

Corporate Social Responsibility : CSR

รศ.ดร.สังสิต พิริยะรังสรรค์ / สุนทร คุณชัยมั่ง



17 มกราคม 2553

21 กุมภาพันธ์ 2553

ประเด็นที่จะบรรยาย

- **CSR overview**

- เป็นทำความรู้จักแนวความคิดและทฤษฎีต่างๆที่เหมาะสมสำหรับการนำไปพัฒนา
ประกอบการบริหารกิจการองค์กรธุรกิจ
- ทำไมต้อง **CSR**
- ใครทำอะไร ที่ไหนบ้างเกี่ยวกับงาน **CSR**
- แล้ว **CSR** เป็นอย่างไร? / ข้อถกเถียงเกี่ยวกับ **CSR**
- **CSR** ช่วยแก้ปัญหาได้จริงหรือ
- องค์กร และหน่วยงานที่รณรงค์ด้านซีเอสอาร์ , **CSR standardization**
- กรณีศึกษาของ **Brand** ที่สร้างแล้วมีพลัง
- **CSR & Public Acceptation ...CSR Branding**
- ทำไม องค์กรขนาดใหญ่มีกิจกรรม **CSR** ที่ดีๆ จึงยังมีปัญหาด้านภาพลักษณ์อยู่อีก

CSR History

Why CSR ?

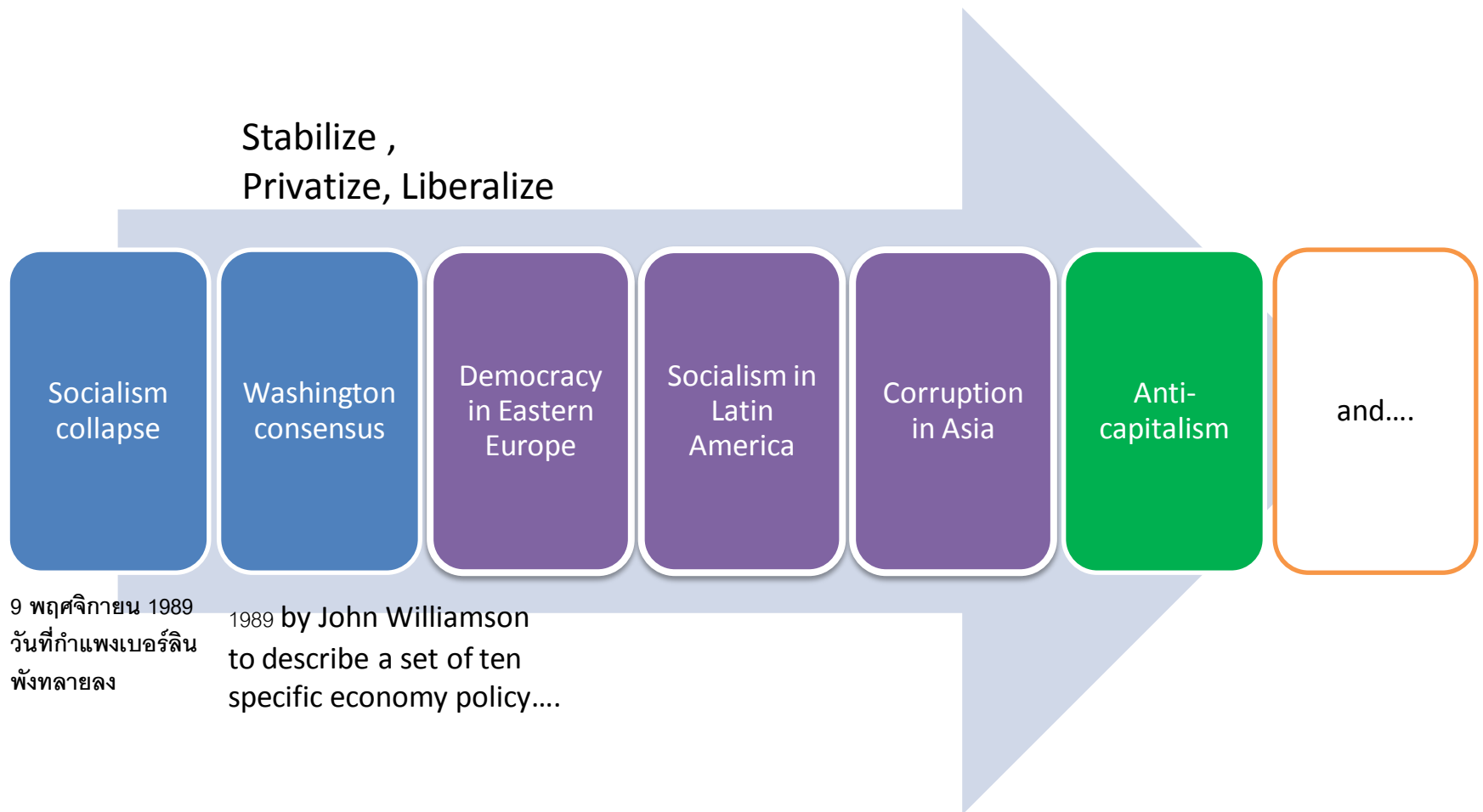


หลังจากปี 1989 โลกได้สร้าง
ดุลยภาพขึ้นใหม่ที่ไม่ใช่ชั่วคราว
การเมืองแบบทุนนิยม – สังคม
นิยม หรือ ประเทศที่พัฒนาแล้ว
– กำลังพัฒนา ?

Dimension ของ

ความสัมพันธ์มีมากกว่าคู่ตรงกัน
ข้าม เรื่องของสังคม /การเมือง มี
มากกว่าเรื่องของชนชั้น ฯลฯ

1990 s : What's happen ?

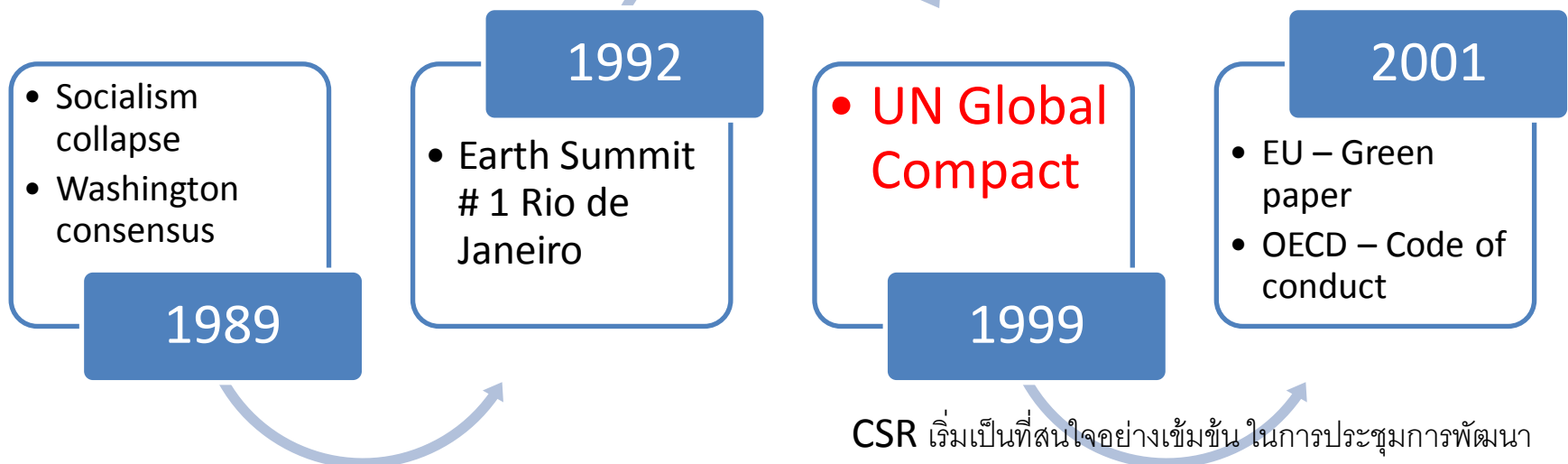


1990 s : What's happen ?



United Nations Global Compact

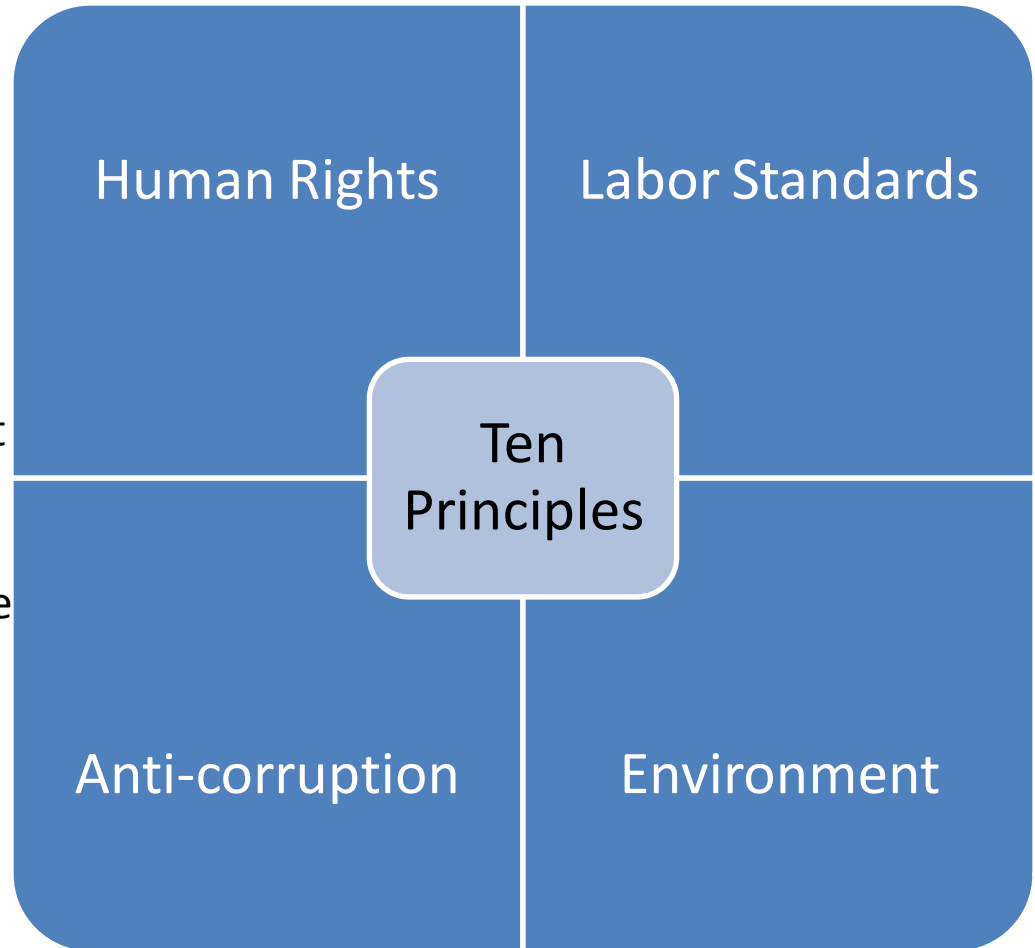
The **United Nations Global Compact**, also known as **Compact** or **UNGC**, is a [United Nations](#) initiative to encourage businesses worldwide to adopt sustainable and [socially responsible](#) policies, and to report on their implementation



CSR เริ่มเป็นที่สนใจอย่างเข้มข้น ในการประชุมการพัฒนา
แห่งสหประชาชาติ (Millennium Development
Goals : MDGs) ที่สำนักงานใหญ่ แห่งสหประชาชาติ
กรุงนิวยอร์ก สหรัฐอเมริกา เมื่อปี 2000 โดยกลุ่มบริษัท
ข้ามชาติและธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ (สถาบันคีนัน

UN Global Compact

The **United Nations Global Compact**, also known as **Compact** or **UNGC**, is a [United Nations](#) initiative to encourage businesses worldwide to adopt sustainable and [socially responsible](#) policies, and to report on their implementation. The Global Compact is a principle based framework for businesses, stating ten principles in the areas of [human rights](#), [labour](#), the [environment](#) and [anti-corruption](#). Under the Global Compact, companies are brought together with UN agencies, labor groups and civil society.



