบจากการพัฒนาในพื้นที่สีเขียว(Green Area)หรือพื้นที่ที่มีความสมบูรณ์ต่อระบบนิเวศ และพลิกฟื้นพื้นที่สีเขียวในโครงการที่มีการพัฒนาไปแล้วให้มีคุณค่าทางระบบนิเวศตลอดจนเพิ่ม

คุณภาพชีวิตของผู้ใช้อาคารให้ดียิ่งขึ้น สิ่งที่ต้องดำเนินการ 2 ทางเลือก คือ

1. ในกรณีที่พื้นที่เป็นพื้นที่ที่เคยพัฒนามาแล้ว หรือพื้นที่ที่คุณค่าทางระบบนิเวศต่ำ ต้องออกแบบให้มีพื้นที่เปิดโล่งเชิงนิเวศ โดยให้มีขนาดอย่างน้อย 10% ของพื้นที่ฐานอาคาร (Building Footprint) โดยพื้นที่ว่างเชิงนิเวศต้องมีพื้นที่สีเขียวอย่างน้อยร้อยละ 25 ของพื้นที่เปิดโล่งเชิงนิเวศ

2. ในกรณีที่พื้นที่ที่ยังไม่เคยพัฒนามาก่อน ควรสำรวจพื้นที่และบันทึกองค์ประกอบสภาพแวดล้อมที่มีคุณค่าทางระบบนิเวศและหลีกเลี่ยงการก่อสร้างในบริเวณนี้ และต้องจำกัดขอบเขตของการพัฒนาไม่ให้เกิน 15 เมตรจากขอบอาคาร

## การประหยัดน้ำ

มาตรฐานที่กำหนดมีตั้งแต่การเลือกใช้สุขภัณฑ์และก๊อกน้ำประหยัดน้ำ หรือผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวทดแทนการใช้ผลิตภัณฑ์แบบทั่วไปจะช่วยลดการใช้น้ำประปาได้ถึงอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ การกักเก็บน้ำฝนเพื่อใช้ในบางส่วนของโครงการเพื่อทดแทนน้ำประปาประกอบด้วย การติดตั้งมาตรวัดน้ำย่อย ซึ่งช่วยให้การบริหารจัดการน้ำในส่วนต่างๆ ของโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพยังมีส่วนช่วยในการประหยัดน้ำประปาและส่งเสริมการใช้น้ำประปาอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ เพื่อให้การประหยัดน้ำและการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพในอาคารที่กำลังดำเนินการเข้าสู่การเป็นอาคารเขียว ทั้งนี้ หัวข้อดังกล่าวมีการดำเนินการ 2 ทางเลือก ซึ่งหากเลือกดำเนินการตามทางเลือกใดแล้วต้องดำเนินการตาม แนวทางของทางเลือกดังกล่าวจนจบ โดยทั้ง 2 ทางเลือกมีจุดมุ่งหมายเดียวกันที่จะลดการนำน้ำจากแหล่งธรรมชาติมาใช้ และลดปริมาณการผลิตน้ำประปา ตลอดจนลดภาระด้านลดค่าใช้จ่ายและพลังงานในการบำบัดน้ำเสีย

ความคาดหวังก็คือการลดปริมาณการใช้น้ำโดยการติดตั้งสุขภัณฑ์ประหยัดน้ำ ก๊อกน้ำประหยัดน้ำหรืออุปกรณ์ควบคุมการเปิดปิดน้ำอัตโนมัติ รวมถึงการใช้เทคโนโลยีอื่นๆ อาทิ เช่น สุขภัณฑ์ที่ไม่ใช้น้ำ ตลอดจนติดตั้งมาตรวัดน้ำย่อย เพื่อการบริหารจัดการการใช้น้ำ และตรวจสอบการรั่วซึมของน้ำบริเวณพื้นที่หลักและบริเวณโดยรอบอาคาร นอกจากนี้อาจพิจารณาการกักเก็บน้ำฝนเพื่อใช้งานและลดความต้องการน้ำประปาของโครงการด้วย เพื่อให้การประหยัดน้ำบรรลุผล

## พลังงานและบรรยากาศ

สถาบันอาคารเขียวไทยระบุไว้ว่า การใช้พลังงานของอาคารนับว่าเป็นสาเหตุสำคัญของมลภาวะและภาวะเรือนกระจกซึ่งถือเป็นวิกฤตการณ์ที่สำคัญในปัจจุบันนี้ โดยปรกติแล้วพลังงานที่ถูกใช้ไปในอาคารจะอยู่ในรูปของพลังงานไฟฟ้าซึ่งต้องมีการผลิตจากโรงงาน ซึ่งต้องใช้แหล่งพลังงานที่มีราคาแพง และมีมลภาวะ อีกทั้งการจ่ายพลังงานจากแหล่งผลิตมายังอาคารยังต้องสูญเสียพลังงานถึงกว่า 2 ใน 3 ไปกับระบบสายส่ง ที่มักมีระยะทางไกลจากโครงการ นอกจากนี้ การผลิตพลังงานจากแหล่งพลังงานสะอาดเช่น แสงอาทิตย์ ลม หรือเขื่อน ถือว่ามีสัดส่วนที่น้อยมากเมื่อเทียบกับความต้องการพลังงานของประเทศ ดังนั้นจึงให้น้ำหนักสูงสุดสำหรับหมวดพลังงานและบรรยากาศนี้

1. การประกันคุณภาพอาคาร เพื่อยืนยันว่ามีการติดตั้งระบบที่เกี่ยวข้องกับการใช้พลังงานของอาคารอย่างถูกต้องตามแบบและข้อกำหนดประกอบแบบ ทั้งนี้ต้องมีการแต่งตั้งบุคคลที่สามเป็น ผู้ทดสอบและปรับแต่งระบบ (Commissioning Authorities) ทำหน้าที่จัดการ ทบทวนและควบคุมการทดสอบและปรับแต่งระบบ เจ้าของโครงการต้องมีเอกสารเป็นลายลักษณ์อักษร แสดงความต้องการของเจ้าของโครงการ และผู้ออกแบบต้องจัดทำมีเอกสาร แสดงแนวคิดและเจตนา รวมถึงในการออกแบบ มีจัดทำแผนการทดสอบและปรับแต่งระบบและดำเนินการตามแผนอย่างเป็นระบบ มีการรวบรวมความต้องการในการทดสอบและปรับแต่งระบบ และแสดงรายละเอียดต่างๆ ไว้ในเอกสารงานก่อสร้าง มีการรับรองการติดตั้งและสมรรถนะของระบบที่ทำการทดสอบและปรับแต่ง และมีการจัดเตรียมรายงานผลการทดสอบและปรับแต่งระบบฉบับสมบูรณ์

2. ประสิทธิภาพการใช้พลังงานขั้นต่ำ ทั้งนี้ผู้ออกแบบอาคารต้องคำนึงถึงการออกแบบอาคารให้มีประสิทธิภาพสูงในการใช้พลังงาน โดยมีการออกแบบและเลือกใช้ระบบเปลือกอาคาร ระบบปรับอากาศ ระบบไฟฟ้า แสงสว่าง และระบบอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้พลังงาน ที่เหมาะสมกับภูมิอากาศและมีประสิทธิภาพสูงกว่ามาตรฐานทั่วไป เพื่อให้อาคารมีการใช้พลังงานรวมต่ำกว่าอาคารอ้างอิงตามข้อกำหนดการใช้พลังงานตามกฎหมายสำหรับอาคารสร้างใหม่ตามทางเลือกที่กำหนดไว้

3. ประสิทธิภาพการใช้พลังงานเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่

เกิดมาจากการใช้พลังงาน โดยมีทางเลือกที่ 1 คือใช้ Whole building simulation และ ทางเลือกที่ 2 คือใช้ Proposed และ baseline energy simulation และทางเลือกที่ 3 ใช้การเทียบค่าจากอาคารที่ใช้แบบประเมินการประหยัดพลังงานและเป็นมิตรต่อสภาพแวดล้อมหรืออาคารติดฉลากเป็นเกณฑ์ ทั้งนี้ผู้ออกแบบอาคารต้องคำนึงถึงการออกแบบอาคารที่มีประสิทธิภาพทางด้านพลังงานสูง โดยมีการออกแบบและเลือกใช้ระบบเปลือกอาคาร ระบบปรับอากาศ ระบบไฟฟ้าแสงสว่าง และระบบอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้พลังงาน ที่เหมาะสมกับภูมิอากาศและมีประสิทธิภาพสูงกว่ามาตรฐานทั่วไป เพื่อให้อาคารมีการใช้พลังงานรวมต่ำ

