

• ดร.โสภณ พรโชคชัย •

พิมพ์ครั้งที่ 8

# CSR ที่แท้

เพื่อพัฒนาองค์กรให้ยั่งยืนและมีมูลค่าเพิ่ม

จัดพิมพ์โดย



มูลนิธิประเมินค่า-นายหน้าแห่งประเทศไทย

และ

สภาองค์การนายจ้างแห่งประเทศไทย



# AREA SERVICES

## บริการของเรา

ตรวจสอบข้อมูลที่ดินและทรัพย์สิน  
ที่ปรึกษาการลงทุน  
วางแผนการลงทุน  
ประมาณการการลงทุนและคืนทุน  
ตรวจสอบเอกสารสิทธิ์  
ใบอนุญาตและข้อกฎหมายก่อนทำนิติกรรม  
แฉงนืบการสัญญาและจราชร

### บริการสำรวจวิจัยอสังหาฯ

- Market Survey
- Department Store
- Project Feasibility study
- Town House  
and Office Space for Rent

## Property Valuation and Research Center

องค์กรที่ปรึกษาด้านอสังหาริมทรัพย์

ประเมินค่าทรัพย์สิน และศูนย์วิจัยอสังหาริมทรัพย์ไทย

Property Consultant : Valuation and Research Centre in Thailand



CSR ที่แท้  
เป็นอย่างไร  
ทำกันอย่างไร

CSR เทียม  
เป็นการโฆษณาชวนเชื่ออย่างไร  
เป็นการบิดเบือนเจตนารมณ์อย่างไร

คนรับผิดชอบทำ CSR ควรรู้  
และปฏิบัติให้ถูกต้องตามมาตรฐานสากล  
ผู้บริโภค ลูกค้า และประชาชนก็ควรรู้  
เพื่อช่วยกันดูแลสังคม และ  
ควบคุมวิสาหกิจให้อยู่ในทำนองคลองธรรม

ชื่อหนังสือ      CSR ที่แท้

ผู้เขียน          ดร.โสภณ พรโชคชัย

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของหอสมุดแห่งชาติ

ดร.โสภณ พรโชคชัย

CSR ที่แท้-- พิมพ์ครั้งที่ 8-- กรุงเทพฯ : มูลนิธิประเมินค่า-นายหน้า  
แห่งประเทศไทย, 2563. 204 หน้า.

1. ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ. I. ชื่อเรื่อง

658.408

ISBN 978-616-93280-6-3

จัดพิมพ์          มูลนิธิประเมินค่า-นายหน้าแห่งประเทศไทย  
5/15 ถนนพหลโยธิน 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      ครั้งที่ 6, กุมภาพันธ์ 2557  
ครั้งที่ 7, สิงหาคม 2563 (ปรับปรุงใหม่)  
ครั้งที่ 8, พฤศจิกายน 2563 (2,000 เล่ม)

พิมพ์ที่            บริษัท ส. วีรัชการพิมพ์ (1996) จำกัด  
33/2-5 ถนนพหลโยธิน กรุงเทพมหานคร 10120

ผู้จัดจำหน่าย    ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ถนนพญาไท เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330  
โทร. 0-2218-9872 โทรสาร 0-2254-9495  
Call Center (จัดส่งทั่วประเทศ) โทร. 0-2255-4433  
<http://www.chulabook.com>

ร้านค้าติดต่อ    แผนกขายส่ง สาขาหัวหมาก โทร.0-2374-1375-6 โทรสาร 0-2374-1374

ราคา                150 บาท

หนังสือนี้จัดพิมพ์เพื่อเผยแพร่ความรู้สู่สังคมตามหลักการที่ว่าด้วย "Knowledge Is Not Private Property" โดยจัดส่งไปตามห้องสมุดต่างๆ รายได้โดยไม่หักค่าใช้จ่ายใดๆ ของการขายหนังสือนี้ มอบให้แก่มูลนิธิประเมินค่า-นายหน้าแห่งประเทศไทย เพื่อใช้จ่ายในการพัฒนาวิชาชีพประเมินค่าทรัพย์สินและอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย

