

เรื่องเด่นประจำฉบับ

วิสาหกิจเพื่อสังคมและความรับผิดชอบต่อสังคม: ภาครัฐร่วมการลดความเหลื่อมล้ำในสังคม

ความเหลื่อมล้ำในสังคมไทยได้กลายเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ โดยเฉพาะผลกระทบที่มีต่อความสมานฉันท์และความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของคนไทย ผลกระทบต่อต้นทุนและโอกาสทางเศรษฐกิจ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน รวมทั้งเสถียรภาพการทางการเมือง ความไม่สงบและความแตกแยกในสังคมในช่วงที่ผ่านมา ส่วนหนึ่งตอกย้ำถึงปัญหาความเหลื่อมล้ำในการกระจายรายได้ โอกาส และสิทธิต่างๆ ที่เรื้อรังมาเป็นเวลานาน⁵ การดำเนินการเพื่อแก้ปัญหาความเหลื่อมล้ำของการกระจายรายได้และการเข้าถึงทรัพยากรและสิทธิด้านต่าง ๆ นั้น รัฐบาลจำเป็นต้องดำเนินมาตรการหลายด้าน ซึ่งใช้เวลาในการดำเนินการให้บังเกิดผล และจะไม่สามารถดำเนินการได้อย่างสัมฤทธิ์ผลโดยภาครัฐเพียงลำพัง หากแต่จะต้องอาศัยแนวร่วมจากภาคประชาชนและภาคธุรกิจเอกชน สำหรับภาคธุรกิจเอกชนนั้นมีทั้งศักยภาพและทรัพยากร และช่องทางการดำเนินการที่มีความยืดหยุ่น รวมทั้งสามารถเข้าถึงประชาชนกลุ่มต่าง ๆ ได้มาก จึงสามารถมีบทบาทที่สำคัญในการช่วยบรรเทาปัญหาความเหลื่อมล้ำและสร้างความเป็นธรรมทางสังคมของไทยได้ โดยผ่านกระบวนการสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (Corporate Social Responsibility: CSR) และการดำเนินกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) ซึ่งได้ถือกำเนิดขึ้นในสังคมไทยมาเป็นเวลานาน เพียงแต่ยังต้องพัฒนากระบวนการพัฒนากิจการเพื่อสังคมและการสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมให้สามารถร่วมสร้างความเป็นธรรมและการแก้ปัญหาความยากจนในสังคมไทยได้อย่างยั่งยืน และมีทิศทางสอดคล้องกับการผลักดันโดยภาครัฐเอง เพื่อให้เกิดเป็นพลังร่วมที่ช่วยในการแก้ปัญหาความเหลื่อมล้ำและความยากจนสัมฤทธิ์ผลเป็นรูปธรรมและมีความยั่งยืน

บทบาทของภาคธุรกิจเอกชน: ร่วมสร้างความเป็นธรรมและการแก้ปัญหาความยากจนในสังคมไทย

การดำเนินกิจกรรมในลักษณะความรับผิดชอบต่อสังคมไทยของภาคธุรกิจเอกชนหรือแนวคิด CSR มีมานานแล้ว แต่เพิ่งมีกระแสนี้ตัวในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะในรูปแบบของการบริจาคเงินและสิ่งของ ส่วนหนึ่งเกิดจากความพยายามของภาคธุรกิจในการนำแนวความคิดด้าน CSR มาใช้เป็นกลยุทธ์ขององค์กรเพื่อสร้างความยั่งยืน และการส่งเสริมการขายขององค์กรผ่านการสร้างภาพลักษณ์ในด้านความเป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม เนื่องจากกระแสผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญต่อสินค้าและบริการที่มีกระบวนการผลิตตามแนวคิด CSR มากขึ้น ในระยะแรกจึงเป็นการดำเนินการเพื่อการสร้างภาพลักษณ์และผลตอบแทนในเชิงธุรกิจเป็นสำคัญ อย่างไรก็ตาม ในระยะหลังภาคธุรกิจเอกชนมีความตระหนักมากขึ้นถึงความสำคัญของการอยู่ร่วมกันอย่างเกื้อกูลซึ่งกันและกันของสังคมที่เข้มแข็งและการดำเนินธุรกิจของภาคเอกชน และการสร้างบรรยากาศทางสังคมและการเมืองที่เข้มแข็งจะเอื้อต่อการดำเนินธุรกิจและการลงทุนของภาคเอกชน