4. การใช้พลังงานทดแทน เพื่อให้มีความสำคัญกับการใช้พลังงานหมุนเวียน เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมที่เกิดจากการใช้เชื้อเพลิงฟอสซิล

5. การตรวจสอบและพิสูจน์ผลเพื่อยืนยันการประหยัดพลังงาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจัดให้มีแผนเพื่อการตรวจสอบและพิสูจน์ผลการใช้พลังงานของอาคาร เพื่อให้อาคารมีการประหยัดพลังงานจริงตามที่ได้คำนวณและจำลองสภาพไว้นั่นเอง

6. สารทำความเย็นในระบบปรับอากาศที่ไม่ทำลายชั้นบรรยากาศ ทั้งนี้สถาบันอาคารเขียวไทยหวังจะช่วยลดการใช้สารทำความเย็นที่ทำลายโอโซนในชั้นบรรยากาศ โดยในทางปฏิบัติไม่ให้ใช้สาร CFC และ HCFC-22 ในเครื่องปรับอากาศทุกเครื่องที่ใช้สารทำความเย็นมากกว่า 0.3 กิโลกรัม ขึ้นไปเครื่องปรับอากาศที่ใช้สารทำความเย็นน้อยกว่า 0.3 กิโลกรัม ให้ถือเป็นข้อยกเว้น

## วัสดุและทรัพยากรในการก่อสร้าง

สถาบันอาคารเขียวไทยเห็นว่า ขยะซึ่งเกิดจากภาคการก่อสร้างนั้นมีปริมาณมากทั้งจากกระบวนการใช้งานอาคารและกระบวนการก่อสร้างอาคาร อีกทั้งการก่อสร้างอาคารนั้นจำเป็นต้องใช้ทรัพยากรเป็นปริมาณมหาศาลซึ่งทั้งขยะและการใช้ทรัพยากรส่งผลโดยตรงต่อการเพิ่มขึ้นของมลภาวะและการทำลายธรรมชาติ ดังนั้น การนำอาคารเดิมที่มาใช้ใหม่ นำขยะมารีไซเคิลใช้วัสดุในท้องถิ่นหรือวัสดุเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จึงเป็นวัตถุประสงค์หลักสำหรับในรายละเอียด กำหนดให้คือ

1. การลดปริมาณการใช้วัสดุใหม่ซึ่งจะสามารถทำได้โดยทั้งการใช้ส่วนของอาคารเดิมให้มากที่สุด การใช้วัสดุรีไซเคิลซึ่งกระทบต่อธรรมชาติน้อยกว่าวัสดุใหม่

2. การลดปริมาณขยะจากการก่อสร้าง ซึ่งจะทำให้ได้โดยการวางแผนที่ดีตั้งแต่ต้นการเลือกวัสดุต่างๆ ไปจนถึงการจัดการก่อสร้างที่ดี

3. การใช้วัสดุที่ส่งผลกระทบต่อธรรมชาติต่ำทั้งในเรื่องของการผลิตซึ่งมีวัสดุที่ให้ผลกระทบต่อธรรมชาติต่ำ และการขนส่งวัสดุ ซึ่งระยะทางที่ไม่ไกลจากสถานที่ก่อสร้างมากนักนั้นก็จะใช้พลังงานธรรมชาติเพื่อการขนส่งวัสดุน้อยลง

## คุณภาพของสภาวะแวดล้อมภายในอาคาร

สถาบันอาคารเขียวไทยกำหนดวัตถุประสงค์ในข้อนี้เพื่อที่จะทำให้เกิดสภาพแวดล้อมที่ดี ส่งเสริมคุณภาพชีวิต ทั้งทางด้าน สภาวะน่าสบาย และ แสงธรรมชาติและวิว ตลอดจน คุณภาพอากาศภายในอาคารที่ดี ไม่มีการสะสมของสารพิษหรือสิ่งปนเปื้อนต่าง ๆ โดยการกำหนดแนวทางการออกแบบ และเลือกใช้ระบบอาคารที่เหมาะสม การเลือกใช้วัสดุที่มีคุณภาพไม่มีการปล่อยสารเคมีที่เป็นอันตราย เป็นต้น

1. ปริมาณการระบายอากาศภายในอาคาร - อัตราการระบายอากาศผ่านเกณฑ์ตามมาตรฐาน

2. ความส่องสว่างภายในอาคาร - ความส่องสว่างขั้นต่ำผ่านเกณฑ์ตามมาตรฐาน

3. การลดผลกระทบมลภาวะ อันได้แก่ ช่องนำอากาศเข้าไม่อยู่ตำแหน่งที่มีความร้อนหรือมลพิษ ความดันเป็นลบสำหรับห้องพิมพ์งาน ถ่ายเอกสาร เก็บสารเคมี และห้องเก็บสารทำความสะอาด ควบคุมแหล่งมลพิษจากภายนอกเข้าสู่ภายในอาคาร พื้นที่สูบบุหรี่ห่างจากประตูหน้าต่างหรือช่องนำอากาศเข้าไม่น้อยกว่า 10 เมตร และประสิทธิภาพการกรองอากาศผ่านเกณฑ์ตามมาตรฐาน

4. การเลือกใช้วัสดุที่ไม่ก่อมลพิษ ได้แก่ การใช้วัสดุประสาน วัสดุยาแนว และรองพื้น ที่มีสารพิษต่ำภายในอาคาร การใช้สี และวัสดุเคลือบผิวที่มีสารพิษต่ำภายในอาคาร การใช้พรมที่มีสารพิษต่ำภายในอาคาร การใช้ผลิตภัณฑ์ที่ประกอบขึ้นจากไม้ที่มีสารพิษต่ำภายในอาคาร การควบคุม



แสงสว่างภายในอาคาร - แยกวงจรแสงประดิษฐ์ทุก 250 ตารางเมตรหรือตามความต้องการ

5. การใช้แสงธรรมชาติภายในอาคาร - ออกแบบให้ห้องที่มีการใช้งานประจำได้รับแสงธรรมชาติอย่างพอเพียง

6. สภาวะน่าสบาย - อุณหภูมิและความชื้นสัมพัทธ์ในส่วนที่มีการปรับอากาศเหมาะสมตามมาตรฐานระบบปรับอากาศและระบายอากาศ

สำหรับประเด็นหลักที่พึงพิจารณาก็คือ การลดผลกระทบมลภาวะซึ่งในรายละเอียดสถาปนอาคารเขียวไทยกำหนดไว้ว่าในพื้นที่ที่มีมลภาวะหรือมีแก๊สพิษอันตรายหรือสารเคมีที่มีหรือใช้อยู่ (รวมทั้ง ห้องซักรีด ห้องพิมพ์งานและห้องถ่ายเอกสาร) การระบายอากาศในแต่ละพื้นที่ ต้องมีการส่งผ่านลมโดยที่ไม่มีเกิดการเก็บกักหรือนำอากาศจากพื้นที่ดังกล่าวกลับมาหมุนเวียน อีกทั้งต้องมีประตูที่ปิดอัตโนมัติ และมีอัตราการระบายอากาศอย่างน้อย 2.5 ลิตรต่อวินาที ต่อ 1 ตารางเมตร มีความดันน้อยกว่าพื้นที่โดยรอบโดยเฉลี่ยอย่างน้อย 5 ปาสกาล และอย่างน้อย 1 ปาสกาล เมื่อประตูห้องเปิด

นอกจากนี้ยังต้องการติดตั้งระบบการเก็บฝุ่นละอองบริเวณพื้นของทางเข้าอาคารหลัก โดยระบบที่เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปคือ การทำประตู 2 ชั้นร่วมกับการติดตั้งระบบตะแกรงถาวร ซึ่งมีช่องทำความสะอาดด้านล่างได้ หากใช้พรมต้องมีการยืนยันโดยใช้สัญญาการจ้างทำความสะอาดพรมจากบริษัททำความสะอาดสัปดาห์ละครั้ง โดยตัวสัญญาต้องกำหนดระยะเวลาในการทำความสะอาดไว้อย่างน้อย 1 ปี นับจากวันที่เปิดใช้อาคาร