# สารบัญ

พระบรมราชโองการ	7
คำนำจากประธานสภาองค์การนายจ้างแห่งประเทศไทย	9
คำนำจากผู้เขียน	10
<b>ภาค 1 CSR ที่แท้ เป็นอย่างไร</b>	<b>12</b>
1 CSR ที่แท้จริง	12
2 ทำ CSR มีแต่ได้กับได้	17
3 มาตรฐาน CSR ที่เป็นสากล	23
4 แก่นแท้ของ CSR	27
5 ว่าด้วย CSR 26000	34
6 CSR สำหรับธุรกิจทุกระดับ	41
7 CSR กับนักวิชาชีพ	45
8 CSR กับสถาบันการเงิน	48
<b>ภาค 2 CSR ภาคปฏิบัติทำอย่างไร</b>	<b>52</b>
9 ทำ CSR ตั้งแต่เริ่มตั้งวิสาหกิจ	52
10 การทำนุบำรุงพนักงาน	56
11 รายงานผล CSR	60
12 รายงานตาม Global Compact	65
<b>ภาค 3 ประเด็น CSR ร่วมสมัย</b>	<b>71</b>
13 CSR คือหน้าที่ ไซ้อาสา	71
14 จิตอาสาไม่ใช่ CSR	76

15	CSR แบบไม่ตรงประเด็น	81
16	CSR แก่สิ่งแวดล้อมไม่ได้	84
17	ปาหี่ของวิสาหกิจข้ามชาติ	87
18	CSR กับการโฆษณา	92
<b>ภาค 4 CSR กับ คุณธรรม</b>		<b>95</b>
19	ข้อคิดจาก ‘บัณฑิต ล่ำซำ’	95
20	คุณธรรมแทน CSR ได้?	99
21	ทำดีเพื่ออะไร CSR?	105
22	การตลาดเชิงสถาบัน	107
23	CSR วิสาหกิจยักษ์ใหญ่	111
24	สวัสดิการที่ดีเกินคือไม่มี CSR	114
<b>ภาค 5 กรณีศึกษา</b>		<b>117</b>
25	นักบิน CSR กับนักวิชาชีพ	117
26	ดารอาบนำโซว์กลางห้าง	124
27	กรณี CSR สถาบันการเงิน	126
28	ปลูกป่า กับ CSR ของ ปตท.	133
29	กระทิงแดงกับป่าห้วยเม็ก	136
30	กรณีศึกษาวิสาหกิจยักษ์ใหญ่	139
31	CSR วิสาหกิจยักษ์ระดับโลก	142

32	CSR กับแบรนด์ต้องค้นหา	145
33	NGOs ทุจริต & CSR	147
34	ใช้ CSR ผิด: กรณีเนปาล	152
35	CSR ราชการ ดูจากที่จอดรถ	155
36	ฉอน บุรณะหรือรัฐกับ CSR	158
37	‘ซีพี’ ในมุมมองที่น่าสนใจมาก	161
38	บริษัทพึ่ง CEO ฉาวเรื่องเพศ	164
39	CSR แบนด์ บอส กระทั่งแดง	168
40	CSR และความพอเพียง	172
<b>ภาค 6 ก้าวต่อไปของ CSR</b>		<b>175</b>
41	ธุรกิจที่รับผิดชอบต่อสังคม	175
42	CSR, อาสาทำดีในมิติใหม่	178
43	อาคารเกี่ยวกับ CSR	182
44	CSR กับการสร้างแบรนด์	194
45	ทิศทาง CSR นานาชาติ	197
46	สร้างเครือข่ายและเผยแพร่	201

ที่ รล 0004.3/ ๒๐๒๑๖

สำนักราชเลขาธิการ  
พระบรมมหาราชวัง กทม. 10200

19 พฤศจิกายน 2552

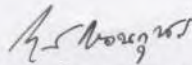
เรื่อง พระราชทานพระบรมราชานุญาต

เรียน นายโสภณ พรโชคชัย ประธานกรรมการมูลนิธิประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย

อ้างถึง หนังสือที่ TAF. 10/222/2552 ลงวันที่ 29 ตุลาคม 2552

ตามที่ท่านได้มีหนังสือขอให้นำความกราบบังคมทูลพระกรุณา ขอพระราชทาน  
พระบรมราชานุญาตเชิญพระบรมราชาโชวาทคัดัดตอน ตามสำเนาที่แนบไป ไปลงพิมพ์ในหนังสือ  
"CSR ที่แท้" ความแจ้งอยู่แล้ว นั้น

พระราชทานพระบรมราชานุญาต



(นายเกษม กัญจนบุญพร)

รองราชเลขาธิการ ปฏิบัติราชการแทน  
ราชเลขาธิการ

กองข่าว

โทร. 02 220 7200 ต่อ 3405

โทรสาร 02 220 7322

เว็บไซต์ : [www.ohmpps.go.th](http://www.ohmpps.go.th)

# พระบรมราโชวาท

พระบรมราโชวาทในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ในพิธีพระราชทานปริญญาบัตรแก่ผู้สำเร็จการศึกษาของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ณ หอประชุมมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เมื่อวันที่ 16 กรกฎาคม 2519

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

ผมได้ทำหนังสือกราบเรียนนายอาสา สารสิน ท่านราชเลขาธิการ  
สำนักราชเลขาธิการ เพื่อให้โปรดนำความขึ้นกราบบังคมทูลพระกรุณาขอ  
พระราชทานพระบรมราชานุญาตเชิญพระบรมราโชวาทคัดตัดตอนข้างต้น  
มาลงพิมพ์ในหนังสือ 'CSR ที่แท้' เล่มนี้ และนับเป็นพระมหากรุณาธิคุณ  
เป็นล้นพ้นที่ได้รับพระราชทานพระบรมราชานุญาต

ที่ผมอัญเชิญพระบรมราโชวาทมานี้ ก็เพื่อให้ทุกท่านได้ทราบชัดว่า  
“ความรับผิดชอบคือหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายให้ทำ จะหลีกเลี่ยงละเลย  
ไม่ได้” ความรับผิดชอบจึงเป็นหน้าที่หรือพันธกิจสำหรับผู้เกี่ยวข้องและ  
วิสาหกิจทั้งหลาย ส่วนการอาสาทำดีหรือดำเนินการบำเพ็ญประโยชน์แบบ  
ไม่หวังสิ่งตอบแทน เป็นอีกส่วนหนึ่ง

ดังนั้นเมื่อเรากล่าวถึง “ความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจ” ก็  
ย่อมหมายถึงหน้าที่ที่วิสาหกิจพึงมีต่อสังคมในฐานะหน่วยหนึ่งของสังคมที่  
ต้องอยู่ภายใต้กฎหมาย ปฏิบัติตามกฎหมายโดยเคร่งครัด รวมทั้งมี  
จรรยาบรรณทางธุรกิจและมาตรฐานวิชาชีพที่แน่นอน ส่วนการบำเพ็ญ  
ประโยชน์แม้เป็นสำนึกที่สมควรของวิสาหกิจ แต่ก็ไม่ใช่ความรับผิดชอบ  
ทั้งหมด

## 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=7&quick\\_word=BP&imageField.x=47&imageField.y=14](http://www.ohmpps.go.th/searchresult.php?quick_year=2519&quick_month=7&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)

# คำนำจาก

## ประธานสภาองค์การนายจ้างแห่งประเทศไทย

การดำเนินการด้าน CSR-Corporate Social Responsibility หรือ ความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจต่างๆ ในปัจจุบัน ได้ถูกกำหนดไว้ในนโยบายขององค์กร โดยมุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมรวมทั้งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหลาย แต่การจะดำเนินการด้าน CSR อย่างไร ให้ถูกต้องตามวัตถุประสงค์ และได้ผลอย่างยั่งยืน นั้น หลายๆ องค์กรยังเกิดความไม่เข้าใจหรือเข้าใจคลาดเคลื่อนถึงความหมายที่แท้จริง ในการดำเนินงานด้าน CSR ทำให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างฉาบฉวย เป็นเพียงการโฆษณาชวนเชื่อเท่านั้น ไม่ได้เกิดผลลัพธ์ตามความหมายหรือถูกต้อง ตามมาตรฐานสากล