Global Reporting Initiative : GRI



The **Global Reporting Initiative** (GRI) produces one of the world's most prevalent standards for sustainability reporting - also known as [ecological footprint](#) - guidelines. Sustainability reporting is a form of [value reporting](#) where an organization publicly communicates their [economic, environmental, and social performance](#). GRI seeks to make sustainability reporting by all organizations as routine as and comparable to financial reporting.

GRI Guidelines are regarded to be widely used. As of January 2009, more than 1,500 organizations [\[1\]](#) from 60 countries use the Guidelines to produce their sustainability reports. (View the world's reporters at the GRI Reports database). GRI Guidelines apply to corporate businesses, public agencies, smaller enterprises, [NGOs](#), industry groups and others. For municipal governments, they have generally been subsumed by similar guidelines from the UN [ICLEI](#).

OECD Guidelines for Multinational Enterprises

ORGANISATION
FOR ECONOMIC
CO-OPERATION
AND DEVELOPMENT



The Guidelines cover [business ethics](#) on:
[employment](#)
[human rights](#)
[environment](#)
information [disclosure](#)
combating [bribery](#)
[consumer](#) interests
[science and technology](#)
[competition](#)
[taxation](#)

The emergence of private initiatives for corporate responsibility – including the development of codes of conduct, management systems for improving compliance with these codes and non-financial reporting standards -- has been an important trend in international business over the last 25 years. The Investment Committee's work in this area (www.oecd.org/daf/investment/cr) is part of its broader efforts to support implementation of the **OECD Guidelines for Multinational Enterprises** and to enhance the contribution of international investments to sustainable development

CSR initiative : ISO 26000

- หัวข้อหลักในการรณรงค์ ใน ISO 26000
 - (1) Organizational Governance
 - (2) Human Rights
 - (3) Labor Practices
 - (4) The Environment
 - (5) Fair Operating Practices
 - (6) Consumer Issues
 - (7) Community Involvement and Development

Voluntary Initiatives & Tools for CSR

ปรับปรุงจากเอกสารประกอบการเรียนของ ดร.สุθηศักดิ์ ไกรสรสุธาสินี

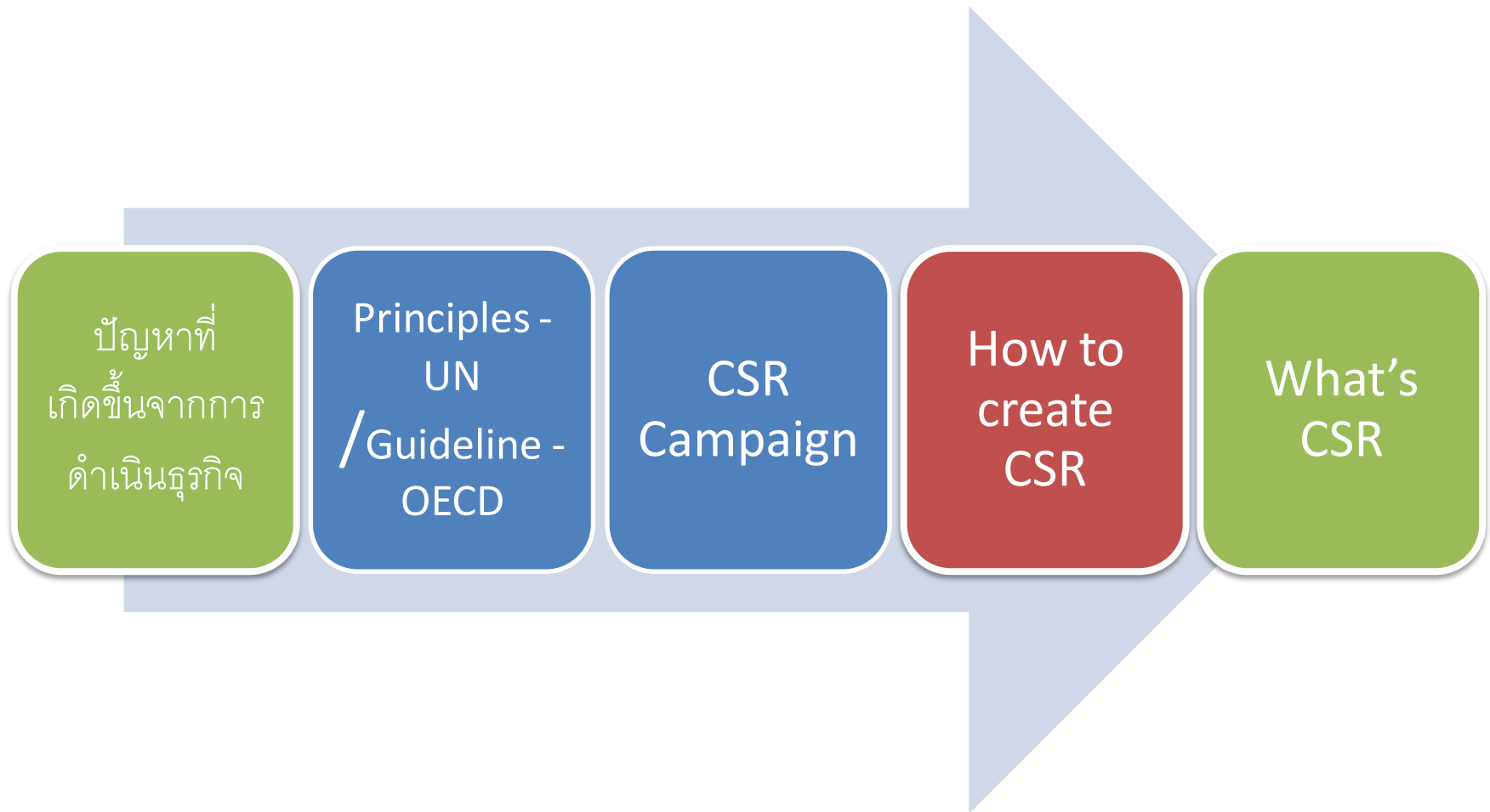
Organization	1	2	3	4	5	6	7
Intergovernmental Initiatives							
- UN Global Compact		X	X	X	X		
- OECD	X	X	X	X	X	X	X
Multi-stakeholder Initiatives							
-Accountability	X	X	X	X	X	X	X
- EFQM	X	X	X	X	X	X	X
- Global Reporting Initiative (GRI)	X	X	X	X	X	X	X
- Social Accountability Internationality	X	X	X		X		
- Transparency international	X				X		
Single Stakeholder Initiatives							
- Caux Round Table		X	X	X	X	X	X

Voluntary Initiatives & Tools for CSR

ปรับปรุงจากเอกสารประกอบการเรียนของ ดร.สุθηศักดิ์ ไกรสรสุธาสินี

Organization	1	2	3	4	5	6	7
- Consumers international				X	X	X	
- ICC	X	X	X	X	X	X	X
- WBCSD	X	X	X	X	X	X	X
SR indexes							
- DJSI	X	X	X				
- KLD	X	X	X	X	X	X	X
Finance / Investment							
- Guideline for ESG Reporting & integration into financial analysis	X	X	X	X	X	X	X
- Principles for Responsible Investment (UNPRI)	X	X	X	X	X	X	X
SR Screen							
- Geczy et al (2005)		X	X	X	X	X	

Behind the CSR Campaign



For What : CSR

For What CSR ?

การสำรวจความเห็น	ความเห็น / แนวโน้ม
Ernst & Young survey 2002	เชื่อว่าการพัฒนา CSR สามารถนำผลกำไรมาให้กับบริษัท
Hill & Knowlton Corporate Reputation Watch / 2002	1 / 3 ของผู้บริหารของบริษัทข้ามชาติ พบว่า กิจกรรมที่มีการรณรงค์ CSR สามารถเพิ่มยอดขายได้ของกิจการได้
Pricewaterhouse Coopers annual CEO survey ,2002	71 % ของ CEO ของบริษัทชั้นนำของโลก ยอมแลกผลกำไรในระยะสั้นกับคุณค่าของการถือครองหุ้นในระยะยาวของธุรกิจที่มีความยั่งยืน
ผู้ถือหุ้นของ Coca Cola / Procter & Gamble / Johnson & Johnson	บริษัทที่มีผลงานติด S&P 500 มากกว่า 2 ครั้งในรอบ 15 ปี ล้วนแต่ให้ความสำคัญต่อความคิดเห็นของผู้ถือหุ้นอย่างต่อเนื่อง

For What CSR ?

