

ธุรกิจกับสังคม

Business & Society



ธุรกิจกับการพัฒนาชุมชน



Mission CSR Center in Thailand : พันธกิจ

To create an open platform for exchanges, discussion, training and networking among business leaders ~ and between business leaders and their stakeholders ~ in order to promote Corporate Social Responsibility.

เพื่อก่อให้เกิดเวทีในการแลกเปลี่ยน อภิปราย การฝึกอบรม และสร้างเครือข่ายในหมู่ผู้นำธุรกิจ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อส่งเสริมแนวคิดธุรกิจกับความรับผิดชอบต่อสังคม

Honorary Advisor



ฯพณฯ อานันท์ ปันยารชุน
H.E. Anand Panyarachun
Former Prime Minister

Sponsors



Founders CSR Center : ผู้ก่อตั้ง

คุณศิริชัย สาครรัตนกุล Sirichai Sakornratanakul	Senior Executive Vice President, Exim Bank
คุณไพบุลย์ วัฒนศิริธรรม Paiboon Wattanasiritham	Minister of Social Development and Human Security
ดร. จุรี วิจิตรวาทการ Juree Vichit-vadakan	Chairperson, Center for Philanthropy and Civil Society at NIDA
ดร. นริศ ชัยสูตร Naris Chaiyasoot	Inspector - General at the Ministry of Finance
รศ. ต่อตระกูล ยมนาค Tortrakul Yommanak	National Advisory Council for Economy & Society
ผู้ใหญ่วินัย เข้มเฉลิม Viboon Khemchalerm	Community Leader
ดร. วรากรณ์ สามโกเศศ Varakorn Samakoses	President, Dhurakijpundit University
ศ.ดร. ธงชัย พรรณสวัสดิ์ Thongchai Panswad	Environmental Expert
ดร. ไชยยศ บุญญาภิชาิต Chaiyod Bunyagidi	Vice President, Thailand Environment Institute (TEI)
คุณ นวพร เรืองสกุล Nawaporn Ryanskul	Expert on Finances and Economy
คุณ ปรีดา เตียสุวรรณ Prida Tiasuwan	President of Social Venture Network Asia (Thailand); Deputy Chairman of Global Compact in Thailand

SVN Committee

คณะกรรมการเครือข่าย SVN Asia (Thailand)

ประธานกรรมการ	คุณปรีดา เตียสุวรรณ
กรรมการ	คุณประสาร มฤคพิทักษ์ / คุณวัลลภา แวนวิลเลียนส์วาร์ด / คุณสุทธิชัย เอี่ยมเจริญยิ่ง คุณสมลักษณ์ หุตานุวัตร / รศ. กนิษฐา นาวารัตน์ / คุณดารณี เรียงศรีวิไล / คุณสุริยน เกษะสุด คุณวิเชียร เจริญพานิช / คุณโกศล เลิศศักดิ์ดำรงกุล / คุณจิตติมา ตลบันดาลโชค Mr. Jeffery Sng / ดร. โสภณ พรโชคชัย / คุณประวิทย์ เอี่ยมแสนสุข / คุณศิริชัย สาครรัตนกุล

Introduction

บทนำ

"Business cannot succeed in societies that fail" "ธุรกิจไม่สามารถประสบความสำเร็จได้ ในสังคมที่ล้มเหลว"

*Mr. Bjorn Stigson, President of World Business Council
for Sustainable Development (WBCSD)*

ความอยู่รอดของบริษัทและการเป็นผู้นำทางธุรกิจ เป็นความต้องการขององค์กรธุรกิจหลายๆ องค์กร แต่การจะตัดสินว่าบริษัทใดมีผลการดำเนินงานที่ดีนั้น ไม่ได้พิจารณาจำกัดอยู่เฉพาะผลกำไรและอัตราการเจริญเติบโตของธุรกิจเท่านั้น แต่ยังต้องคำนึงถึงการเป็นพลเมืองที่ดีที่รับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวมด้วย ความเชื่อมั่นของลูกค้าและชุมชนต่อการดำเนินงานของบริษัทจะเกิดขึ้นได้ ต้องเป็นผลสืบเนื่องจากการที่ผู้บริหารมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกลและได้ดำเนินธุรกิจที่เอื้ออาหารต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมอย่างต่อเนื่อง

ซีเอสอาร์ เป็นการแสดงถึงความมุ่งมั่นอย่างต่อเนื่องขององค์กรในการบริหารจัดการอย่างรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ การใช้หลักธรรมาภิบาล การผลิตสินค้าและบริการที่ปลอดภัย และเป็นมิตรต่อผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม การคำนึงถึงสิทธิมนุษยชน แรงงานและความเท่าเทียมในสังคม การสร้างคุณค่าให้กับองค์กรจากการดำเนินการที่โปร่งใส ซื่อสัตย์สุจริต มีความรับผิดชอบต่อการสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาทางการค้า การลงทุนเพื่อชุมชนที่องค์กรอยู่ร่วม ทั้งจากการสนับสนุนทางด้านการพัฒนาในด้านต่างๆ เช่น การส่งเสริมการสร้างรายได้ การศึกษา รวมถึงสุขภาพของคนในท้องถิ่นที่องค์กรอยู่ร่วมด้วย ทั้งนี้ต้องสอดคล้องกับลักษณะของธุรกิจที่องค์กรดำเนินการและเน้นการมีส่วนร่วมของบุคลากรในองค์กร นอกเหนือจากการบริจาคโดยปริยายเงินลงไปสู่ชุมชนเพื่อภาพลักษณ์ขององค์กร

ดังนั้นธุรกิจคงจะต้องมาให้ความสำคัญในการพิจารณาประเด็นเรื่องการพัฒนาธุรกิจควบคู่ไปกับความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างไร เพื่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกันทั้งของธุรกิจและสังคม โดยจะต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องที่สอดคล้องกับลักษณะของธุรกิจและเกิดการมีส่วนร่วมของคนทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง บริบทเหล่านี้เป็นกลไกภายใต้ความเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

ความต้องการของสังคมและความจำเป็นของธุรกิจไม่เพียงแต่สามารถบูรณาการกันได้นั้น หากแต่ยังสามารถพัฒนาไปพร้อมๆ กันเพื่อมุ่งสู่ความยั่งยืนที่แท้จริงได้ ซึ่งหมายถึงว่า "ธุรกิจจะสามารถเจริญเติบโตได้อย่างยั่งยืนในสังคมที่ยั่งยืนเช่นกัน"

*ดร.ไชยยศ บุญญาภิ
รองประธานสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย*

*Dr. Chaiyod Bunyagidj
Member and Secretary
Vice President, Thailand Environment Institute*

Survival and leadership are decisive for business organizations. However, operational results are judged not only by profits and the growth rate of the business, but also by being a good citizen and being responsible for society as a whole. Trust from customers and communities in the company will result from the executive's broad vision and the business operations that continuously contribute to the environment and society.

CSR includes responsibility and encouragement for development by commerce and investment supporting the neighbouring communities, such as increasing incomes, providing education, and giving healthcare to the people in the area of location. Such contributions shall also comply with the type of business that the organization operates and shall focus on participation from the company's personnel for a lasting development, rather than throwing money to the community solely for the image of the company.

Therefore, the business sector should stress importance on how development can proceed along with responsibility to society, to create mutual benefits for both the business and the society. CSR operations should be continuous and compliant with the type of business and should encourage participation from all related entities. These contexts are the underlying mechanism linking the business, society, and environment together.

Society's needs and the business's necessities may integrate and proceed altogether persistently.

This means "business can only grow strong in a strong society."



together we explore Sufficiency Economy

ร่วมกันค้นหาเศรษฐกิจพอเพียงที่สมจริง

ถึง ผู้อ่าน

วารสารธุรกิจกับสังคมฉบับสุดท้ายของปี ๒๕๔๙ ขอ
นำเสนอเรื่อง ธุรกิจกับการพัฒนาชุมชน

มีผู้ประกอบการธุรกิจจำนวนมากขึ้นสนใจจัดกิจกรรม
ที่ทำให้เขาได้เชื่อมโยงกับชุมชนรวมทั้งผู้นำธุรกิจชั้นนำที่
นำพาตัวเองออกไปยังพื้นที่ชนบทห่างไกล การเป็นหุ้นส่วน
ร่วมกันมีหลากหลายรูปแบบที่กำลังเติบโตขึ้น และการ
ร่วมมือกันนี้อาจนำไปสู่การค้นหาเรื่องเศรษฐกิจพอเพียง
ที่สมจริงก็เป็นได้

ผมขอเสนอแนะเป็นการส่วนตัวต่อผู้อ่านเรื่องการ
ส่งเสริมเวทีซีเอสอาร์ขึ้นในบ้านเรา โดยวารสารธุรกิจกับ
สังคม พยายามเชื่อมโยงและสื่อสารอย่างอิสระในระหว่าง
กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหลาย

ขอจงมาร่วมกัน



ปรีดา เตียสุวรรณ์
ประธานเครือข่ายธุรกิจเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เอเชีย (ประเทศไทย)

Dear Readers,

In this last issue of the year 2006 we focus
on **Business and Community Development**.

More and more enterprises connect with
communities in their direct surrounding. And
outstanding business leaders reach out to
communities in remote areas. A diversity of
partnerships is growing and together we explore
Sufficiency Economy.

I would like to personally recommend our
corporate readers to join us in co-creating a CSR
platform in Thailand. *Business & Society* makes
every effort to provide an independent communi-
cation link between all stakeholder groups.

Engage!

Prida Tiasuwan
President SVN Asia (Thailand)

Colophon

■ **Editorial Team** Prida Tiasuwan (Editor in Chief) | Dr. Sophon Pornchokchai | Kanitta Nawarat | Apinan Banthit | Kanchin Devahastin na Ayudhaya | Wallapa van Willenswaard | Tisana Wannapong | Thanatip Chattrabhuti | Hans van Willenswaard ■ **Lay out** Sam Klur Hua Kaeng Graphic Group ■ **Business & Society Secretariat and Coordination Editorial Team** Suan Nguen Mee Ma Co., Ltd. 113-115 Fuang Nakorn Rd., (opp. Wat Rajbopit) Bangkok 10200 Thailand. Tel : 02-622-0955 Fax : 02-622-3228 Email: businessandsociety@suan-spirit.com www.suan-spirit.com ■ **SVN Secretariat** 28 Soi Rungsang, Bangna-Trad Rd., Bangna, Bangkok 10260 Tel : 02-361-3311 Email : prida@pranda.co.th ■ **For Information** on advertisements and sponsorship please contact Tisana Wannapong 089-457-0072, Hans (English section) 02-622-0955 ■ ติดต่อโฆษณา หรือสนับสนุนเป็นสปอนเซอร์ กรุณาติดต่อ ธินา วรณพงษ์ โทร. 089-457-0072 หรือ คุณวัลลภา โทร. 081-406-2260

■ **ภาพปก:** การถ่ายรูปร่วมกันระหว่าง ตัวแทนชาวบ้าน เจ้าหน้าที่มูลนิธิรักไทย และผู้บริหารจาก เมอร์ค ประเทศไทย ณ ศูนย์การเรียนรู้บ้านแม่แวว อ.แม่แจ่ม จ.เชียงใหม่

การรับใช้สังคมเป็นคุณลักษณะสำคัญของผู้นำ



ศ.นพ.กระแส ขนวงค์ ประธานมูลนิธิรักษไทย
และอดีตรัฐมนตรีว่าการกระทรวงต่างประเทศ

ศ.ดร.กระแส ขนวงค์ ประธานมูลนิธิรักษไทย และอดีตรัฐมนตรีว่าการกระทรวงต่างประเทศ กล่าวกับวารสารซีเอสอาร์ “ธุรกิจกับสังคม” ประเด็นความร่วมมือกับองค์กรธุรกิจเอกชนในการพัฒนาชุมชนว่า ปัญหาความยากจนในชนบทไทยผูกพันอยู่กับการศึกษา และการสาธารณสุข ประชาชนยากจนเพราะด้อยการศึกษา และมีโรคภัยไข้เจ็บเกิดภาวะที่เรียกว่า Civic Inertia หรือความเฉื่อยชาต่อการปกครองตนเอง โดยปกติแล้ว คนมีการศึกษา มีสุขภาพแข็งแรง มีเงิน มักจะรวมตัวกันติดเป็นองค์กรที่แข็งแรง และปกครองตนเองอย่างมีประสิทธิภาพ

การสอนให้ประชาชนรวมตัวกันติด ต้องให้การศึกษาแก่ประชาชนเกี่ยวกับสิทธิมนุษยชน เช่น ให้ความรู้ประชาชนมีสิทธิโดยชอบธรรมที่จะได้รับการรักษาพยาบาลที่ดีและได้มาตรฐาน เป็นต้น ซึ่งมูลนิธิรักษไทยได้เข้าไปมีบทบาทตรงนั้น ประชาชนจำเป็นต้องรวมตัวกันติด เรียกว่าเป็นประชาสังคม เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าชุมชนมีสิทธิที่จะได้รับประโยชน์ และเพื่อให้มั่นใจว่าจะไม่เกิด Civic Inertia

นอกจากนั้น มูลนิธิรักษไทย ได้จับมือกับองค์กรธุรกิจเอกชนภายใต้โครงการพัฒนาชุมชนต่างๆ ยกตัวอย่างเช่น โครงการที่ร่วมมือกับ บริษัท เมอร์ค ประเทศไทย ซึ่งมุ่งเน้นการพัฒนาภาวะผู้นำในหมู่เยาวชนคนหนุ่มคนสาว เด็กนักเรียน เพื่อสอนให้พวกเขาสามารถนำพาชีวิตตนเองและชุมชนไปสู่ความสำเร็จได้ในอนาคต ซึ่งกระบวนการเรียนรู้และพัฒนาดังกล่าว ต้องอาศัยระยะเวลาในการฝึกฝนอบรมต่อเนื่องกันเป็นเวลาหลายปี สอนกันทันทีไม่ได้

“ การรับใช้สังคมเป็นคุณลักษณะสำคัญของผู้นำ
การจัดทำกิจกรรมสอนให้พวกเขายอมรับความคิดเห็นที่
แตกต่าง เหล่านี้เป็นการสร้างภาวะผู้นำ ...ผมต้องชมเชย
บริษัท เมอร์ค ที่มีความมุ่งมั่นต่อการพัฒนาชุมชนที่มีมา
อย่างต่อเนื่องนานหลายปี และขอบคุณที่ให้ความไว้วางใจ
มูลนิธิรักษไทย ”



คุณหมอกระแส กับชาวบ้านในชุมชน

คำว่า 'ซีเอสอาร์' ทำให้บริษัท เมอร์ค กับมูลนิธิกลายเป็นภาคีซึ่งกันและกัน

การที่องค์กรธุรกิจเอกชนเข้ามาสนับสนุนมูลนิธิ-รักษ์ไทยเพื่อประโยชน์สาธารณะ มีความหมายมากกว่าการได้รับงบประมาณจากราชการ หากองค์กรธุรกิจทำเองอาจเปลืองคน เปลืองเวลา จึงควรรู้จักไว้ใจองค์กรพัฒนาเอกชนต่างๆ ที่มีความถนัดในอาชีพนักพัฒนาและทำงานคลุกคลีกับชุมชนอยู่แล้ว รู้ปัญหาที่เกิดขึ้นภายในชุมชน

การที่บริษัท เมอร์ค จำกัด ร่วมมือกับมูลนิธิรักษ์ไทยแสดงให้เห็นว่าบริษัทใหญ่ๆ เริ่มยอมรับกันแล้วว่าผู้ถือหุ้นรู้สึกภูมิใจที่บริษัททำประโยชน์เพื่อสังคม ที่สำคัญยังแสดงให้เห็นว่าบริษัท เมอร์ค จำกัด นั้นมีหลักการของบริษัทเองไม่ใช่วันนี้ไม่มีคนมาขอก็ไม่ให้ แต่บริษัท เมอร์ค จำกัด มีกติกามีนโยบายของบริษัทชัดเจนว่าเงินที่ได้มาควรแบ่งปันมาสู่สังคมด้วยอย่างสม่ำเสมอ

