

## ถึงยุคมหา'ลัยสร้างแบรนด์ 'คนดี'

เมื่อกิจกรรมค่ายอาสาที่ดำรงอยู่มา ยาวนานในมหาวิทยาลัย คุณจะได้รับ ความสนใจลดลงในสายตาของนัก ศึกษา เมื่อ "ความสำเร็จ" ในทัศนคติของ คนรุ่นใหม่อาจจะเพียงชื่อเสียง หน้าที่ การงานที่มั่นคง และรายได้มหาศาล

"ความดี" "การช่วยเหลือผู้อื่น" "การให้" และ "การแบ่งปัน" ในรั้วมหาวิทยาลัยอาจ กำลังถูกกลืนหายไปในโลกและสังคมที่เดิน อยู่บนเส้นทางของทุนนิยมในกระแสหลัก

ในหลายประเทศวันนี้ สถาบันการศึกษา กำลังตกเป็นจำเลยของสังคม ในฐานะ เป็นต้นทางของการสร้าง "คน" ที่กลายมา เป็นผู้บริหารระดับสูงที่ขาดจริยธรรมและนำ มาซึ่งวิกฤตเศรษฐกิจของโลก กระทั่ง "ฮาร์วาร์ด บิสซิเนส สกูล" ในวันนี้ต้องลง ครอบรอบ 100 ปี ยังต้องออกมาขอรับ ถึงความจริงและประกาศทบทวนบทบาท ของสถาบัน โดยจะมุ่งเน้นการผลิตคนที่มี คุณธรรมและจริยธรรมมากขึ้น

โดยไม่ได้มีนัยหมาย แนวโน้มที่ว่านี้ กำลังเกิดเช่นเดียวกับมหาวิทยาลัยใน ไทย และมากกว่าบทบาทของการเพิ่มมิติ ด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม ในหลักสูตรการเรียนการสอน

การเรียนนอกห้องเรียนอย่างกิจกรรม ค่ายอาสา การสร้าง "จิตอาสา" ของ นักศึกษาในมหาวิทยาลัย กำลังกลาย ประเด็นที่มหาวิทยาลัยหยิบนำไปสื่อสารสู่ สาธารณะ วัตถุประสงค์ปริมาณของจำนวน ข่าวที่มีการตีพิมพ์ในหน้าหนังสือพิมพ์ ตั้งแต่ต้นปี 2551 ถึงปัจจุบัน มีข่าวเกี่ยวกับ กิจกรรม "ความดี" เหล่านี้นับ 100 ข่าว โดยเฉพาะในจังหวัดที่วิกฤตเศรษฐกิจ ความขัดแย้งทางการเมือง และปัญหาทาง สังคมกำลังน่าเป็นห่วง

"การที่มีคนหยิบเรื่องจิตอาสา การทำ ความดีมาพูดมากขึ้น มันกำลังตอบเราว่า สังคมกำลังขาดเรื่องแบบนี้" สมเกียรติ รุ่งเรืองวิริยะ ผู้อำนวยการสำนัก ประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยรังสิต ตั้งข้อสังเกตกับปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น ในภาพรวมของแวดวงอุดมศึกษา

### วิชาการจัดการความดี การตัดสินใจเปิดวิชา "บริหารจัดการ ความดี"

(Good behavior management) ของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ซึ่งจะเป็นวิชาเลือกใหม่สำหรับนักศึกษา

ระดับปริญญาตรีในปีการศึกษา 2552 ที่จะ ถึง ก็ด้วยเหตุผลที่ว่านี้ รศ.ปรีชา อุรวัจน์ คณบดีคณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต บอกว่า เห็นอยู่ ว่าสังคมทุกวันนี้มีแต่การแก่งแย่งแข่งขัน วัตถุนิยม เป็นหน้าที่ของมหาวิทยาลัยที่จะ ผลิผลผลิตที่ดีให้กับสังคม เด็กจะต้องเป็น ทั้งคนเก่ง ดี และมีความสุข โดยเฉพาะ ถ้าทุกคนเป็นคนดี ก็จะเกิดพลังมหาศาล

