

รายงาน

การพัฒนาอย่างยั่งยืน

พ.ศ.2558

สรรค์สร้างสิ่งใหม่ เชื่อมความสัมพันธ์  
ก้าวสู่นาคต





# รายงาน การพัฒนาอย่างยั่งยืน พ.ศ.2558

สรรค์สร้างสิ่งใหม่ เชื่อมความสัมพันธ์  
ก้าวสู่อุณหภูมิต่ำ

## สารบัญ

นโยบายการเปิดเผยข้อมูล	01
นโยบายการจัดทำรายงาน	
กระบวนการเพื่อมุ่งไปสู่การสร้างสรรค์คุณค่า	
[บทที่ 1]	
ปัญหาของสังคมที่ควรแก้ไขเพื่อดำเนินพันธกิจ ให้เป็นจริง	
ความมุ่งมั่นสูงสุดของ ฟุจิ ซีร็อกซ์	03
พันธสัญญาสูงสุด	05
การเข้าร่วมและปฏิบัติตามหลักการของ UN Global Compact	08
ปัญหาของสังคมที่ ฟุจิ ซีร็อกซ์ เข้าดำเนินการและคุณค่าที่นำเสนอ	09
[บทที่ 2]	
ธุรกิจของ FUJI XEROX ที่มุ่งสู่การแก้ไขปัญหา ของสังคม	
สาระ(Theme) สำคัญในการดำเนินธุรกิจของ FUJI XEROX	11
ระบบการดำเนินธุรกิจของ ฟุจิ ซีร็อกซ์	13
ธุรกิจของ ฟุจิ ซีร็อกซ์	15
กลยุทธ์การเติบโตของ ฟุจิ ซีร็อกซ์	17
เทคโนโลยีที่สนับสนุนการเติบโตของ ฟุจิ ซีร็อกซ์	18
กระบวนการทางธุรกิจอันแข็งแกร่งที่สนับสนุน การเติบโต	19
การเปลี่ยนผ่านไปสู่รูปแบบของการสร้างสรรค์ คุณค่า	20
[บทที่ 3]	
การดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรมของสาระสำคัญ ทางการดำเนินธุรกิจ	
Highlight	
1. มุ่งสู่การปรับปรุง “คุณภาพ” ด้านการศึกษา	23
2. สร้างอนาคตของสังคมท้องถิ่น	27
3. การท้าทายสู่การควบคุมสารเคมีในระดับสูง	31
การดำเนินการด้านลูกค้า	35
การดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อม	40
การดำเนินการด้านพนักงาน	44
การดำเนินการด้านบริษัทคู่ค้า	47
การดำเนินการด้านสังคมท้องถิ่น, คนรุ่นต่อไป	50
กิจกรรม CSR ของบริษัทในเครือในแต่ละประเทศ, ภูมิภาค	53
[บทที่ 4]	
ดัชนี CSR ที่สำคัญ	
รายการดัชนี CSR ที่สำคัญ	54
ความเห็นของบุคคลที่สาม	60
สรุปภาพรวมธุรกิจของ ฟุจิ ซีร็อกซ์	61
บทบรรณาธิการส่งท้าย	62

## นโยบายการเปิดเผยข้อมูล

### แนวคิดเรื่องการเปิดเผยข้อมูลที่ไม่เกี่ยวกับด้าน การเงิน

FUJI XEROX และบริษัทในเครือถือเป็นบริษัทลำดับแรกๆ ของ  
กลุ่มประเทศ EU ที่ตระหนักถึงแนวโน้มของการประกาศให้การเปิดเผย  
ข้อมูลด้าน CSR ที่ไม่เกี่ยวกับด้านการเงินเป็นเรื่องที่ต้อง  
ดำเนินการตามกฎหมาย จึงได้มีการทบทวนปรับมาตรฐานของ  
เกณฑ์การรายงานระดับนานาชาติ เช่น Global Reporting  
Initiative ฯลฯ ให้สูงขึ้น และได้จัดเตรียมระบบและการบริหาร  
จัดการการเปิดเผยข้อมูล ซึ่งไม่ได้มีเพียงผลประกอบการเท่านั้น  
แต่ยังรวมถึงความโปร่งใสของกระบวนการตัดสินใจ และความ  
แข็งแกร่งของกระบวนการ PDCA อีกด้วย

การเปิดเผยข้อมูลด้าน CSR ที่ไม่เกี่ยวกับด้านการเงินนั้นมีการ  
ดำเนินการทุกปีโดยใช้ รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน  
ฉบับนี้เป็นสื่อหลักแม้ว่าบริษัทเราไม่ได้จดทะเบียนในตลาด  
หลักทรัพย์ แต่ก็ได้มีการให้มีการเปิดเผยข้อมูลโดยคำนึง  
ถึงความสนใจของนักลงทุนในฐานะที่เป็นบริษัทย่อยของ Fuji  
Film Holdings (จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์โตเกียว ส่วนที่ 1)

### แนวคิดเรื่ององค์กรที่อยู่ในขอบเขตของการ รายงาน

● การรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainability Report)  
ของ FUJI XEROX และบริษัทในเครือโดยรวมนั้น FUJI XEROX  
จะเผยแพร่ผ่านทางเอกสารฉบับนี้และทางเว็บไซต์

● สำหรับบริษัทในเครือที่ตั้งอยู่ในแต่ละประเทศหรือภูมิภาค กรณี  
ที่จำเป็นต้องดำเนินการรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนแยกเป็น  
เอกสารสืบเนื่องจากเหตุผลด้านกฎหมายหรือกฎระเบียบของ  
ท้องถิ่น หรือเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาด ฯลฯ  
จะจัดทำและเผยแพร่เอกสารรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน  
แยกต่างหาก

### เนื้อหาของรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน 2015

● ช่วงเวลาที่อยู่ในขอบเขตของการรายงาน  
รายงานการดำเนินงานประจำปี 2014 (ตั้งแต่เดือนเมษายน  
ปี 2014 ถึงเดือนมีนาคมปี 2015) เป็นหลัก โดยกล่าวถึง  
นโยบายและกิจกรรมของปี 2015 เป็นบางส่วนด้วย

● องค์กรที่อยู่ในขอบเขตของการรายงาน  
องค์กรที่อยู่ในขอบเขตของการรายงานคือ FUJI XEROX และ  
บริษัทในเครือทั้งในและต่างประเทศ หากมีการรายงานเรื่อง  
ที่เกี่ยวข้องกับภูมิภาคหรือนิติบุคคลใดเป็นการเฉพาะ จะระบุประเด็น  
ดังกล่าวไว้อย่างชัดเจน

● แนวทางปฏิบัติ (Guideline) ที่ใช้อ้างอิง  
รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัท (การเปิดเผย  
ข้อมูลในรายงานฉบับนี้และเว็บไซต์) จะเป็นไปตามมาตรฐานของ  
“ใจความสำคัญ” ของ “Sustainability Reporting Guideline  
ฉบับพิมพ์ครั้งที่ 4” (G4) ของ Global Reporting Initiative  
นอกจากนี้ ยังอ้างอิงแนวทางของ “แนวทางปฏิบัติของการ  
รายงานด้านสิ่งแวดล้อม ฉบับพิมพ์ปี 2012” ของกรรทรวง  
สิ่งแวดล้อมอีกด้วย

● กำหนดการของการรายงานครั้งถัดไป  
เดือนสิงหาคม ปี 2016

● การรายงานไปยัง UN Global Compact  
รายงานฉบับนี้จะส่งให้แก่องค์การสหประชาชาติเพื่อรายงาน  
ความคืบหน้าของหลัก 10 ประการ 4 สาขาหรือ “Global Compact  
Communication on Progress” ในฐานะที่เป็นบริษัทซึ่งลงนาม  
เข้าร่วม UN Global Compact สำหรับการเข้าร่วมใน UN  
Global Compact กรุณาตรวจสอบรายชื่อเพิ่มเติมในหน้า 8



Global Compact  
**LEAD**  
PARTICIPANT

## นโยบายการจัดทำราย

รายงาน  
ประจำปี 2015  
ประกอบด้วยจุดเด่น  
ดังต่อไปนี้

กระบวนการเพื่อมุ่งไปสู่  
คุณค่า

ปรัชญาการดำเนิน  
ธุรกิจ

ปัญหาของสังคมที่  
สืบเนื่องมาจากพันธกิจ  
และความรับผิดชอบต่อ  
ที่พึงมีในฐานะ  
ที่เป็นหนึ่งในสมาชิก  
ของสังคมของ  
FUJI XEROX

โครงสร้างของ  
รายงานการพัฒนา  
อย่างยั่งยืน 2015

1. ในการจัดทำรายงานเพื่อให้สามารถเข้าใจภาพรวมของบริษัท จึงให้ความสำคัญในเรื่องต่อไปนี้

- ① ให้ความสำคัญต่อการถ่ายทอดการนำเสนอคุณค่าที่มุ่งไปสู่การแก้ไขปัญหาของสังคม รวมทั้งวิธีการเชื่อมโยงให้เข้าใจได้ง่ายระหว่างเรื่องดังกล่าวกับธุรกิจ เพื่อให้องค์กรธุรกิจมีความเจริญก้าวหน้า ด้วยการกำหนดกระบวนการดำเนินธุรกิจของบริษัทกับ CSR ที่รวมเข้าด้วยกันอย่างชัดเจน (ดูภาพด้านล่างประกอบ) และรายงานเนื้อหาตามแต่ละกระบวนการดังกล่าว
- ② เสริมสร้างความเข้มแข็งในการอธิบายเรื่องธุรกิจและคุณค่าที่นำเสนอของบริษัท รวมทั้งการรายงานพื้นฐานด้านเทคโนโลยีและกระบวนการ ฯลฯ ที่สนับสนุนในเรื่องดังกล่าว เพื่อถ่ายทอดความเชื่อมโยงเกี่ยวข้อระหว่างบริษัทกับสังคม รวมทั้งความเข้มแข็งของบริษัทให้เข้าใจได้ง่าย
- ③ พยายามกล่าวถึงกรณีศึกษาจริงจำนวนมากเพื่อให้สามารถถ่ายทอดการดำเนิน

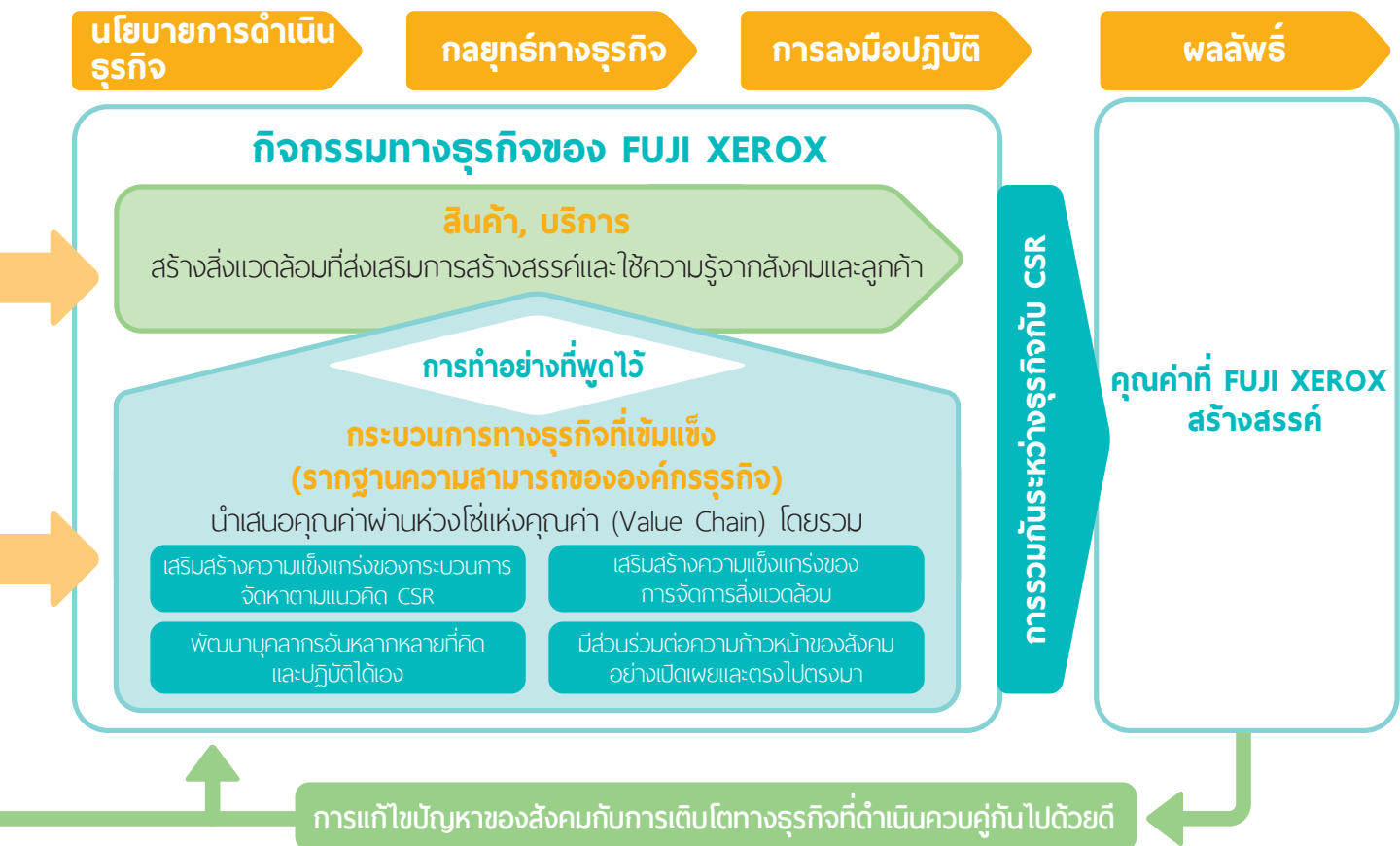
งานของบริษัทให้แก่นักที่เป็นผู้อ่านได้อย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้นกว่าที่ผ่านมา

2. ในการนำเสนอที่ไม่หยุดยั้งการรายงานผลการดำเนินงานในปัจจุบัน แต่ยังคงครอบคลุมไปถึงเนื้อหาที่ตังใจจะดำเนินการในอนาคต จึงให้ความสำคัญในเรื่องต่อไปนี้

- ① ระบุการเปลี่ยนแปลงเชิงสังคมและภาพของสังคมที่บริษัทหมายมั่น รวมทั้งปัญหาของสังคมที่ควรเข้าไปจัดการเพื่อมุ่งไปสู่การสร้างสังคมที่หมายมั่นไว้ให้เป็นจริงขึ้นมา และทบทวนจุดสำคัญในการดำเนินธุรกิจเสียใหม่โดยสร้างความเชื่อมโยงกับโอกาสและความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในกระบวนการการแก้ไขปัญหาดังกล่าว
- ② จัดเตรียมหน้าการรายงานแนวคิดที่นำเสนอต่อสังคมที่ผ่านมา รวมทั้งกลยุทธ์การสร้างการเติบโตในเชิงธุรกิจที่มุ่งไปสู่อนาคต เพื่อถ่ายทอดพัฒนาการของบริษัทในช่วงเวลาที่ผ่านมารวมถึงทิศทางจากนี้ขึ้นต้นไป

## ารสร้างสรรค์

รูปด้านล่าง แสดงกระบวนการดำเนินธุรกิจที่ครบวงจรซึ่งสะท้อนว่า FUJI XEROX “เข้าใจปัญหาของสังคมในรูปแบบต่างๆ ของลูกค้าอย่างไร” “วางแผนแก้ปัญหาดังกล่าวด้วยการนำเสนอสินค้า, บริการและด้วยกระบวนการทางธุรกิจที่สนับสนุนสินค้า, บริการ ผ่านนโยบายการดำเนินธุรกิจหรือกลยุทธ์ทางธุรกิจอย่างไร” และ “จะสร้างสรรค์คุณค่าแบบใดออกมาอย่างเป็นรูปธรรม” อีกทั้ง โครงสร้าง (สารบัญ) ของรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนฉบับนี้ ก็จะยึดตามกระบวนการดำเนินธุรกิจนี้ด้วยเช่นกัน



รายงานฉบับนี้ นอกจากจะจัดทำขึ้นเพื่อถ่ายทอดท้าย FUJI XEROX ที่มุ่งไปสู่การสร้าง “อนาคตที่เชื่อมโยงผู้คนและสร้างสรรค์คุณค่า” ให้เกิดขึ้นจริงแก่ท่านผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder) ทุกๆ ท่านแล้ว ยังตั้งใจให้ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือในการรับฟังความคิดเห็นเพื่อนำมาสู่การปรับปรุงแก้ไขให้ดียิ่งขึ้น และเพื่อให้สามารถนำข้อมูลไปใช้งานได้ตามความสนใจของผู้อ่านแต่ละท่าน บริษัทจึงได้จัดทำและเผยแพร่ข้อมูลในสองรูปแบบคือเอกสารฉบับนี้และทางเว็บไซต์ (กรุณาดูรูปด้านล่าง)

Web

<http://www.fujixerox.co.jp/company/public/sr2015/>

### ข้อมูลที่ใช้ร่วมกันทั่วโลก

เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นในภาษาญี่ปุ่น ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาเกาหลี และภาษาไทย ส่วนเว็บไซต์ จะมีการเผยแพร่ข้อมูลเป็นภาษาญี่ปุ่นและภาษาอังกฤษ

### ข้อมูลของบริษัทในเครื่องทั้งหลายและต่างประเทศ

บริษัทในเครื่องจะมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่สอดคล้องต่อสถานการณ์ของท้องถิ่นหรือภูมิภาคเป็นระยะ กรุณาอ้างอิงข้อมูลจากเว็บไซต์ด้านขวา

### [เอกสารฉบับนี้]



### [เว็บไซต์]



ในเว็บไซต์จะมีข้อมูลโดยละเอียดซึ่งครอบคลุมเนื้อหาของเอกสารฉบับนี้

### SkyDesk Media Switch



เมื่อนำ Smart Phone ไปวางเหนือรูปที่อยู่ใกล้กับเครื่องหมายลักษณะดังกล่าวในรายงานฉบับนี้ แล้วกดถ่ายรูป ท่านจะสามารถอ่านเนื้อหาที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติมได้ทันที สำหรับรายละเอียดกรุณาศึกษาวิธีใช้งานในหน้า 61

## ความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจของ ฟุจิ ซีร็อกซ์



Joseph C. Wilson

# Better Communications

Our business goal is to achieve better understanding among men through better communications.

ฟุจิ ซีร็อกซ์ มุ่งมั่นที่จะพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน

ด้วยการทำพันธกิจของบริษัทให้บรรลุความเป็นจริง

ช่วยเหลือสนับสนุนการสร้างสรรคคุณค่าของลูกค้าด้วยการทำอย่างที่ไม่เคยมี

ภายใต้ความเชื่อที่ว่า “CSR ไม่สามารถแยกออกจากการดำเนินธุรกิจได้”

เพื่อมุ่งสู่การเป็นบริษัทที่ได้รับความไว้วางใจและเป็นที่รักของผู้ที่มีส่วนได้

ส่วนเสีย (Stakeholders) ทั้งหมด

### ปรัชญาของ FUJI XEROX

เป็นปรัชญาการบริหารของ J.C. Wilson ผู้ก่อตั้ง Xerox Corporation ซึ่งยังสอดคล้องต่อแนวคิดด้าน CSR ในปัจจุบัน สิ่งนี้จึงเป็นต้นกำเนิดของ CSR ของ ฟุจิ ซีร็อกซ์ โดยปริยาย

เป้าหมายทางธุรกิจของเรา คือ การสร้างความเข้าใจอันดีเกิดขึ้นระหว่างผู้คนในสังคม ด้วยการสื่อสารที่ดีและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

*"Our business goal is to achieve better understanding among men through better communications."*

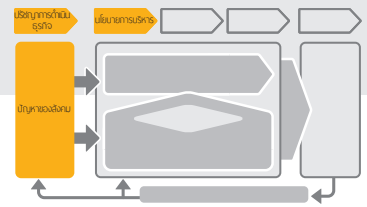
Joseph C. Wilson

พัฒนาการ  
ของปรัชญาการบริหาร  
ของ FUJI XEROX





ถ่ายรูปด้านล่างเพื่อตรวจสอบ  
เนื้อหาที่เกี่ยวข้อง!



## “พันธกิจขององค์กร” กับ “การสร้างค่านิยมร่วม”

### [พันธกิจองค์กร (Mission Statement)]

สิ่งที่บริษัทในเครือ ฟุจิ ซีร็อกซ์ และพนักงานทุกคนที่ทำงานในองค์กรมุ่งมั่นร่วมกัน



### [การสร้างค่านิยมร่วม (Shared Values)]

ในการทำให้ “ค่านิยมร่วม” เป็นจริงขึ้นมา ได้มีการกำหนดลักษณะพึงประสงค์ของแต่ละบุคคลด้วยคุณค่า 10 ประการบนพื้นฐานของความรับผิดชอบที่พนักงานทั้งหมดของ FUJI XEROX และบริษัทในเครือมีส่วนร่วมในฐานะที่เป็นสมาชิกผู้หนึ่งของสังคม, ทัศนคติด้านธุรกิจ และความเป็นคน



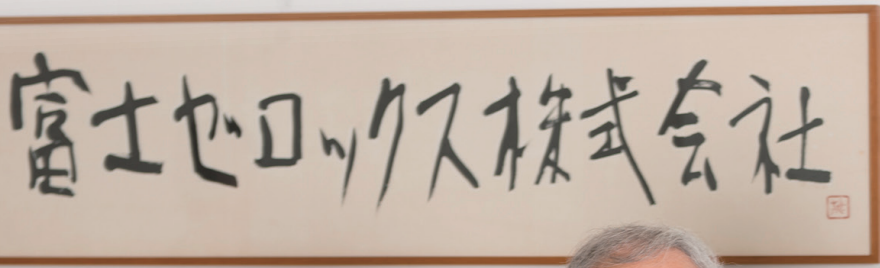
เป้าหมายในการทำธุรกิจของ ฟุจิ ซีร็อกซ์ คือการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนและสังคม รวมทั้งการส่งเสริมวัฒนธรรมที่มีความหลากหลายจึงได้สร้างสิ่งแวดล้อมที่เน้นการส่งเสริมการสร้างสรรค์และใช้ความรู้ที่ได้จากลูกค้าในสาขาด้านการบริการเอกสาร (Document Service) และการสื่อสาร (Communication) อีกทั้งยังมุ่งมั่นให้พนักงานแต่ละคนแสดงความเป็นตัวเองของตัวเองออกมา เพื่อสร้างความเติบโตและการประสบความสำเร็จทั้งในหน้าที่การงานและชีวิตส่วนตัวตลอดการทำงานของตัวเองออกมา และได้รับการรู้ซึ่งและปลอบปล้ำยืนยันต่อการพัฒนาและเติบโตของตนระหว่างกระบวนการดังกล่าว

“Xerox Philosophy” ถือเป็นต้นกำเนิดของปรัชญาการบริหารของ FUJI XEROX และได้พัฒนามาเป็น “แนวคิดของบริษัทที่ดี” และ “สิ่งที่พวกเราทำมา” ตามลำดับ

### แนวคิดของบริษัทที่ดี

เป็นบริษัทที่ “แข็งแกร่ง” ซึ่งนำเสนอสินค้า, บริการชั้นเลิศที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าและสามารถตอบแทนผู้ถือหุ้นได้อย่างต่อเนื่อง เป็นบริษัทที่ “เป็นมิตร” ต่อสังคมท้องถิ่นและสังคมโลก รวมทั้งการมีส่วนร่วมต่อการรักษาและพัฒนาสิ่งแวดล้อม จริยธรรมและสังคม เป็นบริษัทที่พนักงานรู้สึกทำงานและชีวิตของตน “สนุกสนาน” เป็นบริษัทที่หมยมั่นไปสู่การเป็นบริษัทที่มีความ “แข็งแกร่ง” “เป็นมิตร” และ “สนุกสนาน” ควบคู่กันไปได้อย่างสมดุล





Tadahito Yamamoto

ประธานกรรมการและกรรมการ  
(Chairman of the Board and  
Representative Director)  
FUJI XEROX CO.,LTD.

山本 忠人

Hiroshi Kurihara

กรรมการผู้อำนวยการและกรรมการ  
(President and Representative  
Director)  
FUJI XEROX CO.,LTD.

栗原 博

## สนับสนุนการสร้างสรรค์คุณค่าของลูกค้า และเปลี่ยนแปลงสังคม ให้ดีขึ้นด้วยบริการด้านโซลูชัน (Solution Service)

### 1. ปัญหาของสังคมที่ซับซ้อนขึ้นและภาพลักษณ์ของ สังคมที่ FUJI XEROX มุ่งมั่น

ภายใต้การเปลี่ยนแปลงไปสู่ความเป็นโลกาภิวัตน์และยุคแห่ง  
สารสนเทศของเศรษฐกิจโลก ปัญหาที่สังคมต้องเผชิญ นับวันจะมีแต่  
ขยายเป็นวงกว้างและซับซ้อนยิ่งขึ้น จนกลายเป็นปัญหาที่แก้ไขได้ยาก  
ที่เห็นได้ชัดเป็นรูปธรรมก็ว่าได้แก่ ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมโลกที่นับวัน  
จะรุนแรงขึ้นเรื่อยๆ ปัญหาการมีบุตรน้อยและจำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้น  
อย่างรวดเร็ว การกระตุ้นบุคคลในชุมชนท้องถิ่นที่ลดน้อยลง การ  
ขยายตัวของความไม่เท่าเทียมในการเข้าถึงข้อมูล (Digital Divide)

ความเสี่ยงของการเกิดอุบัติเหตุจากภัยธรรมชาติที่เพิ่มสูงขึ้น เป็นต้น  
เหล่านี้ล้วนเป็นประเด็นปัญหาต่างๆ ที่ต้องเข้าไปแก้ไขอย่างเร่งด่วน

ในการแก้ปัญหาต่างๆ เหล่านี้เพื่อสร้างสังคมที่พัฒนาอย่างยั่งยืน  
ผู้เกี่ยวข้องทั้งหลายทั้งในส่วนของผู้ประกอบการ รัฐบาล สถาบัน  
การศึกษา NGO ชุมชน ฯลฯ จำเป็นต้องสื่อสารเชื่อมโยงกันโดย  
ก้าวข้ามกำแพงขององค์กร และความแตกต่างของประเทศ ภาษา  
วัฒนธรรม ฯลฯ เพื่อสร้างสรรค์คุณค่าใหม่ๆ ซึ่งเกิดขึ้นได้ยากใน  
อดีตที่ผ่านมา ด้วยการรวบรวมความรู้ ข้อมูลข่าวสาร องค์ความรู้ ฯลฯ  
ที่กระจัดกระจายกันอยู่ในแต่ละภาคส่วนมารวมไว้ในที่เดียวกัน



พันธกิจ (Mission) ของ FUJI XEROX คือ การแก้ปัญหาด้านการดำเนินธุรกิจของลูกค้าแต่ละรายด้วยการ “สร้างสิ่งแวดล้อมที่ส่งเสริมการสร้างสรรค์และใช้ความรู้” และสนับสนุนการสร้างสรรค์คุณค่าใหม่ของสังคม ตลอดจนส่งเสริมการประสานงานอันดีระหว่างลูกค้ากับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ทั้งหลายของลูกค้า เพื่อช่วยแก้ไขปัญหของสังคมของลูกค้าของลูกค้า การทำเช่นนี้นอกจากจะทำให้ความไว้วางใจซึ่งกันและกันภายในสังคมก่อตัวเป็นรูปเป็นร่างและเข้มแข็งขึ้นแล้ว วัฒนธรรมอันหลากหลายของแต่ละประเทศหรือภูมิภาคยังได้รับการพัฒนาไปในทิศทางที่ดีขึ้น ทั้งการสร้างคามฝันและความหวังของทุกคนให้เป็นจริงด้วยการสนับสนุนให้ผู้คนเหล่านั้นสามารถแสดงความสามารถของตัวเองออกมาได้ และพัฒนาเติบโตขึ้น มุ่งไปสู่การสร้างสังคมที่ผู้คนสามารถรู้สึกปลอดภัยกับความสำเร็จของตนเองได้

## 2. พื้นฐานของการนำเสนอคุณค่าในแบบของ FUJI XEROX

ปัจจุบันบริษัทไม่เพียงแต่จำหน่ายอุปกรณ์หรือวัสดุสิ้นเปลืองเท่านั้น แต่ยังเร่งปรับโครงสร้างธุรกิจไปสู่รูปแบบที่มีบริการด้านโซลูชันซึ่งสามารถปฏิรูปกระบวนการทำงานของลูกค้าได้อย่างถึงแก่นเป็นหลัก เพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อการสร้างสรรค์คุณค่าของลูกค้ามากที่สุด สำหรับลูกค้าในต่างประเทศทั่วโลก บริษัทยังสนับสนุนการพัฒนาและกระตุ้นสังคมท้องถิ่นด้วยการนำเสนอบริการด้านโซลูชันที่สอดคล้องต่อความต้องการของลูกค้าแต่ละราย ตามระดับการพัฒนาด้านอุตสาหกรรมและเศรษฐกิจของประเทศหรือภูมิภาคนั้นๆ

คุณค่าที่นำเสนอของ FUJI XEROX คือ การสร้างสรรค์การสื่อสารแบบใหม่ที่เกิดจากการรวมข้อดีแต่ละด้านของเทคโนโลยีดิจิทัลกับออนไลน์ ด้วยการผสมผสานเทคโนโลยีการสื่อสารและสารสนเทศ (ICT) กับเทคโนโลยีการจัดการเอกสาร (Document Management) เช่น การรวมกันระหว่างเทคโนโลยีการประมวลผลภาษาธรรมชาติ (Natural Language Processing) หรือเทคโนโลยีการรับรู้รูปภาพ (Image Recognition) ที่พัฒนาอย่างต่อเนื่อง ว่ากันว่าข้อมูลข่าวสาร เช่น ตัวอักษร ภาพ ภาพเคลื่อนไหว ฯลฯ ที่ใช้สำหรับการสื่อสารด้านธุรกิจของบริษัทกว่า 80% เป็นข้อมูลแบบไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Data) ที่ค้นหาหรือนำไปใช้ประโยชน์ได้ยาก FUJI XEROX จึงได้นำจุดแข็งของการจัดการข้อมูลแบบไม่มีโครงสร้างต่างๆ มาเป็นเวลานานมาประยุกต์ใช้ เพื่อจัดวางโครงสร้างของข้อมูลที่สำคัญที่ยังไม่ถูกปรับให้ใช้งานได้อย่างเหมาะสม เช่น ข้อมูลลายมือ ลายเซ็น หรือเคล็ดลับเฉพาะตัวของบุคคล ฯลฯ และทำให้ข้อมูลที่เป็นความรู้ที่ฝังลึก (Tacit Knowledge) จำนวนมากซึ่งสนับสนุนการทำงานที่หน้างานมาโดยตลอดอยู่ในรูปของความรู้ที่มีรูปแบบชัดเจน การทำเช่นนี้จะทำให้การวิเคราะห์และประยุกต์ใช้ข้อมูลที่ซับซ้อนทำได้ง่ายขึ้น ส่งเสริมการถ่ายทอดองค์ความรู้ (Know how) ที่เป็นพื้นฐานของความสามารถในเชิงแข่งขันขององค์กรธุรกิจ และมีส่วนร่วมในการสร้างกระบวนการสนับสนุนการสร้างสรรค์คุณค่าที่ยั่งยืนของลูกค้า

ยกตัวอย่างเช่น บริษัทได้สร้างกลไกมาตรฐานที่สามารถแบ่งปันและใช้งานข้อมูลแบบมีโครงสร้างเพื่อให้สามารถนำข้อคิดเห็นของลูกค้าที่รวบรวมมาในหลากหลายรูปแบบมาใช้งานได้อย่างครอบคลุมทั่วทั้งองค์กร และเชื่อมโยงไปสู่การปรับปรุงกระบวนการทำงานและพัฒนาสินค้าหรือบริการใหม่ๆ การแก้ปัญหาภายในบริษัทในลักษณะนี้ สามารถช่วยเหลือและสนับสนุนการปฏิรูปสิ่งใหม่ๆ ให้แก่ลูกค้าในรูปแบบของโซลูชันใหม่ที่เสนอให้แก่ลูกค้าตามแนวคิดของการทำอย่างที่ว่าไว้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้ การปรับเปลี่ยนไปสู่การนำระบบสารสนเทศมาใช้จากนี้ไปจะยังคงดำเนินต่อไปเรื่อยๆ โลกของเราก็จะยังมีความสะดวกสบายมากขึ้น แต่ว่าการเปลี่ยนไปสู่เทคโนโลยีดิจิทัลตลอดทั้งหมดยังจะเป็นเรื่องดีเสมอไปเมื่อหาบนสื่อที่เป็นกระดาษอยู่ในรูปของออนไลน์ก็จริง แต่ความสะดวกสบาย หรือความประทับใจที่จดหมายซึ่งเขียนด้วยลายมือมอบให้แก่ผู้คนต่างๆ ก็ยังคงอยู่และเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับสังคมอีกตราบนานเท่านาน FUJI XEROX จะยังคงประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการจัดการเอกสาร เพื่อนำเสนอการสื่อสารที่มี “คน” เป็นจุดศูนย์กลางผ่านโซลูชันที่ผนวกรวมข้อดีของเทคโนโลยีออนไลน์เข้ากับจุดเด่นของเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างต่อเนื่องต่อไป

## 3. บริการด้านโซลูชันของ FUJI XEROX ที่ก้าวข้ามขอบเขตของสำนักงานและกระจายไปสู่สังคม

บริการด้านโซลูชันที่บริษัทนำเสนอ ช่วยสนับสนุนการสร้างสรรค์และใช้ความรู้ที่ได้จากลูกค้าในสองมิติคือ “การเสริมความแข็งแกร่งของธุรกิจที่เป็นหัวใจสำคัญ (ธุรกิจหลัก)” กับ “การเพิ่มประสิทธิภาพของธุรกิจที่ไม่เป็นหัวใจสำคัญ”

จากมุมมองของ “การเสริมความแข็งแกร่งของธุรกิจที่เป็นหัวใจสำคัญ (ธุรกิจหลัก)” บริษัทนำเสนอการบริการด้านโซลูชันที่เชื่อมโยงไปสู่การเสริมความแข็งแกร่งของการสื่อสารด้านการตลาดระหว่าง “ลูกค้า” กับ “ลูกค้าของลูกค้า” หรือส่งเสริมความแข็งแกร่งของ



**บริการด้านโซลูชันของบริษัท เน้นการสร้างนวัตกรรมที่ทำให้การใช้ชีวิตของผู้คนในสถานการณ์ต่างๆ ที่ไม่จำกัดเฉพาะขอบเขตของสำนักงานอีกต่อไป มีความสะดวกสบายและอยู่ดีมีสุขยิ่งขึ้น ตลอดจนมีส่วนร่วมในการสร้างสังคมที่ดีขึ้น**

กิจกรรมการนำเสนอคุณค่าของลูกค้านำมาด้วยการส่งเสริมการแบ่งปัน และการใช้ข้อมูลระหว่างลูกค้ากับผู้มีส่วนได้เสียของลูกค้าส่วนมุมมอง “การเพิ่มประสิทธิภาพ” บริษัทรับงานเอาท์ซอร์ส (Outsourcing) ของงานที่ไม่ได้เป็นหัวใจสำคัญแบบครบวงจรซึ่งรวมถึงสิ่งแวดล้อม ในการเพิ่มประสิทธิภาพของลูกค้านำมา และการดำเนินการปรับปรุงประสิทธิภาพ การผลิตอย่างจริงจังเพื่อสร้างสิ่งแวดล้อมที่ลูกค้าจะสามารถทุ่มเท ทรัพยากรไปยังธุรกิจที่เป็นหัวใจสำคัญได้อย่างเต็มที่

ในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ปรากฏว่าสถานการณ์การใช้ บริการด้านโซลูชันของบริษัทได้ขยายวงกว้างออกไปโดยก้าวข้าม ขอบเขตของสำนักงานไปแล้ว ยกตัวอย่างเช่น “วิธีการทำงานที่ หลากหลายและยืดหยุ่นในสถานที่ต่างๆ เช่น นอกสถานที่ หรือที่ สำนักงานของลูกค้า ฯลฯ” “ระบบสนับสนุนการรักษาที่บ้านที่ทำให้ สามารถเข้าถึงข้อมูลประวัติผู้ป่วยได้จากบ้านของผู้ป่วย ฯลฯ” “วิธี เรียนแบบใหม่ที่นำเทคโนโลยี ICT มาใช้เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของ การเรียนรู้” “บริการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่เสมือนหนึ่งมีนักคุณากร ร่วมเดินทางไปด้วยเพื่อเล่าเรื่องที่ยากรู้ในสถานที่ที่ยากรู้ผ่าน อุปกรณ์โทรศัพท์เคลื่อนที่” เป็นต้น กล่าวคือ สร้างสรรค์นวัตกรรม ที่ทำให้การใช้ชีวิตของผู้คนสะดวกสบายและอยู่ดีมีสุขยิ่งขึ้นใน สถานการณ์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น “การทำงาน” “การใช้ชีวิต” “การ เรียนรู้” หรือ “ความสนุกสนานเพลิดเพลิน” และมีส่วนร่วมในการสร้าง สังคมที่ดีขึ้นให้เป็นจริงขึ้นได้

#### 4. เรื่องการรวมกันระหว่างธุรกิจกับ CSR

บริษัทได้หยิบยกแนวคิดเรื่อง “CSRไม่สามารถแยกออกจากการดำเนินงานธุรกิจได้” และได้ทุ่มเทแก้ปัญหาของลูกค้าตลอดจนแบ่งปันคุณค่าร่วมกับผู้ที่มีส่วนได้เสียต่างๆ ตามหลักของการทำอย่าง ที่พูดไว้ ผ่านกระบวนการทางธุรกิจซึ่งมีหัวใจแห่งคุณค่าโดยรวม ที่ไม่ได้ครอบคลุมแค่บริษัทของตนหรือบริษัทในเครือเท่านั้น

การจะได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าในฐานะที่เป็นผู้ให้บริการ แบบโซลูชันที่ลูกค้าสามารถปรึกษาได้ทุกอย่าง จำเป็นต้องรวมแนวคิด ของ CSR เข้าไปในพื้นฐานการดำเนินงานธุรกิจที่คำนึงถึงของบริษั ท์ให้รวมเข้าด้วยกันและตั้งเป้าหมายไปสู่การเป็น “บริษัทชั้นนำ (Excellent Company)”

ในการนี้ ต้องทำการประเมินโอกาสและความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับ ธุรกิจเสียใหม่ ด้วยการแลกเปลี่ยนข้อมูลกับผู้ที่มีส่วนได้เสียหรือ ประชุมพิจารณาร่วมกันในที่ประชุม CSR และกำหนดจุดสำคัญที่ เชื่อมโยงกับธุรกิจโดยตรงให้ชัดเจน การเชื่อมโยงพันธกิจหรือเป้าหมาย ของแต่ละองค์กรเข้ากับจุดสำคัญให้ชัดเจน จะทำให้พนักงานทุกคน ไม่มองว่า CSR เป็นสิ่งอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหลัก แต่จะมอง ออกว่างานของตนเกี่ยวข้องกับลูกค้าหรือผู้ที่มีส่วนได้เสียอื่นๆ ในรูปแบบใด และนำไปสู่การปฏิรูปวิธีการทำงานของตนในที่สุด

การทำเช่นนี้ จะทำให้แนวคิดเรื่อง “CSRไม่สามารถแยกออกจากการดำเนินงานธุรกิจได้” ไม่เป็นเพียงแค่คำขวัญลอยๆ แต่จะเป็นการนับ

เฉพาะวัฒนธรรมองค์กรที่ว่า “การทำงานของพนักงานแต่ละคน ก็คือ CSR นั่นเอง” ด้วยนิยามแห่งความจริง ทำให้ CSR แทรกซึม เข้าไปยังกระบวนการทางธุรกิจทั้งหมดของบริษัท และเร่งให้เกิดการ รวมกันระหว่างธุรกิจกับ CSR ที่เร็วยิ่งขึ้น

#### 5. สร้างการเติบโตทางธุรกิจผ่านการมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาของสังคมให้เกิดขึ้น

จากนี้ไป บริษัทจะไม่ละสายตาไปจากการเปลี่ยนแปลงของปัญหา ของสังคม และจะผลักดันให้มีการปฏิรูปโครงสร้างธุรกิจและวัฒนธรรม องค์กรให้ดียิ่งขึ้น

บริษัทจะดำเนินการเพื่อมุ่งสู่การสร้างสังคมในรูปแบบที่คาดหวัง พร้อมทั้งเร่งการเติบโตทางธุรกิจของบริษัท ด้วยการสร้างความ สัมพันธ์ด้านความไว้วางใจที่แนบแน่นในฐานะที่เป็นหุ้นส่วนของ ลูกค้า คิดหาแนวทางแก้ปัญหาหรือความต้องการของลูกค้าและสังคม ร่วมกันลูกค้า ช่วยเหลือลูกค้าให้สร้างสรรค์คุณค่าเพื่อมุ่งไปสู่การ แก้ปัญหาดังกล่าว และด้วยโครงสร้างทางธุรกิจใหม่ บริษัทหมาย มั่นที่จะผลักดันยอดขายให้สูงถึง 1,240,000 ล้านบาท โดยมีกำไร จากการดำเนินงานในอัตรา 10% ในปีงบประมาณ 2016

นอกจากนี้ ในแง่ของวัฒนธรรมองค์กรที่ทำหน้าที่สนับสนุนเป้าหมาย ดังกล่าว บริษัทจะมีการเตรียมสิ่งแวดล้อมที่ทำให้บุคลากรที่หลากหลาย สามารถทำงานได้อย่างเต็มที่ รวมทั้งพัฒนาบุคลากรที่มีความสามารถ ในการค้นพบและแก้ไขประเด็นปัญหาของลูกค้าหรือสังคม เพื่อปฏิรูป บริษัทโดยรวมไปเป็นกลุ่มคณะของคนที่กำลังเผชิญหน้ากับการ ก้าวย่างของการเติบโตและการเปลี่ยนแปลง

ด้วยการดำเนินการดังกล่าว FUJI XEROX ขอสัญญาว่าจะสร้าง สิ่งแวดล้อมด้านการสื่อสารที่มีคุณค่าของสังคม และจะเป็นองค์กรที่ นำการปฏิรูปมาสู่สังคมทั้งในระยะกลางและระยะยาวอย่างต่อเนื่อง



**การเชื่อมโยงพันธกิจหรือเป้าหมายของแต่ละองค์กรเข้ากับจุดสำคัญ จะทำให้พนักงานทุกคนมอง ออกว่างานของตนเกี่ยวข้องกับลูกค้าหรือผู้ที่มีส่วนได้เสียอื่นๆ ในรูปแบบใด และนำไปสู่การปฏิรูป วิธีการทำงานของตนในที่สุด**



## การเข้าร่วมและปฏิบัติตามหลักการของ UN Global Compact

### การขับเคลื่อนกิจกรรมในฐานะที่เป็นในสมาชิกของ LEAD Company

บริษัทสนับสนุนปรัชญาความคิดของ “United Nations Global Compact” (ต่อไปนี้เรียกว่า UNGC) ที่ริเริ่มโดยองค์การสหประชาชาติ และได้ลงนามเข้าร่วมในปี 2002 FUJI XEROX และบริษัทในเครือได้กำหนดให้ปรัชญาความคิดของ UNGC เป็นค่านิยมพื้นฐานในการส่งเสริมกิจกรรม CSR ของบริษัท และนอกจากนี้ยังสะท้อนปรัชญาความคิดดังกล่าวลงในเนื้อหาของแนวทางปฏิบัติของพนักงานแล้ว ในการส่งเสริมกระบวนการจัดหาตามแนวคิด CSR ยังกำหนดเป็นหัวข้อความต้องการที่สำคัญต่อบริษัทคู่ค้าอีกด้วย

ในปี 2008 คุณยามาโมโตะ กรรมการผู้อำนวยการ (ตำแหน่งในขณะนั้น ปัจจุบันดำรงตำแหน่งประธานกรรมการ) ได้ลงนามเข้าร่วมในปฏิญญา CEO ของ UNGC และในปี 2010 เมื่อผลของการมีส่วนร่วมและความมุ่งมั่นของผู้บริหารระดับสูง (Top Commitment) และการดำเนินงานอย่างจริงจังที่ผ่านมามีที่ยอมรับ บริษัทได้รับการแต่งตั้งให้เป็นสมาชิกของ LEAD Company ของ UNGC (ปัจจุบันมีบริษัทที่ได้รับการแต่งตั้ง 49 บริษัททั่วโลก) และได้มีการประกาศเข้าร่วมในกลุ่มดังกล่าว

ปัจจุบัน วัตถุประสงค์การผู้อำนวยการ คุณอาริมะได้เข้าร่วมกับ UNGC (New York) ในตำแหน่งกรรมการ และมีส่วนร่วมในการบริหาร Global Compact Network Japan (ต่อไปนี้เรียกว่า GCNJ ซึ่งปัจจุบันมีบริษัทกว่า 200 แห่งและกลุ่มองค์กรต่างๆ เข้าร่วม) ในฐานะที่เป็นกรรมการผู้มีอำนาจ มีการส่งพนักงานไปปฏิบัติงานในสำนักงานของ UNGC New York และ GCNJ เพื่อช่วยเหลือและสนับสนุนการบริหารงานในองค์กรดังกล่าว ต่อมาปี 2014 ในที่ประชุม Round Table ครั้งที่ 6 ระหว่างประเทศญี่ปุ่น จีนและเกาหลีซึ่งจัดโดย GCNJในเดือนสิงหาคมที่กรุงโตเกียว

บริษัทได้นำเสนอผลการดำเนินงานด้านกระบวนการจัดหาตามแนวคิดของ CSR และเข้าร่วมคณะทำงานกลุ่มย่อยในหลากหลายหัวข้อได้แก่ “Human Rights Due Diligence” “การศึกษาด้านสิทธิมนุษยชน” “การเผยแพร่แนวคิดและหลักการให้กระจายไปทั่วบริษัทที่อยู่ในกลุ่ม GC” เป็นต้น

จากนี้ไป ในฐานะที่เป็นในสมาชิกของ LEAD Company ของ UNGC บริษัท ประสงค์ญี่ปุ่น จีนและเกาหลี(กรุงโตเกียว) ตั้งใจจะเข้าร่วมในการดำเนินการขับเคลื่อนกิจกรรม CSR ของโลก อีกประการเกี่ยวกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Goals) อย่างลึกซึ้งและต่อเนื่อง และแสดงความสามารถในการเป็นผู้นำในระดับนานาชาติเพื่อมุ่งไปสู่การเผยแพร่แนวคิดของ UNGC ให้กระจายออกไปในวงกว้าง รวมทั้งส่งเสริมให้มีการนำหลัก 10 ประการ มาปฏิบัติจริง



\* UN Global Compact สนับสนุนหลักการพื้นฐานของ CSR 10 ข้อที่เกี่ยวกับการปกป้องสิทธิมนุษยชน การจัดการใช้แรงงานที่ไม่เหมาะสม การรับมือกับปัญหาสิ่งแวดล้อม และการป้องกันการทุจริต ซึ่งได้รับการจัดตั้งและเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ โดยบริษัทแต่ละแห่งมีหน้าที่ดำเนินการด้วยความตั้งใจเพื่อมุ่งไปสู่การทำให้การปฏิบัติตามหลักการดังกล่าวเป็นจริงได้

### ความเป็นมาของกิจกรรม



### แนวคิดด้านสิทธิมนุษยชนของ FUJI XEROX

FUJI XEROX กำหนดให้การเคารพสิทธิมนุษยชนและการห้ามเลือกปฏิบัติเป็นปรัชญาความคิดที่สำคัญของบริษัทในแนวทางปฏิบัติของพนักงาน อีกทั้งยังมีการกำหนดเรื่อง “การให้ความเคารพต่อสิทธิมนุษยชนทั้งมวล” ใน “ประมวลแนวทางปฏิบัติของกลุ่มบริษัท FUJI FILM GROUP” เพื่อสะท้อนถึงจิตวิญญาณพื้นฐานในการดำเนินการเกี่ยวกับสิทธิมนุษยชนของกลุ่มบริษัท FUJI FILM GROUP

ทุกปีบริษัทได้จัดให้มีการอบรมด้านจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจแก่พนักงานของ FUJI XEROX ทุกคนและบริษัทในเครือ มีการให้ความรู้เกี่ยวกับสิทธิมนุษยชนโดยรวม การคุกคามทางเพศ การใช้อำนาจคุกคาม สุขภาพจิต เป็นต้น ในการฝึกอบรมแยกตามระดับงาน เช่น การฝึกอบรมพนักงานใหม่ การฝึกอบรมผู้จัดการใหม่ ฯลฯ มีการให้ความรู้เกี่ยวกับจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจด้วย

นอกจากนี้ บริษัทยังพยายามปรับปรุงการตระหนักถึงเรื่องสิทธิมนุษยชนผ่านการจัดประกวดคำขวัญเพื่อกระตุ้นให้เกิดการรับรู้เกี่ยวกับสิทธิมนุษยชน การแจกเอกสารข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิมนุษยชน 2 ครั้งต่อปีให้แก่ผู้จัดการฝ่ายอำนาจการแต่ละคน เป็นต้น

สำหรับห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ก็มีการกำหนดความต้องการและประเมินผลโดยบริษัทอย่างเข้มงวดต่อบริษัทคู่ค้าภายในกระบวนการจัดหาตามแนวคิดของ CSR เพื่อไม่ให้เกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชน เช่น การใช้แรงงานเด็ก

การใช้แรงงานที่เป็นข้อยกเว้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีของบริษัทในเครือที่ตั้งอยู่ในต่างประเทศ

นับแต่ปี FUJI XEROX จะพยายามป้องกันการละเมิดสิทธิมนุษยชนและเพิ่มความตระหนักรู้ในเรื่องสิทธิมนุษยชนอย่างเต็มความสามารถ

#### [หลัก 10 ประการ ของ UN Global Compact]

สิทธิมนุษยชน	หลักการที่ 1: สนับสนุนและเคารพการปกป้องสิทธิมนุษยชน หลักการที่ 2: ไม่เข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน
มาตรฐานแรงงาน	หลักการที่ 3: สนับสนุนการรวมกลุ่มและส่งเสริมสิทธิการเจรจาต่อรองระหว่างกลุ่มให้เกิดประสิทธิภาพ หลักการที่ 4: ขจัดการบังคับใช้แรงงาน หลักการที่ 5: ขจัดการใช้แรงงานเด็ก หลักการที่ 6: ยกเลิกการเลือกปฏิบัติด้านการจ้างงานและการประกอบอาชีพ
สิ่งแวดล้อม	หลักการที่ 7: สนับสนุนแนวทางการป้องกันปัญหาสิ่งแวดล้อม หลักการที่ 8: ริเริ่มแนวทางใหม่เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม หลักการที่ 9: พัฒนาและเผยแพร่เทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
การป้องกันการทุจริต	หลักการที่ 10: ดำเนินงานต่อต้านการทุจริต รวมทั้งการกรรโชกและการให้สินบน ฯลฯ

# ปัญหาของสังคมที่ FUJI XEROX เข้าไปดำเนินการและคุณค่าที่นำเสนอ

FUJI XEROX ได้คัดกรองปัญหาของสังคมที่บริษัทควรดำเนินการจากปัญหาต่างๆ ที่มีอยู่หลากหลาย โดยพิจารณาจากพันธกิจของบริษัทและความรับผิดชอบต่อที่พึงดำเนินการในฐานะที่เป็นสมาชิกคนหนึ่งของสังคม บริษัทมุ่งมั่นที่จะแก้ไขประเด็นปัญหาต่างๆ ดังกล่าวด้วยการสนับสนุนการสร้างสรรค์คุณค่าของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) อันได้แก่ลูกค้า ฯลฯ โดยการนำเสนอสินค้า, บริการและนำเสนอคุณค่าผ่านกระบวนการทางธุรกิจโดยรวม

## ปัญหาของสังคมที่ FUJI XEROX ควรดำเนินการ

### การเปลี่ยนแปลงทางสังคม

โลกาภิวัตน์

ปัญหา  
การมีบุตรน้อย  
และสังคม  
ผู้สูงวัย

ปัญหา  
สิ่งแวดล้อม  
ที่แย่ลง

ความคาดหวัง  
ที่มีต่อองค์กร  
ธุรกิจที่  
เพิ่มสูงขึ้น

การนำระบบ  
สารสนเทศมาใช้

การกระตุ้น  
บุคคลในชุมชน  
ท้องถิ่น  
ที่ตกทอด

พันธกิจของ FUJI XEROX, ความรับผิดชอบต่อที่พึงดำเนินการในฐานะที่เป็นสมาชิกคนหนึ่งของสังคม

1 ปัญหาทางสังคมที่มีความซับซ้อนมากขึ้นอันเนื่องมาจากกระแสโลกาภิวัตน์หรือความหลากหลายของค่านิยม ฯลฯ

2 การใช้งานข้อมูลด้วยการนำศักยภาพของเทคโนโลยีสื่อสารและสารสนเทศมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของสังคมอันสืบเนื่องมาจากการใช้งานข้อมูลดังกล่าว

3 การสร้างสังคมที่สามารถรองรับความเสี่ยงด้านอุบัติภัย

4 การปรับปรุงสิ่งแวดล้อมในการทำงานและคุณภาพชีวิตของผู้คนในประเทศที่เป็นตลาดเกิดใหม่

5 การรับมือกับความเสี่ยงที่เพิ่มขึ้นอันเนื่องมาจากความรวดเร็วของการนำระบบสารสนเทศมาใช้ เช่น การรั่วไหลของข้อมูล การปลอมแปลง การสูญหายของข้อมูล ฯลฯ

6 การยับยั้งภาวะโลกร้อน

7 การส่งเสริมความหลากหลาย (Diversity) ของสังคม

8 การสร้างสังคมท้องถิ่นเพื่อรองรับการกระตุ้นบุคคลในชุมชนท้องถิ่นที่ตกทอด

9 ข้อกำหนดความต้องการจากสังคมที่มีต่อกระบวนการทางธุรกิจขององค์กรธุรกิจที่เพิ่มสูงขึ้น



## คุณค่าที่นำเสนอของ FUJI XEROX ซึ่งมุ่งไปสู่การแก้ปัญหา

สินค้า, บริการ

- 1 นำเสนอสิ่งแวดล้อมที่ผู้คนในสังคมสามารถก้าวข้ามกรอบขององค์กรที่สังกัดอยู่และนำความรู้มาแบ่งปันกันเพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ ให้เกิดขึ้น
- 2 สร้างสิ่งแวดล้อมที่ทำให้การใช้งานและควบคุมข้อมูลเป็นไปอย่างไร้รอยต่อโดยไม่รู้สึกถึงความแตกต่างของสื่อกระดาษกับสื่ออิเล็กทรอนิกส์
- 3 ปกป้องข้อมูลสำคัญของบริษัทตนหรือของลูกค้าจากความเสี่ยงด้านอุบัตินัยอย่างได้ผล
- 4 นำเสนอสินค้า, บริการตามความต้องการในท้องถิ่นและระดับการพัฒนาของประเทศที่เป็นตลาดเกิดใหม่

กระบวนการทางธุรกิจ

- 5 ปกป้องข้อมูลสำคัญของบริษัทตนหรือของลูกค้าจากความเสี่ยงด้านความปลอดภัยสารสนเทศอย่างได้ผล
- 6 นำเสนอสินค้า, บริการที่นำมาซึ่งทั้งความสะดวกสบายของลูกค้าและการประหยัดพลังงาน และลดภาระต่อสิ่งแวดล้อมด้วยการเสริมความแข็งแกร่งด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมของบริษัท
- 7 สร้างสิ่งแวดล้อมที่ผู้คนสามารถทำงานได้อย่างยืดหยุ่น สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย โดยไม่ต้องคำนึงถึงความแตกต่างด้านอายุ เพศ ภาษาหรือสภาพการทางร่างกาย
- 8 สนับสนุนความเชื่อมโยงระหว่างคนในพื้นที่ องค์กรธุรกิจ หน่วยงานราชการ NGO และสถาบันการศึกษา ฯลฯ ของท้องถิ่น และการรับมือกับผลกระทบที่เกิดจากกระแสโลกาภิวัตน์