หนังสือ CSR ที่แนบฉบับนี้ ผู้เขียนได้ให้ความหมายและแก่นแท้ของ CSR สำหรับธุรกิจต่างๆ ที่จะดำเนินการภายใต้การพัฒนาที่ยั่งยืน โดยได้รวบรวมประเด็นต่างๆ ที่เป็นกรณีศึกษา เพื่อให้ผู้อ่านได้มีความเข้าใจในการ ดำเนินการด้าน CSR ตามความหมาย “ความรับผิดชอบต่อสังคมของ วิสาหกิจ” ซึ่งต้องดำเนินการภายใต้กฎหมาย มีจรรยาบรรณทางธุรกิจ และ มาตรฐานวิชาชีพ

ในฐานะประธานสภาองค์การนายจ้างแห่งประเทศไทยคิดว่าหนังสือ เล่มนี้จะเป็นประโยชน์ต่อองค์กรต่างๆ ในการดำเนินนโยบายด้าน CSR และสามารถนำไปถ่ายทอดให้ความรู้แก่ผู้ปฏิบัติงานในองค์กร ตลอดจนเจ้าหน้าที่ ได้อย่างแท้จริง

นาย เอกสิทธิ์ คุณานันทกุล

ประธานสภาองค์การนายจ้างแห่งประเทศไทย

หมายเหตุ: ดร.โสภณ เป็นกรรมการสภาฯ และเคยเป็นรองประธานสภาฯ จึง ขอตานประธานเมตตาเขียนคำนำให้ด้วย

# คำนำจากผู้เขียน

**CSR หรือ Corporate Social Responsibility** ซึ่งแปลไทยว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจ ได้รับการกล่าวถึงมานานพอสมควร แต่ได้ถูกตีความไปต่าง ๆ นานา จนเข้าขั้นบิดเบือนไปเลยก็มี ผมจึงตั้งใจเขียนหนังสือเล่มนี้เพื่อชี้ให้เห็นว่า CSR คืออะไรกันแน่ และมีแนวทางปฏิบัติให้ถูกต้องได้อย่างไร โดยเขียนจากประสบการณ์จริงในฐานะผู้บริหารวิสาหกิจที่ปฏิบัติ CSR จริง ไม่ใช่เฉพาะในแง่ของนักวิชาการ CSR

ในสังคมอารยะยุคใหม่เช่นทุกวันนี้ น่าจะถือว่าหมดยุคของการทำธุรกิจแบบ 'ด้านได้ อาย-อด' แล้ว การเอาเปรียบคนอื่นจนร่ำรวยแล้วยังมีหน้ามาชูคอในสังคม ไม่สมควรได้รับการยกย่อง แต่เราก็คงไม่ไปประณามใคร เพราะคงไม่ใช่แนวทางการสร้างสรรค์

เราควรทำธุรกิจแบบตระหนักรู้ถึงคิดที่ว่า 'ทำดีได้ดี ทำชั่วได้ชั่ว' คนทำชั่ว ทำธุรกิจเอาเปรียบคนอื่น ฉกชิงผลประโยชน์ของคนอื่นโดยมิชอบ ย่อมเป็นการกระทำผิดกฎหมาย อย่างลืมนว่า 'ชื่อกินไม่หมด คดกินไม่นาน' การคดโกงนั้นย่อมเท่ากับการละเมิดต่อลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ และจะถูกลงโทษจนทำให้เสียทรัพย์ เสียชื่อเสียง จนอยู่ในธุรกิจนั้น ๆ ไม่ได้อีกต่อไป

เราต้องเคารพและรู้จักให้เกียรติพลังประชาชนผู้บริโภค และเชื่อมั่นในหลักการศักดิ์สิทธิ์ที่ว่า 'ความดีย่อมชนะความชั่ว' และ 'คนดีผีคุ้ม' เมื่อเราชื่อ เราก็ย่อมต้องมีกินโดยไม่หมด เมื่อเราทำดี เราก็จะได้รับผลดี ๆ เป็นสิ่งตอบแทนอย่างแน่นอน

