

# คำนำ

เนื่องจากความเข้าใจในกระบวนการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (Corporate Social Responsibility : CSR) ที่หลายองค์กรยังติดอยู่กับเรื่องของงบประมาณ ภาพลักษณ์ และการขาดความรู้ความเข้าใจ จึงยากต่อการส่งเสริมให้มีการพัฒนา CSR อย่างเป็นรูปธรรม

CSR Club สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย จึงมีแนวคิดที่จะเป็นตัวกลางในการรวบรวมองค์ความรู้และข้อมูลเกี่ยวกับ CSR ของบริษัทจดทะเบียน สำหรับใช้เป็นกรณีศึกษาเพื่อการประยุกต์ใช้ในแต่ละองค์กร และเพื่อเป็นแนวทางที่นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) โดยเผยแพร่ให้กับบริษัทจดทะเบียน หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และสาธารณชน

สถาบันไทยพัฒนา ในฐานะองค์กรสาธารณประโยชน์ซึ่งได้ทำงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมร่วมกับภาคธุรกิจเอกชนมาอย่างต่อเนื่อง ได้รับมอบหมายให้เป็นผู้รวบรวมและจัดทำกรณีศึกษาร่วมกับบริษัทจดทะเบียนจำนวน 50 แห่ง โดยมุ่งเน้นกรณีศึกษาที่เป็นความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการ (CSR-in-process)

เอกสาร CSR Thailand : 50 Good Practices in 2012 ฉบับนี้ ได้ประมวลเนื้อหาที่เป็นแนวปฏิบัติหรือการดำเนินงานที่ดีด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจจำนวน 50 บริษัท โดยใช้วิธีเข้าสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูง และเก็บรวบรวมข้อมูลจากเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง นำมาประมวลและเรียบเรียงเป็นกรณีศึกษา โดยมีการแบ่งหมวดหมู่และการจัดโครงสร้างของเนื้อหาที่กระชับ และอ่านง่าย

นอกจากนี้ ในเอกสารฉบับนี้ ยังได้บรรจุเนื้อหาที่เป็นแนวปฏิบัติสำหรับการพัฒนา CSR ขององค์กรธุรกิจ ซึ่งได้เรียบเรียงขึ้นจากผลการวิจัยของสถาบันไทยพัฒนาในโครงการพัฒนา CSR ในกระบวนการบริหารจัดการองค์กรธุรกิจ เพื่อให้ผู้ที่สนใจศึกษาได้ประโยชน์จากแนวทางดังกล่าวไม่มากนักน้อย

สำหรับบริษัทจดทะเบียนที่ต้องการเผยแพร่ข้อมูลด้าน CSR หรือต้องการจัดทำเป็นกรณีศึกษาเพื่อบรรจุไว้ในเอกสาร CSR Thailand : 50 Good Practices ในรอบถัดไป สามารถติดต่อมายัง CSR Club สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย ([www.thailca.com](http://www.thailca.com))

**CSR Club**  
สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย

## จากสมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย

สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย ได้ก่อตั้ง CSR Club มาตั้งแต่ปี 2552 โดยการสนับสนุนของบริษัทจดทะเบียน 27 แห่ง จากทุกกลุ่มอุตสาหกรรม และยังได้รับการสนับสนุนจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และ สำนักงาน ก.ล.ต. ซึ่งเปิดตัวอย่างเป็นทางการ เมื่อวันที่ 29 กันยายน 2552

จากการรวมตัวของบริษัทจดทะเบียนที่เป็นสมาชิกของสมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย ที่ตระหนักถึงความสำคัญด้าน Corporate Social Responsibility หรือ CSR ภายหลังจากก่อตั้งอย่างเป็นทางการ ทุกบริษัทใน CSR Club ได้รวมพลังกันในการแบ่งปันประสบการณ์และความรู้เกี่ยวกับ CSR Practice ทั้งนี้ บริษัทจดทะเบียนขนาดใหญ่ที่ได้มีการดำเนินงานด้าน CSR อยู่แล้ว และมีความรู้ความเข้าใจงานด้าน CSR เป็นอย่างดี ก็มุ่งหน้าดำเนินการกันอย่างต่อเนื่อง

ขณะเดียวกัน CSR Club ก็มุ่งมั่นที่จะส่งเสริมให้บริษัทจดทะเบียนขนาดกลางและขนาดเล็ก ได้ให้ความสำคัญกับการทำ CSR และร่วมสนับสนุนให้บริษัทขนาดกลางและเล็กมีนโยบาย CSR ที่ชัดเจน เพื่อจะมั่นใจได้ว่านโยบายนั้นจะเป็นนโยบายที่ยั่งยืนกับองค์กร

ในโอกาสนี้ CSR Club สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย ได้จัดทำหนังสือ CSR Good Practice 2012 ขึ้น โดยร่วมกับสถาบันไทยพัฒนา รวบรวมข้อมูลและเนื้อหาด้าน CSR จากบริษัทจดทะเบียนที่มีแนวปฏิบัติด้าน CSR ที่ดี นำมาเป็นต้นแบบเพื่อที่จะเผยแพร่ผ่านไปยังบริษัทอื่น ๆ ที่สนใจได้ศึกษาแนวทาง CSR อันจะเป็นประโยชน์ต่อบริษัท นอกจากนี้หนังสือเล่มนี้ จะเป็นการแบ่งปันข้อมูลความรู้ด้าน CSR ระหว่างบริษัทจดทะเบียนด้วยกันเองแล้ว สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย หวังว่าจะขยายประโยชน์ไปยังภาคเอกชน ภาครัฐ ภาคการศึกษาและประชาชนที่สนใจทั่วไปด้วย



ชรินทร์ ว่องกุลสลกิจ  
นายกสมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย

## จาก CSR Club

CSR Club ก่อตั้งขึ้นโดยการสนับสนุนจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) และสมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย ภายใต้วิสัยทัศน์ : Connect for Sharing ซึ่งจะร่วมกันส่งเสริมให้สมาชิกบริษัทจดทะเบียนได้นำแนวคิดและหลักการความรับผิดชอบต่อสังคม(CSR) มาใช้ในการบริหารธุรกิจ เพื่อสร้างสมดุลระหว่างมูลค่ากับคุณค่าของธุรกิจ

ขณะเดียวกัน CSR Club ยังมีความตั้งใจที่จะเป็นแกนกลางประสานให้เกิดความร่วมมือระหว่างบริษัทจดทะเบียนกับภาครัฐ และหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อนำความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์การทำงานอย่างรับผิดชอบต่อสังคมของแต่ละองค์กรมาทำงานร่วมกันในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นพลังร่วมในการพัฒนาประเทศไปสู่ความยั่งยืน รวมไปถึงการทำงานในระดับอาเซียน CSR Club ได้สมัครเข้าเป็นสมาชิกของ ASEAN CSR Network ในปี 2554 เพื่อเป็นองค์กรในการเชื่อมโยงความร่วมมือของหน่วยงานภาครัฐจากประเทศต่าง ๆ ในอาเซียน เพื่อร่วมผลักดัน CSR อย่างจริงจัง

จากการทำงานในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา พบว่าสมาชิกบริษัทจดทะเบียนจำนวนหนึ่ง มีความรู้ มีประสบการณ์ในการทำงาน CSR ที่เป็น CSR-in-Process หลากหลาย สามารถสร้างประโยชน์ที่เป็นรูปธรรมทั้งต่อการเสริมสร้างความแข็งแกร่งขององค์กรให้ยั่งยืน การมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคม รวมทั้งการมีส่วนร่วมในการดูแลและแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม

เพื่อให้องค์ความรู้และประสบการณ์ดังกล่าวเป็นประโยชน์ในวงกว้าง CSR Club จึงได้ร่วมกับสถาบันไทยพัฒนา รวบรวมองค์ความรู้ แนวทางการปฏิบัติหรือกระบวนการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR-in-Process) ของ 50 บริษัทจดทะเบียนจัดทำเป็นหนังสือ CSR Thailand : 50 Good Practices in 2012 ขึ้นเพื่อเผยแพร่แก่สมาชิกบริษัทจดทะเบียนองค์กรต่าง ๆ และสาธารณชนทั่วไปที่สนใจ

ในนามของ CSR Club ขอขอบคุณสถาบันไทยพัฒนา สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย และทุกบริษัทจดทะเบียนที่มาร่วมให้ข้อมูลจนทำให้เกิดเป็นหนังสือเล่มนี้ขึ้น และหวังว่าหนังสือเล่มนี้น่าจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจ ช่วยจุดประกายให้จิตสำนึกแห่งความดีที่มีอยู่ในทุกองค์กร แลกตัวมาร่วมเป็นพลังสร้างสรรค์ก่อให้เกิดประโยชน์สร้างความยั่งยืน ทั้งต่อธุรกิจ ต่อสังคมไทย และสังคมโลกโดยรวมอย่างแท้จริง

วัฒนา โอพานนท์อมตะ  
ประธาน CSR Club  
สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย

# สารบัญ

## CORPORATE RESPONSIBILITY : COMMUNITIES

หน้า

บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)	8
บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)	10
บริษัท ซาบีน่า จำกัด (มหาชน)	12
บริษัท ซินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)	14
บริษัท ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน)	16
บริษัท ซีเอ็มไอ จำกัด (มหาชน)	18
บริษัท ผลิตไฟฟ้า จำกัด (มหาชน)	20
บริษัท ศรีตรังแอมโกลอินดัสทรี จำกัด (มหาชน)	22

## CORPORATE RESPONSIBILITY : CUSTOMERS

ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)	26
ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	28
บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)	30
บริษัท ไทยวาโก้ จำกัด (มหาชน)	32
บริษัท ดุลิตธานี จำกัด (มหาชน)	34
บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน)	36
บริษัท บีทีเอส กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน)	38
บริษัท โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ จำกัด (มหาชน)	40
บริษัท เอ็น.ซี.เอสส์ซิ่ง จำกัด (มหาชน)	42
ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน)	44

## CORPORATE RESPONSIBILITY : EMPLOYEES

บริษัท เอเชีย พรีซิชั่น จำกัด (มหาชน)	48
บริษัท แพรนด้า จิวเวลรี่ จำกัด (มหาชน)	50
บริษัท ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)	52
บริษัท สมบูรณ์ แอ็ดวานซ์ เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน)	54
บริษัท หลักทรัพย์ ภัทร จำกัด (มหาชน)	56

## CORPORATE RESPONSIBILITY : ENVIRONMENT

บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)	60
------------------------------------	----

บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)	62
บริษัท บ้านปู จำกัด (มหาชน)	64
บริษัท กันกุล เอ็นจิเนียริง จำกัด (มหาชน)	66
บริษัท จัดการและพัฒนาทรัพยากรน้ำภาคตะวันออก จำกัด (มหาชน)	68
บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน)	70
บริษัท ทีบีทีแอสเฟิลท์ จำกัด (มหาชน)	72
บริษัท ไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน)	74
บริษัท น้ำมันพืชไทย จำกัด (มหาชน)	76
บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)	78
บริษัท ปตท. สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)	80
บริษัท ผลิตไฟฟ้าราชบุรีโฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน)	82
บริษัท พญาบุศย์ เรือเอสเตท จำกัด (มหาชน)	84
บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน)	86
บริษัท รถไฟฟ้ากรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	88
บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซ่า จำกัด (มหาชน)	90
บริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน)	92
บริษัท เสริมสุข จำกัด (มหาชน)	94
บริษัท หาดทิพย์ จำกัด (มหาชน)	96
บริษัท อมตะ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	98

## CORPORATE RESPONSIBILITY : ORGANIZATIONAL GOVERNANCE

บริษัท ไทยลักซ์ เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน)	102
--	-----

## CORPORATE RESPONSIBILITY : SOCIETY

บริษัท ทูริ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	106
บริษัท บีอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน)	108
บริษัท มติชน จำกัด (มหาชน)	110
บริษัท โอ ซี ซี จำกัด (มหาชน)	112
บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)	114
บริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน)	116

## CORPORATE RESPONSIBILITY : COMMUNITIES

บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)

บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)

บริษัท ซาปรีน่า จำกัด (มหาชน)

บริษัท ซินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

บริษัท ซีอีดียูเคชั่น จำกัด (มหาชน)

บริษัท ซีเอ็มโอ จำกัด (มหาชน)

บริษัท ผลิตไฟฟ้า จำกัด (มหาชน)

บริษัท ศรีตังแอกโรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน)

# Corporate Responsibility : Communities



# Enable, Safe, Climate Change

## ความท้าทายขององค์กร

บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ ดีแทค ประกอบธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมโทรคมนาคม ได้ให้ความสำคัญในการดำเนินธุรกิจควบคู่กับการยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในสังคม โดยจุดเริ่มต้นของการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการหรือ SR ของดีแทค ถูกถ่ายทอดผ่านนโยบายที่ผู้บริหารกำหนดไว้จากรุ่นสู่รุ่นตั้งแต่ออกตั้งบริษัทฯ จนได้มีการก่อตั้งสำนักงานสำนักนี้กรักบ้านเกิดในปี 2551 เพื่อส่งมอบคุณค่าสู่สังคมผ่านการทำความดีในโครงการทำดีทุกวันจากดีแทค

การดำเนินงานด้าน SR ในทุกโครงการ/กิจกรรมของดีแทค มีเป้าหมายเดียวกัน คือ “ทำให้เกิดความสุข และความยั่งยืน” ที่ต้องอาศัยความสมดุล ยึดหลักการนำศักยภาพที่มีอยู่ขององค์กรตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย นำสิ่งที่มีอยู่เกินมาเติมเต็มในส่วนที่ขาด ผลักดันการส่งเสริมและปลูกฝังให้เกิดจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมผ่านแนวคิด “Enable, Safe และ Climate Change”

## สิ่งที่องค์กรดำเนินการ

สิ่งที่องค์กรให้ความสำคัญในการดำเนินงานด้าน SR คือ “การมีส่วนร่วมและใส่ใจ” ดีแทคส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในกระบวนการต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ด้วยความเชื่อมั่นของพนักงานทั้งองค์กรว่าการทำความดีเป็นแนวทางของความสุขที่ยั่งยืน เช่น การคิด การผลิตสินค้าและบริการ การแลกเปลี่ยนงานที่รับผิดชอบ การมีส่วนร่วมในการออกแบบสำนักงาน (อาทิ ห้องเด็กเล่น ห้องให้หมอบุตร สถานที่เล่นดนตรี



และออกกำลังกาย) รวมทั้งการให้พนักงานและญาติของพนักงานร่วมกันถักผ้าพันคอ ผ้าห่มและเครื่องนุ่งห่มใหม่พรมให้กับผู้ประสบภัยหนาว การให้พนักงานบ่มเพาะต้นกล้าก่อนนำไปปลูก การพบปะเกษตรกร การร่วมปลูกป่าชายเลน ฯลฯ

การดำเนินงานด้าน SR ของดีแทค นอกจากการดำเนินถึงปัจจัยนำเข้าและกระบวนการที่ส่งมอบเป็นผลผลิตที่ได้แล้วยังพิจารณาครอบคลุมถึงผลลัพธ์และผลกระทบที่เกิดขึ้นเพื่อนำไปสู่การยกระดับศักยภาพของผู้ที่ได้รับ ทำให้ผู้ที่ได้รับเหล่านั้นสามารถช่วยเหลือผู้อื่นต่อไปได้อีก

กิจกรรม \*1677 ทางด่วนข้อมูลการเกษตร คลังข้อมูลเพื่อเกษตรกรไทยที่ดีแทคให้ความช่วยเหลือ ไม่เฉพาะเรื่องข้อมูลฟรี ผ่านทาง SMS การใช้ MMS, Video Clip พร้อม Call Center ให้ความรู้ด้านการเกษตร แต่ยังสนับสนุนเกษตรกรให้สามารถจำหน่ายผลผลิตได้ในราคาที่เหมาะสม สนับสนุนเรื่องการปรับปรุงประสิทธิภาพ ทำให้ชุมชนมีอาชีพ



และครอบครัวมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น จนสามารถเอื้อเพื่อพ่อแม่ และช่วยเหลือผู้อื่นต่อไปได้ ด้วยการเชื่อมต่อเทคโนโลยีของมือถือในปัจจุบันและอนาคตในทุกมิติของการพัฒนาอุตสาหกรรมโทรคมนาคม

กิจกรรมแบตเตอรี่มีพิช...คิดก่อนทิ้ง (Mobile Battery for Life) ที่ดีแทคณรงค์ให้ประชาชนเข้าใจถึงมลพิษจากแบตเตอรี่ การช่วยกันรักษาสิ่งแวดล้อมด้วยการทิ้งแบตเตอรี่อย่างถูกต้อง ทั้งยังมีการคำนวณจำนวนแบตเตอรี่ที่รวบรวมได้ นำไปใช้เป็นคะแนนในการร่วมไถ่ชีวิตโคและกระบือเพื่อมอบให้กับเกษตรกรที่ขาดโอกาส โดยตลอดระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา สามารถรวบรวมแบตเตอรี่ได้มากกว่าหนึ่งแสนชิ้น กิจกรรมนี้นอกจากจะช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมแล้ว ยังเป็นการสร้างกุศลจากวัตถุสิ่งของที่ไม่มีชีวิต (แบตเตอรี่ 5,000 ชิ้น) ไปสู่การให้ชีวิตใหม่กับสิ่งมีชีวิต (โค 1 ตัว) และ (แบตเตอรี่ 10,000 ชิ้น) กระบือ 1 ตัว เป็นมิติของกิจกรรม CSR ที่เกิดต่อเนื่อง แบบ in-process ใน after - process อีกวงจรหนึ่ง เพราะวัวและกระบือจะถูกนำไปเลี้ยงโดยเกษตรกรในกิจกรรม \*1677 เพื่อผลิตอาหารที่มีคุณภาพและปลอดภัย บริการแก่พลเมืองของโลกต่อไป

กิจกรรมปั่นจักรยานเพื่อน้องปีที่ 4 เป็นกิจกรรมรวมน้ำใจนักปั่นทุกจังหวัดร่วมกันปั่นจักรยานสะสมระยะทางเป็นทุนซื้อจักรยานใหม่เพื่อน้อง ควบคุมกับการรณรงค์เรื่องสิ่งแวดล้อมจากการจัดกิจกรรมมา 4 ปี มีนักปั่นเข้าร่วมกิจกรรมนับหมื่นคน มอบจักรยานใหม่ให้น้อง ๆ ได้มากกว่า 3,500 คันแล้ว ซึ่งเด็ก ๆ จะใช้จักรยานที่ได้รับจากใจประชาชนทั่วประเทศสำหรับเป็นพาหนะในการเดินทางไปโรงเรียน เป็นอีกหนึ่งวิธีช่วยพัฒนาการศึกษาของเยาวชน และประหยัดพลังงานไปพร้อมกับสุขภาพที่แข็งแรง

หัวใจของการดำเนินงานด้าน SR ของดีแทค เริ่มจากสิ่งที่องค์กรมีอยู่ ค้นหาความรู้ที่ชัดเจน พัฒนาด้วยศักยภาพของตนเอง แล้วลงมือทำด้วยใจ เปรียบเหมือน ศิล สมาธิ ปัญญา คือ รู้จักตัวตนของตนเอง ตั้งมั่นและมีสมาธิจดจ่อว่า กำลังทำอะไร เพื่อให้เห็นถึงปัจจัยที่จำเป็นและเกี่ยวข้อง และทำด้วยใจภายใต้กรอบปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ประมาณตน

และไม่ทำเกินความสามารถของตนเอง มีเหตุผลเสมอด้วยการสร้างภูมิคุ้มกันตลอดเวลากจากฐานของความรู้คู่คุณธรรม

### ความสำเร็จที่ได้รับ

พนักงาน เป็นแรงสำคัญในการสร้างความสำเร็จของการดำเนินงานด้าน SR ในดีแทค พร้อมกับต้องอาศัยแรงจากทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นเครือข่ายแลกเปลี่ยนความรู้ สร้างสมดุล และคำนึงถึงเหตุและผลอย่างครบถ้วน รอบคอบ ด้วยความเชื่อที่ว่า “ทุกคนเป็นครอบครัวเดียวกัน ที่นี้ไม่มีประตูสามารถมองเห็นและทำงานร่วมกันได้ตลอดเวลา”

ทั้งนี้ การดำเนินงานใด ๆ ย่อมมีอุปสรรค แต่หากมีใจและเสียใจที่จะทำ ข้อจำกัดเหล่านั้นก็จะไม่เป็นอุปสรรค แม้จะไม่สามารถทำทุกอย่างที่ต้องการในโลกนี้ได้ แต่ดีแทคเชื่อว่าเราสามารถทำดีได้ในทุก ๆ วัน และความดีนั้นปฏิบัติได้ง่าย แต่ยากที่จะลบเลือนไปจากโลกนี้ ดีแทคเชื่อมั่นและศรัทธาในการทำความดี เมื่อทำงานติดเป็นนิสัยแล้ว ประโยชน์ก็จะตกอยู่กับตัวเราและสังคมส่วนรวมตลอดไป

### ข้อจำกัดและอุปสรรคที่พบ

- ระดับของการมีส่วนร่วม และทัศนคติในเรื่องการพัฒนาที่ยั่งยืน

### หน่วยร่วมดำเนินการ

- มูลนิธิร่วมด้วยช่วยกัน สำนักกรักบ้านเกิด
- เครือข่ายสถานีวิทย์ร่วมด้วยช่วยกัน
- องค์กรความร่วมมือจากทั้งภาครัฐและเอกชน

### ติดต่อ

สำนักงานสำนักกรักบ้านเกิด โครงการทำดีทุกวันจากดีแทค  
โทร. 0 2202 8000

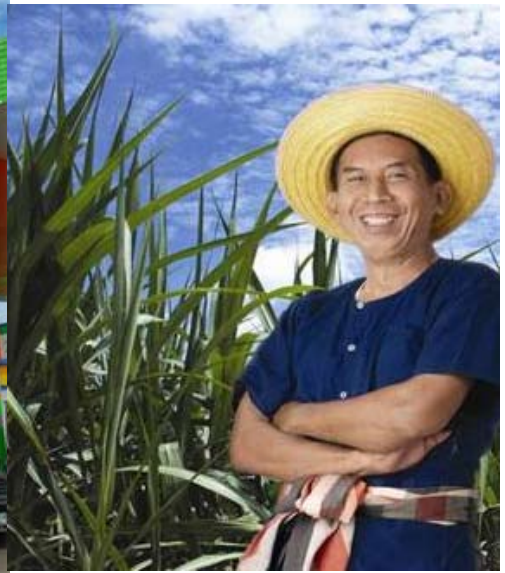
เว็บไซต์ : [www.dtac.co.th](http://www.dtac.co.th)

<http://www.facebook.com/dtacgooddeeds>



**บางจาก**  
ผู้นำพลังงานทดแทน

**“เสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้แข็งแรง พึ่งตนเองได้  
ตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง”**



### ความท้าทายขององค์กร

บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจน้ำมันครบวงจรและธุรกิจพลังงานทดแทน เป็นบริษัทพลังงานชั้นนำของคนไทยที่มุ่งมั่นพัฒนากระบวนการทางธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR in Process) สร้างสมดุลระหว่าง “มูลค่า” คือผลประกอบการ และ “คุณค่า” อันได้แก่ การใส่ใจดูแลด้านสิ่งแวดล้อมและเป็นประโยชน์ต่อสังคม เพื่อมุ่งสู่ “Greenery Excellence” ตามวัฒนธรรมธุรกิจในการที่จะ “พัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนไปกับสิ่งแวดล้อมและสังคม”

ด้วยตระหนักว่า ชุมชนเป็นรากฐานที่สำคัญของสังคม ความเข้มแข็งของชุมชนหมายถึงความมั่นคงของประเทศชาติ



การสนับสนุนส่งเสริมให้องค์กรชุมชนเป็นเจ้าของธุรกิจและมีโอกาสติดต่อค้าขายโดยตรงกับผู้ผลิต (โรงกลั่น) เป็นความพยายามทางหนึ่งในการสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้เข้มแข็ง จึงเป็นที่มาของโครงการต่าง ๆ ของบางจากในการเชื่อมโยงร่วมสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้แข็งแรง บนพื้นฐานของการพึ่งพาตนเอง ตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

### สิ่งที่องค์กรดำเนินการ

จากแนวความคิดดังกล่าว บริษัทจึงได้ส่งเสริมให้



เกษตรกรรวมตัวเป็นเจ้าของปั๊มน้ำมัน เพื่อให้ได้มีโอกาสใช้น้ำมันคุณภาพดี ราคายุติธรรม และได้รับการปันผลคืน ตามหลักการดำเนินงานของระบบสหกรณ์ โดยได้ริเริ่มโครงการปั๊มน้ำมันบางจากในสหกรณ์ฯ ขึ้นเป็นครั้งแรกเมื่อปี 2533 ที่จังหวัดสุพรรณบุรี

โครงการปั๊มน้ำมันบางจาก ได้พัฒนาอย่างต่อเนื่องกว่า 20 ปี จากคุณลักษณะที่สอดคล้องกับสังคมไทย จึงได้รับการสนับสนุนอย่างดีจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ทั้งผู้ใช้ น้ำมันและหน่วยงานของรัฐ จนประสบความสำเร็จและก้าวหน้ามาอย่างต่อเนื่อง และจากการทำงานร่วมกับชุมชน บริษัทยังได้ขยายไปสู่การคัดสรรผลิตภัณฑ์ชุมชนมามอบเป็นของสมนาคุณให้กับผู้ใช้ น้ำมันที่สถานีบริการน้ำมันบางจาก เช่น ไข่ไก่ กัลยาดากลับประดกวน ท็อฟฟี่มะขาม ลูกหยี ฯลฯ

ปัจจุบันเครือข่ายปั๊มน้ำมันบางจากมีประมาณ 500 กว่าแห่ง กระจายอยู่ทั่วประเทศ สามารถเป็นประโยชน์แก่สมาชิกเกษตรกรมากกว่า 1 ล้านครัวเรือน หรือประมาณ 4 ล้านคน และด้วยความสามารถในการบริหารจัดการ ปั๊มน้ำมันได้ขยายจากธุรกิจน้ำมันไปสู่ธุรกิจบริการอื่น ๆ ขณะเดียวกันความก้าวหน้าทางธุรกิจที่เกิดขึ้น ทำให้สหกรณ์และชุมชนที่มาร่วมโครงการมีความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ สามารถที่จะเป็นประโยชน์กับสมาชิกช่วยเหลือพึ่งพากันเองในชุมชนได้ อาทิ

สหกรณ์การเกษตรดอนตูม จำกัด จ.นครปฐม เริ่มทำธุรกิจปั๊มน้ำมันบางจากในปี 2536 พัฒนาธุรกิจตามแนวทาง

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ปัจจุบันได้ขยายกิจการมาสู่สถานีบริการขนาดใหญ่ พร้อมทำธุรกิจบริการอื่น ๆ ครบวงจร ไม่ว่าจะเป็นศูนย์เปลี่ยนถ่ายน้ำมันหล่อลื่น ร้านมินิมาร์ท และกาแฟสด ฯลฯ พร้อมกันนี้ ในแต่ละปีสหกรณ์ได้จัดสรรรายได้และกำไรไปจัดเป็นสวัสดิการสำหรับผู้สูงอายุ ผู้พิการและผู้ด้อยโอกาส โครงการส่งเสริมการทำเกษตรตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง เป็นต้น

โครงการปั๊มน้ำมันบางจาก เป็นนวัตกรรมด้านการพัฒนาชุมชนที่สร้างโอกาสในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนส่วนใหญ่ในประเทศ ด้วยการเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้แข็งแรง พึ่งตนเองได้ ตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

### ความสำเร็จที่ได้รับ

บริษัทมีความภาคภูมิใจที่ได้มีส่วนร่วมในการสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน ช่วยพัฒนาศักยภาพของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจให้สามารถแข่งขันกับเอกชนทั่วไปได้ นำไปสู่การเป็นชุมชนที่เข้มแข็ง ทำให้สมาชิกสามารถช่วยเหลือพึ่งพากันเองในชุมชนได้และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

ปัจจัยที่ทำให้กิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรสำเร็จได้ คือ การนำแนวคิด CSR-in-Process มาใช้ในการดำเนินงาน โครงการปั๊มน้ำมันบางจาก จึงกลายเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจบางจากที่เติบโตก้าวหน้าอย่างยั่งยืนมาตั้งแต่ปี 2536

### หน่วยร่วมดำเนินการ

- กรมส่งเสริมสหกรณ์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

### ติดต่อ

ส่วนกิจการสัมพันธ์และกิจกรรมเพื่อสังคม  
โทร. 0 2335 4840-1, 0 2335 4557  
อีเมล jedniputt@bangchak.co.th





## “Sewing Cup Sewing Heart ก่อให้เกิดพันธมิตรในการขับเคลื่อนการทำความดี”



### ความท้าทายขององค์กร

บริษัท ซาบีน่า จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ออกแบบ ผลิต และจำหน่ายสินค้าชุดชั้นในสตรี ซึ่งได้รับการตอบรับจาก ผู้บริโภคเป็นอย่างมาก โดยมีผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนอง ความต้องการของผู้หญิงยุคใหม่ ที่ให้ความสำคัญกับชุดชั้นในที่มี ดีไซน์ เสริมบุคลิกการแต่งกายให้สวยงามตามแฟชั่น ในขณะที่ เดียวกันก็สามารถช่วยแก้ไขข้อบกพร่องทางสรีระได้ จากรูปแบบของการดำเนินธุรกิจที่ต้องคลุกคลีกับผู้หญิง พบว่าภัยคุกคามผู้หญิงในปัจจุบัน คือ โรคมะเร็งเต้านม จากสถิติที่พบว่า ผู้หญิงเป็นโรคมะเร็งเต้านมเพิ่มขึ้นปีละ 20,000 คนในแต่ละปี และเป็นสาเหตุการเสียชีวิตของสตรีไทยเป็นอันดับ 1 เมื่อเทียบกับโรคมะเร็งประเภทอื่น ทางบริษัทจึงเริ่มมองหาทางที่จะสามารถช่วยผู้ป่วยมะเร็งเต้านม โดยมองวิธีการช่วยเหลือทั้งที่ ก่อนเป็นและหลังเป็น

### สิ่งที่องค์กรดำเนินการ

บริษัทได้เริ่มต้นด้วยโครงการ “Sabina Sewing Cup Sewing Heart” โดยได้เริ่มดำเนินโครงการในช่วงเดือน

ตุลาคม 2548 ซึ่งเป็นเดือนแห่งการรณรงค์เรื่องมะเร็งเต้านมสากล โดยร่วมมือกับรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง ดำเนินการออก Campus Tour ไปยังแต่ละจังหวัดทั่วประเทศ เพื่อการให้บริการต่าง ๆ อาทิ การให้บริการตรวจมะเร็งเต้านม การขออาสาสมัครเพื่อเย็บเต้านมเทียม การให้ความรู้ต่าง ๆ ผ่านการแลกเปลี่ยนประสบการณ์จากผู้ป่วยที่ได้รับการตัดเต้านม ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการป้องกัน และการรักษามะเร็งเต้านมสำหรับประชาชนทั่วไป เป็นต้น ซึ่งถือว่าเป็นการสร้างการรับรู้ต่อประชาชนในวงกว้างให้เกิดความตระหนักในประเด็นของการป้องกัน และการรักษาโรคมะเร็งเต้านม

โดยในการดำเนินโครงการนั้น ทางบริษัทจะบริจาค วัสดุอุปกรณ์ในการเย็บ รวมทั้งชักชวนให้ลูกค้าที่เป็นผู้จำหน่ายวัสดุมา ร่วมกันทำโครงการ เมื่อดำเนินการโครงการไประยะหนึ่ง บริษัทก็เริ่มมีหน่วยงานอื่นเข้ามาร่วมทำโครงการด้วยกัน ทำให้เกิดพันธมิตรในการขับเคลื่อนการทำความดี อาทิ บริษัท ซิงเกอร์ ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) สนับสนุนจักรเย็บผ้า ซึ่งช่วยให้การเย็บเต้านมเทียมทำได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น, บริษัท

พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) มอบเม็ดพลาสติกเพื่อนำมาบรรจุในเต้านมเทียม, บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ในการออกกรมธรรม์สำหรับโรคมะเร็งเต้านมเพื่อมอบให้แก่ลูกค้า, บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัท ไทยออยล์ จำกัด (มหาชน) ได้ให้พนักงานเข้าร่วมกิจกรรมในการเย็บเต้านมเทียม เพื่อนำไปบริจาคแก่ผู้ป่วย เป็นต้น

จากโครงการดังกล่าว จึงเป็นจุดเริ่มต้นในการผลิตยกทรงสำหรับผู้ป่วยมะเร็งเต้านมที่มีการตัดเต้านมทิ้ง ซึ่งเป็นวิธีการหนึ่งที่จะช่วยรักษาผู้ป่วยที่ต้องสูญเสียความมั่นใจจากความบกพร่องทางสรีระ ซึ่งต้องหาชุดชั้นในเพื่อแก้ไขข้อบกพร่องเพราะในปัจจุบันการผลิตสินค้าในรูปแบบนี้มีจำนวนจำกัดและราคาแพง บริษัทจึงริเริ่มผลิตชุดชั้นในสตรีสำหรับผู้ป่วยมะเร็งเต้านมที่ถูกตัดเต้านม โดยมีส่วนประกอบ 2 ส่วน คือ ยกทรงที่มีช่องว่างสำหรับเต้านมเทียม และเต้านมเทียม เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ดีที่สุดสำหรับผู้ป่วยซึ่งได้ผ่านกระบวนการทดสอบจากหน่วยงานวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ในการทดสอบดังต่อไปนี้ Garment test (การทดสอบการซักในห้องปฏิบัติการ), Wear test (การทดสอบการใช้งานจากลูกค้า) และ Material test (การทดสอบวัสดุที่ใช้อย่างถูกต้องไม่ระคายเคือง)

### ความสำเร็จที่ได้รับ

จากการดำเนินกิจกรรมของบริษัททำให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ป่วยมะเร็งเต้านมในวงกว้าง ในแง่ของการรับรู้ว่ามีผลิตภัณฑ์ที่รองรับกับตัวผู้ป่วย อีกทั้งยังช่วยเสริมบุคลิกภาพและสร้างความมั่นใจให้ผู้ป่วยกลับมาดังเดิม รวมถึงการสร้างความตระหนักรู้ต่อประชาชนในเรื่องของการป้องกันและการบรรเทาปัญหา มะเร็งเต้านม ผ่านการสร้างการมีส่วนร่วมจากกลุ่มคนในสังคมที่มาช่วยกันเย็บเต้านมเทียมเพื่อบริจาคแก่ผู้ป่วยมะเร็งเต้านม

ปัจจัยที่ทำให้กิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรสำเร็จได้ คือ การสร้างการมีส่วนร่วมผ่านองค์กรต่าง ๆ ซึ่งทำให้กิจกรรม

สามารถขยายไปสู่ประชาชนส่วนใหญ่ ทั้งนี้ องค์กรยังมีกิจกรรมอื่น ๆ ที่ช่วยสนับสนุนความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนของคน (People) เช่น โครงการ 3 พ. (พนักงาน, พี่น้องพนักงาน, เพื่อนพนักงาน) และในส่วนของกระบวนการ (Process) เช่น การปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานในสายการผลิตจากการนั่งเป็นยืน เพื่อให้ประสิทธิภาพในการทำงานดีขึ้น เป็นต้น

### ข้อจำกัดและอุปสรรคที่พบ

- ในปัจจุบันบรรจุภัณฑ์สำหรับเต้านมเทียมเป็นพลาสติก โดยทางบริษัทพยายามที่จะออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แต่ยังคงพบปัญหาในการจัดเก็บที่ไม่ให้เม็ดพลาสติกที่บรรจุในเต้านมเทียมนั้นเล็ดรูลูบ

### หน่วยร่วมดำเนินการ

- บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)
- บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด
- บริษัท ไทยออยล์ จำกัด (มหาชน)
- บริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน)
- บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน)

### ติดต่อ

คุณบุญชัย บัณฑิตอรุ่มพร

กรรมการผู้จัดการ

โทร. 0 2422 9400

อีเมล [bunchai@sabina.co.th](mailto:bunchai@sabina.co.th)

## “จากการเริ่มให้พนักงานภายในบริษัทร่วมกับบริจาค และขยายผลไปสู่การรับบริจาคจากประชาชนทั่วไป”

### ความท้าทายขององค์กร

บริษัท ซินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ต่อพ่วงคอมพิวเตอร์ และอื่น ๆ โดยบริษัทเป็นผู้แทนจำหน่ายสินค้าจากผู้ผลิตชั้นนำระดับโลกมากกว่า 50 ตราสินค้า และมีฐานลูกค้าจากร้านค้าปลีก และค้าส่งทั่วประเทศกว่า 5,000 ราย

ในปัจจุบันปริมาณความต้องการอุปกรณ์ไอทีที่มีจำนวนสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาเรื่องระบบการศึกษา ดังเห็นได้จากการที่สถานศึกษาต่าง ๆ เริ่มมีการจัดซื้ออุปกรณ์ไอทีเข้ามาในโรงเรียนเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้สอดคล้องต่อจำนวนนักเรียน แต่ปัญหาอุปกรณ์ไอทีที่ขาดแคลนสำหรับเด็กด้อยโอกาสในต่างจังหวัดยังคงมีอยู่ ทางบริษัทจึงตระหนักในความขาดแคลนดังกล่าวจึงได้ริเริ่ม โครงการห้องสมุดไอทีเพื่อพัฒนาการศึกษาไทย (Library IT by Synnex) โดยการบริจาคคอมพิวเตอร์พร้อมโปรแกรมซอฟต์แวร์ ห้องสมุดอิเล็กทรอนิกส์ ให้แก่โรงเรียนใน 77 จังหวัดทั่วประเทศ โดยมีสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยเป็นหน่วยงานหลักในการคัดเลือกสถานศึกษา

บริษัทฯ มีความต้องการที่จะให้การใช้อุปกรณ์ไอทีที่มีความคุ้มค่าสูงสุด กอปรกับสามารถรักษาดูแลสิ่งแวดล้อม จึงเห็นว่าการใช้อุปกรณ์ไอทีที่อาจจะครบอายุการใช้งานแล้ว หรือมีอุปกรณ์ใหม่ที่ดีกว่าใช้แทนอุปกรณ์เดิมที่ยังคงใช้งานได้น่าจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ขาดแคลน เช่น นักเรียนในเขตพื้นที่ที่ขาดแคลน จึงเป็นที่มาของการคิดโครงการต่าง ๆ เพื่อตอบโจทย์ และเป็นจุดเริ่มต้นเล็ก ๆ ของโครงการรับบริจาค



แฟลชไดรฟ์ที่ไม่ใช้แล้ว เพื่อส่งมอบต่อนักเรียนที่ขาดแคลนแต่มีความต้องการใช้

### สิ่งที่องค์กรดำเนินการ

บริษัทได้เริ่มคิดค้นโครงการที่จะทำให้นักเรียนมีแฟลชไดรฟ์ไว้ใช้อย่างเพียงพอ อีกทั้งแฟลชไดรฟ์เป็นสินค้าที่ล้าสมัยค่อนข้างไว เนื่องจากพื้นที่เก็บข้อมูลนั้นมีจำกัด แต่ความต้องการพื้นที่การเก็บข้อมูลนั้นเพิ่มขึ้นเมื่อเวลาผ่านไป จึงทำให้ผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อจำเป็นต้องมีการซื้อแฟลชไดรฟ์ใหม่ที่มีพื้นที่เก็บข้อมูลมากกว่าเดิม และทำให้แฟลชไดรฟ์เก่าขาดการใช้ประโยชน์ และกลายเป็นขยะอิเล็กทรอนิกส์ในที่สุด ทางบริษัทจึงพยายามนำปัญหาดังกล่าวมาคิดค้นโครงการเพื่อแก้ไขปัญหาขาดแคลนแฟลชไดรฟ์ของนักเรียน และการนำแฟลชไดรฟ์เก่านำมาใช้ประโยชน์ ซึ่งเป็นการช่วยลดขยะอิเล็กทรอนิกส์ โดยสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ จากการสังเกตที่เริ่มต้นจากตัวพนักงานในองค์กรที่มีแฟลชไดรฟ์มากกว่า 1 ตัว โดยที่ตัวเก่าก็ไม่ได้นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์แล้วนั้น ทำให้เกิดโครงการ “กิก

เก่าที่ “แต่ก็ใหม่หฺนุ” โดยระยะเริ่มแรกบริษัทได้เริ่มต้นจากการรับบริจาคแฟลชไดร์ฟเก่าจากพนักงานภายในบริษัท จนขยายผลไปสู่การรับบริจาคแฟลชไดร์ฟจากประชาชนทั่วไป ซึ่งทางบริษัทได้เปิดช่องทางรับบริจาคแฟลชไดร์ฟผ่านร้านค้าต่าง ๆ ที่เป็นพันธมิตรของบริษัท และนำไปกระจายสู่นักเรียนที่ยังขาดแคลนแฟลชไดร์ฟอยู่ต่อไป ทั้งนี้ บริษัทจะมีขั้นตอนการคัดเลือกเฉพาะแฟลชไดร์ฟที่ยังใช้งานได้อยู่เท่านั้น เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อนักเรียนผู้ด้อยโอกาสสูงสุด

### ความสำเร็จที่ได้รับ

จากการดำเนินกิจกรรมของบริษัททำให้เกิดประโยชน์ต่อเด็กด้อยโอกาสได้มีแฟลชไดร์ฟใช้ประโยชน์ ทั้งเป็นการสร้างความพร้อมทางด้านการศึกษาและการศึกษาที่ดีขึ้น อีกทั้งยังได้มีการสร้างจิตสำนึกให้แก่คนในสังคมได้รู้จักการแบ่งปัน ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน และยังเป็น การนำแฟลชไดร์ฟมาใช้ประโยชน์แทนที่จะเป็นขยะอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นวิธีหนึ่งในการลดจำนวนขยะอิเล็กทรอนิกส์ที่เกิดขึ้นในประเทศ

ปัจจัยที่ทำให้กิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรสำเร็จได้ คือ การสร้างการมีส่วนร่วมต่อประชาชนที่มีแฟลชไดร์ฟซึ่งมิได้ใช้ประโยชน์แล้ว การประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกองค์กรผ่านทุกช่องทางที่บริษัทมี อีกทั้งชื่อโครงการที่โดดเด่นและน่าสนใจ นอกจากนี้องค์กรยังมีกิจกรรมอื่น ๆ ที่ช่วยสนับสนุนให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม อาทิ โครงการ Synnex Variety Talk เพื่อให้แบ่งปันความรู้ ประสบการณ์ จากผู้บริหารจากบุคคลภายนอกเป็นประจำให้แก่พนักงาน ในเนื้อหาที่หลากหลาย, โครงการอบรมสัมมนา Road Map “Business Connect 2012” เป็นการเสริมสร้างความรู้แก่ผู้ประกอบการไอที เพื่อดำเนินธุรกิจไอทีให้อยู่รอดและถูกต้อง อาทิ การวางแผนการจัดการภาษีที่ถูกต้อง และเป็นประโยชน์แก่ตัวแทนจำหน่ายทั่วประเทศแบบสัญจร เป็นต้น อีกทั้งยังมีการพัฒนาระบบงานภายในต่าง ๆ เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้า เช่น ระบบการจัดการคลังสินค้าอัจฉริยะ, ระบบ

การตรวจสอบสถานะซ่อมบนเว็บไซต์ เพื่อเพิ่มช่องทางผ่านสื่อออนไลน์นี้ให้หลากหลายในการเข้าถึงการใช้บริการขององค์กร

### ข้อจำกัดและอุปสรรคที่พบ

- การประชาสัมพันธ์ที่ค่อนข้างจำกัด เนื่องจากใช้สื่อที่บริษัทมี และสื่อวิฑูที่ทราบถึงโครงการและมีการพูดคุยบ้าง แต่ข่าวสารข้อมูลยังไม่ได้ไม่กว้าง และทั่วถึงประชาชนที่มีแฟลชไดร์ฟเก่าซึ่งไม่ได้ใช้ประโยชน์แล้ว

### หน่วยร่วมดำเนินการ

- สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
- กลุ่มลูกค้าบริษัท ทั้งร้านค้าปลีก และร้านค้าส่ง

### ติดต่อ

คุณสุมาณี ลี  
ผู้จัดการส่วนงานสื่อสารการตลาด  
โทร. 0 2553 8888 ต่อ 7506  
อีเมล sumanee\_l@synnex.co.th



# ซีเอ็ด

## “มุ่งแก้ปัญหาด้านการศึกษา โดยเริ่มจากसान์ฉบับเด็กไทยเก่งอังกฤษ”



### ความท้าทายขององค์กร

บริษัท ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ ซีเอ็ด ถูกก่อตั้งขึ้นด้วยอุดมการณ์และความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาสังคมและประเทศด้านการเผยแพร่ความรู้ แต่ด้วยข้อจำกัดที่ซีเอ็ดเป็นบริษัทที่มีขนาดเล็ก ไม่มีผลกำไรมากเหมือนกับบริษัทขนาดใหญ่อื่น ๆ อีกทั้งบริษัทยังตั้งมั่นไว้ว่า “หากเราต้องการทำประโยชน์ให้สังคม เราต้องทำให้ยั่งยืน และเกิดผลลัพธ์กับประเทศมาก ๆ”

ซีเอ็ดเห็นแนวทางและก้าวผ่านข้อจำกัดนี้ ด้วยแนวคิด “การทำให้ CSR อยู่ในวัตถุประสงค์ขององค์กร” เพราะเมื่อเราทำตามวัตถุประสงค์ขององค์กรก็เท่ากับว่าเราทำ CSR ไปด้วย และเป็น CSR ที่อยู่ในกระบวนการหรือ “CSR-in-process” จึงได้กำหนดวัตถุประสงค์ของบริษัทว่าจะพัฒนาให้ “คนไทยเก่งขึ้น” ดังนั้น ยิ่งเราทำตามวัตถุประสงค์บริษัทที่ต้องการให้คนไทยเก่งขึ้น องค์กรก็แข็งแรงและเติบโตมากขึ้น ผลตอบแทน

ผู้ถือหุ้นก็มากขึ้น อีกทั้งผู้ถือหุ้นยังต้องการให้บริษัทฯ ทำประโยชน์ให้สังคมมากขึ้นก็ได้รับประโยชน์ทุกฝ่าย และยิ่งกว่านั้น คือ พนักงานทุกคนมีความสุขมากขึ้นที่รู้ว่างานที่ทำทุกวันมีผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงประเทศไทยให้ดีขึ้น

ซีเอ็ดตั้งเจตย์ให้กับตัวเองโดยเริ่มต้นเอาปัญหาทุกๆ ที่เกิดขึ้นกับประเทศไทย คือ การแก้ปัญหาด้านการศึกษา และเจตย์ที่ยากที่สุดในด้านการศึกษาที่กล่าวถึงกันมาก คือ ทำอย่างไรให้เด็กไทยมีความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษภายในระยะเวลาไม่นานนักมาเป็นเจตย์ขององค์กร เพราะเราเรียนภาษาอังกฤษมากกว่า 10 ปี แต่ไม่สามารถนำไปใช้งานจริงได้ หากเราแก้เจตย์เหล่านี้ได้สำเร็จ ก็จะทำให้ทุกคนเชื่อมั่น และสนุกกับการแก้เจตย์ข้ออื่น ๆ ทางการศึกษาได้อีก ซึ่งปัญหาหลายอย่างของประเทศสามารถใช้การศึกษาขั้นพื้นฐานมาเป็นเครื่องมือในการแก้ปัญหาระยะยาวได้ ก็จะทำให้ประเทศไทยแข็งแรงขึ้น และคนไทยมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นอย่างมีความสุข

### สิ่งที่องค์กรดำเนินการ

ซีเอ็ดเริ่มดำเนินการแก้ปัญหาด้านการศึกษาขึ้นมาตั้งแต่ปี 2550 โดยระดมความคิดเห็นจากพนักงานของบริษัทฯ จนสรุปว่าหลักสำคัญที่สามารถแก้ปัญหานี้ได้คือ “ความรู้และกระบวนการที่สามารถขยายผลต่อเนื่องได้โดยง่าย (Massively Scalable)” เพื่อทำให้เด็กเก่งได้โดย (1) ครูไม่เห็น้อยเพิ่มขึ้น (2) ไม่ใช่ทรัพยากรที่มีอย่างจำกัดในระบบของประเทศมากเกินไป อาทิ ไม่จำเป็นต้องใช้ครูที่เก่งมาก ไม่ต้องใช้เงินมากขึ้น โดยควรใช้งบประมาณที่มีอยู่ปกติในปัจจุบัน

ซีเอ็ดได้ศึกษา วิจัย และสอบถามผู้เชี่ยวชาญด้าน



ภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาว่าอะไรที่ทำให้เด็กเก่งและไม่เก่งภาษาอังกฤษ พบว่า มีวิธีการหนึ่งที่ทำให้คนเก่งภาษาได้ คือ วิธีการอ่านหนังสือแบบกว้างขวาง (Extensive Reading) เพื่อให้ผู้อ่านสามารถอ่านหนังสือได้อย่างลื่นไหล อยากรอ่านด้วยตัวเอง และมีความเพลิดเพลิน จะทำให้ผู้อ่านเข้าใจคำศัพท์ ทักษะการเขียน และการใช้หลักไวยากรณ์ด้านภาษาดีขึ้นตามมาเอง ซีเอ็ดจึงคิดค้นเครื่องมือและกระบวนการที่ทำให้เด็กรักการอ่านพร้อมกับพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ โดยผลิตหนังสืออ่านนอกเวลาภาษาอังกฤษที่มีความหลากหลายตามความสนใจของเด็ก ราคาไม่แพง มีระดับของความยากง่ายตอบสนองตามความสนใจและความพร้อมในการอ่าน มีการใส่คำแปลอยู่ด้านข้างเพื่อลดปัญหาการเปิดพจนานุกรม ตั้งเป้าหมายไว้ที่ 300 ชื่อเรื่อง และส่งเสริมให้ครูมีหน้าที่ในการกระตุ้น แนะนำให้เด็กอ่านหนังสือโดยไม่ต้องบังคับและไม่มีการสอบ

### ความสำเร็จที่ได้รับ

ซีเอ็ดนำวิธีการนี้มาร่องทดสอบกับโรงเรียนที่ด้อยโอกาส 20 โรงเรียน โดยทดลองให้เด็กอ่านหนังสือที่ซีเอ็ดผลิตขึ้น มีครูสอนคนเดิม และสอนแบบเดิม แต่มีการส่งทีมงานเข้าไปสอนครูเรื่องวิธีการกระตุ้นให้เด็กอ่านหนังสือภาษาอังกฤษปรากฏว่า เด็กเกือบทุกคนในโครงการมีความรู้ความเข้าใจการใช้ภาษาอังกฤษและคำศัพท์ดีขึ้นร้อยละ 50-70 ภายในเวลา 6 เดือน ซึ่งจากผลลัพธ์ที่ได้นี้ทำให้ซีเอ็ดแน่ใจว่า เจอเครื่องมือและกระบวนการที่ถูกต้องแล้ว ถือเป็นนวัตกรรมที่ซีเอ็ดสร้างขึ้นจนต่างประเทศสนใจและนำไปใช้ อาทิ ญี่ปุ่น ไต้หวัน

ซีเอ็ดยังได้สร้างโครงการสานฝันปั้นเด็กไทยเก่งอังกฤษ “Total Solution to English Proficiency” เพื่อนำเครื่องมือนี้เข้าสู่โรงเรียนอื่น ๆ โดยร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) และสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน ประชาสัมพันธ์เชิญผู้อำนวยกาโรงเรียนและครูกว่า 1,000 คน มาฟังผลลัพธ์ของเครื่องมือนี้ และแนวคิดการเปลี่ยนแนวทางการศึกษาไทยให้เข้าถึง

โรงเรียนโดยตรง รวมถึงการนำกระบวนการเรียนการสอนที่ได้ผล และสื่ออื่น ๆ มาใช้เพิ่มทักษะการฟังและการพูด อาทิ ซีดี ภาพยนตร์ ซอฟต์แวร์ในการวัดผลการเรียนรู้ โดยทำงานร่วมกับสำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยอ็อกซฟอร์ด ปัจจุบันมีโรงเรียนระดับประถมศึกษา และมัธยมศึกษา ขอเข้าร่วมโครงการแล้วประมาณ 200 โรงเรียน มีนักเรียนเข้าร่วมเกือบแสนคนทั่วประเทศ

### ข้อจำกัดและอุปสรรคที่พบ

- การเปลี่ยนแนวคิดของครูที่คิดว่า เด็กไม่เปิดพจนานุกรมภาษาอังกฤษ ถือว่าไม่ได้เรียนภาษาอังกฤษ
- การนำแนวทางนี้เข้าสู่โรงเรียนอื่น ๆ เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

### หน่วยร่วมดำเนินการ

- สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยอ็อกซฟอร์ด
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.)
- สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน

### ติดต่อ

คุณชลวิทย์ เอี่ยมรักษาเกียรติ  
ผู้จัดการแผนกตรวจสอบภายในและปรับปรุงประสิทธิภาพทางธุรกิจ  
หน่วยงานนักลงทุนสัมพันธ์  
โทร. 0 2739 8000 กด 8  
อีเมล ir@se-ed.com



## ตัวกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ที่สำคัญตามธรรมชาติ คือ ศิลปะ

### ความท้าทายขององค์กร

บริษัท ซีเอ็มโอ จำกัด (มหาชน) เป็นผู้สร้างประสบการณ์ผ่านการสื่อสารครบวงจรด้วยความคิดสร้างสรรค์อย่างไม่มีที่สิ้นสุด และเป็นผู้นำธุรกิจด้านบริหารจัดการอีเวนท์ชั้นนำแห่งภูมิภาคอาเซียน ประกอบธุรกิจให้บริการบริหารการจัดงาน (Event Management) และงานด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานด้านความคิดสร้างสรรค์ (Creative Management) โดยมุ่งเน้นผลิตผลงานที่มีคุณภาพและตรงกับความต้องการของลูกค้า ด้วยทีมงานมืออาชีพที่ครอบคลุมตั้งแต่การคิดโครงการ, การสร้างสรรค์งานดีไซน์, การดูแลทุกขั้นตอนของกระบวนการผลิต ตลอดจนกิจกรรมการส่งเสริมภาพลักษณ์และการขาย ด้วยประสบการณ์การทำงานอย่างมืออาชีพมานาน



กว่า 20 ปี และได้รับการยกย่องให้เป็นผู้บริหารจัดการธุรกิจอีเวนท์ที่มีความโดดเด่นด้านผลงานมากที่สุดแห่งหนึ่งทั้งในระดับชาติและระดับสากล

โดยหัวใจสำคัญสำหรับดำเนินธุรกิจของบริษัท นั่นคือ “ความคิดสร้างสรรค์” ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่บริษัทใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานต่าง ๆ รวมถึงยึดเป็นคุณค่าหลัก (Core Value) ของบริษัทมาโดยตลอด และความคิดสร้างสรรค์ยังเป็นประโยชน์สำหรับผู้สร้างสรรค์ผลงาน ผู้สนใจงานศิลปะ รวมถึงประชาชนทั่วไป

ปัจจัยหนึ่งที่เป็นตัวกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ที่สำคัญตามธรรมชาติ คือ “ผลงานศิลปะ” คุณเสริมคุณ คุณาวงศ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารบริษัท เป็นบุคคลหนึ่งที่ทำให้ความสำคัญเรื่องของความคิดสร้างสรรค์ และมีความสนใจเรื่องของการงานประติมากรรมไทยอย่างมาก โดยเห็นได้จากงานสะสมผลงานประติมากรรมจากศิลปินหลายท่าน หรือแม้กระทั่งผลงานประติมากรรมของศิลปะในอดีต โดยคุณเสริมคุณ ได้มองเห็นถึงประโยชน์จากงานประติมากรรมต่าง ๆ ทั้งในแง่ของความคิดสร้างสรรค์ และการสร้างแรงบันดาลใจ จึงเกิดความคิดที่อยากจะแบ่งปันให้ผู้อื่นได้เข้าชมงานประติมากรรม โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น