สำหรับสภาวะน่าสบายกำหนดให้อุณหภูมิและความชื้นสัมพัทธ์ในส่วนที่มีการปรับอากาศเหมาะสมตามมาตรฐานระบบปรับอากาศและระบายอากาศโดยต้องออกแบบอาคารในส่วนที่มีการปรับอากาศให้มีอุณหภูมิและความชื้นสัมพัทธ์ เป็นไปตามมาตรฐานระบบปรับอากาศและระบายอากาศทั้งนี้พิจารณาออกแบบระบบปรับอากาศที่สามารถใช้งานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพในช่วงการใช้งานสูงสุด ควรคำนึงถึงปัจจัยสภาวะน่าสบายหลายด้านไม่เฉพาะแต่อุณหภูมิ ความชื้นสัมพัทธ์ เช่นการแผ่รังสีความร้อนรวม ความเร็วลม กิจกรรมเสื้อผ้าที่สวมใส่ อีกทั้งควรคำนึงถึงการออกแบบที่ไม่ก่อให้เกิดความรำคาญและไม่สบายต่อผู้ใช้งานอีกด้วย

## การป้องกันผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

มาตรการป้องกันผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของโครงการก่อสร้างเป็นมาตรการสำคัญที่จำเป็นที่ผู้ออกแบบและผู้เกี่ยวข้องต้องคำนึงถึงตั้งแต่เริ่มกระบวนการการออกแบบและก่อสร้าง เพื่อให้ไม่ให้เกิดผลกระทบระยะยาวต่อระบบนิเวศวิทยา และ สุขภาวะและสุขภาพของมนุษย์

เกณฑ์การพิจารณาที่สถาปนอาคารเขียวไทยกำหนดได้แก่

1. การลดมลพิษจากการก่อสร้างมีแผนและดำเนินการป้องกันมลพิษและสิ่งรบกวนจากการก่อสร้าง
2. การบริหารจัดการขยะการเตรียมพื้นที่แยกขยะ
3. สารเคมีที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยในระบบดับเพลิงไม่ใช้สารฮาโลน (Halon) หรือ ซีเอฟซี (CFC) หรือ เอสซีเอฟซี (HCFC) ในระบบดับเพลิง
3. ตำแหน่งเครื่องระบายความร้อนการวางตำแหน่งเครื่องระบายความร้อนห่างจากที่ดินข้างเคียง
4. การใช้กระจกภายนอกอาคารกระจกมีค่าสะท้อนแสงไม่เกินร้อยละ 15
5. การควบคุมโรคที่เกี่ยวข้องกับอาคารปฏิบัติตามประกาศกรมอนามัยเรื่องข้อปฏิบัติการควบคุมเชื้อลิจิโอเนลลา (Legionella) ในหอระบายความร้อนของอาคารในประเทศไทย
6. ติดตั้งมาตรวัดไฟฟ้าที่ใช้กับระบบบำบัดน้ำเสีย

ในการลดมลพิษจากการก่อสร้าง หมายถึงว่าต้องมีแผนดำเนินการป้องกันมลพิษและสิ่งรบกวนจากการก่อสร้างเพื่อลดมลภาวะจากการก่อสร้างอาคาร โดยการควบคุมการก่อกองของหน้าดินที่รวมถึงการชะล้างและตกตะกอน(Sedimentation) ลงในแหล่งน้ำที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงคุณภาพน้ำ รวมทั้งการเกิดฝุ่นละอองในอากาศ ทั้งนี้สิ่งที่ต้องดำเนินการคือต้องมีแผนดำเนินการป้องกันมลพิษและสิ่งรบกวนจากการก่อสร้าง (Construction Pollution Prevention plan) อันได้แก่ การก่อกองของพื้นที่ดิน เพื่อป้องกันการชะล้างและการตกตะกอน ลงในแหล่งน้ำมลภาวะทางน้ำ เช่น การเปลี่ยนแปลงคุณภาพน้ำ และมลภาวะทางอากาศ เช่น ฝุ่นละออง เขม่า ควัน

โดยมีแนวทางการดำเนินการคือมีแผนดำเนินการป้องกันมลพิษ

และสิ่งรบกวนจากการก่อสร้าง โดยแผนดำเนินการดังกล่าวเพื่อป้องกันการกัดกร่อนของพื้นที่ดินจากการชะล้างการระบาย น้ำฝนไหลล้น (Stormwater Runoff) ของโครงการหรือ กระแสลม รวมถึงการป้องกันการสูญเสียดินชั้นบนโดยการเก็บพืชน้ำดินเพื่อนำมาใช้ใหม่ เพื่อป้องกันการตกตะกอนของดินลงในทางระบายน้ำและแหล่งน้ำใกล้เคียง และเพื่อป้องกันมลภาวะทางอากาศ เช่น ฝุ่นละออง เขม่า คาร์บอน เป็นต้น

สำหรับการบริหารจัดการขยะ มีสิ่งที่จะต้องดำเนินการ คือ การออกแบบอาคารหรือโครงการให้มีพื้นที่หรือห้องคัดแยกขยะและเก็บเศษวัสดุเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่โดยพื้นที่ดังกล่าวต้องมีความมิดชิดและเข้าถึงได้ง่าย และการมีจุดทิ้งขยะที่ระบุไว้อย่างชัดเจนในแต่ละชั้นของอาคาร หรือส่วนของอาคาร โดยจุดทิ้งขยะดังกล่าวต้องมีถังคัดแยกขยะ ได้แก่ ขยะเปียก ขยะอันตราย และขยะแห้งที่มีการแยกเป็นประเภท เช่น กระดาษ โลหะ แก้ว และพลาสติก เป็นอย่างน้อย โดยการกำหนดพื้นที่หรือห้องคัดแยกขยะและเก็บเศษวัสดุเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ที่มีความชัดเจน เพื่ออำนวยความสะดวกในการจัดการขยะในอนาคต

## นวัตกรรม Green Innovation

สถาบันอาคารเขียวไทยกำหนดว่านวัตกรรมเป็นหมวดที่เปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับอาคารที่เข้าร่วมประเมินได้นำเสนอ หัวข้อคะแนนที่เหมาะสมกับโครงการของตน เพื่อทำคะแนนในหมวดนั้นนอกจากนี้การทำคะแนนในหมวด GI ยังสามารถทำได้ด้วยการทำคะแนนพิเศษตามที่ระบุไว้ในแต่ละหัวข้อคะแนน โดยคะแนนพิเศษเหล่านี้จะทำได้เมื่อสามารถแสดงประสิทธิภาพตามหมวดคะแนนต่างๆ เกินกว่าที่ระบุไว้ระดับหนึ่ง การทำคะแนนในหมวด GI นี้ สามารถทำได้ 5 คะแนน ดังตารางด้านล่าง ทั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นให้มีการออกแบบก่อสร้างที่มีประสิทธิภาพเกินกว่าที่กำหนดไว้ และ กระตุ้นให้มีการเสนอแนวคิดเพื่อความยั่งยืนทางพลังงานและสิ่งแวดล้อมในประเด็นที่มีความสร้างสรรค์และไม่ได้ระบุไว้ในเกณฑ์นี้

ทั้งนี้ในนี้สถาบันมุ่งหวังให้มีการศึกษาในประเด็นทางพลังงานและสิ่งแวดล้อมที่เกณฑ์ไม่ได้ระบุ เพื่อนำเสนอต่อทางสถาบันอาคารเขียวเพื่อพิจารณาเป็นคุณสมบัติของอาคารเขียวเพิ่มเติมในอนาคต

## การประเมินค่าอาคารเขียว

สำหรับวิธีการประเมินค่าอาคารเขียว สามารถดำเนินการได้ดังนี้:

### 1. วิเคราะห์มูลค่าจากต้นทุน

วิธีวิเคราะห์มูลค่าจากต้นทุน(Cost Approach to Value) หลักสำคัญคือ มูลค่าของสิ่งหนึ่ง = ต้นทุนในการหาสิ่งอื่นที่เทียบเคียงได้มาทดแทน วิธีการก็คือ เราเริ่มที่การประมาณการต้นทุนในการสร้างอาคารทดแทนตามราคาปัจจุบัน แล้วหักลบด้วยค่าเสื่อม (ถ้ามี) บวกด้วยมูลค่าตลาดของที่ดิน ก็จะได้มูลค่าของทรัพย์สินนั้น

