

6

ทิศทาง

CSR

ปี 2552



## สถาบันไทยพัฒนา

ในปีที่ผ่านมา สถาบันไทยพัฒนา ได้พัฒนาโครงการวิจัยและให้คำปรึกษาด้าน CSR ให้แก่หน่วยงานต่างๆ อาทิ

- การจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบาย CSR แห่งชาติ
- การจัดทำข้อเสนอโยบาย CSR กรุงเทพมหานคร
- การศึกษาและจัดทำแผนแม่บท CSR
- การวางกลยุทธ์ด้าน CSR ขององค์กรธุรกิจ
- การฝึกอบรมให้ความรู้ CSR ใน 76 จังหวัด ทั่วประเทศ
- การจัดเวทีประชุม CSR ระดับภูมิภาค 4 ภาค

**1**

ธุรกิจจะปรับเปลี่ยนกิจกรรมเพื่อสังคม จากแนว  
ECO-CONSCIOUS มาสู่ SOCIAL CONCERN มากขึ้น

Green Campaign



Blue (Collar) Campaign

Employment

(การจ้างงาน)



Employability

(ความสามารถในการมีงานทำ)

# Employability

(ความสามารถในการมีงานทำ)

being capable of getting and keeping fulfilling work

- gaining initial employment,
- maintaining employment, and
- obtaining new employment if required.

**2**

แนวคิดในการตั้งผู้รับผิดชอบหรือคณะทำงานด้าน CSR จะแผ่ขยาย  
จากองค์กรธุรกิจเอกชน เข้าสู่รัฐวิสาหกิจหรือหน่วยงานของรัฐ

## การเปรียบเทียบเกณฑ์การประเมินผล ปี 2551 และ ปี 2552

| ประเด็นพิจารณา  | น้ำหนัก (ร้อยละ) |      |
|---|------------------|------|
|   | 2551             | 2552 |
| 1. บทบาทและการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการ                     | 85               | 90   |
| 1.1 การกำหนดให้มีแผน ทิศทาง กลยุทธ์ นโยบายและเป้าหมายที่สำคัญ | 20               | 20   |
| 1.2 การติดตามและทบทวนความเพียงพอของระบบงานที่สำคัญ *          | 15               | 15   |
| 1.3 การดูแลติดตามผลการดำเนินงาน                               | 20               | 10   |
| 1.4 การประเมินผลงานของผู้บริหารระดับสูงและผู้บริหารสูงสุด     | 10               | 10   |
| 1.5 การประชุมคณะกรรมการ/อนุกรรมการ                            | 10               | 10   |
| 1.6 การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส *                          | 10               | 10   |
| 1.7 การส่งเสริมการดำเนินงานด้าน CG และ CSR *                  | 15               | 15   |
| 2. การพัฒนาตนเองของคณะกรรมการ                                 | 15               | 10   |
| 2.1 การประเมินตนเองของคณะกรรมการ                              | 8                | 6    |
| 2.2 การส่งเสริมความรู้ ความสามารถ                             | 7                | 4    |
| รวม   | 100              | 100  |





- งบลงทุนรัฐวิสาหกิจในปี 2551 มีจำนวนทั้งสิ้น 289,756 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 3.2 ของ GDP
- เป้าหมายการนำส่งรายได้รัฐวิสาหกิจปี 2552 ตั้งเป้าไว้ที่ประมาณ 93,000 ล้านบาท

(ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ )

**3**

รูปแบบของ CSR จะพัฒนาจาก

“Strategic CSR” สู่ “Creative CSR”



พัฒนาการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ

## Responsive CSR

- การปฏิบัติตัวเป็นบริษัทพลเมืองที่ดี (Good Corporate Citizen)
- การบรรเทาผลกระทบเชิงลบที่เกิดขึ้นหรือที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากกิจกรรมทางธุรกิจของตน

เป็นการทำ CSR ในเชิงรับ (Receptive)

กิจกรรม CSR ภายใต้อุปแบบนี้ จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อมีปัญหาหรือผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจไปสู่สังคม หรือสังคมมีการเรียกร้องให้กิจการดำเนินความรับผิดชอบต่ออย่างเหมาะสมต่อผลกระทบเหล่านั้น เป็นการผลักดันให้มีการริเริ่มดำเนินงาน CSR จากผู้มีส่วนได้เสียที่อยู่ภายนอกองค์กร (Outside-In)