## สิ่งที่องค์กรดำเนินการ

จากความคิดริเริ่มสู่การสร้างศูนย์ประติมากรรมกรุงเทพมหานครพื้นที่ 4 ไร่ โดยมีพื้นที่จัดแสดงประติมากรรม 4,000 ตารางเมตร ภายใต้ “โครงการส่งเสริมศิลปะเพื่อสังคม” โดย “ซีเอ็มโอ กรุ๊ป” เพื่อเป็นที่เก็บรักษาและจัดแสดงพัฒนาการงานประติมากรรมของไทยตั้งแต่ยุคพุทธศิลป์ไปจนถึงงานร่วมสมัย โดยมีความมุ่งหมายสะท้อนความคิดและมุมมองของศิลปินตั้งแต่ยุคพุทธศิลป์ในพุทธศตวรรษที่ 15 จนถึงยุคปัจจุบัน และเปิดให้พนักงานของบริษัท นักเรียน นักศึกษา บุคคลทั่วไป ตลอดจนผู้รักงานศิลปะเข้าชมผลงาน โดยเริ่มแรกนั้นยังไม่เป็นที่รู้จัก ต่อมาภายหลังเริ่มมีบุคคลผู้สนใจเข้ามาชมผลงานมากขึ้น ทำให้ศูนย์ประติมากรรมกรุงเทพเป็นที่รู้จักต่อสาธารณชนมากขึ้น อีกทั้งศูนย์ประติมากรรมกรุงเทพยังได้เริ่มสร้างเครือข่ายพันธมิตรร่วมกันเพื่อส่งเสริม รักษา และฟื้นฟู งานศิลปะ โดยเฉพาะศิลปะประติมากรรมของไทย สู่สายตาประชาชนมากยิ่งขึ้น อันจะเห็นได้จากการร่วมงานกับ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยการถอดพิมพ์ประติมากรรม “ครุฑ” ผลงานของศาสตราจารย์ศิลป์ พีระศรี และศิษย์ ซึ่งเป็นประติมากรรมชิ้นสำคัญเพื่อประโยชน์ทางการศึกษาต่อไป

การร่วมงานกับหอศิลป์เจ้าฟ้า เพื่อเข้าไปปรับปรุงส่วนจัดแสดงพิเศษ และได้นำผลงานบางส่วนเข้ามาจัดแสดงที่หอศิลป์เจ้าฟ้าเพิ่มเติม

การร่วมงานกับหอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร ศูนย์การค้าดิ เอ็มโพเรียม ศูนย์การค้าสยามพารากอน สำหรับการนำผลงานประติมากรรมจัดแสดงเพื่อให้กลุ่มคนในเมือง และชาวต่างชาติสามารถชมงานศิลปะได้สะดวกมากขึ้น

## ความสำเร็จที่ได้รับ

จากการดำเนินกิจกรรมของศูนย์ประติมากรรมกรุงเทพ ภายใต้การส่งเสริมของบริษัท เป็นจุดเริ่มต้นที่ดีของ

การเผยแพร่งานศิลปะและศิลปะประติมากรรมที่แสดงถึงวัฒนธรรมไทยต่อสาธารณชน รวมถึงผู้สนใจงานศิลปะต่าง ๆ เพื่อสร้างแรงบันดาลใจ และความคิดสร้างสรรค์อื่น ๆ อีกทั้งศูนย์ประติมากรรมกรุงเทพได้รับการยกย่องเป็นสถานที่เที่ยว 1 ใน 100 สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ปัจจัยที่ทำให้กิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรสำเร็จได้ คือ การเห็นความสำคัญในงานประติมากรรมของผู้บริหารต่อประชาชน และผู้สนใจในงานศิลปะ อีกทั้งยังมีความโดดเด่นของผลงานประติมากรรม จนสามารถพูดได้ว่า ผลงานชิ้นเอกของเมืองไทยได้รวมไว้ที่ศูนย์ประติมากรรมกรุงเทพแห่งนี้แล้ว ทั้งนี้องค์กรยังมีกิจกรรมอื่น ๆ ที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม อาทิ โครงการ Green Organizer เป็นต้น

## ข้อจำกัดและอุปสรรคที่พบ

- สถานที่ตั้งของศูนย์ประติมากรรมกรุงเทพอยู่บริเวณชานเมืองกรุงเทพ ทำให้ไม่สะดวกต่อการเดินทาง

## ติดต่อ

คุณวารุณี คำไชย

Corporate Communication Supervisor

โทร. 0 2559 0505, 0 2559 2070 ต่อ 181

อีเมล warunee@cm.co.th

ศูนย์ประติมากรรมกรุงเทพ

คุณประภัสสร พานชาติรี

รองผู้อำนวยการ

โทร. 0 2559 0505, 0 2559 2070 ต่อ 581

อีเมล prapatsorn@bangkoksculpturecenter.org



## อยู่ร่วมกับชุมชนและสิ่งแวดล้อมอย่างกลมกลืน

### ความท้าทายขององค์กร

บริษัท ผลิตไฟฟ้า จำกัด (มหาชน) หรือ เอ็กโก กรุ๊ป เป็นผู้ผลิตไฟฟ้าเอกชนรายใหญ่รายแรกของประเทศไทย ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม 2535 โดยการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) ตามนโยบายการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของรัฐบาล เพื่อสร้างต้นแบบของการแปรรูปรัฐวิสาหกิจด้านพลังงานไฟฟ้าด้วยการบริหารงานแบบเอกชนและเพื่อลดภาระการลงทุนของภาครัฐ

เอ็กโกดำเนินธุรกิจในรูปแบบบริษัทโฮลดิ้ง ด้วยการถือหุ้นในบริษัทต่าง ๆ โดยประกอบธุรกิจหลักในการผลิตไฟฟ้าในรูปแบบครบวงจร ครอบคลุมธุรกิจผลิตและจำหน่ายกระแสไฟฟ้า และธุรกิจการให้บริการด้านพลังงาน ทั้งในส่วนของการเดินเครื่อง บำรุงรักษา วิศวกรรม และก่อสร้างแก่โรงไฟฟ้าและโรงงานอุตสาหกรรมต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศ ตลอดระยะเวลาของการดำเนินธุรกิจ เอ็กโก กรุ๊ป มีนโยบายและแนวทางอันชัดเจนในการดำเนินธุรกิจและขยายการเจริญเติบโตควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ไว้ซึ่งสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาสังคม เพื่อรักษาคุณภาพทั้งด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม อันจะนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กรและการพัฒนาของประเทศอย่างยั่งยืนสืบไป

### สิ่งที่องค์กรดำเนินการ

เอ็กโก กรุ๊ป ดำเนินธุรกิจด้วยจิตสำนึกในการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคมที่ดี ยึดมั่นการดำเนินงานเพื่อ

ประเมินและแก้ไขผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับชุมชน มีการพัฒนากระบวนการผลิตให้มีความปลอดภัยและดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม บริเวณรอบโรงไฟฟ้าอย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนและสังคมโดยรวมอย่างต่อเนื่อง ครอบคลุมด้านการศึกษา การประกอบอาชีพ สุขอนามัย ตลอดจนการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นที่กระบวนการมีส่วนร่วมระหว่างพนักงานและชุมชนเป็นสำคัญ เพื่อให้เกิดการเข้าถึง เข้าใจ และมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน โดยเริ่มต้นจากการสำรวจตรวจสอบความต้องการและความจำเป็นของชุมชนเป็นพื้นฐาน เพื่อนำมาพิจารณาริเริ่มสร้างสรรค์โครงการอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งยืนร่วมกับชุมชน

นับตั้งแต่เริ่มดำเนินกิจการจวบจนปัจจุบัน เป็นเวลากว่า 20 ปี ที่ เอ็กโก กรุ๊ป ร่วมริเริ่ม ดำเนินการและพัฒนาคุณภาพชีวิตชุมชนอย่างยั่งยืน ภายใต้แนวคิดการดำเนินโครงการที่สอดคล้องกับกิจการหลักขององค์กร ดำเนินโครงการอย่างต่อเนื่องและเห็นผลชัดเจน โดยพนักงานเข้าใจ สนับสนุน และมีส่วนร่วมในโครงการ และก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมในระยะยาวอย่างแท้จริง อาทิ โครงการที่โรงไฟฟ้าขนอมได้ดำเนินการร่วมกับชุมชน ได้แก่ โครงการเพิ่มผลผลิตปูม้าในธรรมชาติ เป็นการเพาะเลี้ยงแม่ปูม้าที่ไขนอกกระดองมาเลี้ยงในกระชัง เพื่อรักษาโอกาสรอดชีวิตของลูกปูม้า ควบคู่ไปกับการปล่อยพันธุ์ปูม้าลงทะเล ซึ่งได้ดำเนินการต่อเนื่องมากกว่า 7 ปี เพื่อเพิ่มปริมาณปูม้าในธรรมชาติให้มากขึ้น อีกทั้งยังมีการ

จัดกิจกรรมเสริมสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์และให้ความรู้เกี่ยวกับปฏิกิริยาแก๊วเรือนกระจก นอกจากนี้ยังมีโครงการสร้างบ้านใหม่ใต้ทะเล (ปะการังเทียม โดยใช้ตู้คอนเทนเนอร์) เพื่อพัฒนาเป็นแนวปะการังเทียม พื้นฟูระบบนิเวศใต้ทะเลให้มีความอุดมสมบูรณ์ โดยมีการจัดวางตู้คอนเทนเนอร์ไปแล้วกว่า 99 ตู้ ในระยะเวลา ตั้งแต่ปี 2550-2555 โครงการชีวิตเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน สนับสนุนและส่งเสริมโครงการอาหารกลางวัน โดยการปลูกพืช ปลูกผัก เลี้ยงสัตว์และงานทำความสะอาดโดยไม่ใช้สารเคมี เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีและรักษาสิ่งแวดล้อมไปในตัว พร้อมทั้งเสริมศักยภาพให้โรงเรียนสามารถพึ่งพาตนเองได้ในเรื่องอาหารกลางวันสำหรับนักเรียน

ด้วยความใส่ใจของโรงไฟฟ้าขนอมที่จะช่วยสร้างบรรยากาศให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนและสังคม โดยเฉพาะพนักงานที่ต้องทำงานในกระบวนการผลิตไฟฟ้า ซึ่งเป็นภารกิจที่ต้องปฏิบัติงานที่แตกต่างจากวันเวลาทำงานทั่วไป กล่าวคือ ต้องแบ่งการปฏิบัติงานเป็นรอบหรือเป็นกะเพื่อให้โรงไฟฟ้าสามารถเดินเครื่องได้อย่างต่อเนื่องตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งถือเป็นการสะท้อนประสิทธิภาพการทำงานที่สำคัญของบริษัทในฐานะผู้ผลิตกระแสไฟฟ้า โรงไฟฟ้าขนอมจึงได้ริเริ่มโครงการกะที่ 5 ขึ้นเพื่อปรับปรุงช่วงเวลาปฏิบัติงานเอื้อให้พนักงานสามารถมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนและสังคมได้โดยไม่กระทบกับการปฏิบัติงานในหน้าที่ปกติ และเปิดโอกาสให้พนักงานที่มีความรู้ความสามารถ ได้ใช้ทักษะของตนเพื่อประโยชน์ต่อชุมชน เป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่าง เอ็กโก กรุ๊ป และชุมชนรอบข้าง สร้างโอกาสในการพบปะพูดคุย ใกล้ชิดชุมชน ได้รับความรู้ เข้าใจความคาดหวังที่ชุมชนมีต่อองค์กร และนำมาปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงานให้สอดคล้อง ก่อให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างกันและอยู่ด้วยกันอย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ โรงไฟฟ้าขนอมได้จัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ชุมชน เพื่อการพึ่งพาตนเองตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ทั้งด้านพลังงานและเกษตรกรรม เพื่อให้เป็นสถานที่แลกเปลี่ยนเรียนรู้ของชุมชนอำเภอขนอมและชุมชนที่สนใจ โดยจัดสรร

พื้นที่บริเวณโรงไฟฟ้าขนอม ก่อสร้างอาคารศูนย์การเรียนรู้และพัฒนาให้เป็นศูนย์สาธิตเทคนิควิธีการจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน ตลอดจนทำชุดนิทรรศการรวบรวมและเผยแพร่องค์ความรู้ที่ได้จากการดำเนินโครงการร่วมกัน เพื่อให้เป็นต้นแบบสำหรับการจัดการชุมชนและขยายผลการดำเนินงานให้กว้างขวางยิ่งขึ้น

### ความสำเร็จที่ได้รับ

จากการร่วมมือร่วมใจของพนักงานทุกคนในการดำเนินงานร่วมกับชุมชนด้วยความจริงใจ ความสม่ำเสมอและต่อเนื่อง ทำให้เกิดความไว้วางใจ ความเข้าใจอันดีกับชุมชน ผลสำเร็จที่ได้รับอย่างเห็นได้ชัดคือ ชุมชนและโรงไฟฟ้าอยู่ด้วยกันอย่างเกื้อกูล เป็นประโยชน์ และร่วมมือกันในการพัฒนาท้องถิ่นเพื่อประโยชน์ส่วนรวม และผลลัพธ์ที่มองเห็นอย่างเห็นรูปธรรมอีกอย่างคือ ไม่มีข้อร้องเรียนจากชุมชน ในการดำเนินงานมาตลอดระยะเวลา 20 ปี ของเอ็กโก กรุ๊ป

### ข้อจำกัดและอุปสรรคที่พบ

การสร้าง ความไว้วางใจกับชุมชน เป็นการดำเนินงานที่ต้องอาศัยระยะเวลา ความต่อเนื่อง และความสม่ำเสมอเพื่อพิสูจน์ความจริงใจขององค์กรที่มีต่อชุมชน และการประเมิณผลสำเร็จของการมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนในภาพรวมที่นอกเหนือจากการประเมิณผลสำเร็จของโครงการ ยังต้องพัฒนาเครื่องมือและตัวชี้วัดทางสังคมเพื่อให้สามารถสะท้อนถึงผลลัพธ์ของการดำเนินงานอย่างแท้จริง

### ติดต่อ

คุณฉฉิน เอี่ยมสะอาด  
ผู้จัดการฝ่ายสื่อสารองค์กร  
โทร. 0 2998 5130  
อีเมล janin.iea@egco.com



## “ตระหนักถึงความสำคัญของห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) นอกจากจะได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ยังช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรผู้ทำสวนยางพารา”

### ความท้าทายขององค์กร

บริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจเป็นผู้ผลิตและส่งออก ยางพาราและผลิตภัณฑ์ยางพาราที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ซึ่งดำเนินธุรกิจมากกว่า 25 ปี โรงงานส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในพื้นที่ภาคใต้ ซึ่งเป็นพื้นที่หลักในการประกอบอาชีพสวนยางพารามาอย่างยาวนาน หลังจากที่รัฐบาลได้มีนโยบายส่งเสริมการปลูกยางพาราในพื้นที่ภาคตะวันออก เชียงเหนือ บริษัทจึงได้ขยายโรงงานไปยังพื้นที่ดังกล่าว

จากการเข้าไปสัมผัสกับเกษตรกรชาวสวนยางในพื้นที่ภาคตะวันออกเชียงเหนือพบว่า ส่วนใหญ่ยังเป็นเกษตรกรมือใหม่ มีประสบการณ์ไม่เพียงพอในการปลูกและดูแลรักษาต้นยางพารา ที่สำคัญปัญหาการกริดยางต้นเล็ก การกริดยางไม่ถูกวิธี ทำให้หน้ายางมีระยะในการกริดสั้นลง จึงจำเป็นต้องมีการให้ความรู้และพัฒนาทักษะในการกริดยาง เพื่อให้เกษตรกรสามารถผลิตยางที่มีคุณภาพดี ได้ผลผลิตคุ้มค่า สามารถรักษาหน้ายางเพื่อยืดอายุต้นยาง

### สิ่งที่องค์กรดำเนินการ

นอกจากการสร้างสรรค้ผลิตภัณฑ์ยางพาราที่ได้คุณภาพและมาตรฐานเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า บริษัทมีนโยบายสิ่งแวดล้อม และนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ที่มุ่งเน้นให้มีการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและลดผลกระทบที่เกิดจากการดำเนินการของบริษัท โดยยึดมั่นว่าสินค้ามีคุณภาพนั้น นอกจากกระบวนการผลิตมีคุณภาพและมาตรฐาน



แล้ว ต้องไม่ส่งผลกระทบต่อและสร้างปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมให้กับชุมชน

ยางพาราถือเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตสินค้าของกลุ่มบริษัทศรีตรัง ดังนั้นการที่จะได้มาซึ่งสินค้าที่มีคุณภาพนั้น ต้องมาจากวัตถุดิบที่มีคุณภาพเช่นกัน

ทางบริษัทได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) เพื่อที่จะให้คู่ค้า ซึ่งก็คือเกษตรกรผู้ทำสวนยางพารา ได้มีความรู้ ความเข้าใจในการประกอบอาชีพอย่างถูกต้อง ต้องเพิ่มปริมาณผลผลิต ได้ผลผลิตที่ดี มีคุณภาพ บริษัทจึงได้ทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการกับสำนักงานกองทุนสมเคราะห์การทำสวนยาง (สทย.) ในโครงการพิเศษฝึกอบรมเกษตรกรชาวสวนยางภาคตะวันออกเชียงเหนือ “หลักสูตรพัฒนาฝีมือช่างกริดยาง” ซึ่งบริษัทเป็นผู้ให้การสนับสนุนค่าใช้จ่ายสำหรับเกษตรกรผู้เข้ารับการฝึกอบรม และ



ส่งพนักงานของบริษัทเข้าร่วมเป็นวิทยากรในโครงการ เพื่อสร้างผลผลิตให้เป็น “Clean Product” และช่วยแก้ปัญหาการกรีดยางไม่ถูกวิธีของเกษตรกรมือใหม่ โดยได้เริ่มต้นโครงการนำร่องในจังหวัดมุกดาหาร สกลนคร และอุดรธานี

## ความสำเร็จที่ได้รับ

จากการดำเนินงานส่งผลให้เกษตรกรมีความรู้ความเข้าใจในการดูรักษาต้นยาง การกรีดยางพาราอย่างถูกวิธี ช่วยยืดอายุต้นยาง ทำให้มีระยะเวลาในการเก็บผลผลิตได้ยาวนานขึ้น รวมไปถึงการผลิตยางที่มีคุณภาพตามมาตรฐานของโรงงาน ส่งผลให้เกษตรกรสามารถขายผลผลิตได้ในราคาที่ดี และเป็นโอกาสให้บริษัทได้แนะนำตัวเอง ในฐานะผู้รับซื้อวัตถุดิบยางพารารายใหญ่ที่มีความมั่นคง โปร่งใส ยุติธรรม และมีความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับเกษตรกรที่เป็นลูกค้า

ปัจจัยที่ทำให้กิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรสำเร็จได้ คือ การยึดมั่นในวิสัยทัศน์ ที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาการขับเคลื่อนไปสู่สิ่งที่ดีที่สุด และเป็นองค์กรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

## ข้อจำกัดและอุปสรรคที่พบ

- ข้อจำกัดด้านทรัพยากรทำให้เข้าถึงกลุ่มเกษตรกรได้เพียงบางกลุ่ม ยังไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่

## หน่วยงานร่วมดำเนินการ

- สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง (สกย.) ดำเนินการจัดอบรมเกษตรกรชาวสวนยาง

## ติดต่อ

คุณธัญญ์รวี สุานนท์วรพงษ์

หน่วยงาน CSR

โทร. 0 7434 4663 ต่อ 396

อีเมล [thanravee@sritranggroup.com](mailto:thanravee@sritranggroup.com)

## CORPORATE RESPONSIBILITY : CUSTOMERS

ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

บริษัท ไทยวาโก้ จำกัด (มหาชน)

บริษัท ดุสิตธานี จำกัด (มหาชน)

บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน)

บริษัท บีทีเอส กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน)

บริษัท โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ จำกัด (มหาชน)

บริษัท เอ็น.ซี.เอสส์ซิ่ง จำกัด (มหาชน)

ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน)



# Corporate Responsibility : Customers



## “ธนาคารมุ่งมั่นที่จะสนับสนุนให้ธุรกิจของผู้ประกอบการ SME ไทยสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน”

### ความท้าทายขององค์กร

ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจด้านการเงิน สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยบริการด้านการเงินที่หลากหลาย ครบถ้วนในคุณภาพมาตรฐานสากล โดยให้บริการทั้งทางด้านการเงิน และการให้คำปรึกษาในการลงทุน เครือธนาคารกสิกรไทยได้พัฒนาบริการทางการเงินที่หลากหลาย ตอบสนองทุกความต้องการ ทั้งการเงินส่วนบุคคล และการเงินเพื่อธุรกิจ และในขณะเดียวกันก็มีความมุ่งมั่นที่จะสนับสนุนให้ธุรกิจของผู้ประกอบการ SME ไทยสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน

### สิ่งที่องค์กรดำเนินการ

ธนาคารมุ่งมั่นพัฒนาความรู้ การเป็นที่ปรึกษา และการเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ประกอบการ เพื่อนำความรู้ไปใช้ในการ



บริหารธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการเป็นสื่อกลางในการให้ข้อมูลข่าวสารความรู้ เผยแพร่แนวคิด ปรัชญา การปฏิบัติงาน และอุดมการณ์ของธนาคาร เพื่อสร้างความสอดคล้องและตอบสนองนโยบายและวิสัยทัศน์ของรัฐบาล ในการส่งเสริมธุรกิจ ซึ่งเห็นผลอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อการเติบโตได้อย่างยั่งยืนมาอย่างต่อเนื่อง อาทิ โครงการส่งเสริมการจัดการที่ยั่งยืนของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (K SME Care) ที่ได้นำศักยภาพความสามารถและความเชี่ยวชาญของเครือธนาคารกสิกรไทยมาช่วยเหลือสังคมและชุมชน ให้พึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน และสามารถพัฒนาไปเป็นที่พึ่งให้ผู้อื่นได้ต่อไปในอนาคต ซึ่งจะช่วยพัฒนาทั้งตัวบุคคล ชุมชน สังคม และประเทศชาติ ภายใต้งานแนวคิด เราได้เพียงให้ปลา แต่เราให้เครื่องมือหาปลา โดยมีความมุ่งมั่นที่จะสนับสนุนให้ธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ไทยเติบโตอย่างยั่งยืนเพื่อธุรกิจไร้ขีดจำกัด เพราะเห็นถึงความสำคัญของธุรกิจ SME ซึ่งถือเป็นกลไกที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยโดยรวม จึงได้ร่วมมือกับพันธมิตร ทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน อาทิ มหาวิทยาลัยชั้นนำทั่วประเทศ สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ เพื่อนำเสนอข้อมูลข่าวสารและมอบองค์ความรู้ใหม่ ๆ ให้แก่ผู้ประกอบการ นอกเหนือจากการนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินเพียงอย่างเดียว ซึ่งผลจากการสำรวจความต้องการของผู้ประกอบการ แสดงให้เห็นว่าการรับรู้

ข่าวสารและองค์ความรู้ใหม่ ๆ ที่ทันต่อเหตุการณ์ รวมถึง การมีที่ปรึกษาทางธุรกิจ เป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถช่วยให้ ผู้ประกอบการสามารถทำธุรกิจได้อย่างยั่งยืนในยุคปัจจุบัน

นอกจากนี้ธนาคารได้ร่วมกับศูนย์ให้คำปรึกษาและ พัฒนาผู้บริหารทางธุรกิจแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พัฒนา หลักสูตรเฉพาะขึ้นมาเป็นพิเศษภายใต้ชื่อ หลักสูตร K SME Academy สำหรับลูกค้าผู้ประกอบการขนาดกลาง (SME Medium Segment) กลุ่ม Privilege ภายใต้โครงการ K SME Value Plus เพื่อที่จะช่วยผู้ประกอบการขนาดกลางให้ สามารถต่อยอดความสำเร็จของธุรกิจผ่านการจัดทำแผนธุรกิจ ซึ่งประกอบไปด้วยเป้าหมายและแผนงานที่ชัดเจน มีแผนการ ลงทุนและการบริหารจัดการทางการเงินที่ชัดเจนขึ้น เพื่อที่ องค์กรจะสามารถดำเนินงานได้อย่างมีระบบและมีประสิทธิภาพ มากยิ่งขึ้น ผลลัพธ์จากการจัดทำแผนธุรกิจที่ชัดเจนดังกล่าวจะ ส่งผลให้ธนาคารสามารถส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการทาง การเงินที่ช่วยสนับสนุนการเติบโตของผู้ประกอบการขนาดกลาง ในระยะยาวได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

เครือข่ายธนาคารกสิกรไทยได้จัดตั้งศูนย์การเรียนรู้เพื่อ ผู้ประกอบการเอสเอ็มอี (K SME Care Knowledge Center) เป็นแห่งแรกของสถาบันการเงิน ณ ชั้น 2 อาคารจามจุรีสแควร์ เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการเอสเอ็มอี และผู้ที่สนใจเริ่มทำธุรกิจ ด้วยการให้องค์ความรู้และคำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญในแง่ต่าง ๆ โดยผู้ที่สนใจสามารถนัดหมายล่วงหน้าเพื่อขอรับคำปรึกษาได้

นอกจากนี้ ธนาคารยังมุ่งสร้างช่องทาง และเครื่องมือ Online เพื่อให้ผู้ประกอบการเอสเอ็มอี ทุกกลุ่มสามารถเข้าถึง องค์กรความรู้ธุรกิจ และเครือข่ายชาวเอสเอ็มอี ได้อย่างสะดวก ง่ายดาย ผ่านเว็บไซต์ [www.ksmecare.com](http://www.ksmecare.com) ซึ่งเป็นศูนย์กลาง การมอบองค์ความรู้ ไม่ว่าจะเป็น ข่าว บทความทางธุรกิจ บท วิจัยจากศูนย์วิจัยกสิกรไทย งานสัมมนาออนไลน์ และความรู้ อื่นๆ มากมาย

### ความสำเร็จที่ได้รับ

จนถึงปัจจุบันโครงการ K SME Care ได้จัดขึ้นมา เป็นเวลากว่า 5 ปี จำนวนทั้งหมด 15 รุ่น และมีผู้เข้าร่วม โครงการทั่วประเทศกว่า 7,000 คน ซึ่งทุกคนคือสมาชิกชมรม เครือข่ายนักธุรกิจ K SME Care (K SME Care Network Club) และสร้างสังคมการเรียนรู้เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และ ประสบการณ์กับเพื่อนนักธุรกิจ เพื่อการเติบโตของธุรกิจที่ยั่งยืน ต่อไป

ในปี 2554 มีผู้ประกอบการเอสเอ็มอี เข้าใช้บริการ ศูนย์การเรียนรู้เพื่อผู้ประกอบการเอสเอ็มอี กว่า 10,000 ราย และมีผู้เข้าชมเว็บไซต์ [www.ksmecare.com](http://www.ksmecare.com) เฉลี่ยถึงเดือนละ กว่า 20,000 คน สำหรับปี 2555 นี้ ธนาคารจะมีการปรับ รูปแบบของศูนย์การเรียนรู้เพื่อผู้ประกอบการเอสเอ็มอี ให้รองรับการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการเอสเอ็มอี เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการเข้าสู่ ASEAN Economic Community : AEC หรือ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งจะมีผลในปี 2558 โดยจะมีการปรับศูนย์ฯ ให้เป็นศูนย์ K SME AEC Flagship Knowledge Center

ทุกแง่มุมการจัดการธุรกิจที่ได้มอบให้ผู้ประกอบการ เครือธนาคารกสิกรไทยหวังที่จะสร้างรากฐานที่แข็งแกร่งและ มั่นคง เพื่อเป็นเครื่องมือให้ผู้ประกอบการสามารถยืนหยัดได้ ด้วยตัวของตัวเอง และมีเพื่อนเคียงข้างร่วมทางเดินก้าวไปข้างหน้าพร้อม ๆ กัน

### ติดต่อ

ฝ่ายบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าผู้ประกอบการ

โทร. 0 2470 2050

[www.ksmecare.com/home/29](http://www.ksmecare.com/home/29)



## “MSS เป็นนวัตกรรมที่เกิดขึ้นโดยใส่ใจในความต้องการ และตอบสนองตามความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียเป็นสำคัญ”

### ความท้าทายขององค์กร

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เป็นธนาคารแห่งแรกของประเทศไทย ให้บริการด้านการเงินครบวงจรแก่ลูกค้าทุกประเภท ทั้งบริษัทขนาดใหญ่ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และลูกค้ารายย่อย ปัจจุบันธนาคารฯ มีขนาดของสินทรัพย์ เงินฝาก และสินเชื่อใหญ่เป็นอันดับ 3 ของระบบธนาคารพาณิชย์ (ข้อมูลงบการเงินรวมที่นำส่งธนาคารแห่งประเทศไทย ณ วันที่ 31 มีนาคม 2555)

ลูกค้ารายย่อย (Retail Customer) เป็นลูกค้ากลุ่มหลักของธนาคารฯ ที่ผ่านมาในช่วงแรกของการเสนอขายสินค้าและบริการทางการเงินนั้น ธนาคารฯ เน้นในเรื่องการขายผลิตภัณฑ์และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เป็นหลัก ในลักษณะ Product-Based ซึ่งถือเป็นธรรมชาติของธุรกิจที่ในช่วงแรกของการเปิดตลาดจะมีการโหมการขายและกลยุทธ์ทางการตลาดต่าง ๆ ให้ได้ลูกค้ามากที่สุดเพื่อทำยอดขาย แต่ผลจากการดำเนินงานในลักษณะดังกล่าวทำให้เกิดข้อคิดเห็นในแง่ลบจากลูกค้าว่าธนาคารเน้นในเรื่องขายมากเกินไป ทำให้ลูกค้าไม่ยอมเข้าธนาคาร ในขณะที่เดียวกันพนักงานเองก็มีความกดดันในการที่จะต้องเพิ่มยอดขายของตัวเอง ด้วยเหตุนี้ธนาคารฯ จึงพัฒนานวัตกรรมที่สามารถแก้ปัญหาดังกล่าว เพื่อตอบสนองให้ตรงความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียหลักขององค์กรทั้งสองกลุ่ม ได้แก่ ลูกค้า และ พนักงาน



### สิ่งที่องค์กรดำเนินการ

ธนาคารฯ ปรับรูปแบบการเสนอขายสินค้าและบริการทางการเงินจาก จาก Product-Based มาเป็น Customer-Focus ด้วยกลยุทธ์ “Customer First” เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ตรงจุดมากยิ่งขึ้น ถึงแม้แนวคิดนี้อาจจะฟังดูค่อนข้างไปในทางธุรกิจ แต่แท้จริงแล้วคือการที่ธนาคารพยายามผสมผสานในเรื่องของ CSR-in-Process เข้ามาโดยมีแนวคิดที่ว่าหากธนาคารจะนำเสนอผลิตภัณฑ์อะไรก็ตามต้องคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสีย นั่นก็คือลูกค้าของธนาคารเป็นสำคัญ

Multi-Channel Sales and Services (MSS) เป็นนวัตกรรมที่ธนาคารฯ มีการพัฒนาขึ้นมาใช้เป็นเครื่องมือในการขายสินค้าที่ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด โดยสามารถรวบรวมข้อมูลลูกค้าจาก Touch Point ต่าง ๆ ของธนาคารฯ ไม่ว่าจะเป็นสาขาของธนาคาร คอลเซ็นเตอร์ เครื่องเอทีเอ็ม หรือบริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต ว่าลูกค้ามีพฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้บริการธนาคารอย่างไร มีลักษณะการทำรายการในรูปแบบใดบ่อยที่สุด มีสินค้าอะไรอยู่ในมือแล้วบ้าง

มีการใช้ชีวิตหรือไลฟ์สไตล์แบบไหน ซึ่งเครื่องมือเหล่านี้ทำให้พนักงานรู้จักลูกค้ามากขึ้น สามารถเสนอสินค้าหรือบริการทางการเงินที่ถูกต้องและเหมาะสมให้แก่ลูกค้า

ประกอบกับในการดำเนินงานด้วยระบบ MSS ผวกกับการที่องค์กรพยายามเปลี่ยนพนักงานให้เป็น “ที่ปรึกษาทางการเงินของลูกค้า” นั้น พนักงานจะต้องผ่านการฝึกอบรมตามหลักสูตรที่ธนาคาร กำหนดเอาไว้ ถือเป็นการสร้างความก้าวหน้าในหน้าที่การงานและเส้นทางอาชีพ ซึ่งสิ่งนี้นับเป็นความรับผิดชอบที่องค์กรมีต่อผู้มีส่วนได้เสียด้วยเช่นกัน นั่นคือพนักงานขององค์กร โดย คุณณรงค์ อากาศ ณ อยุธยา ผู้ช่วยผู้จัดการใหญ่อาวุโส มีความเห็นในการดำเนินงานนี้ว่า การฝึกอบรมหล่อหลอมความคิดของพนักงาน จะสามารถสะท้อนการให้บริการที่รับผิดชอบต่อลูกค้าได้ ไม่ใช่ว่าเขาแต่ขายในสินค้าที่ลูกค้าไม่ต้องการเลย

ดังนั้น MSS จึงถือเป็นนวัตกรรมที่เกิดขึ้นจากความพยายามของธนาคารที่ใส่ใจในความต้องการและตอบสนองตามความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียเป็นสำคัญ นับเป็น CSR-in-Process ที่ใกล้ชิดองค์กรที่สุดและสามารถทำได้ด้วยศักยภาพและทรัพยากรภายในขององค์กรเอง ในขณะเดียวกัน องค์กรก็สามารถดำเนินกิจกรรมตามลักษณะธุรกิจของตนเองควบคู่ไปด้วย

### ความสำเร็จที่ได้รับ

แผนงาน MSS นี้เริ่มดำเนินการเมื่อเดือนพฤษภาคม 2554 ดังนั้น ความสำเร็จที่เกิดกับลูกค้าอาจยังไม่เห็นเด่นชัดนัก แต่หากมองในมุมที่กว้างขึ้นแล้ว การที่ธนาคาร ให้ความสำคัญและรับผิดชอบต่อความต้องการของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ ปรับรูปแบบการดำเนินงานมาเป็นแบบ Customer-Focus แทน ทำให้แผนงานโครงการต่างๆ ที่ผ่านมาของธนาคารได้รับการตอบรับไปในทิศทางที่ดีขึ้นต่อทั้งองค์กร สิ่งแวดล้อม และลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการเป็นธนาคารแห่งแรกในการให้ลูกค้าเลือกว่าจะรับสลิปเอทีเอ็มหรือไม่ แล้วเปลี่ยนเป็นระบบเอสเอ็มเอส (SMS) แทน

หรือล่าสุดคือ เรื่องการลดการกรอกแบบฟอร์ม (Formless) ที่ธนาคารฯ ได้ริเริ่มขึ้นหลังจากสำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภคว่าไม่ต้องการทำธุรกรรมที่ยุ่งยากหรือรอรับบริการนาน เป็นต้น ทำให้เมื่อมีการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าล่าสุดแล้ว พบว่ามีระดับสูงขึ้น ที่ระดับ 4.53 เทียบเท่ากับกลุ่มธนาคารระดับ Top-Ten ของโลก จากการสำรวจโดย Gallup

นอกจากนี้ ผลพลอยได้จากความสำเร็จเกิดขึ้นกับพนักงานของธนาคารด้วยเช่นกัน กล่าวคือ เสียงตอบรับของพนักงานต่อการดำเนินระบบ MSS เป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น พนักงานมีความสุขในการทำงานมากขึ้น มีความกดดันในการขายน้อยลงเนื่องจากเครื่องมือตัวนี้สามารถเพิ่มความมั่นใจในการขายมากยิ่งขึ้น

### ข้อจำกัดและอุปสรรคที่พบ

- ลูกค้ามีความกังวลในข้อมูลส่วนบุคคลที่พนักงานทราบ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ยังเป็นเรื่องละเอียดอ่อนสำหรับคนไทย
- การปรับตัวของพนักงานให้สอดคล้องกับระบบงานใหม่และการทำให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจ

### ติดต่อ

คุณนิวัต พวงจันทร์

ผู้จัดการบริหารช่องทางการขายและบริการ

โทร. 0 2544 5333 หรือ 08 1710 7140

อีเมล niwatp@scb.co.th

## “ยกระดับความพึงพอใจ สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ ผ่านช่องทาง Customer Board”

### ความท้าทายขององค์กร

บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจสายการบินแห่งชาติมานานกว่า 50 ปี ภายใต้สภาพแวดล้อมธุรกิจการบินที่มีการแข่งขันสูง โดยหัวใจสำคัญที่บริษัทยึดมั่นและให้ความสำคัญมาตลอดคือเรื่องของการบริการ โดยเน้นย้ำให้ความสำคัญเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าด้วย “เสน่ห์ไทย” ซึ่งสร้างชื่อเสียงแก่บริษัทมาโดยตลอด เพื่อเป็นการยกระดับจุดแข็งของบริษัทอย่างชัดเจน จึงจำเป็นที่จะต้องมีการประเมินความต้องการของผู้โดยสาร และสำรวจความพึงพอใจของผู้โดยสารอย่างแท้จริง เพื่อบริษัทจะได้ นำข้อมูลความต้องการของผู้โดยสารมาออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้โดยสาร ซึ่งความท้าทายที่เกิดขึ้นคือ บริษัทจะสามารถค้นหาความต้องการที่แท้จริงของผู้โดยสาร และตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารอย่างตรงจุดได้อย่างไร

### สิ่งที่องค์กรดำเนินการ

บริษัทได้ริเริ่มแต่งตั้งคณะกรรมการผู้โดยสาร (Customer Board) ขึ้นมา โดยทำการคัดเลือกผู้โดยสารที่มีการใช้บริการเดินทางกับบริษัทอย่างต่อเนื่อง ซึ่งคณะกรรมการผู้โดยสารทำหน้าที่เสมือนคณะกรรมการอิสระ ที่คอยเข้ามาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับทางคณะกรรมการบริหารของบริษัทในฐานะผู้โดยสารโดยตรง เปรียบเสมือนการสื่อสารสองทางระหว่างบริษัทและคณะตัวแทนผู้โดยสารผู้ใช้บริการ ทำให้ได้รับความเห็นชอบจากผู้โดยสารอย่างแท้จริง รวมถึงผลิตภัณฑ์บางอย่างที่ผู้โดยสารต้องการให้บริษัทปรับปรุงเพิ่มเติม ซึ่งทำให้



คณะกรรมการบริหารสามารถดำเนินการบริหารจัดการภายในบริษัทให้ตอบสนองแก่ผู้โดยสารได้อย่างดียิ่งขึ้น

จากกระบวนการที่เกิดขึ้นทำให้บริษัทสามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้โดยสารได้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งโครงการหนึ่งที่เกิดขึ้นจากการรับรองโดยคณะกรรมการผู้โดยสาร และเป็นแนวทางให้บริษัทฯ

สามารถปรับปรุงกระบวนการธุรกิจภายในให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น รวมถึงมีการดำเนินงานที่คำนึงถึงความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น คือ โครงการ Travel Green

ภายใต้โครงการ Travel Green ของบริษัทประกอบไปด้วยกิจกรรมย่อยต่าง ๆ ที่แสดงให้เห็นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในทุกกระบวนการของธุรกิจ เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการลดการใช้พลังงานเชื้อเพลิง ได้แก่ โครงการจัดหาเชื้อเพลิงอากาศยานชีวภาพ โดยมีแผนการนำมาใช้เป็นเชื้อเพลิงสำหรับเที่ยวบินพาณิชย์ในอนาคต, โครงการ Carbon Footprint โดยแสดงปริมาณ CO<sub>2</sub> ที่มีการปลดปล่อยตลอดกระบวนการผลิตของเมนูอาหาร, โครงการล้างทำความสะอาดเครื่องบินด้วย Aircraft Washing Equipment ซึ่งทำให้ลดแรงเสียดทานและลดปริมาณการใช้เชื้อเพลิง, โครงการ Light Weight Container เพื่อลดน้ำหนักตู้บรรทุกสินค้าซึ่งถือว่าเป็นการลดน้ำหนักบรรทุกของเครื่องบิน, โครงการ Green Tour on Royal Orchid Holiday Program เพื่อให้ผู้โดยสารได้เลือกใช้บริการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมร่วมกับโรงแรมคู่ค้าที่ได้มาตรฐานด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นต้น

### ความสำเร็จที่ได้รับ

จากผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นทำให้บริษัทสามารถดำเนินธุรกิจที่มุ่งตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารได้อย่างตรงจุด รวมถึงการปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของผู้โดยสารที่ปรับเปลี่ยนไปอย่างตลอดได้เหมาะสม อีกทั้งบริษัทยังได้ริเริ่มโครงการที่คณะกรรมการผู้โดยสารมีส่วนร่วมผลักดันให้เกิดขึ้น ทำให้บริษัทสามารถแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมซึ่งอยู่ในกระบวนการของธุรกิจ จึงทำให้บริษัทสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมั่นคงและเติบโตอย่างยั่งยืนภายใต้ภาวะการแข่งขันที่รุนแรงได้ตลอด 50 กว่าปีที่ผ่านมา

ปัจจัยที่ทำให้กิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรสำเร็จได้ คือ การสื่อสารและการมีส่วนร่วมของผู้โดยสาร โดยเฉพาะการติชม

ผ่านช่องทางเรียนที่บริษัทได้รับจากผู้โดยสารนำมาสู่การปรับปรุงกระบวนการธุรกิจของบริษัทอย่างจริงจัง

นอกจากนี้ บริษัทยังมีกิจกรรมอื่น ๆ ที่ช่วยสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมต่าง ๆ อาทิ โครงการปลูกชีวิตให้แผ่นดิน โครงการหนังสือเสียงพรจากฟ้า โครงการ THAI & Royal Project และ โครงการโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดน เป็นต้น

### ข้อจำกัดและอุปสรรคที่พบ

- ที่ผ่านมามีบริษัทฯ มีการจัดประชุมคณะกรรมการผู้โดยสารปีละ 1-2 ครั้ง ทำให้การมีส่วนร่วมของผู้โดยสารและการรับรู้ความต้องการจากผู้โดยสารผ่านทางคณะกรรมการผู้โดยสารอาจไม่ทันต่อเหตุการณ์

### ติดต่อ

คุณธิติมา มณีไพโรจน์

ผู้อำนวยการฝ่ายภาพลักษณ์องค์กร กิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

โทร. 0 2545 3754

อีเมล [thitima.m@thaiairways.com](mailto:thitima.m@thaiairways.com)

## “สร้างนวัตกรรมเพื่อการตัดเย็บเสื้อผ้า ทางการแพทย์เฉพาะบุคคล”

### ความท้าทายขององค์กร

บริษัท ไทยวาโก้ จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ผลิตสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูป ซึ่งประกอบด้วย ชุดชั้นในสตรี ชุดชั้นนอกสตรี และชุดเด็ก ภายใต้แบรนด์ “WACOAL” และแบรนด์ “ENFANT” จากรูปแบบของการดำเนินธุรกิจทำให้บริษัทมีการพูดคุยกับวงการแพทย์เรื่องสรีระกับชุดชั้นในอยู่เสมอ จึงทำให้บริษัททราบว่ามีความเสี่ยงกลุ่มหนึ่งที่ประสบอุบัติเหตุจาก แผลไฟไหม้ แผลน้ำร้อนลวก แผลจากสารเคมี ฯลฯ หลังจากการผ่าตัดรักษาจะเกิดรอยแผลเป็นนูน (KELOID) ซึ่งทำให้คนไข้ไม่สะดวกที่จะต้องใช้ผ้าพันแผลอยู่ตลอดเวลา หรือแม้กระทั่งคนไข้บางคนมีอาการแพ้ผ้าพันแผล ทำให้ประสิทธิภาพในการรักษาน้อยลง

ทางบริษัทจึงได้ประสานไปยังแพทย์ผู้รักษา พยาบาล ผู้ดูแลคนไข้ จึงทราบว่ากลุ่มคนไข้เหล่านี้มีความต้องการเสื้อผ้าทางการแพทย์โดยเฉพาะ ซึ่งจะต้องใช้วัสดุพิเศษที่ยืดหยุ่น กระชับ ระบายอากาศได้ดี และมีผิวสัมผัสที่นุ่มสบาย ซึ่งสอดคล้องกับศักยภาพที่บริษัทมีพร้อมไม่ว่าจะเป็นความรู้ วัสดุ การออกแบบ และการตัดเย็บ ทำให้บริษัทได้ริเริ่มการจัดกิจกรรม “WACOAL CLINICAL WEAR SERVICE” เพื่อเป็นการตัดเย็บเสื้อผ้าทางการแพทย์เฉพาะบุคคล

### สิ่งที่ยังคงดำเนินการ

บริษัทได้ริเริ่มกิจกรรม “WACOAL CLINICAL WEAR SERVICE” โดยเริ่มจากการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่าง



แพทย์ พยาบาล และคนไข้ เพื่อเป็นข้อมูลให้บริษัทสามารถตัดเย็บจนเกิดเป็นผลิตภัณฑ์เรียกว่า “Pressure Garment” ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้ทดแทนผ้าพันแผลเดิมที่คนไข้ไม่สามารถใส่ได้ หรือมีอาการแพ้ คนไข้ที่ใส่ Pressure Garment ทดแทนผ้าพันแผลแล้ว จะทำให้ระยะเวลาในการรักษาแผลลดลง รวมถึงยังสามารถลดอาการเจ็บปวดจากบาดแผลได้ด้วย โดยในระยะเริ่มแรกบริษัทได้จัดตั้งหน่วยงานรับผิดชอบโดยตรง “Wacoal Body Clinic” ขึ้น เนื่องจากการตัดชุด Pressure Garment จำเป็นต้องมีการวัดตัวจากคนไข้ และทีมในการตัดเย็บที่เป็นมืออาชีพเพื่อให้มีความเหมาะสมกับลักษณะของบาดแผล ซึ่งบริษัทพร้อมบริการ Pressure Garment ให้คนไข้ที่ยากไร้ฟรี โดยเสื้อผ้า Pressure Garment มีอายุการใช้งานประมาณ 6 เดือนถึง 1 ปี ซึ่งหากมีการชำรุด หรือเสียหาย คนไข้สามารถนำกลับมาเปลี่ยนใหม่ได้ และในระหว่างการรักษา เจ้าหน้าที่จากหน่วย Wacoal Body Clinic จะติดตามผลการรักษาอย่างต่อเนื่อง เป็นระยะ ๆ (ทุกๆ 1- 2 สัปดาห์)



ทั้งนี้บริษัทยังได้มีการถ่ายทอดองค์ความรู้ไปยังโรงพยาบาลที่อยู่ต่างจังหวัด เพื่อให้สามารถสร้างแพทเทิร์นในการตัด Pressure Garment ได้ เพราะคนไข้ที่ได้รับการรักษาจำเป็นต้องได้รับการสวมใส่ Pressure Garment ทันที หากเพียงหน่วยงาน Wacoal Body Clinic ของบริษัทเพียงอย่างเดียวอาจไม่ทันเวลา โดยทางโรงพยาบาลสามารถติดต่อไปยังหน่วยงาน Wacoal Body Clinic ได้เสมอหากเกิดปัญหาในการตัด Pressure Garment ซึ่งถือว่าเป็นการต่อยอดกิจกรรม WACOAL CLINICAL WEAR SERVICE ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งบริษัทยังได้เข้าร่วมวิจัยและพัฒนากับศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ (MTEC: National Metal and Materials Technology Center, Thailand) ในการเพิ่มประสิทธิภาพ Pressure Garment โดยเพิ่มซิลิโคนเจลเข้าไปในผลิตภัณฑ์เพื่อทำให้การรักษาแผลคนไข้หายไวยิ่งขึ้นกว่าเดิม เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ Pressure Garment มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

### ความสำเร็จที่ได้รับ

จากการที่บริษัทได้เข้าร่วมกันสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ Pressure Garment โดยร่วมมือกับทางโรงพยาบาล ซึ่งเป็นการนำจุดแข็งของบริษัทไปสร้างสรรค์ประโยชน์ต่อสังคม อีกทั้งยังมีการบอกต่อกันไปในแต่ละโรงพยาบาล ทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่ต้องการของคนไข้ส่วนมาก บริษัทมีการวางแผนในอนาคตว่าจะมีการสร้างความร่วมมือกับโรงพยาบาลเพิ่มมากขึ้น และขยายผลต่อเนื่องไปทั่วประเทศเพื่อเป็นประโยชน์ต่อคนไข้ทั่วประเทศไทยอย่างแท้จริง

ปัจจัยที่ทำให้กิจกรรมต่างๆ ขององค์กรสำเร็จได้ คือ การแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างบริษัท แพทย์ พยาบาล และคนไข้ รวมถึงวัตถุดิบ เทคโนโลยี และความเชี่ยวชาญด้านการตัดเย็บของบริษัท ทั้งนี้องค์กรยังมีกิจกรรมอื่น ๆ ที่ช่วยสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมต่าง ๆ อาทิ โครงการวาโก้โบว์ชมพู่สู้มะเร็งเต้านม, โครงการ First Bra On Tour เป็นต้น

### ข้อจำกัดและอุปสรรคที่พบ

- การดำเนินงานในเริ่มแรกยังขาดข้อมูลในการออกแบบเสื้อผ้า แต่หลังจากมีการศึกษาร่วมกันก็ทำให้สามารถปรับความดันในแต่ละชุดได้อย่างเหมาะสมต่อบาดแผลของคนไข้แต่ละคน
- การเข้าไปขอข้อมูลเพื่อตัดชุดให้แก่คนไข้ จำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากคนไข้

### หน่วยร่วมดำเนินการ

- ศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ (MTEC)
- โรงพยาบาลภาครัฐ นพรัตน์, จุฬา, ศิริราช, ตำรวจ, ภูมิพลฯ, พระมงกุฎ, ราชวิถี, วชิรฯ, ราชวิถี, สมุทรสาคร, มหาชัย2, ธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ, สมเด็จพระบรมราชเทวี, ชลบุรี, ขอนแก่น, สรรพสิทธิประสงค์, ลำปาง, มหาราช เชียงใหม่, สงขลา, ศูนย์ฟื้นฟู-ระยอง ฯลฯ
- โรงพยาบาลภาคเอกชน หัวเฉียว, ปิยะเวท, ลาดพร้าว, นครชน, กรุงเทพภูเก็ต ฯลฯ

### ติดต่อ

คุณสมจิตรี เนติธรรมการ

ฝ่ายผลิตภัณฑ์ชุดชั้นใน

คุณสร้อยญา ทองอร่าม

Wacoal Body Clinic

โทร. 0 2689 8542

อีเมล bodyclinic@wacoal.co.th



## “มอบประสบการณ์ในการต้อนรับที่สะท้อนความงาม และวัฒนธรรมของประเทศไทยอันทรงคุณค่า รวมถึงมาตรฐานของงานบริการที่สมบูรณ์แบบ เป็นนวัตกรรมใหม่ และคงความเป็นเลิศ”

### ความท้าทายขององค์กร

เป็นเวลากว่า 40 ปีที่ บริษัท ดุสิตธานี จำกัด (มหาชน) หรือที่รู้จักกันในนาม “โรงแรมดุสิตธานี” ที่ได้สั่งสมประสบการณ์และการให้บริการที่มีภาพลักษณ์ที่หรูหรา มีระดับตามแบบมาตรฐานสากลในสไตล์ที่เป็นเอกลักษณ์ไทยอันวิจิตรประณีต และสง่างาม ท่ามกลางธุรกิจโรงแรมที่มีการแข่งขันสูงนับเป็นความท้าทายอย่างยิ่ง แต่โรงแรมดุสิตธานียังยืนหยัดในความเป็นโรงแรมไทย ก้าวนำความเป็นไทยไปสู่โลกให้เป็นที่กล่าวขานในการให้บริการ การตกแต่ง และวัฒนธรรม สมกับชื่อของโรงแรมซึ่งแปลว่า “เมืองในสวนสวรรค์” เป็นโรงแรมสุดหรู ที่สร้างขึ้นภายใต้แรงบันดาลใจจากประเพณี และวัฒนธรรมไทย อันวิจิตรงดงามทรงคุณค่า สร้างสรรค์งานบริการที่ดีเลิศ และพร้อมต้อนรับทุกท่านที่มาเยือนด้วยความอบอุ่นแบบไทย ๆ สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าทั่วทุกมุมโลกที่มาเยือนที่จะรับรู้สัมผัสกับการบริการในแบบฉบับของดุสิต เปรียบเสมือนสถานที่เติมพลังให้กับชีวิต และอยากจะทำกลับมาเยือนอีก

### สิ่งที่องค์กรดำเนินการ

ในฐานะองค์กรหนึ่ง บริษัทตระหนักดีว่าเราคือส่วนสำคัญในการรับผิดชอบต่อสังคม รวมถึงการให้ความสำคัญในประเด็นทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่รายล้อมรอบตัว

เรา โครงการซีเอสอาร์ นอกจากพนักงานที่ถือเป็นทรัพยากรอันล้ำค่าของบริษัทแล้ว ยังเป็นการร่วมแรงร่วมใจของแขกผู้เข้าพัก และพันธมิตรทางธุรกิจร่วมกัน โดยพนักงานของเราได้ยึดหลักปฏิบัติอันทรงคุณค่าที่ยืนยันได้ว่าเรามีความภูมิใจในความเป็นดุสิต มีความตั้งใจ และจิตสำนึกที่ดี อีกทั้งยังส่งเสริม ช่วยเหลือสังคมเมื่อมีโอกาสอันควร และร่วมกันนำบริษัทของเราไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

สิ่งที่ทางโรงแรมดุสิตธานียึดเป็นหลักปฏิบัติในการดำเนินงานตลอดมา คือการนำความเป็นไทยไปสู่โลกไม่ว่าโรงแรมดุสิตธานีจะตั้งอยู่ที่ประเทศไหนบนโลกใบนี้ ดุสิตธานีมีเจตนารมณ์ในการตอบแทนสังคมไทยโดยการนำเอาเอกลักษณ์ความเป็นไทยมาเป็นจุดยืนในการออกแบบโรงแรมโดยนำศิลปะหัตถกรรม วัฒนธรรมไทยมาเป็นจุดหลักในการออกแบบและตกแต่ง ตั้งแต่การใช้เครื่องเรือนแบบไทย ๆ ตกแต่งด้วยของไทย ๆ หรือการใช้ผ้าไหมไทย ทำให้ลูกค้าผู้มาพักแรมหรือผู้มาใช้บริการมีความรู้สึกและได้สัมผัสความวิจิตร อ่อนช้อยของความเป็นไทย นอกจากสิ่งอำนวยความสะดวกที่เน้นความเป็นไทยแล้ว บริษัทยังได้สร้างความพร้อมในการให้บริการให้แก่พนักงานทุกคนและทุกระดับรวมถึงเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย โดยสร้างหลักสูตรการอบรมขึ้นมาเป็นพิเศษ ได้แก่ “Dusit Thai Graciousness” เพื่อให้พนักงานทุกคนมีแนวปฏิบัติในการให้บริการลูกค้าตรงกับนโยบายของดุสิต ที่เน้นการ



ให้บริการลูกค้าทุกคนด้วยความเป็นไทย การอบรมนั้นนอกจากจะเป็นประโยชน์ต่อลูกค้าที่จะได้ให้บริการที่ดีเยี่ยมแล้วยังเป็นทักษะติดตัวให้กับพนักงานทุกคน ซึ่งทั้งหมดนี้คือ “ความเป็นดุสิต” ซึ่งเป็นความภาคภูมิใจขององค์กรและพนักงานทุกคน

### ความสำเร็จที่ได้รับ

ในปี 2555 โรงแรมในกลุ่มดุสิตได้รับรางวัลแห่งความสำเร็จมากมายในด้านโรงแรมชั้นนำแห่งความเป็นเลิศ ด้านสิ่งแวดล้อมและพลังงาน เช่น

Asia’s Leading Hotel Brand by World Travel Awards,

Asia’s Leading Resort Brand by World Travel Award,

Middle East’s Leading Hotel Brand by World Travel Awards,

Dusit Thani Pattaya won ASEAN Green Hotel Standard Award

Dusit Thani Pattaya won award for Best Performance in Energy Management and Conservation (Thailand Energy Awards 2012

organized by the Ministry of Energy),

Dusit Thani Hua Hin Winner of Trip Advisor Travelers’ Choice

นอกจากนี้พนักงานผู้มีจิตอาสา ได้จัดตั้งกลุ่มดุสิต...อาสา ขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความช่วยเหลือเร่งด่วนและบรรเทาภัยต่อสาธารณชน และครอบครัวพนักงานเมื่อประสบเหตุและต้องการความช่วยเหลือ เป็นต้น

ปัจจัยที่ทำให้เกิดความสำเร็จ คือ คำสัญญาที่มีต่อลูกค้าเสมอมา ในมาตรฐานของงานบริการที่สมบูรณ์แบบและคงความเป็นเลิศ โดยมอบผ่านประสบการณ์ที่สะท้อนความงามและวัฒนธรรมของประเทศไทยอันทรงคุณค่า ไม่ว่าจะเป็นการตกแต่งอย่างหรูหราสไตล์แบบไทย รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกอันทันสมัยที่ได้รับการออกแบบมาให้กลมกลืนกันเป็นอย่างดี แต่ละห้องพักได้รับแรงดลใจมาจากลักษณะอันโดดเด่นและความงามของแต่ละยุคสมัย หรือแม้กระทั่งรอยยิ้มและการบริการที่จริงใจจากพนักงานทุก ๆ คน หล่อหลอมรวมกันเป็น ดุสิตธานี....สวรรค์บนแดนดิน

