

รายงานผลการจัดเสวนา “คนไทย” -เดอะเน็ตเวิร์คฟอรัม ครั้งที่ ๑
“เป้าหมายของกำไร คุณค่าแห่งความร่วมมือ :
กลยุทธ์ CSR บนกระบวนทัศน์ใหม่”
วันศุกร์ ที่ 2 กันยายน พ.ศ. 2554 เวลา 13.00-17.00 น.
ณ Acitvity Hall สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย

ร่วมจัดโดย



“คนไทย”
เท่านั้นที่ทำได้เมืองไทย น่ายุ



ร่วมสนับสนุนโดย



รายงานโดย

เครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาคธุรกิจและภาคประชาสังคมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (The NETWORK)

196/9 ซอยราชวิถี 4 ถนนราชวิถี แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400

Tel& Fax 02 245 5542 Email: info@ngobiz.org URL: www.ngobiz.org



“คนไทย”
เท่านั้นที่ทำได้/มีของไทย น่าอยู่



The NETWORK
NGO-Business
Partnerships

สารบัญ

	หน้า
1. รายงานผลเสวนา “คนไทย” เดอะเน็ตเวิร์คฟอรัม ครั้งที่ 1	3-33
2. เอกสารแนบที่ 1 ความเป็นมา	34-41
3. เอกสารแนบที่ 2 เครือข่ายความร่วมมือ	42-44
4. เอกสารแนบที่ 3 กำหนดการเสวนา “คนไทย-เดอะเน็ตเวิร์คฟอรัม	45
5. เอกสารแนบที่ 4 รายชื่อองค์กรเข้าร่วมงาน	46
6. เอกสารแนบที่ 5 ภาพรวมการจัดงาน	47-48



รายงานเสวนา “คนไทย” - เดอะเนทเวิร์คฟอรัม
ครั้งที่ 1 “เป้าหมายของกำไร คุณค่าแห่งความร่วมมือ:
กลยุทธ์ CSR บนกระบวนทัศน์ใหม่”

วันศุกร์ ที่ 2 กันยายน 2554

ณ Activity Hall สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย ถนนราชพิ

1. หลักการและเหตุผล

เสวนา “คนไทย” - เดอะเนทเวิร์คฟอรัม คือ ความร่วมมือของหอการค้าไทย โครงการ “คนไทย” หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ และ เดอะเนทเวิร์ค ในการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ เป็นประจำทุกเดือน เพื่อเป็นเวทีพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดและประเด็นต่างๆ โดยมีข้อมูลจากการศึกษาวิจัยสถานะสังคมไทยเป็นพื้นฐาน อาทิ การสำรวจ “คนไทยมอเดอร์ เสี่ยงนี้มีพลัง” ทั้งนี้เพื่อร่วมกันค้นหาโอกาส นวัตกรรมการพัฒนาโครงการ และ แนวทางการพัฒนาต่อยอดโครงการขององค์กรภาคีเครือข่ายต่างๆ อันจะนำไปสู่การสร้างสรรค์ผลลัพธ์ในเชิงบวกต่อบุคลากร องค์กร และสังคมไทย อย่างบูรณาการ บนพื้นฐานของวัฒนธรรมแห่งความร่วมมือ เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนโดยการส่งเสริมให้ธุรกิจมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในประเทศไทย ได้ดำเนินการเป็นระยะเวลากว่า ๑๐ ปี และธุรกิจเริ่มมีความเข้าใจและลงมือปฏิบัติเพิ่มมากขึ้น โดยที่ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของภาคธุรกิจนั้น มิได้หมายความว่าถึงภาคธุรกิจเป็นผู้ปฏิบัติภายในองค์กรแต่เพียงลำพังเท่านั้น แต่ภาคธุรกิจจะต้องร่วมมือกันส่งเสริมและแสดงบทบาทความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมครอบคลุมไปถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับธุรกิจในทุกด้าน

ดังนั้น การผลักดันให้ภาคธุรกิจหันมาดำเนินธุรกิจด้วยการพัฒนาคุณค่าร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย นอกจากจะเป็นการสร้างกระบวนทัศน์ใหม่ให้กับธุรกิจแล้ว ยังช่วยให้ธุรกิจสามารถสร้างนวัตกรรมความร่วมมือกับทุกภาคส่วนได้อย่างสร้างสรรค์รวมทั้งพัฒนาธุรกิจไปสู่ความยั่งยืนทั้งต่อตัวธุรกิจเองและสังคมรอบข้างอีกด้วย อย่างไรก็ตาม ความยั่งยืนไม่อาจเกิดขึ้นได้ด้วยภาระหน้าที่ของคนใดคนหนึ่งแต่เกิดจาก การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน โดยครั้งที่ 1 นี้ จะเป็นการเปิดตัว เสวนา “คนไทย” - เดอะเนทเวิร์คฟอรัม และแนะนำหนังสือ “เป้าหมายของกำไร คุณค่าแห่งความร่วมมือ : กลยุทธ์ CSR บนกระบวนทัศน์ใหม่” ซึ่งทั้งเสวนาและหนังสือจะเป็นหลักคิดในการจัดเวทีเสวนาเชิงปฏิบัติการเพื่อนำเสนอในหัวข้อการจัดเสวนาอีก 11 ครั้งที่เหลือต่อไป ซึ่งครั้งที่ 1 นี้ จะเป็นเสวนาเพื่อระดมความคิดโดยมีข้อมูลการศึกษาสถานะสังคมไทย อาทิ สรุปผลการสำรวจ “คนไทย” มอเดอร์ เสี่ยงนี้มีพลัง เป็นส่วนสนับสนุนสู่การสร้างกลยุทธ์ CSR บนกระบวนทัศน์ใหม่ ที่จะนำไปสู่การหาแนวทางการปฏิบัติเพื่อสร้างสังคมแห่งความสุขร่วมกันต่อไป

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อเปิดตัว เสวนา “คนไทย” - เดอะเนทเวิร์คฟอรัม และ แนะนำ หนังสือ “เป้าหมายของกำไร: คุณค่าแห่งความร่วมมือ”
- 2.2 เพื่อนำเสนอแนวทางการสร้างกลยุทธ์ CSR บนกระบวนทัศน์ใหม่ จากการสร้างคุณค่าร่วม ให้เข้าไปอยู่ในกระบวนการดำเนินธุรกิจผ่านกรณีตัวอย่าง
- 2.3 เพื่อเสวนาระดมความเห็นค้นหาประเด็นกลยุทธ์ CSR ในรูปแบบการทำงานแบบร่วมมือกับทุกภาคส่วนเพื่อสร้างคุณค่าร่วม (Creating Shared Value) โดยมีข้อมูลการศึกษาสถานะสังคมไทย อาทิ สรุปผลการสำรวจ “คนไทย” มอเดอร์ เสี่ยงนี้มีพลัง เป็นส่วนสนับสนุน
- 2.4 เพื่อผลักดันและส่งเสริมการสร้างความร่วมมืออย่างเป็นรูปธรรม

3. ผู้ร่วมจัด

- หอการค้าไทย
- มูลนิธิ “คนไทย”
- หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ
- เครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาคธุรกิจและภาคประชาสังคมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (The NETWORK)

4. ผู้เข้าร่วมเสวนา

ผู้เข้าร่วมทั้งหมด มีจำนวน 67 ท่าน

- | | | |
|-----------------|-------|---------|
| - ภาคธุรกิจ | จำนวน | 44 ท่าน |
| - ภาคประชาสังคม | จำนวน | 23 ท่าน |

5. ผลการดำเนินงาน

5.1 เปิดงานเสวนา “คนไทย”-เดอะเนทเวิร์คฟอรัมพร้อมปาฐกถา โดย คุณประมนต์ สุธีวงศ์ ประธานกิตติมศักดิ์หอการค้าไทย กล่าวถึงเรื่องที่มาของการจัดงานในครั้งนี้ พร้อมกล่าวแนะนำหนังสือ เรื่อง “เป้าหมายของกำไร คุณค่าแห่งความร่วมมือ” : กลยุทธ์ CSR



บนกระบวนทัศน์ใหม่ซึ่งคุณประมนต์ได้กล่าวว่าในฐานะเจ้าของบ้านขอต้อนรับ ท่านคณะกรรมการโครงการ “คนไทย” คณะกรรมการเดอะเนทเวิร์ค ผู้แทนมูลนิธิ และท่านผู้เข้าสัมมนาทุกท่าน ในนามของหอการค้าไทยผมรู้สึกยินดีที่เราในฐานะองค์กรหลักของภาคเอกชนที่มีเครือข่ายครอบคลุมไปทั่วทั้งประเทศได้มีโอกาสร่วมมือกับโครงการ “คนไทย” หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ และเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาคธุรกิจและ

ภาคประชาสังคมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน หรือเดอะเนทเวิร์ค จัดงานเสวนาในหัวข้อเรื่อง “เป้าหมายของกำไร คุณค่าแห่งความร่วมมือ” ในวันนี้ ผมเข้าใจว่าทางภาคีทั้งหมดมีความปรารถนาดีในการสร้างที่ดีให้กับสังคมของเรา เป็นเรื่องที่ดีที่ผมเห็นว่าความร่วมมือในการจัดการเสวนาครั้งนี้ โดยเดอะเนทเวิร์คเรื่อง “คนไทย” เป็นเครือข่ายของความร่วมมือตามศักยภาพและจุดเด่นของภาคีของแต่ละภาคให้เข้ามามีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนสังคมไทย เพื่อการแก้ปัญหาต่างๆ ทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม การที่โครงการ “คนไทย” มีความตั้งใจที่จะส่งเสริมจิตสำนึกความเป็นพลเมืองดีผ่านการฟัง พูด คิด และทำ และหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจในฐานะที่เป็น “สื่อมวลชน” จะช่วยเผยแพร่ความรู้สู่สังคมในเชิงกว้าง และเดอะเนทเวิร์คที่มีความมุ่งมั่นในการสร้างวัฒนธรรมความร่วมมือของภาคประชาสังคมให้เกิดขึ้น ผมเชื่อมั่นว่าความร่วมมือของทั้ง 4 องค์กรในครั้งนี้จะเป็นพลังสำคัญของการร่วมมือในการทำงาน เพื่อที่จะให้เรารุกเป้าหมายร่วมกันและก่อให้เกิดผลต่อการพัฒนาสังคมไทยให้เจริญก้าวหน้าไป

ในโอกาสที่ท่านทั้งหลายได้มาร่วมกันฟัง พูด คิด และทำในวันนี้ และในท้ายที่สุดจะนำผลการประชุมไปสู่การลงมือปฏิบัติ ตลอดจนค้นหากกระบวนทัศน์ใหม่เพื่อต่อยอดการพัฒนารับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของฝ่ายธุรกิจในฐานะที่เป็นพลเมืองดีเป็นสิ่งที่น่าชื่นชมจากผลการสำรวจ “คนไทย” มอนิเตอร์เกี่ยวกับความอยู่มีสุขของประชากร 100,000 ตัวอย่างทั่วประเทศ สะท้อนความเห็นจากประชาชนในระดับชุมชนเห็นว่าการทำธุรกิจเพื่อสังคมของธุรกิจนั้นยังไม่ได้ส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตมีสุขของประชาชนโดยรวม ดังนั้นผมจึงเห็นว่าการจัดเสวนา “คนไทย”-เดอะเนทเวิร์คฟอรัม ในหัวข้อของ “เป้าหมายแห่งกำไร: คุณค่าของความร่วมมือ” ที่ภาคธุรกิจเริ่มหันมาค้นหากกระบวนทัศน์ใหม่ในการทำ CSR เพื่อที่จะส่งผลการพัฒนาการอยู่ดีมีสุขมากขึ้น โดยเฉพาะมิติการทำงานแบบมีส่วนร่วม ตั้งแต่ระดับของผู้บริหาร พนักงาน คู่ค้า ลูกค้า และองค์กรภาคประชาสังคม เพื่อเสริมสร้างความไว้วางใจให้เกิดขึ้นในสังคม ซึ่งเป็นความไว้วางใจที่ไม่จำกัดเฉพาะความเชื่อถือของลูกค้าหรือผู้บริโภค แต่ยังรวมไปถึงความไว้วางใจและความภาคภูมิใจของพนักงานที่เป็นสมาชิกขององค์กรนั้นๆ ในการที่จะ

สร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ไม่ได้จำกัดเฉพาะการสร้างกำไรเท่านั้น แต่ยังครอบคลุมไปถึงการสร้างคุณค่าร่วมที่ก่อให้เกิดประโยชน์ให้กับสังคมโดยรวม

แนวคิดเกี่ยวกับคุณค่าร่วมอันเป็นเป้าหมายของกำไรตามหัวข้อการสัมมนาในวันนี้ก็เป็นแนวคิดใหม่หรือเป็นกระบวนการที่เพิ่งเกิดขึ้นใหม่ในสังคมโลกเมื่อไม่นานนี้ ดังนั้นการศึกษาเพื่อสร้างความเข้าใจและความตระหนักถึงแนวคิดนี้ก็เป็นเรื่องสำคัญ การที่เดอะเนทเวิร์คได้ศึกษารวบรวมกรณีศึกษาธุรกิจไทยที่ได้พัฒนาธุรกิจของไทยให้ก้าวไปสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกขององค์กร รวมถึงภาคประชาสังคม จึงเป็นแนวทางสำคัญที่จะสร้างความเข้าใจในกระบวนการที่ใหม่ให้เกิดขึ้นบนพื้นฐานแนวคิดที่จะช่วยทำให้สังคมไทยก้าวไปสู่สังคมฐานความรู้และเป็นรูปธรรม รายละเอียดของผลการศึกษาได้ประมวลและจัดพิมพ์เป็นรูปเล่มภายใต้ชื่อหนังสือ “เป้าหมายของกำไร คุณค่าแห่งความร่วมมือ” เชื่อว่าทุกท่านคงได้มีแล้ว

การสัมมนาในครั้งนี้จึงมิได้มุ่งสร้างความเข้าใจ และความตระหนักในเรื่องของความสัมพันธ์ ความร่วมมือที่ปรากฏตามผลการศึกษาในหนังสือเล่มนี้เท่านั้น แต่ยังได้มีการนำเสนอข้อเท็จจริงเกี่ยวกับปัญหาของสังคมไทยจากการสำรวจข้อมูลของโครงการคนไทย เพื่อให้ผู้เข้าร่วมสัมมนาได้ระดมความคิดและหาแนวทางในการแก้ปัญหาพร้อมกับหน่วยงานภาคประชาสังคมต่างๆ เช่น มูลนิธิอาสาสมัครเพื่อสังคม มูลนิธิสยามกัมมาจล มูลนิธิศูนย์พิทักษ์สิทธิเด็ก กลุมผู้นำธุรกิจเพื่อสังคม สมาคมการป้องกันการฉ้อโกง มูลนิธิกระต่ายในดวงจันทร์ มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค ทั้งนี้เพื่อให้เกิดผลที่เป็นรูปธรรมต่อไป

การจัดสัมมนาครั้งนี้ถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นความร่วมมือของภาคีเครือข่ายทั้ง 4 องค์กร ซึ่งได้รับทราบจากผู้จัดว่าจะจัดในหัวข้อประเด็นต่างๆ อย่างน้อยต่อเนื่องไปอีก 12 ครั้ง ซึ่งผลการสัมมนานี้จะนำไปสู่การพัฒนาการอยู่ดีมีสุขของสังคมไทยต่อไป ในโอกาสนี้ผมใคร่ขอแสดงความยินดีกับการเปิดตัวหนังสือ “เป้าหมายแห่งกำไร: คุณค่าแห่งความร่วมมือ”

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณเดอะเนทเวิร์ค องค์กรภาคประชาสังคม โครงการ “คนไทย” และหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ตลอดจนผู้เข้าร่วมสัมมนาทุกท่านที่เราจะมาร่วมกันทำประโยชน์ให้กับสังคม โดยการที่ฝ่ายธุรกิจเองมีบทบาทสำคัญที่แสดงออกได้ ก็ขออวยพรให้งานสัมมนาครั้งนี้และครั้งต่อไปบรรลุความสำเร็จที่ตั้งเป้าหมายทุกประการ

5.2 “ห่วงโซ่แห่งความร่วมมือในมิติปัจจุบัน” โดย คุณพีระพงษ์ กลิ่นละออ ผู้อำนวยการสำนักงานสำนักกรีกบ้านเกิด บริษัท Total Access Communication จำกัด (มหาชน)



เริ่มต้นด้วยการสื่อสารด้วยเพลง “คนดีไม่มีวันตาย คนเราต้องรู้ว่า เราอยู่เพื่ออะไร และ เราอยู่เพื่อใคร (เป้าหมาย) ทั้งสองสิ่งนี้เมื่อเชื่อมต่อกันจึงเป็นสิ่งที่เราเรียกว่า เป็นการ “Share Value ร่วมกัน” ซึ่งในการ Share Value ร่วมกันต้องประกอบไปด้วย 3 สิ่งที่สำคัญ คือ

1. การมีศรัทธาซึ่งกันและกัน/ความไว้วางใจกัน (Trust)
2. การมีแนวทางในการก้าวเดินต่อไปสำหรับการสร้างเจริญเติบโต (Growth)
3. การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development)

เมื่อรับการ Share Value เข้ามาแล้วสิ่งหนึ่งที่ปฏิเสธไม่ได้ คือ สังคมนั้นประกอบไปด้วยความแตกต่างหลากหลายทั้งผู้คน ศาสนา อาชีพ การศึกษา ฯลฯ การ Share Value จะสามารถทำได้โดยยั่งยืนภายใต้ความแตกต่างหลากหลายนั้นจะต้องมีตัวเชื่อม/ตัวประสาน ที่สำคัญ 3 ส่วน คือ

1. ความรัก
2. ความเป็นธรรม
3. ความสมานฉันท์ซึ่งกันและกัน

นอกจากการ Share Value และตัวเชื่อมประสานที่ทำให้สังคมเดินไปได้แล้วต้องคำนึงถึงความเป็นปัจจุบันด้วย ดังนั้นห่วงโซ่แห่งความร่วมมือในมิติปัจจุบันจึงต้องนำเอาเทคโนโลยีการสื่อสาร เข้ามาร่วมด้วยและผู้ใช้เองก็ต้องรู้จักใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี

5.3 สรุปผลการสำรวจความอยู่ดีมีสุข “คนไทย” มอนิเตอร์ เสียงนี้มีพลัง โดย ผศ. ดร. กฤตติณี วัฒนศิริสิทธิ์ กรรมการและที่ปรึกษาเดอะเนทเวิร์ค โดยกล่าวสรุปผลการสำรวจ ความอยู่ดีมีสุข ที่ได้สำรวจ จาก 100,000 คน จาก 77 จังหวัดทั่วประเทศไทย ได้ผลออกมาดังนี้



สรุปผลการสำรวจ*

“คนไทย” มอนิเตอร์ เสียงนี้มีพลัง

*หมายเหตุ: กัดเลือกบางประเด็นที่นำสู่การแลกเปลี่ยนความคิดใน World Café

3

“คนไทย” มอนิเตอร์ เสียงนี้มีพลัง

ที่มาของโครงการ

วัตถุประสงค์	ข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับโครงการ
- เพื่อนำเสนอตัวชี้วัดในด้านคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทย เพื่อสะท้อนถึงภาพรวมของการพัฒนาและขับเคลื่อนประเทศในระยะยาว - เพื่อวัดระดับและติดตามการเปลี่ยนแปลงของคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทย ตลอดจนการพัฒนาของประเทศไทย โดยใช้ตัวชี้วัดที่ชัดเจน - เพื่อสะท้อนถึงเสียงที่แท้จริงและโปร่งใสของประชาชน เพื่อบ่งชี้สถานการณ์ในปัจจุบันของประเทศ และเพื่อกระตุ้นให้คนไทยเล็งเห็นถึงประเด็นต่างๆที่สำคัญ ที่ควรร่วมกันขยายผล เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของคนไทยและประเทศไทย	- เป็นการรับฟังความคิดเห็นและสร้างการมีส่วนร่วมของคนไทยในการพัฒนาประเทศและสังคม - พูดคุยกับคนไทยทั่วประเทศ 100,000 คน ครอบคลุมทั้ง 77 จังหวัด - อาศัยหลักเกณฑ์การสุ่มตัวอย่างที่เป็นระบบและน่าเชื่อถือตาม สัดส่วนของประชากรจริงทั้งในด้านเพศ อายุ และพื้นที่พักอาศัย ของแต่ละจังหวัด - รับฟังความคิดเห็นและเปิดรับมุมมองมิติใหม่จากคนไทยครอบคลุมมิติสำคัญ 4 ด้านอันได้แก่ - คุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ - ทัศนคติและความเชื่อมั่น - การพัฒนาประเทศ และท้องถิ่นที่อยู่อาศัย - ปัญหาด้านสังคมและความเป็นอยู่ที่ประสบอยู่ - ดำเนินการโดยบริษัทวิจัยการตลาดชั้นนำ 7 บริษัท ภายใต้สมาคมวิจัยการตลาดแห่งประเทศไทย (TMRS) - ดำเนินการศึกษาตามระเบียบวิธีมาตรฐานสากลของสมาคมวิจัยการตลาดโลก (ESOMAR-European Society for Opinion and Marketing Research)

4

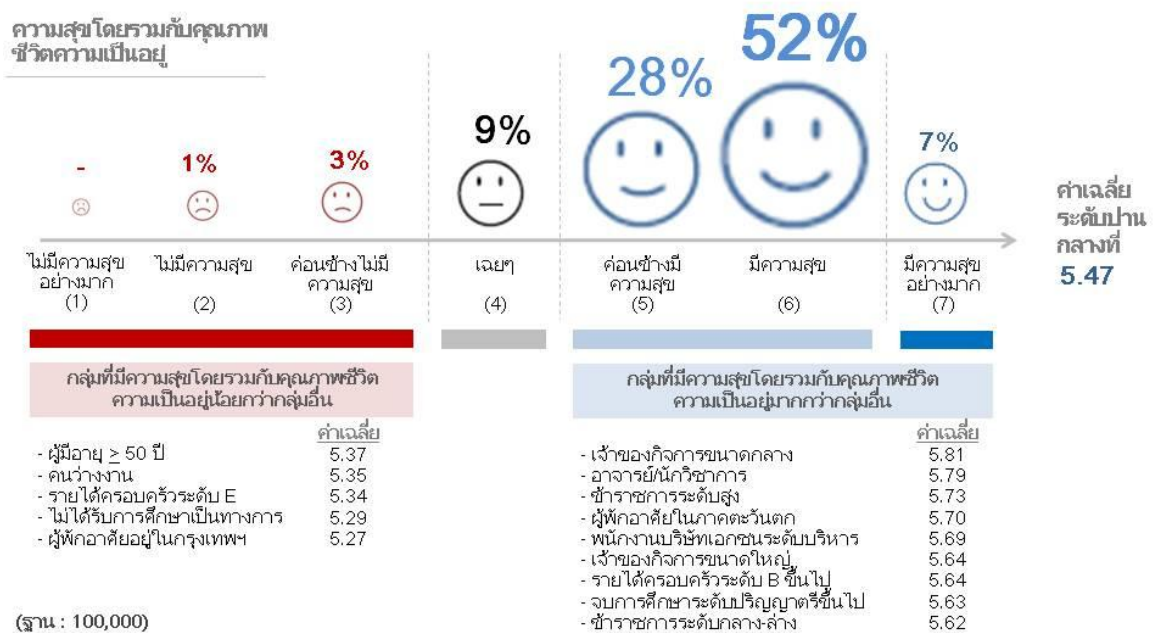
8 ประเด็น World Café

1	• ความคิด:	การส่งเสริมการคิดอย่างมีสติของคนไทย
2	• จิตอาสา:	การสร้างจิตอาสาให้เกิดขึ้นในสังคมไทย
3	• การเรียนรู้:	การส่งเสริมความสามารถการเรียนรู้ด้วยตัวเอง
4	• การเงิน การบริโภค:	การสร้างวินัยการเงินและการบริโภคอย่างมีสติ
5	• ครอบครัว:	การมีส่วนร่วมดูแลครอบครัว
6	• ชุมชน:	การร่วมพัฒนาชุมชนเพื่อประโยชน์แท้จริง ยั่งยืน
7	• การเมืองการปกครอง:	การร่วมต่อต้านคอร์รัปชัน
8	• สิ่งแวดล้อม:	การรับมือและป้องกันการเกิดภัยธรรมชาติ

5

คนไทยส่วนใหญ่รู้สึกมีความสุขกับชีวิตความเป็นอยู่...

ความสุขโดยรวมกับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่



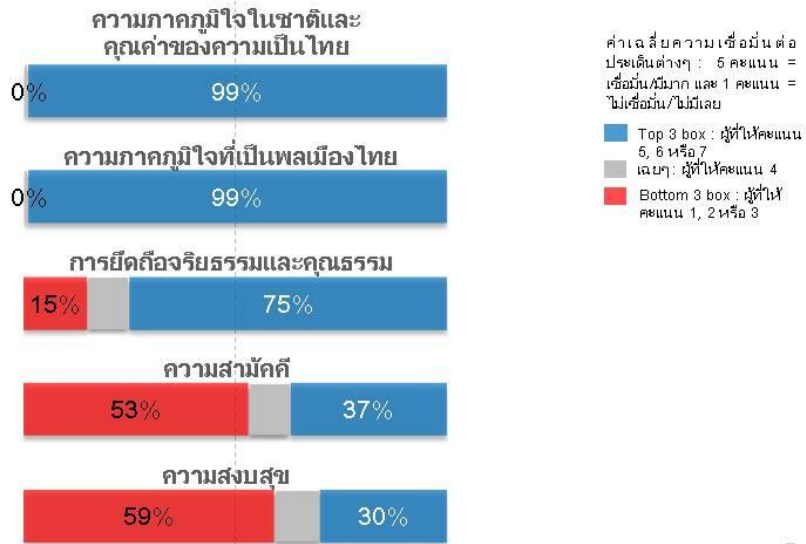
(ฐาน : 100,000)

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ยความสุขโดยรวมกับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่: 7 คะแนน = มีความสุขอย่างมาก และ 1 คะแนน = ไม่มีความสุขอย่างมาก

6

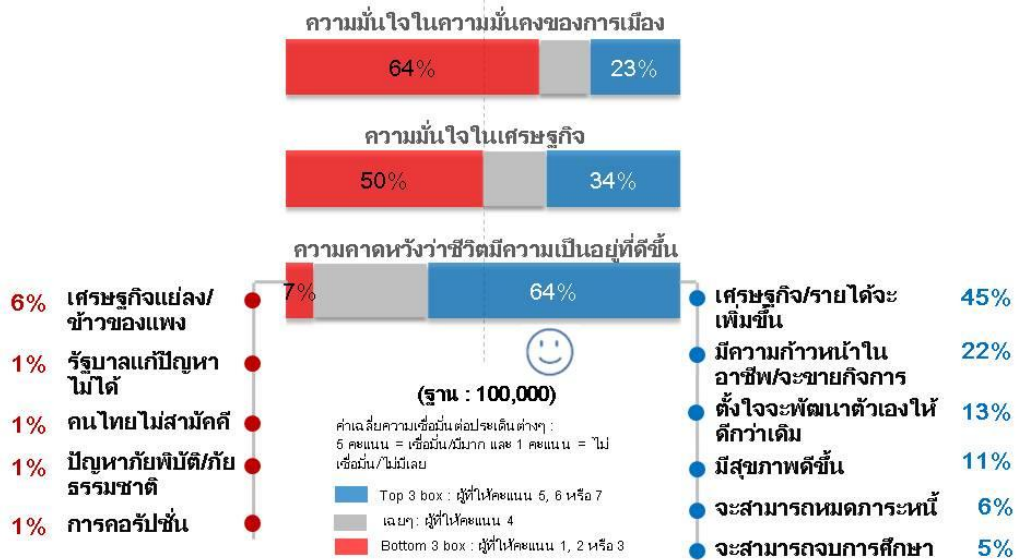
และรู้สึกภาคภูมิใจในชาติและการได้เป็นพลเมืองไทย ...
แม้เริ่มสงสัยในการยึดถือคุณธรรมของคนไทย ...
และห่วงใยในความสามัคคีและสงบสุขของสังคม ...

ความเชื่อมั่นต่อประเด็น
ต่างๆ เกี่ยวกับคนไทยและ
ประเทศไทย



7

มองการเมืองว่าไม่ค่อยมั่นคง ...
มองเศรษฐกิจว่าไม่ค่อยมั่นใจ ...
แต่ก็ยังมีความหวังอยู่มากกว่าชีวิตจะดีขึ้นได้ ...



8

เพราะโดยลักษณะคนไทยเป็นคนรักสนุกและมีความเชื่อมั่นในโชคชะตา ...
แล้วความจริงกับการวิเคราะห์เหตุและผลด้วยวิจารณ์ญาณ ?

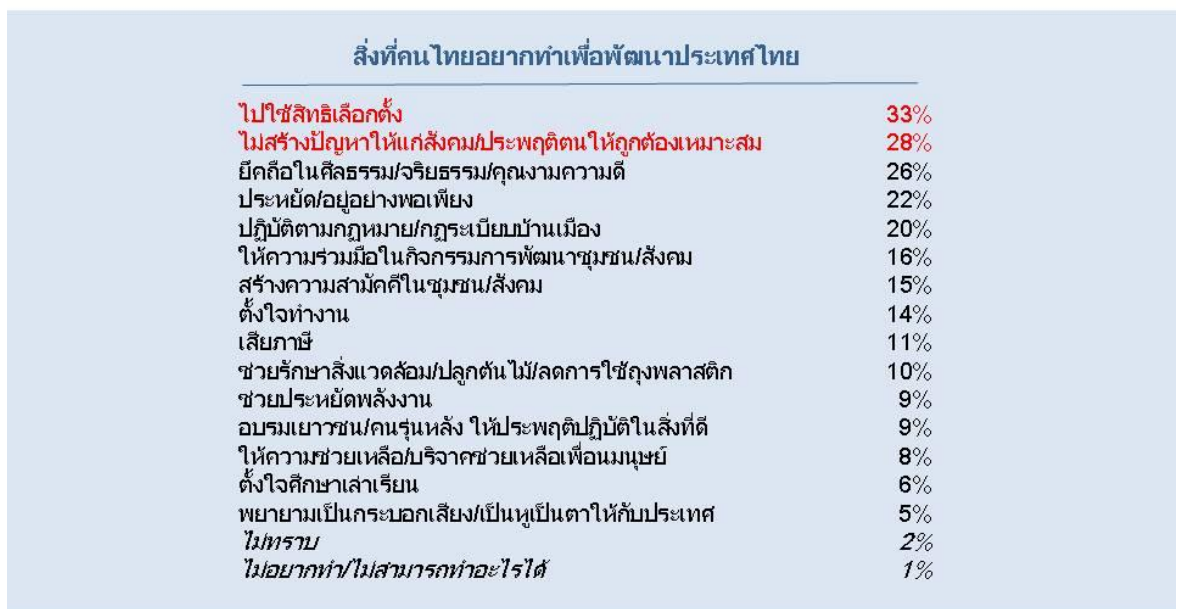
1. ภาคธุรกิจจะมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการคิดอย่างมีสติของคนไทยอย่างไร ?
นอกจากนี้ยังต้องคิดให้กว้าง สนใจสิ่งรอบข้างบ้าง ...



และลูกขึ้นทำประโยชน์ให้บ้านเมือง ...

เพราะหน้าที่คนไทยไม่ใช่เพียงการไปเลือกตั้ง หรือไม่ก่อปัญหาให้สังคม ...

2. ภาคธุรกิจจะมีส่วนร่วมในการสร้างจิตอาสาให้เกิดขึ้นในสังคมไทยอย่างไร?





หากการวางรากฐานที่มั่นคงต้องเริ่มจากการปลูกฝังเยาวชน ...
คนไทยจำนวนมากยังคงเห็นการรักการเรียน ห่วงไกลยาเสพติดเป็นเรื่องหลัก ...
ขณะที่ประเด็นเชิงสังคมเช่นความมีวินัยและไม่คดโกงตกเป็นเรื่องรอง ...

	คุณค่าที่ควรปลูกฝัง ให้กับคนรุ่นหลัง
การรักการเรียน	43%
การห่างไกลจากยาเสพติด	41%
คุณธรรม/ศีลธรรม/จริยธรรม	31%
การประหยัด/รู้จักค่าของเงิน	22%
ความซื่อสัตย์/สุจริต	21%
ความเป็นชาตินิยม/ความรักชาติ	20%
ความมีน้ำใจ/เมตตา	19%
ความสามัคคี	18%
ความจงรักภักดีต่อพระมหากษัตริย์	18%
การมีระเบียบวินัย/การรักษากฎระเบียบ	15%
การมีสัมมาคารวะ/กาลเทศะ	14%
คุณค่าของวัฒนธรรมไทย	13%
การไม่คดโกง/คอรัปชั่น	11%
ความขยัน/ตั้งใจทำสิ่งต่างๆ	11%

(ฐาน : 100,000)

11

ด้านการศึกษาพบว่าคนไทยมีโอกาสในการศึกษาและการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่ดี ...
แต่กลับพบช่องว่างในการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง ...

3. ภาคธุรกิจจะมีส่วนร่วมส่งเสริมความสามารถการเรียนรู้ด้วยตัวเองอย่างไร?

	ความพึงพอใจ
ตัวคุณเองได้สำเร็จการศึกษาตามที่ตั้งใจไว้	4.58
ตัวคุณเองมีโอกาสได้เรียนรู้/พัฒนาตนเองอยู่เสมอ	4.76
ตัวคุณเองมีโอกาสเข้าถึงข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางต่างๆ ได้สะดวก	5.11
ตัวคุณเองมีความรู้และความสามารถในการใช้เทคโนโลยี	4.65
โอกาสในการศึกษาของลูก/หลาน	5.28
คุณภาพการสอนของครู/อาจารย์ในปัจจุบัน	5.16

ประเด็นที่มีความพึงพอใจในระดับที่สูง (≥5.67)

ประเด็นที่มีความพึงพอใจในระดับที่ต่ำ (≤5.42)

12

ด้านการเงิน การบริโภคพบว่าคนไทยมีปัจจัยพื้นฐานที่พอเพียง ...

แต่การหามาและใช้ไปโดยรวมยังเป็นแบบเพื่อวันนี้ ไม่มีความมั่นคงในระยะยาว ...

4. ภาคธุรกิจจะมีส่วนร่วมสร้างวินัยการเงินและการบริโภคอย่างมีสติอย่างไร?

	ความพึงพอใจ
ระดับรายได้ของตนเอง	4.50
การมีรายได้ที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ	4.60
การได้บริโภคอาหารและเครื่องใช้ที่เพียงพอ	5.46
มีที่อยู่อาศัยที่เหมาะสมสำหรับตนเอง	5.47
มีข้าวของเครื่องใช้ในบ้านที่เพียงพอ	5.40
จำนวนเงินเก็บ/เงินออม	4.17
ภาระหนี้สินของตนเอง	4.29
สามารถหาแหล่งเงินกู้ในอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสมได้	4.50

ประเด็นที่มีความพึงพอใจในระดับที่สูง (>5.67)
ประเด็นที่มีความพึงพอใจในระดับที่ต่ำ (<5.42)

13

หากมองภาพรวมความสุข ความพึงพอใจกับชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทย ...

จะพบว่าครอบครัวเป็นปัจจัยหลักอันดับที่สำคัญ ...

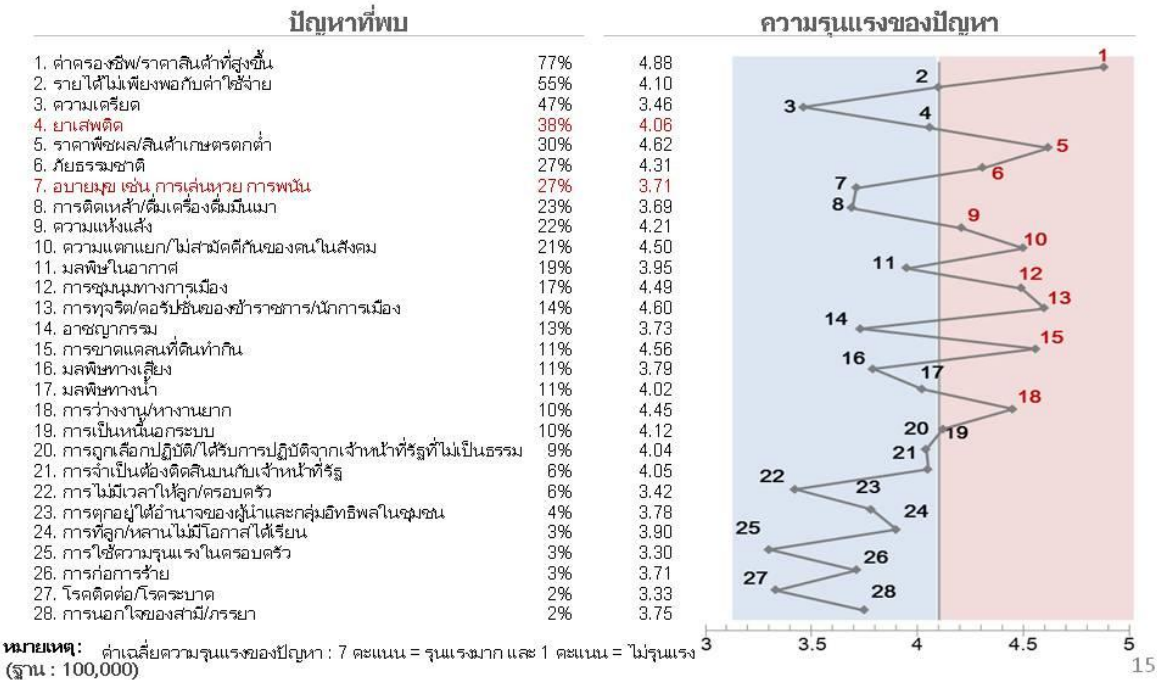
ทั้งความใกล้ชิดและความสัมพันธ์ที่ดีกับพ่อ แม่ ลูก สามี/ภรรยา ...

ความพึงพอใจกับชีวิตความเป็นอยู่ในเรื่องต่างๆ



14

เมื่อถามถึงผลกระทบที่ตัวเองได้รับจากปัญหาครอบครัว เช่นการนอกใจ การใช้ความรุนแรง ...
พบว่ามียุ่บ้าง แต่ไม่นับว่ารุนแรงมาก ...
แต่กลับพบความรุนแรงของปัญหาที่เกี่ยวข้องกัน เช่น ยาเสพติด อบายมุข ...



หรือการดูแลครอบครัวของตัวเองจะไม่เพียงพอต่อการสร้างความเข้มแข็งในสังคม ? ...
ประเทศไทยเป็นครอบครัวใหญ่ที่ทุกฝ่ายมีบทบาทในการดูแลกันและกัน ...
5. ภาคธุรกิจจะมีส่วนร่วมดูแลครอบครัวพนักงานได้อย่างไร ?



ขยายผลจากกรอบครัวสู่ชุมชน ...

พบมุมมองต่อการพัฒนาโดยรวมของจังหวัด/ชุมชนในทิศทางที่ค่อนข้างเหมาะสม ...

โดยเฉพาะการพัฒนาในด้านสาธารณูปโภค สิ่งแวดล้อม การศึกษา สาธารณสุข ...

แต่ยังมีปัญหาด้านสังคม เช่น ยาเสพติด มั่วสุม ทูจจริต แยกแยก ...

มีปัญหาในด้าน...

ไม่ได้รับการพัฒนา/เอาใจใส่จากภาครัฐ	7%
ยาเสพติด/แก๊งค์เด็กวัยรุ่นในแหล่งมั่วสุม	4%
คอร์รัปชัน/ทุจริตของนักการเมือง	3%
ความวุ่นวายทางการเมือง/คนไม่สามัคคีกัน	3%
การเล่นพวกพ้อง/เส้นสาย/ผู้มีอิทธิพล	3%
ขาดการวางแผนพัฒนา/ระบบบริหารจัดการ	2%
ขาดผู้นำที่ดี	2%
การซื้อสิทธิขายเสียง	2%
สภาพแวดล้อม/ชุมชนสกปรก	2%
ขาดการมีส่วนร่วมในกิจกรรมพัฒนาชุมชน	2%

การพัฒนาโดยรวมของชุมชน/จังหวัด



การพัฒนาโดยรวมของประเทศ



(ฐาน : 100,000)

ค่าเฉลี่ยการพัฒนาโดยรวม : 5 คะแนน = พัฒนา
ไปในทิศทางที่เหมาะสมอย่างยิ่ง และ 1 คะแนน =
พัฒนาไปในทิศทางที่ไม่เหมาะสมอย่างยิ่ง

Top 3 box : ผู้ที่ให้คะแนน 5, 6 หรือ 7
อื่นๆ : ผู้ที่ให้คะแนน 4
Bottom 3 box : ผู้ที่ให้คะแนน 1, 2 หรือ 3

มีการพัฒนาในด้าน...

สาธารณูปโภค/สิ่งอำนวยความสะดวก	51%
การศึกษาสภาพแวดล้อมในชุมชนดีขึ้น	19%
การศึกษา	14%
การแพทย์และสาธารณสุข	11%
เทคโนโลยีและการสื่อสาร	10%
การช่วยเหลือและความสามัคคีกัน	10%
การแก้ไขปัญหา/ยาเสพติด/แหล่งมั่วสุม/	8%
อาชญากรรม	8%
ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมชุมชน	8%
การมีผู้นำที่ดี	6%
การวางแผนพัฒนา/ระบบบริหารจัดการ	6%
การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	3%

แต่มุมมองต่อบทบาทของภาคธุรกิจในการพัฒนาชุมชนไม่เป็นที่น่าพึงพอใจ ...

รวมทั้งบทบาทของภาคธุรกิจต่อประเทศยังไม่เป็นที่ประทับใจ ...

6. ภาคธุรกิจจะมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนเพื่อประโยชน์แท้จริง ยั่งยืน ได้อย่างไร?

ความพึงพอใจ

ชุมชนได้รับการช่วยเหลือ/พัฒนาสิ่งแวดล้อมจากภาคธุรกิจ	4.02
ชุมชน/คนในชุมชนได้รับประโยชน์จากกิจกรรมต่างๆ ที่ภาคธุรกิจจัดอย่างแท้จริง	3.96
กิจกรรมช่วยเหลือสังคมที่จัดสามารถพัฒนาชุมชน/คนในชุมชนในระยะยาว/อย่างยั่งยืน	3.98
การดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงหลักธรรมาภิบาล	4.35
การดำเนินธุรกิจโดยใส่ใจสิ่งแวดล้อม	4.40
บทบาท/ความตื่นตัวในการช่วยเหลือสังคมไทย	4.55
ความจริงใจในการช่วยเหลือสังคมไทย	4.39
มีส่วนช่วยในการพัฒนาเศรษฐกิจและสร้างจุดเด่นให้กับประเทศไทย	4.52

ประเด็นที่มีความพึงพอใจในระดับที่สูง (≥5.67)

ประเด็นที่มีความพึงพอใจในระดับที่ต่ำ (≤5.42)

โดยเฉพาะเมื่อการเมืองการปกครองไม่เป็นที่น่าพึงพอใจในสายตาประชาชน ...

	ความพึงพอใจ
ความพยายามในการแก้ปัญหาการทุจริต/คอร์รัปชัน	4.02
การเลือกตั้งที่เป็นอิสระและเป็นธรรม	4.45
การเคารพในสิทธิของประชาชน	4.56
ความซื่อสัตย์ โปร่งใส และเป็นธรรมในการปฏิบัติงาน	4.12
ผลงานโดยรวมของรัฐบาล	4.12
ความไว้วางใจได้ของศาลยุติธรรมและการใช้กฎระเบียบต่างๆ อย่างเหมาะสมของรัฐ	4.44
การปฏิบัติงานของตำรวจที่เหมาะสมและเป็นธรรม	4.33

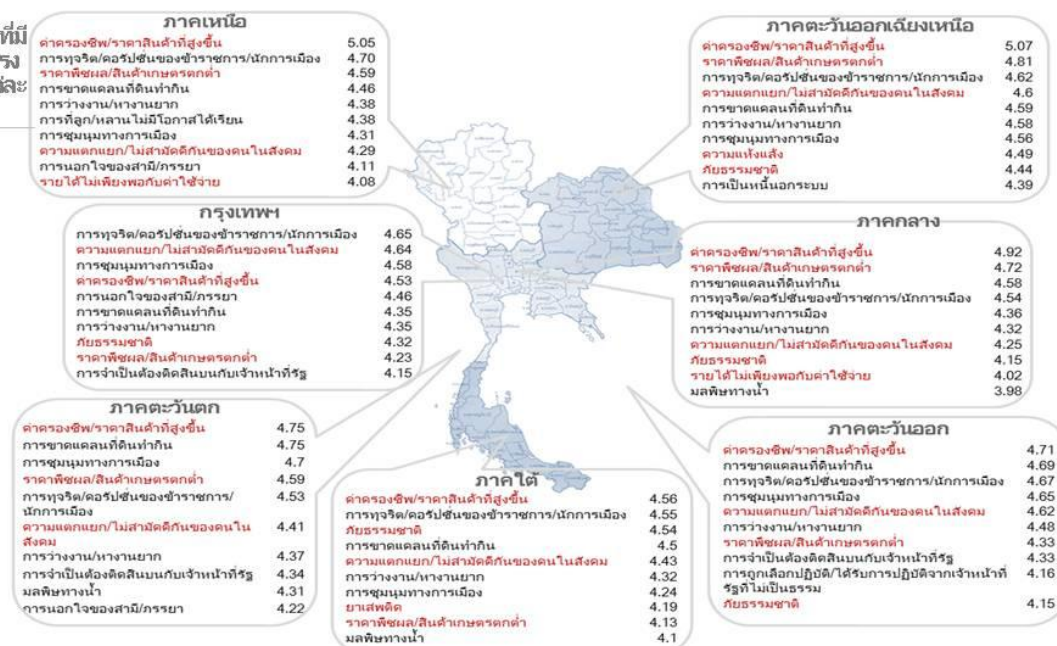
ประเด็นที่มีความพึงพอใจในระดับที่สูง (≥5.67)

ประเด็นที่มีความพึงพอใจในระดับที่ต่ำ (≤5.42)

19

คนไทยตระหนักถึงความรุนแรงของปัญหาทุจริต คอร์รัปชัน ...

10 ปัญหาที่
มีความรุนแรง
ที่สุดในแต่ละ
ภาค



ประเด็นปัญหา 1 ใน 10 อันดับแรกที่มี
สัดส่วนผู้ประสบปัญหาสูงที่สุด

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ยความรุนแรงของปัญหา: 7 คะแนน = รุนแรงมาก และ 1 คะแนน = ไม่รุนแรงเลย

20

แต่ก็ยังไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการจัดการปัญหา ...

ไม่ว่าโดยการเป็นกระบอกเสียง เป็นหูเป็นตา ...

หรือการปลูกฝังคนรุ่นหลังไม่ให้คิดโกง ...

7. ภาคธุรกิจจะมีส่วนร่วมต่อต้านคอร์รัปชันได้อย่างไร?