ประเทศไทยมีหน่วยงานเอกชนจำนวนมากที่ประกาศตัวอย่างชัดเจนว่าได้ดำเนินธุรกิจ พร้อมทั้งดำเนินกระบวนการสร้างความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น โครงการสำนักirkบ้านเกิดของดีแตก ที่เป็นการมอบทุนการศึกษาให้กับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 จนจบปริญญาตรี เพื่อกลับไปพัฒนาบ้านเกิดของตนเอง โครงการสื่อสารสังคมสร้างโอกาสเข้าถึงคุณภาพชีวิตที่ดีของบริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด เป็นโครงการที่สร้างโอกาสการเข้าถึงระบบสื่อสารให้กับผู้คนที่ห่างไกลทุรกันดาร โครงการสานรัก คนเก่งหัวใจแกร่ง โดยบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) เพื่อช่วยเหลือเยาวชนด้อยโอกาส และโครงการเกษตรผสมผสานตามแนวพระราชดำริ 7 ไร่ 7 ไร่ 7 ไร่ ของบริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด (มหาชน) โดยประยุกต์เศรษฐกิจพอเพียงในการส่งเสริมอาชีพที่หลากหลายให้กับเกษตรกรมีทางเลือกประกอบอาชีพตามความพร้อม เป็นต้น

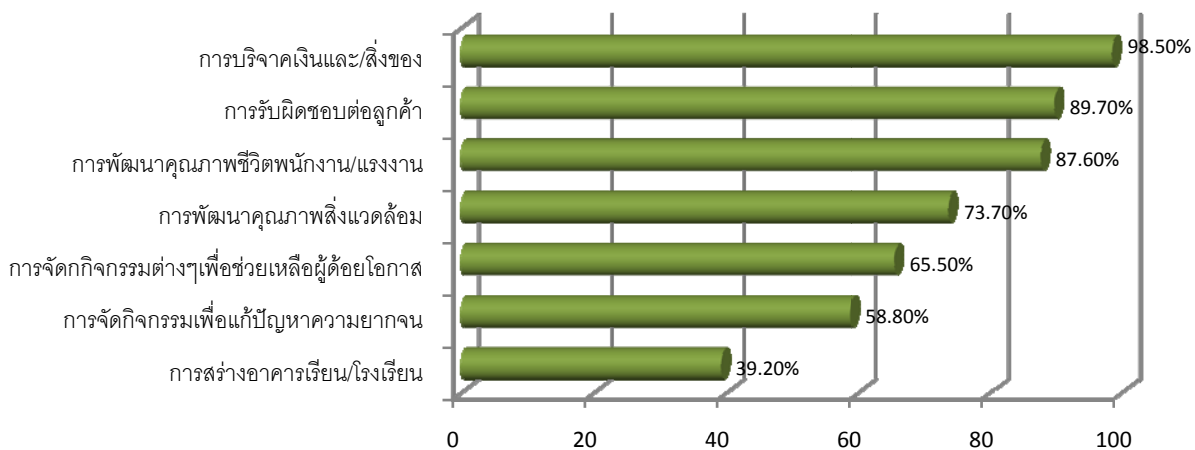
⁵ ช่องว่างระหว่างรายได้ของกลุ่มผู้มีรายได้สูงสุดกับกลุ่มผู้มีรายได้ต่ำสุด มีความแตกต่างกันมากคือ กลุ่มประชากรรายสุดมีสัดส่วนครองรายได้ร้อยละ 37.2 ในปี พ.ศ. 2531 และเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 38.4 ในปี พ.ศ. 2552 เทียบกับกลุ่มจนสุดครองรายได้เพียงร้อยละ 1.8 ในปี พ.ศ. 2531 และร้อยละ 1.7 ในปี พ.ศ. 2552 ทำให้มีความแตกต่างกันของรายได้ระหว่างกลุ่มคนรวยสุดกับกลุ่มคนจนสุดถึง 20.83 เท่าในปี พ.ศ. 2531 และเพิ่มเป็น 22.73 เท่าในปี พ.ศ. 2552