Reputation	ความสำคัญ
ตลาดหลักทรัพย์ / ระบบเศรษฐกิจ	ในยุโรปมีกองทุน ที่เจาะจงที่ซื้อหุ้นในกิจการที่มี CSR ที่เรียกว่า SRI (Social Responsibility Fund) มากกว่า 300 กองทุนฯ
ตลาดหลักทรัพย์ / ระบบเศรษฐกิจ	ในสหรัฐอเมริกา มีกิจการที่บริหารงานโดยมี CSR มีสินทรัพย์รวมในตลาด มากกว่า 2 ล้านล้านเหรียญ
การตลาด	70 % ของบริโภคในยุโรป ให้ความสำคัญต่อเรื่อง CSR เป็นประกอบในการตัดสินใจซื้อ
การตลาด	1 / 5 ของผู้บริโภค ยินดีจะจ่ายสินค้าที่มีส่วนรับผิดชอบต่อสังคมแม้ว่าจะมีราคาสูงกว่าราคาทั่วไป
พนักงาน	78 % ของพนักงานพอใจที่ทำงานในบริษัทที่มี CSR

CSR in Europe & America

คือส่วนประกอบของการบริหาร Risk Management / Reputation Strategy

CSR definition

What's CSR

สำนัก	คำอธิบาย
วิกิพีเดีย เอ็นไซโคพีเดีย	เป็นแนวทางในการดำเนินงานขององค์กรในการจัดประโยชน์ตอบแทนกับลูกค้า (Customers) พนักงาน (Employees) ผู้ถือหุ้น (Shareholders) ชุมชนและสภาพแวดล้อม (Communities and the environment) ตามความรับผิดชอบที่พึงจะมีต่อสังคม ที่เป็นผลต่อเนื่องจากการดำเนินงานขององค์กร นิยามนี้รวมความถึงการดำเนินงานขององค์กรที่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขของกฎหมายที่เกี่ยวข้องด้วย

What's CSR

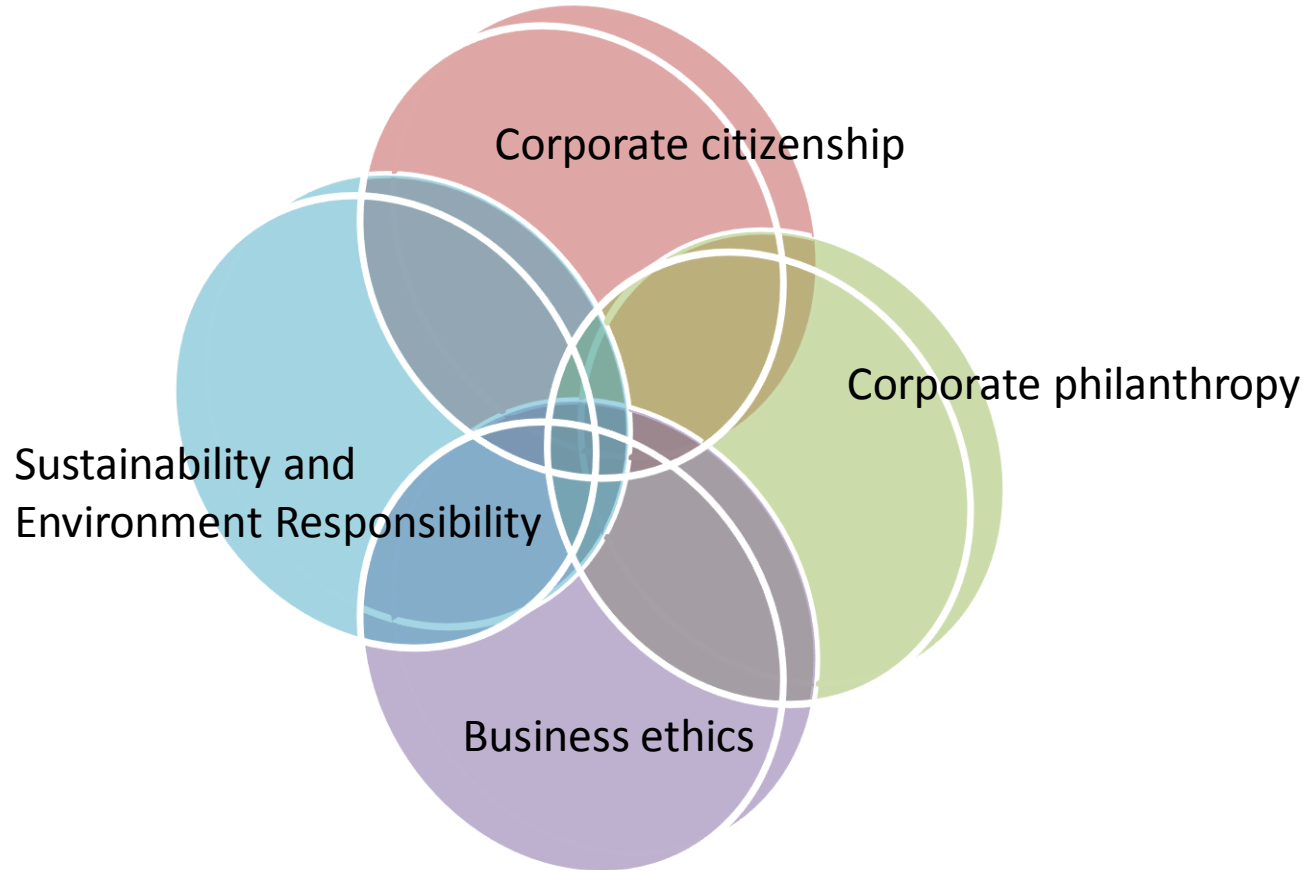
สำนัก	คำอธิบาย
United Nations Global Compact	The Global Compact is a principle based framework for businesses, stating ten principles in the areas of human rights, labour, the environment and anti-corruption. Under the Global Compact, companies are brought together with UN agencies, labour groups and civil society. The Global Compact is the world's largest corporate citizenship initiative and as voluntary initiative has two objectives: "Mainstream the ten principles in business activities around the world" and "Catalyse actions in support of broader UN goals, such as the Millennium Development Goals (MDGs)."^[1]

What 's CSR

สำนัก	คำอธิบาย
The World Business Council for Sustainable Development	ความมุ่งหมายอย่างต่อเนื่องขององค์กร ที่มีต่อการปฏิบัติตามพันธะสัญญาของการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม เพื่อสร้างความเจริญก้าวหน้าต่อการพัฒนาเศรษฐกิจพร้อมไปกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงานและครอบครัว ตลอดจนชุมชนและสังคม
The European Commission	เป็น แนวคิดที่ผสมผสานระหว่าง ความใส่ใจต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมไว้ในกระบวนการดำเนินธุรกิจ กับ การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียภายใต้พื้นฐานการกระทำตามความสมัครใจ

CSR Definition

By Matten and Moon, 2004 a



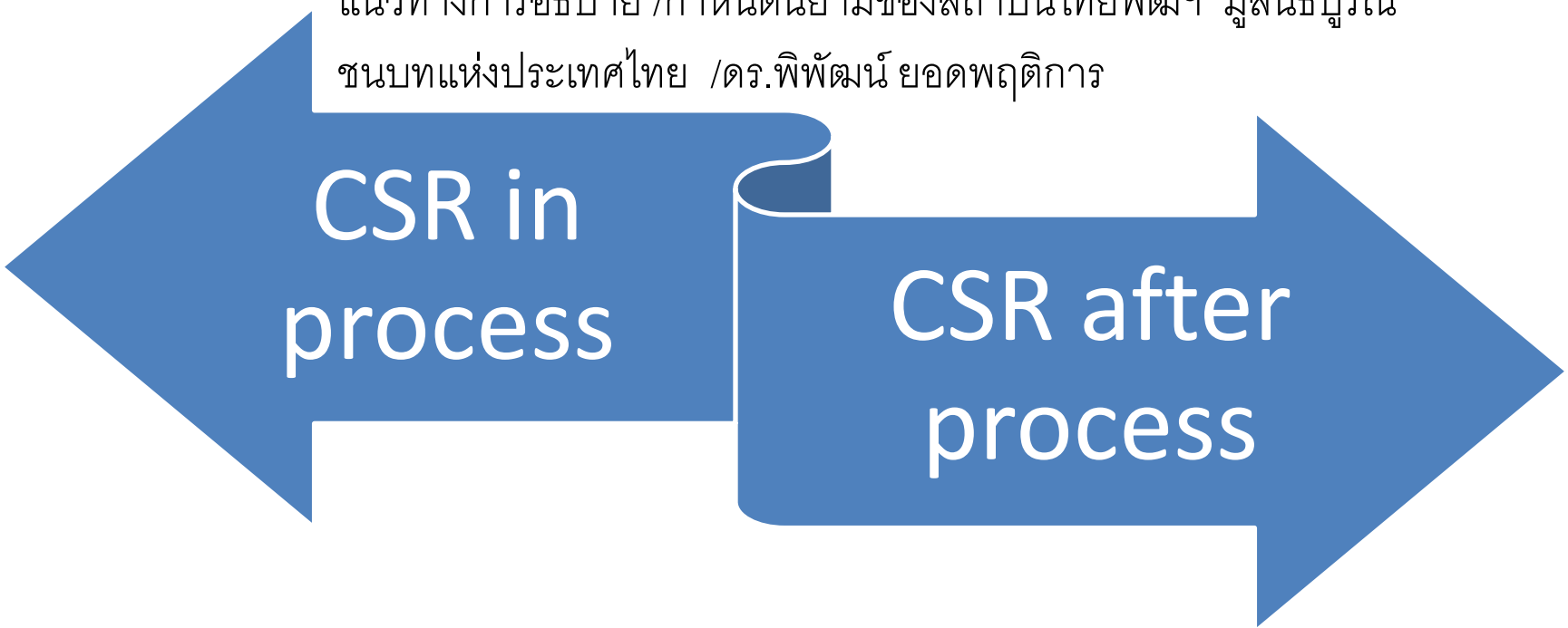
CSR is a cluster concept which overlaps with such concepts as business ethics , corporate philanthropy, corporate citizenship , sustainability and environmental responsibility

What's CSR

สำนัก	คำอธิบาย
สุทธิศักดิ์ ไกรสรสุธาสินี อาจารย์ประจำคณะ พาณิชยศาสตร์และ การบัญชีมหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์	การแสดงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม / ต่อผู้ มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) ที่แท้จริงขององค์กรจะต้องอยู่ในทุก ขั้นตอนของกระบวนการดำเนินธุรกิจ โดยผู้ที่มีส่วนได้เสียนี้สามารถ เป็นไปได้ตั้งแต่ผู้ถือหุ้น พนักงาน ชุมชน ลูกค้า คู่ค้า ไปจนถึงสังคม ส่วนรวม
มูลนิธิกองทุนไทย / โครงการให้เพื่อสังคม และเครือข่ายประเทศ ไทย / โครงการจิตอาสา	เป็นการแบ่งปันน้ำใจ แบ่งปันความเอื้ออาทร การให้ที่ไม่ได้จำกัดเพียง แค่เงินและวัตถุสิ่งของ เป็นการกระตุ้น ส่งเสริมให้ การให้ เป็นคุณธรรม พื้นฐานของสังคมไทย เพื่อนำไปสู่สังคมสงบสุข ร่วมเย็น

What's CSR

แนวทางการอธิบาย / กำหนดนิยามของสถาบันไทยพัฒนา มูลนิธิบูรณ
ชนบทแห่งประเทศไทย / ดร.พิพัฒน์ ยอดพฤติการ



