

CSR in America

รวบรวมจากเอกสารของ Moon and Grafski (อเมริกา) www.ic.gc.ca (แคนาดา) และ www.facal.ca (ลาตินอเมริกา) การค้นคว้าประกอบการศึกษาในหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาธรรมาภิบาล มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

โดยสุนทร คุณชัยมั่ง

บริษัท อิมเมจ พลัส คอมมิวนิเคชั่น จำกัด / soontorn@imageplus.co.th

สหรัฐอเมริกา

สหรัฐอเมริกา มีพัฒนาการงานด้านซีเอสอาร์มาก่อนอังกฤษและยุโรป มากกว่า 25 ปีโดยประมาณ ในขณะที่ยุโรป มีพัฒนาการจากการดำเนินงานตามนโยบายที่กฎหมาย ระเบียบข้อบังคับกำหนดให้ปฏิบัติ ไปสร้างเป็นพันธะแห่งความร่วมมือทางสังคม (company – social engagement) แต่ในอเมริกายังคงรูปแบบของงาน CSR แบบนัยยะ (Implicit CSR) เช่นเมื่อ 100 ปีที่ผ่านมา โดยยังคงให้ความสำคัญกับ การประกันสุขภาพ การจัดให้มีสวัสดิการบำนาญและกิจกรรมอื่นๆทางสังคม (Moon and Grafski ,เพ็งอ้าง)

งานด้าน CSR ในสหรัฐอเมริกา เป็นปรากฏการณ์ที่อยู่บนพื้นฐานของการพึ่งตนเองและการมีส่วนร่วมโดยปกติของผู้ประกอบการที่นิยมสร้างผลกำไรแบบสูงสุดบนพื้นฐานของการมีส่วนร่วมและการมีเสรีภาพ self-regulating และความเกี่ยวข้องแบบจำกัดในบทบาทของรัฐ ดังนั้น งานด้าน CSR จึงเป็นงานกิจกรรมอาสาสมัครสำหรับกิจการเอกชน (initiatives are purely voluntary for corporations) เราจึงมักจะเห็นตัวอย่างของการทำกิจกรรมเพื่อสังคมในรูปแบบของกองทุน รัฐบาลไม่มีบทบาทในการกระตุ้นให้ภาคเอกชนเข้ามารณรงค์กิจกรรมเพื่อสังคมในรูปแบบของกองทุนและมูลนิธิ เช่น กรณีกองทุนของบิลเกตต์ หรือมูลนิธิร็อกกี้เฟลเลอร์ เป็นต้น

แคนาดา

ในแคนาดา กลุ่มผู้ประกอบการอุตสาหกรรม เป็นสนับสนุนหลักการและแนวปฏิบัติสำหรับ CSR เพราะมีความเชื่อว่าเป็นการสนับสนุนการสร้างนวัตกรรม ผลิตภาพและการแข่งขัน (productive and competitive) อันเป็นผลที่ทำให้ได้รับผลตอบแทนที่มากกว่า เป็นการป้องกันความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น ป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างนักลงทุนกับการใช้ทุนอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นการยกระดับความสัมพันธ์ระหว่างพนักงาน ชุมชน และ reputation & branding (www.ic.gc.ca)

อย่างไรก็ตามในแคนาดา ก็แบ่งแนวทางการรณรงค์เป็น 2 สายทางเช่นเดียวกับแนวความคิดและการรณรงค์ทั่วโลก คือ The Conference Board of Canada เป็นองค์กรที่มุ่งจัดความสัมพันธ์ระหว่างเศรษฐกิจ กับพันธะที่ต้องรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม เป็นองค์ประกอบของความยั่งยืน และเน้นไปยังการตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียและความต้องการของผู้ถือหุ้น การให้ความสำคัญตามแนวทางของ The Conference Board of Canada มุ่งให้ความสำคัญไปยังองค์ประกอบ 5 ประการ ประกอบด้วย การมีบรรษัทธรรมภิบาลและการจัดการภาคปฏิบัติ การมีส่วนร่วมของชุมชน การจัดการภาคปฏิบัติของทรัพยากรมนุษย์ การจัดการสิ่งแวดล้อม สุขภาพและความปลอดภัย และสุดท้ายคือสิทธิมนุษยชน

ในขณะที่อีกองค์กรหนึ่ง คือ Canadian Business for Social Responsibility : CBSR ซึ่งให้นิยามสำหรับงาน CSR เป็นพันธะผูกพันของกิจการบริษัทเอกชนที่ต้องรับผิดชอบต่อระหว่างการจัดการด้านธุรกิจกับสิ่งแวดล้อมที่มีความยั่งยืน โดยการยอมรับในผลประโยชน์ของ Stakeholders ซึ่งรวมนักลงทุน ลูกค้า พนักงาน หุ้นส่วนธุรกิจ ชุมชนท้องถิ่น สิ่งแวดล้อมและสังคม โดยแสดงออกผ่านงานอาสาสมัครและการกุศล เป็นกิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องตามแนวทางนี้ เช่น พนักงานสัมพันธ์การพัฒนาชุมชน การดูแลด้านสิ่งแวดล้อม การจัดการความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ การจัดการด้านตลาดในภาคปฏิบัติ ตลอดจนความรับผิดชอบต่อสังคมและการตรวจสอบทางการเงิน (www.ic.gc.ca ,เพิงอ้าง)