ในกรณีการก่อสร้างและปรับปรุงอาคารเขียว ให้อยู่ในเกณฑ์ที่สมควรนั้น ต้องใช้เงินเพิ่มเติมเพื่อการรื้อระบบเดิมตลอดจนการเพิ่มระบบใหม่เป็นเงินที่สมควรจัดหาได้ในท้องตลาดในราคาใด เป็นสิ่งที่พึงพิจารณา

### 2. วิธีเปรียบเทียบตลาด

วิธีเปรียบเทียบตลาด (Market Comparison Approach) เป็นวิธีที่ดีที่สุด ชัดเจนที่สุด หลักก็คือ มูลค่าของทรัพย์สินของเรา มักจะเท่ากับ ราคาของทรัพย์สินที่เทียบเคียงที่คนอื่นขายได้ แนวทางการวิเคราะห์ก็คือ การเริ่มต้นที่การหาทรัพย์สินที่เทียบเคียงที่มีการซื้อขาย/เรียกขาย มาดูว่ามีลักษณะคล้าย/ต่างจากทรัพย์สินที่ประเมินอย่างไรบ้าง เมื่อได้ข้อมูลมาเพียงพอแล้ว ก็ตรวจสอบเพื่อคัดเลือกนำทรัพย์สินที่เทียบเคียงได้จริงเท่านั้นมาทำการวิเคราะห์ โดยระบุถึงเงื่อนไขในการเปรียบเทียบ ของทั้งทรัพย์สินที่ประเมินกับแปลงเปรียบเทียบ เช่น คุณภาพอาคาร ขนาดที่ดิน-อาคาร และจึงสรุปหามูลค่าที่สมควรโดยวิเคราะห์เปรียบเทียบ

ในกรณีอาคารเขียว คงต้องพิจารณาเบื้องต้นว่าราคาขายหรือค่าเช่าอาคารเขียว รับรู้ได้สูงกว่าอาคารทั่วไปเพียงใด ส่วนต่างหรือ Premium ของอาคารเขียวนี้ คือมูลค่า และ Premium ในส่วนนี้ เป็นอย่างไรเมื่อเทียบกับต้นทุนในการปรับปรุง คุ่มค่าในเชิงตัวเงิน ชื่อเสียงกิจการ และอื่น ๆ หรือไม่เพียงใด

3. วิธีแปลงรายได้เป็นมูลค่า ปกติวิธีนี้เราใช้สำหรับทรัพย์สินที่สร้างรายได้ทั้งหลาย เช่น โรงแรม อาคารสำนักงาน ทั้งนี้เพราะอาคารใหญ่ ๆ อย่างนี้มักไม่มีการซื้อขายยกทั้งตึก และโดยที่ทรัพย์สินพวกนี้ขึ้นอยู่กับ

## CSR กับการสร้างแบรนด์

เมื่อมองให้ไกล การทำ CSR เป็นส่วนหนึ่งของการสร้างแบรนด์ ทำให้สินค้าหรือกิจการของเรามีมูลค่าเพิ่ม

ปกติเราใช้ของที่มี “แบรนด์เนม” (brand name) เราจะภาคภูมิใจ รู้สึก “ยึด” เพราะแสดงนัยว่าเรามีฐานะ และเรามีรสนิยม แบรนด์ที่ดีย่อมเป็นประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ และสามารถเติบโตอย่างมั่นคง

### แบรนด์คืออะไร

แบรนด์ หรือ Brand หมายถึงองค์รวมของภาพพจน์และแนวคิดที่เป็นตัวแทนของสิ่งหนึ่ง ซึ่งหมายรวมถึงสัญลักษณ์ ชื่อ ตรา คำขวัญ และสี (ถ้าเป็นสินค้าทั่วไปยังรวมถึง เครื่องหมายการค้า และลิขสิทธิ์อีกด้วย) การได้มาซึ่งแบรนด์มาจากการสะสมของประสบการณ์ต่อสิ่งนั้น แบรนด์เป็นตัวแทนที่ทำให้เรานึกถึงคุณค่าหรือมูลค่าของสิ่งนั้นโดยองค์รวมในเชิงแนวคิดและวัฒนธรรม สำหรับคำไทยก็คือ “ยี่ห้อ” (ซึ่งเป็นคำที่ยืมมาจากภาษาจีนแต่จิวอีกทีหนึ่ง)

เชื่อว่าสินค้าที่มีแบรนด์เป็นสินค้าที่ดีที่สุด แต่หมายถึงความเชื่อถือได้กว่าสินค้าที่ไม่มีแบรนด์ในเชิงเปรียบเทียบ สมมติถ้าเราไปประเทศที่ไม่ค่อยพัฒนา ที่มีทั้งร้านอาหารพื้นเมืองและร้าน McDonald เราก็อาจเลือกกิน McDonald ซึ่งคงไม่ใช่หวังในความเท่หรือความอร่อย แต่หวังว่าจะเป็นอาหารที่มีมาตรฐานถูกสุขลักษณะกว่านั่นเอง

การที่แบรนด์ขาดการทำนุบำรุง จะเข้าทำนอง “ข้างนอกสดใส ข้างในเป็นโพรง” แบรนด์จะมีมูลค่าจริง ก็ต่อเมื่อมีการทำนุบำรุงแบรนด์อย่างต่อเนื่อง หากไม่ก็จะระเหิด-ระเหยหายไป การที่คนเราชอบสินค้ามีแบรนด์ (นอก) ก็เพราะการมีแบรนด์ที่ดี คนมักจะ “ซุกซน” ตั้งแต่แรก

กระแสรายได้ จึงต้องประเมินด้วยวิธีนี้เป็นสำคัญ

“มูลค่าวันนี้ = ผลรวมของรายได้สุทธิที่จะได้ในอนาคตจนสิ้นอายุขัย” ทฤษฎีสินค้านี้มีค่าเพราะมันสร้างรายได้ ทฤษฎีที่สร้างรายได้สูงกว่ามักมีมูลค่าสูงกว่า (ทำเล-คุณภาพดีกว่า เป็นต้น) ขั้นตอนคือ การประมาณรายได้ของทรัพย์สินจากทุกแหล่ง โดยพิจารณาจากการเปรียบเทียบตลาด และรายได้จริงของทรัพย์สินที่ประเมินโดยตรง ลบด้วยการไม่ได้ใช้ประโยชน์หรือหนี้สูญจากข้อเท็จจริง และจากการเปรียบเทียบหรือแนวโน้มในตลาด ก็จะได้รายได้ที่เป็นจริง จากนั้นก็หักด้วยค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เช่น ค่าดำเนินการ ภาษี ประกัน จัดการ ค่าบำรุงรักษา เป็นต้น ก็จะได้รายได้สุทธิ แล้วนำรายได้สุทธิมาเข้าสู่สูตร  $V = I / R$  โดยที่  $V$  คือ มูลค่าทรัพย์สิน  $I$  คือ รายได้สุทธิ และ  $R$  คืออัตราผลตอบแทน

สำหรับในกรณีการประเมินอาคารเขี้ยวก็คือ การพิจารณาดูว่าค่าเช่าตลาด อัตราผลตอบแทน อัตราการครอบครอง ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ ส่งผลต่อมูลค่าเพิ่มของอาคารเขี้ยวมากน้อยเพียงใด หากส่งผลดีส่วนต่างระหว่างอาคารทั่วไปกับอาคารเขี้ยวนั้นแตกต่างกันเพียงใด หากแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ก็แสดงว่ามีมูลค่าจริงตามที่ไต่ลงทุนเป็นอาคารเขี้ยวไว้แน่นอน

สิ่งที่พึงประเมินสำคัญก็คือผลตอบแทนจากชื่อเสียงกิจการหรือ Good Will ของการเป็นอาคารเขี้ยวนอกเหนือจากผลของรายได้ที่เพิ่มสูงขึ้นจากการพัฒนาหรือปรับปรุงอาคารเขี้ยวนี้