CSR in
process

CSR after
process

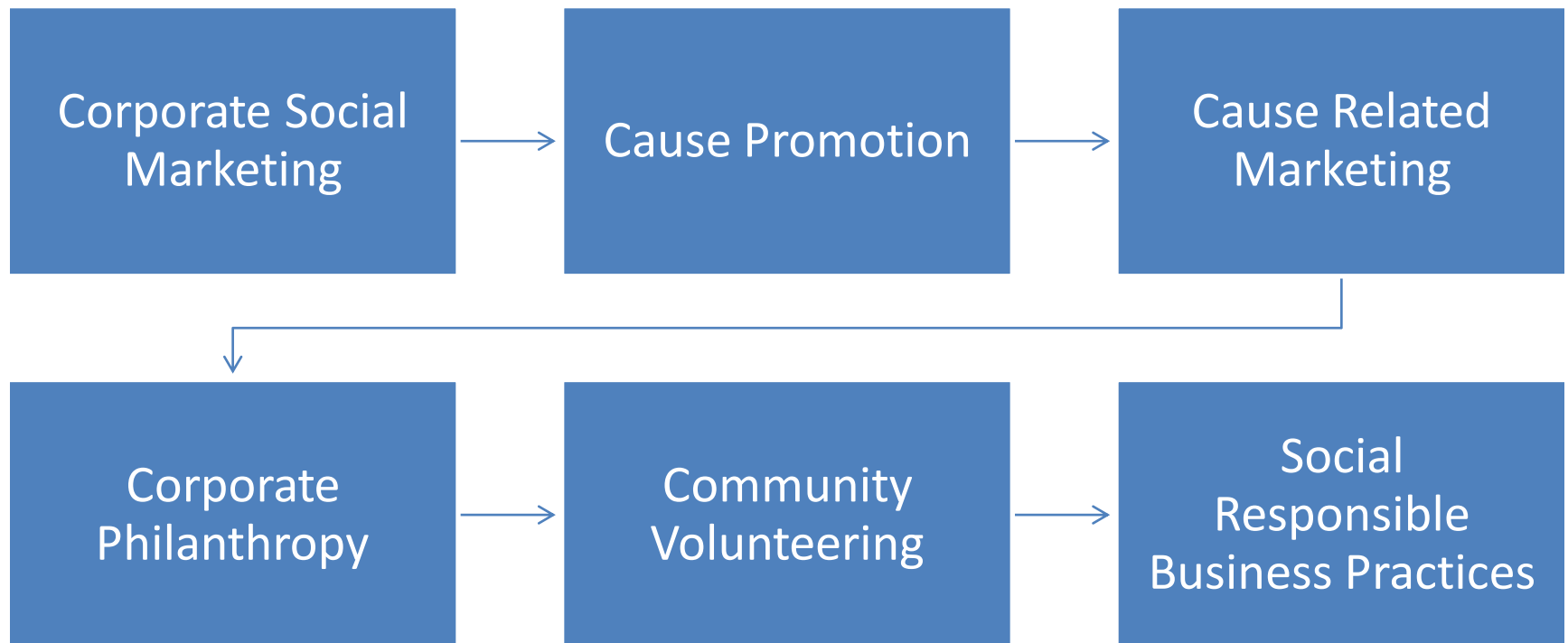
What's CSR

เป็นการเน้นการแสดงออกต่อความรับผิดชอบต่อสังคม โดยนัยะ กับ
โดยการแสดงออกโดยเปิดเผย / แจ่มชัดของ **Matten and Moon**

Explicit
CSR

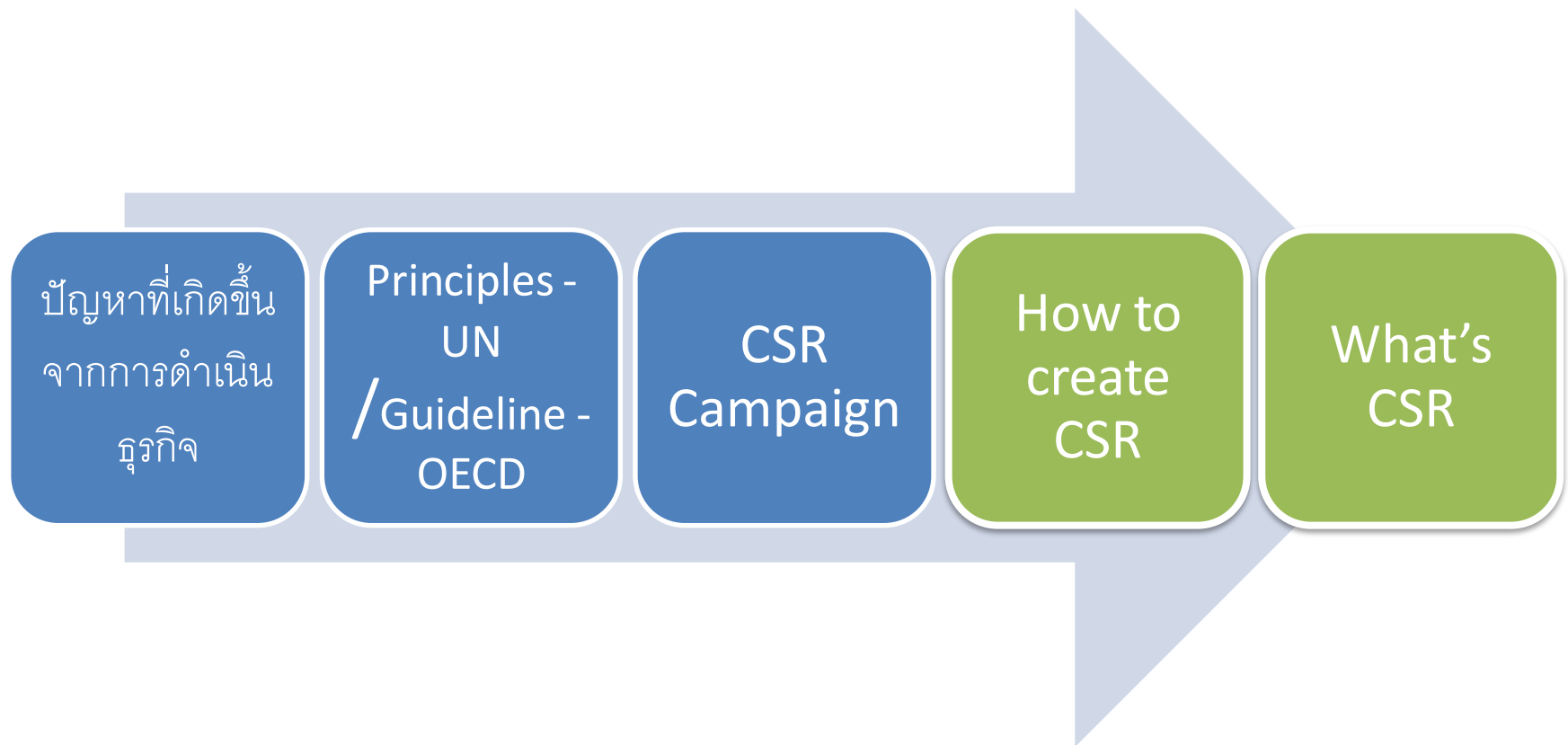
Implicit
CSR

Corporate Social Initiatives : CSI / Cotler & Lee



ประเด็นที่ควรพิจารณา

จากความสำคัญ / จากองค์ประกอบ / คำนิยาม ...จะรณรงค์ CSR กันแบบไหน / อย่างไร ?



CSR model in business

DNA แห่งความรับผิดชอบต่อ

โครงการอาสาสมัครของพนักงาน ... การพัฒนางานจากการช่วยเหลือในเหตุการณ์ สีนามิ 2547-8

1. ลดต้นทุนในการพัฒนาบุคลากร

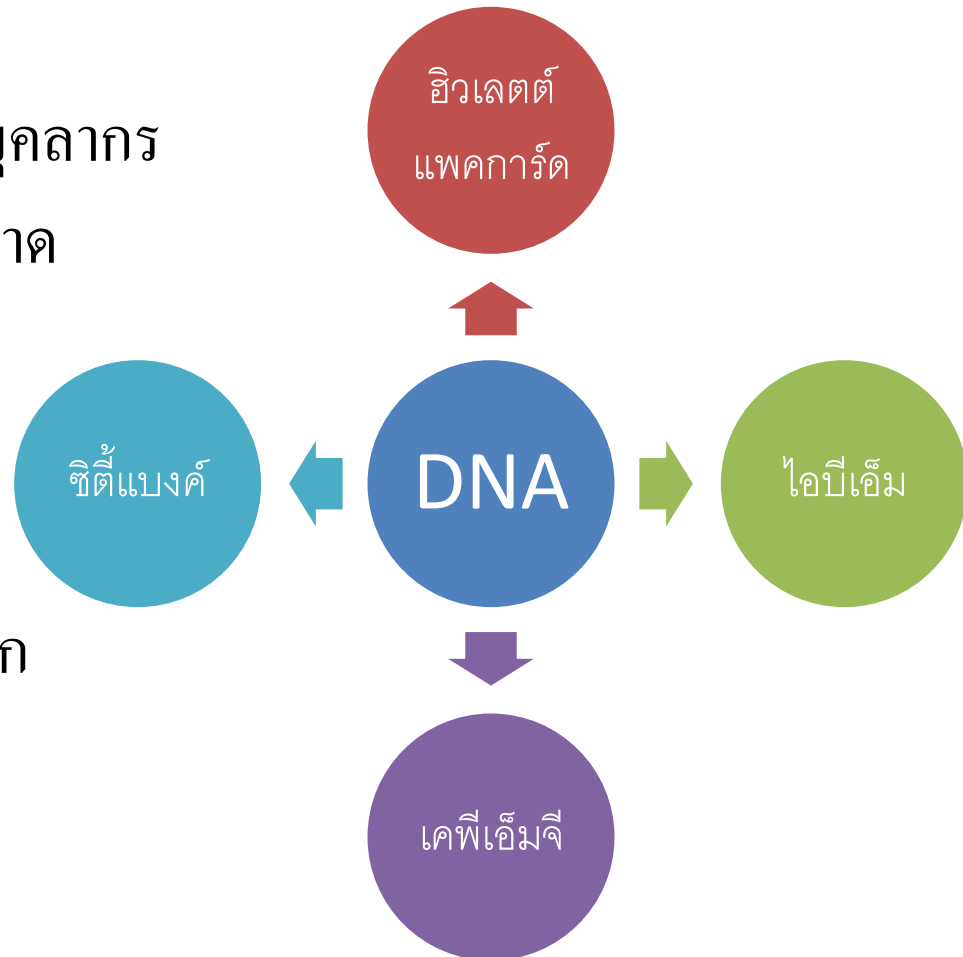
2. เป็นเครื่องมือทางการตลาด

3. พัฒนาตนเอง

พัฒนาการสื่อสาร

การตัดสินใจ

การทำงานเป็นทีมข้ามแผนก



โมเดล 84 ตำบลของ ปตท.

