

CSR definition (1)

เอกสารการค้นคว้าประกอบการศึกษาในหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาธรรมาภิบาล
มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

โดยสุนทร คุณชัยมั่ง

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

คำว่า CSR หรือคำเต็มๆที่เรียกเป็นภาษาอังกฤษว่า Corporate Social Responsibility และมีผู้เรียกเป็นภาษาไทย “ความรับผิดชอบต่อสังคม” เป็นอีกตัวอย่างหนึ่งที่เราเอาคำที่เป็นภาษาต่างประเทศ และนำเข้าแนวความคิดจากต่างประเทศ (ตะวันตก) เข้ามาใช้แล้วเป็นประเด็นที่มีข้อถกเถียงตามมา และหาข้อสรุปได้ไม่ครอบคลุมกับแนวความคิดต้นแบบและสภาพที่เป็นจริงของสังคมไทย หมายความว่า การนำเข้าในแนวความคิดจากตะวันตกนั้น เราจะประสบปัญหาทั้งสองด้านไปพร้อมๆกัน คือ ปัญหาความเข้าใจที่มีต่อต้นแบบของแนวคิด และการปรับใช้ให้เหมาะสม สอดคล้องและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

ประเด็นของ CSR ก็เป็นอีกเรื่องหนึ่งที่ตกอยู่ในวังวนนี้ และผลจากการดำรงอยู่แบบครึ่งๆกลางๆ ที่มีปัญหาทั้งสองด้านของการนำเข้าแนวคิดแบบตะวันตก (ประชาธิปไตยของไทยเราก็เป็นปัญหานี้ด้วย บ้านเมืองถึงยุ่งเหยิงวุ่นวายมาจนวันนี้) กลายเป็นความพรวนั่วที่มีผลต่อทุกระดับไม่ว่าจะเป็นการกำหนดยุทธศาสตร์ การกำหนดกลยุทธ์ และการกำหนดแผนปฏิบัติการต่อองค์กร

ในบทความนี้ จะนำไปสู่การสร้างความรู้ความเข้าใจเบื้องต้นที่มีต่อ CSR ว่า ก่อนจะทำความเข้าใจในคำนิยามนั้น มันมีที่มาทางประวัติศาสตร์ (Background) อย่างไร และมีองค์ประกอบของการดำรงอยู่และการผลักดันหรือเป็นส่วนประกอบในการบริหารจัดการในองค์กร ธุรกิจและการแข่งขันอย่างไร และมี impact ต่อการเปลี่ยนแปลงในทางมิติของระบบเศรษฐกิจและสังคมอย่างไร

ในบทความนี้จะแบ่งการทำความเข้าใจเป็นสองตอน ในตอนนี้ จะอธิบายในความเข้าใจที่มีต่อคำนิยาม เป็นเบื้องต้น สำหรับในส่วนที่สองจะเป็นเรื่องของความเป็นมา สถานะ และบทบาทที่จะมีต่อไปในอนาคต

วิกิพีเดีย เอ็นไซโคลพีเดีย

วิกิพีเดีย เอ็นไซโคลพีเดีย อธิบายความหมายไว้ คำว่า CSR หมายถึง แนวคิดที่องค์กรได้พิจารณาใช้เป็นแนวทางในการจัดประโยชน์ตอบแทนกับลูกค้า (Customers) พนักงาน (Employees) ผู้ถือหุ้น (Shareholders) ชุมชนและสภาพแวดล้อม (Communities and the environment) ตามความรับผิดชอบต่อสังคม อันเป็นผลต่อเนื่องจาก

ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานขององค์กร นิยามนี้รวมความถึงการดำเนินงานตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขของกฎหมายที่เกี่ยวข้องด้วย

ในวิกิพีเดีย เอ็นไซโคลพีเดีย ยังได้อธิบายถึง ส่วนเกี่ยวข้องผลักดัน CSR นั้นมีองค์ประกอบสำคัญๆ ประกอบด้วย จริยธรรมของนักบริโภคนิยม (Ethical consumerism) พลังผลักดันทางการตลาดและโลกาภิวัตน์ (Globalization and market forces) การศึกษาและการสร้างความรู้แก่สังคม(Social awareness and education) การอบรม จริยธรรม(Ethics training) การบังคับใช้กฎหมายของรัฐบาล (Government laws and regulation) ประเด็นและ จัดลำดับภาวะวิกฤติ (Crises and their consequences (www.wikipedia.com)