ขอบเขตการดำเนินการผ่านทั้งสองมิติ

- 9 ส่งเสริมกิจกรรม CSR ที่ผนวกห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ทั้งหมดมาอยู่ภายใต้ขอบเขตความรับผิดชอบ และขยายธุรกิจที่มีรากฐานมาจากพื้นที่ที่ดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

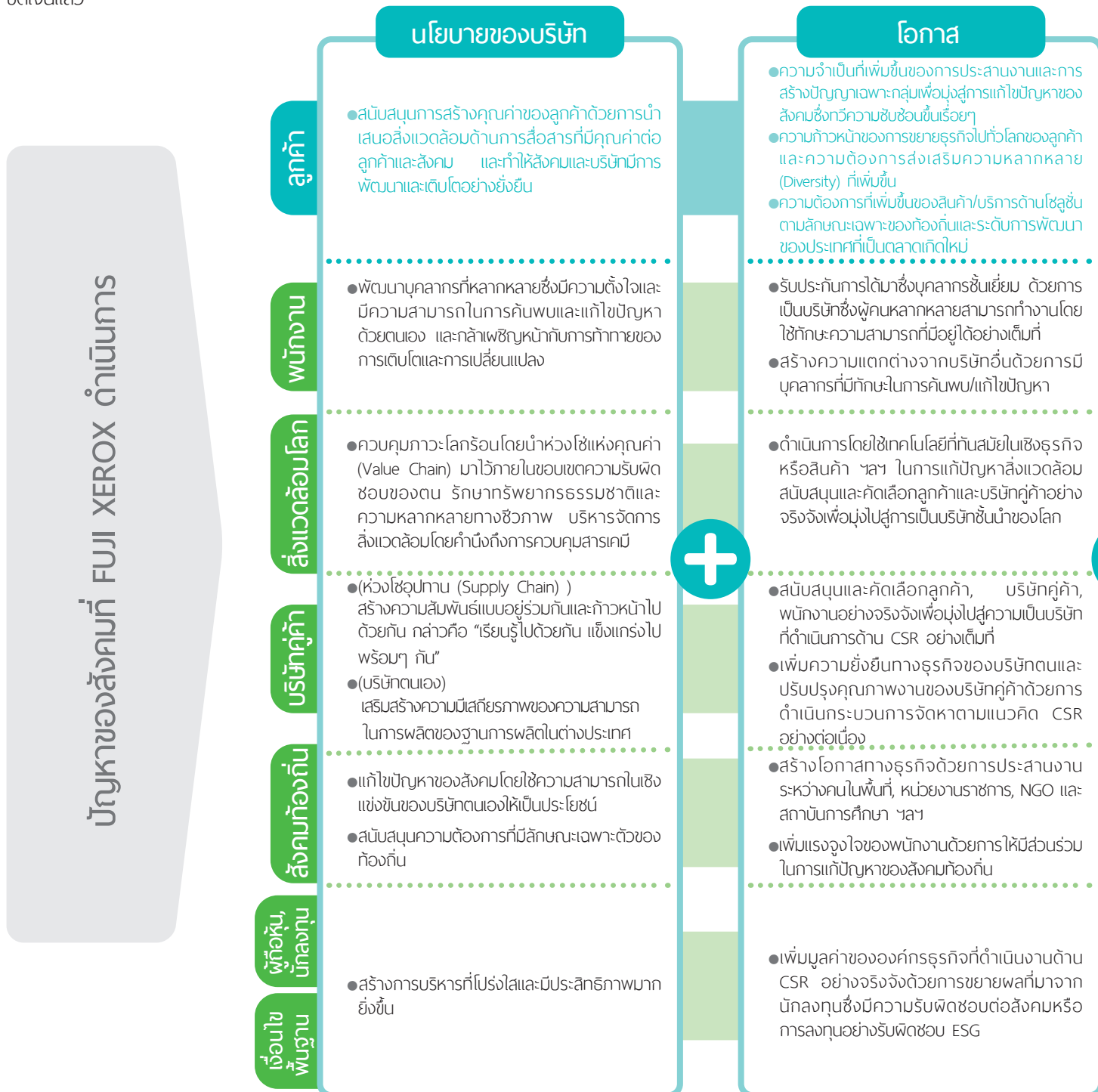
## จุดสำคัญในการดำเนินธุรกิจของ FUJI XEROX

### กระบวนการที่ทำให้จุดสำคัญในการดำเนินธุรกิจมีความชัดเจน

FUJI XEROX ทำให้จุดสำคัญในการดำเนินธุรกิจสำหรับตนเองมีความชัดเจนที่สุด โดยคำนึงถึงสภาพการณ์ของสังคม เป้าหมายทางธุรกิจ และลักษณะเฉพาะทางธุรกิจของบริษัทตนเอง

ในปี 2014 FUJI XEROX ได้กำหนดจุดสำคัญในการดำเนินธุรกิจใหม่ บนพื้นฐานของปัญหาของสังคมที่ FUJI XEROX ควรดำเนินการกับสถานการณ์ทางสังคมที่บริษัทรับรู้ (โอกาสและความเสี่ยง) ฯลฯ

ในที่นี่ จะกล่าวถึงกระบวนการทำให้จุดสำคัญในการดำเนินธุรกิจมีความชัดเจน และจุดสำคัญในการดำเนินธุรกิจที่ผ่านการกำหนดอย่างชัดเจนแล้ว



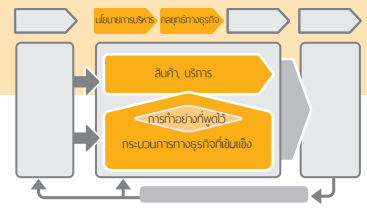
ค้นหาประเด็นปัญหา  
ที่มีความต้องการจากสังคม

คัดกรองด้วยนโยบายของบริษัทหรือลักษณะเฉพาะทางธุรกิจ

step 1

step 2





## Highlight ของรายงานฉบับนี้

### ลูกค้า

มุ่งสู่การยกระดับ "คุณภาพ" ของการศึกษา  
▶ (p.23 - 26)

### ลูกค้า

สร้างอนาคตของท้องถิ่น  
▶ (p.27 - 30)

### พนักงาน

### สังคมท้องถิ่น

### สิ่งแวดล้อมโลก

ท้าทายตัวเองด้วยการมุ่งไปสู่การควบคุมสารเคมีในระดับสูง  
▶ (p.31 - 34)

## ความเสี่ยง

- การเปลี่ยนจากสื่อกระดาษไปเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์อันเนื่องมาจากวิวัฒนาการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการตระหนักรู้ที่เพิ่มขึ้นเรื่องสิ่งแวดล้อมของสังคม
- การหยุดชะงักทางธุรกิจของบริษัทตนเองหรือลูกค้าอันเนื่องมาจากการเกิดภัยธรรมชาติครั้งใหญ่
- ภัยคุกคามทางร่างกาย, ทรัพย์สินของลูกค้าและการสูญเสียความน่าเชื่อถือของบริษัท อันเนื่องมาจากอุบัติเหตุด้านความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์

- ความยากลำบากของการได้มาซึ่งบุคลากรที่ดีซึ่งทำให้การทำงานในรูปแบบที่หลากหลายสามารถเกิดขึ้นได้เนื่องจากความไม่พร้อมของสิ่งแวดล้อม

- ต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้นอันเนื่องจากการขาดแคลนแหล่งทรัพยากร, พลังงาน
- ข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อมเกี่ยวกับการลดก๊าซเรือนกระจก การควบคุมสารเคมี การประหยัดทรัพยากร ฯลฯ ที่เข้มงวดขึ้น

- การหยุดชะงักของการจัดส่งสินค้าอันมีที่มาจาก การเกิดปัญหาด้าน CSR
- แนวโน้มสังคมที่ถามหาความรับผิดชอบต่อสังคมของการเกิดปัญหาในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) กับแบรนด์สุดท้าย

- ความไว้วางใจจากสังคมหรือลูกค้าที่ลดน้อยลงอันเนื่องมาจากการที่องค์กรธุรกิจไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการที่เกี่ยวข้องกับปัญหาของท้องถิ่น

- ข้อบังคับด้านธรรมาภิบาล (Governance) หรือการป้องกันการทุจริตที่เข้มงวดขึ้น
- ความยากลำบากในการดำเนินการด้านธรรมาภิบาล (Governance) อย่างจริงจัง อันเนื่องมาจากการขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศ
- ความน่าเชื่อถือที่ลดน้อยลงอันเนื่องมาจากการที่องค์กรธุรกิจไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของสังคมเรื่องการเคารพสิทธิมนุษยชนได้
- การเกิดการรั่วไหลของข้อมูลความลับทางธุรกิจ (ข้อมูลเทคโนโลยี, ข้อมูลส่วนบุคคล) จากบริษัทตนเอง

## ลูกค้า

- 1 การนำเสนอบริการด้านโซลูชันที่สนับสนุนการใช้ข้อมูลและการสื่อสารอย่างไร้รอยต่อ
- 2 การเสริมสร้างความแข็งแกร่งในการขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศ
- 3 การสนับสนุนการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของลูกค้า
- 4 การนำเสนอสินค้า, บริการคุณภาพสูงและปลอดภัย

## พนักงาน

- 5 การสร้างสิ่งแวดล้อมที่บุคลากรอันหลากหลายสามารถแสดงผลงานที่โดดเด่นได้อย่างเต็มที่ทั้งภายในและภายนอกบริษัท
- 6 การพัฒนาบุคลากรที่สามารถคิดและดำเนินการได้เอง

## สิ่งแวดล้อมโลก

- 7 การลดปริมาณ CO2 ในวงจรชีวิต (Life Cycle) ของผลิตภัณฑ์ (การลดการบริโภคพลังงานของสำนักงานผ่านกระบวนการปฏิรูปวิธีการทำงาน / การพัฒนาสินค้าประหยัดพลังงาน, ประหยัดทรัพยากร / การสร้างแบบจำลองทางธุรกิจ (Business Model) ในรูปแบบการนำทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่)
- 8 การลดปริมาณ CO2 ของลูกค้า
- 9 การจัดหาแบบฟอร์มกระดาษที่มีความรับผิดชอบอย่างต่อเนื่อง

## บริษัทคู่ค้า

- 10 การเสริมสร้างความแข็งแกร่งของการดำเนินการด้าน CSR ในฐานะการผลิตของบริษัทตนอันจะนำไปสู่การเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน
- 11 การขยายและเพิ่มความแข็งแกร่งของกระบวนการจัดหาตามแนวคิด CSR อันจะนำไปสู่การเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน

## สังคมท้องถิ่น

- 12 การมีส่วนร่วมต่อความก้าวหน้าของสังคมอย่างเปิดเผยและตรงไปตรงมา (การพัฒนาบุคลากรรุ่นต่อไป, การถ่ายทอดวัฒนธรรมหรือข้อมูลที่หาได้ยาก)
- 13 การสนับสนุนการฟื้นฟูบูรณะความเสียหายจากเหตุการณ์แผ่นดินไหวครั้งใหญ่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

## ผู้ถือหุ้น, นักลงทุน

- 14 การดำเนินการตามนโยบายธรรมาภิบาล (Governance) อย่างเข้มงวด
- 15 การปฏิบัติตามธรรมเนียมการดำเนินธุรกิจที่เป็นธรรม

## เงื่อนไขพื้นฐาน

- 16 การจัดการด้านความปลอดภัยของสารสนเทศที่เข้มงวด
- 17 การเคารพสิทธิมนุษยชน

มุ่งสู่การนำเสนอคุณค่า

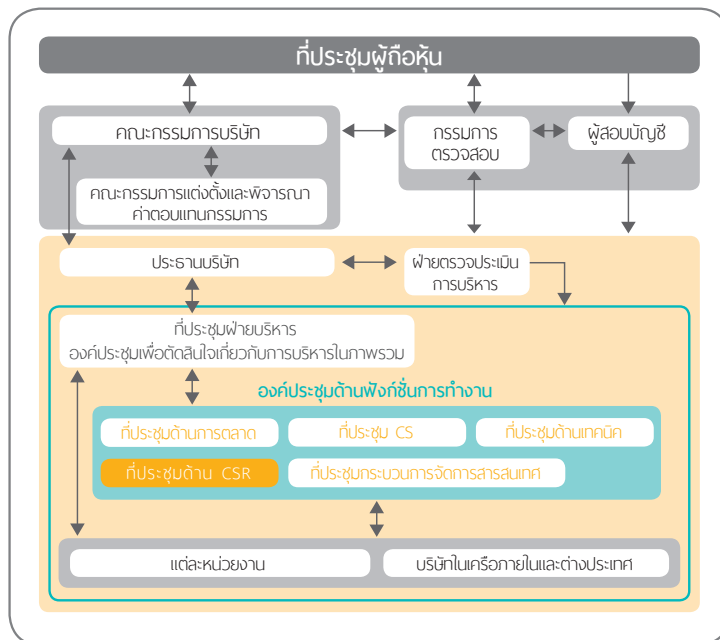
เพ้นหาหัวข้อ (Theme) ที่สำคัญเหนืออื่นใด

step 3

# แนวทางการดำเนินธุรกิจของ FUJI XEROX

FUJI XEROX ปฏิรูปกิจกรรมทางธุรกิจของตนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในเชิงแข่งขันของบริษัท ภายใต้แนวคิดที่ว่า “CSR ไม่สามารถแยกออกจากการดำเนินธุรกิจได้” ในขณะเดียวกันก็มุ่งสร้างคุณค่าใหม่ๆ ให้แก่ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย อันจะนำไปสู่การมีส่วนร่วมในความก้าวหน้าของสังคมต่อเนื่องสืบไป

■ ในการทำให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว พวกเราเชื่อว่าการทำให้คุณค่าที่นำเสนอมีวิวัฒนาการอยู่เสมอโดยคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงของสังคมและสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจ นำความคาดหวังหรือความต้องการของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อกิจกรรมต่างๆ ของบริษัทเข้ามาพ่วงรวมกับแนวทางการบริหาร และขับเคลื่อนธุรกิจตามวงจร PDCA เพื่อมุ่งไปสู่การปรับปรุงแก้ไข เป็นสิ่งที่สำคัญ จึงได้นำกลไกต่างๆ ที่จำเป็นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าวไปใช้ภายในกระบวนการทางธุรกิจของบริษัท



## การสื่อสารและการเฝ้าติดตาม

FUJI XEROX ให้ความสำคัญต่อ “การสื่อสาร” และ “การเฝ้าติดตาม” โดยนำผลการประเมินหรือความคิดเห็นจากผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียเข้าไปพ่วงรวมอยู่ภายในกระบวนการของการดำเนินธุรกิจ



นโยบายด้าน CSR,  
การนำเป้าหมาย  
ไปขยายผล

การรายงาน  
ผลกระทบ

## หน่วยงานธุรกิจ

- หน่วยงานขาย
- หน่วยงานวิจัยพัฒนาการผลิต
- บริษัทในเครือ

## ระบบบริหารที่ส่งเสริมการบริหารงานด้าน CSR

FUJI XEROX ได้จัดให้มีการประชุม CSR ขึ้นตั้งแต่เดือนเมษายน ปี 2010 เพื่อให้การบริหารสามารถพ่วงรวมมิติทางธุรกิจกับ CSR เข้าด้วยกันได้อย่างจริงจังและได้ผลยิ่งขึ้น

โดยกำหนดให้การประชุม CSR เป็นส่วนของคณะกรรมการบริษัทและที่ประชุมฝ่ายบริหาร โดยถือเป็นองค์ประชุมด้านฟังก์ชันการทำงานในฐานะที่เป็นหน่วยงานที่ตัดสินใจเรื่องการบริหารซึ่งเกี่ยวกับสาขาการทำงานที่จะจะตามแนวทางการบริหารของบริษัท การประชุม CSR จะเป็นแกนกลางในการเชื่อมโยงไปสู่การนำนโยบายหรือแผนงานด้าน CSR ที่กำหนดโดยฝ่ายบริหารไปใช้ร่วมกับการทำงานที่หน้างาน และในขณะเดียวกัน ก็มีการจัดตั้งกระบวนการทางธุรกิจในการขับเคลื่อนวงจร PDCA เพื่อนำความคิดเห็นจากหน้างานมาปรับปรุงแก้ไข

บริษัทมีการจัดการประชุม CSR ตามระยะเวลาที่กำหนด มีการเลือกประเด็นปัญหาของบริษัทตามแต่ละมิติของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย

และให้คำมั่นสัญญาว่าจะดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ (ดัชนี CSR) ในปี 2014 ได้มีการทบทวนโอกาสและความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจใหม่ โดยถือเป็นการจัดระเบียบประเด็นปัญหาด้านธุรกิจที่สำคัญสำหรับบริษัทอีกครั้ง

นอกจากนี้ ด้านการบริหารความเสี่ยง การตอบสนองต่อสถานการณ์ฉุกเฉินนั้นเป็นเรื่องที่ต้องดำเนินการอย่างแน่นอน ในด้านการควบคุมความเสี่ยงในเวลาลบปกติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความเสี่ยงที่ซ่อนอยู่ บริษัทยังให้ความสำคัญต่อกิจกรรมการควบคุมตามจำนวนครั้งของการเกิดความเสี่ยงและระดับความรุนแรงของผลกระทบที่มีต่อการบริหารด้วย ในการประชุม CSR ฝ่ายบริหารจะกำหนดจุดสำคัญเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยงเพื่อนำมาหารือและตัดสินใจอยู่เสมอ



บริษัทส่งเสริมให้มีการติดต่อสื่อสารกับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียผ่านช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลเช่น เว็บไซต์หรือ รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน ได้กำหนดให้เป็นเครื่องมือสื่อสารที่สำคัญระหว่างลูกค้าและพนักงาน เรื่องนี้มีที่มาจากแนวคิดที่ว่า การที่พนักงานสามารถอธิบายแนวคิดหรือแนวทางปฏิบัติของบริษัทให้แก่ลูกค้าหรือผู้ที่เกี่ยวข้องได้เป็นอย่างดี จะทำให้มีการเชื่อมต่อกับสังคมเพิ่มมากขึ้น การตระหนักถึงประเด็นปัญหาหรือความคิดใหม่ๆ จากมุมมองของพนักงานก็จะทยอยเกิดขึ้น และเชื่อมโยงไปสู่การนำเสนอคุณค่าให้แก่ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในที่สุด ในปี 2014 บริษัทได้ให้ความสำคัญต่อการให้ความรู้ด้าน CSR โดยได้จัดให้มีการฝึกอบรมความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับ CSR ด้วยวิธี e-learning ให้แก่พนักงานทุกคนทั่วประเทศ

### วิธีสื่อสาร

- เว็บไซต์ที่เป็นทางการของบริษัท
- รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน
- สารจากผู้บริหารระดับสูง
- เว็บไซต์สำหรับพนักงาน
- แผนปฏิบัติงานสิ่งแวดล้อมและสังคม
- การให้ความรู้เกี่ยวกับ CSR

### การสื่อสาร

กิจกรรมทางธุรกิจของ FUJI XEROX ที่นำเสนอคุณค่าผ่านห่วงโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain) โดยรวม

### การเฝ้าติดตาม (Monitoring)



ในการทำให้การดำเนินธุรกิจรัดกุมต่อไป พวกเราเห็นว่าการตรวจสอบว่ากิจกรรมทางธุรกิจสามารถตอบสนองต่อความคาดหวังหรือความต้องการของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ ได้มากเพียงใดออกมาอย่างเป็นรูปธรรม และสะท้อนกลับไปยังการตัดสินใจหรือกำหนดหัวข้อต่างๆ ในการดำเนินธุรกิจ เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งยวด ดังนั้น บริษัทจึงจัดให้มี Stakeholder Dialogue ที่ผู้เชี่ยวชาญจากภายนอกกับฝ่ายบริหารได้มีโอกาสมาอภิปรายร่วมกันเกี่ยวกับหัวข้อการดำเนินธุรกิจ หรือการสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย หรือการทำการแบบสอบถามด้าน CSR ภายในกลุ่มบริษัทเพื่อสรุปสถานการณ์และประเด็นปัญหาในการดำเนินธุรกิจของบริษัทในเครือทั้งในและต่างประเทศ ฯลฯ อยู่เสมอ

### วิธีเฝ้าติดตาม

- การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า
- การสำรวจการรับรู้ของแบรนด์
- การตรวจสอบกระบวนการจัดหาตามแนวคิด CSR ด้วยตนเองของบริษัทคู่ค้า
- พูดคุยกับผู้เชี่ยวชาญด้าน CSR
- การสำรวจจริยธรรมของพนักงาน
- แบบสอบถามเรื่อง CSR ภายในกลุ่มบริษัท (การสำรวจ PDCA)

### Stakeholder Dialogue

FUJI XEROX กำหนดจุดสำคัญเกี่ยวกับธุรกิจและจัดให้มี Stakeholder Dialogue ทุกปี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปรับปรุงมูลค่าขององค์กรธุรกิจอย่างต่อเนื่องด้วยการรับฟังเสียงของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียและตอบสนองต่อความคาดหวังดังกล่าว

ในปี 2014 กรรมการของแต่ละภูมิภาคในห่วงโซ่แห่งคุณค่าได้อธิบายว่าบริษัทได้นำหลัก CSR ไปใช้ในการดำเนินธุรกิจหลักและการขับเคลื่อนตามวงจร PDCA อย่างไร ภายใต้หัวข้อ “ธุรกิจกับ CSR ที่รวมเข้าด้วยกัน” และอภิปรายรายละเอียดต่างๆ ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญ ตลอดจนได้มีการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญว่า “จากคำพูดของตัวกรรมการเอง รู้สึกว่าการตระหนักถึงด้าน CSR ได้ยังรากลึกลงไปภายในบริษัท”

■ ในทางกลับกัน ก็แนะนำว่า “การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างธุรกิจเป็นบริการด้านโซลูชันอย่างเต็มรูปแบบ จะช่วยเร่งการรวมธุรกิจเข้ากับ CSR” หรือ “พนักงานจำเป็นต้องย้อนกลับไปทบทวนถึงงานของตนเองเพื่อตอบได้ว่า ‘ทำอย่างนี้ไปทำไม’ ‘จากนี้ไปจะนำเสนอคุณค่าอะไรต่อไป’” เป็นต้น





## ธุรกิจของ FUJI XEROX

FUJI XEROX มุ่งนำเสนอบริการด้านโซลูชันเพื่อเข้าไปมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาด้านการดำเนินธุรกิจของลูกค้า ส่งเสริมและสนับสนุนเพื่อมุ่งไปสู่การแก้ปัญหาของสังคม

### ธุรกิจของ FUJI XEROX ที่มุ่งไปสู่การแก้ปัญหาของสังคม



ถ่ายรูปด้านล่างเพื่อตรวจสอบเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง!

#### Office Solution

ธุรกิจ Office Product /  
ธุรกิจ Office Printer

ภายใต้สิ่งแวดล้อมทางธุรกิจของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการรับประกันความยั่งยืนของธุรกิจด้วยการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงไปสู่โลกาภิวัตน์และความหลากหลายของสังคม การเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการใช้งานเทคโนโลยีสื่อสารและสารสนเทศที่รวดเร็วทันใจ หรือรับมือกับอุบัติเหตุต่างๆ ประเด็นปัญหาด้านการดำเนินธุรกิจก็มีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ละเอียดและซับซ้อนขึ้น FUJI XEROX มีหน้าที่ทำให้ปัญหาของลูกค้าด้านเอกสารและการสื่อสารมองเห็นได้ชัดเจนขึ้น สร้างสรรค์สินค้าและบริการที่สามารถนำเสนอโซลูชันจากมุมมองที่เหมาะสมที่สุดในภาพรวม โดยคำนึงถึงลักษณะเฉพาะของแต่ละด้านของประเทศที่พัฒนาแล้วและประเทศที่เป็นตลาดเกิดใหม่ เพื่อมุ่งไปสู่การแก้ปัญหาด้านการบริหารของลูกค้ายั่งยืนและสร้างการเติบโตในเชิงธุรกิจ

#### ตัวอย่างสินค้า, บริการ



ปัญหาของสังคม  
FUJI XEROX  
ควรดำเนินการ



ถ่ายรูปด้านซ้ายเพื่อ  
ตรวจสอบเนื้อหาที่  
เกี่ยวข้อง!

## Production Service

## ธุรกิจ Production Service

ในการที่องค์กรธุรกิจจะสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน การรักษาและเสริมสร้างความสัมพันธ์ให้แข็งแกร่งด้วยการติดต่อสื่อสารที่ตรงกับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (ลูกค้า, ผู้ถือหุ้น, พนักงาน, สังคมท้องถิ่น ฯลฯ) ได้มีความสำคัญมากยิ่งขึ้น ในการดำเนินการดังกล่าว การรับรู้ถึงความต้องการที่หลากหลาย การสร้างกลไกในการนำเสนอ (Content) ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการดังกล่าวในสถานที่ที่เหมาะสมในเวลาที่เหมาะสมได้ไม่จำเป็นจะเป็นการนำเสนอผ่านสื่อกระดาษหรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์กลายเป็นสิ่งที่ขาดเสียมิได้ FUJI XEROX จึงนำเสนอ “กลไกและบริการของการปฏิรูปการสื่อสาร” ที่ผนวกรวมเทคโนโลยีการพิมพ์ On-demand ซึ่งพัฒนาอย่างต่อเนื่องและเทคโนโลยีดิจิทัลล่าสุดไว้ด้วยกันอย่างครอบคลุม ไม่เพียงแต่ประเด็นปัญหาในการดำเนินธุรกิจของลูกค้าเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงปัญหาของสังคมอันได้แก่การสร้างสังคมท้องถิ่นหรือกระแสโลกาภิวัตน์อีกด้วย

### ตัวอย่างสินค้าและบริการ



Production Remote Service



Color Management Service



Long Calendar

Customized Catalog



ตอบสนองความต้องการ  
ที่หลากหลายด้วยคุณภาพ  
และประสิทธิภาพการผลิต  
ในระดับของการพิมพ์  
ดิจิทัล



Versant 2100 Press



Color 1000 Press

## Global Service

## ธุรกิจ Global Service

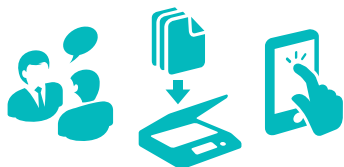


ถ่ายรูปด้านซ้ายเพื่อ  
ตรวจสอบเนื้อหาที่  
เกี่ยวข้อง!

ในกระบวนการทางธุรกิจส่วนใหญ่ จะมีคนแทรกอยู่ระหว่างกลาง โดยเอกสารจะเป็นตัวเชื่อมคนกับคนเข้าด้วยกัน ท่ามกลางกระบวนการทางธุรกิจของลูกค้าที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นอันเนื่องมาจากความก้าวหน้าของการนำระบบ IT มาใช้ในกระบวนการทำงานหลักและการปรับเปลี่ยนรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น การทำให้กระบวนการทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเอกสารมองเห็นได้ชัดเจนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการโดยรวม จึงกลายเป็นปัญหาในการดำเนินธุรกิจของลูกค้า และเพื่อให้สามารถมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาดังกล่าว FUJI XEROX ได้นำเสนอบริการต่างๆ ตั้งแต่ Managed Service ด้านการพิมพ์อย่างครบวงจร ไปจนถึง Business Process Outsourcing ของกระบวนการทำงานหลัก ในรูปแบบของ “Document Outsourcing”

โดยการทำให้เกิดกระบวนการทางธุรกิจที่เหมาะสมที่สุดผ่านการจัดการเอกสารนี้เอง บริษัทจึงสามารถตอบสนองความต้องการทางสังคมที่มีต่อกิจกรรมทางธุรกิจในเรื่องของการสร้างหลักธรรมาภิบาลและกำกับดูแลองค์กรธุรกิจอย่างจริงจังในอีกทางหนึ่งด้วย

### ตัวอย่างสินค้า, บริการ



Communication & Business  
Process Outsourcing



Next Generation  
Managed Print Services

# กลยุทธ์การเติบโตของ FUJI XEROX

## การเติบโตทางธุรกิจผ่านการแก้ไขปัญหาของสังคม

FUJI XEROX นำเสนอบริการด้านโซลูชันที่สนับสนุนการสร้างสรรค์คุณค่าในสาขา Document Service และ Communication เพื่อแก้ปัญหาด้านการดำเนินงานธุรกิจของลูกค้า ทั้งมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ของสังคม โดยแนวทางดังกล่าวนี้ บริษัทมั่นใจว่าจะสามารถสร้างการเติบโตทางธุรกิจให้เพิ่มมากขึ้นพร้อมๆ กับมีส่วนร่วมในการเติบโตทางธุรกิจของลูกค้ารวมทั้งการพัฒนาอย่างยั่งยืนของสังคม

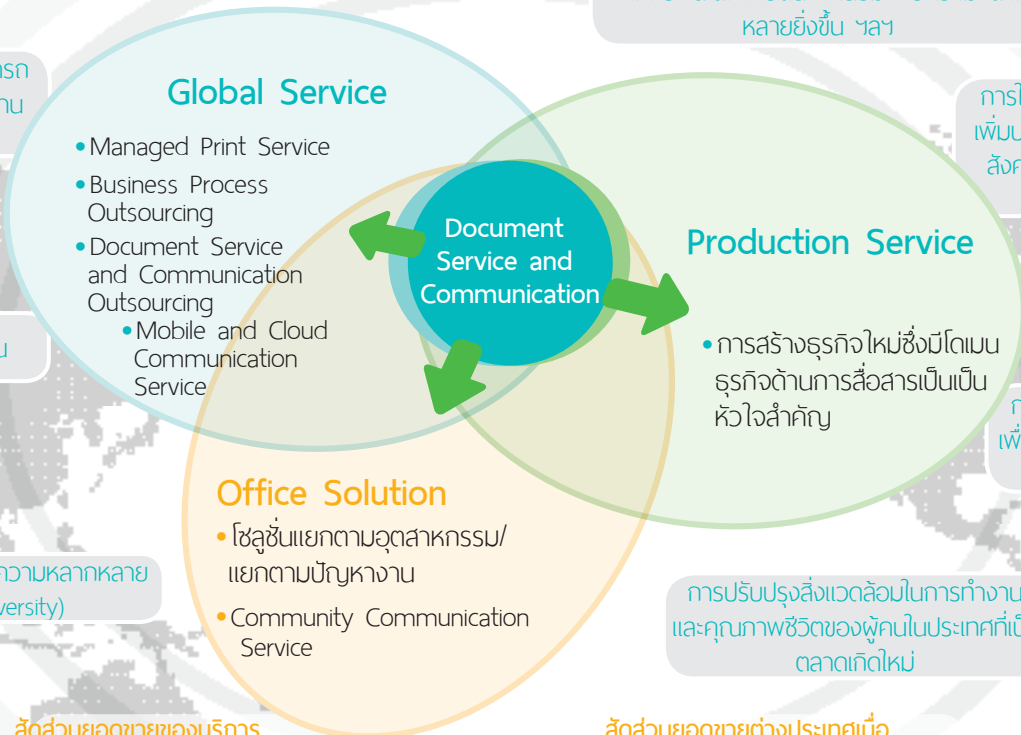
การรองรับต่อการรั่วไหลของข้อมูล  
การปลอมแปลงข้อมูล ข้อมูลสูญหาย ฯลฯ

การแก้ปัญหาของสังคมที่ซับซ้อนขึ้นอันเนื่องมาจากกระแสโลกาภิวัตน์ ค่านิยมที่ทวีความหลากหลายยิ่งขึ้น ฯลฯ

การสร้างสังคมที่สามารถรับมือกับความเสี่ยงด้านอุบัติภัย

การใช้งานสารสนเทศและการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของสังคมอันเกิดจากการใช้งานสารสนเทศ

การยับยั้งภาวะโลกร้อน

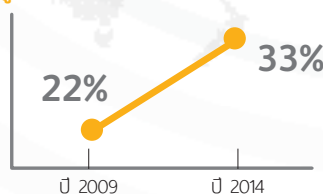


การส่งเสริมความหลากหลาย (Diversity)

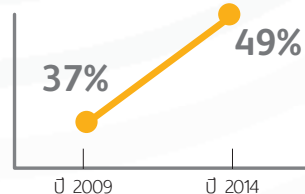
การสร้างสังคมท้องถิ่นเพื่อกระตุ้นบุคลากรในชุมชนท้องถิ่น

การปรับปรุงสิ่งแวดล้อมในการทำงานและคุณภาพชีวิตของผู้อยู่อาศัยในประเทศที่เป็นตลาดเกิดใหม่

สัดส่วนยอดขายของบริการด้านโซลูชัน\*เมื่อเทียบกับยอดขายโดยรวมภายในประเทศ



สัดส่วนยอดขายต่างประเทศเมื่อเทียบกับยอดขายโดยรวม



\*รวมยอดขายของ Solution Service ในส่วนของ Office Solution ที่ไม่รวมสินค้า, Global Service และ Production Service

### Office Solution

(ธุรกิจ Office Product, ธุรกิจ Office Printer)

ส่งสินค้าที่ตรงตามความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่องในตลาดประเทศจีนและเอเชียแปซิฟิกตลอดจนประเทศที่เป็นตลาดเกิดใหม่ซึ่งมีอัตราการเติบโตสูง เพื่อผลักดันยอดขายให้เพิ่มสูงขึ้นและสนับสนุนการปฏิบัติงานของลูกค้า เช่น วิธีการทำงาน ด้วยการเสริมสร้างความแข็งแกร่งของบริการด้านโซลูชันที่นำโซลูชันอุตสาหกรรมหรืองานที่มีมูลค่าเพิ่มสูงหรือเทคโนโลยีคลาวด์, โนบายมาประยุกต์ใช้

### Production Service

(ธุรกิจ Production Service)

เสริมสร้างความแข็งแกร่งของกลุ่มสินค้าด้าน Color Production Printer ที่เป็นผู้นำตลาดได้อย่างภาคภูมิใจยิ่งขึ้น พร้อมทั้งเพิ่มคุณค่าของสิ่งพิมพ์ดิจิทัล และสนับสนุนการสื่อสารด้านการตลาดของลูกค้าด้วยการนำเสนออุปกรณ์ต่อพ่วงหรือบริการซอฟต์แวร์ที่สามารถรองรับการประยุกต์ใช้ได้หลากหลาย

### Global Service

(ธุรกิจ Global Service)

แนะนำให้ขยายขอบเขตการนำบริการ Managed Print Service (MPS) ที่สนับสนุนการปรับผลลัพธ์ของกระบวนการทำงานของลูกค้าให้เหมาะสมที่สุดมาใช้อย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งเสริมสร้างความแข็งแกร่งของบริการ Business Process Outsourcing (BPO) ที่รับงานของลูกค้า เช่น งานด้านการตลาดส่งเสริมการขาย ฯลฯ มาอย่างครบวงจร เพื่อสนับสนุนให้เกิดการสื่อสารที่ดีทั้งภายในและภายนอกองค์กรของลูกค้าควบคู่กันไป

### ตลาดจีนและเอเชียแปซิฟิก

(ทุกธุรกิจ)

มีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาด้านธุรกิจของลูกค้าผ่านการขยายกิจกรรมในทุกธุรกิจ เช่น ขยายบริการด้านโซลูชันที่สามารถใช้จุดแข็งของเครือข่ายการขายตรงให้เกิดประโยชน์สูงสุด นำเสนอสินค้าราคาถูกผ่านเครือข่ายตัวแทนจำหน่ายท้องถิ่น เป็นต้น และสนับสนุนการปฏิรูปการสื่อสารที่สอดคล้องต่อสังคมท้องถิ่นและลูกค้า



## เทคโนโลยีที่สนับสนุนการเติบโตทางธุรกิจของ FUJI XEROX

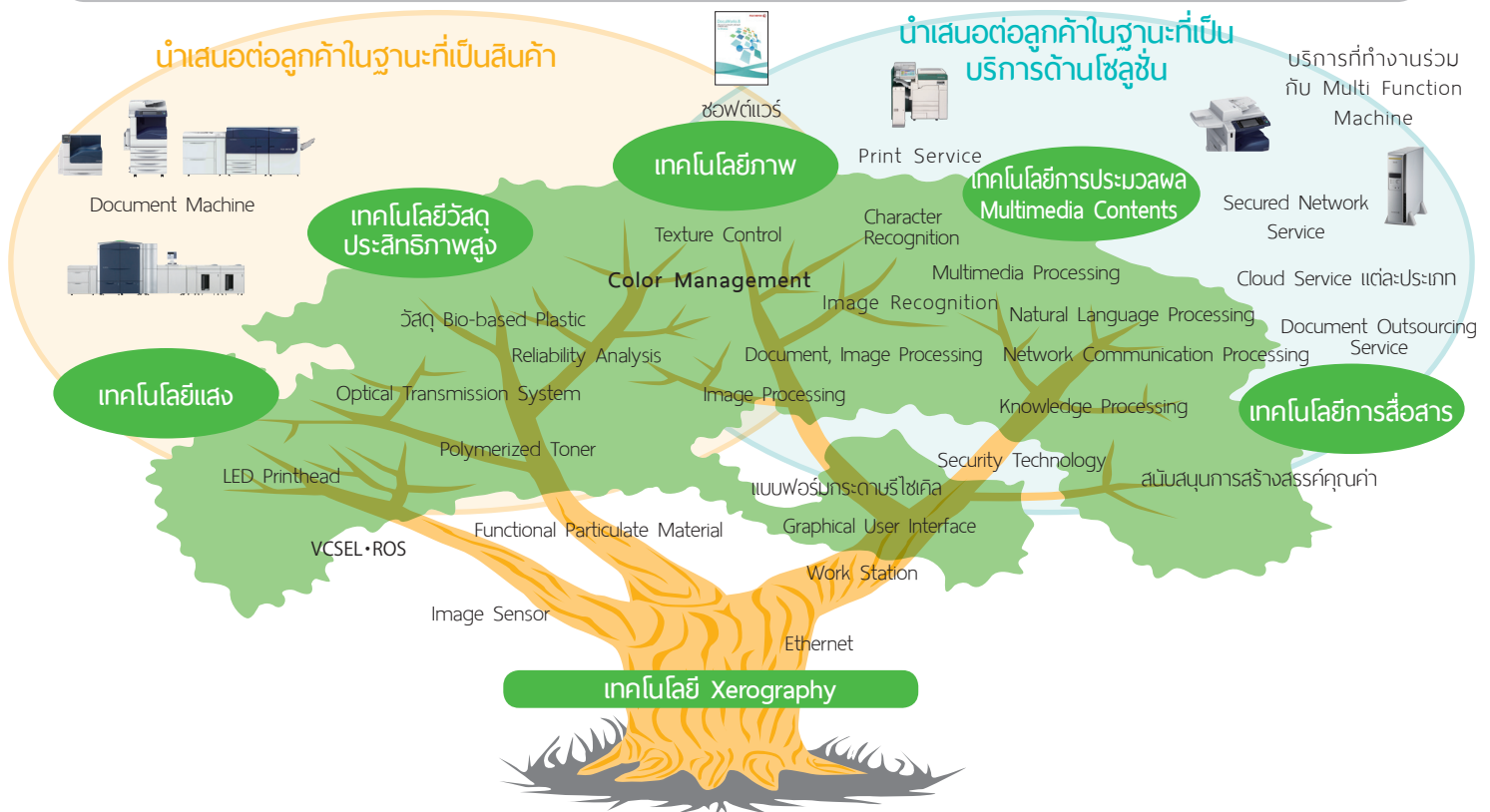
### รากฐานด้านเทคโนโลยีที่มีบทบาทในการแก้ปัญหาด้านการดำเนินธุรกิจและสังคม

FUJI XEROX วิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อแก้ปัญหาทางด้านการดำเนินธุรกิจของลูกค้ารวมทั้งประเด็นปัญหาต่างๆ ของสังคม ในสาขาที่เกี่ยวข้องกับ Document Service & Communication โดยยึดปรัชญาพื้นฐานของการส่งเสริมความเข้าใจอันดีของสังคมผ่านการสื่อสารที่ดี ในการนี้ จึงได้พัฒนาเทคโนโลยีใหม่ของบริษัทโดยใช้เทคโนโลยี Digital Imaging กับเทคโนโลยีสื่อสารและสารสนเทศแกนกลางซึ่งเป็นรากฐานของเทคโนโลยี Xerography เพื่อนำเสนอสินค้าหรือบริการด้านโซลูชันใหม่ๆ อยู่เสมอ

#### จุดแข็งของรากฐานด้านเทคโนโลยีของ FUJI XEROX | จุดเด่น

FUJI XEROX ไม่ได้มองว่า “Document” เป็นเพียงข้อมูลข่าวสารที่อยู่บนกระดาษเท่านั้น แต่ยังนิยามว่าเป็น “ความคิดของคนที่ทำให้เป็นรูปร่าง” ซึ่งรวมถึงข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ ภาพ เสียง ฯลฯ เข้าไว้ด้วยกัน การถ่ายทอด แบ่งปัน ประสานงาน “Document” อย่างมีประสิทธิภาพ จะทำให้ “ความรู้” และ “ปัญญา” เชื่อมโยงเข้าหากัน จนสามารถมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหา เพื่อขีดความสามารถ และสร้างสรรค์คุณค่าใหม่ๆ ในสถานการณ์ต่างๆ ทางธุรกิจของลูกค้าได้เป็นอย่างดี

- สินค้าที่สนับสนุนประสิทธิภาพและขีดความสามารถในการทำงานของลูกค้าซึ่งเกิดจากการผสมผสานเทคโนโลยีเฉพาะตัวต่างๆ บนพื้นฐานของเทคโนโลยี Xerography จนทำให้ได้มาซึ่งประสิทธิภาพและคุณภาพของเอกสารขั้นสูง เช่น การนำเสนอเจดสีที่ใกล้เคียงกับการพิมพ์ออฟเซต ประสิทธิภาพการผลิตที่ดี ความเข้ากันได้ในระดับสูง และความสามารถในการประหยัดพลังงานได้มาก ฯลฯ
- บริการด้านโซลูชันที่ทำให้เกิดการสื่อสารที่มีคุณภาพอย่างมีประสิทธิภาพ และสนับสนุนการสร้างสรรค์คุณค่าของลูกค้าด้วยการใช้เทคนิคการจัดการ Document ต่างๆ (นำเข้า / แบ่งปัน / วิเคราะห์ / เผยแพร่) ของตัวหนังสือ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง ฯลฯ อย่างง่าย และใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด



#### แนะนำการดำเนินการเพื่อนำเสนอคุณค่าใหม่ๆ

จัดสร้าง Customer Co-creation Laboratory ในฐานะการวิจัยพัฒนาที่มีชื่อว่า “FUJI XEROX R&D Square” ซึ่งตั้งอยู่ที่เขต Yokohama Minato Mirai 21 เพื่อให้เป็นกลไกในการสังเกตประเด็นปัญหาที่หน่วยงานของลูกค้าได้อย่างทันถ่วงที ทำให้เกิด “การสร้างสรรคร่วมกัน” ที่มีคุณภาพในระดับสูงกับลูกค้าหรือพันธมิตรทางธุรกิจ อันจะนำไปสู่การสร้างสรรคและนำเสนอคุณค่าใหม่ๆ ให้แก่ลูกค้า

ที่ฐานการวิจัยและพัฒนานี้ จะมีการแนะนำและอภิปรายกรณีศึกษาจริงและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องซึ่ง FUJI XEROX ได้ดำเนินการแก้ปัญหาทางธุรกิจภายในบริษัทหรือของลูกค้า ให้แก่ท่านที่เป็นลูกค้า พันธมิตรในการดำเนินธุรกิจ มหาวิทยาลัย หน่วยงานวิจัย ฯลฯ เพื่อค้นหาและเรียบเรียงความต้องการที่ซ่อนอยู่ รวมทั้งประเด็นปัญหาในอนาคตที่มีความชัดเจนยิ่งขึ้น จากนั้นจึงเข้าสู่การดำเนินงานกิจกรรมการวิจัยและพัฒนา ร่วมกับลูกค้าเพื่อทำการสร้างสรรคคุณค่าใหม่ๆ ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการหรือแก้ปัญหาดังกล่าวต่อไป

หน่วยงานของลูกค้า

การขุดพบปัญหา, ไอเดีย



เวทีของการส่งข้อมูล และรับข้อมูล

Open Laboratory



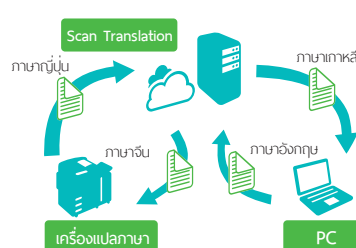
เวทีของการสร้างสรรคร่วมกัน

Secured Laboratory

การขุดพบปัญหา, ไอเดีย

สร้างสรรคคุณค่าใหม่ๆ

ตัวอย่างบริการที่เกิดจาก Customer Co-creation Laboratory



Scan Translation Service

เป็นบริการแปลภาษาโดยเครื่องแปลภาษาในรูปแบบ Cloud Service ผ่านอินเทอร์เน็ตจากเครื่อง Multi-Function Machine หรือเครื่องคอมพิวเตอร์ เพียงแค่ใส่ภาพถ่ายหรือเอกสารกระดาษที่มีรูปภาพ ก็สามารถแปลภาษาบนเอกสารเหล่านั้นได้โดยที่ Layout ไม่มีการเปลี่ยนแปลง

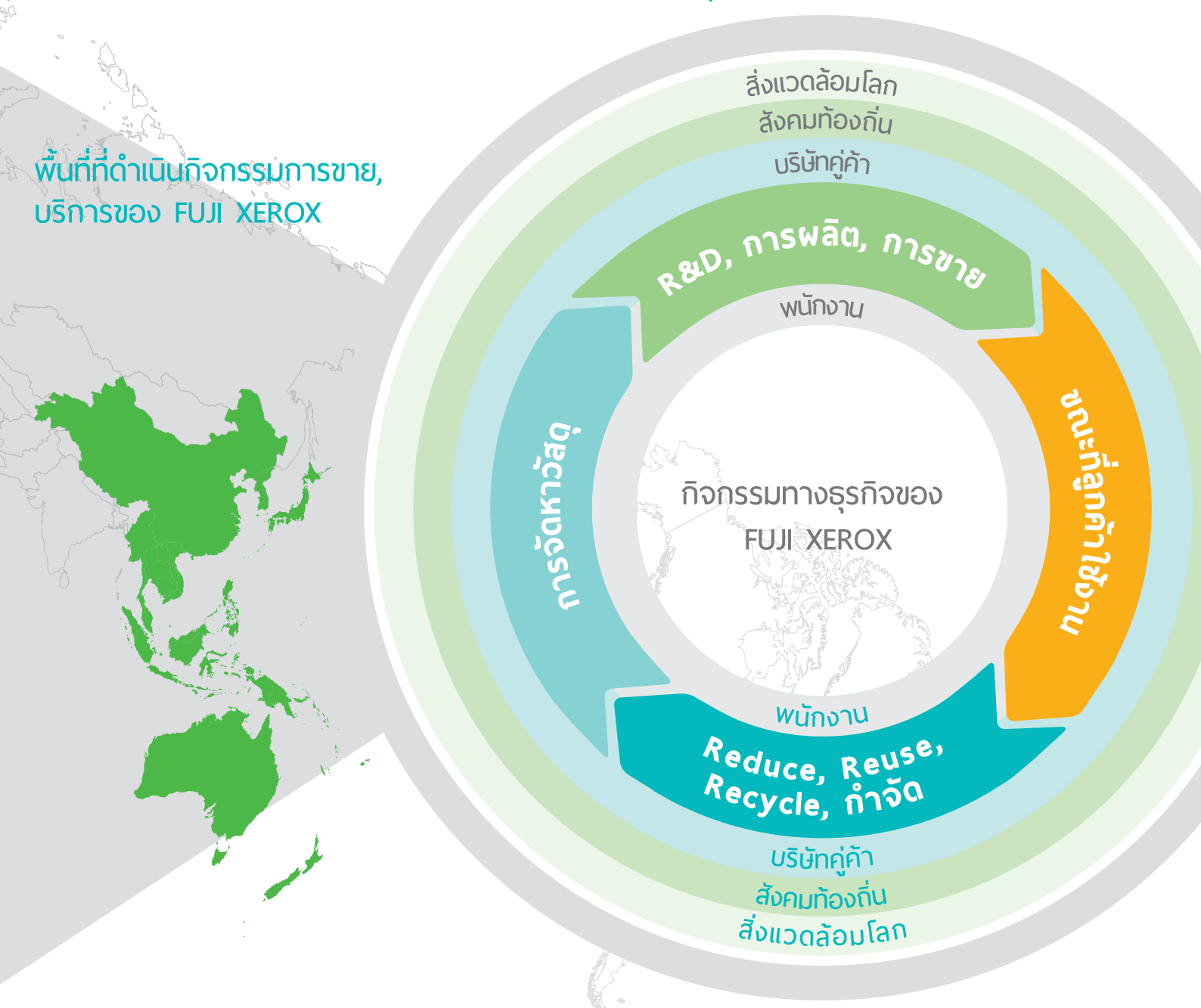
## กระบวนการทางธุรกิจอันแข็งแกร่งที่สนับสนุนการเติบโตทางธุรกิจ

### นำเสนอคุณค่าให้แก่สังคมผ่านห่วงโซ่แห่งคุณค่าโดยรวมในทุกพื้นที่ของพื้นที่ธุรกิจ

FUJI XEROX มีแนวคิดว่าการบูรณาการทั้งหมดของกิจกรรมทางธุรกิจ ตั้งแต่การจัดหาวัสดุไปจนถึง 3R (Reduce, Reuse, Recycle) และการกำจัด (ห่วงโซ่แห่งคุณค่า) อยู่ภายในขอบเขตการรับผิดชอบของบริษัท และบริษัทมีหน้าที่สร้างคุณค่าร่วมกับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียผ่านกิจกรรมทั้งหมดตลอดห่วงโซ่แห่งคุณค่าโดยรวมในทุกพื้นที่ของพื้นที่ที่ดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ

นอกจากนี้ บริษัทยังมุ่งนำเสนอคุณค่าดังกล่าวให้แก่ลูกค้าและสังคมด้วยการดำเนินการตามแนวคิดของการทำอย่างยั่งยืนด้วย

### ห่วงโซ่แห่งคุณค่าของ FUJI XEROX



## นำเสนอสินค้า, บริการที่โดดเด่นเหนือใคร

### ลูกค้า

ระดับความพึงพอใจของลูกค้าสำรวจโดย J.D. Power

ในปี 2014 บริษัทได้รับการประเมินให้อยู่ในระดับสูงจากผลการสำรวจระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่จัดโดยหน่วยงานภายนอก เช่น J.D. Power Asia Pacific เป็นต้น



J.D. Power  
**IT Solution Provider**  
ระดับพึงพอใจของลูกค้าอันดับ 1

สามปีซ้อน  
**No.1**

J.D. Power  
**เครื่องถ่ายเอกสารสี**  
ระดับพึงพอใจของลูกค้าอันดับ 1

ห้าปีซ้อน  
**No.1**

J.D. Power  
**เครื่องพิมพ์สี**  
ระดับพึงพอใจของลูกค้าอันดับ 1

ห้าปีซ้อน  
**No.1**

ระดับความพึงพอใจ  
**No.1**

ปริมาณก๊าซ CO<sub>2</sub>  
ที่ลดลงขณะที่ลูกค้าใช้งาน

**3,206** kt-CO<sub>2</sub>

สำหรับเป้าหมายการลดก๊าซเรือนกระจกในปี 2020 บริษัทได้ตั้งเป้าลดปริมาณการปล่อยก๊าซ CO<sub>2</sub> ระหว่างการใช้งานของลูกค้าลงให้ได้ 7 ล้านตันต่อปีในปี 2020 และผลักดันให้มีการนำเสนอบริการสินค้า, บริการประหยัดพลังงานและประสิทธิภาพการนำเสนอโซลูชันที่เชื่อมโยงไปสู่การประหยัดพื้นที่ประหยัดเวลา และลดการขบถย้าย

การถ่ายทอดที่พูดไว้

เสริมสร้างความแข็งแกร่งของ  
กระบวนการจัดหาตามแนวคิด CSR

### บริษัทคู่ค้า

บริษัทได้แบ่งปันแนวคิดด้าน CSR ของบริษัทเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบอยู่ร่วมกันและก้าวหน้าไปด้วยกันกับบริษัทคู่ค้า จัดให้มีการประเมิน CSR ผ่านการดำเนินการ Self Check โดยบริษัทคู่ค้า และส่งเสริมกิจกรรมการจัดหาตามแนวคิด CSR ไปยังทั่วโลก

สัดส่วนการเป็นไปตามข้อกำหนด Self Check ของกระบวนการจัดหาตามแนวคิด CSR (สัดส่วนของจำนวนบริษัทที่เข้าร่วมตั้งแต่ 90% ขึ้นไป)  
**82.7%**  
วัสดุการผลิต / หัวข้อที่สำคัญที่สุด

เสริมสร้างความแข็งแกร่งของ  
การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม

### สิ่งแวดล้อมโลก

สำหรับเป้าหมายการลดก๊าซเรือนกระจกในปี 2020 บริษัทได้ตั้งเป้าที่จะลดปริมาณการปล่อยก๊าซ CO<sub>2</sub> ตลอดวงจรชีวิตของสินค้าของสินค้าลง 30% เมื่อเทียบกับปี 2005 ให้อัตราในปี 2020 และส่งเสริมการดำเนินการลดการปล่อยสิ่งแวดล้อมในรูปแบบต่างๆ บนแนวคิดที่ว่าห่วงโซ่มูลค่าโดยรวมคืออยู่ภายใต้ขอบเขตความรับผิดชอบของบริษัทด้วย

ลดการปล่อยก๊าซ CO<sub>2</sub>  
ตลอดวงจรชีวิตของสินค้า  
**1,423** kt-CO<sub>2</sub>

พัฒนาบุคลากรอันหลากหลาย  
ที่สามารถคิดและดำเนินการได้เอง

### พนักงาน

บริษัทได้ส่งเสริมให้มีปรับปรุงมาตรการต่างๆ ที่นำไปสู่การเสริมสร้างความแข็งแกร่งระดับรากฐานของขีดความสามารถในเชิงแข่งขันของบริษัท เช่น การพัฒนาบุคลากร การส่งเสริมความหลากหลายในหมู่พนักงาน ฯลฯ ด้วยการขับเคลื่อนวงจร PDCA ผ่านการสำรวจระดับความพึงพอใจของพนักงานภายใต้แนวคิดที่ว่าพนักงานก็เป็นผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญ

ES Survey  
ดัชนี Core Morale\*  
**3.35/5.00**  
(คะแนนเต็ม 5.00)

มีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมอย่าง  
เปิดเผยและตรงไปตรงมา

### สังคมท้องถิ่น

บริษัทเพิ่มการมีส่วนร่วมในการพัฒนาของสังคมทั้งภายในและต่างประเทศด้วยการนำขีดความสามารถในเชิงแข่งขันของตนมาใช้ในการเป็นบริษัทซึ่งมีธุรกิจหลักด้านการสื่อสาร