Platts Global Energy Awards 2009 ยก “โครงการรักษ้ำป่า สร้างคน 84 ตำบล วิธีพอเพียง” อันดับ 1 จากโครงการฯ ที่ได้รับการเสนอเข้าชิงจาก 30 ประเทศชั้นนำทั่วโลก

ชุมชนคลองเปื้ยะ /สงขลา
วัดไฟ้อ้อม /ตราด
คุณธรรมชุมชน / น่าน



อาคารพลังงาน / ไคราช
โครงการปลูกป่า ปตท



ชุมชนไม้เรียง / นคร
ชุมชนบ้านหนองกลางดง /ประจวบ



โรงเรียนในฝัน
ลูกโลกสีเขียว



เรื่องเล่าจากมาบตาพุด SCG Group & PTT Group



- Orange = Government Part
 - Red = Business Part
 - Green = Social Part
 - Blue = Prosperous Thai Society (The Result)
- (3 main parts derived from its ideal philosophy)

GIVE
= ให้
= GIVE
= A Prosperous
Thai Society

- การดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์ของ SCG มุ่งสร้างผ่านกิจกรรมด้านซีเอสอาร์แบบจิตอาสา ซึ่งเป็นแขนงงานหนึ่งในรูปแบบของ **Philanthropy – Corporate Social Responsibility** เช่น หากจะมีกิจกรรม “ทาสี” รั้วโรงเรียน / ก่ออิฐ ฉาบปูน / งานช่างไม้ ฯลฯ ที่จะต้องร่วมกิจกรรมกับโรงเรียนในพื้นที่ ฝ่ายชุมชนสัมพันธ์จะจัดทำเป็นประกาศรับอาสาสมัคร – รณรงค์เป็นแคมเปญภายในกลุ่มบริษัทเพื่อแสดงความประสงค์ที่จะเข้าร่วมงาน และจะมีการคัดเลือก / เต็มก็ปิดรับสมัคร ที่ผ่านมาทุกรอบจะเต็มก่อนปิดรับสมัครทุกครั้ง (เกินกว่าความต้องการ) โดยที่พนักงานที่ไปร่วมงานแต่ละครั้ง จะสะสมเป็นแต้ม เป็นผลงานประจำตัว ประเภทหนึ่งที่มีผลต่อการประเมินผลงานประจำปี การดำเนินกิจกรรมในรูปแบบนี้ จะสร้างความพร้อมเพียงเกิดขึ้นในหมู่พนักงาน ได้ใจที่เต็มเปี่ยมไปด้วยการทำงานแบบอาสา ชาวบ้าน / สัมผัสได้ด้วยความเป็นมิตรไมตรี
- ในขณะที่ ปตท. มุ่งสร้างความสัมพันธ์ผลให้เกิดขึ้นกับชุมชนเป็นหลัก โดยจัดจ้างผู้เชี่ยวชาญในด้านต่างๆไปทำงานร่วมกับชาวบ้าน / ไปทำงานแบบมีส่วนร่วมกับชาวบ้าน (เป็นการทำแทน ปตท.) ...ผลที่ได้รับคือแง่มุมความรู้สึกของชาวบ้านรู้สึกห่างเหินกับ ปตท.มากกว่า SCG ทั้งๆที่ ตัวแทนของ ปตท.ทำงานอยู่กับชาวบ้านแบบคลุกคลี / SCG ลงพื้นที่ตามลักษณะงาน

เรื่องเล่าจากมาบตาพุด SCG Group & PTT Group



เอสซีจี เคมิคอลส์ จับ
มือ ม.บูรพา
และ 3 หน่วยราชการ
ผนึกกำลัง
จัดทำโครงการ
ประเมินผลกระทบ
สุขภาพ (HIA) เป็น
รายแรก

- SCG เคมิคอลส์ จับมือกับมหาวิทยาลัยบูรพา และหน่วยราชการอีก 3 แห่ง คือ จังหวัดระยอง เทศบาลเมืองมาบตาพุด และการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เพื่อจัดทำโครงการประเมินผลกระทบทางสุขภาพ (HIA) ชุมชนที่อาศัยอยู่รอบโครงการของ SCG เคมิคอลส์ ในนิคมอุตสาหกรรมอาร์ไอแอล โดยเป็นการศึกษาแบบเต็มรูปแบบ (comprehensive HIA) ตามแนวทางของแคนาดา และนิวซีแลนด์ ที่นำมาพัฒนาให้เหมาะสมกับกรณีประเทศไทยโดยกระทรวงสาธารณสุข สำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ และสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งนับเป็นการดำเนินเป็นครั้งแรกในพื้นที่มาบตาพุด (รายงานข่าวในเว็บไซต์ของ SCG เคมิคอลส์ เมื่อ 16 กรกฎาคม 2552) ก่อนที่สำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ จะประกาศ เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการประเมินผลกระทบด้านสุขภาพที่เกิดจากนโยบายสาธารณะ พ.ศ.2552 ลงวันที่ 8 พฤศจิกายน 2552
- ซึ่งเท่ากับว่า SCG ได้นำพาในเรื่องของ HIA นี้ ก่อนที่กฎหมายจะประกาศใช้ /สามารถที่ Claim เป็นงานด้านซีเอสอาร์ ได้ว่า เป็นการปฏิบัติด้วยความรับผิดชอบ (accountability) ที่มากกว่าการปฏิบัติตามกฎหมายโดยปกติ (responsibility)
- ในขณะที่ปตท. เคมิคอล จัดการศึกษาในเรื่องเดียวกันนี้กับคณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ที่ ร.ร. โกลด์เด้นทรีจี๊ จังหวัดระยอง เมื่อวันที่ 2 ธันวาคม 2552 หลังจากมีการออกประกาศถูกตัวแทนชุมชนรุมซักถามในที่ประชุมถึงที่มาที่ไป ฯลฯ ทั้ง ม.มหิดล / ปตท.

Happy Place / Happy 8



- แนวทางการสร้างความสุข 8 ประการ (**happy 8**) ที่ริเริ่มโดย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และ สสส.

ได้แก่ 1.**happy body** การมีสุขภาพดี 2.**happy heart** การมีน้ำใจงาม 3.**happy relax** การผ่อนคลาย 4.**happy brain** การเฝ้าหาความรู้ 5.**happy soul** การมีคุณธรรมhiriโอตตัปปะ 6.**happy money** การจัดการรายรับ-รายจ่ายของตนเองได้ 7.**happy family** การมีครอบครัวที่ดี และ 8.**happy society** การมีสังคมดี

Starbucks Shared Planet



- เป้าหมายแรก ในเรื่อง "การสรรหาที่เป็นธรรม" (Ethical Sourcing) ภายใน ปี 2558 กาแฟทั้งหมดของสตาร์บัคส์จะต้องผ่านกระบวนการสรรหาอย่างมีจริยธรรมทั้งหมด 100% โดยในปีที่ผ่านมา สตาร์บัคส์ยังใช้เกณฑ์นี้ในการรับซื้อกาแฟ ซึ่งมีสัดส่วนถึง 77% จากกาแฟมูลค่าทั้งหมด 300 ล้านดอลลาร์ ทั้งยังตั้งเป้าที่จะรับซื้อกาแฟ แฟร์เทรดเพิ่มมากขึ้นเป็นสองเท่า 40 ล้านดอลลาร์ ภายในปี 2552 ซึ่งถือเป็นผู้รับซื้อกาแฟแฟร์เทรดรายใหญ่ที่สุดในโลก

เป้าหมายที่ 2 การพิทักษ์สิ่งแวดล้อม ที่สตาร์บัคส์ให้คำมั่นสัญญาว่าจะลดการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติและรับมือการเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศและสร้างแรงบันดาลใจให้คนอื่น ๆ เริ่มปฏิบัติตาม โดยตั้งเป้าหมายว่าอย่างน้อยที่สุดในปี 2558 แก้วที่นำมาใช้ 100% สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ หรือใช้วัสดุที่นำกลับมาใช้ใหม่ และองค์ประกอบสำคัญก็คือร้านที่สร้างใหม่ทั่วโลกจะได้รับการรับรองว่าสร้างโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เป้าหมายสุดท้าย การมีส่วนร่วมในชุมชน ในปี 2558 จะสนับสนุนให้พาร์ทเนอร์ (พนักงาน) มีการบริการเพื่อชุมชนมากกว่า 1 ล้านชั่วโมงต่อปี และเปิดโอกาสให้คนหนุ่มสาวเข้ามามีส่วนร่วมและสร้างแรงบันดาลใจให้คนอื่น ๆ มีส่วนร่วมในการทำงานบริการเพื่อชุมชน

CSR DAY



- สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (CSRI) ตลาดหลักทรัพย์ฯและสถาบันไทยพัฒนาได้เข้าไปให้ความรู้เรื่องซีเอสอาร์เชิงปฏิบัติการแก่พนักงานใน บริษัทต่าง ๆ ทั้งบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯและองค์กรธุรกิจทั่วไป โดยไม่คิดมูลค่า เพราะได้รับการสนับสนุนงบประมาณจาก บมจ.โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น (ดีแทค) และ บมจ.บางจากปิโตรเลียม

ในแง่ความสำเร็จ ของโครงการ หากวัดกันที่จำนวนขององค์กรที่โครงการ **CSR DAY** เข้าไปจัดกิจกรรมให้ ไม่ว่าจะเป็นผู้เข้าร่วมที่มีกว่า 2,500 คน ใน 78 บริษัท จากที่ตั้งเป้าไว้ที่ 50 องค์กร หรือจำนวนกิจกรรมกว่า 8,000 กิจกรรม ที่เกิดจากการระดมสมองพนักงาน ก็เรียกว่าสำเร็จทะลุเป้า หากแต่วิทยากรคนสำคัญของโครงการ

- ดร.พิพัฒน์ ยอดพฤติการ ผู้อำนวยการสถาบันไทยพัฒนา กลับมองที่ความสำเร็จจากคุณภาพของเนื้อหา มากกว่าจำนวนตัวเลข โดยเฉพาะความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับพนักงานที่มีความเข้าใจคำว่าซีเอส อาร์มากขึ้นและมีส่วนร่วม กับกิจกรรมขององค์กร