สิ่งที่คนไทยอยากทำเพื่อพัฒนาประเทศไทย		คุณค่าที่ควรปลูกฝังให้กับคนรุ่นหลัง	
ไปใช้สิทธิเลือกตั้ง	33%	การรักการเรียน	43%
ไม่สร้างปัญหาให้แก่สังคม/ประพฤติดตนให้ถูกต้องเหมาะสม	28%	การห่างไกลจากยาเสพติด	41%
ยึดถือในศีลธรรม/จริยธรรม/คุณงามความดี	26%	คุณธรรม/ศีลธรรม/จริยธรรม	31%
ประหยัด/อยู่อย่างพอเพียง	22%	การประหยัด/รู้จักค่าของเงิน	22%
ปฏิบัติตามกฎหมาย/กฎระเบียบบ้านเมือง	20%	ความซื่อสัตย์/สุจริต	21%
ให้ความร่วมมือในกิจกรรมการพัฒนาชุมชน/สังคม	16%	ความเป็นชาตินิยม/ความรักชาติ	20%
สร้างความสามัคคีในชุมชน/สังคม	15%	ความมีน้ำใจ/เมตตา	19%
ตั้งใจทำงาน	14%	ความสามัคคี	18%
เสียภาษี	11%	ความจงรักภักดีต่อพระมหากษัตริย์	18%
ช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม/ปลูกต้นไม้/ลดการใช้ถุงพลาสติก	10%	การมีระเบียบวินัย/การรักษา	15%
ช่วยประหยัดพลังงาน	9%	กฎระเบียบ	
อบรมเยาวชน/คนรุ่นหลัง ให้ประพฤติปฏิบัติในสิ่งที่ดี	9%	การมีสัมมาคารวะ/กาลเทศะ	14%
ให้ความช่วยเหลือ/บริจาคช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์	8%	คุณค่าของวัฒนธรรมไทย	13%
ตั้งใจศึกษาเล่าเรียน	6%	การไม่คิดโกง/คอร์รัปชัน	11%
พยายามเป็นกระบอกเสียง/เป็นหูเป็นตาให้กับประเทศ	5%	ความขยัน/ตั้งใจทำสิ่งต่างๆ	11%
ไม่ทราบ	2%		
ไม่อยากทำ/ไม่สามารถทำอะไรได้	1%		

(ฐาน : 100,000)

21

สำหรับเรื่องหลักระดับโลกเช่น การดูแลสิ่งแวดล้อม ...

กลับเป็นเรื่องรองในสิ่งที่คนไทยอยากทำเพื่อพัฒนาประเทศ ...

และไม่ติดอันดับสิ่งที่ควรปลูกฝังให้กับคนรุ่นหลัง ...

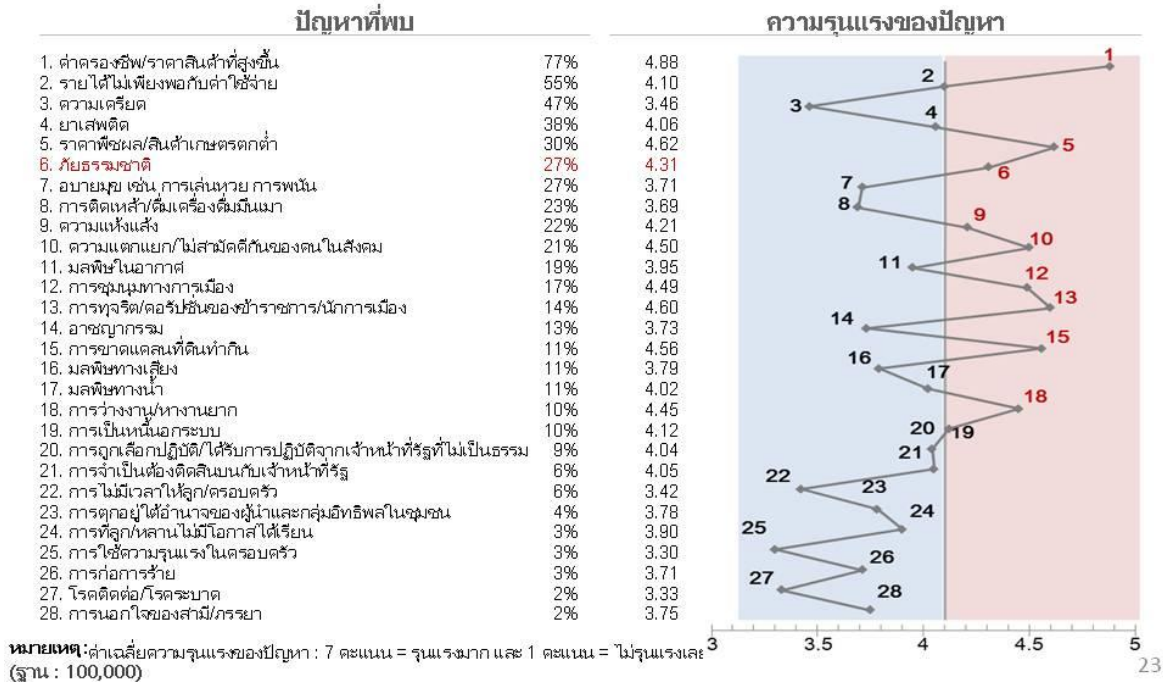
สิ่งที่คนไทยอยากทำเพื่อพัฒนาประเทศไทย		คุณค่าที่ควรปลูกฝังให้กับคนรุ่นหลัง	
ไปใช้สิทธิเลือกตั้ง	33%	การรักการเรียน	43%
ไม่สร้างปัญหาให้แก่สังคม/ประพฤติดตนให้ถูกต้องเหมาะสม	28%	การห่างไกลจากยาเสพติด	41%
ยึดถือในศีลธรรม/จริยธรรม/คุณงามความดี	26%	คุณธรรม/ศีลธรรม/จริยธรรม	31%
ประหยัด/อยู่อย่างพอเพียง	22%	การประหยัด/รู้จักค่าของเงิน	22%
ปฏิบัติตามกฎหมาย/กฎระเบียบบ้านเมือง	20%	ความซื่อสัตย์/สุจริต	21%
ให้ความร่วมมือในกิจกรรมการพัฒนาชุมชน/สังคม	16%	ความเป็นชาตินิยม/ความรักชาติ	20%
สร้างความสามัคคีในชุมชน/สังคม	15%	ความมีน้ำใจ/เมตตา	19%
ตั้งใจทำงาน	14%	ความสามัคคี	18%
เสียภาษี	11%	ความจงรักภักดีต่อพระมหากษัตริย์	18%
ช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม/ปลูกต้นไม้/ลดการใช้ถุงพลาสติก	10%	การมีระเบียบวินัย/รักษา	15%
ช่วยประหยัดพลังงาน	9%	การมีสัมมาคารวะ/กาลเทศะ	14%
อบรมเยาวชน/คนรุ่นหลัง ให้ประพฤติปฏิบัติในสิ่งที่ดี	9%	คุณค่าของวัฒนธรรมไทย	13%
ให้ความช่วยเหลือ/บริจาคช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์	8%	การไม่คิดโกง/คอร์รัปชัน	11%
ตั้งใจศึกษาเล่าเรียน	6%	ความขยัน/ตั้งใจทำสิ่งต่างๆ	11%
พยายามเป็นกระบอกเสียง/เป็นหูเป็นตาให้กับประเทศ	5%		
ไม่ทราบ	2%		
ไม่อยากทำ/ไม่สามารถทำอะไรได้	1%		

(ฐาน : 100,000)

22

แม้ปัญหาภัยธรรมชาติจะพบมากขึ้นและทวีความรุนแรงขึ้นทุกขณะ ...

8. ภาคธุรกิจจะมีส่วนร่วมในการรับมือและป้องกันภัยธรรมชาติได้อย่างไร?



5.4 ผลการเสวนาในรูปแบบ Word Café “กลยุทธ์ CSR บนกระบวนทัศน์ใหม่ : การสร้างคุณค่าร่วม” โดย

รศ. ดร. วรณา ประยุกต์วงศ์ กรรมการและที่ปรึกษาเดอะเนทเวิร์ค โดยมี 8 ประเด็นดังนี้

เกี่ยวกับ WorldCafe

หัวใจของ World Café หรือกลวิธีการหนึ่งในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้แบบไม่เป็นทางการ อยู่บนพื้นฐานของมิตรไมตรี ไม่สร้างความขัดแย้ง จุดมุ่งหมายจากผลลัพธ์ที่ได้จากกระบวนการนี้ จึงเป็นผลสะท้อนทางความคิดที่เกิดจากความตั้งใจดีของผู้แลกเปลี่ยนที่มีเจตนาเพื่อประโยชน์สุขร่วมกันในสังคม แม้ว่ากระบวนการ World Café จะเป็นกระบวนการที่ไม่เป็นทางการ แต่หัวข้อในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ นั้น สามารถเป็นหัวข้อเชิงวิชาการ เชิงสังคม ฯลฯ ซึ่งประโยชน์ของกระบวนการคือไม่ก่อให้เกิดความขัดแย้ง

กิจกรรม World Café ที่ทำในการเสวนาครั้งนี้จะไม่ใช่กระบวนการ world café ทั้งกระบวนการ แต่ยังคงวิธีการพูดคุยบนคำถามร่วมคือ

1. ภาคธุรกิจมีบทบาทและหน้าที่ในการสร้างคุณค่าร่วมในองค์กร สังคม และ สิ่งแวดล้อมได้อย่างไร
2. เราจะสร้างรูปธรรมความร่วมมือเพื่อจะแก้ปัญหาหรือตอบคำถามนั้นอย่างไร

ทุกกลุ่มจะร่วมกันระดมความเห็นและค้นหาคำตอบ/แนวทางการแก้ปัญหา ใน 8 ประเด็น ซึ่งสังเคราะห์มาจากผลการสำรวจ “คนไทย” มอนิเตอร์ เสียงนี้มีพลังเพื่อร่วมกันทำความเข้าใจ



“คนไทย”
ทำหน้าที่ทำกับมือไทย น่ายุ



The NETWORK
NGO-Business
Partnerships

ยุทธศาสตร์CSR บนกระบวนการทัศน์ใหม่ และสังเคราะห์ สิ่งเร่งด่วนและสำคัญในการลงมือปฏิบัติของผู้เข้าร่วมได้อย่าง

คำถามใน 8 ประเด็น

เจ้าภาพประเด็น	คำถามใน 8 ประเด็น
คุณชาญชัย พินทุเสน ประธาน มูลนิธิกระต่ายในดวงจันทร์ Email : info@rabbitinthemoon.org	1. ชุมชน ภาคธุรกิจจะมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนในลักษณะสอนวิธีจับปลาให้กับชุมชนได้อย่างไร?
คุณภารดีเกียรติภิญโญชัย สมาชิก Business Leadership Community Email: kpomme@hotmail.com	2. การเมืองการปกครอง ภาคธุรกิจจะมีส่วนร่วมในการในการต่อต้านคอร์รัปชันด้วยวิธีการใด?
คุณธนพล ทรงพุด โครงการพัฒนาจัดการภัยพิบัติภาคประชาชน มูลนิธิกระจกเงา Email: a@mirror.or.th	3. สิ่งแวดล้อม ภาคธุรกิจจะมีส่วนร่วมในการรับมือและป้องกัน การเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติได้อย่างไร?
คุณปิยะภรณ์มณฑลจิตร ผู้จัดการ มูลนิธิสยามกัมมาจล Email: piyaporn@scbf.or.th	4. การศึกษาและการเรียนรู้ ภาคธุรกิจจะมีส่วนร่วมกับการสถาบันการศึกษาในการสร้างให้ผู้เรียนมีความสามารถในการเรียนรู้ด้วยตัวเองอย่างไร
คุณสรรพสิทธิ์ คุมพ์ประพันธ์ ผู้อำนวยการ มูลนิธิศูนย์พิทักษ์สิทธิเด็ก Email: sanphasit@gmail.com	5. ครอบครัว ภาคธุรกิจจะมีส่วนร่วมในการแบ่งเบาภาระการดูแลคนในครอบครัวพนักงานได้อย่างไร
นางสาวพรทิพย์ ฝนหวานไฟ ผู้ประสานงาน เครือข่ายพุทธิกา Email: fonwanfai@yahoo.com	6. การเงินการงาน ภาคธุรกิจจะมีส่วนร่วมในการกระตุ้นให้เกิดการบริโภคอย่างมีสติ (คิดก่อนซื้อและใช้) ได้อย่างไร
นพ.ประเวช ดันตีพิวัฒนสกุล รองผู้อำนวยการ กรมสุขภาพจิต Email: tprawate@gmail.com	7. สุขภาพจิต ภาคธุรกิจจะมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการคิดบวกอย่างมีสติ-เร้ากุศล ได้อย่างไร
คุณกรรณิกา ควราชวร ผู้อำนวยการ มูลนิธิอาสาสมัครเพื่อสังคม Email: kannika_kkc@yahoo.com	8. ความเป็นคนไทย ภาคธุรกิจจะร่วมในการสร้างจิตอาสาให้เกิดขึ้นในสังคมไทย ได้อย่างเป็นรูปธรรมได้อย่างไร

6. รายงานผลสรุปประเด็น Word Café ดังนี้

6.1 ประเด็นชุมชน นำโดย คุณชาญชัย พินธุเสน ประธานมูลนิธิกระต่ายในดวงจันทร์และเดอะเนทเวิร์ค กับคำถาม “ภาคธุรกิจจะมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนเพื่อประโยชน์แท้จริงและยั่งยืนได้อย่างไร?”



ศึกษาสถานการณ์ของชุมชนในปัจจุบันรวมถึงกำลังประสบปัญหาอะไรบ้าง เข้าใจในกำไร 3 ส่วน : สิ่งแวดล้อม/สังคม/การงาน อาศัยองค์ความรู้ และไปศึกษาทำความเข้าใจความต้องการ/คุณภาพชีวิตของคนในชุมชน ผลักดันการสร้างอาชีพ และต้องคำนึงถึง

- ปรับทัศนคติ/ความเชื่อของคนในชุมชน และส่งเสริมเรื่องของจิตอาสา (คะแนนโหวต 1 ดวง)
- สร้างการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในการแก้ไขพัฒนา : ช่วยกันคิด ช่วยกันวางแผน (สร้างศรัทธาร่วม) (คะแนนโหวต 2 ดวง)
- คว้าทักษะของตัวเอง/องค์การจะไปช่วยเหลือชุมชนได้อย่างไรบ้าง (คะแนนโหวต 5 ดวง)
- สร้างศูนย์เรียนรู้และอาศัยคนในชุมชนเป็นคนลงมือทำ
- พูดคุยกับผู้นำหรือผู้ที่มีบทบาทในชุมชนเพื่อทำความเข้าใจสถานการณ์และความต้องการ

สรุป ต้องเชื่อมโยง กำไรของผู้ประกอบการกำไรทางสิ่งแวดล้อมและกำไรของสังคมเข้าด้วยกัน

6.2 ประเด็นการเมืองการปกครอง นำโดย คุณภารดี เกียรติภิญญชัย หจก.เทพนคร เซอร์วิสโคราช



ผู้เข้าร่วมกลุ่มย่อยนี้ได้ระดมความเห็นออกเป็น 3 หัวข้อ ดังนี้

6.2.1 กระบวนการคอร์รัปชันเป็นอย่างไร



6.2.2 สิ่งที่ทำให้เกิดการคอร์รัปชัน

- การจัดซื้อจัดจ้าง
- การเลื่อนตำแหน่ง แต่งตั้ง โยกย้าย
- การสร้างกติกา เงื่อนไข ให้ไม่ได้รับความสะดวก
- การบังคับใช้กฎหมายนำไปสู่การใช้ดุลยพินิจส่วนตน
- โควต้าและสัมปทาน

6.2.3 แนวทางการป้องกันไม่ให้เกิดคอร์รัปชัน

ก. การแก้ไข เริ่มจากตัวเอง (ภาคธุรกิจ) และ กลุ่มภาคธุรกิจต้องรวมตัว/รวมกลุ่มกันอย่างเข้มแข็งในการป้องกันการคอร์รัปชัน

ข. จุดเริ่มต้นในการแก้ไข

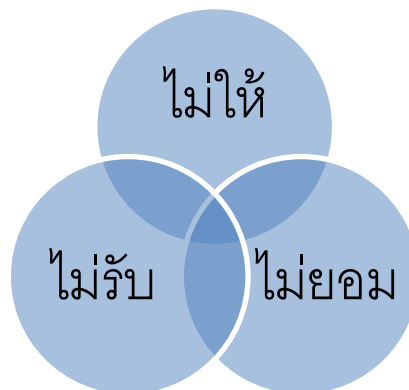
ภายในองค์กร ต้องทำอย่างจริงจัง จริงใจ มีการปลูกจิตสำนึกในเรื่องความซื่อตรงการไม่ยอมรับต้องสร้างเป็นวัฒนธรรมองค์กร

ภายนอกองค์กร

- ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมจากสมาคมต่างๆ, กลุ่มต่างๆ ให้ตระหนักว่าการคอร์รัปชันเป็นการบั่นทอนสิ่งต่างๆ ในสังคม โดยเฉพาะบริษัทใหญ่ๆ ต้องเป็นผู้ริเริ่มอย่างจริงจัง นั่นคือการสร้างความร่วมมือ/ตระหนัก ถึงการคอร์รัปชัน ร่วมกัน “ฮั้ว” การไม่คอร์รัปชัน
- ต้องพร้อมที่จะเปิดโปรง(ทำลาย) การทุจริต คอร์รัปชัน ที่จะเกิดขึ้น
- การรวมกันในครั้งแรกของกลุ่มธุรกิจอาจจะยากลำบากแต่เชื่อมั่นว่าจะสามารถทำได้
- มีผู้บริหารที่เข้มแข็งในการสร้างวัฒนธรรมองค์กรในเรื่องดังกล่าว

ภาคสังคม

- ต้องอาศัยผู้อื่นที่เกี่ยวข้องกับภาคธุรกิจด้วยในการร่วมต่อต้านการคอร์รัปชัน ทำให้คนรอบข้าง/สังคม ตระหนักว่า “ต้องไม่ยอมรับ” แม้ว่าการสร้างความตระหนักนั้นต้องอาศัยเวลาจากการร่วมมือทั้งสามส่วนนั้น นำไปสู่



โดยทั้งหมดต้องอาศัย “สื่อ” เข้ามามีส่วนร่วม เพราะสื่อมีส่วนสำคัญและเข้าถึงคนในสังคมทุกคน ดังนั้น สื่อ จึงมีส่วนสำคัญในการสร้างความตระหนักของคนในสังคม

6.3 ประเด็นสิ่งแวดล้อม โดย คุณธนพล ทรงพุดิ โครงการพัฒนาจัดการภัยพิบัติภาคประชาชน มูลนิธิกระจกเงา กับคำถาม ภาคธุรกิจสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมอย่างไร ได้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลกันดังนี้

6.3.1 บทเรียนจากภาคส่วนต่างๆเมื่อเกิดภัยพิบัติ

ชุมชน :

- ก. ช่วงเกิดภัย มีหน่วยงานหลายหน่วยงานเข้ามาให้ความช่วยเหลือ จนเกิดเป็นพหุภาคี โดยมีการให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ ในส่วนภัยพิบัติเล็กๆ ที่เกิดขึ้น คนในพื้นที่ก็จะได้รับความช่วยเหลือเป็นวัตถุดิบในการดำรงชีวิต เช่น ข้าวสาร เสื้อผ้า ฯลฯ และในส่วนของภัยพิบัติใหญ่ๆ ก็จะเป็นการตั้งศูนย์ให้ความช่วยเหลือ ศูนย์บรรเทาทุกข์

ข. ช่วงหลังเกิดภัย สิ่งที่ต้องเตรียมตัว คือ การสร้างรูปแบบ(Model)ในการเตรียมรับมือภัยพิบัติในครั้งต่อไปของพื้นที่อื่นๆ หรือพื้นที่เดิม โดยภาครัฐจะต้องเป็นคนดำเนินการจัดอบรม สัมมนา และทำแผนรับมือภัยพิบัติที่จะเกิดขึ้น และสิ่งที่จะต้องเตรียมสำหรับในชุมชน คือ อุปกรณ์ การเตือนภัย ไม่ว่าจะเป็นการเตือนโดยตรงกับชาวบ้าน หรืออุปกรณ์ที่เป็นตัวกลางในการสื่อสารเปรียบเสมือนสัญญาณให้ระวังตรวจ และเตรียมรับมือจัดทำแผนการเตรียมความพร้อม จุดนัดพบของชาวบ้าน เมื่อเกิดเหตุ การดูแลชาวบ้าน โดนแบ่งเป็นZone คนหนึ่งคน จะดูแลกี่ครัวเรือน และในส่วนของไซเรน ที่ใช้ในการเตือนภัย และวิทยุสื่อสาร ที่มีข้อจำกัดในการติดต่อ ระหว่างเกิดภัย หรือเตือนก่อนเกิด เพราะความขัดข้องของสัญญาณ ผลกระทบทางด้านจิตใจที่จะตามมาหลังจากเกิดเหตุการณ์ภัยพิบัติ

ภาคธุรกิจ :

- ก. การสนับสนุนทางกำลังคน สำหรับบริษัทที่ไม่มีงบประมาณ แต่มีกำลังคน สามารถให้ความช่วยเหลือในรูปแบบนี้ได้
- ข. อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่ได้ใช้แล้ว เช่น คอมพิวเตอร์ ที่สามารถนำไปซ่อมและนำกลับมาให้เด็กต่างจังหวัดใช้ได้
- ค. มีการส่งข้อความเตือนภัยผ่านระบบมือถือและให้คำแนะนำเกี่ยวกับภัยพิบัติ(ทุกเครือข่าย)
- ง. ป้องกันผลกระทบและเตรียมรับมือกับภาวะ contact farm ซึ่งเป็นภาวะที่เกิดจากภัยพิบัติส่งผลกระทบต่อผลผลิตจากการเพาะปลูก
- จ. เข้ามามีส่วนร่วมและช่วยกันฟื้นฟู
- ฉ. ระงับการสื่อสารที่คลาดเคลื่อนจากการพูดคุย หรือการถูกหลอกใช้จากเจ้าหน้าที่ของรัฐ ที่หวังผลบางอย่าง

รัฐ :

- ก. การสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน
- ข. จ่ายค่าชดเชยให้กับผู้ประสบภัย
- ค. ความล่าช้าของหน่วยงานภาครัฐ
- ง. การทำผิดขั้นตอนของกฎหมาย เช่น กฎหมายการเบิกจ่ายงบประมาณเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัย

6.3.2 ข้อเสนอแนะ

I. สิ่งที่ต้องมีการลงมือทำและมีความต่อเนื่องในการทำ

- ก. กระจายข่าวและสร้างเครือข่ายในการให้ความช่วยเหลือผ่านทาง email facebook social network และตัวแทนจากบริษัท องค์กรต่างๆ
- ข. สร้างจิตสำนึกให้กับบริษัทต่างๆ รวมทั้งพนักงาน
- ค. การให้ความรู้ สร้างความตื่นตัว และการเตรียมความพร้อมตลอดเวลา
- ง. ผลักดันเข้าสู่ระบบการศึกษา หลักสูตรในเรื่องของภัยพิบัติ
- จ. ส่งเสริมการปลูกป่า เพื่อลดภาวะโลกร้อนและเป็นปวนทางป้องกันน้ำ

II. แนวทางในการแก้ไข

- ก. สร้างการช่วยเหลือตัวเองให้คนในชุมชนที่เสี่ยงภัย
- ข. ความขัดข้องของเทคโนโลยี หันกลับไปใช้รูปแบบโบราณ(Back to basic) ดีหม้องและเกราะห้
- ค. เริ่มจากตนเอง คนในชุมชน
- ง. การสร้างชุมชนต้นแบบที่สามารถทำได้จริง
 - การให้ความรู้อย่างค่อยเป็นค่อยไป
 - กรณีศึกษาของพื้นที่พร้อม(หนุนเข้าระบบกองกลาง)
- ก. สร้างความคิดและหนุนเสริมคนที่ทำงานจริง (การคิดใหม่ของภาคธุรกิจ)
- ข. การเตรียมความพร้อมและการซ้อมรับมือเหตุภัยพิบัติ
- ค. การทำความเข้าใจกับความต้องการของผู้รับและการสนองตอบของผู้ให้

