



**การศึกษาแนวทาง รูปแบบการสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรม  
ขององค์กรธุรกิจเอกชนในประเทศไทย**

**Corporate Social Responsibility in Private Organization for  
Supporting the cultural Activities**

**วีระชัย วีระจันทะชาติ**

---

งานศึกษานี้ได้รับเงินอุดหนุนจาก  
สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงวัฒนธรรม  
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๑

การศึกษาแนวทาง รูปแบบการสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรม  
ขององค์กรธุรกิจภาคเอกชนในประเทศไทย

Corporate Social Responsibility in Private Organization for  
Supporting the cultural Activities.

วีระชัย วีระดั้นทะชาติ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจาก  
สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงวัฒนธรรม  
ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๑

## บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

โครงการศึกษาแนวทาง รูปแบบการสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรมขององค์กรธุรกิจเอกชน ในประเทศไทย เกิดขึ้นสืบเนื่องจากสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ ต้องการจัดหา แนวทางประสานความร่วมมือให้องค์กรธุรกิจเอกชนที่ทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) สร้างเสริมและขยายผลสู่รูปแบบการสนับสนุนงานด้าน วัฒนธรรมของสภาวัฒนธรรมหรือองค์กรชุมชนด้านวัฒนธรรม ด้วยการทำงานแบบมีส่วนร่วมของ ประชาชน ชุมชน และองค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อสร้างจิตสำนึกต่อการร่วมคิด ร่วม ดำเนินการ ร่วมรับผิดชอบ ร่วมรับประโยชน์ และความภาคภูมิใจ ภายใต้การสนับสนุนจาก กระทรวงและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

วัตถุประสงค์ของการศึกษาแนวทาง รูปแบบ การสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรมขององค์กร ธุรกิจเอกชนในประเทศไทย ได้แก่ ๑) ศึกษาสถานการณ์การดำเนินงานขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคม ทั้ง แรงจูงใจ รูปแบบ และแนวทางการสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรมและงานทางสังคม และ ๒) ศึกษา รูปแบบและแนวทางการสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรมขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคม ซึ่งมี สาระสำคัญพอสรุปได้ดังนี้

ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจเอกชน (Corporate Social Responsibility : CSR) มีหลากหลายความหมายทั้งในระดับสากลและในประเทศไทย ซึ่งใน ที่นี้หมายถึง “การบริหารจัดการที่เป็นการปกป้องและปรับปรุงสวัสดิการของสังคมโดยรวม และ ผลประโยชน์ขององค์กร ซึ่งต้องบริหารองค์กรโดยมุ่งผลสัมฤทธิ์ด้านสังคมเท่าๆ กับผลสัมฤทธิ์ตาม วัตถุประสงค์องค์กร”

ความเป็นมาของ CSR เริ่มจากแนวคิด “การพัฒนาที่ยั่งยืน” ที่ชอบขำงานครอบคลุม ถึงภาคธุรกิจ ภาคสังคม และภาครัฐ ทั้งระดับโลกและในประเทศไทย ต้องตระหนักถึงการพัฒนา ต้องเป็นไปอย่างสมดุล สำหรับองค์กรธุรกิจภาคเอกชนจะยึดหลักการ ๑๐ ประการของภาคธุรกิจ ที่เป็นพลเมืองที่ดี ได้แก่ ๑) เคารพสิทธิมนุษยชน ๒) ไม่ละเมิดสิทธิมนุษยชนในธุรกิจของตน ๓) สนับสนุนการรวมกลุ่มแรงงาน ๔) จัดรูปแบบการบังคับใช้แรงงาน ๕) ยกเลิกการใช้แรงงาน เด็ก ๖) จัดการเลือกปฏิบัติการจ้างงาน-อาชีพ ๗) พิทักษ์สิ่งแวดล้อม ๘) จัดกิจกรรมส่งเสริม ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ๙) พัฒนาเทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และ ๑๐)ต่อต้าน คอร์รัปชัน