Social Enterprise



- "ธุรกิจเพื่อสังคม" หรือ **Social Business**ที่กำลังก้าวไปอีกขั้น ในโลกยุค **New Age Capitalism** กลุ่มทุนที่ประสบความสำเร็จจะต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาธุรกิจสู่ความยั่งยืนที่เกื้อกูลต่อโลกและสังคม
- วันนี้ โลกธุรกิจเปลี่ยนไปสู่แนวคิด **Triple Bottom Line** หรือ **ESG (Environment Social and Governance)** คงเป็นไปได้ที่ภาคธุรกิจจะเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจ (**Good Corporate**) มาเป็นงานกิจการเพื่อสังคม (**Social Enterprise**) ที่มีเป้าหมายแก้ปัญหาสังคมโดยใช้โมเดลธุรกิจเป็นตัวตั้ง แต่ภาคธุรกิจสามารถปรับตัวเองให้เป็น **Social Business** หรือทำธุรกิจเพื่อสังคมได้ ผ่านการสร้างระบบตลาด สร้างมาตรฐานการผลิต ห่วงโซ่การผลิต ที่ตระหนักหรือเอื้อต่อโลกและผู้คน
- ต้นเดือนธันวาคมที่ผ่านมา 6 องค์กรระดับประเทศ ประกอบด้วย คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เครือข่าย **TYPN** บริษัทซี เคานซิล หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ สถาบันเซนส์ พิวชั่น ภายใต้มูลนิธิบูรณะชนบทในพระบรมราชูปถัมภ์ และสถาบันธุรกิจเพื่อสังคม ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ร่วมกันสร้างสรรค์ **โครงการประกวดแผนธุรกิจกิจการเพื่อสังคม หรือ SEBP-Social Enterprise Business Plan Competition** ขึ้น โดยจับกลุ่มเป้าหมายผู้เข้าประกวดเป็นนิสิต นักศึกษาและคนรุ่นใหม่ที่มีมุ่งมั่นจะเป็นผู้ประกอบการสังคม

เซ็นทรัลรีเทล 5 แนวทางที่ CARE โลก



เป็นเวลา 3 ปีแล้วที่ "[บุษบา จิราธิวัฒน์](#)" เป็น
ผู้รับผิดชอบดูแลและมีโอกาสเรียนรู้งานด้าน
[CSR](#)

(Corporate
Social Responsibility)

ให้กับเซ็นทรัลรีเทลฯ อย่างเป็นทางการ

- "ส่วนตัวแล้ว [CSR](#) คือ **Commitment** เป็นความรับผิดชอบขององค์กรต่อสังคมที่เราอยู่ **Vision** ของเซ็นทรัลรีเทลฯ ก็คือบริษัทคนไทยที่มุ่งตอบสนองสังคมไทยและคนไทยให้มีความกินดีอยู่ดี ซึ่งมีหลายแนวทางให้เลือกทำ สำหรับเซ็นทรัลรีเทลฯ เชื่อว่าต้องสร้างจากข้างในเสียก่อนหมายถึงสร้างคนของเราเองก่อนเพราะคนคือเครื่องมือสำคัญ เมื่อเขารู้ ตระหนัก และเปลี่ยนพฤติกรรมตัวเองได้ แผนงานในทุกแนวทางย่อมเป็นไปได้ทั้งสิ้น"
- ปัจจุบันเซ็นทรัลรีเทลฯ กำหนดแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอยู่ 5 เรื่อง ได้แก่ 1.ด้านบูรณะโบราณสถานและรักษาขนบธรรมเนียม ประเพณีไทย 2.ด้านการศึกษา 3.ด้านกีฬา 4.ด้านสังคม และ 5.ด้านสิ่งแวดล้อม

กะทิชาวเกาะ Zero Waste



เกรียงศักดิ์ เทพผดุงพร" กรรมการผู้จัดการ
บริษัท อำพลฟู้ดส์ โพรเซสซิง จำกัด
ให้สัมภาษณ์ถึงแนวคิดการบริหารจัดการ
องค์กรอย่างยั่งยืนว่า "เรามองแค่ 3 ตัว คือ
1.บริหารคนให้ได้ และบริหารคนให้มี
ประสิทธิภาพในการทำงาน 2.มีความคิด
สร้างสรรค์ในการสร้างนวัตกรรมใหม่ให้
เกิดขึ้น 3.ความรับผิดชอบต่อสังคม"

- เรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม ระบบที่เราวางไว้ทั้งหมดกลายเป็นว่าเข้ามาตรฐาน **ISO 26000** หหมด (มาตรฐานซีเอสอาร์ที่จะบังคับใช้กันยายน 2553 นี้) หมายถึงว่าคุณต้องดูแลเรื่องคน เรื่องสินค้า ต้องผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ตอนนี้ส่งสินค้าไปยุโรปเริ่มเซ็นสัญญาแล้ว ใช้แรงงานเด็กหรือไม่ ใช้พนักงานมีโอทีเกิน 12 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ไหม วันหนึ่งเกินได้แค่ 2 ชั่วโมง/วัน ถ้าจะเกินไป 3-4 ชั่วโมงก็ได้ แต่ต้องมีหลักฐานว่าจ่ายเงิน แรงงานผู้หญิงต้องห้ามทำโอเวอร์ไทม์ เรื่องพวกนี้ถูกจับเซ็นสัญญาหมดเลย และมีเรื่องสิ่งแวดล้อม เราทำเรื่องตามมาตรฐาน **ISO 14000** ไปแล้ว พอมีมาตรฐาน **ISO 26000** เกี่ยวกับเรื่องซีเอสอาร์ ก็คลุมลงไปอีกทั้งหมดเลย

อีก อันหนึ่งที่เราพยายามตั้งคือ **zero waste** ไม่ให้มีปัญหาอะไรของโรงงาน ออกไปข้างนอกเลย วันนี้เราใช้เอง ปรับปรุงเอง และปรับเป็นมูลค่าเพิ่มด้วย ทุกวันนี้สิ่งที่ออกไปจากโรงงานน้อยลงเรื่อย ๆ อย่าง น้ำเสีย พอเราทำระบบปิดและผลิต ก๊าซก็จะมีกลิ่นออกไป ก๊าซก็อยู่ในลูกโป่ง ถังเก็บก๊าซทั้งหมด แล้วก็สูบไปผลิตเป็นไฟฟ้าทั้งหมด ไม่มีปัญหาสิ่งแวดล้อม

เพราะฉะนั้นเรื่องซีเอสอาร์ต้องยอมรับว่าธุรกิจต้องมีกำไร เมื่อได้มาก็คืนกลับสู่สังคม

โดยสรุปแล้ว องค์กรจะยั่งยืนต้องมี 3 อย่าง คน นวัตกรรม ซีเอสอาร์

CSR in Steel industry of Japan

Nippon Steel Corporation *On the Leading Edge: Nippon Steel*



JFE Steel Corporation

NSC 2050

Realization of Environmentally – Friendly and Sustainable Society

Eco-
process

Eco-
products

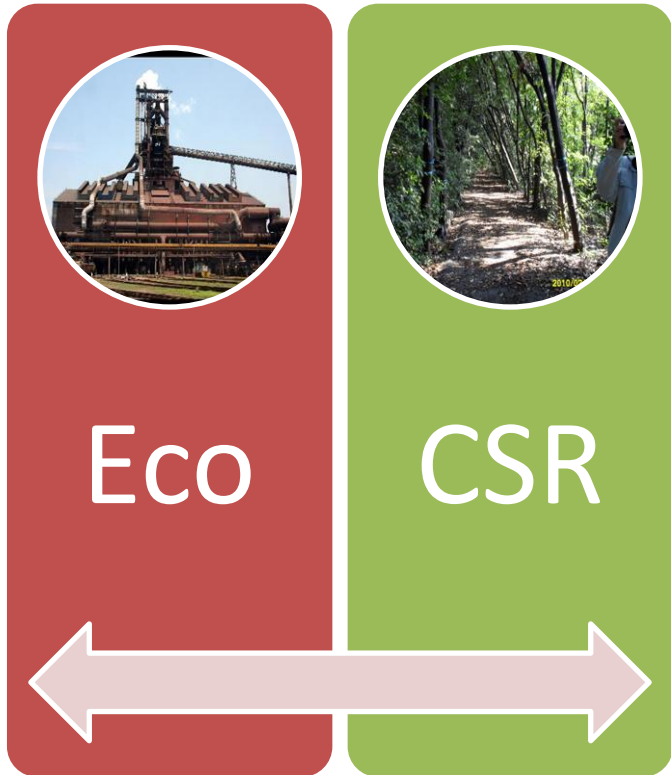
Eco-
solutions

We produce at the world's highest level of efficiency in resources and energy

We provide ECO – PRODUCTS contributing to the conservation of energy and resources in the structuring of a sustainable society

We provide solutions to conservation and environmental problems from the global perspective

NSC – CSR / Philosophy



- ปรัชญาในการดำเนินงานของ NSC คือ การอยู่ร่วมกับชุมชนอย่างสันติสุข (**coexistence with the local community**) และจากปรัชญาข้างต้น NSC มีการดำเนินกิจกรรมเพื่อการต่างๆ เช่น การสนับสนุนกิจกรรมการดนตรี (**music support activities**) ผ่านการดูแลของมูลนิธิเพื่อการศิลปะ (**the Nippon Steel Arts Foundation**) การสนับสนุนการสร้างทีมกีฬาของชุมชน โดยมีส่วนร่วมในการเป็น **co-sponsor** รวมทั้งสนับสนุนงานด้านสาธารณูปโภคต่างๆ ให้กับชุมชนในฐานะที่เป็นพลเมืองของสังคม / เป็นประชากรคนหนึ่งของชุมชน
- ที่นี้แยกเรื่องของ **CSR in process** ไว้เป็นอีกเรื่องหนึ่งต่างหาก เพราะเป็นเรื่องที่ทำนตามนโยบายของรัฐบาลโดยความรับผิดชอบ (แบบมากกว่าเกณฑ์ที่รัฐบาลกำหนด) กับ **CSR after process** เป็นเรื่องของการสนับสนุนกิจกรรมทางสังคม ชุมชน พนักงาน ฯลฯ

JFE CSR

JFE Group CSR Council

- Compliance
- Environmental
- Internal control

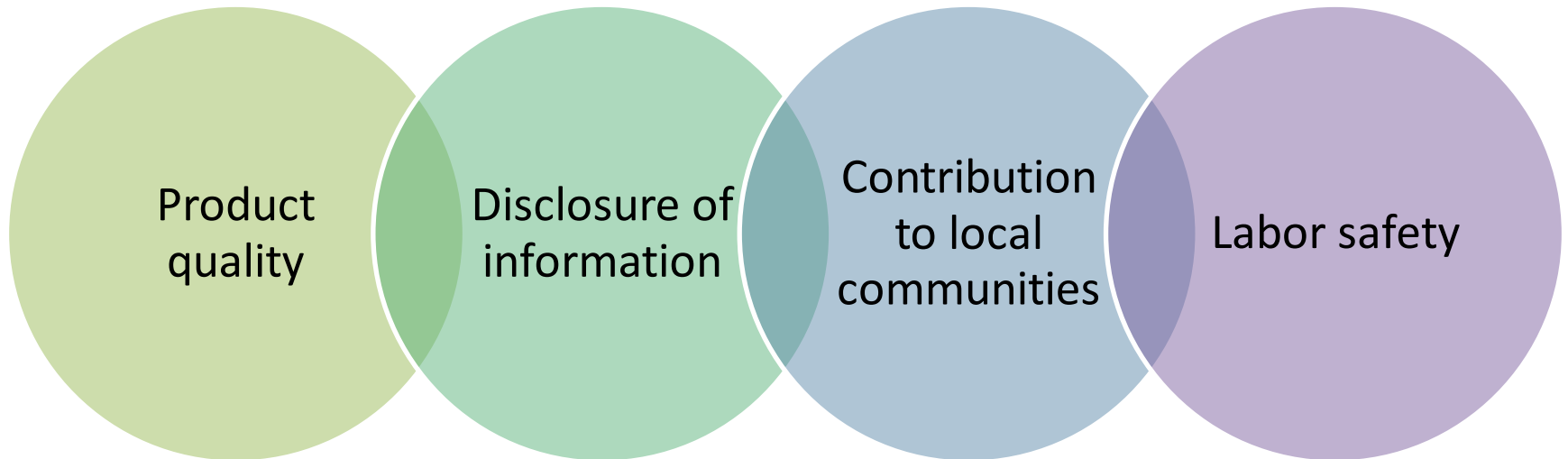
CSR activities

- Environment
- Internal control
- Personnel/labor
- Safety
- Disaster prevention
- Social contribution

