

โมเดลทำซีเอสอาร์เชิงระบบ

ตัวเข้มข้นที่พลเมือง

พรประไพ เสือเขียว

รูปแบบธุรกิจในยุคนี้นอกจากมุ่งหวังกำไรสูงสุด บทบาทของการดูแลสังคมและชุมชนรอบข้างต้องมีคุณภาพเคียงคู่ไปกับอุตสาหกรรมด้วย เหล่านี้เรียกว่าซีเอสอาร์ (Corporate Social Responsibility : CSR) โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมทั้งในระดับใกล้และไกล ด้วยการให้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรหรือทรัพยากรจากภายนอกองค์กร ในอันที่จะทำให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข

5 ปีที่ผ่านมาบริษัทเอกชนหันเหเข้ามาทำซีเอสอาร์มากขึ้น ทำให้องค์กรเป็นที่รู้จักของสังคมมากขึ้น ขณะเดียวกัน มีบริษัทเล็ก ๆ ที่มุ่งมั่นทำซีเอสอาร์อย่างตั้งใจไม่มีงบประมาณประชาสัมพันธ์จำนวนมาก เพื่อยกระดับเนื้อหาของการทำซีเอสอาร์ในเชิงระบบที่มุ่งเน้นผลลัพธ์มากกว่าผลผลิต

บมจ.กสท โทรคมนาคม บมจ.โทเทิ่ล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (ดีแทค) และ บจ.โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย ร่วมกับ สถาบันไทยพัฒน์ มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ เปิดตัวโครงการซีเอสอาร์ แคมปัส (CSR Campus) เป็นปีที่ 2 ครอบคลุมพื้นที่การดำเนินงานในทุกจังหวัดทั่วประเทศ ดร.พิพัฒน์ ยอดพฤติการ ผู้อำนวยการ สถาบันไทยพัฒน์ มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ หน่วยงานที่ดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่องซีเอสอาร์ในเมืองไทยมาอย่างต่อเนื่อง กล่าวว่าปัจจัยหนึ่งที่มีมูลนิธิมุ่งจะอบรมความรู้อย่างเป็นระบบ มาจากผลสำรวจว่าผู้ประกอบการรุ่นใหม่ยังขาดความรู้ความเข้าใจ แท้จริงทุกบริษัททำซีเอสอาร์กันอยู่แล้ว เช่นการเสียภาษี การให้เป็นผลตอบแทนและสวัสดิการที่เป็นธรรม

แต่การทำซีเอสอาร์มีมากกว่านั้น เช่นต้องป้องกันไม่ให้มลพิษออกสู่ชุมชน คำนึงถึงวิถีชีวิต ขนบประเพณีของคนในท้องถิ่นด้วย ดังนั้นโครงการซีเอสอาร์แคมปัส จะมาช่วยเติมเต็มสะท้อนมิติของการทำซีเอสอาร์ที่กว้างขวางมากขึ้น ยกตัวอย่างภาคต่าง ๆ ของภูมิภาคมีปัญหาท้องถิ่นต่างกันเช่นภาคอีสานหัวข้อทำซีเอสอาร์ อาจมุ่งส่งเสริมอนุรักษ์แหล่งทำกิน พื้นฟูแหล่งน้ำ ภาคเหนือหัวข้อซีเอสอาร์มุ่งส่งเสริมเอกลักษณ์ท้องถิ่น เป็นต้น

“ซีเอสอาร์ของจริง เป็นสิ่งที่สังคมต้องการ ยอมรับมองประโยชน์ของสังคมเป็นหลัก”

ผู้อำนวยการ สถาบันไทยพัฒน์ เผยถึงโครงการซีเอสอาร์แคมปัสปี 2 (CSR campus ปี 2) สำหรับกลุ่มเป้าหมายในโครงการ ซีเอสอาร์ แคมปัส ปี 2 นี้ จะเน้นไปที่ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ทายาทนักธุรกิจ นักศึกษา และผู้ที่ต้องการเป็นผู้ประกอบการสังคม ภายใต้โมเดลยังซีเอสอาร์ (Young CSR) เพื่อสอดแทรกเรื่องหน้าที่พลเมืองก่อนเข้าสู่ตลาดแรงงานและโลกธุรกิจ อีกทั้งเพื่อให้สอดคล้องกับภาวะการณ์ทางเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อการทำงาน และเป็นการสร้างโอกาสในการทำงานเพื่อสังคมภายใต้วิกฤติ เน้นนำเสนอเนื้อหาที่เจาะลึกเรื่องการทำซีเอสอาร์เชิงระบบ ที่คำนึงถึงตัวบ่งชี้ความสำเร็จทั้งในระดับปัจเจกนำเข้า ผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบ ที่เป็นประโยชน์ต่อการวัดและประเมินผลกิจกรรมซีเอสอาร์ ขององค์กร

วุฒิกร สุริยะฉันทนานนท์ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด กล่าวถึงโครงการ ซีเอสอาร์ แคมปัส ในปีนี้ว่า โตโยต้า ยินดีเป็นอย่างยิ่งที่เป็นหนึ่งในภาคีในการขับเคลื่อนโครงการนี้อย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งหวังให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนสังคมอย่างเป็นรูปธรรม และนำไปปรับใช้ให้ทันต่อสภาวะการณ์การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม

ด้าน พิระพงษ์ กลิ่นละออ ผู้อำนวยการสำนักงาน ซีเอสอาร์ดีแทค กล่าวว่า เด็ก เยาวชน และครอบครัว เป็นพื้นฐานที่สำคัญของสังคม ซึ่งต้องผ่านเรื่องจริงของชีวิต ด้วยความซื่อสัตย์ อดทน รู้จักสิทธิ หน้าที่พลเมืองของตนเองและต่อสังคม มีวินัยในความประพฤติ กิจวัตรประจำวัน การเรียน ทำงาน และควบคุมตนเอง ให้มีเมตตา กรุณา เสียสละ พ้นจากภัยปัจจุบัน ที่เป็นทั้งรูปแบบอบายมุขเดิมและยุคใหม่

รูปแบบกิจกรรมในโครงการปีนี้ จะแบ่งออกเป็นช่วงการเรียนรู้ ช่วงการฝึกหัด และช่วงการร่วมปฏิบัติใช้เวลา 6 ชั่วโมงต่อกิจกรรมหนึ่งครั้งในแต่ละจังหวัด

โดยที่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ ทั้งสิ้น

สำหรับกำหนดการเดินทางในโครงการซีเอสอาร์ แคมปัส ปี 2 จะเริ่มตั้งแต่เดือนมิถุนายนในเขตภาคกลาง 25 จังหวัด เดือนสิงหาคมในเขตภาคอีสาน 19 จังหวัด เดือนกันยายนในเขตภาคเหนือ 17 จังหวัด และเดือนตุลาคมในเขตภาคใต้ 14 จังหวัด และจะกลับมารายงานผลการดำเนินโครงการที่กรุงเทพมหานครเป็นจังหวัดสุดท้าย

ผู้ที่สนใจเข้าร่วมในแต่ละจังหวัดสามารถติดตามตารางเวลาการอบรมและสมัครเข้าร่วมอบรมได้ทางเว็บไซต์ www.csrcampus.com หรือที่สำนักประสานงานโครงการ ซีเอสอาร์ แคมปัส โทรศัพท์ 0-2930-5227 โทรสาร 0-2930-5228 อีเมล info@csrcampus.com

แหล่งที่มา : [หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ฉบับวันจันทร์ที่ 22 มิถุนายน พ.ศ. 2552 หน้า 8 ฉบับที่ 21,802](#)