## ผลการศึกษา

### ทิศทาง CSR ขององค์กรธุรกิจเอกชน

ทิศทางองค์กรธุรกิจเอกชนคงดำเนินการสนับสนุนงานทางสังคมและงานวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง เพิ่มขึ้น และต้องก่อให้เกิดสิ่งที่ดีงาม ไม่เป็นโทษ สามารถพัฒนาการที่ดีต่อไป โดยมีจุดมุ่งสู่มาตรฐานเป็นองค์กรธรรมาภิบาล ซึ่งพอสรุปได้เป็น ๒ รูปแบบ ได้แก่

๑. รูปแบบตามความสัมพันธ์กับสังคม แบ่งเป็น ๓ รูปแบบย่อย ได้แก่
  - ❖ ความสัมพันธ์ภายในองค์กรธุรกิจกับสังคมใกล้ หมายถึง องค์กรธุรกิจมีการจัดการภายในที่ดีในองค์กร รวมถึงการมีส่วนร่วมทำงานกับชุมชนใกล้ที่ตั้งองค์กร
  - ❖ ความสัมพันธ์ภายในองค์กรธุรกิจกับสังคมไกล หมายถึง องค์กรธุรกิจมีการจัดการภายในที่ดีภายในองค์กร รวมถึงการมีกิจกรรมร่วมมือกับสังคมในวงกว้าง หรือชุมชนที่อยู่ห่างไกล
  - ❖ ความสัมพันธ์ภายในองค์กรธุรกิจกับสังคมใกล้และสังคมไกล หมายถึง องค์กรธุรกิจมีการจัดการที่ดีภายในองค์กรและมีกิจกรรมร่วมมือกับชุมชนที่อยู่ใกล้ที่ตั้งองค์กร และสังคมในวงกว้าง หรือชุมชนที่อยู่ห่างไกลออกไป
๒. รูปแบบตามบทบาทขององค์กรธุรกิจเอกชน แบ่งออกเป็น ๓ รูปแบบย่อย ได้แก่
  - ❖ กิจกรรมเพื่อสังคม หมายถึง องค์กรธุรกิจจัดสรรงบประมาณหรือความช่วยเหลือ อื่นใด สนับสนุนงานทางสังคม โดยไม่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตหลักขององค์กร
  - ❖ ธุรกิจเพื่อสังคม หมายถึง องค์กรธุรกิจที่ตระหนักต่อการผลิต กระบวนการผลิต สินค้าและบริการ ที่ดี มีคุณภาพ ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม
  - ❖ กิจกรรมเพื่อสังคม หมายถึง องค์กรธุรกิจได้จัดตั้งมูลนิธิหรือหน่วยงานที่ทำหน้าที่ทางสังคมโดยตรง

## ประเภทการสนับสนุนขององค์กรธุรกิจเอกชน

การสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรม ส่วนใหญ่องค์กรธุรกิจเอกชนให้ความสนใจ ตามกรอบวัฒนธรรมของโครงการวัฒนธรรมสายใยชุมชน ตามลำดับความสำคัญดังนี้ ๑) คลังสมองและภูมิปัญญาท้องถิ่น ๒) การส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม ๓) ลานวัฒนธรรม ๔) การส่งเสริมอาชีพด้านศิลปวัฒนธรรม ๕) สารสนเทศและห้องสมุดประชาชน และ ๖) พิพิธภัณฑ์พื้นบ้าน ซึ่งประเภทวัฒนธรรมตามกรอบนี้ สามารถเชื่อมโยงงาน CSR ได้เพียงแต่สภาวัฒนธรรมหรือองค์กรชุมชนด้านวัฒนธรรม ซึ่งเป็นองค์กรภาคประชาชน ทำงานด้านวัฒนธรรมด้วยจิตใจอาสาสมัคร มุ่งมั่น เพื่อการอนุรักษ์ พื้นฟู วัฒนธรรม ต้องได้รับการขีดความสามารถ ทักษะการจัดการองค์กร โดยเฉพาะการพัฒนากิจกรรมวัฒนธรรม ได้เชื่อมโยงกับกระแสการพัฒนา CSR และการประสานงานกับหน่วยงานธุรกิจเอกชนภายนอก