- ง. CSR กับชุมชน ในความต้องการ และความจำเป็นที่ต้องได้ก่อน
- จ. ภาพการณ์เตรียมความพร้อมรับภาวะโลกร้อน
- ฉ. งบประมาณในการสนับสนุน
- ช. การแทรกแซงทางการเมือง/ภาวะทางการเมือง

III. ข้อเสนอแนะโครงการ

- โครงการเกาะติดข้อมูลน้ำ
- โครงการให้ข้อมูลภัยพิบัติโดยระบบมือถือ

IV. การพัฒนาระบบการประสานงาน

- ก. ระบบการทำงาน แบ่งเป็น Zone แบ่งความรับผิดชอบหลังคาเรือน
- ข. สร้างมิติและข้อตกลงร่วม
- ค. หมายเหตุ

6.3.4 ประเด็นการศึกษาและการเรียนรู้ โดยคุณปิยะภรณ์ มณฑจิตร ผู้จัดการมูลนิธิสยามกัมมาจล



การศึกษาและการเรียนรู้ : ภาคธุรกิจจะมีส่วนร่วมกับสถาบันการศึกษาในการสร้างให้ผู้เรียนมีความสามารถในการเรียนรู้ด้วยตัวเองอย่างไร

ก. ผู้เข้าร่วมกลุ่มย่อยเล่าถึงโครงการขององค์กรตนเอง

มูลนิธิสยามกัมมาจล

- มูลนิธิสยามกัมมาจลทำเรื่องการศึกษาและการเรียนรู้ผ่านหลักคิด “เศรษฐกิจพอเพียง” โดยวิธีการสร้างวิถีคิดให้แก่เด็ก และสร้างคุณค่าในการสร้างหลักคิดให้เด็ก เพื่อให้เด็กได้เติบโตและมีพัฒนาการไปในทางที่ดี (good girl & Good boy)
- ในส่วนของการเรียนรู้ มูลนิธิสยามกัมมาจลได้ร่วมกับท้องถิ่นและสถาบันการศึกษา หนุนเสริมให้เด็กได้เรียนรู้บริบทของตนเอง (เด็ก) เพื่อนำศักยภาพของเด็กไปแบ่งปันให้กับชุมชนโดยการปฏิบัติ ซึ่งการหนุนเสริมในเรื่องการเรียนรู้ของเด็กนั้น ทางมูลนิธิสยามกัมมาจลจะเข้าไปหนุนเสริมโครงการของทางสถานศึกษาและชุมชนที่เกี่ยวข้องกับเด็ก
- ดังนั้นจึงอาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า การสนับสนุนทางด้านการศึกษานั้นต้องปรับให้ตรงความต้องการของเด็ก ซึ่งจะทำให้เด็กมีความต้องการที่จะเรียนรู้มากขึ้น

บริษัท แพรนต้า จิวเวลรี่ จำกัด (มหาชน) (คุณธวัชชัย ศรีสุพรรณ)

- แนวคิดสำคัญสำหรับการดำเนินการสนับสนุนทางด้านการศึกษาของแพรนต้า จิวเวลรี่ คือ ต้องการสนับสนุนเกี่ยวกับการให้การศึกษาและการเรียนรู้ด้วยตนเอง โดยผ่านนโยบายการให้พนักงานได้มีส่วนร่วมในการได้รับการศึกษาและได้เรียนรู้ (ด้วยตนเอง) โดยได้จัดทำห้องสมุดสำหรับพนักงาน และห้อง internet ไว้ให้พนักงานใช้สำหรับศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติมหรือเรียนรู้ทางด้านอื่นๆ ที่ตนเองสนใจ
- แพรนต้า จิวเวลรี่ตระหนักดีว่าการศึกษาคือรากฐานที่สำคัญที่สุดสำหรับการพัฒนาที่ยั่งยืน และเป็นปัจจัยให้ผู้ด้อยโอกาสสามารถพัฒนาศักยภาพไปสู่การพึ่งพาตนเอง เป็นที่พึ่งให้แก่ครอบครัวและก้าวพ้นจากความยากจนได้ในระยะยาว
- ในแต่ละปีบริษัทฯ จึงได้จัดสรรงบประมาณและทรัพยากรส่วนใหญ่เพื่อสนับสนุนการศึกษา โดยร่วมกับกาญจนภิเษกวิทยาลัยช่างทองหลวง และวิทยาลัยศิลปกรรมกรุงเทพฯ จัดการศึกษาระดับอาชีวศึกษาในระบบ “ทวิภาคี” และร่วมกับกรมการศึกษานอกโรงเรียน ขยายโอกาสทาง



การศึกษาวิชาชีพแก่กลุ่มเด็กด้อยโอกาส เพื่อการศึกษาต่อในระบบทวิภาคีระดับปวช. และปวส. สาขาเครื่องประดับอัญมณี โดยทางบริษัทฯ ดำเนินการต่อเนื่องมาเป็นปีที่ 8 (มุ่งเสริมให้เด็กพัฒนาทักษะ เพื่อนำไปประกอบอาชีพได้)

- core value ขององค์กร (บริษัท แพรนต้า จิวเวลรี่ จำกัด (มหาชน)) คือ ทำงานเป็นทีม พักผ่อนไม่หยุดยั้ง และจริงใจกับทุกคน

โรงเรียนหมู่บ้านเด็ก มูลนิธิเด็ก จังหวัดกาญจนบุรี (คุณรัชณี ธงไชย)

- โรงเรียนหมู่บ้านเด็ก เป็นสถานศึกษาสำหรับครอบครัวทางเลือก โดยโรงเรียนหมู่บ้านเด็กจะให้การศึกษาระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษาแก่เด็กด้อยโอกาส (homeless peoples) โดยโรงเรียนจะสอนให้เด็กได้เรียนรู้ที่จะอยู่ร่วมกันกับคนอื่น ๆ ในชุมชนในสังคม (ของโรงเรียนหมู่บ้านเด็ก) ผ่านบทเรียน (โรงเรียน) การเรียนรู้ร่วมกับชุมชน (ชุมชน/ หมู่บ้าน) และการเรียนรู้ด้วยตนเอง (ห้องสมุดและ internet)

- นอกจากความรู้จากการศึกษาแล้ว เด็กในโรงเรียนหมู่บ้านเด็กยังจะได้ศึกษาและฝึกหัดงานฝีมือต่างๆ เช่น ทำของเซ่น, ทอผ้า เป็นต้น เพื่อให้เด็กได้เรียนรู้ว่าตนเองชอบทำอะไร นอกจากนั้นกิจกรรมนี้ยังเป็นกิจกรรมที่ช่วยฝึกสมาธิ ฝึกให้มีสติอยู่เสมอที่จะเรียนรู้

- นอกจากนั้นยังมีการให้การศึกษา ให้ความรู้ และให้เรียนรู้ ในการเป็นพลเมืองที่ดี (good citizen) ภายใต้สังคมประชาธิปไตย โดยมุ่งเน้นให้เด็กได้มีส่วนร่วมกับการกำหนดกฎเกณฑ์ กติกา ในการอยู่ร่วมกันภายในโรงเรียนหมู่บ้านเด็ก การส่งเสริมการเรียนรู้ในลักษณะเช่นนี้จะทำให้เด็กและคุณครู (ผู้ใหญ่) เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน

- สอนให้เด็กและคุณครูเรียนรู้เรื่องการเคารพสิทธิซึ่งกันและกัน

- สอนในเรื่องความยุติธรรม โดยลดอำนาจของคุณครู และเพิ่มอำนาจให้แก่เด็กนักเรียนในการแสดงความคิดเห็นในทางที่ถูกต้อง

- สอนเรื่องหน้าที่และความรับผิดชอบให้แก่คุณครูและนักเรียน ซึ่งทั้งสองฝ่ายทั้งครูและนักเรียนต้องเรียนรู้ร่วมกัน โดยครูก็ต้องเป็นแบบอย่างในเรื่องของการทำหน้าที่และการมีความรับผิดชอบ เพื่อให้เด็กได้เรียนรู้ต้นแบบจากคุณครู

ธนาคารไทยพาณิชย์

- ธนาคารไทยพาณิชย์จะเน้นให้การสนับสนุนทางการศึกษาแก่กลุ่มเด็กเก่งและกลุ่มเด็กที่มีความสามารถ โดยเปิดโอกาส/ เปิดพื้นที่ / สนับสนุน เด็กเหล่านี้ให้มีพื้นที่ในการแสดงออกหรือเปิดโอกาสให้เด็กเหล่านี้ได้มีโอกาสขยายโอกาสทางด้านความรู้ความสามารถของตนเองเพิ่มขึ้น

- ธนาคารไทยพาณิชย์ได้สนับสนุนกลุ่มเด็กสายวิทย์ให้ไปแข่งขันในระดับประเทศ/ ระดับโลก (แนวคิดของธนาคารไทยพาณิชย์คือ หนุนเด็กเก่งให้เก่งยิ่งขึ้น)

- เปิดพื้นที่ให้นักดนตรีคลาสสิก เช่น Bangkok Opera ได้มีพื้นที่ในการเปิดการแสดงความสามารถของวงดนตรีของตนเอง

ข. ภาคธุรกิจจะมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาที่ค้นพบจากการสำรวจและกิจกรรมโครงการที่เจ้าภาพนำเสนอได้อย่างไร

- ภาคี/ เครือข่าย (ทางด้านการศึกษาและการเรียนรู้) จะสร้าง/ เชื่อมโยง ความร่วมมือ โดยการส่งต่อเด็กที่ตนเองให้การสนับสนุนไปยังเครือข่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

- มูลนิธิเด็ก (โรงเรียนหมู่บ้านเด็ก) จะเชื่อมโยงเครือข่ายในการส่งต่อเด็กที่จบการศึกษาในระดับประถมศึกษาของโรงเรียนหมู่บ้านเด็กให้แก่ทางบริษัทแพรนต้าจิวเวลรี่ ซึ่งทางบริษัท แพรนต้าจิวเวลรี่นั้น เป็นองค์กรที่ให้การสนับสนุนให้การศึกษาแก่เด็กในระดับอาชีวะ ดังนั้นเด็กจากโรงเรียนหมู่บ้านเด็กที่จบการศึกษาในระดับประถมศึกษาจะได้รับการศึกษาต่อในสายวิชาชีพในระดับอาชีวะจากการสนับสนุนของทางบริษัทแพรนต้าจิวเวลรี่

- โดยทางบริษัทแพรนต้าจิวเวลรี่ อาจจะไปเชื่อมโยงกับเครือข่ายอื่นๆ ของธนาคารไทยพาณิชย์ ในการส่งเสริมการฝึกอาชีพให้แก่เด็กเหล่านี้ เช่น ฝึกอาชีพกับมูลนิธิกัลยาณิวัฒนา เป็นต้น



- นอกจากนั้นทางมูลนิธิสยามกัมมาจลจะเข้ามาช่วยหนุนเสริมบริษัทแพรรด้าจีเวลรี่ เกี่ยวกับทางด้านการศึกษาและการเรียนรู้ โดยการเข้ามาช่วย set หลักสูตร/ บทเรียน สำหรับการเรียนรู้ให้แก่บริษัทแพรรด้าจีเวลรี่
- จากการเชื่อมโยงภาคีเครือข่ายทางด้านการศึกษาและการเรียนรู้ในเบื้องต้นจะเห็นได้ว่าเป็นการพัฒนาทางด้านการศึกษาและการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

ค. แลกเปลี่ยนความคิดเห็นของแต่ละองค์กร

มูลนิธิเด็ก – ให้การส่งเสริมการศึกษาและการเรียนรู้แก่เด็กในระดับประถมศึกษา (เด็กด้อยโอกาส)

มูลนิธิสยามกัมมาจล – สนับสนุนและส่งเสริมการเรียนรู้ของเด็กในระดับมัธยมถึงระดับอุดมศึกษา และจะหนุนเสริมบริษัทแพรรด้าจีเวลรี่ในการช่วย set หลักสูตร/ บทเรียน สำหรับการเรียนรู้ให้แก่บริษัทแพรรด้าจีเวลรี่

บริษัท แพรรด้า จีเวลรี่ จำกัด (มหาชน) – สนับสนุนและให้การศึกษาแก่เด็กที่ด้อยโอกาสในระดับ ปวช. ให้เด็กด้อยโอกาสได้รับการศึกษาและฝึกฝนอาชีพ

ธนาคารไทยพาณิชย์ – สนับสนุนเด็กเก่ง ให้เก่งมากยิ่งขึ้น

ง.แลกเปลี่ยนระหว่างเครือข่าย (อื่นๆ)

- ทางบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง มีองค์ความรู้ในเรื่องการจัดค่ายให้ความรู้เรื่อง Productivity ดังนั้น ทางองค์กรดังกล่าวได้แสดงความเห็นว่า ทางองค์กรอาจจะเข้ามาช่วยสนับสนุนประเด็นทางการด้านการศึกษาและการเรียนรู้เกี่ยวกับการจัดค่ายให้ความรู้เรื่อง Productivity ยกตัวอย่างเช่น สอนให้ครูได้เรียนรู้ในเรื่อง Productivity และเชื่อมโยงความรู้เรื่องเหล่านี้ไปใช้กับเด็กนักเรียน และนำความรู้เรื่อง Productivity มาเชื่อมโยงระหว่างทั้งสองฝ่าย เพื่อให้เกิดการศึกษาและการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

- ผู้เข้าร่วมแลกเปลี่ยนในช่วงที่ 2 ได้นำเสนอข้อคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับประเด็นทางการศึกษาและการเรียนรู้ว่า ควรให้เด็กได้ค้นหา inspiration ของตนเอง โดยพยายามดึง inspiration ของเหล่านั้นของเด็กออกมา (ดึงตัวตน – ค้นหาตัวเอง) เพื่อที่องค์กรจะได้จัดการเรียนรู้ให้ตรงกับความต้องการของเด็ก และองค์กรธุรกิจจะได้ช่วย support ได้ตรงจุดว่าการศึกษาและการเรียนรู้แบบไหนต้องการการสนับสนุนอะไรและอย่างไร

- จัดการศึกษาในรูปแบบที่ว่า เด็กต้องการเรียนรู้อะไร (มากกว่า) ครูต้องการสอนอะไร



6.3.5 ประเด็น “ครอบครัว”

โดย คุณสรรพสิทธิ์ คุมพ์ประพันธ์ ผู้อำนวยการมูลนิธิศูนย์พิทักษ์สิทธิเด็ก

ก. ระดมความเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์ครอบครัวในปัจจุบัน

จากการนำเสนอของเจ้าภาพประเด็นได้ยกประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับ “ครอบครัว” ไว้ดังนี้

1) “ครอบครัว” มีบทบาทสำคัญเป็นอย่างยิ่งในเรื่องการศึกษาและการเรียนรู้ของเด็ก โดยเฉพาะผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมร่วมกัน แต่สถานการณ์ที่ผ่านมากลับมองว่าเรื่องการศึกษาและเรียนรู้เป็นบทบาทของ “โรงเรียน” อาทิเช่น การศึกษาและเรียนรู้ของเด็กผ่านสถาบันการศึกษา การเรียนพิเศษ การค้นหาผ่าน Internet

2) ครอบครัวควรประกอบด้วย 2 generation โดยรุ่นแรกเป็นผู้ขัดเกลา อบรมคุณธรรม จริยธรรม รวมทั้งถ่ายทอดวิถีชีวิตให้แก่รุ่นถัดไป

3) การพัฒนาครอบครัวต้องพัฒนาไปด้วยกัน (ไม่ใช่เพียงผู้ใดผู้หนึ่ง) เพื่อป้องกันส่งเสริม และไม่ให้เกิดปัญหาต่อเด็กทั้งการทารุณกรรม ปล่อยปละละเลยเด็ก เป็นต้น ดังนั้นครอบครัวควรมีการปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน การติดต่อสื่อสารกันและใช้ชีวิตครอบครัวร่วมกัน

4) “การทำอย่างไรที่ภาคธุรกิจของเจ้าภาพจะมีส่วนร่วมป้องกัน แก้ไขหรือสร้างชีวิตครอบครัวที่ดีแก่พนักงาน” ซึ่งถือได้ว่าเป็นงานเพื่อสังคมประเภทหนึ่งที่ให้ประโยชน์ ประกอบกับที่ประชุมมองว่าผู้นำความเปลี่ยนแปลงส่วนใหญ่มักเกิดขึ้นในกลุ่ม “คนชั้นกลาง” ซึ่งมักจะเป็นกลุ่มบริษัท/ พนักงานบริษัท โดยมองถึงการพัฒนาคูณภาพชีวิตครอบครัวของกลุ่มเป้าหมายนี้ที่จะส่งผลกระทบให้เกิดการแพร่ขยายออกไป อาทิเช่น โครงการเที่ยวด้วยกันภายในครอบครัว โดยบริษัทจะช่วยออกเงินให้ส่วนหนึ่ง ซึ่งพนักงานจะต้องวางแผนในด้านของเวลาและงบประมาณที่ได้รับ รวมทั้งสรุปบทเรียนเกี่ยวกับการไปเที่ยวและการใช้ชีวิตครอบครัวร่วมกัน 2 วันได้เกิดการเปลี่ยนแปลงคุณภาพชีวิตครอบครัวอย่างไรบ้าง ซึ่งผลตอบรับจากโครงการนี้ได้รับผลตอบรับที่ดี ทั้งการพัฒนาคูณภาพชีวิตครอบครัวของพนักงานที่ดีมากขึ้น ผ่านการสื่อสาร การใช้ชีวิตร่วมกันภายในครอบครัวมากขึ้น รวมถึงการคำนึงถึงจิตใจผู้อื่นอีกด้วย

ข. ภาคธุรกิจจะมีส่วนร่วมในการแบ่งเบาภาระการดูแลคนในครอบครัวพนักงานอย่างไร

จากการพูดคุยของสมาชิกภายในกลุ่มได้มีการนำเสนอความคิดเห็นร่วมกันเกี่ยวกับภาคธุรกิจจะมีส่วนร่วมอย่างไร โดยผ่านมุมมองพื้นฐานของครอบครัว ดังนี้

1) การลงทุนของภาคธุรกิจ เช่น การจัดเสวนาห้องเรียนสอนพ่อแม่เกี่ยวกับประเด็นเด็กวัยรุ่น อาจจะมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น พูดคุยร่วมกันของพ่อแม่ที่เป็นพนักงานบริษัท

2) Partnerships การช่วยเหลือจากทุกภาคส่วนทั้งตัวพนักงาน ผู้บริหารที่จะช่วยกันให้โครงการที่เกิดขึ้นประสบความสำเร็จ

3) การประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดการตื่นตัวและเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้น โดยสมาชิกภายในกลุ่มได้นำเสนอโครงการที่น่าสนใจ ดังนี้

- การจัดโครงการอบรมพ่อแม่ให้เข้าใจลูกเกี่ยวกับ “เรื่องเพศ” โดยจัดอบรมให้ครอบคลุมในมิติที่หลากหลาย เช่น การเปลี่ยนแปลงทางร่างกายและฮอร์โมนของเด็กเมื่อเข้าสู่ช่วงวัยรุ่น เรื่องเพศสัมพันธ์ เรื่องการซื้อของให้ลูกเมื่อเข้าสู่ช่วงวัยรุ่น เป็นต้น

- การจัดอบรมเกี่ยวกับศีลธรรมจริยธรรม เพื่อปรับเปลี่ยนจิตสำนึกของความเป็นพ่อแม่และแม่ไปในทางที่ดีขึ้น

- การปรับเปลี่ยนความคิดผู้บริหารจากเชิงธุรกิจ/ กำไร/ ผลประโยชน์เป็นหลัก ให้มองไปยังการเพิ่มความสุขแก่พนักงานและครอบครัวของพนักงานบริษัทเป็นหลักได้อย่างไร

- การให้ความสำคัญกับวิชาชีพ (การเน้นย้ำศีล 5, การสร้างจิตสำนึกของพ่อแม่และเด็ก การปลูกฝังคุณธรรมจริยธรรม เป็นต้น) มากกว่าวิชาการความรู้เชิงธุรกิจ (คะแนนโหวต 2 ดวง)

- ธุรกิจจะเปลี่ยนแปลงได้ต้องปลูกฝังจิตสำนึกที่ดี และศีล 5 แก่ผู้บริหารและพนักงานบริษัท เนื่องจากปัจจุบันผู้คนในบริษัทมักจะละเลยและมองข้ามกับปัญหาทุจริต คอรัปชั่นที่เกิดขึ้น รวมทั้งการคำนึงถึงแต่ผลประโยชน์ของตนเอง

ค. ผลการระดมความคิดเห็นการสร้างรูปธรรมความร่วมมือเพื่อผลักดันภาคธุรกิจเข้ามามีส่วนร่วมในการแบ่งเบาภาระการดูแลคนในครอบครัวพนักงาน

- การที่ภาคธุรกิจเข้าไปร่วมมือกับโรงเรียน เพื่อให้เกิดโรงเรียนต้นแบบในการระดมแนวความคิด กระบวนการที่ถ่ายทอดสู่ครอบครัวได้ เช่น โรงเรียนรุ่งอรุณ โรงเรียนทอสีที่เน้นเรื่องวิชาชีวิตด้านคุณธรรมจริยธรรม การใช้ชีวิตประจำวันในสังคม เป็นต้น (คะแนนโหวต 2 ดวง)
- ภาคธุรกิจลงไปสนับสนุน ช่วยเหลือ ร่วมมือทำกิจกรรมกับครอบครัวโดยตรง เช่น การจัดกิจกรรมอบรมเกี่ยวกับประเด็นครอบครัว เป็นต้น
- การรวมตัวของภาคธุรกิจ, ครอบครัว, โรงเรียน, วัด, และชุมชน เพื่อพัฒนาเด็กร่วมกัน
- มีแกนนำหลักหรืออาสาสมัคร (เช่น ผู้ปกครอง, คุณครูอาจารย์, พนักงานบริษัท) ในการร่วมมือกันเพื่อพัฒนาเด็ก
- การนำเสนอโครงการเกี่ยวกับด้านคุณธรรมจริยธรรมให้กับโรงเรียน เพื่อนำไปสู่การพัฒนาเด็ก เช่น โครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก

6.3.6 ประเด็นการเงินการงาน นำโดย คุณพรทิพย์ ฝนหวานไฟ ผู้ประสานงาน เครือข่ายพุทธิกา



สิ่งที่ทำมา

ส่งเสริมการออม

ส่งเสริมการรวมกลุ่มเพื่อเพิ่มพลังผู้บริโภค ให้ความรู้ในส่วนประกอบ , การปรุง,คุณค่าคัดสรรคุณภาพ

