

'CSR' เครื่องมือที่กำลังมาแรง เพื่อแบรนด์-ชื่อเสียงของบริษัท

ปัจจุบันบริษัทของไทยส่วนใหญ่มีความตื่นตัวต่อการรับผิดชอบต่อสังคมค่อนข้างสูง กระทั่งสถาบัน CSR Asia ซึ่งตั้งอยู่ที่ฮ่องกง ร่วมมือกับสถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย (AIT) เปิดศูนย์ CSR Asia Center at AIT ขึ้นเมื่อเร็วๆ นี้ พร้อมกับเผยแพร่วิจัย "ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในประเทศไทย" ว่าในระหว่างปี 2551-2552 บริษัทของไทยส่วนใหญ่ต่างตระหนักถึงความสำคัญของการเปิดเผยปัญหาต่างๆ ทางด้าน CSR เราคาดว่าทิศทางนี้จะยังคงได้รับการสนับสนุนในระดับสถาบันในประเทศไทย และได้รับความเข้าใจเพิ่มขึ้นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholder) เป็นที่แน่ชัดว่าบริษัทของไทยกำลังเริ่มที่จะตระหนักว่า CSR

กำลังกลายเป็นส่วนประกอบที่สำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ ในการสร้างภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัท และวิธีการเชิงกลยุทธ์สู่ CSR สามารถนำมาซึ่งผลประโยชน์ให้กับธุรกิจ

ผลการสัมภาษณ์ต่างๆ เผยว่าประธานกรรมการบริหารหรือซีอีโอเป็นผู้ขับเคลื่อนที่สำคัญสำหรับ CSR และ CSR ถูกมองว่า "สำคัญมาก" สำหรับบริษัท

บริษัทของไทยมีนโยบายทั่วไปอยู่แล้วแต่ความโปร่งใสในการดำเนินการนั้น

ค่อนข้างต่ำ ผลการสัมภาษณ์เปิดเผยว่าบรรดาบริษัทต่างๆ อ้างว่าพวกเขาทำมากกว่าสื่อสาร แม้จะมีการเปิดเผยนโยบายอยู่แล้วและใช้ช่องทางจำนวนมากเพื่อที่จะเข้าถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่หลากหลาย ได้แก่ เว็บไซต์ รายงาน CSR รายงานประจำปี สุนทรพจน์ ข่าวประชาสัมพันธ์ และการประชุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย นี้แสดงว่ามีที่เหลืออีกมากสำหรับการเติบโตในการรายงานและความโปร่งใสที่จะได้รับประโยชน์จากแนวโน้มของโลกซึ่งแสดงว่าความโปร่งใสมากขึ้นเป็นผลดีต่อกลยุทธ์ด้าน CSR การจัดการและการดำเนินงานของบริษัท

บริษัทเปิดเผยสิ่งที่ถูกควบคุมโดยกฎหมาย แต่ไม่ไปไกลเกินกว่านั้นและนอกเหนือจากนั้น ทำให้ส่งผลถึงระดับความโปร่งใสที่ค่อนข้างดีเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการ แต่ยังมีช่องว่างในด้านสำคัญอื่นๆ

การเน้นถึงการกำกับดูแลกิจการมีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่จะได้สิทธิขั้นพื้นฐานก่อน ทั้งนี้การกำกับดูแลกิจการ สุขภาพและความปลอดภัย และสิ่งแวดล้อมถูกระบุว่าเป็นส่วนที่สำคัญ

อย่างไรก็ตาม มีการไม่เชื่อมโยงอย่างมากกับสิ่งแวดล้อมซึ่งได้คะแนนสะสม ASR (Asian Sustainability Rating) หรือการจัดอันดับความยั่งยืนของเอเชียค่อนข้างต่ำสำหรับบริษัทไทย แต่อยู่ใน

ลำดับสูงสุดของการให้ความสำคัญสำหรับบริษัทและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเช่นเดียวกัน เมื่อพิจารณาถึงการให้ความสำคัญอย่างมากต่อสิ่งแวดล้อม โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและบริษัทต่างๆ เอง อีกทั้งความห่วงใยทางด้านการเมืองและวิทยาศาสตร์ เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และจะมีผลกระทบต่อประเทศไทยอย่างไร ซึ่งดูเหมือนว่านี่เป็นปัญหาที่จะต้องเฝ้าดูในระยะสั้น มีการคาดหวังว่าบริษัทต่างๆ จะปฏิบัติตามข้อผูกพัน จัดการความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และเน้นโอกาสต่างๆ ด้านเทคโนโลยีและกลยุทธ์ในการปรับเปลี่ยนใหม่ๆ

สำหรับบริษัทส่วนใหญ่ มีการวิเคราะห์อย่างชัดเจนระหว่างการทำบุญกับการลงทุนด้านประชาคม-บริษัทชี้แจงให้ความสำคัญกับปัญหาด้านสังคมและประชาคมอยู่ในลำดับแรกหรือลำดับที่สอง ในเวลาเดียวกันการทำบุญถูกให้ความสำคัญในลำดับน้อยที่สุด ความแตกต่างระหว่างการทำบุญกับการลงทุนด้านประชาคมนั้นยังมีความชัดเจนสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เมื่อตอบคำถามการสำรวจความสำคัญของ CSR พวกเขาให้ความสำคัญของการทำบุญเป็นลำดับสุดท้าย และให้ความสำคัญกับการลงทุนทางประชาคมและการอาสาสมัครของพนักงานในลำดับต้นๆ ■