Agendas

- Group – wide deliberations
- Monitoring
- Information sharing & response cases

JFE society



JFE society



CSR Hot Issues 2010



แม้ ในภาพรวมจะยังต่างในแง่ของความเชื่อ และแนวคิด ขณะที่ธุรกิจจำนวนหนึ่งเชื่อว่า **CSR** จะต้องผสมผสานเข้าไปอยู่ในทุกกระบวนการในการดำเนินธุรกิจ จำนวนไม่น้อยก็ยังเชื่อว่า **CSR** เป็นเพียงส่วนเสริมและเป็นการ "คั่นกำไรสู่สังคม" ซึ่งธุรกิจพึงทำในฐานะพลเมืองที่ดีในการดำเนินการผ่านกิจกรรมเพื่อสังคม เพียงเท่านั้น

ไม่ว่าใครจะเลือกเชื่อและเลือกทำในแบบใด แต่หากทอดสายตาวไกลไปข้างหน้ากับประเด็นร้อนและความเคลื่อนไหวภายใต้ร่มเงา **CSR** ที่ "ประชาชาติธุรกิจ" ได้รวบรวมมานำเสนอในฉบับนี้นั้น จะเป็นประโยชน์เพียงพอที่ทำให้คนขับเคลื่อน **CSR** ในหลายองค์กรนั้นสามารถนำไปปรับปรุงเปลี่ยนแปลง สิ่งที่เคยมี เคยทำให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้นกว่าที่เคยเป็น และทำให้ **CSR** ที่ขับเคลื่อนอยู่สามารถนำพาองค์กรก้าวเดินไปสู่ถนนของความยั่งยืน และสร้างคุณค่าให้กับสังคมและองค์กรได้ อย่างที่ต้นธารของความคิดในเรื่อง **CSR** หวังว่าจะให้เป็น

CSR Hot Issues 2010 (1)

- 1. การมีส่วนร่วมของพนักงาน

ปัจจัย ความสำเร็จที่สำคัญที่คนมักพูดถึงต่อการขับเคลื่อน **CSR** ในองค์กร คือ การสร้างพนักงานที่มีจิตสำนึกแห่งความรับผิดชอบต่อสังคม หากแต่ต้องยอมรับความเป็นจริงว่าเรื่องแบบนี้ไม่ใช่เรื่องง่าย กระทั่งองค์กรยักษ์ใหญ่อย่าง "เนสท์เล่" ที่ทำงานด้านนี้มายาวนาน ยังใช้เวลากว่า 4-5 ปีในการปลูกจิตสำนึกที่ว่าผ่านช่องทาง "อาสาสมัคร พนักงาน" และแม้กระทั่งหากสแกนดูองค์กรธุรกิจที่เป็น "ผู้นำ" ในเรื่อง **CSR** อาทิ ดีแทค ธนาคารไทยพาณิชย์ เซ็นทรัลพัฒนา ฯลฯ ผู้ที่รับบทบาทในการขับเคลื่อน **CSR** ในองค์กรนั้นยังยอมรับว่า เรื่องนี้เป็นเรื่องยากที่สุดในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และทำให้พนักงานเชื่อเช่นเดียวกับสิ่งที่องค์กรเชื่อ ทั้งเรื่อง "จิตอาสา" (**employee volunteer**) ตลอดจนการเทรนนิ่งความรู้ด้าน **CSR** ให้กับพนักงานของธุรกิจ จึงเป็นเรื่องในกระแสที่เชื่อว่าจะเห็นว่าธุรกิจต่างให้นำหนักมากขึ้น และ มากขึ้นในปี 2553

CSR Hot Issues 2010 (2)

- 2. ก้าวสู่สังคมคาร์บอนต่ำ (low carbon society)

หาก จะสังเกตในปี 2552 ที่ผ่านมา เริ่ม ปรากฏให้เห็นการประกาศตัวขององค์กรธุรกิจ ภายใต้แนวคิดการก้าวสู่ "สังคมคาร์บอนต่ำ" หรือ **low carbon society** โดยไม่ เพียงแต่มีการกำหนดเป้าหมายชัดเจนในการจำกัดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก สู่ชั้น บรรยากาศ แต่ยังมีการลงทุนปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานธุรกิจในทุกด้านเพื่อไปสู่เป้าหมาย ที่ว่า ก่อนหน้าที่จะหยุดยาวปีใหม่ไม่กี่วัน คณะกรรมการนักธุรกิจเพื่อสิ่งแวดล้อมไทย (Thailand Business Council for Sustainable Development : TBCSD) ซึ่งมีสมาชิกเป็นองค์กรธุรกิจชั้นนำ อาทิ บางจากปิโตรเลียม โคคา-โคลา ธนาคารกรุงไทย ฯลฯ ก็เพิ่งประกาศให้เรื่องนี้เป็นทิศทางของปี 2553 ขององค์กร โดยให้ เหตุผลว่าในช่วงที่ผ่านมา สมาชิกในเครือข่ายต่างก็หันมาให้ความสำคัญกับเรื่องนี้ และมี การดำเนินการในทางปฏิบัติมาก ดังนั้นจึงถึงเวลาที่จะมีการตกลงและออกมาตรการร่วมกัน เพื่อเป็นแนวปฏิบัติ ให้เกิดผลกระทบภาพรวมที่ชัดเจนขึ้น

CSR Hot Issues 2010 (3)

- 3.การมาถึงของร่องรอยคาร์บอน (carbon footprint) และฉลากคาร์บอน (carbon label)

ใน ปีที่ผ่านมาเริ่มมีธุรกิจชั้นนำในไทย ประกาศนำร่องในเรื่องของ "ร่องรอยคาร์บอน" หรือ "คาร์บอน ฟุตพริ้นท์" อาทิ เทสโก้ โลตัส ซีพีเอฟ ฯลฯ

ซึ่ง เป็นความพยายามในการแก้ไขปัญหาโลกร้อนในฝั่งผู้ผลิต โดยดูแลการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ตลอดวัฏจักรของการทำธุรกิจ ขณะที่ฉลากคาร์บอน หรือคาร์บอนเลเบล ถือเป็นการแก้ปัญหาเดียวกันใน ฝั่ง ผู้บริโภค ปัจจุบันในไทยองค์การบริหารก๊าซเรือนกระจก องค์การมหาชน (อบก.) ได้ให้กำเนิดฉลาก คาร์บอนแล้วในไทย ซึ่งจะให้รายละเอียดเกี่ยวกับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เพื่อเป็นส่วนประกอบให้ผู้บริโภคตัดสินใจ และในอนาคตเชื่อว่าจะกลายเป็นมาตรการที่ผู้ซื้อและร้านค้าปลีกทั่ว โลกจะ ให้ความสำคัญ ดังนั้นถ้าใครยังไม่รู้จักทั้ง 2 เรื่องนี้จะรู้จักดียิ่งขึ้นในปีนี้อย่างแน่นอน

CSR Hot Issues 2010 (4)

- 4.การรณรงค์สร้าง "ผู้บริโภค ที่มีความรับผิดชอบ" (responsible consumer)

ดร.สุทธิ ศักดิ์ ไกรสรสุธาสิณี ผู้เชี่ยวชาญ **CSR** จากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เคยเสนอแนวทางไว้ว่า การจะให้ **CSR** เกิดในสังคมไทยได้อย่างแท้จริง ไม่ใช่แค่เพียงการพัฒนาในฝั่งองค์กรธุรกิจ แต่ขณะเดียวกันต้องสร้างความแข็งแกร่งและสร้างจิตสำนึกด้านความรับผิดชอบต่อให้ เกิดขึ้นในหมู่ "ผู้บริโภค" เพราะหากเมื่อใดที่ผู้บริโภคใช้ปัจจัยเรื่องการใส่ใจสิ่งแวดล้อมและสังคม เป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า ย่อมเป็นเรื่องผลักดันสำคัญที่จะทำให้เกิดการพัฒนาในฝั่งธุรกิจ แม้ที่ผ่านมาเรื่องนี้ในไทยจะยังไม่เข้มข้นนัก แต่การเปิดตัวโครงการการค้าผูกพันของ "เอสซีจี" เมื่อปลายเดือนที่ผ่านมา ในการส่งเสริมให้พนักงานเป็นผู้บริโภคที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมแล้ว เป็นสัญญาณที่ดีว่าเรื่องนี้ น่าจะกลายเป็นประเด็นที่คนขับเคลื่อน **CSR** ในแต่ละองค์กร ต้องจับตาและเดินตามรอยผู้นำในอนาคตอันใกล้

CSR Hot Issues 2010 (5)

- 5. ขยับก้าวจาก "สินค้าสีเขียว" (green product) สู่ "สินค้าเพื่อสังคม" (social product)

ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา มีธุรกิจจำนวนมาก "ลอนช์" ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แต่หากสังเกตความเคลื่อนไหวแบบจริง ๆ จัง ๆ จะเห็นว่า มีความพยายามของหลายองค์กรที่จะผลักดันคุณค่าทางสังคมเข้าไปในตัวผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นแคมเปญในลักษณะที่ผูกติดสินค้ากับการบริจาค อาทิ การนำส่วนแบ่งจากยอดขาย เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ของ "ไลอ้อน" แห่งเครื่องสพัตน์ ที่เปิดตัวสินค้าภายใต้แบรนด์ "ซื่อสัตย์" โดยหวังผลให้เกิดการรณรงค์ทางสังคมเพื่อกระตุ้นให้ ผู้บริโภคตระหนักกับเรื่องคุณธรรมและความซื่อสัตย์ และเป็นสินค้าที่ตอบสนองด้านความรู้สึกไปพร้อมกับคุณสมบัติการใช้งาน และนี่น่าจะเป็นเกมรุกด้านการตลาดที่น่าจะมีผู้ตามมาอีกมากมายในไม่ช้า