“จากประสบการณ์ องค์กรธุรกิจที่ประสบความสำเร็จและเติบโตได้อย่างยั่งยืน ทั้งเงิน งาน และน้ำใจคน มักเป็นบริษัทที่บริการชุมชน คนตัดสินใจซื้อหุ้นบริษัทไหน ไม่ใช่เพราะได้กำไรมาก แต่เป็นเพราะบริษัทมีภาพลักษณ์ที่ดี ผู้บริหารจริงใจและจริงจังในการทำประโยชน์ต่อสังคมจนกระทั่งได้รับการยกย่อง คนที่ประสบความสำเร็จได้ย่อมเกิดจากการยอมรับทางสังคมเป็นหลัก และเกิดจากการมีภาวะผู้นำ ซึ่งบริษัท เมอร์ค เป็นตัวอย่างที่ดีที่อยู่ในฐานะผู้นำทางสังคมธุรกิจ”



คณะผู้บริหารจากเมอร์ค ประเทศไทย เข้าเยี่ยมชมพื้นที่โครงการเมอร์คเพื่อชุมชนมีสุข หนึ่งในโครงการความร่วมมือระหว่างเมอร์ค ประเทศไทย และมูลนิธิรักษ์ไทย



คุณพร้อมบุญ พานิชภักดิ์
เลขาธิการองค์การแคร์
ประเทศไทย /
มูลนิธิรักษ์ไทย

คุณพร้อมบุญ พานิชภักดิ์ เลขาธิการมูลนิธิรักษ์ไทย

หนึ่งในสมาชิกองค์การแคร์นานาชาติ กล่าวว่าลักษณะความร่วมมือกับเมอร์คไม่ใช่เป็นแค่การบริจาคเงินเพียงครั้งเดียวแล้วก็หายไป ซึ่งนั่นเป็นเพียงการสงเคราะห์ ไม่ใช่การพัฒนา แต่เมอร์คมีมุมมองในด้านการพัฒนาชุมชนที่เด่นชัด และเมื่อใช้คำว่าซีเอสอาร์ ทำให้บริษัท เมอร์ค กับมูลนิธิกลายเป็นภาคีซึ่งกันและกัน โดยเมอร์คเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนและจัดกิจกรรมต่างๆ ร่วมกันด้วย ที่สำคัญเมอร์คยังชักชวนพนักงานและลูกค้าบริษัทเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่เคยเห็นมาก่อน

ตลอดระยะเวลายาวนานถึง 3 ปี มี 3 โครงการที่ทำร่วมกันดังนี้

โครงการที่ 1 โครงการเมอร์คสร้างเสริมผู้นำเยาวชน เพื่อแก้ปัญหาการอพยพย้ายถิ่น ความยากจนในภาคอีสาน เน้นการสร้างภาวะผู้นำให้เยาวชนมีความคิดสร้างสรรค์และความกล้าแสดงออกในสิ่งที่ถูกต้อง

โครงการที่ 2 โครงการเมอร์คเพื่อชุมชนมีสุข จ.เชียงใหม่ เพื่อให้ชุมชนมีทักษะในการจัดการด้านทรัพยากรธรรมชาติ ทำการเกษตรโดยอนุรักษ์ดิน น้ำ ป่า และพัฒนาอาชีพเสริม

โครงการที่ 3 โครงการเมอร์คเพื่อผู้ประสบภัยสึนามิภาคใต้ มุ่งกิจกรรมฟื้นฟูอาชีพ ความสามัคคีในชุมชน สุขภาพจิตและสิ่งแวดล้อม

มาตรฐานความปลอดภัยของเราเป็นการลงทุนที่แพงมาก แต่เราถือเป็นความรับผิดชอบ

คุณไฮนซ์ ลันดาว ประธานกรรมการและกรรมการผู้จัดการ เมอร์ค ประเทศไทย กล่าวกับวารสารซีเอสอาร์ “ธุรกิจกับสังคม” ว่าจุดเริ่มต้นของนโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (ซีเอสอาร์) ของบริษัท เมอร์ค ประเทศไทย มาจากบริษัท เมอร์ค เคจีเอเอ ประเทศเยอรมัน ซึ่งมีประวัติอันยาวนาน ซึ่งให้ความสำคัญแก่สังคม ทั้งนี้ เมอร์ค ประเทศไทย มีแนวทางในการส่งเสริมกิจกรรมเพื่อสังคมต่างๆ ทำตามในรูปแบบของโครงการเพื่อสังคมต่างๆ ซึ่งรวมไปถึงโครงการพนักงานอาสาสมัครและการร่วมมือกับมูลนิธิริษัทไทย เพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน โดยทางบริษัทได้เชิญชวนให้พนักงานและลูกค้าร่วมกันทำกิจกรรม รวมไปถึงการร่วมกันบริจาคเพื่อช่วยเหลือสังคมในด้านต่างๆ ยิ่งไปกว่านั้น เมอร์ค ประเทศไทย ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการรักษาสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงอาชีวอนามัยและความปลอดภัย จึงได้ลงทุนสร้างศูนย์กระจายเคมีภัณฑ์ซึ่งมีระบบการจัดการสารเคมีอันตรายให้มีประสิทธิภาพและความปลอดภัยสูงสุด รวมทั้งให้ความรู้และเปิดให้ประชาชนเข้าเยี่ยมชม เช่น วิชาการจากหน่วยงานต่างๆ ทั้งจากเอกชนและองค์กรของรัฐ รวมไปถึงนักศึกษาเคมีและผู้สนใจทั่วไป



Hand in hand, because we care

Merck Thailand and CARE Thailand / Raks Thais Foundation are partnering in helping poor people in Thailand.

“เมอร์ค ประเทศไทย มีการลงทุนสร้างศูนย์กระจายเคมีภัณฑ์ซึ่งมีมาตรฐานเดียวกับบริษัทแม่ในเยอรมนี ซึ่งมาตรฐานดังกล่าวสูงกว่ามาตรฐานทั่วไปในประเทศไทย เช่น กำแพงกันไฟ ห้องกันระเบิด ระบบพื้นป้องกันสารเคมีรั่วซึม



มร.ไฮนซ์ ลันดาว ประธานกรรมการและกรรมการผู้จัดการ เมอร์ค ประเทศไทย

เป็นการป้องกันมิให้เกิดการปนเปื้อนของสารเคมีในดินหรือแหล่งน้ำ สิ่งเหล่านี้แม้เป็นการลงทุนสูง หากแต่เราตระหนักว่าเป็นความรับผิดชอบต่อบริษัท และเป็นหนึ่งในนโยบายของเราที่รับผิดชอบต่อสังคม” คุณลันดาวกล่าว

นโยบายทางด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ยังได้ส่งเสริมและสอดคล้องกับวิสัยทัศน์หลักของบริษัทในเรื่องของการเป็นบริษัทที่ห่วงใยต่อผู้มีส่วนร่วมทุกฝ่าย ซึ่งมี 4 กลุ่ม อันได้แก่ พนักงาน ลูกค้า ผู้ถือหุ้น และสังคม ทั้งนี้คุณลันดาวยังได้เน้นว่า

“เราต้องดูแลพนักงานให้ดีกว่า เมื่อพนักงานมีความสุข จึงดูแลและให้บริการลูกค้าได้ดี และเมื่อลูกค้า

ต้องค้นหาสมดุลของบริษัทตนให้พบ
ว่าจะช่วยเหลือสังคมไทยอย่างไร

มีความสุข ลูกค้าจะย้อนกลับมาซื้อสินค้าจากบริษัทอีก
ทำให้บริษัทมีผลกำไรที่ดี ผู้ถือหุ้นย่อมพึงพอใจ ซึ่งจะทำให้
บริษัทมีเงินทุนเวียนมาดูแลและสร้างสรรค์สิ่งดี ๆ ให้แก่
สังคมไทยได้”

คุณลันดาวยังได้ฝากถึงบริษัทอื่นๆ ที่ยังไม่ได้เริ่มทำ
ซีเอสอาร์ หรือลังเลที่จะทำซีเอสอาร์ไปในทิศทางใด อันดับ
แรกก็ต้องเข้าใจก่อนว่าความรับผิดชอบต่อสังคมไม่ใช่เพียง
แค่การทำบุญ หรือการบริจาคเพื่อการกุศล



พนักงานจากเมอร์ค ประเทศไทย
เข้าร่วมในโครงการซ่อมแซมและปรับปรุงสนามเด็กเล่น
โรงเรียนวัดบางแคกลาง จ.สมุทรสงคราม

นอกจากนั้น บริษัทไม่ใช่องค์กรการกุศล แต่เป็นองค์กรธุรกิจ
ที่ทำกำไร จึงจำเป็นต้องค้นหาสมดุลของบริษัทตนให้พบว่า
จะช่วยเหลือสังคมไทยอย่างไร จึงจะเกิดประโยชน์ต่อสังคม
อย่างแท้จริง



พนักงานจากเมอร์ค ประเทศไทย เข้าร่วมในโครงการ
พนักงานอาสาสมัคร ทำการซ่อมแซมปรับปรุงโรงอาหาร
โรงเรียนบ้านโปร่งเกตุ จ.ฉะเชิงเทรา

อย่างไรก็ตาม เมอร์ค ประเทศไทย มองว่าความ-
รับผิดชอบต่อสังคมเป็นสิ่งที่ถูกต้องที่ทุกบริษัทควรทำเพื่อ
เป็นการช่วยเหลือสังคม จึงสนับสนุนและผลักดันกระแสของ
ความรับผิดชอบต่อสังคม โดยล่าสุดคุณลันดาวได้ร่วมเป็น
วิทยากรในงานสัมมนาหัวข้อ Practical Approaches to
Corporate Social Responsibility (CSR) ในเดือนธันวาคม
2549 ที่จัดโดยเอเชีย บิสซิเนส ฟอรัม

มองย้อนกลับไปเมื่อปี 2545 ตอนเริ่มต้นร่วมมือกันทำ
กิจกรรมเพื่อส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมกับมูลนิธิ
รักษ์ไทย พนักงานก็สงสัยเหมือนกันว่าผู้บริหารต้องการทำ
ความรับผิดชอบต่อสังคมไปเพื่ออะไร ทำเพื่อมุ่งหวังผลทาง
การตลาดหรือ แต่เวลาได้เป็นเครื่องพิสูจน์ตลอดระยะเวลา
4 ปีที่ผ่านมาจนถึงวันนี้ โดยที่ให้ออกภาพพนักงานให้เข้ามามี
ส่วนร่วม ตลอดจนชักชวนลูกค้าให้มาร่วมมือกันพัฒนาสังคม
ทำให้ซีเอสอาร์แทรกซึมเข้าไปอยู่ในใจพนักงานกว่า 150 ชีวิต

Feature 2

เรื่องเด่น

“กำไรสูงสุด” ปรัชญาธุรกิจแบบเก่า ที่ต้องเปลี่ยนแปลง

5



กำไร ไม่ใช่เรื่องเสียหาย แต่ถ้าการมุ่งทำกำไร นำมาซึ่ง
ความเสียหายของสังคมส่วนรวม กำไรนั้น ก็ไม่ใช่สิ่งที่
น่าปรารถนา เพราะผลประโยชน์ในโลกนี้ไม่ได้มีแค่
ในรูปของตัวเงิน ...ธุรกิจยุคใหม่ ควรทำกำไรแต่พอควร
พร้อมๆ ไปกับการสร้างความสุขให้สังคมส่วนรวม...
ซึ่งเราทุกคน ต่างก็เป็นส่วนหนึ่งอยู่ในสังคมนั้นด้วย

วิสุทธิ วิทยานุกรณ์
กรรมการผู้จัดการ
บริษัท น้ำมันพืชไทย จำกัด (มหาชน)

เป็นผู้ผลิตน้ำมันพืชขงุ่น เป็นผู้ผลิตอาหารสัตว์หลาย
ชนิด เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่มีผลตอบแทน
ต่อหุ้นน่าสนใจ...

แต่สิ่งที่ชวนให้มาคุ้ยความคิด วิสุทธิ วิทยานุกรณ์
กรรมการผู้จัดการ บริษัท น้ำมันพืชไทย จำกัด (มหาชน)
หรือ TVO ในครั้งนี้ เพราะความเป็น “หน่วยงานธุรกิจ หัวใจ
ซีเอสอาร์” ที่มีประสบการณ์และมุมมองมากมายให้เรียนรู้

สังคม เป็นของใคร ... ธุรกิจ เป็นของใคร?

... สังคม เป็นของคุณ เป็นของผม เป็นของทุกคน ...
เฉพาะในกรณีของคนไทย -ประเทศไทย- ก็คือสังคมที่ใหญ่
ที่สุด ในสังคมนี้นี้ยังประกอบไปด้วยสังคมย่อยๆ อีกมาก
สังคมครอบครัว สังคมการศึกษา สังคมเกษตรกรรม ...
ธุรกิจเองก็เป็นสังคมย่อยอยู่ในสังคมใหญ่นี้ด้วย

ถ้าแต่ละสังคมย่อย คิดว่าตัวเองดี ก็เพียงพอแล้ว นอก
สังคมจะเป็นอย่างไรไม่สน ก็ต้องถามว่า เราจะอยู่โดยไม่มี
ปฏิสัมพันธ์กับสิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบตัวได้ไหม ถ้าครอบครัวดี
ลูกอยู่ในครอบครัวอย่างปลอดภัย มีความสุข แต่ครอบครัว
ไม่สนใจสังคม แล้วเมื่อลูกคุณต้องออกมาในสังคม มาเจอกับ
สิ่งไม่ดี คนไม่ดี เขาจะยังปลอดภัย ยังมีความสุขได้อยู่หรือไม่

ก็เหมือนธุรกิจ...ใช้ทรัพยากรจำนวนมากมาผลิตเป็น
สินค้า สร้างมลพิษให้สังคม ตัวธุรกิจประสบความสำเร็จ
ได้กำไรปีละมหาศาล คนทำธุรกิจมีความสุข แต่คนในสังคม
เดือดร้อน เขาก็มาประท้วง สุดท้ายธุรกิจก็อยู่ไม่ได้ ความสุข
จากการทำธุรกิจแบบนี้จึงเป็นได้แค่ความสุขๆ (สุขๆ) ดิบๆ
ไม่เป็นความสุขที่ยั่งยืน ไม่ใช่ความสุขที่แท้จริง

เพราะมีมุมมองต่อสังคมและธุรกิจดังที่กล่าวมา
คุณวิสุทธิ จึงนำพาธุรกิจของเขาก้าวเดินไปบนเส้นทางที่
แตกต่าง ด้วยนิยามและปรัชญาในแบบของตนเองที่ว่า
“ธุรกิจ คือการทำกำไรพอประมาณ ควบคู่ไปกับการดูแล
สังคม”

นิยามและปรัชญาเช่นนี้ หมายถึงการก้าวไปบนเส้นทาง
ของซีเอสอาร์ หรือ Corporate Social Responsibility : CSR
นั่นเอง!!!

“ตอนที่เริ่มทำตามนิยามของตัวเอง ยังไม่เคยรู้เลยว่า
วิธีแบบนี้เขาเรียกซีเอสอาร์ สมัยเริ่มทำธุรกิจใหม่ๆ ไม่เข้าใจ
ถ่องแท้ รู้แต่ว่า มีกิจกรรมอะไรก็ทำไป ขอให้ได้กำไรก็พอ
เป็นการคิดแบบที่เรียนมาคือเน้นกำไรสูงสุด หลังจากนั้นจึง
ตกผลึกว่า ธุรกิจคือความเสี่ยง มีกำไรได้ ก็ขาดทุนได้ และ

วัฒนธรรมไทยให้ความสำคัญกับความโอบอ้อมอารี ซึ่งเอื้อต่อการทำซีเอสอาร์อยู่แล้ว

บางครั้งกำไรทางธุรกิจก็ไม่จำเป็นต้องอยู่ในรูปตัวเงินเสมอไป ความไว้วางใจ เชื่อใจที่ชุมชนมีให้กับธุรกิจเรา ก็ถือเป็นกำไรอย่างหนึ่ง พื้นฐานความคิดในวัยเด็กมีส่วนสำคัญต่อการสร้างแนวคิดนี้ ยังจำคำสอนจากพ่อแม่ ครูอาจารย์ และผู้ใหญ่ที่เคารพนับถือได้ดี ทุกท่านจะย้ำถึงการทำดีมีเมตตา ด้วยองค์ประกอบทั้งหมดนี้ ทำให้เริ่มมองว่า ธุรกิจน่าจะเป็นเรื่องของความสุขร่วมกันระหว่างคนทำธุรกิจกับสังคม

กำไรสูงสุด แบบ ซีเอสอาร์

... ทำงานสังคม ยิ่งทำยิ่งได้ ...