WBCSD / The European Commission / ผศ.ดร.สุทธสิริฉัตร ไกรสรสุธาสิณี

ผศ.ดร.สุทธสิริฉัตร ไกรสรสุธาสิณี ได้รวบรวมคำนิยามของคำว่า CSR โดยอ้างอิงคำนิยามของ The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) และ The European Commission โดยระบุว่า WBCSD ได้นิยามว่า CSR เป็น ความมุ่งมั่นอย่างต่อเนื่องขององค์กรต่อการ ปฏิบัติตามพันธสัญญาในการ ดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม เพื่อสร้างความเจริญก้าวหน้าต่อการพัฒนาเศรษฐกิจพร้อมไปกับการพัฒนา คุณภาพชีวิตของพนักงานและครอบครัว ตลอดจนชุมชนและสังคม ในขณะที่ The European Commission ได้ นิยามว่า CSR เป็น แนวคิดที่ผสมผสานความใส่ใจต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมไว้ในกระบวนการดำเนินธุรกิจและ การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียภายใต้พื้นฐานการกระทำตามความสมัครใจ และ สุทธสิริฉัตร ไกรสรสุธาสิณี ได้นิยามโดยสรุปไว้ด้วยว่า CSR หรือความรับผิดชอบต่อสังคมที่แท้จริงขององค์กรอยู่ที่การแสดงความ รับผิดชอบต่อผลกระทบ โดยเฉพาะด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมต่อผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders)ในทุกขั้นตอน ของกระบวนการดำเนินธุรกิจ โดยผู้ที่มีส่วนได้เสียนี้สามารถเป็นไปได้ตั้งแต่ผู้ถือหุ้น พนักงาน ชุมชน ลูกค้า คู่ค้า ไปจนถึงสังคมส่วนรวม (สุทธสิริฉัตร ไกรสรสุธาสิณี ,วารสารสื่อพลัง,มกราคม – มีนาคม 2550 หน้า 6)

สถาบันไทยพัฒน์ / ThaiCSR

สถาบันไทยพัฒน์ มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์โดย ดร.พิพัฒน์ ยอดพฤติการ ได้ นิยาม Corporate Social Responsibility (CSR) หรือบรรษัทบริบาล ว่า หมายถึง การดำเนินกิจกรรมทั้งภายใน และภายนอกองค์กรที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมทั้งในระดับใกล้และไกล ด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ใน องค์กรหรือทรัพยากรจากภายนอกองค์กร ในอันที่จะทำให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข นอกจากนั้น ยังได้ขยายความต่อไปอีกว่า เป็นกิจกรรม ที่รวมทั้งการคิด การพูด และการกระทำซึ่งครอบคลุมตั้งแต่การ วางแผน การตัดสินใจ การสื่อสารประชาสัมพันธ์ การบริหารจัดการและการดำเนินงานขององค์กร ที่ดำเนินการ ในพื้นที่ของสังคม โดยที่สังคมใกล้ ซึ่งหมายถึง ลูกค้า คู่ค้า ครอบครัวพนักงาน ชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่ ซึ่งรวมถึง

สิ่งแวดล้อมหรือระบบนิเวศน์ และสังคมโลก ซึ่งหมายถึง ผู้เกี่ยวข้องกับองค์กรโดยอ้อม ได้แก่ คู่แข่งขันทางธุรกิจ ประชาชนทั่วไป เป็นต้น ในนิยามข้างต้น ยังได้อธิบายถึงเกี่ยวข้องกับผู้คนในมิติต่างๆ ประกอบด้วย ลูกค้า คู่ค้า ชุมชนและสภาพแวดล้อม ประชาสังคม และคู่แข่งทางธุรกิจ (www.thaicssr.com) นอกจากนั้น สถาบันไทยพัฒน์โดย ดร.พิพัฒน์ ยอดพฤติการ ซึ่งเป็นนักวิชาการคนสำคัญ ได้จัดประเภทของงาน CSR ออกเป็น 3 กลุ่มด้วยกัน ประกอบด้วย

CSR-after-process เป็นการดำเนินกิจกรรมที่แตกต่างหากจากการดำเนินธุรกิจที่เป็นกระบวนการหลักของกิจการ (รวมความถึงกิจกรรมที่เกิดจากผลต่อเนื่องของกระบวนการดำเนินการธุรกิจ) เช่น การแจกจ่ายสิ่งของบรรเทาสาธารณภัย การบำเพ็ญประโยชน์ต่อสาธารณะ และการเยียวยาชุมชนที่ได้รับผลกระทบทางมลพิษจากการประกอบการ