ข้อเสนอ

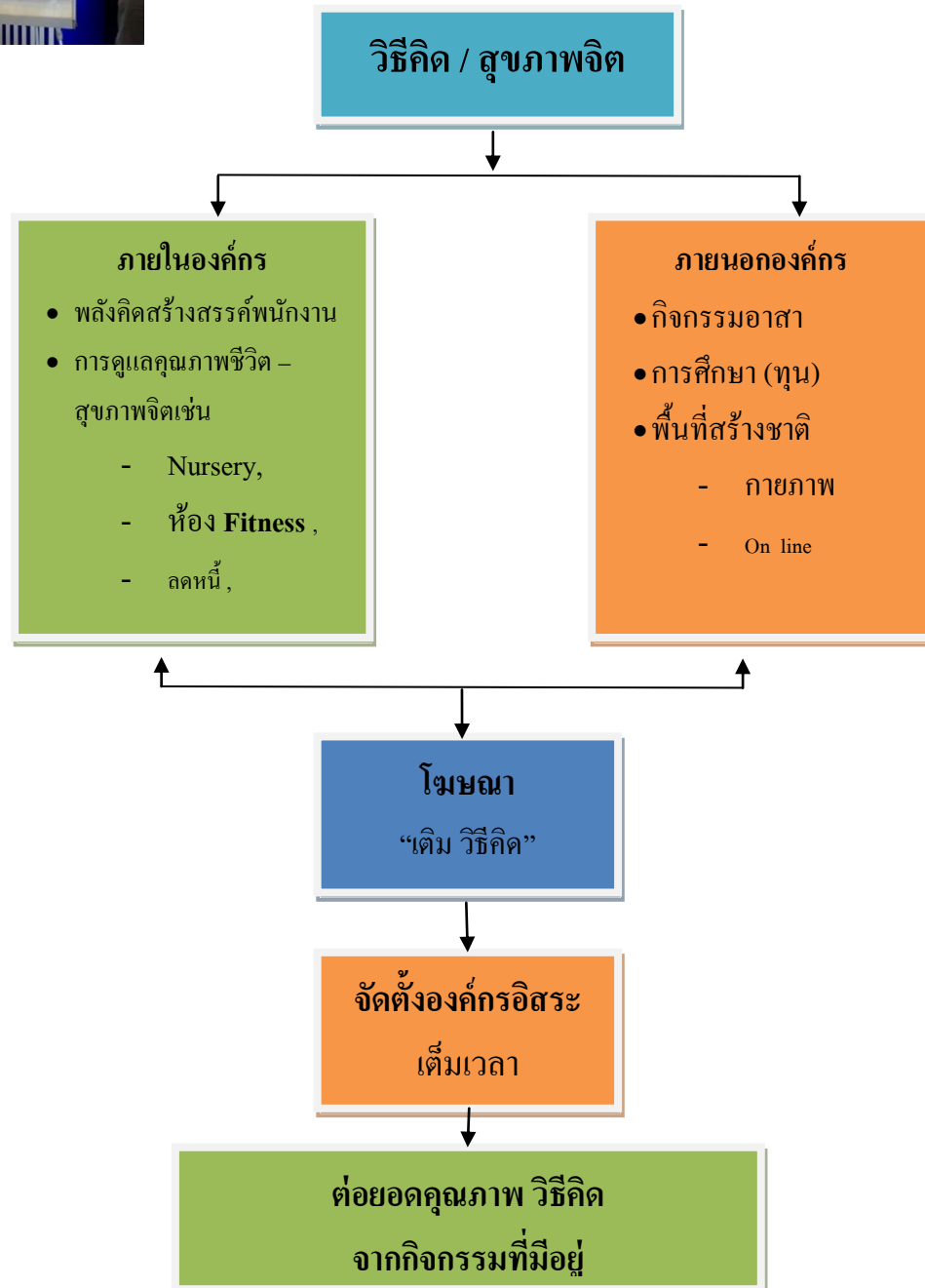
สร้างเครือข่ายผู้ผลิต สร้างการเชื่อมต่อกับผู้กระจายสินค้ารายใหญ่เชื่อมโยงการศึกษา กับ การเงินและงานชี้ให้เห็นคุณค่าในงานมองวงกว้าง ภาพรวม ทำ CSR ในระบบธุรกิจตัวเอง

- การเปลี่ยนแปลงเริ่มจากจุดเล็ก

6.3.7 ประเด็นสุขภาพจิต นำโดย นพ. ประเวศ ดำเนินพัฒนาสุขภาพจิต รองผู้อำนวยการกรมสุขภาพจิต



ก. ภาพรวมของเรื่องสุขภาพจิต



6.3.8 ประเด็นความเป็นคนไทย โดย คุณกรรณิกา ควขจร ผู้อำนวยการมูลนิธิอาสาสมัครเพื่อสังคม

ก. ภาคธุรกิจจะเข้ามามีส่วนร่วมได้อย่างไร
เชิญชวนผู้ที่มีส่วนได้เสียทั่วประเทศให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม เช่น



- I. แนวทางการบูรณาการความเป็นคนไทยในการสร้างคุณค่าความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจ
 - สร้างวิสัยทัศน์ทางด้าน CSR ให้แก่ผู้บริหาร เพราะนโยบายส่วนใหญ่จะมาจากข้างบนลงข้างล่าง
 - สร้างทิศทางในการขับเคลื่อนเกี่ยวกับ CSR ให้เป็นไปในแนวทางเดียวกันเพื่อเป็นการสร้างพลังและความรู้สู่สังคม
 - มี ต้องมีปัจจัยในองค์กรมาสนับสนุนให้เกิดจิตอาสา ควรมีการสร้างบรรยากาศในองค์กรเพื่อให้เกิด CSR เพราะในหน่วยงานส่วนใหญ่จะมุ่งคิดถึงแต่เรื่องผลกำไร และการแข่งขันเป็นหลัก
 - สร้างตัวชี้วัดให้แก่องค์กรเพื่อให้สมาชิกได้เข้ามามีส่วนร่วม เพราะบางบริษัทไม่เห็นความสำคัญ แม้ว่าพนักงานอย่างมาทำ แต่ก็มาเข้าร่วมไม่ได้
 - ทำกิจกรรมโดยที่ไม่ต้องผูกติดกับงบประมาณ
 - ผลักดัน CSR ให้เป็นวัฒนธรรมองค์กรให้แก่พนักงานในองค์กร เพื่อที่พนักงานจะได้ปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ
- II. แนวทางการออกแบบกิจกรรมที่บูรณาการสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างมีส่วนร่วม
 - กระจายความรู้ที่องค์กรทำไปสู่ชุมชนที่อยู่โดยรอบ เช่น เรื่องสิ่งแวดล้อม เรื่องการศึกษา เพื่อสร้างความรู้อย่างยั่งยืน
 - การณรงค์และสร้างความเข้าใจให้กับพนักงานในองค์กรเกี่ยวกับเรื่อง CSR และจิตอาสา เช่น ให้พนักงานในบริษัทช่วยกันปิดไฟ ปิดแอร์เมื่อไม่มีคนใช้งานแล้ว
 - สร้างความตระหนักให้แก่บุคลากรในการอยากเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ เพื่อสังคม เช่น โครงการพาคนพิการไปเที่ยวสวนสนุก หรือ การบริจาคหนังสือให้แก่คนด้อยโอกาส
 - ให้พนักงานเป็นคนเสนอโครงการที่ส่งเสริม และ อนุรักษ์ความเป็นไทยไม่ว่าจะเป็นของชุมชนหรือท้องถิ่น
- III. แนวทางการพัฒนากิจกรรมอย่างมีส่วนร่วมกับภาคส่วนอื่นๆ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ
 - ภาครัฐและภาคธุรกิจควรที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างให้คนในสังคมมีน้ำใจเพิ่มมากขึ้น
 - สร้างความร่วมมือร่วมกันในภาคธุรกิจที่มีลักษณะธุรกิจที่คล้ายๆกัน เพื่อผลักดันความรู้โครงการไปสู่ชุมชนต่อไป ควรที่จะมีการสร้างความต่อเนื่องและองค์กรควรที่จะมีการลงมือปฏิบัติอย่างจริงจัง
 - สร้างกิจกรรมในองค์กรโดยที่ให้ครอบครัวของพนักงานเข้ามามีส่วนร่วมด้วย
 - เชิญชวนบุคคลภายนอกให้เข้ามามีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมกับองค์กร

ข. ข้อเสนอแนะ

- สร้างนโยบาย(ทิศทางในการขับเคลื่อน CSR) และตัวชี้วัด โดยอาจจะวัดจากกิจกรรม เช่น ของบริษัท ชุมชน สังคม เป็นต้น
- ส่งเสริมบรรยากาศ ควรที่จะลดการแข่งขันลง และเปิดโอกาสให้พนักงานได้เข้ามามีส่วนร่วมในการทำ CSR
- มีการส่งเสริม CSR ด้วยความต่อเนื่องของหน่วยงาน

- การส่งเสริมพนักงาน (ให้มีจิตอาสาโดยเริ่มจากตนเองไปถึงครอบครัว จากครอบครัว ไปยังชุมชน และขยายต่อไปถึงสังคม)
- ความเป็นคนไทย ซึ่งในที่นี้หมายถึงการมีน้ำใจ โดยที่องค์กรควรที่จะช่วยปลูกฝัง และควรมีการอนุรักษ์ชุมชนท้องถิ่น
- มีน้อย ทำน้อย ควรที่จะลงมือทำเลย ไม่ควรไปคิดถึงงบประมาณ และไม่จำเป็นต้องทำโครงการขนาดใหญ่

7. กล่าวปิดงาน เสวนา “คนไทย” – เดอะเน็ตเวิร์กฟอรัม โดย คุณกอบกาญจน์ วัฒนวรางกูร กรรมการรองเลขาธิการ หอการค้าไทย และ ประธานกรรมการบริหาร บริษัท โตชิบา ไทยแลนด์ จำกัด

วันนี้ต้องขอภัยด้วยที่มาช้า แต่ก็ยังโชคดีที่มาได้ฟังข้อคิดดีๆ จากหลายๆ ท่าน รู้สึกว่าตัวเอง ตัวเล็กลงไปเลยที่เดียว จริงๆ แล้วที่มาช้านั้นเป็นเพราะว่าเมื่อสักครูได้พูดถึงแผนงานของบริษัท ทุก6 เดือนเราจะต้องพูดว่าเราต้องทำอะไร เมื่อสักครูดิฉันก็ได้ตัดสินใจว่าโครงการของรัฐบาล



Tablet PC ให้เด็ก เราจะไม่ขาย ก็เหมือนกับอีกหลายๆ คนในที่นี้ ว่าสิ่งที่บางคนก็อาจจะเรียกว่ามันเป็นอุดมการณ์ มันเป็นคนฝันหรือเปล่า แต่ว่าเมื่อมาอยู่ที่นี้ดิฉันคิดว่าหลายๆ คนก็คงคิดเหมือนกันว่าเส้นทางนี้เราไม่ได้เดินคนเดียว ประเทศชาติมันไม่ได้เพราะมีคนกล้าฝัน และกล้าทำ ดิฉันมั่นใจว่าเชื่อมั่นว่า เมื่อเรามาอยู่ตรงนี้ ทางเส้นทางนี้ เราไม่ได้เดินคนเดียว การที่จะสร้างประเทศไทยให้เติบโตอย่างยั่งยืนไม่ใช่เรื่องง่าย แต่ไม่ใช่ว่าทำไม่ได้ มันจะทำได้ถ้าหากพวกเรามีความศรัทธาในประเทศ

ไทย มีความศรัทธาในคนไทย มีความศรัทธาในองค์กรของเรา และมีความศรัทธาในตัวของเราเอง ดิฉันเชื่อมั่นว่าคนหนึ่งคนก็เปลี่ยนแปลงได้ เปลี่ยนประเทศได้

จากการทุกๆ ท่านใน 8 เวทีที่เมื่อสักครู่ได้ร่วมระดมสมองกัน ดิฉันว่าเราได้เรียนรู้จากกัน และกัน มีหลายอย่างที่เรามีความรู้สึกที่เรายังไม่รู้ เมื่อสักครู่ที่ท่านกล่าววาทะบางทีการสักแต่ว่าให้ นั้น การให้ไปมันเป็นโทษหรือเปล่า แต่มันก็อาจจะเกิดขึ้นจากความไม่รู้ แต่มันเป็นความตั้งใจที่ดี ก็อย่าไปเสียใจ ยังดีกว่าไม่ทำ แต่เมื่อเรารู้แล้ว เรามีเวทีแบบนี้ให้รู้จัก เรามีกระบวนการที่สนใจ รู้จักที่จะมองคนทุกภาคส่วน เอาความคิดมารวมกัน เราสามารถพัฒนาการเป็นคนดี ให้เป็นคนดี ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ที่มีคุณค่ามากขึ้น แล้วก็ช่วยประเทศชาติได้มากขึ้น

ดิฉันมาฟังเมื่อสักครู่ ก็ได้เรียนรู้อีกหลายๆ อย่างว่า เรื่องที่เราทำอยู่นั้นเราน่าจะทำได้ ดีกว่านี้ แต่สิ่งเหล่านี้พวกนี้ดิฉันคิดว่ามันเป็นการเรียนรู้ตลอดชีวิต หวังว่าวันนี้เราต้องดีกว่าเมื่อวาน และหวังว่าพรุ่งนี้จะต้องดีกว่าวันนี้ เพียงแต่ว่าเราต้องอย่าสิ้นหวัง และก็ต้องลงมือทำ ดิฉันมั่นใจว่าทุกๆ ท่านที่มาอยู่ ณ ที่นี้ในวันนี้ อุดมสำห้ใช้เวลาหลายชั่วโมงที่อยู่ด้วยกัน คงมีความตั้งใจดีอยู่แล้ว และทำดีมาอยู่แล้ว แต่ว่าคงจะกลับไปด้วยแนวทางใหม่ในเรื่องเดิมที่จะสามารถช่วยสังคมที่เราอยู่ ประเทศที่เราอยู่ ให้มีการพัฒนาที่ดี มันคง และยังยืนยงขึ้นได้ และที่สำคัญที่สุดเรามีเพื่อนใหม่ เพื่อนที่จะช่วยทำให้เราไม่ได้เดินคนเดียว แต่จะสามารถช่วยที่จะทำให้สิ่งที่เราจะทำนั้นเกิดขึ้นได้มากขึ้น

เมื่อสักครู่ได้กล่าวถึงเรื่องการต่อต้านคอร์รัปชัน ต่อต้านคอร์รัปชันนั้นสำหรับบางคนเป็นคำถามว่าเป็นเรื่องสิ้นหวังหรือเปล่า ไม่สิ้นหวังนะคะ หรืออย่างน้อยที่สุดที่ตรงนี้หอการค้าฯ และร่วมกับภาคีเครือข่าย ตอนนี้อยู่จะมี 29 องค์กร ก็ได้ประกาศตัวขึ้นมาในการที่จะต่อต้านคอร์รัปชัน ศูนย์กลางของเครือข่ายฯ ณ ตอนนี้อยู่ที่หอการค้าฯ ก็มีหลายคนบอกว่าทำไม่ได้หรอก ตอนนี้อยู่ทางเครือข่ายฯ ได้ทำสื่อออกมาเพื่อที่จะให้เราไปใส่เพื่อที่จะได้แรงจูงใจกัน ยกตัวอย่าง บริษัทของดิฉันซื้อไปแล้วนะคะ ให้พนักงานใส่ทุกวันพฤหัสบดี เมื่อวันพฤหัสบดีที่ผ่านมาเป็นครั้งแรกที่เราใส่กันทั้งบริษัท พนักงานเดินมาพูดกับดิฉันว่าเอามาเปลี่ยนที่บริษัทได้ไหม เวลาขึ้นรถเมล์มานั้นมีคนถามว่ามีปัญหาอะไรกับรัฐบาล ดิฉันก็บอกพนักงานบอกว่าเราต้อง

ยืนหยัด เราไม่ได้มีปัญหากับใคร เราไม่ได้ต่อต้านใครคนใดคนหนึ่ง แต่เราต่อต้านในสิ่งที่ไม่ถูกต้อง มีพนักงานอีกกลุ่มหนึ่งก็บอกกับดิฉันว่า บังเอิญใส่เสื้อตัวนี้ บังเอิญเป็นวันพฤหัสบดีเหมือนกัน ใส่ไปหน่วยงานราชการ ก็ถูกเพ่งเล็งอีกว่าใส่มาเพื่อพูดว่าจะอะไรหรือเปล่า บอกว่าไม่ใส่ได้ไหมถ้าไปติดต่อหน่วยงานราชการแล้วจะไม่ได้รับความสะดวก ก็บอกพนักงานไปว่าใส่เถอะ เพราะว่าถ้าหากเราตั้งใจแล้ว เส้นทางนี้ถ้าหากเราเชื่อว่าเราอยากจะทำอะไรที่ดีนั้น ดร.สุเมธ ตันติเวชกุล เคยเตือนไว้บอกว่า มันอาจจะต้องเจ็บปวด มันอาจจะต้องเจ็บตัวบ้าง แต่ว่าผลที่จะได้รับในอนาคตมันก็จะคุ้มค่า

เพราะฉะนั้นดิฉันก็หวังว่าสิ่งต่างๆ ที่เราพูดมานั้น มันเป็นเรื่องที่จะเกิดขึ้นไม่ได้ง่าย แต่ว่าด้วยใจของพวกเราใจเริ่มต้นของทุกๆ คนที่อยู่ที่นี่ หลายๆ ท่านเป็นผู้นำองค์กร เป็นผู้นำมูลนิธิอะไรก็แล้วแต่ เราต้องมีไฟ แล้วส่งต่อไฟเราให้แก่งานของเรา ให้เขามีไฟขึ้นมาแล้วก็ส่งต่อไป ดิฉันมั่นใจว่าจะอะไรก็เกิดขึ้นได้ การต่อต้านคอร์รัปชันนั้น ตอนที่เครือข่ายเชิญ ปปช. ส่งกงมาเมื่อตอนวันที่ 1 มิถุนายน 2554 บางท่านอาจจะได้ไปฟัง แต่บางท่านอาจจะไม่ได้ไปฟัง ก็จะขอสรุปสั้นๆ ให้ฟังว่า ส่งกงบอกว่าถ้าหากประเทศไทยบอกว่าเป็นไปไม่ได้ในประเทศไทย ส่งกงเมื่อ 30-40 ปีที่แล้วเขาคิดว่าเขาหนักกว่าประเทศไทย เขาบอกว่า ณ ตอนนั้นที่ส่งกง ถ้าหากคุณจะนอนตายอยู่ข้างถนนแล้วคุณไม่จ่ายเขาก็จะไม่รับคุณขึ้นรถพยาบาล ถ้าหากคุณอยู่ในโรงพยาบาลคุณอยากดื่มน้ำ แต่คุณไม่จ่ายคุณก็จะได้ดื่มน้ำ ทุกอย่างต้องจ่ายเงิน จนถึงจุดหนึ่งที่ประชาชนทนไม่ไหว แล้วเป็นประชาชนนี้แหละที่ลุกขึ้นมาแล้วบอกว่าส่งกงต้องเปลี่ยน ส่งกงต้องเปลี่ยน แล้วก็เริ่มต้นจากการจับตำรวจซึ่งเป็นคนอังกฤษ หัวหน้าตำรวจเป็นตำรวจระดับสูงของส่งกง ซึ่งก็ไม่ใช่เรื่องง่ายๆ แต่สุดท้ายก็สามารถนำตัวมาเข้าคุกที่ส่งกงได้ จากนั้นถึงวันนี้ส่งกงบอกว่า ณ วันนี้อาจจะพูดเหมือนกับว่าทุกอย่างมันโรยด้วยกลีบกุหลาบ แต่จริงๆ แล้วไม่ใช่เลย มันผ่านมามีอะไรที่มากมาย เขาเคยมาบอกกับประเทศไทยวันนี้เพราะเขารู้ว่ามันเกิดขึ้นได้แต่เราต้องกล้า และก็ต้องยอมที่จะลำบากเพื่อนำมาซึ่งอนาคตที่ดีขึ้นของประเทศไทยด้วยมือของพวกเรา ส่งกงฝากไว้ว่าสิ่งที่เขาทำนั้นมีอยู่ 3 เรื่องด้วยกัน เรื่องแรกคือ ต้องจับจริง ต่อมาอันที่สองคือ เรื่องกฎระเบียบต่างๆ ต้องทันสมัย ส่วนเรื่องที่ 3 คือเรื่องที่คุณเปาพูดเมื่อสักครู่ก็คือเรื่องการเปลี่ยนจิตสำนึก ต่อให้จับยังไ้ก็ตามแต่ถ้าไม่เริ่มต้นตั้งแต่การเปลี่ยนคน เปลี่ยนจิตใจคน เปลี่ยนทัศนคติของคน ก็จะไม่มีความประสบความสำเร็จ มันต้องเริ่มต้นจากคน สิ่งที่สำคัญที่สุดไม่ได้อยู่ที่เงิน ถ้าโรยเงินที่ว่าความหมายของกำไร เราคงปฏิเสธกำไรไม่ได้ในการทำธุรกิจ แต่ว่ากำไรต้องเป็นสิ่งที่นำมาซึ่งชีวิตที่ดีของคนทุกภาคส่วน เมื่อคุณสามารถเข้าถึงใจคนในทุกภาคส่วนได้ ตรงนั้นก็จะเป็นการที่เปลี่ยนประเทศได้อย่างถาวร

เพราะฉะนั้นสิ่งเหล่านี้คือเหตุผลที่ว่าทำไมเครือข่ายฯ ถึงมีความมั่นใจว่าในครั้งนี้จะต้องไปบอกว่าเป็นหน้าที่ของคนนั้นคนนี้ สุดท้ายมันต้องกลับกลายมาเป็นหน้าที่ของเรา เริ่มต้นจากตัวเราเอง เราต้องอย่าเป็นคนที่ทำคอร์รัปชันเสียเอง นั่นคือคำตอบเมื่อสักครู่ ดิฉันรู้ว่าเป้าหมายการขายของดิฉันนั้นก็สูงเหลือเกิน ญี่ปุ่นก็ส่งมาสูงมากเลย การที่เราไม่ขายโปรเจ็คใหญ่ๆ มันมีผลต่อเรามาก แต่เราก็ต้องทำ เพราะฉะนั้นดิฉันมั่นใจว่า มันมีอะไรหลายๆ อย่างที่เราสามารถทำได้ เริ่มต้นจากตัวเรา แล้วถ้าเมื่อเราทำ พนักงานก็จะได้จากเรา คู่แข่งก็จะได้จากเรา ดิฉันหวังว่าอย่างนั้น แล้วมันก็จะค่อยๆ กระเพื่อมออกไป ก็ขอบคุณมานะคะ แล้วก็หวังว่านี่เป็นอีกก้าวหนึ่งของคนที่คิดที่อยากจะทำดี แล้วอยากลงมือทำจริงๆ เพื่อให้เป้าหมายในการสร้างเศรษฐกิจที่มั่นคงและยั่งยืนเกิดขึ้นได้จริงด้วยมือของพวกเราทุกคน