## แนวทาง

แนวทางการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรชุมชนด้านวัฒนธรรมกับองค์กรธุรกิจเอกชน ประกอบด้วย ๙ แนวทาง ได้แก่ ๑) สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด สภาวัฒนธรรมและเครือข่าย ควรจัดประชุมวางแผนยุทธศาสตร์วัฒนธรรมของจังหวัด ร่วมกับองค์กรธุรกิจเอกชนในระดับพื้นที่และนอกพื้นที่ล่วงหน้า เป็นระยะเวลาานพอสมควร อย่างน้อย ๑ ปี เพื่อการเตรียมการล่วงหน้า ๒) สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด สภาวัฒนธรรมและเครือข่าย ควรจัดทำเป็นโครงการหรือกิจกรรมด้านวัฒนธรรมที่สะท้อนเอกลักษณ์ของท้องถิ่น และสามารถเชื่อมโยงกับกระแสการสนับสนุนขององค์กรธุรกิจเอกชน ทั้งนี้ต้องเป็นโครงการระยะเวลา ๑ - ๒ ปี มีความต่อเนื่องและก่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน ๓) สภาวัฒนธรรมและเครือข่ายต้องสืบค้น ปรัชญา รูปแบบ แนวทาง วิธีการให้การสนับสนุนขององค์กรธุรกิจเอกชน ๔) สร้างข้อตกลงร่วมในการทำงานแบบมีส่วนร่วม ทั้งภายในชุมชนเองและภายในชุมชนกับองค์กรธุรกิจเอกชน ตลอดจนมี การจัดเวทีการเรียนรู้ร่วมกันเป็นระยะๆ ๕) การรณรงค์ เผยแพร่วัฒนธรรม เป็นกิจกรรมที่เสริมคุณค่าทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ ๖) สร้างบรรยากาศการทำงานเป็นของ “พวกเรา” ๗) เสริมสร้างเครือข่ายวัฒนธรรมให้กว้างขวาง มีกิจกรรมต่อเนื่องและเป็นที่ยอมรับของสังคม ๘) สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด ควรมีบทบาทสนับสนุนด้านข้อมูลวิชาการ และการจัดกระบวนการเรียนรู้ และ ๙) ควรมีการพัฒนาการจัดการร่วมกันให้มีประสิทธิภาพ

## ข้อเสนอแนะ

๑. สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ ควรจัดทำทำเนียบขององค์กรธุรกิจเอกชน โดยเชื่อมโยงกับองค์กร เครือข่าย CSR ของภาคเอกชนหรือภาคราชการ ของกระทรวงการ พัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ตลอดจนเป็นผู้เอื้ออำนวยให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ แนวคิด หลักการ กระบวนการทำงานร่วมเพื่องานวัฒนธรรมและการพัฒนาที่ยั่งยืน ขณะเดียวกันก็ เผยแพร่ทำเนียบสภาวัฒนธรรมให้องค์กรธุรกิจเอกชนได้รับทราบ

๒. สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติและสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด ควรเป็น เจ้าภาพหลัก การพัฒนาศักยภาพสภาวัฒนธรรมทุกระดับ ในด้านการบริหารองค์กรแบบ อาสาสมัคร และการประสานงานกับองค์กรภายนอก

๓. สภาวัฒนธรรมและองค์กรธุรกิจเอกชน ควรมีการจัดทำเป็นแผนงาน โครงการนำร่อง ที่เป็นโครงการไม่ใหญ่นัก แต่ให้มีความต่อเนื่อง ๑ – ๓ ปี โดยสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเป็นผู้ เอื้ออำนวย

๔. สำนักงานวัฒนธรรมแห่งชาติ ควรพิจารณาแนวทาง ช่องทางการลดหย่อนภาษี สำหรับองค์กรธุรกิจเอกชนในการสนับสนุนงานวัฒนธรรม โดยเฉพาะการส่งเสริมการศึกษา ในสถาบันการศึกษา พิพิธภัณฑสถาน ที่ควรนิยามขยายความหมายครอบคลุมถึงการศึกษา พิพิธภัณฑสถานของชุมชนด้วย

๕. สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ ควรประกาศให้ค้ายกย่ององค์กรธุรกิจ ภาคเอกชน ที่สนับสนุนงานวัฒนธรรมเป็นอย่างดีโดยตลอด

## Abstract

The research project in the appropriate approach and model of cultural activity supports to business corporate in Thailand was originated from the Office of National Cultural Committee that is searching for appropriate direction of collaboration with private corporate undertaking Corporate Social Responsibility (CRS) activities. It is also intended for this study to help strengthen and improve the model of cultural activity supports of the Council of Cultural Affairs or community organizations involving in cultural promotion activities through participatory approach that involves all concerned parties, including general public, community, and related organizations from both government and private sectors. Through this process, the effort of awareness and consciousness raising in working cooperatively; i.e., co-planning, co-implementation, shared responsibility, shared benefit, and shared feeling of pride and dignity will be achieved under the support from the ministry and other organizations involved.