งบช่วยเหลือสังคม  
**550** ล้านบาท

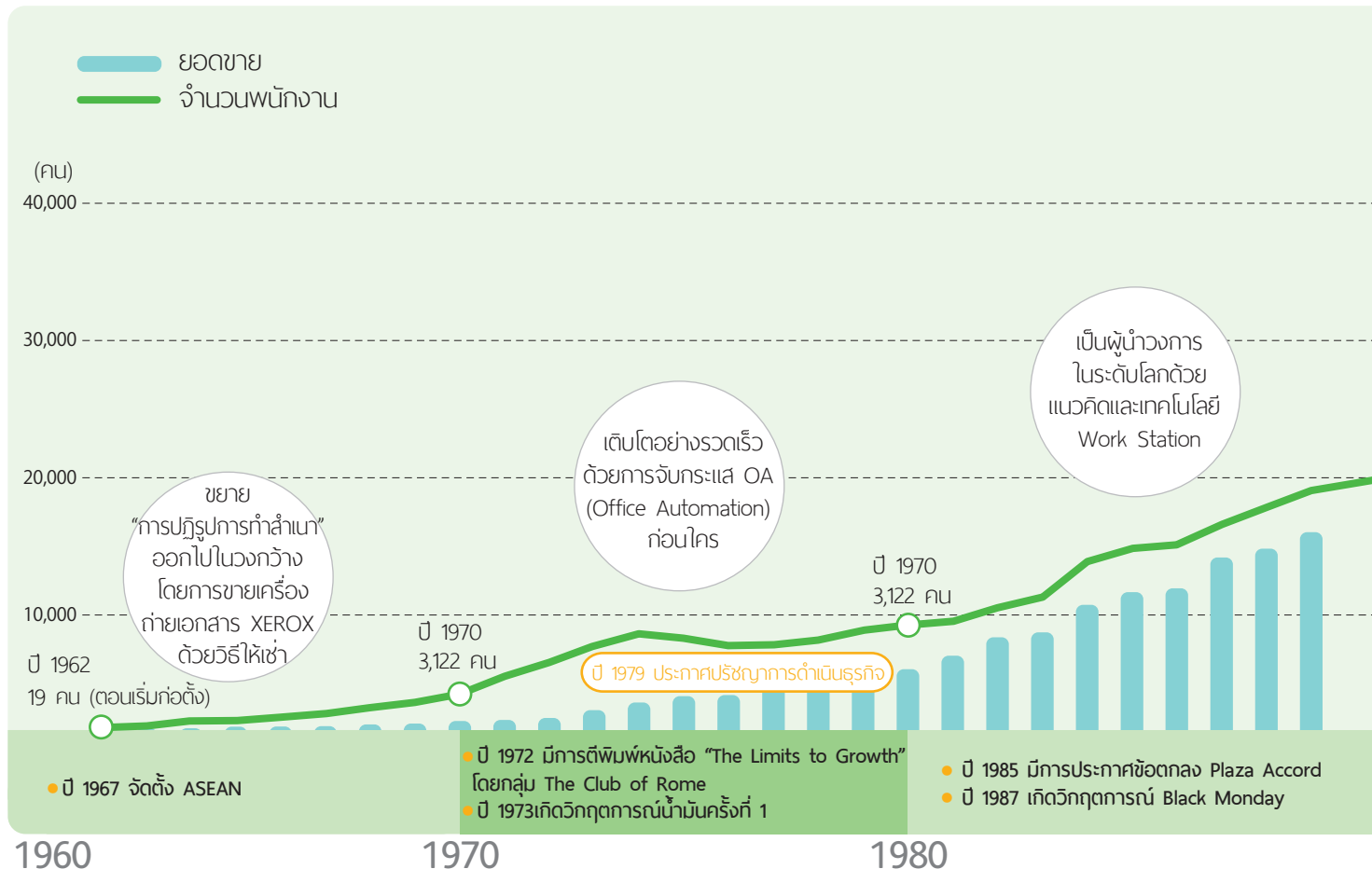
\* Core Morale: "ความรู้สึกคุณค่าที่ทำงาน" "ความรู้สึกคุณค่าที่ทำงานในสถานที่ทำงาน"  
"ระดับความไว้วางใจจากพนักงานที่มีต่อผู้บริหาร" "ระดับความพึงพอใจต่อการบริการลูกค้า"  
"ระดับความพึงพอใจต่อการบริการจัดการองค์กร"



# การเปลี่ยนแปลงรูปแบบในการสร้างสรรค์คุณค่า

## จับกระแสการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัยก่อนใคร และนำเสนอมาตรฐานทางคุณค่าแบบใหม่

ที่ผ่านมา FUJI XEROX จับกระแสการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัยก่อนใครอยู่เสมอ และด้วยการนำเสนอมาตรฐานทางคุณค่าแบบใหม่ ทำให้สามารถสร้างสรรค์คุณค่าใหม่ๆ ต่อสังคมได้หลากหลาย นำไปสู่การเติบโตทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง



## “มาตรฐานทางคุณค่า” ที่นำเสนอต่อสังคมที่ผ่านมา

1962

จาก “การซื้อสินค้า” ไปสู่ “การซื้อประสิทธิภาพ”

FUJI XEROX ซึ่งก่อตั้งขึ้นในปี 1962 ประสบความสำเร็จในการทำเครื่องถ่ายเอกสารกระดาษธรรมดาแพร่หลายไปทั่วสังคม ภายใต้แนวคิดของการขายบริการแทนที่จะเป็นการขายตัวเครื่อง และได้นำมาซึ่งการปฏิรูปการใช้ประโยชน์จากข้อมูลสารสนเทศและการปฏิรูปการสื่อสารในกิจกรรมทางธุรกิจ และการใช้ชีวิตประจำวันของผู้คนในสังคม



1970

จาก “ความกดดัน” ไปสู่ “ความสวยงาม”

ขณะที่ขึ้นไปถึงจุดสูงสุดของการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว ได้มีการตั้งคำถามว่า “การที่คนเรามีชีวิตมีคุณค่าและสวยงามนั้นเป็นอย่างไร” และเกิดปัญหาการเรียกร้องให้ฟื้นฟูความเป็นคนซึ่งขัดแย้งกับความเชื่อของการทุ่มเทชีวิตเพื่อการทำงานอย่างบ้าคลั่ง จนทำให้เกิดปฏิวัติอย่างรุนแรงในสังคม



จาก “ความกดดัน” ไปสู่ “ความสวยงาม”



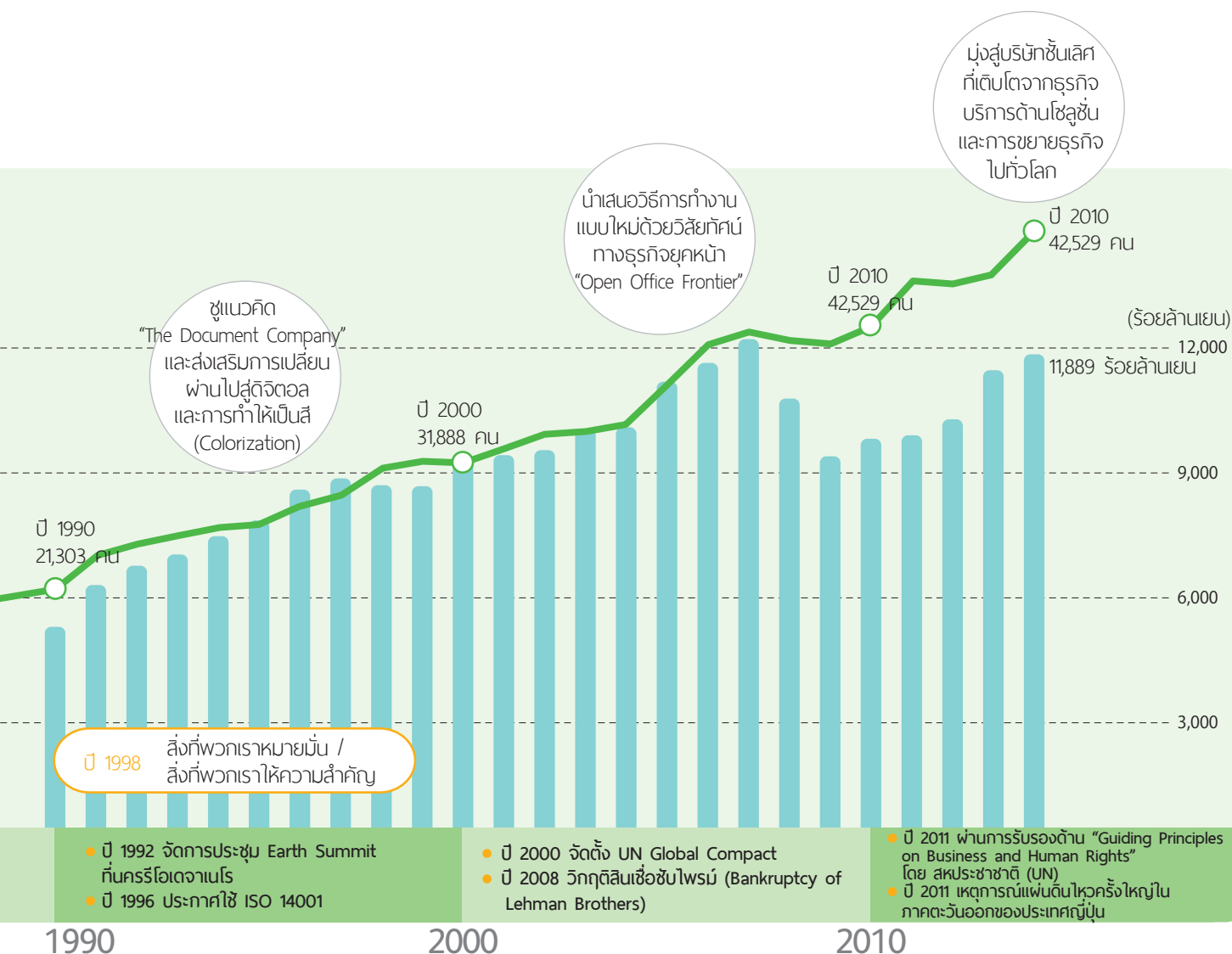
1980

การกำหนด “คุณภาพขององค์กรธุรกิจ” กับการรับรางวัล Deming Prize

มีการกำหนดเป้าหมายด้าน “คุณภาพ” ที่ FUJI XEROX นำเสนอให้แกสังคมและลูกค้าในฐานะที่เป็น “คุณภาพขององค์กรธุรกิจ” ผลของการบริหารคุณภาพดังกล่าวทำให้สามารถประสบความสำเร็จได้รับรางวัล Deming Prize ในปี 1980



เหรียญรางวัล Deming Prize



## 1988

นำเสนอและประกาศใช้  
New Work Way

นำ "New Work Way" ซึ่งเป็นวิธีทำงานแบบใหม่ที่มุ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับองค์กรในยุคใหม่ซึ่งให้ความสำคัญต่อ "ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล" โดยไม่ทำให้บุคคลต้องมอมจมกับกับดักภายในองค์กรแต่สามารถท้าทายต่อสิ่งใหม่ๆ ได้อย่างกระตือรือร้น



## โลกของ New Work Way

## 1995

## สร้างระบบหมุนเวียนทรัพยากร ทั่วโลก

มุ่งสู่ “การส่งเสริมการนำทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการลดของเสีย (Waste) ให้เป็นศูนย์เท่าที่จะทำได้” รวมทั้งผลักดันการสร้างระบบหมุนเวียนทรัพยากรก่อนบริษัทอื่น จนสามารถบรรลุเป้าหมายของการทำของเสียให้เป็นศูนย์ได้ภายในประเทศไทยปี 2000 นอกจากนั้น ตั้งแต่ปี 2004 เป็นต้นมา ฐานการผลิตในประเทศก็มีการลดการใช้น้ำดำเนินการลักษณะเดียวกัน รวมทั้งมีการผลักดันการนำขยะระบบหมุนเวียนทรัพยากรไปยังกลุ่มบริษัทในประเทศต่างๆ ทั่วโลก



Eco Manufacturing  
הפז FUJI XEROX

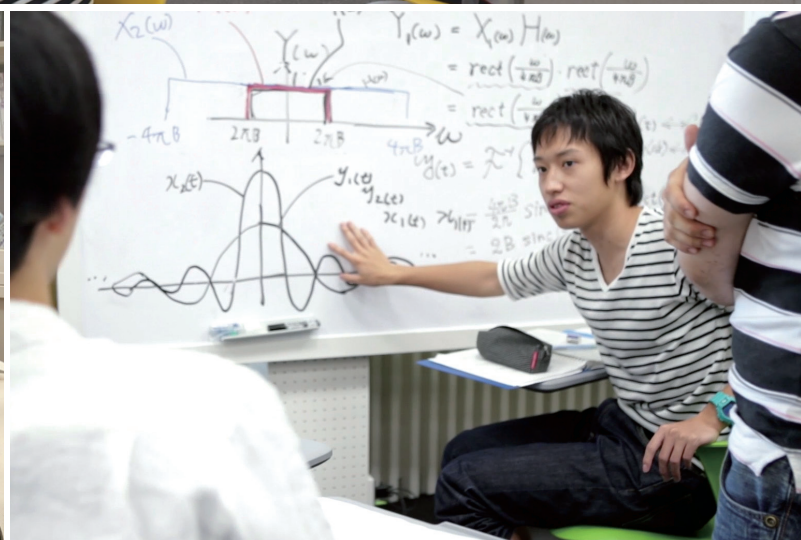
## 2007

การจัดหา (Procurement)  
ตามแนวคิด CSR

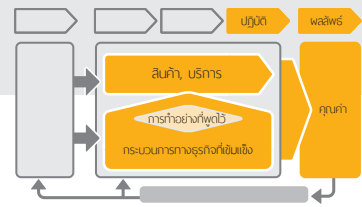
รองรับแนวโน้มของสังคมที่ต้องการให้นำห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) โดยรวมมาผนวกเข้าด้วยกัน ภายใต้ความรับผิดชอบขององค์กรธุรกิจ และส่งเสริมการดำเนินงานการจัดการด้านแนวคิด CSR ที่มุ่งสู่ “การเจริญเติบโตพร้อมๆ กัน แข็งแรงต่อไปพร้อมๆ กัน” ร่วมกับบริษัทค้า ไปยังประเทศต่างๆ ทั่วโลก











## Highlight • 1

### มุ่งสู่การยกระดับ “คุณภาพ” ของการศึกษา



#### - แสวงหารูปแบบใหม่ของการเรียน -

ในการพัฒนาบุคลากรที่มีความสามารถในเชิงแข่งขันระดับโลกที่สามารถมองเห็นปัญหาด้วยตนเองและสามารถแก้ปัญหาได้ร่วมมือกับผู้อื่นได้ ท่ามกลางสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรุนแรง มหาวิทยาลัยจำเป็นต้องยกระดับ “คุณภาพ” ของการศึกษาด้วยการทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด และเพิ่มประสิทธิภาพของการดำเนินการดังกล่าวให้สูงขึ้น แต่การที่จะก้าวไปสู่เป้าหมายนั้นได้ จะต้องทำอย่างไร FUJI XEROX ซึ่งได้มีการพิจารณาโดยตรงในเรื่องของการทำหน้าที่เป็น “ตัวช่วย” ให้แก่มหาวิทยาลัยอย่างทั่วถึง บริษัท จึงได้จัดตั้งโครงการที่สร้างสรรค์สิ่งต่างๆ ขึ้น ลองพิชิตลองดูร่วมกับมหาวิทยาลัย เพื่อมุ่งไปสู่การนำเสนอคุณค่าใหม่ๆ ในที่นี้ จะแนะนำตัวอย่างการท้าทายของ FUJI XEROX เพื่อมีส่วนร่วมในการยกระดับ “คุณภาพ” ของการศึกษาอย่างแท้จริง โดยไม่ได้จำกัดอยู่แค่ภายในขอบเขตของการสนับสนุนการปรับปรุงกระบวนการทำงานเท่านั้น

- สัดส่วนของมหาวิทยาลัยของญี่ปุ่นที่อยู่ใน 100 อันดับแรกของการจัดอันดับมหาวิทยาลัยโลก..... **2%**  
(ที่มา) จำนวนจากผลการจัดอันดับ World University Ranking 2014-15

- สัดส่วนของเวลาดำเนินกิจกรรมด้านการศึกษาคือเวลาดำเนินการกิจกรรมการทำงานทั้งหมดของอาจารย์ผู้สอนในสถาบันการศึกษา เช่น มหาวิทยาลัย..... **28.4%**  
(ที่มา) การเปลี่ยนแปลงกิจกรรมการทำงานของอาจารย์ผู้สอนในสถาบันการศึกษา เช่น มหาวิทยาลัย เผยแพร่โดย National Institute of Science and Technology Policy (NISTEP)

- สัดส่วนของมหาวิทยาลัยที่กำลังพิจารณานำระบบ Active Learning มารวมในหลักสูตรการเรียนการสอน..... **54.8%**  
(ที่มา) สถานการณ์การปฏิรูปการศึกษาในมหาวิทยาลัย (ปี 2012) กระทรวงศึกษาและวิทยาศาสตร์

### มหาวิทยาลัยของญี่ปุ่นที่มาถึงจุดเปลี่ยนแปลง

ภายใต้การแข่งขันระดับโลกที่รุนแรงขึ้นเรื่อยๆ จากกระแสโลกาภิวัตน์ของโลก ในช่วงหลายปีมานี้ มีมหาวิทยาลัยคาดหวังอย่างมากให้มีการผลิตบุคลากรที่สามารถค้นหาปัญหาของสังคมและคิดหามาตรการแก้ไขเองได้ บุคลากรที่สามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ ให้แก่สังคม สำหรับบริษัทญี่ปุ่นที่จำเป็นต้องรับมือกับการปฏิวัติเทคโนโลยีที่นับวันจะรวดเร็วยิ่งขึ้นด้วยสเกลระดับโลก รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของอุตสาหกรรม วงจรชีวิตธุรกิจ (Business Cycle) การได้มาซึ่งบุคลากรดังกล่าวจึงถือเป็นเรื่องเร่งด่วนที่ต้องให้ความสำคัญอย่างจริงจัง FUJI XEROX ก็ไม่ถือเป็นข้อยกเว้น บริษัทมีความต้องการบุคลากรที่สามารถรับมือกับการเติบโตทางธุรกิจและการเปลี่ยนแปลง ด้วยการ “คิดเอง ดำเนินการเอง” ได้อยู่เสมอเช่นกัน

อย่างไรก็ตาม ภายใต้การแข่งขันด้านการวิจัยและพัฒนาในระดับโลกที่รุนแรงขึ้น การจะสรุปว่าอาจารย์ผู้สอนของมหาวิทยาลัยซึ่งจำเป็นต้องทุ่มเทกับงานวิจัยของตนเองด้วยนั้น มีเวลาและกำลัง

เหลือพอที่จะมาลองพิชิตลองดูเพื่อพัฒนาบุคลากรที่มีคุณสมบัติดังกล่าวคงทำได้ยาก กล่าวคือ มหาวิทยาลัยต้องตกอยู่ในสถานการณ์ที่จำเป็นต้องยกระดับ “คุณภาพ” ของการศึกษาที่ให้แก่นักศึกษาในวันนี้ และเพิ่มประสิทธิภาพของการดำเนินการดังกล่าวอย่างเร่งด่วน

### สิ่งที่ต้องการคือ “ความกระตือรือร้น” และ “ความรวดเร็ว”

การสนับสนุนการปฏิรูปการศึกษาของมหาวิทยาลัยโดย FUJI XEROX นั้น เริ่มต้นจากการพัฒนา Classwork Assist Box ให้แก่มหาวิทยาลัย Hosei ที่มหาวิทยาลัย Hosei ได้มีการนำระบบสนับสนุนการสอน (LMS: Learning Management System) เข้ามาใช้ทั่วทั้งมหาวิทยาลัยในปี 2007 การที่สามารถควบคุมข้อมูลที่เป็นในการเรียนของนักศึกษาไว้ที่จุดเดียว ช่วยลดภาระการสอนของอาจารย์ผู้สอนได้เป็นอย่างมาก แต่ทว่าศาสตราจารย์ Yuji Tokiwa จากมหาวิทยาลัยเดียวกันซึ่งเป็นผู้ผลักดันในการนำเอา ICT มาใช้ในการเรียนการสอน กลับมองเห็นปัญหาที่จะเกิดขึ้นอย่างชัดเจน



ศาสตราจารย์ Yuji Tokiwa  
Research Center for Computing  
and Multimedia Studies,  
Hosei University

“เราใช้การทดสอบออนไลน์ (Online Test) หลังชั่วโมงเรียนอยู่ แต่การทดสอบออนไลน์นั้นเป็นรูปแบบปรนัย ปัญหาของข้อสอบแบบปรนัยเมื่อเปรียบเทียบกับแบบอัตนัย คือ ข้อสอบแบบปรนัยไม่ทำให้นักเรียนได้ฝึกทักษะความคิด การลดภาระของอาจารย์ผู้สอนถือเป็นสิ่งที่ดีก็จริง แต่การไปลดโอกาสที่นักเรียนจะสามารถฝึกทักษะการคิดด้วยตนเองไม่น่าจะตรงกับเจตนาที่แท้จริงของการลดภาระดังกล่าว สุดท้าย ก็ต้องมีการสอบแบบอัตนัย จนทำให้เกิดความคิดที่ว่า

หากเราสามารถเก็บสะสมคำตอบที่เป็นลายมือเขียนในรูปแบบของข้อมูล (Data) ได้ ทุกอย่างก็จะลงตัวได้ด้วยดีมิใช่หรือ”

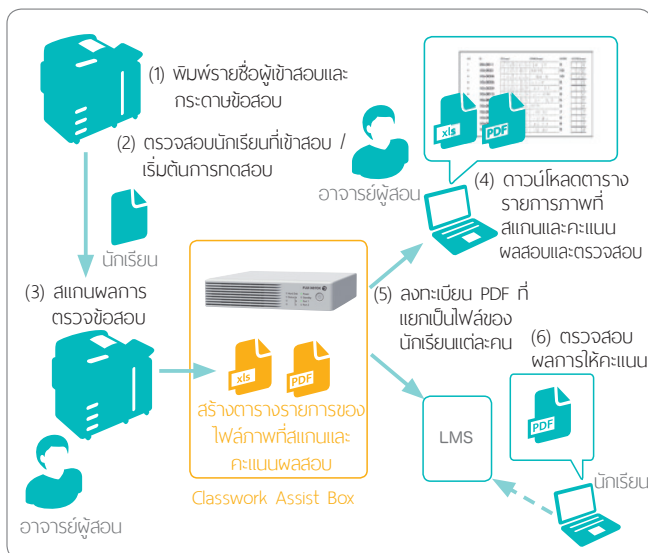
และผู้ที่ติดต่อไปยังศาสตราจารย์ Tokiwa ผู้ซึ่งกำลังค้นหาวิธีการเรียนการสอนแบบใหม่ก็คือ FUJI XEROX นั่นเอง ในปี 2012 ขณะที่ประชุมร่วมกันที่ศูนย์วิจัย “FUJI XEROX R&D Square” ในเมืองโยโกฮาม่า ศาสตราจารย์ Tokiwa ต้องแปลกใจอย่างมาก ปกติแล้ว การทำโครงการของบริษัทมักจะใช้ผู้รับผิดชอบจำนวนไม่กี่คน แต่ปรากฏว่าในการประชุมดังกล่าว มีนักวิจัย ผู้เชี่ยวชาญทางเทคนิคของ FUJI XEROX ในสาขาต่างๆ เข้าร่วมประชุมเป็นจำนวนมาก ศาสตราจารย์ Tokiwa จึงกล่าวไว้ว่า

“ผมคิดว่าการที่ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่ลงลึกและเข้มข้นกับผู้เชี่ยวชาญทางเทคนิคที่ทำงานหลายท่านซึ่งมีความรู้อย่างลึกซึ้งเป็นเรื่องที่มีประโยชน์อย่างมาก รู้สึกได้เลยถึงความกระตือรือร้น และหลังจากนั้นก็ยิ่งตกใจกับความรวดเร็วในความคืบหน้าของโครงการโครงการซึ่งเริ่มต้นในปี 2012 สามารถพัฒนามาเป็นสินค้าได้ในปี 2013 ส่วนตัวแล้ว ผมเองไม่เคยเห็นอะไรที่รวดเร็วแบบนี้มาก่อน”

เนื่องจาก “Classwork Assist Box” ที่พัฒนาร่วมกับมหาวิทยาลัย Hosei นั้นสามารถทำงานร่วมกับระบบ LMS ได้ จึงมีจุดเด่นที่ความง่ายของการจัดการเอกสารและการสร้างฐานข้อมูล อย่างไรก็ตามได้เกิดผลลัพธ์ประการหนึ่งที่คาดไม่ถึง มีเสียงสะท้อนจากนักศึกษากลับมาว่า “อาจารย์ตรวจรายงานให้ทุกฉบับ เขียนความเห็นและให้คะแนนอย่างละเอียด ทำให้ความรู้สึกรักเรียนเพิ่มมากขึ้น” การเพิ่มหรือลดคะแนนในข้อสอบ ทำให้การสื่อสารระหว่างอาจารย์ผู้สอนกับนักศึกษาเป็นไปอย่างมีชีวิตชีวาขึ้น จนคาดหวังได้ว่าระบบนี้น่าจะมีผลช่วยกระตุ้นความอยากเรียนรู้และความกระตือรือร้นของฝั่งนักศึกษาที่เข้าเรียนให้เพิ่มขึ้นได้เป็นอย่างดี

ในการยกระดับ “คุณภาพ” ของการศึกษา สิ่งที่จะเป็นไปไม่ได้นั้นคือการเรียนที่อัดแน่นด้วยเนื้อหาแบบเดิม การเรียนที่อัดแน่นด้วยเนื้อหาอาจจะได้ผลใน

#### สรุปการทำงานของ Classwork Assist Box โดยย่อ



แง่ของการเพิ่มความรู้ แต่ยากที่จะรักษาระดับความอยากเรียนรู้ของนักเรียนได้ตลอดไป หลายฝ่ายวิตกกังวลว่าอาจจะเป็นการเพิ่มความรู้เพียงชั่วคราวชั่วคราวด้วยซ้ำ ในสังคมที่กำลังเปลี่ยนแปลงและซับซ้อนขึ้นเรื่อยๆ ทราบว่านักเรียนยังไม่สามารถกำหนดภาพลักษณ์และเป้าหมายที่ควรจะเป็นได้ด้วยตนเอง ยังไม่สามารถคิดที่จะแก้ปัญหาได้อย่างแข็งขันอยู่เสมอ ก็คงไม่สามารถพัฒนาไปสู่การเป็นบุคลากรที่มีความสามารถในเชิงแข่งขันที่แท้จริงได้

## สิ่งที่มาจากการคิดด้วยกัน ตกเถียงกัน สร้างขึ้นมาด้วยกัน

ศาสตราจารย์ Masanori Hanawa จากมหาวิทยาลัย Yamanashi รู้สึกกังวลต่อภาวะวิกฤตของสถานการณ์การศึกษาของมหาวิทยาลัยในช่วงที่ผ่านมา

“รู้สึกว่าการกระตือรือร้นในการเรียนของนักศึกษาไม่เพียงพอ รู้สึกไม่ได้ว่าการเรียนการสอนแบบที่ความกระตือรือร้นของฝั่งผู้สอนถูกถ่ายทอดไปยังผู้เรียน และทำให้ผู้เรียนตอบแทนด้วยความกระตือรือร้นที่จะเรียนรู้มากยิ่งขึ้นค่อยๆ จางหายไป ตัวผมเองคิดเสมอว่าอยากจะทำให้เกิดการเรียนการสอนที่อาจารย์ผู้สอนไม่เพียงแต่ถ่ายทอดข้อมูล



ศาสตราจารย์ Masanori Hanawa  
Faculty of Engineering, Yamanashi  
University

ให้แก่ผู้เรียนเท่านั้น แต่ผู้เรียนต้องวาดภาพในอนาคตของตน และเรียนรู้วิชาการและทักษะต่างๆ เพื่อมุ่งไปสู่เป้าหมายที่ตนเองตั้งไว้” สิ่งที่อาจารย์รู้สึกได้เข้ามาบรรจบกับ FUJI XEROX อย่างพอดีพอดี

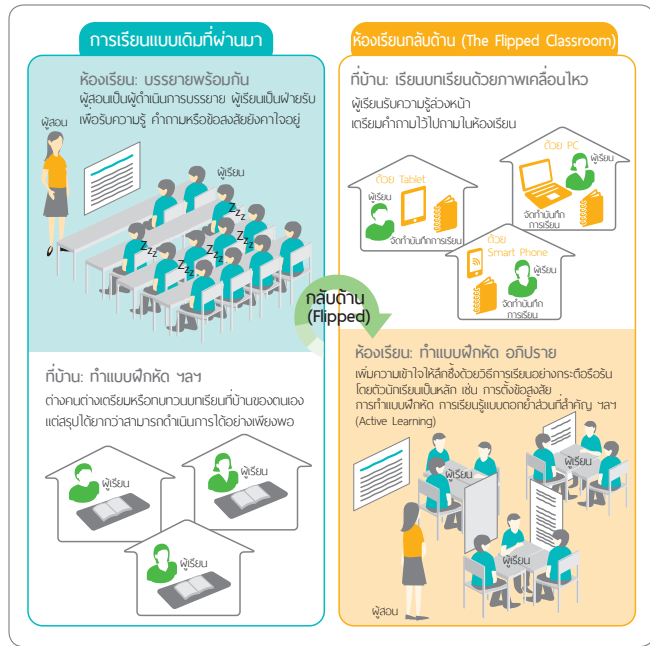
สิ่งที่ปรากฏขึ้น คือ ระบบ Active Learning หรือห้องเรียนกลับด้าน (The Flipped Classroom) กล่าวคือ ผู้เรียนต้องเรียนรู้เนื้อหาหลักล่วงหน้า และมาทำแบบฝึกหัด ฯลฯ ในห้องเรียน หากเปรียบเทียบกับเรียนที่มีการบรรยายในห้องเรียนและกลับไปทำแบบฝึกหัด

เป็นการบ้านที่ผ่านมา จะเห็นได้ว่าการบรรยายกับการทำแบบฝึกหัดจะ “กลับด้าน ( Flipped)” กัน ในตอนนั้น ศาสตราจารย์ Hanawa เองก็ไม่ค่อยคุ้นกับคำว่าระบบ Active Learning หรือห้องเรียนกลับด้าน (The Flipped Classroom) เท่าไรนัก แต่นั่งเฝ้ารู้อยู่แบบการเรียนรู้ที่ตนเองวาดภาพไว้ตรงกับวิธีการเรียนเหล่านี้พอดี จนตัวอาจารย์เองก็อดยิ้มออกมาไม่ได้

“ตอนที่ได้รับเชิญให้ไปเยี่ยม FUJI XEROX R&D Square ในปี 2012 ได้รู้จักกับแนวคิดของบริษัทที่ว่า “คิดด้วยกัน ตกเถียงกัน สร้างขึ้นมาด้วยกัน” มหาวิทยาลัยเองก็เป็นสถานที่สร้างสรรค์และส่งเสริมความรู้ โดยพื้นฐานแล้วก็มีแนวคิดที่คล้ายคลึงกัน พวกเราได้พูดคุยหารือกับผู้เชี่ยวชาญที่ทำงานของ FUJI XEROX หลายท่านเป็นเวลาหลายต่อหลายครั้งในการประชุมที่จัดขึ้นอย่างน้อยเดือนละครั้ง มีการตกเถียงด้วยการแสดงความคิดเห็นหลายต่อหลายอย่างต่อกัน สองปีต่อสองปีถูกหลายต่อหลายครั้ง สำหรับ FUJI XEROX เอง เรื่องนี้ถือเป็นเรื่องทางธุรกิจ ย่อมต้องปรับให้อยู่ภายใต้ข้อกำหนดด้านงบประมาณหรือจำนวนชั่วโมงทำงานอยู่บ้างก็จริง แต่การจะทำให้การเรียนในรูปแบบที่ “ผู้เรียนใช้สื่อการเรียนรู้อิเล็กทรอนิกส์เพื่อเรียนรู้ด้วยตนเองล่วงหน้า และตัวผู้เรียนมาแสดงความคิดเห็นหรือข้อสงสัยร่วมกันในห้องเรียน ส่วนอาจารย์ผู้สอนคอยสนับสนุนให้ความรู้เพิ่มเติม” เกิดขึ้นได้จริง จะยอมให้กับการประนีประนอมไม่ได้อย่างเด็ดขาด ตรงนี้ ผมถือว่าสมาชิกจากฝั่ง FUJI XEROX ตอบสนองความต้องการของเราได้เป็นอย่างดีจริงๆ”

นอกจากความล้มเหลวหลายต่อหลายครั้งนำมาสู่การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการส่งสัญญาณภาพเคลื่อนไหวในห้องเรียนผ่านอินเทอร์เน็ตด้วยระบบ Speech-Synchronized Screen-Capture ที่ FUJI XEROX ใช้งานอยู่ภายในบริษัท เทคโนโลยีที่ FUJI XEROX มีอยู่เป็นการรวมภาพหนึ่งกับเสียงเข้าด้วยกันในลักษณะเดียวกับละครภาพ จึงมีข้อดีที่ไม่จำเป็นต้องใช้เครื่องขนาดใหญ่หรือมีความจุของข้อมูลสูงนัก เหมาะกับการส่งสัญญาณผ่านอินเทอร์เน็ตได้เป็นอย่างดี อาจารย์ผู้สอนก็เพียงออก

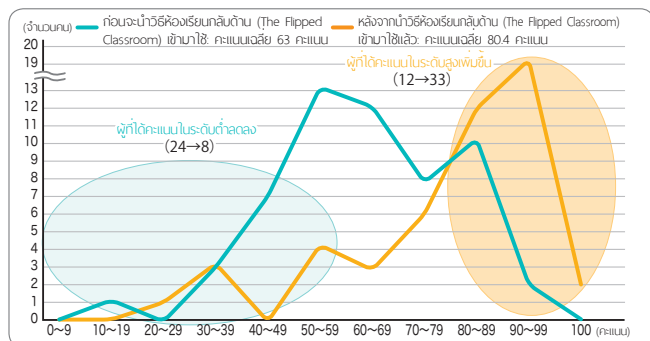
### ภาพแสดงแนวคิดของห้องเรียนกลับด้าน (The Flipped Classroom)



เสียงให้ตรงตามสไลด์เท่านั้น ตอนเริ่มแรก ก็มีอาจารย์ผู้สอนไม่ค่อยอยากใช้งานระบบนี้เพราะมีงานที่ต้องทำเพิ่มขึ้น แต่เมื่อได้ลองใช้ระบบซึ่งออกแบบมาให้ใช้งานได้ง่าย ก็เริ่มมองเห็นประโยชน์ของระบบมากขึ้น ส่งผลให้ห้องเรียนกลับด้าน (The Flipped Classroom) ของมหาวิทยาลัย Yamanashi ที่มีมาจากการนี้ ได้ขยายเพิ่มจาก 4 วิชา ในภาคเรียนที่สองของปี 2012 เป็น 8 วิชาในภาคเรียนที่สองของปี 2013 ผลของการเรียนก็เริ่มเห็นได้ชัดขึ้น วิชาบังคับด้านสารสนเทศและการสื่อสารซึ่งมีผู้ลงทะเบียน 50 คนในภาคเรียนที่หนึ่งของปี 2013 หลังจากนำวิธีห้องเรียนกลับด้าน (The Flipped Classroom) เข้ามาใช้ คะแนนเฉลี่ยของการสอบกลางภาคได้เพิ่มขึ้นเป็นอย่างมากจาก 63 คะแนนในปีที่ผ่านมาเป็น 80.4 คะแนนในปีล่าสุด ผู้ที่ได้คะแนนในระดับต่ำที่สุดจาก 24 รายเหลือเพียง 8 ราย ส่วนผู้ที่ได้คะแนนในระดับสูงก็เพิ่มจาก 12 คนเป็น 33 คนตามลำดับ

การเรียนระบบ Active Learning หรือห้องเรียนกลับด้าน (The Flipped Classroom) เริ่มเป็นที่สนใจภายในประเทศในฐานะที่เป็นการเรียนรูปแบบใหม่ และเริ่มขยายวงไปสู่มหาวิทยาลัยอื่นๆ อย่างต่อเนื่อง ความร่วมมือระหว่าง FUJI XEROX กับมหาวิทยาลัย Yamanashi จึงกลายเป็นจุดเริ่ม

### ประสิทธิภาพของการเรียนจากห้องเรียนกลับด้าน (The Flipped Classroom)

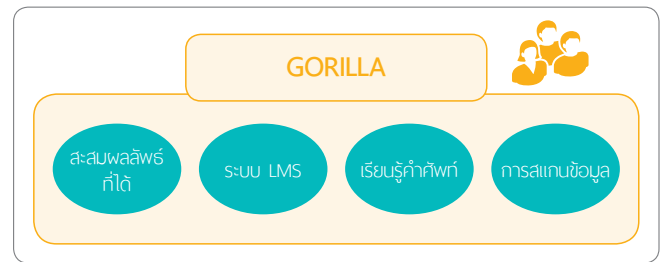


ต้นของการปฏิรูปการศึกษาอย่างก้าวกระโดดไปแล้ว

### มองหารูปแบบที่ควรจะเป็นการศึกษาแบบใหม่

ที่มหาวิทยาลัย Kyoto มีการจัดตั้ง Platform เพื่อสนับสนุนการเรียนภาษาต่างประเทศ (GORILLA) ซึ่งมีประสิทธิภาพในการทำงานสองส่วนหลักคือ e-learning และ e-portfolio โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุน

### ฟังก์ชันการทำงานหลักของ “GORILLA” – Platform การสนับสนุนการเรียนภาษาต่างประเทศ



การเรียนรู้อาษาต่างประเทศซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาบุคลากรให้สามารถสร้างผลงานและมีบทบาทต่างๆ ในระดับนานาชาติ

ด้วยประสิทธิภาพการทำงานของ e-Learning นอกจากจะสามารถบันทึก ดู และฟังการบรรยายวิชาสามัญที่เรียนร่วมกันของทุกคนเป็นภาษาอังกฤษแล้ว นักศึกษาสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเองโดยใช้สื่อการเรียนการสอนที่มาจากเอกสารของการบรรยายดังกล่าว เพียงแค่อาจารย์ผู้สอนทำการอัปโหลดการบรรยายหรือสื่อการเรียนการสอนเข้าไปในระบบอย่างเหมาะสม นักศึกษาไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนก็ยังสามารถเรียนรู้ได้อย่างอิสระในเวลาว่าง

และด้วยประสิทธิภาพการทำงานของ e-Portfolio นอกจากจะสามารถเก็บสะสม ควบคุมรายงาน ผลการสอบของนักเรียนรวมไว้นในที่เดียวกันแล้ว ยังมีจุดเด่นอยู่ที่สามารถช่วยการเรียนรู้คำศัพท์ด้วยการใช้ฟังก์ชันโซเชียลอีกด้วย นอกจากนี้ ยังมีฟังก์ชันการรับฟังความคิดเห็นผ่านสื่อกระดาษ จัดว่าเป็นระบบสนับสนุนที่แข็งแกร่งของการเรียนรู้อาษาต่างประเทศเพื่อพัฒนาบุคลากรระดับนานาชาติได้เป็นอย่างดี

ในการสร้างระบบนี้ FUJI XEROX ได้ตอบสนองความต้องการของมหาวิทยาลัย Kyoto ที่มองว่า “ระบบที่นำความสะดวกสบายของทั้งสื่อกระดาษและอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด” และหมายมั่นที่จะสร้างตัวช่วยที่มีประโยชน์อย่างแท้จริงขึ้นมา อีกทั้ง การผนวกระบบ “Classwork Assist Box” ที่กล่าวมาในข้างต้น ทำให้การสร้างระบบที่ช่วยให้ทั้งอาจารย์ผู้สอนและนักศึกษาสามารถใช้งานได้ง่ายผ่านการผสมผสานระหว่างสื่อกระดาษกับอิเล็กทรอนิกส์มีความคืบหน้าเป็นอย่างมาก

รองศาสตราจารย์ Toshiyuki Kanamaru จากมหาวิทยาลัย Kyoto ซึ่งเกี่ยวข้องกับการสร้างระบบ GORILLA ตั้งแต่ปี 2014 เป็นต้นมา ได้กล่าวถึงความคาดหวังต่อ FUJI XEROX ไว้ดังนี้ “มหาวิทยาลัยทุกแห่งต่างก็มีบุคลิกเฉพาะตัว จึงค่อนข้างคาดหวังกับการเป็นหุ้นส่วนที่ตระหนักถึงความสำคัญของงานและการสองพิດลลองถูกร่วมกันในการสร้างระบบที่เหมาะสมที่สุดเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของมหาวิทยาลัย นอกจากนี้ยังต้องยอมรับข้อเท็จจริงว่ายังคงมีอาจารย์ที่ไม่ค่อยสนับสนุนระบบดังกล่าวอยู่ในมหาวิทยาลัย แต่ถ้าเป็นกระดาษ ไม่ว่า



ใครก็สามารถใช้งานได้ ในการที่จะยกระดับ “คุณภาพ” ของการเรียนอย่างแท้จริง แค่สื่อกระดาษหรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์อย่างเดียวคงไม่สามารถประสบความสำเร็จได้ สื่อกระดาษเองก็จะไม่มีวันหมดไป ดังนั้นแนวคิดจึงไม่ได้อยู่ที่การเลิกใช้ “กระดาษ” แต่เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพของการเรียนการสอนด้วยการผสมผสานสื่อทั้งสองเข้าไว้ด้วยกัน ผมคาดหวังข้อเสนอจากมุมมองของความเป็น FUJI XEROX อย่างเต็มที่”

ในการนำเสนอคุณค่าใหม่ๆ โดยให้ความสำคัญต่อการสื่อสารกับลูกค้าไปพร้อมๆ กัน มีการคาดหวังว่า FUJI XEROX จะไม่หยุดแค่การเป็นตัวช่วยผ่านเครื่องถ่ายเอกสาร ฯลฯ แบบเดิมเท่านั้น แต่ต้องเข้าไปอยู่เคียงข้างลูกค้าเพื่อค้นหาประเด็นปัญหาของลูกค้าและดำเนินการมาตรการแก้ไขอยู่เสมอ ไม่เพียงแต่มหาวิทยาลัยเท่านั้น จากนั้นไป การดำเนินการของ FUJI XEROX เพื่อยกระดับคุณภาพของการเรียนให้แก่วงการการศึกษาโดยรวมจะยังคงเดินหน้าต่อไปอย่างไม่หยุดยั้ง







## Highlight • 2

### สร้างอนาคตของท้องถิ่น



การทำงาน



การเรียนรู้



การใช้ชีวิต

### - เวทีสำหรับ “การเรียนรู้เพื่อถักทอสายใยสัมพันธ์” -

ภายใต้สถานการณ์ที่ปัญหาการมีบุตรน้อยกับจำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และการไหลออกของประชากรของสังคมท้องถิ่น ทวีความรุนแรงมากขึ้นเรื่อยๆ การกอบกู้ท้องถิ่นอย่างแท้จริงที่ทำให้เกิดชีวิตชีวาในระยะยาวและต่อเนื่องเป็นสิ่งที่คาดหวังอย่างมาก “Tono Mirai Zukuri College” ที่อยู่ภายใต้การบริหารร่วมกันระหว่าง FUJI XEROX กับจังหวัด Iwate ได้นำอาคารโรงเรียนระดับมัธยมต้นที่ปิดไปแล้วมาใช้ประโยชน์ และผลักดัน “การประสานงาน” ต่างๆ ระหว่างผู้เกี่ยวข้องทั้งหลายไม่ว่าจะเป็นผู้อยู่อาศัยในพื้นที่องค์กรปกครองท้องถิ่น บริษัท โรงเรียน ฯลฯ โดยก้าวข้ามขอบเขตของพื้นที่ อายุ จุดยืน เพื่อกระตุ้นให้เป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างธุรกิจแบบ Win-Win-Win ระหว่างผู้เกี่ยวข้องทั้งหมด และที่ผ่านมามีได้ประสบผลสำเร็จในการผลักดันให้เป็นเวทีในการสร้างคนรุ่นต่อไปซึ่งจะเข้ามาขับเคลื่อนการพัฒนาท้องถิ่นต่อไป

“เวที” แห่งอนาคตซึ่งมุ่งไปสู่การสร้างท้องถิ่นที่สามารถพึ่งพาและปกครองตนเองได้ ได้รับการชื่นชมอย่างมากจากผู้เชี่ยวชาญ และกำลังทำหน้าที่ชี้แนะภาพลักษณ์ที่ควรจะเป็นของการออกแบบท้องถิ่นรูปแบบใหม่แก่สังคม

• สัดส่วนผู้สูงอายุในเมือง Tono ... (ณ วันที่ 31 สิงหาคม 2014) **35.5%**  
(ที่มา) จำนวนประชากรและครัวเรือนของเมือง Tono

• สัดส่วนผู้สูงอายุทั่วประเทศ ... (ณ วันที่ 1 ตุลาคม 2014) **26.0%**  
(ที่มา) White Paper เรื่องสังคมสูงวัยฉบับพิมพ์ปี 2015 สำนักนายกรัฐมนตรี

• จำนวนผู้เข้าเยี่ยมชม Tono Mirai Zukuri College  
..... (ปี 2014) **3,569** คนต่อปี  
..... (ประมาณการปี 2015) **5,000** คนต่อปี

### แบ่งปันความนึกคิดกับเมือง Tono และก้าวไปข้างหน้าอีกหนึ่งก้าว

การก่อตั้ง Tono Mirai Zukuri College (ต่อไปนี้จะเรียกว่า “College”) เกิดขึ้นในปี 2014 จุดเริ่มต้นของการก่อตั้งเกิดขึ้นเมื่อประมาณ 3 ปีก่อน ในช่วงที่เกิดเหตุการณ์แผ่นดินไหวครั้งใหญ่ในภาคตะวันออกของประเทศญี่ปุ่น ระหว่างที่พนักงานของ FUJI XEROX กำลังเดินทางไปให้ความช่วยเหลือพื้นที่ที่ประสบภัยริมชายฝั่ง เช่น เมือง Kamaishi จังหวัด Iwate ได้มีโอกาสร่วมมือและประสานงานกับเมือง Tono ซึ่งเป็นศูนย์กลางการส่งเสบียงให้แก่พื้นที่ที่ประสบภัย เมือง Tono แม้จะเป็นพื้นที่ที่มีวัฒนธรรม “เรื่องเล่า Tono” เช่น Kappa หรือ Zashikiwarashi ซึ่งเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก ประวัติศาสตร์และธรรมชาติอันงดงามที่สืบทอดต่อกันมา แต่ก็เป็นเมืองที่มีปัญหาสัดส่วนผู้สูงอายุสูงกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศ หรือปัญหาประชากรไหลออก เป็นต้น ทุกครั้งที่พนักงานของบริษัทได้มีโอกาสไปเยี่ยมเมืองนี้ ความรู้สึกที่ว่า “น่าจะสามารถทำอะไรให้เป็นประโยชน์กับท้องถิ่นทั้งดงามเช่นนี้ได้บ้าง” มีแต่จะเพิ่มมากขึ้น

“ความตระหนักถึงวิกฤตว่าหากไม่พัฒนาคนรุ่นใหม่ขึ้นมา ก็คงต้องถดถอยลงไป” ไม่ว่าจะเป็นท้องถิ่นหรือบริษัทก็เช่นเดียวกัน จึงได้แบ่งปัน



พิธีเปิดโรงเรียน Tono Mirai Zukuri College

ความนึกคิดและหันมาให้ความสำคัญต่อ “รุ่นต่อไป” อย่างจริงจัง (คุณ Toshiaki Honda ผู้ว่าเมือง Tono) พัฒนาคนและมีส่วนร่วมกับสังคม ผ่านการสื่อสารที่ดียิ่งขึ้น ค่านิยมที่บนเพาเสื้อมีส่วนมาของ FUJI XEROX ได้กระตุ้นความรู้สึกร่วมของผู้นำ Honda และผู้ที่เกี่ยวข้องในท้องถิ่น จนกลายเป็นโครงการที่ขับเคลื่อนไปแบบวิ่งแข่งสามขาในที่สุด

ฤดูใบไม้ร่วงปี 2012 โครงการ “Mirai Zukuri Camp in Tono” ที่จัดร่วมกับเมือง Tono ได้เริ่มต้นขึ้น มีการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ภายใต้แนวคิด “พูดคุย” “ทำกิจกรรม” “ต่อเนื่อง” เช่น การท่องเที่ยวแบบสัมผัส



Mirai Zukuri Camp

ประสบการณ์จริงให้มาค้นหาและนำเสนอของท้องถิ่นไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ การพัฒนาสินค้าของฝากที่ใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น การฝึกอบรมของบริษัท เป็นต้น ในปี 2013 ได้มีการนำพนักงานเข้าใหม่ของบริษัทจำนวน 260 มาฝึกอบรมที่นั่น จนเกิดไอเดียใหม่ว่า “เวทีสำหรับเรียนรู้เพื่อถักทอสายใยสัมพันธ์”

นอกจากนี้ ยังมีการพูดคุยเรื่องการใช้โรงเรียนมัธยมต้นที่ปิดไปให้เป็นประโยชน์ และหลังจากการพูดคุยกับชาวบ้านในพื้นที่หลายต่อหลายครั้ง ได้ข้อสรุปให้เลือกอาคารเรียนของโรงเรียน Tsuchibushi เมือง Tono เป็นศูนย์กลางการดำเนินกิจกรรมของ College

## เด็กนักเรียนมัธยมปลายในพื้นที่เปล่งประกายสดใสระหว่างงานเชื่อมความสัมพันธ์กับนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงของโลก

“i.school” ที่ดำเนินการให้ความรู้เกี่ยวกับการสร้างนวัตกรรมในมหาวิทยาลัย Tokyo ได้จัดโครงการ “Tokyo Innovation Summer Program (TISP)” ขึ้น ช่วงที่ผู้เข้าร่วมโครงการได้มีโอกาสมาเยี่ยม College ก็คือเดือนสิงหาคมของปี 2014 นอกจากนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยโตเกียวแล้ว ยังมีนักศึกษาต่างชาติจำนวน 60 คนที่สมัครเข้าร่วมโครงการ เช่น นักศึกษาจากมหาวิทยาลัย Harvard มหาวิทยาลัย Oxford เป็นต้น โดยมีโอกาสร่วมการท้าทายในการ “ปฏิรูป” เด็กนักเรียนมัธยมปลายผ่านการใช้ชีวิตร่วมกันเป็นเวลา 3 วันกับนักเรียนโรงเรียนมัธยมปลายของเมือง Tono

เด็กนักเรียนมัธยมปลายที่ยังมีท่าทีลังเลในตอนแรก เปลี่ยนไปแบบหน้ามือเป็นหลังมือหลังจากกิจกรรม Field Work เพื่อรู้จักเสน่ห์ของท้องถิ่น กิจกรรม Workshop การเรียนรู้เกี่ยวกับการสร้างนวัตกรรม ประสบการณ์การพักในบ้านพักของชาวบ้านร่วมกับนักศึกษาต่างชาติในบ้านของผู้อยู่อาศัยในท้องถิ่น เป็นต้น สุดท้าย สามารถนำเสนอไอเดียการสร้างนวัตกรรมของท้องถิ่นจากเสน่ห์ของบ้านเกิดที่ตนเองเพิ่งเริ่มตระหนักในรูปแบบละครสั้นอย่างมั่นใจ ภาพดังกล่าวยังคงติดตาและอยู่ในความทรงจำของศาสตราจารย์ Hideyuki Horri จากคณะวิศวกรรมศาสตร์มหาบัณฑิต



ศาสตราจารย์ Hideyuki Horri  
Graduate School of Engineering  
The University of Tokyo

มหาวิทยาลัย Tokyo ผู้บริหารและดูแล i.school อยู่จวบจนทุกวันนี้ “ดวงตาของเด็กมัธยมปลายในตอนนั้นเปล่งประกายสดใสอย่างมาก ทำให้รู้สึกว่าการที่มันส่งผลอย่างมากต่อชีวิตของพวกเขา สำหรับนักศึกษาที่อยู่ในฝั่งที่เป็นผู้สอนนักเรียน ก็ถือเป็นประสบการณ์อันมีค่าในการครุ่นคิดว่าจากนี้ไปตนเองควรจะทำอะไรเพื่อก่อให้เกิดนวัตกรรมขึ้นมาอีกด้วยเช่นกัน”

## การพุ่มพักท้องถิ่นไปพร้อมกับธุรกิจ

ขณะที่กำลังถกเถียงเกี่ยวกับการสร้างธุรกิจใหม่ในฐานะพนักงานของบริษัท Toyo SC Trading คุณ Akiko Hanafusa เป็นคนหนึ่งที่มีโอกาสเข้าร่วม “Minna no Mirai Kyoso Program” ที่จัดขึ้นโดย FUJI XEROX

ในปี 2014 กิจกรรมนี้ ตัวแทนจากมหาวิทยาลัย บริษัทที่ปรึกษา ผู้อยู่อาศัยในพื้นที่ ฯลฯ ได้เข้าร่วมในฐานะที่เป็นผู้สนับสนุน ตัวแทน 8 คนจาก 7 บริษัทที่มาจากแถบกรุงโตเกียว ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และเมือง Tono เพื่อให้แต่ละบริษัทวาดภาพอนาคตของเมือง Tono ในรูปแบบที่สามารถดำรงอยู่ได้ไว้อย่างแท้จริง

“คอบวอดของความคิดถูกทำจัดไปอย่างสิ้นเชิง ทำให้สามารถค้นหาโมเดลธุรกิจได้อย่างอิสระ อีกทั้งคนในพื้นที่ได้กรุณาแสดงความคิดเห็นต่อหน้าเราด้วยความรู้สึกจากใจจริงๆ ทำให้รู้สึกอยากพยายามที่จะทำออกมาให้ได้

ยิ่งขึ้นไปอีก ตลอดช่วงเวลาที่เดินทางไปมาหลายครั้ง ระหว่าง Tono กับ Tokyo ได้รับกำลังใจทั้งจากคำพูดและการสนับสนุนช่วยเหลือจากผู้ที่เกี่ยวข้องอยู่เสมอ ทำให้รู้สึกว่าการคาดหวังค่อยๆ แปรเปลี่ยนเป็นความมั่นใจมากยิ่งขึ้น”



Minna no Mirai Kyoso Program



คุณ Akiko Hanafusa  
บริษัท Toyo SC Trading

สิ่งที่คุณ Hanafusa วาดภาพไว้ก็คือ โมเดลธุรกิจของการส่งผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของเมือง Tono ออกไปยังเมือง Salerno ประเทศอิตาลี ซึ่งเป็นเมืองพี่เมืองน้องกับเมือง Tono เพื่อถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารของเมือง Tono และของประเทศญี่ปุ่นออกไปทั่วโลก ปัจจุบัน ได้ก้าวหน้าไปจนถึงการนำแผนปฏิบัติการ (Action Plan) ไปปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม

Platform การก่อให้เกิด “กลุ่มปัญญาชน”

ผู้ที่รับหน้าที่ในการสร้างบุคลากรที่สามารถรับผิดชอบต่ออนาคตของท้องถิ่นโดยนำผู้คนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการคิดและแก้ปัญหา ก็คือท้องถิ่น Tono และ College คุณ Kunishi Higuchi หัวหน้าสำนักงานส่งเสริมการฟื้นฟูของ FUJI XEROX เรียกหน้าที่ของ College ว่าเป็น “Platform” สำหรับค้นหาประเด็นปัญหาร่วมกันกับผู้คนในท้องถิ่นและหามาตรการแก้ปัญหาดังกล่าว ที่นั่น จะมีการเตรียม “โปรแกรม” “เวที” และ “คน” ไว้ สำหรับให้บริษัททั้งภายในและนอกพื้นที่ นักศึกษา ผู้อยู่อาศัยในพื้นที่ เจ้าหน้าที่ขององค์กรปกครองท้องถิ่น ฯลฯ ได้มีโอกาสมาอภิปรายและแสดงความคิดเห็นร่วมกันอย่างตรงไปตรงมา หลายครั้งที่ Platform สามารถส่งเสริมการประสานงานกับท้องถิ่นได้ด้วยการถกทอประสบการณ์ที่สัมผัส เช่น บ้านพักของชาวบ้าน นิทานพื้นบ้าน ม้าบรรทุก\* ซึ่งได้รับการรักษาไว้ในเมือง Tono มาอย่างยาวนาน และค่อยๆ นำความคิดเห็นของแต่ละฝ่ายมาบ่มเพาะให้เป็น “กลุ่มปัญญาชน” (Collective Intelligence) ของท้องถิ่นต่อไป \*การใช้ม้าบรรทุกไม้ที่ตัดจากป่าบนภูเขา

## Community Centered Design ทำให้ท้องถิ่นมีชีวิตชีวา

หลังจากที่คุณ Manami Sasaki ซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ของ College และเคยสำเร็จการศึกษาจากโรงเรียนมัธยมต้น Tsuchibuchi ได้เทิร์นไปเป็นคนตัวของตัวเอง “มีความรู้สึกไม่ต่างไปจากผู้อยู่อาศัยทั่วไปของเมือง Tono” แล้วจึงกล่าวไว้ดังนี้

“เมื่อได้มีส่วนร่วมกิจกรรมของ College ก็เริ่มคิดว่าอยากจะมีส่วนร่วมในความก้าวหน้าของท้องถิ่น ตนเอง จึงมีโอกาสจัดอีเวนต์ที่เชิญ



ชวนให้เพื่อนๆ ที่ยังคงอยู่ในท้องถิ่นมาร่วมกันที่ College เพื่อมารู้จักกับชีวิตของท้องถิ่นที่ตนเองอยู่อาศัย เมื่อนึกย้อนกลับไปก็ตัวเองซึ่งเคยเป็นคนเก็บตัวไม่ค่อยยุ่งเกี่ยวกับใครแล้วราวกับว่าเป็นเรื่องเหลือเชื่อจริงๆ”