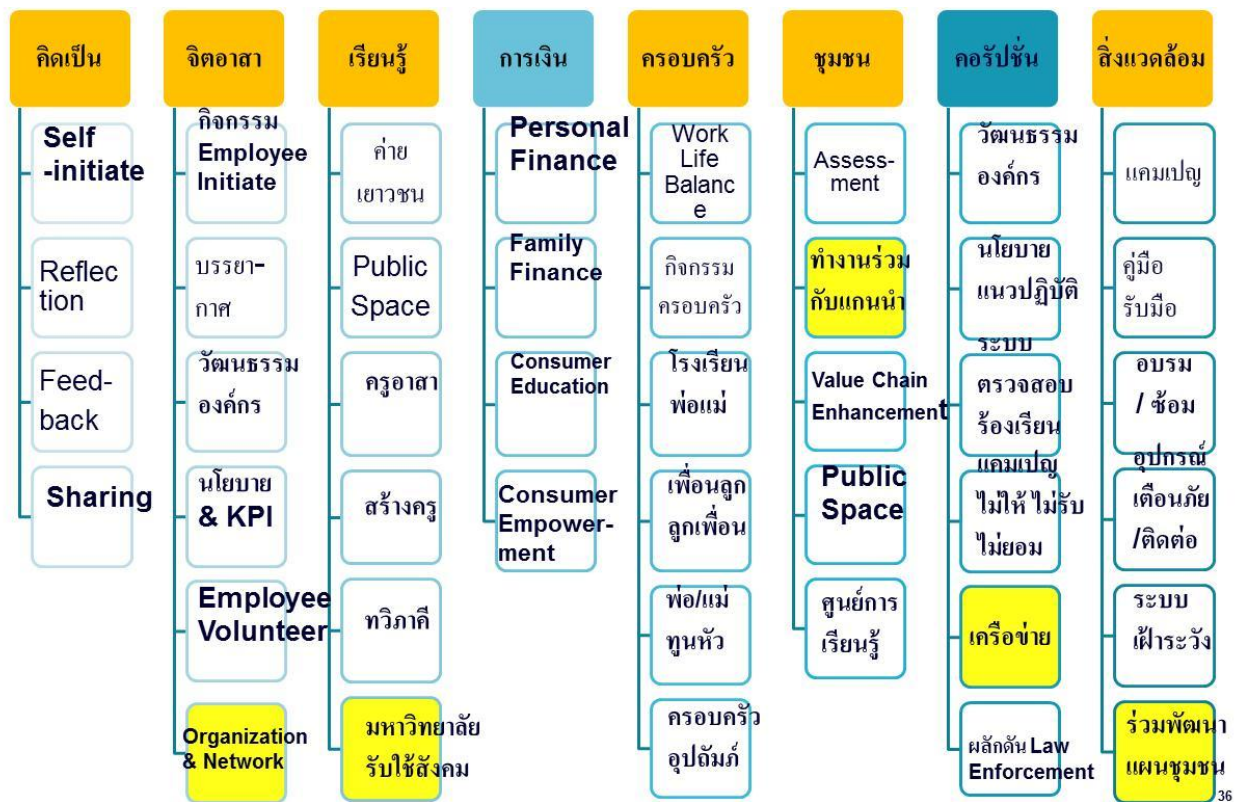
ก็คงขอสรุปอีกครั้งหนึ่ง ขอขอบคุณทุกท่านมากที่มาร่วมแสดงพลัง แสดงความคิด และสิ่งที่เปาพูดจบรับนั้นน่าจะบอกชั้ดอยู่แล้ว ดิฉันเชื่อว่าตอนนี้อยู่ในใจของทุกท่านแล้ว เราได้พลังใจ เราได้ศรัทธา เราได้เพื่อนที่ร่วมอุดมการณ์กับเรา แล้วเราก็จะสามารถที่จะกลับไปทำการ CSR ของเรา กิจกรรมเพื่อสังคมของเราที่พัฒนามากยิ่งขึ้น ตอบโจทย์มากยิ่งขึ้น แล้วก็บูรณาการหลายๆ อย่าง บางอย่างถ้าไม่จำเป็นมันเป็นการซ้ำซ้อนเราสามารถช่วยกันทำได้ไหม แล้วก็มันคงมีอีกเยอะหลังจากนี้ที่เราได้เริ่มรู้จักกันแล้ว วันนี้ก็เป็นอะไรที่มีคุณค่ามากที่สุด ก็ขอขอบคุณอีกครั้ง

8. ผลสังเคราะห์จากข้อสรุปการระดมความเห็น และข้อเสนอแนะต่อการจัดเดอะเนทเวิร์คฟอรัมในครั้งต่อไป

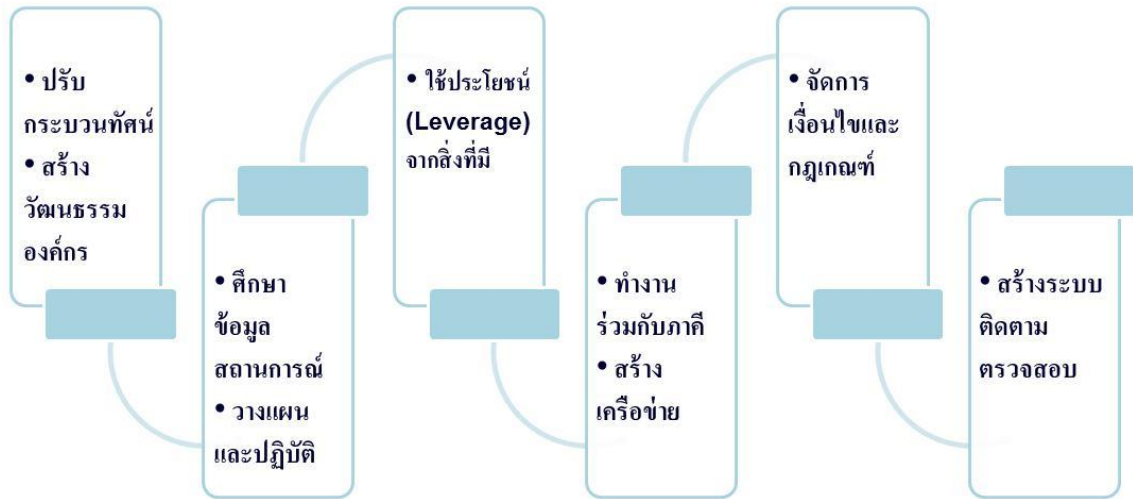
จากการระดมความเห็นทั้ง 8 ประเด็น สามารถสรุปเป็นข้อเสนอแนะ ทั้งต่อแนวทาง และการระดมความเห็นโครงการต่างๆ และ บทบาทที่สำคัญของภาคธุรกิจอย่างมีส่วนร่วมต่อการพัฒนาสังคมดังนี้

8.1 แนวทางการสร้างความร่วมมือระหว่างภาคส่วนธุรกิจและภาคส่วนประชาสังคม

า. แนวทางการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อมพร้อมกับการบูรณาการประเด็นทางเศรษฐกิจ



b. กระบวนการทำงานสนับสนุนการมีส่วนร่วมของภาคธุรกิจต่อการพัฒนาสังคม



8.2 บทบาทการมีส่วนร่วมของภาคธุรกิจต่อการพัฒนาสังคมได้เป็น 6 ประเภทหลัก ได้แก่



- ก. การดูแลพนักงานและองค์กร เป็นส่วนพื้นฐานและใกล้ตัวที่สุด ซึ่งทุกแห่งไม่ว่าใหญ่หรือเล็กสามารถปฏิบัติได้ ไม่ว่าจะเป็นการดูแลสุขภาวะที่ดีของพนักงานทั้งกายและใจ การจัดสภาพแวดล้อมและบรรยากาศที่ส่งเสริมการทำงานอย่างมีความสุข เช่นที่หลายโรงงานมีโรงอาหารขายกับข้าวราคาประหยัดคุณภาพดี และบางที่ให้อาหารฟรี มีการจัดพื้นที่นั่งเล่นหย่อนใจช่วงพัก พร้อมสนามกีฬา ห้องสมุด หรือ รถรับส่ง เหล่านี้นับเป็นหนึ่งในหนทางดูแลชีวิตคนในสังคมเริ่มจากคนใกล้ตัวก่อนขยายผลออกไป ในระดับองค์กรสามารถกำหนดนโยบายและทิศทางการดำเนินงานที่ผสมรวมเอาการยกระดับคุณภาพชีวิตและพัฒนาสังคมเข้าไว้ด้วยกัน ครอบคลุมทั้งการไม่ทำสิ่งผิดเช่นการทุจริตคอร์รัปชัน และการผลักดันสิ่งดีงามเช่นการขายสินค้าบริการที่มีคุณภาพและคุณค่า การส่งเสริมกิจกรรมจิตอาสาอย่างจริงจังต่อเนื่อง

- ข. การดูแลครอบครัวพนักงาน เริ่มขยายวงออกไปอีกระดับได้แก่ การเข้าไปมีส่วนร่วมในการดูแลครอบครัวพนักงานที่ต้องถือว่าเป็นเสมือนคนในครอบครัวใหญ่คือ องค์กรเช่นกัน เพราะครอบครัวเป็นปัจจัยสำคัญส่งผลกระทบต่อวิถีคิดและการดำรงชีวิตหลายด้าน หากครอบครัวเป็นสุขย่อมส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานด้วย ตัวอย่างกิจกรรมเช่น การมีทุนการศึกษาสำหรับบุตรหลานพนักงาน การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่ให้พาครอบครัวไปร่วมผ่อนคลาย รายที่มีลูกเล็กอาจจัดบริเวณรับเลี้ยงเด็กเช่นที่บริษัทแพนด้าจีเวลรี่มีเนอร์สเซอรี่ช่วยดูแล ทำให้แม่ไม่ต้องพะวง สามารถทำงานและใช้ช่วงพักมาให้นมหรือเล่นกับลูกได้สะดวก
- ค. การเชื่อมโยงกับชุมชน เช่น โรงเรียนในพื้นที่ใกล้เคียง กลุ่มชาวบ้าน และองค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมงานซึ่งกันและกัน อาทิ การนำองค์ความรู้ที่มีประโยชน์และเหมาะสมไปแบ่งปันในโรงเรียนเพื่อให้เกิดการเรียนรู้เชิงปฏิบัติ การรับเด็กฝึกงานและการจ้างงาน เช่น โครงการทวิภาคีกับสถาบันอาชีวศึกษา การมีส่วนร่วมในกิจกรรมชุมชน เช่น รณรงค์ปราบยาเสพติดกับโครงการโรงงานสีขาว หรือการร่วมปรับภูมิทัศน์ชุมชน
- ง. การเชื่อมโยงกับสังคมและการพัฒนาประเทศ ภาคธุรกิจยังสามารถขยายผลสู่การทำงานระดับใหญ่ เช่น ปัญหาสิ่งแวดล้อม ภัยพิบัติ การยกระดับคุณภาพการศึกษา การมีส่วนร่วมผลักดันการแก้ไขปัญหาทุจริตคอร์รัปชันอย่างมีระบบและจริงจัง เช่นที่หอการค้าไทยและสภาหอการค้าไทยได้ประกาศเจตนารมณ์ไว้ การทำงานในระดับนี้จะประสบความสำเร็จได้ต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายภาคส่วน และมีปัจจัยให้ต้องขบคิดแก้ไขอยู่มาก บางองค์กรอาจมองเป็นเรื่องยุ่งยากซับซ้อนแต่ความจำเป็นและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นนับว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งยวดควรค่าแก่การร่วมแรงกันคนละไม้ละมือ
- จ. การสร้างองค์ความรู้ เมื่อมีการปฏิบัติแล้ว เพื่อให้เกิดเป็นความยั่งยืนสามารถถ่ายทอดขยายผลต่อไป จำเป็นต้องมีการบริหารจัดการเป็นองค์ความรู้ (Knowledge Management) ที่ภาคธุรกิจสามารถมีส่วนร่วมสร้างสรรค์ได้ ไม่ว่าในรูปการศึกษาวิจัย รายงานผลผ่านสื่อต่างๆ การเสวนา การจัดอบรม ซึ่งในส่วนนี้สามารถจับมือทำงานกับภาคการศึกษาที่มีความเชี่ยวชาญได้
- ฉ. การสร้างหน่วยงานและเครือข่าย เพื่อให้เกิดการทำงานอย่างต่อเนื่อง หลายองค์กรธุรกิจได้จัดตั้งหน่วยงานเฉพาะทั้งที่เป็นส่วนหนึ่งขององค์กรและที่เป็นหน่วยอิสระเช่นมูลนิธิขึ้นเพื่อรับผิดชอบงานโดยตรง ข้อดีนอกจากจะเป็นการสร้างความจริงจังอย่างเป็นรูปธรรมแล้วยังส่งผลย้อนกลับสู่พนักงานและองค์กรให้เกิดความภาคภูมิใจและตระหนักรู้ถึงจุดยืนขององค์กรในการสร้างผลงานทั้งในเชิงธุรกิจและการร่วมส่งเสริมสังคม

8.3 ข้อคิดเห็น ความรู้สึก และ ข้อเสนอต่อการจัดเวทีครั้งต่อไป

ก. ข้อคิดเห็นและความรู้สึก

- ความรู้ที่ได้รับเป็นประโยชน์ในการไปปรับใช้ในการทำงานในองค์กร
- เป็นเรื่องที่น่าสนใจ ได้มุมมอง เทคนิค และกลยุทธ์จากวิทยากรและเจ้าภาพ ทั้ง 8 ประเด็น
- ได้เห็นแนวคิด หรือกิจกรรม พร้อมกับการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างภาคส่วนธุรกิจและภาคประชาสังคมมากขึ้น
- สามารถนำประโยชน์ที่ได้ไปขยายต่อยอดความคิดในองค์กร



“คนไทย”
เท่านั้นที่ทำได้/มีใจไทย น่ายุ



The NETWORK
NGO-Business
Partnerships

ข. ข้อเสนอแนะในการจัดเวทีต่อไป

- ความเหมาะสมของเวลาและการบริหารจัดการเวลาที่ยังต้องมีการปรับปรุงเพื่อให้เหมาะสมกับเนื้อหา รวมถึงรูปแบบของการเสวนา Word Café
- เพิ่มการเชื่อมโยงให้ใกล้ชิดกันมากขึ้นระหว่างผู้เข้าร่วมเสวนา รวมถึงการเชื่อมโยงสู่ความคาดหวังของการเข้าร่วมเสวนาในมุมมองที่ต้องการเครื่องมือเทคนิคการทำ CSR ในเชิงรุก เพื่อต่อยอดในระดับนโยบายขององค์กร รวมถึงการสร้างแรงจูงใจในการทำ CSR

เกี่ยวกับเสวนา “คนไทย” - เดอะเน็ตเวิร์คฟอรัม

สร้างเวที ปลุกกระแส นำความคิด แลกเปลี่ยนประสบการณ์ มุ่งสู่การลงมือทำ

อะไรคือเสวนา “คนไทย”-เดอะเน็ตเวิร์คฟอรัม

คือความร่วมมือของหอการค้าไทย โครงการ “คนไทย” หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ และเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาคธุรกิจและภาคประชาสังคมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (เดอะเน็ตเวิร์ค) ในการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการภายใต้ชื่อ เสวนา “คนไทย” – เดอะเน็ตเวิร์คฟอรัม เป็นประจำทุกเดือน เพื่อเป็นเวทีพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิด โดยมีข้อมูลจากการศึกษาวิจัยสถานะสังคมไทยเป็นพื้นฐาน อาทิ การสำรวจ “คนไทย” มอนิเตอร์ เสียงนี้มีพลัง ทั้งนี้เพื่อร่วมกันค้นหา กลไก นวัตกรรม การพัฒนา และ แนวทางการต่อยอดโครงการของภาคีเครือข่ายต่างๆ อันจะนำไปสู่การสร้างสรรค์ผลลัพธ์ในเชิงบวกต่ออนาคตขององค์กร และสังคมไทย อย่างบูรณาการ บนพื้นฐานของวัฒนธรรมแห่งความร่วมมือเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

กลุ่มเป้าหมาย

- 1.กลุ่มเป้าหมายหลัก : ภาคธุรกิจ เพื่อผลักดันให้เกิดการมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมองค์กร
- 2.กลุ่มเป้าหมายยุทธศาสตร์ : ชุมชน ภาคประชาสังคม ภาควิชาการ ภาครัฐ ภาคการสื่อสาร และอื่นๆ เพื่อสร้างคุณค่าร่วมในการพัฒนา

ประเด็นการเสวนา “คนไทย” – เดอะเน็ตเวิร์คฟอรัม

ประเด็นการเสวนามาจากการวิเคราะห์ผลสำรวจ “คนไทย” มอนิเตอร์ เสียงนี้มีพลัง โดยคัดเลือกเรื่องที่จะสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างภาคธุรกิจกับการทำงานของภาคส่วนอื่นๆในสังคมได้ ทั้งนี้ มุ่งเน้นในการหาแนวทางการปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม ในแต่ละประเด็นที่กำหนดจะมีเจ้าภาพซึ่งหมายถึงภาคีการพัฒนาต่างๆ ที่ได้ทำงานในด้านนั้นอยู่แล้ว และต้องการเผยแพร่ ขยายผล และสร้างการมีส่วนร่วมเพิ่มเติมกับภาคธุรกิจ

ประเด็นที่กำหนดไว้เบื้องต้น มีดังนี้

(หมายเหตุ: ประเด็นที่กำหนดไว้จะมีการปรับเปลี่ยนตามข้อมูลความคิดเห็นที่ได้รับเพิ่มเติมจากการเสวนา และเปิดพื้นที่สำหรับประเด็นอื่นๆที่อาจเกิดขึ้นเป็นการต่อยอดการทำงาน)

1. “เป้าหมายของกำไร คุณค่าแห่งความร่วมมือ”

ที่มาความคิด: ปัจจุบันภาคธุรกิจมีส่วนร่วมมากขึ้นในการทำงานด้านสังคมผ่านกิจกรรม CSR ความเข้าใจสถานการณ์ที่แท้จริงบนพื้นฐานข้อมูลที่ชัดเจนจะช่วยให้เกิดการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นและจะเป็นการสร้างความร่วมมือกับภาคส่วนอื่นๆของสังคม อันจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

รายละเอียด: การนำเสนอแนวคิด CSR บนกระบวนทัศน์ใหม่ ที่ส่งเสริมให้เกิดการทำงานอย่างมีส่วนร่วมระหว่างภาคส่วนต่างๆ โดยมีความร่วมมือของภาคธุรกิจเป็นกลไกสำคัญ โดยในการเสวนาครั้งที่ 1 นี้ จะเป็นการระดมความคิดโดยมีข้อมูลการศึกษาสถานะสังคมไทย อาทิ สรุปผลการสำรวจคนไทยมอนิเตอร์ เสียงนี้มีพลัง เป็นส่วนสนับสนุน อันจะนำไปสู่การค้นหาแนวทางปฏิบัติผ่านเวทีเสวนาเชิงปฏิบัติการในครั้งต่อไป

2. “Anti-corruption: ความร่วมมือครั้งสำคัญ”

ที่มาความคิด: ข้อมูลการศึกษาพบว่าปัญหาคอร์รัปชันทวีความรุนแรงมากขึ้น หลายฝ่ายเรียกร้องให้มีการจัดการกับปัญหา แต่ยังพบข้อจำกัดและไม่ปรากฏผลหรือแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนโดยเฉพาะภาคธุรกิจที่มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างยิ่งในการก่อและแก้ปัญหานี้

รายละเอียด: การร่วมค้นหาแนวปฏิบัติของภาคธุรกิจในการต่อต้านคอร์รัปชัน โดยมีกลุ่มเป้าหมายธุรกิจจำนวน 40 บริษัทเข้าร่วม เพื่อผลักดันให้มีการพัฒนาอุดมการณ์ วัฒนธรรมองค์กรที่ซื่อสัตย์และยึดมั่นในความเป็นธรรม สร้างจิตสำนึกและวิสัยทัศน์ในการต่อต้านการทุจริตและการให้สินบน จากแนวคิดสู่การลงมือปฏิบัติ จากผู้บริหารระดับสูงสู่พนักงานระดับปฏิบัติการ จนเป็นการสร้างฐานวัฒนธรรมสัมมาชีพให้เกิดขึ้นในสังคมไทย

3. “อาสาสมัครภาคธุรกิจ สู่การสร้างวัฒนธรรมจิตอาสา” (Employee Volunteer Development Project)

ที่มาความคิด: ข้อมูลการศึกษาพบว่ามุมมองต่อชีวิตของคนไทยจำนวนมากยังอยู่ในกรอบจำกัด ขาดการทำความเข้าใจภาพรวม การพิจารณาสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคมรอบด้าน

รายละเอียด: การอบรมและเสวนาเชิงปฏิบัติการเพื่อผลักดันให้เกิดการปรับมุมมองโดยคำนึงถึงปัจจัยแวดล้อมและการคิดแบบองค์รวมผ่านกิจกรรมอาสาสมัครและการสร้างวัฒนธรรมจิตอาสา โดยเริ่มจากภาคธุรกิจที่ได้มีการริเริ่มและดำเนินการในบางส่วนแล้ว ในการนี้จะมีการติดตามกิจกรรมอาสาสมัครพนักงานตามประเด็นการร่วมพัฒนาสังคมที่สนใจ ซึ่งอาจครอบคลุมเรื่องระดับใกล้ตัว เช่นการดูแลคุณภาพชีวิตพนักงาน ไปจนถึงเรื่องระดับชุมชนและระดับชาติ โดยส่งเสริมให้บริษัทยกระดับการทำงานให้เป็นกลุ่มก้อน หน่วยงาน เช่นการจัดตั้งเป็นชมรมที่มีการทำงานต่อเนื่องจนนำไปสู่การพัฒนาเป็นนโยบายของบริษัท กลุ่มเป้าหมายได้แก่พนักงานในองค์กรธุรกิจ เจ้าหน้าที่ระดับสูงที่มีอำนาจในการกำหนดนโยบายของบริษัท

4. “พื้นที่สาธารณะกับอาสาสมัครชุมชนเมือง” (Volunteer Spirit Network Workshop)

ที่มาความคิด: ข้อมูลการศึกษาพบว่ามุมมองต่อชีวิตของคนไทยจำนวนมากยังอยู่ในกรอบจำกัด ขาดการทำความเข้าใจภาพรวม การพิจารณาสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคมรอบด้าน

รายละเอียด: การเสวนาเชิงปฏิบัติการเพื่อผลักดันให้เกิดการปรับมุมมองโดยคำนึงถึงปัจจัยแวดล้อมและการคิดแบบองค์รวมผ่านกิจกรรมอาสาสมัครและการสร้างวัฒนธรรมจิตอาสา โดยเป็นการทำงานในระดับชุมชนโดยเฉพาะชุมชนเมืองที่ปัจจุบันมีสภาพต่างคนต่างอยู่ ขาดการเกื้อกูลกัน มุ่งหวังให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ความแตกต่าง สร้างความร่วมมือกัน ทั้งนี้การเสวนาสามารถสรุปบทเรียนจากผลการส่งเสริมงานอาสาสมัครในรอบ ๑๐ ปีที่ผ่านมา และโครงการนาร่องที่ได้ดำเนินการไปแล้ว โดยมีกลุ่มเป้าหมายประกอบด้วยตัวแทนองค์กรเครือข่ายจิตอาสา ตัวแทนองค์กรทุนที่สนับสนุนงานอาสาสมัคร เช่น สสส. และ มูลนิธิต่างๆ ตัวแทนภาครัฐที่ส่งเสริมงานอาสาสมัคร และตัวแทนภาคธุรกิจที่ส่งเสริมและผลักดันกิจกรรมการพัฒนาชุมชน

5. “ล้อมคอกก่อนรวบภัย รับมือกับภัยพิบัติ”

ที่มาความคิด: ข้อมูลการศึกษาพบว่าภัยพิบัติส่งผลกระทบอย่างรุนแรงกับคนไทยหลายภาคส่วน และมีเหตุการณ์ปรากฏเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจนทั้งในและต่างประเทศ แต่สังคมไทยยังขาดการเตรียมการและการสื่อสารที่ชัดเจนเกี่ยวกับแนวทางรับมือกับภัยพิบัติ

รายละเอียด: การระดมความคิด ความร่วมมือระหว่างภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อค้นหาแนวทางสร้างการตระหนักรับรู้ ความเข้าใจถึงข้อมูลและวิธีปฏิบัติเพื่อรับมือกับภัยพิบัติที่อาจเกิดขึ้น การสร้างเครือข่ายเฝ้าระวังและการเตือนภัย รวมไปถึงการผลักดันมาตรการเพื่อบรรเทาความสูญเสียที่อาจเกิดขึ้น เช่นการตรวจสอบความแข็งแรงโครงสร้างอาคาร การจัดเตรียมเส้นทางและพื้นที่หลบภัย เป็นต้น

6. “เตรียมความพร้อมคนไทยเพื่อก้าวสู่ศตวรรษที่ 21 ตอน: คิดเป็น”