“มันเป็นสังขารธรรมครับ เมื่อทำงานก็ต้องได้สิ่งตอบแทน และก็เป็นที่ไปตามหลักการทางวิทยาศาสตร์ที่ว่า สสารไม่สูญหายไป เพียงแต่เปลี่ยนรูปไป เงินที่คุณเอามาลงกับการทำงานชุมชน มันก็จะคืนกลับมาหาคุณในรูปของความสุขใจ ... สุขใจที่ได้มีชีวิตอยู่ท่ามกลางหมู่คนที่มีคุณภาพชีวิตดีขึ้น และยังได้รู้จักผู้คนมากขึ้นด้วย”

นี่คือสิ่งที่ “ได้” จากการทำธุรกิจเพื่อสังคม ในประสบการณ์ของกรรมการผู้จัดการ TVO

แน่นอนว่า การได้รู้จักคนมากขึ้น ในทางธุรกิจอาจมองว่าเป็น connection ที่สามารถนำไปสู่ความก้าวหน้าของงาน และกำไรในอนาคตได้ แต่เพราะความที่ connection จากงานด้านสังคม มักจะเกี่ยวพันอยู่กับคนในท้องถิ่น ในชุมชนมากกว่าที่จะเป็นผู้มีอำนาจและเงินทองระดับประเทศ ที่จะบันดาลผลกำไรมหาศาลให้กับธุรกิจ นักธุรกิจกระแสหลักจำนวนมากจึงยังไม่สนใจการทำงานเพื่อสังคมอย่างจริงจัง

“ธุรกิจต้องยอมรับความจริงว่า เราเข้ามาใช้ทรัพยากรเป็นจำนวนมาก ถึงจะบอกว่าทรัพยากรนั้นจะถูกแปรรูปมาเป็นสินค้าให้กับผู้คนในสังคม แต่หลายๆ ครั้งมันก็เป็นการแปรรูปที่เกินความจำเป็น ทรัพยากรเหล่านี้ธรรมชาติสร้างมาอย่างพอเพียงเพื่อทุกคน ไม่ใช่เพื่อคนเพียงกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ถ้าเราใช้โดยไม่ยั้งคิดและใช้เกินอัตราที่ธรรมชาติกำหนด

เมื่อนั้นความเดือดร้อนก็จะมาถึงทุกคน แต่หลายคนยังไม่คิดให้ถ่องแท้ ยังไม่ตระหนักถึงที่มาของปัญหา ผมมองว่า เป็นเพราะเขาถูกครอบงำด้วยปรัชญาทางธุรกิจที่เน้นการทำกำไรสูงสุด ทำให้ธุรกิจมุ่งแต่การหาเงินเข้าตัว ทั้งการให้สังคมความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับสังคม จึงเป็นเรื่องที่ภาคธุรกิจควรหยิบยกขึ้นมาพิจารณาได้ให้ชัดเจน และปรัชญาธุรกิจแบบเก่าที่เน้นกำไรสูงสุด จะต้องได้รับการเปลี่ยนแปลง”

ในธุรกิจขนาดกลางและขนาดใหญ่ ภาพการเข้ามาร่วมดูแลสังคมอาจทำได้ชัดเจนกว่าธุรกิจขนาดเล็ก เช่น กำหนดไว้ในงบประมาณแต่ละปีว่าจะใช้เพื่อสังคมเท่าไร ประเด็นนี้อาจทำให้ธุรกิจขนาดเล็ก มองว่าตนยังไม่มีกำลังพอที่จะเข้ามาร่วมดูแลสังคมได้

“ความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับสังคม ไม่ได้มองแค่ด้านตัวเงิน มันคือเรื่องของจิตใจที่โอบอ้อมอารี เรื่องของการตระหนักถึงปัญหาระดับใหญ่ร่วมกัน เรื่องของการมองเห็นความเชื่อมโยงและเกี่ยวพันกันของทุกภาคส่วนในสังคม ... ดังนั้น แม้การที่ธุรกิจดูแลตัวเองไม่ให้เป็นการละเมิดสังคม ไม่สร้างมลพิษ ให้ค่าจ้างและสวัสดิการกับพนักงานอย่างเป็นธรรม ซึ่งเป็นเรื่องที่ธุรกิจทุกขนาดทำได้ แต่นั่นผมก็มองว่าเป็นซีเอสอาร์อย่างหนึ่งแล้ว คนไทยจำนวนมากเติบโตขึ้นมาเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมไทยที่ให้ความสำคัญกับการมีจิตใจโอบอ้อมอารี ความเมตตา และความดี ซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่เอื้อและส่งเสริมต่อการทำซีเอสอาร์อยู่แล้ว”

โลก 2 ใบ กับเส้นทางที่เลือกเดิน

“ถ้าจำแนกโลก ตามแนวคิดการดำรงชีวิตของมนุษย์ มันจะมีโลกอยู่ 2 ใบ ใบแรกคือ โลกมนุษย์ ใช้กฎและกติกาที่มนุษย์สร้างขึ้น เน้นการทำนายและฟันฝ่าธรรมชาติ มุ่งการเอาชนะธรรมชาติ มีระบบทุนนิยมเป็นเครื่องมือที่บอกว่าจะทำให้มนุษย์อยู่บนโลกได้อย่างมีความสุข อีกโลกหนึ่งคือ โลกธรรมชาติ มีธรรมชาติเป็นผู้คุมกฎ ธรรมชาติเป็นผู้บังคับการ

ความพอเพียงเป็นเรื่องจำเป็นสำหรับคนทั่วโลก ไม่ใช่ไม่ได้

ทุกอย่าง มีธรรมชาติเป็นเครื่องมือที่จะทำให้คนที่อยู่มีความสุข เป็นเครื่องมือที่ค้นพบและพิสูจน์มาแล้วเมื่อกว่า 2,500 ปีก่อน โลกทั้งสองคาบเกี่ยวกันอยู่ และในโลกก็มีคนเชื่อทั้งสองแบบ คนแต่ละแบบก็จะมีความเชื่อในการดำเนินชีวิตที่ต่างกันไป ...เรื่องของโลก 2 ใบนี้ เป็นเรื่องที่ใหญ่กว่าชีเอสอาร์มาก”

แต่เมื่อ TVO เลือกที่จะเดินไปบนเส้นทางชีเอสอาร์ คงจะพอเดากันได้ว่า องค์กรนี้ กำลังมุ่งไปสู่โลกใบไหน

“ถ้าสมมติให้ X คือ อัตราการสร้างทรัพยากร Y คือ อัตราการใช้ทรัพยากร และ Y มากกว่า X คือความเดือดร้อน ทุกวันนี้ โลกก็กำลังดำรงอยู่บนความเดือดร้อน เพราะข้อมูลจากทั่วโลก อนุโลมได้ว่า $X=1$ $Y=3$ เท่ากับว่า เราต้องมีโลกสัก 3 ใบ จึงจะพอกับการใช้ทรัพยากรธรรมชาติของมนุษย์ที่มีอยู่ตอนนี้ มีการประเมินแล้วว่า มนุษย์จะประสบกับความเดือดร้อนอย่างชัดเจน ในอีกราว 50-60 ปีข้างหน้า ซึ่งที่จริงมันก็มีสัญญาณเตือนมาตลอด อากาศร้อนขึ้น มีพายุและสัตว์ที่สูญพันธุ์ไปแล้วนับไม่ถ้วน เราจึงต้องเร่งสร้างความสมดุล คือ ทำให้ $X=Y$ หมายถึงสังคมและเศรษฐกิจสมดุล ประเทศไทยเริ่มพูดถึงเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งก็คือ ระบบเศรษฐกิจที่เน้นการชะลอ Y ฉะนั้นความพอเพียงจึงเป็นเรื่องจำเป็นสำหรับคนทั้งโลก ไม่ใช่ไม่ได้”

ความพอเพียงแบบ TVO บนฐานของการเป็นองค์กรธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ทำให้ทุกกิจกรรมที่จะเกิดขึ้น ต้องผ่านกระบวนการคิดที่รอบด้านมากขึ้น เพื่อให้เกิดประโยชน์ทั้งต่อธุรกิจและสังคมอย่างแท้จริง

“เมื่อเราทำธุรกิจ การตลาดก็เป็นเรื่องสำคัญ แต่การตลาดแบบชีเอสอาร์ต้องคิดให้มากขึ้น เช่น จะทำโปรโมชัน แจกมอเตอร์ไซด์ เราก็เลือกให้มอเตอร์ไซด์ไฟฟ้า หรือเมื่อจะแจกคอมพิวเตอร์ แทนที่จะแจกให้กับลูกค้าแล้วก็จบ เราก็คิดไปถึงความจำเป็นของโรงเรียนที่ขาดแคลน นักเรียนที่ไม่มีใช้ จึงเลือกที่จะแจกรางวัลละ 2 เครื่อง คือ ผู้บริโภคได้ 1 เครื่อง และให้เขาจะเป็นคนเชื่อว่าเราจะได้นำอีกเครื่องไปมอบให้กับโรงเรียนที่ขาดแคลนแห่งใด”

การทำชีเอสอาร์ของธุรกิจ ไม่ได้จำกัดอยู่แค่กิจกรรมที่ดำเนินการโดยหน่วยงานธุรกิจเท่านั้น แต่ยังสามารถออกไปร่วมมือกับภายนอกได้

“ผมไปทำกิจกรรมร่วมกับ ศูนย์ประสานงานองค์การเอกชน จ.นครปฐม หรือ สอน. ในโครงการอาหารเพื่อลูกหลานไทย เราทำมา 2 ปีแล้ว เป็นความร่วมมือกับสถาบันวิจัยโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล ปีแรก เอาเด็ก ๆ จาก



60 โรงเรียนในจ.นครปฐม มาให้ความรู้เรื่องอาหารที่สะอาดปลอดภัย เป้าหมายคือ การสร้างนักวิจัยรุ่นจิ๋วที่มีความรู้สามารถตรวจสอบสารพิษในอาหารได้ด้วยตนเอง เปิดโอกาสให้เด็กแต่ละโรงเรียนคิดโครงการมาเสนอ แล้วเราก็ให้ทุนให้เด็กได้ทดลองทำโครงการขึ้นมาจริงๆ ปีที่ 2 เป็นการดำเนินการต่อเนื่องและขยายผลสู่ครอบครัว สิ่งที่เกิดขึ้น คือก่อนที่พ่อแม่จะทำอาหาร เขาจะถามลูกๆ ว่าอาหารที่จะทำ ถูกหลักโภชนาการไหม หรือควรจัดเมนูอย่างไร แสดงให้เห็นว่าเขาเชื่อถือความรู้ที่เด็กๆ เรียนมา ส่วน TVO เองก็ภูมิใจที่ได้มีส่วนเพาะเมล็ดพันธุ์แห่งความรู้ให้กับเด็กๆ ทำให้พวกเขาเข้าใจถึงปัญหาด้านโภชนาการ ซึ่งจะไปช่วยแก้ปัญหาภาวะทุพโภชนาการที่ทำให้เด็กไทยไอคิวต่ำได้ในอนาคต”

ความสุขจากการได้มีส่วนร่วมในพัฒนาการของผู้คน และชุมชน จะให้ความรู้สึกอย่างไร ทดแทนกันได้หรือไม่กับความเบิกบานทางอารมณ์เมื่อได้รับผลกำไรในรูปตัวเงิน “อารมณ์” และ “ความรู้สึก” ที่ละเมียดละไมนี้ จะเกิดขึ้นได้เฉพาะกับผู้ที่ “ลงมือทำ” เท่านั้น!!!

เสื้อเหลืองบ้านบ่อเกาะ จ.นราธิวาส



หญิงชาวมุสลิมบ้านบ่อเกาะ
เดินทางมาฝึกเย็บเสื้อ

แดงโมสमानฉันท

เมื่อเร็ว ๆ นี้เครือข่ายธุรกิจเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ภายใต้โครงการ SVN Visit พาสมาชิกเยือนบริษัท สยาม-แลนด์ จำกัด โรงงานผลิตเสื้อผ้าแบรนด์ดังของคนไทย 'แดงโม' จ.นครปฐม รับฟังและร่วมแลกเปลี่ยนแนวคิดกับผู้บริหาร นายอดิศร พวงชมพู ถึงแนวทางการบริหารธุรกิจที่สามารถยืนหยัดต่อสู้กับกระแสโลกาภิวัตน์ และตลาด-การค้าเสรี พร้อมทั้งดูแลลูกค้า ดูแลพนักงาน ดูแลสังคม และสิ่งแวดล้อม

บริษัท สยามแลนด์ จำกัด ในฐานะนักธุรกิจร่วมมือกับทหารในการจัดทำโครงการพัฒนาอาชีพให้กับชาวบ้านในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ภายใต้โครงการแดงโมสमानฉันท จุดเริ่มต้นของโครงการดังกล่าวมาจากคุณอดิศรมีโอกาสได้รู้จักกับ พล.ต.พิเชษฐ วิสัยจร รองแม่ทัพภาค 4 โดยการแนะนำของนางอมรา พวงชมพู กรรมการผู้จัดการบริษัท สยามแลนด์ จำกัด ซึ่งเรียนอยู่วิทยาลัยป้องกัน-ราชอาณาจักร (วปอ.) โดยพล.ต.พิเชษฐ์ กล่าวว่า ชัยชนะที่ดียิ่งที่สุดคือชัยชนะที่ได้มาโดยไม่เสียเลือดเนื้อ เปลี่ยนอาวุธเป็นอาชีพ

เย็บเสื้อกับสันติภาพเป็นคนละเรื่องเดียวกัน

แม้ว่า การเย็บเสื้อกับสันติภาพเป็นคนละเรื่องกัน แต่คุณอดิศรได้สวมหัวใจที่อยากจะทำให้ชาวบ้านในพื้นที่ดังกล่าวมีรายได้ทุกวัน จึงทำให้คุณอดิศรเดินทางไปเยือนบ้านบ่อเกาะ ต.สากอ อ.สุไหงปาดี จ.นราธิวาส ซึ่งเป็นพื้นที่อันตรายที่สุดแห่งหนึ่งใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

บ้านบ่อเกาะ มีลูกบ้านกว่า 800 คน ประมาณ 140 หลังคาเรือน ส่วนใหญ่มีอาชีพกรีดยางและทำสวนผลไม้ โดยก่อนหน้านี้ทหารได้เข้ามาช่วยชาวบ้านในการให้คำแนะนำเรื่องการประกอบอาชีพเกษตรกรรมที่ถูกต้อง เช่น ปลูกผักโดยไม่ใช้สารเคมี ใช้น้ำยอินทรีย์แทน

โครงการ "เสื้อแดงโมบ้านบ่อเกาะ" หรือ "เสื้อสมานฉันท" เริ่มต้นเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2549 บริษัทสยามแลนด์ได้รับอนุญาตจากสำนักพระราชวังให้เป็นผู้ผลิตเสื้อยืดคอกลมและเสื้อคอปกสีเหลืองออกจำหน่ายเนื่องในวโรกาสฉลองสิริราชสมบัติครองราชย์ครบ 60 ปี พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว หรือที่เรียกกันติดปากว่า "เสื้อเหลือง" หญิงชาวมุสลิมบ้านบ่อเกาะจำนวน 11 คน เดินทางมาฝึกเย็บเสื้อเหลืองที่โรงงานผลิตเสื้อ จ.นครปฐม เวลา 6-7 เดือน ทำให้พวกเขาเกิดความชำนาญ มีฝีมือดีขึ้น และกลับไปสร้างโรงงานเย็บผ้าขึ้นในหมู่บ้าน พร้อมทั้งรวมตัวกันจัดตั้งโครงการพัฒนาอาชีพสตรีบ้านบ่อเกาะ