### ข้อจำกัดและอุปสรรคที่พบ

- การแข่งขันทางธุรกิจที่หลีกเลี่ยงไม่ได้
- การปรับกลยุทธ์ตามภาวะเศรษฐกิจโลก
- เทคโนโลยีสารสนเทศทำให้รูปแบบการสำรวจห้องพักหลากหลายและสะดวกขึ้น ทำให้องค์กรต้องปรับตัวตามให้ทัน

### ติดต่อ

คุณรัตนา ปรีชาวุฒิ

ผู้อำนวยการฝ่ายการศึกษา

โทร. 0 2200 9000 ต่อ 3669

อีเมล rattana@dusit.com



ยึดได้ เมื่อภัยมา

## การดำเนินกิจกรรม เริ่มต้นขึ้นด้วยแนวความคิดที่ต้องการเข้าไปดูแล และให้ความช่วยเหลือสังคมในระยะยาว มิได้มุ่งหวังเพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้กับบริษัทผ่านสื่อต่างๆ แต่มุ่งหวังถึงผลประโยชน์ระยะยาว ในอันที่จะช่วยเหลือดูแลสังคม และก้าวเดินไปพร้อมกันอย่างมั่นคง

### ความท้าทายขององค์กร

ย้อนกลับไปในปี พ.ศ. 2494 เมืองไทยประกันภัย เป็นสายงานหนึ่งที่ทำให้บริการรับประกันวินาศภัยทุกประเภทอย่างครบวงจร ภายใต้บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด ซึ่งจากการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพประกอบกับการให้บริการที่ซื่อสัตย์แก่ลูกค้าจนได้รับความไว้วางใจมาโดยตลอด ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญ นั่นคือ การแยกตัวจากเมืองไทยประกันชีวิต และการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญนี้ส่งผลให้เมืองไทยประกันภัยก้าวไปสู่บริษัทประกันวินาศภัยระดับแนวหน้าของประเทศไทย ภายใต้ชื่อ “บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน)” การถือกำเนิดในครั้งนี้ ไม่ได้มองแต่เพียงการเจริญเติบโตทางธุรกิจเพียงอย่างเดียว แต่องค์กรยังมองถึงการนำความรู้ความชำนาญที่มี มาใช้เพื่อเกื้อประโยชน์ให้กับสังคมในทุก ๆ ด้าน พร้อมกับความสามารถในการตอบสนองให้ได้ครบทุกความต้องการของลูกค้า นับเป็นความท้าทายที่องค์กรต้องทุ่มเทศักยภาพในการดำเนินงาน ทั้งทางด้านบุคลากรและการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

### สิ่งที่องค์กรดำเนินการ

จากความรู้ความชำนาญและความรู้ความสามารถที่องค์กรมีอยู่ และภายใต้ MISSION หลักที่สำคัญของบริษัทคือ การเป็นผู้นำในธุรกิจประกันวินาศภัยที่ให้ความสำคัญกับการทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสังคมและพนักงาน เป็นจุดเริ่มต้นสำคัญของแนวนโยบายการดำเนินงานเพื่อช่วยเหลือสังคม ภายใต้การนำของคุณฉนวนพรพรรณ ลำช้า กรรมการผู้จัดการ บริษัทได้มีโอกาสเข้าไปมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมเพื่อสังคมอย่างหลากหลายทั้งในด้านเด็ก เยาวชน สิ่งแวดล้อม การพัฒนากีฬา และการส่งเสริมความสามารถของผู้หญิงในสังคมไทย และอื่น ๆ อีกมาก

โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมบริหารทีมนักกีฬาคนพิการ เมื่อปี 2549 ทำให้ได้รับทราบถึงปัญหา และความต้องการที่แท้จริงที่เกิดขึ้นกับผู้พิการเหล่านั้น และนำมาซึ่งการเปิดมิติใหม่ของการคุ้มครองประกันภัยสำหรับคณะนักกีฬาผู้พิการตลอดจนนักกีฬาทั่วไป โดยปรับปรุงรายละเอียดของการรับประกันภัยให้เหมาะสมกับกลุ่มบุคคลตามแต่กรณี มีการสนับสนุนการทำประกันภัยประเภทต่าง ๆ ให้แก่คณะนักกีฬา เพื่อเป็นการสร้างความอุ่นใจและความมั่นใจ มั่นคง ให้แก่คณะนักกีฬาที่ต้องเดินทางไปปฏิบัติหน้าที่ในระดับสากล

การดำเนินกิจกรรมที่ผ่านมาของบริษัทซึ่งเริ่มต้นขึ้นด้วยแนวความคิดที่ต้องการเข้าไปดูแล และให้ความช่วยเหลือผู้พิการและสังคมในระยะยาว มิได้มุ่งหวังเพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้กับบริษัทผ่านสื่อต่าง ๆ แต่มุ่งหวังถึงผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้น ซึ่งจะมีประโยชน์ต่อสังคมอย่างแท้จริง ผลลัพธ์ที่องค์กรได้จากแนวคิดนี้คือ พนักงานในองค์กรได้มีส่วนร่วมในหลายกิจกรรมหรือโครงการที่บริษัทจัดขึ้นเพื่อให้ความช่วยเหลือแก่สังคม อย่างไรก็ตาม แม้หลายคนอาจจะมองว่าบางครั้งการที่พนักงานทำสิ่งเหล่านี้ก็เหมือนเป็นหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติ แต่ไม่ได้มีความเข้าใจว่าสิ่งที่ทำนั้นทำเพื่ออะไร ทำเพราะอะไร เมืองไทยประกันภัย จึงมุ่งเน้นที่จะเปลี่ยนทัศนคติและแนวทางปฏิบัติด้วยการริเริ่มโครงการ “อาสาเมืองไทย” ซึ่งมุ่งเน้นการปลูกจิตสำนึกให้คนในองค์กร ให้เข้าใจถึงวัตถุประสงค์ ตลอดจนความสำคัญของกิจกรรมและโครงการที่บริษัทได้จัดขึ้น และภายใต้การกำกับดูแลของคณะทำงานด้านกิจกรรมสังคมของบริษัทซึ่งประกอบด้วยตัวแทนจากเพื่อนพนักงานทุก ๆ สายงาน จึงก่อให้เกิดความเข้าใจกับพนักงานถึงรายละเอียดในแต่ละกิจกรรมนี้ ทำให้พนักงานเปิดใจ เข้าใจ และเห็นถึงความสำคัญในสิ่งที่



ตนเองได้ทำและได้มีส่วนร่วม ส่งผลให้กิจกรรมหรือโครงการนั้น ๆ ประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น เนื่องจากเป็นสิ่งที่เกิดจากความร่วมมือ ความตั้งใจจริงของพนักงานที่อยากทำ ไม่ใช่เพียงการทำตามหน้าที่

นอกจากนี้ ได้มีการจัดโครงการ “รักเมืองไทย” ซึ่งเป็นโครงการที่เปิดให้พนักงานได้มีส่วนร่วมในการนำเสนอกิจกรรมหรือโครงการ เพื่อช่วยเหลือเพื่อนพนักงานด้วยตนเอง ตลอดจนงานช่วยเหลือสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงการเปิดโอกาสให้พนักงานได้เสนอแนะ ทิศม ในโครงการต่าง ๆ ที่บริษัทได้จัดขึ้น รวมถึงการเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงกระบวนการทำงานภายในสำนักงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้โครงการดังกล่าวประสบความสำเร็จให้มากที่สุด โดยได้มีการมอบรางวัลให้แก่พนักงานที่มีส่วนร่วมในการพัฒนากิจกรรมและโครงการของบริษัทด้วย เพื่อเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานทุกคนมีกำลังใจที่จะสร้างสรรค์กิจกรรมดี ๆ ต่อไป ทั้งมีการนำกิจกรรมไปปฏิบัติจริง

### ความสำเร็จที่ได้รับ

ปัจจุบันบริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) เติบโตอย่างมั่นคงและต่อเนื่อง โดยได้รับการยอมรับจากสังคมและลูกค้าเป็นอย่างดี ซึ่งยืนยันได้จากรางวัลความสำเร็จหลากหลายรางวัลจากหลายองค์กรที่บริษัทได้รับ โดยล่าสุด ได้รับรางวัลบริษัทประกันวินาศภัยที่มีการบริหารงานดีเด่น อันดับ 2 ประจำปี 2554 จากสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริม

การประกอบธุรกิจประกันภัย

ยิ่งกว่าความสำเร็จด้านรางวัลที่องค์กรได้รับ คือความเชื่อมั่น การยอมรับ ของผู้มีส่วนได้เสีย ลูกค้า ตลอดจนสังคมเมืองไทยประกันภัย เป็นองค์กรที่มุ่งให้ความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจควบคู่กับการร่วมรับผิดชอบต่อสังคม ด้วยความตระหนัก ใส่ใจ ดังสโลแกนที่ว่า “เมืองไทยประกันภัย ยิ้มได้เมื่อภัยมา”

### ข้อจำกัดและอุปสรรคที่พบ

- กลุ่มผู้พิการที่มีความพิการไม่เท่ากัน ทำให้วิเคราะห์ความเสี่ยงได้ยาก
- พื้นฐานจิตใจ และความเข้าใจของพนักงานไม่เท่ากัน

### หน่วยงานร่วมดำเนินการ

- สมาคมกีฬาคนพิการแห่งประเทศไทย
- สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย
- หอการค้าไทย

### ติดต่อ

คุณวิฑูรน์ ชมชายผล

ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารองค์กร

โทร. 08 4439 3560

อีเมล [vitoon.c@muangthaiinsurance.com](mailto:vitoon.c@muangthaiinsurance.com)



## การใส่ใจผลการสำรวจความพึงพอใจ นำมาสู่การส่งมอบความพึงพอใจให้ลูกค้า



### ความท้าทายขององค์กร

บริษัท บีทีเอส กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน) ดำเนินการระบบขนส่งมวลชนขนาดใหญ่ รถไฟฟ้าบีทีเอสในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครเป็นธุรกิจหลัก และมีธุรกิจอื่นประกอบด้วย ธุรกิจสื่อโฆษณาออกที่อยู่อาศัย ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ตามแนวเส้นทางระบบขนส่งมวลชน และธุรกิจบริการ ด้วยรูปแบบของธุรกิจ ทำให้บริษัทต้องพัฒนาและมุ่งมั่นในการดำเนินงาน เพื่อให้ให้บริการที่ให้ความพึงพอใจต่อผู้โดยสาร และอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าให้มากที่สุด

### สิ่งที่องค์กรดำเนินการ

จากแนวความคิดดังกล่าว ด้วยรูปแบบของบริษัทที่เป็นธุรกิจการให้บริการ หรือที่มีชื่ออย่างเป็นทางการว่า บริษัทระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ผู้ให้บริการรถไฟฟ้า จึงได้มีความมุ่งมั่นในการพัฒนารูปแบบการให้บริการแก่ผู้โดยสาร เพื่อให้เกิดความประทับใจสูงสุดจากการรับบริการ และเนื่องด้วยปัจจุบันกลุ่มผู้โดยสารมีหลากหลาย อาทิ เด็ก ผู้สูงอายุ ผู้พิการ ที่หันมาใช้บริการรถไฟฟ้ามากขึ้น ทำให้บริษัทได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการให้บริการที่เน้นความปลอดภัยเป็นสำคัญ และช่วยอำนวยความสะดวกได้มากที่สุด โดยเป็นโอกาสอันดีในการพัฒนารูปแบบการให้บริการของบริษัท ซึ่งเป็นการก่อประโยชน์แก่ทั้งผู้โดยสารและทั้งบริษัท

### ควบคู่กันไป

จากความท้าทายที่เกิดขึ้นทำให้บริษัทมีมาตรการให้ความสำคัญแก่การให้บริการเดินรถไฟฟ้าอย่างจริงจังมากขึ้น ดังนั้นทางบริษัทจึงได้จัดให้มีการสำรวจความพึงพอใจของผู้โดยสาร โดยให้สวนดุสิตโพลเป็นผู้เข้ามาสำรวจ ประกอบด้วยหัวข้อดังนี้ ความพึงพอใจในการใช้บริการ ความปลอดภัย การตรงต่อเวลาในการเดินรถ สิ่งอำนวยความสะดวกในสถานีบริการ การให้บริการของพนักงาน ราคาค่าโดยสาร รวมถึงการให้ข้อมูลข่าวสารในการเดินรถด้วย ซึ่งผลจากการประเมินในทุก ๆ ปี เป็นที่พอใจอย่างมาก ทำให้เกิดเป็นกำลังใจในการดำเนินงานต่อไปอย่างไม่หยุดยั้ง

นอกจากนี้ทางบริษัทยังเปิดรับข้อเสนอแนะ คำร้องเรียนจากผู้โดยสารและชุมชนโดยรอบ เมื่อทางบริษัทได้รับข้อเสนอแนะหรือคำร้องเรียน ทางผู้บริหารก็จะทำการประเมินถึงความสำคัญ ความยากง่าย จากนั้นทางบริษัทได้จัดให้ส่วนงานที่เกี่ยวข้องเร่งดำเนินการแก้ไข และปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกตามลำดับ อาทิ ห้องน้ำในสถานีส่วนต่อขยายซึ่งจะมีครบทุกสถานี แต่สำหรับสถานีที่มีอยู่ก่อนหน้านี้อาจจะไม่สามารถสร้างห้องน้ำเพิ่มเติมได้เนื่องจากโครงสร้างของตัวอาคารหลักที่มีอยู่เดิม ทำให้ไม่สามารถปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกตามที่ต้องการได้ นอกจากนี้ยังได้ติดตั้งบันไดเลื่อนในทุกสถานีและลิฟต์ในสถานีส่วนต่อขยาย จากเดิมที่มีอยู่ 5 สถานี

เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้มาใช้บริการรถไฟฟ้า รวมถึงการจัดเจ้าหน้าที่ ในการนำผู้โดยสารที่เป็นผู้พิการขึ้นไปยังชั้นชานชาลาอย่างปลอดภัย อีกทั้งผู้โดยสารที่สั่งซื้อใหม่ได้มีพื้นที่สำหรับเก้าอี้รถเข็นของคนป่วยหรือผู้พิการ และเข็มขัดนิรภัยพร้อมกันนี้ทางบริษัทได้จัดให้มีศูนย์ฮอตไลน์เพื่อเป็นศูนย์กลางในการให้ข้อมูลข่าวสารของการบริการรถไฟฟ้าและข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์แก่ผู้มาใช้บริการรถไฟฟ้า และการรับข้อร้องเรียนต่าง ๆ จากผู้โดยสารเพื่อนำมาปรับปรุงการให้บริการ ทั้งนี้บริษัทยังมีห้องปฐมพยาบาลและอุปกรณ์ที่จำเป็นในการเคลื่อนย้ายผู้ป่วยในทุกลาน เพื่อให้ความช่วยเหลือผู้โดยสารกรณีที่เกิดอุบัติเหตุขณะที่ใช้ระบบ

จากการดำเนินงานการให้บริการผู้โดยสารด้วยใจ ทำให้ผลงานที่เกิดขึ้นด้วยความใส่ใจต่อผู้โดยสารนั้นมีคุณค่ามากขึ้น โดยปรากฏอย่างเห็นได้ชัดว่าผู้โดยสารมีความเชื่อมั่นในการใช้บริการรถไฟฟ้าและเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ ดังจะเห็นได้จากจำนวนผู้โดยสารที่มีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

### ความสำเร็จที่ได้รับ

บริษัทได้รับความไว้วางใจจากผู้โดยสารในด้านความปลอดภัย ด้านการเดินรถ โดยได้รับรางวัลเทพทอง รางวัลซูเปอร์แบรนด์ ที่ช่วยส่งเสริมในการให้บริการที่ดี แต่ผลสำเร็จหนึ่งที่นำภาคภูมิใจเป็นอย่างยิ่ง คือ ทางบริษัทพบว่าในเวลาที่เกิดปัญหาต่าง ๆ บริษัทจะได้รับกำลังใจจากผู้โดยสารอีกด้วย ทำให้เกิดเป็นแรงใจในการขับเคลื่อนและการพัฒนาในการให้บริการเดินรถอย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้ทางบริษัทยังได้จัดทำ Platform Screen Door หรือการติดตั้งรั้วและประตูอัตโนมัติบริเวณขอบชานชาลา โดยเริ่มทดลองติดตั้งที่สถานีสยามเป็นสถานีแรกซึ่งได้ผลเป็นที่น่าพอใจ ดังนั้นทางบริษัทจึงมีโครงการที่จะติดตั้งใน 9 สถานี ที่มีผู้โดยสารหนาแน่นก่อน แล้วค่อยขยายออกไปในสถานีอื่น ๆ

ปัจจัยที่ทำให้โครงการสำเร็จคือ ความใส่ใจในการให้

บริการแก่ผู้โดยสาร และความเต็มใจในการรับฟังข้อเสนอแนะและคำร้องเรียนจากผู้โดยสาร เพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงในการดำเนินงานต่อไป ซึ่งทำให้การดำเนินงานเกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ทางบริษัทยังได้มีการจัดทำโครงการที่ส่งเสริมการรักษาสิ่งแวดล้อมด้วย อาทิ โครงการแถมสีเขียวให้โลกสวย โครงการปลูกจิตสำนึกในการประหยัดพลังงาน เป็นต้น

### ข้อจำกัดและอุปสรรคที่พบ

- โครงสร้างของตัวอาคารหลักที่มีอยู่เดิม ทำให้ไม่สามารถปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกตามที่ต้องการได้ เช่น ลิฟต์ ห้องน้ำ
- เวลาและงบประมาณ ทำให้ต้องมีการทบทวน และจัดลำดับความสำคัญในการปรับปรุง แก้ไขในสิ่งที่ผู้โดยสารร้องเรียน เช่น ขอให้ มี Platform Screen Door

### ติดต่อ

พัชณียา พุฒมี

ผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารองค์กร

โทร. 0 2617 7300 ต่อ 1832

อีเมล patchaneeyap@bts.co.th



## “วิถีแห่งบำรุงราษฎร์ (Bumrungrad Way) Clear Care Smart นำไปสู่การให้บริการที่เป็นหนึ่ง”

### ความท้าทายขององค์กร

บริษัท โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ จำกัด (มหาชน) หรือที่รู้จักกันในนาม “โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์” เปิดดำเนินการในปี พ.ศ. 2523 ดำเนินธุรกิจด้านการรักษาพยาบาลแก่ผู้เข้ารับการรักษาที่หลากหลายจากทั่วทุกมุมโลก อีกทั้งเป็นหนึ่งในผู้นำในการให้บริการทางการแพทย์ในประเทศไทย และในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จากความหลากหลายทางเชื้อชาติของผู้เข้ารับการรักษาทำให้เกิดความแตกต่างทางด้านภาษา ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหาด้านการสื่อสารระหว่างแพทย์หรือเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการกับผู้เข้ารับการรักษา ที่บางครั้งอาจมีความเข้าใจไม่ตรงกัน หรือคลาดเคลื่อน ซึ่งเป็นมูลเหตุสำคัญในการที่ผู้เข้ารับการรักษาหรือญาติที่ต้องคอยดูแล ปฏิบัติตนตามที่แพทย์แนะนำได้ไม่ดีเท่าที่ควรทั้งก่อนและหลังเข้ารับการรักษา นอกเหนือจากนี้ยังมีความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณี ซึ่งเป็นส่วนละเอียดอ่อนที่ต้องให้ความใส่ใจ

ปัจจุบันโรงพยาบาลฯ มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่าง ๆ กว่า 1,200 คน พยาบาลวิชาชีพ 900 คน และพนักงานอีกกว่า 4,500 คน ที่คอยให้บริการแก่ผู้เข้ารับบริการมากกว่า 1 ล้านรายในแต่ละปี ซึ่งเดินทางมาจากกว่า 200 ประเทศทั่วโลก

### สิ่งที่องค์กรดำเนินการ

เริ่มจากการกำหนด วิถีแห่งบำรุงราษฎร์ (Bumrungrad Way) เป็นแนวทางในการปฏิบัติของบุคลากรในองค์กร โดยมีหลักการสำคัญ 6 ประการ คือ 1) การสร้างความประทับใจแก่

ลูกค้า 2) การสร้างสัมพันธ์ไมตรีแบบไทย 3) การพัฒนาและสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง 4) การบริการระดับโลก 5) ความเป็นเลิศทางวิชาชีพ และ 6) สวัสดิการสำหรับพนักงานและความก้าวหน้า โดยได้กำหนดเป็นคำย่อเพื่อความสะดวกต่อการจดจำของแนวทางในการปฏิบัตินี้ว่า “2C 1S - Clear Care Smart” ซึ่งในแต่ละคำได้มีความโดดเด่นที่แตกต่างกัน โดยมีแนวปฏิบัติ ดังนี้

ภายใต้คำว่า Clear เป็นการเน้นด้านการสื่อสาร เนื่องจากโรงพยาบาลมีผู้เข้ารับการรักษาทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ซึ่งมีภาษา ขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน โรงพยาบาลจึงมีผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาด้วยกันทั้งหมด 14 ภาษา โดยโรงพยาบาลจะมีการอบรมด้านภาษา ขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรม เพิ่มเติม ซึ่งภาษานั้นผู้เชี่ยวชาญจะได้รับการอบรมในด้านศัพท์เทคนิคและศัพท์เฉพาะทางการแพทย์ เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่สามารถส่งผลกระทบต่อผู้เข้ารับการรักษา โรงพยาบาลจึงให้ความสำคัญในด้านการสื่อสาร

ภายใต้คำว่า Care เน้นการดูแลเอาใจใส่ เสมือนผู้เข้ารับการรักษาเป็นบุคคลในครอบครัว โดยโรงพยาบาลได้ให้ความสำคัญดูแลเอาใจใส่ผู้เข้ารับการรักษาตั้งแต่ก่อนเข้ารับการรักษา ระหว่างการรักษา และหลังเข้ารับการรักษา และเป็นไปตามมาตรฐานคุณภาพโรงพยาบาลระดับสากล (JCI) ของสหรัฐอเมริกา และสถาบันรับรองคุณภาพสถานพยาบาล (HA) ซึ่งก่อนผู้เข้ารับการรักษากลับไปพักฟื้นอยู่ที่บ้านโดยลำพัง หรือในความดูแลของญาตินั้น ทางโรงพยาบาลจะมีการอบรมให้



ความรู้และวิธีการดูแลสุขภาพ การทานยา การทำกายภาพ รวมถึงการปฐมพยาบาลเบื้องต้น ผู้เข้ารับการรักษาจึงเกิดความไว้วางใจและประทับใจในการรับบริการจากทางโรงพยาบาล

ภายใต้คำว่า Smart เป็นการเน้นบุคลิกภาพของคนในองค์กร โดยคนในองค์กรต้องแต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีบุคลิกภาพที่ดี มีปฏิภาณไหวพริบในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่มีแตกต่างกันออกไป ซึ่งถือเป็นภาพลักษณ์ขององค์กร

เพื่อให้ผู้เข้ารับการรักษาทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเกิดความไว้วางใจ และประทับใจในการรับบริการ โรงพยาบาลได้จัดให้มีการบริการอย่างครบวงจรทั้งการบริการผู้ป่วยนอกและการบริการผู้ใน ตลอดเวลาที่ผ่านมามีโรงพยาบาลได้ให้ความสำคัญกับการรักษาพยาบาลที่มีคุณภาพ โดยคณะแพทย์และพนักงานที่มีความเชี่ยวชาญ โรงพยาบาลจึงพยายามอย่างเต็มที่ในการพัฒนาศักยภาพ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของบุคลากรในองค์กร ให้ได้มาซึ่งความเชื่อมั่นและไว้วางใจจากนานาชาติ

นอกจากนี้ เพื่อสร้างจิตสำนึกที่ดีให้กับบุคลากรในโรงพยาบาล จึงจัดให้มีโครงการ “ทำดีทันใจ” หรือ “On the Spot Reward” โดยบุคลากรท่านใดทำความดี หรือปฏิบัติตามวิถีแห่งบารุงราษฎร์ (Bumrungrad Way) แก่ผู้มารับบริการหรือบุคลากรภายในด้วยกันอย่างชัดเจน ก็จะได้รับบัตรแห่งความดี ซึ่งพนักงานสามารถสะสมไว้เพื่อนำมาแลกของรางวัลตามเกณฑ์ที่ทางโครงการกำหนดไว้ ซึ่งโครงการดังกล่าวเป็นการกระตุ้นบุคลากรให้ปฏิบัติ และรักษามาตรฐานในการให้บริการแก่ผู้เข้ารับการรักษาได้อย่างเต็มที่ ซึ่งสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของทางเรา คือ วิทยาการ และบริการแห่งความเป็นหนึ่ง

### ความสำเร็จที่ได้รับ

จากวิถีแห่งบารุงราษฎร์ (Bumrungrad Way) ส่งผลให้โรงพยาบาลได้รับรางวัลด้านนวัตกรรมและมาตรฐานการบริการหลายรางวัล อาทิ รางวัลบริษัทที่มีนวัตกรรมยอดเยี่ยมแห่งประเทศไทยจากกลุ่มธุรกิจบริการ (Thailand's Most Innovative Company 2008), รางวัลยอดเยี่ยม ประเภท

สถานพยาบาลที่ส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากการประกาศรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 7 ประจำปี 2551 จัดโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) นอกจากนี้ยังมีส่วนสำคัญในการรักษามาตรฐานการรับรองคุณภาพระดับสากล (JCI Accreditation) ตามมาตรฐานของสหรัฐอเมริกา ซึ่งถือเป็นโรงพยาบาลแห่งแรกในเอเชียที่ได้รับการรับรองคุณภาพโรงพยาบาลสากล จนได้รับความเชื่อมั่นจากผู้เข้ารับการรักษาจากนานาชาติ ตลอดจนบุคคลผู้มีชื่อเสียงจากทั่วโลกก็เข้ามาใช้บริการรักษาเช่นกัน

### ข้อจำกัดและอุปสรรคที่พบ

- ความหลากหลายของผู้เข้ารับการรักษาจากทั่วโลก ทั้งภาษา ขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรม ที่แตกต่างกัน ทำให้บุคลากรต้องมีการเรียนรู้และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
- จากแนวทางในการปฏิบัติวิถีแห่งบารุงราษฎร์ (Bumrungrad Way) ที่มีรายละเอียดค่อนข้างมาก อีกทั้งบุคลากรของเราได้มีจำนวนที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นเรื่องที่ต้องใช้ความพยายามอย่างมากเพื่อที่จะรักษามาตรฐานนี้ให้บุคลากรภายในองค์กรปฏิบัติตามวิถีแห่งบารุงราษฎร์ (Bumrungrad Way) ให้ได้มากที่สุด

### ติดต่อ

คุณเคารพ วงศ์ประเสริฐ

ผู้จัดการอาวุโส แผนกประชาสัมพันธ์และส่งเสริมสังคม

โทร. 0 2667 1389

อีเมล pr@bumrungrad.com

## สัญญาที่มีต่อลูกค้า คือ สัญญาของบริษัท

### ความท้าทายขององค์กร

ปัญหาของโครงการบ้านจัดสรร หลังการถ่ายโอนไปยังนิติบุคคล มักจะเป็นเรื่องความเสื่อมโทรมในด้านต่าง ๆ อาทิ ถนนหนทางชำรุด ขยะเคลื่อนถนนและส่งกลิ่นเหม็น พื้นที่สาธารณะรกร้างว่างเปล่า ระบบรักษาความปลอดภัยที่หละหลวม ความสัมพันธ์ ความสามัคคี ตลอดจนจิตอาสาของคนในหมู่บ้านเดียวกัน ประเด็นปัญหาดังกล่าว เป็นความท้าทายที่นำมาสู่การจัดตั้ง บริษัท ควอลิตี้ ลิฟวิ่ง แมเนจเม้นท์ จำกัด (Quality Living Management Co., Ltd.: OLM) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยภายใต้นโยบายของ บริษัท เอ็น.ซี.เอสส์ซิ่ง จำกัด (มหาชน) เพื่อป้องกัน ดูแล และแก้ไขปัญหาดังกล่าว อันนำไปสู่การมีสังคม และสภาพแวดล้อมที่ดีหลังการขาย มากกว่าการได้ขายบ้าน



### สิ่งที่องค์กรดำเนินการ

บริษัทได้จัดตั้งบริษัท ควอลิตี้ ลิฟวิ่ง แมเนจเม้นท์ จำกัด โดยแยกความรับผิดชอบอย่างเป็นทางการเป็นอิสระจาก บริษัท เอ็น.ซี.เอสส์ซิ่ง จำกัด (มหาชน) ดำเนินงานเป็นที่เลี้ยงและถ่ายทอดความรู้ในรูปแบบที่เรียนรู้ไปด้วยกัน (On the job training) เป็นต้นแบบการบริหารจัดการชุมชนที่ดีในการวางระบบการบริหารงาน ชุมชนโครงการบ้านจัดสรรและอาคารชุดก่อนและหลังการส่งมอบ อาทิ ระบบสาธารณูปโภคต่าง ๆ ภายในโครงการ ระบบการรักษาความปลอดภัย การรักษาความสะอาด การบริหารจัดการนุเคราะห์ และการจัดการด้านการเงินที่มักเป็นปัญหาใหญ่ของหลาย ๆ โครงการ รวมถึงการให้บริการเพื่อบริหารจัดการแบบครบวงจรแก่ชุมชนหรือโครงการที่มีความประสงค์ใช้บริการ

การดำเนินงานของ OLM ให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ของชุมชนในโครงการเป็นลำดับแรก ทำให้แต่ละครัวเรือนได้รู้จักกัน จากแบบเดิมที่ต่างคนต่างอยู่ มาสู่การทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกันอย่างต่อเนื่อง เพราะเมื่อชุมชนลูกบ้านมีความสัมพันธ์ที่ดีและคุ้นเคยกันแล้ว การอาสาและการมีส่วนร่วมก็จะตามมา

นอกจากบทบาทของ OLM ในการทำหน้าที่ถ่ายทอดความรู้ ส่งมอบเอกสาร สำนักงาน และสิ่งจำเป็นต่าง ๆ ให้กับตัวแทนนิติบุคคลเพื่อให้สามารถทำงานต่อได้ในทันทีแล้ว OLM ยังได้มีการวางระบบกองทุนเพื่อเตรียมทุนสำรองไว้ตั้งแต่เริ่มต้น เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาของการเรียกเก็บเงินเพิ่มคราวละมาก ๆ ภายหลังการถ่ายโอน โดยเงินกองทุนจะถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกเป็นค่าบริหารจัดการ และสาธารณูปโภคส่วนกลางล่วงหน้า 2 ปี ที่นิติบุคคลจะใช้บริหารจัดการต่อ ส่วนที่สอง จะเป็นกองทุนฉุกเฉินสำหรับทั้งหมู่บ้านที่ต้องใช้งบประมาณเร่งด่วน เช่น กรณีซ่อมบำรุงสาธารณูปโภคโครงการซึ่งไม่ต้องไปเรียกเก็บจากสมาชิก

### ความสำเร็จที่ได้รับ

จากการดำเนินงานดังกล่าวทำให้สภาพแวดล้อมสภาพสังคมของหมู่บ้านในโครงการของบริษัทยังคงดีอย่างต่อเนื่อง และได้รับการบอกต่อจากลูกค้า จนกลายเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้บริหารพิจารณาเลือกซื้อบ้านของบริษัท และเป็นตัวอย่างให้หลาย ๆ องค์กรนำไปประยุกต์ใช้

ปัจจัยที่เกื้อหนุนความสำเร็จของบริษัท คือ การให้ความสำคัญกับผู้บริโภคที่บริษัทได้ดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรม ด้วยการจัดตั้งบริษัทย่อยดำเนินงานเป็นที่เลี้ยงโดยมิได้มุ่งหวังกำไร เพื่อถ่ายทอดความรู้และการวางระบบการบริหารงานชุมชนโครงการบ้านจัดสรรและอาคารชุดหลังจากการเข้าอยู่อาศัย ซึ่งถือเป็นหนึ่งในความรับผิดชอบต่อสังคมที่ผนวกอยู่ในการดำเนินงานขององค์กร (CSR-in-process) ภายใต้แนวคิด “A Happy Living Community” สังคมชุมชน เปี่ยมสุข อัน

เป็นรากฐานสำคัญที่จะนำไปสู่ความยั่งยืนของสังคมและองค์กร

### ข้อจำกัดและอุปสรรคที่พบ

- การคัดสรรบุคลากรที่จะเข้ามาดำเนินงานร่วมกับ OLM ค่อนข้างหายาก เพราะจะต้องมีใจในการให้บริการ และมีความเป็นกลางระหว่าง ชุมชนในโครงการ กับ บริษัท เอ็น.ซี.เฮาส์ซิง จำกัด (มหาชน)
- ความคิดเห็นที่หลากหลาย และสภาพแวดล้อมของโครงการที่แตกต่างกัน ทำให้การบริหารต้องมีการปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสม

### หน่วยร่วมดำเนินการ

- บริษัท ควอลิตี้ ลิฟวิง แมเนจเม้นท์ จำกัด

### ติดต่อ

คุณลักขณา พงษ์ประพันธ์

ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์

โทร. 0 2993 5080-7

อีเมล [lakkana@ncgroup.co.th](mailto:lakkana@ncgroup.co.th)

## “ธนาคารเพื่อความสำเร็จของลูกค้า และประโยชน์ที่ยั่งยืนต่อสังคม”

### ความท้าทายขององค์กร

ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจด้านการเงิน ก่อตั้งขึ้นและเล็งเห็นถึงความสำคัญของเงินทุน ที่สามารถเข้าไปสร้างอาชีพให้กับประชาชนและสามารถพลิกฟื้นชีวิตให้เกิดการยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น จากสถิติที่ผ่านมา ประชาชนในต่างจังหวัดมีการเข้าถึงแหล่งเงินทุนเพียงร้อยละ 50 เท่านั้น ซึ่งธนาคารเชื่อว่าปัจจัยหนึ่งที่จะสร้างคุณภาพชีวิตแก่ประชาชนในต่างจังหวัดให้ดีขึ้นได้ คือ การให้พวกเขาเข้าถึงแหล่งเงินทุน

จากแนวคิดดังกล่าวผนวกกับศักยภาพของธนาคาร ทำให้เกิดการดำเนินธุรกิจในต่างจังหวัดเพิ่มขึ้น เพื่อให้ประชาชนนำเงินทุนไปสร้างอาชีพ สร้างความเจริญให้ท้องถิ่นและสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน ถือเป็นโจทย์ที่สำคัญของธนาคาร

### สิ่งที่องค์กรดำเนินการ

ตลอดเวลาที่ผ่านมา ธนาคารเน้นการปล่อยสินเชื่อเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตให้เพิ่มขึ้น ธนาคารได้เริ่มกระจายจำนวนสาขาไปยังทั่วประเทศ และมีการปรับสัดส่วนจำนวนสาขาอย่างเหมาะสม โดยจำนวนสาขาของธนาคารร้อยละ 30 ของจำนวนสาขาทั้งหมดจะอยู่ในเมืองหลวงเพื่อเป็นแหล่งระดมเงินฝาก และจำนวนสาขาที่เหลือร้อยละ 70 ของจำนวนสาขาทั้งหมดจะกระจายตามต่างจังหวัดเพื่อเป็นแหล่งปล่อยสินเชื่อ

ประเภทสินเชื่อที่บริษัทธนาคารเชื่อว่าจะสามารถเป็นจุดเริ่มต้นการสร้างอาชีพได้ดีที่สุด คือ สินเชื่อประเภทเช่าซื้อ



โดยจะเห็นได้จากพอร์ตโฟลิโอ (Portfolio) ของธนาคารที่มีสัดส่วนสินเชื่อประเภทเช่าซื้อเป็นจำนวนร้อยละ 70 ของยอดปล่อยสินเชื่อทั้งหมด ซึ่งธนาคารได้เน้นการปล่อยสินเชื่อประเภทเช่าซื้อในกลุ่มเช่าซื้อรถกระบะเป็นหลัก โดยคิดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ต่ำกว่าอัตราดอกเบี้ยสินเชื่อประเภทเช่าซื้ออื่นที่มีอัตรากระบะ ซึ่งมาจากแนวคิดที่ว่าโอกาสให้คนในต่างจังหวัดนั้นมีรถกระบะไว้ใช้ประโยชน์มักเป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างอาชีพ และทั้งนี้ธนาคารยังมีกระบวนการประเมินสินเชื่อเช่าซื้ออย่างละเอียดและมีหลักการตามนโยบายธนาคาร เพื่อให้มั่นใจได้ว่าสินเชื่อเช่าซื้อดังกล่าวเป็นเงินทุนที่จะนำไปใช้ประโยชน์เพื่อการสร้างอาชีพอย่างแท้จริงและจะไม่ใช่หนี้เสีย (Non-Performing Loan)

แม้ว่าการปล่อยสินเชื่อประเภทเช่าซื้อจะเป็นสัดส่วนร้อยละ 70 ของจำนวนสินเชื่อทั้งหมดของธนาคาร และกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นคนในต่างจังหวัด อาจจะถูกเหมื่อนเป็นความ

เสี่ยงที่สูงซึ่งธนาคารต้องรองรับ แต่กลับกลายเป็นว่ากลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการประเภทเช่าซื้อมีวินัยการใช้เงินค่อนข้างสูงมีสัดส่วนหนี้เสียค่อนข้างน้อย อีกทั้งสินทรัพย์ประเภทรถกระบะสำหรับกลุ่มลูกค้าในต่างจังหวัดจะเป็นสินทรัพย์ที่สุดท้ายที่กลุ่มลูกค้าพยายามรักษาไว้ เนื่องจากรถกระบะเปรียบเสมือนอาชีพของเขา หากพวกเขาไม่มีรถกระบะพวกเขาก็จะไม่มีเครื่องมือประกอบอาชีพเพื่อให้ได้มาซึ่งรายได้มาเลี้ยงชีพตนเองและครอบครัว และในเมื่อกลุ่มลูกค้าสามารถสร้างอาชีพได้ก็จะสามารถชำระหนี้สินจากเงินกู้ได้เช่นกัน

### ความสำเร็จที่ได้รับ

จากการที่ธนาคารได้ยึดมั่นแนวทางธุรกิจที่มีส่วนร่วมในการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในต่างจังหวัด ทำให้ปัจจุบันธนาคารมีการเติบโตทางด้านสินทรัพย์ จนกระทั่งปัจจุบันสินทรัพย์รวมของธนาคารมีประมาณ 2.2 แสนล้านบาท และจากตัวเลขร้อยละของหนี้เสีย (Non-Performing Loan) ที่เกิดขึ้นร้อยละ 3.5% โดยเป็นหนี้เสียที่เกิดจากสินเชื่อเช่าซื้อที่ 1.58% ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำกว่าตลาด ทำให้ธนาคารเกิดการเติบโตไปพร้อมกับการยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในสังคมให้ดีขึ้นได้อย่างตลอดมา

ปัจจัยที่ทำให้กิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรสำเร็จได้ คือ วิสัยทัศน์ของผู้บริหารที่เชื่อมั่นว่าการเข้าถึงแหล่งเงินทุนจะสามารถยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในสังคมได้ ทั้งนี้ องค์กรยังมีกิจกรรมอื่น ๆ ที่ช่วยสนับสนุนเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม อาทิ การสร้างให้สินเชื่อกลุ่มลูกค้าผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในต่างจังหวัด โดยธนาคารจะมีการสนับสนุนสินเชื่อตลอดจนโครงการเสร็จสิ้น ซึ่งเป็นการช่วยลดความเสี่ยงทางด้านสภาพคล่องต่อลูกค้า โครงการ KK Biz RE Innovation Awards เพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ ๆ ด้านพัฒนาอสังหาริมทรัพย์แก่ลูกค้าของธนาคารผ่านการประกวดแนวคิดจากทั้งสถาบันศึกษาและบุคคลภายนอก โครงการพัฒนาคนพัฒนาชาติกับเกียรตินาทิน ที่ดำเนินต่อเนื่องมาตลอด 41 ปี

โดยเน้น 3 ด้านคือ 1. การศึกษา 2. พัฒนาจริยธรรมและภูมิคุ้มกันสังคม 3. บรรเทาทุกข์และสาธารณกุศล เป็นต้น

### ข้อจำกัดและอุปสรรคที่พบ

- การขาดความรู้พื้นฐานทางด้านการเงิน (Financial Literacy) ของประชาชนในต่างจังหวัด ทำให้ขาดการวางแผนทางการเงินที่เป็นระบบ

### ติดต่อ

คุณอารณีย์ ใจอัมสิน

รองผู้อำนวยการ กิจกรรมเพื่อสังคม สำนักสื่อสารองค์กร  
โทร. 0 2680 3168

อีเมล Aranee.Jai@kiatnakin.co.th

## CORPORATE RESPONSIBILITY : EMPLOYEES

บริษัท เอเชีย ฟรียูนิชั่น จำกัด (มหาชน)

บริษัท แพรนด้า จิวเวลรี่ จำกัด (มหาชน)

บริษัท ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)

บริษัท สมบูรณ์ แอ็ดวานซ์ เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน)

บริษัท หลักทรัพย์ ภัทร จำกัด (มหาชน)

# Corporate Responsibility : Employees

## ความท้าทายขององค์กร

บริษัท เอเชีย พรีซิชั่น จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายชิ้นส่วนยานยนต์ ในอุตสาหกรรมยานยนต์ ซึ่งเคยประสบกับภาวะการเติบโตอย่างก้าวกระโดด มีปัญหาการขาดแคลนแรงงาน มีอัตราการหมุนเวียนของแรงงานที่ค่อนข้างสูง และบริษัทต้องรับพนักงานเพิ่มขึ้นเพื่อรองรับกับการเติบโตของอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่อง ทำให้บริษัทต้องมีกระบวนการรักษาและพัฒนาบุคลากรอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อกระชับความสัมพันธ์ระหว่างลูกจ้างและนายจ้าง รวมทั้งความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานด้วยกันเอง เพื่อไม่ให้เกิดความห่างเหิน อันส่งผลต่อการทำงานร่วมกันในองค์กร

## สิ่งที่องค์กรดำเนินการ

บริษัทตั้งปณิธาน “มุ่งสร้างคนดีแทนคุณแผ่นดิน” คุณสมบัติของคนดี ประกอบด้วย วินัย สามัคคี เสียสละ คุณธรรม กตัญญู การสร้างคนให้เป็นคนดี เริ่มจากการปลูกฝังความกตัญญูให้เกิดขึ้นในหมู่พนักงาน ซึ่งจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น นับตั้งแต่ตัวพนักงานเอง ตลอดจนความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นระหว่างองค์กรกับพนักงาน

ในอดีตบริษัทได้มีการดำเนินกิจกรรมบริจาคและสาธารณประโยชน์โดยตรงมากมาย ซึ่งคุณอภิชาติ การุณกรสกุล ประธานกรรมการบริหารบริษัท ได้เคยมีคำถกถามในใจว่า “การทำความดีของบริษัทที่ผ่านมาเป็นความภาคภูมิใจของเราคนเดียวหรือไม่ แล้วพนักงานส่วนใหญ่ได้ภาคภูมิใจร่วมกับองค์กรหรือเปล่า” เปรียบได้กับ “การทำดีของบริษัทเป็นความดีมือแรก (First Hand Good) สำหรับเรา แต่เป็นความดีมือสอง (Second Hand Good) สำหรับเขา” ด้วยเหตุนี้ บริษัทจึงได้มี



การปรับเปลี่ยนแนวคิดกิจกรรมเพื่อสังคมไปสู่การมุ่งเน้นสร้างคนดี ผ่านการมีส่วนร่วมของพนักงานเป็นหลัก

เนื่องจากพนักงานส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 70 มีภูมิลำเนาอยู่ในต่างจังหวัด โครงการกองทุนพัฒนาบ้านเกิด จึงได้ถูกริเริ่มขึ้น โดยบริษัทเป็นผู้คัดเลือกพนักงานที่จะมอบเงินทุนจำนวนหนึ่งให้สามารถนำไปทำประโยชน์ในภูมิลำเนาบ้านเกิดของตัวพนักงาน แม้จะไม่ใช่เม็ดเงินที่มากมาย แต่กิจกรรมดังกล่าวได้เปิดเวทีให้พนักงานได้แสดงความกตัญญูต่อบ้านเกิดและภูมิลำเนาของตนเอง เป็นการส่งเสริมให้พนักงานสร้างความดีมือแรกได้ด้วยตัวเอง

บริษัทมีการอัญเชิญพระบรมราชาบาทของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมาถ่ายทอดภายในองค์กร เพื่อเสริมสร้างให้พนักงานบำเพ็ญความดีให้มากขึ้น เริ่มจากให้พนักงานระดับผู้จัดการนำพระบรมราชาบาทที่ตนเองประทับใจในหนังสือ 60 พระบรมราชาบาทมาถ่ายทอดท่านละ 2 เรื่อง และปฏิญาณตนว่าจะปฏิบัติตนตามพระบรมราชาบาทที่ตนประทับใจอย่างไรบ้าง และขยายไปสู่พนักงานที่เข้าใหม่ทุกคนต้องผ่าน



กระบวนการนี้ ผลลัพธ์ที่ตามมาทำให้พนักงานที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมกว่า 1,000 คน ได้ปรับเปลี่ยนทัศนคติไปในทางบวก และเกิดแรงบันดาลใจที่จะทำความดีเพิ่มมากขึ้น ทำความดีด้วยการปฏิบัติ

## ความสำเร็จที่ได้รับ

บริษัทได้ขยายผลในสิ่งที่องค์กรดำเนินการสู่บุคคลภายนอก และแก่องค์กรหรือหน่วยงานอื่น ๆ ที่สนใจ ผ่านทางกิจกรรมในหลักสูตร “เติมพลังใจให้คุณค่าแก่กัน” โดยมุ่งเน้นปลูกฝัง “การให้” ให้ความมกัตัญญู ให้ความปรารถนาดีต่อกัน และให้การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ซึ่งรับผิดชอบโดย บริษัท สร้างคนดี จำกัด โดยมี คุณสัมฤทธิ์ สว่างคำ ผู้จัดการอาวุโสฝ่ายพัฒนาทรัพยากรบุคคลและองค์กร เป็นวิทยากรหลัก ซึ่งได้มีการอบรมอย่างต่อเนื่องกว่า 107 รุ่นแล้ว จึงถือได้ว่าเป็นย่างก้าวสำคัญในการยกระดับการสร้างคนดีแทนคุณแผ่นดินจากบุคลากรภายในองค์กรไปสู่บุคคลภายนอกองค์กร

ปัจจัยที่ทำให้กิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรสำเร็จได้ คือ การปลูกฝังเรื่องความมกัตัญญูของพนักงาน และการดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ องค์กรยังมีกิจกรรมอื่น ๆ ที่ช่วยสนับสนุนให้พนักงานประพฤติตนเป็นคนดี อาทิ จัดตั้งศูนย์ส่งเสริมชีวิตคู่ขนาน ให้พนักงานฝึกใช้ชีวิตตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง กิจกรรมให้พนักงานเขียนจดหมายถึงคุณแม่ การสละเงินเพื่อเป็นทุนการศึกษาของนักเรียนเรียกว่า “โครงการขวดน้ำหยอดเหรียญ” โครงการลดละเลิกอบายมุข และโครงการปฏิบัติธรรม เป็นต้น

## ข้อจำกัดและอุปสรรคที่พบ

- จำนวนบุคลากรที่เพิ่มขึ้นภายในองค์กร ทำให้ต้องมีการพัฒนากิจกรรมให้มีความเข้มข้นเพิ่มมากขึ้น รวมถึงต้องให้ครอบคลุมพนักงานภายในองค์กรอย่างทั่วถึง
- วุฒิมภาวะที่แตกต่างกันของพนักงาน ทำให้พนักงาน

มีระดับการรับรู้คุณค่าจากการทำกิจกรรมต่าง ๆ แตกต่างกัน

## หน่วยร่วมดำเนินการ

- บริษัท สร้างคนดี จำกัด

## ติดต่อ

คุณสัมฤทธิ์ สว่างคำ

ผู้จัดการอาวุโสฝ่ายพัฒนาทรัพยากรบุคคลและองค์กร

ผู้อำนวยการสถาบันสร้างคนดี

โทร. 08 9114 7742

อีเมล samrit@asiaprecision.com



## ประสานใจ ฝ่าพัฒนา สร้างคุณค่า รักษาคุณธรรม

### ความท้าทายขององค์กร

บริษัท แพรนด้า จิวเวลรี่ จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องประดับแท้เป็นหลัก ปัจจุบันเป็นผู้นำด้านการส่งออกเครื่องประดับอัญมณีรายใหญ่ของไทยที่มีชื่อเสียงในระดับสากล ตลอดระยะเวลากว่า 30 ปีของการดำเนินธุรกิจ จากผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพด้วยช่างฝีมือที่เราฝึกขึ้นมาเอง เพราะเป็นสาขาอาชีพเฉพาะทางที่ยังไม่มีสถาบันใดสามารถสร้างคนได้ตรงตามความต้องการได้

บริษัทถือว่า คน เป็นทรัพยากรที่มีค่าที่สุด ที่ควรให้การสนับสนุน ให้การส่งเสริมอาชีพ จึงมีความต้องการที่จะขยายงานอาชีพให้เกิดความแพร่หลาย สำหรับผู้ที่สนใจเข้ามาศึกษาและนำมาใช้ในการประกอบอาชีพได้ตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน และสอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจและสังคม ทั้งในระดับชุมชน ท้องถิ่น และระดับชาติ โดยการเปิดโอกาสให้ผู้เรียน ผู้สนใจ เลือกวิธีการปฏิบัติการฝึกได้อย่างเหมาะสมกับศักยภาพ ความสนใจ และโอกาสของตนเอง บริษัทจึงส่งเสริมการประสานความร่วมมือในการจัดการศึกษาระบบทวิภาคี และพัฒนาหลักสูตรร่วมกัน ระหว่างกาญจนนา-

ภิเชกวิทยาลัย ช่างทองหลวง และวิทยาลัยศิลปกรรมกรุงเทพฯ ซึ่งทำให้แพรนด้ามีโอกาสต่อยอดการร่วมรับผิดชอบต่อสังคมไปสู่การฝึกอาชีพให้กับผู้พิการ โดยเริ่มจากผู้พิการทางการได้ยิน ซึ่งบริษัทร่วมมือกับโรงเรียนโสตศึกษา ในสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ด้วยพระองค์ทรงเล็งเห็นว่าอาชีพจิวเวลรี่น่าจะเป็นอาชีพที่ผู้พิการเหล่านี้สามารถทำได้

### สิ่งที่องค์กรดำเนินการ

ในระยะเริ่มแรกของการก่อตั้ง หรือประมาณ 30 กว่าปีที่แล้ว บริษัทเริ่มสร้างโรงงานครั้งแรกโดยการซื้อกิจการโรงงานจิวเวลรี่ซึ่งมีพนักงานอยู่เดิม 7 คน ในจำนวนนั้นมีผู้พิการประกอบด้วย หัวหน้าแผนกของโรงงานที่เป็นโปลิโอและหัวหน้าช่างฝังที่เป็นใบ้รวมอยู่ด้วย ความคุ้นเคยในการทำงานร่วมกับผู้พิการของแพรนด้าจึงเรียกได้ว่าการสร้างตัวมาพร้อมกับผู้พิการ

แพรนด้าฯ มีหลักการดำเนินงาน 3 ประการว่า (1) ให้โอกาส (2) ให้ความสะดวก และเมื่อผู้พิการได้รับทั้งสองอย่างแล้วจึง (3) ให้ความเท่าเทียม เพราะถือว่าเมื่อเขาเหล่านั้นได้รับการเติมเต็มให้มีเทียบเท่ากับผู้อื่นแล้ว ก็จะต้องทำงานให้ได้

เหมือนคนอื่น โดยให้เหตุผลว่าต้องละลายพฤติกรรมของการเป็นคนงอมืองอเท้า เพื่อให้เขาผ่านพ้นอุปสรรคไปได้ด้วยตัวของเขาเอง โดยมีบริษัทเป็นพี่เลี้ยงที่ให้การสนับสนุนเรื่องต่าง ๆ

หัวใจของโครงการนี้อยู่ที่กลยุทธ์ในการดำเนินงานที่สามารถทำให้ผู้พิการเหล่านั้นรู้สึก “ภูมิใจ” กับการได้มีโอกาสเปลี่ยนแปลงบทบาทจาก “ผู้รับ” เป็น “ผู้ให้” โดยบริษัทเปิดโอกาสให้เด็กที่เรียนจบมาจากโครงการดังกล่าว กลับเข้าไปแนะนำอาชีพและฝึกสอนให้แก่รุ่นน้องที่เป็นนักเรียนในโรงเรียนโสตศึกษา คุณปราโมทย์ เตียสุวรรณ กรรมการผู้จัดการ (สายผลิต) ให้ความเห็นว่า “ผมว่าเสน่ห์อยู่ตรงนี้ เสน่ห์เวลาคนพิการเกิดมาตลอดเวลาในสังคมเขาเป็นผู้รับเพราะเขาพิการ แต่คุณพยายามทำให้คนเหล่านี้มีโอกาสเป็นผู้ให้บ้างได้ไหม? ผมคิดว่าคุณได้ค้นคักดีศรีความเป็นมนุษย์ให้เขา ผมว่าอันนี้มันสำคัญตรงนี้ เราปลูกต้นไม้ไหม? เราปลูก แต่ผมเอาคนพิการไปปลูก” นอกจากนี้ คุณปราโมทย์ยังเสริมพรรณชนะในมุมที่ต่างออกไปว่า “จริง ๆ เราอยากมองว่าเขาเป็นคนพิการ มองว่าไม่สะดวกดีกว่า” แสดงให้เห็นว่าผู้บริหาร มีความเข้าใจ พยายามหากลยุทธ์ในการร่วมรับผิดชอบต่อสังคมอย่างจริงจังเพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในระยะยาว

### ความสำเร็จที่ได้รับ

“ความซาบซึ้ง” และ “ความภาคภูมิใจ” ของทั้งผู้บริหารและตัวพนักงานคือความสำเร็จชิ้นใหญ่ที่องค์กรได้รับ ผู้พิการเกิดความภาคภูมิใจ ในขณะที่เดียวกันบริษัทมีส่วนช่วยลดภาระของสังคมได้ด้วยกระบวนการภายในองค์กรเอง ซึ่งทั้งสองสิ่งนี้จะเป็นส่วนเกื้อหนุนให้ความเป็นครอบครัวของแพรนด้า แข็งแกร่งยิ่งขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจเจริญเติบโตอย่างมั่นคงควบคู่ไปกับการเสริมสร้างศักยภาพของผู้ด้อยโอกาสในสังคมจากจุดเล็ก ๆ แต่เป็นจุดประกายที่สำคัญในการยกระดับคุณภาพชีวิตและการพัฒนาอย่างยั่งยืนของสังคมไทย

ปัจจุบัน แพรนด้า มีผู้พิการทำงานอยู่ในทุกระดับตั้งแต่ระดับปฏิบัติการถึงระดับผู้บริหาร รวมมีอัตราส่วนระหว่างคนปกติกับคนพิการที่ 60 ต่อ 1 คน สูงกว่าที่กฎหมายกำหนด

ไว้ที่ 100 ต่อ 1 คน ซึ่งการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและความริเริ่มด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่เกิดขึ้นจากภายในนี้เองส่งผลให้บริษัทไม่ต้องประสบปัญหาการปรับตัวให้รับกับกฎหมาย การจ้างงานผู้พิการแต่อย่างใด โดยกลุ่มผู้พิการเหล่านี้สามารถทำงานและปรับตัวให้เข้ากับคนธรรมดา และอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข เรียกได้ว่าเป็นการเสริมหนุนประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนและการไม่เลือกปฏิบัติได้อีกทางหนึ่ง

### ข้อจำกัดและอุปสรรคที่พบ

- การมองหาปัจจัยที่เหมาะสมเพื่อนำมา “ชดเชย” ใน “ความไม่สะดวก” ของผู้พิการแต่ละคน
- การมองหาจุดเด่นหรือศักยภาพที่ซ่อนอยู่ในตัวผู้พิการ

### หน่วยร่วมดำเนินการ

- สำนักงานคณะกรรมการอาชีวศึกษา
- กาญจนภิเษกวิทยาลัย ช่างทองหลวง
- วิทยาลัยศิลปกรรมกรุงเทพ
- โรงเรียนโสตศึกษา ในสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี

### ติดต่อ

คุณกัญชิ่ง เทพหัสดิน ณ อยุธยา  
ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์  
โทร. 0 2769 9431  
อีเมล [kanching\\_d@pranda.co.th](mailto:kanching_d@pranda.co.th)