## Responsive CSR

วิธีการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในขั้นนี้ กิจการมักใช้  
วิธีศึกษาข้อกำหนด กฏระเบียบ มาตรฐานหรือข้อกำหนดที่  
เกี่ยวข้อง แล้วนำมาปฏิบัติเพื่อปรับให้เข้ามาตรฐาน  
(Standardization) อันเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป

## Responsive CSR

ผลลัพธ์จากการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยวิธีการนี้ จะทำให้กิจการได้ชื่อว่าเป็นบริษัทพลเมืองที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในการแก้ไขปัญหาหรือผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน และได้รับการยอมรับให้เป็นสมาชิกหนึ่งในสังคมนั้นๆ (Inclusiveness)

อย่างไรก็ดี เป้าประสงค์ของการทำ CSR ในขั้นนี้ แม้ผู้ที่ได้รับประโยชน์จากกิจกรรม CSR จะเป็นบุคคลที่อยู่ภายนอกองค์กร แต่กิจการยังคงมุ่งรักษาไว้ซึ่งคุณค่าขององค์กร (Corporate Value) เป็นสำคัญ

## Strategic CSR

เป็นการทำ CSR ในเชิงรุก (Proactive) ที่องค์กรสามารถริเริ่มกิจกรรม CSR ด้วยตัวเองให้แก่อสังคมนอก (Inside-Out) ที่เชื่อมโยงสัมพันธ์กับความ ต้องการหรือการริเริ่มจากภายนอก (Outside-In)

วิธีการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมนอกที่ระบุแบบที่เป็น CSR เชิงกลยุทธ์นี้ กิจกรรมไม่เพียงแต่สามารถปฏิบัติได้ตามข้อกำหนดหรือมาตรฐานอันเป็นที่ยอมรับ เท่านั้น แต่ยังมีกำหนดจุดยืนที่เป็นเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากแนวปฏิบัติของ องค์กรอื่นๆ มีการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) ในวิธีการ มีอิสรภาพใน การคัดเลือกประเด็นทางสังคม โดยที่ปลอดจากพันธนาการหรือข้อเรียกร้องเช่นใน Responsive CSR

## Strategic CSR

ด้วยวิธีการที่แตกต่างและกิจกรรม CSR ที่เหมาะสม ผลลัพธ์จากการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมภายใต้รูปแบบที่เป็น CSR เิงกลยุทธ์นี้จะทำให้เอื้อต่อการพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขัน (Competitiveness) ขององค์กรในระยะยาว

เป้าประสงค์ของ CSR เิงกลยุทธ์ ที่ผสมผสานการริเริ่มทั้งจากภายในและการเชื่อมโยงจากภายนอกจะก่อให้เกิดคุณค่าร่วมกัน (Shared Value) ระหว่างธุรกิจและสังคม



## Creative CSR

เป็นการทำ CSR ที่ก้าวข้ามบริบทของการรุก-รับ เป็นการพัฒนากิจกรรม CSR ในเชิงร่วม (Collaborative) ที่เปิดโอกาสให้เกิดการทำงานร่วมกันระหว่างธุรกิจและสังคมอย่างไม่แบ่งแยก

กิจกรรม CSR ภายใต้อุปแบบนี้ จะไม่สามารถกำหนดได้อย่างชัดเจนว่าใครเป็นผู้ริเริ่มก่อนหลัง เนื่องจากเส้นแบ่งของการทำงานร่วมกันระหว่างกิจการและสังคมจะเลือนลางลง (Blur)

## Creative CSR

วิธีการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมภายใต้ขั้นนี้ จะไม่ได้จำกัดเพียงการสร้าง ความแตกต่างในวิธีการที่มีอยู่ แต่เป็นการคิดค้นวิธีการขึ้นใหม่ เป็นนวัตกรรม (Innovation) การดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมที่เป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากวิธีการอื่นโดยอัตโนมัติ

ผลลัพธ์จากการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมภายใต้รูปแบบที่เป็น CSR เชิงสร้างสรรค์นี้ จะทำให้เอื้อต่อการพัฒนาขีดความสามารถที่แน่นแฟ้น (Cohesiveness) ระหว่างผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ ในอันที่จะก่อให้เกิดคุณค่าเดียวกัน (Common Value) ของทั้งกิจการและสังคม

