

ซีเอสอาร์ แคมป์ปี 2 ตัวเข้มเจนเนอร์ชั่นใหม่
แฟ้มโมเดล ปีนี้ “Young CSR” ทั่วไทย

ที่ผ่านมาความตื่นตัวในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ หรือ Corporate Social Responsibility (CSR) ไม่ได้จำกัดอยู่แต่ในเมืองใหญ่เท่านั้น แต่ได้แผ่ขยายไปสู่ภูมิภาค ด้วยการขับเคลื่อนให้ความรู้ในรูปแบบต่างๆ หนึ่งในจำนวนนั้นก็คือ โครงการส่งเสริมความรู้ CSR สู่ภูมิภาค หรือ CSR Campus ที่เกิดจากความร่วมมือระหว่างเอกชนและภาควิชาการ ซึ่งได้ร่วมกันริเริ่มจัด CSR Campus ในปีที่ผ่านมา และถือเป็นปีแรกของการเผยแพร่ศาสตร์ด้านนี้ให้กระจายไปทั่วประเทศอย่างจริงจัง ด้วยการเดินสายเปิดห้องเรียนร่วมกับ บมจ.กสท โทรคมนาคม บมจ.โทเทิ่ล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (ดีแทค) และโตโยต้า มอเตอร์ ซึ่งโครงการนี้ทำให้สังคมได้รับรู้ว่า สังคมฐานรากมีความต้องการอะไร ผ่านโมเดล CSR ที่แต่ละจังหวัดร่วมกันค้นหา อย่างไรก็ตาม การดำเนินการเป็นปีแรกนั้น ถือเป็นเพียงการปูพื้นฐานเบื้องต้นในเรื่องของความรู้ความเข้าใจด้าน CSR ให้แก่องค์กรและประชาชนทั่วไปเท่านั้น แต่หากมองในเชิงขององค์กรรวมอย่างเป็นระบบ ต้องยอมรับว่า ประชาชนหรือองค์กรหลายๆ แห่งยังมีความเข้าใจน้อย

ดร.พิพัฒน์ ยอดพฤติการ ผู้อำนวยการสถาบันไทยพัฒนา มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ หน่วยงานที่ดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่อง CSR ในเมืองไทยมาอย่างต่อเนื่อง บอกว่า ปีที่ผ่านมาของการทำ CSR Campus เป็นเพียงการวางรากฐานและสร้างความรู้ความเข้าใจในเรื่องของ CSR แบบเบื้องต้น ซึ่งเป็นทั้งในรูปแบบของวิชาการและการทำเวิร์คชอป ใน 76 จังหวัด ซึ่งผลสรุปผู้ที่เข้าร่วมทั้งภาครัฐ ประชาชน และองค์กรธุรกิจในภูมิภาค มีความเข้าใจในเรื่องนี้มากขึ้น โดยจากผลการสำรวจอยู่ในระดับที่มีความพึงพอใจถึงพอใจมาก

ดังนั้น ในปีนี้จึงได้สานต่อโครงการนี้เป็นปีที่ 2 โดยรูปแบบของกิจกรรมจะเป็นการต่อยอดขยายผลจากครั้งที่แล้ว ที่จะมีการยกระดับจากความรู้ CSR เบื้องต้น มาสู่การทำ CSR อย่างเป็นระบบหรือเป็นแบบองค์รวม โดยไม่เน้นในเชิงวิชาการมากเกินไป พร้อมกับมีการนำผลการระดมสมองจากการทำเวิร์คชอปปีแรก มาเป็นโจทย์สำหรับการขับเคลื่อนกิจกรรมของแต่ละจังหวัดในโครงการปีนี้

ขณะที่กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งในปีแรกไม่ได้มีการจำกัดว่าจะเป็นกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง แต่ CSR Campus ปี 2 นี้ จะเน้นไปที่ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ทายาทนักธุรกิจ รุ่นใหม่ นักศึกษา และผู้ที่ต้องการเป็นผู้ประกอบการสังคม ภายใต้โมเดล “Young CSR” ด้วยการสอดแทรกเรื่องหน้าที่พลเมืองก่อนเข้าสู่ตลาดแรงงานและโลกธุรกิจ อีกทั้งเพื่อให้สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อการจ้างงาน เพื่อเป็นการสร้างโอกาสในการทำงานเพื่อสังคมภายใต้วิกฤติ

ทั้งนี้ จากผลการสำรวจความต้องการเนื้อหา CSR สำหรับการจัดกิจกรรมท้องถิ่นครั้งต่อไป พบว่า 61% ผู้เข้าร่วมงานต้องการเรียนรู้วิธีการทำ CSR อย่างเป็นระบบ 20% ต้องการทราบถึงวิธีการวัดและประเมินผลกิจกรรม CSR และมีเพียง 11% ที่ยังต้องการความรู้ CSR เบื้องต้น ด้วยเหตุนี้โครงการ CSR Campus ปี 2 จึงต้องมีการพัฒนาเนื้อหาเจาะลึกเรื่องการทำ CSR เชิงระบบ ที่คำนึงถึงตัวบ่งชี้ความสำเร็จทั้งในระดับปัจจัยนำเข้า (Input) ผลผลิต (Output) ผลลัพธ์ (Out come) และผลกระทบ (Impact) ที่เป็นประโยชน์ต่อการวัดและประเมินผลกิจกรรม CSR ขององค์กร