“พัฒนาบุคลากรเพียงแค่ทักษะการปฏิบัติงานนั้นไม่เพียงพอ แต่ต้องเติมเต็มในด้านวินัย ความรับผิดชอบ จิตอาสา ภาวะผู้นำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้นำเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน”



## ความท้าทายขององค์กร

บริษัท ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจหลักในด้านอาหาร โรงแรม และแฟชั่น โดยบริษัทให้ความสำคัญต่อบุคลากรในองค์กรเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากธุรกิจของบริษัทครอบคลุมการให้บริการโรงแรมกว่า 77 แห่ง ร้านอาหาร 1,274 ร้าน และร้านค้า 247 แห่ง ซึ่งจะเห็นว่าบริษัทจำเป็นต้องมีการใช้ทรัพยากรบุคคลค่อนข้างสูง เพราะฉะนั้นการพัฒนาบุคลากรทั้งภายในและภายนอกองค์กรอย่างทั่วถึงจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้องค์กรเกิดความเติบโตและยั่งยืนไปพร้อมกัน

โดยบริษัทยังมีค่าขวัญสำคัญขององค์กรคือ “ไมเนอร์ สร้างคน คนสร้างชาติ” ทำให้หลักสูตรการพัฒนาบุคลากรขององค์กรนั้น จำเป็นต้องมีการพัฒนาที่มากกว่าทักษะการปฏิบัติงาน (Technical Skill) เพียงอย่างเดียว แต่ต้องเติมเต็มในด้านวินัย ความรับผิดชอบ จิตอาสา และภาวะผู้นำ ซึ่งบริษัทมี

พนักงานฝึกหัด<sup>1</sup> ที่กำลังศึกษาในสถาบันการศึกษาต่าง ๆ อยู่ในสัดส่วนที่สูงเมื่อเทียบกับพนักงานทั้งหมดในบริษัท จึงเป็นความท้าทายสำคัญที่บริษัทจะหาอะไรให้นักศึกษาทำงานร่วมกับบริษัทอย่างมีประสิทธิภาพ นักศึกษามีทักษะชีวิตในด้านต่าง ๆ พร้อมกับความสามารถในการทำงาน รู้จักการพึ่งพาตนเอง รู้จักการออม มีจิตอาสา และมีคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ดีในอนาคต และเติบโตไปพร้อมกับบริษัท และเป็นพลเมืองที่ดีของชาติ

## สิ่งที่องค์กรดำเนินการ

บริษัทได้ริเริ่มการนำนักศึกษาเข้ามาเป็นพนักงานฝึกหัดกว่า 20 ปีแล้ว ถือได้ว่าบริษัทเห็นความสำคัญของการเปิดเวทีให้นักศึกษาสามารถทำงานหารายได้ และฝึกเรื่องความรับผิดชอบและการพึ่งพาตนเองตั้งแต่เริ่มต้น อีกทั้งบริษัทได้เสริมในเรื่องการพัฒนาพนักงานฝึกหัดในด้านจริยธรรม ความมี

<sup>1</sup> พนักงานฝึกหัด หมายถึง พนักงานประเภท Part-time และพนักงานประเภท Internship ซึ่งจะแตกต่างจากพนักงานประเภท Part-time ในแง่ของมีการประเมินผลส่งกลับไปให้สถาบันการศึกษา และอาจารย์สามารถมาตรวจสอบการทำงานของนักศึกษาในหน่วยงานได้

วินัย ความรับผิดชอบ และจิตอาสา ผ่านวัฒนธรรมองค์กรที่สำคัญ อาทิ การจัดทำ Leadership Academy สำหรับพนักงานตั้งแต่ระดับพนักงานฝึกหัดจนถึงระดับบริหาร เพื่อยกระดับภาวะผู้นำของตนเอง ตั้งแต่การกำหนดเป้าหมายของชีวิต การปรับเปลี่ยนทัศนคติว่า “ความสามารถเป็นสิ่งที่กำหนดอนาคต มีใช้หัวหน้างานเป็นคนกำหนดอนาคต” และการฝึกคิดและตัดสินใจด้วยตนเอง อีกทั้งการสร้างแนวคิดและวัฒนธรรม Unlock Impossibility แก่พนักงานในทุกกระดับ เพื่อให้พนักงานทุกคนสามารถทำงานได้แม้ว่าจะเป็นงานหนัก หรืองานยาก ซึ่งต้องผ่านไปให้ได้ โดยพนักงานจะได้รับโจทย์การทำงานที่ยากอย่างต่อเนื่อง ทำให้พนักงานได้รู้จักความท้าทายใหม่ ๆ และการแก้ไขปัญหาที่ยาก ๆ ตลอดเวลา ซึ่งเป็นการพัฒนาทักษะและยกระดับวุฒิภาวะของพนักงานทุกคนให้เพิ่มขึ้น เป็นต้น นอกจากนี้พนักงานได้เติมเต็มทักษะชีวิตต่าง ๆ แล้ว Minor ยังให้การอบรมเรื่องอนามัยเจริญพันธุ์ และทักษะการป้องกัน HIV/AIDS ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญสำหรับน้อง ๆ ในวัยทำงานอีกด้วย

### ความสำเร็จที่ได้รับ

บริษัทสามารถยกระดับคุณภาพของพนักงานในด้านทักษะการทำงาน ความมีวินัย ความรับผิดชอบ จิตอาสา และความเป็นผู้นำ โดยจะเห็นได้จาก พนักงานที่เคยร่วมงานกับบริษัทจะเป็นที่ต้องการมากในตลาดแรงงานด้านที่เกี่ยวข้อง ผู้ที่เคยผ่านกระบวนการฝึกงานกับบริษัท ปัจจุบันมีความก้าวหน้าในตำแหน่งบริหารทั้งในบริษัทเอง และเป็นผู้บริหารองค์กรต่าง ๆ เป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ และเป็นผู้นำในภาคส่วนต่าง ๆ มากมาย และต่างยอมรับกันว่าประสบการณ์การเริ่มงานกับ Minor และวัฒนธรรมการทำงานที่ติดตัวมา คือพื้นฐานของความสำเร็จในชีวิต การเรียนรู้ที่จะพึ่งพาตนเอง การวางเป้าหมายและกำหนดอนาคตของตนเอง ตลอดจนการให้ การแบ่งปัน การมีจิตอาสา และการตอบแทนบุญคุณแผ่นดิน ยังอยู่ใน DNA ของเขาทุกคน

ปัจจัยที่ทำให้กิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรสำเร็จได้ คือ

การสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่คำนึงถึงความเป็นเลิศ **Operation Excellence** ทั้งในด้านธุรกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ให้อยู่ใน DNA ของพนักงานทุกคน ทั้งนี้ องค์กรยังมีกิจกรรมอื่น ๆ ที่ช่วยสนับสนุนให้เกิดประโยชน์ต่อนักศึกษา พนักงาน ธุรกิจ และสังคม อาทิ โครงการ Minor Corporate University และการพัฒนาหลักสูตรการศึกษาร่วมกับสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ในด้านอาหาร โรงแรม และค้าปลีก โดยร่วมมือกับมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ทั่วประเทศ

ที่สำคัญคือ งาน CSR ได้ถูกผสมผสานอยู่ในธุรกิจประจำวัน มิได้เป็นงานเพิ่ม และความสำคัญอยู่ที่บุคลากรทุกคนต้องมีความรู้ ความเข้าใจ CSR และการพัฒนาธุรกิจที่ยั่งยืน แล้วนำไปพัฒนาในงานประจำวันของตนเอง เพื่อให้เกิดความเติบโตของธุรกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมไปด้วยกัน ด้วยการมี Minor CSR DNA

### ข้อจำกัดและอุปสรรคที่พบ

- การพัฒนาพนักงานฝึกหัดจำเป็นต้องอาศัยระยะเวลา ทำให้องค์กรจำเป็นต้องสร้างความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาต่าง ๆ และสร้างโปรแกรม Internship เพื่อให้นักศึกษาสามารถฝึกงานอย่างต่อเนื่อง

### หน่วยร่วมดำเนินการ

- สถาบันการศึกษาต่าง ๆ อาทิ โรงเรียนอาชีวการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏ กระทรวงศึกษาธิการ เป็นต้น

### ติดต่อ

คุณสุกิจ อุทินทุ  
รองประธานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม  
โทร. 0 2365 7500  
อีเมล sukich\_ud@minornet.com



## น้อมนำหลักการทรงงานของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เป็นแนวทางการปฏิบัติตนให้เป็นคนเก่งและคนดีตามรอยเท้าพ่อ เพื่อกำหนดความเป็น “คนสมบูรณ”

### ความท้าทายขององค์กร

บริษัท สมบูรณ แอ็ดวานซ์ เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจประกอบธุรกิจผลิตชิ้นส่วนสำหรับอุตสาหกรรมยานยนต์ เช่น รถยนต์นั่ง รถกระบะ รถบรรทุก และอุตสาหกรรมเครื่องยนตร์การเกษตร โดยกลุ่มลูกค้าหลัก ได้แก่ ผู้ประกอบยานยนต์ (Original Equipment Manufacturer “OEM”) ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งการเติบโตขององค์กรนั้น มิได้ขึ้นอยู่กับเพียงเทคโนโลยี เงินทุน นโยบายผู้บริหารเท่านั้น บุคลากรในองค์กรมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนให้องค์กรเติบโตอย่างยั่งยืนต่อไปได้ และไม่ใช่เพียงแต่การพัฒนาองค์กรให้เจริญเติบโตในด้านธุรกิจเท่านั้น องค์กรยังมุ่งพัฒนาบุคลากรโดยมีปณิธานในการที่จะสร้างคนเก่งและคนดี ซึ่งเป็นเรื่องที่ทำหายอย่างยิ่งสำหรับองค์กร หากบุคลากรในองค์กรเป็นคนเก่งและคนดี แล้วนั้น บุคลากรสามารถนำสิ่งเหล่านี้ไปปฏิบัติได้อย่างแท้จริง และเป็นประโยชน์ต่อสังคมไทยอย่างยั่งยืน จึงได้นำมาสู่โครงการ “50 ปี สานตนเก่ง สร้างคนดี”

### สิ่งที่องค์กรดำเนินการ

กว่า 50 ปีที่บริษัทได้ดำเนินธุรกิจ และเติบโตไปพร้อมกับลูกค้า คู่ค้า และสังคมไทยนั้น เป็นผลมาจากความเก่ง และ

ความสามารถของบุคลากรที่เป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญขององค์กร รวมถึงประสบการณ์ที่สะสมมาอย่างยาวนานทำให้องค์กรได้เรียนรู้ในการพัฒนาบุคลากรให้เป็นทั้งคนเก่งและคนดี ที่จะช่วยในการสร้างสรรค์สิ่งดี ๆ โดยน้อมนำหลักการทรงงานของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เป็นแนวทางการปฏิบัติตนให้เป็นคนเก่งและคนดีตามรอยเท้าพ่อ เพื่อกำหนดความเป็น “คนสมบูรณ” โดยคัดเลือกมา 7 ข้อที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมขององค์กร เพื่อเป็นแนวทางให้บุคลากรในองค์กรยึดถือปฏิบัติ โดยเขียนคำนิยามหรือแนวทางการปฏิบัติตนเป็นคนเก่งและคนดี เพื่อให้เกิดความเข้าใจและนำไปปฏิบัติได้อย่างขึ้น อันได้แก่

แนวทางแรก “การศึกษาข้อมูลอย่างเป็นระบบ” คนเก่งคือ คนที่สามารถคิดอย่างเป็นระบบ รวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ก่อนการตัดสินใจใด ๆ และ คนดีคือ คนที่มีความรอบคอบ มีสติ ระมัดระวังก่อนการตัดสินใจทำการใด ๆ

แนวทางที่สอง “ทำตามลำดับขั้น” คนเก่งคือ คนที่ให้ความสำคัญกับการทำตามลำดับขั้น สามารถจัดลำดับความสำคัญ ความเร่งด่วนก่อนดำเนินการใด ๆ และคำนึงถึงการสร้างพื้นฐานให้เข้มแข็งมั่นคงก่อนก้าวไปข้างหน้า และ คนดีคือ คนที่มีสติ ค่อยเป็นค่อยไปอย่างระมัดระวัง

แนวทางที่สาม “การมีส่วนร่วม” คนเก่งคือ คนที่

สามารถรับฟังความคิดเห็น และทำงานเป็นที่ร่วมกับผู้อื่นได้ เป็นอย่างดี และ คนดีคือ คนที่ให้ความร่วมมือ ช่วยเหลือ ใจกว้างและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น

แนวทางที่สี่ “ความซื่อสัตย์ สุจริต จริงใจต่อกัน” คนเก่งคือ คนที่สามารถทำการใด ๆ บนความรู้ และข้อเท็จจริง นำพาให้งานสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนด และ คนดีคือ คนที่มีความซื่อสัตย์ สุจริต และจริงใจ

แนวทางที่ห้า “เศรษฐกิจพอเพียง” คนเก่งคือ คนที่สามารถดำเนินการใด ๆ ได้ด้วยความรู้ ความสามารถ ไม่เกินตัว พิจารณาผลกระทบรอบด้านก่อน และพร้อมรับมือกับความเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นได้ และ คนดีคือ คนที่ใช้ความรู้ และมีคุณธรรมในการคิดและกระทำใด ๆ

แนวทางที่หก “ทำงานอย่างมีความสุข” คนเก่งคือ คนที่มีความสุขกับสิ่งที่ได้ทำ และเกิดประโยชน์ร่วมกันทุกฝ่าย สามารถฝ่าฟันอุปสรรคในการดำเนินงานใดๆ เพื่อให้สำเร็จตามเป้าหมาย และ คนดีคือ คนที่เอื้อเฟื้อ แบ่งปัน ทำประโยชน์เพื่อส่วนรวม

แนวทางที่เจ็ด “ความเพียร” คนเก่งคือ คนที่สามารถฝ่าฟันอุปสรรคในการดำเนินงานใด ๆ เพื่อให้สำเร็จตามเป้าหมาย และ คนดีคือ คนที่มีความขยัน มุ่งมั่น อดทน และมีวินัยในตัวเอง

ซึ่งทั้ง 7 แนวทางนี้ องค์กรได้ยึดถือและนำมาปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างบุคลากรในองค์กรให้เป็นทั้งคนเก่ง และ คนดี เพื่อให้สามารถนำความเก่ง และความดีสร้างประโยชน์ให้ภายในและภายนอกองค์กร ส่งผลต่อสังคมไทยให้เกิดความยั่งยืนสืบไป ดังนั้นองค์กรจึงมุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรขององค์กรให้เป็นคนเก่ง และคนดี มีคุณธรรม จริยธรรม มีคุณภาพชีวิต และการพัฒนาสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี มีความโปร่งใสเป็นธรรม เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน ซึ่งก่อให้เกิดเป็นองค์กรธรรมาภิบาลอย่างแท้จริง

### ความสำเร็จที่ได้รับ

การสร้างบุคลากรในองค์กรให้เป็นคนเก่ง และคนดีนั้น เป็นการสร้างความแข็งแกร่งจากภายในองค์กรเอง ซึ่งสิ่งเหล่านี้บุคลากรสามารถนำไปปฏิบัติ เพื่อก่อให้เกิดความยั่งยืน และสามารถนำไปพัฒนาสร้างประโยชน์ต่อสังคมไทย ด้วยความเข้มแข็งขององค์กรและการสะท้อนความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างแท้จริงนั้น ทำให้องค์กรได้รับความเชื่อมั่นและการสนับสนุนในด้านต่าง ๆ จากลูกค้าและนักลงทุนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

### ข้อจำกัดและอุปสรรคที่พบ

- จำนวนบุคลากรที่เพิ่มขึ้น และความหลากหลายของขนบธรรมเนียมประเพณีภายในองค์กร ทำให้การปลูกจิตสำนึกในการพัฒนาให้เป็นคนเก่ง และคนดีนั้น ต้องมีความเข้มข้นเพิ่มมากขึ้น รวมถึงต้องให้ครอบคลุมบุคลากรภายในองค์กรอย่างทั่วถึง เพื่อสร้างความเข้าใจให้เป็นที่ไปในทิศทางเดียวกัน
- วุฒิภาวะที่แตกต่างกันของบุคลากร ทำให้บุคลากรในองค์กรมีระดับการรับรู้คุณค่า ความเข้าใจ และนำไปปฏิบัติที่แตกต่างกัน

### ติดต่อ

คุณนพดล ฤกษ์ศิริ

ผู้จัดการแผนกกิจกรรมเพื่อสังคม

โทร. 0 2728 8569

อีเมล noppadol.r@somboon.co.th



## “การมีส่วนร่วมของพนักงาน คือ หัวใจสำคัญของความสำเร็จในการทำ CSR ของภัทร”

### ความท้าทายขององค์กร

บริษัทหลักทรัพย์ ภัทร จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจหลักทรัพย์มาเป็นเวลากว่า 30 ปี โดยมีธุรกิจหลัก คือ ธุรกิจนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ ธุรกิจวานิชธนกิจ ธุรกิจการลงทุน และธุรกิจการเป็นตัวแทนซื้อขายสัญญาซื้อขายล่วงหน้า บริษัทได้ให้ความสำคัญในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมมาตลอด บริษัทตระหนักดีว่าความสำเร็จของกิจกรรมเพื่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมของบริษัทส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับความร่วมมือของพนักงาน ดังนั้นบริษัทจึงได้พยายามให้พนักงานมีส่วนร่วมในกระบวนการต่าง ๆ ในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม โดยเริ่มตั้งแต่กระบวนการคัดเลือกโครงการ เพื่อให้พนักงานของบริษัทมีความรู้สึกเป็นเจ้าของและร่วมดำเนินกิจกรรมกับบริษัท

### สิ่งที่องค์กรดำเนินการ

กิจกรรมเพื่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมของบริษัท ดำเนินการโดยคณะกรรมการพิจารณางานสาธารณกุศล (Phatra Charity Committee) ซึ่งประกอบด้วยกรรมการที่มาจากพนักงานทุกระดับและเป็นตัวแทนจากฝ่ายต่าง ๆ ในบริษัท คณะกรรมการพิจารณางานสาธารณกุศลดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมภายใต้แนวทาง นโยบาย แลงบประมาณที่ได้รับการจัดสรรจากคณะกรรมการพิจารณาการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (CSR Committee) ของบริษัท ทุนภัทร

จำกัด (มหาชน)

คณะกรรมการพิจารณาการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมได้กำหนดแนวทางและนโยบายในการดำเนินงานที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม 6 ข้อ ไว้อย่างชัดเจน บริษัทจึงดำเนินธุรกิจที่ไม่เป็นภัยต่อสังคม มุ่งสร้างประโยชน์ต่อส่วนรวม และสร้างความสมดุลระหว่างผลกำไรของบริษัทและความรับผิดชอบต่อสังคม บริษัทได้คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้นและระบุงการใช้ทรัพยากรของผู้ถือหุ้นเป็นสำคัญ พร้อมทั้งส่งเสริมและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของพนักงานและผู้บริหารในกิจกรรมต่าง ๆ ด้วยจิตอาสา

คณะกรรมการพิจารณางานสาธารณกุศลได้ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมในหลายด้านและหลากหลายรูปแบบ คณะกรรมการพิจารณางานสาธารณกุศลได้พิจารณาแล้วเห็นว่ากิจกรรมเพื่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมที่บริษัทจะดำเนินการและอยู่ในความสนใจของพนักงานแบ่งออกเป็น 4 หมวดหลัก ได้แก่ 1) การศึกษา 2) ศิลปวัฒนธรรม 3) สุขอนามัยและการบริการทางสังคม และ 4) สิ่งแวดล้อมและอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ คณะกรรมการพิจารณางานสาธารณกุศลจึงได้จัดตั้งคณะทำงานเพื่อรับผิดชอบต่อกิจกรรมในหมวดต่าง ๆ ข้างต้น โดยเริ่มดำเนินการตั้งแต่กระบวนการคัดเลือกโครงการที่เหมาะสม ซึ่งคณะทำงานจะร่วมกันว่ากิจกรรมที่จะทำนั้นเป็นกิจกรรมที่มีความต่อเนื่องอย่างยั่งยืน เป็นกิจกรรมที่สร้างประโยชน์ต่อสังคมในพื้นที่โดยรอบองค์กร เป็นกิจกรรมที่สนับสนุนการมีส่วนร่วมของพนักงานด้วยจิตอาสา หรือ



เป็นกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ที่สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันหรือไม่

บริษัทสนับสนุนให้พนักงานมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมของบริษัท พนักงานสามารถเสนอโครงการที่เห็นว่าประโยชน์ต่อคณะกรรมการพิจารณางานสาธารณกุศลเพื่อพิจารณากลับกรอง และสามารถเข้าร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งในรูปแบบการเป็นอาสาสมัครและการร่วมสมทบทุนตามความต้องการดังจะเห็นจากกิจกรรมต่าง ๆ ที่สำคัญในปี 2555 ซึ่งเป็นกิจกรรมที่มีทั้งความต่อเนื่องจากปีก่อน ๆ และกิจกรรมที่ริเริ่มขึ้นมาใหม่ อาทิ

กิจกรรมทุนการศึกษาสำหรับนักศึกษาที่ขาดแคลนทุนทรัพย์ มีความประพฤติดี และเรียนดีพอประมาณ โดยบริษัทได้เป็นเพียงผู้บริจาคเงินเพียงฝ่ายเดียว พนักงานสามารถเข้าร่วมบริจาคทุนทรัพย์ส่วนตัวและบริษัทจะทำการสมทบทุนเพิ่มเติมให้ตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ซึ่งทุนการศึกษาของบริษัทจะมอบให้แก่นักเรียนและนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในคณะต่าง ๆ โดยคณะกรรมการพิจารณางานสาธารณกุศลจะร่วมกันพิจารณากำหนดแนวทาง (Theme) ในการให้การสนับสนุนในแต่ละปี อาทิ คณะพยาบาลศาสตร์ และคณะเกษตรศาสตร์ เป็นต้น โดยบริษัทมุ่งหวังว่าทุนการศึกษาจะช่วยแบ่งเบาภาระของผู้ปกครอง และทำให้นักศึกษาที่ได้รับทุนการศึกษาสามารถนำความรู้ไปใช้เป็นประโยชน์สำหรับชุมชนได้

กิจกรรม ธรรมะ-ทำมะ 2600 ปีแห่งการตื่น 26 วัน ภายใต้กิจกรรมสัมพันธ์พนักงานภัทร โดยบริษัทได้จัดกิจกรรมร่วมกับมูลนิธิหอจดหมายเหตุพุทธทาส อินทปัญโญ และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) บริษัทแบ่งพนักงานทั้งหมดออกเป็นกลุ่มละประมาณ 30 คน เพื่อแข่งขันกันทำกิจกรรมความดีในการเปลี่ยนแปลงตัวเอง ครอบครัวยุคและสังคมภายใน 26 วัน แต่ละกลุ่มจะพิจารณาร่วมกันถึงแนวทางการทำความดีที่สมาชิกในกลุ่มเห็นว่าเหมาะสม พนักงานแต่ละคนในทีมจะทำความดีตามแนวทางที่กลุ่มกำหนดและจะมีการเผยแพร่กิจกรรมการทำความดีของตนผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้พนักงานอื่นสามารถร่วมให้ความเห็นและมีส่วนร่วมในการให้คะแนนโดยการกดไลค์ (Like) ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ ซึ่งกลุ่มที่ชนะการแข่งขัน 3 อันดับแรกจะได้รับเงินรางวัลเพื่อไปประกอบกิจกรรมเพื่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมต่อไป

## ความสำเร็จที่ได้รับ

กิจกรรมเพื่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ของบริษัท ซึ่งไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมที่อาศัยกำลังกาย กำลังใจ หรือกำลังทรัพย์ก็ตาม ทำให้พนักงานมีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างพนักงาน ทำให้เกิดความสมัครสมานสามัคคีทั้งในระดับพนักงานและผู้บริหารของทุกฝ่าย ก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานภายในองค์กรได้ดีมากยิ่งขึ้น

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้กิจกรรมเพื่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ของบริษัทสำเร็จได้ คือ การให้ความไว้วางใจซึ่งกันและกัน การสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างพนักงานด้วยกัน และวัฒนธรรมองค์กรที่พนักงานส่วนใหญ่พร้อมใจให้ความร่วมมือในกิจกรรมเพื่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ของบริษัท

นอกจากกิจกรรมข้างต้น บริษัทยังมีกิจกรรมเพื่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ที่อาศัยความร่วมมือร่วมใจของพนักงาน ลูกค้า ผู้มีอุปการคุณ และชุมชนแวดล้อม อาทิ กิจกรรมฟั่งธรรมและสนทนาธรรม กิจกรรมชมโฆษณาเพื่อสืบสานวัฒนธรรมไทย กิจกรรมเสริมพลังใจ กิจกรรมปฏิบัติธรรมประจำปดาห์ และกิจกรรมทำบุญตักบาตรประจำเดือนเพื่อพนักงานของบริษัทและชุมชนโดยรอบบริษัท

## ข้อจำกัดและอุปสรรคที่พบ

- กลุ่มผู้เข้าร่วมกิจกรรมส่วนมากเป็นกลุ่มผู้เข้าร่วมกิจกรรมเดิม จึงจำเป็นที่บริษัทต้องคิดค้นกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดความน่าสนใจและดึงดูดพนักงานกลุ่มใหม่เข้ามามีส่วนร่วมให้มากขึ้น

## ติดต่อ

คุณอัญชลี หาญศิริภูมิ

ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ

หัวหน้าฝ่ายบริหารสำนักงาน

โทร. 0 2305 9000

อีเมล [anchalee@phatrasecurities.com](mailto:anchalee@phatrasecurities.com)

## CORPORATE RESPONSIBILITY : ENVIRONMENT

- บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)
- บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)
- บริษัท บ้านปู จำกัด (มหาชน)
- บริษัท กันกุล เอ็นจิเนียริง จำกัด (มหาชน)
- บริษัท จัดการและพัฒนาทรัพยากรน้ำภาคตะวันออก จำกัด (มหาชน)
- บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน)
- บริษัท ทีบีทีแอสฟัลท์ จำกัด (มหาชน)
- บริษัท ไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน)
- บริษัท น้ำมันพืชไทย จำกัด (มหาชน)
- บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)
- บริษัท ปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)
- บริษัท ผลิตไฟฟ้าราชบุรีโฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน)
- บริษัท พลังงาน เรียวเอสเตท จำกัด (มหาชน)
- บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน)
- บริษัท รถไฟฟ้ากรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
- บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซ่า จำกัด (มหาชน)
- บริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน)
- บริษัท เสริมสุข จำกัด (มหาชน)
- บริษัท หาดทิพย์ จำกัด (มหาชน)
- บริษัท อมตะ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

# Corporate Responsibility : Environment



**“การสร้างความสมดุลกิจกรรมธุรกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม  
ภายใต้หลักธรรมาภิบาล เป็นหนทางนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน”**

**ความท้าทายขององค์กร**

บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) หรือ เอสซีจี มุ่งมั่นสู่ความเป็นผู้นำในอาเซียนและเตรียมพร้อมสำหรับการแข่งขันในระดับโลก ดำเนินธุรกิจตามหลักบรรษัทภิบาลที่ดีและการพัฒนาอย่างยั่งยืน อันเป็นจุดเริ่มต้นที่ก่อให้เกิดการสร้างสรรค์นวัตกรรมทั้งด้านสินค้า บริการ กระบวนการทำงาน และรูปแบบธุรกิจ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะทรัพยากรน้ำและการใช้พลังงาน เพื่อให้เกิดการใช้อย่างรู้คุณค่า และมีประสิทธิภาพสูงสุด ด้วยตระหนักดีว่าทรัพยากรเหล่านี้เป็นต้นทุนสำคัญของการพัฒนาประเทศให้เติบโตอย่างยั่งยืน

**สิ่งที่องค์กรดำเนินการ**

บริษัทมีการบริหารจัดการน้ำอย่างเป็นระบบและเป็นรูปธรรม โดยนำหลัก 3Rs (Reduce, Reuse/Recycle และ Replenish) มาประยุกต์ใช้ โดยบริหารจัดการน้ำควบคู่ไปกับ

การประเมินความเสี่ยงทางด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และการดำเนินธุรกิจที่สามารถเกิดขึ้นได้ตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำ เพื่อหลีกเลี่ยงสถานการณ์ความขัดแย้งกับชุมชนที่อยู่โดยรอบ มีการลงทุนเพื่อพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพเทคโนโลยีการจัดการน้ำอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งจัดทำแผนและดำเนินการลดการใช้ และการระบายน้ำทิ้ง โดยติดตั้งระบบรีเวอร์สออสโมซิส (Reverse Osmosis : RO) เพื่อใช้ปรับปรุงคุณภาพน้ำที่ผ่านกระบวนการผลิตแล้วให้กลายเป็นน้ำที่มีคุณภาพดี สามารถนำกลับมาใช้ให้เกิดประโยชน์ใหม่ได้ บริษัทยังคำนึงถึงแหล่งน้ำที่นำมาใช้ในกระบวนการผลิต เพราะการใช้น้ำของภาคอุตสาหกรรมย่อมมีผลต่อความเปลี่ยนแปลงของรูปแบบการใช้น้ำตามปกติของชุมชนนั้น ๆ การวางแผนการผลิตของบริษัทจะประเมินปริมาณน้ำทั้งหมดในแต่ละพื้นที่ โดยน้ำที่จะนำมาใช้ทั้งหมดจะต้องไม่เกินกว่าร้อยละ 5

นอกจากนี้ บริษัทได้ทำการติดตั้งระบบ Waste Heat Power Generation (WHG) เพื่อนำความร้อนเหลือใช้จาก

กระบวนการผลิตปูนซีเมนต์กลับมามีผลผลิตกระแสไฟฟ้าใช้ภายในโรงงานแต่ละแห่ง เป็นการลดการใช้ไฟฟ้าและการปล่อยก๊าซเรือนกระจก รวมถึงให้ความสำคัญกับการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม “Green Procurement” สอดคล้องตามนโยบายการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือ Green Business ในทุกกระบวนการดำเนินงาน รวมถึงยกระดับการจัดการสิ่งแวดล้อมของคู่ค้าผ่านโครงการ Greening Supply Chain โดยบริษัทจะเข้าไปเป็นพี่เลี้ยงให้กับคู่ค้าที่ต้องการพัฒนาระบบจัดการสิ่งแวดล้อม ซึ่งในปี 2554 บริษัทมีคู่ค้าที่เข้าร่วมโครงการและผ่านเกณฑ์การประเมินทั้งสิ้น 23 ราย และตั้งเป้าขยายผลต่อไปในคู่ค้าทุกกลุ่มธุรกิจของบริษัท

มาตรการการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัท มีแนวทางการดำเนินงานที่สำคัญ คือ

- การจัดการที่เป็นเลิศ ด้วยระบบบริหารจัดการคุณภาพ (TQM) ตลอดจนวิเคราะห์ผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นได้จากการประเมินทั้งวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ รวมถึงการกำหนดดัชนีชี้วัดและเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม
- การขยายผลตลอดห่วงโซ่อุปทาน ยกกระดับคู่ค้าคู่ธุรกิจต้นน้ำ โดยให้ความรู้ในการดำเนินธุรกิจ ปรับปรุงกระบวนการผลิต และพัฒนาผู้บริโภคลงน้ำสู่การเป็นผู้บริโภคที่ยั่งยืน พัฒนาลิขสิทธิ์และบริการด้วยนวัตกรรมที่เพิ่มมูลค่าสินค้าต่อผู้บริโภค อาทิ SCG eco value
- การร่วมกันทำความดี สนับสนุนผู้ประกอบการรายอื่น ๆ ทั้งที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันหรือพื้นที่ใกล้เคียงให้ดำเนินธุรกิจอย่างเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มุ่งสู่การเป็นสังคมธุรกิจสีเขียว (Green Business Society)

### ความสำเร็จที่ได้รับ

จากการดำเนินงานที่ผ่านมา ทำให้องค์กรเกิดวัฒนธรรมการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและแบ่งปันข้อมูลความรู้ระหว่างกัน มีการจัดตั้งคณะทำงานร่วมในแต่ละโครงการ ทั้งใน

กลุ่มธุรกิจเดียวกันและต่างกลุ่มธุรกิจมาร่วม สร้างสรรค์ วิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ รวมถึงหาแนวทางแก้ไขปัญหาและอุปสรรคให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ผลของความร่วมมือ ความมุ่งมั่น และความสามัคคีในการทำงาน ทำให้องค์กรมีสินค้าและบริการที่เป็นนวัตกรรมใหม่ ๆ เกิดการขยายการลงทุนไปสู่อาเซียน และได้รับความเชื่อมั่นจากผู้มีส่วนได้เสียอย่างต่อเนื่อง นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน และบรรลุเป้าหมายอย่างสูงสุดตามที่องค์กรตั้งเป้าหมายไว้

### ข้อจำกัดและอุปสรรคที่พบ

- องค์กรที่มีบริษัทในเครือและพนักงานจำนวนมาก รวมถึงมีผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องหลายกลุ่ม การสร้างความเข้าใจให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน จะทำได้ค่อนข้างยากและใช้เวลานาน จึงต้องมีการจัดทำแนวปฏิบัติที่ชัดเจนให้พนักงานทุกระดับนำไปศึกษาทำความเข้าใจและสื่อสารไปยังผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย
- การวิจัยและพัฒนาบางครั้งต้องใช้ระยะเวลาในการศึกษา จึงต้องมีการวางแผนจัดทำงานที่เหมาะสมอย่างเป็นระบบ รวมถึงจัดตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบ เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งเป้าหมายไว้

### ติดต่อ

คุณกฤษดา เรืองโชติวิทย์  
คุณวีระยศ อันสำราญ  
ผู้ช่วยผู้จัดการพัฒนาอย่างยั่งยืน  
Manager CSR Management  
โทร. 0 2586 5884  
โทร. 0 2586 3772  
อีเมล krisadar@scg.co.th  
อีเมล veerayoo@scg.co.th



## เส้นทางธุรกิจสีเขียว CPF Green Business



### ความท้าทายขององค์กร

#### จุดเริ่มต้นสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารครบวงจรระดับโลก ด้วยวิสัยทัศน์การเป็น “ครัวของโลก” ที่มุ่งผลิตอาหารที่มีคุณภาพปลอดภัย ตรวจสอบย้อนกลับได้ภายใต้มาตรฐานสากลของผู้บริโภค โดยมีการดำเนินธุรกิจด้วยกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ลดผลกระทบต่อชุมชน และมีการจัดการทรัพยากรการผลิตอย่างยั่งยืน ตลอดทั้งวงจร ตั้งแต่ต้นทางถึงปลายทาง ภายใต้ธุรกิจผลิตอาหารสัตว์ ธุรกิจเลี้ยงสัตว์ ธุรกิจอาหาร

#### ประกาศนโยบายธุรกิจสีเขียว

การที่จะส่งทุก ๆ ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสู่ผู้บริโภคได้นั้น ทางบริษัทมองว่าจะต้องริเริ่มขึ้นจากการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อภายใต้หลักการกำกับดูแลองค์กรและกิจการ

ที่ดี ผ่านกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ลดผลกระทบต่อชุมชน และมีการจัดการทรัพยากรการผลิตอย่างยั่งยืนตลอดทั้งวงจร ด้วยความตั้งใจที่มุ่งเน้นในการลดปัญหาผลกระทบต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจ ตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง การดำเนินธุรกิจ จึงได้กำเนิดเป็นนโยบายธุรกิจสีเขียว (Green Business Policy)

บริษัทได้ดำเนินโครงการฟาร์มสีเขียว (Green Farm) หนึ่งในโครงการภายใต้ต้นนโยบายธุรกิจสีเขียว ซึ่งเป็นธุรกิจต้นแบบนำร่องและขยายไปสู่ธุรกิจอาหารสัตว์ (Feed) และธุรกิจอาหาร (Food) ซึ่งโครงการฟาร์มสีเขียว (Green Farm) นั้น มีรูปแบบการดำเนินงานคือ การใช้ระบบแก๊สชีวภาพ การใช้ระบบฟอกกลิ่นจากโรงเรือน การใช้น้ำหมุนเวียนภายในฟาร์ม โดยไม่ปล่อยออกสู่ภายนอก และการปรับปรุงทัศนียภาพในฟาร์มเพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ด้วย ภายใต้แนวคิด “ยกรีสอร์ทมาไว้ที่ฟาร์ม” ตลอดจนการอยู่ร่วมกันอย่างเป็นสุขร่วมกับชุมชน

นอกเหนือจากนี้ องค์กรยังกำหนดให้มีมาตรฐานฟาร์มสีเขียว (CPF Green Farm Standard) ที่สอดคล้องตามมาตรฐานสากล ทั้งมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการจัดการด้านพลังงาน ด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม รวมทั้งยังสอดคล้องตามมาตรฐาน CPF SHE Management System ที่เป็นมาตรฐานของซีพีเอฟ และที่สำคัญ มาตรฐานฟาร์มสีเขียว (CPF Green Farm) ประกอบด้วยแนวทางการดำเนินงานหลัก ๆ ดังนี้

1. การจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ
2. การจัดการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
3. การส่งเสริมสุขอนามัยและความปลอดภัย
4. การประเมินและควบคุมความเสี่ยงในฟาร์ม
5. การส่งเสริมการมีส่วนร่วมและความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน

จากการดำเนินโครงการฟาร์มสีเขียว (Green Farm) จะเห็นได้ว่าบริษัทมีความมุ่งมั่นถึงผลลัพธ์ในการดำเนินงานอย่างแท้จริง โดยมีมาตรฐานการปฏิบัติอย่างชัดเจน พร้อมด้วยหลักการ “ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผิดชอบต่อสังคม” กับเครือข่ายภาคีทุกภาคส่วน ซึ่งทำให้โครงการก่อเกิดได้อย่างสมบูรณ์

### ความสำเร็จที่ได้รับ

จากนโยบายธุรกิจสีเขียว (Green Business Policy) สู่โครงการฟาร์มสีเขียว (Green Farm) ดำเนินการมาได้ด้วยดี อันเกิดจากวิสัยทัศน์ขององค์กร ตลอดจนการปลูกฝังแนวคิดและถ่ายทอดองค์ความรู้สู่พนักงานที่ดำเนินงานด้วยความมุ่งมั่น ตั้งใจซึ่งเป็นบ่อเกิดแห่งความสำเร็จ จากผลลัพธ์ที่ปรากฏออกมาในรูปธรรมที่เห็นได้ชัดเจน ทั้งในเรื่องของผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพที่สามารถตรวจสอบได้ การบริหารจัดการการใช้พลังงานอย่างคุ้มค่า และที่สำคัญคือ ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนอย่างแท้จริง

### ข้อจำกัดและอุปสรรคที่พบ

- เทคโนโลยีการผลิตสมัยใหม่ ที่นำมาใช้ในกระบวนการทำงาน จะต้องอาศัยเวลาในการเรียนรู้ และฝึกฝนของบุคลากรในองค์กร เพื่อให้เกิดความรู้และความเชี่ยวชาญในการทำงาน

### ติดต่อ

คุณวรินทร์ จีระนพลสิทธิ์  
ผู้จัดการสำนักสื่อสารการพัฒนาอย่างยั่งยืน ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน  
โทร. 08 6564 4596  
อีเมล varintorn.jee@cpf.co.th

## จากวัฒนธรรม BANPU Spirit นำไปสู่วัตถุประสงค์ในกระบวนการ

### ความท้าทายขององค์กร

บริษัท บ้านปู จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจด้านพลังงาน ประกอบด้วย ธุรกิจถ่านหิน และธุรกิจผลิตไฟฟ้าครอบคลุมใน 6 ประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก โดยบริษัทให้ความสำคัญและคำนึงถึงต่อผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจอยู่เสมอ ไม่ว่าจะเป็นผลกระทบต่อสังคมหรือสิ่งแวดล้อมมาโดยตลอด ซึ่งสะท้อนจากหลักปรัชญาที่บริษัทและกลุ่มบริษัทในเครือยึดมั่นมาตลอดระยะเวลาเกือบ 3 ทศวรรษของการดำเนินธุรกิจ คือ “อุตสาหกรรมที่ดีจะต้องพัฒนาควบคู่ไปกับการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม”

ด้วยความเอาใจใส่คุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชนโดยรอบพื้นที่ปฏิบัติการ บริษัทจึงได้มีการตรวจประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และชุมชนมาโดยตลอด ด้วยรูปแบบการดำเนินการส่วนใหญ่เป็นเหมืองเปิดทำให้การบริหารจัดการน้ำเป็นเรื่องที่สำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาน้ำเป็นกรดที่เกิดจากเปลือกหิน หรือชั้นถ่านหินที่มีสารประกอบกำมะถันที่เรียกว่า Pyrite เป็นองค์ประกอบตามธรรมชาติ

### สิ่งที่องค์กรดำเนินการ

จากประสบการณ์ของบริษัทฯ แหล่งกำเนิดของปัญหาน้ำเป็นกรด อาจได้แก่ บ่อเหมือง ลานกองเก็บถ่านหิน และพื้นที่ที่ทิ้งดิน บริษัทได้ริเริ่มคิดค้นและนำระบบ “SAP : Successive Alkalinity Producing” มาปรับใช้ซึ่งทำหน้าที่



เสมือน “บ่อดักกรด” ที่เน้นการทำให้ น้ำที่มีสภาพกรดจากพื้นที่ทิ้งดินมีสภาพที่เป็นกลาง ซึ่งระบบ SAP เป็นเทคโนโลยีระบบบำบัดเชิงรับที่ผสมผสานการทำงานของรางหินปูนไร้อากาศ (Anoxic Lime Drain) และวัสดุปลูกที่เป็นสารอินทรีย์ (Organic Substrate) เข้าด้วยกัน โดยลักษณะการบำบัดน้ำไหลเป็นแนวตั้ง และน้ำที่เป็นกรดจะถูกปล่อยเข้าสู่ระบบให้ท่วมขังอยู่บนชั้นอินทรีย์และชั้นหินปูนตามระยะเวลาที่เก็บของระบบ ทำให้น้ำที่ผ่านระบบ SAP มีสภาพความเป็นกลางมากขึ้น

โดยระบบ SAP แทบไม่ต้องการการบำรุงรักษา และใช้ต้นทุนต่ำในการเดินเครื่อง ซึ่งระบบนี้ได้ถูกนำมาปรับใช้ในเหมือง BP2 ในประเทศไทยเป็นเหมืองแรก และตัวระบบยังถูกออกแบบให้มีประสิทธิภาพการบำบัดได้ยาวนานถึง 10 ปี ทำให้ปัญหาคุณภาพน้ำที่ถูกรับปรุงและแก้ไขอย่างยั่งยืนด้วยงบประมาณจำนวนน้อย



## ความสำเร็จที่ได้รับ

จากผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นแม้ว่าปัญหาจะเป็นลักษณะที่ใช้หลักการที่ไม่ซับซ้อน แต่สิ่งที่สำคัญนั้นคือ ส่วนผสมที่เกิดขึ้นจากวัฒนธรรม Banpu Spirit และการเปิดเวทีให้พนักงานสามารถนำเสนอแนวคิดต่าง ๆ โดยไม่มีการปิดกั้น ซึ่งถือวาระบบ SAP เป็นนวัตกรรมที่เป็นผลผลิตซึ่งเกิดขึ้นมาจากพนักงาน และผู้บริหาร ภายใต้วัฒนธรรมสร้างสรรค์ ซึ่งพร้อมที่จะเกิดการขยายและต่อยอดไปยังพื้นที่อื่น ๆ ที่บริษัทได้ดำเนินการต่อไป

ปัจจัยที่ทำให้กิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรสำเร็จได้ คือ บริษัทมีการยึดวัฒนธรรม Banpu Spirit ส่งผลทำให้พนักงานมีจิตสำนึกด้านความรับผิดชอบต่อสังคม จากปัญหาที่เกิดขึ้นทำให้พนักงานร่วมกันพยายามที่จะแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นทันทีที่ทราบโดยไม่จำเป็นต้องรอคำสั่งจากหัวหน้าระดับสูง และด้วยวัฒนธรรมองค์กรที่มีลักษณะการเปิดเวทีทางความคิดแก่พนักงานทุกคน โดยไม่มีการคำนึงถึงระดับอาวุโส หรือตำแหน่งหน้าที่การงาน จนทำให้เกิดการระดมแนวคิดที่จะแก้ไขปัญหาและนำมาสู่แนวทางการแก้ไขปัญหาที่มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้องค์กรยังมีกิจกรรมอื่น ๆ ที่ช่วยสนับสนุนเรื่องสิ่งแวดล้อมและชุมชน อาทิ โครงการจัดตั้งคณะกรรมการที่ปรึกษาของชุมชน (Community Consultative Committee) โครงการพัฒนาอาชีพชุมชน โครงการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพในพื้นที่เหมืองบารินโต โครงการพัฒนาสาธารณสุขปศุสัตว์ภายในชุมชน เป็นต้น

## ข้อจำกัดและอุปสรรคที่พบ

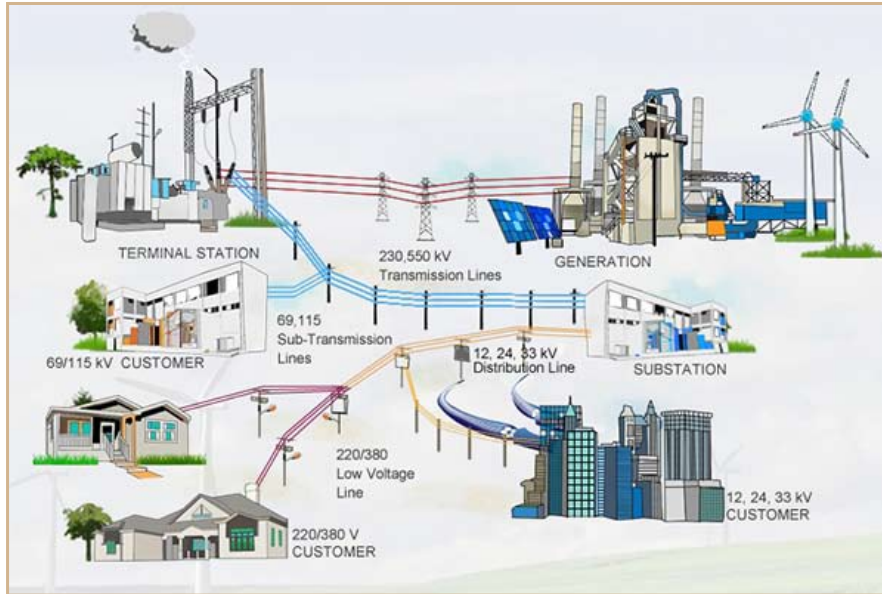
- ความแตกต่างของลักษณะภูมิประเทศ ภูมิอากาศ และลักษณะทางธรณีวิทยา ในแต่ละเหมืองถ่านหิน ทำให้จำเป็นต้องมีการออกแบบระบบใหม่เพื่อให้เกิดความเหมาะสมต่อเหมืองถ่านหินในแต่ละประเทศ

## ติดต่อ

คุณชัชพล อุตตมานนท์  
Manager-Sustainable Development  
โทร. 0 2694 6600 ต่อ 6763  
อีเมล chatpol\_u@banpu.co.th



## “จากกิจการจัดจำหน่ายอุปกรณ์สำหรับระบบไฟฟ้า สู่การสร้างโรงไฟฟ้าพลังงานทดแทน”



### ความท้าทายขององค์กร

ในภาวะที่พลังงานไฟฟ้าของประเทศไทยกว่าครึ่งต้องพึ่งพิงก๊าซธรรมชาติเป็นเชื้อเพลิงหลักในการผลิตกระแสไฟฟ้าของประเทศ ซึ่งแหล่งพลังงานดังกล่าวมีวันที่จะหมดไป อีกทั้งต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ราคาของก๊าซธรรมชาติจึงมีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อย ๆ และอ่อนไหวไปกับปัจจัยทางการเมืองและเศรษฐกิจอย่างมาก ในขณะเดียวกัน ปรากฏการณ์โลกร้อนและภัยจากธรรมชาติดูจะมีความรุนแรงเพิ่มขึ้น จากธุรกิจจัดหาและจัดจำหน่ายอุปกรณ์สำหรับระบบไฟฟ้าของ บริษัท กันกุล เอ็นจิเนียริง จำกัด (มหาชน) นำไปสู่การเป็นผู้นำด้านการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานทดแทน เพื่อลดการใช้พลังงานจากแหล่งพลังงานที่หมดไป อันเป็นสาเหตุหนึ่งของภาวะโลกร้อน และลดการพึ่งพาแหล่งพลังงานจากต่างประเทศของประเทศไทย

### สิ่งที่องค์กรดำเนินการ

บริษัทดำเนินธุรกิจผลิตไฟฟ้าจากพลังงานทดแทน โดยโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์แห่งแรกของบริษัท ภายใต้การดำเนินธุรกิจของบริษัทย่อย คือ บริษัท กันกุล พาวเวอร์ จำกัด คือ โครงการโรงไฟฟ้าบ้านกล้วย เฟสที่ 1 จังหวัดเพชรบูรณ์ ขนาด 3.0 เมกกะวัตต์ และโครงการโรงไฟฟ้าบ้านกล้วยเฟสที่ 2 ขนาด 4.4 เมกกะวัตต์ ได้เปิดจำหน่ายไฟแล้ว ตั้งแต่วันที่ 2554 ที่ผ่านมา และอีก 4 โครงการ อยู่ระหว่างก่อสร้าง ได้แก่ โครงการโรงไฟฟ้าวิเชียรบุรี จังหวัดเพชรบูรณ์ ขนาด 8 เมกกะวัตต์ จะเปิดจำหน่ายไฟฟ้าได้ในปลายปี 2555 และโครงการโรงไฟฟ้าศรีจุฬา จังหวัดนครนายก ขนาด 8 เมกกะวัตต์ โครงการโรงไฟฟ้าเหมือด ขนาด 4.5 เมกกะวัตต์ และโครงการโรงไฟฟ้าบึงสามพัน 2 ขนาด 3 เมกกะวัตต์ จะเปิดจำหน่ายไฟฟ้าได้ในต้นปี 2556 สำหรับการก่อสร้างโรงไฟฟ้าของบริษัท

ย่อยอีกแห่งคือ บริษัท จี-พาวเวอร์ ซอร์ซ จำกัด มีทั้งหมด 4 โครงการ ได้แก่ โครงการโรงไฟฟ้าตองคอน จังหวัดชัยนาท ขนาด 6.5 เมกกะวัตต์ โครงการโรงไฟฟ้าตาซัด จังหวัดนครสวรรค์ ขนาด 6.5 เมกกะวัตต์ โครงการโรงไฟฟ้าตาสัง จังหวัดนครสวรรค์ ขนาด 6.5 เมกกะวัตต์ ได้เปิดจำหน่ายไฟแล้วตั้งแต่เดือนมีนาคม 2555 ที่ผ่านมา และโครงการโรงไฟฟ้าบึงสามพัน 1 จะเปิดจำหน่ายไฟได้ในปลายปี 2555 นี้ สำหรับทางด้านพลังงานลมได้มีการก่อสร้างโรงไฟฟ้าพลังงานลมให้กับการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) โดยติดตั้งกังหันลมขนาดกำลังผลิต 1,250 กิโลวัตต์ จำนวน 2 ชุด รวมกำลังผลิต 2,500 กิโลวัตต์ ที่บริเวณอ่างพักน้ำตอนบนโรงไฟฟ้าลำตะคองชลภาวัฒนา ตำบลคลองไผ่ อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา ติดตั้งแล้วเสร็จพร้อมทั้งเชื่อมโยงเข้าสู่ระบบการจำหน่ายของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (กฟภ.) แล้วตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2552

นอกจากนี้ บริษัทยังได้มีการจัดหาและจัดจำหน่ายอุปกรณ์สำหรับระบบไฟฟ้าและระบบพลังงานทดแทน จากพลังงานจากแสงอาทิตย์ พลังงานจากลม พลังงานจากชีวมวล พลังงานจากน้ำ พลังงานความร้อนร่วม ซึ่งครอบคลุมอยู่ในทุกขั้นตอนของระบบการส่งและจำหน่ายไฟฟ้าตั้งแต่โรงไฟฟ้าไปจนถึงผู้ใช้ไฟฟ้า ที่ความหลากหลายของประเภทสินค้า เพื่อตอบสนองความต้องการและผลักดันให้เกิดการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานทดแทน พร้อมกับขยายขอบเขตด้านพลังงานทดแทนในต่างประเทศ

### ความสำเร็จที่ได้รับ

จากการดำเนินงานดังกล่าวทำให้ลดการพึ่งพาแหล่งพลังงานที่ใช้แล้วหมดไป โดยเฉพาะผลที่ได้จากกังหันลมผลิตไฟฟ้าที่ลำตะคอง อ.สีคิ้ว จ.นครราชสีมา สามารถผลิตไฟฟ้าได้ประมาณปีละ 4.60 ล้านหน่วย ทดแทนการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงได้ 1.1 ล้านลิตรต่อปี ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เป็นสาเหตุภาวะโลกร้อนได้ถึง 2,300 ตันต่อปี ตอบสนองนโยบายภาครัฐ

โดยนำพลังงานหมุนเวียนที่มีอยู่ในประเทศมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด เป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ด้านการพัฒนาพลังงานลมสำหรับผลิตไฟฟ้าให้กับนักเรียน นิสิต นักศึกษา และประชาชน

ปัจจัยที่เกื้อหนุนความสำเร็จของบริษัท คือ วิสัยทัศน์ขององค์กร “เป็นผู้นำด้านการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานทดแทน รวมถึงการผลิตและจัดหาอุปกรณ์สำหรับระบบไฟฟ้า ที่ตรงตามความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และผู้มีส่วนร่วมอย่างสูงสุด” เป็นแนวทางให้บริษัทให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมและพลังงานทดแทน จากกิจการจัดจำหน่ายอุปกรณ์สำหรับระบบไฟฟ้า สู่อุปกรณ์โรงไฟฟ้าพลังงานทดแทน

### ข้อจำกัดและอุปสรรคที่พบ

- ความรู้ความเข้าใจที่ไม่ถูกต้องของผู้มีส่วนได้เสียที่มีความกังวล และไม่มั่นใจเกี่ยวกับโครงการโรงไฟฟ้าพลังงานทดแทน

### หน่วยร่วมดำเนินการ

- บริษัท กันกุล พาวเวอร์เจเน จำกัด

### ติดต่อ

คุณธนวิศิษฐ์ มะลิซ้อน  
เจ้าหน้าที่กิจกรรมสัมพันธ์  
โทร. 0 2242 5885

อีเมล [tanavisit@gunkul.com](mailto:tanavisit@gunkul.com)

**The Leader in sustainable water management**  
**เป็นผู้นำธุรกิจการจัดการระบบขนส่งน้ำอย่างมีคุณค่าและยั่งยืน**  
**และพัฒนาการจัดการสิ่งแวดล้อมด้านสาธารณูปโภค และพลังงานทางเลือก**

**ความท้าทายขององค์กร**

อีสท์ วอเตอร์ หรือ บริษัท จัดการและพัฒนาทรัพยากรน้ำภาคตะวันออก จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจบริหารจัดการน้ำดิบโดยสูบน้ำผ่านโครงข่ายท่อส่งน้ำ หรือ Water Grid ที่เชื่อมโยงแหล่งน้ำสำคัญในภาคตะวันออกให้แก่ภาคอุตสาหกรรมและการอุปโภคบริโภค ในพื้นที่บริเวณชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเป็นพื้นที่เศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศ เนื่องจากเป็นศูนย์การผลิตทางภาคอุตสาหกรรม ศูนย์การขนส่งทั้งทางบก ทางทะเลและทางอากาศ ได้แก่ ท่าเรือน้ำลึกแหลมฉบัง ท่าเรือน้ำลึกมาบตาพุด ตลอดจนเป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ แต่ลักษณะสภาพภูมิอากาศค่อนข้างแปรปรวน จึงมักประสบกับปัญหาภัยแล้ง และปัญหามลพิษต่าง ๆ ส่งผลให้ปริมาณน้ำดิบที่มีคุณภาพมีจำกัด ดังนั้น บริษัทจึงต้องบริหารจัดการทรัพยากรน้ำที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและลดการสูญเสียให้น้อยที่สุด

**สิ่งที่องค์กรดำเนินการ**

การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำมีความสำคัญอย่างยิ่งเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้น้ำที่มีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและยังคำนึงถึงคุณภาพของน้ำดิบที่ได้รับการตรวจสอบให้อยู่ในระดับมาตรฐานการจัดการระดับการให้บริการ Service Level Management (SLM) เพื่อให้แน่ใจว่าผู้ใช้ได้รับบริการและน้ำที่มีคุณภาพ สร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้ใช้ ตามวิสัยทัศน์ของบริษัท “เป็นผู้นำธุรกิจการจัดการระบบขนส่งน้ำอย่างมีคุณค่าและยั่งยืน และพัฒนาการจัดการสิ่งแวดล้อมด้าน