ความหมาย CSR

หมายถึง การดำเนินกิจกรรมของภาคเอกชน ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมทั้งในระดับใกล้และไกล ด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในหรือจากภายนอกองค์กร ในอันที่จะทำให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข จึงเป็น “การคืนกำไรให้สังคม” ของภาคธุรกิจเอกชน โดยครอบคลุมถึงผู้มีส่วนได้เสียของบริษัท (stake holder) ตั้งแต่ระดับลูกค้าจนถึงระดับประเทศ เช่น การสร้างผลิตภัณฑ์ที่เน้นคุณค่ามากกว่ามูลค่า การแบ่งปันหรือการใช้ทรัพยากรร่วมกัน การดูแลและรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสภาพแวดล้อม การเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างปกติสุข การสร้างความร่วมมือระหว่างกลุ่มหรือเครือข่ายอื่นๆ ในการพัฒนาสังคม เป็นต้น

CSR สามารถจำแนกออกได้เป็น 3 ประเภท คือ 1) CSR-after-process หรือ “กิจกรรมเพื่อสังคม” ซึ่งเป็นองค์กรธุรกิจที่แสวงหากำไร เพื่อสร้างให้เกิดประโยชน์แก่สังคม 2) CSR-in-process หรือ “ธุรกิจเพื่อสังคม” คือ ธุรกิจที่หากำไรอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม และ 3) CSR-as-process หรือ “กิจการเพื่อสังคม” คือ ดำเนินงานโดยไม่แสวงหากำไรให้แก่ตนเอง เป็นหน่วยงานที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อยังประโยชน์ให้แก่สังคมในทุกกระบวนการของกิจการ

ลักษณะกิจกรรม CSR ที่ทำ



ผลการสำรวจบริษัทต่าง ๆ ทั่วประเทศพบว่า การดำเนินกิจกรรมส่วนใหญ่ยังคงเป็นการบริจาคเงินและสิ่งของ จากการสำรวจจำนวน 200 แห่ง⁶ พบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 97 มีการทำกิจกรรม CSR โดยในจำนวนที่ทำกิจกรรม CSR นั้นการบริจาคเงิน/สิ่งของคิดเป็นร้อยละ 98.5 เช่น การช่วยเหลือผู้ประสบสาธารณภัยต่างๆ การช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาส การมอบทุนการศึกษาแก่ผู้ด้อยโอกาส เป็นต้น โดยให้เหตุผลว่า เป็นการดำเนินกิจกรรมที่ง่ายและสะดวก รองลงมาคือ ร้อยละ 89.7 เป็นการดำเนินกิจกรรมในลักษณะความรับผิดชอบต่อลูกค้า เช่น การพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพสูงขึ้น การให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่ลูกค้า ร้อยละ 87.6 เป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตพนักงาน/แรงงาน เช่น การจัดสวัสดิการแรงงานให้แรงงาน/ครอบครัว การจัดอาหารกลางวันฟรี เป็นต้น และร้อยละ 73.7 เป็นการพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อม เช่น การพัฒนาสภาพแวดล้อมในชุมชน การจัดกิจกรรมขยะ Recycle เข้าร่วมกิจกรรมลดโลกร้อน และการปลูกป่า เป็นต้น สำหรับกลุ่มที่ไม่มีการทำกิจกรรม CSR นั้นเป็นธุรกิจขนาดเล็ก