นอกจากนี้ ภาพที่ผู้เข้าร่วมใน “การประชุมวิจัยทุนวัฒนธรรมของ Tono และ Kyoto” ซึ่งจัดโดย College กล่าวด้วยน้ำเสียงอันสดใสว่า “อยากทำให้ท้องถิ่นดียิ่งขึ้นอีก เพื่อที่จะดำเนินชีวิตที่เรียกว่ามีความสุขจริงๆ จนอายุไปถึง 100 ปีที่เมือง Tono ซึ่งตอนนี้ได้เชิญผู้ที่มีหน้าที่ให้การต้อนรับของหมู่บ้านมายังบ้านพื้นเมืองที่เป็นเรือนพักเก่าแก่ซึ่งเป็นทรัพย์สินทางวัฒนธรรมที่สำคัญ เพื่อพัฒนาให้เป็นเรือนรับรองของเมือง Tono” เป็นภาพที่น่าประทับใจอย่างยิ่ง



คุณ Manami Sasaki  
Tono Mirai Zukuri College  
สำนักงานส่งเสริมการฟื้นฟู  
บริษัท FUJI XEROX



คุณ Akiko Asanuma  
องค์กรไม่แสวงหากำไร Tono  
Yama Sato Kurashi Network

คุณ Akiko Asanuma จากองค์กรไม่แสวงหากำไร Tono Yama Sato Kurashi Network ซึ่งทำหน้าที่เป็นช่องทางติดต่อให้แกบ้านพักของชาวบ้าน กล่าวว่า “เวลาที่ครอบครัวซึ่งเป็นเจ้าของบ้านพักกับแขกผู้มาพักได้สนทนากันอย่างผ่อนคลาย นับว่ามีความหมายอย่างยิ่งต่อทั้งสองฝ่าย เรามาถึงจุดที่ผู้อยู่อาศัยในพื้นที่ส่วนใหญ่เริ่มตระหนักว่าการที่จะทำให้องค์กรของตนเองมีชีวิตชีวาขึ้นมาตัวเองก็ต้องเริ่มทำอะไรสักอย่าง ซึ่งการจะทำให้ความตระหนักนี้พัฒนาไปสู่

เกลียวคลื่นลูกใหญ่ถือเป็นความท้าทายของ College อย่างยิ่ง”

ในปีที่แล้ว ตลอดระยะเวลา 1 ปี มีผู้มาเยี่ยม College ประมาณ 4,000 คน ซึ่ง 40% ของการค้างคืนรวม 1,800 คืนเป็นการพักที่บ้านพักของชาวบ้าน ได้มีการแสดง “ความคิดเห็น” ของคนในพื้นที่ออกมาในรูปแบบของประเด็นปัญหาต่างๆ ในท้องถิ่นซึ่งเนื่องมาจากการมีเวทีที่สามารถ “สัมผัส” กับชาวบ้านในพื้นที่ได้อย่างใกล้ชิดผ่านการพักในบ้านพักของชาวบ้าน ฯลฯ

“การเชิญชวนบริษัทหรือเชิญชวนรถบัสท้องถิ่นก็ถือเป็นมาตรการที่ทำให้ท้องถิ่นคึกคักอย่างหนึ่ง แต่พวกเราเลือกใช้วิธีเข้าไปรู้ปัญหาที่แท้จริงเพื่อแตกฉานวิธีแก้ปัญหาดังกล่าวด้วยการสื่อสารกับคนในพื้นที่อย่างใกล้ชิดด้วยมุมมองหลายๆ ด้าน วิธีนี้ต้องอยู่บนแนวคิดของ “Community Centered Design” ซึ่งใช้ชุมชนท้องถิ่นเป็นศูนย์กลาง และมุ่งให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหลายสามารถเชื่อมโยงกับท้องถิ่นได้อย่างต่อเนื่องและเพิ่มขีดความสามารถของท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืน” (คุณ Kunishi Higuchi สำนักงานส่งเสริมการฟื้นฟู)



คุณ Kunishi Higuchi  
หัวหน้าสำนักงานส่งเสริมการฟื้นฟู  
บริษัท FUJI XEROX

## เวทีสำหรับสร้างสรรค์คุณค่าร่วมกัน (CSV)

ในปี 2015 ที่ College ซึ่งกำลังก้าวเข้าสู่ปีที่ 2 หลังจากการก่อตั้งโรงเรียน มีความเคลื่อนไหวในการจัดทำโปรแกรมต่างๆ มากมาย เช่น ธุรกิจฝึกอบรมของบริษัทหรือกลุ่มองค์กร ฯลฯ การวิจัยและพัฒนาเกี่ยวกับศาสตร์ของคติชน (Folkloristics) การสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมครั้งที่ 6 การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Green Tourism) ฯลฯ จากมุมมองของการสนับสนุนพื้นที่ที่ประสบภัย จึงได้ให้ความสำคัญต่อกลุ่มวิจัยขององค์กรปกครองท้องถิ่นในเรื่องของการสนับสนุนการขนส่งสมัยใหม่เกิดเหตุการณ์ภัยพิบัติ ฯลฯ ซึ่งเรื่องนี้ศาสตราจารย์ Horii ได้ให้ความเห็นว่า “กิจกรรมที่ไม่ได้มองแค่ยานพาหนะเท่านั้นแต่ยังครอบคลุมไปถึงยาน

ฉุกเฉินด้วย ถือเป็น CSR ที่มีความหมายสำหรับท้องถิ่นอย่างแท้จริง”

ปีที่ 2 ของ “Minna no Mirai Kyoso Program” ที่บริษัทเป็นผู้นำประเด็นปัญหาเข้ามาขบคิดร่วมกันกับท้องถิ่น เริ่มมีความคึกคักมากขึ้นจากการที่องค์กรปกครองท้องถิ่นใหม่ๆ หรือบุคคลหรือองค์กรที่สามเข้าร่วม ฯลฯ และเริ่มวาดภาพในอนาคตแต่ละส่วนออกมาทีละเล็กละน้อย และนอกจากการเชื่อมสัมพันธ์กับนักศึกษาต่างชาติผ่าน TISP แล้ว ยังเริ่มมีการเชื่อมสัมพันธ์ใหม่ๆ ระหว่างมหาวิทยาลัยในญี่ปุ่นด้วยตนเองอีกด้วย

กิจกรรมที่ต่อเนื่องนี้ สอดคล้องกับหน้าที่ “การประสานงาน” ของ College ทำให้เกิดการนำสินทรัพย์ที่รักษาสืบทอดกันมาเป็นอย่างดี เช่น วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ธรรมชาติ ผู้คนในท้องถิ่น ฯลฯ มาใช้ประโยชน์จนช่วยต่อลมหายใจของท้องถิ่นโดยรวมให้ยืนยาวยิ่งขึ้น สิ่งนี้จึงกลายเป็นแรงผลักดันไปสู่ประเด็นปัญหาต่อไป หรือโปรแกรมต่อไปอย่างต่อเนื่อง

ปัญหาในท้องถิ่นของประเทศญี่ปุ่นมีความแตกต่างกัน ดังนั้น College จึงเลือกหนทางในการสร้าง “เวที” ที่หยั่งรากลึกลงในท้องถิ่นเชื่อมโยงกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างต่อเนื่อง ตรวจสอบปัญหาที่แท้จริงอย่างถี่ถ้วนและมองหาแนวทางที่จะนำไปสู่การแก้ปัญหาพร้อมกับผู้คนในท้องถิ่น แม้ว่าจะต้องใช้เวลาก่อนข้างนานกว่าจะได้รับการชื่นชมจากผู้ชำนาญการเป็นอย่างมาก

ปัจจุบัน นอกจากจะเริ่มมีการ “พูดคุย” กับเมือง Minami Ashigara ในจังหวัด Kanagawa แล้ว ยังมีการเคลื่อนไหวร่วมกันขององค์กรปกครองท้องถิ่นอื่นๆ อีก นอกจากนี้ ภายใน College ก็เริ่มมีการปูพื้นฐานไปสู่การขยายองค์กรธุรกิจ เช่น เพิ่มความแข็งแกร่งของการค้นคว้าวิจัยและการตรวจสอบการสร้างการจ้างงานใหม่ๆ นับวัน College มีแต่จะเติบโตขึ้นเรื่อยๆ วันนี้ เป็นเวลา 4 ปีมาแล้วหลังเหตุการณ์ภัยพิบัติแผ่นดินไหว กิจกรรมที่แตกหน่อบนดินแดน Tono กำลังช่วยสรรค์สร้างท้องถิ่นของญี่ปุ่นในฐานะที่เป็นองค์กรธุรกิจที่หยั่งรากบนแผ่นดินเกิดของตนเอง



คุณ Jun Ikegami  
ศาสตราจารย์กิตติมศักดิ์ มหาวิทยาลัย  
Kyoto



คุณ Toshiaki Honda  
ผู้ว่าเมือง Tono

จากมุมมองของการลงทุนด้านความรับผิดชอบทางสังคม ถือเป็นยุคสำคัญของการรวมตัวของบริษัทในลักษณะนี้ ในสังคมสมัยใหม่ ความต้องการของผู้คนพัฒนาไปอย่างหลากหลาย การจะทราบความต้องการที่แท้จริงของท้องถิ่น “กลุ่มปัญญาชน” ที่เกิดจากการเข้าไปใกล้ชิดกับชุมชน รวบรวมความรู้จากภายในและภายนอกท้องถิ่นเพื่อนำไปสู่คำตอบกลายเป็นกุญแจที่สำคัญอย่างยิ่ง โดยปกติแล้ว บริษัทเอกชนจะมุ่งเน้นในเรื่องของการแสวงหากำไรระยะสั้น ไม่ส่งผ่านไปถึงท้องถิ่น แต่อาจกล่าวได้ว่า FUJI XEROX เป็นบริษัทเอกชนที่ค้นหาความต้องการจากกิจกรรมที่เป็นแสวงหาผลกำไรผ่าน “ชุมชน” กับ “การพูดคุย” และตอบสนองความต้องการในรูปแบบของการแก้ปัญหาของสังคมควบคู่กันไป ตลอดจนนำไปพัฒนาต่อยอดเป็นธุรกิจต่อไป

Tono Mirai Zukuri College มีพลังในการนำพาให้ได้รับการใช้ปัญญาร่วมกันออกไปเผยแพร่ต่อสังคมโลกในทันทีทันใด จากนั้นไป จึงอยากให้เติบโตเป็นฐานความรู้ที่สามารถส่งข่าวสารจากท้องถิ่นไปยังประชาชนโลก และนี่ “โมเดลการก้าวไปพร้อมๆ กับท้องถิ่น” ในฐานะที่เป็นเวทีของการสร้างสรรค์คุณค่าใหม่ๆ ออกไปเผยแพร่ให้ทั่วประเทศและทั่วโลก

บุคลากรที่กล้าต่อสู้กับกระแสนิยมปัญหาการมีบุตรน้อย จำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้น และการไหลออกของประชากรเป็นบุคคลซึ่งเป็นที่ต้องการอย่างมาก อาจกล่าวได้ว่าทักษะการวางแผน ทักษะการคิด การคิดสร้างสรรค์ และความพยายามอดทนที่ทำงานอย่างหนัก ถือเป็นแหล่งพลังที่จะช่วยแก้ปัญหาต่างๆ ที่ท้องถิ่นต้องเผชิญ และสามารถสร้างท้องถิ่นที่สามารถพึ่งพาและปกครองตนเองให้เป็นจริงได้ Tono Mirai Zukuri College เป็น “เวที” ของการพัฒนาบุคลากรของบริษัทเอกชนและนักศึกษาทั้งหลาย ถือเป็น “เวที” ขึ้นเลิศที่เชื่อมโยงกับผู้อยู่อาศัยในท้องถิ่นผ่านการพัฒนาคน ฯลฯ ลักษณะต่างๆ นำองค์ความรู้มารวมกัน และสร้างผลงานไปพร้อมกับสร้างแรงกระตุ้นให้เด็กทั้งสองฝ่าย นอกจากนี้ ยังถือเป็นจุดเริ่มต้นแห่งของการสนับสนุนการฟื้นฟูภัยพิบัติ อีกทั้งยังเป็น “เวที” สำหรับการอบรมและให้ความรู้แก่เมือง อำเภอ หมู่บ้านภายในจังหวัด Iwate เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับยุคสมัยต่อไป พวกเราชาวเมือง Tono ก็จะทำงานอย่างแข็งขันร่วมกับแต่ละเมือง อำเภอ หมู่บ้าน เพื่อมุ่งสู่การเป็นองค์กรปกครองท้องถิ่นที่สดใสและมีชีวิตชีวาขึ้นอีก



お気に入り Web スライス ギャラ...  
 汎用検索結果  
 使用会社 使用事業所 使用部門検索, 使用会社=FX, 使用事業所=FX 海老名

◇ 検索結果  
 (5082件) ページ: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51

製品名	使用会社	使用事業所	使用部門	使用目的	C 分類	S 分類	L 分類	I 分類	実績年度	実績年度使用量
EBI3532 ピカール液	FX	FX 海老名	CS品質本部 品質管理部	原材料 合成 中間体/溶剤	C3R1				2014	
EBI3533 トラムクリーナー	FX	FX 海老名	CS品質本部 品質管理部	原材料 合成 中間体/溶剤	C3R2				2014	0.4
EBI3533 トラムクリーナー	FX	FX 海老名	CS品質本部 品質管理部	原材料 合成 中間体/溶剤	C3R2				2014	0.4





## Highlight • 3

### การท้าทายสู่การควบคุมสารเคมีในระดับสูง

#### - สืบทอด “ความรู้ที่ฝังลึก” ในรูปแบบของระบบ -

ไม่นานมานี้ เกิดปรากฏการณ์ด้านลบของการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างรวดเร็วของประเทศในตลาดเกิดใหม่ โดยเกิดปัญหาการทำลายสิ่งแวดล้อมหรือภัยคุกคามต่อสุขภาพอันเนื่องมาจากสารเคมี ฯลฯ เพิ่มมากขึ้น ภายใต้การบังคับใช้กฎหมายที่เคร่งครัดขึ้นทั้งภายในและต่างประเทศ ความตระหนักของบริษัทในการดำเนินการด้านการควบคุมสารเคมีอย่างเข้มงวดจึงเพิ่มสูงขึ้นทั่วโลก FUJI XEROX เองซึ่งมีการใช้งานสารเคมีประมาณ 3 หมื่นชนิด ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการควบคุมความปลอดภัย และดำเนินการควบคุมโดยคำนึงถึงความปลอดภัยสูงสุดของสิ่งแวดล้อมและสุขภาพของมนุษย์อย่างจริงจังมาโดยตลอด

กว่า จากการขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศเป็นจำนวนมาก ประกอบกับความจำเป็นที่จะต้องควบคุมสารเคมีให้ได้ผลแน่นอนตามข้อบังคับที่กฎหมายของแต่ละประเทศกำหนด อาจกล่าวได้ว่าการควบคุมโดยแต่ละสำนักงานแบบที่ผ่านมา หรือการควบคุมโดยพึ่งพาความรู้หรือประสบการณ์ของผู้รับผิดชอบเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพออีกต่อไป

ดังนั้น สิ่งที่ FUJI XEROX ตัดสินใจดำเนินการใหม่ คือ การสร้างและบริหารระบบควบคุมสารเคมีทั่วทั้งบริษัทแบบรวมศูนย์

กล่าวได้ว่าเป็นการปฏิรูปที่บ่งบอกถึง “ภาพลักษณ์ที่ควรจะเป็น” ของ FUJI XEROX จากนั้นต่อไป

ซึ่งในขั้นนี้ จะเป็นการแนะนำการท้าทายสู่การสร้างกลไกการควบคุมสารเคมีทั่วทั้งบริษัทขึ้นมาใหม่

• สารเคมีที่ขึ้นทะเบียนใน CAS ... ประมาณ **70,000,000** รายการ  
(ที่มา) Media Release (ปี 2012) ของ CAS (Chemical Abstracts Service)

• สารเคมีที่ FUJI XEROX ใช้งานอยู่ ... ประมาณ **30,000** ชนิด  
(ที่มา) White Paper เรื่องสังคมสูงวัยฉบับพิมพ์ปี 2015 สำนักนายกรัฐมนตรี

• สารเคมีที่ผลิตขึ้นมาในเชิงอุตสาหกรรมและหมุนเวียนอยู่ในสังคม ... ประมาณ **100,000** ชนิด  
(ที่มา) แนวโน้มเกี่ยวกับสารเคมี กระทรวงเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม

#### แนวโน้มเกี่ยวกับการควบคุมสารเคมี

การเรียกร้องให้องค์กรธุรกิจทั่วโลกป้องกันการสร้างมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม หรือปรับปรุงสิ่งแวดล้อมในการทำงานที่ไร้อันตราย ถือเป็นเรื่องที่ต้องทำอย่างแน่นอนอยู่แล้ว สายตาที่ผู้คนทั่วโลกจับจ้องมายังองค์กรธุรกิจนั้นเข้มงวดกว่าแต่ก่อนมาก เช่น NGO ด้านสิ่งแวดล้อมทำการเปิดเผยข้อบกพร่องที่มีแนวโน้มว่าจะก่อให้เกิดมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น ข้อกำหนดเกี่ยวกับสารเคมีของแต่ละประเทศก็เข้มงวดขึ้นกว่าเดิมมาก ปัจจุบัน FUJI XEROX ใช้สารเคมีอยู่ที่ประมาณ 3 หมื่นชนิด ในการควบคุมสารเคมีดังกล่าวไม่ให้เกิดความบกพร่อง ผู้รับผิดชอบจำเป็นต้องใช้แรงงานจำนวนมาก อีกทั้งยังต้องควบคุมอย่างเหมาะสม หากเพิกเฉยไม่ใส่ใจ การเกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือสุขภาพของมนุษย์คงไม่ต้องพูดถึง การเรียกคืนผลิตภัณฑ์ รวมทั้งความเสี่ยงของการหยุดกิจกรรมทางธุรกิจชั่วคราว ก็ต้องนำมาพิจารณาด้วย ที่ผ่านมา FUJI XEROX ยังไม่เกิดอุบัติเหตุรุนแรง ทั้งนี้ ก็เป็นเพราะมีการดำเนินการเกี่ยวกับสารเคมีโดยคำนึงถึงความปลอดภัยสูงสุดอย่างเข้มงวดและจริงจังมาโดยตลอด แต่ก็มีผู้ที่คิดว่ายังคงมีปัญหาใหญ่เหลืออยู่

#### [ระบบกฎหมายของญี่ปุ่นที่เกี่ยวข้องกับสารเคมี]

สภาพพื้นที่	ผลกระทบต่อสุขภาพของคน		ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	
	ความเป็นพิษเฉียบพลัน	ความเป็นพิษระยะยาว	ผลกระทบต่อสัตว์	การทำลายบรรยากาศชั้นโอโซน
สิ่งแวดล้อมในการทำงาน	กฎหมายแรงงาน ความปลอดภัยและสุขภาพ กฎหมายควบคุมสารพิษและกากของเสีย	กฎหมายจัดการของเสีย		
ผู้บริโภค	กฎหมายควบคุมยาฆ่าศัตรูพืช กฎหมายอาหารและสุขภาพ กฎหมายยา กฎหมายมาตรฐานการก่อสร้าง กฎหมายควบคุมสารพิษในของใช้ในบ้าน			
พื้นที่สิ่งแวดล้อม	กฎหมายส่งเสริมการควบคุมการปล่อยสารเคมี กฎหมายควบคุมสารพิษและกากของเสีย	กฎหมายควบคุมยาฆ่าศัตรูพืช กฎหมายควบคุมการตรวจวัดเลือกและผลิตสารเคมี		กฎหมายป้องกันบรรยากาศชั้นโอโซน
การปล่อยของเสีย, ผลพิษสะสม		กฎหมายป้องกันมลพิษทางอากาศ กฎหมายป้องกันมลพิษทางน้ำ กฎหมายการต่อต้านมลพิษทางดิน		
การจัดทำของเสีย		กฎหมายจัดการของเสีย		กฎหมายการเก็บคืนหรือทำลายสาร CFC

\* ที่มา: จัดทำขึ้นใหม่ตามเอกสารหมายเลข 3 ที่แจกในการประชุมคณะกรรมการทบทวนกฎหมายควบคุมการตรวจวัดเลือกและผลิตสารเคมีครั้งที่ 1

## “ประสบการณ์” ที่ช่วยเร่งการควบคุมสารเคมีให้ดีขึ้น

คุณ Ryosuke Ishida ซึ่งเกษียณอายุการทำงานจาก FUJI FILM และปัจจุบันเป็นผู้รับผิดชอบด้านการควบคุมสารเคมีที่ FUJI XEROX เคยตั้งคำถามกับเพื่อนร่วมงานในขณะนั้นว่า “การตระหนักต่อภาวะวิกฤตในฐานะที่เป็นบริษัทที่ใช้งานสารเคมียังไม่เพียงพอหรือเปล่า”



คุณ Ryosuke Ishida  
กลุ่มงานจัดการสิ่งแวดล้อม  
ฝ่ายอำนวยการ  
FUJI XEROX

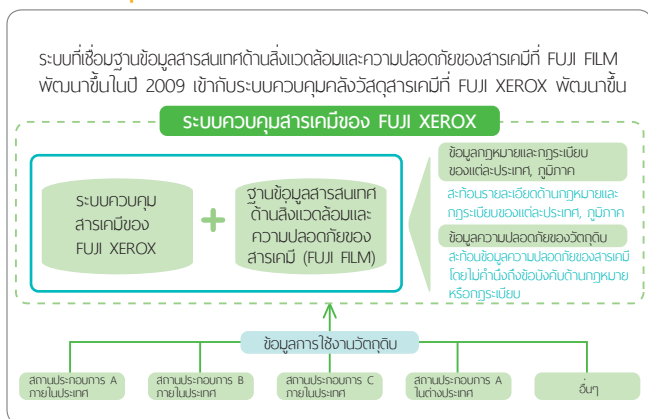
มีการคาดหวังให้องค์กรธุรกิจกำหนดมาตรการที่จำเป็นเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดอุบัติเหตุ ที่ FUJI XEROX ซึ่งนำแนวคิดเรื่องการอยู่ร่วมกันและก้าวหน้าไปด้วยกันกับท้องถิ่นเป็นหลักของการบริหาร ได้ตระหนักเป็นอย่างดีถึงความจำเป็นในการดำเนินการป้องกันในการควบคุมสารเคมี และมีการรองรับมาตั้งแต่ก่อนหน้านี้ ดังจะเห็นได้จากการใช้ระเบียบการใช้งานสารเคมีในปี 2013 เป็นต้น นอกจากนี้ยังใช้ระบบที่สามารถ

ควบคุมคลังวัสดุได้อย่างเข้มงวด การจัดซื้อสารเคมีจำเป็นต้องมีการยื่นเรื่องเพื่อขออนุมัติ แม้จะเป็นสารเคมีที่ใช้ในการทดลองซึ่งมีหน่วยเพียงไม่กี่กรัมก็ตาม แต่คุณ Ishida ที่ทำงานกับสารเคมีมานานหลายปียังคงยืนยันว่าจะต้องมีวิธีดำเนินการที่ดีขึ้นกว่านี้อีก

คุณ Ishida กล่าวไว้ว่า

“สิ่งที่แปลกใจเมื่อมาที่ FUJI XEROX ก็คือระบบการควบคุมคลังวัสดุที่เข้มงวด ปกติแล้วไม่ใช่เรื่องที่จะทำได้ง่ายๆ อย่างไรก็ตาม กฎหมายหรือกฎระเบียบเกี่ยวกับสารเคมีนั้นมีหลากหลายและแตกต่างกันมากทั้งในและต่างประเทศ และมักจะมีการปรับปรุงแก้ไขบ่อยครั้ง สิ่งที่ต้องการจากองค์กรธุรกิจก็คือ ต้องทราบถึงการปรับแก้กฎหมายหรือกฎระเบียบ ตลอดจนข้อมูลเรื่องทางของเสียอย่างถูกต้องและทันทั่วถึง เพื่อดำเนินมาตรการที่จำเป็น ดังนั้น ตัวเองจึงรู้สึกว่ายังคงมีปัญหาต่างๆ ที่ต้องแก้ไข”

### [ระบบควบคุมสารเคมีของ FUJI XEROX]



## การประสานงานกับ FUJI FILM

สิ่งที่คิดว่า คือ การเชื่อมระบบควบคุมคลังวัสดุสารเคมีของ FUJI XEROX เข้ากับฐานข้อมูลสารเคมีด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยของสารเคมี

เคมีของ FUJI FILM ซึ่งคุณ Ishida รู้จักระบบฐานข้อมูลของ FUJI FILM ดังกล่าวเป็นอย่างดี แนวคิดเรื่องการรวมระบบฐานข้อมูลทั้งสองจึงเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ระบบใหม่ที่สามารถควบคุมสถานการณ์การใช้งานสารเคมีไว้ที่จุดเดียวกันและเชื่อมโยงกับข้อมูลทางกฎหมายตลอดจนกฎระเบียบต่างๆ จะช่วยยกระดับการควบคุมสารเคมีของ FUJI XEROX ขึ้นอย่างมาก หากสามารถทำให้เป็นจริงได้ ก็จะทราบได้ทันทีว่าสารเคมีที่เข้าข่ายการควบคุมตามกฎหมาย หรือสารเคมีที่มีความเสี่ยง เก็บอยู่ที่ฐานการผลิตบ้าง และใช้ไปในปริมาณเท่าใด นอกจากนี้ การรวบรวมข้อมูลทางสารเคมีที่มีโอกาสเข้าข่ายการควบคุมตามกฎหมายในอนาคต ยังทำให้สามารถรับมือกับสถานการณ์ดังกล่าวล่วงหน้าได้ เช่น ยกเลิกสารเคมีดังกล่าวออกจากการใช้งานตั้งแต่ขั้นตอนการวิจัยหรือพัฒนาเทคโนโลยี เป็นต้น ซึ่งทั้งหมดเป็นสิ่งที่ Project Team คิดไว้

## ทำเสียงของพนักงานให้เป็นรูปเป็นร่าง

ผู้รับผิดชอบที่พนักงานของสถานประกอบการแต่ละแห่งของ FUJI XEROX ได้แจ้งความประสงค์ในการนำระบบใหม่มาใช้ ซึ่งคุณ Honma Masato จาก FUJI XEROX Manufacturing กล่าวว่า “ไม่มีใครไม่เห็นด้วยกับเรื่องการนำระบบใหม่เข้ามาใช้งานที่หน่วยงาน แต่มีการแจ้งความประสงค์มาว่า ในการทำงานจริงที่หน่วยงาน อยากให้ควรวีธีการทำงานของระบบเดิมที่เคยใช้มาไว้ให้มากที่สุด ที่ผ่านการใช้งานระบบแตกต่างกันไปในแต่ละสถานประกอบการจึงย่อมมีข้อเรียกร้องที่แตกต่างกันในขั้นตอนการสรุปข้อกำหนดทางเทคนิคเป็นธรรมา การไหลออกของ “ความรู้ที่ฝังลึก”



คุณ Honma Masato  
Manager ฝ่ายอำนวยการ  
FUJI XEROX Manufacturing

จากการเกษียณอายุของพนักงานที่มีประสบการณ์เป็นปัญหาที่พบมากที่สุดที่หน้างานเช่นกัน ดังนั้น ในการสร้างระบบที่พนักงานที่ยังคงอยู่สามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่องยาวนานจริงๆ จำเป็นต้องนำเสียงจากพนักงานที่เวลานี้มาพิจารณาด้วยอย่างจริงจัง”

ในแต่ละสถานประกอบการจะบอกเล่าการทำงานเฉพาะตัว องค์ความรู้ (Knowhow) ดังกล่าวจึงมีจำนวนเท่ากับ

จำนวนพนักงาน ในอดีตที่หน่วยงานจะมีการสืบทอดองค์ความรู้ดังกล่าวในฐานะ “ความรู้ที่ฝังลึก” จากคนรุ่นก่อนไปยังคนรุ่นถัดไป แต่เมื่อเข้าสู่ยุคที่บุคลากรต้องเกษียณอายุออกไปจำนวนมาก ความรู้ดังกล่าวก็ค่อยๆ เลือนหายไปจากองค์กรอย่างรวดเร็ว และสำหรับบริษัทที่ดำเนินธุรกิจข้ามประเทศ การทำให้ “ความรู้ที่ฝังลึก” ของบริษัทให้เป็น “ความรู้ที่มีรูปแบบชัดเจน” และถ่ายทอดไปยังพนักงานที่มีความเชื่อและค่านิยมแตกต่างกันไปอย่างถูกต้องถือเป็นปัญหาเร่งด่วนที่ต้องรีบแก้ไข

เราดำเนินการตามความต้องการดังกล่าวได้อย่างไร

คุณ Hitomi Akiyama จากกลุ่มงานจัดการสิ่งแวดล้อม ฝ่ายอำนวยการ FUJI XEROX ผู้รับผิดชอบการนำระบบใหม่เข้ามาใช้กล่าวว่า “การจะตอบสนองต่อทุกองค์ความรู้เฉพาะตัวหรือความต้องการของหน่วยงานแต่ละแห่งเป็นเรื่องที่ยากมาก แต่ท่ามกลางสิ่งเหล่านั้น สิ่งที่สำคัญ คือ ความสามารถในการระบุสิ่งที่จำเป็นอย่างแท้จริงด้วยความรับผิดชอบที่มีต่อสังคม และอธิบายด้วยความอดทนถึงความจำเป็นดังกล่าวเพื่อให้การทำงานของบริษัททุกคนในกลุ่มเป็นไปในทิศทางที่ควรจะมุ่งไปในทางเดียวกัน

นอกจากนี้ ในการทำให้ “ความรู้ที่ฝังลึก” เป็น “ความรู้ที่มีรูปแบบชัดเจน” ที่ทุกคนสามารถใช้งานได้ในระยะยาว การนำระบบใหม่เข้ามาใช้ยังไม่เพียงพอ ตรงกันข้ามที่ยังไม่สามารถทำให้พนักงานเข้าใจถึงความสำคัญของการควบคุมสารเคมีและความตั้งใจที่แท้จริงของระบบ และนำเสนอคู่มือการใช้งานที่เข้าใจได้ง่าย ระบบใหม่ก็จะกลายเป็นสิ่งที่ใช้งานไม่ได้ในอีกไม่นานนัก การทำให้ระบบทำงานได้อย่างแท้จริง จำเป็นต้อง



คุณ Hitomi Akiyama  
กลุ่มงานจัดการสิ่งแวดล้อม  
ฝ่ายอำนวยการ  
FUJI XEROX

ทีมการดำเนินการอย่างอดทนและเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับพนักงาน”  
ในที่สุดการดำเนินการที่วุ่นวายก็บังเกิดผล FUJI XEROX เริ่มใช้ระบบควบคุมสารเคมีในฐานการผลิตทั้งหมดภายในประเทศในเดือนตุลาคม ปี 2014 และได้มีการแก้ไขระบบภายในบริษัทเกี่ยวกับการใช้งานสารเคมี มีการนำวิธีประเมินความเสี่ยงแบบใหม่เข้ามาใช้ อีกทั้งยังมีการดำเนินการตรวจประเมินสารเคมีในแต่ละฐานการผลิตควบคู่กันไปกับการใช้งานระบบดังกล่าว

## ขยายผลไปสู่ต่างประเทศ

ในขณะที่ธุรกิจของ FUJI XEROX ขยายไปสู่นานาชาติประเทศทั่วโลก เป้าหมายต่อไปของระบบใหม่ก็คือการขยายผลไปสู่สถานประกอบการในต่างประเทศ การถ่ายทอด “ความรู้ที่ฝังลึก” ไม่เพียงแต่เป็นแค่ปัญหาในประเทศเท่านั้น แต่สำหรับต่างประเทศที่มีการเข้าออกของพนักงานบ่อยมาก ถือเป็นปัญหาที่สำคัญไม่น้อย

ที่ FUJI XEROX ไต้หวัน ซึ่งเป็นฐานการผลิตในประเทศเวียดนาม มีการนำระบบควบคุมสารเคมีเข้ามาใช้ตั้งแต่เดือนมีนาคม ปี 2015 โดยก่อนเริ่มนำเข้ามา ได้เชิญผู้รับผิดชอบด้านการควบคุมสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยของ FUJI XEROX ไต้หวันมาที่ประเทศญี่ปุ่นล่วงหน้า เพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับหน้าที่งานโดยรวมของการควบคุมสิ่งแวดล้อมและการควบคุมสารเคมีระบบใหม่ซึ่งต้องใช้เวลาอย่างมากในการนำเข้ามาใช้ภายในประเทศ และจะสามารถนำไปใช้ในต่างประเทศจนเป็นที่ยอมรับได้หรือไม่

คุณ Reiko Akiyama กลุ่มงานจัดการสิ่งแวดล้อม ฝ่ายอำนวยการ FUJI XEROX กล่าวไว้ว่า



การเรียนรู้เกี่ยวกับงานโดยรวมในการควบคุมสารเคมี

“ผู้รับผิดชอบของเวียดนามตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมค่อนข้างสูง จึงคิดว่าเมื่อนำระบบเข้าไปใช้งานแล้ว หลังจากนั้นน่าจะสามารรถดำเนินการต่างๆ ได้ด้วยตนเอง ในเวียดนามเองก็เพิ่งตั้งโรงงานใหม่ได้ไม่นาน การลดความสำคัญของการควบคุมสารเคมีลงคงจะทำได้ไม่นาน จากนี้ ตั้งใจจะติดต่อประสานงานกับพนักงานอย่างใกล้ชิดต่อไป”



คุณ Reiko Akiyama  
Manager กลุ่มงานจัดการสิ่งแวดล้อม  
ฝ่ายอำนวยการ  
FUJI XEROX

## ทำให้กลไก “ทำงาน”

คุณ Yanagikawa Katsuhiko กรรมการบริหารอาวุโสของคณะกรรมการบริษัท FUJI XEROX กล่าวว่า

“การมีกลไกเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอ กลไกดังกล่าวต้อง “ทำงาน” ได้ด้วยจึงจะนำไปสู่การรักษาความปลอดภัยของพนักงานหรือท้องถิ่นที่ดำเนินการได้จริง จากนั้นไป สำหรับ FUJI XEROX ที่ขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง การสร้างและบริหารระบบควบคุมสารเคมีที่รวมข้อมูลจากทั่วโลกเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่ง ถือเป็นโมเดลที่นำไปสู่การสร้าง Total Management System ที่ผนวกรวมการบริหารของทั้งกลุ่มบริษัทอย่างแท้จริง นอกจากนี้ ยังเริ่มมองเห็นความเป็นไปได้ของการแปลงประสบการณ์จากความรู้ที่ฝังลึกซึ่งไม่สามารถจัดให้อยู่ในรูปแบบที่ชัดเจนได้ให้เป็นระบบ และเสนอต่อสังคมในรูปแบบโซลูชันแบบใหม่ที่สามารถเชื่อมโยงไปสู่การแก้ปัญหาของลูกค้าและสังคมได้”

การดำเนินการของ FUJI XEROX มีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องควบคู่ไปกับการก้าวไปข้างหน้าอย่างมั่นคง



คุณ Yanagikawa Katsuhiko  
กรรมการบริหารอาวุโสและ  
กรรมการบริษัท  
FUJI XEROX



คุณ Phun Thi Nhat  
ฝ่ายธุรการบุคคล  
FUJI XEROX ไต้หวัน

การนำระบบใหม่เข้ามาใช้ทำให้สามารถควบคุมปริมาณวัสดุคงคลัง ปริมาณการจัดซื้อ ปริมาณการใช้งานของสารเคมีแบบรวมศูนย์ที่จุดเดียวบรรลุความจริงได้ ผู้รับผิดชอบงานจัดซื้อสามารถจัดซื้อสารเคมีใหม่

โดยผ่านระบบประเมินความเสี่ยงของ FUJI XEROX เช่น การขอลงทะเบียนในระบบใหม่ ฯลฯ ได้เป็นครั้งแรก นอกจากนี้ ยังสามารถเลือกปริมาณการจัดซื้อที่เหมาะสมตามสถานการณ์ของวัสดุคงคลัง และเพื่อให้ระบบนี้สามารถหยั่งรากลงลึกไปใน FUJI XEROX ไต้หวันระยะยาวได้ พวกเราคิดว่าจำเป็นต้องอธิบายต่อทุกหน่วยงานให้เข้าใจว่าทำไมการนำระบบนี้เข้ามาใช้จึงเป็นเรื่องจำเป็น และจะเกิดประสิทธิผลอย่างไรบ้าง จากนั้นไป จะประสานกับ FUJI XEROX อย่างใกล้ชิดเพื่อผลักดันการควบคุมสารเคมีอย่างสม่ำเสมอและมั่นคงต่อไป

## การดำเนินการด้านลูกค้า

### ภาพลักษณ์ ที่มุ่งมั่น

นำเสนอคุณค่าเพื่อตอบสนองความคาดหวังของลูกค้า และมีส่วนร่วมในความก้าวหน้าอย่างยั่งยืน  
ของลูกค้าและมีส่วนได้ส่วนเสียของลูกค้า

### แนวคิดพื้นฐานของบริษัท

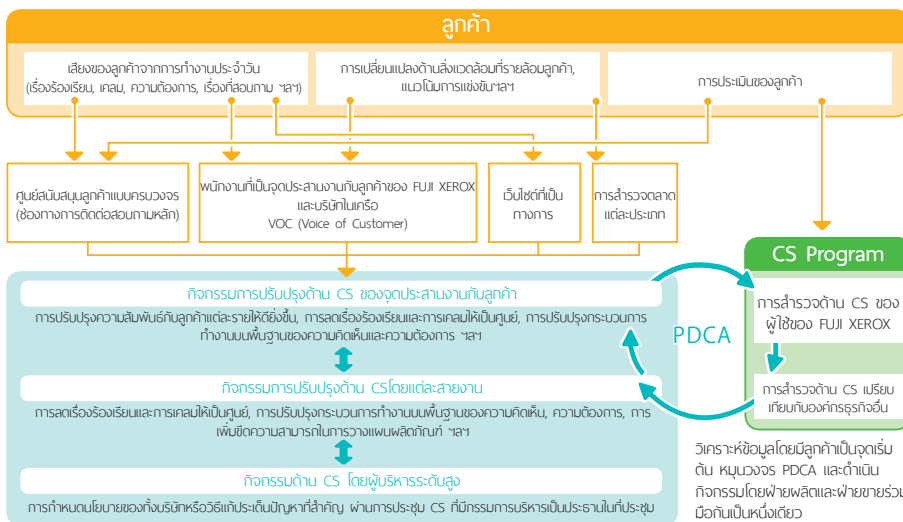
FUJI XEROX แก้ปัญหาในการดำเนินธุรกิจของลูกค้าด้วยการดำเนินการแบบทำอย่างที่ทำไม่ได้ และเป็น “หุ้นส่วนที่สามารถพูดคุยปรึกษาได้ในทุกเรื่อง” สำหรับลูกค้า ด้วยการช่วยเหลือในการสร้างสรรค์คุณค่าของลูกค้า เพื่อสร้างความพึงพอใจและความไว้วางใจจากลูกค้า

### มุ่งสู่การเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า

บริษัทมีแนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า คือ จุดกำเนิดของกิจกรรมขององค์กรธุรกิจทั้งหมด ในการเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า สิ่งที่สำคัญคือ ต้องรู้ว่าลูกค้าคาดหวังอะไร ต้องการอะไร ซึ่งในการนี้ต้องให้ความสำคัญการติดต่อสื่อสารที่จุดประสานงานกับลูกค้า ตอบสนองความคาดหวังและความต้องการดังกล่าวแบบทันท่วงทีกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อมุ่งไปสู่การสร้างความสัมพันธ์ที่ไว้วางใจซึ่งกันและกันกับลูกค้าในระยะยาว

นอกจากนี้ ในปี 2001 บริษัทยังได้กำหนด “แนวทางปฏิบัติด้าน CS” เพื่อให้พนักงานแต่ละคนใช้เป็นมาตรฐานของคุณค่าในการปฏิบัติงานเพื่อยกระดับความพึงพอใจของลูกค้า ตาม “แนวทางปฏิบัติด้าน CS” ดังกล่าว พนักงานแต่ละคนตั้งแต่ผู้ที่อยู่ในจุดประสานงานกับลูกค้า เช่น ผู้รับฟังข้อร้องเรียน/งานบำรุงรักษา หรือศูนย์ประสานงานบริการ (Call Center) ฯลฯ ไปจนถึงฝ่ายสนับสนุนหลังบ้าน เช่น ฝ่ายพัฒนาหรือเจ้าหน้าที่ในสำนักงานใหญ่ ต้องเพิ่มความใส่ใจต่อลูกค้า รวบรวมพลังความสามารถของทั้งบริษัทเพื่อมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาลูกค้าอยู่เสมอ

### [ภาพรวมของ CS Management]



### แนวทางปฏิบัติด้าน CS

1. การรับฟัง “คำพูดของลูกค้า” คือ จุดเริ่มต้นของงานของพวกเรา
2. การคิดด้วย “มุมมองของลูกค้า” คือ พื้นฐานในการทำงานของพวกเรา
3. การตอบสนองต่อ “ความคาดหวังของลูกค้า” คือ ความรับผิดชอบในการทำงานของพวกเรา
4. การได้รับ “ความประทับใจของลูกค้า” คือ ความรับผิดชอบในการดำเนินงานของพวกเรา
5. “การประเมินจากลูกค้า” ต่างหากที่เป็นการวัดผลของพวกเรา

### Commitment

บริษัทได้ดำเนินการต่างๆ เพื่อมุ่งสู่ “ความเป็นหนึ่งด้าน CS อย่างแท้จริง” มาโดยตลอด แต่ยังไม่เพียงพอและยังไปได้เพียงครึ่งทางเท่านั้น คือว่าการยืนอยู่ในมุมมองลูกค้า รับฟังเสียงของลูกค้า (โดยเฉพาะการร้องเรียนและการเคลม) อย่างตั้งใจอยู่เสมอ และตอบสนองต่อความคาดหวังของลูกค้าอย่างต่อเนื่องเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง

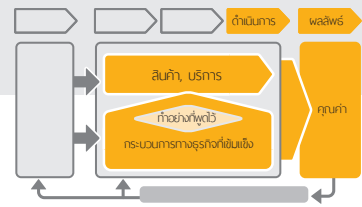
และไม่เพียงแต่กระบวนการทำงานเพื่อสร้างรากฐานด้าน CS ที่มั่นคงเท่านั้น ตั้งแต่ปีนี้เป็นต้นไป บริษัทยังจัดให้มีคอร์สอบรมด้าน CS ให้แก่พนักงานทุกคนเพื่อให้พนักงานแต่ละคนมีจิตใจและความตระหนักในฐานะที่เป็นตัวละครเอกของกิจกรรม CS อีกด้วย

ลูกค้าคาดหวังในตัวพวกเราอยู่เสมอ ซึ่งเราได้นำเสนอสินค้าและบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการดังกล่าวมาอย่างต่อเนื่อง และจะตั้งใจทำกิจกรรม CS ให้ลูกค้าต้องอวยว่า “รู้สึกดีใจมากที่ได้ทำงานร่วมกับ FUJI XEROX และครั้งต่อไปก็จะต้องร้องขอบ้าง FUJI XEROX อีกเช่นเคย”



คุณ Yoshikazu Sato  
หัวหน้าสายงาน Customer Satisfaction Quality  
กรรมการบริหาร FUJI XEROX





## การนำเสนอบริการด้านโซลูชันที่สนับสนุนการใช้งานข้อมูล และการสื่อสารอย่างไร้รอยต่อ

เพิ่มคุณภาพในการสื่อสารและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของลูกค้าเพื่อเข้าไปมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาด้านการดำเนินงาน ด้วยการ รวมข้อมูลบนกระดานใกล้ตัวเข้ากับข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ อีกทั้งยังผนวกเข้ากับโซลูชันคลาวด์หรือโทรศัพท์มือถืออย่างไร้รอยต่อ

### เพิ่มประสิทธิภาพของวิธีการทำงานของลูกค้าด้วยการสนับสนุนการใช้งานข้อมูล โดยไม่คำนึงถึงข้อจำกัดด้านสถานที่และเวลา



ทำงาน

#### สร้างวิธีการทำงานใหม่ด้วยการเชื่อมประสาน Multi-function Machine เข้ากับเทคโนโลยีคลาวด์ และโทรศัพท์มือถือ



สำหรับลูกค้าที่มีธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การสื่อสารกับบริษัทคู่ค้าหรือบริษัทพันธมิตรเปรียบเสมือนชีวิตของกิจกรรมทางธุรกิจ การส่งในสิ่งซื้อหรือแบบแปลนต่างๆ ผ่านทางแฟกซ์หรืออีเมลเชื่อมโยงโดยตรงกับการไหลเวียนของกระบวนการทำงาน

การมีข้อจำกัดด้านสถานที่หรือเวลาในการได้รับข้อมูลที่จำเป็น เช่น ต้องคอยอยู่ที่ออฟฟิศเพราะไม่รู้ว่าแฟกซ์จะส่งมาถึงเมื่อไร หรือต้องเดินทางไปบริษัทเพื่อหยิบเอกสารที่จำเป็นจากที่ประชุมนอกบริษัท หรือจากบ้าน ฯลฯ เป็นหนึ่งในสาเหตุที่เป็นอุปสรรคต่อประสิทธิภาพในการทำงานของลูกค้า

บริษัทจึงได้นำเสนอกลไกในการเก็บรักษาข้อมูลแฟกซ์ที่ส่งมาที่ Multi-function Machine โดยอัตโนมัติ และแจ้งให้ผู้ใช้ทราบทราบ ตลอดจนนำเสนอโซลูชันที่ทำให้สามารถตรวจสอบ ใช้งานและพิมพ์เอกสาร “ไม่ว่าเมื่อไร” “ไม่ว่าที่ไหน” “ภายใต้สิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัย” ด้วยการควบคุมแบบรวมที่จุดเดียวบนคลาวด์

สภาพแวดล้อมในการใช้งานข้อมูลผ่านโทรศัพท์มือถือกับคลาวด์นี้จะช่วยลดขั้นตอนที่สูญเสียไปและเวลาของลูกค้านำมาสนับสนุนให้เกิดวิธีการทำงานแบบใหม่ได้เป็นอย่างดี



ใช้ชีวิต

#### ถ่ายทอดเสน่ห์ของท้องถิ่นให้เข้าใจง่ายด้วยบริการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่รองรับได้หลายภาษา



สนุกสนานเพลิดเพลิน



มีการคาดการณ์ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเยือนประเทศญี่ปุ่นจะมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากการที่กรุงโตเกียวได้รับคัดเลือกให้เป็นผู้จัดงานกีฬาโอลิมปิกและพาราลิมปิก การถ่ายทอดเสน่ห์ของประเทศญี่ปุ่นหรือแต่ละท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยวเข้าใจได้ง่ายถือเป็นประเด็นสำคัญในการสร้างความผูกพันและมีชีวิตชีวาให้แก่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างหนึ่ง

ในฐานะที่บริษัทเป็นผู้นำเสนอสิ่งแวดล้อมในการสื่อสารที่มีคุณค่าต่อสังคม หมายมั่นที่จะถ่ายทอดเสน่ห์ของท้องถิ่นต่างๆ โดยก้าวข้ามกำแพงภาษาให้แก่บรรดาผู้คนที่มาเยือนประเทศญี่ปุ่น ได้เริ่มนำเสนอ “บริการแนะนำที่เกี่ยวข้องด้วยเสียง” และ “บริการแนะนำการเปลี่ยนรหัสไฟฟ้าหรือรถบัสและพิมพ์แผนที่” ที่รองรับได้หลายภาษา (ภาษาญี่ปุ่น, ภาษาอังกฤษ, ภาษาจีน (ตัวย่อและตัวเต็ม), ภาษาเกาหลี) โดยใช้ Smart Phone พิเศษเป็นอุปกรณ์ปลายทางและเชื่อมโยงกับองค์กรปกครองท้องถิ่น สถานีโทรทัศน์ สถานพักผ่อน บริษัทที่ให้บริการ IT ฯลฯ เพื่อให้บริการแบบใหม่สำหรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือนย่านริมาะเอะของโตเกียว (Tokyo Waterfront Area)

เมื่อมาถึงจุดท่องเที่ยวที่กำหนดไว้ จะมีเสียงแนะนำจุดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยว ฯลฯ ดังขึ้นโดยอัตโนมัติ การเข้าถึงข้อมูลที่ทำได้ง่ายจากภาพที่ปรากฏแก่สายตาเนื่องจากจึงสนุกสนานยิ่งขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติ สามารถทำความเข้าใจเรื่องราวและที่มาของการพัฒนาย่านริมาะเอะได้อย่างลึกซึ้ง และได้รับประสบการณ์ที่เข้มข้นในการค้นหาสิ่งใหม่ๆ จากสถานที่ท่องเที่ยวมากขึ้นกว่าเดิม

ปัจจุบันบริษัทยังคงสนับสนุนความผูกพันและมีชีวิตชีวาของท้องถิ่นอย่างเช่น ย่านริมาะเอะของโตเกียว ด้วยการนำเสนอบริการที่ถ่ายทอดเสน่ห์ของท้องถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพโดยประยุกต์ใช้เนื้อหาเฉพาะตัวของท้องถิ่นต่างๆ ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

#### Web

ข่าวที่เกี่ยวข้อง

เว็บไซต์ที่เป็นทางการของ FUJI XEROX

- มุ่งสู่การเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า
- โซลูชัน

<http://www.fujixerox.co.jp/company/cs/>  
<http://www.fujixerox.co.jp/solution/>

## เสริมสร้างความแข็งแกร่งของการขยายธุรกิจไปยังตลาดต่างประเทศ

### จุดเด่นของกิจกรรมของบริษัท

FUJI XEROX นำเสนอการขายและบริการในตลาดประเทศจีนและเอเชียแปซิฟิกโดยตรง ส่วนตลาดอื่นๆ เช่น ตลาดยุโรป ได้ขยายธุรกิจไปทั่วโลกด้วยการส่งออกสินค้าไปยัง Xerox Corporation และ Xerox Europe

ในตลาดประเทศจีนและเอเชีย แปซิฟิกที่บริษัทรับผิดชอบโดยตรงได้มีการขยายฐานการขายไปยังแต่ละประเทศและแต่ละภูมิภาค โดยครอบคลุมตลาดในวงกว้างผ่านทั้งสองทาง คือ เครือข่ายการจัดจำหน่ายที่เน้นเมืองใหญ่เป็นหลัก กับเครือข่ายของดีลเลอร์ท้องถิ่นที่รับผิดชอบพื้นที่อื่นๆ ที่เหลือ นอกจากนี้ยังสนับสนุนให้เกิดการปฏิรูปการสื่อสารของลูกค้าด้วยการขยายไลน์ของสินค้า, บริการที่มีประสิทธิภาพการใช้งานตรงตามความต้องการของแต่ละประเทศหรือภูมิภาค มีความสมดุลระหว่างราคาและคุณภาพที่เหมาะสม ผ่านการเสริมสร้างความแข็งแกร่งฟังก์ชันงานวางแผนและพัฒนาผลิตภัณฑ์ในประเทศจีนและการควบรวมกิจการ (M&A)

### [การดำเนินการที่ผ่านมาในตลาดประเทศจีนและเอเชีย แปซิฟิก (AP)]

ตั้งแต่ปี 2010 เป็นต้นมา มีการขยายธุรกิจบริการด้วยการย้ายฟังก์ชันงานวางแผนและพัฒนาผลิตภัณฑ์ไปที่ประเทศจีนและด้วยวิธี M&A เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้แก่กลยุทธ์การขยายธุรกิจไปทั่วโลกของ FUJI XEROX โดยรวม



### ผลการดำเนินกิจกรรมในปี 2014

ด้วยกลยุทธ์การขยายธุรกิจไปทั่วโลก สัดส่วนยอดขายที่มาจากต่างประเทศจึงเพิ่มจาก 37% ในปี 2009 เป็น 49% ในปี 2014

โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ตลาดประเทศจีนและเอเชีย แปซิฟิก ยอดขายของทุกธุรกิจเพิ่มขึ้นอย่างมากจากการขยายบริการด้านโซลูชันโดยใช้จุดแข็งของเครือข่ายการจัดจำหน่ายตรง การเติบโตอย่างมากของธุรกิจการขายอุปกรณ์ เป็นต้น ในส่วนของ Multi-function Machine ที่รองรับกระดาษ A3 ซึ่งเป็นสินค้าหลัก ส่วน Production Printer และบริการ Managed Print Service (MPS) ก็สามารถรักษาส่วนแบ่งตลาดสูงสุดในหลายพื้นที่ไว้ได้

### สรุปภาพรวมการดำเนินกิจกรรมในปี 2015

ที่ผ่านมามีนักผลักดันการเพิ่มการรับรู้ในแบรนด์ของบริษัทผ่านการเพิ่มยอดขายในประเทศที่เป็นตลาดเกิดใหม่เป็นหลัก อีกทั้งยังเสริมสร้างความแข็งแกร่งของการประสานงานระหว่าง Fuji Xerox Document Management Solutions\* กับบริษัทจัดจำหน่ายในแต่ละประเทศและภูมิภาคพร้อมๆ กับเร่งขยายธุรกิจบริการในทุกภูมิภาคของเอเชียด้วยการร่วมมือกับหุ้นส่วนที่สร้างขึ้นในแต่ละประเทศและภูมิภาคอย่างใกล้ชิด

นอกจากนี้ ยังผลักดันการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของท้องถิ่นและลูกค้า รวมทั้งการตลาดข้ามพื้นที่หรือภูมิภาคอย่างจริงจัง เพื่อสร้างความไว้วางใจจากลูกค้าและสร้างการเติบโตทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง

\* จัดตั้งขึ้นหลังเข้าซื้อธุรกิจ BPO ของบริษัท Salamat ในประเทศออสเตรเลียในปี 2012

## กรณีศึกษา

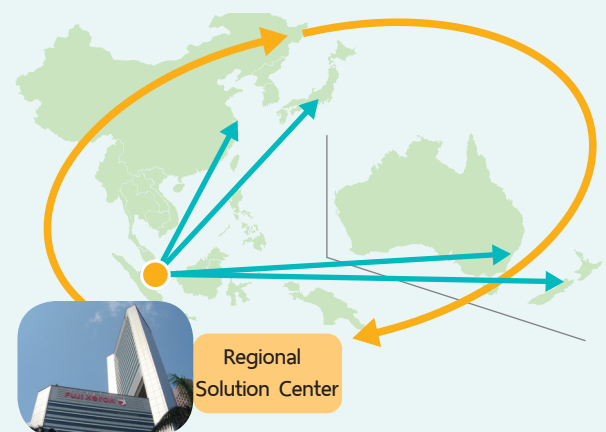
### การเสริมสร้างความแข็งแกร่งข้ามธุรกิจและภูมิภาคด้วย Regional Solution Center

FUJI XEROX ได้ก่อตั้ง Regional Solution Center ขึ้นที่ประเทศสิงคโปร์ในเดือนเมษายน ปี 2015 ซึ่งศูนย์นี้จะทำการรวบรวมบริการด้านโซลูชันที่แต่เดิมเคยดำเนินการอยู่ในแต่ละประเทศและภูมิภาคมาไว้ที่นี่ และส่งเสริมให้มีการนำเสนอโซลูชันต่างๆ ดังกล่าวข้ามธุรกิจและภูมิภาค ด้วยการนำไปขยายผลในประเทศหรือภูมิภาคอื่น มีการรวบรวมบุคลากรผู้เชี่ยวชาญ เช่น พนักงานขายโซลูชัน ที่ปรึกษาด้านกระบวนการทำงาน และวิศวกรระบบ ฯลฯ มาไว้ที่ศูนย์ และผลักดันให้มีการนำแบบของโซลูชันที่ประสบความสำเร็จอย่างมากมาขยายผลในภูมิภาคเดียวกัน รวมทั้งเสริมสร้างความแข็งแกร่งของระบบสนับสนุนข้อเสนอเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างทันทั่วถึง

นอกจากนี้ บริษัทยังเร่งนำเสนอบริการที่มีความยืดหยุ่นสูง เช่น นำเทคโนโลยีคลาวด์มาใช้ในการเตรียมพื้นฐานของการเสนอบริการด้านโซลูชันในภูมิภาคเดียวกัน มีการจัดแปลงให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า เช่น ให้ความสำคัญต่อการบริการหลังการขายที่สามารถรองรับได้หลายภาษา เป็นต้น