โรงงานเย็บผ้าที่บ้านบ่อเกาะแห่งนี้เกิดขึ้นได้โดยการชักชวนกลุ่มเพื่อนนักธุรกิจอื่นๆ เข้ามาช่วยเหลือทั้งทุนและวัสดุก่อสร้างอาคาร เช่น บริษัทดุราเกรส ให้กระเบื้องปูพื้น บริษัทกระเบื้องโอลิมปิคให้หลังคา บริษัทแกรนด์โฮมมาร์ทอุปถัมภ์การก่อสร้าง ทางสยามแลนด์จะส่งชิ้นส่วนของเสื้อมาให้ที่นี่ แล้วให้ชาวบ้านเย็บเสื้อเหลืองอย่างเดียว โดยจ่ายค่าแรงให้กับแรงงานที่บ้านบ่อเกาะเท่ากับที่จ่ายให้กับแรงงานที่กรุงเทพฯ คนละเล็ก คนละน้อย คนละไม้ คนละมือ การดำรงอยู่ของโรงงานนี้จึงงดงามตลอดกาล

ชาวบ้านไม่ได้เย็บเสื้อ แต่เย็บความสามัคคี

เสื้อเหลืองเย็บวดแรกจำนวนกว่า 2 พันตัว ขายในราคาตัวละ 295 บาท มูลค่ามากกว่า 4 แสนบาทนั้น ทางโรงงานไม่เอากลับแม้แต่ตัวเดียว แต่ได้มอบเงินจำนวนนี้ให้พัฒนาหมู่บ้าน มัสยิด โรงเรียนบ้านบ่อเกาะ และโรงเรียนตาดีกา

“ความสำเร็จของโครงการนี้ไม่ใช่เป็นเพียงโครงการฝึกอบรมเพื่อสร้างงาน สร้างรายได้เท่านั้น แต่เป็นการเย็บเสื้อสมานฉันท์ฉลองสิริราชครบ 60 ปี ทำให้พวกเขารู้สึกว่าไม่ได้เย็บเสื้อนะ แต่กำลังเย็บความสามัคคีสมานฉันท์ขึ้นในชาติ ทำให้พวกเขารู้สึกว่าคนไทยทั่วประเทศห่วงใยพวกเขา ซึ่งมีค่ามหาศาล มากกว่ากำไรที่ได้ โรงงานนี้จะไม่โดนระเบิด ลองคิดว่าถ้าโรงงานนี้โดนระเบิด คนที่เจ็บปวดที่สุดคือคนที่กรีดขานแล้วมาใช้แรงก่อสร้างโรงงานนี้ คนที่นั่งจักรไม่ได้นั่งจักรอีกแล้ว จักรที่ทำเงินให้วันละ 150 บาท หัวใจเขาจะเปลี่ยนไปอีกแบบ” คุณอดิศรกล่าว



เดินตามรอยเท้าพ่อ เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา

คุณอดิศรกล่าวถึงความสำเร็จของโครงการนี้ว่าได้ยึดคำสอนของในหลวง ได้แก่ เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา เพราะชาวมุสลิมมาอยู่ร่วมกับชาวไทยพุทธที่โรงงาน จ.นครปฐม นับพันคน ทำให้เข้าใจ และเข้าถึงจิตใจพี่น้องชาวไทยพุทธ ทำให้การช่วยเหลือและร่วมมือกันพัฒนาทำได้ง่ายขึ้น

นอกจากนั้น คุณอดิศรยังกล่าวกับพนักงานในโรงงานทุกคนว่า ควรนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ตามแนวทาง



คุณอดิศร พวงชมพู
จากบริษัท สยามแซนด์ จำกัด

เศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เช่นเมื่อชาวบ้านเริ่มไม่ยากจนและมีกินมีใช้ตลอดไปแล้ว ได้นำเงินไปซื้อรถจักรยานยนต์ เขาจึงแนะนำให้ชาวบ้านขี่จักรยานกันดีกว่า

ปัจจุบันชาวบ้านเล่าให้คุณอดิศรฟังว่าพวกเขาได้จัดโครงการฝึกวิชาชีพให้กับหญิงชาวบ้าน และยังสร้างสนามเด็กเล่นบริเวณใกล้อาคารโรงงาน เพื่อดูแลลูกๆ ให้วิ่งเล่นอยู่ใกล้ๆ และยังมีแนวคิดที่จะขยายโรงงานด้วย ซึ่งชาวบ้านเล่าว่าในชีวิตไม่เคยคิดว่าจะได้มีชีวิตที่มีความสุขแบบนี้

สำหรับแผนงานในอนาคต บริษัท สยามแซนด์ กำลังจัดโครงการแบบเดียวกันนี้ในหมู่บ้านแห่งที่ 2 คือ หมู่บ้านบาลูกา โดยหญิงชาวบ้านกำลังมาฝึกเย็บเสื้อที่นี่ และรอเปิดโรงงานเย็บผ้าแห่งที่สองต่อไป

"การทำ CSR ให้ประสบความสำเร็จ **ใจ** ต้องมาก่อน"

บริษัท มายแบรนด์ เอเจนซี จำกัด
Strategic PR & CSR Consultant

- ให้ความปรึกษาการทำ CSR
- วางแผน บริหาร และขับเคลื่อนกิจกรรมสังคม
- จัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับ CSR และประชาสัมพันธ์
- ให้ความปรึกษาและเป็นตัวแทนการค้าประชาสัมพันธ์
- การประสานงานสื่อสารมวลชนทุกแขนง
- การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ

"มีความเป็นสากลและไม่ทิ้งรากเหง้าของตนเองมา 20 ปี
และการดำเนินงานที่ครอบคลุมตั้งแต่ระดับท้องถิ่นและระดับ
ระดับชาติโดยมีเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่
การดำเนินงานที่ครอบคลุมตั้งแต่ระดับท้องถิ่นและระดับ
ระดับชาติโดยมีเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่
การดำเนินงานที่ครอบคลุมตั้งแต่ระดับท้องถิ่นและระดับ
ระดับชาติโดยมีเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่"



นางสาว อธิภากร
อรรถนฤมิตร
Public Relations Manager

บริษัท มายแบรนด์ เอเจนซี จำกัด

121 ซอยเจริญสุขนิเวศน์ 12 แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500 โทร. 0-2864-0910, 081-928 2908 e-mail: mybrandagency@myb.com

Eco-Leadership Training

Wongsanit Ashraen, Ongcharak, Nakorn Nayok, Thailand

With Jane Hien
15-28 January
2007

“ธุรกิจ” กับ “สังคม” วิถีที่แตกต่างบนเส้นทางเดียวกัน



ชวัลย์ ทองดีเลิศ

ผู้อำนวยการวิทยาลัยการจัดการ
ทางสังคม (วจส.)

www.thaiknowledge.org

รู้จักกับ วจส.

เป็นเวลาหลายปีมาแล้ว ที่เหล่าผู้อาวุโสด้านการพัฒนาสังคมและชุมชนจากหน่วยงานพัฒนาต่างๆ ทั้งของภาครัฐ เอกชน ประชาสังคม ตลอดจนองค์กรพัฒนาเอกชน ได้ร่วมกันผลักดันให้เกิดการจัดตั้ง “วิทยาลัยการจัดการทางสังคม” (วจส.) ขึ้นเพื่อกำหนดทิศทางจัดการองค์ความรู้อันเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละชุมชนท้องถิ่นใช้ในการแก้ปัญหาในชุมชนของตน...

เมื่อองค์ความรู้เหล่านั้นได้รับการจัดการและเชื่อมโยงเข้าด้วยกันจนเกิดเป็นเครือข่าย ก็จะนำไปสู่การพัฒนาที่ยาวไกลกว้างขวางและลุ่มลึกยิ่งขึ้น อันเป็นที่มาของความเข้มแข็งและยั่งยืนของชุมชน-สังคมในทุกระดับ ...และนั่นก็คือ งานอันทรงคุณค่าของ วจส.

แท้จริงแล้ว การดำรงอยู่ของ “สังคม” มีความเกี่ยวพันกับ “ธุรกิจ” อย่างแนบแน่น เพราะธุรกิจก็คือภาคการผลิต ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของสังคมนั่นเอง และขณะเดียวกัน ธุรกิจจะมั่นคงอยู่ได้ ก็ต่อเมื่อสังคมมีความมั่นคงเท่านั้น

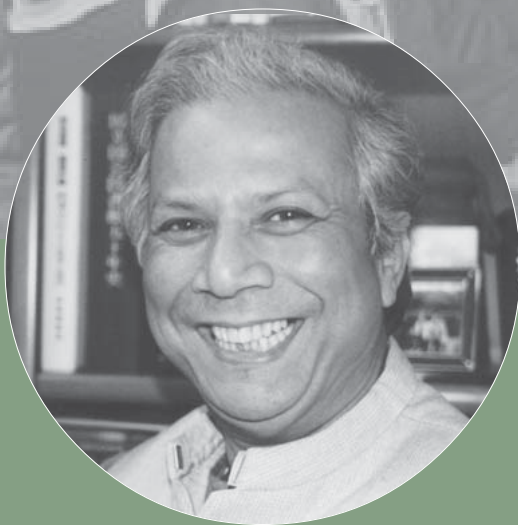
เราอาจบอกได้ว่า สังคมคือภาพใหญ่ เป็นการอยู่ร่วมกันของคนและสิ่งแวดล้อมจำนวนมาก ทุกคนในสังคมจึงต้องมีการศึกษาและหลักการอยู่ร่วมกันที่มี “ศาสนา” และ “วัฒนธรรม” เป็นแกนกลาง เพื่อเชื่อมร้อยให้ทุกฝ่ายตระหนักถึงบทบาทหน้าที่ของตน และทำให้การอยู่ร่วมกันเป็นไปอย่างสมดุล ซึ่งหมายความว่า พวกเขาต้องเข้าใจในกันและกัน เข้าใจธรรมชาติรอบตัว ดูแลซึ่งกันและกันระหว่างคนกับคน และคนกับสิ่งแวดล้อมด้วย

แต่ในด้านธุรกิจ มักจะมองการอยู่ร่วมกันภายในกรอบที่แคบลง เป็นความสัมพันธ์ที่เชื่อมร้อยกันอยู่ด้วยเรื่องของการค้าขาย การลงทุน การเปิดร้านค้า บริษัท การจัดการ การแสวงหากำไร และการขยายธุรกิจ ... ภายใต้กรอบเหล่านี้ วิถีทางธุรกิจ จึงเป็นเรื่องส่วนตัว ขณะที่ วิถีทางสังคม จะมีความหมายที่เป็นส่วนรวม แต่ท้ายที่สุด หากทั้งสองวิธีนี้ต้องการดำเนินไปบนเส้นทางเดียวกัน อันได้แก่ **ความสำเร็จที่ยั่งยืน** ก็ต้องทำให้วิถีที่ต่างกันนั้น เชื่อมถึงกันให้ได้

เงื่อนไขแรกที่ต้องเกิดขึ้นคือ “ความเข้าใจในความรู้ของกันและกัน” ... ทุกวันนี้ ในทุกชุมชนมีการผลิต ดังนั้นการตลาดและการจัดการ อันเป็นความรู้ของภาคธุรกิจ จึงเป็นพัฒนาการที่ชุมชนไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ ... ขณะที่ในภาคธุรกิจ เมื่อคิดถึงกำไรมากๆ ก็ต้องเร่งการผลิตให้มากขึ้น อันหมายถึงการใช้ทรัพยากรมากขึ้น และการสร้างผลกระทบต่อสังคมส่วนรวมมากขึ้น ซึ่งในที่สุด ภาคธุรกิจก็จะถูกต่อต้านจากสังคม ... การปรับตัวเข้าหาสังคมและตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อส่วนรวม จึงเป็นพัฒนาการที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ในภาคธุรกิจ

แม้จะมีความเป็นไปได้ที่ในระยะแรก การปรับตัวของภาคธุรกิจจะเป็นไปเพียงเพื่อ “สร้างภาพลักษณ์” แต่เมื่อทำอย่างต่อเนื่อง และเปิดโอกาสให้คนในภาคธุรกิจโดยเฉพาะผู้บริหารได้เข้าสู่เงื่อนไขที่สอง ซึ่งได้แก่ “การเข้าถึงชุมชน-สังคม” ให้พวกเขาได้สัมผัสกับชุมชนในเชิงลึก ได้ไปเรียนรู้จากชุมชน ผมเชื่อว่า จะต้องมียุทธกิจส่วนหนึ่งที่เปลี่ยนเจตนาธรรมณ์ของตนไปเป็น “ฉันอยากทำธุรกิจเพื่อสังคม”

LIVING ECONOMIES IN ASIA



CAN BUSINESS MAKE PEACE?

SVN ASIA IN VIETNAM

MULTI-STAKEHOLDER COOPERATION



CAN BUSINESS MAKE PEACE?

MUHAMMAD YUNUS AND GRAMEEN BANK RECEIVE NOBEL PEACE PRIZE 2006

Among much excitement about him winning the Nobel Peace Prize Muhammad Yunus in his first interview by telephone replied a question about his message to the world: "The one message that we are trying to promote all the time, that poverty in the world is an artificial creation. It doesn't belong to human civilization, and we can change that, we can make people come out of poverty and have the real state of affairs. So the only thing we have to do is to redesign our institutions and policies, and there will be no people who will be suffering from poverty. So I would hope that this award will make this message heard many times, and in a kind of forceful way, so that people start believing that we can create a poverty-free world. That's what I would like to do."

Muhammed Yunus shares equal parts of the Nobel Peace Prize with the Grameen Bank he founded. It is the first time in its more than hundred years' history that a business organization won the prestigious Nobel Peace prize.

Grameen Bank is a profit-making enterprise specializing in collateral free credit and other financial services. With a membership of 5,5 million active participants, mostly poor women, in 60.000 villages (Grameen = village), the bank made a record profit in 2005 of 15 million US dollar.

But profit is not the aim

'Many of the problems in the world remain unresolved because we continue to interpret capitalism too narrowly. In this narrow interpretation we create a one-dimensional human being to play the role of entrepreneur. We insulate him from other dimensions of life, such as, religious, emotional, political dimensions. He is dedicated to one mission in his business life — to maximize profit. He is supported by masses of one-dimensional human beings who back him up with their investment money to achieve the same mission.'

Muhammad Yunus
on hearing the news

recognize the *social business entrepreneur*

2



Muhammad Yunus among
Grameen Bank clients

'As we devotedly follow this policy sometimes doubts appear in our mind whether we are doing the right thing. Things don't look too good around us. We quickly brush off our doubts by saying all these bad things happen because of *market failures*; well-functioning markets cannot produce unpleasant results.'

'I think things are going wrong not because of *market failure*. It is much deeper than that. Let us be brave and admit that it is because of *conceptualization failure*.'

Towards a Social Stock Market?

Yunus believes in the *social business entrepreneur*. 'First we have to recognize the *social business entrepreneur* in our theory. Students must learn that businesses are of two kinds: a) business to make money: b) business to do good to others. Young people must learn that they have a choice to make.'

'Second, we must make the *social business entrepreneurs* and social business investors visible in the market place. As long as *social business entrepreneurs* operate within the

cultural environment of present stock markets they'll remain restricted by the existing norms and lingo of trading. Social business entrepreneurs must develop their own norms, standards, measurements, evaluation criteria, and terminology. This can be achieved only if we create a separate stockmarket for social business enterprises and investors. We can call it Social Stock Market. Investors will come here to invest their money for the cause they believe in, and in the company they think is doing the best in achieving a particular mission.'

Social ventures can make profit, although it is not their aim. In addition to the Grameen Bank and the Grameen Foundation, to plough back the profit into the communities, Yunus and his colleagues set up a highly successful company Grameen Phone. It provides mobile phone services to villagers on collective bases.

One of the pioneering investors in Grameen Phone was Josh Mailman, founder of Social Venture Network in the USA.

Quotations from: 'Social Business Entrepreneurs Are the Solution' by Muhammad Yunus.