CSR-in-process เป็นการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมที่อยู่ในกระบวนการหลักของกิจการหรือเป็นการทำธุรกิจที่หากำไรอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น การป้องกัน หรือกำจัดมลพิษในกระบวนการผลิตเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อชุมชน การผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานตามข้อกำหนดในฉลากผลิตภัณฑ์ การเปิดเผยข้อมูลผลิตภัณฑ์ต่อผู้บริโภคอย่างถูกต้องครบถ้วน การชดเชยความเสียหายให้แก่ลูกค้าที่เกิดจากความผิดพลาดและความบกพร่องของพนักงาน ซึ่งการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมเหล่านี้ ถือเป็นกิจกรรมที่อยู่เวลาทำงานปกติของกิจการ

CSR-as-process เป็นกิจกรรมที่ดำเนินงานโดยองค์กรที่ไม่แสวงหากำไรให้กับตนเอง เป็นหน่วยงานที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อมุ่งสร้างประโยชน์ต่อสังคมเป็นด้านหลัก เช่น มูลนิธิ / สมาคมการกุศล ที่เป็นองค์กรสาธารณประโยชน์ องค์กรประชาชนและส่วนราชการ (www.thaicssr.com) นอกจากนี้แล้ว ดร.พิพัฒน์ ยอดพฤติการ ยังได้ตั้งประเด็นเพื่อนำไปสู่การถกเถียงที่สำคัญในลำดับต่อมา ว่า CSR แท้จะต้องกระทำด้วยความสมัครใจ จากความรู้สึกร่วมกันจากภายในจริงๆ (inside - out) เน้นคุณค่าทางสังคมทางจิตใจ เห็นประโยชน์ที่สังคมจะได้รับเป็นสำคัญ ในขณะที่ CSR เทียม จะเกิดจากความจำเป็นบางอย่างหรือกระทำเพราะสถานการณ์บังคับ รวมถึงกระแสเรียกร้องทางสังคม (outside – in) และเอาผลประโยชน์ขององค์กรเป็นหลัก(www.deves.co.th , CSR ผลกำไรที่ยั่งยืนของธุรกิจประการที่ 3)

เจอรี่ มูน (Jeremy Moon)

เจอรี่ มูน ศาสตราจารย์จากศูนย์ศึกษา CSR ระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยนอตดิงแฮมของอังกฤษ ได้ร่วมกับ สเตนิสลาฟ กราฟสกี (Stanislav Grafski) นักศึกษาปริญญาโทบริหารธุรกิจได้ให้นิยามคำว่า CSR ไว้ในการศึกษา Comparative Overview of Western and Russian CSR (2004) ว่า CSR “ เป็นกลุ่มคำที่มีความหมายที่คาบเกี่ยวกัน ระหว่าง จริยธรรมทางธุรกิจ (business ethics) การดำเนินกิจกรรมเพื่อสาธารณะ (corporate

philanthropy) การเป็นประชากรที่ดี (corporate citizenship) การรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน (sustainability and environmental responsibility) ” (Jeremy Moon และ Stanislav Grafski, “ Comparative Overview of Western and Russian CSR ”, 2004)

นอกจากนั้นแล้ว เดิร์ก แมทเทน (Dirk Matten) ได้ร่วมกับ มูน จัดแบ่งกิจกรรมที่มีการรณรงค์เกี่ยวกับ CSR ในอเมริกาและยุโรป ไว้เป็นสองประเภท คือ

Explicit CSR เป็นกิจกรรมที่เกิดจากนโยบายของบริษัท ที่จะรับผิดชอบต่อสังคมที่ตนเองเกี่ยวข้อง เป็นกิจกรรมที่รวมกิจกรรมอาสาสมัคร (voluntary) เป็นกิจกรรมในโครงการตามกลยุทธ์ของบริษัท ที่มุ่งดำเนินไปเพื่อประโยชน์ต่อทั้งกิจการของบริษัทและผู้มีส่วนได้เสีย ในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของสังคม

Implicit CSR เป็นผลผูกพันตามการตกลง หรือรับมอบหมายอย่างเป็นทางการ ทั้งที่เป็นไปตามกฎหมายหรือกติกาของสังคม (ปทัสถาน) ที่บริษัทจะต้องรับผิดชอบต่อสังคมหรือดำเนินการตาม (Dirk Matten and Jerry Moon, “ Implicit and Explicit CSR : A Conceptual Framework for Understanding CSR in Europe ”, 2004)