ในทางการตลาดและการขายสมัยใหม่ เราเรียกว่าการสร้างตราयीี่ห้อสินค้า หรือ Brand นั้นเอง และการทำธุรกิจให้ยั่งยืนอย่างแท้จริง จึงต้องสร้างด้วย Brand จากการสั่งสมความดี มีคุณภาพ และที่สำคัญมีหลักประกันจนได้รับความเชื่อถือจากผู้บริโภค ทำให้สินค้าและบริการของเราสามารถขายได้กำไรมากกว่าเมื่อเทียบกับวิสาหกิจอื่นที่ขาด CSR

ที่ว่ามานี้ไม่ใช่เรื่อง ‘คุณธรรม’ หรือ ‘มรรยาท’ ที่มักอยู่ที่การ ‘สมควร’ ทำตาม ‘ใจสมัคร’ แต่เป็นเรื่องของความจำเป็นทางข้อกฎหมายที่เรา ควรอยู่ในทำนองคลองธรรมโดยไม่ละเมิดผู้อื่น ดังนั้นเราจึงไม่ควรอธิบาย CSR ด้วยหลักศาสนา แต่ว่ากันตามความเป็นจริงของโลกที่เราต้องทำตาม หน้าที่โดยละเอียดไม่ได้

บางคนไขว่ไขว่ว่าการมีหน้าที่อันศักดิ์สิทธิ์ที่รับผิดชอบต่อผู้บริโภค หรือผู้ใช้บริการนั้น อาจกลายเป็นการทำตามหน้าที่อย่างแกรน ๆ ไม่ได้ทำ ด้วยใจจริง จึงเสนอแนวคิดว่าควรให้คนทำดีโดยสมัครใจจะดีกว่า ในการ อาสาทำดีนั้น ใคร ๆ ก็ควรทำเพื่อการมีมงคลต่อชีวิต แต่จะต้องทำหน้าที่ของ ตนให้ครบถ้วนสมบูรณ์ก่อน หากไม่จะกลายเป็นการ ‘ทำดีเอาหน้า’ ‘ลูบหน้า ประจบมูก’ ‘ผักชีโรยหน้า’ หรือกลายเป็นการทำดีเพื่อปกปิดความผิดไป

เราพึงตระหนักในเบื้องต้นว่า การทำ CSR อยู่ที่การเปลี่ยนแนวคิด (Mind Set) ของเรา เปลี่ยนจากการทำธุรกิจแบบ ‘ตีหัวเข้าบ้าน’ หรือแบบ โจร (ด้านได้ อาย-อด) เป็นการทำธุรกิจแบบวิญญูชน (ซื่อกินไม่หมด คดกิน ไม่นาน) ต่อมาจึงวางแผน ปฏิบัติการ และจัดทำรายงาน CSR เพื่อประกาศ ให้โลกรู้ และช่วยบรรณรงค์ให้เกิด CSR ในสังคมธุรกิจอย่างแท้จริง

และเมื่อเราได้ทำดีตามหน้าที่พลเมืองดีแล้ว ใครจะอาสาทำดี เพิ่มเติมก็เป็นสิ่งที่พึงชื่นชม อย่างลืมน่า ‘ยิ่งให้ ยิ่งได้’ คนเราเกิดมาต้อง สร้างสรรค์ ไม่คดโกง ไม่ก่ออาชญากรรม (ทางเศรษฐกิจ) ไม่เอาเปรียบใคร จะได้มีเกียรติเก็บไว้ให้ลูกหลานภูมิใจ

ด้วยความเคารพ

ดร.โสภณ พรโชคชัย 17 มกราคม 2557

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

@pornchokchai Line: dr.sopon

# ภาค 1

## CSR ที่แท้ เป็นอย่างไร

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 ผลานการดำเนินธุรกิจกับความหวังโยด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหลาย

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี <2> ให้คำจำกัดความว่า CSR เป็นแนวคิด ที่องค์กรแสดงความรับผิดชอบต่อผลกระทบจากการประกอบกิจการ ของตนเองต่อผู้ถือหุ้น ลูกจ้าง ลูกค้า คู่ค้า ชุมชน และผู้ที่มีส่วนได้ ส่วนเสียอื่น รวมทั้งสิ่งแวดล้อม และพันธกิจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนี้ อาจเกินเลยกว่าที่กฎหมาย กำหนด คือหมายรวมถึงการทำดีตามใจสมัครด้วยก็ได้ (แต่ต้องไม่ละเลยการ

ปฏิบัติตามกฎหมาย)

องค์กร CSR Network <3> ก็ให้ความหมายที่ใกล้เคียงกันว่า หมายถึงการที่องค์กรธุรกิจดำเนินการตามความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยเคร่งครัด การมี CSR ย่อมแสดงถึงความรับผิดชอบ โปร่งใสและเชื่อถือได้ ไม่เพียงต่อลูกค้าและนักลงทุน 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 อาจไม่ถึงขนาดติดคุก หรือถูกศาลสั่งปรับ แต่อาจถูกพักใบอนุญาตหรือกระทั่งถูกไล่ออกจากวงการ ไม่สามารถประกอบอาชีพได้ เช่น วงการผู้ประเมินค่าทรัพย์สิน วงการแพทย์ วงการวิศวกร และวงการนายหน้า ฯลฯ

3. ระดับอาสาสมัคร เช่น เป็นผู้อุปถัมภ์ ผู้บริจาค ผู้อาสาทำดีใน

รูปแบบต่าง ๆ ทั้งต่อบุคคล กลุ่ม ชุมชนหรือสังคมโดยรวม สิ่งเหล่านี้จะทำหรือไม่ก็ได้ ไม่ได้มีกำหนดไว้ แต่หากทำดี สังคมก็จะยกย่องและชื่นชม

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

## เนื้อหาของ CSR

ดังนั้น CSR ที่แท้ย่อมหมายถึงความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจ โดยนัยนี้

1. ความรับผิดชอบ (responsibility) ย่อมเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ไม่ทำย่อมหมายถึงการละเมิดกฎหมาย

2. ความรับผิดชอบนี้ต้องดำเนินการต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหลาย ตั้งแต่ผู้ถือหุ้น นักลงทุน ลูกจ้าง คู่ค้า ลูกค้า ชุมชนที่วิสาหกิจนั้นตั้งอยู่ สังคม และสิ่งแวดล้อมโดยรวมทั้งหมด

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) แต่ขาดความรับผิดชอบ ละเมิดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหลาย ไม่พึงถือเป็น CSR แต่ถือเป็นการหลอกลวง และตบตาประชาชน

6. วิสาหกิจจำเป็นต้องมี CSR ทำให้การดำเนินดีขึ้น เพราะ CSR นำมาซึ่งความสามารถในการแข่งขัน และลดความเสี่ยงทางธุรกิจ เพื่อให้วิสาหกิจยั่งยืน ดังนั้น CSR จึงไม่ใช่เน้นที่การให้หรือการบริจาค แต่เป็นการลงทุนที่

วิสาหกิจนั้น ๆ พึ่งกระทำนั่นเอง

วิสาหกิจใดจะเริ่มทำ CSR ก็ควรทำให้ถูกต้องตามทำนองคลองธรรม ไม่ใช่ทำเพียงตามกระแส หรือทำในลักษณะที่หลอกลวง

## มี CSR แม้ในยามวิกฤติ

แม้ในยามวิกฤติเศรษฐกิจ ที่วิสาหกิจพากันตัดงบประมาณ CSR (ซึ่งเข้าใจในความหมายแคบเพียงการอาสาทำดี) แต่เรากลับยังควรทำ CSR เพราะ CSR ที่แท้ที่หมายถึงความรับผิดชอบต่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง จะเป็นเครื่องช่วยฝ่าวิกฤติเศรษฐกิจได้