SVN ASIA IN VIETNAM

MULTI-STAKEHOLDER DIALOGUE RESULTS IN NATIONAL CSR PLATFORM



Phan Van Ngoc,
Action Aid Country Manager

The establishment of a National CSR Platform was celebrated as a tangible result of the 1,5 day conference *Toward Multi-stakeholder Dialogue and Cooperation for Sustainable Development* held recently in Hanoi, Vietnam. Co-organizers of the conference were the Vietnam Chamber of Commerce and Industry (VCCI), Action Aid International Vietnam, and Social Venture Network (SVN) Asia. The platform will include representatives from the business sector, labour unions, government and NGO's.

The platform will be supported by international agencies while universities, within existing guidelines, will generate new skills and analytic thinking needed for managers to provide leadership in multi-stakeholder cooperation. The initiative to bring stakeholders together in a national platform

offers an inspiring example for Asian countries. The National CSR Platform will be administered by the Business Office for Sustainable Development (SD4B) of the Vietnam Chamber of Commerce and Industry.

Phan Van Ngoc, Country Director of Action Aid International Vietnam, in his opening address stated that new economic challenges facing Vietnam cannot be met by the government alone. Rapid economic growth brought

more wealth but also created situations where rural migrant workers are exploited and exposed to labour conditions that are below minimum requirements. As was confirmed by Bui Sy Loi, the governments' Chief Labour Inspector the number of inspectors is not enough to visit all factories and workplaces in the country. Parties agreed that an important role is to be played by labour unions and NGO's. NGO's can both act as watch-dogs as well as training facilitators for exploited groups and initiatives for self-organization.

Regulations and pressure groups are not enough. Good employers make voluntary efforts from an inner drive to go beyond profit making, beyond compliance to regulations and towards the realizations of living values. This was the message of Prida Tiasuwan, SVN Asia President and Thai owner of a Pranda Group factory in Southern Vietnam. He made his remark in support of Madame Pham Chi Lan,

reputation as a destination for foreign investment

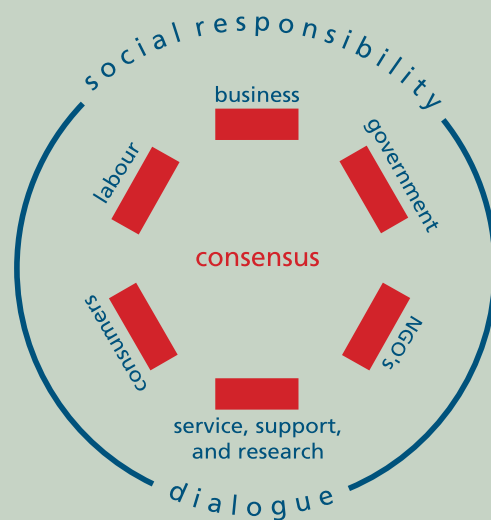
Senior Advisor to the Prime Minister. She reflected upon the period when the first signals of an emerging CSR movement reached her. She wondered whether CSR should be understood as a non-tariff trade barrier imposed on developing countries by industrialized economies. She came to realize that often employers can make major improvements in the work-place with relatively small investments. Better working conditions and a positive corporate culture lead to higher productivity.

Dr. Sopon Pornchokchai, President of Thai Appraisal Foundation argued that only CSR by law will change industry.

Convincing CSR case-studies from Cambodia were presented by Ms. Nguyen Thuc Quyen, the Mekong Project Development Facility. Social investments in the garment and leather industry result in improved reputation of both Cambodian business operators as well as international buyers, with significant effects towards consumers' preference. An International Buyers' Forum was set up to balance out interests of brand owners with the challenges and responsibilities of local suppliers. Multi-stakeholder engagement brought about monitoring mechanisms that serve common interests, including reduced duplication of monitoring visits. In many cases factories are flooded by foreign inspection teams, while local monitoring capacity is limited. The Buyers Forum raised the national reputation of Cambodia as a destination for foreign investment.

Whether the ISO 26000 social responsibility standard will be able to fulfill high expectations has to be seen. Will ISO 26000 increase levels of

social awareness, empower social responsible practice of stakeholders and synthesize monitoring efforts? The new ISO voluntary standard is planned to be ready in the year 2008. Ms. Wallapa van Willenswaard - Kuntiranont of Suan Nguen Mee Ma company, Bangkok, publisher of *Business & Society*, argued that the development process towards the social responsibility standard -by negotiated



consensus among the stakeholders- may articulate a paradigm shift towards sustainable development. Democratic majority voting may be inadequate for global transformation needed. The WTO vs. civil society eruption in Seattle, 1999, and global warming, tell us that our current world views need to be transformed. Decision making by consensus requires in-depth social interaction between all stakeholders.

Concrete examples of multi-stakeholder cooperation were presented by Thomas Finkel of GTZ, a German Government owned consultancy company. GTZ and Business Link in Vietnam have supported 5 national

paradigm shift

5

Round Tables in Vietnam to pave the way towards specific standard and certification initiatives.

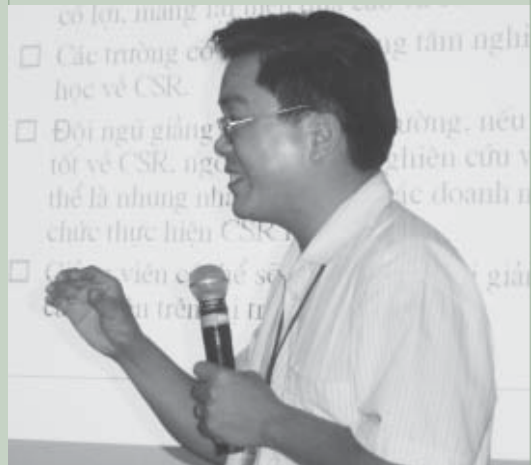
A good example of a global multi-stakeholder body is the Forest Stewardship Council (FSC) that certifies sustainable wood production, including in Asia. FSC brings groups as diverse as timber companies, governments, NGO's and representatives of indigenous peoples together in order to monitor the protection of forests. However, unequal opportunities to participate in negotiations should be balanced out by support mechanisms like training and empowerment, according to Mr. Finkel. Incentives for economic partners, justifying huge time investments, are better brand reputation and improved market access. 'Mindful markets' are growing all over the world.

Unique insight in communication between employers and employees was given by Mr. Zan Jung-Min Sunoo, Chief Technical Advisor of ILO/Vietnam Industrial Relations Project. His presentation was titled 'Understanding strikes and their prevention'. He urged employers to encourage employees to establish labour unions and communicate on regular bases with them. Developing a clear framework for rights and responsibilities pays back at the end.

The conference had been opened by Mr. Jonathan Pincus, Senior Country Economist of UNDP. He analyzed that the Global Compact will probably be seen as one of the most important legacies of UN Secretary-General Kofi Annan as it established a global platform for multi-stakeholder dialogue and cooperation.



Madame Pham Chi Lan,
Senior Advisor to the Prime Minister



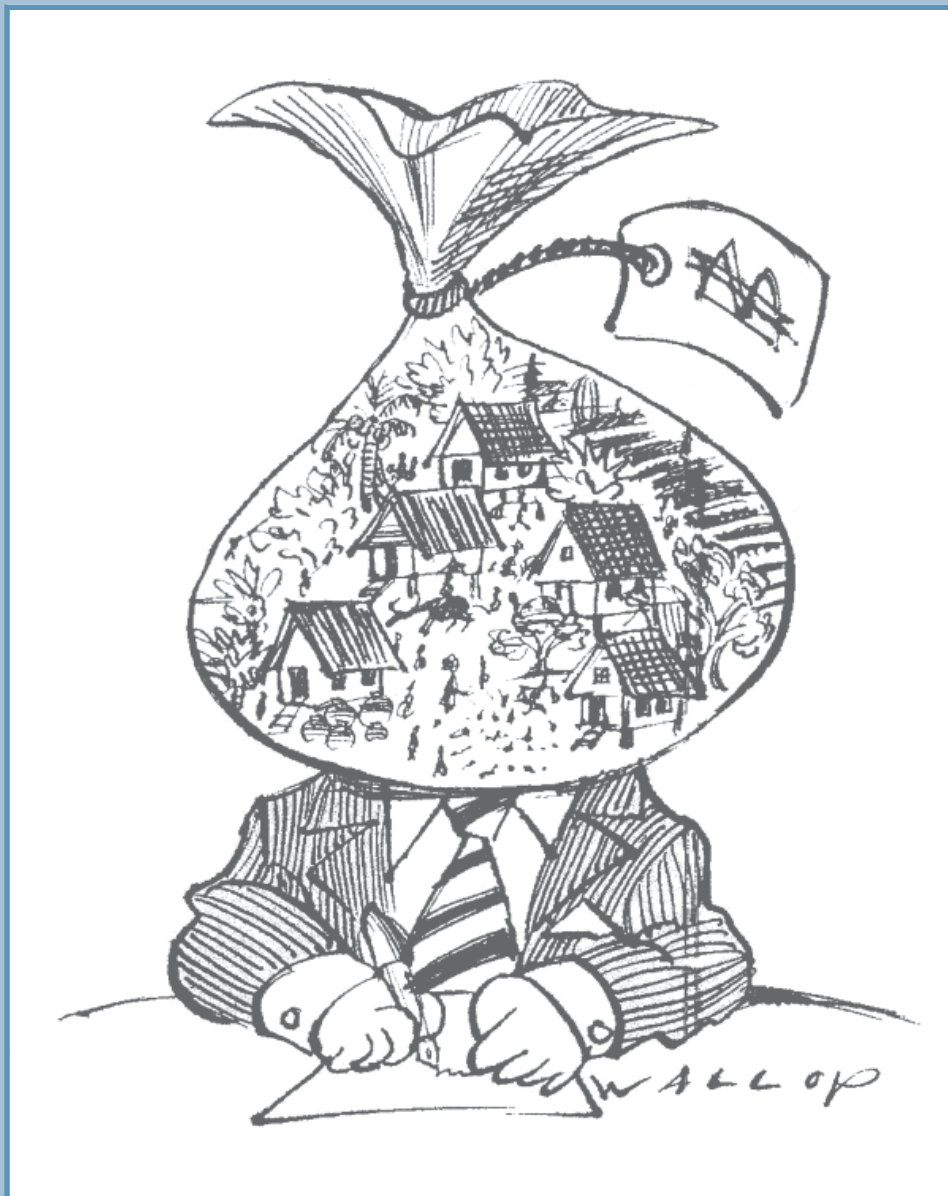
Dr. Le Thanh Ha, Dean Labour Management Faculty,
University of Labour and Social Affairs, Hanoi, Vietnam



The developer of IKEA's code of conduct, Reino Fridh from Sweden will exchange experiences on multi-stakeholder dialogue. Friday morning 26 January 2007.

Contact: hans@suan-spirit.com

W A L L O P



Who's Wallop

อ.วัลลก แมนย่า นักวิชาการอิสระด้านสื่อ หนึ่งในกลุ่มผู้ก่อตั้งมหาวิทยาลัยเที่ยงคืน และนักวาดการ์ตูนที่มีชื่อเสียง ผลงานที่รู้จัก อาทิ คอลัมนิสต์ หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ วาดภาพประกอบสมุดบันทึกนิทาน มูลนิธิเด็ก ฯลฯ Wallop Manyam is a famous Thai cartoonist and independent academic. He is one of the founders of the 'Midnight University' in Chiangmai.

มหาวิทยาลัยของเวียดนาม เริ่มมีการบรรจุหลักสูตรซีเอสอาร์กันแล้ว

เวียดนามกับซีเอสอาร์



เศรษฐกิจของเวียดนามกำลังโตวันโตคืน มีนักธุรกิจและนักลงทุนสนใจไปลงทุนในเวียดนาม กันมากขึ้น ประเทศไทยนับเป็นประเทศลำดับที่ ๑๒ จากประเทศที่มาลงทุนกันจำนวนมาก ดังนั้นการคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่จะตามมากับการลงทุนจึงเป็นเรื่องจำเป็น

เมื่อเครือข่ายเอสวีเอ็น เอเชีย (ประเทศไทย) ได้เสนอหน่วยงานในเวียดนามเพื่อเป็นเจ้าภาพจัดการประชุม “เอสวีเอ็น เอเชีย ครั้งที่ ๔” หลังจากที่ได้จัดขึ้นเป็นครั้งแรกที่ประเทศไทยเมื่อปี ๒๕๔๖ ประเทศสิงคโปร์ในปี ๒๕๔๗ และปีที่แล้วที่ประเทศ

ญี่ปุ่น หน่วยงานในเวียดนามที่สนองรับความคิดดังกล่าวประกอบด้วยองค์กรภาคสังคม ได้แก่ แอ็คชั่นเอด กับองค์กรด้านธุรกิจ ได้แก่ หอการค้าและอุตสาหกรรมเวียดนาม (VCCI-Viet Nam Chamber of Commerce) โดยมีหัวข้อของการสัมมนาว่า “Toward Multi-stakeholder Dialogue and Cooperation for Sustainable Development” ซึ่งหมายถึงการสนทนาวิสาสะและความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน การประชุมมีขึ้นระหว่างวันที่ ๒๕-๒๖ ตุลาคม ๒๕๔๙ ณ โรงแรมฮิลตัน ซึ่งอยู่ใจกลางกรุงฮานอย

การประชุมครั้งนี้ต้องถือเป็นการประชุมครั้งแรกที่จัดอย่างเต็มรูปแบบในเรื่องที่เกี่ยวกับซีเอสอาร์ หากความคิดอ่านและความรู้ของนักธุรกิจเวียดนามเกี่ยวกับเรื่องนี้ทำได้ด้อยไปกว่าที่อื่นที่จัดเรื่องซีเอสอาร์อยู่บ่อยครั้ง นักธุรกิจเวียดนามมีความกระตือรือร้นที่จะเรียนรู้ในประเด็นนี้ และเปิดเผยไม่อ้อมค้อม กล่าวพูดอภิปรายอย่างตรงไปตรงมา อาทิ ประเด็นที่เกี่ยวกับแรงงาน สภาพแวดล้อมของโรงงานและสถานประกอบการ ประเด็นซีเอสอาร์ของเขาจึงมุ่งตรงในเรื่องแรงงานและการปรับปรุงสภาพแวดล้อมของการทำงานให้ปลอดภัย ถูกสุขภาพ รวมทั้งเรื่องการจัดของเสียจากโรงงาน ส่วนซีเอสอาร์แบบบริการชุมชน ช่วยเหลือสังคม หรือการบริจาคยังไม่ใช่จุดเน้น

ที่น่าสนใจคือการทำงานระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ นั้นมีมากกว่าที่คิด อาทิ การจัดการประชุมครั้งนี้ก็เป็นการทำงานร่วมกันระหว่างเอ็นจีโอ คือแอ็คชั่นเอด ซึ่งมีบทบาทขับเคลื่อนสังคมในเรื่องปัญหาความยากจน และหอการค้าและอุตสาหกรรมเวียดนาม ซึ่งเป็นที่รวมของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และที่ก้าวหน้าไปมากกว่านั้นคือมหาวิทยาลัยและวิทยาลัยของเวียดนามมีการบรรจุหลักสูตรซีเอสอาร์ให้กับนักศึกษาในระดับปริญญาตรีได้เรียนรู้กัน ตั้งแต่ยังไม่จบออกมาทำงาน เพื่อปูพื้นฐานความเข้าใจในเรื่องนี้ ก็ขอแนะนำเรื่องที่น่านิยมของประเทศเพื่อนบ้านที่เกี่ยวกับสถานการณ์ซีเอสอาร์มาฝาก



CSR Bangchak Style

ชีเอสอาร์สไตล์บางจากฯ

Green energy
for sufficiency
economy

พลังงานสีเขียว
เพื่อเศรษฐกิจพอเพียง

บริษัทน้ำมันไทย DNA สีเขียว

ในชีวิตของแต่ละคน อาจมีมากกว่า 1 ครั้งที่มีคนอื่น (หรือบางครั้งก็อาจเป็นตัวเอง) ตั้งคำถามกับเราว่า ทำไมคุณถึงเป็นอย่างนี้? ... เป็นนิสัย เป็นความบังเอิญ เป็นความเคยชิน เป็นสิ่งที่ตอบไม่ได้ ฯลฯ คำตอบย่อมแตกต่างกันไป สำหรับแต่ละบุคคล

หากสำหรับบริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ... ความเป็น “ตัวตน” ดูจะชัดเจนและเป็นหนึ่งเดียว นั่นคือการเป็นบริษัทที่ทุกองคาพยพของการทำงาน และทุกหัวใจของบุคลากร เกี่ยวพันอย่างแนบแน่นอยู่กับ “ความรับผิดชอบต่อสังคม”

และนั่นคือเหตุผล ที่เราจะมาทำความรู้จักกับ “บางจาก” ในวันนี้



จุดต้นเริ่ม DNA สีเขียว

ว่ากันว่า ลักษณะทางกายภาพ ตลอดจนความคิดและพฤติกรรมของมนุษย์แต่

ละคนล้วนมีส่วนที่ได้รับถ่ายทอดสืบทอดมาจากบรรพบุรุษ ผ่านสายโซ่แห่งกาลเวลาในร่างกายมนุษย์ ที่เรียกขานกันว่า DNA ... “บางจาก” ก็เปรียบได้กับมนุษย์คนหนึ่งที่มีจิตวิญญาณสีเขียว

การให้คุณค่ากับสังคมและสิ่งแวดล้อม พร้อมๆ กับการสร้างธุรกิจที่แข็งแกร่ง ซึ่งปรากฏอยู่ในทุกงานของบริษัทฯ อาจเป็นผลมาจาก DNA สีเขียว ที่ฝังแน่นอยู่ในองค์กรธุรกิจแห่งนี้มากกว่า 2 ทศวรรษ

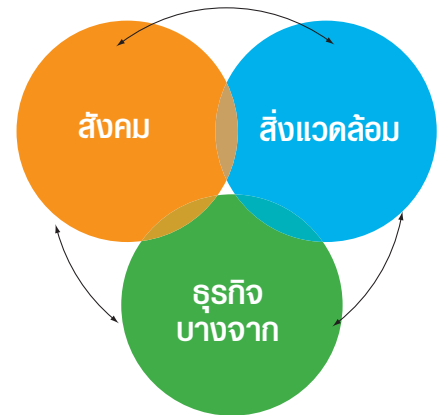
บริษัทบางจากฯ เป็นบริษัทน้ำมันของคนไทย ที่ก่อตั้งขึ้นตามมติคณะรัฐมนตรีในสมัย ฯพณฯ พลเอกเปรม ติณสูลานนท์ โดยมีเป้าหมายเพื่อเข้าดำเนินงานกิจการโรงกลั่นบางจากเดิมที่ประสบภาวะขาดทุนสะสม และได้รับมอบหมายภารกิจสำคัญในการดูแลความมั่นคงด้านพลังงาน พร้อมทั้งพัฒนาความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของคนไทย

ภายใต้ภาระดังกล่าวนี้ ทำให้บางจากกำหนดแนวทางและสร้างวัฒนธรรมของบริษัทว่า “จะพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนไปกับสิ่งแวดล้อมและสังคม” ขณะที่วัฒนธรรมของพนักงานนั้นก็ดียิ่งถือ “การเป็นคนดี มีความรู้ เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น” นี่คือจุดเริ่มต้น วัฒนธรรมชีเอสอาร์ของบางจากฯ

DNA สีเขียว สู่อุปสรรคธุรกิจบางจากฯ

จากจุดนี้เองทำให้บางจากฯ เป็นบริษัทน้ำมันที่แตกต่างจากบริษัทน้ำมันอื่นๆ ซึ่งคนไทยทุกคนสามารถสัมผัสความต่างนี้ได้อย่างเป็นรูปธรรม

นับตั้งแต่ โลกไร้รูปแบบที่มาพร้อมกับสัญลักษณ์น้ำมันเขียว ในขณะที่เมื่อ 20 กว่าปีที่แล้ว สีของบริษัทน้ำมัน คือ แดง น้ำมัน ขาว เหลืองเป็นหลัก เพราะ



วัฒนธรรมบางจาก

พัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนไปกับ
สิ่งแวดล้อมและสังคม เป็นคนดี
มีความรู้ เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น

หมายถึงพลังงาน ความมั่นคง แต่บางจากฯ เลือกจะใช้สีน้ำเงินแทนอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ขณะที่สีเขียวหมายถึงสิ่งแวดล้อมและสังคม ตามแนวทางของวัฒนธรรมการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนไปกับสิ่งแวดล้อมและสังคม” มาถึงการดำเนินธุรกิจบางจากฯ เป็นบริษัทน้ำมันของคนไทยที่ทำธุรกิจครบวงจรตั้งแต่การดำเนินธุรกิจโรงกลั่น การจำหน่ายน้ำมันสำเร็จรูปผ่านสถานีบริการน้ำมันบางจาก ซึ่งในปัจจุบันมีกว่า 1,000 แห่ง

เพราะ DNA สีเขียวซึ่งได้รับจากท่านผู้ก่อตั้ง ทำให้บางจากฯ มีบุคลิกการดำเนินธุรกิจเฉพาะตัว ไม่ซ้ำใคร เช่น

* การร่วมกับชาวบ้านสมาชิกสหกรณ์กว่า 1 ล้านครอบครัวทั่วประเทศ จัดทำปัมสหกรณ์กว่า 500 สถานีบริการมานานกว่า 10 ปี

* การคัดสรรผลิตภัณฑ์ชุมชน และสินค้าเกษตร มาเป็นของสมนาคุณให้กับผู้ใช้น้ำมันที่สถานีบริการน้ำมันบางจาก ตั้งแต่ก่อนปี 2540

หากมองลึกลงไปจะพบว่า DNA สืบทอดมาจากรุ่นพี่บางจากฯ มีอยู่ในตัวได้ก่อให้เกิดมิติใหม่ทางการตลาดในสมัยเมื่อ 10 กว่าปีที่ผ่านมามี ถ้าเป็นปั๊มทั่วไปเมื่อเติมน้ำมันในสมัยนั้นครบ 400 บาท คงได้ทิชชูหรือสินค้าอื่นๆ แต่ที่บางจากฯ กลับได้ไข่ไก่ มะนาว ขนมาจากภูมิปัญญาไทยในชุมชนต่างๆ



และที่ต่างมากคือการจัดตั้งปั๊มชุมชน คงไม่มีใครคิดว่า ชาวบ้านจะสามารถเป็นเจ้าของปั๊มน้ำมันได้ แต่เมื่อบางจากฯ ขยายตลาดค้าปลีก จึงร่วมกับสหกรณ์การเกษตรในหลายท้องที่ที่ปั๊มชุมชนขึ้น ซึ่งทำให้เกษตรกรได้ใช้น้ำมันคุณภาพดีราคาถูก และจากการเป็นสมาชิกถือหุ้นสหกรณ์ ยังทำให้เกษตรกรเหล่านั้นได้รับเงินปันผลจากการซื้อน้ำมันที่ปั๊มชุมชนของตนเอง

ปัจจุบันบางจากฯ ร่วมกับชุมชนทำปั๊มน้ำมันลักษณะนี้แล้วกว่า 500 แห่งทั่วประเทศ มีสมาชิกประมาณ 1 ล้านครัวเรือน หรือ 4 ล้านคน จากความสำเร็จในโครงการปั๊มชุมชนนี้ ส่งผลให้บางจากฯ มีเครือข่ายทางธุรกิจที่แข็งแกร่งมั่นคง

ผู้นำพลังงานทดแทน...ต่อยอดพลังงานสีเขียว

ในภาวะราคาน้ำมันที่ขึ้นสูงต่อเนื่อง บางจากฯ ในฐานะบริษัทน้ำมันของคนไทย ได้พยายามเข้ามามีส่วนร่วมช่วยบรรเทาปัญหาด้วยการสนับสนุนการผลิตและจำหน่ายพลังงานทดแทน โดยเฉพาะน้ำมันแก๊สโซฮอล์ และไบโอดีเซล ดังคำกล่าวของ ดร.อนุสรณ์ แสงนิ่มนวล

“จุดประสงค์ที่นำพลังงานทดแทนเข้ามา หลักๆ เป็นเรื่องของการช่วย



ดร.อนุสรณ์ แสงนิ่มนวล

กรรมการผู้จัดการใหญ่

บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)

“บางจากฯ เป็นบริษัทที่ไม่ใหญ่โตอะไรมาก เราภูมิใจที่ได้รับความเชื่อมั่นจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยว่าเป็นบริษัทฯ ที่มีความโดดเด่นด้านซีเอสอาร์

ต้องเรียนว่า การดำเนินกิจกรรมด้านซีเอสอาร์ของบางจากฯ ทำควบคู่กับธุรกิจเป็นสิ่งที่ได้วางเอาไว้ให้ยึดถือมาตั้งแต่ก่อตั้งบริษัทฯ เมื่อ 20 กว่าปีก่อน เราเชื่อว่าการพัฒนาธุรกิจต้องทำควบคู่ไปกับการพัฒนาสังคมและการดูแลสิ่งแวดล้อม ไม่สร้างความเดือดร้อน แต่ต้องเป็นประโยชน์

บางจากฯ เป็นโรงกลั่นน้ำมันแห่งเดียวในประเทศไทยที่ภาครัฐมีมาตรการที่ชัดเจนลดมลพิษให้น้อยกว่าโรงงานน้ำมันอื่น เช่น ซัลเฟอร์ไดออกไซด์ที่โรงกลั่นน้ำมันอื่นอาจปล่อยได้ 1,500-1,700 ppm แต่สำหรับบางจากปล่อยได้ไม่เกิน 400 ppm ซึ่งในทางปฏิบัติจริงเราปล่อยน้อยมากไม่ถึง 100 ppm ด้วยซ้ำ ที่สามารถทำได้เพราะเรามีนโยบายใช้เชื้อเพลิงสะอาด คือ แก๊ส

อย่างกับบอก บางจากฯ ไม่ใช่บริษัทใหญ่โต เราไม่มีเงินมาก ดังนั้น ซีเอสอาร์สไตล์บางจากฯ จึงเน้นการทำด้วยใจ เราใช้ทรัพยากร และความรู้ ความสามารถของพนักงานของเราให้เป็นประโยชน์กับชุมชนมากกว่าการไปบริจาคหรือให้เงิน จึงทำให้บางจากฯ สามารถทำซีเอสอาร์ได้อย่างต่อเนื่อง แม้ในช่วงที่บริษัทไม่ค่อยแข็งแรงเพราะซีเอสอาร์ที่เราทำ อยู่ในกระบวนการทางธุรกิจอยู่แล้ว ไม่ต้องลงทุนเพิ่ม”

บริษัท จะทำซีเอสอาร์ ก็ต่อเมื่อ ...



สาโรช คงคาประเสริฐสิน
Insead MBA participant,
Class of December 2006

เอ็มบีเอกับซีเอสอาร์ (ตอนที่ 2)

ต่อเนื่องจากตอนที่แล้วนะครับ ที่เกริ่นไว้ว่าจะมาเล่าประสบการณ์ที่ได้สัมผัสมาจากการเรียนเอ็มบีเอที่ INSEAD ก่อนอื่นก็ต้องแนะนำโรงเรียนกันก่อนครับ INSEAD เป็นโรงเรียนธุรกิจอยู่ในฝรั่งเศส ตั้งขึ้นตั้งแต่ปี 1957 ถึงวันนี้ก็ร่วม 50 ปีแล้วครับ ปัจจุบันมีการเปิดสอนโปรแกรม MBA, Executive MBA และระดับปริญญาเอก มีผู้เข้าร่วมโปรแกรม (participants) จาก 70 กว่าประเทศทั่วโลก ซึ่งถือว่ามากที่สุดโรงเรียนธุรกิจระดับเดียวกัน โดยเมื่อ 6 ปีก่อน INSEAD เริ่มเข้ามาเปิดแคมปัสที่สองในสิงคโปร์ ซึ่งก็ถือว่าเป็นการบุกตลาดเอเชียอย่างจริงจัง ว่าโดยเนื้อหาการสอนนั้น ทั้งสองแคมปัสไม่มีอะไรแตกต่างครับ โดยคณาจารย์จะผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนทำการสอนอยู่ทั้งสองแคมปัส และผู้เข้าร่วมเรียนก็สามารถเลือกแลกเปลี่ยนไป-มา ระหว่างทั้งสองแคมปัสได้ตลอด

ในด้านของเนื้อหาการสอนก็คงไม่แตกต่างจากโรงเรียนอื่นๆ มากนัก แต่ที่ Insead จะเน้นสไตล์การสอนแบบกรณีศึกษา (Case) คือใช้สถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในอดีตของ บริษัทต่างๆ มาเป็นจุดศึกษา ซึ่งนั่นก็หมายความว่าผู้เข้าร่วม หรือ participants จะต้องอ่าน Case และเตรียมตัวมาก่อน

ที่ชั้นเรียนจะเริ่ม และที่ไม่เรียก “ผู้เข้าร่วม” ว่า “นักศึกษา” ก็เพราะเหตุนี้นั่นเองครับ คือทุกคนถูกคาดหวังว่าจะสามารถนำประสบการณ์จากการทำงานเพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับการเรียนการสอนในชั้นได้

การเรียนการสอนในด้านซีเอสอาร์ ที่ INSEAD นั้นจะมีบรรจุอยู่ในหลักสูตรเฉพาะวิชาเลือกเท่านั้น ซึ่งก็มีอยู่วิชาหนึ่งซึ่งมีเนื้อหาค่อนข้างตรง โดยใช้ชื่อว่า Environmental Management and Corporate Responsibility in Global Economy ชื่อยาวแบบนี้ทั้งนั้นละครับแต่ละคอร์สที่โรงเรียนนี้แต่เนื้อหาที่ตรงกับชื่อยาวๆ ของมันจริงๆ โดยจุดประสงค์ของวิชาเพื่อให้ “ผู้เข้าร่วม” ได้เครื่องมือในการวิเคราะห์เพื่อที่จะทำความเข้าใจและสามารถจัดการกับความสัมพันธ์ระหว่างความยั่งยืนกับความสามารถในการทำกำไร ซึ่งในโลกแห่งความเป็นจริงนั้น ทั้งสองสิ่งนี้ไม่ได้เดินไปทางเดียวกันเสมอไป

วิชานี้สอนโดย Professor David Vogel เจ้าของหนังสือ The Market for Virtue: The Potential and Limits of Corporate Social Responsibility สไตล์การสอนก็เหมือนวิชาอื่นๆ ที่นี้ คือเน้นใช้กรณีศึกษาจริง มี “ผู้เข้าร่วม” ไม่มากนักครับ คือประมาณ 25 คนจากหลากหลายประเทศ และที่น่าแปลกใจคือส่วนใหญ่มาจากประเทศที่พัฒนาแล้ว ซึ่งต้องยอมรับว่ามีความ “ใส่ใจ” ในด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมากกว่าประเทศที่กำลังพัฒนา

กรณีศึกษาที่ใช้ล้วนเกี่ยวกับปัญหาต่างๆ ในด้าน

ซีเอสอาร์ของบรรดาบริษัทข้ามชาติไม่ว่าจะเป็น โค้กกับเรื่องปัญหาสิ่งแวดล้อม (น้ำ) ในอินเดีย และแรงงานในโคลัมเบีย มอนซานโต้ กับผลิตภัณฑ์จีเอ็มโอที่ดังไปทั่วโลก เชลล์กับปัญหาการหาวิธี “ทิ้ง” แท่นขุดเจาะน้ำมันเบรนท์สป้า บีพียอมไถ่กับการริเริ่มงานด้าน Global Climate Change ปัญหาด้านสิทธิมนุษยชนกับกรณีการสร้างท่อส่งก๊าซธรรมชาติของยูโนแคลในพม่า “การตลาดสีเขียว” ของ Patagonia

ความได้เปรียบทางการตลาด ลดต้นทุน รักษาชื่อเสียง

เรื่องฉลาก **eco-label** ของผลิตภัณฑ์จากป่าในยุโรป การร่วมมือกันระหว่างบริษัทข้ามชาติ (Starbucks) กับเอ็นจีโอในเรื่องการค้าเป็นธรรมของเมล็ดกาแฟ การออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมที่นำมาสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันของซีล็อกซ์ ซีเอสอาร์กับการพัฒนาที่ยั่งยืนในกรณีของยูนิลีเวอร์