เพื่อลูกค้า FUJI XEROX สนับสนุนการขยายธุรกิจไปทั่วโลกอย่างแข็งแกร่ง และช่วยเหลือในการสรรสร้างคุณค่าและการเติบโตทางธุรกิจ

### [หน้าที่ของ Regional Solution Center]



## กวดขันเรื่องความปลอดภัยด้านสารสนเทศอย่างจริงจัง

### จุดเด่นของกิจกรรมของบริษัท

FUJI XEROX มองว่าการจัดการความเสี่ยงเป็นสาระสำคัญในการดำเนินธุรกิจ จึงดำเนินการต่างๆ โดยวางตำแหน่งให้ความปลอดภัยด้านสารสนเทศเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการความเสี่ยงดังกล่าว

ในการเป็นหุ้นส่วนที่ลูกค้ามั่นใจและไว้วางใจในระยะยาว ไม่เพียงแต่ให้ความสำคัญต่อมาตรการความปลอดภัยด้านสารสนเทศของสินค้าหรือบริการด้านโซลูชันเท่านั้น แต่ต้องมุ่งมั่นสร้างระบบความปลอดภัยด้านสารสนเทศภายในบริษัทและเสริมสร้างความแข็งแกร่งด้านธรรมาภิบาล (Governance) เพื่อให้ลูกค้าสามารถฝากทรัพย์สินด้านสารสนเทศได้อย่างมั่นใจด้วย

สำหรับรายละเอียด กรุณาอ่านเพิ่มเติมจากรายงานความปลอดภัยด้านสารสนเทศที่ตีพิมพ์แยกต่างหาก (สามารถอ่านได้จาก URL ที่ระบุด้านล่าง)

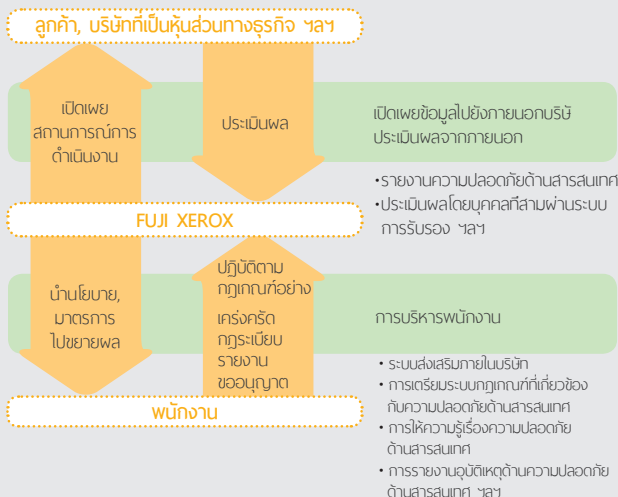


คู่มือเกี่ยวกับความปลอดภัยด้านสารสนเทศที่แจกให้แก่พนักงานของ FUJI XEROX

#### ผลการดำเนินกิจกรรมในปี 2014

เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการรับมือต่อการโจมตีผ่านทางอินเทอร์เน็ตของอุปกรณ์ เช่น Multi-function Machine หรือบริการด้านโซลูชันที่ลูกค้าใช้งานอยู่ หรือของระบบสารสนเทศภายในบริษัท ได้มีการสร้างระบบรับมือกรณีฉุกเฉินเรื่องความปลอดภัยด้านสารสนเทศของกลุ่มบริษัท ส่งเสริมกลไกการรับมือฉุกเฉินกรณีที่เกิดภัยคุกคาม และจัดให้มีการให้ความรู้ทั่วทั้งบริษัทเพื่อให้พนักงานสามารถรับมือกับการโจมตีทางอีเมลแบบระบุเป้าหมาย ได้อย่างเหมาะสม

นอกจากนี้ยังมีการทบทวนกระบวนการควบคุมการจ้างงาน เพื่อให้สามารถจัดการสินทรัพย์สารสนเทศที่สำคัญซึ่งฝากไว้ที่ผู้ประกอบการรับจ้างได้อย่างเหมาะสม



ในต่างประเทศ ก็ได้มีการผลักดันให้เกิดกิจกรรมการเสริมสร้างความแข็งแกร่งของการรับมือกับภัยคุกคามด้านความปลอดภัยด้านสารสนเทศและการจัดการความเสี่ยงของบริษัทจัดจำหน่ายในต่างประเทศ เพื่อมุ่งสู่การสร้างความแข็งแกร่งของความปลอดภัยด้านสารสนเทศทั่วโลก ในเชิงรูปธรรมแล้ว FUJI XEROX สำนักงานใหญ่ได้ประสานงานร่วมกับเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยด้านสารสนเทศของแต่ละบริษัทและสายงานขายประจำภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก เพื่อจัดการกับสาระสำคัญของความปลอดภัยด้านสารสนเทศที่จำเป็นต้องรับมือในระดับโลก เช่น การรับมือกับการโจมตีผ่านทางอินเทอร์เน็ต การควบคุมผู้ประกอบการรับจ้างงาน การให้ความรู้ด้านความปลอดภัยด้านสารสนเทศ เป็นต้น

#### สรุปภาพรวมของการดำเนินกิจกรรมในปี 2015

ในการรองรับระบบเลขหมายประจำตัวที่จะนำเข้ามาใช้ในปี 2016 มีการผลักดันการเตรียมเอกสารกฎระเบียบต่างๆ การนำระบบควบคุมเข้ามาใช้ การฝึกอบรมและให้ความรู้ การตรวจสอบต่างๆ อย่างเป็นระบบ เพื่อให้สามารถควบคุมดูแลให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้ตามกฎหมาย

อีกทั้งยังส่งเสริมการรับมือกับภัยคุกคามด้วยระบบรับมือกรณีฉุกเฉินเรื่องความปลอดภัยด้านสารสนเทศ และนำมาตรการเพิ่มความสามารถในการตรวจสอบการโจมตีเข้ามาใช้ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการรับมือกับการโจมตีผ่านทางอินเทอร์เน็ต รวมทั้งส่งเสริมกิจกรรมงานประจำคุณภาพแบบทั่วทั้งบริษัท เพื่อมุ่งสู่การสร้างเสริมสร้างความแข็งแกร่งของการควบคุมความปลอดภัยด้านสารสนเทศของบริการด้านโซลูชันและสินค้าของบริษัท

ในต่างประเทศ มีการดำเนินการเสริมสร้างความแข็งแกร่งของกลไกการประสานงานโดยจัดการประชุม Risk Management Council ขึ้นที่ประเทศญี่ปุ่นซึ่ง Risk Manager ของบริษัทจัดจำหน่ายในต่างประเทศทั้งหมดต้องเดินทางมาเข้าร่วมประชุมดังกล่าว เพื่อมุ่งไปสู่การแก้ปัญหาเรื่องความปลอดภัยด้านสารสนเทศระดับโลก

### กรณีศึกษา

ที่ FUJI XEROX มีการดำเนินการให้ความรู้ผ่านทาง Web ที่เกี่ยวข้อง กับความปลอดภัยด้านสารสนเทศทุกปีแก่พนักงานทุกคนภายในประเทศ ตั้งแต่ปี 2013 เป็นต้นมา โดยได้ขยายขอบเขตของเนื้อหาให้ครอบคลุมไปถึงการจัดการความเสี่ยงด้วย ในปี 2014 ได้จัดให้มีการฝึกอบรมเรื่องการจัดการความเสี่ยงโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรับมือกรณีเกิดเหตุการณ์แผ่นดินไหวขนาดใหญ่ และสร้างความตระหนักในการป้องกันภัยคุกคามด้านความปลอดภัยด้านสารสนเทศ

ในเรื่องความปลอดภัยสารสนเทศ ได้มีการตั้งหัวข้อการเรียนรู้เกี่ยวกับ

การเชื่อมต่อของการโจมตีผ่านทางอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก และแจ้งประเด็นที่พนักงานทุกคนควรระมัดระวังในการปกป้องสินทรัพย์สารสนเทศของลูกค้า และของบริษัทให้ทราบโดยทั่วกัน โดยหลังการฝึกอบรม พบว่าระดับความเข้าใจของพนักงานเพิ่มสูงขึ้น สำหรับโปรแกรมการเรียนรู้และฝึกอบรม นอกเหนือจากระบบ e-Learning สำหรับพนักงานทุกคนแล้วยังมีการจัดการฝึกอบรมแยกตามระดับงาน เช่น การฝึกอบรมพนักงานใหม่ การฝึกอบรมผู้บริหารใหม่ และการฝึกอบรมกรรมการที่เพิ่งเข้ารับตำแหน่งใหม่ ฯลฯ อีกด้วย

#### Web

ข่าวที่เกี่ยวข้อง

● ในรายงานความปลอดภัยด้านสารสนเทศ <http://www.fujixerox.co.jp/company/public/security.html>



# นำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพสูงและปลอดภัย

## จุดเด่นของกิจกรรมของบริษัท

FUJI XEROX ได้กำหนด “นโยบายพื้นฐานเกี่ยวกับการประกันคุณภาพ” และ “นโยบายพื้นฐานเกี่ยวกับความปลอดภัยของสินค้า” เพื่อนำเสนอสินค้าที่ทำให้ลูกค้าสามารถใช้งานได้เป็นอย่างดีมีความพึงพอใจเท่าทันต่อตลาด พร้อมดำเนินการอย่างเต็มความสามารถเพื่อมุ่งสู่การนำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพสูงและปลอดภัย อีกทั้งยังมีการขยายกิจกรรมการประกันคุณภาพที่นำมาตรฐานระหว่างประเทศ หรือเทคโนโลยีล่าสุด ฯลฯ เข้ามาใช้ตลอดวงจรชีวิตของสินค้า และดำเนินกิจกรรมการปรับปรุงแก้ไขอย่างต่อเนื่องเพื่อมุ่งสู่การแก้ปัญหาด้านความปลอดภัยของสินค้า

### ผลการดำเนินงานในปี 2014

ปี 2014 พบกรณีที่เกิดข้อผิดพลาดด้านคุณภาพซึ่งบริษัทเป็นผู้จำหน่าย มีบางส่วนภายในเครื่องหนีเสียหายเนื่องจากการเสียดสีที่พบได้ยากของชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ โอกาสที่กรณีดังกล่าวจะขยายไปสู่ผู้บริโภคที่รุนแรงของผลิตภัณฑ์มีน้อยมากก็จริง แต่เพื่อเป็นการป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับลูกค้าล่วงหน้า บริษัทได้ดำเนินมาตรการเสริมสร้างความแข็งแกร่งของประสิทธิภาพการปกป้องผลิตภัณฑ์ดังกล่าวแก่ลูกค้าที่กรุณาติดต่อเข้ามาผ่านช่องทาง “การแจ้งเรื่องสำคัญเกี่ยวกับสินค้า” ที่เว็บไซต์อย่างเป็นทางการของบริษัทหรือลูกค้าที่มีโอกาสเข้ามาเยี่ยมบริษัท

หากมีกรณีที่เกิดอุบัติเหตุด้านความปลอดภัยของสินค้า นอกจากการรับมืออย่างฉับไวแล้ว ยังมีการดำเนินการป้องกันการเกิดซ้ำอย่างจริงจังเพื่อรักษาและเพิ่มความไว้วางใจของลูกค้าให้มากยิ่งขึ้น

อีกทั้ง ไม่เพียงแต่ภายในประเทศเท่านั้น ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกซึ่งมีอัตราการเติบโตสูง ก็มีกรณีเฝ้าระวังเรื่องความปลอดภัยของสินค้า มีการจัด “Quality and Safety Forum” อันมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอสินค้าที่ปลอดภัยและมั่นใจให้แก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่องเป็นประจำ และเชิญผู้รับผิดชอบด้านคุณภาพของฐานการผลิตและบริษัทจัดจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศมาประชุมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันอย่างกระตือรือร้นเพื่อนำเสนอสินค้าที่ปลอดภัยและลูกค้ามั่นใจ

### สรุปภาพรวมการดำเนินงานในปี 2015

บริษัทรับทราบการเกิดปัญหาในปี 2014 อย่างจริงจัง และมุ่งขจัดปัญหาด้านความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์อย่างเด็ดขาด ด้วยการสร้างเทคโนโลยีความปลอดภัยและเทคโนโลยีการประเมินผลที่เข้มงวดยิ่งขึ้น นอกจากนี้การปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัดที่ดำเนินการอยู่ ยังยกเลิกมาตรการรับมือแบบเดิมที่เน้นการป้องกันการเกิดปัญหาซ้ำเป็นศูนย์กลาง และใช้วิธีผลักดันให้เกิดระบบที่สามารถรองรับการขยายตัวไปทั่วโลก ความหลากหลาย การเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายของตลาดและลูกค้าด้วยการเตรียมกลไกที่สามารถตรวจสอบและรับทราบความไม่พอใจของลูกค้าได้อย่างฉับไวจากความร่วมมือเป็นหนึ่งเดียวของฝ่ายผลิตและฝ่ายขายแทน จากนั้นไป จะยกระดับความตระหนักของพนักงานให้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และส่งเสริมแนวคิดของหลักธรรมาภิบาลด้านความปลอดภัยของสินค้าให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้นต่อไป

## การสนับสนุนธุรกิจของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

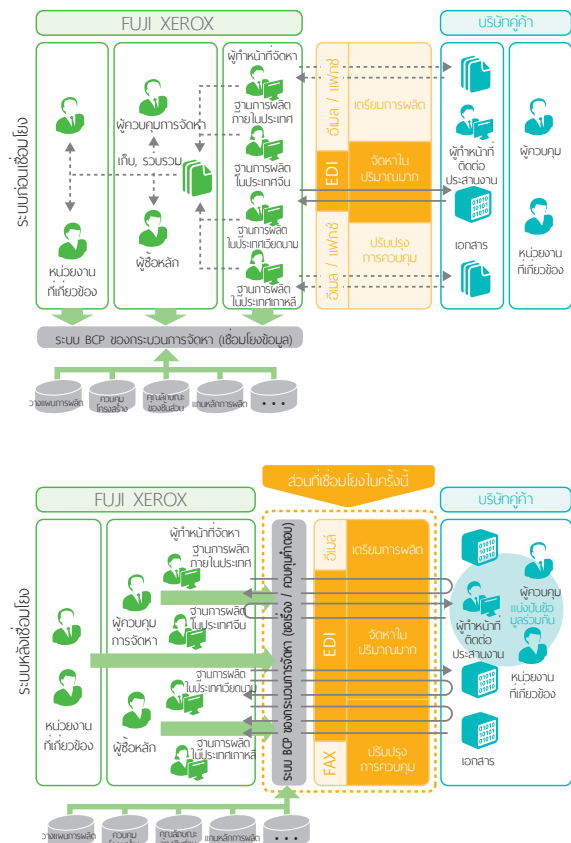
### ควบคุมข้อมูลการจัดหาร่วมกับบริษัทคู่ค้าโดยรวมศูนย์ที่จุดเดียวเพิ่มประสิทธิภาพของงานจัดหาและเสริมสร้างความแข็งแกร่งในการรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉิน

FUJI XEROX ได้เสริมสร้างความแข็งแกร่งด้านการใช้งานของระบบแลกเปลี่ยนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (EDI : Electronic Data Interchange \*) สำหรับทำธุรกรรมการค้าทางอิเล็กทรอนิกส์ที่เชื่อมต่อกับบริษัทคู่ค้าหลักประมาณ 900 บริษัทและสถานประกอบการพร้อมๆ กันเริ่มใช้กลไกการควบคุมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาแบบรวมศูนย์ไว้ที่จุดเดียวทั่วโลก ด้วยการเชื่อมต่อเข้ากับระบบ BCP (แผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ) ของกระบวนการจัดหาที่พัฒนาขึ้นเอง บริษัทไม่เพียงแต่สามารถควบคุมข้อมูลทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับงานจัดซื้อที่ดำเนินการโดยฐานการผลิตแต่ละแห่งในประเทศจีนหรือเวียดนาม ฯลฯ แบบรวมศูนย์ไว้ที่จุดเดียวโดยทันทีทันใดเท่านั้น แต่ยังสามารถเพิ่มประสิทธิภาพของงานจัดหาและความสามารถในการรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉินด้วยการเชื่อมโยงกับข้อมูลในฐานข้อมูลแต่ละประเทศอีกด้วย

ยกตัวอย่างเช่น ขณะที่เกิดอุบัติเหตุร้ายแรง ฯลฯ สามารถเห็นภาพรวมของผลกระทบที่มีต่อการผลิตได้ทันทีด้วยการสอบถามหรือได้คำตอบเกี่ยวกับผลกระทบต่อการจัดส่งชิ้นส่วนที่สื่อสารไปมากับบริษัทคู่ค้าผ่านระบบใหม่นี้ อีกทั้ง ยังสามารถนำข้อมูลเกี่ยวกับการจัดส่งชิ้นส่วนที่ได้จากบริษัทคู่ค้ามาเชื่อมโยงกับข้อมูลอื่น เช่น ข้อมูลชิ้นส่วนคงคลัง แผนการผลิต ฯลฯ เพื่อใช้ให้เป็นประโยชน์ในการสั่งซื้อชิ้นส่วนทดแทนหรือเปลี่ยนแปลงแผนการผลิต จนสามารถลดผลกระทบ เช่น การหยุดสายการผลิต ฯลฯ ลงให้เหลือน้อยที่สุด และเสริมสร้างความแข็งแกร่งของความสามารถในการนำเสนอสินค้า, บริการให้แก่ลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง

FUJI XEROX จะยังคงมุ่งเน้นเพิ่มประสิทธิภาพของงานจัดหาให้ดียิ่งขึ้นและสร้างความแข็งแกร่งของการรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉินด้วยการเชื่อมโยงระบบ EDI กับระบบ BCP ของกระบวนการจัดหาต่อไป

\*1 การที่คอมพิวเตอร์ของแต่ละฝ่ายทำการแลกเปลี่ยนข้อมูลแต่ละประเทศ (ในสิ่งซื้อหรือใบแจ้งหนี้ ฯลฯ) สำหรับทำธุรกรรมการค้าระหว่างบริษัทหรือองค์กรหลายแห่งด้วยกัน กับคอมพิวเตอร์อื่นๆ ผ่านวงจรสื่อสาร (เน็ตเวิร์ก)



## Web

ข่าวที่เกี่ยวข้อง

● เว็บไซต์ที่เป็นทางการของ FUJI XEROX

• เว็บไซต์ที่เป็นทางการของ FUJI XEROX <http://www.fujixerox.co.jp/company/quality>

## การดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อม

### ภาพลักษณ์ ที่มุ่งมั่น

ขยายกิจกรรมที่เน้นความสมดุลกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างสูงสุด และทุ่มเททุกฟังก์ชันงานอย่างเต็มที่เพื่อมุ่งไปสู่การนำเสนอคุณค่าด้านสิ่งแวดล้อมที่โดดเด่นเหนือใคร

### แนวคิดพื้นฐานของบริษัท

การดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมของ FUJI XEROX ครอบคลุมมิติของ “สินค้า, บริการ” และ “กิจกรรมทางธุรกิจ” บนเสาหลักทั้งสามคือ “การควบคุมภาวะโลกร้อน” “การรักษาทรัพยากรและใช้อย่างมีประสิทธิภาพ” และ “การลดความเสี่ยงด้านสารเคมี”

ขอบเขตของ “กิจกรรมทางธุรกิจ” นั้นไม่ใช่เพียงสถานประกอบการของตนเองเท่านั้น แต่ต้องคำนึงถึงขอบเขตที่ได้รับผลกระทบจากกิจกรรมทางธุรกิจทั้งหมด และตระหนักว่าขอบเขตที่ได้รับผลกระทบทั้งหมดในแต่ละขั้นตอนของวงจรชีวิตสินค้า ตั้งแต่การจัดหาวัสดุ การประกอบหรือแปรรูป การขนส่ง ช่วงเวลาที่ลูกค้าใช้พลังงานไฟฟ้า ไปจนถึงการใช้เชื้อเพลิง การกำจัดของเสีย อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของบริษัท และดำเนินการอย่างต่อเนื่องเพื่อลดการที่มีต่อสิ่งแวดล้อม

นอกจากเสาหลักทั้งสามแล้ว ยังดำเนินการในด้าน “การรักษาระบบนิเวศและความหลากหลายของสิ่งมีชีวิต” ที่กำลังได้รับความสนใจในระดับโลกอีกด้วย

### ความเป็นมาของการดำเนินการ

#### สร้างระบบจัดการสิ่งแวดล้อม

1991

- ประกาศนโยบายพื้นฐานด้านสิ่งแวดล้อมของทั้งบริษัท

1995

- ตั้งเป้าหมายระยะยาวเกี่ยวกับการลดพลังงานของสินค้า
- ประกาศนโยบายของกลุ่มบริษัทด้านการรีไซเคิลสินค้า

2000

- เริ่มขยายระบบของเสียของสินค้าที่เก็บคืนเป็นศูนย์ไปทั่วประเทศ

#### ดำเนินกิจกรรมในมิติที่ลึกขึ้น

2004

- เริ่มการใช้งานระบบรีไซเคิลในเอเชียแปซิฟิก (ไทย), ไต้หวัน, จีน

2009~

- บรรลุเป้าหมาย “ของเสียเป็นศูนย์” ด้วยระบบรีไซเคิลในเอเชียแปซิฟิก (ไทย) และจีน และขยายระบบรีไซเคิลไปยังเกาหลี, ออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ตามลำดับ

2009

- ตั้งเป้าหมายลดก๊าซเรือนกระจกในปี 2020

#### ยกระดับประสิทธิผลของระบบให้สูงขึ้นด้วยมุมมองระยะยาว

2010

- กำหนดแนวคิดเรื่อง “RealGreen” เริ่มกระบวนการพัฒนาสินค้า, บริการ

2011

- นำระบบควบคุมการสิ่งแวดล้อมเข้ามาใช้

2013

- เริ่มกิจกรรมทั่วทั้งบริษัทโดยใช้สโลแกนว่า “Challenge Eco No.1”

2014

- นำระบบควบคุมสารเคมีเข้ามาใช้

### Commitment

ที่ผ่านมา บริษัทได้ดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมล่วงหน้าก่อนเกิดความต้องการทางสังคม เช่น การนำเสนอสินค้าหรือบริการที่ประหยัดพลังงาน หรือการสร้างระบบหมุนเวียนทรัพยากร เป็นต้น แต่การมุ่งสู่การดำเนินการในระดับที่สูงขึ้น จำเป็นต้องมีการทบทวนกิจกรรมของตนเองอยู่เสมอ

ดังนั้น บริษัทจึงได้ตั้งใจสร้างคุณค่าด้านสิ่งแวดล้อมที่โดดเด่นเหนือใคร และมีส่วนร่วมในการสร้างสังคมที่ยั่งยืน ด้วยการทุ่มเททั้งบริษัทเพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งในการจัดการสิ่งแวดล้อมเสียใหม่ ในฐานะที่เป็นหนึ่งในเสาหลักของการมุ่งสู่การรวมเป็นหนึ่งเดียวของธุรกิจกับ CSR ในวันนี้ ได้ผลักดันให้มีการดำเนินการต่างๆ เช่น การสร้างกลไกในการรับมือกับกฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อมต่างๆ ทั่วโลก การเสริมสร้างความแข็งแกร่งในการนำเสนอโซลูชันที่เชื่อมโยงกับการปฏิบัติการทำงาน การสร้างโมเดลธุรกิจในรูปแบบของการนำทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่ เป็นต้น

การที่พนักงานแต่ละคนปรับปรุงและปฏิบัติการทำงานให้ก้าวไปข้างหน้า จะนำมาซึ่งการมีส่วนร่วมในการลดการปล่อยสิ่งแวดล้อมในสังคมโดยรวมได้อย่างมหาศาล



คุณ Yanagikawa Katsuhiko  
กรรมการบริหารอาวุโสและ  
กรรมการบริษัท  
FUJI XEROX

## การลดก๊าซ CO<sub>2</sub> ในวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle)

### จุดเด่นในกิจกรรมของบริษัท

ทั้งบริษัท พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการลดการปล่อยแก๊สเรือนกระจกผ่านการปรับปรุงหรือปรับปรุงงานของตนเอง การมีส่วนร่วมในการลดการปล่อยแก๊สเรือนกระจกของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ทั้งหมดนั้น หากเป็นหน่วยงานขาย ก็ทำได้โดยการแก้ปัญหา

#### ผลการดำเนินงานกิจกรรมในปี 2014

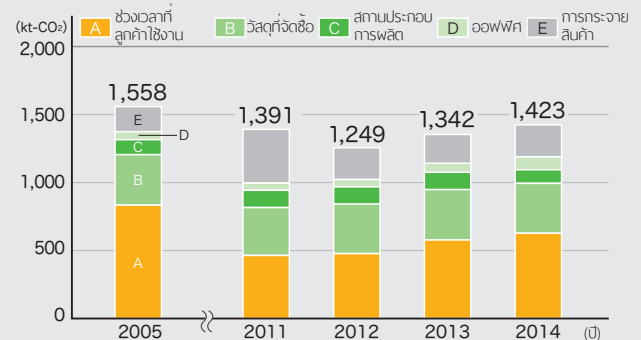
ปริมาณก๊าซ CO<sub>2</sub> ที่ปล่อยออกมาในวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์โดยรวมเพิ่มขึ้น 6% เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา นั่นเป็นเพราะพื้นที่ที่ต้องส่งสินค้าเพิ่มมากขึ้นอันเนื่องมาจากจำนวนสินค้าที่ส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศเพิ่มขึ้น

#### สรุปภาพรวมการดำเนินงานกิจกรรมในปี 2015

คาดการณ์ว่าปริมาณก๊าซ CO<sub>2</sub> ที่ปล่อยออกมาจะเพิ่มขึ้นจากการขยายธุรกิจ ดังนั้น เพื่อให้สามารถควบคุมสถานการณ์ได้ ต้องผลักดันให้มีการปฏิรูปวิธีปฏิบัติงานอย่างพร้อมเพรียงกันทั้งบริษัท เช่น เพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ฯลฯ และตั้งเป้าลดปริมาณการใช้พลังงาน (พลังงานไฟฟ้า, น้ำมัน) หรือกระดาษ เป็นต้น

ของลูกค้า หากเป็นหน่วยงานด้านเทคนิค ก็ทำได้ด้วยการยกระดับผลของการพัฒนาเทคโนโลยีด้านการประหยัดพลังงานหรือการปรับปรุงต้นทุนโดยรวม นอกจากนี้ พนักงานทุกคนยังร่วมกันลดเวลาปฏิบัติงาน และเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานเพื่อช่วยทำให้การลดการปล่อยแก๊สเรือนกระจกได้ผลมากยิ่งขึ้นได้อีกด้วย

#### [ปริมาณก๊าซ CO<sub>2</sub> ที่ปล่อยออกมาในวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์โดยรวม]



### กรณีศึกษา

#### การลดการปล่อยแก๊สเรือนกระจกด้วยระบบหมุนเวียนทรัพยากรทั่วโลก

FUJI XEROX ได้ผลักดัน “กิจกรรมการหมุนเวียนทรัพยากร” ที่มุ่งสู่การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและการทำให้องค์กรเป็นศูนย์โดยไม่มีของเหลือทิ้ง \*1 อย่างต่อเนื่อง ด้วยการเก็บรวบรวมสินค้าที่ใช้แล้วจากลูกค้าและนำกลับมาใช้ซ้ำ (Reuse) หรือ การรีไซเคิล (Recycle) ภายใต้แนวคิดที่ว่า “สินค้าที่ผ่านการใช้งานแล้วไม่ใช่ของเสีย แต่เป็นทรัพยากรที่มีค่าอย่างหนึ่ง” ซึ่งแนวคิดดังกล่าวถือเป็นหนึ่งในเสาหลักของการดำเนินการลดการปล่อยแก๊สเรือนกระจกในวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์โดยรวม นอกจากนี้ บริษัทกำลังขยายขอบเขตของกิจกรรมไปยัง “Inverse Manufacturing (การผลิตย้อนกลับ)” ที่มุ่งสู่การจัดทำสินค้าที่สร้างการปล่อยแก๊สเรือนกระจกน้อยตั้งแต่ขั้นตอนของการวางแผนและออกแบบ กับ “Zero Emission (ของเสียเป็นศูนย์)” ที่มุ่งสู่การคัดแยกและนำชิ้นส่วนที่ไม่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำหรือรีไซเคิลอย่างจริงจังในฐานะที่เป็นทรัพยากร บนฐานหลักของระบบ “Closed Loop System” ซึ่งทำการเก็บสินค้าที่ออกไปสู่ตลาด และนำชิ้นส่วนที่ผ่านการคัดแยกตามเกณฑ์ของการประกันคุณภาพอย่างเข้มงวดกลับมาใช้ใหม่โดยไม่ให้หมุนเวียนอยู่ในวงจรที่ปิด

นอกจากนี้ ในประเทศจีนและภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ก็มีการผลักดันให้สร้างระบบหมุนเวียนทรัพยากรและลดการปล่อยแก๊สเรือนกระจกในระดับเดียวกันกับญี่ปุ่น ภายใต้แนวคิดที่ว่าในฐานะที่เป็นบริษัทระดับโลก ต้องมีความรับผิดชอบในการลดการปล่อยแก๊สเรือนกระจกในพื้นที่ที่ดำเนินธุรกิจทั้งหมด และตั้งแต่ปี 2010 เป็นต้นมา สามารถรักษาอัตราการนำทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่ 99.5% ขึ้นไปซึ่งเป็นเป้าหมายของเสียเป็นศูนย์ในพื้นที่การขยายทั้งหมด \*2

จากนี้ไป เราจะยังคงรักษาเป้าหมายของเสียเป็นศูนย์ในพื้นที่การขยายทั้งหมดต่อไป และหมายมั่นที่จะเพิ่ม “คุณภาพ” ของการรีไซเคิล เช่น ปรับปรุงสิ่งแวดล้อมในการปฏิบัติงานของฐานการผลิตด้านการจัดการการถอดแยกชิ้นส่วน ฯลฯ และส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจน

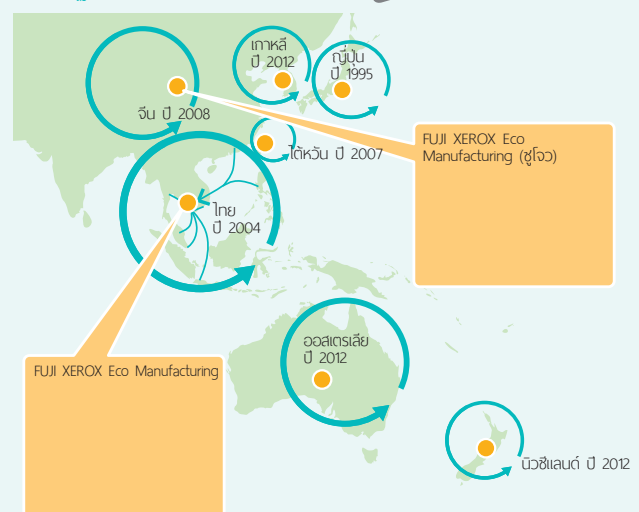
ลดการปล่อยแก๊สเรือนกระจกในระดับที่สูงขึ้นโดยการนำชิ้นส่วนและวัสดุที่สร้างการปล่อยแก๊สเรือนกระจกน้อยกลับมาใช้ซ้ำให้มากยิ่งขึ้นไปอีก

\*1 นิยาม “ของเสียเป็นศูนย์” ของบริษัท: ส่วนที่เผาผลาญหรือกลบฝังเท่ากับหรือน้อยกว่า 0.5% ของปริมาณของเสียที่เกิดขึ้นทั้งหมด

\*2 ญี่ปุ่น จีน และภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

#### [ฐานการผลิตด้านการรีไซเคิลของบริษัท]

(สลิ้มคือฐานการผลิตด้านการรีไซเคิล)



### Web

ข่าวที่เกี่ยวข้อง

เว็บไซต์ทางการของ FUJI XEROX

• ส่วนที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมของโลก <http://www.fujixerox.co.jp/company/csr/stakeholder/environment/index.html>



## การลดก๊าซ CO<sub>2</sub> ในออฟฟิศของลูกค้า

### จุดเด่นในกิจกรรมของบริษัท

บริษัท ต้องการมีส่วนร่วมทั้งในการแก้ปัญหาในออฟฟิศของลูกค้าและลดการปล่อยสิ่งแวดล้อมไปพร้อมกัน ด้วยการนำเสนอสินค้า, บริการของบริษัท และนำส่วนที่สำคัญที่สุดดังกล่าวมาดำเนินการ กล่าวคือ แนวคิด “RealGreen” ที่จะทำให้การประหยัดพลังงานมีจุดเด่นทั้งสองด้านพร้อมกัน คือ ประสิทธิภาพ

#### ผลการดำเนินกิจกรรมในปี 2014

ปริมาณก๊าซ CO<sub>2</sub> ในออฟฟิศของลูกค้าที่ช่วยลดได้เพิ่มขึ้นประมาณ 510,000 t-CO<sub>2</sub> โดยอยู่ที่ 3,210,000 ตัน สาเหตุมาจากการเพิ่มขึ้นของยอดขายของสินค้าใหม่ซึ่งมีประสิทธิภาพในประหยัดพลังงานสูงขึ้น และการเพิ่มขึ้นของยอดขายของโซลูชันที่มีประสิทธิภาพในการลดก๊าซ CO<sub>2</sub> ในระดับที่สูงขึ้น

#### สรุปภาพรวมการดำเนินกิจกรรมในปี 2015

คาดหวังว่าการรวมทั้งสองด้านไว้ด้วยกันจะกระตุ้นการเติบโตทางธุรกิจของลูกค้าและควบคุมปริมาณก๊าซ CO<sub>2</sub> ที่ปล่อยออกมา ด้วยการนำเสนอบริการด้านโซลูชันที่เป็นจุดแข็งของบริษัท และนำเสนอสินค้าที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมซึ่งโดดเด่นเหนือใครโดยสินค้าดังกล่าวบรรจุก๊าซไดออกไซด์ในการประหยัดพลังงานที่บริษัทมุ่งเป้ามาโดยตลอดไว้อย่างเต็มเปี่ยม

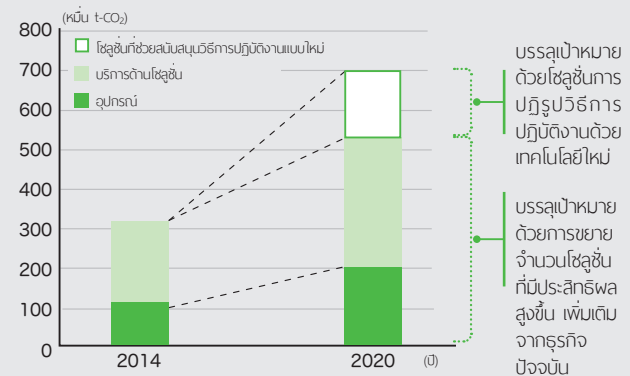
#### [แนวคิด RealGreen]



\* ค่า TEC หมายถึง ปริมาณพลังงานไฟฟ้าที่ใช้โดยวงจรตัวระหว่างระยะเวลา 1 สัปดาห์ของอุปกรณ์สำนักงาน เช่น Multi-function Machine หรือเครื่องพิมพ์ ฯลฯ เป็นต้น

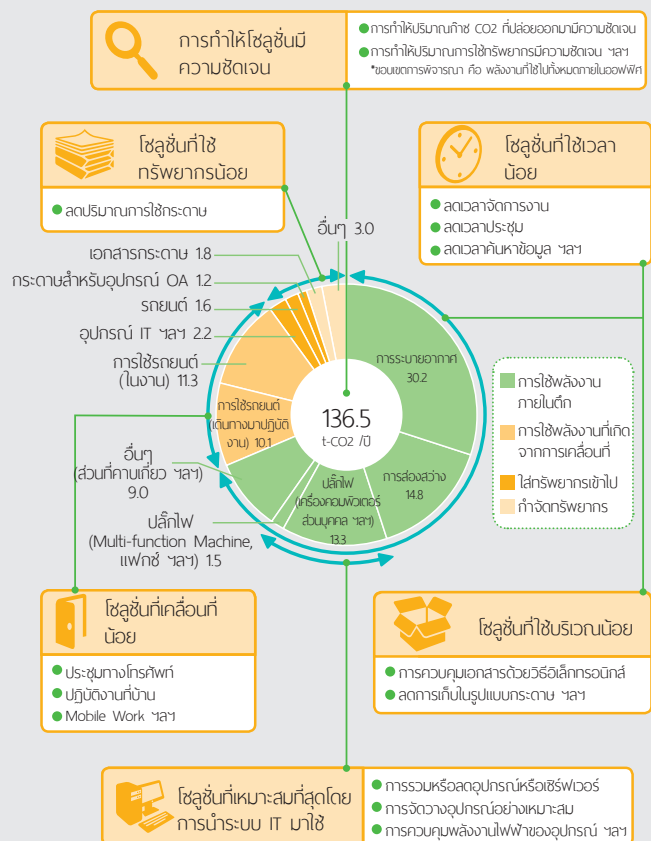
ด้านสิ่งแวดล้อมและการใช้งานได้ง่าย ซึ่งสามารถทำได้เป็นอย่างดีเป็นรูปธรรม บริษัทได้สร้างคุณค่าใหม่ซึ่งผนวกเทคโนโลยีด้านสิ่งแวดล้อมแบบองค์รวมที่เข้มงวดมาจนกระทั่งทุกวันนี้ และความตั้งใจอันแรงกล้าว่าการประหยัดพลังงานด้วยการบังคับหรือทำให้ลูกค้าเกิดความเครียดไม่ใช่ประสิทธิภาพด้านสิ่งแวดล้อมที่แท้จริง โดยบริษัทได้นำสินค้าที่พัฒนาขึ้นตามแนวคิดดังกล่าวเป็นตัวอย่างในการนำไปแก้ปัญหาลูกค้าอีกด้วย

#### [ปริมาณก๊าซ CO<sub>2</sub> ที่ลดได้ที่สถานที่ปฏิบัติงานของลูกค้า]



#### [ปริมาณการปริมาณก๊าซ CO<sub>2</sub> ที่ปล่อยออกมาโดยเฉลี่ยในออฟฟิศ (พนักงาน 50 คน)]

วิทยานิพนธ์ที่ FUJII XEROX นำเสนอใน EcoDesign 2008 Japan Symposium



## กรณีศึกษา

ระบบ Color On-Demand Publishing Systems “Versant™ 2100 Press” ของบริษัทได้รับ “รางวัลรัฐมนตรีว่าการกระทรวงเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม” ซึ่งเป็นรางวัลสูงสุดในหมวดสินค้าประหยัดพลังงาน ในการมอบรางวัล Eco-Products Awards \*1 ครั้งที่ 11 ซึ่งจัดโดย Eco-Products Awards Steering Committee



ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (ผู้ของบริษัทในงาน Eco-Products Awards)

### \*1 Eco-Products Awards

รางวัลที่ก่อตั้งขึ้นในปี 2014 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ให้สินค้าประหยัดพลังงานแพร่หลายในประเทศญี่ปุ่น ด้วยการถ่ายทอดข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า, บริการขึ้นผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงการลดการปล่อย (Eco-Products) ไปยังผู้บริโภคอย่างกว้างขวางผ่านการมอบรางวัลดังกล่าว และสนับสนุนการดำเนินการของบริษัทที่เป็นผู้จัดหาของสินค้าประหยัดพลังงาน เป็นต้น

Versant™ 2100 Press เป็นสินค้าสำหรับตลาด Entry Production ที่เริ่มจำหน่ายในเดือนพฤษภาคม ปี 2014 ในสินค้าระดับเดียวกัน ถือว่าสามารถออกแบบให้สอดคล้องกับ International ENERGY STAR Program (Ver2) \*2 ล่าสุดได้เป็นครั้งแรกในโลก ด้วยจุดเด่นทั้งสองด้านคือประสิทธิภาพในการพิมพ์ 100 แผ่นต่อ นาทีกับขนาดเล็กกระทัดรัด ทำให้ตัวเครื่องมีปริมาตรและน้ำหนักเพียงประมาณ 50% ของรุ่นก่อนหน้า และการที่น้ำหนักของเครื่องลดลง 50% นี้เองทำให้สามารถลดปริมาณก๊าซ CO<sub>2</sub> ลงได้ 3,738 kg-CO<sub>2</sub> ต่อเครื่อง นอกจากนี้ระบบหมุนเวียนทรัพยากรที่บริษัทพัฒนาอย่างต่อเนื่องเป็นเวลากว่าสิบปี กับความสามารถในการพิมพ์จำนวนชุดที่ต้องการในจังหวะเวลาที่ต้องการซึ่งถือเป็นจุดเด่นของเครื่องพิมพ์ดิจิทัล ทำให้สามารถลด ปริมาณสิ่งพิมพ์ในคลังลงได้ ในจุดที่สามารถควบคุมปริมาณกระดาษที่จะถูกกำจัดทิ้งในภายหลังได้เป็นอย่างดี ก็ทำให้ได้รับการประเมินในทางบวกเป็นอย่างมาก



พิธีมอบรางวัล Eco-Products Awards (Tokyo Big Sight)

### \*2 International ENERGY STAR Program

ระบบประหยัดพลังงานภาษาชาติของอุปกรณ์สำนักงานที่ดำเนินการใน 9 ประเทศและภูมิภาคทั่วโลก มีการกำหนดเกณฑ์ให้เป็นไปตามผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพด้านการประหยัดพลังงานขึ้นเลือกในด้านการใช้งานของผลิตภัณฑ์ พลังงานไฟฟ้าที่ใช้ขณะอยู่ใน Sleep Mode หรือปิดเครื่อง ฯลฯ จำนวน 25% แรก โดยผลิตภัณฑ์ที่ผ่านเกณฑ์ดังกล่าวจะได้รับอนุญาตให้ใช้ “โลโก้ของ International ENERGY STAR”

## การจัดหากระดาษอย่างมีความรับผิดชอบ

### จุดเด่นในกิจกรรมของบริษัท

บริษัทตระหนักว่าทรัพยากรป่าไม้ไม่เพียงแต่มีนับมากสำคัญต่อความยั่งยืนของกิจการเท่านั้นแต่ยังเป็นทรัพยากรที่ใช้ร่วมกันของโลกในนี้ทั้งในแง่ของสิ่งแวดล้อมและในแง่ของวัฒนธรรม จึงจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่จะต้องดูแลรักษาให้คงอยู่ตลอดไป ในการนี้ ต้องมีการควบคุมพื้นที่ป่าไม้อย่างยั่งยืน กำหนดกฎเกณฑ์ให้จัดหากระดาษจากบริษัทผู้ค้าที่ดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึง CSR เท่านั้น และตรวจสอบสถานการณ์การเป็นไปตามเกณฑ์ภายในที่ประชุม “คณะกรรมการจัดหากระดาษอย่างมีความรับผิดชอบ” ซึ่งมีการประชุมบริษัทที่รับผิดชอบด้านสิ่งแวดล้อมเป็นประจำ อยู่เป็นประจำ

### [เรเนียบว่าด้วยการจัดหากระดาษ]

#### หลักการกำหนดเกณฑ์การร่วมทำธุรกิจกับผู้จัดหา

1. มีการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม
2. ไม่ละเมิดสิทธิของผู้อื่นอาศัยในท้องถิ่น
3. ปฏิบัติตามจริยธรรมทางธุรกิจ (Business Ethics) อย่างเคร่งครัด

#### หลักการกำหนดเกณฑ์การจัดหากระดาษ

1. มีการควบคุมพื้นที่ป่าไม้อย่างยั่งยืน
2. การรีไซเคิลเนื้อไม้จะต้องสามารถระบุแหล่งจัดหาของกระดาษที่เป็ วัตถุได้
3. มีการตรวจสอบความปลอดภัยของสารเคมีที่ใช้
4. การผลิตกระดาษ ต้องดำเนินการด้วยกระบวนการฟอกขาวที่ไม่ใช้ สารคลอรีน
5. มีการใช้ระบบควบคุมสิ่งแวดล้อมในโรงงานที่ผลิต

### ผลการดำเนินกิจกรรมในปี 2014

ได้ตรวจสอบสถานการณ์การเป็นไปตามเกณฑ์ภายในบริษัทและข้อมูล การทำลายป่าที่ได้รับมาจาก NGO ด้านสิ่งแวดล้อมอย่างละเอียดในการ ประชุมคณะกรรมการจัดหากระดาษอย่างมีความรับผิดชอบ อีกทั้งยัง ทบทวนขั้นตอน, เกณฑ์การตัดสินใจในการตรวจสอบโรงงานของบริษัทผู้ค้า ที่เป็นผู้จัดหากระดาษ และได้มีการแก้ไขเป็นบางส่วน

### สรุปภาพรวมการดำเนินกิจกรรมในปี 2015

ดำเนินการตรวจสอบบริษัทผู้ค้าที่เป็นผู้จัดหากระดาษทั้งในและต่างประเทศ ที่จัดขึ้นเป็นประจำตั้งแต่เดือนเมษายนถึงสิงหาคม และนำผลดังกล่าวไป พิจารณาสถานการณ์การเป็นไปตามเกณฑ์ภายในบริษัทในการประชุม “คณะกรรมการจัดหากระดาษอย่างมีความรับผิดชอบ” ที่กำหนดให้มีการ จัดขึ้นในเดือนกันยายน นอกจากนี้ สำหรับการตรวจสอบประเมินหน้างาน นอกจากจะดำเนินการอย่างต่อเนื่องภายในประเทศแล้ว ยังมีกำหนดการที่ จะจัดให้มีขึ้นหลายๆครั้งในต่างประเทศอีกด้วย

## กรณีศึกษา

ในปี 2014 มีการตรวจสอบประเมินหน้างานของผู้ที่ได้รับเลือกจะเป็นบริษัทผู้ค้ารายใหม่ในประเทศ เพิ่มเติม จากบริษัทผู้ค้าที่เป็นผู้จัดหากระดาษภายในประเทศ ในการตรวจสอบประเมิน มีการตรวจสอบเอกสาร สิ่งกีดขวาง ภายในโรงงาน และภายนอกโรงงาน เช่น การรับน้ำและปล่อยน้ำลงสู่สิ่งแวดล้อม ฯลฯ อีกทั้งยังมีการแก้ไข ขั้นตอนการตรวจสอบบางส่วนเพื่อให้การตรวจสอบเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และแก้ไขเกณฑ์การตัดสินใจ บางส่วนเพื่อให้เข้าใจการปรับปรุงของบริษัทผู้ค้าได้ง่าย

สำหรับ 2 บริษัทที่ได้รับการตรวจสอบประเมิน ได้ข้อสรุปว่าทั้งผู้ผ่านเกณฑ์ที่จะร่วมทำธุรกิจกับบริษัท ผลจาก การตรวจสอบจะถูกส่งกลับไปยังบริษัทผู้ค้าที่เป็นผู้จัดหาเพื่อรักษาและเพิ่มระดับการควบคุมให้ดียิ่งขึ้น



การตรวจสอบประเมินบริษัทผู้ค้าที่เป็นผู้จัดหากระดาษ ภายในประเทศ

## Web

ข่าวที่เกี่ยวข้อง

- ข่าวที่เกี่ยวข้องกับ Sustainability Report <http://www.fujixerox.co.jp/company/public/sr2015/backnumber.html>
- มุ่งไปสู่การจัดหากระดาษอย่างยั่งยืน (ปี 2014)
- การสร้าง RealGreen สำหรับลูกค้า (ปี 2011)
- สนับสนุนการลดการปล่อยของฟฟิคด้วยธุรกิจบริการที่ปฏิวัติวงการ (ปี 2010)
- สร้างสังคมที่รู้สึกถึงความอุดมสมบูรณ์ได้อย่างแท้จริงด้วยระบบหมุนเวียนทรัพยากร (ปี 2009)

## การดำเนินการด้านพนักงาน

### ภาพลักษณ์ ที่มุ่งมั่น

สร้างสิ่งแวดล้อมที่แต่ละคนสามารถแสดงความสามารถได้อย่างเต็มที่ และปฏิบัติงานอย่างจริงจัง มีชีวิตชีวา

### แนวคิดพื้นฐานของบริษัท

ที่ FUJI XEROX เรามุ่งสร้างสิ่งแวดล้อมที่ทำให้พนักงานแต่ละคนซึ่งมีบุคลิกและประวัติการปฏิบัติงานที่หลากหลาย สามารถปฏิบัติงานได้อย่างจริงจัง มีชีวิตชีวา และรู้สึกยินดีกับการเติบโตของตนเอง ด้วยการใช้ความสามารถที่มีอยู่อย่างเต็มศักยภาพ เพื่อมุ่งไปสู่การบรรลุเป้าหมายดังกล่าว ในฐานะบริษัท ได้กระตุ้นให้พนักงานแต่ละคนสร้าง “การท้าทายต่อการเติบโตและการเปลี่ยนแปลง” ให้เป็นรูปเป็นร่าง และกลายเป็นบุคลากรที่สามารถ “คิดและปฏิบัติได้เอง” พร้อมๆ กับดำเนินกิจกรรมต่างๆ มากมาย เพื่อส่งเสริมความหลากหลาย พัฒนาบุคลากร เสริมสุขภาพกายให้แข็งแรง เป็นต้น

### ความเป็นมาของการดำเนินการ

#### สร้างวิธีปฏิบัติงานแบบใหม่

1978

- เริ่ม Morale Survey

1988

- เริ่ม New Work Way

\* เพิ่มระบบลาหยุดชั่วคราวเพื่อเลี้ยงดูบุตร หรือระบบอนุญาตให้ใช้นามสกุลเดิมได้ ฯลฯ

#### สร้างค่านิยมร่วมขึ้นมาใหม่

1998

- มีการประกาศเรื่อง “สิ่งที่พวกเราหมายมั่น” “สิ่งที่พวกเราให้ความสำคัญ” และกำหนด “การให้ความสำคัญเพื่อต่อความหลากหลาย” อย่างชัดเจน

2001

- เริ่ม Employee Motivation & Satisfaction Survey ที่บริษัทในเครือในประเทศ

#### เสริมการดำเนินการด้านการเติบโตและการปฏิรูปให้แข็งแกร่ง

2003

- นำระบบการให้ความรู้และฝึกอบรม Global Leader เข้ามาใช้อย่างจริงจัง

2009

- เริ่มขยายการดำเนินการฝึกอบรมแบบแยกระดับรวมทั้งบริษัทไปยัง FUJI XEROX และบริษัทในเครือ (ภายในประเทศ)

2012

- เพิ่มระบบที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงดูบุตรหรือดูแลสมาชิกในครอบครัว

2013

- จัดให้มีการประชุมพูดคุยในแต่ละหน่วยงานโดยใช้ผลของ Morale Survey

2014

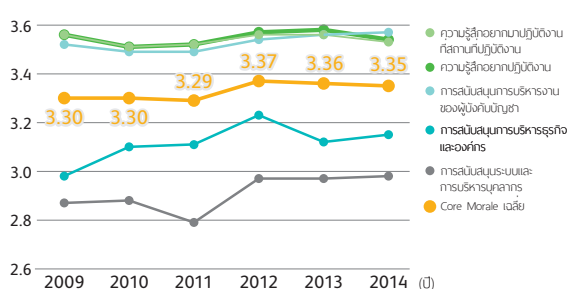
- ปรับปรุงระบบการปฏิบัติงานเพื่อมุ่งไปสู่การเสริมสร้างความแข็งแกร่งของความสามารถในการนำเสนอคุณค่าให้กับลูกค้าและเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

### มุ่งสู่การยกระดับความพึงพอใจของพนักงาน

บริษัทได้เริ่มจัด “ES Survey” ซึ่งเป็นการสำรวจความรู้สึกนึกคิดของพนักงานขึ้นเอง และหลังจากนั้นได้ขยายไปยังบริษัทในเครือและบริษัทจัดจำหน่ายภายในประเทศ บนแนวคิดที่ว่าสิ่งที่คำจวน FUJI XEROX อยู่ก็คือคน และพนักงานก็คือเป็นผู้ที่มีส่วนได้เสียที่สำคัญอย่างยิ่ง มีการวิเคราะห์ผลการสำรวจอย่างละเอียด และนำไปใช้ในฐานะที่เป็นข้อมูลที่สำคัญในการวางแผนบริหารหรือการแก้ปัญหาขององค์กร เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งในขีดความสามารถของกิจการในการมุ่งสู่การเติบโตทางธุรกิจ นอกจากนี้ ผลจากการสำรวจยังถูกส่งกลับไปยังพนักงานอีกด้วย โดยผ่านแต่ละหน่วยงานในองค์กร และจัดให้มีการอภิปรายผลการสำรวจ จัดให้มีการพูดคุยระหว่างผู้บริหารกับพนักงาน ฯลฯ เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงแก้ไขด้วยตนเอง

นอกจากนี้ที่บริษัทจัดจำหน่ายในประเทศ ก็จัดให้มีการสำรวจ “Employee Motivation & Satisfaction Survey” ขึ้นในปี 2001 เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายและการนำข้อมูลไปใช้ในลักษณะเดียวกัน จากนั้นไป จะทำให้สามารถวิเคราะห์ผลการสำรวจได้บนฐานการประเมินที่ร่วมกันด้วยการนำผลการสำรวจมาใช้ร่วมกันทั้งในประเทศและต่างประเทศ และผลักดันการดำเนินการต่างๆ เพื่อมุ่งสู่การยกระดับความพึงพอใจของพนักงานออกไปในระดับโลกต่อไป

### [การเปลี่ยนแปลงของ Core Morale (เฉพาะภายในประเทศ)]



### Commitment

ตั้งแต่ก่อตั้งมา บริษัทได้ให้ความสำคัญกับการบริหารที่ให้ความสำคัญกับคน และมุ่งสร้างให้พนักงานเติบโตและปฏิบัติงานอย่างจริงจัง มีชีวิตชีวา ส่งผลให้เชื่อมโยงไปสู่การนำเสนอคุณค่าต่อลูกค้าและสังคม

โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ปัจจุบัน การส่งเสริมความหลากหลายกลายเป็นประเด็นที่มีความสำคัญ จำเป็นต้องสร้างสิ่งแวดล้อมที่ทำให้พนักงานที่มีประวัติการปฏิบัติงานและประสบการณ์ที่หลากหลายสามารถแสดงความสามารถออกมาได้อย่างเต็มศักยภาพ ในการมุ่งไปสู่เรื่องดังกล่าว ต้องปรับปรุงวิธีการปฏิบัติงานที่เคยตั้งอยู่บนการปฏิบัติงานล่วงเวลา หรือการเข้ามาปฏิบัติงานในวันหยุด สร้างสถานที่ปฏิบัติงานที่สดชื่นและชาวต่างชาติสามารถปฏิบัติงานได้ง่าย พร้อมๆ กันสร้างสิ่งแวดล้อมที่ผู้ซึ่งมีข้อจำกัดด้านสภาพร่างกายสามารถใช้ความสามารถของตนได้อย่างเต็มที่

จากนี้ไป จะผลักดันการดำเนินการเรื่อง “การลดเวลาปฏิบัติงานโดยรวมลงไปอีก” “การเตรียมระบบให้ปฏิบัติงานได้ง่าย เพื่อส่งเสริมการแสดงความสามารถของบุคลากรที่หลากหลาย” “การส่งเสริมการยกระดับความพึงพอใจของพนักงานด้วยเทคโนโลยีการประเมินร่วมกันทั่วโลก” เพื่อเชื่อมโยงไปสู่การเสริมสร้างความแข็งแกร่งด้านความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจขององค์กรต่อไป



คุณ Toru Yamada  
กรรมการผู้ใหญ่นำกรรมการบริหาร  
FUJI XEROX



# สร้างสิ่งแวดล้อมที่บุคลากรที่หลากหลายสามารถปฏิบัติงานได้อย่างเต็มศักยภาพ

## จุดเด่นในกิจกรรมของบริษัท

ที่บริษัท เรามุ่งไปสู่ความเป็นบริษัทที่มีบุคลากรอันหลากหลาย แต่ละคนสามารถแสดงความสามารถและสร้างผลงานออกมาได้อย่างเต็มที่ ภายใต้สิ่งแวดล้อมที่เท่าเทียมและเป็นธรรม ในทางรูปธรรมแล้ว คือการสร้างบรรยากาศขององค์กรให้น่าความภูมิใจเป็นประโยชน์ สร้างคุณค่าใหม่ๆ ให้กับลูกค้าและเชื่อมโยงไปสู่การเสริมสร้างความแข็งแกร่งของความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจของบริษัท ในฐานะที่เป็น “บริษัทที่ทำให้ทุกคนแสดงความสามารถออกมาได้โดยไม่คำนึงถึงเพศ เชื้อชาติ ความพิการ อายุ” โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในด้านความมีบทบาทของพนักงานหญิง ตั้งแต่ก่อตั้งบริษัทเป็นต้นมา ได้สะท้อนความ