**The objectives of this research project** are following: 1) to examine the existing approach and model of cultural activity support of the private business sector; 2) to integrate the cultural work of the private business corporate with those of community organizations. The essentials are summarized as follows:

**The definitions of CSR** are diverse in many levels of interpretation both international and national levels. In this particular study, CSR means the management practice that protect and improve the benefits of the society as a whole, as well as the benefits of the corporate. In the final analysis, the executive management has to administer in good faith to achieve beneficial results for the society and the corporate equally.

CSR was originated from the concept of “sustainable development,” which encompasses the work of all sectors, including the private, civil society sector, and government sector both at global and local levels that requires the consciousness of balanced development. In order to achieve development in balance, the business/corporate sectors should consider the ten most important concepts of being a good citizen corporate as follows:

- 1) Respect all human rights

- 2) Will not violate human rights in their business practice
- 3) Promote the labor union and movement
- 4) Remove all negative practices impose on labor
- 5) Will not participate in child labor
- 6) Eliminate the practice of employment and profession discrimination
- 7) Protects the environment (at all cost) in all business practices
- 8) Promote activities that are environmentally responsible
- 9) Develop environmental friendly technologies
- 10) Anti corruption practices

Corporations and other private business sectors in Thailand have been continually practicing various ways of merit making and giving donations. They can be distinguished into two major models:

1. Relationship Model which comprises of 3 different sub-models as follows:

- ❖ Relationship within the corporation and with the surrounding community. That is to say that the executive management has established good management practices within the corporation, including the participation in community activities in the surrounding communities.
- ❖ Relationship within the corporation and with a wider circle of community out-reach. This means the corporate has established good management practices within the organization, including the participation in community activities with a wider circle of society or those communities of farther beyond.
- ❖ Relationship within the corporation and with the communities near and far. After the executive management has demonstrated the good management practices within the corporation, and has extended cooperation in community activities in surrounding communities as well as in a wider circle of society or in those communities of farther beyond.

2. Corporate Role Model comprising 3 different sub-models as follows:

- ❖ Activity for the social causes, which means the corporation has allocated specific budget to help and support community activities for social causes without any main agenda of the corporation.
- ❖ Business for social causes, which means the corporation is aware of the production process to achieve good products and services with quality and without any negative impact to the environment and society.
- ❖ Services for the society that means the corporation has established a specific foundation or unit to work directly on the social causes.

In relation to the type of supports to cultural activity, most of the private business corporate are interested in activities related to Community Culture Preservation Project with priority given to the following: 1) brain bank and local knowledge and wisdom, 2) promotion of ethic values and morals, 3) organized activity in an open space for public cultural activity and forum, 4) promotion of cultural occupation, 5) information center and public library, and 6) museum of the local collections. Therefore, these support works will easily connect the CSR to the cultural work, only if the Council of the Cultural Affairs and the local community cultural organizations, that have continually been working dedicatedly on a voluntary basis in cultural restoration and preservation, must be strengthened in various aspects of organizational management. Specifically, these community organizations should be strengthen in the area of cultural activity development and planning in connection with CRS development trend and in collaboration with external private business corporate.

Collaborative working approach between the Council of the Cultural Affairs or local community cultural organizations and the private business corporate can be identified as follows:

1. Provincial Cultural Office should be the major provider and the facilitator in organizing a series of strategic planning workshop for the Council of the Cultural

Affairs, the local community cultural organizations, and the private business corporate both at the field level and other levels to jointly develop the strategic plan for collaboration for a duration of at least one year.