เรียนแล้วได้อะไร? ในช่วงโมเมนต์ท้าย Professor ได้ให้ทุกคนในชั้นเรียนแสดงความคิดเห็นว่าที่เรียนมาทั้งหมดนั้นได้อะไรไปบ้าง ก่อนที่ผมจะบอกส่วนของผม อยากจะให้ไปฟังบางความคิดเห็นของเพื่อนร่วมชั้นกันก่อน

“ซีเอสอาร์อาจถูกประชดประชันว่าเป็นเครื่องมือประชาสัมพันธ์หรือเป็นการจำกัดวงของการเสียชื่อเสียงขององค์กร การทำซีเอสอาร์อาจไม่ทำให้องค์กรของคุณมีกำไรมากขึ้น แต่หากละเลย ไม่พิจารณาซีเอสอาร์อย่างจริงจัง ก็แสดงว่าคุณไม่รับผิดชอบอย่างร้ายแรง ขาวดีก็คือว่ามันไม่สำคัญเลยถ้าทำไม่องค์กรถึงหันมามีความรับผิดชอบต่อสังคม บทเรียนที่สำคัญคือ ‘เรา’ ในฐานะผู้บริโภค ถ้ามีการผนึกกำลังกันอย่างดี ก็สามารถมีผลไปถึงกิจกรรมต่างๆ ขององค์กรในรูปแบบซีเอสอาร์” ผู้เข้าร่วมชาวอเมริกัน

“การตัดสินใจซีเอสอาร์โดยใช้เกณฑ์ทางเศรษฐกิจอย่างเดียว นั้น เป็นการสรุปที่เร็วไปและบางทีไม่สมเหตุผล ประเด็นเกี่ยวกับซีเอสอาร์ ไม่ใช่ว่าจะทำหรือไม่ทำ แต่จะทำในรูปแบบใดต่างหาก และมันก็ไม่มีรูปแบบหนึ่งรูปแบบใดตายตัวเสมอสำหรับซีเอสอาร์” ผู้เข้าร่วมชาวญี่ปุ่น

“ผมได้เรียนรู้อย่างมากเกี่ยวกับความท้าทายของซีเอสอาร์

โดยเฉพาะการที่บริษัทสามารถประเมินประนีประนอม (ระหว่างกำไรกับสังคมและสิ่งแวดล้อม) ได้ในระดับหนึ่งเท่านั้น ผมชอบแนวทางการสอนที่ Professor มักชี้ให้เห็นมุมมองจากหลายๆ ด้าน ทั้งจากธุรกิจ นักลงทุน และจากเอ็นจีโอ” ผู้เข้าร่วมจากอังกฤษ

“ซีเอสอาร์อาจจะดีหรือไม่ดีต่อกำไรของบริษัทก็ได้” ผู้เข้าร่วมจากซีลี

สำหรับตัวผมเองก็เข้าใจขึ้นเยอะว่าซีเอสอาร์ ไม่ใช่ทำกันง่ายๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทมหาชนที่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์ ในกรณีของบริษัทเอกชนที่เจ้าของมีใจรักในด้านนี้

เช่น Patagonia ก็ง่ายหน่อย โดยสรุปคือในแง่เศรษฐกิจ บริษัทจะทำซีเอสอาร์ก็ต่อเมื่อ

- 1) ทำแล้วมีความได้เปรียบทางการตลาด (differentiation)
- 2) ทำเพื่อลดต้นทุน และ
- 3) ทำเพื่อรักษาชื่อเสียง และ/หรือความสามารถในการแข่งขัน

ในเรื่องนี้หากสนใจก็ลองไปอ่านต่อกันได้ในหนังสือ The Market for Virtue: The Potential and Limits of Corporate Social Responsibility ครับ

ก็คิดว่าคงเห็นภาพกันพอสมควรนะครับว่าซีเอสอาร์ไม่ใช่คำตอบสุดท้ายของทุกปัญหา ตอนนี้มีแนวโน้มความคิดใหม่ (ความจริงมีมานานแล้ว แต่เพิ่งจะเป็นที่ยอมรับ) ก็คือแนวคิดด้าน Social Enterprise ซึ่งคอนเซ็ปต์ก็คือเป็นองค์กรการกุศลที่เลี้ยงตัวได้ (Non-loss enterprise ไม่ใช่ Non-profit organization) หนึ่งในผู้ริเริ่มองค์กรประเภทนี้คือ Muhammad Yunus ก็เพิ่งได้รับรางวัลโนเบลสาขาสันติภาพไปสดๆ ร้อนๆ ถ้ามีโอกาสอาจจะได้มาเล่าให้ฟังกันครับ



SUFFICIENCY ECONOMY: TOWARDS A 'GREEN MBA' IN THAILAND?

In line with the Sufficiency Economy philosophy of H.M. the King the National Economic and Social Development Board (NESDB) is preparing a Happiness Index to balance with existing indicators of economic development. The new approach



Wolfgang Sachs

Wuppertal Institute for Climate, Environment and Energy

towards 'development' has been much inspired by discussions and exchanges between researchers, business leaders, policy makers, civil society and NGO representatives from Thailand and Bhutan. Bhutan brought its Gross National Happiness impulse to the international arena at the 1st International Conference on Gross National Happiness in Thimphu, February 2004. What seemed to be remote ideas have become center pieces of social innovation.

Business & Society reported on these unusual subjects from its inception. Corporate Social Responsibility is an important element towards changing development paradigms.

The question *Business & Society* considers

urgent now is: **how do we prepare young talents in Thailand for leadership in this new direction?**

In other parts of the world groundbreaking innovative education programmes have been launched.

One striking example of a new approach to business education is the *Green MBA* in California, a programme of the *New College* in San Francisco. Some of the highlights of the *Green MBA curriculum*, are: 'Critical Thinking For Leadership in Business Redesign; EcoCommerce Models; Managerial and Environmental Accounting; Green and Social Marketing; Ecological Economics.'

As Sufficiency Economy to a high extend is a response to globalization - a trend to be transformed to serve local needs - an educational programme at leadership level should preferably be an international co-operative effort. Such a new international educational venture in Thailand could in the first place include Asian partners like Bhutan and the Mekong countries; as well as big countries Indonesia, India and China. However partners in USA and Europe (and other continents) could be attracted to join creating a new model of leadership training towards Sufficiency Economy in its broader context.

Business & Society will offer a three days' seminar in April 2007 on Sufficiency Economy with German experts from the Wuppertal Institute and Humbolt University. Wolfgang Sachs, leading researcher on Sufficiency Economy, and Dr. Franz-Theo Gottwald will be speakers. Dr. Gottwald was the keynote speaker at the Seminar on *Green Marketing*, Chumpot Panthip auditorium, Chulalongkorn University earlier in 2006.

Towards a Green MBA?

เกษตรพันธะสัญญาเรียกร้องให้เกษตรกร ต้องปรับเปลี่ยนทั้ง “วิถี” และ “วิถี” การผลิต



จาก “เดอะ มีทริกซ์”
สู่ เกษตรพันธะสัญญา

ศจินทร์ ประชาสันดี
sajin.p@focusweb.org

หากใครเป็นแฟนภาพยนตร์ เดอะ เมทริกซ์ (The Matrix) และยังคงจำคุณนีโอ และ มอร์เฟียส ได้ดี ผู้เขียนอยากแนะนำการ์ตูนแอนิเมชันเรื่องสั้นซึ่งได้รับแรงบันดาลใจมาจากหนังเรื่องนี้ และมีชื่อคล้ายๆ กันว่า “เดอะ มีทริกซ์” (The Meatrix, Meat = เนื้อ) หาได้จาก www.themeatrix.com (ปัจจุบัน มีบรรยายพากษ์กว่า 30 ภาษา แต่น่าเสียดายที่ไม่มีภาษาไทย อย่างไรก็ตาม อาจดูเวอร์ชันที่มีบทบรรยายอังกฤษปรากฏอยู่ด้วยได้ที่ <http://www.themeatrix.com/english-subtitled/>)



“เดอะ มีทริกซ์” นำเสนอเรื่องราวการเปลี่ยนแปลงในวิธีการผลิตอาหารที่เกิดขึ้นในประเทศพัฒนา พระเอกของเรื่องคือ ลีโอ ซึ่งใช้ชีวิตไม่ต่างอะไรจากหมูทั่วไป จนได้มาพบกับ มูเฟียส ซึ่งชักชวนให้เขาเข้าไปในโลกของ มีทริกซ์

“มีทริกซ์ อยู่รอบตัวเราทั้งนั้น มันเป็นเรื่องราวที่บอกเราว่าบรรดาเนื้อสัตว์ที่เรากินนั้นมาจากไหน ฟาร์มแห่งนี้เป็นจินตนาการหนึ่งเท่านั้น เลือกแคปซูลสีฟ้า แล้วเธอยังอยู่ในโลกจินตนาการต่อไป เลือกสีแดง แล้วฉันจะบอกความจริงกับเธอ” นี่คือนิทรรศการที่มูเฟียสบอกกับลีโอ ซึ่งผลจะเป็นอย่างไร ต้องลองเข้าไปดูเองนะคะ

เกษตรพันธะสัญญา

ในประเทศพัฒนาแล้ว ฟาร์มปศุสัตว์ขนาดใหญ่ที่ทำหน้าที่ผลิตอาหารให้เราๆ ท่านๆ อย่างที่เห็นใน “เดอะ มีทริกซ์” นั้นมีให้เห็นอยู่ทั่วไป ส่วนในประเทศกำลังพัฒนาแบบบ้านเรา การผลิตอาหารในฟาร์มปศุสัตว์ตามแบบระบบอุตสาหกรรมนั้นก็เป็นแนวโน้มหนึ่งซึ่งมักสัมพันธ์ใกล้ชิดกับการที่เกษตรกรมีข้อตกลงกับบริษัทหรือที่เรียกว่า “เกษตรพันธะสัญญา”

(Contract Farming หรือบางคนเรียกว่า ตลาดข้อตกลง)

เกษตรพันธะสัญญา คือ การที่เกษตรกรและบริษัทธุรกิจการเกษตรมีข้อตกลงกันในเรื่องการรับซื้อสินค้าเกษตรไว้ล่วงหน้า โดยมีการตกลงในเงื่อนไขบางอย่างร่วมกัน เช่น ราคา ปริมาณ คุณภาพ และเวลาซื้อขาย หลายกรณี ข้อตกลงนั้นกินความรวมไปถึงการเข้าแทรกแซงในกระบวนการผลิต เช่น ต้องใช้ปัจจัยการผลิต วิธีการผลิต และเทคโนโลยีตามที่บริษัทกำหนด

ข้อดีของเกษตรพันธะสัญญานั้นได้รับการพูดถึงอยู่บ่อยครั้ง เช่น ช่วยให้เกษตรกรมีหลักประกันในการขายผลผลิตของตน มีหลักประกันในด้านราคา ได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีและความรู้ใหม่จากบริษัท ผ่านการที่เกษตรกรเข้าไปผูกโยงสัมพันธ์โดยตรงและผนวกรวมเป็นส่วนหนึ่งในห่วงโซ่การผลิตของบริษัทธุรกิจการเกษตร ดังนั้น เราจึงอาจได้ยินอยู่บ่อยครั้งว่า ‘เกษตรพันธะสัญญา’ นั้นเป็นโครงการพัฒนาอย่างหนึ่งที่ภาคธุรกิจเข้าไปมีส่วนร่วม ทำให้ชุมชนเกษตรมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

รายได้ต่ำ จะเป็นผลที่ขัดแย้งกับแนวคิดของเกษตรพันธะสัญญา

ภายใน “เดอะ มีททริกซ์”: โลกอีกใบของเกษตรกร

ในทางปฏิบัติ เกษตรพันธะสัญญายังคงมีปัญหายู้อยู่ไม่น้อย ในหลายกรณี การผนวกรวมเข้ากับธุรกิจการเกษตรอย่างแนบแน่นมากขึ้นเรียกร้องให้เกษตรกรต้องปรับเปลี่ยน ทั้ง “วิธี” และ “วิถี” การผลิตไปสู่ระบบโรงงานอุตสาหกรรมซึ่งผลิตแบบเข้มข้น (ลองดูจำนวนหมูพื้นที่ต่อหมูหนึ่งตัว และสีหน้าหมูที่อยู่ในคอกใน “เดอะ มีททริกซ์” เป็นตัวอย่าง) ผลก็คือ เกษตรกรบางคนเกิดความเครียด เพราะต้องเฝ้าสัตว์ที่ตนเลี้ยงในฟาร์มปิดตลอดเวลา ไม่มีเวลาปลีกตัวออกไปพบปะเพื่อนฝูงหรือมีชีวิตรทางสังคม เนื่องจากหากมีอะไรขัดข้องเกิดขึ้น เช่น ไฟดับ อาจทำให้สัตว์ตายได้ หรือเกษตรกรจำนวนมากมีปัญหาการสัมผัสกับสารเคมี ปวดเอว ปวดหลัง พักผ่อนไม่เพียงพอจนบางครั้งต้องยืมหลับ เป็นต้น

อำนาจการต่อรองที่ไม่เท่าเทียมกันระหว่างเกษตรกรและบริษัทธุรกิจการเกษตรเป็นปัจจัยสำคัญหนึ่งที่จะบอกเราได้ว่า เกษตรพันธะสัญญา ที่นำไปปฏิบัตินั้นมีแนวโน้มที่จะส่งผลกระทบต่อเกษตรกรในทางบวกหรือลบมากกว่ากัน เช่น เกษตรกรรายหนึ่งมีข้อตกลงกับบริษัทว่าจะผลิตเมล็ดพันธุ์พืชให้มีอัตราการงอก 80% แต่เมื่อเขาเข้าจริง การทดสอบอัตราการงอกอยู่ในความดูแลรับผิดชอบของบริษัทแต่เพียงผู้เดียว ซึ่งห้องทดลองนั้นก็ดันไปอยู่ในอีกภาคหนึ่งเสียนี้ แล้วเมื่อผลสรุปออกมาว่าอัตราการงอกน้อยกว่ากำหนด เกษตรกรก็ต้องรับค่าตอบแทนต่ำกว่าราคาประกันไปโดยปริยาย ซึ่งทำให้เกิดคำถามถึงความเชื่อถือได้ในการทดสอบ และความยุติธรรม

ต่อเกษตรกรในแง่การปฏิบัติตามสัญญา

รายได้ต่ำ จะเป็นผลที่ขัดแย้งกับแนวคิดของเกษตรพันธะสัญญา แต่สิ่งนี้ก็เกิดขึ้นจริง มีตัวอย่างของเกษตรกร

บางรายที่มีสัญญาเลี้ยงไก่กับบริษัทยักษ์ใหญ่ แต่ปรากฏว่าเมื่อหักลบกลบหนี้ทั้งหมดแล้ว รายได้สุทธิยังแตะไปไม่ถึง 2,000 บาทต่อเดือน ซึ่งหากคิดเป็นรายได้ต่อวันแล้ว ยังต่ำกว่าค่าแรงขั้นต่ำเสียอีก

ปัญหานี้สั่นอันเกิดจากการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานอุปกรณ์เพื่อรองรับการผลิตแบบเกษตรพันธะสัญญาเป็นตัวแปรหนึ่งที่สำคัญในวงจรรายรับ-รายจ่ายของเกษตรกร ในบางครั้งเงินลงทุนนั้นสูงมากถึงหลักล้าน

ขณะที่สัญญาที่เกษตรกรมีอยู่กับบริษัทนั้นมักเป็นปีต่อปี นั้นหมายถึงความเสี่ยง และความไม่แน่นอนในแง่ของการผลิตสำหรับเกษตรกร และหมายถึงภาระหนี้สินก้อนใหญ่ที่ได้กู้ยืมมาลงทุนซึ่งต้องอาศัยเวลาในการใช้คืนหลายปี นอกจากนี้เมื่อพูดถึงตัวสัญญา ยังปรากฏว่ามีเกษตรกรจำนวนมากไม่เคยเห็นหน้าตาของสัญญาด้วยซ้ำ