สำหรับวิชา "บริหารจัดการความดี" เนื้อหาวิชาจะสอนให้นักศึกษารู้จักความ หมายของการทำดี วิเคราะห์พฤติกรรม ระดับบุคคล คือตนเองและผู้อื่น ระดับกลุ่ม และระดับสังคม เพื่อไปประยุกต์ใช้และ สอนให้รู้จักความดีในชีวิตประจำวัน มีการ ใช้ศาสนาเข้ามาใช้ ทั้งศาสนาพุทธ คริสต์ อิสลาม เพื่อให้มีใจเปิดกว้าง ภายในห้องจะ มีการจัดกิจกรรม บรรยาย อภิปราย นำกรณีศึกษามาวิเคราะห์ รวมถึงการ ศึกษาออกสถานที่ นำวิทยากรที่ได้รับการ ยอมรับจากสังคมว่าเป็นคนดี อย่าง ท่าน ว.วชิรเมธี ท่านเจ้าคุณอลงกต เจ้า อวาวสวัชพระบาทนาฬิ ฯลฯ และในส่วน ท้าย นักศึกษาจะต้องทำกิจกรรมโครงการ โดยนักศึกษาจะต้องออกไปสัมภาษณ์คนที่ เห็นว่ามีคุณดี แล้วใช้ความรู้ที่เรียนมา วิเคราะห์และนำเสนอภายในห้องเรียน

และเชื่อว่า "การเรียนวิชานี้ก็จะสามารถ ก้นหาสิ่งดีๆ ในตัวของเขาออกมา เกิดก็จะ เกิดความภูมิใจ"

สำหรับมหาวิทยาลัยแล้ว นี่ถือเป็นหนึ่ง การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ มหาวิทยาลัย ที่อยู่ในเนื้อของการดำเนินงาน

### MBA CSR ที่ ม.ศรีปทุม

2 ปีที่ผ่านมา ความใส่ใจในแนวคิด ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility :

CSR) ที่เคยแพร่หลายอยู่ในวงธุรกิจ กำลัง ได้รับความสำคัญเพิ่มมากขึ้นจาก มหาวิทยาลัย

ดร.จรรยา พุคยาภรณ์ ผู้ช่วยอธิการบดี มหาวิทยาลัยศรีปทุม กล่าวว่า "เราต้องการ เป็นมหาวิทยาลัยแรกๆ ที่กระตุ้นให้คนเห็น ความสำคัญของซีเอสอาร์ และเห็นทิศทาง ในแบบเดียวกัน โดยมีการนำเรื่องความรับ ผิดชอบต่อสังคมเข้ามาในมหาวิทยาลัย ศรีปทุมเมื่อปลายปี 2550"

โครงการแรกเริ่มภายในมหาวิทยาลัย คือการจัดให้เจ้าหน้าที่ อาจารย์ใน มหาวิทยาลัย และนักศึกษابรรพชาห่ม เพื่อสร้างความผูกพันด้วยคุณดี สร้างสติ ให้ผู้ผิดชอบชีวิต มาถึงการดูแลคุณภาพชีวิต ของคนในองค์กร โดยจัดเวทีแลกเปลี่ยน ปัญหาและความคิดเห็นในเรื่องต่างๆ เพราะเมื่อทุกคนมีความสุข ก็จะเริ่มแบ่งปัน และคิดถึงคนอื่นมากขึ้น รวมถึงโครงการ จิตอาสา ที่ให้นักศึกษาชั้นปีที่ 1 ทุกคนร่วม กันเสนอโครงการที่อยากจะทำให้กับ มูลนิธิใดๆ เพื่อปลูกจิตสำนึกของเขาในทาง ที่ถูกต้องแต่ต้น และเด็กจะรู้ว่าตัวเขาก็มี ส่วนช่วยเหลือสังคมได้มาก คิดว่าที่จะไปคิด เรื่องวัตถุนิยม

งานใหญ่ที่สุดงานหนึ่งที่ส่งให้ภาพ มหาวิทยาลัยศรีปทุมก้าวไปอยู่แถวหน้าของ ความจริงจังในเรื่องนี้ คือการจัดประชุมนานาชาติ USR ซึ่งไม่เพียงแต่เป็นครั้งแรก ในไทย แต่ยังเป็นครั้งแรกในโลกที่มีการ ระดมมหาวิทยาลัยจากทั่วโลก มาร่วม แลกเปลี่ยนความคิดเห็นด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในฝั่งของสถาบันการศึกษา และในอนาคตจะก้าวไปสู่การสร้าง เครือข่าย CSR ของมหาวิทยาลัย ที่เรียกว่า CSR Alliance ในเวทีระหว่างประเทศ และในอนาคตอันใกล้ยิ่งเตรียมที่จะเปิด หลักสูตรปริญญาโทด้านบริหารธุรกิจ ด้าน ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (MBA CSR) เพื่อผลิตผู้นำทางธุรกิจที่มีดีเอ็นเอ ของความรับผิดชอบต่อสังคม