สาธารณูปโภค และพลังงานทางเลือก” บริษัทได้ให้ความสำคัญกับการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีอันทันสมัยมาพัฒนาขีดความสามารถของระบบการทำงานพื้นฐาน ทั้งทางด้านการก่อสร้างและระบบการจัดการ ให้มีรูปแบบที่เป็นมาตรฐานและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

โดยได้นำเทคโนโลยีต่าง ๆ มาใช้ควบคุมการสูบน้ำ เริ่มตั้งแต่การใช้คลื่นวิทยุ เส้นใยแก้วนำแสง (Fiber Optic) เรื่อยมา จนล่าสุดใช้ระบบควบคุมและประเมินผลแบบศูนย์รวม (Supervisory Control And Data Acquisition หรือ SCADA) ซึ่งเป็นระบบการควบคุมการสูบน้ำทางไกลแบบศูนย์รวม โดยนำเอาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์สมัยใหม่มาใช้ จะทำให้ระบบควบคุมสามารถทำงานครอบคลุมพื้นที่ขนาดใหญ่ที่ต้องการความมีเสถียรภาพและประสิทธิภาพสูง เพื่อช่วยให้ทราบข้อมูลของแรงดันและปริมาณน้ำในเส้นท่อน้ำทั้งโครงข่ายฯ รวมถึงปริมาณน้ำในแหล่งน้ำต่าง ๆ โดยส่งตรงเข้าสู่ศูนย์ปฏิบัติการกลาง โดยพัฒนาขีดความสามารถของระบบการทำงาน

พื้นฐาน การควบคุมดูแลและการรายงานผลข้อมูลจะต้องสามารถสั่งการ ประเมินผล และตรวจสอบผล ณ เวลาหนึ่งเวลาใดได้ (Real Time) ทั้งทางด้านศักยภาพของแหล่งน้ำดิบ การทำงานของระบบสูบน้ำ และพฤติกรรมการใช้น้ำดิบอย่างต่อเนื่องทำให้สามารถติดตามผลและแก้ไขปัญหาการส่งน้ำได้ตลอด 24 ชั่วโมง นอกจากนี้ ระบบสามารถรักษาคุณภาพที่เหมาะสมระหว่างอุปสงค์และอุปทาน ซึ่งเป็นการสร้างความสมดุลของการส่งน้ำให้เหมาะสมต่อความต้องการใช้น้ำดิบของภาคอุตสาหกรรม และการอุปโภค-บริโภคได้เป็นอย่างดี

ทั้งนี้ ยังมีการส่งเสริมทั้งภายในและภายนอกองค์กร ให้มีการอนุรักษ์น้ำ เช่น ลดการใช้น้ำขององค์กรตามค่าชี้วัดการใช้น้ำ (Water Footprint) การจัดโครงการระบบบำบัดน้ำเสียในโรงอาหารของโรงเรียน การประกวดนวัตกรรม 3R (Reduce, Reuse, Recycle) และการให้ความรู้ในการบริหารจัดการระบบประปาชุมชนให้แก่ อบต. ต่าง ๆ เป็นต้น

### ความสำเร็จที่ได้รับ

โดยปกติในการสูบน้ำทางท่อจะมีการสูญเสียน้ำอยู่ที่ประมาณ 20-30% ดังนั้น บริษัทจึงกำหนดตัวชี้วัด (KPI : Key Performance Indicator) ขององค์กรให้การสูบน้ำเกิดการสูญเสียไม่เกิน 3 %

จากการนำเอาระบบ SCADA มาใช้ทำให้สามารถควบคุมและจัดสรรน้ำได้อย่างต่อเนื่องและครอบคลุมตลอดพื้นที่ เพิ่มประสิทธิภาพในการตรวจสอบ การบำรุงรักษา เครื่องจักรและอุปกรณ์ ก่อให้เกิดเสถียรภาพและความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ลูกค้าจะได้รับบริการอันทันสมัย แม่นยำ และยุติธรรม การติดตามข้อมูล และการประเมินผลต่าง ๆ เป็นไปอย่างรวดเร็วและถูกต้อง ซึ่งสามารถควบคุมการสูญเสียน้ำในระบบสูบน้ำได้ไม่เกิน 3% ซึ่งเป็นไปตามตัวชี้วัดหลักขององค์กร

### ข้อจำกัดและอุปสรรคที่พบ

- ระบบควบคุมด้วยคลื่นวิทยุและเส้นใยแก้วนำแสงขาดความเสถียรภาพ เช่น เมื่อเกิดฝนตกฟ้าคะนอง หรือฟ้าผ่าจะรบกวนการทำงานคลื่นวิทยุ
- ต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมากสำหรับการวางระบบควบคุมการสูบน้ำที่มีประสิทธิภาพ

### ติดต่อ

คุณศิริพร บุญไทย

ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารองค์กร

โทร. 0 2272 1600 ต่อ 2442

อีเมล siripom@eastwater.com



**PROPERTY  
DEVELOPMENT  
& INVESTMENT**  
A Member of Central Group

A MEMBER OF CENTRAL GROUP

## “กวดพลังงาน” สู่การเป็นศูนย์การค้า ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



### ความท้าทายขององค์กร

บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน) หรือ CPN เป็นบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ เพื่อการค้าปลีกที่ใหญ่และทันสมัยที่สุดในประเทศไทย ปัจจุบันบริษัทบริหารศูนย์การค้าชั้นนำถึง 18 แห่ง อาคารสำนักงาน 7 แห่ง และโครงการคอนโดมิเนียมเพื่ออยู่อาศัยอีก 2 แห่ง โดยมีพื้นที่ภายใต้การดูแลรวม (Gloss Floor Area : GFA) ทั้งหมดกว่า 4.2 ล้านตารางเมตร โดยบริษัทเป็นผู้นำในธุรกิจพัฒนาและบริหารศูนย์การค้าในประเทศไทยที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดสำหรับพื้นที่ค้าปลีกในกรุงเทพมหานครรายใหญ่ที่สุด ตลอดระยะเวลากว่า 30 ปี บริษัทได้สัมผัสกับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ไม่เพียงแต่การเปลี่ยนแปลงของแนวโน้มของผู้บริโภคเท่านั้น แต่ยังสามารถตอบสนองความต้องการผู้บริโภคแบบ “One-stop-shopping” ได้อย่างเต็มรูปแบบ รวมถึงต้องเป็นมิตรต่อ

สิ่งแวดล้อมและชุมชน นับเป็นความท้าทายอย่างยิ่งในเรื่องของการบริหารจัดการ โดยเฉพาะการใช้พลังงานอย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อก้าวไปสู่การเป็นศูนย์การค้าที่ให้ความสำคัญสำคัญกับการดูแลสิ่งแวดล้อม สังคม และชุมชนไปพร้อมกัน

### สิ่งที่องค์กรดำเนินการ

บริษัทได้กำหนดพันธกิจที่มีต่อสังคมในการพัฒนาให้ เป็นศูนย์การค้าที่ดูแลสิ่งแวดล้อม สังคม และชุมชนไปพร้อมกัน โดยมีการดำเนินงานตามกรอบแนวทางพัฒนาสู่ความยั่งยืน 3 ด้าน คือ 1) การอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม 2) การพัฒนาชุมชนและสังคมผ่านโครงการเพื่อกล้าปัญญาไทย 3) การปลูกฝังจิตสำนึกแก่พนักงานในการตอบแทนสิ่งดี ๆ ต่อสังคมและชุมชน

บริษัทมีแผนงานพัฒนาเพื่อการประหยัดพลังงานของบริษัทอย่างชัดเจน เห็นได้จากการริเริ่มปรับเปลี่ยนสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญต่าง ๆ ในบริเวณศูนย์การค้า เพื่อมุ่งเน้นในการประหยัดพลังงาน จะเห็นได้ว่าสังคมจะมองว่าศูนย์การค้ามีการใช้ไฟฟ้าจากการเปิดไฟทิ้งในตั่วอาคารและนอกอาคาร ซึ่งในส่วนนี้ทางบริษัทได้มีการเปลี่ยนมาใช้หลอดประหยัดไฟ และนำนวัตกรรมหลอด LED มาใช้ ในความเป็นจริงเมื่อเทียบค่าการใช้ไฟฟ้าแล้วนั้น จะพบว่าค่าไฟที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่เกิดจากการใช้ระบบปรับอากาศ ดังนั้นทางบริษัทจึงได้ปรับเปลี่ยนเครื่องทำน้ำเย็น (Chiller) ในระบบปรับอากาศใหม่ทั้งหมด ซึ่งการ

ปรับเปลี่ยนในครั้งนั้น สามารถทำให้ปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าขององค์กรลดลงได้ถึง 20-30% และยังมีการนำอุปกรณ์ปรับความเร็วรอบมอเตอร์ไฟฟ้าเข้ามาใช้ควบคู่กัน อีกทั้งยังมีการป้องกันความร้อนจากภายนอกอาคารเข้ามาในตัวอาคาร เพื่อให้ระบบปรับอากาศต้องทำงานหนักและสิ้นเปลืองพลังงานเกินความจำเป็น

นอกจากนี้ บริษัทยังมีการนำระบบลิฟต์อัจฉริยะ (Intelligence Elevator) มาใช้ในอาคารสำนักงาน ซึ่งระบบดังกล่าวสามารถคำนวณการจราจรของผู้ใช้งาน จำนวน และนำพนักงานที่เข้าลิฟท์ในแต่ละครั้ง เพื่อให้ระบบปรับการทำงานของลิฟท์ให้เหมาะสมและประหยัดพลังงานที่สุด รวมไปถึงการนำระบบจอดรถอัจฉริยะ (Intelligence Parking) เข้ามาเสริมในลานจอดรถ ซึ่งสามารถช่วยให้ผู้ใช้งานอาคารจอดรถสามารถหาที่จอดรถได้รวดเร็วขึ้น ซึ่งเป็นการลดการใช้พลังงานในการวนหาที่จอดรถได้อย่างมากอีกด้วย

นอกเหนือจากการพัฒนาเพื่อการประหยัดพลังงานแล้ว เช่นทรลพัฒนายังผลักดันและรณรงค์ในการสร้างจิตสำนึกให้กับบุคคลต่าง ๆ เพื่อให้มีส่วนร่วมด้านการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม ผ่านการทำกิจกรรมและโครงการที่หลากหลาย เช่น โครงการ Carpool Parking โครงการ Energy Day โครงการสร้างศูนย์การเรียนรู้ GreenWorld Experience โครงการ CPN อาสาทูตพลังงาน โครงการ Green Promotion เป็นต้น

### ความสำเร็จที่ได้รับ

บริษัทได้รับรางวัลด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากหลายหน่วยงานทั้งในและต่างประเทศ การันตีด้วย 2 รางวัลในระดับภูมิภาค คือรางวัล ASEAN Energy Awards ในปี 2554 และ 2555 และ 14 รางวัล “สุดยอดรางวัลแห่งความสำเร็จด้านพลังงานไทยระดับสากล” Thailand Energy Awards จากกระทรวงพลังงาน เป็นต้น

ปัจจัยที่ทำให้กิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรสำเร็จได้ คือ นโยบายที่นำไปสู่การปฏิบัติอย่างแท้จริง โดยมีแผนธุรกิจระบุอย่างชัดเจนตลอดระยะเวลา 5 ปี มีการกำหนดตัวชี้วัดหลัก (KPI) ชัดเจนที่ร้อยเรียงและสอดคล้องกันในแต่ละหน่วยงานและทุก ๆ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องเข้ามาดำเนินการอย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม รวมถึงมีการวัดผล ตรวจสอบติดตามผล นอกจากนโยบายที่คอยกำกับกับการดำเนินงานแล้ว ยังคงมีโครงสร้างองค์กรที่ชัดเจนเพื่อมารับผิดชอบโดยตรง อีกปัจจัยที่มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน คือ “ทูตพลังงาน” ที่กระจายอยู่ในทุกส่วนงาน และทุกส่วนพื้นที่ที่มีการบริหารพื้นที่ โดยจะคอยแบ่งปันข้อมูล และสร้างสรรค์กิจกรรมในการอนุรักษ์พลังงาน

### ข้อจำกัดและอุปสรรคที่พบ

- เรื่องของการเก็บข้อมูล การวัดผลต่างๆ และความเข้าใจของพนักงาน
- เรื่องของทัศนคติ และความเข้าใจที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับการใช้พลังงาน

### ติดต่อ

คุณสาวเนย์ จรัสเรืองชัย  
ผู้จัดการแผนกพัฒนาองค์กร  
โทร. 0 2677 5555 ต่อ 1154  
อีเมล jasaowanee@cpn.co.th

## นอกเหนือจากการใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมแล้ว องค์กรยังสามารถลดต้นทุนอีกด้วย

### ความท้าทายขององค์กร

บริษัท ทีบีทีแอสฟัลท์ จำกัด (มหาชน) มีบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ดำเนินธุรกิจเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยางมะตอยทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งผลิตภัณฑ์ของบริษัทใช้ในการก่อสร้างถนน ซ่อมบำรุงผิวการจราจร ผิวทางหลวง ผิวทางวิ่งขึ้นลงของสนามบิน รวมถึงจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำมัน (Non Asphalt Products) เช่น Naphtha, Gasoil, High-Sulphur และ Fuel Oil เป็นต้น เป็นที่ทราบดีว่าในกระบวนการขนส่งและจัดเตรียมยางมะตอยขององค์กรล้วนแต่ต้องใช้พลังงานต่าง ๆ เข้ามาเกี่ยวข้องเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะพลังงานที่มาจากเชื้อเพลิงฟอสซิล นับเป็นความท้าทายที่องค์กรพยายามที่จะลดการใช้พลังงานลงแต่ให้บรรลุวัตถุประสงค์เท่าเดิม ซึ่งเป็นการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้นนั่นเอง เพื่อดำเนินการตามปณิธานความมุ่งมั่นที่จะทำการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ อีกทั้งมีส่วนร่วมในการรักษาสภาพแวดล้อม ควบคู่ไปกับการรับผิดชอบต่อสังคมอย่างสูงสุด

### สิ่งที่องค์กรดำเนินการ

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญในการดำเนินรอยตามแนวทางของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวในด้านความพยายามที่จะสร้างสรรค์สิ่งดีงามเพื่อประโยชน์ของสังคมไทย คนไทย และอนาคตของประเทศชาติ โดยเฉพาะด้านพลังงาน ทางกลุ่มวิศวกรก็จะเฝ้าสังเกตในกระบวนการทำงานต่าง ๆ จากนั้นจึงได้ทำการปรับปรุงกระบวนการ เช่น Fleet Management โดย



เริ่มจากการจัดเตรียม แปรรูป และขนส่งยางมะตอย เพื่อให้มีการใช้พลังงานลดลง โดยถ้าเป็นการขนส่งทางบกได้มีการเปลี่ยนเครื่องยนต์รถขนส่งจากการใช้น้ำมันดีเซลเป็นการใช้เครื่องยนต์ก๊าซ CNG ในส่วนของแทงค์บรรจุยางมะตอยได้ทำการเปลี่ยนฉนวนบรรจุความร้อนให้ดีขึ้นกว่าเดิม ทำให้ไม่ต้องอุ่นยางมะตอยเมื่อไปส่งสินค้าให้ลูกค้า หรือถ้าต้องมีการอุ่นก็จะใช้ก๊าซแอลพีจีแทนการใช้ฟืนในการให้ความร้อน ซึ่งก๊าซแอลพีจีเป็นพลังงานที่สะอาดกว่า สามารถช่วยลดการปล่อยก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์ และลดสารแขวนลอยในอากาศอีกด้วย และถ้าเป็นการขนส่งทางเรือ ได้มีการปรับปรุงขนาดเรือที่ขนส่งมาจากต่างประเทศให้มีขนาดใหญ่ขึ้น และพัฒนาระบบการทำความร้อนให้มีอัตราการสูญเสียน้อยที่สุด ซึ่งผลในการปรับปรุงกระบวนการในส่วนนี้ ก่อให้เกิดการลดต้นทุนค่าขนส่ง (Reduce)

สืบเนื่องจากกระบวนการขนส่ง ทางบริษัทมีรถ 200 กว่าคัน วิ่งระยะทางประมาณ 10 - 16 ล้านกิโลเมตรต่อปี ซึ่งจะต้องมีการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องทุก ๆ 20,000 กิโลเมตร ทำให้ต้องกำจัดสารหล่อลื่นที่ออกมาจากกระบวนการเปลี่ยนถ่าย



น้ำมันเป็นจำนวนมาก โดยปัจจุบันบริษัทได้นำสารหล่อลื่นที่ออกมาเป็นวัฏจักรปิโตรเลียมเติมแต่งหลัก (Main Petroleum Additive) และจัดน้ำมันเครื่องใช้แล้วที่จะต้องกำจัด ด้วยการนำของเสียกลับไปใช้ใหม่ (Reuse)

นอกจากนี้ บริษัทยังมองถึงพลังงานทางเลือก จึงได้ทำการศึกษาการนำพลังงานแสงอาทิตย์มาใช้ทดแทนการใช้พลังงานไฟฟ้าที่โรงงานนครราชสีมา เพื่อเป็นต้นแบบไปยังโรงงานอื่น ๆ ภายในประเทศ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการลดภาวะโลกร้อนและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของสังคมไทย คนไทย และอนาคตของประเทศชาติอย่างยั่งยืน

### ความสำเร็จที่ได้รับ

บริษัทมุ่งเน้นความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และให้ความสำคัญในการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพโดยการลดการใช้เชื้อเพลิงฟอสซิล และใช้ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติแทนตลอดจนการมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน ซึ่งได้แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง ทำให้บริษัทฯ ได้รับความไว้วางใจ ความเชื่อมั่น และการสนับสนุนในด้านต่าง ๆ จากลูกค้า และนักลงทุนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งความร่วมมือ ความมุ่งมั่น และความสามัคคีในการทำงานระหว่างผู้บริหารและพนักงานซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการนำพาบริษัทก้าวสู่เส้นทางแห่งความสำเร็จ

ปัจจัยที่ทำให้กิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรประสบความสำเร็จได้ คือ การที่ผู้บริหารกำหนดนโยบายโดยการมุ่งเน้นความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และแสดงความมุ่งมั่นที่จะดำเนินงานด้วยความใส่ใจต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ทำให้พนักงานมีความตั้งใจที่จะทำและสนุกกับการคิดว่าจะทำได้อย่างไร

### ข้อจำกัดและอุปสรรคที่พบ

- กระบวนการพัฒนาการผลิตเพื่อลดผลกระทบต่อ

สิ่งแวดล้อมนั้นซึ่งงบประมาณสูง ทำให้ไม่สามารถปรับเปลี่ยนได้อย่างรวดเร็วนัก

- ความคุ้มค่าในการใช้พลังงานทางเลือกนั้นใช้ระยะเวลานานมากกว่า 10 ปี ทำให้เห็นผลเป็นรูปธรรมช้า
- การปลูกจิตสำนึกเพื่อให้เกิดความเข้าใจต้องค่อยเป็นค่อยไป เนื่องจากมีจำนวนพนักงานและผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องมีจำนวนมาก

### ติดต่อ

คุณชัยพงษ์ พงษ์อักษร

ผู้จัดการอาวุโสฝ่ายพัฒนาระบบงาน

โทร. 0 2273 6692

อีเมล [chaiyaphong@tipcoasphalt.com](mailto:chaiyaphong@tipcoasphalt.com)

## จากความสำเร็จและความกล้าที่จะมีแนวการปฏิบัติต่างจากเดิม สามารถนำไปสู่การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ



### ความท้าทายขององค์กร

บริษัท ไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ถือกำเนิดขึ้นจากพระราชดำริของสมเด็จพระพันวัสสาอัยยิกาเจ้า สมเด็จพระราชปิตุลาทศกัญญาภิรมย์ มหาอรรคดิเรกการะเวกมหาราชของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ด้วยทรงเล็งเห็นว่าควรจัดตั้งบริษัทประกันภัยของคนไทยขึ้น เพื่อให้ความช่วยเหลือบรรเทาความเดือดร้อนให้แก่คนไทย และเพื่อให้เงินทองหมุนเวียนสร้างประโยชน์ให้แก่คนไทยอย่างเต็มที่ โดยบริษัทดำเนินธุรกิจรับประกันภัยรถยนต์ และประกันวินาศภัยทุกชนิดเป็นที่รู้กันว่าในธุรกิจประกันนั้นจะมีการใช้ทรัพยากรกระดาษเป็นจำนวนมากในการพิมพ์กรมธรรม์ให้กับลูกค้า ในกรมธรรม์ 1 ฉบับจะต้องมีการพิมพ์อย่างน้อย 2 คู่ฉบับ เพื่อให้กับลูกค้าและบริษัทเก็บไว้เอง โดยถ้ามีบริษัทตัวแทนก็ต้องพิมพ์ให้กับบริษัทตัวแทนเก็บไว้ด้วย จากนั้นเมื่อหมดอายุกรมธรรม์กรมธรรม์ก็จะกลายเป็นขยะที่ต้องนำไปทำลาย จะเห็นได้ว่าบริษัทต้องมีการบริหารจัดการในการใช้และการกำจัดกระดาษอย่างเหมาะสม

### สิ่งที่องค์กรดำเนินการ

บริษัทตระหนักถึงความเป็นส่วนหนึ่งของสังคม และใส่ใจในการรักษาสิ่งแวดล้อม ดังนั้นจึงได้สำรวจกระบวนการทำงานหลักของบริษัทว่ามีกิจกรรมในส่วนใดที่อาจก่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรเกินความจำเป็น และสามารถออกแบบปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงาน เพื่อให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทพบว่าในส่วนของการบริหารจัดการทำ

กรมธรรม์ มีการใช้ทรัพยากรกระดาษเป็นจำนวนมากในการพิมพ์กรมธรรม์ให้กับลูกค้า ดังนั้นทางบริษัทจึงมีความมุ่งมั่นที่จะลดการใช้กระดาษในการพิมพ์กรมธรรม์ ทำให้ตั้งทีมงานเพื่อปรับเปลี่ยนกระบวนการจัดทำกรมธรรม์ โดยพยายามลดการใช้กระดาษ จากการสำรวจพฤติกรรมของลูกค้าที่เมื่อได้รับกรมธรรม์ไปแล้วนั้น ลูกค้าจำนวนน้อยมากที่จะอ่านเงื่อนไขของกรมธรรม์ที่เป็นส่วนเนื้อหาเอกสารแนบรายละเอียดทั่วไป ดังนั้นทางบริษัทจึงได้ออกแบบระบบการจัดการกรมธรรม์ อาทิ เปลี่ยนการพิมพ์กรมธรรม์จาก 20 หน้า เหลือเพียง 1 หน้า โดยลูกค้าสามารถเข้ามาดูเอกสารแนบรายละเอียดทั่วไป ผ่านการ log in เข้ามาดูเอกสารในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ แต่ในการปรับเปลี่ยนนี้จะต้องได้รับการรับรองจากหน่วยงานรัฐที่กำกับด้านประกันภัย จึงทำให้การเปลี่ยนแปลงนี้มีข้อจำกัดอยู่บ้าง, ปรับปรุงรูปแบบการพิมพ์ เช่น พิมพ์เอกสาร 2 หน้า ปรับช่องห่างระหว่างบรรทัด, การให้บริษัทคู่ค้าเก็บกรมธรรม์ในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ แทนที่จะเก็บในรูปแบบกระดาษ เป็นต้น ในแผนระยะยาว บริษัทจะมุ่งสู่ระบบ Document Management เพื่อที่ลดการใช้กระดาษ และลดพื้นที่จัดเก็บเอกสาร

บริษัทยังเล็งเห็นว่าในการที่จะใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพนั้น จะต้องเริ่มต้นจากพนักงานซึ่งเป็นกำลังสำคัญของบริษัทก่อน จึงเกิดการ “ปลูก” และ “ปลูก” จิตสำนึกในการประหยัดการใช้ทรัพยากร ผ่านโครงการต่าง ๆ เช่น โครงการ “เก็บเงินตก” จากแนวความคิดที่ว่าก่อนที่จะไปเก็บเงินจากข้างนอก เราสามารถเก็บเงินที่มีอยู่ทั่วไปในองค์กรก่อน นั่นคือเรา

สามารถประหยัดการใช้พลังงานไฟฟ้า น้ำมันได้ โดยเริ่มต้นจากตัวพนักงาน จากนั้นขยายไปสู่เพื่อนร่วมงาน พบว่าบริษัทมีความใส่ใจในการสื่อสารกระตุ้นให้พนักงานเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้ทรัพยากร โดยการส่งข้อมูลในส่วนของตัวเลขการใช้ทรัพยากรของบริษัท ข้อมูลที่หามาจากแหล่งภายนอก เช่น คลิปวิดีโอจาก YouTube เพื่อให้พนักงานตระหนักถึงผลของการใช้ทรัพยากรที่ไม่ระมัดระวัง เป็นต้น หลังจากนั้นก็มีเก็บตัวเลขประเมินผล เช่น ตัวเลขมิเตอร์ไฟฟ้า ค่าน้ำมัน พบว่ามีตัวเลขที่ลดลง ถึงแม้ว่าถ้ามองในรูปตัวเงินแล้วอาจไม่มีนัยสำคัญ อย่างน้อยก็แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนพฤติกรรมของพนักงานในการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า

นอกจากนี้การออกแบบโครงการเกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม บริษัทพยายามที่จะออกแบบให้เชื่อมร้อยกันในแต่ละกระบวนการ เช่น การนำกระดาษที่ไม่ใช้แล้วจากการผลิตในงานไปทำเก้าอี้หนึ่งโดยวิธีเปเปอร์มาเช่ เมื่อทำเสร็จสมบูรณ์แล้วจะนำไปบริจาคให้กับสถาบันสุขภาพเด็กแห่งชาติมหาราชินี, ห้อง ICU เด็กโรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ และโรงพยาบาลรามธิบดี และในวันที่นำไปบริจาคก็จะมีการทำกิจกรรมกับน้อง ๆ ที่ป่วยด้วย เช่น เล่นทานข้างเตียง เป็นต้น การทำเก้าอี้หนึ่งนี้ส่วนหนึ่งให้พนักงานในบริษัทช่วยกันทำ อีกส่วนหนึ่งว่าจ้างโรงเรียนสอนศิลปะ “บ้านรักศิลปะ” จังหวัดชุมพร ซึ่งช่วยให้มีการกระจายงานให้ชาวบ้านในท้องถิ่น เมื่อได้ครบจำนวนแล้วจะนำไปพนักงานที่มาจากแผนกต่างกันร่วมกันวาดลวดลาย ทาสีร่วมกันโดยผ่านกิจกรรม Live TIC Way for Life (How to hand-on TIC Way Project) ในกิจกรรมจะมีการส่งเสริม TIC Way หรือวิถีไทย ประกันภัย ซึ่งประกอบไปด้วย มุ่งมั่นทำให้เกิดผลสำเร็จ (Achievement) มุ่งมั่นทำตามคำสัญญา (Commitment) มีความคิดสร้างสรรค์และใฝ่รู้ (Creative & Continuous Learning) และมีความสุขและสนุกกับการทำงาน (Happiness) โดยการทำกิจกรรมร่วมกันทำให้พนักงานได้มีโอกาสรู้จักกัน และพูดคุยกันนอกเหนือจากเรื่องงานมากขึ้น โดยผลทางอ้อมที่

ได้ก็คือประสิทธิภาพการทำงาน การสื่อสารระหว่างแผนกที่ดีขึ้น

### ความสำเร็จที่ได้รับ

จากการดำเนินงานดังกล่าวทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของพนักงานในการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ โดยขยายผลไปถึงครอบครัวพนักงาน รวมทั้งการทำงานที่มีประสิทธิภาพดีขึ้น

ในปี พ.ศ. 2546 ไทยประกันภัยได้รับรางวัล Best Corporate Governance Report Award จาก SET Award ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และในปี พ.ศ. 2554 ได้รับรางวัลบริษัทประกันวินาศภัยที่มีการพัฒนาดีเด่นอันดับ 2 อันเป็นผลมาจากความร่วมมือของพนักงาน เพราะบริษัทเชื่อว่าไม่ได้ทำเพื่อองค์กรเพียงอย่างเดียว แต่ทำเพื่อครอบครัว เพื่อโลก โดยยึดหลักวิถีไทยประกันภัย

### ข้อจำกัดและอุปสรรคที่พบ

- ในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้พนักงานใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมไม่สามารถเห็นผลได้อย่างรวดเร็ว จะต้องใช้เวลา และมีกรออกแบบกิจกรรมให้น่าสนใจ
- หน่วยงานภาครัฐที่กำกับยังไม่มีความกระตือรือร้นที่จะเอื้อต่อการเปลี่ยนแปลง ทำให้ไม่สามารถขับเคลื่อนโครงการได้อย่างเป็นรูปธรรม

### ติดต่อ

คุณปิยมาภรณ์ ภูักิตติไผตรี  
ผู้อำนวยการฝ่าย  
ฝ่ายบริหารและพัฒนาบุคลากร  
โทร. 08 9927 3578  
อีเมล piyamaporn@thaiins.com



## “จัดทีมงานลงพื้นที่สำรวจปัญหา และความต้องการขั้นพื้นฐานของชุมชน ก่อนลงมือทำ”



### ความท้าทายขององค์กร

บริษัท น้ำมันพืชไทย จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการเกษตร บริษัทผลิตและจำหน่ายสินค้าหลัก 7 ชนิด คือ น้ำมันถั่วเหลืองตรา “อ๋องุ่น” กากถั่วเหลือง ฟูลแฟต ซอย ดีฮัล ซอยมีล เลซิทีน น้ำมันทานตะวัน และกากทานตะวัน

การดำเนินธุรกิจขององค์กรนั้นต้องอาศัยการขนส่งทางน้ำเป็นเส้นทางหลักในการขนส่งวัตถุดิบ เช่น ถั่วเหลือง เมล็ดทานตะวัน โดยใช้เส้นทางจากแม่น้ำท่าจีน (มหาชัย) จนถึงนครชัยศรี ซึ่งในเส้นทางขนส่งนี้ก่อให้เกิดปัญหาผลกระทบทางเสียง และสิ่งแวดล้อมต่อชุมชนที่รายล้อมอยู่ตามริมฝั่งแม่น้ำ อาทิ ปัญหาเรื่องเสียงรบกวนจากการเดินเรือ กระแสคลื่นน้ำจากการเดินเรือ ฝุ่นละอองจากกากถั่วเหลือง ทำให้เกิดข้อร้องเรียนจากชุมชน องค์กรจึงตระหนักถึงปัญหาดังกล่าว และบริษัทได้พยายามคิดหาวิธีการแก้ไข เพื่อให้บริษัทสามารถดำเนินธุรกิจและอยู่ร่วมกับชุมชนได้อย่างยั่งยืน

### สิ่งที่องค์กรดำเนินการ

จากปัญหาดังกล่าว ทางบริษัทจึงได้ริเริ่มโครงการ “รักษ์ชุมชน และสิ่งแวดล้อม” ซึ่งมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมในการดูแลระบบสาธารณูปโภคของชุมชน โดยเริ่มจากการจัดทีมงานลงพื้นที่สำรวจปัญหาและความต้องการขั้นพื้นฐานของชุมชน ซึ่ง



ไม่เป็นไร ห่วงใย...หัวใจทุกดวง

จากการศึกษาพบว่า ชุมชนยังขาดระบบสาธารณูปโภคในเรื่องของไฟฟ้าส่องสว่างริมทาง องค์กรจึงได้ดำเนินการติดตั้งสัญญาณไฟจราจรบริเวณแยกสำคัญ ๆ ในท้องถิ่น การซ่อมไฟส่องสว่างตามเสาตอม่อบริเวณสะพานข้ามแม่น้ำท่าจีนเป็นระยะทางตั้งแต่มหาชัย จนถึงนครชัยศรี นอกจากนี้บริษัทยังมุ่งเน้นที่จะลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยการ

ควบคุมกระบวนการปล่อยของเสียให้น้อยที่สุด การควบคุมการฟุ้งกระจายของฝุ่นที่เกิดจากการขนถ่ายเมล็ดถั่วเหลืองจากบริเวณท่าหน้าจนถึงโรงงาน

ทั้งนี้กิจกรรมต่าง ๆ ที่ทางองค์กรได้ดำเนินการมานั้น ได้รับผลตอบแทนที่ดีจากชุมชนเป็นอย่างมาก จนกระทั่งปัจจุบัน

บริษัทได้มีการริเริ่มกิจกรรมใหม่ ๆ เพื่อนำมาพัฒนา และเสริมสร้างประโยชน์แก่สังคมให้มากยิ่งขึ้น เช่น การให้ความรู้และปลูกจิตสำนึกเรื่องการบริหารปริมาณผักตบชวาแก่ชุมชน ซึ่งมีใช้เป็นเพียงกิจกรรมการกำจัดผักตบชวาเท่านั้น แต่ยังเป็นกิจกรรมที่เน้นการรักษาสมดุลของระบบนิเวศ โดยสอนให้ชุมชนรู้ว่าปริมาณผักตบชวาต้องมีปริมาณเท่าไรจึงจะเหมาะสม หรือเป็นปัญหาต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งหากมีการบริหารจัดการผักตบชวาอย่างมีประสิทธิภาพแล้ว ก็จะลดปริมาณสิ่งกีดขวางทางน้ำ และยังทำให้การจัดการขนส่งสินค้าทางเรือเกิดประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้น

### ความสำเร็จที่ได้รับ

จากการที่บริษัทได้ดำเนินกิจกรรมเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง ทั้งในและนอกกระบวนการผลิต จนส่งผลให้ในปัจจุบันองค์กรสามารถดำเนินธุรกิจโดยไม่ส่งผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม อีกทั้งองค์กรยังมีการยกระดับการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมโดยบริษัทได้รับการรับรองฉลากคาร์บอน ฟุตพริ้นท์ (Carbon Footprint) ในผลิตภัณฑ์เป็นรายแรกของธุรกิจอุตสาหกรรมน้ำมันพืช กากถั่วเหลือง และถั่วเหลืองไขมันเต็ม (Extruded soybean)

ปัจจัยที่ทำให้กิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรสำเร็จได้ คือ การสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างองค์กรกับชุมชนรอบข้าง ซึ่งก่อให้เกิดการสร้างทุนทางสังคม (Social Capital) ขององค์กรที่ถือเป็นจุดแข็งได้ ทั้งนี้องค์กรยังมีกิจกรรมอื่น ๆ ที่ช่วยสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมต่าง ๆ ขององค์กร อาทิ โครงการ อนุรักษ์ เพื่อน้องอิมมานัน, โครงการ กินเจได้บุญ ให้องุ่นได้ใจ, โครงการ อนุรักษ์ ห่วงใย หัวใจทุกดวง เป็นต้น

### ข้อจำกัดและอุปสรรคที่พบ

- การดูแลสิ่งแวดล้อมบริเวณแม่น้ำให้ได้ผลนั้นจะต้องดูแลรักษาตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ซึ่งลำพังบริษัทเองยังไม่สามารถดำเนินการได้ทั้งหมด จึง

ทำให้บริษัทดำเนินการได้เพียงช่วงระยะทางจำกัด ตั้งแต่มาหาชัยถึงนครชัยศรี

### ติดต่อ

คุณมนทิพย์ ชีววัฒนากุล  
ผู้จัดการแผนกกำกับการปฏิบัติงาน  
โทร. 0 2477 9020  
อีเมล monthip@tvthetai.com



## “ต้องกล้าตั้งเป้าหมายที่ท้าทายและสร้างให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในการดำเนินงาน”

### ความท้าทายขององค์กร

การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย ก่อตั้งขึ้นในปี 2521 และได้แปลงสภาพเป็น บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) หรือ ปตท. ตั้งแต่ปี 2544 ปัจจุบันเป็นรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงพลังงาน ที่ยึดมั่นในวิสัยทัศน์ (Vision) การเป็นบริษัทพลังงานไทยข้ามชาติชั้นนำ (Thai Premier Multinational Energy Company) พันธกิจ (Mission) การดูแลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย และค่านิยม (Value) SPIRIT ในการปลูกฝังให้พนักงานเป็นคนดีมีคุณภาพ

โดยมีภารกิจสำคัญในการสร้างความมั่นคงทางพลังงาน และความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจให้แก่ประเทศ ควบคู่กับการดูแลสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อมให้พัฒนาพร้อมกันได้อย่างยั่งยืน ท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป ทรัพยากรที่มีจำกัดและความต้องการใช้ที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว

### สิ่งที่องค์กรดำเนินการ

ปตท. วางแนวทางขับเคลื่อนองค์กรสู่การพัฒนาความก้าวหน้าทางวิชาการ โดยพยายามสร้างองค์ความรู้และ

เทคโนโลยีของตนเอง ต่อยอดนวัตกรรมทางธุรกิจพลังงานที่ยั่งยืนและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทดแทนการพึ่งพาทรัพยากรจากปิโตรเลียมเพียงอย่างเดียว นอกเหนือจากการมีศักยภาพเพียงพอที่จะแข่งขันในตลาดโลกเพื่อจัดหาพลังงาน และการมีสายโซ่อุปทานครบวงจรตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มจากทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ปตท. ให้ความสำคัญกับการจัดการภาวะวิกฤตและการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ ตามมาตรฐานสากล BS 25999 โดยมีแผนรองรับและมีการฝึกซ้อมเตรียมความพร้อมอยู่เสมอ ทำให้สามารถจัดการเหตุไม่ปกติต่าง ๆ รวมถึงการเกิดมหาอุทกภัย โดยไม่ทำให้ธุรกิจหยุดชะงัก โดยเฉพาะการจัดการและจัดส่งพลังงานอย่างเพียงพอ ปลอดภัย และไม่เกิดการขาดแคลน ตั้งแต่การแข่งขันส่งน้ำมันโดยใช้รถขนาดเล็กเพื่อไปถึงโรงพยาบาลที่ต้องการใช้อุปกรณ์ทางการแพทย์ หรือ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) ที่มีการวิจัยเพาะเชื้อจุลินทรีย์และต้องรักษาเชื้อเหล่านี้ให้มีชีวิตรอดในกรณีฉุกเฉินที่ต้องใช้เครื่องบินไฟ จนถึงการจัดส่งก๊าซธรรมชาติและน้ำมันเตาให้แก่โรงไฟฟ้า

นอกจากนั้น ปตท. ได้กำหนดกลยุทธ์ Green Growth Roadmap ที่แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้

(1) Green Product คือ การผลิตผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อาทิ การผลิตน้ำมันไบโอดีเซล ก๊าซไฮโซล และ E20 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ Amazon Bio Cup โดยร่วมกับผู้ผลิตพลาสติกพัฒนาถ้วยกระดาษเคลือบด้วยพลาสติกชีวภาพ Polybutylene Succinate (PBS) ที่ย่อยสลายได้ 100% เป็นแรกของโลก การประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่น เป็นต้น

(2) Green Process คือ กระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม คำนึงถึงการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน อาทิ การทำ Greenhouse Gas Inventory ในแต่ละกระบวนการทั้งกลุ่ม ปตท. เพื่อพิจารณาแนวทางการลดการใช้พลังงานและการปล่อยก๊าซ CO<sub>2</sub> การออกแบบโรงแยกก๊าซธรรมชาติหน่วยที่ 6 ให้มีการติดตั้งอุปกรณ์เพื่อควบคุมปรับลดมลภาวะทางอากาศตั้งแต่แหล่งกำเนิด การนำระบบการจัดการพลังงานมาใช้เพื่อพัฒนากระบวนการและติดตามการใช้พลังงานให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

(3) Green Public Awareness คือ การสร้างความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อมให้กับประชาชน อาทิ การส่งเสริมผ่านการดำเนินโครงการต่าง ๆ เช่น โครงการปลูกป่า โครงการรักษ้ำป่า สร้างคน ๘๔ ตำบล วิถีพอเพียง การส่งเสริมการใช้น้ำมัน E20 ผ่านการศึกษาวิจัยเปรียบเทียบการใช้้ำมันเบนซิน 95 และ E20 ในรถยนต์ โดยผลศึกษาพบว่าไม่มีความแตกต่างระหว่างน้ำมันสองชนิดนี้ ทำให้ประชาชนเชื่อมั่นในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมยิ่งขึ้น รวมถึงการให้ข้อมูลเผยแพร่ และรณรงค์ผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง

### ความสำเร็จที่ได้รับ

อาทิ - ผ่านการประเมินความยั่งยืนระดับสากลที่ครอบคลุมทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยมีรายชื่อในดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (Dow Jones

Sustainability Indexes : DJSI) กลุ่มผู้ผลิตน้ำมันและก๊าซ ตั้งแต่ปี 2554 ก่อนเป้าหมายที่กำหนด

- การได้รับการรับรองระบบบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ ตาม มอก. 22301-2553 จากสถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ เป็นแห่งแรกในประเทศไทย จากสถานการณ์มหาอุทกภัย ปี 2554

- โรงแยกก๊าซธรรมชาติระยอง ได้รับรางวัล Thailand Energy Awards 2010 ประเภทอนุรักษ์พลังงาน โรงงานควบคุมดีเด่น และรางวัล Asean Energy Awards 2010 รองชนะเลิศอันดับ 1 ประเภทการบริหารจัดการพลังงานดีเด่นในโรงงานขนาดใหญ่

อย่างไรก็ตาม ปตท. ยังคงพัฒนาปรับปรุงการดำเนินงานให้ดียิ่งขึ้น ทั้งนี้ องค์กร “ต้องกล้าตั้งเป้าหมายที่ท้าทายและสร้างให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในการดำเนินงาน” เพื่อให้พนักงานได้พัฒนาศักยภาพอย่างต่อเนื่องและภูมิใจในสิ่งที่ทำ ส่งผลให้การเปลี่ยนแปลงนำไปสู่ผลสำเร็จในที่สุด

### ข้อจำกัดและอุปสรรคที่พบ

- ความมั่นใจของผู้ใช้ต่อผลิตภัณฑ์น้ำมันที่เป็นพลังงานทางเลือกใหม่ เช่น E20 เนื่องจากเข้าใจว่าผลิตภัณฑ์น้ำมันดังกล่าวมีประสิทธิภาพต่ำกว่าผลิตภัณฑ์เดิม

### หน่วยร่วมดำเนินการ

- ร่วมกับหน่วยงาน องค์กรทั้งภาครัฐ เอกชน องค์กรพัฒนาเอกชน สถาบันการศึกษา และภาคประชาชน

### ติดต่อ

ฝ่ายสื่อสารองค์กร

โทร. 0 2537 2151

อีเมล corporate@pttplc.com



“ความมุ่งมั่นในการดำเนินงานให้เหนือกว่ามาตรฐานสากล  
ด้านความปลอดภัย ความมั่นคง อาชีวอนามัยและสิ่งแวดล้อม  
(Safety Security Health and Environment–SSHE)”



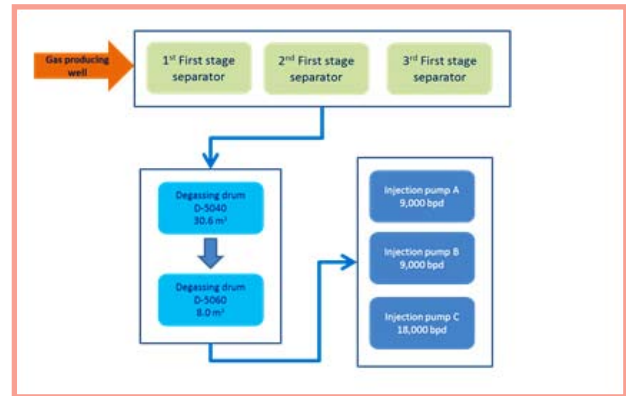
## ความท้าทายขององค์กร

บริษัท ปตท. สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) หรือ ปตท.สพ. ดำเนินธุรกิจสำรวจแหล่งพลังงาน และผลิตเชื้อเพลิง น้ำมัน และก๊าซธรรมชาติ ในฐานะที่เป็นบริษัทปิโตรเลียมแห่งชาติ และมีความมุ่งมั่นในการที่จะเป็นบริษัทชั้นนำของภูมิภาคเอเชีย โดยยึดถือแนวทางในการดำเนินธุรกิจให้มีการเติบโต ควบคู่ไปกับการรับผิดชอบต่อสังคมและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมตลอดมาและได้รับการรับรองมาตรฐานต่าง ๆ ที่เป็นที่ยอมรับในระดับประเทศและระดับสากล เช่น OHSAS 18001 และ ISO 14001 เป็นต้น

การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมที่ ปตท.สพ. ได้หยิบยกขึ้นมาเพื่อพัฒนาให้เหนือกว่าระดับมาตรฐานนั้นคือ การจัดการน้ำจากกระบวนการผลิต (Produced Water) ซึ่งเป็นน้ำที่เกิดขึ้นมาพร้อมกับการผลิตก๊าซธรรมชาติและปิโตรเลียมไฮโดรคาร์บอนจากแหล่งปิโตรเลียมใต้ดิน ซึ่งต้องมีการบำบัดให้ได้มาตรฐานของประเทศและมาตรฐานสากลก่อนจึงปล่อยออกสู่สิ่งแวดล้อมภายนอก แม้ว่าบริษัทจะสามารถควบคุมคุณภาพของน้ำทั้งจากกระบวนการผลิตได้ในระดับมาตรฐานที่กำหนด แต่ด้วยจิตสำนึกของความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในอันที่จะลดผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของ บริษัทให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ของพนักงานและผู้บริหาร จึงนำไปสู่แนวคิดในการที่จะพัฒนาโครงการอัดน้ำที่เกิดจากกระบวนการผลิต กลับคืนสู่ชั้นหินใต้ดินและพัฒนาไปสู่การอัดกลับคืนได้ทั้งหมด 100 เปอร์เซ็นต์หรือ Zero Discharge ซึ่ง ปตท.สพ. ได้มีการดำเนินการดังกล่าวในทุกพื้นที่ปฏิบัติการในประเทศไทย ภายใต้การยึดแนวปฏิบัติตามหลักการการบริหารจัดการด้าน SSHE (Safety Security Health and Environment) ของบริษัท

## สิ่งที้องค์กรดำเนินการ

องค์ประกอบที่สำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินการโครงการนั้น จากองค์ประกอบแรกที่สำคัญที่สุด คือคน ซึ่งคน



ภาพแผนผังกระบวนการการอัดน้ำจากกระบวนการการผลิตกลับคืนและบรรยากาศที่แท่นบงกช แท่นผลิตของ ปตท.สพ. ในอ่าวไทย

หรือพนักงานของ ปตท.สพ. ได้ถูกปลูกฝังให้มีวัฒนธรรมองค์กรที่นำไปสู่จิตสำนึกเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนภายใต้หลักการของวัฒนธรรมองค์กรที่สำคัญคือ ABCD โดย

- A คือ Adaptation and willingness to learn
- B คือ Bounderlyless
- C คือ Clear Thinking and Communication และ
- D คือ Dedication to work

ซึ่งปตท.สพ. และบุคลากรในทุกส่วนที่เกี่ยวข้อง ได้ใช้วัฒนธรรมดังกล่าวในการทำงานนี้ให้บรรลุผล โดยประกอบไปด้วยการเรียนรู้ที่จะปรับปรุงการออกแบบทางวิศวกรรมของระบบการอัดน้ำกลับคืน การที่หน่วยงานทุกส่วนร่วมกันทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายอย่างไม่มีขอบเขตในเรื่องของโครงสร้างองค์กรเป็นตัวขัดขวาง และมีเป้าหมายที่ชัดเจนร่วมกันในอันที่จะลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้มากที่สุดหรือไม่มีผลกระทบเลย และการทุ่มเททำงานให้บรรลุเป้าหมายเพื่อให้ระบบทั้งหมดสามารถทำงานด้วยประสิทธิภาพ 100 เปอร์เซ็นต์



ในส่วนขอขงขั้นตอนการดำเนินงานนั้น เนื่องจากระบบการบริหารจัดการด้าน ความปลอดภัย ความมั่นคง อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม (SSHE Management System) ของบริษัทได้ถูกออกแบบให้มีความสอดคล้องกับมาตรฐานสากล จึงทำให้โครงการในประเทศไทยทั้งหมดที่ ปตท.สผ. เป็นผู้ดำเนินการเอง สามารถได้รับการรับรองตามระบบมาตรฐาน ISO 14001 ทั้งหมด ซึ่งทำให้เกิดการพัฒนาและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Continual Improvement) ซึ่งเป็นหลักการสำคัญในระบบ ISO 14001 ในทุกระบวนการทำงานรวมถึงการจัดการน้ำที่เกิดจากกระบวนการผลิตอีกด้วย

นอกจากนี้ ระบบการอัดน้ำกลับคืนได้ถูกออกแบบให้มีการลดความเสี่ยงของระบบจากหลักการทางด้านบริหารจัดการความเสี่ยง (Risk Management) จนสามารถทำงานได้มีประสิทธิภาพ 100 เปอร์เซ็นต์ โดยมีมาตรการลดความเสี่ยง 3 ส่วนด้วยกัน คือ

1. การออกแบบทางวิศวกรรม (Engineering Design) ในส่วนของระบบอัดน้ำกลับคืนจำเป็นต้องใช้ความร่วมมือทั้งในส่วนของวิศวกรรมกระบวนการ (Process Engineering) วิศวกรรมการก่อสร้าง (Construction Engineering) และวิศวกรรมแหล่งกักเก็บของชั้นหินใต้ดิน (Reservoir Engineering) ในการออกแบบระบบให้มีความสามารถในการทำงานโดยสามารถอัดกลับน้ำลงสู่หลุมที่สามารถกักเก็บได้ทั้งหมดและมีความสามารถในการอัดกลับสำรองอีกด้วย

2. การบำรุงรักษา (Maintenance Engineering) ซึ่งจำเป็นต้องมีการตรวจสอบและบำรุงรักษาระบบให้เป็นไปตามแผนงานได้และสามารถแก้ไขปรับปรุงได้ทันที โดยบริษัทได้นำระบบ ARIMS (Asset Reliability & Integrity Management System) เข้ามาปรับใช้เพื่อเสริมประสิทธิภาพของการบำรุงรักษาโดยมีการระบุชิ้นส่วน หรือองค์ประกอบที่สำคัญและมีผลกระทบต่อระบบให้เป็น Safety Critical Element ที่จำเป็นต้องมีสำรองไว้ในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินเพื่อให้เกิดความมั่นใจได้ว่าระบบจะทำงานได้สมบูรณ์ตลอดเวลา ซึ่งการสำรองอุปกรณ์ดังกล่าวจำเป็นต้องมีการร่วมมือและประสานงานจากฝ่ายจัดซื้อและฝ่ายส่งกำลังบำรุง

3. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน ในกรณีที่มาตรการใน 2 ส่วนข้างต้นมีความบกพร่องหรือผิดพลาดเกิดขึ้นจนไม่สามารถทำงานได้สมบูรณ์ ได้มีการกำหนดในขั้นตอนการปฏิบัติงานให้ผู้จัดการพื้นที่ปฏิบัติงาน (Field Manager) สามารถตัดสินใจลดกำลังการผลิต

เพื่อให้ระบบยังเพียงพอและสามารถรองรับการอัดกลับคืนน้ำที่เกิดจากกระบวนการผลิตได้ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการที่ ปตท.สผ. ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมเท่าเทียมกับผลประกอบการในการผลิต ซึ่ง ปตท.สผ. เชื่อว่าแนวความคิดดังกล่าวจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กรต่อไป

### ความสำเร็จที่ได้รับ

จากโครงการที่บริษัทได้ริเริ่ม จึงเป็นผลทำให้บริษัทได้เข้ารับรางวัล BG CEO Award ในส่วนของ Environment Award (Environmentally Responsible Produced Water Management) ในปี พ.ศ. 2555 จาก โครงการบงกช ซึ่งเป็นพื้นที่ปฏิบัติที่ ปตท.สผ. ร่วมทุนกับบริษัทสำรวจและผลิตปิโตรเลียมชั้นนำอีก 2 บริษัทของโลก คือ BG และ TOTAL โดย ปตท.สผ. เป็นผู้ดำเนินการเอง ในการนี้โครงการร่วมทุนของ BG Group ทั่วโลกเข้าร่วมประกวด 121 โครงการด้วยกัน แสดงให้เห็นว่าบริษัทได้รับการยอมรับจากองค์กรระดับโลก ในศักยภาพของการบริหารจัดการ เพื่อลดผลกระทบจากการดำเนินงานของบริษัทฯ ที่มีต่อสิ่งแวดล้อม

### ข้อจำกัดและอุปสรรคที่พบ

- การลงทุนในระบบ และอุปกรณ์ต่าง ๆ ค่อนข้างสูง โดยเฉพาะในกรณีของพื้นที่ปฏิบัติการนอกชายฝั่ง โดยบริษัทได้รับความร่วมมือจาก บจ.โททาล ออยล์ (ประเทศไทย) และ บจ.บีจี เอเชีย แปซิฟิก พีทีอี ในกรณีของโครงการบงกช
- ความร่วมมือกับสายงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ หน่วยงานจัดซื้อจัดจ้าง เพื่อยกระดับประสิทธิภาพของระบบ เป็นต้น

### หน่วยร่วมดำเนินการ

- บริษัท โททาล ออยล์ (ประเทศไทย) จำกัด
- บริษัท บีจี เอเชีย แปซิฟิก พีทีอี จำกัด

### ติดต่อ

คุณเทวินทร์ วงศ์วานิช

ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่

โทร. 0 2537 4000



## “การมอง CSR แบบตลอดกระบวนการ”

### ความท้าทายขององค์กร

บริษัท ผลิตไฟฟ้าราชบุรีโฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) มีสถานะเป็นบริษัทมหาชนและจดทะเบียนซื้อขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยด้วยสัญลักษณ์ “RATCH” ประกอบกิจการในรูปแบบบริษัท โฮลดิ้ง ดำเนินงานใน 3 ธุรกิจหลักที่สำคัญ ได้แก่ ธุรกิจผลิตไฟฟ้า ธุรกิจพลังงานทดแทน และธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการผลิตไฟฟ้า ภายใต้สภาวะการณ์ปัจจุบันที่กระแสสิ่งแวดล้อม และความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นสิ่งสำคัญ จึงได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะกระบวนการผลิตไฟฟ้าที่ต้องมองทะลุตลอดกระบวนการ ตั้งแต่ปัจจัยนำเข้า (Input) กระบวนการผลิต (Process) และผลผลิต (Output) เพื่อป้องกัน ลดผลกระทบ และเสริมหนุน นับเป็นความท้าทาย และต้องทุ่มเทความพยายามทุกวิถีทางที่บริษัทจะจรรโลงคุณภาพของสิ่งแวดล้อมให้ดียิ่งขึ้น และมีบทบาทความรับผิดชอบต่อสังคมกับผู้มีส่วนได้เสียอย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกันทุกฝ่าย

### สิ่งที่องค์กรดำเนินการ

เริ่มตั้งแต่ผู้บริหารและพนักงานของบริษัทร่วมกันในการวิเคราะห์ผลกระทบ และปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นจากกระบวนการธุรกิจของตนเอง ตั้งแต่ปัจจัยนำเข้า (Input) อันได้แก่เชื้อเพลิงที่ใช้ในการผลิตไฟฟ้า นอกเหนือจากก๊าซธรรมชาติที่เป็นเชื้อเพลิงหลักในการผลิตไฟฟ้าแล้ว ยังมีการนำก๊าซธรรมชาติที่เป็นผลพลอยได้จากแหล่งน้ำมันดิบที่ถูกเผาทิ้งจากแหล่งน้ำมันดิบประดู่เฒ่า และแหล่งเสาเถียร จังหวัดสุโขทัย

มาใช้เป็นเชื้อเพลิงผลิตกระแสไฟฟ้าแทนการเผาทิ้ง เพื่อให้การใช้ทรัพยากรมีความคุ้มค่าต่อเศรษฐกิจและสังคมสูงสุด ทั้งสองโครงการมีกำลังผลิตรวม 6.3 เมกะวัตต์ สามารถผลิตกระแสไฟฟ้าได้ปีละ 42 ล้านหน่วย ตอบสนองความต้องการไฟฟ้าในภูมิภาคได้ถึง 7,000 ครัวเรือน ช่วยลดปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้รวม 1,400,000 ลูกบาศก์ฟุตต่อวัน และลดการนำเข้าน้ำมันเตาเพื่อผลิตไฟฟ้าได้ 10.5 ล้านลิตรต่อปี คิดเป็นมูลค่าประมาณ 200 ล้านบาทต่อปี นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ขยายไปสู่การนำพลังงานทดแทนมาใช้เป็นเชื้อเพลิงผลิตไฟฟ้า โดยมุ่งเน้นที่พลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานลม และพลังงานชีวมวล ปัจจุบัน บริษัทฯ สามารถผลิตไฟฟ้าจากแหล่งพลังงานดังกล่าวรวม 103 เมกะวัตต์ ซึ่งสามารถลดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้ปีละ 115,000 ตัน

ด้านกระบวนการผลิตไฟฟ้า (Process) นอกจากการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยทั้งประสิทธิภาพในการผลิตและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแล้ว ยังแสวงหาแนวทางดำเนินอื่นที่จะช่วยลดปริมาณ CO<sub>2</sub> จากกระบวนการผลิตไฟฟ้าภายในโรงไฟฟ้าราชบุรี โดยริเริ่มนำ CO<sub>2</sub> ที่เหลือทิ้งจากกระบวนการผลิตไฟฟ้ามาเผาเลี้ยงสาหร่ายสไปรูลิน่า ซึ่งถือเป็นนวัตกรรมในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทฯ เพราะสาหร่ายสไปรูลิน่ามีความสามารถดูดซับ CO<sub>2</sub> ได้มากกว่าต้นไม้ถึง 9 เท่า ผลจากการศึกษาพบว่า สาหร่ายที่เพาะเลี้ยงในพื้นที่ 1 ไร่ สามารถดูดซับ CO<sub>2</sub> ได้ถึง 9.85 ตัน โครงการนี้เป็นต้นแบบที่ภาคอุตสาหกรรมและภาคการผลิตอื่นสามารถนำไปใช้ในการบริหาร

จัดการลด CO<sub>2</sub> เหลือทิ้งจากกระบวนการผลิต พร้อมกันนี้ บริษัทได้จัดทำศูนย์การเรียนรู้การลดโลกร้อน ณ โรงไฟฟ้าราชบุรี เพื่อเผยแพร่แนวคิดการลดโลกร้อนแก่สาธารณชนด้วย สำหรับการวิจัยและทดลองเพาะเลี้ยงสาหร่ายสไปรูลินายังคงดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อค้นหาสภาพแวดล้อมที่สาหร่ายจะนำ CO<sub>2</sub> เหลือทิ้งมาใช้ในการเจริญเติบโตได้มากที่สุด ขณะเดียวกันบริษัทก็ได้ศึกษาการแปรรูปและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากสาหร่ายที่ได้จากการเพาะเลี้ยงภายในโรงไฟฟ้าและแนวทางการพัฒนาในเชิงพาณิชย์ในอนาคต

นอกจากนี้ บริษัทยังมีเป้าหมายที่จะลดปริมาณน้ำที่ผ่านการบำบัดปล่อยออกสู่ภายนอกให้เป็นศูนย์ (Zero Discharge) โดยดำเนินการผ่าน 3 โครงการหลัก ได้แก่ โครงการพัฒนาพื้นที่ 350 ไร่บริเวณด้านทิศตะวันตกของโรงไฟฟ้าราชบุรี เพื่อนำน้ำที่ผ่านการบำบัดจากบ่อบำบัดมาใช้ประโยชน์ในพื้นที่ที่ได้พัฒนาเป็นแปลงสาธิตเกษตรอินทรีย์ชีวภาพโดยร่วมมือกับกรมการทหารช่างจังหวัดราชบุรี ทำแปลงนาปลูกข้าว 40 ไร่ ซึ่งผลผลิตมอบให้กับกรมการทหารช่าง จัดทำพื้นที่ป่าชุ่มน้ำ จำนวน 310 ไร่ ซึ่งได้กลายเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยและแหล่งอาหารสำหรับสัตว์น้ำ สัตว์ปีก และเป็นแหล่งเรียนรู้ศึกษาธรรมชาติ โครงการนำน้ำจากกระบวนการผลิตที่ผ่านการบำบัดตามมาตรฐานคุณภาพน้ำจากกรมชลประทานมาใช้รดต้นไม้ในพื้นที่โรงไฟฟ้า และโครงการปรับปรุงคุณภาพน้ำที่กลับมาใช้ใหม่ด้วยเทคโนโลยี Reverse Osmosis (RO) และ Ultra Filter (UF) เพื่อนำกลับไปใช้ในกระบวนการผลิตใหม่ ลดการปล่อยน้ำทิ้งออกสู่สิ่งแวดล้อมภายนอก ในปี 2554 น้ำที่ผ่านการปรับปรุงคุณภาพด้วยเทคโนโลยี RO มีปริมาณ 1,225,307 ลูกบาศก์เมตร ช่วยลดการใช้น้ำดิบคิดเป็น 5% ของปริมาณน้ำดิบที่เข้าสู่กระบวนการผลิต

ทางด้านผลผลิต (Output) คือไฟฟ้าที่ผลิตออกไป นอกจากการควบคุมคุณภาพแรงดันไฟฟ้าให้ได้ตามที่ลูกค้า คือ กฟผ. กำหนด และควบคุมมลสารจากการผลิตให้อยู่ภายใต้มาตรฐานสิ่งแวดล้อมที่กฎหมายกำหนดแล้ว การให้ความสำคัญ

กับผู้บริโภคและประชาชน บริษัทฯ ก็ได้ดำเนินการผ่านโครงการต่าง ๆ อาทิ การส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน งานด้านสาธารณสุข การศึกษาและการพัฒนาคุณภาพชีวิต ตลอดจนการส่งเสริมป่าชุมชนภายใต้โครงการ “อนุรักษ์ป่า ป่ารักชุมชน” เพื่อรักษาแหล่งน้ำ แหล่งอาหาร แหล่งพลังงานของชุมชน สังคม และเพิ่มพื้นที่ป่าให้เป็นแหล่งกักเก็บก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ของสังคมที่ทุกคนสามารถใช้ประโยชน์ร่วมกันได้

### ความสำเร็จที่ได้รับ

- บริษัทได้รับการยอมรับจากผู้มีส่วนได้เสียและนักลงทุนอย่างต่อเนื่อง
- เป็นต้นแบบในการเข้ามาศึกษาดูงานจากหน่วยงานต่าง ๆ ภาครัฐ เอกชน ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- ได้รับความไว้วางใจและเชื่อถือจากชุมชน จนเป็นส่วนกำลังสำคัญขององค์กรในการเฝ้าระวังปัญหาต่างๆ
- พนักงานภาคภูมิใจและเกิดความจงรักภักดีต่อองค์กร

### ข้อจำกัดและอุปสรรคที่พบ

- การให้ความรู้และสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับธุรกิจไฟฟ้าแก่ผู้มีส่วนได้เสียที่มีจำนวนมาก

### หน่วยร่วมดำเนินการ

- บริษัท ผลิตไฟฟ้าราชบุรี จำกัด

### ติดต่อ

คุณศุภชัย พจนพานิช

ผู้จัดการส่วนกิจกรรมสังคม

โทร. 0 2794 9945

อีเมล supachai@ratch.co.th



Better Living > possible.