โดยที่อาคารเขี้ยวถือเป็นช่องทางตลาดใหม่ (Market Niche) ซึ่งทำให้ผู้เช่าอาคารประเภทนี้ได้รับเกียรติ ศักดิ์ศรี และแลดูทันสมัยใส่ใจสิ่งแวดล้อม และเป็นการเอื้อประโยชน์ทั้งต่อผู้บริหาร พนักงาน ผู้มาติดต่อชุมชนและสังคมโดยรวม จึงทำให้อาคารประเภทนี้ มีมูลค่าสูงกว่าอาคารปกติ และโดยที่ค่าใช้จ่ายในระยะยาวถูกกว่าอาคารปกติ แม้ต้องลงทุนในช่วงต้นมาก จึงทำให้มีความคุ้มทุนในการพัฒนาอาคารเขี้ยวในเชิงพาณิชย์ และถือเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ CSR

## แบรนด์กับผู้บริหาร

มูลค่าของแบรนด์ที่เป็นกิจการกับที่เป็นตัวผู้บริหารแยกกันได้ยาก เช่น ถ้าเราเช่าบ้านสักหลังมาทำร้านอาหารแล้วขายดีมาก (อาจเป็นเพราะทำเล กู๊กหรือการบริการที่ดี) เจ้าของบ้านเลยนี้จะมาขายเองบ้างจึงไล่เราออก เราก็เลยไปเช่าบ้านหลังใกล้ ๆ แทน ในกรณีนี้ลูกค้าย่อมตามเรามา ทำเลย่อมไม่มีความหมาย ดังนั้นมูลค่าของกิจการร้านอาหารนั้น นอกจากหมายถึงทรัพย์สินที่จับต้องได้ตั้งแต่ช้อน โต๊ะ อาคารและที่ดิน เมนูเด็ดแล้ว ยังรวมถึงแบรนด์ โดยเฉพาะผู้บริหารด้วย

คุณค่าของกิจการ (corporate goodwill) นั้นจึงยังมีส่วนของบุคคล (personal goodwill) อันได้แก่การบริหาร-จัดการแฝงอยู่ด้วย เราจะทำ CSR แต่ผู้บริหารสูงสุดหรือระดับสูง ๆ ไม่เอาด้วย ทำแค่เป็น "ผักชีโรยหน้า" ก็ไม่ก่อให้เกิดประสิทธิผล และการสร้างแบรนด์ก็ไม่เกิดขึ้น

## การคุ้มครองผู้บริโภคคือการสร้างแบรนด์

ยกตัวอย่างในกรณีธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จากประสบการณ์ปี พ.ศ. 2540 ที่ผู้ซื้อบ้าน ได้แต่ เสาบ้านที่สร้างยังไม่เสร็จ แทนที่จะได้บ้านทั้งหลัง และผู้ซื้อห้องชุดได้แต่สัญญาซื้อขายห้องชุดไว้ดูต่างหน้าแต่ไม่ได้ห้องชุด หลังวิกฤติเศรษฐกิจ ประเทศไทยได้ออก พ.ร.บ.การดูแลผลประโยชน์ของคู่สัญญา พ.ศ. 2551 แต่กลายเป็นกฎหมาย "ก้ำมะลอ" ตรงที่ตั้งแต่นับร่างจนถึงฉบับประกาศใช้จริง ได้ร่างไว้ให้เป็นไปตามความสมัครใจ จึงทำให้ผู้ประกอบการรายใหญ่ไม่ปฏิบัติตาม และหากผู้ประกอบการรายเล็กปฏิบัติ ก็ต้องเสียค่าใช้จ่ายทำให้เสียเปรียบรายใหญ่ ตกลงจึงแทบไม่มีการคุ้มครองผู้บริโภคจริง

หากมีการคุ้มครองผู้บริโภค ก็จะทำให้ตลาดมีความเข้มแข็งยั่งยืน เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการเอง และทำให้ผู้ประกอบการพัฒนาที่ดินทั้งรายใหญ่และรายเล็กมีการแข่งขันอย่างเท่าเทียม มีแบรนด์ที่แท้ เพราะมีการคุ้มครองผู้บริโภคเช่นเดียวกัน ดังนั้นรัฐบาลจึงควรแก้ไขกฎหมาย หรือขอความร่วมมือกับผู้ประกอบการทุกรายให้ทำสัญญาคุ้มครองเงินดาวน์ลูกค้า

## มูลค่าของแบรนด์ต่ออสังหาริมทรัพย์

แบรนด์ของบริษัทอสังหาริมทรัพย์จะมีมูลค่าจริงก็ต่อเมื่อได้สร้างพันธสัญญาหรือ commitment ที่แน่ชัดแบบ "เบี้ยวไม่ได้" กับผู้บริโภค เช่น มี

การคุ้มครองผู้บริโภคด้วยการไม่เอาเปรียบในการทำสัญญาจะซื้อจะขาย มีมาตรการคุ้มครองเงินดาวน์ผู้บริโภค มีมาตรการรับรองความเสียหาย ในการตีค่าแบรนด์มีหลายแนวทาง แต่ทางหนึ่งก็คือ วิจัยต้นทุนจากการสร้างแบรนด์ โดยสมมติว่าวิสาหกิจอสังหาริมทรัพย์ขนาดใหญ่รายใหม่รายหนึ่งที่มีรายได้ปีละ 5,000 ล้านบาท

1. อาจต้องลงโฆษณาประจำเพื่อให้คนติด "ยี่ห้อ" โดยในที่นี้ประมาณว่าใช้เงินงบประมาณเท่ากับการลงโฆษณาในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐหน้าหลัง (หน้าละ 600,000 บาท เป็นเวลา 180 วันหรือครึ่งปี) ซึ่งเป็นเงิน 108 ล้านบาท

2. ประมาณการว่า วิสาหกิจนั้นต้องจ่ายเงินเพื่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (corporate social responsibility หรือ CSR) เช่น การรับประกันเงินดาวน์ (escrow account) การใช้สัญญามาตรฐานและการมีความรับผิดชอบต่อลูกค้า เป็นเงิน 3% ของมูลค่าโครงการต่อปี ซึ่งจะเป็นเงินประมาณ 150 ล้านบาท ที่กำหนดไว้ 3% คิดจากว่าถ้าเป็นประชาชนทั่วไปในปีหนึ่ง ๆ ยังบำเพ็ญตนเป็นคนดี ทำประโยชน์ และแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมประมาณ 2.68% หรือ 3%

3. ดังนั้นในปีหนึ่ง ๆ จึงต้องจ่ายเงินเพื่อการสร้างยี่ห้อประมาณ 258 ล้านบาท และหากสมมติให้อัตรากาแปลงรายได้เป็นมูลค่าของทรัพย์สินเป็น 20% โดยประมาณ ทั้งนี้จากอัตราดอกเบี้ย 5% + ความเสี่ยงในฐานะทรัพย์สินที่จับต้องไม่ได้อีก 15%

4. ดังนั้นมูลค่าจึงเป็นเงิน 258 ล้าน หาดด้วย 20% ตามสูตร มูลค่า = รายได้ / อัตราผลตอบแทน เป็นเงิน 1,290 ล้านบาท แต่เชื่อแน่ว่า คงยังไม่มีแบรนด์บริษัทพัฒนาใดในวันนี้ที่จะมีค่าถึง 1,290 ล้านบาท และหากนักลงทุนใดมีเงินจำนวนนี้ ก็น่าจะเอามาซื้อที่ดิน พัฒนาโครงการเองยังน่าจะคุ้มกว่าไปซื้อแบรนด์ในสถานการณ์ปัจจุบันที่ยังไม่มีการคุ้มครองผู้บริโภค ข้อสังเกตสำคัญอีกประการหนึ่งก็มูลค่าของแบรนด์ยังเหือดหายไปได้ง่ายหากไม่มีการบำรุงรักษาที่ดี ดังนั้นการทำนุบำรุงแบรนด์จึงเป็นอีกมาตรการหนึ่งที่ต้องจับตามองให้ดีในการตีค่าของแบรนด์นั้น ๆ ในอนาคต

## ทิศทาง CSR นานาชาติ

ในแวดวง CSR นานาชาติ เขาคูยอะไรกัน เพื่อให้เราเห็นความเคลื่อนไหว และไม่ถูกปิดล้อมโดยนัก CSR ที่มองเฉพาะแง่มุมการอาสาทำดี