ที่มาความคิด: ข้อมูลการศึกษาพบว่าประเทศไทยมีการพัฒนาเพื่อให้เกิดการเข้าถึงการศึกษาขั้นพื้นฐานมากขึ้น แต่ยังมีข้อจำกัดที่เกี่ยวกับการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะทักษะที่จะสามารถสร้างความพร้อมให้คนไทยก้าวสู่ศตวรรษที่ 21 ได้อย่างเท่าทัน อาทิ ความสามารถในการคิดวิเคราะห์อย่างมีวิจารณญาณ ทั้งนี้ข้อมูลการศึกษาพบว่า คนไทยจำนวนมากดำรงชีวิตด้วยความเชื่อ ไม่ว่าจะเป็นโชคละชะตา หรือความหวังที่ขาดปัจจัยความจริงมาสนับสนุน

รายละเอียด: การเสวนาเพื่อค้นหาวิธีกระตุ้นให้เกิดการคิดวิเคราะห์อย่างมีวิจารณญาณ โดยมุ่งให้เกิดการนำไปปรับประยุกต์กับกระบวนการเรียนรู้ทั้งในระบบ เช่น หลักสูตรการสอน และนอกระบบ เช่น สื่อและกิจกรรมต่างๆ กลุ่มเป้าหมายได้แก่ผู้ทำงานเกี่ยวข้องกับกระบวนการเรียนรู้และการบริโภคข้อมูลของคนในสังคม เช่น สถาบันการศึกษา หน่วยงาน สื่อ เป็นต้น

7. “เตรียมความพร้อมคนไทยเพื่อก้าวสู่ศตวรรษที่ 21 ตอน: เรียนรู้ด้วยตัวเอง”

ที่มาความคิด: ข้อมูลการศึกษาพบว่าประเทศไทยมีการพัฒนาเพื่อให้เกิดการเข้าถึงการศึกษาขั้นพื้นฐานมากขึ้น แต่ยังมีข้อจำกัดที่เกี่ยวกับการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะทักษะที่จะสามารถสร้างความพร้อมให้คนไทยก้าวสู่ศตวรรษที่ 21 ได้อย่างเท่าทัน อาทิ ความสามารถในการเรียนรู้ด้วยตัวเอง ทั้งนี้ข้อมูลการศึกษาพบช่องว่างระหว่างความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลที่จะสะดวกมากขึ้นในปัจจุบัน แต่กลับยังมีความสามารถในการเรียนรู้พัฒนาตัวเองอย่างจำกัด

รายละเอียด: การเสวนาเพื่อค้นหาวิธีการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ด้วยตัวเอง โดยมุ่งให้เกิดการนำไปปรับประยุกต์กับกระบวนการเรียนรู้ทั้งในระบบ เช่น หลักสูตรการสอน และนอกระบบ เช่น สื่อและกิจกรรมต่างๆ กลุ่มเป้าหมายได้แก่ผู้ทำงานเกี่ยวข้องกับกระบวนการเรียนรู้และการบริโภคข้อมูลของคนในสังคม เช่น สถาบันการศึกษา หน่วยงาน สื่อ เป็นต้น

8. “เตรียมความพร้อมคนไทยเพื่อก้าวสู่ศตวรรษที่ 21 ตอน: ใช้เป็น”

ที่มาความคิด: ข้อมูลการศึกษาพบว่าแม้ปัญหาหนี้สินโดยเฉพาะหนี้ในระบบของคนไทยจะอยู่ในสถานการณ์ดีขึ้น แต่การหามาและใช้ไปโดยรวมยังเป็นแบบเพื่อวันนี้ ไม่มีความมั่นคงในระยะยาว

รายละเอียด: การเสวนาเพื่อถ่ายทอดและปรับเปลี่ยนหลักคิดการใช้หรือบริโภคอย่างยั่งยืนซึ่งเป็นแนวคิดที่ได้รับการยอมรับและนำไปใช้อย่างกว้างขวางในประเทศพัฒนาแล้ว ให้เกิดเป็นแนวปฏิบัติที่ง่ายต่อการนำไปใช้ทั้งในระดับบุคคล ครอบครัว และหน่วยงานในสังคมไทย

9. “ให้ประเทศไทยเป็นครอบครัวใหญ่ของเรา”

ที่มาความคิด: ข้อมูลการศึกษาพบว่าคนไทยให้ความสำคัญกับเรื่องครอบครัวอย่างสูง แต่นิยามความเป็นครอบครัวยังเป็นเพียงการสร้างความสุขและความสัมพันธ์ในวงจำกัดครอบครัว

รายละเอียด: การเสวนาเพื่อปรับกระบวนการคิดให้คนไทยเห็นประเทศไทยเป็นครอบครัวใหญ่ที่ทุกฝ่ายมีบทบาทช่วยเหลือกันในการดูแลครอบครัวของกันและกันได้ เช่น หน่วยงานมีมาตรการเพื่อช่วยแบ่งเบาภาระครอบครัวพนักงาน เพื่อนบ้านช่วยกันดูแลลูกหลานในชุมชน

กลยุทธ์ CSR บนกระบวนการทัศน์ใหม่

จากหนังสือ เป้าหมายของกำไร : คุณค่าแห่งความร่วมมือ กลยุทธ์ CSR บนกระบวนการทัศน์ใหม่ ได้เสนอไว้ว่า การผลักดันความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของธุรกิจ ในยุคของความไม่แน่นอน ยุคแห่งการขาดแคลน ยุคแห่งโลกที่มนุษย์ต้องการความรวดเร็วทันใจ ควรมีองค์ประกอบสำคัญ ๆ ดังนี้ ข

1. พลังของคำตอบต่อการกำกับการมองการณ์ไกล

แม้สองตัวอย่างข้างต้น มิได้แสดงคำตอบของ “เป้าหมายของกำไร?” โดยตรง แต่แสดงให้เห็นถึงพลังหรือประโยชน์จากการได้มาซึ่งคำตอบนี้ อันสะท้อนอยู่ในความปรารถนาที่แท้จริง (Passion) ต่อคุณค่าผลิตภัณฑ์ที่ต้องการนำเสนอต่อลูกค้า ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ผลิตควรชัดเจนก่อนเริ่มทำผลิตภัณฑ์นั้นด้วยซ้ำ เครื่องมือการจัดการสมัยใหม่ที่เรียกว่า “แผนกลยุทธ์” ซึ่งกำหนดให้ธุรกิจมีการกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) อันเป็นภาพอนาคตที่ต้องการเห็น และการระบุข้อความพันธกิจ (Mission Statement) อันแสดงให้เห็นถึงกรอบแนวทางการดำเนินงาน รวมถึงเส้นทางการดำเนินงาน และเป้าหมาย/คุณค่าหลัก (Values) ขององค์กรที่สร้างผลิตภัณฑ์นั้นๆ ทั้งนี้ “วิสัยทัศน์” หรือ การมองการณ์ไกลนั้นขึ้นอยู่กับทัศนคติ โลกทัศน์ ตลอดจนจินตนาการของผู้นำองค์กรอย่างปฏิเสธไม่ได้ และหากสามารถตอบคำถามของเป้าหมายของธุรกิจ และเป้าหมายของกำไรไปพร้อมกัน ก็ยิ่งทำให้ขอบเขตและมุมมองยิ่งกว้างไกลออกไป

แท้จริงแล้ว กระบวนการหาตอบนั้นมิได้ถูกแบ่งแยกออกเป็น 2 คำตอบ แต่กลับมีความเชื่อมโยงระหว่างกันเสมือน 2 ด้านของเหรียญที่อยู่คู่กันอย่างแนบแน่นแบ่งแยกไม่ได้ เป็น 2 ด้านแห่งเหรียญกำไร เพราะหากไม่มีด้านกำไรเกิดขึ้น ด้านเป้าหมายของกำไรอันเกิดจากการบรรลุถึงความปรารถนาที่ส่งมอบคุณค่าของผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้า รวมถึงผลอันเกิดจากการมีกำไรนั้น ก็ยากที่จะเกิดขึ้นได้

2. ผู้นำองค์กรมีชีวิต

บทบาทสำคัญประการหนึ่งของผู้นำ/ผู้บริหาร (Executive) ที่ Chester Barnard นักคิดแนวการบริหารที่เน้นความสัมพันธ์ภายในองค์กรได้กล่าวไว้เกือบ 70 ปี มาแล้ว และได้รับการยอมรับจนถึงปัจจุบัน คือหน้าที่ของผู้นำนั้นครอบคลุมถึง การคิดและกำหนดจุดประสงค์การดำเนินงาน การจัดให้มีระบบการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงการว่าจ้างและรักษาคนที่มีความสามารถได้อยู่กับองค์กร พร้อมทั้งกระตุ้นให้พนักงานใช้พลังความสามารถเท่าที่มีช่วยบริษัทให้บรรลุจุดมุ่งหมายของธุรกิจ

ดังนั้นคงปฏิเสธได้ยากต่อบทบาทของผู้นำองค์กรธุรกิจในการตอบคำถามนี้ และกำหนดเป้าหมายของการทำธุรกิจ/ผลิตภัณฑ์ พร้อมจัดให้มีระบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพทั้งภายในองค์กรตลอดจนถึงลูกค้า ที่อยากทราบถึงความปรารถนาที่แท้จริง (Passion) ของผู้ผลิตสินค้านั้น

ทั้งนี้เมื่อกระบวนการนี้เกิดขึ้น ก็อาจส่งผลให้หลายปัญหาที่มีอยู่ในองค์กรได้รับการแก้ไขได้โดยไม่ยากนัก เช่น การสื่อสารภายในองค์กร และการบรรลุถึงบทบาทผู้นำอื่นที่สำคัญ คือ การสร้างความร่วมมือร่วมใจทุ่มเทแรงกายแรงใจในหมู่พนักงานเพื่อทำผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่านั้นในเวลาเดียวกัน

เมื่อสามารถตอบคำถามดังกล่าวได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ก็ยิ่งส่งผลให้ภาพแห่งการดำรงอยู่ขององค์กรนั้นๆ ว่าเป็นไปเพื่ออะไร มีความชัดเจนตามไปด้วย ดังที่ Arie de Geus อดีตประธานบริษัทน้ำมันเชลล์ ได้เปรียบเทียบว่าองค์กรธุรกิจมีพฤติกรรมแสดงออกเหมือนสิ่งมีชีวิตคือ “การเรียนรู้” แต่ละบริษัทจึงมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่บอกถึงความสามัคคีของสมาชิกในองค์กร แม้อาจไม่แสดงออกอย่างชัดเจน แต่ทุกองค์กรก็ต้องปฏิสัมพันธ์กับองค์กรอื่นๆ พร้อมเติบโตพัฒนา จนกระทั่งตายจากไป ความอยู่รอด เติบโต และสำเร็จอย่างยาวนานขององค์กรธุรกิจ จึงเปรียบเสมือน “องค์กรมีชีวิต” (The Living Company)

หากองค์กรมีชีวิตเหล่านั้น ดำรงอยู่เช่นเดียวกับสิ่งมีชีวิตทั่วไป เจกเช่นเดียวกับมนุษย์ที่เข้าใจถึงความหมายและคุณค่าของการดำรงอยู่ของตนเองว่าเพื่อสิ่งใด เขายอมแสดงออกถึงศักยภาพของเขาออกมาได้อย่างเต็มที่ ดังที่ Viktor Frankl นักจิตวิทยาชาวออสเตรียที่ใช้ชีวิตในค่ายกักกันนาซีในช่วงสงครามโลก แม้อยู่สภาพทุกข์ทรมานกับความทารุณ และสิ้นหวัง เขากลับใช้ชีวิต ณ ขณะนั้น ดูแลสภาพจิตใจของนักโทษในค่าย การกระทำดังกล่าวมีเพียงบรรเทาความทุกข์ทรมานของเขาเหล่านั้น ยังเป็นแรงบันดาลใจให้กับนักโทษคนอื่นๆ ที่ได้เห็นศักยภาพของมนุษย์ที่ไม่ยอมจำนนต่อโชคชะตาและแสดงออกถึงคุณค่าอันยิ่งใหญ่ของความหมายของการ



ดำรงอยู่ของมนุษย์แม้ในเวลาอันน้อยนิด ความทุกข์ทรมานของเขาเองที่ต้องสูญเสียคนในครอบครัวก็ได้รับการบำบัดไปในขณะเดียวกัน

เมื่อรอดชีวิตกลับมา เขาจึงนำประสบการณ์นั้นมาเผยแพร่ อันเป็นกระบวนการบำบัดจิตที่มุ่งไปที่การค้นหาความหมายในการดำรงชีวิต จนเป็นแนวคิดหนึ่งที่ได้รับการยอมรับ โดยเขากล่าวว่า

“ผู้ที่รู้วาทนมีชีวิตอยู่เพื่ออะไร ย่อมสามารถทนรับสิ่งต่างๆได้ เกือบทุกอย่างบนโลกนี้”

หากองค์กรธุรกิจดำรงอยู่อย่างมีเป้าหมายไม่หยุดยั้งที่ผลกำไรเป็นด้านหลัก แต่มองไกลออกไปถึงผลสืบเนื่องจากการกำไรก่อให้เกิดคุณค่าที่กว้างขวางเพิ่มขึ้นมากกว่า ผู้ถือหุ้น-เจ้าของกิจการ พนักงานในองค์กร สมาชิกในสังคมใกล้และไกล ตลอดจนธรรมชาติสิ่งแวดล้อม ย่อมมีส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดความสุขทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ให้กับสรรพชีวิตบนโลกใบนี้ ได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

3. ธุรกิจ คุณค่าร่วม ความหมาย และคำตอบ

3.1 ธุรกิจกับการสร้างคุณค่า

หลายคนอาจกล่าวว่า แท้จริงแล้วธุรกิจโดยส่วนใหญ่ก็มีได้มุ่งเป้าหมายกำไร (สูงสุด) หรือหยุดยั้งแค่คำตอบแรก แต่เพียงอย่างเดียว เพราะความหมายของธุรกิจนั้นมิได้จำกัดอยู่เพียงกำไรเท่านั้น แต่กลับอยู่ที่ลูกค้า ซึ่งเป็นความอยู่รอดของธุรกิจ ดังนั้นธุรกิจจึงหมายถึงองค์กรที่ผลิตสินค้าบริการ ที่มุ่งการสร้างผลิตภัณฑ์อันเปี่ยมด้วยคุณค่าและรับผิดชอบต่อความยั่งยืนของสังคมธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ให้กับลูกค้า อันเป็นแนวคิดการสร้างคุณค่า (New Concept of Value Creation) ในขณะที่ Peter Drucker กูรูด้านการจัดการที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง ได้กล่าวไว้ในปี ค.ศ. 1997 ว่า

“ธุรกิจ ไม่อาจให้คำจำกัดความ ในแง่ กำไร หากคุณถามนักธุรกิจทั่วไปว่า ธุรกิจคืออะไร คำตอบที่คุณจะได้รับ ก็คือ องค์กรที่แสวงหากำไร ซึ่งคงไม่แตกต่างจากนักเศรษฐศาสตร์ทั่วไป คำตอบนี้ไม่เพียงแต่เป็นคำตอบที่ผิด แต่ยังตอบไม่เข้าเรื่องอีกด้วย แนวคิด การทำกำไรให้ได้มากที่สุดนั้น อันที่จริงแล้วไม่มีความหมายเลย การทำกำไรไม่ใช่จุดประสงค์ แต่เป็นข้อจำกัดในการทำธุรกิจ กำไรไม่ใช่คำอธิบาย หรือที่มาของการตัดสินใจประกอบธุรกิจ แต่เป็นบทพิสูจน์ว่าการตัดสินใจนั้นถูกต้องหรือไม่ จุดประสงค์ของการทำธุรกิจ ต้องอยู่นอกกรอบของธุรกิจ แต่ต้องอยู่ในขอบเขตของสังคม เพราะทุกองค์กรธุรกิจเป็นส่วนหนึ่งของสังคม”

หากความพยายามในสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ เกิดจากกระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพ โดยไม่จำกัดเฉพาะการสร้างคุณค่าที่แลกเปลี่ยนหรือซื้อขายกันในตลาดเท่านั้น ยังรวมถึงคุณค่าอื่นๆ อันเป็นการเปิดพื้นที่ให้กับปัจเจกบุคคล นับตั้งแต่สมาชิกในองค์กร องค์กรธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรง สังคม และธรรมชาติโดยรวมได้มีส่วนร่วมรับคุณค่านั้น อันเป็นคุณค่าที่เป็นคุณภาพของจิตใจ เช่น ความเมตตา กรุณา และเห็นอกเห็นใจกัน ให้เกิดขึ้นจากการทำผลิตภัณฑ์เหล่านั้น

แท้จริงแล้ว กระบวนการดังกล่าวก็คือการขยายขอบเขตของความปรารถนาอันแรงกล้า (Passion) ของผู้ผลิตที่มีต่อการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากความสุขของผู้ผลิตที่ได้รังสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ดีอันทรงคุณค่าและส่งมอบต่อไปยังลูกค้าให้ได้รับประโยชน์จากการใช้ผลิตภัณฑ์นั้นอย่างเต็มที่ ไปสู่ความเมตตากรุณา (Compassion) ของผู้ผลิต ที่ตระหนักถึงความสุขของสมาชิกในองค์กรธุรกิจคู่ค้า ตลอดจนผู้คนในสังคมวงกว้าง และไม่เบียดเบียนธรรมชาติสิ่งแวดล้อม



การสร้างสรรคคุณค่าอันเกิดจากการขยายกรอบแห่งความปรารถนา (Passion) สู่ ความกรุณา (Compassion) ของผู้ผลิต ถือได้ว่าเป็นคุณค่าร่วม (Shared Values) ระหว่างสมาชิกในองค์กร กับผู้คนในสังคม ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม หากองค์กรธุรกิจไทยได้พยายามสร้างสรรคคุณค่าร่วมดังกล่าว ก็ย่อมทำให้สังคมไทยเกิดความเปลี่ยนแปลง ดังที่ ศ. ดร. ประเวศ วะสี นักวิชาการอาวุโสคนสำคัญของไทย ที่ต้องการเห็นประเทศไทยเปลี่ยนจากการมุ่งสู่กำไรสูงสุดมาเป็นประเทศไทยหัวใจมนุษย ธุรกิจที่มุ่งสร้างคุณค่าร่วมนั้นก็จะเป็นธุรกิจที่ไม่มุ่งสู่กำไรสูงสุดแต่มุ่งสู่ความเป็นธุรกิจที่มีหัวใจเป็นมนุษย์ ในการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมสิ่งแวดล้อม และสร้างความเป็นธรรม (รวมถึงความเสมอภาค และภราดรภาพ) ให้กับสังคมวงกว้างในเวลาเดียวกัน ในภาวะสังคมไทยที่ขาดความเป็นธรรมทุกวันนี้

3.2 ธุรกิจหัวใจมนุษย์: การมุ่งสร้างความพึงพอใจของลูกค้า

ทุกครั้งที่คุณซื้อหรือใช้บริการจากผลิตภัณฑ์เหล่านั้น สิ่งที่ได้รับจึงมิเป็นเพียงความพึงพอใจในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ อันเกิดจากความตั้งใจและร่วมมือร่วมใจของสมาชิกในองค์กร ผู้ผลิตและองค์กรคู่ค้า อีกทั้งยังสร้างรายได้ (กำไร) ให้กับเจ้าของกิจการ พร้อมไปกับการสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของมวลหมู่สมาชิกภายในองค์กร องค์กรคู่ค้า และผู้คนในสังคมวงกว้าง ตลอดจนธรรมชาติสิ่งแวดล้อมไปพร้อมๆกัน

ความพยายามของผู้นำองค์กรธุรกิจที่มุ่งสร้างคุณค่าร่วมให้เกิดขึ้นนั้น เทียบกับการขยายความหมายของการดำรงอยู่องค์กรธุรกิจให้ชัดเจนและกว้างขวางมากยิ่งขึ้น มิได้ตั้งอยู่เพื่อผลประโยชน์ของเจ้าของผลิตภัณฑ์เท่านั้น แต่หมายรวมถึงผลประโยชน์สังคมวงกว้างไปพร้อมกัน อีกทั้งยังเป็นคำตอบสำคัญต่อคำถามเรื่อง เป้าหมายของกำไร? ได้อย่างงดงาม อันเป็นความงดงามของธุรกิจหัวใจมนุษย์ ที่แสดงออกถึงเห็นอกเห็นใจ พร้อมร่วมแบ่งปันความสุข เพื่อบรรเทาความทุกข์ในเพื่อนมนุษย์ ตลอดจนสรรพชีวิตบนโลกใบนี้

ความเข้าใจถึงคุณค่าร่วมในการทำธุรกิจเป็นมุมมองสำคัญที่จำเป็นอย่างยิ่งสำหรับผู้นำ สอดคล้องกับการมีความเห็นที่ถูกต้อง ความเห็นชอบ หรือ “สัมมาทิฐิ” อันเป็นขั้นตอนแรกสู่หนทางการดำเนินชีวิตอันประเสริฐ ตามหลักพุทธศาสนา เพราะเป็นการระลึกถึงความสัมพันธ์ที่พึ่งพาอาศัยระหว่างกันของสรรพสิ่ง ทั้งมนุษย์ สังคม และสิ่งแวดล้อม ไม่มีสิ่งหนึ่งสิ่งหนึ่งใดสามารถอยู่โดดเดี่ยวลำพังได้ แต่ต้องอาศัยปัจจัย เงื่อนไข ต่างๆ เกื้อหนุนเป็นปัจจัยซึ่งกันและกันอย่างที่เรียกว่า พลวัต (Dynamic) ดังเช่น ธุรกิจที่สามารถอยู่ได้โดยลำพัง เพราะต้องมีลูกค้า คู่ค้า และสังคมโดยรอบ ตลอดจนความสมบูรณ์ของธรรมชาติสิ่งแวดล้อมรองรับอยู่ระบบคิดในตะวันตกปัจจุบันเรียกว่า การคิดเชิงระบบ หรือ องค์กรรวม (Systematic or Holistic Thinking) ก็ให้การยอมรับถึงความสัมพันธ์เชื่อมโยงเป็นพลวัตอย่างเป็นระบบซับซ้อนและเป็นภาวะย้อนกลับ (Feedback Loop) คือ จากเหตุผล และผลดังกล่าวกลับเปลี่ยนสถานะเป็นเหตุให้เกิดผลใหม่หรือผลเดิมที่แปรเปลี่ยนคุณภาพไป เป็นต้น

เมื่อผู้เรามีสัมมาทิฐิ หรือความเห็นชอบ ย่อมส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจต่างๆ ทั้งในความตั้งใจ เจตนาที่ดีงาม แรงจูงใจที่กว้างขวาง มุมมองที่เปิดกว้างต่อทางเลือกใหม่ที่เปิดพื้นที่ให้บุคคลต่างๆ ในสังคมได้รับประโยชน์ร่วมด้วย และนำสู่การกระทำที่ถูกต้อง หรือปฏิบัติชอบ อันจะนำสู่ความสำเร็จที่ยั่งยืนของธุรกิจและสังคมโดยรวมไปพร้อมกัน

ข้อมูลองค์กรเจ้าภาพร่วม

1. หอการค้าไทย

หอการค้าไทยในฐานะองค์กรชั้นนำของภาคเอกชนที่ได้รับการยอมรับจากภาคสังคมไทยมาอย่างยาวนาน ตลอดระยะเวลากว่า 79 ปี หอการค้าไทยได้ดำเนินกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมอย่างกว้างขวาง ไม่ว่าจะเป็นการเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ การทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการประสานน้ำใจจากสมาชิกเพื่อช่วยเหลือผู้ได้รับความเดือดร้อนจากภัยทางธรรมชาติที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง หรือแม้แต่ “โครงการ 1 ไร่ 1 แสน” ที่สร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกรในการพึ่งพาตนเองให้สามารถสร้างความมั่นคงด้านอาชีพและรายได้ให้เกิดขึ้นอย่างยั่งยืนรวมทั้งเป็นแกนนำในการร่วมประกาศเจตนารมณ์ต่อต้านการคอร์รัปชันร่วมกับภาคีเครือข่ายต่อต้านคอร์รัปชัน 25 องค์กร และการส่งเสริมการประกอบธุรกิจอย่างมีจรรยาบรรณในมวลหมู่สมาชิกหอการค้าทั่วประเทศ ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้ ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคมโดยรวมของประเทศทั้งในทางตรงและทางอ้อม ที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ขององค์กรคือ “เป็นสถาบันผู้นำภาคธุรกิจที่เข้มแข็ง มีความน่าเชื่อถือมีเครือข่ายที่กว้างขวาง และมีประสิทธิภาพเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจ สังคม และการศึกษาไทยสู่สากลอย่างมั่นคงและยั่งยืน”