ในขณะที่มีการดำเนินกิจกรรมที่ตั้งเป้าหมายเพื่อแก้ปัญหาความยากจน สร้างความเป็นธรรม และสร้างโอกาสแก่คนระดับล่าง นั้นมีเพียงร้อยละ 58.8 ซึ่งจากข้อมูลการสำรวจนั้นบ่งชี้ว่า ธุรกิจที่ดำเนินกิจกรรมเพื่อแก้ปัญหาความยากจนนั้นเป็นกลุ่มธุรกิจเอกชนที่มีขนาดต่าง ๆ กัน โดยที่บริษัทที่ไม่ได้ดำเนินการเพื่อเป้าหมายนี้โดยตรงนั้น ส่วนใหญ่เห็นว่า เป็นเรื่องยุ่งยาก ต้องใช้บุคลากรจำนวนมาก และต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมสูง ซึ่งบริษัทที่ดำเนินกิจกรรม CSR ในลักษณะนี้ส่วนใหญ่เป็นบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เนื่องจากเป็นกิจการขนาดใหญ่มีความพร้อมมากกว่าบริษัททั่วไป โดยดำเนินกิจกรรมในเรื่องการส่งเสริมการจ้างงานในท้องถิ่น/ชุมชน การจ้างงานคนพิการ การจัดอาหารเลี้ยงคนจน/คนด้อยโอกาส การให้เงินกู้โดยไม่คิดดอกเบี้ย/คิดในอัตราต่ำ การสร้างอาชีพ/ฝึกอาชีพ รวมทั้งการขายปัจจัยการผลิตในราคาต่ำกว่าท้องตลาด

⁶ สศช., 2553, โครงการสำรวจความคิดเห็นและทัศนคติทางสังคมรายไตรมาส เรื่อง การกิจร่วมของเอกชนในการแก้ไขปัญหาความยากจนและลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม: CSR และ Social Enterprises

กิจกรรม CSR เพื่อแก้ปัญหาความยากจน สร้างความเป็นธรรม และสร้างโอกาสแก่คนระดับล่าง

บริษัทที่ทำ กิจกรรม	รายได้รวมของบริษัท ปี 2552					
	ไม่เกิน 50 ล้านบาท	51 - 200 ล้านบาท	201 -500 ล้านบาท	501 - 1,000 ล้านบาท	มากกว่า 1,000 ล้านบาท	รวม
จำนวน	17	32	19	9	37	114
ร้อยละ	41.5%	51.6%	59.4%	64.3%	82.2%	58.8%
จำนวนผู้ตอบ แบบสอบถาม	41	62	32	14	45	194

ต่อมาได้มีการวิวัฒนาการจากแนวคิด “ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility)” ไปสู่กิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) โดยเป็นกิจการธุรกิจเอกชนที่ผลิตหรือค้าขายสินค้าโดยใช้กลยุทธ์การค้าขายในรูปแบบธุรกิจเอกชนที่มุ่งแสวงหากำไร แต่จะนำกำไรส่วนหนึ่งหรือทั้งหมดไปใช้เพื่อสังคม ซึ่งมีความแตกต่างจาก CSR ที่ว่า CSR เป็นโครงการเพื่อสังคมของภาคธุรกิจที่แสวงหากำไร ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมของภาคธุรกิจเอกชน ในขณะที่กิจการเพื่อสังคมนั้น ทั้งองค์กรมีความมุ่งหมายในการที่จะดำเนินธุรกิจที่มีเป้าหมายทางสังคมเป็นหลัก

ผลจากการเกิดความตื่นตัวเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม ทำให้เกิดการตื่นตัวต่อเนื่องในการทำกิจการเพื่อสังคม จะเห็นได้จากองค์กรที่เคยดำเนินการในรูปแบบสมาคมหรือองค์กรพัฒนาเอกชนต่างหันมาทำธุรกิจในลักษณะกิจการเพื่อสังคม เพื่อหารายได้มาดำเนินงานในส่วนที่ทำได้เพื่อสังคม เพื่อลดปัญหาการต้องพึ่งพาเงินบริจาคที่ไม่สม่ำเสมอและมีแนวโน้มลดลง ทางออกในการแก้ไขปัญหาดังกล่าวก็คือ การก่อตั้งกิจการแบบธุรกิจเอกชน เพียงแต่ลักษณะของธุรกิจเน้นผลการดำเนินงานเพื่อสังคม อย่างไรก็ตาม แม้จะมีการตื่นตัวและจัดตั้งกิจการเพื่อสังคมกันมากขึ้น แต่ส่วนใหญ่ยังเป็นกิจการขนาดเล็กที่ดำเนินโดยกลุ่มที่มีประสบการณ์จากการช่วยเหลือพัฒนาสังคมในบทบาทขององค์กรเอกชน (NGO) มาก่อน เช่น กลุ่มออมทรัพย์คลองเปื่อย โครงการตอยตุง มูลนิธิแม่ฟ้าหลวง ร้าน Cabbages & Condoms มูลนิธิโรงพยาบาลอภัยภูเบศร บริษัท Open Dream บริษัทไทยคราฟท์ แฟร์เทรด จำกัด ร้านเลมอนฟาร์ม และบริษัท BREAD เป็นต้น

