

# CSR กับ Brand



อนันตชัย ยูประภม  
ผู้อำนวยการ  
มูลนิธิสถาบันพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน

▼  
▼ ก่อนผมเดินทางไปอบรม CSR ที่จังหวัดสระบุรี ระหว่างเดินทางกลับกรุงเทพฯ น้องฝ่ายการตลาดซึ่งอยู่ออฟฟิศที่กรุงเทพฯ เล่าให้ผมฟังว่าเขาเคยอ่านบทความเกี่ยวกับ CSR ที่พูดว่า CSR สามารถทำให้แบรนด์ของสินค้าและองค์กรดีขึ้น ผมก็เลยถามต่อว่าเขาคิดอย่างไรกับประเด็นนี้ เชื่อว่า CSR

ทำได้หรือนั้นจริงหรือไม่

น้องบอกว่าก่อนหน้าคิดว่า CSR เป็นเรื่องของจิตอาสาเพียงอย่างเดียวทำให้เกิดความสงสัยว่า CSR ที่เป็นกิจกรรมสาธารณะกุศลจะไปสนับสนุนแบรนด์ของสินค้าและบริการขององค์กรได้อย่างไร ถ้าองค์กรทำกิจกรรมเพื่อสังคมมาก ๆ แล้วลูกค้าจะตัดสินใจซื้อสินค้าเหล่านั้นจริงหรือไม่ คำตอบก็คือ การส่งเสริมสังคมเป็นสิ่งที่ดีและก็คงขาดไม่ได้สำหรับโลกของ CSR แต่ต้องย้อนกลับไปดูก่อนว่า ความรับผิดชอบที่เป็นแก่นสำคัญของธุรกิจนั้น องค์กรได้ให้ความสำคัญหรือไม่

สำคัญหรือไม่ เพราะถ้าหวังพึ่งเพียงแต่การพัฒนาสังคมแล้วคิดว่าจะทำให้องค์กรมีความแข็งแกร่ง คู่ค้า คู่มีปัญหากับลูกค้าอยู่เป็นประจำหรือปัญหาที่เกิดขึ้นกับสังคมนั้นมาจากกระบวนการผลิตที่ไม่ได้มาตรฐานสร้างปัญหาให้กับชุมชนทั้งสุขภาพกายและสุขภาพใจ โครงการส่งเสริมชุมชนทำเท่าไรก็คงไม่สามารถแก้ปัญหาได้

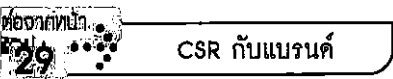
ดังนั้น เพื่อให้เข้าใจความสัมพันธ์ระหว่าง CSR กับแบรนด์ ประการแรกก็ต้องเข้าใจก่อนว่า CSR หมายรวมความรับผิดชอบต่อทั้งหมดในกระบวนการดำเนินธุรกิจของ

องค์กร ทั้งเรื่องของธรรมาภิบาล การดูแลลูกค้า การเคารพสิทธิมนุษยชน การปฏิบัติต่อแรงงาน การปฏิบัติทางธุรกิจอย่างเป็นธรรม สิ่งแวดล้อมและการพัฒนาชุมชนและสังคม จากนั้นก็ควรศึกษาทำความเข้าใจว่าประเด็นทั้งหมดภายใต้กรอบแนวคิดของ CSR มีความสัมพันธ์กับแบรนด์ในรูปแบบใดเพื่อจะได้สร้างการเชื่อมโยงเข้าหากันโดยมีด้วยกัน 3 รูปแบบ

รูปแบบแรกนี้เรียกว่าความสัมพันธ์แบบบูรณาการ (integrated approach) ทั้งนี้แบรนด์กับ CSR มีความผสมกลมกลืนจน

เป็นเนื้อเดียวกัน และ CSR เป็นตัวขับเคลื่อนแบรนด์ขององค์กร ความรับผิดชอบจึงต้องอยู่ในทุกส่วนทุกกระบวนการ เรียกว่าแทรกตรงไหนก็ต้องสัมผัสได้เพราะเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคใช้ตัดสินใจในการซื้อ เช่น ห้าง Whole Foods ของอเมริกาที่ขายแต่สินค้าอาหารธรรมชาติ นั่นแต่วิธีการปลูก การค้ากับเกษตรกรอย่างเป็นธรรม การขนส่ง บรรจุกฎหมาย การดูแลลูกค้า และอื่น ๆ ทั้งหมดต้องมีความรับผิดชอบต่อใครครบ สำหรับบ้านเราจะเห็นอย่างสินค้าของ อภัยภูเบศรที่เป็นสมุนไพร และให้ชุมชนเป็นผู้ผลิต