อย่างในแวดวงธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในท่ามกลางวิกฤตินั้น การค้าขายอสังหาริมทรัพย์ย่อมผืดเคือง ในยามนี้เราจึงยังต้องมี CSR ซึ่งก็คือการมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เพื่อครองใจและรักษาลูกค้า และเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้า ผู้ซื้อบ้านให้มากขึ้นจากการที่เรามีความรับผิดชอบต่อลูกค้า คู่ค้า ของเรานั่นเอง

ถ้าเราดำเนินธุรกิจโดยไม่ละเมิด ไม่โกงลูกค้า และยึดถือมาตรฐานจรรยาบรรณการประกอบธุรกิจ หรือจรรยาบรรณวิชาชีพ (ในกรณีวิสาหกิจให้บริการวิชาชีพ เช่น สถาปนิก วิศวกร ผู้ประเมินค่าทรัพย์สิน เป็นต้น) วิสาหกิจของเราก็จะได้รับความเชื่อถือและสามารถยืนฝ่าวิกฤติเศรษฐกิจให้ผ่านพ้นไปได้ ในทางปฏิบัติก็คือ ถ้าเราเป็นวิสาหกิจพัฒนาที่ดิน ต้องทำสัญญาประกันเงินดาวน์กับลูกค้า ให้ลูกค้าไว้วางใจ ในขณะที่วิสาหกิจอีกหลายแห่งไม่ยินดีทำ หากเราทำ ก็เท่ากับว่าเราเป็นตัวเลือกที่ดีกว่า

ในทางตรงกันข้าม ถ้าเราถือหลักประหยัดแบบไม่ลืมหูลืมตา จนกลายเป็น 'เสียน้อย เสียมาก เสียยาก เสียง่าย' เราก็คงจะเสียลูกค้าไป และยังถ้าเราขาด CSR โดยมีพฤติกรรม 'ดำนได้ อาย-อด' หรือทำธุรกิจแบบ 'โกงไป โกงมา' แทนที่จะเป็นแบบ 'ตรงไปตรงมา' ธุรกิจของเราก็จะประสบกับความวิบัติ ถูกฟ้องร้องและล้มละลายในที่สุด จะสังเกตได้ว่า ในปัจจุบันนี้ สคบ. ได้ออกมาระบุว่าอสังหาริมทรัพย์ถือเป็นสินค้าที่มีผู้ร้องเรียนมากที่สุด ดังนั้นเราจึงต้องมีความรับผิดชอบต่อลูกค้าอย่างเคร่งครัด

โดยสรุปแล้ว การทำ CSR จึงไม่ใช่การ 'สร้างภาพ' ไม่ใช่การทำ 'ผักชีโรยหน้า' ไม่ใช่การ 'ทำบุญเอาหน้า' ไม่ใช่การสร้างภาระให้กับวิสาหกิจ แต่

เป็นการลงทุนที่สำคัญที่จะทำให้วิสาหกิจสามารถฝ่าวิกฤติ แต่กลับเติบโตอย่าง  
แข็งแกร่ง มีจังหวะก้าวมั่นคงในอนาคต และช่วยลดความเสี่ยงต่อความล้มเหลว  
จนสามารถอยู่ยั่งยืนยงในภายภาคหน้า และที่สำคัญก็คือ การอยู่อย่าง  
สร้างสรรค์ อยู่อย่างมีเกียรติ

## อย่าลืมว่า CSR คือหน้าที่ ใช้อาสา

### 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.csnetwork.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.crsingapore.org/whatiscsr.php>)

## 2

# ทำ CSR มีแต่ได้กับได้

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

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

ในการประกอบธุรกิจทั่วไป บ่อยครั้งจะพบผู้ประกอบการหรือประพฤติมิชอบเมื่อมีโอกาส ทั้งนี้อาจเป็นเพราะความเคยชินหรืออาจต้อง ดิ้นรนเพื่อความอยู่รอดในระยะ ‘ตั้งไข่’ ของธุรกิจ หรือธุรกิจไม่แข็งแรง ยิ่งหากนึกถึงการบริจาด การอาสาสมัครและการทำดีต่อส่วนรวม เราก็ไม่อาจคาดหวังจากวิสาหกิจเหล่านี้ได้