ในแคนาดา นับได้ว่าธุรกิจภาคเอกชน (private sector) มีความสำคัญต่อการรณรงค์ CSR เป็นอย่างมาก และถือว่าเป็นงานควบคู่ที่ต้องดำเนินไปด้วยกัน โดยจะมีการจัดตั้งเป็นองค์กรอิสระที่แยกต่างหากจากนิติบุคคลกิจการบริษัท โดยจัดตั้งเป็น independent organizations by business promoting CSR เช่นกรณีการดำเนินงานของสมาคมอุตสาหกรรม(IC.CA) เป็นต้น

ลาตินอเมริกาและกลุ่มคาริบเบียน

จากสำรวจข้อมูลโดยเว็บไซต์ของ Paul Alexander Haslam (Paul Alexander Haslam ,อ้างใน www.facal.ca) พบว่า ภาคเอกชนมีส่วนสำคัญในการผลักดันด้าน CSR ในลาตินอเมริกา อาร์เจนตินา ชิลี เม็กซิโก และรวมความถึงบราซิล และอุรุกวัย บทบาทของเอกชนรวมเอากิจกรรมที่ภาคเอกชนดำเนินผ่านสมาคมอุตสาหกรรมองค์กรอิสระ ชมรมผู้ประกอบการ ที่เรียกเป็นภาษาอังกฤษว่า Business and Industry NGO : B/INGO) และในการศึกษากรณีตัวอย่างในเอกสารเว็บไซต์นี้ จะพบว่าการเรียกชื่อองค์กรภาคประชาสังคมที่กว้างออกไปมากกว่า NGOs โดยจะให้ความสำคัญไปยัง civil society organizations : CSOs โดยจะเรียกรวมกัน เป็น CSOs & NGOs ตัวอย่างเช่น เม็กซิโกได้จัดตั้งวิทยาลัยจัดการธุรกิจ เพื่อทำหน้าที่ในการสร้างความรู้ความเข้าใจแก่

สาธารณะ สร้างความร่วมมือกับ North American business practices และการฝึกอบรม ตามผลของการจัดทำข้อตกลงการค้าเสรีอเมริกาเหนือ (North American Free Trade Agreement : NAFTA) รวมทั้งทำหน้าที่เป็น National Contact Points (NCPs) ในการรณรงค์ Guidelines for Multinational Enterprises (and in Mexico in particular) ร่วมกับ OECD

การรณรงค์ในรูปแบบความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยกับองค์กรระหว่างประเทศข้างต้น แตกต่างไปจากการดำเนินการสนับสนุนแบบ CSR promotion ของกระทรวงวางแผนและพัฒนาของเม็กซิโก

ในโบลิเวีย โคลัมเบีย ปารากวัย เปรู และเวเนซุเอลา ซึ่งเป็นโซนของอเมริกาใต้ มี กิจกรรม CSR น้อยมาก อาจเป็นเพราะประเทศเหล่านี้ บทบาทของเอกชนและบทบาทของรัฐบาลมีต่ำ แต่พบว่ารัฐบาลพยายามที่จะดำเนินการร่วมกับ Multilateral organizations โดยเฉพาะอย่างยิ่ง UNDP ที่มีการรณรงค์ Global Compact สำหรับการส่งเสริมการสร้างความรู้แก่สาธารณะ มี NGO บางองค์กรและมีบางมหาวิทยาลัยทำหน้าที่นี้อยู่

ในอเมริกากลาง และกลุ่มแคริบเบียน (คิวบา / สาธารณรัฐโดมินิกัน / จาไมก้า / ตรินิแดด / คอสตาริกา / นิคารากัว) จะพบกิจกรรม CSR ไม่มากนักเช่นกัน แม้ว่าบางประเทศจะมีการดำเนินกิจการเหล่านี้อยู่บ้าง แต่กลับเป็นการสนับสนุนจากรัฐบาลของประเทศที่มีประชาชนเข้าไปใช้บริการการท่องเที่ยวในประเทศนั้นๆ เช่นกรณีของจาไมก้า ที่ได้รับการสนับสนุนจากแคนาดา ในโครงการ ENACT environment programme หรือบทบาทของภาคธุรกิจ (สมาคมอุตสาหกรรม) ในตรินิแดด และคอสตารีกา และที่เอลซัลวาดอร์ และปานามา ก็พบว่าภาคเอกชน โดยรูปแบบ B/INGO เข้ามาทำหน้าที่ promoting CSR เช่นกัน

โดยภาพรวมของการรณรงค์ CSR ในลาตินอเมริกาและแคริบเบียน จะพบแนวโน้ม 3 ประการ ดังนี้

- (1) ภาคธุรกิจมีความสัมพันธ์โดยตรงกับงานด้าน CSR น้อยอยู่ แต่ที่มีมากเป็นงานที่ดำเนินโดยรูปแบบ B/INGO ที่มาทำหน้าที่ promote CSR ไม่ใช่การดำเนินงานที่มีความรับผิดชอบแบบผูกพันในพันธกิจที่จะต้องรับผิดชอบ (CSR obligations)
- (2) บทบาทของรัฐบาลมีส่วนร่วมน้อยและไม่มีนโยบายเชื่อมโยงในเรื่องนี้ด้วย ไม่มีการจัดตั้งหน่วยงานในลักษณะที่เป็น NCPs และบทบาทขององค์กรระหว่างประเทศ เช่นกรณีของ UNDP ในการรณรงค์ UN Global Compact ซึ่งรณรงค์ในอาร์เจนตินา ชิลี โคลัมเบียและเวเนซุเอลา
- (3) การสร้างความรู้แก่สาธารณะ จะได้รับอิทธิพลความรู้จากภายนอกมีบทบาทมากกว่าการพัฒนาองค์ความรู้จากภายในประเทศ