### CSR กับสถาบันการศึกษา

ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในรั้ว มหาวิทยาลัยวันนี้ แม้ว่าด้านหนึ่งจะเกิดจาก

ความเปลี่ยนแปลงทั้งในบริบทโลกและบริบทของสังคมไทย แต่ในเวลาเดียวกันจะโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจ ภาพ "ความเป็นคนดี" นั้น ในมุมมองของนักสื่อสารที่คลุกคลีอยู่ในแวดวงการศึกษามายาวนาน เช่น "สมเกียรติ" มองว่า "พื้นฐานของคนที่ทำแบรนด์ทุกคน จุดยืนที่ดีที่สุด คือการที่แบรนด์เราก้าวไปอยู่ในใจผู้บริโภค เพราะวันนี้มีแบรนด์เป็นหมื่นที่พยายามที่จะเข้าไปอยู่ในใจพวกเขา ผมว่า CSR น่าจะเป็นการช่วยเปิดประตูให้ยอมรับแบรนด์นั้นได้ CSR จะเป็นการเปิดประตูไปสู่ใจผู้บริโภค"

โดยเฉพาะอย่างยิ่งใน "สถาบันการศึกษา" "ผมเชื่อว่าหลายธุรกิจที่ผู้บริโภคจะไม่ปลื้ม ถ้าเห็นเรื่องทุนเรื่องเงินเป็นใหญ่อย่างธุรกิจโรงพยาบาล ถ้าผู้บริหารออกมาบอกว่าเรากำไรมาก ผมว่าผู้บริโภคคงไม่พอใจ เพราะมันเป็นเรื่องสุขภาพชีวิตคน เช่นเดียวกับสถาบันการศึกษา ถ้าใครเห็นกำไรเป็นพระเจ้า ผมว่าองค์กรนั้นก็ไปไม่รอด เพราะในธุรกิจแบบนี้ การทำธุรกิจไม่ได้กำไรสูงสุด แต่ความพอใจสูงสุดมากกว่า"

ดังนั้นใน "ธุรกิจ" เช่นนี้ ความเป็นคนดีย่อมส่งผลกับการสร้างแบรนด์ ความเชื่อที่ว่าจึงทำให้มั่นใจในการเลือกประเด็น CSR ของมหาวิทยาลัยที่ถูกหยิบมาใช้ในการสื่อสารผ่านภาพยนตร์โฆษณาชุดล่าสุดในปีนี้ ที่หยิบเอาโครงการเพื่อสังคมส่วนหนึ่งจาก 120

โครงการ ในเรื่องการส่งต่อความรู้สู่สังคม ซึ่งเป็นหนึ่งใน 3 เรื่องหลักของการทำ CSR ในระดับกลยุทธ์ของมหาวิทยาลัยรังสิต ที่ประกอบด้วย 1.การให้โอกาส ด้วยการให้ทุนการศึกษาในลักษณะต่างๆ ทุนผู้ประสบภัย ฯลฯ 2.จิตอาสา ในนิยามความหมายในการเปิดโอกาสให้อาจารย์ นักศึกษาทำกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ ปลูกป่า ออกค่าย เป็นการแบ่งปันความมีไปให้คนที่ยังไม่มี 3.การส่งต่อความรู้ เช่น เกมพิชิตมาร การสร้างโปรแกรมแอนตี้แคมพรีอ็อก การทำวิจัย ซึ่งเป็นการใช้องค์ความรู้ในสิ่งที่ตัวเองมีไปยกระดับความเป็นอยู่ดีของสังคม ซึ่งเป็นกลยุทธ์ภายใต้นโยบายหลักที่ ประกาศไว้

**เพราะถึงวันนี้ บทเรียนในสังคมพิสูจน์ให้เห็นชัดแล้วซ้ำอีกว่า สังคมนี้ไม่ได้ต้องการแค่คนเก่ง แต่ยังขาดคนดี ในยุคสมัยนี้ แบรนด์ "คนดี" จึงมีภาษีกว่าในการเปิดประตูใจผู้บริโภค !!**