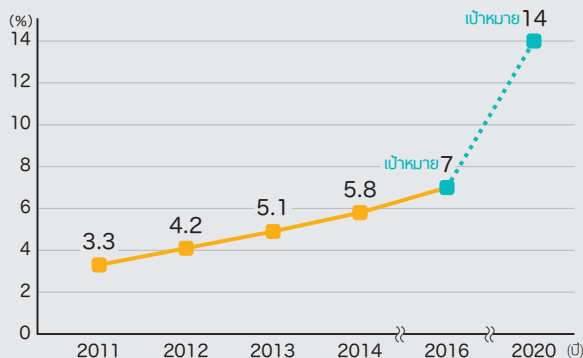
คิดเห็นของพนักงานหญิงลงไปในระบบสนับสนุนสองด้านคือทั้งงานและชีวิตส่วนตัว และผลของการส่งเสริมการดำเนินการเพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างต่อเนื่อง แม้ว่าจะแต่งงานหรือมีบุตร ทำให้เริ่มเกิดบรรยากาศในการจัดการโดยคำนึงถึงความหลากหลายเป็นเรื่องธรรมดามากขึ้นเรื่อยๆ เช่น การแบ่งหน้าที่งานใหม่โดยคำนึงถึงข้อจำกัดของพนักงานแต่ละคน ฯลฯ

นอกจากนี้ ตั้งแต่ปี 2013 เป็นต้นมา มีแนวคิดที่จะทำให้อุบัติการณ์ที่หลากหลาย เช่น พนักงานที่เข้าไปมีส่วนร่วมในการเลี้ยงดูบุตรหรือปรนนิบัติดูแลสมาชิกในครอบครัว (แก่ชราหรือเจ็บป่วย) ฯลฯ มีโอกาสแสดงความสามารถออกมาได้มากยิ่งขึ้น ด้วยการปรับปรุงแก้ไข “วิธีปฏิบัติงานที่ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ปฏิบัติงานช่วงเวลา” แบบเดิม รวมทั้งมุ่งลดเวลาปฏิบัติงานโดยรวมให้น้อยลงอีกด้วย

### ผลการดำเนินกิจกรรมในปี 2014

ในการลดเวลาปฏิบัติงานโดยรวมลงในปี 2014 ได้ดำเนินการ “ปฏิรูประบบปฏิบัติงาน” ซึ่งประกอบไปด้วย “การปฏิรูปจิตสำนึกและบรรยากาศการปฏิบัติงาน” “การดำเนินงานที่สำคัญและปฏิรูปกระบวนการปฏิบัติงาน” และ “การปรับปรุงระบบการปฏิบัติงาน” ผลลัพธ์คือเวลาปฏิบัติงานโดยรวมตลอดปีของ FUJI XEROX (เฉพาะบริษัท) ได้ลดลงมาอยู่ที่ 1,878 ชั่วโมง (ปีที่ผ่านมาคือ 1,947 ชั่วโมง) อีกทั้ง สัดส่วนของจำนวนผู้บริหารที่เป็นสตรีเพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ 5.8% แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มการมีบทบาทของบุคลากรอันหลากหลายที่กำลังเพิ่มขึ้น

### [การเปลี่ยนแปลงสัดส่วนของจำนวนผู้บริหารที่เป็นสตรี]



ส่วนเรื่องการส่งเสริมการมีบทบาทของบุคลากรสูงวัย ได้มีการสร้างระบบการจ้างกลับมาอีกครั้ง (Re-employment) ซึ่งรวมถึงบริษัทในเครือด้วย โดย ณ ปัจจุบัน เดือนมีนาคม 2015 มีพนักงานที่จ้างกลับมาอีกครั้งหลังเกษียณอายุไปแล้วถึง 991 คนปฏิบัติงานอยู่ที่ FUJI XEROX และบริษัทในเครือ

### สรุปภาพรวมการดำเนินกิจกรรมในปี 2015

มีการเตรียมสิ่งแวดล้อมเพื่อมุ่งไปสู่อนาคตอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งสร้างให้เป็นบริษัทที่พนักงานแต่ละคนสามารถแสดงบทบาทและความสามารถออกมาได้อย่างเต็มที่ ในทางรูปธรรมคือ การส่งเสริมให้ใช้วันหยุดประจำปีโดยได้รับค่าตอบแทน หรือพิจารณาขยายขอบเขตของระบบการปฏิบัติงานที่บ้านซึ่งปัจจุบันจำกัดอยู่เพียงแค่การเลี้ยงดูบุตรหรือปรนนิบัติดูแลสมาชิกในครอบครัว นอกจากนี้ ยังดำเนินการสำรวจระบบต่างๆ ที่สนับสนุนพนักงานซึ่งปรนนิบัติดูแลสมาชิกในครอบครัว (แก่ชราหรือเจ็บป่วย) และปรับปรุงการบริหารงานบนพื้นฐานของผลการสำรวจดังกล่าว

สำหรับการส่งเสริมการมีบทบาทของบุคลากรสูงวัย ไม่เพียงแต่นำเสนอเวทีสำหรับพิจารณาเส้นทางอาชีพเท่านั้น แต่ยังได้ผลักดันให้มีการนำเอาระบบการจ้างกลับมาอีกครั้งซึ่งรวมถึงบริษัทในเครือเข้ามาใช้โดยมีขอบข่ายของสถานที่บรรจุเข้าต้นสังกัดของบริษัทในเครือแต่ละแห่งเพื่อเพิ่มการหมุนเวียนของบุคคลระหว่าง FUJI XEROX กับบริษัทในเครือ

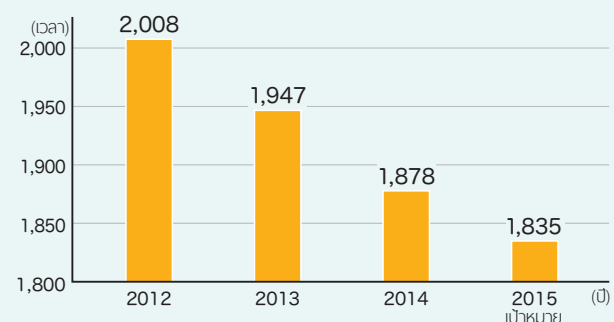
ส่วนการส่งเสริมการมีบทบาทของสตรี เพิ่มเติมจากการพัฒนาพนักงานหญิงอย่างจริงจังก็คือความพยายามที่จะมุ่งเน้นเฉพาะความตระหนักในการมุ่งหวังไปสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้น ควบคู่กับการผลักดันมาตรการในการสนับสนุนเรื่องความหลากหลายของระดับบริหารไปพร้อมๆ กัน

## กรณีศึกษา

ปี 2014 เป็นปีที่มีการปรับปรุงระบบเวลาปฏิบัติงานในช่วงเวลายืดหยุ่น (Flex Time) แบบเดิม โดยนำ “ระบบเวลาแบบร่วมมือกันปฏิบัติงาน” เข้ามาใช้ จุดมุ่งหมายคือการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานเป็นต้นด้วยการที่พนักงานทุกคน “ร่วมมือกันปฏิบัติงาน” โดยไม่คำนึงถึงประเภทงานหรือสังกัด เช่น หน่วยงานขาย พัฒนา หรือเจ้าหน้าที่ของสำนักงานใหญ่ ฯลฯ ใน “ระบบเวลาแบบร่วมมือกันปฏิบัติงาน” จะมีการกำหนดเวลาปฏิบัติงานในช่วงเวลาชั่วโมงหลัก (Core Time) ร่วมกันทั้งบริษัท (9-15 น.) ส่วนพนักงานที่ต้องเกี่ยวข้องกับการเลี้ยงดูบุตรหรือปรนนิบัติดูแลสมาชิกในครอบครัว (แก่ชราหรือเจ็บป่วย) ไม่ว่าจะเป็นชายหรือหญิง จะได้รับการลดเวลาปฏิบัติงานหลักลงมาอยู่ที่ “10.30 - 15 น.” นอกจากนี้ยังมีกฎห้ามปฏิบัติงานล่วงเวลาหลัง 20 นาฬิกา และส่งเสริมให้มีการเลื่อนไปปฏิบัติงานในตอนเช้าแทน อีกทั้ง ยังควบคู่ไปกับการปรับปรุงระบบการปฏิบัติงานอีกด้วย ยังมีการนำระบบการปฏิบัติงานที่บ้านมาใช้กับพนักงานที่ต้องเกี่ยวข้องกับการเลี้ยงดูบุตรหรือปรนนิบัติดูแลสมาชิกในครอบครัว (แก่ชราหรือเจ็บป่วย) อีกทั้งยังทำให้วิธีปฏิบัติงานมีความยืดหยุ่นมากขึ้น เช่น ขณะ

ปฏิบัติงานอยู่ที่บ้าน กำหนดให้ใช้ระบบการปฏิบัติงานในช่วงเวลายืดหยุ่น (Flex Time) ที่ไม่มีการปฏิบัติงานในช่วงเวลาชั่วโมงหลัก (Core Time) เป็นต้น

### [การเปลี่ยนแปลงของเวลาปฏิบัติงานโดยรวมตลอดปี FUJI XEROX (เฉพาะบริษัท)]



## การพัฒนาบุคลากรที่สามารถคิดและปฏิบัติได้เอง

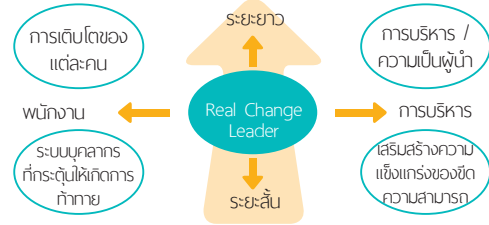
### จุดเด่นในกิจกรรมของบริษัท

บริษัทฯ มีการพัฒนาบุคลากรที่กระตุ้นให้พนักงานแต่ละคนแสดงบทบาทในเรื่อง “การท้าทายต่อการเติบโตและการเปลี่ยนแปลง” เพื่อเป็น “บุคลากรที่สามารถคิดและปฏิบัติได้เอง” สำหรับรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อมของธุรกิจและตลาด และสร้างคุณค่าในระดับสูงอย่างต่อเนื่อง

ในการนี้ ได้สนับสนุนการพัฒนาเส้นทางอาชีพที่ทำให้พนักงานแต่ละคนเพิ่มขีดความสามารถของตนเอง (Competency) และสามารถรับรู้ถึงการเติบโตของตน พร้อมกันดำเนินการต่างๆ เช่น การฝึกอบรมด้านการจัดการเพื่อมุ่งไปสู่การปฏิรูปบรรยากาศการปฏิบัติงานขององค์กร การฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งของทักษะการแก้ปัญหา (ต่อไปนี้จะเรียกว่า “การฝึกอบรมเรื่องการแก้ปัญหา”) และการฝึกอบรมบุคลากรที่สามารถรองรับการขยายธุรกิจไปยังทั่วโลก เป็นต้น

#### การพัฒนาบุคลากร

บุคลากรที่แสดงบทบาทในเรื่อง “การท้าทายต่อการเติบโตและการเปลี่ยนแปลง” และ “สามารถคิดและปฏิบัติได้เอง” เพื่อบรรลุเป้าหมายดังกล่าว



#### ผลการดำเนินกิจกรรมในปี 2014

ปี 2014 ได้รับการฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งของทักษะการจัดการ โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือระดับผู้จัดการ (Manager) ที่เป็หัวใจสำคัญในการปฏิรูปบรรยากาศการปฏิบัติงานขององค์กร

จากผลการวิเคราะห์ความสามารถที่ต้องการของผู้จัดการแยกตามระดับงาน ทำให้ทราบว่าต้องเน้นเสริมความสามารถด้าน “จิตสำนึกเรื่องการปฏิรูป” “ทักษะในการตัดสินใจ” “ทักษะการพัฒนาผู้ใต้บังคับบัญชา” ฯลฯ ซึ่งถูกกำหนดให้เป็นทักษะที่สำคัญ

นอกจากนี้ ในฐานะที่การฝึกอบรมการแก้ปัญหาถือเป็นการฝึกทักษะพื้นฐานเพื่อทำให้สามารถแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้ด้วยตนเอง จึงไม่เพียงแต่จะขยายการฝึกอบรมการแก้ปัญหาดังกล่าวภายในประเทศเท่านั้น แต่ยังเริ่มขยายไปยังต่างประเทศอีกด้วย

อีกทั้ง ยังเร่งการพัฒนาบุคลากรที่สามารถรับมือกับกระแสโลกาภิวัตน์ของตลาด เช่น เพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ที่ส่งไปฝึกอบรมการปฏิบัติงานในต่างประเทศ เป็นต้น

#### สรุปภาพรวมการดำเนินกิจกรรมในปี 2015

ในปี 2015 ก็ยังคงเน้นการพัฒนาบุคลากรโดยมุ่งไปสู่ “บุคลากรที่สามารถคิดและปฏิบัติได้ด้วยตนเอง”

การฝึกอบรมเพื่อเสริมทักษะด้านการจัดการได้เริ่มขึ้นอย่างจริงจังภายใต้แผน 3 ปีนับจากปี 2015 โดยจะมุ่งไปสู่การปฏิรูปบรรยากาศการปฏิบัติงานของทั่วทั้งบริษัทด้วยการปฏิรูปจิตสำนึกของผู้จัดการทุกคน ส่วนการเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับทักษะการแก้ปัญหาและทักษะการรับมือกับกระแสโลกาภิวัตน์ก็ยังคงดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ในปี 2015 จะผลักดันการยกระดับทักษะการรับมือกับกระแสโลกาภิวัตน์ของแต่ละองค์กรภายในประเทศญี่ปุ่นด้วยการขยายผลการฝึกอบรมการแก้ปัญหาไปยังบริษัทในเครือในต่างประเทศ และกระตุ้นการหมุนเวียนพนักงานที่เป็นชาวต่างประเทศเข้ามายังสถานที่ปฏิบัติงานในประเทศญี่ปุ่นให้มากยิ่งขึ้น ฯลฯ ต่อไป

### กรณีศึกษา

#### การฝึกอบรมเรื่องการแก้ปัญหา

บริษัทได้ดำเนินการฝึกอบรมด้านทักษะการแก้ปัญหา โดยวางตำแหน่งของทักษะดังกล่าวว่าเป็นทักษะพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับพนักงานทุกคนเพื่อมุ่งไปสู่การพัฒนา “บุคลากรที่สามารถคิดและปฏิบัติได้ด้วยตนเอง”

ในการฝึกอบรมเรื่องการแก้ปัญหา ได้ใช้โปรแกรมการฝึกอบรมเฉพาะตัวของบริษัท เพื่อทำให้เข้าใจอย่างลึกซึ้งว่า “การแก้ปัญหาคืออะไร” มีการเตรียมงานจำลองที่ใช้ของเล่นที่เป็นตัวต่อสำหรับประกอบ ฯลฯ ให้ผู้ฝึกอบรมได้สัมผัสกระบวนการปรับปรุงงานดังกล่าวไปพร้อมๆ กับดึงเอาความรู้ของทุกคนในการสร้างมาตรการปรับปรุงในแบบของตนเองออกมา

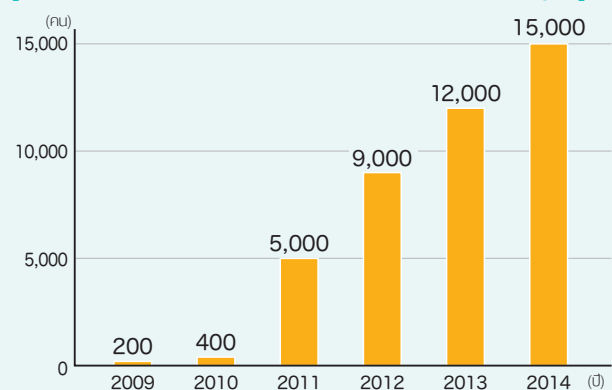
ในการฝึกอบรมนี้ จะมีการเรียนรู้พื้นฐานการแก้ปัญหาผ่านกระบวนการที่ต่อเนื่อง กล่าวคือ เริ่มจากปัญหาที่เกิดขึ้น จากนั้น ใช้เครื่องมือ เช่น Logic Tree หรือ Fishbone Diagram ด้าน QC ฯลฯ มาคลี่คลายระบบ (กลไก) อย่างมีตรรกะ (ความมีเหตุมีผล) ระบุประเด็นที่เป็นปัญหาและดำเนินการมาตรการปรับปรุงแก้ไข

การฝึกอบรมนี้ได้จัดให้มีขึ้นโดยผนวกเข้ากับการฝึกอบรมพนักงานใหม่หรือการฝึกอบรมแยกตามระดับงาน ที่ผ่านมามีพนักงานกว่า 15,000 คนได้ผ่านการฝึกอบรมนี้ ในปี 2014 ก็ได้จัดให้มีการฝึกอบรมนี้ขึ้นในต่างประเทศ และจากนี้ไปจะขยายการฝึกอบรมไปยังต่างประเทศอย่างจริงจัง

นอกจากนี้ ยังมีการแทรกการฝึกอบรมนี้ในระบบ Internship สำหรับนักเรียน อีกทั้งยังมีการแนะนำให้บริษัทอื่นด้วย กลายเป็นการดำเนินการที่ไม่จำกัดเฉพาะภายในบริษัทเท่านั้น



[สถานการณ์การขยายผลการฝึกอบรมเรื่องการแก้ปัญหา]



#### Web

ข่าวที่เกี่ยวข้อง

● เว็บไซต์ที่เป็นทางการของ FUJI XEROX

• เรื่องที่เกี่ยวข้องกับพนักงาน <http://www.fujixerox.co.jp/company/csr/stakeholder/employee/index.html>

# การดำเนินการด้านบริษัทคู่ค้า

## ภาพลักษณ์ ที่มุ่งมั่น

มุ่งสู่การเสริมสร้างความแข็งแกร่งของห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันสูง โดยตั้งอยู่บนฐานของแนวคิด Supplier Engagement ภายใต้จิตวิญญาณของการอยู่ร่วมกันและก้าวหน้าไปด้วยกันกับบริษัทคู่ค้า

### แนวคิดพื้นฐานของบริษัท

- บริษัทช่วยเหลือและสร้างประโยชน์ให้กับสังคมโลกด้วยการแก้ปัญหาสังคม เช่น สิ่งแวดล้อม สิทธิมนุษยชน แรงงาน จริยธรรมทางธุรกิจ โดยคำนึงถึงด้าน CSR เช่น สิ่งแวดล้อม สังคม บรรษัทภิบาล (Corporate Governance) ฯลฯ เพิ่มเติมจากด้านเศรษฐกิจ เช่น การเงิน ฯลฯ
- บริษัทวางตำแหน่งให้บริษัทคู่ค้าเป็น “หุ้นส่วนที่แบ่งปันปรัชญาทางธุรกิจและนโยบาย” บริษัทกับบริษัทคู่ค้ามีการแบ่งปันค่านิยมเกี่ยวกับ CSR ระหว่างกัน ปรีกษาหรือเรื่องความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม สิทธิมนุษยชน แรงงาน จริยธรรมทางธุรกิจเพื่อลดความเสี่ยงดังกล่าวลงให้เหลือน้อยที่สุด สร้างความสัมพันธ์แบบอยู่ร่วมกันและก้าวหน้าไปด้วยกัน โดยมีเป้าหมายในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของทั้งสองฝ่ายให้สูงขึ้น และผลักดันกิจกรรมการจัดหาตามแนวคิดด้าน CSR ให้คืบหน้าไปทั่วโลก

### ความเป็นมาของการดำเนินการ

#### เริ่มการจัดหาตามแนวคิด CSR

2007

- เริ่มการจัดหาตามแนวคิด CSR กับบริษัทคู่ค้าวัสดุหลักๆ ในญี่ปุ่น จีนและเกาหลี เริ่มต้นจากด้านวัสดุ การประชุมชี้แจงและสัมมนาพิเศษด้าน CSR การแจกเอกสาร Self Check และกิจกรรมสนับสนุนการปรับปรุงแก้ไข

2008

- เริ่มการตรวจเยี่ยมบริษัทคู่ค้าโดยทีมผู้เชี่ยวชาญ ขยายขอบข่ายของการจัดหาตามแนวคิด CSR ไปยังด้านการขนส่งภายในประเทศ

#### การจัดหาตามแนวคิด CSR เป็นที่ยอมรับ

2010

- จัดการสัมมนา CSR ให้กับผู้บริหารระดับสูงของบริษัทคู่ค้า
- การปรับปรุงการหมุนวงจร PDCA ของกิจกรรมการจัดหาตามแนวคิด CSR ในด้านวัสดุทั้งภายในและต่างประเทศ และแผนงานด้านการขนส่งภายในประเทศ เริ่มเป็นที่ยอมรับ

2008

- กำหนดหลักเกณฑ์การร่วมทำธุรกิจกับบริษัทคู่ค้าซึ่งเป็นผู้จัดหากระดาษ
- เริ่มเยี่ยมเยียนฐานการผลิตทั้งหมดของบริษัทคู่ค้าซึ่งเป็นผู้รับผลิตซองการจัดหาที่ตั้งอยู่ในประเทศจีน

#### เสริมสร้างความแข็งแกร่งของการจัดหาตามแนวคิด CSR

2013

- ขยายและเสริมสร้างความแข็งแกร่งของการดำเนินการจัดหาตามแนวคิด CSR ในต่างประเทศ (จีน, แผนงานด้านการขนส่ง)
- เริ่มรับมือกับปัญหาเรื้อรังที่อยู่ภายใต้ข้อขัดแย้ง สะท้อนแนวทางการแก้ปัญหาไปใน “นโยบายพื้นฐานของการร่วมทำธุรกิจการจัดซื้อ”

\* เรื้อรังที่อยู่ภายใต้ข้อขัดแย้ง: แร่ที่ถูกมองว่ามีปัญหา เช่น เงินทุนที่ได้จากการขุดแร่ถูกนำเข้ามาใช้ในเรื่องที่ดินมนุษยธรรม หรือมีการละเมิดสิทธิมนุษยชนที่สำนักงานการยุติ ปัจจุบัน แร่ 4 ประเภทที่ขุดได้จากภูมิภาคแอฟริกาทางคือ แกนทาลัม ทองแดง ดีบุก และทอง จัดว่าเป็นแร่ที่อยู่ภายใต้ข้อขัดแย้ง

2014

- เริ่มการจัดหาตามแนวคิด CSR ที่เวียดนาม

ในการดำเนินการจัดหาตามแนวคิด CSR มีการสนับสนุนกิจกรรมการปรับปรุงแก้ไขซึ่งได้รับการยอมรับและมีประสิทธิภาพสูงของบริษัทคู่ค้า ด้วยการจัดให้มีการประชุมชี้แจงหรืองานสัมมนาผู้บริหารระดับสูง การขยายผล Management Guideline และ CSR Self Checklist และการตรวจเยี่ยมกิจการ ฯลฯ

### Commitment

การเสริมความสัมพันธ์กับบริษัทคู่ค้าให้แข็งแกร่งผ่านกิจกรรมการจัดหาตามแนวคิด CSR ที่สั่งสมมาจวบจนถึงวันนี้ เริ่มแสดงให้เห็นผลโดยปัญหาการส่งชิ้นส่วนล่าช้ากว่ากำหนดหรือปัญหาสายการผลิตหยุดที่มีสาเหตุจากบริษัทคู่ค้าลดลงเป็นอย่างมากในหลายปีที่ผ่านมา มีการนำเอากระบวนการปฏิบัติงานและองค์ความรู้ (Knowhow) ที่ได้ผลดีที่สุดในเซินเจิ้น (Shenzhen) ประเทศจีน มาขยายผลต่อในฐานการผลิตอื่นในต่างประเทศ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้สูงขึ้น

คุณ Tomoyuki Matsuura  
กรรมการบริหาร หัวหน้า  
สายงานการจัดหา  
FUJI XEROX





## การขยายการจัดหาตามแนวคิด CSR

### จุดเด่นในกิจกรรมของบริษัท

บริษัทเชื่อว่าการยกระดับความสามารถเชิงแข่งขันของห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) การทำให้บริษัทคู่ค้าเข้าใจในสำคัญของการจัดหา CSR และปรับปรุงแก้ไขอย่างต่อเนื่องเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง มีการสื่อสารกับทุกคนตั้งแต่ผู้บริหารระดับสูงไปจนถึงระดับปฏิบัติการตามภาคปฏิบัติของบริษัทคู่ค้าอย่างใกล้ชิด เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับความสำคัญและความจำเป็นของ CSR และยกระดับการดำเนินการด้าน CSR ของห่วงโซ่อุปทานโดยรวม

### [กลไกการประเมิน CSR]

#### Self Check

ให้บริษัทคู่ค้าตรวจสอบสถานการณ์การดำเนินการที่เกี่ยวกับ CSR ด้วยตนเองบนพื้นฐานของ Self Checklist ที่บริษัทเป็นผู้จัดทำ และรายงานให้บริษัททราบ รวมทั้งบริษัทคู่ค้าต้องจัดทำและปฏิบัติตามแผนการปรับปรุงแก้ไขด้วยตนเอง

#### การตรวจเยี่ยมโดยผู้รับผิดชอบด้านการจัดหา

ขณะที่ตรวจเยี่ยมบริษัทคู่ค้า ผู้รับผิดชอบด้านการจัดหาของบริษัทจะตรวจสอบความผิดปกติหรือความขัดแย้งตามข้อเท็จจริงที่ตรงไปตรงมาและแจ้งให้ทีมผู้เชี่ยวชาญทราบ (ปัจจุบัน ดำเนินการที่ประเทศจีน)

#### การตรวจเยี่ยมโดยทีมผู้เชี่ยวชาญ

ตรวจสอบหน้างานของบริษัทคู่ค้าโดยทีมผู้เชี่ยวชาญซึ่งประกอบด้วยผู้รับผิดชอบด้านการจัดหา งานบุคคล ธุรการ กฎหมายและ CSR ของบริษัท และนำไปสู่การปรับปรุงแก้ไขผ่านการพูดคุยกับบริษัทคู่ค้า

ถ้าให้ประเมินก็ต้องปรับปรุงแก้ไขอย่างต่อเนื่องและใช้ร่วมกัน

### ผลการดำเนินกิจกรรมในปี 2014

ในปี 2014 มีการเสริมสร้างความแข็งแกร่งของการดำเนินการในต่างประเทศซึ่งมีฐานการผลิตหลักอยู่ต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา ในบรรดาการดำเนินการดังกล่าว ได้เน้นการสื่อสารกับผู้บริหารระดับสูงของบริษัทคู่ค้า และได้จัดให้มีการสัมมนากับผู้บริหารระดับสูงของบริษัทคู่ค้าที่ฐานการผลิตหลายแห่ง

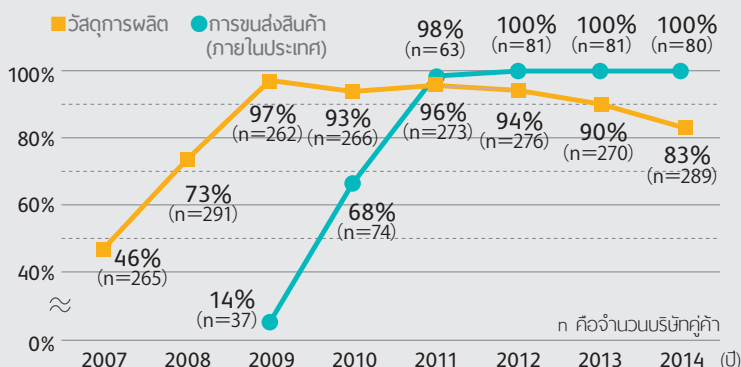
#### การเสริมสร้างความแข็งแกร่งของการดำเนินการในต่างประเทศ

ในด้านวัสดุ การให้คำปรึกษาเรื่องการปรับปรุงแก้ไขแก่บริษัทคู่ค้าโดย “ทีมผู้เชี่ยวชาญการตรวจเยี่ยม” ซึ่งประกอบด้วยผู้รับผิดชอบด้านการจัดหา งานบุคคล ธุรการ กฎหมายและ CSR ของบริษัท FUJI XEROX เซ็นจิน เริ่มได้ผลมากยิ่งขึ้น จึงได้ขยายจำนวนครั้งของการจัดให้มีการตรวจเยี่ยมโดยทีมผู้เชี่ยวชาญการตรวจเยี่ยม และเสริมสร้างความแข็งแกร่งด้านระบบของทีมผู้เชี่ยวชาญการตรวจเยี่ยมเพื่อรองรับการขยายขอบเขตงานในจากนี้ไป

ในแผนงานด้านการขนส่ง สำหรับบริษัทคู่ค้าในต่างประเทศ ได้ชี้แนะบริษัทคู่ค้าที่มีอัตราความสอดคล้องกับ Self Check ในปีที่ผ่านมาในระดับต่ำให้ปรับปรุงแก้ไข และจาก Self Check ในปี 2014 ปรากฏว่าบริษัทคู่ค้าในต่างประเทศที่มีอัตราความสอดคล้องกับหัวข้อที่สำคัญอย่างยิ่งวัดตั้งแต่ 90% ขึ้นไปมีจำนวนเกินกว่า 90% ของเป้าหมาย

ในแผนงานด้านวัสดุทางอ้อม ได้เริ่มมีการตรวจเยี่ยมโดยทีมผู้เชี่ยวชาญด้านการตรวจเยี่ยมไปยังผู้ให้บริการ (Service Provider) ที่ทำหน้าที่สนับสนุนการบริหารฐานการผลิตที่ FUJI XEROX เซ็นจิน

### [การเปลี่ยนแปลงสัดส่วนของบริษัทคู่ค้าที่บรรลุเป้าหมาย 90% ของหัวข้อที่สำคัญอย่างยิ่งยวด]



ปี 2014 เป็นปีที่เกณฑ์ความสอดคล้องของบริษัทคู่ค้าด้านวัสดุการผลิตลดลงต่ำกว่าปีที่ผ่านมา คาดว่าหนึ่งในสาเหตุน่าจะมาจากการที่สถานการณ์การดำเนินการของบริษัทคู่ค้ายังไม่ถึงระดับของ CSR Self Checklist ที่มีการปรับปรุงให้เข้มข้นขึ้นในปี 2014 จากนี้ไป บริษัทจะเสริมสร้างความแข็งแกร่งของการสนับสนุนการปรับปรุงแก้ไขอย่างต่อเนื่องของบริษัทคู่ค้า เพื่อกลับไปสู่เกณฑ์ความสอดคล้องก่อนการแก้ไขโดยเร็ว และมุ่งไปสู่การบรรลุเป้าหมายที่สูงยิ่งขึ้นไปอีก (สัดส่วนของจำนวนบริษัทคู่ค้าที่มีอัตราความสอดคล้องในหัวข้อที่สำคัญอย่างยิ่งยวดตั้งแต่ 90% ขึ้นไปเท่ากับ 100% เป็นต้น)

### การสื่อสารกับผู้บริหารระดับสูงของบริษัทคู่ค้า

ในเดือนสิงหาคมและกันยายน ปี 2014 ได้มีการจัดให้มีการ “สัมมนาผู้บริหารระดับสูงของบริษัทคู่ค้า” โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือผู้บริหารระดับสูงของบริษัทคู่ค้าด้านวัสดุสำคัญ ที่ประเทศญี่ปุ่นและจีน (เซ็นจิน, เซียงไฮ้) มีการแชร์ข้อมูลร่วมกันเรื่องแนวโน้มของ CSR ในจากนี้ไป ความสนใจจากสังคมที่เพิ่มสูงขึ้นและประเด็นที่ควรเสริมสร้างให้แข็งแกร่งของนโยบายการจัดหาตามแนวคิด CSR ของบริษัท

### สรุปภาพรวมการดำเนินกิจกรรมในปี 2015

การเรียกร้องให้เสริมสร้างความแข็งแกร่งของการดำเนินการด้าน CSR (โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องปัญหาสิทธิมนุษยชน ฯลฯ) โดย NGO ในประเทศตะวันตกและองค์การนานาชาติเริ่มเพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด จากสถานการณ์ระหว่างประเทศดังกล่าว การดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อม สิทธิมนุษยชน แรงงานและจริยธรรมทางธุรกิจในฐานะการผลิตของบริษัท ก็ต้องมีการตรวจสอบสถานการณ์ในเรื่องดังกล่าวใหม่ หากมีปัญหาดังกล่าวต้องรีบผลักดันให้มีการปรับปรุงแก้ไขที่คืบหน้าไป

นอกจากนี้ ได้กำหนดพื้นที่สำหรับแบ่งปันสิ่งที่เรียนรู้จากกิจกรรมต่างๆ เช่น งานแรงงานในฐานะการผลิตของบริษัท การควบคุมสิ่งแวดล้อม การพัฒนาบุคลากร ฯลฯ ให้กับบริษัทคู่ค้าผ่านกิจกรรมการจัดหาตามแนวคิด CSR และเสริมสร้างความแข็งแกร่งของการจัดหาตามแนวคิด CSR บนพื้นฐานของความไว้วางใจซึ่งกันและกันกับบริษัทคู่ค้า เพื่อสร้างห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ที่เข้มแข็งยิ่งขึ้น การทำเช่นนี้จะช่วยให้สามารถมุ่งไปสู่การสร้างการผลิตที่มีเสถียรภาพและหยั่งรากลึกไปยังท้องถิ่น ผ่านการจัดการ CSR ของฐานการผลิตและการจัดหาตามแนวคิด CSR ที่กำหนดต่อบริษัทคู่ค้าได้



ถ่ายรูปด้านล่างเพื่อตรวจสอบเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง



บรรยากาศการปฏิบัติงานของ FUJI XEROX โฮวอ

## กรณีศึกษา ①

### การเริ่มต้นการจัดหาตามแนวคิด CSR ที่เวียดนาม

ในเดือนพฤศจิกายน ปี 2014 บริษัทได้จัดให้มีการ “สัมมนาผู้บริหารระดับสูงของบริษัทคู่ค้า” ขึ้นเป็นครั้งแรกที่เวียดนาม โดยเชิญผู้บริหารระดับสูงของบริษัทคู่ค้า (แขนงงานด้านวัสดุ ขนส่งและวัสดุทางอ้อม) ในบริเวณรอบเมืองไฮฟองจำนวน 40 บริษัทมาเข้าร่วม ถือเป็นการเริ่มต้นการจัดหาตามแนวคิด CSR อย่างเป็นทางการในประเทศเวียดนาม การจัดให้มีการสัมมนาในแขนงงานด้านวัสดุ ขนส่งและวัสดุทางอ้อมพร้อมกันก็ถือเป็นครั้งแรกของบริษัทเช่นกัน บริษัทได้แบ่งปันความเป็นมาของการให้ความสำคัญกับการจัดหาตามแนวคิด CSR วัตถุประสงค์ กระบวนการของกิจกรรม ฯลฯ มีการขอความร่วมมือให้ดำเนินการ Self Check จากนั้นไปก็จะดำเนินกิจกรรมการปรับปรุงแก้ไขด้วยการหมุนวงจร PDCA อย่างต่อเนื่องทั้งในญี่ปุ่น จีนและเวียดนามไปพร้อมๆ กัน

อีกทั้ง ยังมีการให้ความรู้ด้าน CSR แก่นักงานของ FUJI XEROX ไฮฟองควบคู่กันไป และมีการฝึกอบรมภาคปฏิบัติของผู้ส่งเสริมการจัดหาตามแนวคิด CSR รวมทั้งได้ลงตรวจสอบสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยและสุขอนามัยด้านแรงงาน เช่น สายการผลิต โรงอาหาร ฯลฯ ของบริษัทคู่ค้าหลายแห่งตามจริง จากนั้น มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม สิทธิมนุษยชน แรงงาน และจริยธรรมทางธุรกิจของการบริหารโรงงานในพื้นที่ไฮฟองและวิธีรับมือกับความเสี่ยงดังกล่าว



## กรณีศึกษา ②

### การรับมือกับปัญหาแร่ที่อยู่ภายใต้ข้อขัดแย้ง

ในเดือนพฤษภาคม ปี 2014 บริษัทจดทะเบียนภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ของอเมริกา (SEC) ได้รายงานผลการตรวจสอบแหล่งที่มาของแร่ในปี 2013 ต่อ SEC บนพื้นฐานของกฎหมายปฏิรูปกฎระเบียบด้านการเงินของสหรัฐอเมริกา (Dodd Frank Act) จากนั้นมา ทุกปี บริษัทจดทะเบียนภายใต้การกำกับดูแลของ SEC มีหน้าที่รายงานรายละเอียดดังกล่าว

แม้บริษัทจะไม่ใช่นักขุดที่จดทะเบียนภายใต้การกำกับดูแลของ SEC แต่เพื่อเป็นการให้ความร่วมมือต่อการตรวจสอบของลูกค้าที่เป็นบริษัทจดทะเบียนภายใต้การกำกับดูแลของ SEC หลายบริษัท อีกทั้งเพื่อตรวจสอบการมีอยู่หรือแทรกแซงของกลุ่มติดอาวุธในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ของบริษัทให้ชัดเจน บริษัทได้จัดให้มีการตรวจสอบแหล่งที่มาของแร่ตั้งแต่ปี 2013 เป็นต้นมา อัตราการตอบกลับจากบริษัทคู่ค้าลำดับที่ 1 ได้เพิ่มจากปีที่ผ่านมาจาก (87.5%) มาเป็น 92.4% และผลการตรวจสอบทำให้ระบุได้ว่ามีโรงกลั่นแร่ 211 แห่งอยู่ใน ห่วงโซ่อุปทานของบริษัท \*1 ในบรรดาโรงกลั่นแร่ดังกล่าว มีจำนวน 132 โรงที่ยืนยันแล้วว่าได้รับการรับรองว่าปลอดความขัดแย้งจากโปรแกรมของ CFSI \*3 ของ EICC\*2 จากข้อมูลปัจจุบัน ณ เดือนมิถุนายน ปี 2015 นอกจากนี้ยังไม่พบข้อมูลการมีอยู่หรือแทรกแซงของกลุ่มติดอาวุธใดๆ

บริษัทตระหนักว่าปัญหาแร่ที่อยู่ภายใต้ข้อขัดแย้งถือเป็นปัญหาสิทธิมนุษยชนที่ร้ายแรง และได้ประกาศอย่างชัดเจนว่าจะจัดการกับปัญหาแร่ที่อยู่ภายใต้ข้อขัดแย้งอย่างตรงไปตรงมาในนโยบายพื้นฐานของการร่วมทำธุรกิจการจัดซื้อ อีกทั้ง บริษัทยังเข้าร่วมใน “การประชุมพิจารณาการจัดหาแร่อย่างมีความรับผิดชอบ” ของ JEITA \*4 เพื่อพิจารณามาตรการที่สมเหตุสมผลและมีประสิทธิภาพร่วมกับบริษัทอื่นๆ ในการไม่ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการละเมิดสิทธิมนุษยชน การตรวจสอบตั้งแต่ปี 2015 เป็นต้นไป บริษัทคาดหวังว่าจะสามารถเพิ่มอัตราและความถูกต้องแม่นยำของการตอบแบบสอบถามให้สูงขึ้นไปอีก

\*1 จำนวนโรงกลั่นแร่ที่ตรวจสอบแล้วว่าอยู่ในห่วงโซ่อุปทานของบริษัทจากจำนวนโรงกลั่นแร่มาตรฐานที่ระบุใน Template การสำรวจในปี 2014 รวมแล้ว 4 ประเภทที่เข้าข่าย (แทนทาลัม ทังสเตน ดีบุก และทอง)

\*2 EICC = Electronic Industry Citizenship Coalition

\*3 CFSI = Conflict Free Sourcing Initiative

\*4 JEITA = Japan Electronics and Information Technology Industries Association

## Web

ข่าวที่เกี่ยวข้อง

- นโยบายพื้นฐานของการร่วมทำธุรกิจการจัดซื้อของ FUJI XEROX และบริษัทในเครือ <http://www.fujixerox.co.jp/company/policy/purchase.html>
- ข่าวที่เกี่ยวข้องกับ Sustainability Report <http://www.fujixerox.co.jp/company/public/sr2015/backnumber.html>
  - เริ่มต้นการตรวจเยี่ยมบริษัทคู่ค้าในประเทศจีนโดยผู้รับผิดชอบด้านการจัดหา (ปี 2013)
  - ร่วมมือกันยกระดับข้ามขอบเขตของประเทศและบริษัท - การจัดหาตามแนวคิด CSR ที่รุ่นต่อไป - (ปี 2008) • CSR ที่เรียนรู้ร่วมกับบริษัทคู่ค้า (ปี 2007)

# การดำเนินการด้านสังคมท้องถิ่น, คนรุ่นต่อไป

## ภาพลักษณ์ ที่มุ่งมั่น

มีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาของสังคมโดยใช้ขีดความสามารถ (Competency) ของบริษัทให้เป็นประโยชน์ และสร้างสังคมที่ดีขึ้นผ่านการร่วมวางแผนกำหนดทิศทางสังคมของพนักงาน

### แนวคิดพื้นฐานของบริษัท

#### ● ปรัชญาของกิจกรรมการมีส่วนร่วมต่อสังคม

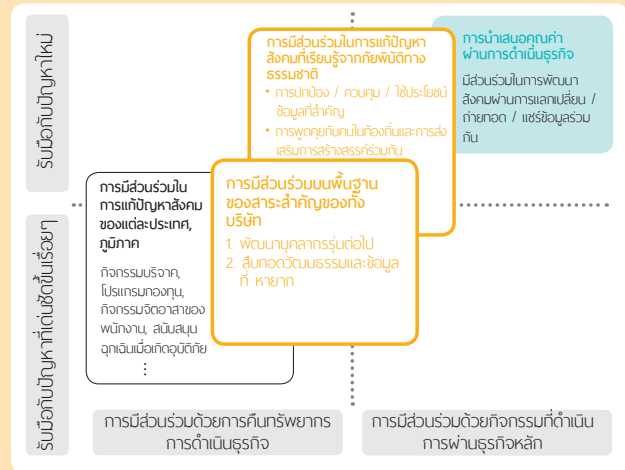
FUJI XEROX และบริษัทในเครือ นอกจากการนำเสนอคุณค่าชิ้นเลิศต่อลูกค้าซึ่งเป็นสิ่งที่แน่นอนอยู่แล้ว ยังคำนึงถึงความคาดหวังของสังคม โดยบริษัทกับพนักงานร่วมกันชี้แนะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นภายใต้แนวคิดที่เป็นอุดมคติอย่างสูง มุ่งมั่นพัฒนาวัฒนธรรมและสร้างสังคมที่ดีขึ้นก่อนใคร บนมุมมองที่กว้างไกลและทอดออกไประยะยาว

#### ● ทิศทางที่มุ่งหวังของกิจกรรมการมีส่วนร่วมต่อสังคม

กำหนดให้มีการเสริมสร้างความแข็งแกร่งของ “การมีส่วนร่วมต่อสังคมอย่างตรงไปตรงมาและเปิดเผยในแบบของ FUJI XEROX ที่มีธุรกิจหลักคือการสื่อสาร” ผ่านการอภิปรายของระดับบริหารในที่ประชุม CSR มีการนำเสนอเรื่องคือ “การพัฒนาบุคลากรรุ่นต่อไป” “การสืบทอดวัฒนธรรมและข้อมูลที่ยั่งยืน” มาเป็นสาระสำคัญของความร่วมมือต่อสังคม บนพื้นฐานของ “การมีส่วนร่วมในการสร้างความไว้วางใจซึ่งกันและกันของโลกและความก้าวหน้าด้านวัฒนธรรม” ซึ่งเป็นหนึ่งในปรัชญาการดำเนินธุรกิจของบริษัท และดำเนินกิจกรรม “การมอบหนังสือเรียนในประเทศที่เป็นตลาดเกิดใหม่” “การมอบตำราเรียนตัวหนังสือขนาดใหญ่สำหรับเด็กที่มีปัญหาทางสายตา” และ “การนำเอาเอกสารโบราณและนำไปใช้ประโยชน์” อีกทั้งสำหรับปัญหาของสังคมที่เริ่มเห็นเด่นชัดขึ้นจากเหตุการณ์แผ่นดินไหวครั้งใหญ่ในภาคตะวันออกของญี่ปุ่น ได้มีการดำเนินกิจกรรมโดยมุ่งไปสู่การมีส่วนร่วมผ่านธุรกิจของบริษัทอย่างต่อเนื่อง

จากนี้ไป นอกจากกิจกรรมที่ได้ดำเนินการมาโดยตลอดแล้ว บริษัทจะเข้าไปมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาของสังคมอย่างต่อเนื่องโดยใช้ประโยชน์จากขีดความสามารถของบริษัทให้มากที่สุด ด้วยผลพลวดีคุณประโยชน์ระหว่างความร่วมมือต่อสังคมและการดำเนินธุรกิจผ่านการเสริมสร้างความแข็งแกร่งของกิจกรรมที่ดำเนิน

### [สรุปภาพรวมของการมีส่วนร่วมต่อสังคม]



### ความเป็นมาของการดำเนินการ

#### เริ่มโปรแกรมที่สำคัญ

1977~

- จัดตั้งกองทุน Setsutaro Kobayashi Memorial Fund บริษัท FUJI XEROX
- เริ่มรวบรวมผลงานภาพพิมพ์ที่มีชื่อเสียง
- เริ่ม “ระบบ Social Service” ที่เห็นชอบให้วันดำเนินกิจกรรมจิตอาสาเป็นวันหยุดของพนักงาน
- จัดตั้ง “Hasu Club” ซึ่งเป็นองค์การอาสาของพนักงาน
- เริ่มโปรแกรมสนับสนุนการจัดทำตำราเรียนตัวหนังสือขนาดใหญ่

#### ขยายการประสานงานกับภายนอก

1994~

- เริ่มกิจกรรมในต่างประเทศของ Hasu Club
- เริ่มสนับสนุนกิจกรรมของ Special Olympics Nippon Foundation
- เริ่มสนับสนุนการบริหาร The Aspen Institute Japan
- เริ่มจัดการประชุมฝึกอบรมเจ้าหน้าที่แนะนำการสังเกตการณ์ธรรมชาติร่วมกับ The Nature Conservation Society of Japan
- เริ่มสนับสนุน Kids' ISO 14001 ซึ่งเป็นโปรแกรมให้ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมสำหรับเด็กจัดโดย International Art and Technology Cooperation Organization

#### สู่กิจกรรมที่ตระหนักถึงประเด็นปัญหาของสังคม

2011~

- การสนับสนุนยามฉุกเฉินในเหตุการณ์แผ่นดินไหวครั้งใหญ่ในภาคตะวันออก, การสนับสนุนเพื่อฟื้นฟูพื้นที่ประสบภัย\*
- เริ่มระบบรวบรวมข้อมูลประวัติผู้ป่วยในเมือง Kamaishi จังหวัด Iwate

2013~

- จัดงาน Revitalization Marche เพื่อเป็นการสนับสนุนพื้นที่อื่นนอกเหนือจากพื้นที่ประสบภัย

2014~

- เปิด Tono Mirai Zukuri College
- เริ่มโครงการมอบหนังสือเรียนที่ฟิลิปปินส์
- ขยายการจัดงาน Revitalization Marche ไปยังฐานการผลิต 4 แห่ง

2015~

- เริ่มโครงการมอบหนังสือเรียนที่เมียนมาร์ (Myanmar)

\* สนับสนุนการพิมพ์, มอบ Multi-function Machine ให้ NGO โดยไม่คิดมูลค่า, กิจกรรมจิตอาสาของพนักงาน, การส่งพนักงานไปช่วยเหลือในพื้นที่ ฯลฯ



## การสืบทอดวัฒนธรรมและข้อมูลที่หายาก : ทำสำเนาเอกสารโบราณและนำไปใช้ประโยชน์

### จุดเด่นในกิจกรรมของบริษัท

ที่ FUJI XEROX มีการส่งเสริมกิจกรรมการมีส่วนร่วมต่อสังคมด้วยการทำสำเนาหรือฟื้นฟูเอกสารโบราณ เช่น จดหมายเหตุ ฯลฯ ให้เหมือนต้นฉบับทุกประการ โดยใช้เครื่อง Multi-function Machine หรือเทคโนโลยีเฉพาะตัวของบริษัท ทั้งนี้ ก็เพื่อบูชาไปสู่การมีส่วนร่วมในการสืบทอดวัฒนธรรมที่มีแนวโน้มว่าจะสูญหายไปหรือข้อมูลสำคัญที่จะหา

อะไรมาแทนไม่ได้และสามารถนำไปใช้ในสังคม ผ่านเอกสารสำเนาที่มอบให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ในปี 2008 ได้เริ่มกิจกรรมการมีส่วนร่วมต่อสังคมในเมืองเกียวโต โดยมอบเอกสารสำเนาที่สามารถสืบพัสดและใช้งานได้อย่างตรงต้นฉบับเอกสารโบราณที่มีสภาพเสื่อมไปตามกาลเวลา ไปให้กับศาลเจ้า วัด สถาบันการศึกษา บ้านโบราณ ฯลฯ

#### ผลการดำเนินกิจกรรมในปี 2014



ถ่ายรูปด้านล่างเพื่อตรวจสอบเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง!

ในเดือนเมษายน ปี 2014 เพื่อส่งเสริมการประสานงานกับหน่วยงานเทคนิคให้ดียิ่งขึ้น บริษัทได้จัดตั้งศูนย์กลางด้านกิจกรรมขึ้นที่ FUJI XEROX R&D Square ในเมืองโยโกฮาม่าซึ่งเป็นศูนย์กลางหลักของการวิจัยและพัฒนา กล่าวคือได้สร้างระบบศูนย์กลางขึ้น 2 แห่งที่เมืองเกียวโตและโยโกฮาม่า



พิธีมอบบันทึก "Daigo Hanamitantaku" ให้กับวัด Daigo

ในปี 2014 บริษัทได้มอบเอกสารสำเนาของเอกสารโบราณกว่า 40 ชิ้น เช่น มอบเอกสารสำเนาของบันทึก "Daigo Hanamitantaku" ซึ่งได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นทรัพย์สินทางวัฒนธรรมของวัด Daigo ที่ตั้งอยู่ในเมืองเกียวโต เป็นต้น

#### สรุปภาพรวมการดำเนินกิจกรรมในปี 2015

ในปี 2015 นอกจากกิจกรรมที่เน้นเรื่องการทำสำเนาหรือฟื้นฟูเอกสารโบราณของพื้นที่โยโกฮาม่าซึ่งเป็นศูนย์กลางด้านกิจกรรมแห่งใหม่แล้ว ยังส่งเสริมกิจกรรมที่มีเป้าหมายคือการปรับปรุงประสิทธิภาพการปฏิบัติงานอย่างก้าวกระโดดด้วยการนำ "Image Texture Control Technology" ซึ่งเป็นเทคโนโลยีเฉพาะของบริษัทมาใช้

บริษัทมุ่งหวังในการมีส่วนร่วมในการพัฒนาและสร้างความคิดริเริ่มให้กับท้องถิ่น และจากนี้ไป ไม่เพียงแต่ในประเทศเท่านั้น แต่ยังมองไปถึงต่างประเทศ ในการมีส่วนร่วมสืบทอดวัฒนธรรมต่างๆ ให้ยั่งยืนสืบไปอีกด้วย

## การพัฒนาบุคลากรรุ่นต่อไป : โปรเจกต์การมอบหนังสือเรียนในประเทศที่เป็นตลาดเกิดใหม่

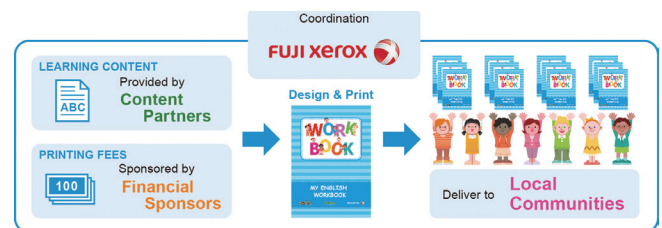
### จุดเด่นในกิจกรรมของบริษัท

ปี 2014 ได้เริ่มกิจกรรมมอบหนังสือเรียนให้แกเด็กที่ไม่มีโอกาสได้เรียนการศึกษาขั้นพื้นฐานอย่างเพียงพอ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนการลดความเหลื่อมล้ำด้านการศึกษของประเทศที่เป็นตลาดเกิดใหม่ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกซึ่ง FUJI XEROX เข้าไปดำเนินธุรกิจอยู่ โปรเจกต์นี้บริษัทเป็นผู้ควบคุมดูแลในภาพรวมทั้งหมด มีการประกาศรับสมัครหุ้นส่วนที่ยื่นต้นฉบับเนื้อหาของหนังสือเรียนโดยไม่คิดมูลค่า รับสมัครสปอนเซอร์ด้านการเงินที่จะรับการค่าใช้จ่ายการจัดพิมพ์ ฯลฯ และได้ร่วมมือกับชุมชนในพื้นที่ เช่น NGO ท้องถิ่น ฯลฯ ในการมอบหนังสือเรียนที่พิมพ์ด้วย Production Printer ของบริษัทให้กับเด็กๆ โดยไม่คิดมูลค่า บริษัทตั้งเป้าช่วยเหลือด้านการศึกษาแก่เด็กๆ ให้ได้ถึงจำนวน 100,000 คนภายในปี 2023



ถ่ายรูปด้านล่างเพื่อตรวจสอบเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง!