เบื้องลึกเบื้องหลังของเกษตรพันธะสัญญายังมีอีกหลายอย่าง ทั้งในประเด็นสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และแรงงาน ในทางทฤษฎี เกษตรพันธะสัญญาอาจจะมีประโยชน์ในแง่การสร้างความปลอดภัยระดับหนึ่งให้กับทั้งสองฝ่ายได้ แต่ในทางปฏิบัติ จะเห็นว่ากลับทำให้เกิดปัญหาหลายอย่างขึ้นมาซ้อนทับ กลายเป็นปัญหาของการพัฒนาไปอีกขั้นหนึ่งจนได้

ฉบับหน้า ติดตาม “เดอะ มีททริกซ์” อีกเวอร์ชันหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับ “เรื่อง หม่า ๆ” ของพวกเราโดยตรง



อบรมเพื่อปฏิบัติจริงด้านซีเอสอาร์



ริชาร์ด เวลด์ฟอร์ด (คนที่ 2 จากซ้าย) ผู้เชี่ยวชาญด้านซีเอสอาร์
และ Director, CSR Asia

เมื่อวันที่ 5 - 6 ตุลาคม 2549 ซีเอสอาร์ เอเชีย ร่วมกับ "Social Impact Ventures Asia" จัดอบรมเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติจริงด้านซีเอสอาร์ หัวข้อ CSR: From Idea to Action โดยมีวิทยากรคือริชาร์ด เวลด์ฟอร์ด ผู้เชี่ยวชาญด้านซีเอสอาร์ และ Director, CSR Asia รวมทั้ง อิลิน โลออน หัวหน้าสำนักงานซีเอสอาร์ เอเชีย ในสิงคโปร์

ริชาร์ดกล่าวว่า ความล้มเหลวในการทำซีเอสอาร์นั้นหลายครั้งเกิดจากการทำแบบไม่มีกลยุทธ์ กล่าวคือมีความริเริ่มที่จะทำอะไรๆ มากเกินไป แต่ไม่ได้ทำจริงสักอย่าง ผู้บริหารต้องเห็นความสำคัญของการทำซีเอสอาร์ โดยกำหนดเป็นเรื่องที่มีความสำคัญเร่งด่วนขององค์กร เขียนเป็นนโยบายที่ชัดเจน ต้องใช้เวลาและเข้ามามีส่วนร่วมด้วย ซึ่งความจริงใจและจริงจังของผู้บริหารระดับสูงนี้เองจะส่งผลให้พนักงานเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น รวมถึงการได้รับงบประมาณสนับสนุนจากคณะกรรมการและผู้ถือหุ้นด้วย

นอกจากนั้น ทุกองค์กรต้องดึงชุมชนเข้ามามีส่วนรวมในกระบวนการทำซีเอสอาร์ให้มากที่สุดเท่าที่เป็นไปได้ และควรประชาสัมพันธ์สิ่งที่ได้ทำไปยังกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างต่อเนื่อง โดยอาจจัดงานพบปะพูดคุยกับกลุ่มต่างๆ เป็นประจำ หรืออาจทำรายงานในรูปแบบต่างๆ เพื่อแสดงให้เห็นถึงความโปร่งใสในการทำงานทุกขั้นตอน ริชาร์ด ยังฝากข้อคิดแก่องค์กรที่ลังเลว่าจะทำซีเอสอาร์ดีหรือไม่ โดยตั้งเป็นคำถามให้ตอบว่า "มีใครบ้างในโลกนี้ที่อยากทำงานหรือคบค้ากับองค์กรที่ไร้ความรับผิดชอบ" 

Young Producer Award

ปลุกจิตสำนึกพัฒนาชุมชนและช่วยเหลือสังคม

บริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) และมูลนิธิรักษ์ไทย จัดโครงการประกวดสารคดีเชิงข่าวระดับนิสิตนักศึกษา หรือ Young Producer Award หัวข้อ "ผู้หญิงกับงานพัฒนา" ชิงโล่พระราชทาน สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี สารคดีข่าวที่ส่งเข้าประกวดเป็นการถ่ายทอดเรื่องราวผ่านตัวบุคคลที่เป็นนักพัฒนา และช่วยเหลือสังคม ส่งผลให้เกิดการปลุกจิตสำนึกให้แก่เยาวชนได้ตระหนักถึงความสำคัญของงานพัฒนาชุมชน และช่วยเหลือสังคมต่อไปในอนาคต ตลอดจนเป็นการเสริมสร้างความรู้ ความสามารถ และความคิดสร้างสรรค์ของเยาวชนในการผลิตสื่อสารคดีที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณชน โดยเน้น

การพัฒนาชุมชนที่ผู้หญิงมีส่วนร่วมในการทำงานให้กับสังคมในพื้นที่ห่างไกล ภายใต้โครงการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม อาทิ งานด้านอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม งานด้านเอดส์และอนามัยเจริญพันธุ์ การส่งเสริมอาชีพ และงานด้านการศึกษา รวมถึงงานช่วยเหลือผู้ประสบภัยพิบัติ ผลงานของนิสิตนักศึกษาที่ได้รับรางวัลในโครงการดังกล่าวจะถูกนำมาจัดแสดงในนิทรรศการโรดโชว์ และเผยแพร่ผ่านทางวิดีโอคอลล์ของเมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ สาขาต่างๆ ต่อไป 🌐



บรรดานักศึกษาที่ได้รับรางวัลจากการประกวด
สารคดีเชิงข่าว (Young Producer Award)

“เศรษฐกิจพอเพียง” เสริมสร้างความโปร่งใสในตลาดเสรี



ฯพณฯ โสมชาติ ปันเปี่ยมรัฐ (คนนั่งกลาง)
รองนายกรัฐมนตรี และรมว. อุตสาหกรรม

งานสัมมนาหัวข้อ “ถ้อยแถลงกับเศรษฐกิจพอเพียง” จัดโดยสมาคมผู้สื่อข่าวเศรษฐกิจ เมื่อวันที่ 25 ตุลาคม ที่ผ่านมา ได้รับเกียรติจาก ฯพณฯ โสมชาติ ปันเปี่ยมรัฐ รองนายกรัฐมนตรี และรมว. อุตสาหกรรม พร้อมด้วย ดร.ศุภวุฒิ สายเชื้อ กรรมการผู้จัดการ และประธานสายงานวิจัย บล. ภัทร จำกัด (มหาชน) มาร่วมให้มุมมองด้านปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ฐานเศรษฐกิจพอเพียงที่จะนำมาปรับใช้ในการพัฒนาประเทศ ต้องอาศัย 2 เรื่อง คือ ความรู้ และคุณธรรม การนำไปปรับใช้ในแต่ละภาคส่วนจะไม่เหมือนกันและไม่ควรเหมือนกัน ไม่มีสูตรตายตัวในระบบตลาด การดำเนินกิจการต่างๆ เพื่อให้ใกล้เคียง

ตลาดทำงานได้อย่างน้อยต้องมีคุณธรรมกำกับ หากไม่มีคุณธรรมก็จะมีเรื่องจ้องราษฎร์บังหลวง ผลประโยชน์ทับซ้อน เอื้อประโยชน์ให้พวกพ้อง ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงจะไม่ขัดกับระบบเสรีแล้ว แต่กลับเสริมให้กลไกตลาดทำงานได้อย่างโปร่งใสขึ้น ผู้บริโภคได้ประโยชน์ ประเทศมีประสิทธิภาพ 🌐

Books



1

หันหน้าเข้าหากัน (TURNING TO ONE ANOTHER)

ด้วยหน้าปกเก่าอีกกลับหัว หันเข้าหากัน ขวนให้นึกถึงเรื่องราวที่ปรากฏอยู่ในเล่ม มาร์กาเร็ต วิทเลย์ ผู้เขียนได้นำพาให้ผู้อ่านตรวจสอบความคิดและประสบการณ์ของตนเอง โดยชี้ให้ผู้อ่านเห็น คุณประโยชน์สำคัญของการหันหน้าพูดจากันอย่างเรียบง่าย

ผู้เขียนอาศัยประสบการณ์ที่เป็นที่ปรึกษาองค์กรต่างๆ ทั้งองค์กรรัฐและเอกชน ตลอดจนทำงาน สร้างสรรค์การสนทนาในบริษัท รวมทั้งในหมู่บ้านเล็กๆ ในแอฟริกา เธอค้นพบว่าการเปลี่ยนแปลง สำคัญที่ส่งผลต่อมนุษย์ในวงกว้าง บ่อยครั้งเริ่มต้นจากการที่คนสองสามคน เริ่มพูดคุยกันถึงความหวัง และความหวาดกลัวของพวกเขา และเริ่มแลกเปลี่ยนความคิดเห็น อาศัยการสนทนาอย่างง่ายๆ นี้เอง พวกเขาจึงค้นพบทางออก และหนทางที่จะเดินร่วมกัน เธอเชื่อว่าเราสามารถเปลี่ยนแปลงโลกได้ ถ้าเรา เริ่มกลับมาสนใจที่จะรับฟังกันและกันอีกครั้ง พูดคุยและรับฟังกันอย่างง่าย ๆ จริงจังและจริงจังต่อกัน ซึ่งเป็นเวทีให้เราแต่ละคนได้พูด ได้แสดงออกถึงความรู้สึกนึกคิดของเรา และมั่นใจว่าเสียงของเรา จะเป็นที่ได้ยินเสมอ เมื่อเราต่างได้ยินได้ฟังกันและกัน

หนังสือเล่มนี้ได้รับการถ่ายทอดออกมาเป็นภาษาไทยโดยบุลยา และพจนา จันทรสันติ น่าจะเป็น ของขวัญช่วงเทศกาลปีใหม่ ที่ถูกใจทั้งผู้ให้และผู้รับ ท่านสามารถสั่งซื้อหนังสือ “หันหน้าเข้าหากัน” ได้ที่บริษัท สวนเงินมีมา จำกัด โทรศัพท์ 0-2622-0955

มาร์กาเร็ต เจ. วิทลีย์ เขียน / บุลยา แปล / พิมพ์ครั้งที่ 1 / ราคาปก 190 บาท
แนะนำหนังสือ โดย สมพล ชัยศิริโรจน์ shambalachai@gmail.com



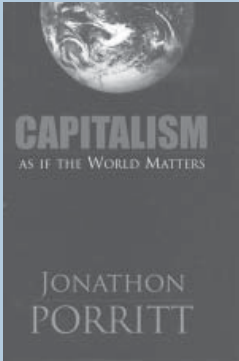
2

การพัฒนาที่ยั่งยืน (SUSTAINABLE DEVELOPMENT)

หนังสือเล่มนี้ให้ความกระจ่างของการพัฒนาที่ยั่งยืนแบบรอบด้าน ทั้งการพัฒนาด้านโลกและการ พัฒนาในสังคมไทย โดยกล่าวย้อนไปตั้งแต่จุดเริ่มของการพัฒนาเมื่อครั้งยังไม่มีคำว่า “ยั่งยืน” พ่วง ท้าย จนถึงจุดเปลี่ยนที่ทำให้ผู้คนเริ่มตระหนักถึงปัญหาจากการพัฒนาในรูปแบบเดิมนำมาสู่การสร้าง นิยามและแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน ท้ายที่สุด ความยั่งยืนแห่งการพัฒนาที่อยู่ที่ “ความประพฤติ ของมนุษย์” ที่ไม่เป็นไปในทางเบียดเบียนโลกและสรรพชีวิตที่อาศัยอยู่ในสังคมเดียวกันหนังสือเล่มนี้ อธิบายทั้งการพัฒนาที่ยั่งยืนตามแนวพุทธศาสนา และการอธิบายหลักธรรมทางพุทธศาสนาตามแนว การพัฒนาที่ยั่งยืน ที่เข้าใจง่ายและมองเห็นความเชื่อมโยงแห่งข้อธรรมกับความจริงในสังคมอย่าง ชัดเจน ทั้งยังกระตุ้นให้เราได้สำนึกว่า หาก “ความเห็นแก่ตัวของมนุษย์” ไม่ได้รับการขัดเกลา สิ่งที เรียกว่าการพัฒนา ก็เป็นเพียงความโง่เขลา ที่จะนำพาทั้งตัวเราและสังคมไปสู่หายนะที่ยั่งยืน

เขียนโดย พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตฺโต) / สำนักพิมพ์มูลนิธิโกมลคีมทอง /
พิมพ์ครั้งที่ 10 / 260 หน้า / ราคา 180 บาท

Books



3

CAPITALISM AS IF THE WORLD MATTERS

A thorough study on the 'new capitalism' by the former Co-chair of the Green Party in England and at present Co-founder and Programme Director of *Forum of the Future*. In the book (324 pages) the notion of capital has been broadened to Natural Capital, Human Capital, Social Capital, Manufactured Capital and Financial Capital. Porritt promotes *sustainable development as opportunity* rather than *sustainable development as constraint*. The author quotes Paul Ekins, a fellow pioneer of the new economy, on **sufficiency**: '... arise from a perception that sufficiency in consumption permits a greater emphasis to be placed on other aspects of human experience, which are actually more personally awarding and fulfilling than consumption.' Although Porritt's final conclusion points at a *politics of interdependence* he remarkably does not link with any Asian thought. Maybe the next step towards a new world economy has to be induced from the East?

www.forumforthefuture.org.uk

Jonathon Porritt / Earthscan, 2005 / ISBN 1-84407-192-8

Websites



1

<http://www.trrm.org/>

มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ (บขท.) เป็นองค์กรพัฒนาเอกชนแห่งแรกในประเทศไทย ก่อตั้งเมื่อ พ.ศ. 2510 โดยมี ศ.ดร.ป๋วย อึ๊งภากรณ์ ตำแหน่งในขณะนั้น คือ ผู้ว่าการธนาคารแห่งประเทศไทย เป็นผู้นำในการก่อตั้งร่วมกับบุคคลในวงราชการ และธุรกิจเอกชน ด้วยความมุ่งมั่นที่จะรวบรวมและประสานความคิด กำลังใจ กำลังใจ และทรัพยากร พัฒนาให้ชาวชนบทไทยมีสภาพความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น บนฐานของปรัชญาปฏิบัติแห่งการทำงานพัฒนา คือ ให้ความสำคัญกับผลประโยชน์และการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นหลัก



2

www.iso.org/wgsr

This website on ISO 26000 makes all documents on the social responsibility standard available. More instructive than www.iso.org/sr. Especially the ready made presentations under the Communication Committee are very concise and transparent.

Calendar

ปฏิทิน

CALENDAR OF EVENTS

2006-2007



18-19 December

Practical Approaches to Corporate Social Responsibility

The Asia Business Forum
Conrad Hotel Bangkok
Tel: 02 - 254 8321-4

December

15-28 January

Eco-leadership Training

Jane Hera (U.K.)

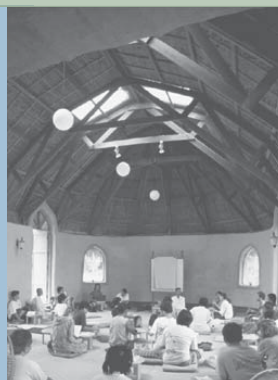
**Permaculture, Eco-management, Mentoring
and Deep Ecology**

Wongsanit Ashram, Ongharak, Nakorn Nayok

Tel: 037 - 333 183

ashram@semsikkha.org

www.semsikkha.org



2007

January



Reino Fridh

Formerly IKEA

Chairman SVN Europe

26 January

09.00-12.00

Multi-stakeholder engagement

Dialogue with CSR expert from Sweden on his way
to Australia for the ISO 26000 conference

College of Innovation, Thammasat University

Anekprasong Building 7th Floor

Information and registration: hans@suan-spirit.com

January

19 - 21 April

Sufficiency Economy

Thai-German workshop and public meeting with
international experts Wolfgang Sachs, Gerhard Scherhorn
(Wuppertal Institute for Climate, Environment and Energy)
and Franz-Theo Gottwald (Humbolt University)

Information: businessandsociety@suan-spirit.com



Wolfgang Sachs

April



4-6 June

UNESCAP

3rd Green Growth Policy Dialogue

Green Business: Environment as a Business Opportunity
Bangkok

Information: Wisoot Tantanin tantinan@un.org

June