CSR Hot Issues 2010 (6)

- 6.การคิกออฟ ISO 26000

หลังจากปีที่ผ่านมา ธุรกิจจำนวนหนึ่งโดยเฉพาะกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมที่มีความตื่นตัวในการปรับตัวเตรียมพร้อมรับมาตรฐานใหม่อย่าง **ISO 26000** มาตรฐานว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม ที่ใหม่เอี่ยมแกะกล่อง และพร้อมที่จะประกาศใช้ในปี 2553 นี้ ดังนั้นทันทีที่มาตรฐานนี้ประกาศใช้ แม้ว่าจะเป็นมาตรฐานที่เป็นไปตามความสมัครใจและไม่ต้องมีการรับรอง แต่ก็เชื่อว่าจะได้รับความสนใจและขยายวงสู่ธุรกิจในเช็กเตอร์อื่น ๆ อย่างแน่นอน

CSR Hot Issues 2010 (7)

- 7.สู่มาตรฐานในระดับเช็กเตอร์

ไม่ใช่แค่ ISO 26000 ที่จะเข้ามามีบทบาทในการขับเคลื่อน CSR ในองค์กรธุรกิจไทยให้มีมุมมองที่กว้างขวางขึ้นและหลากหลายมากขึ้นกว่าการทำงานในระดับกิจกรรมเพื่อสังคม ในเวลาเดียวกันทั้งสัญญาณจากนักวิชาการที่ติดตาม CSR ในไทย ตลอดจนผู้นำในองค์กรธุรกิจจำนวนหนึ่งต่างเห็นพ้องกันว่า มาตรฐานการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับเช็กเตอร์ หรือมาตรฐานเฉพาะในรายอุตสาหกรรม จะปรากฏให้

เห็นมากขึ้นในปีนี้ และจะเป็นแรงผลักดันสำคัญที่จะทำให้แต่ละธุรกิจต้องทำงาน CSR อย่างเป็นระบบมากขึ้น ดูอย่างความพยายามในการปรับตัวของ "การบินไทย" ในช่วงไม่นานมานี้ ก็เป็นเพราะในอุตสาหกรรมการบินได้มีข้อตกลงร่วมกันในการที่จะลดการปล่อยก๊าซ คาร์บอนไดออกไซด์ออกสู่ชั้นบรรยากาศ และนั่นรวมถึงการออกกฎหมายของประเทศในสหภาพยุโรป ที่ชัดเจนว่าสายการบินที่ไม่สามารถลดคาร์บอนได้ตามเป้าหมายที่เขาวางไว้ จะไม่สามารถทำการบินได้ และนี่เป็นเพียงตัวอย่างเล็ก ๆ ที่พอจะทำให้เห็นภาพที่ชัดเจนขึ้นของการที่ธุรกิจจะต้องเร่งเครื่องทบทวนและ ปรับปรุง CSR ขององค์กรในอนาคต

CSR Hot Issues 2010 (8)

- 8. จัปตาการก่อตัวของการลงทุนที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (SRI) และนักลงทุนที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (responsible investor)

จะ ว่าไปการลงทุนที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (social responsible investment : SRI) และนักลงทุนที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (responsible investor) ไม่ได้เป็นประเด็นที่ใหม่นัก และในต่างประเทศอย่างในสหรัฐอเมริกา ในระยะเวลาเพียง 10 ปีมีการลงทุนในลักษณะที่ว่านี้เพิ่มขึ้นจำนวนมาก โดยมีจำนวนสินทรัพย์ที่เพิ่มมากขึ้นจาก 600 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี 2538 มาเป็น 2,300 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี 2548 ที่ผ่านมานี้ในวงเล็ก ๆ ของนักวิชาการและผู้ที่เกี่ยวข้อง อาทิ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ต่างก็เริ่มพูดถึงเรื่องนี้มาพักใหญ่ คาดการณ์กันว่าในปี 2553 เรื่องนี้จะเป็นรูปธรรมมากขึ้นจากการประกาศแนวปฏิบัติการพิจารณาการลงทุนด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในไทย ซึ่งต้องติดตามแบบห้ามกะพริบตา

CSR Hot Issues 2010 (9)

- 9.รายงานด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน (social report/SD report)

แม้ว่าปัจจุบันจะมีธุรกิจที่ประกาศนโยบาย และมีการดำเนินงานด้าน CSR จำนวนมาก หากแต่ในมุมของการสื่อสารให้ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders) รับรู้เรื่องราวดังกล่าวยังแทบไม่ปรากฏ แต่จากการสำรวจของ "ประชาชาติธุรกิจ" เมื่อไม่นานมานี้พบว่า มีองค์กรธุรกิจจำนวนหนึ่งที่กำลังอยู่ในระหว่างการเตรียมการที่จะดำเนินการ เรื่องนี้ในอนาคตอันใกล้ จึงมีความเป็นไปได้มากกว่าในปี 2553 นี้ นอกจากจะเห็นรายงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน หรือรายงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มมากขึ้นแล้ว ยังจะเห็นพัฒนาการในการจัดทำรายงานที่เทียบเคียงในระดับสากลมากขึ้นด้วย

CSR Hot Issues 2010 (10)

- 10. ผู้ประกอบการทางสังคม (social enterprise)

ในประเทศไทยขณะนี้เศรษฐกิจแทบจะงัดหัวไม่ขึ้นและส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการจำนวนมาก แต่ปรากฏชัดเจนว่า กลุ่มที่เรียกตัวเองว่า "ผู้ประกอบการทางสังคม" ซึ่งมีวัตถุประสงค์ของการทำธุรกิจที่ไม่เพียงธุรกิจอยู่รอด แต่ยังมีเป้าหมายที่จะช่วยเหลือและแก้ปัญหาสังคมเรื่องใดเรื่องหนึ่ง กลับมีรายได้และอัตราการเติบโตแบบสวนทางกับผู้ประกอบการปกติ ในปี 2552 นอกจากเราจะมีโอกาสได้ยินคำนี้ และเริ่มเห็นผู้ประกอบการทางสังคมแบบตัวเป็น ๆ ปรากฏผ่านหน้าสื่อมากขึ้น ในปี 2553 ยังมีโครงการและกิจกรรมเป็นจำนวนมากที่เชื่อว่าจะทำให้เรื่องนี้มีการขยาย ตัวมากขึ้นในบ้านเรา โดยเฉพาะความพยายามในการเชื่อมโยงการทำงาน **CSR** ของธุรกิจกับการดำรงอยู่ของผู้ประกอบการทางสังคม ส่วนจะเป็นอะไรยังไงเป็นเรื่องที่ยังต้องติดตาม

CSR Hot Issues 2010 (11)

- 11.การลงทุนทางสังคมและการพัฒนาสังคม (community improvement)

โครงการ เพื่อสังคมและกิจกรรมเพื่อช่วยพัฒนาชีวิตผู้คนในสังคม ที่แม้จะมีอยู่มากแล้วในปัจจุบัน ในปี 2553 นี้ก็เชื่อว่าจะยังมีโอกาสพบเจอโครงการและกิจกรรมเหล่านี้อยู่ เพราะจะอย่างไรก็ดีถือเป็นบริบททางสังคมที่สำคัญในประเทศกำลังพัฒนา เช่นบ้านเรา ที่ยังมีช่องว่างระหว่างคนรวยและคนจน และยังคงมีปัญหาที่ดำรงอยู่ในหลายพื้นที่ที่ภาครัฐไม่สามารถจะเข้าไปมีส่วน เยียวยา เพียงแต่เชื่อว่าในปี 2553 จะเริ่มเห็นวิธีการทำงานที่ต่างออกไป ทั้งในลักษณะของการทำงานร่วมกับพันธมิตรกับองค์กรพัฒนาเอกชน รวมถึงการพยายามพัฒนาเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น เพราะการทำเรื่องนี้แบบ หลอก ๆ กำลังส่งผลเสียถึงความเชื่อมั่น และเป็นบทเรียนแล้วกับหลายองค์กร

CSR Hot Issues 2010 (12)

- 12.หนทางสู่ความร่วมมือระดับเครือข่าย (CSR networking)

ในปี 2552 การเกิดขึ้นของ **CSR Club** ซึ่งเป็นเครือข่ายความร่วมมือระหว่างบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์กว่า 27 องค์กร เป็นการสะท้อนให้เห็นถึงพัฒนาการ **CSR** ที่กำลังก้าวข้ามจากเส้นแบ่งแบบต่างคนต่างทำ มาสู่การทำงานร่วมกันเพื่อให้เกิดผลกระทบในเชิงบวกที่ชัดเจนมากขึ้น ไม่เพียงเท่านั้นหากติดตามความเคลื่อนไหวจะเห็นว่าในปี 2552 ถือเป็นปีแห่งการเริ่มต้นในการพัฒนาโครงการร่วมกันขององค์กรธุรกิจมากมาย หลายโครงการ ซึ่งเป็นการแบ่งปันทั้งทรัพยากรและจุดแข็งที่แต่ละคนมีมาเติมเต็มซึ่งกันและกัน เพื่อให้โครงการมีความแข็งแกร่งขึ้น และเชื่อว่าจะได้เห็นภาพของการสานต่อการทำงานในระดับความร่วมมือแบบนี้เพิ่มมากขึ้นในปี 2553

CSR Model in Development Country by

Wayne Visser

Ph.D. Fellow, The University of Nottingham, United Kingdom.
Special Advisor, Sustainability Services, KPMG South Africa

CSR pyramid for developing countries

Wayne Visser

Ph.D. Fellow, The University of Nottingham, United Kingdom.

Special Advisor, Sustainability Services, KPMG South Africa



สำหรับประเทศไทย

CSR ปี"52 บทสะท้อนการพัฒนาที่ยังย่ำอยู่กับที่

บริษัทที่ได้รับการจัดอันดับผลการดำเนินงานด้านเชื้อสาร์ยยอดเยี่ยมในไทย

อันดับใน เมืองไทย	อันดับใน อาเซียน	บริษัท	ปี 2009 (%)	ปี 2008 (%)
1	14	บมจ.สยามซีเมนต์ (SCG)	80.4	70.2
2	67	บริษัท ปตท.สพ. จำกัด (มหาชน)	47.1	39.5
3	81	บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน)	42.2	37.9
3	81	บมจ.ผลิตไฟฟ้าราชบุรีโฮลดิ้ง	42.2	27.4
5	111	ธนาคารกรุงไทย	33.3	25.0
6	113	บมจ.ไทยออยล์ จำกัด	32.4	29.0
7	119	ธนาคารกสิกรไทย	30.4	16.1
7	119	บมจ.ปูนซีเมนต์ไทย (SCC)	30.4	N/A
9	123	บมจ.ปตท.เคมีคอล	29.4	12.9
10	129	บริษัท ซี.พี.ออส จำกัด	28.4	N/A

ที่มา : CSR Asia