บริษัท ไทยคราฟท์ แฟร์เทรด จำกัด ก่อตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ.2538 ดำเนินธุรกิจในการบริหารจัดการตลาดให้แก่กลุ่มผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรม โดยสินค้าหัตถกรรมจะต้องเป็นไปตามเงื่อนไขขององค์กรแฟร์เทรด นอกจากนั้นบริษัทยังให้บริการที่ปรึกษาด้านการตลาด การออกแบบ และการผลิตให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นชาวต่างชาติและตลาดต่างประเทศ โดยที่การดำเนินการของบริษัทได้ส่งผลในรูปธรรมในการสร้างอาชีพเสริม ทำให้กลุ่มชาวบ้านโดยเฉพาะกลุ่มสตรีและกลุ่มผู้ด้อยโอกาสไม่ต้องเดินทางออกนอกพื้นที่เพื่อหารายได้เสริม และเป็นการสืบสานและพัฒนาศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นให้คงอยู่ รวมทั้งเป็นการลดการเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลาง ซึ่งส่งผลให้กลุ่มต่างๆ เหล่านี้มีรายได้เสริม เช่น กลุ่มผู้พิการ โรคเรื้อรัง และโรคเอดส์แห่งกลุ่มมโนรมย์ จังหวัดชัยนาทที่ผลิตเครื่องประดับจากกะลามะพร้าวและหินสี และกลุ่มผลิตโคไฟ จังหวัดสระบุรี โดยบริษัทมีนโยบายว่า สินค้าที่ผ่านการสนับสนุนจากบริษัทจะต้องเป็นสินค้าคุณภาพเท่านั้น เพื่อให้ลูกค้าซื้อจากคุณภาพของสินค้า ไม่ใช่จากการส่งเสริมหรือความสงสาร ซึ่งจะมีความยั่งยืนในการพัฒนามากกว่า

บริษัท ธุรกิจเพื่อพัฒนาการศึกษาและชนบท จำกัด หรือ BREAD (Business for Rural Education and Development co., Ltd.) เป็นองค์กรธุรกิจแบบใหม่ที่เรียกว่า “ธุรกิจเพื่อสังคม” มีวัตถุประสงค์ที่จะนำกำไรของบริษัทที่ได้จากการดำเนินธุรกิจ ไปใช้ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนในชนบทให้ดีขึ้นโดยจะดำเนินการผ่านทางองค์กรเอกชนสาธารณประโยชน์ต่างๆ ในเครือข่ายของบริษัทโดยเฉพาะทางด้านการศึกษาที่เกี่ยวเนื่องชีวิตและการพัฒนาชุมชน โดยผลิตภัณฑ์ของ BREAD ในปัจจุบัน คือ “ข้าวโรงเรียน” ผลิตภัณฑ์ข้าวหอมมะลิ 100% ในลักษณะข้าวถุงเพื่อการบริโภคผลิตโดยความร่วมมือของนักเรียน ครู ผู้ปกครองและชุมชนใกล้เคียงของโรงเรียนลำปลายมาศพัฒนา โดยมี BREAD เป็นผู้จัดการจำหน่าย วางจำหน่ายที่ท็อปซูเปอร์มาร์เก็ต เซ็นทรัลฟู้ดฮอลล์ ร้านใบจากและร้านเลมอนกรีน มีทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็กที่บรรจุเพียง 1 อิ่ม ด้วยสีสนิมที่สดใส ชูสโลแกน “ข้าวทุกคำ เพื่อสร้างเด็กดีและขจัดความยากจน” โดยผลกำไรได้นำไปพัฒนาและบริหารโรงเรียนลำปลายมาศพัฒนา เพื่อสร้างโอกาสให้กับนักเรียนชนบทได้มีโอกาสเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ

ปัจจัยผลักดันการดำเนินการเพื่อรับผิดชอบต่อสังคมและกิจการเพื่อสังคมในการลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม

ภาคธุรกิจเอกชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการทำ CSR และกิจการเพื่อสังคมกันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน โดยมีปัจจัยจูงใจและผลักดัน 3 ประการ ได้แก่ (1) ความตระหนักในปัญหาของสังคมที่ไม่อาจดูถูกหรือปล่อยให้เป็นหน้าที่ของฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งโดยลำพัง และปัญหาทางสังคมในที่สุดแล้ว จะส่งผลกระทบต่อการค้าดำเนินธุรกิจอย่างราบรื่นและมีเสถียรภาพด้วย จึงเป็นการพัฒนาความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นระหว่างภาคธุรกิจและสังคม โดยมีเป้าหมายเป็นคุณค่าเดียวกันขององค์กรและสังคม (2) ความสำนึกรับผิดชอบต่อตนเองมีส่วนที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมจากการประกอบธุรกิจ และ (3) ข้อกำหนดทางกฎหมายหรือระเบียบกฎเกณฑ์ต่างๆ ที่ได้มี

การบรรจุเรื่องของ CSR ไว้เป็นข้อปฏิบัติทางธุรกิจเพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ ธุรกิจจึงจำเป็นต้องปฏิบัติตามเพื่อให้กิจการเป็นที่ยอมรับของสังคมและสามารถดำเนินกิจการได้ด้วยความราบรื่น

แม้ว่าจะมีปัจจัยหลักทั้ง 3 ประการที่กระตุ้นให้ภาคธุรกิจเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการทำ CSR และกิจการเพื่อสังคมอย่างแพร่หลายมากขึ้น แต่ยังมีบริษัทส่วนหนึ่งที่ไม่มีการดำเนินกิจกรรม CSR ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 3 ของการสำรวจ โดยบริษัทเหล่านี้ให้เหตุผลว่า ไม่มีความรู้เกี่ยวกับ CSR ไม่มีบุคลากรที่จะดำเนินการ ไม่มีงบประมาณ (ยังขาดทุนอยู่) และไม่ทราบว่าจะทำ CSR ไปเพื่ออะไร ซึ่งสอดคล้องกับข้อค้นพบเกี่ยวกับอุปสรรคของบริษัทที่ได้ดำเนินกิจกรรม CSR ได้แก่ ยังขาดองค์ความรู้เกี่ยวกับ CSR ขาดงบประมาณดำเนินการ ขาดบุคลากรที่จะรับผิดชอบดำเนินการ ขาดการสนับสนุนจากภาครัฐ และไม่ทราบว่าจะทำ CSR เรื่องอะไร

ในส่วนของกิจการเพื่อสังคมนั้น ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกบ่งชี้ถึง กิจการเพื่อสังคมที่เข้มแข็งและมีเป้าหมายเพื่อช่วยเหลือสังคมอย่างจริงจังจะมีบทบาทในการแก้ไขปัญหาความยากจนและความเหลื่อมล้ำในสังคมได้เป็นอย่างดี แต่ระดับผลกระทบ (Impact) ยังไม่มากนัก ด้วยเหตุผลที่ว่ากิจการเพื่อสังคมโดยทั่วไปมีขนาดเล็ก ส่วนใหญ่เกิดจากผู้ก่อตั้งที่มีความมุ่งมั่นที่จะทำกิจการเพื่อสังคม แต่ยังมีข้อจำกัดด้านเงินทุน และไม่สามารถหาเงินกู้จากสถาบันการเงินได้ ทำให้ไม่สามารถดำเนินการตามเป้าหมายได้เท่าที่ควร และบางกิจการเพื่อสังคมยังมีจุดอ่อนด้านการบริหารจัดการในเชิงธุรกิจเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด รวมทั้งกฎเกณฑ์ต่างๆ ของภาครัฐยังไม่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินกิจการเพื่อสังคมด้วย

ภาครัฐกับแนวทางการขยายการสร้าง ความรับผิดชอบต่อสังคมและกิจการเพื่อสังคมในการบรรเทาปัญหาความเหลื่อมล้ำในสังคมไทย