นอกจากนี้ มูน กับชาฟเฟิล (Chapple) ยังนำเสนอประเด็น 3 กระแสหลักในการพิจารณา CSR คือ การมีส่วนร่วมของชุมชน (community involvement) กระบวนการผลิตที่รับผิดชอบต่อสังคม (socially responsible production processes) และ ความรับผิดชอบต่อสังคม (socially responsible) ซึ่งต้องขับเคลื่อนไปพร้อมๆกัน ในขณะเดียวกันก็ตั้งประเด็นศึกษา (Issue) เช่น สิ่งแวดล้อม การศึกษา สวัสดิการแรงงาน สาธารณสุขและความปลอดภัย ว่าสัมพันธ์กับ wave ทั้ง 3 กระแสอย่างไร ทั้งนี้จะพิจารณาถึงรูปแบบ (modes) ที่จะนำไปสู่การแปรเป็นงานภาคปฏิบัติของ CSR เช่น การบริจาคเพื่อการกุศล (philanthropy) ความเป็นหุ้นส่วน (partnerships) และ ประเด็นสุดท้ายคือ การจัดตั้งและการกำหนดแนวปฏิบัติ (foundations and codes) (Chapple and Moon 2005)

ฟิลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler) กับ เนนซี ลี (Nancy Lee)

ฟิลิป คอตเลอร์เคยกล่าวถึงความรับผิดชอบต่อสังคมในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด / ธุรกิจที่เกี่ยวข้องต่อสังคมด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม เมื่อ 30 ปีก่อน โดยใช้คำว่า social marketing : การตลาดเพื่อสังคม เป็นบทความในวารสาร Journal of Marketing 2 (ประชาชาติธุรกิจ , ฉบับวันที่ 10 กรกฎาคม พ.ศ. 2549)

คอตเลอร์และลี ได้กำหนดรูปแบบของการดำเนินกิจกรรม CSR เรียกว่า CSI : corporate social initiatives โดยให้ความหมายไว้ว่า “ CSI เป็นกิจกรรมหลักที่ดำเนินโดยบริษัทเพื่อสนับสนุนประเด็นทางสังคมและทำให้พันธสัญญาในความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท “ โดยได้กำหนดรูปแบบของ CSI ไว้ 6 ประเภท ได้แก่ การสนับสนุนโครงการที่ทำให้บุคคลมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม (corporate social marketing : CSM) การเป็นผู้สนับสนุนในการโปรโมตกิจกรรมเพื่อสังคมหรือตัวองค์กร (cause promotion / cause marketing) การบริจาคเงินจากส่วนแบ่งการขายสินค้าหรือบริการภายในช่วงเวลาที่กำหนด

ให้กับองค์กรทางสังคม(cause related marketing) การบริจาคเงินให้กับมูลนิธิหรือองค์กรสาธารณกุศล(corporate philanthropy) การสนับสนุนให้พนักงานของบริษัทเป็นอาสาสมัครเพื่อร่วมกิจกรรมทางสังคมกับชุมชน (community volunteering) การลงทุนหรือการเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานของบริษัท(socially responsible business practices) เช่น การใช้วัสดุรีไซเคิลหรือลดการใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อแสดงออกถึงการทำธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งบริษัทสามารถนำไปปฏิบัติได้ตั้งแต่รูปแบบใดรูปแบบหนึ่งหรือแม้แต่การผสมผสานทุกรูปแบบในเวลาเดียวกันก็ได้เช่นกัน (ประชาชาติธุรกิจ , เพ็ญอ้าง)

โดยสรุป

จากที่กล่าวมาข้างต้น สามารถที่จะสรุปนิยามและการปรับใช้ของแนวความคิดว่าด้วย CSR หรือความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ (Corporate Social Responsibility) โดยในรายงานนี้จะขอสรุปคำนิยามโดยรวมแบบองค์ประกอบ ดังนี้

(1) องค์กร

เป็นความสัมพันธ์ของพันธกิจขององค์กรต่อความรับผิดชอบต่อสังคม mhy'องค์กรที่ไม่แสวงหากำไร ที่เรียกงาน CSR ขององค์กรประเภทนี้ว่า CSR –as –process กับ ภาครัฐและเอกชนที่สร้างผลิตภัณฑ์หรือสร้างบริการเพื่อมุ่งหวังกำไร แต่มีการดำเนินกิจการเหล่านั้นด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม

(2) การจัดประเภท

จากการศึกษาข้างต้น จะจัดแบ่งงาน CSR ตามลักษณะของการดำเนินงาน (process) และจัดแบ่งตามลักษณะของความรับผิดชอบต่อสังคม โดยการจัดแบ่งประเภทตาม process จะแบ่งเป็น

CSR –in-process เป็นการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมที่อยู่ในกระบวนการหลักของกิจการหรือเป็นการทำธุรกิจที่หากำไรอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น การป้องกัน หรือกำจัดมลพิษในกระบวนการผลิตเพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อชุมชน การผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานตามข้อกำหนดในฉลากผลิตภัณฑ์ การเปิดเผยข้อมูลผลิตภัณฑ์ต่อผู้บริโภคอย่างถูกต้องครบถ้วน การชดเชยความเสียหายให้แก่ลูกค้าที่เกิดจากความผิดพลาดและความบกพร่องของพนักงาน ซึ่งการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมเหล่านี้ ถือเป็นกิจกรรมที่อยู่ในเวลาทำงานปกติของกิจการ

CSR – after-process เป็นการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมโดยกิจกรรมที่ดำเนินการนั้น มักแตกต่างหากจากการดำเนินธุรกิจที่เป็นกระบวนการ(process)หลักของกิจการ

การจัดประเภทงาน CSR ตามลักษณะความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นกิจกรรมที่ต้องดำเนินการตามระเบียบข้อบังคับ กติกา / ข้อตกลง ข้อผูกมัดหรือผูกพันที่กิจการนั้นๆต้องดำเนินการ ก็ถือว่าเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมโดยนัยยะ หรือ

Implicit CSR กับการดำเนินกิจกรรมที่เป็นการแสดงออกที่เท่ากับหรือมากกว่าแนวปฏิบัติที่กฎหมาย กติกาของ สังคม จารีตประเพณีกำหนด หรือ **Explicit CSR**

(3) รูปแบบการดำเนินงาน

การดำเนินกิจกรรมตามความรับผิดชอบต่อสังคม นั้น จะดำเนินการได้หลายรูปแบบ เช่น (1) การดำเนินงานตาม แนวปฏิบัติที่มีการรณรงค์โดยหน่วยงานของรัฐ ความร่วมมือระหว่างประเทศ และองค์การระหว่างประเทศ (2) การปรับงานตามความรับผิดชอบต่อสังคมเข้ากับงานด้านผลิตและการตลาด (ตามแนวทางของคอตเลอร์และลี) (3) การดำเนินกิจกรรมตามความรับผิดชอบต่อสังคมโดยงานปกติของหน่วยงาน หรือที่เรียกว่า CSR-as- process (4) การช่วยเหลือเพื่อการกุศล (Philanthropy) และ(5) กิจกรรมอาสาสมัครแบบจิตอาสาพนักงาน(Volunteer)

(4) การพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่าง Implicit / Explicit CSR กับ in / after-process

เป็นการเชื่อมโยงคำนิยามตามลักษณะของความรับผิดชอบต่อ Implicit / Explicit CSR ของเมทเท่น กับมูน กับคำ นิยามที่เน้นไปยัง process ของผู้ดำเนินงาน ซึ่งน่าจะเป็นตัวแทนของการทำความเข้าใจที่จะครอบคลุมมากกว่าคำว่า CSR แท้ / เทียม ซึ่งพิจารณาไปยังเจตนาของผู้ดำเนินงานเป็นที่ตั้ง ซึ่งหาตัวชี้วัดได้ไม่มากนัก

ความสัมพันธ์ IM /EX กับ IN /AF	Explicit CSR	Implicit CSR
in -process	แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม เท่ากับหรือมากกว่า กฎหมาย กติกา สังคมกำหนด	แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม เท่าที่กฎหมาย กติกาสังคมกำหนด
after-process	ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม ในฐานะ ที่เป็นพลเมือง ประชากรที่ดีของ สังคม มากกว่าการร้องขอหรือ ภาระที่ต้องรับผิดชอบต่อปกติ	ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม ในฐานะ ที่เป็นพลเมือง ประชากรที่ดีของ สังคม ตามภาระที่ต้องรับผิดชอบต่อ ปกติ ตามกติกาข้อบังคับที่ กฎหมายกำหนดให้ต้องรับผิดชอบต่อ เช่น ตาม อีไอเอ