# Yes, We Care

## “จากโจทย์การผลิตแบบเดิมยังไม่มีประสิทธิภาพมากที่ควร ก่อให้เกิดของเสีย นำไปสู่วัฏกรรมการก่อสร้างบ้านแบบ Real Estate Manufacturing (REM)”



วันที่ 13 -15 ชั้นบนเริ่มโครงสร้าง



วันที่ 40 -42 ซุปเปอร์ไฟฟา ทำความสะอาดบ้าน



### ความท้าทายขององค์กร

บริษัท พุกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ประเภททาวน์เฮาส์ บ้านเดี่ยว และอาคารชุด ในประเทศไทยและหลายประเทศในทวีปเอเชีย ได้แก่ สาธารณรัฐมาเลเซีย อินเดีย และเวียดนาม

ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทยเติบโตขึ้นทุกปี โดยบริษัทมีอัตราการเติบโตในแต่ละปีอยู่ที่ระดับ 20% ผลิตบ้านปีละกว่าหมื่นยูนิต ในลักษณะของ Mass Production ซึ่งนับว่าเป็นจำนวนการผลิตที่สูงมากเมื่อเทียบกับบริษัทในอุตสาหกรรมเดียวกัน อย่างไรก็ตาม บริษัทไม่สามารถรักษาการเจริญเติบโตของธุรกิจไปได้ด้วยกำลังและลักษณะการผลิตรูปแบบเดิม ที่นอกจากจะไม่เอื้อต่อการขยายกำลังการผลิตแล้ว ระบบการผลิตแบบเดิมยังไม่มีประสิทธิภาพมากที่ควร ก่อให้เกิดของเสีย (Waste) ในเรื่องจำพวก Work Utilization ค่าขนส่งสูง ไม่ว่าจะเกิดจากการที่คนงานไม่รู้ระบบงาน หรือจำนวนสินค้าคงคลัง (Inventory) หรืองานที่อยู่ในระบบ Work-in-

Process (WIP) และสิ่งที่สำคัญคือคุณภาพของบ้านที่ส่งมอบให้กับลูกค้า ดังนั้นบริษัทจึงต้องหาวิธีการมาปรับแก้ปัญหาดังกล่าว เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและรักษาผลการดำเนินงานของบริษัทเอาไว้

### สิ่งที่องค์กรดำเนินการ

บริษัทได้นำแนวคิดการผลิตสินค้าในลักษณะโรงงานมาประยุกต์กับการสร้างบ้าน เรียกว่า Real Estate Manufacturing (REM) หลักการคือ แทนที่สินค้าจะเคลื่อนไปตามแต่ละสถานีของสายการผลิต เช่นเดียวกับการผลิตสินค้าในโรงงาน บ้านของพุกษากลับมีการจัดการโดยเคลื่อนพนักงานไปตามสินค้า ในที่นี้ก็คือบ้านแต่ละหลังในโครงการ ให้เป็นจังหวะการทำงานที่พร้อมกันเช่นเดียวการทำงานของการประกอบรถยนต์

ระบบจะขับเคลื่อนการสร้างบ้านให้เป็นไปตามลำดับงาน (Work Sequence) จังหวะการทำงาน (Takt Time)

และการทำงานอย่างต่อเนื่อง (Continuous Flow) ซึ่งจะสามารถกำหนด Productivity, คุณภาพ, และการบริหารจัดการ WIP ได้ เนื่องจากระบบได้รับการออกแบบมาให้มีการตรวจสอบและควบคุมคุณภาพระหว่างการก่อสร้าง (Build-in Quality) เป็นการ Check and Balance คุณภาพงาน โดยหากช่างก่อสร้างในขั้นตอนถัดมา พบจุดบกพร่องของงานในขั้นตอนแรก ระบบการก่อสร้างจะหยุดทั้งระบบและจะต้องมีการดำเนินการแก้ไขทันทีเพื่อให้การก่อสร้างในขั้นตอนถัดไปเสร็จได้ทันกำหนดเวลา ซึ่งถือเป็น In-Process Quality Control (IPOC) ที่เป็นระบบการควบคุมคุณภาพที่ใช้อยู่ในอุตสาหกรรมชั้นนำในปัจจุบัน

หากมองในมุมกว้าง นวัตกรรมการก่อสร้างบ้านแบบ REM นี้ส่งผลกระทบต่อผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่าย ทั้งผู้ถือหุ้นหรือองค์กรเองที่สามารถผลิตสินค้าได้ทันตามความต้องการของตลาด ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในแง่ของการมีมาตรการควบคุมภาพของสินค้า หรือแม้กระทั่งพนักงานที่จะต้องผ่านการฝึกอบรมจากพวกษา ก่อนที่จะลงมือปฏิบัติจริง ถือเป็น การแสดงความรับผิดชอบต่อพนักงานในอีกทางหนึ่งแน่นอนว่านอกจากผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นกับองค์กรในแง่ของระบบงานแล้ว ระบบนี้ยังส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญ อาทิเช่น

ระบบนี้ทำให้องค์กรสามารถคำนวณได้ว่าจะต้องใช้วัสดุชนิดใดในช่วงเวลาไหน และต้องใช้วัสดุจำนวนเท่าไรได้ง่ายและแม่นยำกว่าระบบการก่อสร้างแบบเดิม ส่งผลให้การบริหารการจัดการด้าน Logistic มีประสิทธิภาพและแม่นยำ ทำให้การใช้พลังงานมีประสิทธิภาพสูงสุด และจุดนี้เองที่ส่งผลให้องค์กรสามารถลดจำนวนสินค้าคงค้าง, ความเสียหายจากการจัดเก็บและปริมาณวัสดุเหลือใช้ในกระบวนการก่อสร้างลงไปได้มาก นับเป็นการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการใช้ทรัพยากรให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น ส่งผลกระทบต่อในวงกว้างและในระยะยาว และปัจจุบัน REM ถูกนำไปใช้ในการก่อสร้างโครงการบ้านก่อสร้างใหม่ทั้งหมดของพวกษา ถือเป็นแห่งแรก

ในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่นำลักษณะการก่อสร้างรูปแบบนี้มาใช้

### ความสำเร็จที่ได้รับ

ระบบนี้สามารถลดการใช้ทรัพยากรในการก่อสร้างลงได้ คุณภาพของบ้านก่อนส่งมอบให้แก่ลูกค้าดีขึ้นมากกว่า 60% (ลดการซ่อมบ้าน) ในขณะที่ใช้ระยะเวลาในการก่อสร้างลดลง (ตัวอย่าง จากเดิมใช้เวลาในการก่อสร้างบ้านเดี่ยว 56 วัน ลดลงเหลือเพียง 33 วัน) ประสิทธิภาพในการก่อสร้างเพิ่มขึ้น 67% นั่นแปลว่าประสิทธิภาพในการก่อสร้างปรับตัวสูงขึ้น ลดความสูญเสียระหว่างการก่อสร้างไม่ว่าจะเป็นในฝั่งห่วงโซ่อุปทานหรือสินค้าคงค้าง (Inventory) ลงไปได้ 20% และ 35% ตามลำดับ สิ่งเหล่านี้คือความสำเร็จที่องค์กรได้รับโดยตรง นอกจากนี้ พวกษา ยังเป็นองค์กรแห่งแรกในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่คิดค้นและพัฒนา นวัตกรรมการก่อสร้างในลักษณะ REM ขึ้นมาจนได้รับรางวัลระดับโลก ASQ's 2012 World Conference ที่สหรัฐอเมริกา ซึ่งถือเป็น การยอมรับในระบบ REM และยืนยันความสำเร็จในระดับนานาชาติ

### ข้อจำกัดและอุปสรรคที่พบ

- ช่างก่อสร้างยังปรับตัวไม่ทันกับระบบในช่วงแรกของการดำเนินงาน

### หน่วยร่วมดำเนินการ

- คู่ค้าของบริษัท พวกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน)

### ติดต่อ

คุณวีระศักดิ์ แก้วหนู  
รองกรรมการผู้จัดการ  
โทร. 0 2298 0101

อีเมล [wirasak\\_k@pruksa.com](mailto:wirasak_k@pruksa.com)

## วิเคราะห์ผลกระทบแง่ลบที่อาจเกิดขึ้น ตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน

### ความท้าทายขององค์กร

บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) แกนนำธุรกิจเคมีภัณฑ์กลุ่ม ปตท. ดำเนินธุรกิจปิโตรเคมีและการกลั่นครบวงจรที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศไทย เกิดจากการควบรวมกิจการระหว่าง บริษัท ปตท. เคมิคอล จำกัด (มหาชน) และ บริษัท ปตท. อะโรมาติกส์และการกลั่น จำกัด (มหาชน) เมื่อปลายปี 2554 ที่ผ่านมา

ด้วยลักษณะของธุรกิจที่ต้องมีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติในปริมาณที่สูง จึงเสี่ยงไม่ได้ที่การดำเนินงานส่วนใหญ่ขององค์กรส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยตรง และถึงแม้ว่านโยบายหลักขององค์กรจะอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกลุ่ม ปตท. แต่ พีทีที โกลบอล เคมิคอล เป็นบริษัทในเครือที่มีจำนวนโรงงานมากที่สุดในกลุ่ม จึงอาจกล่าวได้ว่าบริษัทมีความเสี่ยงที่การดำเนินงานจะไปกระทบกับชุมชนและสิ่งแวดล้อมมากที่สุด ดังนั้นจึงเป็นเรื่องจำเป็นที่บริษัทต้องให้ความใส่ใจในการลดและบรรเทาผลกระทบแง่ลบที่อาจเกิดขึ้นได้เป็นสำคัญ ประกอบกับบริษัทต้องประกอบกิจการกับหุ้นส่วนทางธุรกิจที่หลากหลาย ทั้งในระดับประเทศและนานาชาติ ดังนั้น การยึดถือหลักปฏิบัติสากลในการดำเนินกิจการจึงเป็นเหมือนแรงผลักดันให้บริษัทต้องปรับตัวเพื่อสอดคล้องกับมาตรฐานและข้อบังคับต่าง ๆ อยู่อย่างสม่ำเสมอ

### สิ่งที่องค์กรดำเนินการ

องค์กรเน้นการทำ CSR-in-Process เนื่องจากเล็งเห็นว่ากระบวนการผลิตและการดำเนินงานขององค์กรไปกระทบกับสิ่งแวดล้อมโดยตรง และมีความเป็นไปได้ที่จะส่งผลกระทบต่อวงกว้างเนื่องจากมีแหล่งดำเนินงานที่ตั้งอยู่ใกล้ชุมชนหลายแห่ง โดยบริษัทจะวิเคราะห์ผลกระทบในแง่ลบที่อาจเกิดขึ้นตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำในลักษณะ Complex Integration คือ วิเคราะห์ดูว่าในกระบวนการผลิตทั้งหมดของบริษัทมีอะไรบ้าง และแต่ละกระบวนการไปเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียส่วนไหน และส่งผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียเหล่านั้น จึงนำมาจัดลำดับความสำคัญแล้วนำเสนอเป็นแผนปฏิบัติงาน เพื่อบรรจุให้เป็นยุทธศาสตร์ขององค์กร

สิ่งที่องค์กรเน้นหนักและมีการดำเนินงานที่โดดเด่นที่สุด คือ ความพยายามและความสำเร็จในการลดและป้องกันผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยบริษัทได้ประยุกต์แนวคิดในเรื่องของ 3Rs ได้แก่ การลดตั้งแต่แหล่งกำเนิด (Reduce) การใช้ซ้ำ (Reuse) และการนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) ตามที่กระทรวงอุตสาหกรรมได้ส่งเสริมให้โรงงานอุตสาหกรรมต่าง ๆ ดำเนินการตาม เพื่อการบริหารจัดการกากอุตสาหกรรมให้มีประสิทธิภาพ ซึ่ง

บริษัท ได้เริ่มดำเนินการในปี 2554 และกำหนดเป้าหมายเอาไว้ว่าจะลดปริมาณของเสียนำไปฝังกลบจนเป็นศูนย์ (Zero Waste to Landfill) ภายในปี 2558

การดำเนินงานดังกล่าวได้ผลเป็นที่น่าพอใจ คือสามารถลดปริมาณของเสียที่จะต้องนำไปฝังกลบได้ถึงร้อยละ 46.65 จากเดิมที่ตั้งเป้าหมายการดำเนินการในปีแรกไว้ที่ร้อยละ 25 ซึ่งเป็นผลมาจากการดำเนินการจัดการของเสียตามหลัก 3Rs รวมทั้งการมีส่วนร่วมของพนักงานในบริษัท โดยล่าสุดบริษัทได้รับรางวัลการจัดการของเสียภายในโรงงานตามหลัก 3Rs และได้รับการคัดเลือกให้ดำเนินโครงการนำร่องการพัฒนาศักยภาพการใช้ประโยชน์กากของเสีย ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งทำหน้าที่เสมือนเป็นโรงงานต้นแบบของความสำเร็จในการนำของเสียมาใช้ประโยชน์ในระดับอุตสาหกรรมให้กับโรงงานอื่น ๆ อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมการหมุนเวียนการใช้ประโยชน์และลดปริมาณของเสียที่ต้องส่งไปกำจัดภายนอกโรงงาน

บริษัทมีแนวคิดที่จะขยายผลของโครงการนี้รวมถึงโครงการอื่น ๆ ในการพัฒนายุทธศาสตร์เชิงรุกในการจัดการสิ่งแวดล้อม (Proactive Environmental Management) ไม่ที่จะเป็นการจัดทำฉลากคาร์บอน (Carbon Labeling) กลยุทธ์ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change Strategy) การส่งเสริมประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ (Eco-Efficiency Indicators) ฯลฯ ไปสู่ผู้ส่งมอบตลอดห่วงโซ่อุปทาน และมีความมุ่งมั่นในการก้าวสู่การเป็นอุตสาหกรรมสีเขียว (Green Industry) โดยมีความเป็นไปได้ที่จะเกิดการจัดซื้อจัดจ้างสีเขียว (Green Purchasing) ที่เป็นรูปธรรมยิ่งขึ้นในอนาคต

### ความสำเร็จที่ได้รับ

ภาพลักษณ์ที่ดีและความน่าเชื่อถือในเรื่องการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพของบริษัท จะเป็นส่วนช่วยในการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันในระดับสากล แต่ผล

สำเร็จที่เกิดขึ้นในระยะยาว คือ การลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อให้เกิดความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม ประกอบกับการที่องค์กรมีการนำองค์ความรู้ เทคโนโลยีใหม่ ๆ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ระหว่างพนักงาน หน่วยงาน และองค์กรมากขึ้นนั้น จะเป็นส่วนช่วยในการพัฒนาทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของประเทศชาติในภาพรวมได้ในอนาคต

### ข้อจำกัดและอุปสรรคที่พบ

- เทคโนโลยีและความสามารถในการรองรับการจัดการของเสียภายในประเทศมีอย่างจำกัด
- ข้อกำหนดและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมและการดำเนินการเกี่ยวกับการกำจัดของเสียและวัสดุที่ไม่ใช้งานแล้ว

### หน่วยร่วมดำเนินการ

- กรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

### ติดต่อ

ดร. สวนิตย์ บุญญาสุวัฒน์

รักษาการผู้จัดการส่วน หน่วยงานกลยุทธ์กิจการเพื่อสังคม  
โทร. 0 2265 8448

อีเมล [savanit.b@pttgcgroup.com](mailto:savanit.b@pttgcgroup.com)



## “มุ่งเน้นการใช้นวัตกรรมที่ช่วยอนุรักษ์พลังงาน ควบคู่กับการรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน”



### ความท้าทายขององค์กร

บริษัท รถไฟฟ้ากรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ได้รับสัมปทานจากการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) ในโครงการระบบรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร สายเฉลิมรัชมงคล หรือรถไฟฟ้า MRT ซึ่งให้บีเอ็มซีแอลมีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในการให้บริการเดินรถและจัดเก็บรายได้ค่าโดยสาร และการพัฒนาเชิงพาณิชย์เป็นระยะเวลา 25 ปี เนื่องด้วยต้องใช้เทคโนโลยีขั้นสูงและพลังงานไฟฟ้าในกระบวนการทำงานของการให้บริการรถไฟฟ้า จึงทำให้องค์กรมีการพัฒนากระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มศักยภาพในการให้บริการ โดยให้ความสำคัญกับการดำเนินการที่เป็นมิตรกับสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืนมาตั้งแต่เปิดให้บริการเดินรถ

### สิ่งที่องค์กรดำเนินการ

บริษัทตั้งปณิธาน “ดำเนินธุรกิจที่มุ่งสร้างประโยชน์ให้แก่สังคมตลอดไป โดยยึดมั่นในแนวทางการดำเนินธุรกิจ ที่มุ่งเน้นการใช้นวัตกรรมที่ช่วยอนุรักษ์พลังงานควบคู่กับการรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน” ด้วยรูปแบบธุรกิจที่ต้องมีต้นทุนในการดำเนินงานค่อนข้างสูง ทางองค์กรจึงเล็งเห็นถึงการจัดการเพื่อที่

จะลดต้นทุนที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานขององค์กร จึงเกิดเป็นโอกาสที่องค์กรจะริเริ่มจัดตั้งโครงการต่าง ๆ เพื่อที่จะลดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ ภายใต้แนวคิดการช่วยลดต้นทุนและการช่วยลดการใช้พลังงานรักษาสิ่งแวดล้อมควบคู่กัน จึงเกิดเป็นโครงการประหยัดพลังงาน

โดยองค์กรได้แบ่งพื้นที่ที่ใช้พลังงานไฟฟ้าออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1. พื้นที่สถานี (Station) ซึ่งเป็นสัดส่วนในการใช้พลังงานมากที่สุด 2. ระบบขับเคลื่อนรถไฟฟ้า (Traction) 3. พื้นที่ศูนย์ซ่อมบำรุง (Depot) จากนั้นองค์กรจึงจัดตั้งเป็นโครงการประหยัดพลังงานอย่างเป็นทางการ ด้วยความตั้งใจที่ว่า “จะต้องทำกิจกรรมทุกอย่างที่จะช่วยลดการใช้พลังงานไฟฟ้า” โดยแบ่งโครงการเป็น 2 โครงการหลัก คือ

1. โครงการประหยัดพลังงานที่ไม่มีการลงทุน ซึ่งเป็นการช่วยลดการใช้พลังงานที่ไม่ต้องนำเม็ดเงินมาลงทุน สามารถดำเนินการได้ทันที อาทิ การปรับเปลี่ยนวิธีการทำงานของเครื่องระบายอากาศ การปรับเปลี่ยนวิธีการทำงานของเครื่องปรับอากาศ การปรับเปลี่ยนตารางการเดินรถ รวมถึงการรณรงค์ให้ใช้พลังงานอย่างประหยัด เช่น การเปิด/ปิดระบบ



ปรับอากาศและแสงสว่างที่ไม่ใช้งาน

2. โครงการประหยัดพลังงานที่มีการลงทุน ซึ่งจะต้องนำเงินมาช่วยในการดำเนินการ อาทิ การติดตั้งอุปกรณ์ควบคุมความเร็วรอบมอเตอร์ในระบบปรับอากาศ การติดตั้งอุปกรณ์ควบคุมการเปิด/ปิดระบบปรับอากาศอัตโนมัติ รวมถึงโครงการติดตั้งหลอดไฟฟ้าแสงสว่างประหยัดพลังงานแบบหลอดชนิดแบบฮาโลเจน เป็นแบบชนิด LED ซึ่งเป็นโครงการนำร่องและจะขยายผลออกไปยังสถานีอื่น ๆ

จากทุกกิจกรรมที่กล่าวมานี้ ทางองค์กรจะยึดถึงประโยชน์ของผู้โดยสารรถไฟฟ้า MRT เป็นสำคัญ นั่นคือ ทุกกิจกรรมในโครงการจะต้องไม่ส่งผลกระทบต่อผู้ใช้บริการ และผลจากการดำเนินโครงการได้ให้เห็นได้ชัด นั่นคือ โครงการสามารถช่วยประหยัดพลังงานไฟฟ้าในการดำเนินธุรกิจได้อย่างมาก โดยทางองค์กรได้เก็บสถิติเปรียบเทียบอัตราการใช้พลังงานไฟฟ้าตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 จนถึงปี พ.ศ. 2554 จะเห็นได้ว่า อัตราการใช้พลังงานไฟฟ้าลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยปี พ.ศ. 2554 สามารถประหยัดพลังงานไฟฟ้าได้ถึงกว่า 20 ล้านกิโลวัตต์และสามารถลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้ถึง 12,087 ตัน ซึ่งสวนทางกันกับอัตราผู้ใช้บริการโดยสารรถไฟฟ้าที่มีจำนวนมากขึ้นทุกปี และอีกผลลัพธ์ที่น่าชื่นชมของโครงการนี้คือ สามารถลดค่าใช้จ่ายพลังงานได้ถึงร้อยละ 10 ต่อปี

## ความสำเร็จที่ได้รับ

บริษัทได้ขยายผลในสิ่งที่องค์กรดำเนินการให้ครอบคลุมทุกสถานี รวมถึงสูบบุคคลภายนอก พร้อมกับการดำเนินกิจกรรมต่อยอดจากโครงการเพื่อช่วยลดการใช้พลังงานและร่วมรักษาสิ่งแวดล้อมให้มากขึ้น พร้อมกันนี้องค์กรมีความคาดหวังที่จะให้สังคมร่วมช่วยกันประหยัดการใช้พลังงานไฟฟ้า โดยองค์กรจะสามารถเป็นแบบอย่างนำร่องได้

ปัจจัยที่ทำให้กิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรสำเร็จได้ คือ คณะผู้บริหารและพนักงานทุกคนในองค์กรที่มีความร่วมมือร่วมใจกัน ผนวกกับความมุ่งมั่น จึงทำให้ทุกโครงการเกิด

ผลลัพธ์ที่น่าพอใจ และอีกนัยหนึ่งโครงการยังช่วยลดต้นทุนบางส่วนขององค์กรอีกด้วย จึงถือเป็นผลดีต่อทั้งองค์กรและสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป และนอกจากนี้องค์กรยังมีโครงการอื่น ๆ ที่ช่วยสนับสนุนการประหยัดพลังงานรักษาสิ่งแวดล้อมและช่วยเหลือสังคม ได้แก่ โครงการคืนบัตรรถไฟฟ้า ช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม พร้อมพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นโครงการที่ถือกำเนิดขึ้นจากแนวคิดหลัก 2 ประการ คือ การร่วมรณรงค์ให้รักษาสิ่งแวดล้อม ควบคู่ไปกับการเชิญชวนให้ผู้ใช้โดยสารมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือสังคม และการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนในรูปแบบต่าง ๆ ผ่านการคืนบัตรโดยสารที่หมดอายุแล้วโดยบัตรโดยสาร 1 ใบ แทนเงินบริจาค 10 บาท เพื่อนำเงินทุนไปใช้ในการช่วยเหลือสังคมในโอกาสต่าง ๆ ผลจากการดำเนินโครงการ ส่งผลให้บริษัทลดการผลิตบัตรรถไฟฟ้าใหม่และนำบัตรมาหมุนเวียนใช้ใหม่ได้ถึงร้อยละ 50.99 สำหรับปี พ.ศ. 2554 และยังมีโครงการอื่น ๆ อีก เช่น โครงการ BMCL Green Power โครงการเพื่อนร่วมก๊วนชวนเก็บกล่อง โครงการ Happy Workplace เป็นต้น

## ข้อจำกัดและอุปสรรคที่พบ

- โครงการประหยัดพลังงาน เมื่อผู้โดยสารมีจำนวนมากขึ้นจะต้องมีการวางแผนรองรับในเรื่องการประหยัดพลังงานอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะต้องใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาช่วย จึงทำให้การดำเนินงานล่าช้ากว่ากำหนด

## ติดต่อ

คุณกัณฐมณี มณีภาค  
หัวหน้าแผนกประชาสัมพันธ์  
โทร. 0 2354 2000 ต่อ 3266  
อีเมล Kanthamaneem@bangkokmetro.co.th



## ดำเนินธุรกิจโรงแรม “Green Hotel” เพื่อเชื่อมต่อสิ่งแวดล้อม



### ความท้าทายขององค์กร

บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจด้านการให้บริการโรงแรมและรีสอร์ท ด้วยรูปแบบธุรกิจการให้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เข้ามาพักในโรงแรมและรีสอร์ทให้มีความสุขในการพักผ่อนมากที่สุด โดยยึดมั่นที่ว่า ให้บริการลูกค้าอย่างเต็มที่พร้อมกับการรักษาสิ่งแวดล้อมและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่าที่สุด ดังนั้นทางบริษัทจึงมีนโยบายในการลดการใช้พลังงาน รักษาสิ่งแวดล้อม และแทนคุณสังคมให้มากที่สุด

### สิ่งที่องค์กรดำเนินการ

ด้วยแนวคิดที่ว่า “เพราะมีคุณถึงมีเรา” จึงก่อให้เกิด

การดำเนินงานต่าง ๆ ของบริษัทที่มุ่งเน้นนโยบายในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืนในการดำเนินงานบนพื้นฐานของคุณธรรมและจริยธรรม โดยแบ่งพื้นฐานที่สำคัญในการพัฒนาสังคมออกเป็น 4 เสาหลัก คือ ศิลปวัฒนธรรม ความเท่าเทียมทางสังคม คุณภาพสิ่งแวดล้อม และความพอเพียงของเศรษฐกิจ เพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาสังคมและประเทศชาติ

การดำเนินงานด้านบริการของบริษัทที่ตั้งใจให้บริการลูกค้าเพื่อความพึงพอใจอันสูงสุด พร้อมกับความประทับใจของลูกค้าจากการรับบริการ ทางบริษัทจึงเห็นว่าต้องดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการใช้ทรัพยากรธรรมชาติให้คุ้มค่าที่สุด ภายใต้ นโยบายโรงแรมสีเขียว (Green Hotel) ด้วยการตีกรอบอย่างกว้างๆ คือ การลดการใช้พลังงาน และการปลูกผักสีเขียวในโรงแรม บริษัทจึงได้ริเริ่มจัดทำกิจกรรมต่าง ๆ อย่างจริงจัง



โดยในส่วนของการลดการใช้พลังงาน ได้มีการติดตั้งระบบ Solar Hot Water และ Waste Heat Recovery นั่นคือการนำพลังงานทดแทนมาใช้ในการดำเนินงาน โดยใช้พลังงานแสงอาทิตย์และความร้อนทิ้งจากแอร์และเครื่องหุงต้ม มาทำเป็นระบบผลิตน้ำร้อน ทั้งนี้ทางบริษัทได้ขยายให้ครอบคลุมไปทุกสาขาเพื่อให้ปฏิบัติเป็นแนวทางเดียวกัน ผลจากการดำเนินการดังกล่าว ทำให้องค์กรประหยัดการใช้พลังงานไฟฟ้าได้อย่างชัดเจน ด้วยการเก็บสถิติเปรียบเทียบอัตราการใช้พลังงานไฟฟ้าระหว่างระบบผลิตน้ำร้อนแบบหม้อต้มไฟฟ้ากับระบบผลิตน้ำร้อนจากพลังงานทดแทน

ควบคู่ไปกับการประหยัดพลังงาน คือการร่วมรักษาสิ่งแวดล้อม สร้างบรรยากาศในโรงแรมให้ร่มรื่น พร้อมทั้งการช่วยรักษาสุขภาพอนามัยการรับประทานอาหารของลูกค้าที่เข้ามาพักผ่อนที่โรงแรม นั่นคือ การปลูกผักที่ไร้สารพิษในโรงแรม โดยผักที่ได้นั้นจะนำมาประกอบอาหารในโรงแรมและมาจัดแจกันแทนไม้ดอกไม้ประดับได้ ทั้งนี้ยังได้ทำเป็นสถานที่ท่องเที่ยวของโรงแรมอีกด้วย โดยพาลูกค้าเข้าไปเยี่ยมชมสวนผัก ภายในสวนผักจะติดป้ายชื่อผักทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ พร้อมทั้งสรรพคุณของผักด้วย ซึ่งทางบริษัทมีความยินดีและอนุญาตให้ลูกค้าที่เข้ามาพักในโรงแรมเก็บพืชผักไปรับประทานเองได้นอกจากนี้บริษัทยังพยายามปลูกพืชผักสวนครัวแทนไม้ดอกไม้ประดับที่อีกด้วย ซึ่งจะต้องดูแลจัดพื้นที่ให้เหมาะสม

ในส่วนของการรักษาสิ่งแวดล้อม ทางโรงแรมมีการพัฒนาระบบการซักผ้าที่ใช้ระบบไอโซน โดยไม่ต้องใช้สารเคมี การบำบัดน้ำเสียจากการซักผ้าแล้วนำมาใช้ในการรดน้ำต้นไม้ การปลูกพืชแบบออร์แกนิก

### ความสำเร็จที่ได้รับ

จากการที่บริษัทได้จัดทำกิจกรรมและโครงการต่าง ๆ ที่สามารถเห็นผลได้อย่างชัดเจน ด้วยความตั้งใจที่จะพัฒนาต่อยอดไปอย่างไม่หยุดยั้งของผู้บริหารและพนักงานทุกคน ทำให้เป็นที่ยอมรับและได้รับรางวัลไปไม่สิ้นเชิง ซึ่งเป็นรางวัลที่

เกี่ยวกับการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมที่ดี

บริษัทได้ขยายผลในสิ่งที่ยังคงดำเนินการออกไปสู่สาขาอื่น ๆ ที่อยู่ในเครือ รวมถึงกระจายสู่บุคคลภายนอกเพื่อเป็นแบบอย่างในการลดการใช้พลังงานและการร่วมรักษาสิ่งแวดล้อม ด้วยความที่ผู้บริหารมีวิสัยทัศน์ในการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ผนวกกับความเข้าใจกันและความร่วมมือของพนักงานทุกคนในองค์กร ทำให้กิจกรรมและโครงการต่าง ๆ ดำเนินมาได้ด้วยดี และส่งผลดีจากการทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้อย่างชัดเจนและเป็นที่น่าพอใจ รวมถึงส่งผลให้เห็นว่าผู้บริหารและพนักงานทุกคนขององค์กรมีความสมัครสมานสามัคคีกัน

ด้วยความตั้งใจในการทำความดีของทุกคนในองค์กร จึงก่อให้เกิดเป็นกิจกรรมและโครงการต่าง ๆ อีกมากมาย เช่น โครงการเซ็นทรัลซ่าสูงโมเดล โครงการเซ็นทรัลมุ่งมั่นพัฒนาการศึกษา และการมอบผ้าอะลูมิเนียมจากขวดน้ำดื่มสำหรับผลิตชาเขียวให้แก่มูลนิธิชาเขียว ในสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี เป็นต้น

### ข้อจำกัดและอุปสรรคที่พบ

- โครงการยังไม่สามารถดำเนินการครอบคลุมทุกโรงแรมที่อยู่ในเครือ เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านพื้นที่ของโรงแรม

### ติดต่อ

คุณบุญชอบ ล้ออุไร  
ผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารมวลชน  
โทร. 08 1859 1177  
อีเมล boonchobla@chr.co.th



## Supalai Green Design Save our world, Save your money

### ความท้าทายขององค์กร

บริษัท สุภาลัย จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจด้านการประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในลักษณะเพื่อเป็นที่อยู่อาศัยและเพื่อการพาณิชย์ ต้องการให้ลูกค้าได้มีที่อยู่อาศัยที่สร้างความสุข ความสะดวก ความสบาย และประหยัดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน (ค่าไฟฟ้า, ค่าน้ำ) ในระยะยาว หรือ “อยู่เย็นเป็นสุข” และต้องการเป็นผู้นำด้านบ้านประหยัดพลังงาน ด้วยการมุ่งเน้นพัฒนาบ้านประหยัดพลังงานอย่างต่อเนื่อง

### สิ่งที่องค์กรดำเนินการ

ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เป็นหนึ่งในค่านิยมองค์กรที่บริษัทยึดถือเสมอมา ด้วยการคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้านภายใต้แนวทางการทำงานที่เรียกว่า Supalai 7 R ได้แก่

**CSR** (Corporate Social Responsibility) เน้นความรับผิดชอบต่อสังคม และการคืนกำไรสู่สังคม

**PR** (Public Relation) เน้นการสร้างความสัมพันธ์ ความเข้าใจ และการเผยแพร่ข่าวสารอันดีต่อสาธารณชนและสื่อมวลชน

**CRM** (Customer Relation Management) จัดกิจกรรมในรูปแบบต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ เพื่อความพึงพอใจของลูกค้า

**ER** (Employee Relation) ทำให้พนักงานทุกคนมีความสามัคคีและทำงานอยู่ร่วมกันเสมือนญาติมิตร เพื่อการทำงานร่วมกันอย่างมีความสุข

**IR** (Investor / Shareholder Relation) ทำให้ผู้ถือหุ้นและนักลงทุนเข้าใจและรับรู้ข้อมูลบริษัทดีขึ้น และสร้างผล

ประกอบการได้อย่างยั่งยืนเป็นที่พอใจสำหรับนักลงทุนและผู้ถือหุ้น

**SCR** (Supplier / Contractor Relation) ให้ความสำคัญกับคู่ค้า ในแง่สร้างความเป็นธรรมและความจริงใจให้กับคู่ค้า ผู้รับเหมา

**GR** (Government Relation) เน้นให้เกิดการประสานงานและความคล่องตัว ปฏิบัติตามกฎหมาย และให้ความร่วมมือทั้งทางตรงและทางอ้อมกับหน่วยงานราชการ

บริษัทได้มุ่งเน้นการพัฒนาอาคารประหยัดพลังงานอย่างต่อเนื่อง ตามแนวคิด **Green Design** เน้นความเป็นเอกลักษณ์ ความคุ้มค่า น่าอยู่ เพื่อเพิ่มคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้น ภายใต้มาตรฐานสากล ISO 9001 : 2008 ซึ่งบริษัทให้ความสำคัญตั้งแต่การวางผังโครงการ เพื่อให้บ้านทุกหลังในโครงการหันไปในทิศทางที่ถูกต้อง คือ จะไม่หันส่วนใหญ่ของบ้านไปยังทิศที่รับแดด ซึ่งจะช่วยทำให้ความร้อนเข้าสู่ตัวบ้าน



น้อยที่สุด การออกแบบบ้านโดยคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอย ทิศทางลม การระบายอากาศ แสง ความชื้น ตลอดจนวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง เพื่อให้ผู้อยู่อาศัยมีความสุขสบาย และประหยัดพลังงาน

การออกแบบคอนโดมิเนียมโดยทั่วไป มักจะนิยมวางห้องน้ำอยู่ด้านหน้าใกล้กับประตูทางเข้า และตามด้วยห้องครัว และห้องรับแขก ส่วนห้องนอนอยู่ติดกับระเบียง แต่คอนโดมิเนียมของศุภาลัย จะออกแบบให้ห้องน้ำและห้องครัวอยู่ด้านนอกติดกับระเบียง เพื่อให้มีอากาศถ่ายเทได้สะดวก โดยไม่ต้องติดพัดลมระบายอากาศ และเครื่องดูดควัน ทั้งยังได้รับแสงแดดเพื่อช่วยฆ่าเชื้อโรค ขณะเดียวกัน ยังสามารถเป็นกันชนไม่ให้ความร้อนเข้ามาถึงที่อยู่อาศัยด้านใน ทำให้ประหยัดการใช้เครื่องปรับอากาศ โดยลดพื้นที่ที่จำเป็นต้องใช้การปรับอากาศก็มีขนาดลดลงเหลือเฉพาะส่วนรับแขกและห้องนอน ขนาดของเครื่องปรับอากาศจึงออกแบบให้เล็กลง ช่วยประหยัดค่าไฟฟ้าได้มากขึ้นอีกต่อหนึ่ง บ้านและที่อยู่อาศัยของศุภาลัยจึงเน้นการออกแบบ และคัดเลือกวัสดุก่อสร้างเพื่อความอยู่สบาย และประหยัดเงินในระยะยาว มากกว่าเรื่องความสวยงามเพียงอย่างเดียว

### ความสำเร็จที่ได้รับ

จากความมุ่งมั่นในการออกแบบและสร้างที่อยู่อาศัยประหยัดพลังงานมาอย่างต่อเนื่อง ตลอดระยะเวลามากกว่า 7 ปี ทำให้บริษัทได้รับรางวัลที่แสดงถึงความเป็นผู้นำทางด้านการพัฒนาคุณภาพสินค้าที่ดีเยี่ยม จากกรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน กระทรวงพลังงาน ดังนี้

พ.ศ. 2548 ได้รับรางวัลบ้านจัดสรรอนุรักษ์พลังงาน ระดับดีเด่น 2 แบบ คือ “แบบศุภากรัณย์” และ “แบบศุภาวิวัฒน์”, พ.ศ. 2550 ได้รับรางวัลบ้านจัดสรรอนุรักษ์พลังงาน ระดับดี “แบบศุภาพัทธน์ (ใหม่)” และ “แบบศุภาธารินทร์”, พ.ศ. 2551 ได้รับรางวัลบ้านจัดสรรอนุรักษ์พลังงาน ระดับดี “แบบศุภาณุช (พิเศษ)” และ “แบบบ้านศุภาตรัล (ใหม่)”, พ.ศ. 2552 ได้รับมอบ ฉลากรับรองอาคารอนุรักษ์พลังงาน ปี 2552 จำนวน 5 แบบบ้าน ได้แก่ บ้านศุภาพัทธน์ (ใหม่) ได้รับฉลากระดับดีมาก,

บ้านศุภาตรัล (ใหม่) บ้านศุภาวรรณ บ้านศุภาวิวัฒน์ และบ้านศุภาณุช (พิเศษ) ได้รับรางวัลฉลากระดับดี, พ.ศ. 2554 ได้รับมอบ ฉลากรับรองอาคารอนุรักษ์พลังงาน ปี 2554 จำนวนทั้งสิ้น 27 ฉลาก จำนวน 13 แบบบ้าน อีกทั้งยังได้รับรางวัลต่างๆ อีกมากมาย อาทิ รางวัลพิเศษ Readers' Choice Award ประเภท Best Designed Property จากนิตยสาร Living in Thailand Award of Excellence (2008), รางวัล Urban Design Awards (2009) ระดับวิชาชีพและองค์กร ประเภทโครงการวางผังแม่บทกลุ่มอาคาร ในรางวัลชมเชยของโครงการศุภาลัย คาชา ริวา จากสมาคมสถาปนิกชุมชนเมืองไทย, รางวัล Top 10 Developers Awards (2011) และ รางวัล Top 10 Developers Awards (2012) จาก BCI Asia และโล่ประกาศเกียรติคุณโครงการอสังหาริมทรัพย์ดีเด่น “คุ้มค่ากับการซื้อ” (พ.ศ. 2554) ในโครงการศุภาลัย ปาร์ค ราชพฤกษ์-เพชรเกษม โดยพิจารณาจากราคาที่เหมาะสม (ราคาต่อตารางเมตร) ทำเลที่ตั้ง วัสดุ รูปแบบและการออกแบบ สภาพแวดล้อมในโครงการ และของแถม จากศูนย์ข้อมูลวิจัยและประเมินค่าอสังหาริมทรัพย์ไทย, รางวัล Thailand Property Awards 2011 ประเภท Best Affordable Condo Development (Bangkok) ในโครงการ ศุภาลัย ปาร์ค แยกติวานนท์ และศุภาลัย พรีเมียร์ รัชดา-นราธิวาส-สาทร จากนิตยสาร Property Report

### ข้อจำกัดและอุปสรรคที่พบ

- ต้นทุนเพิ่มขึ้นประมาณ 3-5% เมื่อเปรียบเทียบบ้านประหยัดพลังงานกับบ้านทั่วไป ขณะที่ต้องมีการแข่งขันในตลาดอสังหาริมทรัพย์ทางด้านราคา
- ลูกค้าส่วนใหญ่ยังไม่ได้ตระหนัก หรือให้ความสำคัญกับบ้านประหยัดพลังงาน

### ติดต่อ

คุณประทุมทิพย์ รอดเจริญ

ฝ่ายประชาสัมพันธ์

โทร. 0 2725 8888 ต่อ 117

อีเมล pr@supalai.com



**“เสริมสุข....ขับเคลื่อนการดำเนินงาน  
CSR – in – process ผ่านกลยุทธ์เสริมสุขกรีนไดเมนชัน 5 มิติ  
คือ น้ำ บรรจุก๊าซ พลังงาน สภาพแวดล้อมในโรงงาน และทรัพยากรมนุษย์”**

**ความท้าทายขององค์กร**

บริษัท เสริมสุข จำกัด (มหาชน) ผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์คุณภาพ ทั้งเครื่องดื่มประเภทน้ำอัดลมและเครื่องดื่มประเภทไม่อัดลม จากบริบทของสังคมโลกที่การประกอบธุรกิจจำเป็นต้องแสวงหาแนวทางแห่งความยั่งยืน ในฐานะที่บริษัทเป็นองค์กรหนึ่งให้ความสำคัญในเรื่องของความรับผิดชอบต่อสังคมควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจ ถือเป็นความท้าทายที่องค์กรจะต้องผลักดันและดำเนินงานตามเป้าประสงค์ให้สำเร็จ กลยุทธ์สำคัญที่จะนำไปสู่เป้าประสงค์ดังกล่าว คือ เสริมสุขกรีนไดเมนชัน (SERMSUK GREEN DIMENSIONS) ซึ่งเป็นกลยุทธ์หลักในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการ (CSR - in - process) ที่องค์กรขับเคลื่อนครอบคลุมครบทั้ง 5 โรงงานของเสริมสุขทั่วประเทศ

**สิ่งที่องค์กรดำเนินการ**

บริษัทได้ขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมผ่านกลยุทธ์ “เสริมสุขกรีนไดเมนชัน” ซึ่งประกอบด้วยการดำเนินงาน 5 มิติ คือ น้ำ บรรจุก๊าซ พลังงาน สภาพแวดล้อมในโรงงาน และทรัพยากรมนุษย์

“น้ำ” เป็นหัวใจสำคัญที่ขาดไม่ได้ในกระบวนการผลิตของเสริมสุข บริษัทได้ลงทุนผ่านงบประมาณกว่า 100 ล้านบาทในการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำในทั้ง 5 โรงงาน เพื่อให้เกิดการใช้น้ำอย่างคุ้มค่าที่สุดเพื่อลดปริมาณการใช้น้ำจากธรรมชาติ โดยสามารถลดปริมาณการใช้น้ำตลอดกระบวนการผลิตได้ถึง

180 ล้านลิตรต่อปี หรือสามารถลดปริมาณการใช้น้ำในโรงงานได้ถึงร้อยละ 10 และบริษัทตั้งเป้าที่จะลดปริมาณการใช้น้ำให้ได้อีกร้อยละ 20 ภายใน 3 ปีข้างหน้า

“บรรจุก๊าซ” บริษัทได้ตั้งเป้าหมายลดปริมาณการบริโภคทรัพยากรให้มากที่สุด โดยนำแนวคิดหลัก 3 Rs : Reduce, Reuse และ Recycle มาใช้ในการจัดการบรรจุก๊าซ ตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง Reduce ลดการใช้วัตถุดิบด้วยการออกแบบบรรจุก๊าซเพื่อลดการใช้วัตถุดิบ เช่น การพัฒนาขวดพรีฟอร์มที่ให้น้ำหนักลดลง สามารถลดปริมาณการใช้พลาสติกได้ปีละกว่า 1,000 ตัน Reuse นำบรรจุก๊าซกลับมาใช้ซ้ำ ด้วยการใช้น้ำบรรจุก๊าซขวดแก้วแบบคืนขวด Recycle การคัดแยกวัสดุที่ไม่ใช้แล้วไปยังโรงงานแปรรูป เพื่อนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ เช่น พลาสติกพลาสติคห่อผลิตภัณฑ์

“พลังงาน” บริษัทได้ร่วมกับกรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน (พพ.) กระทรวงพลังงาน ดำเนินโครงการ Solar Hot Water (การผลิตน้ำร้อนจากพลังงานแสงอาทิตย์) ร่วมกับการนำพลังงานความร้อนเหลือทิ้งจากระบบอัดอากาศมาเป็นพลังงานทดแทนเชื้อเพลิงจากน้ำมันเตา โดยเป็นกระบวนการเพิ่มอุณหภูมิของน้ำก่อนเข้าสู่ระบบหม้อไอน้ำ ทำให้สามารถช่วยลดปริมาณการใช้เชื้อเพลิงน้ำมันเตาประมาณปีละ 160,000 ลิตรต่อปี ทั้งนี้ยังเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายทางด้านเชื้อเพลิง และช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกซึ่งเป็นสาเหตุ

สำคัญของ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ หรือภาวะโลกร้อนที่กำลังเป็นประเด็นปัญหาสำคัญของโลกในปัจจุบันได้อย่างยั่งยืน

“สภาพแวดล้อมในโรงงาน” บริษัทได้ให้ความสำคัญกับการสร้างบรรยากาศในการทำงานให้กับพนักงานด้วยการเพิ่มพื้นที่สีเขียวในโรงงานทั้ง 5 แห่ง ด้วยความเชื่อมั่นว่า สิ่งแวดล้อมที่ดีจะส่งผลต่อจิตใจและประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน

“ทรัพยากรมนุษย์” เป็นทรัพยากรที่บริษัทให้ความสำคัญมากที่สุด การที่จะเป็นต้นแบบในการดูแลสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนนั้น ต้องอาศัยพนักงานที่มีความเข้าใจทั้งมีใจรัก สิ่งแวดล้อมเป็นพลังขับเคลื่อน บริษัทจึงมุ่งปลูกฝังจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมให้กับพนักงานในทุกโรงงาน และจัดตั้งคณะทำงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมประจำทุกโรงงานของเสริมสุข เพื่อให้มีการขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในทุกมิติของเสริมสุขอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

### ความสำเร็จที่ได้รับ

บริษัทสามารถลดต้นทุนการผลิตได้พร้อมกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม โดยบริษัทมีการติดตามผลเป็นระยะว่า โครงการที่ได้ดำเนินการไปแล้ว มีความสำเร็จตามเป้าประสงค์จริง บริษัทสามารถลดปริมาณการใช้น้ำได้ถึง ร้อยละ 10 ลดปริมาณการใช้พลาสติกได้ปีละกว่า 1,000 ตัน และลดการใช้ น้ำมันเตาได้ประมาณ 160,000 ลิตรต่อปี พร้อมทั้งคิดคำนึงถึงอนาคตว่าจะทำเช่นไรต่อไป เพื่อที่จะสามารถดำเนินกระบวนการผลิตให้สอดคล้องกับธรรมชาติมากที่สุด และส่งเสริมให้ทุกโรงงานดำเนินกลยุทธ์ เสริมสุขกรีนไคเมเนชั่น โดยปรับกลยุทธ์การดำเนินงานให้เข้ากับสภาพของโรงงานนั้น ๆ อีกทั้งบริษัทยังมีบุคลากรภายนอก ที่เป็นนักวิชาการ นักศึกษา เข้ามาศึกษาดูงานมากกว่าปีละ 1,000 คน

นอกจากนี้บริษัทยังมีนโยบายในการลดต้นทุนการผลิตพร้อมกับรักษาสิ่งแวดล้อมในรูปแบบอื่นอีก เช่น การนำ ก๊าซมีเทนซึ่งได้จากระบบบำบัดน้ำเสียมาใช้เป็นเชื้อเพลิงทดแทน

น้ำมันเตา การใช้เรือลากจูงมาลากจูงเรือบรรทุกสินค้าแทนการใช้รถบรรทุก สนับสนุนการใช้ ก๊าซ NGV, LPG, น้ำมันดีเซล B5 มาใช้ในหน่วยรถของบริษัท ลดการใช้กระดาษในบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น

### ข้อจำกัดและอุปสรรคที่พบ

- การลงทุนในเทคโนโลยีเกี่ยวเนื่องกับกลยุทธ์ “เสริมสุขกรีนไคเมเนชั่น” ในแต่ละมิติเป็นการลงทุนค่อนข้างสูง ถ้าหากดำเนินการเพียงแค่บริษัทเดียว ไม่มีผู้ร่วมลงทุนหรือสนับสนุนด้วย จะทำให้การคืนทุนให้กับบริษัทใช้เวลาออกไปอีกหลายปี การสนับสนุนจากภาครัฐเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการขับเคลื่อนอย่างยั่งยืน

### หน่วยร่วมดำเนินการ

- กรมพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน กระทรวงพลังงาน
- บริษัท เพ็ทฟอร์ม (ไทยแลนด์) จำกัด

### ติดต่อ

คุณสรุทธิ์ จิตตารมย์

Senior Environment Supervisor

ฝ่ายพัฒนามาตรฐานและคุณภาพผลิตภัณฑ์

โทรศัพท์ 0 2693 2255 ต่อ 324, 314

อีเมล sarut.jittarom@sermsukplc.com

คุณภาพิศุทธิ์ สายจำปา

เจ้าหน้าที่สนับสนุนการตลาด

ฝ่ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์

โทรศัพท์ 0 2693 2255 ต่อ 521, 522

อีเมล papisuti.saichampa@sermsukplc.com

# หาดทิพย์

## “แนวทางในการรักษาสิ่งแวดล้อมแบบองค์รวม – คิดบวกสู่ความยั่งยืน”

### ความท้าทายขององค์กร

บริษัท หาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจประเภทอุตสาหกรรมน้ำอัดลม โดยได้รับลิขสิทธิ์จาก โคคา-โคลา คัมปะนี (ประเทศสหรัฐอเมริกา) เมืองแอตแลนต้า มลรัฐจอร์เจีย ให้เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มน้ำอัดลม ภายใต้เครื่องหมายการค้า “โคคา-โคลา” “แฟนต้า” “สไปรท์” และผลิตภัณฑ์อื่นที่โคคา-โคลา คัมปะนี เป็นเจ้าของ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มินิ เมต น้ำดื่มน้ำทิพย์ โดยมีโรงงานผลิตตั้งอยู่ที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีขอบเขตการผลิตเพื่อจำหน่ายเฉพาะใน 14 จังหวัดภาคใต้ ได้แก่ ชุมพร ระนอง กระบี่ ภูเก็ต พังงา ตรัง พัทลุง สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช สงขลา สตูล ปัตตานี ยะลาและนราธิวาส