จากผลการสำรวจการดำเนินกิจกรรม CSR ในประเทศไทย พบว่า กิจกรรมส่วนใหญ่ยังไม่ได้มีจุดเน้นในการบรรเทาปัญหาความยากจนและการลดปัญหาความเหลื่อมล้ำและสร้างความเป็นธรรมในสังคม การดำเนินการยังเป็นลักษณะของการสงเคราะห์เป็นสำคัญ ซึ่งไม่สามารถบรรเทาปัญหาความเหลื่อมล้ำและแก้ปัญหาความยากจนอย่างยั่งยืนได้ เพราะการช่วยเหลือในรูปแบบนี้ไม่ได้เพิ่มทักษะใหม่ๆ ไม่สามารถสร้างโอกาสทางอาชีพได้อย่างชัดเจน และไม่ได้สร้างการพึ่งพาตนเองและความเข้มแข็งให้กับชุมชน แต่กลับสร้างวัฒนธรรมการร้องขอและรอคอยความช่วยเหลือเพิ่มขึ้น ดังนั้น ภาครัฐต้องสร้างกระแสให้ภาคธุรกิจเอกชนมีความตระหนักในการดำเนินกิจกรรม CSR และกิจการเพื่อสังคมที่ให้ความสำคัญกับการบรรเทาปัญหาความเหลื่อมล้ำ สร้างความเป็นธรรม และการแก้ปัญหาความยากจนในสังคมไทย

อย่างไรก็ตาม การบรรเทาปัญหาความเหลื่อมล้ำ การสร้างความเป็นธรรม และการแก้ปัญหาความยากจนในสังคมไทยนี้หมายรวมถึงทั้งกิจกรรม CSR หรือ กิจการเพื่อสังคมที่มุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชน ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม การบำรุงรักษาทรัพยากร กิจกรรมการให้ความรู้ด้านสิทธิพื้นฐานและการเข้าถึงกระบวนการยุติธรรม การดำเนินธุรกิจบนฐานของการบริหารจัดการที่ดีล้วนส่งผลต่อการบรรเทาปัญหาความเหลื่อมล้ำ ช่วยสร้างความเป็นธรรมและช่วยแก้ปัญหาความยากจนในสังคมไทยด้วยเช่นกัน สิ่งที่ต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่งก็คือ กิจกรรมเหล่านี้จะต้องสามารถพัฒนาศักยภาพชุมชนหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกิจกรรมของ CSR และกิจการเพื่อสังคมเพื่อนำไปสู่การพึ่งพาตนเอง ในขณะที่บริษัทเอกชนเองก็ดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส แข่งขันอย่างเป็นธรรม มีความเป็นธรรมต่อพนักงานและมีความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งจะมีส่วนช่วยให้เกิดความยั่งยืนในการพัฒนาสังคมไทย



ข้อเสนอแนะที่อยากให้รัฐบาลดำเนินการ/สนับสนุน	ร้อยละ*
มาตรการเกี่ยวกับภาษี เช่น การลดหย่อนภาษี	24.1
มีส่วนร่วมในการทำ CSR และต่อยอดโครงการได้ เช่น การอำนวยความสะดวกแก่เอกชน รัฐเสนอโครงการ CSR แก่เอกชน ประสานงานและร่วมกันทำกิจกรรม	19.3
สนับสนุนด้านงบประมาณ	13.3
สนับสนุน ส่งเสริมให้ความรู้เรื่อง CSR/ขยายความรู้เกี่ยวกับ CSR	12
ด้านข้อมูล สภาพปัญหาความจำเป็นในการช่วยเหลือต่างๆ ความต้องการของชุมชน	8.4
มีหน่วยงานกลางที่ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับ CSR และอื่นๆ เช่น ให้ไปประกาศ	7.2
การประชาสัมพันธ์ให้ความรู้เกี่ยวกับ CSR/รณรงค์เผยแพร่ CSR อย่างจริงจัง/จัดกิจกรรมเชิญชวนให้เอกชนเข้าร่วม	4.8
กำหนดทิศทาง CSR ที่ชัดเจน	3.6
สนับสนุนให้มีการทำ CSR ทั้งหน่วยงานรัฐและภาคเอกชน	3.6
ให้ความรู้เกี่ยวกับ CSR แก่เจ้าหน้าที่รัฐ	1.2
บรรจุใน ISO 26000	1.2
รัฐควรใส่ใจและเข้าใจเอกชนมากขึ้น	1.2