ในระดับนานาชาตินั้น เขามีทิศทางการพัฒนา CSR กันอย่างไรบ้าง ทั้งนี้เป็นผลจากการที่ผู้เขียนได้มีโอกาสไปนำเสนอบทความหลายครั้ง จึงนำเสนอไว้เพื่อให้เห็นทิศทางและแนวโน้มในอนาคต

### CSR กับมูลค่าทางธุรกิจ

CSR เริ่มกลายเป็นสิ่งที่สังคมตระหนักมากขึ้น ถือเป็นพลังของผู้บริโภค ที่เริ่มกดดันให้วิสาหกิจต่าง ๆ ต้องมี CSR ที่จับต้องได้ ไม่ใช่แบบ 'ลูบหน้าปะจมูก' วิสาหกิจต้องมีความโปร่งใส มีการสื่อสารอย่างตรงไปตรงมา CSR จึงเป็นสิ่งที่วิสาหกิจต้องทำเป็นความรับผิดชอบ ไม่ใช่สมัครใจหรือแค่ 'คืนกำไร' วิสาหกิจที่มี CSR จึงมีมูลค่าสูงกว่าวิสาหกิจที่ 'ตีหัวเข้าบ้าน'

วารสาร **Marketing Journal** เคยศึกษาว่า เครื่องหนึ่งของผู้สมัครงาน ปฏิเสธที่จะทำงานกับบริษัทที่เขาไม่เชื่อถือ และ รวบรวมในสื่ออยากทำงานกับบริษัทที่มีชื่อเสียงด้านจรรยาบรรณหรือคุณธรรมมากกว่าจะพิจารณาในแง่รายได้ ดังนั้นวิสาหกิจที่มี CSR จึงมีมูลค่าทางธุรกิจที่แน่นอน

ในเชิงธุรกิจ บริษัทที่มีชื่อเสียง อาจใช้เงินถึง 10% ของรายได้ต่อปี เพื่อการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้ายอมรับและเชื่อถือในคุณภาพ นี้ก็คือ CSR ที่แท้ ในทางตรงกันข้ามมีธนาคารขนาดใหญ่ของสก็อตแลนด์แห่งหนึ่ง 'เจิง' ไปเมื่อต้นปี 2552 แม้ว่ารานาคารดังกล่าวเคยประกาศว่า ตนเอง 'เจิง' โดยมุ่งอำนวยการสินเชื่อให้กับวิสาหกิจเฉพาะที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม นี้แสดงให้เห็นว่าการ 'ลูบหน้าปะจมูก' ทำดีโดยอ้างว่ามี CSR นั้น ช่วยอะไรไม่ได้เลย หากขาดความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้นเท่าที่ควร

### ผู้ชอบชู้ CSR

ในมาเลเซีย กลุ่ม YTL ซึ่งมีบริษัทในเครือทำโรงไฟฟ้าถ่านหิน ก็ประกาศว่าตนมี CSR และยังได้รับมาตรฐาน ISO 14000 และมาตรฐาน Green Rating โรงงานปูนซีเมนต์ของกลุ่มนี้ก็ได้รับมาตรฐาน ISO 14000 และมาตรฐาน 4 ดาวจากสมาคมปูนซีเมนต์โลก ส่วน Quezon Power (Philippines) ซึ่งเป็นโรงไฟฟ้าถ่านหิน ก็ 'คุย' ว่าตนมีกิจกรรม CSR มากมาย

นี่แสดงว่า โรงไฟฟ้าถ่านหินนั้น คงมีมาตรการรักษาสิ่งแวดล้อมที่น่าเชื่อถือได้พอสมควร ประเทศเพื่อนบ้านของเรา ทั้งมาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และอื่น ๆ ต่างก็มีโรงไฟฟ้าเช่นนี้ และก็ไม่มีข่าวว่ามีปัญหาอะไร แต่สำหรับในไทย การต่อต้านของคนบางกลุ่มช่างแรงมากจนรัฐบาลและผู้เกี่ยวข้องไม่สามารถทำอะไรได้ นี่อาจเป็นจุดอ่อนประการหนึ่งของการพัฒนาประเทศในอนาคตก็ได้

### การบำเพ็ญประโยชน์ที่น่าสนใจ

แม้การบำเพ็ญประโยชน์อาจไม่ใช่ด้านหลักของ CSR แต่ก็เป็นที่ภาคเอกชนควรดำเนินการ ในฟิลิปปินส์ มีมูลนิธิวิสาหกิจเอกชน (League of Corporate Foundation) ซึ่งประกอบด้วยหน่วยงานทั้งภาคเอกชนและภาคประชาสังคม 70 หน่วยงานร่วมกันจัดตั้งขึ้นเพื่อบำเพ็ญประโยชน์ โดยในปี 2550 ระดมเงินบริจาคได้ถึง 4,270 ล้านบาท เพื่อจัดการศึกษาให้กับเยาวชนทั้งนี้ในฟิลิปปินส์ มีผู้ไม่รู้หนังสือถึงราว 9.2 ล้านคน (10%) และในเด็กที่เข้าเรียนประถมศึกษา 100 คน มีผู้สามารถเรียนจบระดับประถม ระดับมัธยมปลาย และระดับมหาวิทยาลัยเพียง 63%, 32% และ 14% ตามลำดับ

นอกจากนี้ ยังมีสายการบินบางแห่งพยายามมานำเสนอเรื่องการเดินทางรณรงค์ลดโลกร้อนกันอย่างขนานใหญ่ แต่ในความเป็นจริงแล้ว การเดินทางโดยเครื่องบิน มีส่วนเพิ่มคาร์บอนไดออกไซด์เพียง 2% เท่านั้น ซึ่งต่ำที่สุดเมื่อเทียบกับการเดินทางด้วยวิธีอื่น อย่างไรก็ตามสายการบินหลายแห่งก็ต้องพยายามรณรงค์เรื่องเหล่านี้เพื่อการเสริมภาพพจน์

### การสร้างวัฒนธรรมองค์กร

มีการรณรงค์สร้างวัฒนธรรม CSR ในองค์กร โดยก่อนอื่นผู้รั

นานาชาติบอกว่า วิสาหกิจที่มี CSR ต้องเริ่มต้นที่ผู้นำก่อน การทำ CSR นั้น เราต้องทำอย่างเป็นธรรมชาติ โดยการใช้สอยทรัพยากรที่มีอยู่ในวิสาหกิจ กิจกรรม CSR ที่ดีที่ตัววิสาหกิจก่อน เช่น หากเป็นการผลิตสินค้าอุปโภคบริโภค ความคุ้มค่าย่อมเป็นประเด็นแรงจูงใจ CSR อันดับแรก ๆ แต่ถ้าเป็นกิจการบริการ คุณภาพย่อมเป็นประเด็นหลัก เป็นต้น

ในวิสาหกิจหนึ่ง ๆ พนักงานควรได้รับการศึกษาและได้รับการกระตุ้นให้เข้าร่วมกิจกรรม CSR อย่างต่อเนื่องและมีแผนการที่แน่ชัดเพื่อให้การเคลื่อนไหวด้าน CSR นี้มีนัยสำคัญในการสร้างความยั่งยืนให้กับวิสาหกิจเอง และโดยนัยนี้จึงมีการเสนอให้ดำเนินการตามขั้นตอนคือ

1. การกำหนดมาตรฐานจรรยาบรรณพนักงานและนักวิชาชีพภายในวิสาหกิจ
  2. มีการฝึกอบรมความรู้แก่พนักงานอย่างต่อเนื่อง
  3. มีการสื่อสารภายในวิสาหกิจอย่างสม่ำเสมอ
  4. มีระบบรายงานผลที่ทันทั่วทั้งระบบ Online หรือ Intranet
  5. มีการควบคุมให้ปฏิบัติตามแผน CSR โดยเคร่งครัดที่มุ่งเน้นประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียโดยไม่ขาดตกบกพร่อง ทั้งผู้ถือหุ้น ลูกค้า ชุมชน และสังคมโดยรวม
  6. มีระบบการให้รางวัลแก่พนักงานที่ช่วยส่งเสริม CSR เป็นต้น
- องค์การรถไฟฟ้ามหานครได้สรุปว่า การทำ CSR นั้น ทำให้พนักงานมีความรับผิดชอบต่อลูกค้ามากขึ้น และเพิ่มความรู้สึกเป็นเจ้าของวิสาหกิจ และการนี้ย่อมเป็นผลดีต่อวิสาหกิจเอง ทำให้ภาพพจน์ดูดีขึ้น ช่วยให้ดึงดูดคนดี ๆ มาร่วมงานมากขึ้น และเป็นการลดความเสี่ยงทางธุรกิจด้วย