รูปแบบที่ 2 CSR กับแบรนด์เป็นลักษณะทางเลือก (selective approach) ประมาณว่า CSR



สามารถขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจขององค์กรเช่นกันแต่ไม่ใช่ทั้งหมด เป็นบางประเด็นเท่านั้น ดังนั้น CSR จึงช่วยให้ธุรกิจสามารถสร้างความแตกต่าง (differentiate) ให้ตนเองออกจากการแข่งขัน หรือเจาะกลุ่มเป้าหมายย่อย รวมถึงเพื่อเป็นการป้องกันการกระทบกระเทือนไปยังแบรนด์หลัก ดังนั้น CSR จึงถูกนำไปเชื่อมโยงกับแบรนด์ย่อยมากกว่าแบรนด์หลักและองค์กรโดยรวม เช่น ห้าง Sainsbury ในอังกฤษที่การออกสินค้ารุ่น Fair Trade และการใช้

พันธมิตรอย่างองค์กรที่เกี่ยวข้องกับ Fair Trade มาสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสินค้ารุ่นนั้นซึ่งถือเป็นแบรนด์ย่อยขององค์กร

รูปแบบที่ 3 นี้ CSR กับแบรนด์มีลักษณะแยกออกจากกัน (invisible approach) โดยที่ CSR ถือเป็นหลักหรือปรัชญาสำคัญขององค์กร แต่มีบทบาทน้อยในการสื่อสารหลักขององค์กร ซึ่งแตกต่างจาก 2 รูปแบบข้างต้นที่ CSR มีส่วนสำคัญในการสื่อสารขององค์กร อย่างเช่น บริษัทเสื้อผ้า ถึงแม้ว่าจะให้ความสำคัญกับ supplier ที่ต้องไม่ใช่แรงงานเด็ก แรงงานบังคับ แต่แบรนด์ขององค์กรก็ไม่ได้เอ่ยถึง CSR ในการสื่อสารการตลาด เพราะ CSR ไม่สามารถสร้างความแตกต่างสินค้าออกจากรุ่นอื่นด้วย CSR ได้ ผู้ซื้อจะซื้อสินค้า เพราะคุณสมบัติด้านประโยชน์ใช้สอย (functional attribute) เช่น แฟชั่น ราคา มากกว่าคุณสมบัติทางสังคม (social attribute) ธุรกิจจึงไม่สื่อสารเพราะไม่ต้องทำให้ถูกมองว่าเป็นแบรนด์ที่ใจบุญ แต่สามารถเชื่อมโยง CSR ด้วยการทำกิจกรรมอื่น ๆ เช่น การตัดส่วนแบ่งจากการขายไปบริจาค (cause-related marketing) เป็นต้น รวมถึงต้องมีความระมัดระวังในกระบวนการทำธุรกิจหรือในสายโซ่อุปทาน (supply chain) เพราะถึงแม้ว่าจะไม่ใช่ปัจจัยที่ขับเคลื่อนให้เกิดการซื้อแต่ถ้ามีความผิดพลาดด้าน CSR ก็ส่งผลกระทบต่อแบรนด์ได้เช่นกัน

ซึ่งไม่ว่ารูปแบบใดจะเห็นว่าเราให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อทั้งหมดที่อยู่ในกระบวนการของการดำเนินธุรกิจและเชื่อมโยงมายังการพัฒนาชุมชนและสังคมภายนอก เพราะถ้าขาดความรับผิดชอบต่อทั้งหมดในธุรกิจ มีแต่ความรับผิดชอบต่อสังคม

ภายนอก แบรนด์ที่ได้มาก็ถึงประมาณ เป็นคนที่ไม่มีใครไม่มีความรับผิดชอบ แต่ถ้าครบทั้งสองส่วน ใจด้วยครับเพราะคนที่มีความรับผิดชอบต่อใคร ๆ ก็คงอยากคบ อยากสนับสนุนและลงทุนด้วยคนครับ