#### [กลไกของโปรเจกต์การมอบหนังสือเรียน]



#### ผลการดำเนินกิจกรรมในปี 2014

เดือนมิถุนายน ภายใต้ความร่วมมือกับ Gakken Holdings กับ NGO Gawad Kalinga ได้มีการแจกและเริ่มโครงการช่วยเหลือหนังสือเรียนสำหรับศึกษาด้วยตนเองเป็นภาษาอังกฤษให้แกเด็กจำนวน 442 คน (อายุประมาณ 5 ขวบ) ในเขต Towerville จังหวัด Bulacan บริเวณชานเมืองมะนิลา ประเทศฟิลิปปินส์อย่างเต็มรูปแบบ ในพิธีมอบหนังสือ นอกจากนี้เด็กประมาณ 200 คนที่อาศัยอยู่ใกล้สถานที่จัดงานแล้ว ยังมีผู้ปกครอง ตัวแทนชุมชน ตัวแทนของ Gawad Kalinga ฯลฯ รวมกว่า 250 คนมาเข้าร่วมงานเป็นจำนวนมาก และได้รับการนำเสนอในสื่อท้องถิ่นอีกด้วย



ภาพของเด็กๆ ที่ได้รับหนังสือเรียนที่ฟิลิปปินส์

หลังจากแจกหนังสือเรียนไป มีการกลับไปเยี่ยมชุมชนที่แจกหนังสือเรียนไปในเดือนกันยายน เดือนมกราคมและ มีนาคมของปีถัดไป เพื่อติดตามผลว่าการแจกหนังสือเรียนดำเนินการเสร็จสิ้นเรียบร้อยหรือไม่อย่างไร

#### สรุปภาพรวมการดำเนินกิจกรรมในปี 2015

ในเวลาเดียวกันกับการดำเนินและขยายกิจกรรมที่ฟิลิปปินส์อย่างต่อเนื่อง ก็มีการนำกิจกรรมนี้มาใช้กับประเทศหรือพื้นที่อื่นๆ ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกเช่นกัน

ในฟิลิปปินส์ มีการตรวจสอบว่าได้แจกจ่ายหนังสือเรียนเสร็จสิ้นเรียบร้อยหรือไม่ พร้อมกับการรับสมัครสปอนเซอร์ด้านการเงิน และมีกำหนดการที่จะขยายการแจกจ่ายหนังสือเรียนนี้ไปยังพื้นที่อื่นต่อไป

นอกจากนี้ ยังกำหนดให้มีการเริ่มกิจกรรมนี้ในประเทศเมียนมาร์และประเทศไทยอีกด้วย ในเมียนมาร์ ได้เริ่มแจกหนังสือเรียนในเดือนมิถุนายน บริษัท มีแนวคิดที่จะใช้ประโยชน์จากจุดแข็งของแต่ละบริษัทที่เข้าร่วมเพื่อจัดการกับความแตกต่างของระบบการศึกษาและวัฒนธรรมการเรียนรู้ของแต่ละประเทศหรือพื้นที่อย่างยืดหยุ่น และมุ่งสร้างโลกที่ยั่งยืนสำหรับแต่ละประเทศหรือพื้นที่ต่อไป

## การสนับสนุนการฟื้นฟูความเสียหายจากเหตุการณ์แผ่นดินไหวครั้งใหญ่ในภาคตะวันออกอย่างต่อเนื่อง

### จุดเด่นในกิจกรรมของบริษัท

ภายใต้ความต้องการของท้องถิ่นที่เปลี่ยนแปลงไปเกี่ยวกับการบูรณะและการฟื้นฟู บริษัทได้ดำเนินกิจกรรมโดยให้ความสำคัญกับการพูดคุยกับผู้คนในท้องถิ่นมาโดยตลอด และจากนี้ไป ก็จะดำเนินการในทั้งสองด้านคือผลักดันการฟื้นฟูผ่านการดำเนินธุรกิจ และส่งเสริมกิจกรรมจิตอาสาของพนักงานอย่างต่อเนื่องต่อไป



ภาพ Revitalization Marche ซึ่งจัดให้มีขึ้นที่สถานประกอบการ Ebina

#### ผลการดำเนินกิจกรรมในปี 2014

ในเมือง Kamaishi จังหวัด Iwate นอกจากการสนับสนุนการรักษาพยาบาลที่บ้านด้วยการใช้ “ระบบรวมข้อมูลประวัติผู้ป่วย” อย่างต่อเนื่องแล้ว ยังสนับสนุนการแก้ปัญหาโดยคำนึงถึงการดูแลท้องถิ่นอย่างครอบคลุมในพื้นที่ประสบภัยอีกด้วย ที่เมือง Tono ได้มีการเปิดโรงเรียน “Tono Mirai Zukuri College” ซึ่งมีที่มาจากกิจกรรมการฟื้นฟูความมีชีวิตชีวาให้กับเมืองรวม 4 แห่ง มีการดำเนินโครงการต่างๆ เช่น จัดงานประชุมสัมมนาขององค์กรปกครองท้องถิ่นเรื่องการสนับสนุนการขนส่งเสบียงเมื่อเกิดเหตุอุทกภัย หรือส่งเสริมการเชื่อมสัมพันธ์ด้วยการจัดทัวร์ / Field Work ในพื้นที่ประสบภัย เป็นต้น

#### สรุปภาพรวมการดำเนินกิจกรรมในปี 2015

เริ่มจากเมือง Kamaishi ในพื้นที่อื่นของจังหวัด Iwate (เขตการรักษาพยาบาล Kuji, Ninohe) จังหวัด Miyagi และจังหวัด Fukushima ที่มีการสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กรปกครองท้องถิ่น องค์กรในพื้นที่สถานรักษาพยาบาล ในการจัดสร้างระบบดูแลท้องถิ่นอย่างครอบคลุม ที่โรงเรียน Tono Mirai Zukuri College ได้มุ่งสู่การมีส่วนร่วมต่อการส่งเสริมการฟื้นฟูท้องถิ่นผ่านการจัดโปรแกรมต่างๆ เช่น การส่งเสริมการเชื่อมสัมพันธ์ในพื้นที่ประสบภัย การสัมมนาเรื่องการสนับสนุนการขนส่งเสบียงเมื่อเกิดเหตุอุทกภัย / ศาสตร์ของการฟื้นฟูพื้นที่ประสบภัย ฯลฯ อย่างต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา

### กรณีศึกษา

#### การดำเนินการผ่านการดำเนินธุรกิจ

ในเมือง Kamaishi ได้ดำเนินการแชร์ข้อมูลร่วมกัน การจับประเด็นปัญหาด้านการขนส่ง และการปรับให้เป็นรูปแบบที่เหมาะสมที่สุดซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นในการประสานงานระหว่างกิจการจากหลายอุตสาหกรรมที่คอยคำนึงการดูแลท้องถิ่นอย่างครอบคลุมอยู่ ผลการดำเนินกิจกรรมในครั้งนี้ สามารถนำไปใช้กับการดำเนินการเพื่อมุ่งไปสู่การรวบรวมข้อมูลที่เป็นต่อการดำเนินชีวิตให้มารวมศูนย์อยู่ที่เดียวกันเพื่อทำให้การดูแลท้องถิ่นอย่างครอบคลุมในอนาคตสามารถเกิดขึ้นได้จริง

ที่ Tono Mirai Zukuri College มีการจัดให้มีการประชุมสัมมนาขององค์กรปกครองท้องถิ่นเรื่องการสนับสนุนการขนส่งเสบียงเมื่อเกิดเหตุอุทกภัย 2 ครั้งโดยมีผู้แทนจาก 4 เมืองจากทั่วประเทศญี่ปุ่นเข้าร่วม รวมทั้งได้จัดกิจกรรม Field Work ของมหาวิทยาลัย, บริษัทในภูมิภาคแถบเมืองหลวงซึ่งรวมถึงการท่องเที่ยวในพื้นที่ประสบภัย รวม 6 ครั้ง โดยมีผู้เข้าร่วมประมาณ 200 คน



#### การดำเนินการผ่านกิจกรรมจิตอาสาของพนักงาน (มีส่วนร่วมต่อสังคม)

ตั้งแต่ปี 2012 เป็นต้นมา ได้ส่งพนักงานไปดำเนินกิจกรรมจิตอาสาอย่างต่อเนื่อง ในปี 2014 ได้ส่งพนักงาน 13 คนเพื่อดูแลการเดินทางไปโรงเรียน, กิจกรรมหลังเลิกเรียนของเด็กๆ ซึ่งบริหารจัดการโดย NGO ของเมือง Ishinomaki จังหวัด Miyagi และสนับสนุนการบริหาร Tohoku Mirai Zukuri Summer School (วัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ผลการฝึกอบรมและวิจัยเกี่ยวกับการป้องกันอุทกภัยและฟื้นฟูสถานที่ที่ประสบภัยไปทั่วโลก) ซึ่งจัดขึ้นที่เมือง Tono จังหวัด Iwate

ในปี 2013 มีการจัดกิจกรรม Revitalization Marche ซึ่งได้รับการตอบรับอย่างดีจากพนักงานที่ฐานการผลิต 4 แห่งของบริษัท กิจกรรมนี้ได้รับการสนับสนุนอย่างดีจากองค์กรของจังหวัด Iwate, Miyagi และ Fukushima โดยได้มีการขยายสถานที่จัดงานจากเมือง Ishinomaki ในปีที่ผ่านมาไปยัง 3 จังหวัดซึ่งเป็นพื้นที่ประสบภัยในเขตตะวันออกเฉียงเหนือของญี่ปุ่น อีกทั้งยังได้ขยายขนาดของกิจกรรมให้ใหญ่ขึ้นด้วย เช่น เพิ่มจำนวนสินค้าที่นำมาจำหน่าย เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีการจัดกิจกรรมพบปะพูดคุยระหว่างผู้ออกบูธ ผู้ที่ทำการกิจกรรมจิตอาสาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และพนักงานไปพร้อมๆ กัน มีเสียงสะท้อนจากพนักงานจำนวนมากที่เข้าร่วมว่า “รู้สึกสะเทือนใจกับความคิดเห็นของผู้ออกบูธที่ว่า ‘พวกเราไม่ได้อยากได้รับความช่วยเหลือ แต่อยากนำแรงสนับสนุนของทุกท่านมาเป็นกำลังใจให้ลุกขึ้นสู้เพื่อกลับมายืนได้ด้วยตัวเองอีกครั้ง’ ฯลฯ”

จากนี้ไป บริษัทจะยังคงนำเสนอที่พนักงานแต่ละคนสามารถคิดและร่วมกำหนดแนวทางการฟื้นฟูพื้นที่ประสบภัย อย่างเช่น กิจกรรมจิตอาสาของพนักงาน กิจกรรม Revitalization Marche ฯลฯ ต่อไปโดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของความต้องการของท้องถิ่นที่เปลี่ยนแปลงไปอยู่เสมอ



### Web

ข่าวที่เกี่ยวข้อง

- New Release (เริ่มการมอบหนังสือเรียนในฟิลิปปินส์) <http://news.fujixerox.co.jp/news/2014/001096/>
- ข่าวที่เกี่ยวข้องกับ Sustainability Report <http://www.fujixerox.co.jp/company/public/sr2015/backnumber.html>
  - มอบโอกาสการเรียนรู้ให้กับเด็กในพื้นที่ยากจน (ฟิลิปปินส์) (2014)
  - สร้างผู้นำที่ยั่งยืนจากท้องถิ่น (นิวซีแลนด์) (2013)
  - ฟื้นฟูชนบทริมแม่น้ำของเพนซิลเวเนีย (2012)
  - แนวคิดเรื่องสิ่งของที่ควรทิ้งควรทำในยามเกิดอุทกภัย



# กิจกรรม CSR ของบริษัทในเครือในแต่ละประเทศ, ภูมิภาค

## FUJI XEROX คือ “เวที” ที่เชื่อมพวกเรากับสังคมเข้าด้วยกัน

FUJI XEROX มีการขยายกิจกรรมทางธุรกิจไปยังประเทศจีนและภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ที่บริษัทในเครือในแต่ละประเทศ, ภูมิภาค เหล่ากรรมการและพนักงานของ FUJI XEROX ที่แบ่งปันค่านิยมพื้นฐานร่วมกัน กำลังช่วยกันดำเนินกิจกรรม CSR ที่จับประเด็นปัญหาของสังคมได้อย่างตรงจุดและตอบสนองความต้องการของท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง ในที่นี้ จะแนะนำตัวอย่างของกิจกรรมที่แต่ละบริษัท, องค์กรกำลังมุ่งเน้นกันอยู่

### FUJI XEROX Osaka

พนักงาน  
715 คน

#### พัฒนาเด็กฯ ไปพร้อมๆ กับสังคมท้องถิ่นและลูกค้า

FUJI XEROX Osaka ได้ร่วมกับสำนักงานเขต Nishinari และโรงเรียนประถมในเขต รวมทั้งลูกค้าของบริษัท จัดโปรแกรมที่สอนให้เด็กๆ ได้มีโอกาสได้คิดเกี่ยวกับเรื่อง “การปฏิบัติงาน” เพื่อให้เป็นกิจกรรมพัฒนาคนรุ่นต่อไปที่เกิดจากความร่วมมือประสานงานกันระหว่างบริษัทในท้องถิ่น หน่วยราชการและโรงเรียน ในปี 2014 ภายใต้ความร่วมมือกับบริษัท Salon De Gres ซึ่งเป็นผู้ผลิตรองเท้าระดับไฮเอนด์ เด็กๆ จากโรงเรียนประถม Koji ในเมืองโอซาก้า ได้มีโอกาสสร้างผลงานที่ทำจากหนังแท้ซึ่งปกติใช้เป็นวัตถุดิบของบริษัท

มีเสียงสะท้อนจากผู้เกี่ยวข้องเข้ามามากมาย เช่น “เป็นกิจกรรมที่ดีขึ้นไม่ได้เกิดจากหน่วยงานเดียว การที่หน่วยราชการ โรงเรียนและบริษัทในท้องถิ่นสามารถร่วมมือเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและจัดกิจกรรมอย่างนี้ขึ้นมาได้ถือเป็นเรื่องที่น่ายล” “ไม่ได้เป็นแค่การช่วยบริจาค แต่ขอบคุณที่ทำให้ตระหนักขึ้นมาได้ว่าสามารถมีส่วนร่วมสังคมจากทางการศึกษาเช่นกัน” เป็นต้น

จากนี้ไป บริษัทจะประสานงานกับหลายๆ องค์กรหรือหน่วยงานในท้องถิ่น เพื่อมุ่งมั่นดำเนินกิจกรรมพัฒนาคนรุ่นต่อไป



### FUJI XEROX Yamaguchi

พนักงาน  
118 คน

#### มีส่วนร่วมในการสืบทอดวัฒนธรรมและนวัตกรรมท้องถิ่น ด้วยการทำให้สัญลักษณ์ของท้องถิ่นฟื้นคืนกลับมาด้วย CG

ที่จังหวัด Yamaguchi มีการมุ่งเน้นการสร้างความคิดที่มีชีวิตชีวาให้กับท้องถิ่นด้วยการส่งเสริมการท่องเที่ยว ควบคู่ไปกับการโปรโมทซีรีส์ละครทางทีวี ซึ่งมีสถานที่หลักในละครอยู่ที่จังหวัด Yamaguchi ในการมีส่วนร่วมกับการสืบทอดวัฒนธรรมเก่าแก่และสร้างความรู้สึกให้แก่วัฒนธรรมท้องถิ่น FUJI XEROX Yamaguchi ได้ผลักดันให้มีการสร้าง “Hagi Jo” ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของท้องถิ่นขึ้นมาใหม่ด้วย CG ซึ่งเกิดจากความร่วมมือเป็นอย่างดีระหว่างภาคอุตสาหกรรม การศึกษาและราชการ และได้รับเสียงตอบรับจากท้องถิ่นเป็นอย่างมาก มีการขอแบบแปลนเพื่อสร้างภาพปราสาทขึ้นมาใหม่จากผู้เชี่ยวชาญนอกบริษัท และปฏิบัติงานร่วมกับมหาวิทยาลัย Yamaguchi โดยสนับสนุนให้บรรดานักศึกษาจากมหาวิทยาลัยดังกล่าวได้สร้าง CG ขึ้นมาด้วยตนเอง นอกจากนี้ ยังมุ่งมีส่วนร่วมในการฟื้นฟูอุตสาหกรรมท้องถิ่นและสืบทอดวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านการเผยแพร่ข่าวสารทางเว็บไซต์ที่เกิดจากความร่วมมือ



ระหว่างองค์กร Japan Association of Corporate Executives สาขา Yamaguchi, สำนักงานจังหวัด Yamaguchi และสมาพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัด Yamaguchi

บริษัทจะมุ่งมั่นมีส่วนร่วมในการสืบทอดวัฒนธรรมเก่าแก่และสร้างความรู้สึกให้แก่วัฒนธรรมท้องถิ่นด้วยการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ที่หยั่งรากลึกลงในท้องถิ่นเช่นนี้ต่อไป

▶ กิจกรรมของบริษัทในเครืออื่นๆ สามารถอ่านเพิ่มเติมได้จากทางเว็บไซต์ที่มีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาที่

มีลักษณะเฉพาะของสังคมท้องถิ่น <http://www.fujixerox.co.jp/company/csr/stakeholder/community/activity.html>

### FUJI XEROX Korea

พนักงาน  
1,032 คน

#### พัฒนาคนรุ่นต่อไปผ่านธุรกิจ Production Service

FUJI XEROX Korea ได้ประสานงานร่วมมือกับโรงเรียนมัธยมอุตสาหกรรมโซลซึ่งเป็นเพียงแห่งเดียวในประเทศเกาหลีที่มีแผนก Graphic Art, สมาคมอุตสาหกรรมการพิมพ์โซลและศูนย์การพิมพ์โซล เพื่อเริ่มกิจกรรมการพัฒนาคนรุ่นต่อไปผ่านธุรกิจ Production Service นอกจากการมอบอุปกรณ์ “DoCuColor 5000 Digital Press” เพื่อนำไปใช้ใน “Digital Printing Laboratory” ที่จัดตั้งขึ้นในโรงเรียนแล้ว ยังมีการพัฒนาโปรแกรมการให้ความรู้เกี่ยวกับหลักการปฏิบัติงาน โครงสร้างและการประยุกต์ใช้เครื่องพิมพ์ดิจิทัลร่วมกับพันธมิตรอีกด้วย ในเดือนตุลาคม ปี 2014 นักเรียนของโรงเรียนเดียวกันนี้และผู้เกี่ยวข้องจำนวน 26 คนได้มาที่ญี่ปุ่นและมีโอกาสเยี่ยมลูกค้าที่ใช้งาน Production Printer ของบริษัทและศูนย์พัฒนาการสร้างสรรค์คุณค่าให้กับลูกค้าของบริษัท เป็นต้น

มีเสียงตอบรับจากผู้เกี่ยวข้อง เช่น “เป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้นักเรียนสามารถวาดภาพเป้าหมายในอนาคตของตนเองได้อย่างเป็นรูปธรรม” เป็นต้น จากนี้ไป บริษัทจะมีส่วนร่วมในการพัฒนาคนรุ่นใหม่และสร้างสรรค์ธุรกิจผ่านกิจกรรมความร่วมมือระหว่างภาคเอกชนและสถาบันการศึกษา โดยใช้ประโยชน์จากธุรกิจเป็นหลักเช่นอย่างต่อเนื่องต่อไป



### FUJI XEROX Singapore

พนักงาน  
515 คน

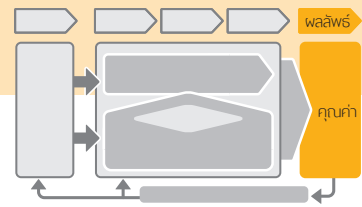
#### สนับสนุนความคิดค้นมีชีวิตชีวาและความก้าวหน้าในสังคมท้องถิ่นของสิงคโปร์

ปีนี้เป็นปีครบรอบ 50 ปีของการก่อตั้งประเทศของสิงคโปร์นับตั้งแต่ได้รับเอกราชในปี 1965 FUJI XEROX Singapore ที่ก่อตั้งในปี 1965 ก็จะครบ 50 ปีเช่นกัน จึงได้มีการดำเนินการต่างๆ เพื่อเป็นการระลึกถึงโอกาสอันพิเศษนี้ หนึ่งในนั้นคือการเข้าร่วมโครงการ “Smile Singapore Campaign” ที่มุ่งไปสู่การทำให้สิงคโปร์เป็นประเทศที่มีความสุขมากขึ้น บริษัท นอกจากจะประสานงานกับบริษัทหุ้นส่วน เพื่อนำภาพถ่ายรอยยิ้มของผู้คนในท้องถิ่นที่พิมพ์จากเครื่องพรินเตอร์ความเร็วสูงของบริษัทจำนวน 5,000 รูปมาเรียงเป็นผลงานขนาดใหญ่สำหรับจัดแสดงแล้ว ยังตั้งเป้าบริจาคเงิน 5 ดอลลาร์ต่อภาพถ่ายหนึ่งใบ ซึ่งสุดท้ายแล้วรวมเป็นเงินถึง 50,000 ดอลลาร์ ให้กับ 1,000 ครอบครัวภายในสิ้นปีนี้ เงินบริจาคครั้งนี้จะถูกนำไปใช้ในกิจกรรมการแจกจ่ายอาหารให้กับครอบครัวที่มีรายได้น้อย โดยร่วมมือกับ NGO ท้องถิ่นและพนักงานของบริษัทก็ได้เข้าร่วมกิจกรรมนี้ด้วย จากนี้ไป บริษัทจะยังคงดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่องเพื่อมีส่วนร่วมในการสร้างความมีชีวิตชีวาและความก้าวหน้าของสังคมท้องถิ่นในสิงคโปร์ต่อไป





## บทที่ 4 ดัชนี CSR ที่สำคัญ



FUJI XEROX ได้ตั้งดัชนี CSR สำหรับวัดการส่งเสริม CSR ในเชิงปริมาณขึ้นมาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปรับปรุงรายละเอียดของการดำเนินการ ดัชนี CSR นี้ จะถูกกำหนดค่าในที่ประชุม CSR และฝ่ายบริหารจะทำการทบทวนความคืบหน้าทุกครึ่งปีเพื่อขับเคลื่อนการหมุนวงจร PDCA ไปข้างหน้า

ในที่นี้ ในที่ประชุม CSR จะมีการปรับให้คะแนนตามคำร้องขอจากสังคม และเป้าหมายทางธุรกิจของบริษัทหรือลักษณะเฉพาะทางธุรกิจ และมีการรายงานสถานการณ์ความคืบหน้าของดัชนีที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่กำหนดเป็นสาระสำคัญ สำหรับดัชนีย่อยอื่นๆ กรุณาดูเพิ่มเติมได้จากเว็บไซต์

### ลูกค้า

#### ผลของการเกิดอุบัติเหตุด้านสินค้าที่ร้ายแรง

GRI PR2

**นิยาม** ดัชนีที่แสดงจำนวนผลของการเกิดอุบัติเหตุด้านสินค้าตลอดทั้งปีที่เป็นความเสียหายที่ร้ายแรง เช่น เสียชีวิต อาการป่วยที่แสดงออกมากภายหลัง อุบัติภัย ฯลฯ หรือมีอันตรายในระดับใกล้เคียงกัน และเห็นได้ชัดว่าเกิดขึ้นหลายครั้ง จากบรรดาปัญหาด้านสินค้าทั้งหมดที่ FUJI XEROX ซึ่งเป็นผู้ผลิตได้รับรู้

ขอบเขตการคำนวณดัชนี	ผลลัพธ์ในปี 2012	ผลลัพธ์ในปี 2013	ผลลัพธ์ในปี 2014	เป้าหมายในปี 2015
FUJI XEROX และบริษัทในเครือ (รวมกิจการขายในรูปแบบ OEM)	0 กรณี	1 กรณี	0 กรณี	0 กรณี
<b>คำอธิบายผลลัพธ์ในปี 2014</b>	ในปี 2014 ไม่เกิดอุบัติเหตุด้านสินค้าที่ร้ายแรง แต่ระหว่างเดือนมีนาคม ปี 2002 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ ปี 2013 ได้พบเคสที่เกี่ยวกับเครื่องพิมพ์ขาวดำซึ่งบริษัทเป็นผู้จำหน่าย มีบางส่วนภายในเครื่องใหม่เสียหายเนื่องจากการชำรุดที่พบได้ยากในชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ โอกาสที่เคสดังกล่าวจะขยายไปสู่อุบัติเหตุที่ร้ายแรงของผลิตภัณฑ์มีน้อยมากก็จริงอยู่ แต่เพื่อเป็นการป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับลูกค้าล่วงหน้า บริษัทได้ดำเนินการมาตรการเสริมสร้างความแข็งแกร่งของประสิทธิภาพการป้องกันผลิตภัณฑ์ดังกล่าวให้แก่อุปกรณ์ที่ลูกค้าติดต่อเข้ามาผ่านช่องทาง "การแจ้งเรื่องสำคัญเกี่ยวกับสินค้า" ในเว็บไซต์ที่เป็นทางการของบริษัทหรือลูกค้าที่มีโอกาสเข้าหาเยี่ยมบริษัท			

**เป้าหมาย, ประเด็นปัญหา** ขยายกิจกรรมการประเมินความเสี่ยงให้ครอบคลุมมากขึ้นไปอีก อีกทั้ง นอกจากการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องแล้ว ยังปรับปรุงเทคโนโลยีด้านความปลอดภัยและด้านการประเมินผลให้ได้ผลมากขึ้น เพื่อมุ่งไปสู่การกำจัดอุบัติเหตุด้านสินค้าอย่างหมดสิ้น

#### ปริมาณก๊าซ CO2 ซึ่งมีผลช่วยลดการปล่อยฟลูออโรคาร์บอนของลูกค้า

GRI EN7, EN27 GC หลักการ 7-9

**นิยาม** ดัชนีที่แสดงปริมาณพลังงานไฟฟ้า ฯลฯ ที่ลดได้ด้วยสินค้าและโซลูชันที่นำเสนอโดย FUJI XEROX แล้วนำมาคำนวณแปลงเป็นปริมาณก๊าซ CO2 ที่ปล่อยออกมา

ขอบเขตการคำนวณดัชนี	ผลลัพธ์ในปี 2012	ผลลัพธ์ในปี 2013	ผลลัพธ์ในปี 2014	เป้าหมายในปี 2015
FUJI XEROX และบริษัทในเครือ	1,519kt-CO <sub>2</sub>	2,695kt-CO <sub>2</sub> <sup>1</sup>	3,206kt-CO <sub>2</sub>	3,729kt-CO <sub>2</sub>

**คำอธิบายผลลัพธ์ในปี 2014** การเพิ่มขึ้นของอุปกรณ์ที่มีประสิทธิภาพการประหยัดพลังงานสูงและโซลูชันที่ช่วยลดปริมาณก๊าซ CO2 ลงได้อย่างมาก ทำให้ผลลัพธ์ในปี 2014 เพิ่มขึ้นอยู่ที่ 3,206kt-CO<sub>2</sub> โดยบรรลุเป้าหมายจากปี 3,075kt-CO<sub>2</sub>

**เป้าหมาย, ประเด็นปัญหา** มุ่งสู่การบรรลุเป้าหมายให้ลดลงได้ถึง 7 ล้านตันในปี 2020 ได้เน้นการพัฒนาโซลูชันที่นำไปสู่การใช้พื้นที่น้อย ใช้น้ำน้อย และเคลื่อนย้ายน้อย และเสริมสร้างความแข็งแกร่งของข้อเสนอไปยังลูกค้าผ่านผู้รับผิดชอบด้านงานขายโดยรวม ในปี 2015 ได้ตั้งเป้าช่วยลดปริมาณก๊าซเพิ่มจากปี 2014 อีก 523kt-CO<sub>2</sub> เป็น 3,729 kt-CO<sub>2</sub>

\*1 ตั้งแต่ปี 2013 ได้มีการจัดตั้งวิธีคำนวณปริมาณก๊าซ CO2 ที่ช่วยลดการปล่อยฟลูออโรคาร์บอนของลูกค้าได้จากโซลูชันของบริษัท และนำมาเพิ่มในผลลัพธ์ของการดำเนินการ

#### สัดส่วนความตั้งใจในการร่วมทำธุรกิจอย่างต่อเนื่องของลูกค้าในโปรแกรม CS

GRI PR1

**นิยาม** ดัชนีที่นำเอาสัดส่วนของลูกค้าที่กรุณาตอบว่าอยากจะมี ความเกี่ยวข้องด้านการร่วมทำธุรกิจกับบริษัทอย่างต่อเนื่องในโปรแกรม CS ที่จัดขึ้นเองโดย FUJI XEROX มาปรับเป็นตัวเลขดัชนี โดยใช้ข้อมูลในปี 2012 เป็นปีฐานที่ 100

ขอบเขตการคำนวณดัชนี	ผลลัพธ์ในปี 2012	ผลลัพธ์ในปี 2013	ผลลัพธ์ในปี 2014	เป้าหมายในปี 2015
FUJI XEROX และบริษัทจำหน่ายภายในประเทศ	100	101	104	-

**คำอธิบายผลลัพธ์ในปี 2014** ผลของการดำเนินการกิจกรรมที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าจำนวนมากขึ้น ผ่านการสื่อสารอย่างต่อเนื่องกับลูกค้าด้วยโปรแกรม CS ทำให้ปี 2014 สามารถได้รับผลการประเมินที่ดีขึ้นกว่าปีที่ผ่านมา

**เป้าหมาย, ประเด็นปัญหา** จากนี้ไป ก็จะเสริมสร้างความแข็งแกร่งของการดำเนินการเพื่อให้ได้มาซึ่งความตั้งใจในการร่วมทำธุรกิจอย่างต่อเนื่องกับบริษัทจากภูมิภาคและกลุ่มลูกค้าต่างๆ จำนวนมากขึ้นผ่านโปรแกรม CS

#### ผลการประเมินด้วยตนเอง (Self Assessment) ในฐานการผลิต

GRI PR1

**นิยาม** สัดส่วนของจำนวนฐานการผลิตที่มีอัตราการสอดคล้องกับหัวข้อสำคัญอย่างยั่งยืนและหัวข้อสำคัญใน CSR Self Checklist ของ FUJI XEROX ตั้งแต่ 90% ขึ้นไป

ขอบเขตการคำนวณดัชนี	หัวข้อ	ผลลัพธ์ในปี 2012	ผลลัพธ์ในปี 2013	ผลลัพธ์ในปี 2014	เป้าหมายในปี 2015
ฐานการผลิตของ FUJI XEROX และบริษัทในเครือ (ในปี 2014 ครอบคลุมการผลิตอุปกรณ์ใหม่ ชิ้นส่วน ผลิตภัณฑ์เก่า)	หัวข้อสำคัญอย่างยั่งยืน	-	-	100% (8 แห่ง)	100% (10 แห่ง)
	หัวข้อสำคัญ	-	-	87.5% (7 ใน 8 แห่ง)	100% (10 แห่ง)

**คำอธิบายผลลัพธ์ในปี 2014** ในปี 2014 ได้ดำเนินการประเมินฐานการผลิตอุปกรณ์ผลิตใหม่ ชิ้นส่วน ผลิตภัณฑ์เก่า ทั้งในและต่างประเทศ โดยมีเป้าหมายให้ฐานการผลิตทุกแห่งมีอัตราการสอดคล้องตั้งแต่ 90% ขึ้นไป ยกเว้นอัตราการสอดคล้องกับหัวข้อสำคัญที่ยังไม่ถึง 90% ของ FUJI XEROX โอฟฟิศที่เพิ่งเริ่มเปิดดำเนินการมาไม่นาน ฐานการผลิตทั้งหมดที่เหลือสามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ตั้งแต่ 90% ขึ้นไป

**เป้าหมาย, ประเด็นปัญหา** เสริมสร้างความแข็งแกร่งของกิจกรรมปรับปรุงแก้ไขหัวข้อที่ไม่สอดคล้องกับข้อกำหนดของ FUJI XEROX โอฟฟิศ อีกทั้ง ในปี 2015 นอกจากฐานการผลิตอุปกรณ์ผลิตใหม่ ชิ้นส่วน และผลิตภัณฑ์เก่าแล้ว ยังเพิ่มฐานการผลิตที่ผลิตแบบรีไซเคิลเข้ามายู่ในขอบข่ายการประเมินอีกด้วย เป้าหมายของปีนี้เป็นฐานการผลิตทั้ง 10 แห่งสามารถมีอัตราการสอดคล้องกับหัวข้อสำคัญอย่างยั่งยืนและหัวข้อสำคัญตั้งแต่ 90% ขึ้นไป

**นิยาม** สัดส่วนของจำนวนฐานการผลิตที่ได้รับผลการประเมินจาก EICC ในระดับ "Green"

ขอบเขตการคำนวณดัชนี	ผลลัพธ์ในปี 2012	ผลลัพธ์ในปี 2013	ผลลัพธ์ในปี 2014	เป้าหมายในปี 2015
ฐานการผลิตของ FUJI XEROX และบริษัทในเครือ (ฐานการผลิตอุปกรณ์ผลิตใหม่ ชิ้นส่วน ผลิตภัณฑ์เก่า)	-	100% (7 แห่ง)	100% (8 แห่ง)	100% (8 แห่ง)

**คำอธิบายผลลัพธ์ในปี 2014** ผลักดันการดำเนินการมุ่งไปสู่การได้รับผลประเมินระดับ "Green" ที่มุ่งถึงระดับความเสี่ยงที่ต่ำที่สุด ของฐานการผลิตทั้งหมดทั้งภายในและต่างประเทศที่ผลิตอุปกรณ์ผลิตใหม่, ชิ้นส่วนและผลิตภัณฑ์เก่า ปรากฏว่าในปี 2014 สามารถบรรลุเป้าหมายได้ในฐานการผลิตทุกแห่งที่ประเมิน

**เป้าหมาย, ประเด็นปัญหา** จากนี้ไป มุ่งสู่การรักษาระดับผลการประเมิน "Green" อย่างต่อเนื่อง ในฐานการผลิตทั้งหมดภายในและต่างประเทศที่ผลิตอุปกรณ์ผลิตใหม่ ชิ้นส่วนและผลิตภัณฑ์เก่า

\*2 EICC (Electronic Industry Citizenship Coalition) เป็น CSR Consortium ของวงการอุตสาหกรรมสำหรับอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ในบรรดาบรรณ (Code of Conduct) ของ CSR Alliance ของวงการอุตสาหกรรมสำหรับอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ที่ EICC กำหนด มีการกำหนดเกณฑ์สำหรับปฏิบัติงานพื้นฐานของแนวคิด CSR สำหรับ ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ของวงการอุตสาหกรรมสำหรับอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ในการตรวจสอบ Self Assessment ของ EICC ผลประเมินระดับ Green ได้รับการนิยามว่า "เทียบเท่ากับ Supplier ที่มีความเสี่ยงที่ต่ำที่สุด"

# พนักงาน

## คะแนน “Core Morale” – ดัชนีวัดความพึงพอใจของพนักงาน

**นิยาม** คะแนนเฉลี่ยจาก 5 หัวข้อที่นิยามว่าเป็น “Core Morale” \*3 (คะแนนเต็ม 5 คะแนน) จากการสำรวจความนึกคิด “ES Survey” ที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นพนักงานของ FUJI XEROX และบริษัทในเครือ บริษัทจัดจำหน่ายภายในประเทศ

ขอบเขตการคำนวณดัชนี	ผลลัพธ์ในปี 2012	ผลลัพธ์ในปี 2013	ผลลัพธ์ในปี 2014	เป้าหมายในปี 2015
FUJI XEROX (เดี่ยว)	3.37	3.36	3.35	-
บริษัทในเครือภายในประเทศ (ไม่รวมถึงบริษัทจัดจำหน่าย)	3.16	3.23	3.25	-
บริษัทจัดจำหน่ายภายในประเทศ	3.59	3.47	3.49	-

**คำอธิบายผลลัพธ์ในปี 2014** คะแนน Core Morale เมื่อพิจารณาแยกเป็น FUJI XEROX (เดี่ยว) บริษัทในเครือ, บริษัทจัดจำหน่ายภายในประเทศ ก็ไม่พบความแตกต่างที่ชัดเจน

**เป้าหมาย, ประเด็นปัญหา** ดำเนินการเพิ่มความพึงพอใจของพนักงาน (ES) ทั้งในบริษัท FUJI XEROX (เดี่ยว) และในบริษัทในเครือ, บริษัทจัดจำหน่ายซึ่งรวมถึงบริษัทที่อยู่ในต่างประเทศด้วย โดยใช้วิธีหมุนวงจร PDCA เพื่อมุ่งไปสู่การปรับปรุงแก้ไข บนพื้นฐานของประเด็นปัญหาที่เป็นรูปธรรมที่ได้จากผลของการสำรวจ ES Survey

\*3 Core Morale : “ความรู้สึกอยากปฏิบัติงาน” “ความรู้สึกอยากมาปฏิบัติงานที่สถานที่ปฏิบัติงาน” “ระดับความไว้วางใจผู้บังคับบัญชา” “ระดับความพึงพอใจด้านการบริหารงานบุคคล” “ระดับความพึงพอใจด้านการบริหารองค์กร”

## การเพิ่มขึ้นของสัดส่วนคำตอบที่เห็นด้วยใน “Core Morale”

**นิยาม** ดัชนีที่แสดงการเพิ่มขึ้นของสัดส่วนคำตอบที่เห็นด้วยใน “Core Morale” จากการสำรวจ “ES Survey” ของแต่ละบริษัทที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นพนักงานของ FUJI XEROX และบริษัทในเครือ

ขอบเขตการคำนวณดัชนี	ผลลัพธ์ในปี 2012	ผลลัพธ์ในปี 2013	ผลลัพธ์ในปี 2014	เป้าหมายในปี 2015
FUJI XEROX และบริษัทในเครือ	-	-	เพิ่มอีก 0.5% Point	เพิ่มอีก 0.5% Point

**คำอธิบายผลลัพธ์ในปี 2014** ผลของการเน้นเฉพาะความตระหนักร่วมกันเกี่ยวกับ “การปฏิรูปวิธีปฏิบัติงาน” ในเวิร์คช็อปของหัวหน้าหน่วยงานทุกหน่วยงาน เพื่อมุ่งไปสู่การปรับปรุงสัดส่วนคำตอบที่เห็นด้วยใน “Core Morale” ให้มีผลลัพธ์เพิ่มอีก 5% Point ซึ่งนอกเหนือจากการอภิปรายและพูดคุยในแต่ละสถานที่ปฏิบัติงานแล้ว ที่ FUJI XEROX (เดี่ยว) ยังมุ่งยกระดับความพึงพอใจผ่าน “วิธีการปฏิบัติงาน” อย่างเป็นรูปธรรมอีกด้วย ปรากฏว่าในปี 2014 ได้ผลลัพธ์เพิ่มอีก 0.5% Point เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา

**เป้าหมาย, ประเด็นปัญหา** ผลักดันการเสริมสร้างความแข็งแกร่งของกิจกรรมปรับปรุงแก้ไขในแต่ละหน่วยของสถานที่ปฏิบัติงานโดยผู้บริหารระดับสูงหรือหัวหน้าหน่วยงาน และดำเนินการมาตรการเพื่อปรับปรุงกลไกการดำเนินการหรือหัวข้อการสำรวจบนพื้นฐานของผลลัพธ์ของ “ES Survey” ที่จัดทำร่วมกันทั้งภายในและต่างประเทศ ของ FUJI XEROX และบริษัทในเครือทั้งหมดทั้งในและต่างประเทศ เพื่อมุ่งไปสู่การเพิ่ม ES ในระดับทั้งกลุ่มบริษัทซึ่งรวมถึงต่างประเทศด้วย

## สัดส่วนของจำนวนพนักงานหญิงที่อยู่ในตำแหน่งกรรมการหรือระดับบริหาร

GRI LA12 GC หลักการ 6

**นิยาม** ดัชนีที่แสดงถึงสัดส่วนของจำนวนพนักงานหญิงที่อยู่ในตำแหน่งกรรมการหรือระดับบริหารของ FUJI XEROX และบริษัทในเครือ ในที่นี้ “ระดับบริหาร” หมายถึงพนักงานที่เข้าข่ายระดับบริหารตามระบบงานบุคคลโดยไม่คำนึงว่ามีผู้ใต้บังคับบัญชาหรือไม่

ขอบเขตการคำนวณดัชนี	ผลลัพธ์ในปี 2012	ผลลัพธ์ในปี 2013	ผลลัพธ์ในปี 2014	เป้าหมายในปี 2015
FUJI XEROX (เดี่ยว)	4.2% <sup>*4</sup>	5.1% <sup>*4</sup>	5.8%	6.3%
บริษัทในเครือภายในประเทศ	2.7%	2.8%	2.8%	-
บริษัทในเครือในต่างประเทศ	28.1%	26.4% <sup>*5</sup>	24.8%	-

**คำอธิบายผลลัพธ์ในปี 2014** ส่งเสริมการแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งระดับบริหารของพนักงานหญิงทั่วทั้งกลุ่มบริษัท ที่ FUJI XEROX (เดี่ยว) ผลการตั้งเป้าหมายสัดส่วนของพนักงานหญิงที่อยู่ในระดับบริหารและดำเนินการอย่างจริงจัง ปรากฏว่าสัดส่วนของพนักงานหญิงที่อยู่ในระดับบริหารเพิ่มขึ้นจาก 0.7% เป็น 5.8% ซึ่งเป็นการบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ 5.5% ส่วนดัชนีของบริษัทในเครือสำหรับในส่วนภายในประเทศ ได้ค่าคงเดิม ในส่วนของต่างประเทศ ค่าดัชนียังคงอยู่ในระดับสูงเช่นเดียวกับปีที่ผ่านมา

**เป้าหมาย, ประเด็นปัญหา** ดำเนินการส่งเสริมให้เลื่อนตำแหน่งไปสู่ระดับบริหารของพนักงานหญิงอย่างต่อเนื่อง ที่ FUJI XEROX (เดี่ยว) เน้นการผลักดันเรื่องความหลากหลายผ่านกระบวนการประเมินและการแต่งตั้ง โดยให้ความสำคัญกับผลงาน ความสามารถและความประสงค์ของเจ้าตัว โดยตั้งเป้าหมายที่ 14% ภายในปี 2020 สำหรับบริษัทในเครือและบริษัทจัดจำหน่ายภายในประเทศ ที่ดำเนินการส่งเสริมในลักษณะเดียวกัน

\*4 อัตรากรรมการที่เข้าข่ายเทียบอายุออก และดำเนินการปรับตัวเลขย้อนหลังให้ถูกต้อง

\*5 ตั้งแต่ผลลัพธ์ปี 2013 เป็นต้นไป มีการเปลี่ยนแปลงนิยามบางส่วนของระดับบริหาร ก่อนปรับ : 29.2% หลังปรับ : 26.4%

## สัดส่วนของนิติบุคคลที่บรรลุเป้าหมายอัตราการจ้างงานผู้พิการตามกฎหมาย

GRI LA12 GC หลักการ 6

**นิยาม** ดัชนีที่แสดงถึงสัดส่วนของจำนวนนิติบุคคลที่บรรลุเป้าหมายอัตราการจ้างงานผู้พิการตามกฎหมายส่งเสริมการจ้างงานผู้พิการ (20%) จากจำนวนนิติบุคคลทั้งหมดของ FUJI XEROX และบริษัทในเครือภายในประเทศ

ขอบเขตการคำนวณดัชนี	ผลลัพธ์ในปี 2012	ผลลัพธ์ในปี 2013	ผลลัพธ์ในปี 2014	เป้าหมายในปี 2015
FUJI XEROX (เดี่ยว)	100% (อัตราการจ้างงาน 2.08%)	100% (อัตราการจ้างงาน 2.07%)	100% (อัตราการจ้างงาน 2.06%)	100 %
บริษัทในเครือภายในประเทศ (ไม่รวมถึงบริษัทจัดจำหน่าย)	75% (6 ใน 8 แห่ง)	88% (7 ใน 8 แห่ง)	78% (7 ใน 9 แห่ง)	100 %
บริษัทจัดจำหน่ายภายในประเทศ	74% (31 ใน 23 แห่ง)	75% (31 ใน 25 แห่ง)	81% (31 ใน 25 แห่ง)	100 %

**คำอธิบายผลลัพธ์ในปี 2014** ได้ดำเนินการกิจกรรมจ้างงานเพื่อมุ่งสู่ “การบรรลุเป้าหมายอัตราการจ้างงานตามกฎหมาย 2.0%” ของ FUJI XEROX และบริษัทในเครือ, บริษัทจัดจำหน่ายทุกแห่งภายในประเทศอย่างมีความสามารถ โดยเฉพาะอย่างยิ่งได้ประสานงานกับบริษัทอื่น หน่วยราชการ มหาวิทยาลัยอย่างใกล้ชิดเพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และสร้างโมเดลการจ้างงานผู้พิการขึ้นมาใหม่ อย่างไรก็ตาม ผลลัพธ์ที่ออกมาคือ ที่ FUJI XEROX (เดี่ยว) สามารถบรรลุเป้าหมายอัตราการจ้างงานตามกฎหมายได้ แต่สำหรับบริษัทในเครือ, บริษัทจัดจำหน่ายภายในประเทศ ยังคงทำได้ตามเป้าหมายครบทุกบริษัท

**เป้าหมาย, ประเด็นปัญหา** มุ่งสู่การบรรลุเป้าหมายอัตราการจ้างงานผู้พิการตามกฎหมายของบริษัทในเครือ, บริษัทจัดจำหน่ายภายในประเทศ ด้วยการส่งเสริมการจ้างงานโดยพิจารณากระบวนการที่เหมาะสมซึ่งเกี่ยวข้องกับตัวอย่างการดีดแปลง, จ้างงานด้านการพัฒนาหรือการปฏิบัติงานที่มีความยืดหยุ่นตามสภาพความพิการและความเหมาะสมของแต่ละคน นอกจากนี้ ยังส่งเสริมความหลากหลายของพนักงานด้วยการเร่งปฏิรูปความตระหนักและรับรู้เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวของระดับบริหาร และเสริมสร้างความแข็งแกร่งของการดำเนินการที่มุ่งไปสู่การรักษาและปรับปรุงสิ่งแวดล้อมในการปฏิบัติงานให้เป็นที่ยอมรับ “สามารถปฏิบัติงานได้เหมือนกัน” ไม่ว่าจะเป็นคนที่มีสภาพร่างกายปกติหรือพิการ

## เวลาทำงานโดยรวมต่อปีของพนักงาน

GC หลักการ 1

นิยาม ดัชนีที่แสดงเวลาทำงานโดยรวมเฉลี่ยทั้งปีแยกตามประเภทงานของพนักงานของ FUJI XEROX และบริษัทในเครือ (ไม่รวมถึงระดับบริหาร)

ขอบเขตการคำนวณดัชนี	ผลลัพธ์ในปี 2012	ผลลัพธ์ในปี 2013	ผลลัพธ์ในปี 2014	ผลลัพธ์ในปี 2015
FUJI XEROX (เดี่ยว)	2,008 ชั่วโมง	1,947 ชั่วโมง	1,878 ชั่วโมง	1,835 ชั่วโมง
บริษัทในเครือภายในประเทศ (งานขาย, งานธุรการ ฯลฯ)	2,018 ชั่วโมง	1,986 ชั่วโมง	1,971 ชั่วโมง	-
บริษัทในเครือภายในประเทศ (เจ้าหน้าที่ฝ่ายผลิต)	2,029 ชั่วโมง	2,025 ชั่วโมง	2,094 ชั่วโมง	-
บริษัทในเครือในต่างประเทศ (งานขาย, งานธุรการ ฯลฯ)*6	2,010 ชั่วโมง	2,011 ชั่วโมง	2,085 ชั่วโมง	-
บริษัทในเครือในต่างประเทศ (เจ้าหน้าที่ฝ่ายผลิต)	2,219 ชั่วโมง	2,274 ชั่วโมง	2,177 ชั่วโมง	-

**คำอธิบาย ผลลัพธ์ในปี 2014** ได้นำระบบการปฏิบัติงานใหม่ที่ทำให้เกิดวิธีการปฏิบัติงานอย่างยืดหยุ่นมาใช้ เพื่อให้เป็นรากฐานในสนับสนุนให้เกิด Work Life Balance และ Diversity นอกจากนี้ ฝ่ายบริหารกับพนักงานยังร่วมมือกันเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในการปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงานเสียใหม่ ผลก็คือ FUJI XEROX (เดี่ยว) สามารถลดเวลาปฏิบัติงานโดยรวมลงได้ด้วยดีแต่ก็ยังไม่บรรลุเป้าหมายที่ 1,835 ชั่วโมง ส่วนบริษัทในเครือ, บริษัทจัดจำหน่ายทั้งภายในและต่างประเทศ ก็มีการวัดเวลาปฏิบัติงานโดยรวมในแต่ละวันและกวดขันกระบวนการปฏิบัติงาน และส่งเสริมให้หาวิธีปรับปรุงแก้ไขให้มีความสำคัญกับการสื่อสารกับผู้ได้รับผลกระทบอย่างต่อเนื่อง

**เป้าหมาย, ประเด็นปัญหา** สำหรับภายในประเทศ ดำเนินมาตรการที่มุ่งไปสู่การส่งเสริมการปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงาน, ทำให้ระบบการปฏิบัติงานใหม่เป็นที่ยอมรับ กระตุ้นให้ใช้วันหยุดโดยได้รับค่าตอบแทน และผลักดันการปฏิรูปไปสู่วิธีการปฏิบัติงานแบบใหม่ ด้วยการเร่งรัดการปฏิบัติตามและรับผิดชอบระดับบริหาร เพื่อบริษัทสามารถลดเวลาปฏิบัติงานรวมลงไปอีก ส่วนในต่างประเทศ จะควบคุมการปฏิบัติงานที่เกินความจำเป็นอย่างจริงจัง

\*6 ไม่รวมถึงบริษัทที่นำระบบ Flexible Work Hours เข้ามาใช้

\*7 ไม่รวมถึงบริษัทที่นำระบบ Flexible Work Hours เข้ามาใช้และปรับตัวเลขโดยการคำนวณใหม่อีกครั้งหนึ่ง

## บริษัทคู่ค้า

สัดส่วนจำนวนบริษัทที่มีอัตราความสอดคล้องกับหัวข้อสำคัญอย่างยิ่งยวดและหัวข้อสำคัญตั้งแต่ 90% ขึ้นไปใน Self Checklist ของการจัดหาตามแนวคิด CSR ในแขนงงานด้านวัสดุสำหรับการผล

GRI EN33, LA15, HR11, SO10 GC หลักการ 1-10

**นิยาม** [หัวข้อสำคัญอย่างยิ่งยวด] ดัชนีที่แสดงสัดส่วนของจำนวนบริษัทคู่ค้า\*8 ที่บรรลุเป้าหมายมีอัตราความสอดคล้องกับหัวข้อสำคัญอย่างยิ่งยวดตั้งแต่ 90% ขึ้นไป จากบรรดาบริษัทคู่ค้าที่เข้าข่ายการจัดหาตามแนวคิด CSR ทั้งหมด  
[หัวข้อสำคัญ] ดัชนีที่แสดงสัดส่วนของจำนวนบริษัทคู่ค้า\*8 ที่บรรลุเป้าหมายมีอัตราความสอดคล้องกับหัวข้อในระดับเดียวกับหัวข้อสำคัญอย่างยิ่งยวดตั้งแต่ 90% ขึ้นไป จากบรรดาบริษัทคู่ค้าที่เข้าข่ายการจัดหาตามแนวคิด CSR ทั้งหมด

ขอบเขตการคำนวณดัชนี	หัวข้อ	ผลลัพธ์ในปี 2012	ผลลัพธ์ในปี 2013	ผลลัพธ์ในปี 2014	ผลลัพธ์ในปี 2015
บริษัทคู่ค้าภายในและต่างประเทศ	หัวข้อสำคัญอย่างยิ่งยวด	93.8%	90.4%	82.7%	100% (เวียดนาม 90%)
	หัวข้อสำคัญ	81.9%	72.8%	38.8%	90%

**คำอธิบาย ผลลัพธ์ในปี 2014** ในปี 2014 อัตราส่วนของบริษัทคู่ค้าที่บรรลุเป้าหมายมีอัตราความสอดคล้องกับหัวข้อสำคัญอย่างยิ่งยวดและหัวข้อสำคัญตั้งแต่ 90% ขึ้นไปลดลง สาเหตุคือ เนื้อหาของคำถามใน Self Check มีความเข้มงวดมากขึ้นและบริษัทคู่ค้าที่อยู่ในขอบข่ายการตรวจสอบมีจำนวนมากขึ้น เนื่องจาก Self Assessment ของ EICC ได้รับการปรับปรุงแก้ไขเป็นอย่างมากในปี 2014 Self Checklist ของการจัดหาตามแนวคิด CSR ของบริษัทก็ต้องสะท้อนการปรับปรุงแก้ไขดังกล่าวโดยการปรับปรุงใหม่ทั้งหมด กลายเป็นเนื้อหาที่ไม่ได้พิจารณาแค่เอกสารหลักฐานของการดำเนินการเท่านั้น แต่ยังตรวจสอบลึกไปถึงการจัดตั้งกระบวนการรองรับ หรือการยอมรับอย่างแพร่หลายของการบริหารงานต่างๆ อีกด้วย ในปี 2014 ได้จัดให้มีการประชุมชี้แจงการจัดหาตามแนวคิด CSR แก่บริษัทคู่ค้ารายใหม่ในประเทศเวียดนาม จากนั้นไป บริษัทคู่ค้าจำเป็นต้องเสริมสร้างความแข็งแกร่งของการดำเนินงานที่ช่วยให้บริษัทคู่ค้ามีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น เช่น จัดให้มีการประชุมชี้แจงแก่บริษัทคู่ค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเพิ่มเติม เป็นต้น

**เป้าหมาย, ประเด็นปัญหา** ระดับความต้องการด้านสังคมของการดำเนินการด้าน CSR ในเรื่องห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) มีแนวโน้มสูงขึ้น ดังเห็นได้จากการปรับปรุงแก้ไข Self Assessment ของ EICC ปี อีกทั้ง 2015 จะเสริมสร้างความแข็งแกร่งของการจัดหาตามแนวคิด CSR และมุ่งปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น สืบเนื่องจากบริษัทคู่ค้าในภูมิภาคอาเซียนมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นด้านการขยายตัวของฐานการผลิตของบริษัท ในเชิงรูปธรรม มีการจัดฝึกอบรมเฉพาะด้าน เพื่อให้ผู้รับผิดชอบของแต่ละหน่วยงานด้านการจัดหาและด้านการผลิตของฐานการผลิตในต่างประเทศของ FUJI XEROX สามารถมีส่วนร่วมในการปรับปรุงการบริหาร CSR ของบริษัทคู่ค้าให้ดีขึ้น พร้อมๆ กับกลั่นกรองประเด็นปัญหาที่บริษัทคู่ค้าประสบอยู่แยกตามพื้นที่และแขนงงาน (สิ่งแวดล้อม สิทธิมนุษยชน แรงงาน จริยธรรมทางธุรกิจ) จัดให้มีการประชุมชี้แจงและสนับสนุนการปรับปรุงแก้ไขที่สำคัญในเรื่องที่ได้รับการระบุว่ามีความเสี่ยงสูงหรือแก่บริษัทคู่ค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย

\*8 สำหรับบริษัทคู่ค้ารายเดิม รวมทั้งการบรรลุเป้าหมายจากการเสนอแผนงานและปฏิบัติตามแผนการปรับปรุงแก้ไขเฉพาะหัวข้อที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดในปีที่ผ่านมา โดยไม่ได้ประเมินทุกหัวข้อ

สัดส่วนจำนวนบริษัทที่มีอัตราความสอดคล้องกับหัวข้อสำคัญอย่างยิ่งยวดตั้งแต่ 90% ขึ้นไปใน Self Checklist ของการจัดหาตามแนวคิด CSR ในแขนงงานด้านการขนส่ง

GRI EN33, LA15, HR11, SO10 GC หลักการ 1-10

**นิยาม** ดัชนีที่แสดงสัดส่วนของจำนวนบริษัทขนส่งรายเดิมที่ 1 และสถานประกอบการที่บรรลุเป้าหมายมีอัตราความสอดคล้องกับหัวข้อสำคัญอย่างยิ่งยวดตั้งแต่ 90% ขึ้นไป จากบรรดาบริษัทขนส่งรายเดิมที่อยู่ในขอบข่ายการจัดหาตามแนวคิด CSR ทั้งหมด

ขอบเขตการคำนวณดัชนี	ผลลัพธ์ในปี 2012	ผลลัพธ์ในปี 2013	ผลลัพธ์ในปี 2014	ผลลัพธ์ในปี 2015
บริษัทขนส่งรายเดิมที่ 1 และสถานประกอบการ ภายในประเทศ	100%	100%	100%	100%
บริษัทขนส่งรายเดิมที่ 1 และสถานประกอบการ ในต่างประเทศ	-	64%	93.8%	90%

**คำอธิบาย ผลลัพธ์ในปี 2014** สำหรับบริษัทขนส่งรายเดิมภายในประเทศ นอกจากจะสามารถรักษาอัตราความสอดคล้องกับหัวข้อสำคัญอย่างยิ่งยวด (100 หัวข้อ) ตั้งแต่ 90% ขึ้นไปได้แล้ว ยังได้ขยายผลไปยังบริษัทขนส่งรายเดิมที่ 2 ด้วยการปฏิบัติงานร่วมกับบริษัทขนส่งรายเดิมที่ 1 ซึ่งมีผู้รับจ้างงานต่อไปอีก โดยสามารถปรับปรุงไปจนถึงบริษัทขนส่งรายเดิมที่ 2 ในสัดส่วน 51 บริษัทจากทั้งหมด 54 บริษัท (94.4%) อีกทั้งยังเสริมสร้างความแข็งแกร่งของการดำเนินการในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก จนมีอัตราความสอดคล้องที่สูงขึ้นกว่าปีแรก

**เป้าหมาย, ประเด็นปัญหา** ปี 2015 สำหรับภายในประเทศ จะผลักดันให้บริษัทขนส่งและขนส่งของเสียจากการอุตสาหกรรมที่เพิ่มเข้ามาใหม่ได้เตรียมรับมือกิจกรรม ส่วนในต่างประเทศ จะสร้างระบบการตรวจเยี่ยมบริษัทขนส่งรายเดิมด้านการขนส่งในประเทศจีนและดำเนินการตามระบบดังกล่าว อีกทั้งยังจะขยายกิจกรรมไปยังบริษัทขนส่งซึ่งเป็นวิธีการขนส่งหลักไปยังภูมิภาคยุโรปและอเมริกา

\*9 Self Checklist ของการจัดหาตามแนวคิด CSR ในแขนงการขนส่ง ประกอบด้วยหัวข้อที่คัดเลือกมาจาก Self Checklist ในแขนงงานด้านวัสดุสำหรับผลิต บวกเพิ่มหัวข้อเฉพาะด้านที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง

สัดส่วนจำนวนบริษัทที่มีอัตราความสอดคล้องกับหัวข้อสำคัญอย่างยิ่งยวดตั้งแต่ 90% ขึ้นไปใน Self Checklist ของการจัดหาตามแนวคิด CSR ในแขนงงานด้านวัสดุทางอ้อม