*จำนวนบริษัทที่ตอบแบบสอบถามมี 66 บริษัท จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 280 บริษัท

บทสรุป

จากกรอบแนวคิดการพัฒนาในปัจจุบันที่เน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการขับเคลื่อนการพัฒนานั้น กิจกรรมของ CSR และกิจการเพื่อสังคม กิจกรรมของภาครัฐ กิจกรรมของภาคองค์กรเอกชน และกิจกรรมของชุมชนและกลุ่มต่างๆ จึงเป็นพลังร่วมที่หากมีการบูรณาการอย่างมีทิศทางก็จะมีพลังในการผลักดันการพัฒนาสังคมได้มากขึ้น ภาคเอกชนควรพิจารณาเพิ่มบทบาทในการแก้ปัญหาความเหลื่อมล้ำ สร้างความเป็นธรรมและแก้ปัญหาความยากจนโดยภาคเอกชน ด้วยการส่งเสริมหรือต่อยอดในกิจกรรมหรือลักษณะงานที่ภาครัฐและภาคีการพัฒนาอื่นๆ มีความเชี่ยวชาญน้อยกว่า มีศักยภาพไม่เพียงพอ หรือมีความยืดหยุ่นในการดำเนินการน้อยกว่า เช่น ด้านการตลาด การส่งเสริมการขาย การรณรงค์ต่างๆ และการพัฒนาศักยภาพของชุมชนให้สอดคล้องทันสมัยกับความต้องการของตลาด ขณะที่ภาครัฐต้องเน้นบทบาทการหนุนเสริมให้ภาคธุรกิจเอกชนตระหนักและมีความเต็มใจที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในการบรรเทาปัญหาความเหลื่อมล้ำ การสร้างความเป็นธรรมและการแก้ปัญหาความยากจนในสังคมไทยได้อย่างยั่งยืน โดยการรณรงค์ผ่านสื่อต่างๆ ถึงความรู้และความจำเป็นของ CSR และกิจการเพื่อสังคมในการบรรเทาปัญหาความเหลื่อมล้ำและการแก้ปัญหาความยากจน รวมทั้งการจัดทำฐานข้อมูลพื้นฐานตามความต้องการของหมู่บ้านและชุมชนต่างๆ ทั่วประเทศ เพื่อเป็นฐานข้อมูลให้ภาคธุรกิจเอกชนสามารถพิจารณาดำเนินกิจกรรมต่างๆ การใช้มาตรการภาษีกระตุ้นให้ภาคธุรกิจทำกิจกรรม CSR และการส่งเสริมกิจการเพื่อสังคม รวมทั้งการปรับโครงสร้างกฎหมายให้อำนาจหน่วยงานต่อการดำเนินกิจกรรม CSR และกิจการเพื่อสังคม การกำหนดให้บริษัทมหาชนที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์จะต้องจัดทำรายงานที่เรียกว่า Sustainability Report เพื่อใช้เผยแพร่กิจกรรมของบริษัทมหาชนทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อกระตุ้นให้องค์กรต่างๆ ให้ความสนใจทำ CSR มากขึ้น รวมทั้ง การมอบรางวัลหรือประกาศนียบัตร CSR และกิจการเพื่อสังคมดีเด่นเพื่อเป็นการเชิดชูเกียรติและสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร อีกทั้งการจัดตั้งกองทุนร่วมทุนโดยภาครัฐหรือกองทุนเงินกู้ยืมเพื่อ CSR และกิจการเพื่อสังคม ซึ่งอาจจะดำเนินการโดยภาครัฐตามลำพังด้วยเงินงบประมาณ หรือการร่วมทุนกับสถาบันการเงินของภาครัฐและรัฐวิสาหกิจ ตลอดจนภาคเอกชนที่สนใจ เพื่อส่งเสริมกิจกรรมของ CSR และกิจการเพื่อสังคมให้มีความมั่นคงทางการเงิน รวมทั้งควรมีมาตรการในการเข้าไปพัฒนาและสร้างความเข้มแข็งแก่กิจการเพื่อสังคมที่ร่วมทุนด้วย เพื่อให้องค์กรเกิดความยั่งยืน รวมถึงการพิจารณาจัดตั้งตลาดหลักทรัพย์กิจการเพื่อสังคมต่อไป