“ริมของปีนี้เราจะมีไปที่ Young CSR คือกลุ่มนักธุรกิจรุ่นใหม่ ซึ่งถือเป็นผู้ที่มีบทบาทในการกำหนดทิศทางทิศทางการทำธุรกิจในยุคปัจจุบัน รวมถึงผู้ที่ต้องการเป็นผู้ประกอบการสังคม ตัวเข้มวิชาหน้าที่พลเมือง โดยเรามองว่ารายละเอียดของเนื้อหาต้องยกระดับไปสู่การทำ CSR เชิงระบบ ที่มุ่งเน้นผลลัพธ์

Outcome ให้สังคมได้รับผลจากการทำ CSR จริงๆ มากกว่าผลผลิต Output ที่บางครั้งยังไม่ชัดเจนว่าสังคมได้รับผลดีจริงหรือไม่
ปีนี้จึงเชื่อมั่นว่าจะมีผู้เข้าร่วมงานนี้มากขึ้นกว่า 5,000 คนทั่วประเทศ จากปีที่ผ่านมาผู้เข้าร่วมประมาณ 4,000 คน”

สำหรับรูปแบบกิจกรรมในปีที่ 2 นี้ จะแบ่งออกเป็นช่วงการเรียนรู้ (learning) ช่วงการฝึกหัด (exercise) และช่วงการร่วมปฏิบัติ (workshop) โดยใช้เวลา 6 ชั่วโมงต่อกิจกรรมหนึ่งครั้งในแต่ละจังหวัด และจะเริ่มเดินสายในโครงการ CSR Campus ตั้งแต่เดือน มิ.ย. เริ่มต้นที่ภาคกลาง 25 จังหวัด ส.ค.ในเขตภาคอีสาน 19 จังหวัด ก.ย.ภาคเหนือ 17 จังหวัด และเดือน ต.ค.ในภาคใต้ 14 จังหวัด และจะกลับมาสรุปผลการดำเนินโครงการที่กรุงเทพฯ เป็นจังหวัดสุดท้าย

โตโยต้ามั่นใจ ร่วมสร้างสังคมเข้มแข็ง

ด้าน วุฒิกร สุริยะฉันทนานนท์ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย กล่าวว่า โครงการ CSR Campus ปีนี้โตโยต้าพร้อมเป็นหนึ่งในภาคีขับเคลื่อนโครงการนี้ โดยมุ่งหวังให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนสังคมอย่างเป็นรูปธรรม และนำไปปรับใช้ให้ทันต่อสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม ทั้งนี้ เครือข่ายโตโยต้า ได้แก่ ผู้แทนจำหน่ายและผู้ผลิตชิ้นส่วนโตโยต้าทั่วประเทศ จะประสานความร่วมมือกับทุกภาคส่วนในการพัฒนาและเสริมสร้างเครือข่ายชุมชนให้เข้มแข็ง ด้วยการสร้างสรรค์กิจกรรมเพื่อสังคมในระดับชุมชน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในการร่วมขับเคลื่อนให้สังคมไทยเติบโตอย่างยั่งยืนตลอดไป

พีระพงษ์ กลั่นละอ อำนวยการสำนักงาน CSR ดีแทค ให้ความเห็นว่า CSR Campus ปีแรกถือว่าประสบความสำเร็จอย่างสูง เพราะเป็นการกระจายความรู้ความเข้าใจเรื่อง CSR สู่ภูมิภาค โดยเป็นความร่วมมือกับองค์กรในท้องถิ่น และสถาบันการศึกษา เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันต่อเยาวชน พัฒนาด้วยงานอบรม การมีส่วนร่วม เรียนรู้จากประสบการณ์ที่ถ่ายทอด เป็นการส่งเสริมซึ่งกันและกันอย่างสร้างสรรค์ รวมทั้งมีจินตนาการในแนวทางที่มาจากผลงานจาก CSR Campus ปีแรก ซึ่งพัฒนาเป็น CSR ประเทศไทยเรียบร้อยแล้วในการรวบรวมครั้งท้ายสุดที่ผ่านมา

“CSR Campus ปี 2 จะสร้างความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง ดีแทค ในฐานะที่เรามีเทคโนโลยีก็จะมีการนำจุดนี้มาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อไป นำเทคโนโลยีสื่อสารที่ทันสมัย เช่น โทรศัพท์มือถือ อินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ วิทยุ มาใช้ให้เกิดความรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ เพื่อปิดช่องว่างต่างๆ สร้างความเป็นอิสระที่มีทิศทางร่วมกันจากความรักความเข้าใจ และเคารพระหว่างกันด้วยความสามัคคี ฟังพออย่างเหมาะสม”

นอกจากนี้ ดีแทคยังเชื่อว่า CSR Campus ปีที่ 2 ที่จะมุ่งไปที่กลุ่มคนรุ่นใหม่ จะทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของเยาวชน ซึ่งถือเป็นความสุขที่ยั่งยืนอย่างมีบูรณาการ เพราะคนรุ่นใหม่จะมีการบอกต่อไปยังครอบครัว เพื่อน ครู อาจารย์ และผู้ร่วมงานต่อไป และเชื่อว่า CSR จะมีส่วนสำคัญในการช่วยให้องค์กรรอดพ้นจากวิกฤติเศรษฐกิจ

ศรัณยู ดันติเสรี

แหล่งที่มา : [หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ฉบับวันอังคารที่ 09 มิถุนายน พ.ศ. 2552](#)