ตลอดระยะเวลาร่วม 40 ปี ไม่ว่าจะผลการดำเนินงานของบริษัทจะเป็นเช่นใด บริษัทก็พร้อมที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในการให้ความช่วยเหลือ พัฒนา และสนับสนุนในกิจกรรมของหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ถือเป็นนโยบายสำคัญของบริษัท แต่ตลอดเวลาที่ดำเนินธุรกิจมาต้องยอมรับว่าได้พึ่งพิงอาศัยทรัพยากรธรรมชาติ ไม่ว่าจะเป็นน้ำ ซึ่งถือเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตสินค้า บรรจุภัณฑ์พลาสติก อะลูมิเนียม และพลังงานต่าง ๆ ที่ใช้ในกระบวนการผลิต และต้องยอมรับว่ามีของเสียที่เกิดขึ้นจากกระบวนการผลิต ไม่ว่าจะเป็นน้ำเสีย ขยะ และการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ดังนั้นบริษัทจึงเล็งเห็นความสำคัญของการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของธุรกิจ COCA-COLA ที่ประกาศเปิดตัวผ่านโครงการระดับ



โลกด้วยแนวคิดใหม่ที่มีนิยามว่า “LIVE POSITIVELY” “ร่วมทำสิ่งดี ๆ เพื่อเรา เพื่อโลก” มีปรัชญาในการดำเนินธุรกิจ “คิดบวกสู่ความยั่งยืน” โดยมุ่งมั่นที่จะสร้างสรรค์สิ่งดี ๆ ให้แก่สังคมทุกมิติของการดำเนินธุรกิจ

### สิ่งที่องค์กรดำเนินการ

บริษัทได้นำปรัชญาในการดำเนินธุรกิจที่ว่า “คิดบวกสู่ความยั่งยืน” มาเป็นแนวทางในการรักษาสิ่งแวดล้อมแบบองค์รวม ตามผลกระทบที่เกิดจากการดำเนินการ 3 ประการคือ น้ำ ขยะ และอากาศ ดังนี้

ประการที่หนึ่ง การดูแลน้ำ เนื่องจากน้ำเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตสินค้า ถ้าไม่มีน้ำที่สะอาดบริษัทก็ไม่อาจดำรงอยู่ได้ จึงมีนโยบาย “คืนน้ำสู่ธรรมชาติ” โดยคืนน้ำสู่แหล่งน้ำธรรมชาติและชุมชน ในปริมาณเท่ากับที่ใช้ในการผลิตเครื่องดื่มชนิดต่าง ๆ ภายในปี 2563 รวมถึงมีการจับมือกันในกลุ่มธุรกิจ



โคคา-โคลา โดยมีเป้าหมายที่จะบำบัดน้ำจากกระบวนการผลิตในโรงงานทั้งหมดให้สะอาดจนอยู่ในระดับที่สัตว์น้ำสามารถอาศัยอยู่ได้ นอกจากนี้บริษัทมีโครงการส่งเสริมให้ชุมชนอนุรักษ์น้ำและพัฒนาแหล่งน้ำต่าง ๆ ตามแนวพระราชดำริ

ประการที่สอง การลดขยะและการใช้ทรัพยากร บริษัทได้แก้วิกฤตด้วยนวัตกรรมการออกแบบและผลิตบรรจุภัณฑ์ที่ลดปริมาณการใช้ทรัพยากร ทั้งบรรจุภัณฑ์กระป๋องอะลูมิเนียมและพลาสติกเป็นเจ้าแรก โดยผลิตกระป๋องแบบใหม่ที่มีน้ำหนักเบา (Light Weight) ภายใต้ชื่อ “Sleek Can” สามารถลดการใช้อะลูมิเนียมลงจากเดิม 16% และเพิ่มจำนวนบรรจุต่อกล่องได้มากขึ้นจากเดิม 24 กระป๋อง เป็น 30 กระป๋อง และนั่นหมายถึงการลดการใช้ทรัพยากรลงไปได้อีกด้วย สำหรับขวดพลาสติก (PET) ได้ผลิตขวด รุ่น Light Weight ได้เป็นรายแรกเช่นเดียวกันซึ่งเป็นการจับมือกับบริษัท ศรีไทยซูเปอร์แวร์ จำกัด (มหาชน) โดยจากเดิมขวด PET ขนาด 1.25 ลิตร น้ำหนัก 44 กรัม ลดเหลือ 37 กรัม ซึ่งช่วยลดต้นทุนได้ราว 13% ต่อมาได้ขยายผลในกลุ่มธุรกิจโคคา-โคลา ผลิตขวดน้ำดื่ม “น้ำทิพย์” ที่ลดการใช้พลาสติกได้ถึง 35%

ประการที่สาม การดูแลสภาพอากาศ บริษัทให้ความสำคัญต่อการอนุรักษ์พลังงานและปกป้องสภาพอากาศ บริษัทตระหนักดีว่ากระบวนการผลิตจะต้องไม่เพิ่มระดับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ในบรรยากาศ มีเป้าหมายในการลดคาร์บอนไดออกไซด์ลง โดยติดป้าย Carbon Footprint ลงบนฉลากผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผู้บริโภคได้ตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าที่ปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์ในปริมาณต่ำ ติดป้าย Carbon Footprint ลงบนผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มโค้ก ขนาด 250 ml. เป็นสินค้าตัวแรก และขนาด 1.25 ลิตร ขวดพลาสติก ลำดับต่อมา และจะติดให้ครบทุกผลิตภัณฑ์

### ความสำเร็จที่ได้รับ

จากการดำเนินงานเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมในแบบองค์รวม ทำให้บริษัทมีความมั่นใจว่าสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน

เนื่องจากได้รับความไว้วางใจจากชุมชน ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในสินค้าที่มีคุณภาพ มีทรัพยากรธรรมชาติที่สะอาดอันเป็นแหล่งวัตถุดิบของบริษัท ตลอดจนสามารถลดต้นทุนจากนโยบายนี้

### ข้อจำกัดและอุปสรรคที่พบ

- ทรัพยากรภายในองค์กรที่มีอยู่อย่างจำกัด ทำให้ต้องจัดสรรทรัพยากรเพื่อจะผลักดันให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมาย

### หน่วยร่วมดำเนินการ

- กลุ่มธุรกิจโคคา-โคลา
- สถาบันสารสนเทศทรัพยากรน้ำและการเกษตร (องค์การมหาชน)
- สถาบันสิ่งแวดล้อมอุตสาหกรรม สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
- องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน)
- บริษัท ศรีไทยซูเปอร์แวร์ จำกัด (มหาชน)

### ติดต่อ

คุณพรณีย์ กัณหารากร

ผู้จัดการฝ่ายกิจกรรมพิเศษ

โทร. 0 7421 0008-18 ต่อ 218

อีเมล [pornnee@haadthip.com](mailto:pornnee@haadthip.com)



## จากแนวคิดที่ว่า “ทำบ้านเราให้สะอาดก่อน” มาดำเนินการพัฒนาเป็นโรงกำจัดขยะภายในนิคมอุตสาหกรรม



### ความท้าทายขององค์กร

บริษัท อมตะ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ผู้ดำเนินธุรกิจด้านการพัฒนาที่ดินและบริหารนิคมอุตสาหกรรมชั้นนำของประเทศไทย โดยมุ่งเน้นการให้บริการแบบครบวงจรตามกรอบแนวคิด “เมืองสมบูรณ์แบบ” เพื่ออำนวยความสะดวกและลดค่าใช้จ่ายการบริหารจัดการด้านสาธารณูปโภคให้แก่ผู้ประกอบการโรงงานต่าง ๆ ในนิคมอุตสาหกรรมอมตะฯ ซึ่งขณะนี้อมตะมีนิคมอุตสาหกรรมรวม 3 แห่ง ตั้งอยู่บนพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันออก คือ อมตะนคร จังหวัดชลบุรี, อมตะ ซิตี้ จังหวัดระยอง และได้ขยายการดำเนินงานไปยังประเทศเวียดนามภายใต้ชื่อ อมตะ ซิตี้ (เบียนหัว) ปัจจุบันนิคมอมตะนคร จ.ชลบุรี มีพื้นที่รวมกว่า 20,000 ไร่ และมีโรงงานตั้งอยู่จำนวน 595 โรงงาน การบริหารจัดการขยะและกากของเสียต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในนิคมอุตสาหกรรมจึงเป็นความท้าทายที่สำคัญที่อมตะจำเป็นต้องมีการบริหารจัดการที่ดี เพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อชุมชน

### สิ่งที่องค์กรดำเนินการ

อมตะได้นำแนวคิดที่ว่า “ทำบ้านเราให้สะอาดก่อน” มา

ดำเนินการพัฒนาเป็นโรงคัดแยกและกำจัดขยะอย่างถูกวิธี รวมถึงสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ขยะในนิคมอุตสาหกรรม โดยเข้ามาดำเนินการภายในนิคมอุตสาหกรรมอมตะอย่างจริงจังตั้งตั้งแต่ปี 2551 เพื่อทำให้เป็นธุรกิจที่มีการบริการแบบครบวงจรเพิ่มมากขึ้นและมุ่งสู่การเป็นนิคมอุตสาหกรรมเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน

ภายในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร ประกอบด้วย โรงงานหลายร้อยแห่ง ในหนึ่งวันแต่ละแห่งมีขยะที่ต้องบริหารจัดการจำนวนมาก อมตะจึงต้องมีการวางระบบการกำจัดขยะดังกล่าวอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อชุมชนภายนอก โดยจัดให้มีรถเก็บขยะภายในนิคมอุตสาหกรรมทุกวันซึ่งดำเนินงานโดย บริษัท อมตะ ฟาซิลิตี้ จำกัด เป็นผู้ควบคุมดูแล และนำไปที่โรงคัดแยกขยะ เพื่อนำไปกำจัดอย่างถูกวิธี ซึ่งสามารถแยกออกเป็น 3 ประเภทหลัก ได้แก่ 1) ขยะทั่วไป จะถูกนำส่งให้แก่โรงเผาขยะความร้อนสูงภายในนิคมอุตสาหกรรม ดำเนินการโดย บริษัท พี เจ ที เทคโนโลยี จำกัด เพื่อนำมาผลิตเป็นกระแสไฟฟ้าใช้ในโรงงานอุตสาหกรรมและขายให้แก่การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค 2) ขยะอันตราย จะถูกนำส่งให้แก่บริษัทที่ได้รับการรับรองมาตรฐานจากกรมโรงงานอุตสาหกรรมนำไปฝังกลบอย่างถูกวิธี และ 3)

ขยะรีไซเคิล

ปัจจุบันอมตะร่วมมือกับกระทรวงเศรษฐกิจ การค้า และอุตสาหกรรม สำนักงานคั่นไซ่ ประเทศญี่ปุ่น (เมติ) และกรมโรงงานอุตสาหกรรม เพื่อจัดตั้งศูนย์บริการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการจัดการของเสีย One Stop Service (OSS) ตามหลัก 3Rs (Reduce, Reuse, Recycle) ที่เป็นการบริหารจัดการของเสียแบบครบวงจร โดยศูนย์อยู่ระหว่างการศึกษาและจัดตั้ง ซึ่งทางการญี่ปุ่นได้จัดส่งเจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญมาให้คำแนะนำ ถ่ายทอดเทคนิคในทุกขั้นตอนของระบบ ตั้งแต่การขนส่งกากของเสียจากโรงงานอุตสาหกรรมไปจนถึงการฝังกลบด้วยระบบเทคโนโลยีขั้นสูง และการนำส่วนที่สามารถไปรีไซเคิลเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ให้เกิดประโยชน์ และคุ้มค่า ความคาดหวังของบริษัทคือสามารถนำกากอุตสาหกรรมหรือขยะพิษกลับมารีไซเคิล และลดมลพิษได้

อมตะเชื่อว่าหากดำเนินการเสร็จเรียบร้อย จะทำให้นิคมอมตะเป็นนิคมแรกในประเทศไทย หรืออาจจะเป็นนิคมแรกในเอเชียอาคเนย์ที่มีระบบการกำจัดขยะ และเป็นโรงงานเชิงนิเวศที่ดี และกลายเป็นแหล่งศึกษาดูงานเพื่อให้หน่วยงานต่าง ๆ มาศึกษาและนำไปปฏิบัติตาม

### ความสำเร็จที่ได้รับ

อมตะสามารถบริหารจัดการการกำจัดขยะได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถนำขยะมาเป็นเชื้อเพลิงในการผลิตไฟฟ้า ลดการสูญเสียพลังงานในการกำจัดขยะ ลดการสร้างมลพิษให้แก่สิ่งแวดล้อม ลดภาวะโลกร้อน รวมถึงลดต้นทุนการผลิตกระแสไฟฟ้าได้อีกทางหนึ่งด้วย ปัจจุบันได้เริ่มดำเนินการระบบการคัดแยกเพื่อการกำจัดขยะอย่างถูกวิธีที่นิคมอมตะนครจังหวัดชลบุรีไปแล้ว ก่อนจะขยายการดำเนินการไปที่นิคมอมตะซิตี้ จังหวัดระยองด้วย เพื่อให้นิคมกลายเป็นนิคมอุตสาหกรรมเชิงนิเวศอย่างแท้จริง ด้วยความที่ผู้บริหารมีวิสัยทัศน์ในการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และมีความมุ่งมั่น ได้ความรู้จากผู้เชี่ยวชาญ ผสมกับความเข้าใจและความร่วมมือของแต่ละ

โรงงานที่อยู่ร่วมกันภายในนิคม เพื่อที่จะรักษาสิ่งแวดล้อม และลดการใช้ทรัพยากรให้มากที่สุด ทำให้โครงการสามารถดำเนินการมาได้ด้วยดี

ด้วยความตั้งใจของอมตะที่จะรักษาสิ่งแวดล้อมและรักษาสัมพันธ์กับชุมชน จึงเกิดเป็นกิจกรรมและโครงการต่างๆ อีกมาก เช่น ระบบการบำบัดน้ำเสีย Zero waste discharge โครงการรักษาลุ่มน้ำพานทอง แจกกล้าไม้ให้กับโรงงานไปร่วมกันปลูกต้นไม้ ฝ่าป่าการศึกษา ชุดลอกคูคลองระบายน้ำ เป็นต้น

### ข้อจำกัดและอุปสรรคที่พบ

- รถเก็บขยะยังไม่สามารถแยกขยะได้ตั้งแต่แรกตอนที่ไปเก็บแต่ละโรงงาน เนื่องจากโรงงานมีหลายโรงงาน หากรถเก็บขยะต้องแยกขยะทุก ๆ โรงงาน จะทำให้เก็บขยะไม่ทันในแต่ละวัน

### หน่วยร่วมดำเนินการ

- บริษัท อมตะ ฟาซิลิตี้ จำกัด และ บริษัท พี เจ ที เทคโนโลยี จำกัด
- กระทรวงเศรษฐกิจ การค้า และอุตสาหกรรม สำนักงานคั่นไซ่ ประเทศญี่ปุ่น หรือเมติ กรมโรงงานอุตสาหกรรม

### ติดต่อ

คุณสานิต แซกสอาด  
ประธานคณะทำงานชุมชนสัมพันธ์และกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม  
โทร. 0 3821 3007  
อีเมล samid@amata.com

## CORPORATE RESPONSIBILITY : ORGANIZATIONAL GOVERNANCE

บริษัท ไทยลักซ์ เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน)

# Corporate Responsibility : Organizational Governance

**“จากแนวคิด ทูจริตเป็นศูนย์ เป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้ระดับบรรษัทภิบาลของบริษัทมีความเข้มแข็ง”**

**ความท้าทายขององค์กร**

การดำเนินธุรกิจให้เติบโตเป็นสิ่งทีทุกธุรกิจพึงกระทำ แต่สิ่งหนึ่งที่สมควรพึงระวังนั้นคือ เรื่องของการคอร์รัปชัน เพราะมีบทพิสูจน์ให้เห็นเป็นที่ประจักษ์แล้วว่า แม้ว่าองค์กรเอกชนจะมีขนาดใหญ่แค่ไหน หรือภาครัฐก็สามารถล้มสลายได้ เมื่อเกิดการคอร์รัปชันภายในองค์กร โดยในปัจจุบันการให้ความสำคัญสำคัญต่อการต่อต้านเรื่องคอร์รัปชัน (Anti Corruption) ดูจะเป็นเรื่องหนึ่งที่น่าสนใจ และได้รับความใส่ใจจากทุกภาคส่วน

บริษัท ไทยลักซ์ เอ็นเตอร์ไพรซ์ จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์น้ำ (feed) การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ (farm) และอาหารสำเร็จรูปพร้อมทาน (food) เป็นบริษัทหนึ่งได้นำแนวคิดตามโครงการทูจริตเป็นศูนย์ (Zero Corruption) มาปรับใช้ภายในองค์กรอย่างจริงจัง เพื่อเป็นการรองรับการเติบโตจากการขยายตัวของธุรกิจแบบครบวงจร Feed-Farm-Food บริษัทจึงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนการบริหารจัดการเป็นลักษณะการกระจายอำนาจการตัดสินใจไปสู่พนักงานในแต่ละระดับชั้น เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการบริหารจัดการ แต่การปรับเปลี่ยนก็นำบริษัทไปสู่ความสุ่มเสี่ยงของเรื่องคอร์รัปชันภายในบริษัทเพิ่มขึ้นตามมา

**สิ่งที่องค์กรดำเนินการ**

จากจุดเริ่มต้นแนวคิด “โครงการทูจริตเป็นศูนย์” ของ บมจ. ซิงเกอร์ประเทศไทย ผู้บริหารบริษัทซึ่งสามารถนำเสนอได้โดยตรงต่อคณะผู้บริหารบริษัท เห็นความสำคัญในเรื่องดังกล่าว



โดยนำแนวความคิดของซิงเกอร์ ซึ่งมีกระบวนการดำเนินธุรกิจ ในลักษณะที่คล้ายคลึงกันโดยเฉพาะการขายสินค้าแบบสินเชื่อ จึงนำโครงการทูจริตเป็นศูนย์มาประยุกต์ให้เข้ากับวัฒนธรรมองค์กรของบริษัทให้เกิดความเหมาะสมในแนวทางปฏิบัติมากยิ่งขึ้น ซึ่งบริษัทได้ดำเนินการหลายด้านเพื่อไม่ให้มีเรื่องการทุจริตเกิดขึ้นภายในองค์กร กล่าวคือ การเพิ่มกลไกด้านการตรวจสอบ การส่งเสริมด้านจริยธรรมให้แก่พนักงาน การจัดสวัสดิการพนักงานอย่างเหมาะสม

ด้านการเพิ่มกลไกตรวจสอบ ซึ่งทำให้กระบวนการการดำเนินธุรกิจภายในบริษัทยกต่อการเกิดเรื่องทุจริต โดยบริษัทได้ริเริ่มดำเนินการโดยการเพิ่มช่องทางในการแจ้งเบาะแสการพบการทุจริต ผ่านช่องทางโทรศัพท์สายตรง เว็บไซต์บริษัท ตู้รับข้อคิดเห็น เพื่อเปิดโอกาสให้แก่พนักงาน หรือผู้พบเห็นการทุจริตได้สามารถแจ้งเบาะแสได้โดยตรงต่อคณะผู้บริหารบริษัท

การควบคุมวินัยอย่างรัดกุมในทุกกระบวนการปฏิบัติ ตั้งแต่กระบวนการจัดซื้อวัตถุดิบ ตลอดจนถึงกระบวนการรับเงินจากการขาย เป็นต้น

ด้านการส่งเสริมให้พนักงานมีจริยธรรม เป็นการปรับทัศนคติและความเชื่อภายในตัวพนักงานให้เกิดความรู้จักผิดชอบชั่วดี การยึดหลักปฏิบัติตามแนวทางด้านจริยธรรม โดยเป็นกลไกที่บริษัทให้ความสำคัญ เพราะเป็นกระบวนการที่ต้องใช้ระยะเวลาและความจริงจัง กิจกรรมที่บริษัทได้ส่งเสริมมีตัวอย่าง อาทิ การส่งเสริมให้พนักงานในบริษัทไปปฏิบัติธรรม วิปัสสนากรรมฐาน และรณรงค์การต่อต้านการทุจริตภายในองค์กร โดยมีการจัดประกวดแต่งคำกลอน เพื่อปลูกฝังและเตือนใจพนักงานให้ตระหนักและให้ความสำคัญในการต่อต้านการทุจริตมิให้เกิดขึ้น

ด้านการส่งเสริมสวัสดิการพนักงานอย่างเหมาะสมมาตรฐานการให้ค่าตอบแทนแก่พนักงานที่เหนือกว่าเมื่อเทียบเคียงภายในอุตสาหกรรมประเภทเดียวกัน เพราะบริษัทเชื่อว่าหากพนักงานในองค์กรมีสวัสดิการที่เหมาะสมและพอเพียงต่อการดำเนินชีวิต จะเป็นปัจจัยหนึ่งที่ป้องกันปัญหาการทุจริตที่เกิดขึ้นภายในองค์กร

### ความสำเร็จที่ได้รับ

จากผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นทำให้พนักงานทุกคนได้ตระหนักและให้ความสำคัญกับการป้องกันไม่ให้เกิดการทุจริตเกิดขึ้นภายในองค์กร แม้ว่าบริษัทจะมีขนาดธุรกิจที่ไม่ใหญ่มาก หากเทียบบริษัทจดทะเบียนอื่น ๆ แต่การนำแนวคิดการทุจริตเป็นศูนย์มาปรับใช้ก็ถือเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้ระดับบรรษัทภิบาล (Corporate Governance) ของบริษัทมีความเข้มแข็ง สะท้อนคุณค่าขององค์กร (Corporate Value) และแสดงถึงความมุ่งมั่น ซึ่งบริษัทให้ความสำคัญมาโดยตลอด

ปัจจัยที่ทำให้กิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรสำเร็จได้ คือ การแสดงความจริงจังของผู้บริหาร และระบบที่นำมาปรับใช้ทั้ง

ระดับภายในและภายนอกของพนักงาน ทั้งนี้ องค์กรยังมีกิจกรรมอื่น ๆ ที่ช่วยสนับสนุนกิจกรรมรับผิดชอบต่อสังคมต่าง ๆ อาทิ กิจกรรมมอบทุนการศึกษาแก่บุตรหลานพนักงาน บุตรหลานลูกค้า และทุนสนับสนุนกิจกรรมการศึกษาแก่สถาบันการศึกษาทั่วประเทศ โครงการประมงโรงเรียน ที่สนับสนุนพันธุ์สัตว์น้ำและอาหารสำเร็จรูปสำหรับเลี้ยงสัตว์น้ำ รวมถึงการให้ความรู้ด้านการเลี้ยงเพื่อใช้เป็นอาหารกลางวันของโรงเรียน กิจกรรมการปลูกป่าชายเลน โครงการปล่อยปลาสู่น้ำเพื่อเป็นอาหารตามธรรมชาติให้แก่ชุมชน เป็นต้น

### ข้อจำกัดและอุปสรรคที่พบ

- การดำเนินตามแนวทางเพื่อป้องกันการทุจริตที่เกิดขึ้นให้กลายเป็นศูนย์ จำเป็นต้องมีการพัฒนาต่อยอดเพิ่มเติม หากต้องการนำโครงการไปปรับใช้หรือต่อยอดในองค์กรขนาดใหญ่
- การสร้างจิตสำนึกการต่อต้านการทุจริตจำเป็นต้องอาศัยระยะเวลาในการดำเนินการ

### ติดต่อ

คุณสกล ทองพิชิตกุล

ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรมนุษย์

โทร. 0 3244 7681

อีเมล sakon@thailuxe.com

## CORPORATE RESPONSIBILITY : SOCIETY

บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

บริษัท บีอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน)

บริษัท มติชน จำกัด (มหาชน)

บริษัท โอ ซี ซี จำกัด (มหาชน)

บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)

บริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน)



# Corporate Responsibility : Society



## “ทรู มุ่งสร้างแรงบันดาลใจเพื่อการเรียนรู้ที่ยั่งยืน”

### ความท้าทายขององค์กร

บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทที่นำเสนอบริการและโซลูชันด้านการสื่อสารโทรคมนาคมอย่างครบวงจรในรูปแบบคอนเวอร์เจนซ์ไลฟ์สไตล์เพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าทุกเป้าหมาย มีธุรกิจหลักที่อยู่ภายใต้การดูแล 5 กลุ่มคือ ทรูออนไลน์ ทรูมูฟ ทรูวิชั่นส์ ทรูมันนี่ และทรูไลฟ์

ด้วยธุรกิจขององค์กรมีความเกี่ยวเนื่องกับระบบการสื่อสารโทรคมนาคม ทั้งการให้บริการโทรศัพท์ระบบพื้นฐานและเคลื่อนที่ อินเทอร์เน็ต โทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก คอนเทนต์ ฯลฯ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ถือเป็นโครงสร้างพื้นฐานของประเทศเพื่อให้เกิดการพัฒนาในระยะยาว ดังนั้น จึงนับเป็นความท้าทายขององค์กรในการที่จะมีส่วนร่วมพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ทั้งในกระบวนการ (CSR-in-Process) และนอกกระบวนการ (CSR-after-Process) โดยใช้ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของธุรกิจเป็นตัวขับเคลื่อนการดำเนินงานต่าง ๆ ที่สามารถแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมได้

### สิ่งที่องค์กรดำเนินการ

ทรู คอร์ปอเรชั่น ได้ริเริ่มโครงการ “ทรูปลูกปัญญา” ขึ้นตั้งแต่ปี 2550 ด้วยเล็งเห็นว่าการศึกษาคือพื้นฐานที่สำคัญที่สุดในการพัฒนาประเทศชาติให้ก้าวไปสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ (knowledge-based society) ซึ่งประเด็นด้านการศึกษาสามารถเชื่อมโยงได้กับเครื่องมือ ทรัพยากร และความเชี่ยวชาญที่องค์กรมีอยู่ นั่นคือ เทคโนโลยีด้านการสื่อสารผ่าน

โครงการต่าง ๆ โดยมีโครงการ “เปิดโลกทัศน์แห่งการเรียนรู้สู่โรงเรียนทั่วประเทศ” เป็นโครงการหลัก ซึ่งถือเป็นกิจกรรมเพื่อสังคมได้รับความร่วมมือร่วมใจจาก stakeholder ของทรูทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็น Content Providers ช่องรายการสารคดีต่าง ๆ ในทรูวิชั่นส์ ตัวแทนเพื่อนคู่ค้า (Agent) ที่อยู่ตามพื้นที่ต่างจังหวัดทั่วประเทศ ที่เข้ามาช่วยในการติดตั้งชุดอุปกรณ์และสื่อดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ รวมถึงผู้บริหารและพนักงานที่เสียชีวิตอาสา ที่เข้ามามีส่วนร่วมในการกระตุ้นและติดตามการใช้สื่อทรูปลูกปัญญาในโรงเรียน จนกลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีการทำงาน

นอกจากนี้ ภายในองค์กรของทรูเอง ยังตระหนักและให้ความสำคัญกับการส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ และได้ริเริ่มโครงการ True Innovation Awards ขึ้นเมื่อปี 2553 เพื่อจุดประกายและสร้างแรงบันดาลใจให้คนไทยเข้ามามีส่วนร่วมสร้างสรรค์ผลงานด้านนวัตกรรมที่สามารถสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม และเป็นนวัตกรรมที่แปลกใหม่และใช้จริงได้ นวัตกรรมดังกล่าวส่วนหนึ่งมาจากความต้องการขององค์กร ที่จะแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นภายในกระบวนการดำเนินงาน ไม่ว่าจะมาจากลูกค้าหรือพนักงาน ซึ่งองค์กรมองว่าการได้นำผลงานนวัตกรรมดังกล่าวมาปรับใช้จะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้มีส่วนได้เสียขององค์กรทุกฝ่าย รวมถึงโครงการ 3G+ เพื่อโรงเรียนและชุมชนหนึ่งในโครงการ นวัตกรรมเพื่อสังคม ภายใต้ ทรูปลูกปัญญา ที่เข้ารอบการประกวด True Innovations Awards ในปี 2012 ซึ่งเป็นผลจากความพยายามคิดค้นและประยุกต์การใช้

โปรแกรม ระบบไอซีที รวมถึงศักยภาพเครือข่ายของ 3G+ ขององค์กร มาสร้างสรรค์ประโยชน์ให้กับโรงเรียนและชุมชนในพื้นที่ห่างไกล ที่ขาดแคลนอินเทอร์เน็ต หรือมีอินเทอร์เน็ตความเร็วต่ำ สามารถเข้าถึงแหล่งความรู้บนอินเทอร์เน็ตได้คล่องตัวมากยิ่งขึ้น ชาวบ้านสามารถเข้าถึงแพทย์เพื่อรับการรักษาโดยไม่ต้องเสียเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ถือเป็น การนำเทคโนโลยีการสื่อสารมาใช้พัฒนาการศึกษาและคุณภาพชีวิตของชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรม นอกจากนี้ใน SIM 3G+ ที่มอบให้โรงเรียนยังมีโปรแกรม White Net ที่ช่วยกรองเว็บไซต์ไม่เหมาะสม ซึ่งถือเป็นโปรแกรมที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อเยาวชนและพ่อแม่ผู้ปกครองรวมทั้งคุณครู ทำให้ได้รับรางวัลจากการประกวด Thailand ICT Excellence Awards 2011 ในประเภท “ICT ทำดีเพื่อสังคม” ซึ่งจัดโดย Thailand Management Association (TMA) นอกจากนี้ยังมีผลงานนวัตกรรมด้านการปรับปรุงบริการให้กับลูกค้าหลายบริการที่ได้รับการต่อยอดจากเวทีประกวดแห่งนี้ เช่น True Kiosk ตู้บริการอัตโนมัติ 24 ชั่วโมง จากหน่วยงาน Payment Services และ True Money เป็นต้น

บริษัทยังสามารถดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและใช้จุดแข็งขององค์กรในฐานะที่ตนเองเป็น “สื่อ” ด้วยการเป็นตัวกลางในผลักดันให้เกิดการคิดค้น การรวบรวม ส่งต่อ และเผยแพร่องค์ความรู้ด้านนวัตกรรมต่อสาธารณชนภายนอกผ่านช่องทางที่หลากหลาย โดยมุ่งหวังให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างองค์กรและสังคมไปร่วมกัน เช่น เว็บไซต์ทรูปลูกปัญญา ดอทคอม ซึ่งเป็นเว็บไซต์คลังความรู้ใหญ่ที่สุดเว็บไซต์หนึ่งของประเทศ ที่รวบรวมองค์ความรู้ในทุกสาขาวิชา และยังเป็นเวทีแลกเปลี่ยนความรู้ของผู้ในคนสังคมไทย ซึ่งมีส่วนอย่างยิ่งในการผลักดันให้เกิดสังคมแห่งการเรียนรู้ในสังคมไทยซึ่งถือเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาประเทศต่อไป

### ความสำเร็จที่ได้รับ

แน่นอนว่าองค์กรได้ภาพลักษณ์ที่ดีของการเป็นผู้นำด้านนวัตกรรมและความหลากหลายในกลุ่มอุตสาหกรรมการ

สื่อสารโทรคมนาคม แต่สิ่งที่มีความยั่งยืนมากไปกว่านั้นคือ การที่องค์กรได้ใช้ศักยภาพของตนเอง การใช้เครื่องมือ และเทคโนโลยีขององค์กรในการสร้างให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ ๆ รวมถึงการใช้สื่อช่องทางต่าง ๆ ขององค์กร ไม่ว่าจะเป็น โทรศัพท์ เว็บไซต์ แอปพลิเคชันต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่นวัตกรรมใหม่ ๆ ซึ่งจะก่อให้เกิดสังคมแห่งการเรียนรู้ และกระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง

ทรัพยากรเทคโนโลยีการสื่อสาร และการดำเนินงานต่าง ๆ เหล่านี้เป็นกิจกรรมหลักที่เกิดขึ้นทุกวันภายในองค์กร ถือเป็นความสำเร็จจากการใช้ศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ให้มีความหลากหลายเพื่อตอบสนองกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่อาจมีความต้องการเฉพาะด้าน และยังเป็น การส่งเสริมการพัฒนาด้านสังคมผ่านกระบวนการภายในขององค์กร

### ข้อจำกัดและอุปสรรคที่พบ

- โรงเรียนส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในพื้นที่ห่างไกล การติดต่อสื่อสารยากลำบาก
- ความร่วมมือจากส่วนงานหรือบุคลากรภายนอก อาจมีความไม่ต่อเนื่อง

### หน่วยร่วมดำเนินการ

- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดกระทรวงศึกษาธิการ
- โรงพยาบาลประจำจังหวัด โรงพยาบาลประจำอำเภอ และสาธารณสุขจังหวัด (ในโครงการ 3G+ เพื่อโรงเรียนและชุมชน)

### ติดต่อ

คุณรมมุก เพ็ญจันทร์

Specialist กลยุทธ์การสื่อสาร กิจกรรมเพื่อสังคม

โทร. 08 6388 8411

อีเมล rommuk\_pia@truecorp.co.th



## “เรตติ้งสูงสุด ไม่ใช่คำตอบสุดท้าย”

### ความท้าทายขององค์กร

บริษัท บีอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจการจัดหารายการ การผลิตรายการ การจัดจำหน่ายรายการ การออกอากาศ การทำสื่อโฆษณา และเป็นที่รู้จักในด้านสื่อสารมวลชนผ่านสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ซึ่งมุ่งเน้นการเผยแพร่เนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมผู้บริโภคมาตลอด

ในอดีตนั้นภาพรวมเป้าหมายสูงสุดของอุตสาหกรรมธุรกิจสื่อสารมวลชน คือ การสร้างเรตติ้งสูงสุด เพื่อที่จะสามารถสร้างรายได้จากการขายโฆษณาได้มาก ๆ โดยขาดการคำนึงถึงเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม แต่จะเน้นเนื้อหาที่น่าสนใจเป็นหลัก โดยเฉพาะเนื้อหาละครซึ่งมีเนื้อหาบางอย่างที่ก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคม ทั้งในแง่ของพฤติกรรมเลียนแบบในทางที่ไม่ดี อาทิ การแต่งกายล่อแหลม การพูดจาไม่สุภาพ พฤติกรรมที่รุนแรง เป็นต้น

จากที่ผ่านมามีทำให้ผู้บริหารของบริษัทได้มีการริเริ่มการ

กำหนดเป้าหมายใหม่โดยพยายามเปลี่ยนทัศนคติบุคลากรบริษัทว่า “เรตติ้งสูงสุด ไม่ใช่คำตอบสุดท้าย” จึงทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนเนื้อหาละครของช่อง 3 โดยริเริ่มการสร้างละครที่เน้นลดเนื้อหาความรุนแรง การสร้างแรงบันดาลใจ การสร้างประโยชน์ต่อสังคมเป็นเป้าหมายหลัก และเรตติ้งเป็นเรื่องรองตามมา จึงเป็นความท้าทายสำคัญที่จะทำอย่างไรให้บริษัทสามารถนำเสนอเนื้อหาละครที่มีผู้ชมเข้ามาสนใจ และปราศจากเนื้อหาที่รุนแรง เป็นภัยต่อสังคมร่วมกัน

### สิ่งที่องค์กรดำเนินการ

บริษัทได้เริ่มต้นเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ของเนื้อหาละครให้มีความเป็นครอบครัวมากขึ้น เนื่องจากแต่เดิมความสัมพันธ์ระหว่างช่อง 3 กับผู้ผลิตละคร ไม่ว่าจะทั้งนักแสดง ศิลปิน ผู้จัดละคร ผู้กำกับการแสดง นักประพันธ์ ผู้เขียนบทโทรทัศน์ ฯลฯ ล้วนเป็นบุคคลที่มีความสนิทสนมกับทางบริษัทเสมือนคนในครอบครัว และเมื่อผสมกับพฤติกรรมของผู้ชมส่วนใหญ่ที่มักจะชมละครภายในบ้าน จึงเปรียบเสมือนเนื้อหาละครเป็นภาคส่วนหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อบุคคลในครอบครัว บริษัทจึงอยู่ในฐานะสื่อกลางระหว่างผู้ผลิตละครกับกลุ่มผู้ชมทางบ้านทางบริษัทจึงริเริ่มที่จะขยายความสัมพันธ์ความเป็นครอบครัวให้ครอบคลุมทั้งห่วงโซ่อุปทานจนทำให้เกิด “ครอบครัวละคร 3”

จากแนวคิด “ครอบครัวละคร 3” ที่พยายามสร้างความสัมพันธ์ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ อีกทั้งการเน้นย้ำจากผู้บริหารบริษัทสู่ผู้ผลิตละครทุกคนในช่อง 3 เกี่ยวกับ



The Sixth Sense รักสัมผัสหัวใจ



สะเทือนใจ แม่ย่าเฮียน



หงส์สะบัดลาย



รักเกิดในตลาดสด



รักคุณเท่าฟ้า



ทานองรัก สัมผัสใจ

แนวคิด “ครอบครัวละคร 3” ว่า “สำหรับครอบครัวละครตั้งแต่นี้ต่อไปเราจะเน้นให้ความสุขแก่ผู้ชม ลดความรุนแรงและระมัดระวังการนำเสนอเนื้อหาที่อาจเป็นตัวอย่างไม่ดีสำหรับผู้ชมที่เป็นเด็กและเยาวชน ซึ่งสังคมแสดงความห่วงใย เช่น ลดฉากความรุนแรง ดูแลฉากเลิฟซีนในละครให้เหมาะสมกับเยาวชน มีการเสริมเนื้อหาเพื่อให้เห็นถึงการประกอบอาชีพของตัวละคร ซึ่งจะเห็นได้ชัดเจนในภาพยนตร์ต่างประเทศ ทั้งนี้ ทางช่อง 3 ยังพยายามสอดแทรกสาระความรู้ ในเนื้อหาแต่ละบทแต่ละตอนของละคร และรายการต่าง ๆ ได้อย่างสร้างสรรค์”

ในระยะเริ่มแรกของการปรับเปลี่ยนเนื้อหาของละคร ยังมีอุปสรรคอยู่พอสมควร เนื่องจากทางผู้ผลิตละครมองว่าการผลิตละครที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมจะทำให้จุดขายของละครแต่เดิมหายไปและนำไปสู่จำนวนผู้ชมลดลงตามลงไป ส่งผลทำให้รายได้ค่าโฆษณาตกลงจากเดิม แต่เมื่อเวลาผ่านไปทางผู้ผลิตละครกลับเห็นผลลัพธ์ว่า ละครของช่อง 3 ได้ผลการตอบรับที่ดีมากกว่าเดิม จำนวนผู้ชมเริ่มขยายตัวเพิ่มขึ้น จนกระทั่งทำให้ปัจจุบันผลงานละครส่วนใหญ่ของช่อง 3 ได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้ชมและมีเรตติ้งอยู่ในระดับสูง

### ความสำเร็จที่ได้รับ

จากแนวคิด “ครอบครัวละคร 3” ทำให้ผู้ชมเกิดความเข้าใจเสมือนดูหนังดูละครย้อนดูตัวตน ได้ข้อเตือนใจ รู้เห็นประสบการณ์ที่ดีและไม่ดี โดยไม่จำเป็นต้องทดลองเอง แต่ให้ละครเปรียบเสมือนห้องทดลองแสดงผลลัพธ์ให้ผู้ชมดู อาทิ การแทรกคำสอนทางธรรมะไว้ในละครเรื่อง “บ่วง” การสอนให้ประชาชนคนไทยรักชาติในละครเรื่อง “ขุนศึก” การสร้างแรงบันดาลใจให้เกิดความรักในวิถีดำเนินชีวิตด้วยการเกษตรในละครเรื่อง “ธรณีนี่นี้ใครครอง” การชี้ให้เห็นผลลัพธ์ของการคอร์รัปชันในละครเรื่อง “หงส์สะบัดลาย” เป็นต้น

ปัจจัยที่ทำให้กิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรสำเร็จได้ คือ ความไว้วางใจของบรรดาผู้ผลิตละครที่พร้อมตอบสนองต่อนโยบายของบริษัท ทั้งนี้ องค์กรยังมีกิจกรรมอื่น ๆ ที่ช่วย

สนับสนุนการช่วยเหลือต่อสังคมต่าง ๆ อาทิ กองทุนครอบครัวข่าว 3 โครงการคลังอาหาร โครงการสื่อการเรียนการสอน และซ่อมแซมโรงเรียน โครงการบ้านน้ำใจไทย-เพื่อนพึ่งพา (ภาฯ) ยามยาก ที่น้ำป่าด อุตรดิตถ์, อุทยา และลพบุรี เป็นต้น

### ข้อจำกัดและอุปสรรคที่พบ

- บทละครบางเรื่องมีเนื้อหาบางตอนที่แสดงถึงความรุนแรง ทำให้ผู้ผลิตละครจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนมุมมองกล้องเพื่อให้เกิดภาพความรุนแรงสำหรับผู้ชมน้อยที่สุด ซึ่งส่งผลทำให้ความน่าสนใจของละครลดลงไปบ้างสำหรับกลุ่มผู้ชมบางกลุ่ม
- การสร้างความร่วมมือระหว่างบริษัทและผู้ผลิตละครจำเป็นต้องอาศัยความสัมพันธ์ที่สนิทกันค่อนข้างมาก ทำให้การปรับเปลี่ยนต่าง ๆ เกิดความล่าช้า

### หน่วยร่วมดำเนินการ

- กลุ่มบริษัทผู้ผลิตละครช่อง 3

### ติดต่อ

คุณดวงรัตน์ มหาวณิช

หัวหน้างานฝ่ายประชาสัมพันธ์ (อินเทอร์เน็ท)

โทร. 0 2262 3797

อีเมล [duangrat@thaitv3.com](mailto:duangrat@thaitv3.com)



## “ร่วมฟื้นฟูประเทศไทย ผ่าน 3 ภารกิจหลัก แบ่งปันความรู้ เชิดชูศาสนา พัฒนาแหล่งน้ำลำคลอง”

### ความท้าทายขององค์กร

บริษัท มติชน จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจหนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์อื่น ๆ มีผลิตภัณฑ์หลัก คือ หนังสือพิมพ์รายวัน หนังสือพิมพ์ราย 3 วัน หนังสือพิมพ์รายสัปดาห์ นิตยสาร และหนังสือเฉพาะกิจประเภทต่าง ๆ จากการที่ต้องลงพื้นที่เพื่อหาข้อมูลมาเขียนเป็นชิ้นงานให้กับหนังสือแต่ละฉบับนั้น ทำให้บริษัทได้ทราบถึงปัญหาและเข้าถึงพื้นที่ที่เกิดปัญหาได้ก่อนใคร จึงเกิดเป็นความท้าทายกับบริษัทว่าจะสามารถเข้าไปช่วยแก้ไขปัญหานั้นโดยใช้เครือข่ายของผู้สื่อข่าวท้องถิ่น ในการเข้าถึงพื้นที่ และประสานงานหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อร่วมมือกันแก้ปัญหา

### สิ่งที่องค์กรดำเนินการ

บริษัทได้ใช้ความเป็นสื่อ เพื่อระดมพลในการแก้ไขปัญหา โดยการลงพื้นที่ไปรวบรวมข้อมูล และนำมาหารือเพื่อจัดทำโครงการเข้าไปช่วยเหลือ และเขียนเป็นบทความเชิงสารคดีตีพิมพ์ลงในหนังสือพิมพ์ เพื่อบอกเล่าเรื่องราว ที่มาที่ไปของปัญหาที่เกิดขึ้น อีกทั้งยังเชิญชวนให้ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม โดยโครงการที่ได้จัดทำนั้นมีความชัดเจน โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ และทางบริษัทจะรายงานผลการดำเนินงานตีพิมพ์ลงหนังสือพิมพ์เป็นระยะ ๆ เพื่อให้ผู้ที่ได้เข้าร่วมโครงการทราบถึงความก้าวหน้าในการทำงาน บริษัทมี 3 ภารกิจหลักในการช่วยเหลือสังคมคือ “แบ่งปันความรู้ เชิดชูศาสนา พัฒนาแหล่งน้ำลำคลอง”



“แบ่งปันความรู้” เป็นภารกิจที่จะทำให้สังคมไทยเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ ถ่ายทอดจากกลุ่มหนึ่งสู่กลุ่มหนึ่ง โดยมุ่งเน้นไปที่ที่ขาดแคลนในเรื่องการศึกษา เช่น กรมราชทัณฑ์ โรงเรียนที่ขาดแคลนหนังสือ โรงเรียนที่มีเกณฑ์การศึกษาต่ำกว่ามาตรฐาน วัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการอ่านหนังสือและสร้างโอกาสให้ได้เรียนรู้และพัฒนาตนเอง ซึ่งบริษัทได้ร่วมกับเครือข่ายในการคัดเลือกหนังสือที่ดีและมีคุณภาพในการนำไปมอบให้กับสถานที่ต่างๆ โดยจัดในรูปแบบโครงการ อาทิเช่น โครงการ I see U โครงการจุดประกายปัญญา โครงการผู้อัศจรรย์ปัญญา และยังมีโครงการ Young Writer Camp ที่จัดขึ้นเพื่อพัฒนาทักษะการเขียนแบบมืออาชีพให้กับเยาวชนไทย

“เชิดชูศาสนา” เป็นการส่งเสริมเผยแพร่แก่นแท้อันเป็นคำสอนของพระพุทธองค์ ให้เกิดการใช้สติปัญญาในทางที่ถูกต้องชอบธรรม ทั้งในการดำเนินชีวิตส่วนตัวและสาธารณะ ตลอดจน

ร่วมพัฒนาวัดวาอารามให้กลับมาเป็น “ศูนย์กลางของชุมชน” เป็นแหล่งเรียนรู้และเป็นที่พักพิง เป็นที่พึ่งทางใจของคนทั่วหน้ากัน ได้แก่ โครงการผ้าป่าต้นไม้ ปรับปรุงภูมิทัศน์พระอุโบสถ วัดหนึ่งราชมหารวิหาร กทม. โครงการปฏิสังขรณ์มณฑปและรอยพระพุทธรูปวัดเขาคีรี จ.สุพรรณบุรี โครงการบูรณะ “นาคสูล” วัดพระธาตุ ตำบลศาลาขาว อำเภอเมือง จ.สุพรรณบุรี และโครงการบูรณะศาลาการเปรียญวัดแก้วไพฑูรย์ (วัดบางประทุนใน) บางขุนเทียน กทม.

“พัฒนาแม่น้ำลำคลอง” โดยเข้าไปช่วยสนับสนุน พี่นุพู ทำนุบำรุง รักษาแหล่งน้ำตามธรรมชาติ ไม่ว่าจะเป็นคลองบึงหรือแม่น้ำ รวมไปถึงการรักษาป่าและฟื้นฟูเขตต้นน้ำ อีกทั้งการรักษาระบบนิเวศของกลุ่มน้ำให้เป็นเหมือนดังที่เคยเป็นมาในอดีต สามารถใช้ในการดำรงชีวิตหรือการคมนาคม กระทั่งเป็นจุดก่อเกิดวัฒนธรรมประเพณีหลาย ๆ อย่าง ได้แก่ โครงการขุดลอกคูคลองเมืองอู่ทอง จ.สุพรรณบุรี ธรรงค์ให้ภาคส่วนต่าง ๆ ร่วมกันพัฒนาแหล่งน้ำลำคลอง เก็บขยะและกำจัดสิ่งกีดขวางทางน้ำในคลองเปรมประชากร

### ความสำเร็จที่ได้รับ

บริษัทได้รับเสียงตอบรับและความร่วมมือเป็นอย่างดี จากทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนในการร่วมมือกันทำโครงการเพื่อช่วยเหลือสังคม ซึ่งสื่อให้เห็นว่าสิ่งพิมพ์ของ มติชนได้เข้าถึงทุกคน ทุกหน่วยงาน และจากการลงไปช่วยเหลือสังคมทำให้บริษัทเป็นที่รู้จักมากขึ้นในสังคม มีเครือข่ายเพิ่มขึ้น ได้รับความเชื่อถือ และความศรัทธา จากทั้งหน่วยงานที่ร่วมกันทำงานและจากประชาชน นอกจากนี้การดำเนินกิจกรรมยังทำให้ได้เห็น “รอยยิ้ม” ของคนไทย นับว่าเป็นความสำเร็จอย่างยิ่งในการดำเนินโครงการทุกโครงการของบริษัท

ปัจจัยที่ทำให้โครงการต่าง ๆ ของบริษัทสำเร็จได้ คือ จิตสำนึกที่ดีของพนักงาน เครือข่าย และองค์กร ที่มีส่วนร่วมกันดำเนินโครงการอย่างต่อเนื่อง ช่วยกันสอดส่องปัญหา ความขาดแคลนของคนในประเทศไทย และนำน้ำใจไปมอบให้คนไทย

### ข้อจำกัดและอุปสรรคที่พบ

- โครงการที่จัดตั้งขึ้นมีหน่วยงานหลายหน่วยงานมาร่วมดำเนินการ อุปสรรคที่พบส่วนใหญ่จึงเป็นเรื่องของการประสานงานและการจัดการงานต่าง ๆ ในโครงการให้ชัดเจน

### หน่วยร่วมดำเนินการ

- บริษัท มติชน จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือ
- มูลนิธิ ดร.โกวิท วรพิพัฒน์
- มูลนิธิ บรรจง พงศ์ศาสตร์

### ติดต่อ

คุณปิยะชาติ มงคลไชยสิทธิ์  
กรรมการผู้จัดการ  
โทร. 0 2580 0021  
อีเมล piyachart@matchon.co.th



บริษัท โอ ซี ซี จำกัด (มหาชน)  
O.C.C. PUBLIC COMPANY LIMITED



## “ส่งความสุขสู่สังคม ผ่านมิติแห่งความงาม”

### ความท้าทายขององค์กร

บริษัท โอ ซี ซี จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจด้านการจัดจำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์จัดแต่งทรงผม เสื้อผ้าคุณภาพสูง และเครื่องดนตรีนำเข้าจากต่างประเทศ พร้อมให้บริการด้านความงาม อาทิ การแต่งหน้า การนัดหน้า การทำสปา และการจัดแต่งทรงผม เป็นต้น ด้วยรูปแบบของธุรกิจที่ขับเคลื่อนอยู่บนเส้นทางของความงามจึงส่งผลให้บริษัทมีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในด้านทักษะความงามเป็นจำนวนมาก ด้วยเหตุนี้บริษัทจึงเล็งเห็นว่าควรนำความรู้ความเชี่ยวชาญของบุคลากร กอปรกับผลิตภัณฑ์คุณภาพที่บริษัทสร้างสรรค์ขึ้น ดำเนินกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม โดยการเผยแพร่ความรู้ด้านความงามสู่สังคมให้มากที่สุด เพื่อช่วยลดภาวะการว่างงานของคนในสังคม และมอบความสุขจากความงามในมิติต่าง ๆ ภายใต้แนวคิดที่ว่า “ส่งความสุขสู่สังคม ผ่านมิติแห่งความงาม”

### สิ่งที่องค์กรดำเนินการ

เนื่องด้วยสถานะทางด้านเศรษฐกิจและสังคมที่ทำให้

ประชากรในเมืองกรุงบางกลุ่มว่างงาน ไม่มีรายได้ ทางบริษัทจึงเล็งเห็นถึงโอกาสที่จะนำความสามารถและความเชี่ยวชาญของบุคลากรที่บริษัทมีอยู่ ช่วยลดสภาวะปัญหาดังกล่าว จึงทำให้เกิดการริเริ่มจัดทำโครงการ “ต้นกล้าแห่งความงาม ต้นทางแห่งอาชีพ”

พร้อมกับบริษัทได้ตั้งปณิธานที่จะร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาชีวิตของคนในสังคมให้ดีขึ้น จึงส่งเสริมโครงการข้างต้นอย่างจริงจัง ด้วยการจัดให้มีที่มหาวิทยาลัยเพื่ออบรมและให้ความรู้ด้านการแต่งหน้าเพื่อนำไปประกอบอาชีพ โดยดำเนินโครงการดังกล่าว ร่วมกับสโมสรซอนต้าสากลกรุงเทพฯ 5 จัดส่งวิทยากรร่วมอบรมความรู้ด้านการแต่งหน้าให้แก่ นักโทษหญิง ณ ทัณฑสถานหญิงเรือนจำกลางคลองเปรมที่มีความประพฤติดี มีโอกาสที่จะได้รับการอภัยโทษ ซึ่งคอร์สความรู้ที่บริษัทนำไปอบรมนี้จะช่วยให้ผู้ที่เข้ารับการอบรมสามารถนำทักษะที่ได้รับไปต่อยอดเพื่อประกอบอาชีพเลี้ยงตนเองในวันที่พ้นโทษได้ นอกจากนี้ทางบริษัทยังได้อบรมความรู้ด้านการแต่งหน้าเพื่อนำไปประกอบอาชีพแก่สถานศึกษา และหน่วยงาน



อื่น ๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่มีความสนใจอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งได้ขยายผลการดำเนินโครงการดังกล่าวไปสู่เยาวชน อาทิ ร่วมอบรมการแต่งหน้าเพื่อนำไปประกอบอาชีพให้แก่เยาวชนในความดูแลของมูลนิธิศุภนิมิตรแห่งประเทศไทย ที่มีอายุระหว่าง 16 - 22 ปี ภายใต้กิจกรรมที่ชื่อว่า “อบรมการพัฒนาทัศนคติภาพและบุคลิกภาพเยาวชนมูลนิธิศุภนิมิตรแห่งประเทศไทย (Seed of Hope เมล็ดพันธุ์แห่งความหวัง) ”

สำหรับการดำเนินธุรกิจบริษัทให้ความสำคัญกับความพึงพอใจและความปลอดภัยของผู้บริโภคเป็นหลัก ผลลัพธ์หนึ่งในกลุ่มเครื่องสำอางจึงมีการรับประกันว่าไม่มีส่วนผสมของสารที่ก่อให้เกิดอาการแพ้และเป็นอันตรายต่อผิว แต่ถ้าหากมีกรณีที่ลูกค้ามีอาการที่บ่งชี้ว่าแพ้เครื่องสำอางขึ้นมา ทางบริษัทจะมีมาตรการดูแลรับผิดชอบอย่างเต็มที่ การให้ความสำคัญในเรื่องดังกล่าว จึงนับเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคไว้วางใจในผลิตภัณฑ์ภายใต้การดูแลของบริษัทด้วยดีมาโดยตลอด นอกจากนี้ทางบริษัทยังให้ความสำคัญในเรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อมด้วยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของเครื่องสำอางบางรุ่น โดยทำจากกระดาษเพื่อลดปริมาณพลาสติก ด้วยแนวคิดที่ว่า “ถึงแม้จะไม่สามารถทำได้ 100% ของสินค้าทุกประเภท แต่ทางบริษัทขอแสดงให้เห็นถึงความตั้งใจว่าควรทำในส่วนที่ทำได้ อย่างน้อยขอเป็นส่วนหนึ่งในการร่วมรักษาสิ่งแวดล้อม”

### ความสำเร็จที่ได้รับ

จากการติดตามผลการดำเนินงานในโครงการทำให้ทราบว่า “โครงการต้นกล้าแห่งความงาม ต้นทางแห่งอาชีพ” สามารถช่วยเหลือบุคคลที่ด้อยโอกาสให้มีอาชีพที่มั่นคงสามารถเลี้ยงตนเองและครอบครัวได้จริง โครงการดังกล่าวสามารถลดสถานะการว่างงาน ช่วยสร้างอาชีพและสร้างรายได้แก่ชุมชน “โครงการแต่งเติมความงาม แต่งแต้มความสุขสู่สังคม” นั้นได้มีโอกาสเข้าไปแต่งหน้าให้กับศิลปิน ดารา และนักร้อง จำนวนมากที่มาร่วมสร้างความสุขในงานเพื่อการกุศลต่าง ๆ เพื่อนำรายได้จากการจัดงานส่งต่อไปยังกลุ่มบุคคล หรือหน่วยงานที่

ต้องการความช่วยเหลือ ณ ขณะนั้น ซึ่งการมีส่วนร่วมดังกล่าว บริษัทไม่เคยคิดค่าใช้จ่ายแต่อย่างใด

ปัจจัยที่ทำให้กิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรสำเร็จได้ คือ การปลูกฝังให้บุคลากรขององค์กรทุกคนมีจิตสำนึกในการทำความดี การรู้จักให้ รู้จักแบ่งปัน เมื่อได้ลงมือกระทำสิ่งใดแล้วก็ต้องมีความเต็มใจ ความตั้งใจและความแน่วแน่เป็นที่ตั้ง ผนวกกับผู้ที่เข้ารับการอบรมก็มีความตั้งใจและต้องการความรู้ด้านนี้ เพื่อนำไปประกอบอาชีพในอนาคต จึงทำให้โครงการสำเร็จมาได้ด้วยดี ซึ่งนอกจากโครงการดังกล่าวนี้แล้ว ทางบริษัทยังมีกิจกรรมและโครงการอื่น ๆ อีกมากมาย ในการช่วยเหลือสังคมด้วยการใช้ความเชี่ยวชาญที่มีอยู่ขององค์กร อาทิ โครงการผสมสวยด้วยรัก, โครงการ Charity ความงามเพื่อการแบ่งปัน เป็นต้น