ดังนั้นโครงการเดอะเนทเวิร์ค ฟอรัม จะเป็นเวทีที่สำคัญในการสะท้อนความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์และมีคุณค่าต่อสังคมโดยรวม ในอันที่จะนำไปสู่การขยายผลให้เกิดการปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมในทุกภาคส่วนต่อไป

“คนไทย” 2. เท่านั้นที่ทำให้น้องไทย น่ายุ่

มูลนิธิ “คนไทย” ได้ถูกจัดตั้งด้วยความมุ่งหวังที่จะให้คนไทยทุกคน ได้ตระหนักถึงหน้าที่ต่อประเทศชาติ โดยมีหลักการสำคัญที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนคนไทยในการร่วมกันสร้างความอยู่ดีมีสุขในสังคม และการเริ่มแก้ปัญหาที่ความคิด จิตใจ และแนวปฏิบัติของแต่ละคนให้ไปในทางสร้างสรรค์ และยึดถือวิถีความเป็นไทยในข้อหลัก ๆ ที่สืบทอดกันมาหลายชั่วคน คือ ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ รักสงบ และการรู้จักให้อภัย นอกจากนี้ โครงการ “คนไทย” เล็งเห็นว่าความอยู่ดีมีสุขในสังคมไทยจะเกิดขึ้นได้ ต้องมีกลไกสร้างการมีส่วนร่วมของคนไทยทุกคน ผ่านการช่วยกันฟัง ช่วยกันพูด ช่วยกันคิด ช่วยกันทำ อย่างเป็นระบบ เพื่อให้เกิดความร่วมมือของคนไทยในการช่วยกันพัฒนาคุณภาพชีวิต และพัฒนาประเทศไทย จากความมุ่งมั่นและเจตนารมณ์ที่ดี ในวันนี้จึงมีเพื่อน “คนไทย” ร่วมเป็นภาคีทั้งจาก ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม สื่อสารมวลชน ภาคการศึกษา และประชาชนคนไทย ด้วยเจตนาให้คนไทยทุกคนเป็นเจ้าของโครงการ “คนไทย” ร่วมกัน

ทั้งนี้ โครงการ “คนไทย” มีเครื่องมือที่ชัดเจนในการส่งเสริมจิตสำนึกความเป็นพลเมือง รวมถึงการสร้างกลไกการมีส่วนร่วมที่คนไทยทุกคนสามารถเข้าถึงได้ ผ่านการแสดงความคิดเห็นและการร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน นั่นคือ กิจกรรม “คนไทย” มอนิเตอร์ เสียงนี้มีพลัง และ เสวนา “คนไทย” โดย “คนไทย” มอนิเตอร์ฯ เป็นการสำรวจความคิดเห็นเชิงปริมาณจากคนไทย 100,000 คน จากการลงพื้นที่ 77 จังหวัด ซึ่งนับเป็นการสำรวจระดับชาติที่ใหญ่ที่สุดโครงการหนึ่ง ดังนั้นข้อมูลจากผลสำรวจจึงเป็นข้อมูลที่น่าเชื่อถือและสามารถอ้างอิงได้อย่างแท้จริง ส่วนเสวนา “คนไทย” นั้น เป็นกลไกกระตุ้นให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นถ่ายทอดประสบการณ์ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความอยู่ดีมีสุขของสังคม โดย เสวนา “คนไทย” มุ่งหวังการร่วมค้นหาโอกาสหรือหนทางจากการลงมือปฏิบัติมากกว่าการดอกลำพูนปัญหาและเป็นการพูดคุยจากมุมมองของประชาชนคนไทยมากกว่าการสะท้อนความคิดเห็นของผู้ร่วมเสวนาเพียงเท่านั้น

“คนไทย” มอนิเตอร์ฯ และ เสวนา “คนไทย” เป็นกลไกที่สนับสนุนซึ่งกันและกัน โดยผลการสำรวจความคิดเห็น “คนไทย” มอนิเตอร์ฯ สามารถนำไปต่อยอดเป็นประเด็นแลกเปลี่ยนมุมมองและประสบการณ์ใน เสวนา “คนไทย” และข้อมูลจากเสวนาฯ อาจนำไปใช้ประกอบการ



“คนไทย”
เท่านั้นที่ทำได้
น้ำอยู่



The NETWORK
NGO-Business
Partnerships

ออกแบบแบบสอบถามในการสำรวจความคิดเห็น “คนไทย” มอนิเตอร์ฯ ในครั้งต่อไป โดยจะดำเนินการไปอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดแรงผลักดันในการสร้างการเปลี่ยนแปลงอย่างยั่งยืน

**ประเทศไทยที่ดีกว่า ต้องเป็นจริงได้
ร่วมกันสร้างอนาคตใหม่ ให้ประเทศไทย**

3. หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ

ตลอด 25 ปีแห่งการก่อตั้ง “กรุงเทพธุรกิจ” ได้ตระหนักในพันธกิจการมีความรับผิดชอบต่อสังคมทุกมิติการสื่อสาร นอกเหนือจากการทำหน้าที่ “สื่อมวลชน” โดยยึดมั่นในจรรยาบรรณและการมีจริยธรรมในวิชาชีพแล้ว กรุงเทพธุรกิจยังให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรมหรือโครงการพิเศษ (CSR Project) ที่มีเป้าหมายเพื่อสร้าง “ความร่วมมือ” (Partnership) เชื่อมโยง “ภาคธุรกิจ” ช่วยสนับสนุน “ภาคสังคม” ภายใต้คำขวัญ “Connecting Business & Society” ซึ่งเป็นการทำงานร่วมระหว่าง “กรุงเทพธุรกิจ” กับ “ภาคี” เครือข่ายจากทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม ขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงทางสังคมผ่านโครงการและกิจกรรมในมิติต่างๆ สร้างห่วงโซ่มูลค่าระหว่างภาคส่วนต่างๆ ให้เกิดผลของงานเป็นนวัตกรรมสังคม (Social Innovation) อย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นประเด็นธุรกิจเพื่อสังคม กิจการเพื่อสังคม การต่อต้านคอร์รัปชัน-ธรรมาภิบาล การพัฒนาอย่างยั่งยืน และเศรษฐกิจสีเขียว ฯลฯ เป็นต้น สำหรับโครงการเดอะเนทเวิร์ค ฟอรัม นับเป็นโครงการนวัตกรรมสังคมที่มีคุณค่ายิ่ง กรุงเทพธุรกิจจึงยินดีร่วมสนับสนุนและขยายผลการรับรู้ให้เกิดขึ้นต่อสังคมธุรกิจไทย

4. เครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาคธุรกิจและภาคประชาสังคมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (เดอะเนทเวิร์ค)

เครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาคธุรกิจและภาคประชาสังคมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (The NETWORK) เป็นองค์กรพัฒนาเอกชน จัดทะเบียนภายใต้สำนักงานการจัดสวัสดิการสังคมแห่งชาติ กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ เกิดการรวมตัวกันของบริษัทเอกชนและองค์กรภาคประชาสังคมในประเทศไทยเพื่อสร้าง “ต้นธารแห่งความร่วมมือ” ระหว่างกันและมุ่งส่งเสริมและสนับสนุนให้องค์กรธุรกิจเข้ามามีส่วนรวมในการพัฒนาสังคม ด้วยการสร้างเครือข่ายกัลยาณมิตรในการบูรณาการความรู้ความสามารถของแต่ละภาคีเกิดการเรียนรู้สังคมร่วมกัน ที่ต่างบริบท ต่างกิจกรรม นั้นจะเชื่อมประสานความรู้ การบริหารการจัดการ กำลังแรง ทรัพยากรในรูปแบบต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพได้อย่างไร และเกิดการประสานและร่วมมือระหว่างกัน เพื่อพัฒนาสู่สังคมที่ยั่งยืน

**เอกสารแนบหมายเลข 2
เครือข่ายความร่วมมือ**



“คนไทย”
ทำหน้าที่ทำกินมีของไทย น่ายุ่



The NETWORK
NGO-Business
Partnerships

เกี่ยวกับเดอะเนทเวิร์ค

เครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาคธุรกิจและภาคประชาสังคมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

“องค์กรแห่งการสร้างต้นธารความร่วมมือ”

“Creating Social Value Chain : Stakeholder Engagement for Sustainable Development”

ความเป็นมา:

The NETWORK of NGO and Business Partnerships for Sustainable Development in Asia and the Pacific เป็นโครงการ เกิดขึ้นจากการสนับสนุนของธนาคารเพื่อการพัฒนาแห่งเอเชีย (ADB) บริษัท GSK Biologicals และ สถาบันคีนันแห่งเอเชีย ในปี 2547-2549 เพื่อพัฒนาเครือข่ายการสร้างความร่วมมือระหว่างภาคธุรกิจและภาคประชาสังคมในระดับภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก ให้เกิดการเรียนรู้การทำงานโดยผสมผสานความสามารถของทั้งสองภาคีอย่างมีประสิทธิภาพซึ่งนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน ในปี 2550 เกิดเดอะเนทเวิร์ค (ประเทศไทย) และได้รับการรับรองเป็นองค์กรสาธารณประโยชน์ ทะเบียนเลขที่ 1853 โดยการรับรองของคณะกรรมการส่งเสริมการจัดสวัสดิการสังคมแห่งชาติ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ในปี 2552 มุ่งส่งเสริมและสนับสนุนให้องค์กรธุรกิจเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคม โดยใช้ความรู้ ความสามารถของแต่ละภาคีที่ต่างบริบท ต่างกิจกรรม เชื่อมประสานกัน เป็นเครือข่ายกัลยาณมิตรในรูปแบบต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพ

วิสัยทัศน์:

เป็นองค์กรไม่แสวงหากำไรที่มุ่งสร้างความร่วมมือระหว่างภาคธุรกิจและภาคประชาสังคมเพื่อไปสู่การพัฒนาสังคมไทยอย่างยั่งยืน

พันธกิจ:

1. ส่งเสริมสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมให้เกิดความร่วมมือระหว่างภาคธุรกิจและภาคประชาสังคม
2. พัฒนากลไกความร่วมมือระหว่างภาคธุรกิจและภาคประชาสังคม
3. จัดการความรู้จากประสบการณ์ตรงของสมาชิกและผู้สนใจ ด้วยการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างภาคธุรกิจและภาคประชาสังคมในการพัฒนาสังคมไทยให้ยั่งยืน
4. สรุปผลและสังเคราะห์สิ่งที่ได้เรียนรู้ร่วมกัน และพัฒนาเป็นองค์ความรู้ที่นำไปปฏิบัติต่อได้

บทบาทและหน้าที่ของเครือข่าย:

1. ผลักดันให้เกิดความร่วมมือระหว่างภาคธุรกิจและภาคประชาสังคม
2. เสริมแรงการขับเคลื่อนกลไกการให้และอาสาสมัครเพื่อสังคม
3. ส่งเสริมและสนับสนุนด้าน ความรู้ การเงิน สิ่งของ และกำลังแรงตามศักยภาพ

ตัวอย่างข้อมูลองค์กรเพื่อร่วมสร้างความร่วมมือ

1. มูลนิธิโลกสีเขียว



“คนไทย”
ทำหน้าที่ทำกินมีจิตไทย น่ายุ



The NETWORK
NGO-Business
Partnerships

วัตถุประสงค์

เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทั้งในและนอกประเทศ สนับสนุนการศึกษาวิจัย ร่วมมือกับองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน หรือองค์กรการกุศลอื่น เพื่อรณรงค์และดำเนินกิจกรรมสาธารณประโยชน์ในด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยไม่ดำเนินการเกี่ยวข้องกับทางการเมือง

ที่ติดต่อ

394/46-48 ถนนมหาราช แขวงพระบรมมหาราชวัง เขตพระนคร กรุงเทพฯ 10200

โทรศัพท์: 0 2622 2250-2 โทรสาร: 0 2262-2366

E-mail: gwf@greenworld.or.th Website: www.greenworld.or.th

2. มูลนิธิอาสาสมัครเพื่อสังคม

วัตถุประสงค์

- ส่งเสริมให้บุคคลซึ่งมีความตั้งใจที่จะทำเพื่อประโยชน์ส่วนรวม ได้มีโอกาสทำงานเป็นอาสาสมัครในโครงการพัฒนาสังคมต่างๆ ขององค์กรพัฒนาเอกชน เพื่อพัฒนาทัศนคติและความสามารถในการทำงานอาสาสมัคร
- ส่งเสริมประสิทธิภาพการทำงานขององค์กรพัฒนาเอกชน และบุคคลที่ทำงานพัฒนาสังคม
- ส่งเสริมความร่วมมือและประสานงาน ทั้งในระหว่างองค์กรพัฒนาเอกชนด้วยกัน และหน่วยงานของรัฐ
- ร่วมมือกับหน่วยงานและบุคคลในวงการพัฒนา เพื่อแสวงหาแนวทางการพัฒนาชุมชนและ สังคมไทย

ที่ติดต่อ

เลขที่ 409 ซ.โรหิตสุข ถ.ประชาราษฎร์บำเพ็ญ เขตห้วยขวาง กทม. 10320

โทรศัพท์ : 0 2691 0437-9 Website: www.thaivolunteer.org

3. มูลนิธิอินเทอร์เน็ตร่วมพัฒนาไทย

วัตถุประสงค์

เพื่อส่งเสริมการนำเทคโนโลยีสารสนเทศ และอินเทอร์เน็ตมาใช้เป็นสื่อกลาง ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม โดยเฉพาะในชนบท ชุมชน และผู้ด้อยโอกาส ให้สามารถเรียนรู้ ค้นคว้า และสามารถใช้เทคโนโลยีชนิดนี้ ยกระดับความเป็นอยู่ของสังคมไทยให้ดีขึ้น

ที่ติดต่อ

ชั้น 10 ห้อง 1004 อาคารบางกอกไทยทาวเวอร์108 ถนนรางน้ำ แขวงถนนพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร 10400 โทรศัพท์ 0-2642-7031 โทรสาร 0-2642-7032

www.inetfoundation.or.th

4. มูลนิธิดวงประทีป

นโยบาย ส่งเสริมการศึกษาเด็กยากจน พัฒนาคณายกไร่

วัตถุประสงค์

- เพื่อให้โอกาสทางการศึกษาแก่เด็ก เยาวชนในชุมชนที่ยากจน รวมทั้งการฝึกฝนวิชาชีพ และ อบรมการฝีมือ เพื่อให้เป็นพลเมืองดีมีวิชาความรู้ มีความสามารถที่จะทำมาหาเลี้ยงตนเอง และครอบครัวได้ต่อไปในอนาคต
- เพื่อส่งเสริมให้เด็ก และเยาวชนมีพละนาถัยสมบูรณ ได้รับการปลูกฝังคุณธรรมให้เป็นกัลยาณชน เพื่อดำรงชีพเป็นกำลังเป็นประโยชน์ต่อสังคม และชาติบ้านเมือง
- เพื่อช่วยเหลือและสนับสนุนการศึกษา การวิจัยเกี่ยวกับสภาวะและปัญหาชุมชนที่ยากจน ให้บังเกิดความเข้าใจ และดำเนินการพัฒนาได้อย่างถูกต้อง



“คนไทย”
ทำหน้าที่ทำกิน/มีจิตไทย น่ายุ



The NETWORK
NGO-Business
Partnerships

- ง. เพื่อเผยแพร่ความรู้ทั้งทางวิชาการ และประสบการณ์เกี่ยวกับการให้การศึกษา การฝึกฝน การอบรมแก่เด็กและเยาวชน ตลอดจนเผยแพร่สารคดีเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม มนุษย์สัมพันธ์ และพัฒนาชุมชนที่ยากจน
- จ. เพื่อให้ความร่วมมือกับองค์กรการกุศลอื่นๆ เพื่อสาธารณประโยชน์
- ฉ. ส่งเสริม และสนับสนุนให้องค์กรชุมชนเข้มแข็ง

ที่ติดต่อ

เลขที่ 34 ล็อก 6 ถนน อาจณรงค์ คลองเตย กทม. 10110

โทรศัพท์ 0-2671-4045-8 โทรสาร 0-2249-5254

E-mail : dpffound@ksc.th.com Website: www.dpff.or.th

5. มุณิธิเพื่อเด็กพิการ

วัตถุประสงค์

- ก. ให้ความช่วยเหลือฟื้นฟูเด็กพิการโดยทั่วไปให้สามารถช่วยเหลือตนเองได้ และสามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุขตามสมควร เช่นเดียวกับหรือใกล้เคียงกับเด็กปกติ
- ข. ให้การศึกษาแก่ชุมชนและบุคลากรที่เกี่ยวข้องในการแก้ปัญหาความพิการการช่วยเหลือฟื้นฟู เด็กพิการ และการมีทัศนคติที่ดีต่อคนพิการ
- ค. สนับสนุนให้มีและดำเนินการศึกษาวิจัยและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการฟื้นฟูเด็กพิการจาก แหล่งข้อมูลต่างๆ ทั้งในและนอกประเทศ เพื่อหารูปแบบและกลวิธีที่เหมาะสมในการ ดำเนินงานของโครงการ และให้บริการข้อมูลแก่ผู้สนใจค้นคว้า โดยทั่วไป
- ง. ส่งเสริมและสนับสนุนให้ครอบครัวในชุมชนมีความมั่นคงและอบอุ่นมีสมรรถภาพเพียงพอที่จะ ป้องกันหรือฟื้นฟูความพิการของเด็ก สามารถเลี้ยงดูเด็กได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะครอบครัวที่มี เด็กพิการ ซึ่งต้องมีภาระต่อเด็กมากเป็นพิเศษ
- จ. เผยแพร่งานด้านการพัฒนาสังคม พัฒนาคน โดยเฉพาะเด็กพิการผ่านสื่อสารมวลชน
- ฉ. ดำเนินการเพื่อสาธารณประโยชน์หรือร่วมมือกับองค์กรการกุศลอื่นๆ เพื่อสาธารณประโยชน์

ที่ติดต่อ

เลขที่ 546 ลาดพร้าว ลาดพร้าว 47 รังทองหลาง กรุงเทพฯ 10310

Website: www.hoytakpoolom.org



“คนไทย”
ทำหน้าที่ทำกิน/มีจิตไทย น่าอยู่



The NETWORK
NGO-Business
Partnerships

กำหนดการ

13.00-13.15 ลงทะเบียน

น.

13.15-13.30 กล่าวเปิดตัวเสวนา “คนไทย” - เดอะเนทเวิร์คฟอรัม และ
น. ปาฐกถาเรื่อง “เป้าหมายของกำไร คุณค่าแห่งความร่วมมือ”
โดย คุณประมนต์ สุธีวงศ์ ประธานกิตติมศักดิ์หอการค้าไทย
พร้อมกล่าวแนะนำหนังสือ “เป้าหมายของกำไร คุณค่าแห่งความร่วมมือ”
: กลยุทธ์CSR บนกระบวนทัศน์ใหม่

13.30-14.00 บรรยายเรื่อง “ห่วงโซ่แห่งความร่วมมือในมิติปัจจุบัน”

น. โดย คุณพีระพงษ์ กลิ่นละออ

ผู้อำนวยการสำนักงานสำนักกรักบ้านเกิด (Head of CR Division)

บริษัท Total Access Communication จำกัด (มหาชน)

14.00 -14.30 รายงานสรุปผลการสำรวจความอยู่ดีมีสุข “คนไทย” มอนิเตอร์ เสียงนี้มีพลัง
น. โดย โครงการ “คนไทย”

14.30-16.15 การเสวนาในรูปแบบ World Café

น. “กลยุทธ์CSR บนกระบวนทัศน์ใหม่ : การสร้างคุณค่าร่วม”

โดย ผศ. ดร.กฤตินี ณัฐวุฒิสิทธิ และ รศ.ดร.วรรณา ประยุกต์วงศ์
กรรมการ และ ที่ปรึกษาเดอะเนทเวิร์ค

หมายเหตุ อาหารว่างบริการระหว่างกิจกรรม World Café

16.15-16.30 กล่าวปิดโดย คุณกอบกาญจน์ วัฒนวรางกูร

กรรมการรองเลขาธิการ หอการค้าไทย และ

ประธานกรรมการบริหาร บริษัท โตชิบา ไทยแลนด์ จำกัด



“คนไทย”
ทำหน้าที่ทำกินมีจิตอยู่ น่าอยู่



The NETWORK
NGO-Business
Partnerships

ภาคธุรกิจ

NSIS

Social Impact Ventures Asia

เครือข่ายเจริญโภคภัณฑ์

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ธนาคารกสิกรไทย

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

บริษัท ซี.พี.อินเตอร์เทรด จำกัด

บริษัท ดอควิเมนต์ พาร์เซล เอ็กเพรส จำกัด

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด

บริษัท ไทยเชื้อเพลิงการบิน จำกัด

บริษัท ไทยพาณิชย์ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)

บริษัท แพรนต้า จิวเวลรี่ จำกัด (มหาชน)

บริษัท มายแบรนด์ เอเจนซี่ จำกัด

บริษัท ยูนิค ไมนิ่ง เซอร์วิสเชส จำกัด (มหาชน)

บริษัท รักลูกกรุ๊ป จำกัด

บริษัท เอเจนซี่ ฟอว์เรียลเอสเตท แอฟแฟร์ส จำกัด

บริษัท แอปโซลูท อิมแพค จำกัด (มหาชน)

บริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)

บริษัท ซีพีออลล์ จำกัด (มหาชน)

บริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด

บริษัท สปริงบอร์ด คอนซัลติ้ง จำกัด/สวนปาริมาตร การท่องเที่ยวเชิงจิตสำนึก

บริษัท เอเซียฟริชชั่น จำกัด

กลุ่มบริษัทพรีเมียร์

บริษัทโตชิบา ไทยแลนด์ จำกัด

บริษัท โทเทิล แอ็คแซ็ค คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)

หจก.โซติมาภรณ์

แอดวานซ์อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)

Nestle (Thai) Ltd.

หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ

หนังสือพิมพ์แนวหน้า

ภาคประชาสังคมและการศึกษา

มูลนิธิพิทักษ์สิทธิเด็ก

เครือข่ายผู้ประสบภัยสึนามิ

มูลนิธิชุมชนไทย

สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย

มูลนิธิสยามกัมมาจล

มูลนิธิสถาบันราชพฤกษ์

โรงเรียนหมู่บ้านเด็ก

Home Sweet Home : Organic Cottage

GFK Marketwise

มูลนิธิส่งเสริมการพัฒนาศิลปะ ในพระอุปถัมภ์

ศูนย์ความเป็นเลิศแห่งชาติด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมและของเสียอันตราย

สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ

สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

สถาบันอาศรมศิลป์

กรมสุขภาพจิต

เอกสารแนบหมายเลข 5

ภาพรวมการจัดงาน



“คนไทย”
เท่านั้นที่ทำได้
เท่านั้นที่ทำได้
เท่านั้นที่ทำได้



The NETWORK
NGO-Business
Partnerships





“คนไทย”
ทำนุที่ทำกินเมืองไทย น่ายุ



The NETWORK
NGO-Business
Partnerships