GRI EN33, LA15, HR11, SO10 GC หลักการ 1-10

**นิยาม** ดัชนีที่แสดงสัดส่วนของจำนวนบริษัทคู่ค้าที่บรรลุเป้าหมายมีอัตราความสอดคล้องกับหัวข้อสำคัญอย่างยิ่งยวดตั้งแต่ 90% ขึ้นไปจากบรรดาบริษัทคู่ค้าที่อยู่ในขอบข่ายการจัดหาตามแนวคิด CSR ทั้งหมด

ขอบเขตการคำนวณดัชนี	ผลลัพธ์ในปี 2012	ผลลัพธ์ในปี 2013	ผลลัพธ์ในปี 2014	ผลลัพธ์ในปี 2015
บริษัทคู่ค้าอันดับที่ 1 ภายในประเทศและพื้นที่เวียดนาม	-	-	71.4%	90%

**คำอธิบาย ผลลัพธ์ในปี 2014** ในปี 2014 ได้เริ่มกิจกรรมต่อบริษัทคู่ค้าในแขนงงานด้านวัสดุทางอ้อม หลังจากจัดการประชุมชี้แจงแก่บริษัทคู่ค้าอันดับที่ 1 ภายในประเทศและประเทศเวียดนาม ได้แจก Self Checklist และเก็บรวบรวมผลการตอบ Self Checklist จากบริษัทคู่ค้าทุกแห่ง จากนั้นไป จะเสริมสร้างความแข็งแกร่งของการสนับสนุนการแก้ไขปัญหาของบริษัทคู่ค้าในแต่ละแขนงงานหรือประเภทธุรกิจให้ได้ดียิ่งขึ้น

**เป้าหมาย, ประเด็นปัญหา** ในปี 2015 จะเสริมสร้างความแข็งแกร่งของระบบส่งเสริมกิจกรรมในต่างประเทศเพื่อขยายขอบเขตพื้นที่ที่ดำเนินการให้กว้างออกไปอีก นอกจากนี้ จะทำการปรับปรุง Self Checklist สำหรับแขนงงานด้านวัสดุทางอ้อม และมุ่งไปสู่การปรับปรุงอัตราความสอดคล้องต่อไป

\*10 Self Checklist ของการจัดหาตามแนวคิด CSR ในแขนงงานด้านวัสดุทางอ้อม จัดทำขึ้นโดยคัดเลือกหัวข้อจาก Self Checklist ของแขนงงานด้านวัสดุการผลิต



## สัดส่วนของบริษัทผู้ค้าที่ผ่านเกณฑ์การจัดหาระดาที่ยั่งยืนในการจัดหาระดา ร่วมกันทั้งภายในและต่างประเทศ

GRI EN33, LA15, HR11, SO10 GC หลักการ 1-10

นิยาม ดัชนีที่แสดงสัดส่วนของบริษัทผู้ค้าที่ผ่านการตรวจสอบว่าเป็นไปตามระเบียบการจัดหาระดา

ขอบเขตการคำนวณดัชนี	ผลลัพธ์ในปี 2012	ผลลัพธ์ในปี 2013	ผลลัพธ์ในปี 2014	ผลลัพธ์ในปี 2015
บริษัทผู้ค้าที่ทำหน้าจัดหาระดาทั้งภายในและต่างประเทศ	100%	100%	100%	100%

คำอธิบาย  
ผลลัพธ์ในปี 2014 ในปี 2012 ได้มีการปรับปรุงแก้ไขระเบียบการจัดหาระดา และขอให้บริษัทผู้จัดหาทราบโดยให้ความสำคัญกับ CSR ด้านกิจกรรมทางธุรกิจ สำหรับสถานการณ์ความสอดคล้องกันกับที่กล่าว  
นี้ ได้มีการจัดการประชุมผู้รับผิดชอบด้านการจัดหาและการขายระหว่างกันและต่างประเทศและทำการตรวจสอบตั้งแต่ปี 2012 ส่วนในปี 2014 ได้ตรวจสอบแล้วว่ามีผลสอดคล้อง 100% ในที่  
ประชุมเดียวกันนี้

เป้าหมาย,  
ประเด็นปัญหา จากปี 2015 จะตรวจสอบสถานการณ์ความสอดคล้องกับระเบียบการจัดหาระดาของบริษัทผู้ค้าอย่างต่อเนื่อง และดำเนินการไปสู่การจัดหาระดาอย่างยั่งยืนต่อไป

## อัตราการเก็บรวบรวมคำตอบจากบริษัทผู้ค้าในการตรวจสอบแหล่งที่มาของแร่ที่อยู่ภายใต้ข้อขัดแย้ง

GRI HR11 GC หลักการ 1-6

นิยาม ดัชนีที่แสดงถึงสัดส่วนของจำนวนบริษัทผู้ค้าที่สามารถเก็บรวบรวมรายงาน EICC/GeSI จากบรรดาบริษัทผู้ค้าทั้งหมดที่อยู่ในข่ายการตรวจสอบแร่ที่อยู่ภายใต้ข้อขัดแย้ง

ขอบเขตการคำนวณดัชนี	ผลลัพธ์ในปี 2012	ผลลัพธ์ในปี 2013	ผลลัพธ์ในปี 2014	ผลลัพธ์ในปี 2015
บริษัทผู้ค้าซึ่งส่วนที่เป็นส่วนประกอบสินค้าของลูกค้านั้นสำคัญ	-	87.5%	92.4%	95%

คำอธิบาย  
ผลลัพธ์ในปี 2014 เป็นปีที่ 2 ของการเริ่มตรวจสอบ ได้ดำเนินการที่เน้นการเพิ่มไปยังอัตราการเก็บรวบรวมเท่านั้น แต่ยังเพิ่มความละเอียดของข้อมูลของโรงกลั่นแร่อีกด้วย มีการเรียกร้องให้บริษัทผู้ค้าปรับปรุง  
แก้ไขปัญหาคงเหลืออยู่ และดำเนินการแก้ไขปัญหาในการประชุมแจ้งให้พนักงานทราบเพื่อรับมือกับแร่ที่อยู่ภายใต้ข้อขัดแย้งภายในบริษัท ผลลัพธ์คือ อัตราการเก็บรวบรวมคำตอบสูงจากเป้าหมาย  
90% อีก 2.4% Point

เป้าหมาย,  
ประเด็นปัญหา มุ่งสู่การเพิ่มอัตราการเก็บรวบรวมคำตอบและความละเอียดของข้อมูลโรงกลั่นแร่ยิ่งขึ้น และเสริมสร้างความแข็งแกร่งของกิจกรรมซึ่งได้รับความร่วมมือกับบริษัทผู้ค้าอย่างต่อเนื่อง

## สัดส่วนการจัดหาวัตถุดิบ, ชิ้นส่วนจากท้องถิ่นของฐานการผลิตในต่างประเทศ (จีน)

GRI EC9

นิยาม ดัชนีที่แสดงสัดส่วนของจำนวนเงินในการร่วมทำธุรกิจกับนิติบุคคลภายในประเทศจีน จากบรรดาการร่วมทำธุรกิจการจัดหาวัตถุดิบ ชิ้นส่วนที่ดำเนินการโดย FUJI XEROX เซ็นจิน, FUJI XEROX  
เซี่ยงไฮ้ ที่ประกอบธุรกิจในประเทศจีน

ขอบเขตการคำนวณดัชนี	ผลลัพธ์ในปี 2012	ผลลัพธ์ในปี 2013	ผลลัพธ์ในปี 2014	ผลลัพธ์ในปี 2015
FUJI XEROX เซ็นจิน, FUJI XEROX เซี่ยงไฮ้	60.6%	65.7%	67.7%	รักษการจัดหาจากท้องถิ่น ให้อยู่ในระดับที่คงที่

คำอธิบาย  
ผลลัพธ์ในปี 2014 สัดส่วนการจัดหาจากท้องถิ่นภายในประเทศของจีนเพิ่มขึ้น เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยน และหากนำเอาผลของอัตราแลกเปลี่ยนออก จะพบว่าอยู่ในระดับเดียวกับปีที่ผ่านมา  
(65.7%) กล่าวคือสามารถรักษาระดับการดำเนินการได้อย่างเหมาะสม

เป้าหมาย,  
ประเด็นปัญหา ยังคงดำเนินการจัดหาและผลิตอย่างเหมาะสมโดยคำนึงถึงสัดส่วนการจัดหาจากท้องถิ่นต่อไป เพื่อให้สามารถสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นของพื้นที่ที่บริษัทเข้าไปทำธุรกิจได้

## สัดส่วนการจัดหาวัตถุดิบ, ชิ้นส่วนจากท้องถิ่นของฐานการผลิตในต่างประเทศ (เวียดนาม)

GRI EC9

นิยาม ดัชนีที่แสดงสัดส่วนของจำนวนเงินในการร่วมทำธุรกิจกับนิติบุคคลภายในประเทศเวียดนาม จากบรรดาการร่วมทำธุรกิจการจัดหาวัตถุดิบ ชิ้นส่วนที่ดำเนินการโดย FUJI XEROX โฮฟอง ที่ประกอบ  
ธุรกิจในประเทศเวียดนาม

ขอบเขตการคำนวณดัชนี	ผลลัพธ์ในปี 2012	ผลลัพธ์ในปี 2013	ผลลัพธ์ในปี 2014	ผลลัพธ์ในปี 2015
FUJI XEROX โฮฟอง	-	-	23.6%	รักษการจัดหาจากท้องถิ่นให้อยู่ ในระดับที่คงที่

คำอธิบาย  
ผลลัพธ์ในปี 2014 พร้อมๆ กับการตั้งโรงงานโฮฟองได้มีการดำเนินการที่กิจกรรมเลือกบริษัทผู้ค้าที่ผ่านเกณฑ์การจัดหาตามแนวคิด CSR, การจัดหาที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Procurement), คุณภาพ/ราคา/กำหนด  
เวลาส่งมอบของ ของ FUJI XEROX ในประเทศเวียดนาม จากปี 2015 จะยังคงดำเนินการที่กิจกรรมที่มุ่งไปสู่การเป็นนิติบุคคลท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง

เป้าหมาย,  
ประเด็นปัญหา ยังคงดำเนินการจัดหาและผลิตอย่างเหมาะสมโดยคำนึงถึงสัดส่วนการจัดหาจากท้องถิ่นต่อไป เพื่อให้สามารถสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นของพื้นที่ที่บริษัทเข้าไปทำธุรกิจได้

# สิ่งแวดล้อมของโลก

## ปริมาณการปล่อย CO2 ในสถานประกอบการ

GRI EN3, EN15-16, EN19 GC หลักการ 7-9

นิยาม ดัชนีที่นำเอาพลังงาน เช่น พลังงานไฟฟ้าที่ FUJI XEROX และบริษัทในเครือใช้ไปในโรงงานหรือออฟฟิศของบริษัทตนเอง มาแปลงเป็นปริมาณก๊าซ CO2 ที่ปล่อยออกมา

ขอบเขตการคำนวณดัชนี	ผลลัพธ์ในปี 2012	ผลลัพธ์ในปี 2013	ผลลัพธ์ในปี 2014	ผลลัพธ์ในปี 2015
สถานประกอบการพัฒนา, ผลิตภายในและต่างประเทศ	130kt-CO <sub>2</sub>	128kt-CO <sub>2</sub> <sup>*1</sup>	126kt-CO <sub>2</sub>	ปริมาณการปล่อยระดับปี 2005 (135kt-CO <sub>2</sub> )
ออฟฟิศภายในและต่างประเทศ	53kt-CO <sub>2</sub>	68kt-CO <sub>2</sub>	64kt-CO <sub>2</sub>	ลดลง 7% เมื่อเทียบกับปี 2007 (54kt-CO <sub>2</sub> )

คำอธิบาย  
ผลลัพธ์ในปี 2014 สามารถลดการใช้พลังงานในฐานการผลิตและพัฒนาได้ ด้วยมาตรการประหยัดพลังงานอย่างจริงจัง การปรับปรุงเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ใช้ภายในปัจจุบันให้เป็นเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ประหยัดพลังงานหรือ  
เพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการผลิต ฯลฯ เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายการลดปริมาณการใช้ไฟฟ้าที่ดำเนินการต่อเนื่องมาตั้งแต่เหตุการณ์แผ่นดินไหวครั้งใหญ่ในภาคตะวันออก (15% ขึ้นไปเมื่อเทียบกับปี  
2010) นอกจากนี้ โฉอมุขที่ทั้งในและต่างประเทศ ยังสามารถลดปริมาณการปล่อยก๊าซ CO2 ด้วยการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานอันเกิดจากการปฏิรูประบบปฏิบัติงานได้อีกด้วย

เป้าหมาย,  
ประเด็นปัญหา นำเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ประหยัดพลังงานมาใช้ในฐานการผลิตและพัฒนาและกระบวนการผลิต ฯลฯ อย่างต่อเนื่อง ตั้งเป้าหมายปริมาณการปล่อยก๊าซ CO2 ให้น้อยกว่าผลลัพธ์จริงของปี 2005  
และเสริมสร้างความแข็งแกร่งของกิจกรรมต่างๆ จากมุมมองระยะกลางถึงยาว เช่น การพิจารณาพัฒนาเทคนิคการผลิตหรือกระบวนการผลิตที่ประหยัดพลังงานมาใช้ ฯลฯ สำหรับออฟฟิศ ถึง  
เป้าหมายการใช้พลังงานโดยการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานให้สูงขึ้นอย่างก้าวกระโดดจากการปฏิรูประบบปฏิบัติงาน

\*เนื่องจากมีข้อผิดพลาดในข้อมูลระบุในปี 2014 จึงได้ทำการแก้ไข ก่อนแก้ไข : 122kt-CO<sub>2</sub>, หลังแก้ไข : 128kt-CO<sub>2</sub>

ปริมาณการปล่อยก๊าซ CO<sub>2</sub> ตลอดวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์

GRI EN15-17, EN19, EN30 GC หลักการ 7-9

นิยาม	ผลรวมของปริมาณการปล่อยก๊าซ CO <sub>2</sub> ในแต่ละช่วงวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ของบริษัท ตั้งแต่วัสดุที่จัดซื้อ ผลิต ออффิศ (พัฒนา, ขาย ฯลฯ) จนถึง เวลาที่ลูกค้าใช้งาน			
ขอบเขตการคำนวณดัชนี	พลาฟอร์มปี 2012	พลาฟอร์มปี 2013	พลาฟอร์มปี 2014	พลาฟอร์มปี 2015
FUJI XEROX และบริษัทในเครือ	1,249kt-CO <sub>2</sub>	1,342kt-CO <sub>2</sub>	1,423kt-CO <sub>2</sub>	1,524kt-CO <sub>2</sub>
คำอธิบายพลาฟอร์มปี 2014	สามารถลดปริมาณการปล่อยก๊าซ CO <sub>2</sub> โดยรวมตลอดวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ในส่วนของการผลิตของบริษัทตนเองลงได้จาก การลดการประหยัพลังงานอย่างจริงจัง การเปลี่ยนเป็นเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ประหยัดพลังงาน การเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการผลิต เป็นต้น แต่จากการเพิ่มปริมาณการปล่อยก๊าซ CO <sub>2</sub> ในส่วนของการขนส่ง ทำให้ในภาพรวมของปริมาณการปล่อยก๊าซเพิ่มขึ้น 6% เทียบกับปีที่ผ่านมา			
เป้าหมาย, ประเด็นปัญหา	ในปี 2015 นอกจากจะเสริมสร้างความแข็งแกร่งของมาตรการลด CO <sub>2</sub> ในแต่ละช่วงวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องแล้ว ยังมีการทบทวนกลยุทธ์เพื่อมุ่งไปสู่การบรรลุเป้าหมาย 1,091 kt-CO <sub>2</sub> ซึ่งเป็นเป้าหมายของปี 2020 ในทุกช่วงวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ และดำเนินการโดยมุ่งให้ความสำคัญกับกิจกรรมในระยะยาว			

## ปริมาณการควบคุมการใช้ทรัพยากรใหม่ด้วยการนำชิ้นส่วนกลับมาใช้ซ้ำ (Reuse)

GRI EN2 GC หลักการ 7-9

นิยาม	ดัชนีที่แสดงถึงปริมาณที่สามารถควบคุมทรัพยากรใหม่จากการที่ FUJI XEROX และบริษัทในเครือนำชิ้นส่วนกลับมาใช้ซ้ำมาใช้ในการกระบวนการผลิต			
ขอบเขตการคำนวณดัชนี	พลาฟอร์มปี 2012	พลาฟอร์มปี 2013	พลาฟอร์มปี 2014	พลาฟอร์มปี 2015
FUJI XEROX และบริษัทในเครือ	2,361t	2,875t	2,916t	3,065t
คำอธิบายพลาฟอร์มปี 2014	ปริมาณการควบคุมการใช้ทรัพยากรใหม่เพิ่มขึ้น 41t เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา แต่เนื่องจากปริมาณสินค้าหรือชิ้นส่วนที่ใช้ประโยชน์จากการนำชิ้นส่วนกลับมาใช้ซ้ำยังไม่มีบรรลุเป้าหมาย จึงถือว่ายังไม่บรรลุเป้าหมายที่แท้จริง			
เป้าหมาย, ประเด็นปัญหา	การออกแบบสินค้าหรือวัสดุใหม่เพื่อให้ง่ายต่อการรีไซเคิลและมีน้ำหนักเบา (Reduce) ได้คืบหน้าไปอย่างมาก ทำให้เกิดโครงสร้างที่ทำให้เพิ่มปริมาณการควบคุมการใช้ทรัพยากรใหม่จากการเพิ่มของปริมาณสินค้า, ชิ้นส่วน, วัสดุใหม่เพื่อใช้ประโยชน์จากการนำชิ้นส่วนกลับมาใช้ซ้ำได้มากขึ้น แต่บริษัทฯ ยังคงจะขยายการใช้งานทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป			

## อัตราส่วนการนำทรัพยากรกลับมาใช้ซ้ำของสินค้าใช้แล้วที่มีการเก็บรวบรวมมา

GRI EN28 GC หลักการ 7-9

นิยาม	ดัชนีที่แสดงถึงอัตราส่วนการนำทรัพยากรกลับมาใช้ซ้ำ เช่น การนำชิ้นส่วนกลับมาใช้ซ้ำ หรือการนำวัสดุหรือความร้อนกลับมาใช้ซ้ำ ฯลฯ ของตัวเครื่อง Multi-function Machine หรือพรีนเตอร์ (โปรแกรมทั้งวัสดุใหม่และวัสดุ) ที่ผ่านการใช้งานแล้วและมีการเก็บรวบรวมกลับมาใช้ซ้ำในและต่างประเทศ			
ขอบเขตการคำนวณดัชนี	พลาฟอร์มปี 2012	พลาฟอร์มปี 2013	พลาฟอร์มปี 2014	พลาฟอร์มปี 2015
ภายในประเทศ	99.9%	99.9%	99.9%	ตั้งแต่ 99.5% ขึ้นไป
เอเชีย แปซิฟิก	99.9%	99.6%	99.6%	ตั้งแต่ 99.5% ขึ้นไป
จีน	99.7%	99.7%	99.9%	ตั้งแต่ 99.5% ขึ้นไป
ไต้หวัน	99.9%	99.9%	99.9%	ตั้งแต่ 99.5% ขึ้นไป
เกาหลี	99.9%	99.9%	99.9%	ตั้งแต่ 99.5% ขึ้นไป
ออสเตรเลีย	99.5%	99.5%	99.8%	ตั้งแต่ 99.5% ขึ้นไป
นิวซีแลนด์	99.7%	99.7%	99.7%	ตั้งแต่ 99.5% ขึ้นไป
คำอธิบายพลาฟอร์มปี 2014	อัตราส่วนการนำทรัพยากรกลับมาใช้ซ้ำของสินค้าใช้แล้ว ในฐานะการผลิตทั้งภายในและต่างประเทศ ได้ถึงระดับตั้งแต่ 99.5% ขึ้นไปซึ่งเป็นเกณฑ์ของ “ของเสียเป็นศูนย์” ในประเทศออสเตรเลีย สามารถเพิ่มได้อีก 0.3% Point จากการทบทวนกระบวนการจัดการการนำทรัพยากรกลับมาใช้ซ้ำของ Print Circuit Board ส่วนในประเทศจีน สามารถเพิ่มอัตราส่วนการนำทรัพยากรกลับมาใช้ซ้ำได้อีก 0.2% Point จากการเปลี่ยนแปลงวิธีการขึ้นชิ้นส่วนประกอบมอเตอร์, ใบพัด ฯลฯ			
เป้าหมาย, ประเด็นปัญหา	เป้าหมายในปี 2015 ที่เช่นเดียวกับปีที่ผ่านมา กล่าวคือรักษาระดับ “ของเสียเป็นศูนย์” และเพิ่ม “คุณภาพ” อย่างต่อเนื่อง รวมทั้งผลักดันการขยายการนำชิ้นส่วนกลับมาใช้ซ้ำเพื่อลดการต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยลงยิ่งขึ้น			

## ปริมาณการใช้น้ำในกระบวนการผลิต

GRI EN8 GC หลักการ 7-8

นิยาม	แสดงปริมาณน้ำที่ FUJI XEROX และบริษัทในเครือใช้ขึ้นตอนการผลิตทั้งในและต่างประเทศ			
ขอบเขตการคำนวณดัชนี	พลาฟอร์มปี 2012	พลาฟอร์มปี 2013	พลาฟอร์มปี 2014	พลาฟอร์มปี 2015
FUJI XEROX และบริษัทในเครือ	2,290,000 t (ภายในประเทศ 1,770,000 t, ต่างประเทศ 520,000 t)	2,150,000 t (ภายในประเทศ 1,710,000 t, ต่างประเทศ 440,000 t)	2,060,000 t (ภายในประเทศ 1,630,000 t, ต่างประเทศ 430,000 t)	ลดลง 30% เมื่อเทียบกับปี 2005
คำอธิบายพลาฟอร์มปี 2014	เนื่องจากปริมาณการใช้น้ำในขั้นตอนการผลิตมีมากที่สุด บริษัทจึงได้ดำเนินการลดปริมาณการใช้น้ำในส่วนดังกล่าวลงตั้งแต่ปี 2009 ในปี 2014 สามารถลดปริมาณการใช้น้ำได้ถึง 45% เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา และบรรลุเป้าหมายของการลดปริมาณการใช้น้ำลง 30% เมื่อเทียบกับปี 2005			
เป้าหมาย, ประเด็นปัญหา	รักษาการบรรลุเป้าหมาย (ลด 30% เมื่อเทียบกับปี 2005) พร้อมกันมุ่งลดปริมาณการใช้น้ำลงจากปีที่ผ่านมา รวมทั้งพิจารณาการรองรับดัชนีด้านสิ่งแวดล้อมด้านทรัพยากรน้ำใหม่ เช่น Water Footprint ฯลฯ ทั้งภายในและต่างประเทศ			

## สังคมท้องถิ่น

## รายจ่ายเพื่อการมีส่วนร่วมต่อสังคม

GRI EC1, EC7

นิยาม

ดัชนีที่แสดงถึงจำนวนเงินโดยรวมของรายจ่ายที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการมีส่วนร่วมต่อสังคมของ FUJI XEROX และบริษัทในเครือ

ขอบเขตการคำนวณดัชนี	ผลลัพธ์ในปี 2012	ผลลัพธ์ในปี 2013	ผลลัพธ์ในปี 2014	ผลลัพธ์ในปี 2015
FUJI XEROX (เดี่ยว)	378,000,000 เยน	372,000,000 เยน	320,000,000 เยน	มีส่วนร่วมในระดับเท่าเทียม อย่างต่อเนื่อง
บริษัทในเครือภายในประเทศ	96,000,000 เยน	96,000,000 เยน	72,000,000 เยน	
บริษัทในเครือในต่างประเทศ	194,000,000 เยน	193,000,000 เยน	176,000,000 เยน	

คำอธิบาย  
ผลลัพธ์ในปี 2014

ผลจากการบริจาค, สนับสนุนในแขนงงานด้านการวิจัยวิชาการและเทคโนโลยี การกีฬา และดำเนินกิจกรรมการมีส่วนร่วมต่อสังคมในแต่ละพื้นที่ ทำให้เกิดรายจ่ายด้านการมีส่วนร่วมต่อสังคมคิดเป็นจำนวนเงินรวมทั้งสิ้นประมาณ 550,000,000 เยน สาเหตุที่ลดลงจากปีที่ผ่านมา ก็เนื่องจากการบริจาคหรือการสนับสนุนงานโปรเจกต์หรือกิจกรรมที่องค์กรต่างๆ แต่ละประเทศลดน้อยลง

เป้าหมาย,  
ประเด็นปัญหา

เสริมสร้างความแข็งแกร่งของการมีส่วนร่วมต่อสังคมทั่วทั้งกลุ่มบริษัททั้งภายในและต่างประเทศ โดยนำสาระสำคัญต่างๆ ของบริษัทมาเป็นแกนหลัก กล่าวคือมีส่วนร่วมในการพัฒนาบุคลากรรุ่นต่อไป การสืบทอดวัฒนธรรมและข้อมูลที่สำคัญ การแก้ไขปัญหาของสังคมซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะของท้องถิ่น

## จำนวนพนักงานที่เป็นอาสาสมัคร

GRI EC7

นิยาม จำนวนรวมของผู้เข้าร่วม (รวม) และให้ความร่วมมือกับกิจกรรมจิตอาสาที่บริษัทจัดขึ้น ซึ่งเป็นพนักงานของ FUJI XEROX และบริษัทในเครือ

ขอบเขตการคำนวณดัชนี	ผลลัพธ์ในปี 2012	ผลลัพธ์ในปี 2013	ผลลัพธ์ในปี 2014	ผลลัพธ์ในปี 2015
FUJI XEROX (เดี่ยว)	ที่ผ่านงานพนักงานที่เข้าร่วมในกิจกรรมจิตอาสาต่างๆ แต่เพียงจะรับเก็บข้อมูลจำนวนพนักงานตั้งแต่ปี 2013 เป็นต้นมา	808 คน	903 คน	เพิ่มจำนวนพนักงานที่เป็นอาสาสมัคร
บริษัทในเครือภายในประเทศ		2,162 คน	4,756 คน	
บริษัทในเครือในต่างประเทศ		7,863 คน	11,018 คน	

คำอธิบาย ผลลัพธ์ในปี 2014 จำนวนพนักงานที่เป็นอาสาสมัครของทั้งกลุ่มบริษัท ในส่วนที่เป็นบริษัทในเครือ ได้เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาเป็นอย่างมาก ในภาพรวม มีพนักงานรวมทั้ง 16,677 คนได้เข้าร่วมกิจกรรมที่จัดขึ้นโดยบริษัทในฐานะที่เป็นอาสาสมัคร

เป้าหมาย, ประเด็นปัญหา เพื่อกิจกรรมการมีส่วนร่วมต่อสังคมในรูปแบบที่พนักงานสามารถเข้าร่วมได้ เพื่อมุ่งสู่การสร้างสิ่งแวดล้อมที่พนักงานแต่ละคนสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีชีวิตชีวา

## สัดส่วนของนิติบุคคลที่ส่งเสริมกิจกรรมจิตอาสา

GRI EC7

นิยาม ดัชนีที่แสดงถึงสัดส่วนของนิติบุคคลที่วางกลไกสำหรับผลักดันกิจกรรมจิตอาสาโดยบริษัทซึ่งดำเนินการโดยพนักงาน เช่น Hasu Club \*12 เห็นชอบให้วันทำกิจกรรมจิตอาสาเป็นวันหยุด ฯลฯ

ขอบเขตการคำนวณดัชนี	ผลลัพธ์ในปี 2012	ผลลัพธ์ในปี 2013	ผลลัพธ์ในปี 2014	ผลลัพธ์ในปี 2015
FUJI XEROX (ไม่รวมบริษัทในเครือ)	100%	100%	100%	ปรับปรุงสัดส่วนของบริษัทในเครือในต่างประเทศ
บริษัทในเครือภายในประเทศ	100%	100%	100%	
บริษัทในเครือในต่างประเทศ	81%	78%	87%	

คำอธิบาย ผลลัพธ์ในปี 2014 มีการนำระบบเห็นชอบให้วันทำกิจกรรมจิตอาสาเป็นวันหยุดมาใช้กับ 2 บริษัทซึ่งเป็นบริษัทในเครือในต่างประเทศ ทำให้สัดส่วนตัวเลขเพิ่มขึ้น

เป้าหมาย, ประเด็นปัญหา ในปี 2015 ยังคงส่งเสริมสร้างความแข็งแกร่งของกิจกรรมการมีส่วนร่วมต่อสังคมของบริษัทในเครือทั้งภายในและต่างประเทศต่อไปอย่างต่อเนื่อง และมีกำหนดการปรับปรุงสัดส่วนของนิติบุคคลที่ผลักดันกิจกรรมจิตอาสาของบริษัทในเครือในต่างประเทศให้เพิ่มสูงขึ้น

\*12 [Hasu Club] องค์การจิตอาสาที่พนักงานบริหารงานกันเอง รวบรวมเงินทุนโดยหักจากส่วนหนึ่งของเงินเดือนหรือเงินโบนัสของสมาชิก เพื่อนำไปดำเนินกิจกรรมด้วยตนเองหรือบริจาคให้กับ NPO/NGO แต่ละประเทศ

## จำนวนสมาชิกของ Hasu Club

GRI EC7

นิยาม ดัชนีที่แสดงถึงจำนวนสมาชิกของ "Hasu Club" ซึ่งเป็นองค์การจิตอาสาที่จัดตั้งขึ้นเองโดยพนักงานและผู้ที่ออกจากงานไปแล้ว

ขอบเขตการคำนวณดัชนี	ผลลัพธ์ในปี 2012	ผลลัพธ์ในปี 2013	ผลลัพธ์ในปี 2014	ผลลัพธ์ในปี 2015
FUJI XEROX (เดี่ยว) Fuji Xerox Advanced Technology Fuji Xerox Manufacturing Fuji Xerox Service Creative	3,773 คน	3,837 คน	3,807 คน	เพิ่มจำนวนสมาชิก

คำอธิบาย ผลลัพธ์ในปี 2014 สำหรับ FUJI XEROX (เดี่ยว) มีพนักงานประมาณ 41% เข้าร่วมเป็นสมาชิก มีการขยายของกิจกรรม เช่น สร้างโอกาสให้พนักงานของบริษัทในเครือได้เข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสาฟื้นฟูสถานที่ประสบภัย เป็นต้น

เป้าหมาย, ประเด็นปัญหา ประสานงานกับองค์กรจิตอาสาของพนักงานที่บริหารงานแยกเป็นเอกเทศของบริษัทในเครือ เพื่อมุ่งสู่การเพิ่มจำนวนสมาชิกที่เข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสา

## จำนวนผู้รับความช่วยเหลือจากกองทุน Setsutaro Kobayashi ของ FUJI XEROX ซึ่งมีวัตถุประสงค์เสริมสร้างความเข้าใจอันดีต่อกันกับภูมิภาคเอเชีย

GRI EC7

นิยาม ดัชนีที่แสดงถึงกิจกรรมการสนับสนุนผู้ที่ศึกษาในระดับปริญญาเอกทั้งภายในและต่างประเทศเป็นหลักอย่างต่อเนื่องในสาขานโยบายศาสตร์และสังคมศาสตร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจอันดีต่อกันกับประเทศและภูมิภาคเอเชีย แปซิฟิก ผ่านการเชื่อมความสัมพันธ์ด้านวิชาการและเทคโนโลยี

ขอบเขตการคำนวณดัชนี	ผลลัพธ์ในปี 2012	ผลลัพธ์ในปี 2013	ผลลัพธ์ในปี 2014	ผลลัพธ์ในปี 2015
จำนวนโดยรวมของผู้รับความช่วยเหลือไปโปรแกรมสนับสนุนงานวิจัยของนักศึกษาต่างชาติในประเทศญี่ปุ่น *13 (ส:สญ) *14	30 คน (1,044 คน)	32 คน (1,076 คน)	33 คน (1,109 คน)	ให้ความช่วยเหลือในระดับอย่างต่อเนื่อง
จำนวนรวมของผู้รับความช่วยเหลือไปโปรแกรมทุนการศึกษาของ Kobayashi Fellowship *15 (ส:สญ)	8 คน (165 คน)	8 คน (173 คน)	8 คน (181 คน)	ให้ความช่วยเหลือในระดับอย่างต่อเนื่อง

คำอธิบาย ผลลัพธ์ในปี 2014 สำหรับโปรแกรมสนับสนุนงานวิจัยของนักศึกษาต่างชาติในประเทศญี่ปุ่น ได้ให้การช่วยเหลือนักศึกษาต่างชาติจำนวน 33 คนจาก 8 ประเทศที่ศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยในญี่ปุ่น 20 แห่ง ส่วนโปรแกรมทุนการศึกษาของ Kobayashi Fellowship ที่มอบให้นักศึกษาชาวญี่ปุ่น ได้ช่วยเหลือนักศึกษารวม 8 คนจากมหาวิทยาลัย 6 แห่ง รวมทั้ง ได้ช่วยเหลือการเข้าสู่ระบบของวิทยานิพนธ์ การรับรางวัลปรกณให้กับสถาบันการศึกษาและผู้รับการช่วยเหลือในอดีต นอกจากนี้ ยังผลักดันให้เสริมสร้างความแข็งแกร่งของเครือข่ายการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่าง OB, OG ที่ปัจจุบันมีสมาชิกกว่า 1,000 คน

เป้าหมาย, ประเด็นปัญหา ดำเนินการให้ความช่วยเหลืองานวิจัยอย่างต่อเนื่อง รวมทั้ง เสริมสร้างความแข็งแกร่งของการสร้างเวทีสำหรับเชื่อมความสัมพันธ์กับผู้ที่มีความช่วยเหลือในอดีต เช่น จัดให้มีการนำเสนอวิทยานิพนธ์ของผู้ที่จบการศึกษาระดับปริญญาเอกอย่างต่อเนื่อง ขยายคลังข้อมูลดิจิทัลของผลงานวิจัย เป็นต้น

\*13 การช่วยเหลืองานวิจัยแก่นักวิจัยต่างชาติรุ่นใหม่ที่ยังเรียนวิชาเอกด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ในระดับปริญญาเอกของมหาวิทยาลัยในประเทศญี่ปุ่น โดยมาจากประเทศและภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

\*14 รวมทั้งผู้ที่ไม่จบภายหลังจากการช่วยเหลือ

\*15 การช่วยเหลืองานวิจัยแก่นักวิจัยชาวญี่ปุ่นรุ่นใหม่ที่ยังเรียนวิชาเอกด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์และค้นคว้าวิจัยเกี่ยวกับประเทศและภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

## ผู้ถือหุ้น, นักลงทุน

### จำนวนเคสของการเกิดปัญหาร้ายแรงด้านการควบคุมภายในหรือการกำกับดูแลกิจการ

GRI SO8 GC หลักการ 10

นิยาม ดัชนีที่แสดงถึงจำนวนเคสของการเกิดปัญหาร้ายแรงด้านการควบคุมภายในหรือการกำกับดูแลกิจการที่จำเป็นต้องเปิดเผยต่อสาธารณะ

ขอบเขตการคำนวณดัชนี	ผลลัพธ์ในปี 2012	ผลลัพธ์ในปี 2013	ผลลัพธ์ในปี 2014	ผลลัพธ์ในปี 2015
FUJI XEROX และบริษัทในเครือ	0 เคส	0 เคส	0 เคส / 0 เคส	0 เคส

คำอธิบาย ผลลัพธ์ในปี 2014 ไม่เกิดปัญหาร้ายแรงด้านการควบคุมภายในหรือการกำกับดูแลกิจการที่จำเป็นต้องเปิดเผยต่อสาธารณะ

เป้าหมาย, ประเด็นปัญหา เสริมสร้างความแข็งแกร่งของระบบควบคุมภายในและการกำกับดูแลกิจการอย่างต่อเนื่องให้กับแต่ละระดับในองค์กรของ FUJI XEROX และบริษัทในเครือ



## คุณ Eiichiro Adachi

The Japan Research Institute, Limited



ต่อเนื่องจากฉบับปี 2014 ปีนี้ ผมก็ได้มีโอกาสอ่านรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainability Report) ของ FUJI XEROX และบริษัทในเครือประจำปี 2015 ในฉบับปี 2014 ผมได้ร้องขอเรื่องใหญ่ๆ ไปสองเรื่อง

เรื่องแรกคืออยากให้เพิ่มแรงโน้มน้าวเกี่ยวกับการสื่อสารในเรื่อง “การสนับสนุนการสร้างสรรค์คุณค่าของลูกค้า ด้วยการทำอย่างที่เป็นรูปธรรม” ภายใต้ความเชื่อที่ว่า CSR ไม่สามารถแยกออกจากการบริหารธุรกิจได้ ในฉบับปี 2015 จึงเห็นว่ามีการ ① แสดงแผนภาพของกระบวนการสร้างสรรค์คุณค่าอย่างชัดเจน (p1) และ ② ระบุคุณค่าที่ FUJI XEROX นำเสนออย่างเป็นรูปธรรม (p10) และภายใต้การเล่าเรื่องอย่างเป็นระบบและสอดคล้องกัน ผมยังรู้สึกว่าโครงสร้างของรายงานที่จัดวาง Top Commitment (p5) การดำเนินการที่เป็นรูปธรรมของสาระสำคัญทางการดำเนินธุรกิจและการแนะนำกรณีศึกษาที่ตั้งชื่อว่า Highlight (p23 เป็นต้นไป) ตามลำดับ ช่วยให้ผู้อ่านสามารถเข้าใจเนื้อหาของรายงานได้ง่ายยิ่งขึ้น

เรื่องที่สองคืออยากให้สื่อสารว่า “สังคมที่ยั่งยืนนั้นมีรูปร่างหน้าตาเป็นอย่างไร” อย่างเต็มๆ มากยิ่งขึ้น สำหรับเรื่องนี้ ผมได้เห็นว่ามีการ ① แสดงประเด็นปัญหาของสังคมที่ FUJI XEROX ควรเข้าไปดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรมชัดเจน (p9) และ ② กำหนดสาระสำคัญทางการดำเนินธุรกิจของ FUJI XEROX แยกเป็นผู้ที่มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) แต่ละรายอีกครั้งหนึ่ง (p11) นอกจากนี้ ยังรู้สึกว่า การเรียบเรียง “มาตรฐานของคุณค่า” ที่นำเสนอต่อสังคมเสียใหม่ (p21) โดยตั้งชื่อหัวข้อย่อยว่า การเปลี่ยนผ่านไปสู่รูปแบบของการสร้างสรรค์คุณค่า เป็นสิ่งที่เพียงพอที่จะบ่งชี้ความคาดหวังของผู้อ่านที่มีต่อการเติบโตทางธุรกิจที่มุ่งไปสู่อนาคตของบริษัททำได้อีกเป็นอย่างดี

และสิ่งที่สังเกตเห็นเพิ่มเติมก็คือ เริ่มมีสะพานเชื่อมโยงช่องว่างระหว่าง “ประเด็นปัญหาของสังคมที่ควรดำเนินการ” กับ “คุณค่าที่นำเสนอ” ชัดเจนขึ้น (p9-10) สิ่งเหล่านี้ ถ้านำมาแสดงแยกตามสถานการณ์หรือเป็นกรอบแยกตามผู้ที่มีส่วนได้เสียเช่นที่ผ่านมา ก็อาจมีความรู้สึกเข้าใจหรือจัดการได้ยาก นั่นเป็นเพราะว่าสถานการณ์ไม่ได้ถูกแบ่งตาม “ประเด็นปัญหาของสังคมที่ควรดำเนินการ” กับ “คุณค่าที่นำเสนอ” อีกทั้งไม่ได้สอดคล้องกับการแบ่งประเภทของผู้ที่มีส่วนได้เสียแบบหนึ่งต่อหนึ่งด้วย จะว่าไปแล้วเป็นข้อสรุปที่ชัดเจนในตัวเองอยู่ก็จริง แต่ก็ถือเป็นประเด็นที่สำคัญของการเปิดเผยข้อมูลที่ตระหนักถึงความเป็นอันหนึ่งอันเดียวของธุรกิจกับ CSR ไม่น้อยเลยทีเดียว การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่สนับสนุนการเติบโตของ FUJI XEROX (p18) ก็น่าสนใจเป็นอย่างมาก อย่างไรก็ตาม ยังมีส่วนของภาพรวมที่เข้าใจยากกว่าแต่ละ

เทคโนโลยีสอดคล้องกับ “ประเด็นปัญหาของสังคมที่ควรดำเนินการ” กับ “คุณค่าที่นำเสนอ” อย่างไรบ้าง

สำหรับในส่วนของการเปิดเผยข้อมูลการดำเนินการแยกตามผู้มีส่วนได้เสีย (p35-52) รู้สึกประทับใจว่าแบ่งโครงสร้างเป็น ① รูปลักษณ์ที่หมายมั่น ② แนวคิดพื้นฐาน ③ ผลการดำเนินกิจกรรมของปีที่ผ่านมา ④ สรุปภาพรวมของกิจกรรมในปีนี้ และ ⑤ กรณีศึกษา ได้อย่างชัดเจน ทำให้อ่านและจับประเด็นได้ง่าย อีกทั้ง ในส่วนของการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับดัชนี CSR ที่สำคัญ (p54-59) ถือเป็นกุญแจสำคัญที่บ่งบอกว่า FUJI XEROX และบริษัทในเครือมีการหมุนวงจร PDCA อยู่อย่างต่อเนื่อง ผมขอชื่นชมการควบคุมความคืบหน้าของดัชนี CSR โดยรวมดังกล่าว

ในอีกทางหนึ่ง ในรายงานฉบับปี 2015 พบว่าผลของการดำเนินการหลายอย่างอาจจะล่าช้ากว่าที่กำหนด รวมถึงส่วนที่นำเสนอผ่านเว็บไซต์ด้วย ยกตัวอย่างเช่น ① การควบคุมจำนวนการใช้ทรัพยากรใหม่จากการนำชิ้นส่วนกลับมาใช้ซ้ำ ② การเพิ่มปริมาณการปล่อย VOC ③ การเพิ่มผลของอุบัติภัยด้านแรงงานต่อพนักงาน 1,000 คนของบริษัทภายในประเทศและบริษัทในเครือ ④ การลดลงของอัตราส่วนพนักงานหญิงในระดับกรรมการและระดับบริหารของบริษัทในเครือในต่างประเทศ เป็นต้น รวมถึงเรื่องของจำนวนเงินรายจ่ายของกิจกรรมการมีส่วนร่วมต่อสังคมในงบการเงินรวมของ FUJI XEROX ลดลง เหล่านี้ รู้สึกว่าหากสามารถมีการอธิบายถึงสาเหตุที่อยู่เบื้องหลังอย่างละเอียดได้ก็จะมีประโยชน์มากยิ่งขึ้น

สุดท้ายนี้ ต้องขออนุญาตกล่าวอีกครั้งหนึ่งว่า ในรายงานฉบับปี 2015 ได้มีการทดลองการถ่ายภาพใหม่ๆ อย่างกระตือรือร้นหลายอย่าง เพื่อสะท้อนถึงกระบวนการบริหารซึ่งรวมเรื่องธุรกิจกับ CSR เป็นหนึ่งเดียวส่วนตัวแล้วผมต้องขอแสดงความนับถือต่อการตกถึงอกปรายเรื่อง “ประเด็นปัญหาของสังคมที่ควรดำเนินการ” และ “คุณค่าที่ควรนำเสนอ” ของบริษัทของคุณอย่างตรงไปตรงมา แทน “การกำหนดตามความสำคัญ” ที่เป็นแบบแผนตายตัว จากนี้ไป หวังเป็นอย่างยิ่งว่าบริษัทยังคงจัดพิมพ์รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่เปี่ยมไปด้วยทั้งเอกลักษณ์เฉพาะตัวและการคาดการณ์แนวโน้มล่วงหน้าเช่นนี้สืบต่อไปตราบนานเท่านาน

ความคิดเห็นนี้ ไม่ใช่การแสดงผลลัพธ์ที่ผ่านการวัด, จำนวนอย่างถูกต้องแม่นยำตามเกณฑ์การจัดทำรายงานด้านสิ่งแวดล้อม ฯลฯ ซึ่งเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปว่าเป็นธรรมและเหมาะสม หรือผ่านการพิจารณาว่าข้อมูลที่มีความสำคัญได้รับการเปิดเผยอย่างครบถ้วน

## สรุปภาพรวมธุรกิจของ FUJI XEROX



### สรุปภาพรวมบริษัท

ชื่อ	Fuji Xerox Co., Ltd.
สำนักงานใหญ่	9-7-3, Akasaka Minato-ku, Tokyo 107-0052
โทรศัพท์	03-6271-5111
ประธานกรรมการและกรรมการผู้มีอำนาจ	Tadahito Yamamoto
กรรมการผู้ชำนาญการและกรรมการผู้มิอำนาจ	Hiroshi Kurihara
ก่อตั้ง	20 กุมภาพันธ์ ค.ศ. 1962
	บริษัทร่วมทุนระหว่าง Fuji Photo Film Co., Ltd. กับ Rank Xerox Limited ประเทศอังกฤษ (Rank Xerox : เปลี่ยนชื่อทางการค้าเป็น Xerox Limited ในวันที่ 31 ตุลาคม ปี 1997)
ทุนจดทะเบียน	20,000,000,000 เยน
ผู้ถือหุ้น	Fuji Film Holdings (75%) Xerox Limited (25%)
จำนวนพนักงานสรุป	46,945 คน (ปีงบประมาณ ณ สิ้นงวดเดือนมีนาคม ปี 2015) 8,530 คน (ปีงบประมาณ ณ สิ้นงวดเดือนมีนาคม ปี 2015)

### ภาพรวมธุรกิจ

#### สถานประกอบการ

[สำนักงานใหญ่]  
[สถานวิจัย]

[สถานประกอบการพัฒนา - พลิต]

[สาขา, สำนักงานขายหลัก]

[ฐานการผลิตในต่างประเทศ]

ธุรกิจ Office Product, ธุรกิจ Office Printer, ธุรกิจ Production Service, ธุรกิจ Global Service

โตเกียว

โยโกฮามะ (จังหวัดคานากาวะ), นาโกย่า (จังหวัดคานากาวะ), ฟาโล อัลโต (รัฐแคลิฟอร์เนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา)

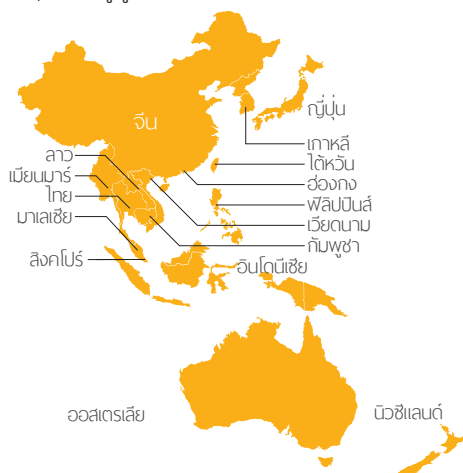
โยโกฮามะ (จังหวัดคานากาวะ), เอมิเนะ (จังหวัดคานากาวะ), ทาเกะมัทสึ (จังหวัดคานากาวะ), สึสึกะ (จังหวัดมิเอะ), นามิเอะ (จังหวัดโทเกียว), เซียงไฮ้, เซินเจิ้น (ประเทศจีน), ไชฟง (ประเทศเวียดนาม) ฯลฯ

ซัมโปโร เซ็นโด, โตเกียว, โยโกฮามะ, นาโกย่า, เกียวโต, โอซาก้า, โทโย, ฮิโรชิมา, ฟุกุโอกะ, โอคินาวะ และในเมืองสำคัญทั่วประเทศ รวมประมาณ 300 แห่ง

ประเทศและภูมิภาคต่างๆ เช่น เกาหลี, จีน (รวมทั้งฮ่องกง, ไต้หวัน), ฟิลิปปินส์, เวียดนาม, เมียนมาร์, ไทย, มาเลเซีย, สิงคโปร์, อินโดนีเซีย, ออสเตรเลีย, นิวซีแลนด์, สหรัฐอเมริกา

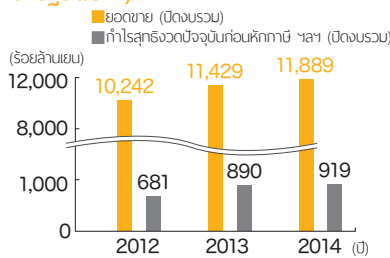
### พื้นที่ที่ดำเนินกิจกรรมการขาย, บริการ

บริษัทมีพื้นที่ดำเนินกิจกรรมการขาย/บริการในประเทศญี่ปุ่น, จีนและภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก สำหรับในประเทศสหรัฐอเมริกาและภูมิภาคอื่น Xerox Corporation และ Xerox Europe เป็นผู้ดูแล

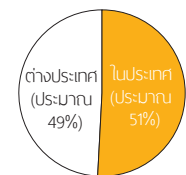


### ดัชนีการดำเนินธุรกิจหลัก

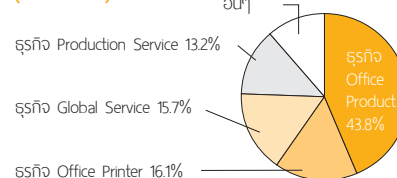
#### ข้อมูลการเงิน (มาตรฐานบัญชีสหรัฐอเมริกา)



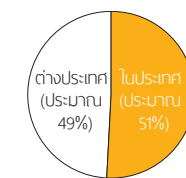
#### ยอดขายแยกตามภูมิภาค (ปีงบประมาณ) ปี 2014



#### ยอดขายแยกตามแขนงธุรกิจ (ปีงบประมาณ) ปี 2014



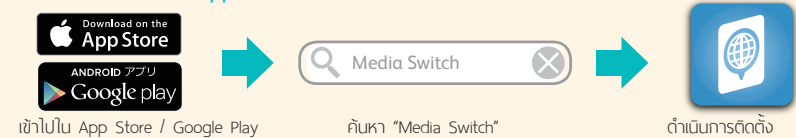
#### จำนวนพนักงานแยกตามภูมิภาค (ปีงบประมาณ) ปี 2014



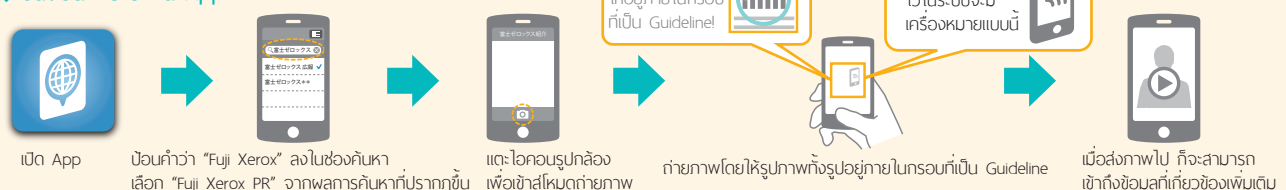
## ลองสัมผัสประสบการณ์ SkyDesk Media Switch ด้วย App พิเศษ!

เนื้อหาในเอกสารฉบับนี้ จัดทำให้สามารถเรียกดูข้อมูลที่เกี่ยวข้องแต่ละส่วนได้โดยใช้ Smart Phone ถ่ายรูปภาพที่กำหนดไว้บนหน้ากระดาษ โดย Smart Phone ดังกล่าวต้องติดตั้ง SkyDesk Media Switch App (ดาวน์โหลดฟรี) จาก App Store หรือ Google Play และเปิด App ให้อยู่ในสภาวะพร้อมใช้งาน

### ขั้นตอนการติดตั้ง App



### ขั้นตอนการใช้งาน App



iPhone, Safari เป็นเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนในสหรัฐอเมริกาและประเทศอื่นๆ ของ Apple Inc. เครื่องหมายการค้า iPhone ใช้งานภายใต้ใบอนุญาตจากบริษัท Apple Inc. จาก Apple Inc. เป็นชื่อบริการที่สามารถดาวน์โหลดแอปพลิเคชันซอฟต์แวร์สำหรับ iPhone, iPad, iPod touch ที่บริหารโดย Apple Inc. ส่วนบริการ, ชื่อสินค้า ฯลฯ ที่ระบุ เป็นเครื่องหมายการค้าจดทะเบียนหรือเครื่องหมายการค้าของบริษัทอื่นๆ

ในบรรดาผลงานของจิตรกรชื่อดังชาวฝรั่งเศส ปอล โกแก็ง มีอยู่ภาพหนึ่งที่มีชื่อว่า “พวกเรามาจากไหน พวกเราเป็นใคร และพวกเรากำลังจะไปไหน” นับเป็นผลงานที่ช่วยให้ผู้ชมคิดและหาคำตอบเองว่าการดำรงอยู่ของตัวเองคืออะไรกันแน่

ในยุคปัจจุบัน ความคาดหวังที่มีต่อบริษัทในการมุ่งสู่การแก้ปัญหาต่างๆ ของสังคม เพื่อให้คนรุ่นต่อไปสามารถสืบทอดสังคมที่ไม่เพียงแต่การดำรงอยู่อย่างยั่งยืนเท่านั้นแต่ยังต้องดีขึ้นกว่าเดิมได้ มีแต่จะสูงขึ้นเรื่อยๆ บริษัทก็ต้องตระหนักถึงการดำรงอยู่ของตนเอง คิดและหาคำตอบเองว่าควรจะสร้างคุณค่าอะไรให้กับสังคมอยู่เสมอเช่นกัน

รายงานประจำปีนี้ มุ่งหวังที่จะตอบคำถามพื้นฐานที่ว่า “FUJI XEROX คือบริษัทที่นำเสนออะไรให้กับสังคม” และเพื่อก้าวข้ามการท้าทายของท้ายทอดภาพรวมตั้งแต่อดีต ปัจจุบันและอนาคตของบริษัทให้ผู้อ่านทุกท่านได้เข้าใจว่า บริษัทที่ชื่อ FUJI XEROX ได้ก้าวเดินมาอย่างไร ตอนนี้กำลังผลักดันการดำเนินการอะไรเพื่อไปสู่ภาพของสังคมที่มุ่งหวัง นำเสนอคุณค่าอะไรให้กับสังคม จากนั้นไปจะเติบโตไปอย่างไร ถ้าหากรายงานฉบับนี้ได้ทำให้ผู้อ่านมีความเข้าใจในตัวบริษัทเพิ่มมากขึ้นบ้างและรู้สึกที่บริษัทได้เข้าใกล้ถึงตัวทุกท่านมากยิ่งขึ้น ก็คงไม่มีสิ่งใดที่น่าดีใจไปกว่านี้อีกแล้ว

หน้าปกของรายงานปีนี้ ได้เลือก “ภาพที่เด็กๆ จูงมือกันวาดภาพอนาคตของตนเอง” เพื่อแสดงถึงคุณค่าใหม่ที่เกิดจากความร่วมมือประสานงานกันของผู้คนที่หลากหลาย และการส่งเสริมความเข้าใจและความไว้วางใจซึ่งกันและกันของผู้คนผ่านการสื่อสารที่มีคุณค่า รวมทั้งเจตนาของบริษัทในการสร้างสังคมที่รุดหน้าไปในทิศทางที่ดีขึ้น บริษัทหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะสามารถสื่อถึงภาพสังคมที่บริษัทมุ่งหวังไปยังผู้อ่านจากภาพหน้าปกนี้ได้ไม่มากนักน้อย

สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณทุกท่านที่ได้มีส่วนร่วมและให้ความร่วมมือในการจัดทำรายงานฉบับนี้ บริษัทมุ่งหวังที่จะร่วมมือและประสานงานกับผู้ที่มีส่วนได้เสียอันหลากหลายทุกท่าน เพื่อสร้างสรรค์คุณค่าใหม่ๆ ให้กับสังคมอยู่เสมอ และจากนี้ไป ก็จะดำเนินการอย่างเปิดเผยและตรงไปตรงมาอย่างต่อเนื่องต่อไป

## บริษัท FUJI XEROX จำกัด

9-7-3, Akasaka Minato-ku, Tokyo 107-0052

โทรศัพท์ : 03-6271-5111

[ติดต่อสอบถาม] ฝ่าย CSR โทรศัพท์ : 03-6271-5160 แฟกซ์ : 03-6271-5167

<http://www.fujixerox.co.jp/>

จัดพิมพ์เดือนสิงหาคม ปี 2015

©Fuji Xerox 2015

201-250(15-08 พิมพ์ครั้งที่ 1)





รายงานการพัฒนาย่างยั่งยืน พ.ศ.2558

บริษัท FUJI XEROX จำกัด