## สร้างผลเชิงบวก

ผู้ให้บริการวัตถุดิบหรือสินค้า (Suppliers) ก็เป็นอีกส่วนหนึ่งที่สามารถให้การศึกษและการรณรงค์เรื่อง CSR อีกด้วย วิสาหกิจขนาดใหญ่จะจัดให้มีการอบรม-สัมมนา กับ Suppliers เพื่อให้พวกเขามีความตื่นตัวด้าน CSR และนำ CSR ไปปฏิบัติในวิสาหกิจของตนอย่างเคร่งครัด รวมทั้งมีการประเมินผลอีกด้วย การนี้จะทำให้ CSR ขยายตัวมากขึ้น

การให้ความรู้แก่ชุมชนโดยรอบและสังคมโดยรวมก็มีความสำคัญ

วิสาหกิจที่ดีควรบอกให้ชัดว่า CSR คืออะไร ไม่ใช่ไปปิดเป็นอันให้เป็นเรื่องของการอาสาทำดีเป็นหลัก เพื่อว่าชุมชนและสังคมและได้ร่วมตรวจสอบและสร้างความน่าเชื่อถืออย่างแท้จริงให้กับวิสาหกิจเหล่านั้น

## จำเป็นต้องมีการสื่อสารที่ดี

การสื่อสารที่ดีเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง เพราะ

1. จะทำให้วิสาหกิจของเราสามารถกระตุ้นให้ผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียของวิสาหกิจเรา เข้าใจและนำ CSR ไปสู่ภาคปฏิบัติด้วย
2. จะช่วยให้สังคมได้รับรู้ว่าเรามี CSR อย่างไร เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่องค์กรของเรา ดังนั้นจึงต้องนำเสนอผ่านสื่อที่มีประสิทธิภาพ ไม่เช่นนั้นก็เป็นการลงทุนไปโดยไม่ได้เก็บเกี่ยวเท่าที่ควร

รายงาน CSR ที่ดีต้องชี้ให้เห็นชัดเจนว่าได้ดำเนินการ CSR อย่างเป็นรูปธรรมอย่างไร วัตถุประสงค์อย่างไร มีตัวเลขออกมาอย่างชัดเจน ตามมาตรฐานรายงาน CSR ของ **CERES-ACCA North American** รายงานจะให้น้ำหนักด้านความสมบูรณ์ 40% ความน่าเชื่อถือ 35% และการสื่อสารที่ชัดเจน 25% การรายงานที่ชัดเจน โปร่งใสและเป็นรูปธรรม จึงมีความจำเป็นสำหรับวิสาหกิจที่มี CSR

## บทสรุป

ในระดับนานาชาตินั้น มีความเข้าใจต่อ CSR ค่อนข้างชัดเจนว่า หมายถึงการที่ต้องปฏิบัติตามกฎหมายเคร่งครัด การมีมาตรฐาน-จรรยาบรรณธุรกิจหรือวิชาชีพ และการบำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคม วิสาหกิจที่มี CSR ย่อมมีมูลค่าสูงกว่า เป็นที่ยอมรับในสังคม และมีความเสี่ยงต่ำกว่า สำหรับการบำเพ็ญประโยชน์นั้น ถือเป็นกิจกรรมเสริม เป็นอาสาทำดี ที่สำคัญการรณรงค์ CSR ยังควรก่อผลต่อผู้เกี่ยวข้องทั้งคู่ค้า พนักงาน ชุมชนและสังคมอีกด้วย และสุดท้ายที่น่าสนใจก็คือ การสื่อสารให้สังคมได้รับรู้กิจกรรม CSR อย่างเป็นรูปร่างและชัดเจน เป็นสิ่งจำเป็นในการรณรงค์ CSR อย่างมีประสิทธิภาพ

## สร้างเครือข่ายและเผยแพร่

เครือข่าย CSR จะก่อเกิดพลัง ร่วมดำเนินการอย่างเข้มแข็งเพื่อเป็นการให้กำลังใจและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ รวมทั้งการขยายแนวคิด CSR ให้กว้างขวางยิ่ง ๆ ขึ้นไป

### เครือข่ายในประเทศไทย

ในปัจจุบันมีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับ CSR หลายแห่งในประเทศไทย แต่มักเป็นไปในรูปแบบที่นำ CSR ไปเกี่ยวข้องกับ

1. ศาสนา ศีลธรรม หรือธรรมะ โดยหลายคนตีความ CSR โดยเอาความเชื่อทางศาสนาอ้างอิง ทั้ง ๆ ที่สามารถอธิบายได้ทั่วไป เช่น ความซื่อสัตย์ต่อลูกค้านั้นไม่ใช่การทำดีตามที่บัญญัติในหลักศาสนา แต่เป็นวิสัยที่ต้องทำในภาคบังคับตามกฎหมาย คือหากไม่ ซื่อสัตย์ ฉ้อโกงลูกค้า ก็เท่ากับละเมิดและผิดกฎหมาย เป็นต้น

2. คุณธรรมและจรรยาบรรณ ถือเป็น 'ข้อกำหนดอย่างอ่อน' (Soft Laws) ซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งของ CSR แต่ไม่ใช่มีเพียงเท่านั้น ยังต้องปฏิบัติให้เคร่งครัดตามกฎหมายในฐานะพลเมืองดีด้วย หรือบางกลุ่มอาจมุ่งพิจารณาเป็นเฉพาะเรื่องภายในวิสาหกิจ เช่น ธรรมภิบาล เป็นต้น

3. ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy) ปรัชญาข้อนี้ของในหลวงเป็นสิ่งประเสริฐ เป็นมงคลต่อชีวิต แต่ CSR เป็นเรื่องที่เราต้องแยกออกจากหาก ที่ผ่านมามีหลายฝ่ายพยายามนำมาเกี่ยวข้องกัน ไม่พยายามอธิบาย CSR ตามฐานานุกรม แต่กลับพยายามนำไปผนวกเป็นส่วนหนึ่งของปรัชญาฯ นอกจากนี้ยังอาจผนวกเข้ากับปรัชญาใกล้เคียงอื่น ๆ เช่น การพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) เป็นต้น

4. การตลาดและการโฆษณา โดยถือว่าผู้ที่ทำงาน CSR ก็คือนัก

ประชาสัมพันธ์ในอีกรูปแบบหนึ่ง หรือกิจกรรม CSR เป็นเพียงการสร้างภาพในรูปแบบ 'การคืนกำไรสู่สังคม' เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของวิสาหกิจต่อสังคม

5. การบริจาคหรือการให้ในรูปแบบต่าง ๆ กิจกรรมเหล่านี้เป็นการกุศลที่พึงส่งเสริมและยกย่อง แต่ไม่ใช่กิจกรรมหลักของ CSR เครือข่ายใดได้ดำเนินการตามนี้ก็พึงอนุโมทนา แต่ไม่ควรถือเป็น กิจกรรมหลักของ CSR

6. การบำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคมหรืออาสาสมัคร มีกลุ่มผู้สนใจ CSR จำนวนไม่น้อยที่เน้นไปที่การปลูกป่า การอาสาสมัครทำดี การให้พนักงานหยุดงานไปช่วยเหลือสังคมโดยไม่ถือเป็นวันลา กิจกรรมเหล่านี้อาจถือเป็นส่วนหนึ่งของ CSR กฎหมายไม่ได้กำหนดให้ปฏิบัติ แต่ที่ผ่านมาเครือข่าย CSR มักจะเป็นกลุ่มที่เน้นกิจกรรมเหล่านี้