การดำเนินธุรกิจในลักษณะนี้ไม่ยั่งยืน จะพบความวิบัติในบั้นปลายที่แสนสั้น อาจถูกดำเนินคดีทั้งทางแพ่งและอาญา หรือไม่กี่นาออดสู ได้แต่ ‘หลอกลวงเขากิน’ ไปเรื่อย ๆ โดยไม่พบความเจริญหรือความภาคภูมิใจ และยังเป็นบาปกรรมอย่างแท้จริงต่อทั้งตนเอง ลูกหลาน วงศ์ตระกูล

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

## 1. เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน

เรามารเริ่มต้นที่ผลประโยชน์ทางธุรกิจโดยตรงกันให้ชัด ๆ และไม่ 'กระมิดกระเมี้ยน' ไม่อ้อมค้อม กล่าวคือ ในเชิงการแข่งขันนั้น ธุรกิจต่าง ๆ มักแข่งกันที่คุณภาพ ราคา การส่งเสริมการขาย และทำเล ฯลฯ ส่วนการมีหลักประกันสินค้าหรือบริการ และการทำดีต่อผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย (ทั้งลูกค้า คู่ค้า ลูกค้า สังคม และสิ่งแวดล้อมในรูปการต่าง ๆ) ก็เป็นการแข่งขันในอีกมิติหนึ่งที่จะช่วยให้เราขายสินค้าได้มากขึ้น หรือทำให้วิสาหกิจของเรามีขีดความสามารถในการแข่งขันมากขึ้น ขีดความสามารถนี้พัฒนาจากระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ ไปจนถึงระดับนานาชาติ

ในปัจจุบัน ทุกฝ่ายต่างตระหนักถึงความสำคัญของการมีพฤติกรรมที่ดีงามของวิสาหกิจ ชื่อเสียงและคุณภาพการของวิสาหกิจเป็นปัจจัยที่มีความจำเป็นยิ่งขึ้นในการประกอบธุรกิจอย่างยั่งยืน ดังนั้น การมี CSR จึงเป็นกุญแจแห่งความสำเร็จที่ขาดไม่ได้

## 2. สร้างมูลค่าเพิ่ม

การมี CSR ก่อให้เกิดความเชื่อถือและภาพลักษณ์ที่ดีต่อผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียทั้งหลาย การแข่งขันห้าห้าทางธุรกิจแบบ 'ตาต่อตา ฟันต่อฟัน' ถูกมองว่าไม่สุภาพ ป่าเถื่อน แสดงนัยของความไม่น่าเชื่อถือต่อผู้ประกอบธุรกิจอย่าง 'ล่อนจ้อน' ดังนั้นกลยุทธ์ที่ทุกฝ่ายได้ประโยชน์ (win-win) จึงถูกนำมาใช้แทนที่การแข่งขันแบบเดิม ๆ ที่โหดร้าย

การดำเนินธุรกิจที่ขาดความรับผิดชอบ 'ด้านได้ อาย-อด' มุ่งแต่เอาเปรียบคนอื่น ย่อมไม่ได้รับความน่าเชื่อถือ และอ่อนไหวต่อการถูกทำลายโดยธุรกิจที่ประกอบอย่าง 'สมมาอาชีวะ' ด้วยเหตุนี้ ธุรกิจที่มี CSR จึงทำให้ผู้ถือหุ้นได้ประโยชน์ (ไม่ใช่เพียงได้หน้า) กล่าวคือ ทำให้ราคาหุ้นดี ไม่ตกต่ำ แต่กลับมีมูลค่าเพิ่มขึ้นเสมอ

## 3. เพิ่มรายได้

การที่วิสาหกิจของเราปฏิบัติดีต่อคู่ค้า เช่น จัดหาวัตถุดิบให้อย่างเป็นธรรม ไม่จำเป็นต้องติดสินบนฝ่ายจัดซื้อ จ่ายค่าบริการตรงเวลา และไม่ประวิง