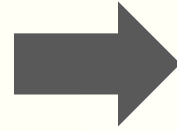
| Responsive CSR  | Strategic CSR          | Creative CSR  |
|-----------------|------------------------|---------------|
| Corporate Value | Shared Value           | Common Value  |
| Inclusiveness   | Competitiveness        | Cohesiveness  |
| Standardization | Differentiation        | Innovation    |
| Outside-In      | Outside-In, Inside-Out | Blur          |
| Receptive       | Proactive              | Collaborative |

ปรัชญาของการทำ CSR เติ้งกลยุทธ์ มุ่งที่จะเสริมสร้าง  
**ขีดความสามารถในการแข่งขัน** (Competitiveness) ทางธุรกิจ

แต่ปรัชญาของการทำ CSR เติ้งสร้างสรรค์นั้น จะมุ่งเสริมสร้าง  
**ขีดความสามัคคีที่แน่นแฟ้น** (Cohesiveness) กับสังคม

กระบวนการคิดเพื่อให้ได้มาซึ่งกิจกรรม CSR เซึ่งกลยุทธ์ หรือการคิด CSR เซึ่ง **“ยุทธศาสตร์”** นั้น จะต้องใช้พลังจากสมองซีกซ้ายในการ วิเคราะห์หาตรรกะเหตุผล ความคุ้มค่า ต้นทุน ประสิทธิภาพ ฯลฯ

ขณะที่กิจกรรม CSR เซึ่งสร้างสรรค์นั้น จะถูกปลดปล่อยออกมาจาก สมองซีกขวา เป็นการคิด CSR ในเซึ่ง **“ยุทธศิลป์”** ที่ต้องอาศัยไอเดีย ความคิดสร้างสรรค์ จินตนาการ และความรู้สึกเป็นสำคัญ



In the picture you can see how the Ecofont is created by omitting parts of the letter. At the shown size, this obviously is not very nice, but at a regular font size it is actually very usable. Naturally, the results vary depending on your software and the quality of your screen. The Ecofont works best for OpenOffice, AppleWorks and MS Office 2007. Printing with a laser printer will give the best printing results.

ecofont

The Ecofont is based on the Vera Sans, an Open Source letter, and is available for Windows, Mac OSX and Linux.

## Crowdcasting

The intersection of broadcasting and crowdsourcing.

The process of crowdcasting uses a combination of push and pull strategies to first engage an audience and build a network of participants and then harness the network for new insights.

These insights / concepts can include new product ideas, new service ideas, new branding messages, or even scientific breakthroughs.

Crowdcasting usually takes the form of a competitive event with a compelling prize.



**4**

ธุรกิจจะให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็น  
มิตรกับสังคม (Socially-Friendly Products) มากขึ้น

Environmentally-  
Friendly Products



Socially-Friendly  
Products

- การบังคับใช้พระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค (2551)
- การบังคับใช้พระราชบัญญัติความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย (2552)

การนำหลักความรับผิดชอบโดยเคร่งครัดมาใช้ อันจะมีผลทำให้ผู้เสียหายไม่ต้องพิสูจน์ถึงความไม่ปลอดภัยของสินค้า ตลอดจนได้รับการชดเชยค่าเสียหายที่เป็นธรรม ซึ่งรวมไปถึงความเสียหายต่อจิตใจ

**5**

CSR ในสายอุปทาน (Supply Chain)

จะทว้ความเข้มข้นและชัดเจนยิ่งขึ้น

**General Guidelines**



**Sectoral Initiatives**

# Inclusive Business

(ธุรกิจที่ไม่ปิดกั้น)

is a sustainable business that benefits low-income communities by:

- directly employing low-income people
- targeting development of suppliers and service providers from low-income communities
- providing affordable goods and services targeted at low-income communities

Inclusive business is not corporate philanthropy!

**6**

หลักสูตรและวิชาด้าน CSR ในสถาบันการศึกษา  
จะเกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม

## สถาบันไทยพัฒน์

ในปีนี้ สถาบันไทยพัฒน์ จะร่วมทำงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการพัฒนาโครงการด้าน CSR ให้แก่สถานประกอบการ อาทิ

- การยกระดับความรู้ความเข้าใจเรื่อง CSR
- การกำหนด CSR Profile ขององค์กร
- การวางแผนงาน CSR เฝ้าสร้างสรรค์

เพื่อพัฒนาขีดความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นระหว่างผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ ในอันที่จะก่อให้เกิดคุณค่าเดียวกันของทั้งกิจการและสังคม





สถาบันไทยพัฒนา