7. ในช่วงที่ผ่านมา NGO จำนวนหนึ่งได้กลายมาเป็น 'ญาติ' กับ CSR โดยปริยาย ทั้งนี้ เป็น 'แพชชั่น' ที่มาจากต่างประเทศ ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะ NGO รู้วิธีและช่องทางการทำประโยชน์ต่อสังคม และอีกส่วนหนึ่งวิสาหกิจข้ามชาติก็คงอยาก 'ญาติดี' กับ NGO ไว้บ้าง เพื่อว่าตนจะได้ไม่ถูกโจมตี กิจกรรมกลุ่มนี้มีการจับคู่ทำดีระหว่างธุรกิจกับ NGO เป็นต้น

ในแง่หนึ่ง การเบียดตีความ CSR ไปในทางข้างต้นเหล่านี้ อาจเป็นการทำให้ CSR มีลักษณะที่ 'นุ่มนวล' (soft) ลงโดยหวังให้มีผู้เข้าร่วมจำนวนมาก แต่ในอีกแง่หนึ่งก็ถือเป็นการบิดเบือน CSR และทำลายพันธกรณีที่ต้องปฏิบัติในฐานะวิสาหกิจที่รับผิดชอบต่อสังคม อย่างไรก็ตาม ผู้ที่สนใจ CSR ก็อาจเข้าร่วมกับองค์กรเหล่านี้ เพื่อศึกษาเรียนรู้ในแง่มุมเพิ่มเติม และถือเป็นการสร้างเครือข่ายที่น่าสนใจเช่นกัน

องค์กรเครือข่าย CSR ในประเทศไทยมีอะไรบ้าง ก็คงหาได้ไม่ยาก สามารถเสาะหาได้ในเว็บไซต์ [www.google.com](http://www.google.com) โดยเพียงพิมพ์คำว่า CSR และเลือก 'หน้าที่เป็นภาษาไทย' หรือ 'เว็บจากประเทศไทย' ก็จะพบเครือข่ายหลายองค์กร

### เครือข่ายในต่างประเทศ

ในต่างประเทศ มีเครือข่าย CSR มากมายที่น่าสนใจและควรร่วมงานด้วยหากมีโอกาสอันควร มีทั้งในระดับทวีป เช่น

1. ในประเทศกลุ่ม EU ก็มีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับ CSR ซึ่งหาความรู้เพิ่มเติมได้ เช่น ที่ [http://ec.europa.eu/enterprise/csr/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/csr/index_en.htm) หรือกลุ่ม [www.csreurope.org](http://www.csreurope.org) เป็นต้น

2. ในบางประเทศ เช่น อังกฤษ ก็มีองค์กรระดับประเทศที่ราชการเข้ามาดำเนินการเพื่อส่งเสริม CSR เช่น [www.CSR.gov.uk](http://www.CSR.gov.uk) หรือกลุ่ม Business in the Community ซึ่งเป็นการรวมตัวของวิสาหกิจ เอกชนที่สนใจทำงาน CSR ในอังกฤษซึ่งมีการจ้างงานกว่าหนึ่งในห้าของแรงงานเอกชนทั้งหมด ในแคนาดา กระทรวงอุตสาหกรรมก็มีองค์กรที่ดูแลด้าน CSR เช่น [www.ic.gc.ca/epic/site/csr-rse.nsf/en/Home](http://www.ic.gc.ca/epic/site/csr-rse.nsf/en/Home) ในออสเตรเลียมี The Australian Centre for Corporate Social Responsibility ([www.ACCSR.com.au](http://www.ACCSR.com.au)) เป็นต้น

3. มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับ CSR หลายแห่งในระดับโลก เช่น Business and Sustainable Development ([www.bsdglobal.com](http://www.bsdglobal.com)) CSR Network ([www.csnetwork.com](http://www.csnetwork.com)) International Institute for Sustainable Development ([www.iisd.org](http://www.iisd.org)) Social Venture Network ([www.svn.org](http://www.svn.org))

3. ในภูมิภาคเอเชีย ก็มีการเคลื่อนไหว เช่น CSR Asia ([www.csr-asia.com](http://www.csr-asia.com)) หรือ Asian Forum on Corporate Social Responsibility ([www.asianforumcsr.com](http://www.asianforumcsr.com))

### เครือข่าย UN Global Compact

UN Global Compact ([www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org)) ซึ่งนำเสนอไว้ในบทที่ 3 และ 4 นั้น มีเครือข่ายในแต่ละประเทศทั่วโลก และโดยที่เป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมและสนับสนุนโดยองค์การสหประชาชาติ จึงทำให้สามารถดำเนินการต่าง ๆ ได้อย่างมีพลัง ในแต่ละปีจะมีกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน เช่น

1. การสัมมนานานาชาติประจำปี
2. การประชุมเฉพาะกลุ่ม
3. การจัดประชุมแนะนำและขยายวงสมาชิก
4. การสร้างเครือข่ายภายในแต่ละประเทศ
5. การเผยแพร่รายงานกรณีตัวอย่างความสำเร็จ การรายงานการดำเนินงานในรอบปีของแต่ละวิสาหกิจที่เข้าร่วมผ่านเว็บไซต์

อย่างไรก็ตาม ในประเทศไทย เครือข่ายนี้ยังมีจำนวนสมาชิกจำนวนจำกัด เพราะไม่ได้เน้นการ 'ทำดี' แต่เน้นการทำ CSR จริง ๆ แต่เชื่อว่าหากสังคมธุรกิจโดยรวมเข้าใจ CSR ที่ถูกต้อง และเล็งเห็นประโยชน์ที่จะได้รับการทำ CSR จริง ๆ แล้ว คงจะมีผู้เข้าร่วมเครือข่าย UN Global Compact มากยิ่ง ๆ ขึ้นในอนาคต

มาช่วยกันสร้างสรรค์ CSR ที่แท้จริง กลอนต่อไปนี้ ไม่ทราบว่ามีผู้เขียนเป็นใคร แต่ปรากฏในหนังสืออนุสรณ์ประจำรุ่น 2519 ของผู้เขียนที่โรงเรียนเทพศิรินทร์ บทกลอนนี้น่าจับใจมากสำหรับผู้ที่จะทำสิ่งดี ๆ ให้สำเร็จ จึงขอยกมาให้ทุกท่านได้อ่านดังนี้:

“มันเป็นบาปสำหรับการรับรู้  
ก้าวไปกับความอ่อนไหวไม่มั่นคง  
ทางข้างหน้าหนทางจะว่างเปล่า  
ที่ตรงโน้นมีหุบเหวมีเปลวไฟ  
เชลลอมองออกไปให้รอบข้าง  
ในที่ไกลแสนไกลออกไปนั้น  
แบกภาระท่ามกลางทางสายนี้  
ควรทำมันให้ตลอดหรือทอดทิ้ง  
ความอ่อนไหวในอารมณ์ข่มให้หนึ่ง  
วางระวางหัวหนวดความขลาดกลัว  
เธอจะยืนได้มั่นคงเดินตรงเส้น  
เป็นผู้ตาม, เป็นผู้นำ คนสำคัญ  
จากที่นี้คือคืนวันการเริ่มต้น  
แต่ก่อนแสงสุดท้ายจะหายลับ

ถ้าหากเธอยังอยู่กับความหลง  
และพะวงว่าที่นี่จะมีภัย  
แดดจะเผาผิวผองเธอหมองไหม้  
ถ้าอ่อนแอจะก้าวไปอย่างไรกัน  
มองผ่านสิ่งต่างต่างซึ่งขวางกัน  
ศึกษามันให้เห็นความเป็นจริง  
เป็นหน้าที่ซึ่งภูมิใจได้อย่างยิ่ง  
เลือกแต่สิ่งง่ายง่ายไปใกล้ใกล้ตัว  
ใช้สมองตรองทุกสิ่งให้ถ้วนทั่ว  
ซึ่งเป็นรั้วรอบรายเธอไว้นั้น  
และดีเด่นด้วยงานการสร้างสรรค์  
สมกับที่เรามุ่งมั่นมานานับ  
เราทุกคนเป็นเปลวไฟที่ใกล้ดับ  
เราต้องการไฟสำหรับการดับไฟ”

กรวิก ๒๕๑๒

[www.pantown.com/board.php?id=8704&area=1&name=board1&topic=4&action=view](http://www.pantown.com/board.php?id=8704&area=1&name=board1&topic=4&action=view)