### ข้อจำกัดและอุปสรรคที่พบ

- เนื่องจากข้อจำกัดของจำนวนบุคลากร ทำให้สามารถดำเนินโครงการได้เฉพาะภายในเขตกรุงเทพมหานคร และจังหวัดใกล้เคียง ซึ่งในอนาคตคาดว่าจะขยายผลออกไปสู่ต่างจังหวัดได้เพิ่มขึ้น

### ติดต่อ

คุณรัชตา ลัจจะรักษ์

ผู้จัดการฝ่ายโฆษณาประชาสัมพันธ์และฝ่ายโครงการ CSR องค์กร

โทร. 08 1375 7658

0 2295 4545, 0 2295 4567 เบอร์ต่อ 330



## ผู้ปฏิบัติการสร้างสรรค์งานบันเทิงคุณภาพ ด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม

### ความท้าทายขององค์กร

บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทบันเทิงครบวงจร ที่รวบรวมคอนเทนต์ทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นงานเพลง รายการโทรทัศน์ วิชชุ ดิจิตอลคอนเทนต์ และ ศิลปินดารา นักร้องอีกกว่า 400 ชีวิต ซึ่งเป็นที่ยอมรับในการทำงานมากกว่า 32 ปี อาร์เอส ไม่ใช่แค่ค่ายเพลงขนาดใหญ่ แต่เราเป็นเครือข่าย ความบันเทิง ครบวงจรที่สร้างสรรค์และผลิตผลงานให้เป็นที่ยอมรับและชื่นชอบของคนทั้งประเทศ พร้อมทั้งยังทำกิจกรรมเพื่อสร้างประโยชน์และความสุขให้กับสังคมไทยอย่างต่อเนื่อง และพัฒนางานทุก ๆ ด้านให้ทันสมัยและสนับสนุนวิสัยทัศน์และเป้าหมาย “ผู้ปฏิบัติการสร้างสรรค์งานบันเทิงคุณภาพ ด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม” ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ศิลปินอาร์เอสล้วนมีอิทธิพลต่อความคิดของคนรุ่นใหม่ ดังนั้นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมแบบยั่งยืนจึงเป็นนโยบายหลัก ที่เราให้ความสำคัญควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจ

### สิ่งที่องค์กรดำเนินการ

บริษัทสนับสนุนกิจกรรมของสังคมในรูปแบบต่าง ๆ โดยจัดตั้งโครงการ อาร์เอส กีฟ แบค คีนก้าไรสู่สังคม โดยมีวัตถุประสงค์สนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมทั้งภายในและภายนอกบริษัท ด้วยความร่วมมือของผู้บริหารและพนักงานเป็นหน่วยคอมมานโด ที่จะเข้าร่วมช่วยเหลือในกิจกรรม CSR ต่าง ๆ อาทิ ร่วมสร้างบ้านให้กับผู้ไร้ที่อยู่อาศัย และการบริจาคโลหิตในวาระต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องได้ อีกทั้งยังส่งเสริมให้ศิลปินร่วมงานกับองค์กรการกุศลที่ทำกิจกรรมส่งเสริมสังคมและ

ดำเนินการโดยไม่หวังสิ่งตอบแทน ด้วยการให้ศิลปินในสังกัดทำหน้าที่ทูตเพื่อเป็นแกนนำในการรักษาสีงแวดล้อม และจากนั้น ก็มีการทำโครงการช่วยเหลือสังคมในด้านต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้นตามมา อาทิ การร่วมกับมูลนิธิที่อยู่อาศัยเพื่อมนุษยชาติ ซึ่งมีฟิล์ม รัชฎุมิ ทำหน้าที่ทูต การร่วมกับองค์กรพัฒนาศักยภาพสตรีโลก ซึ่งมี ปาน ธนพร ทำหน้าที่ทูตสันถวไมตรี การร่วมกับมูลนิธิรักษ์ไทย เพื่อช่วยเหลือเด็กที่ด้อยโอกาส และต่อต้านการค้าแรงงานเด็กข้ามชาติ ซึ่งมี แจ็ค จารุงพงศ์ ทำหน้าที่ทูต และการร่วมกับสมาคมป้องกันการทารุณกรรมสัตว์ เพื่อผลักดันกฎหมายป้องกันการทารุณสัตว์ และต่อต้านการค้าสัตว์ตามแนวชายแดน ซึ่งมี เกร็ลลี่ เบอร์รี่ และ แวงค์ อธิกิตติ์ ทำหน้าที่ทูตสถานต่อนโยบายให้สัมฤทธิ์ผล

นอกจากนี้ ในส่วนของบริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) ได้ดำเนินการช่วยเหลือปัญหาของสังคมในทุก ๆ ด้านทั้งในด้านของปัญหาภัยพิบัติต่าง ๆ การรณรงค์ส่งเสริมเยาวชนให้เกิดการทำดี สำนึกได้ถึงคุณงามความดีที่สมควรทำในปัจจุบัน ซึ่งจะเห็นได้ว่า แนวทางการรับผิดชอบต่อสังคมที่ชัดเจน ทั้งในด้านการปรับเปลี่ยนการทำงานในองค์กรเริ่มขยายสู่ชุมชน และวางแนวทางจัดทำโครงการช่วยเหลือสังคมในระดับวงกว้างที่ยังคงเป็นปัญหาของประเทศ

### ความสำเร็จที่ได้รับ

จากโครงการอาร์เอส กีฟ แบค คีนก้าไรสู่สังคม ดังกล่าว ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนในแง่ของการทำงาน ด้วยการสร้างสรรค์ผลงานอย่างมีคุณภาพและคำนึงถึงสังคมอย่างยั่งยืน



โดยโครงการต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ต่างได้รับการสนับสนุนจากองค์กรเพื่อสังคม และล่าสุด ได้เข้าสู่สมาชิกเครือข่ายความรับผิดชอบต่อสังคมของสมาคมจดทะเบียนไทย หรือ CSR Club ซึ่งกระบวนการดังกล่าวถือเป็นการพัฒนาศักยภาพด้านคุณธรรม จริยธรรม ของผู้บริหาร พนักงาน ศิลปิน จนทำให้เกิดแนวทางที่คืนกำไรสู่สังคมและทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกิดการรับรู้และยอมรับในตัวองค์กรมากขึ้น

ปัจจัยที่ทำให้กิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรสำเร็จได้ คือ ความไว้วางใจของพนักงาน ผู้บริหาร และศิลปินที่ร่วมมือร่วมใจกัน ตอบสนองต่อนโยบายของบริษัท ทั้งนี้ องค์กรยังมีกิจกรรมอื่น ๆ ที่ช่วยสนับสนุนการช่วยเหลือต่อสังคมต่าง ๆ อาทิ โครงการ RS We Care โครงการประสานใจช่วยภัยน้ำท่วม เป็นต้น

### ข้อจำกัดและอุปสรรคที่พบ

- ความไม่พร้อมขององค์กรสาธารณกุศล ในการสร้างความร่วมมือในการช่วยเหลือสังคม ทำให้บ่อยครั้งความร่วมมือกันจึงเป็นไปได้ยาก

### หน่วยร่วมดำเนินการ

- กลุ่มบริษัทในเครือ ผู้บริหาร พนักงาน และศิลปิน

### ติดต่อ

คุณนุสรา คงสุจริต  
ผู้อำนวยการสายงานสื่อสารองค์กร  
โทร. 0 2511 0555  
อีเมล nusra@rs.co.th

## Growing Green Together ขยายผลสู่ Green Procurement



### ความท้าทายขององค์กร

บริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจในการผลิตปูนซีเมนต์ โดยมีเป้าหมายหลัก คือ เพื่อก้าวสู่ความเป็นหนึ่งในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการเกี่ยวกับปูนซีเมนต์ต่อทุกฝ่ายอย่างครบวงจร มีผลิตภัณฑ์หลัก คือ ปูนซีเมนต์ และปูนซีเมนต์สำเร็จรูป (มอร์ตาร์) บริษัทจัดจำหน่ายทั้งในลักษณะปูนผง (Bulk Cement) ปูนถุง (Bag Cement) และปูนเม็ด (Clinker) ตามความต้องการของตลาด ปัจจุบันมีโรงงานผลิตปูนซีเมนต์ 3 โรงงานที่จังหวัดสระบุรี บริษัทมีเจตนารมณ์ที่จะทำงานร่วมกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยมุ่งสร้างและสืบสานความสัมพันธ์ที่เป็นการยอมรับและไว้วางใจซึ่งกันและกัน มุ่งที่จะเสริมสร้างคุณภาพชีวิตให้แก่พนักงานและครอบครัว ตลอดจนชุมชนโดยรอบสถานที่ประกอบการ

ทางบริษัทเล็งเห็นความสำคัญของห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้ลูกค้าพัฒนาโอกาสทางธุรกิจและเติบโตไปพร้อมกันกับบริษัท จึงได้มีการปรับปรุงกระบวนการจัดซื้อ โดยมีผู้ที่มีส่วนได้เสีย คือ คู่ค้า (Supplier)



นั่นเอง

### สิ่งที่องค์กรดำเนินการ

จากนโยบาย Green Heart นำไปสู่การขับเคลื่อนโครงการ Green Procurement ที่มีหลักการในการจัดซื้อจัดหาอย่างเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีการออกกฎระเบียบในการจัดซื้อวัสดุ ที่ต้องได้รับฉลากเขียว (Green Label) ที่ได้รับการรับรองจากสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย ที่มีประมาณ 30-40 หมวดสินค้า เพื่อช่วยให้คู่ค้ามีความพร้อมในการปรับตัวให้เข้าเงื่อนไขกฎระเบียบการจัดซื้อใหม่ ทางบริษัทจะแจ้งให้ทางผู้ขายสินค้าที่เป็นรายหลัก ๆ ที่มียอดซื้อมูลค่ารวมทั้งสิ้นประมาณ 80% ของยอดซื้อทั้งหมด รวมเป็นจำนวนประมาณ 300 กว่าราย ให้ทราบถึงการเปลี่ยนกฎระเบียบในการซื้อสินค้าที่ได้รับฉลากเขียว โดยทางบริษัทได้ออกข้อกำหนดตามมาตรฐานที่ใช้สำหรับบริษัทในกลุ่มของโฮลซิม (Holcim) ซึ่งเป็นหนึ่งในผู้ถือ

หุ้นรายใหญ่ของบริษัท โดยมีการออกจรรยาบรรณของผู้ขายสินค้า (Supplier Code of Conduct) ซึ่งในส่วนนี้จะช่วยยกระดับมาตรฐานของบริษัทที่เป็นคู่ค้า จากนั้นจะมีการเข้าไปตรวจสอบว่าคู่ค้ามีกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือทำกิจกรรมเพื่อสังคมอะไรบ้าง โดยบริษัทได้ดำเนินการร่วมกับทางสำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรม เพื่อออกไปรับรองให้กับผู้ขายสินค้าที่ผ่านการประเมิน ทางบริษัทพยายามที่จะกระตุ้นให้ทางผู้ขายสินค้ามีจิตสำนึกและใส่ใจในการผลิตสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยการจัดให้มีช่องทางการสื่อสารผ่านทางเฟซบุ๊ก มีการจัดกิจกรรมให้ความรู้ การให้ตัวอย่าง และยังจัดให้มีการประกวด เพื่อให้ผู้ขายสินค้ามีโอกาสไปดูงานที่โรงงานของบริษัทในกลุ่มโฮลซิมที่ต่างประเทศที่เป็นตัวอย่างในเรื่องสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้ยังมีโครงการ Green Heart Club โดยพนักงานทุกคนจะเป็นสมาชิกของชมรม เพื่อต้องการกระตุ้นให้พนักงานมีความสำนึกในการใส่ใจต่อสังคมและร่วมรักษาสิ่งแวดล้อมและการทำความดี รวมทั้งส่งเสริมให้พนักงานมีจิตอาสา โดยพนักงานสามารถเสนอโครงการ กิจกรรม ได้ ซึ่งเป็นการทำให้พนักงานมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม CSR เช่น การลด CO<sub>2</sub> การสอนให้แยกขยะ การทำให้มี Zero Waste เป็นต้น

### ความสำเร็จที่ได้รับ

บริษัทช่วยยกระดับมาตรฐานของบริษัทที่เป็นคู่ค้า ให้มีความใส่ใจต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ทำให้คู่ค้าเติบโตไปพร้อมกับบริษัท สุดท้ายก็เป็นการทำให้ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ทั้งระบบเป็นสีเขียว ก่อให้เกิดกระบวนการจัดซื้อที่ยั่งยืน

โดยปัจจัยความสำเร็จนั้น เริ่มจากที่บริษัทมีนโยบายหลักที่ต้องการเป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อและเป็นสมาชิกที่ดีของสังคม จึงนำมาสู่หลักการปฏิบัติ เริ่มตั้งแต่ตัวพนักงานที่ต้องการให้พนักงานมีความเป็น “Green & Good” เมื่อเป็นเช่น

นั้นแล้ว รายละเอียดในการดำเนินงานแต่ละกระบวนการก็จะสะท้อนออกมาในรูปแบบที่เป็นมิตรและห่วงใยต่อสิ่งแวดล้อม จากแนวคิด “Growing Green Together” ของบริษัท ก็จะนำไปสู่การเติบโตทางเศรษฐกิจ ภายใต้สิ่งแวดล้อมที่เป็นสีเขียว

### ข้อจำกัดและอุปสรรคที่พบ

- ในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของคู่ค้า จะต้องมีการให้ความรู้ ความเข้าใจ และดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

### ติดต่อ

ฝ่ายธุรกิจสัมพันธ์  
โทร. 0 2707 7000

## แนวปฏิบัติสำหรับการพัฒนา CSR ขององค์กรธุรกิจ

แนวปฏิบัติสำหรับการพัฒนา CSR ขององค์กรธุรกิจ<sup>1</sup> ได้จำแนกไว้เป็น 6 แนวทาง ได้แก่ แนวทางวิเคราะห์วิสัยทัศน์ และพันธกิจสำหรับการพัฒนา CSR แนวทางการกำหนดวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ CSR ในแผนที่ยุทธศาสตร์ แนวทางการกำหนดตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน CSR แนวทางการระบุกิจกรรม CSR ที่เกี่ยวข้อง แนวทางการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรม และวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ที่ใหม่มองที่เกี่ยวกับ CSR และแนวทางการแปลงกิจกรรม CSR ไปสู่การลงมือปฏิบัติ

### 1. แนวทางการวิเคราะห์วิสัยทัศน์และพันธกิจสำหรับการพัฒนา CSR

ด้วยข้อเท็จจริงที่ CSR จะต้องดำเนินไปในทิศทางที่สะท้อนให้เห็นถึงวิสัยทัศน์ (What we want to be) และพันธกิจ (Why we exist) ขององค์กร ดังนั้นเป้าประสงค์ (Goals) และนโยบาย (Policies) การดำเนิน CSR ขององค์กร จึงต้องถูกวางให้มีความเชื่อมโยงและสอดคล้องกับวิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์กรนั้น ๆ ทั้งนี้แต่ละองค์กรอาจมีการเลือกประเด็นทางสังคม (Social Issues) และพื้นที่การดำเนินงาน CSR ที่แตกต่างกัน อันเนื่องมาจากวิสัยทัศน์และพันธกิจของแต่ละองค์กรมีความแตกต่างกันนั่นเอง

โดยทั่วไป การพัฒนา CSR ขององค์กรธุรกิจจะต้องครอบคลุมใน 3 ด้านหลัก ที่มุ่งไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ได้แก่ การพัฒนาทั้งด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม ให้มีความสมดุล ภายใต้ชื่อที่เรียกต่าง ๆ กัน เช่น ESG ซึ่งมาจาก Environment-Social-Governance หรือ PPP ซึ่งมาจาก Planet-People-Profit หรือ TBL ซึ่งย่อมาจาก Triple Bottom Line ที่ขยายการให้ความสำคัญของบรรทัดสุดท้ายในทางธุรกิจที่เป็นกำไรสุทธิ หรือ Net Profit จากการดำเนินงาน ไปสู่การคำนึงถึงผลประโยชน์ทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมด้วย

สำหรับองค์กรธุรกิจซึ่งมีวิสัยทัศน์และพันธกิจที่ยังไม่ได้สะท้อนให้เห็นถึงเจตนารมณ์ในการดำเนินงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ก็อาจพิจารณาปรับปรุงวิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์กรตามขอบข่ายการดำเนินงานภายในช่วงเวลาที่เหมาะสม

แนวปฏิบัติสำหรับการวิเคราะห์วิสัยทัศน์และพันธกิจ สำหรับการพัฒนา CSR ได้แก่

- จัดทำวิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์กร (ถ้ายังไม่มี)
- พิจารณาความครอบคลุมของวิสัยทัศน์ที่มีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
- ปรับปรุงวิสัยทัศน์ให้สะท้อนถึงเจตนารมณ์ด้าน CSR ตามความเหมาะสม
- ตรวจสอบและปรับปรุงขอบข่ายการดำเนินงานในพันธกิจให้มีความสอดคล้องกับวิสัยทัศน์
- วางเป้าประสงค์การดำเนิน CSR ขององค์กรที่นำไปสู่การบรรลุวิสัยทัศน์
- กำหนดนโยบายการดำเนิน CSR ให้เชื่อมโยงสู่เป้าหมายที่วางไว้

<sup>1</sup> ประมวลจากผลการวิจัยของสถาบันไทยพัฒนาในโครงการพัฒนา CSR ในกระบวนการบริหารจัดการองค์กรธุรกิจ ระยะที่ 2: การทดสอบเครื่องมือและจัดทำแนวปฏิบัติสำหรับการพัฒนา โดยได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

ในแง่ขององค์กร ซึ่งมีความเข้าใจถึงภารกิจหลัก ว่าการดำเนินงานขององค์กรได้คำนึงถึงผลกระทบต่อด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมอยู่แล้ว แม้จะมีได้ปรากฏอยู่ในข้อความ (Statement) ของวิสัยทัศน์และพันธกิจ แต่พึงระลึกว่า สำหรับบุคคลหรือหน่วยงานภายนอกอาจมิได้ล่วงรู้เจตนารมณ์ขององค์กรดีเท่ากับผู้ที่อยู่ในองค์กร การที่บุคคลหรือหน่วยงานภายนอกจะพิจารณาว่าองค์กรได้ให้ความสำคัญในเรื่อง CSR มากน้อยเพียงใด จำต้องอาศัยจากข้อมูลเอกสารที่ปรากฏเผยแพร่ ฉะนั้นการแสดงให้เห็นถึงเจตนารมณ์อย่างเป็นทางการหนึ่ง ก็คือ การระบุในข้อความที่เป็นวิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์กร

## 2. แนวทางการกำหนดวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ CSR ในแผนที่ยุทธศาสตร์

เป้าประสงค์ (Goals) คือ การกำหนดทิศทางและจุดมุ่งหมายหลักขององค์กรสำหรับการดำเนินงานในระยะยาว และมีลักษณะเป็นนามธรรมสูง

วัตถุประสงค์ (Objectives) คือ สิ่งที่ต้องการจะบรรลุภายในระยะเวลาที่กำหนดสำหรับการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ โดยมีตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน และเป้าหมาย (Target) กำกับที่ชัดเจน

วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Objectives) คือ สิ่งซึ่งเกี่ยวข้องกับสถานะภาพของกิจการที่องค์กรจำเป็นต้องบรรลุ และมีนัยสำคัญเหนือวัตถุประสงค์ในการปฏิบัติงานที่เป็นปกติประจำวัน

เนื่องจากการจัดทำแผนที่ยุทธศาสตร์ (Strategic Map) จะช่วยให้องค์กรเห็นภาพรวมของปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จ และเห็นการปรับแนวการดำเนินงานและจุดเน้น (Alignment and Focused) ขององค์กรให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างเป็นเอกภาพ วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ที่ปรากฏในแผนที่ยุทธศาสตร์จึงต้องมีความสัมพันธ์กันในเชิงเหตุและผล (Cause and Effect) ระหว่างมุมมองในแต่ละระดับ ซึ่งเป็นเครื่องยืนยันว่า การดำเนินงาน CSR สามารถผนวกเข้ากับการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ด้วยการเชื่อมโยงวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ทางธุรกิจเข้ากับวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ทางสังคม ภายใต้แผนที่ยุทธศาสตร์หนึ่งเดียว

แนวปฏิบัติสำหรับการกำหนดวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ CSR ในแผนที่ยุทธศาสตร์ ได้แก่

- จัดทำแผนที่ยุทธศาสตร์ขององค์กร (ถ้ายังไม่มี)
- ขยายมุมมองในแผนที่ยุทธศาสตร์ให้ครอบคลุมมุมมองที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับ CSR
- กำหนดวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ CSR ในแต่ละมุมมอง
- เชื่อมโยงความสัมพันธ์ที่เป็นไปได้ในเชิงเหตุและผลของวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ทั้งหมดในแผนที่ยุทธศาสตร์
- เพิ่มเติมวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ ที่ทำให้เส้นความสัมพันธ์ในแต่ละระดับเชื่อมโยงระหว่างกันอย่างสมเหตุสมผล
- พิจารณาควรรวมวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ที่มีความคล้ายคลึงกัน เพื่อหลีกเลี่ยงการพัฒนากิจกรรมที่มีความซ้ำซ้อนกัน

ในภายหลัง

แผนที่ยุทธศาสตร์ที่ขยายมุมมองให้ครอบคลุมเรื่อง CSR ตั้งอยู่บนหลักการที่ว่า

- กลยุทธ์จะต้องส่งมอบคุณค่าที่ไม่จำกัดเฉพาะแต่เพียงผู้ถือหุ้น (Shareholders) แต่ยังคงคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ (Stakeholders) การที่กลยุทธ์ขององค์กรถูกออกแบบเพื่อตอบสนองคุณค่าให้แก่ผู้ถือหุ้นเพียงลำพัง อาจไม่เพียงพอต่อการ

ทำให้องค์กรเป็นที่ยอมรับของสังคม ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของกิจการ ฉะนั้นการวางหน้าหนักกลยุทธ์ขององค์กร จึงต้องสร้างให้เกิดความสมดุลระหว่างวัตถุประสงค์ด้านการเงิน (Finance) และวัตถุประสงค์นอกเหนือด้านการเงิน (Non-Finance) อาทิ การเพิ่มความน่าเชื่อถือขององค์กร หรือการลดข้อขัดแย้งและกรณีพิพาทที่ส่งผลกระทบต่อองค์กร

- กลยุทธ์จะต้องขยายการรับรู้ถึงสิ่งที่ลูกค้าต้องการ (Customer Value Proposition) ไปสู่สิ่งที่สังคมต้องการ (Social Value Proposition) เนื่องจากคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่นอกเหนือจากด้านราคา คุณภาพ หน่าย เหมาะเจาะ ถูกใจ บริการดี เป็นที่แพร่หลาย และน่าเชื่อถือสำหรับลูกค้าแล้ว ยังต้องคำนึงถึงสุขภาพ ความปลอดภัย ความลับและความเป็นส่วนตัว สิทธิมนุษยชน การปฏิบัติด้านแรงงาน การปฏิบัติทางสัญญาที่เป็นธรรม และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นสิ่งที่สังคมส่วนรวมคาดหวัง ด้วยการวางกลยุทธ์ขององค์กรจึงต้องให้ความสำคัญกับสิ่งที่สังคม (Society) หรือผู้บริโภคโดยรวมต้องการ ไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าสิ่งที่ลูกค้า (Customer) เฉพาะกลุ่มเป้าหมายต้องการ

- กลยุทธ์จะต้องสร้างให้เกิดคุณค่าด้วยกระบวนการภายในองค์กร (Internal Processes) และกระบวนการภายนอกองค์กร (External Processes) องค์กรควรมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าด้วยการบริหารการดำเนินงานการผลิตและส่งมอบสินค้าและบริการสู่ลูกค้า การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า การคิดค้นนวัตกรรมในผลิตภัณฑ์ บริการ กระบวนการ และสัมพันธ์ภาพ การปฏิบัติตามกฎระเบียบ และความคาดหวังทางสังคม รวมทั้งการเสริมสร้างชุมชนให้เข้มแข็งขึ้น ตลอดจนการริเริ่มดำเนินกิจกรรม CSR ร่วมกับองค์กรของผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ และการสื่อสารสู่ภายนอก

- กลยุทธ์จะต้องส่งเสริมการเรียนรู้ และนำไปสู่การเจริญเติบโต (Learning and Growth) ควบคู่กับการสร้างเสริมศีลธรรม และนำไปสู่ความยั่งยืน (Morality and Sustainability) กิจการจะต้องสร้างสมทุนที่เอื้อต่อการพัฒนาให้เป็นองค์กรที่ “เก่ง” และเป็นองค์กรที่ “ดี” ซึ่งประกอบด้วยทุน 6 ประเภท ได้แก่ มนุษย์ สารสนเทศ องค์กร คุณธรรม สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยที่ทุนเหล่านี้ไม่สามารถที่จะแยกวัดมูลค่าหรือประเมินคุณค่าได้โดยอิสระต่อกัน

### 3. แนวทางการกำหนดตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน CSR

สาเหตุหลักที่ทำให้การดำเนินงาน CSR ขององค์กรไม่ประสบผลสำเร็จ คือ การใช้ตัวชี้วัดที่ไม่ถูกต้องในการวัดผลการดำเนินงาน CSR หรือมีการเลือกตัวชี้วัดที่ไม่เหมาะสม และไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการดำเนินงาน

ตัวชี้วัดในกรอบของการจัดการผลการดำเนินงาน (Performance Management) สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ชนิด คือ

- Key Result Indicators (KRIs) เป็นตัวชี้วัดผลสัมฤทธิ์หลัก ที่บ่งบอกถึงสิ่งที่เป็นผลจากการดำเนินงานในแต่ละมุมมอง
- Performance Indicators (PIs) เป็นตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน ที่บ่งบอกถึงสิ่งที่ต้องดำเนินการ
- Key Performance Indicators (KPIs) เป็นตัวชี้วัดผลการดำเนินงานหลัก ที่บ่งบอกถึงสิ่งซึ่งส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานที่ต้องดำเนินการ

แนวปฏิบัติสำหรับการกำหนดตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน CSR ได้แก่

- ระบุผู้ที่สมควรเข้ามีส่วนร่วมในการกำหนดตัวชี้วัด (ระดับกลุ่ม ระดับแผนก ระดับฝ่าย และระดับองค์กร)



- จัดประชุมเพื่อกำหนดตัวชี้วัดในแต่ละวัตถุประสงค์แบบมีส่วนร่วม
- ทวนสอบตัวชี้วัดให้มีคุณสมบัติในการบ่งบอกถึงสิ่งที่ต้องดำเนินการได้จริง (What to do)
- ทำให้ตัวชี้วัดมีความสมบูรณ์ ตามคุณลักษณะของตัวชี้วัดผลการดำเนินงานที่ดี (Valid, Informative, Practical, Credible, Reliable)
- คัดกรองตัวชี้วัดให้มีจำนวนที่เหมาะสมต่อการวัดผลการดำเนินงานในแต่ละระดับ และมุ่งเน้นเฉพาะสิ่งที่มีนัยสำคัญต่อส่วนงาน
- เผยแพร่ตัวชี้วัดให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงในขั้นตอนสุดท้ายก่อนประกาศใช้

ตัวอย่างของตัวชี้วัดผลสัมฤทธิ์หลัก (KRIs) ได้แก่ ความพึงพอใจของชุมชนรอบโรงงาน ซึ่งเป็นผลจากการดำเนินงานขององค์กรในหลาย ๆ ด้านประกอบกัน เช่น การดูแลของเสียที่ปล่อยออกจากโรงงาน มิให้เกินเกณฑ์มาตรฐานจนอาจก่อความเดือดร้อนรำคาญแก่ชุมชน การร่วมทำกิจกรรมในชุมชนอย่างต่อเนื่อง หรือการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนอย่างสม่ำเสมอ ฉะนั้น การใช้ KRIs เป็นตัวชี้วัดผลการดำเนินงานซึ่งมาจากหลายปัจจัย อาจไม่สามารถปรับปรุงหรือจัดการปฏิบัติงานให้ครอบคลุมในกระบวนการสำคัญ ๆ ซึ่งส่งผลต่อความพึงพอใจของชุมชนได้ในทุกปัจจัย

ตัวอย่างของตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน (PIs) ได้แก่ ค่ามาตรฐานของเสียที่ปล่อยออกจากโรงงาน จำนวนกิจกรรมที่โรงงานเข้ามามีส่วนร่วมกับชุมชน และระดับการรับรู้ข่าวสารของชุมชน และในบรรดาตัวชี้วัดผลการดำเนินงานข้างต้น ตัวชี้วัดที่ส่งผลกระทบต่อชุมชนหากโรงงานไม่ดำเนินการ และจัดเป็นตัวชี้วัดผลการดำเนินงานหลัก (KPIs) ได้แก่ ค่ามาตรฐานของเสียที่ปล่อยออกจากโรงงาน

คุณลักษณะของตัวชี้วัดผลการดำเนินงานที่ดี ควรจะต้องเป็นตัวชี้วัดที่สมเหตุสมผล (Valid) คือ มีผลใช้ได้ ไม่เปลี่ยนแปลงแม้เวลาผ่านไป สามารถให้ข้อมูลที่ชัดเจน (Informative) คือ ไม่ซับซ้อน และไม่ยากต่อการทำความเข้าใจ สามารถวัดได้จริง (Practical) คือ มีความเหมาะสมกับองค์กร ไม่ใช่ต้นทุนการวัดที่สูงเกินไป เป็นที่น่าเชื่อถือ (Credible) คือ มีผลเป็นที่ยอมรับ พร้อมต่อการตรวจสอบและพิสูจน์ และสามารถไว้วางใจได้ (Reliable) คือ บิดเบือนได้ยาก และมีความคงเส้นคงวาสูง

แม้ว่าการใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน จะให้ผลลัพธ์ในเชิงรูปธรรมที่เป็นค่าหรือตัวเลขที่สะดวกต่อการนำไปประมวลผล แต่ในหลายกรณีอาจมีความไม่เหมาะสมและเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงาน (อาทิ ประเด็นที่เกี่ยวกับสิทธิมนุษยชน การระงับข้อพิพาท การควบคุมมลพิษ) ทำให้องค์กรจำเป็นต้องพิจารณาประเด็นในเรื่องคุณค่า ทัศนคติ และการประยุกต์หลักการ CSR เหนือกว่าสัมฤทธิ์ภาพ (Achievement) ที่จำกัดเฉพาะกิจกรรมที่สามารถวัดผลได้เท่านั้น นอกจากนี้องค์กรอาจพิจารณาทางเลือกที่เป็นการประเมินผลการดำเนินงานในลักษณะอื่น ๆ เช่น การสัมภาษณ์ หรือการสังเกตการณ์ สำหรับใช้เป็นเครื่องมือในการตรวจสอบผลการดำเนินงานด้วยอีกทางหนึ่ง

#### 4. แนวทางธุรกิจ CSR ที่เกี่ยวข้อง

เมื่อองค์กรสามารถกำหนดวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์และตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน CSR ได้เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ขั้นตอนต่อมาคือการสำรวจกิจกรรม CSR ขององค์กรในปัจจุบันว่ามีสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และตัวชี้วัดผลการดำเนินงานมากน้อยเพียงใด

ในการระบุกิจกรรม CSR ที่เกี่ยวข้อง องค์กรอาจพบว่ากิจกรรมหนึ่ง ๆ สามารถบรรจุอยู่ภายใต้หลายวัตถุประสงค์ ซึ่งถือเป็นเรื่องปกติ และเป็นข้อดีที่องค์กรมีกิจกรรมที่สามารถสนองตอบต่อวัตถุประสงค์หลายข้อ ในทางกลับกัน วัตถุประสงค์และตัวชี้วัดที่กำหนดขึ้น อาจไม่มีกิจกรรม CSR ในปัจจุบันรองรับ นั่นก็แสดงว่าการดำเนินกิจกรรม CSR ขององค์กร ยังไม่รองรับวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ที่เชื่อมโยงกับวิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์กรได้อย่างครบถ้วน

การกำหนดกิจกรรม CSR ขึ้นใหม่ เพื่อรองรับวัตถุประสงค์ข้อที่ยังไม่ได้มีการตอบสนองนั้น องค์กรสามารถศึกษาแนวทางการคัดเลือกประเด็นหรือหัวข้อหลักได้จากมาตรฐานและแนวปฏิบัติทาง CSR ที่สากลอมรับ อาทิ มาตรฐานว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม แนวการจัดทำรายงานความยั่งยืน แนวปฏิบัติสำหรับบริษัทข้ามชาติ และข้อตกลงโลกของสหประชาชาติ โดยมีรายละเอียดดังนี้

มาตรฐานว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม : ISO 26000 ได้มีการแนะนำไว้ 7 เรื่องหลัก (Core subjects) ได้แก่

1. การกำกับดูแลองค์กร (Organizational Governance)
2. สิทธิมนุษยชน (Human Rights)
3. การปฏิบัติด้านแรงงาน (Labour Practices)
4. สิ่งแวดล้อม (The Environment)
5. การปฏิบัติดำเนินงานอย่างเป็นธรรม (Fair Operating Practices)
6. ประเด็นด้านผู้บริโภค (Consumer Issues)
7. การมีส่วนร่วมและพัฒนาชุมชน (Community Involvement and Development)

แนวการจัดทำรายงานความยั่งยืน : GRI ได้มีการแนะนำไว้ 6 ด้าน ได้แก่

1. ด้านเศรษฐกิจ (Economic)
2. ด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights)
3. ด้านการปฏิบัติต่อแรงงานและงานที่ดี (Labour Practices and Decent Works)
4. ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental)
5. ด้านสังคม (Society)
6. ด้านความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์ (Product Responsibility)

แนวปฏิบัติสำหรับบริษัทข้ามชาติ : OECD ได้มีการแนะนำไว้ 8 หัวข้อ ได้แก่

1. การเปิดเผยข้อมูล (Disclosure)
2. แรงงานและวิสาหกิจสัมพันธ์ (Employment and Industrial Relation)
3. สิ่งแวดล้อม (Environment)
4. การต่อต้านการให้สินบน (Combating Bribery)
5. การรักษาผลประโยชน์ของผู้บริโภค (Consumer Interests)
6. วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (Science and Technology)

7. การแข่งขัน (Competition)
8. การเสียภาษี (Taxation)

ข้อตกลงโลกของสหประชาชาติ : UN Global Compact ได้มีการแนะนำไว้ 4 ด้าน ได้แก่

1. เรื่องสิทธิมนุษยชน (Human Rights)
2. เรื่องแรงงาน (Labour)
3. เรื่องสิ่งแวดล้อม (Environment)
4. เรื่องการต้านทุจริต (Anti-Corruption)

ทั้งนี้ องค์กรธุรกิจไม่มีความจำเป็นต้องดำเนินกิจกรรม CSR ให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียในทุกกลุ่มพร้อมกัน ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับลักษณะของธุรกิจ ขนาดของกิจการ และความพร้อมขององค์กร สำหรับธุรกิจที่มีกระบวนการผลิตซึ่งส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม อาจต้องให้ความสำคัญกับชุมชนหรือระบบนิเวศที่อยู่รอบโรงงานเป็นพิเศษ สำหรับกิจการขนาดเล็กที่ต้องอาศัยพนักงานเป็นหัวใจแห่งความสำเร็จ อาจต้องสร้างกิจกรรม CSR เพื่อครอบครัวของพนักงานเป็นสำคัญ สำหรับองค์กรที่ฝากความสำเร็จไว้กับสายอุปทาน (Supply Chain) ที่ผู้ส่งมอบ หรือที่หน่วยกระจายสินค้า อาจต้องคำนึงถึงกิจกรรม CSR กับคู่ค้าเป็นอันดับต้น ๆ

บรรษัทการเงินระหว่างประเทศในสังกัดกลุ่มธนาคารโลก<sup>2</sup> ได้กล่าวถึง หลักเกณฑ์ที่ใช้ระบุกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียสำหรับการดำเนินกิจกรรม CSR ขององค์กรไว้เป็น 2 แนวทางด้วยกัน คือ

กลุ่มที่ได้รับผล หรือถูกรบกวนจากการดำเนินงานขององค์กร (Affected Parties) และกลุ่มที่เสี่ยงดังหรือมีความสนใจต่อการดำเนินงานขององค์กร (Interest Parties) แม้จะไม่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานขององค์กรก็ตาม พร้อมกับแนะนำต่อด้วยว่า ให้หลีกเลี่ยงการซ้อนทับกับกลุ่มที่เสี่ยงต่อการหยิบยกประเด็นที่ดำเนินการไปถกเถียงในเวทีสาธารณะ อาทิ สื่อ หรือกระบวนการทางการเมือง

อย่างไรก็ดี พึงสังวรณว่าการระบุกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียในลักษณะข้างต้น มุ่งที่จะรักษาคุณค่าขององค์กร (Corporate Value) เป็นสำคัญ ด้วยเหตุนี้ กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่มีเสียงค่อย หรือกลุ่มที่อยู่ในพื้นที่ชนบทห่างไกล หรือกลุ่มคนชั้นฐานล่างสุด (Bottom of Pyramid) ซึ่งสมควรได้รับความช่วยเหลือเป็นลำดับต้น ๆ อาจไม่ปรากฏอยู่ในการจัดทำแผนที่ผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder mapping) สำหรับกิจกรรม CSR

องค์กรธุรกิจที่ประกอบการในไทยและในประเทศกำลังพัฒนา จึงควรคำนึงถึง ไม่เฉพาะผู้ได้รับผลกระทบหรือผู้ที่ให้ความสนใจในการดำเนินงานขององค์กรเท่านั้น แต่ให้รวมถึงผู้ที่ยังมีความขาดแคลนและคาดหวังที่จะได้รับการตอบสนองจากองค์กร (Deficient Parties) ด้วยการดำเนินกิจกรรม CSR ขององค์กร ซึ่งจะเป็นการสร้างคุณค่าร่วม (Shared Value) ระหว่างองค์กร

---

<sup>2</sup> International Finance Corporation, "Stakeholder Engagement: A Good Practice Handbook for Companies Doing Business in Emerging Markets", World Bank Group, 2007.

และสังคมไปพร้อม ๆ กัน

แนวปฏิบัติสำหรับการระบุกิจกรรม CSR ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

- สํารวจกิจกรรม CSR ในปัจจุบันที่มีอยู่ทั่วทั้งองค์กร (ไม่จำกัดเฉพาะกิจกรรมของฝ่าย CSR ฝ่ายกิจกรรมเพื่อสังคมหรือส่วนงานอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมายให้เป็นผู้ดูแลงานด้าน CSR เท่านั้น)
- บรรจุกิจกรรม CSR ที่ดำเนินอยู่ในปัจจุบันไว้ภายใต้วัตถุประสงค์ที่สอดคล้องกัน (กิจกรรมหนึ่งอาจอยู่ภายใต้หลายวัตถุประสงค์ได้)
- ระบุผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง เพื่อสำรวจและวิเคราะห์ความคาดหวังที่มีต่อกิจกรรม CSR ขององค์กร
- ศึกษาความเป็นไปได้ในการริเริ่มกิจกรรม เพื่อสนองวัตถุประสงค์และตัวชี้วัดที่ยังมิได้มีกิจกรรมใดมารองรับ
- นำกิจกรรม CSR ทั้งในปัจจุบันและที่กำลังจะริเริ่มดำเนินการ เข้าปรึกษาหารือกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียเป้าหมาย เพื่อคัดเลือกและจัดลำดับความสำคัญของกิจกรรม
- กำหนดกิจกรรม CSR ที่ได้รับการคัดเลือกและจัดลำดับความสำคัญลงใน Balanced Scorecard พร้อมกับวัตถุประสงค์และตัวชี้วัดในมุมมองที่เกี่ยวกับ CSR

ในการพิจารณากิจกรรม CSR ที่องค์กรจะดำเนินการในขั้นสุดท้ายนั้น หมายรวมถึงการทบทวนกิจกรรมที่ดำเนินอยู่ในปัจจุบันไปพร้อมกัน ด้วยการใช้เกณฑ์ “ความสำคัญ - ความเร่งด่วน - โอกาสสำเร็จ” การดำเนินกิจกรรมบางกิจกรรมอาจมีโอกาสสำเร็จสูง แต่ไม่ค่อยมีความสำคัญหรือมีความเร่งด่วนน้อย ขณะที่บางกิจกรรมมีความสำคัญ แต่ไม่มีโอกาสประสบความสำเร็จในระยะสั้น หรือในบางกิจกรรมที่ทั้งความสำคัญ ความเร่งด่วน และโอกาสที่จะประสบผลสำเร็จ องค์กรจึงควรพิจารณาอย่างถี่ถ้วนรอบคอบ เพื่อมิให้เกิดการจัดสรรทรัพยากรที่สิ้นเปลืองสูญเปล่าไปกับกิจกรรมที่สังคมเองก็มิได้รับประโยชน์หรือคุณค่าอย่างเต็มที่

## 5. แนวทางการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมและวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ในมุมมองที่เกี่ยวกับ CSR

การดำเนินกิจกรรม CSR ขององค์กรธุรกิจ ในหลายกรณี มิได้เป็นไปตามวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากกิจกรรมเหล่านั้นมีมาก่อนที่องค์กรธุรกิจนั้น ๆ จะได้รับเริ่มจัดทำนโยบายหรือแผนยุทธศาสตร์ความรับผิดชอบต่อสังคมและอีกกรณีหนึ่ง เป็นการดำเนินกิจกรรม CSR ที่มีความซ้ำซ้อนกันระหว่างหน่วยงานในองค์กร ทำให้เกิดโอกาสที่กิจกรรม CSR จำนวนหลายกิจกรรมถูกดำเนินไปเพียงเพื่อตอบสนองในวัตถุประสงค์ข้อเดียวกัน ส่งผลให้การดำเนินกิจกรรม CSR ขององค์กรไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร

เพื่อให้ได้มาซึ่งประสิทธิภาพในการดำเนินกิจกรรม CSR องค์กรควรค้นหาหรือยกระดับกิจกรรมที่ดำเนินอยู่เพื่อให้สามารถสนองตอบต่อวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ได้ในหลาย ๆ ข้อ และพิจารณาหยุดหรือควมรวมกิจกรรม CSR ที่มีความซ้ำซ้อนกัน เพื่อมิให้จำนวนกิจกรรม CSR ที่ตอบสนองเพียงวัตถุประสงค์ในข้อใดข้อหนึ่งมีปริมาณมากเกินไป จนกลายเป็นภาระหรือเป็นอุปสรรคต่อการบริหารดูแล และกลายเป็นว่า แทนที่จะใช้งบประมาณหรือทรัพยากรไปเพื่อประโยชน์ในการดำเนินกิจกรรม CSR แก่กลุ่มเป้าหมาย กลับต้องมาใช้เป็นต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน หรือการบริหารจัดการสำหรับผู้ดำเนินงานเป็นหลัก

องค์กรพึงตรวจสอบความเกี่ยวเนื่องกันระหว่างวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์กับกิจกรรม CSR ที่ดำเนินการอยู่ หรือที่กำลังจะ

ดำเนินการว่ามีความสัมพันธ์กันมากน้อยเพียงใด ทั้งนี้ เพื่อหลีกเลี่ยงการใช้ทรัพยากรในการดำเนินกิจกรรม CSR อย่างไม่คุ้มค่า และไม่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่สังคมตรงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

แนวปฏิบัติสำหรับการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมและวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ ในมุมมองที่เกี่ยวกับ CSR ได้แก่

- จัดทำแผนที่กิจกรรม-วัตถุประสงค์ เพื่อค้นหาความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ในมุมมองที่เกี่ยวกับ CSR
- จับคู่กิจกรรมกับวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ที่มีความสัมพันธ์กัน
- ให้นำหนักความสำคัญกับกิจกรรมที่สามารถตอบสนองต่อหลายวัตถุประสงค์
- พิจารณายุบหรือควมรวมกิจกรรมที่ตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ในข้อเดียวกัน
- ขยายขอบเขตหรือยกระดับกิจกรรมที่อยู่ในความสนใจ ให้สามารถตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ได้มากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน
- สรุปลักษณะ CSR ที่ดำเนินการในขั้นสุดท้ายร่วมกับผู้บริหารระดับสูงขององค์กร พร้อมกับปรับปรุง CSR Balanced Scorecard (ในกรณีที่กิจกรรมมีการเปลี่ยนแปลง)

อนึ่ง การปรับปรุงกิจกรรม CSR ด้วยแผนที่กิจกรรม-วัตถุประสงค์นี้ องค์กรพึงระลึกว่า วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ที่อยู่ในมุมมองด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับ CSR จะมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันในเชิงเหตุผล (Cause and Effect) ระหว่างมุมมอง และแต่ละองค์กรอาจให้นำหนักความสำคัญของแต่ละวัตถุประสงค์ในแต่ละมุมมองแตกต่างกัน การพิจารณาคัดเลือก ยุบ ควมรวม หรือยกระดับกิจกรรม ในขั้นตอนนี้ จึงต้องคำนึงถึงความสำคัญของวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ซึ่งมีค่าน้ำหนักที่มากน้อยต่างกันด้วย

## 6. แนวทางการวางแผนกิจกรรม CSR ไปสู่การลงมือปฏิบัติ

กิจกรรมที่ได้หลังจากขั้นตอนการตรวจสอบความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์แล้ว ถือว่าได้ถูกคัดกรองจนแน่ใจได้ว่ามี “ความเกี่ยวเนื่อง” (Relevant) กับองค์กรหรือสิ่งที่องค์กรควรดำเนินการ ซึ่งมีแนวโน้มที่จะส่งผลกระทบต่อเป้าหมายประสงค์ขององค์กรในระยะยาว

ในหลายกิจกรรมที่เป็นงานในกระบวนการธุรกิจ หรือที่เข้าข่าย CSR-in-process องค์กรสามารถขับเคลื่อนกิจกรรมดังกล่าวผ่านทางสายงานที่รับผิดชอบ ภายใต้โครงสร้างหรือผังองค์กรที่เป็นปัจจุบันโดยปราศจากการจัดสรรงบประมาณเพิ่มเติมหรือพูดอย่างง่ายคือ เป็นกิจกรรมที่ไม่ต้องใช้งเงิน แต่เป็นการปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานที่สะท้อนให้เห็นการคำนึงถึงผลกระทบต่อเชิงลบที่มีต่อสังคมอย่างครบถ้วนรอบด้านยิ่งขึ้น

ขณะที่ในบางกิจกรรมซึ่งอยู่นอกกระบวนการธุรกิจ หรือที่เข้าข่าย CSR-after-process องค์กรอาจต้องตั้งเป็นโครงการเฉพาะกิจ อาจต้องดำเนินงานร่วมกับหน่วยงานอื่น หรืออาจต้องมอบหมายให้หน่วยงานภายนอกดำเนินการให้ ซึ่งแน่นอนว่าต้องมีการจัดสรรงบประมาณเพิ่มเติมในการดำเนินงาน การขับเคลื่อนกิจกรรมดังกล่าว องค์กรควรคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของพนักงาน และผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องตั้งแต่เริ่มดำเนินงานเพื่อเพิ่มโอกาสความสำเร็จในกิจกรรม

การที่บางกิจการได้มีการจัดตั้งหน่วยงาน CSR ขึ้นในองค์กร ถือเป็นภาระระดับการดำเนินการตามความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการให้มีเจ้าภาพรองรับที่ชัดเจนมากกว่าการตั้งเป็นคณะกรรมการ องค์กรที่ดี หน่วยงาน CSR ที่ตั้งขึ้นมา ผู้รับผิดชอบต้องเข้าใจบทบาทและสามารถสื่อสารให้แก่พนักงานในองค์กรเพื่อมิให้พนักงานเกิดความเข้าใจว่า นับจากนี้ “CSR เป็นเรื่องของฝ่าย CSR มิใช่เรื่องของฉันอีกต่อไป” มิฉะนั้นแล้ว การขับเคลื่อนเรื่อง CSR จะเป็นไปด้วยความยากลำบาก เนื่องจากไม่ได้รับการมีส่วนร่วมจากพนักงานอย่างเต็มที่

การขับเคลื่อนเรื่อง CSR ในองค์กร จำเป็นต้องได้รับความร่วมมือร่วมใจจากทุกสายงาน และต้องมีการดำเนินงานที่สอดคล้องกัน (Act in Concert) ทั้งทั้งองค์กร เนื่องจาก “CSR เป็นเรื่องของทุกคน มิใช่ของฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง” โดยเฉพาะ CSR-in-process ที่เกี่ยวข้องกับภารกิจของแต่ละสายงาน ก็ยังเป็นเรื่องที่ต้องรับผิดชอบและตรวจตราการดำเนินงาน เพื่อมิให้ส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงของผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ (ลูกค้า คู่ค้า ชุมชน ฯลฯ) รวมถึงสิ่งแวดล้อม ตลอดจนกิจกรรม CSR-after-process ที่มีเป้าประสงค์ในการส่งมอบ ผลกระทบในเชิงบวก ทั้งในมิติของการแก้ไขฟื้นฟู เยียวยา บรรเทาปัญหา และในมิติของการอนุรักษ์ ดูแล พัฒนา ร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง

บทบาทของหน่วยงาน CSR จึงมีหน้าที่ในการประสานความร่วมมือและอำนวยความสะดวกให้การขับเคลื่อนเรื่อง CSR ในแต่ละสายงานเป็นไปโดยราบรื่น การติดตามความคืบหน้าให้เป็นไปตามแผนงาน รวมทั้งการริเริ่มดำเนินงานหรือกิจกรรม CSR ที่ยังไม่มีเจ้าภาพแต่จำเป็นต้องดำเนินการเพื่อความยั่งยืนในระยะยาว

แนวปฏิบัติสำหรับการแปลงกิจกรรม CSR ไปสู่การลงมือปฏิบัติ ได้แก่

- จัดทำแผนปฏิบัติการด้าน CSR ที่ประกอบด้วยกิจกรรม ซึ่งได้ทวนสอบกับวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์แล้ว
- พิจารณาความจำเป็นของการจัดสรรงบประมาณเพื่อสนับสนุนกิจกรรมที่จะดำเนินการ (พึงระลึกว่าหลายกิจกรรมที่อยู่ในกระบวนการธุรกิจไม่จำเป็นต้องใช้งบประมาณเพิ่มเติมจากงบที่ได้รับจัดสรรปกติของสายงาน)
- กำหนดช่วงเวลาและผู้รับผิดชอบในการดำเนินงานของแต่ละกิจกรรม (การตั้งกลุ่มงาน ส่วนงาน หรือสายงาน CSR เพื่อรองรับกิจกรรมที่ส่งผลต่อความยั่งยืนอย่างมีนัยสำคัญ ควรได้รับการพิจารณา)
- วางกลไกในการติดตามความก้าวหน้าของการดำเนินกิจกรรมอย่างสม่ำเสมอ (ควรพิจารณาให้มีผู้แทน CSR หรือ CSR agent ในแต่ละสายงานไว้คอยทำหน้าที่ประสานงานดูแลติดตาม และรายงานการดำเนินงานเป็นระยะ ๆ )
- จัดให้ผู้บริหารระดับสูงหรือคณะกรรมการได้เข้ามีส่วนร่วมในกิจกรรมตามโอกาสที่เหมาะสม (เพื่อแสดงถึงพันธะสัญญา การสร้างขวัญกำลังใจ และการรับรู้ปัญหาอุปสรรค)
- สอบทวนวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ว่ามีการปรับเปลี่ยนหรือไม่ เพื่อที่จะได้ทำการทบทวนกิจกรรมที่อยู่ระหว่างดำเนินการ ให้มีความสอดคล้องกันอยู่ตลอดเวลา

ในทางปฏิบัติ องค์กรอาจมีการปรับปรุงวิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์กร รวมถึงเป้าประสงค์และนโยบายการดำเนินงาน CSR ขององค์กร ตลอดจนกรอบวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ CSR ดังนั้น การปรับเปลี่ยนตัวชี้วัดการดำเนินงาน และการทบทวนกิจกรรม CSR จึงเป็นสิ่งที่เลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องดำเนินการให้สอดคล้องต่อกันและอย่างทันท่วงที

ประเด็นที่พบเห็นได้ส่วนใหญ่ ในกรณีที่องค์กรได้มีการปรับเปลี่ยนเป้าประสงค์ นโยบาย และวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์

CSR ไประยะหนึ่งแล้ว แต่สายงานก็ยังคงดำเนินกิจกรรม CSR เดิม ตามวัตถุประสงค์เก่า ทำให้การขับเคลื่อน CSR ไม่ตอบโจทย์ขององค์กรตามที่ควรจะเป็น คำถามที่เกิดขึ้นตามมาสำหรับเจ้าของกิจการหรือผู้ประเมินก็คือ กิจกรรม CSR ที่ดำเนินการอยู่นี้ ใช้สิ่งใดที่องค์กรควรทำหรือไม่ หรือเหมาะสมดีแล้วหรือไม่ หรือก่อให้เกิดคุณค่าจริงหรือไม่

ฉะนั้น แนวปฏิบัติสำหรับการพัฒนา CSR ในกระบวนการบริหารจัดการองค์กรธุรกิจทั้ง 6 แนวทางข้างต้น จึงเป็นขั้นตอนหรือกระบวนการที่มีพลวัต มีการวนซ้ำ (Iteration) เพื่อให้แน่ใจว่าการขับเคลื่อนเรื่อง CSR ให้ผลที่ตรงกับเป้าประสงค์และสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ขององค์กรอยู่ตลอดเวลา

## 7. สรุปแนวปฏิบัติสำหรับการพัฒนา CSR ขององค์กรธุรกิจ

การพัฒนา CSR ขององค์กรธุรกิจ ที่สะท้อนเจตนากรณีในการดำเนินงาน CSR รวมทั้งการพัฒนาตัวชี้วัดการดำเนินงาน CSR ที่สะท้อนให้เห็นวิสัยทัศน์ขององค์กร ทั้ง 6 แนวทางข้างต้น สามารถสรุปเป็นตัวแบบ (model) ที่ง่ายต่อการจดจำ ดังนี้

Analyse	:	แนวทางการวิเคราะห์วิสัยทัศน์และพันธกิจสำหรับการพัฒนา CSR
Define	:	แนวทางการกำหนดวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ที่ในแผนที่ยุทธศาสตร์
Determine	:	แนวทางการกำหนดตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน CSR
Identify	:	แนวทางการระบุกิจกรรม CSR ที่เกี่ยวข้อง
Check	:	แนวทางการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมและวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ในมุมมองที่เกี่ยวกับ CSR
Translate	:	แนวทางการแปลงกิจกรรมไปสู่การลงมือปฏิบัติ

ขอแนะนำเพิ่มเติม 3 ประการ สำหรับการพัฒนา CSR ขององค์กรธุรกิจที่เป็นผลการศึกษาจากวิสาหกิจจำนวน 13 แห่ง<sup>3</sup> คือ ประการแรก การพัฒนากิจกรรม CSR ที่มีสมรรถนะสูง ควรจะต้องเริ่มต้นจากการพิจารณาประเด็นทางสังคมที่เหมาะสมกับองค์กร (Selective Issues) ประการที่สอง กิจกรรม CSR ที่พัฒนาขึ้นควรจะต้องได้รับการปรึกษาหารือกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียเป้าหมายเพื่อให้ได้มาซึ่งกิจกรรมเชิงกลยุทธ์ (Strategic Initiatives) โดยคำนึงถึงการใช้ความเชี่ยวชาญหลักขององค์กร และประการที่สาม การดำเนินกิจกรรม CSR ที่ให้ผลสัมฤทธิ์ ควรจะต้องสร้างให้เกิดการมีส่วนร่วมระหว่างผู้มีส่วนได้เสียในองค์กรกับผู้มีส่วนได้เสียภายนอก ด้วยการปรับแนวองค์กรเพื่อให้เกิดการผนึกพลังร่วมกับสังคม (Social Synergies)

<sup>3</sup> วิสาหกิจที่ศึกษา ประกอบด้วย วิสาหกิจไทย 8 แห่ง ได้แก่ บริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด บริษัท จุลไหมไทย จำกัด ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) การไฟฟ้าผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) บริษัท ทิปปโก้ ฟูดส์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน) บริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน) บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) และวิสาหกิจที่มีบริษัทแม่อยู่ในต่างประเทศ 5 แห่ง ได้แก่ บริษัท พานาโซนิค อิเล็กทรอนิกส์ (ไทยแลนด์) จำกัด บริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท จีอี มั่นนี่ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท เซเว่น อีเลฟเว่น จำกัด (มหาชน)