2. The Council of the Cultural Affairs or the local Community Cultural Organizations should provide opportunity for the private business corporate that practices CSR to be a member of a working group on certain level. Prior to such undertaking, the Council of the Cultural Affairs and the local Community Cultural Organization should do some research of basic data of each potential corporate on its CSR philosophy, principle, its CSR model and process. Only when such assessment is done, an internal meeting of the Council should be organized to consider whether or not to involve them in the working group, including what type of activity and in what role.

At the same time, the private business corporates usually will send their staffs to do a field survey of local community organizations in order to assess their capability/potential, limitation, and needs as well as the appropriate role of the corporate in responding to those needs so as to promote mutual benefits.

3. The Council of the Cultural Affairs or local community organizations should employ participatory approach from the beginning stage to identify issue and trend of cultural activities that are viable for development and linked with the mainstream or the trend of supports to CSR work of private business corporate. Throughout the collaborative working processes, each and every organization or individual will perform responsible role according to the individual organization's capability in the manner that is transparent and with respect to each other. Following the completion of significant collaborative interventions, different forums will be organized for all involved to exchange experience and lessons learned for adjustment of further collaboration.

**Recommendations** are the following:

1. The Office of the National Cultural Committee should develop a directory of private business corporate in conjunction with organization in the CSR network of both private and government sectors, especially those within the Ministry of Social

and Human Stability Development. In addition, the Office of the National Cultural Committee should facilitate the creation of the knowledge and experience sharing processes/forums in the areas of the concept, principle, and processes of collaborative working approach for cultural supports and sustainable development. Furthermore, the Office of the National Cultural Committee should also distribute the directory that had been developed to various private business corporations.

2. The Office of the National Cultural Committee and the Provincial Cultural Office should be the main host in providing capacity building for the Council of Cultural Affairs in every level. The focus areas of capacity building are voluntary organization management, and coordination with external organizations.
3. In providing supports to corporate CRS activities, the Office of the National Cultural Committee should examine ways and channels for the tax reduction or exemption (tax incentive) for the CSR group, especially those that are involving in educational framework in the academic institutions, museums, of which the definition should be expanded to cover the education and local community museum. In addition, there should be the announcement for public recognition of the corporate's CSR efforts that continually support the cultural works at their best always.

## บทคัดย่อ

โครงการศึกษาแนวทาง รูปแบบการสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรมขององค์กรธุรกิจเอกชนในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อ ๑) ศึกษาสถานการณ์การดำเนินงานขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคม ทั้งแรงจูงใจ รูปแบบ และแนวทางการสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรมและงานทางสังคม และ ๒) ศึกษา รูปแบบและแนวทางการสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรมขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคม แหล่งข้อมูลที่ศึกษา เป็นองค์กรธุรกิจเอกชน จำนวน ๓ กลุ่ม ได้แก่ องค์กรธุรกิจเอกชนในตลาดหลักทรัพย์ ๑๐ องค์กร องค์กรธุรกิจเอกชนนอกตลาดหลักทรัพย์ ๑๐ องค์กร และองค์กรธุรกิจเอกชนในภูมิภาค ๑๐ องค์กร รวมผู้ให้สัมภาษณ์ ๓๙ ท่าน ทั้งนี้การศึกษาใช้วิธีการทบทวนวรรณกรรม การสัมภาษณ์ระดับลึก การสัมภาษณ์กลุ่ม และการนำเสนอผลการศึกษา ซึ่งสรุปผลการศึกษาดังนี้

ทิศทางองค์กรธุรกิจเอกชนในประเทศไทย คงดำเนินการสนับสนุนงานทางสังคมและงานวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่องเพิ่มขึ้น และต้องก่อให้เกิดสิ่งที่ดีงาม ไม่เป็นโทษ สามารถพัฒนาการทำได้ต่อไป โดยมีจุดมุ่งสู่มาตรฐาน (ISO๒๖๐๐๐) เป็นองค์กรบรรณาภิบาล

รูปแบบการสนับสนุน ประกอบด้วย ๓ รูปแบบย่อย ได้แก่ ๑) กิจกรรมเพื่อสังคม ซึ่งหมายถึง องค์กรธุรกิจเอกชนจัดสรรงบประมาณหรือความช่วยเหลืออื่นใด สนับสนุนงานทางสังคม โดยไม่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิต ๒) ธุรกิจเพื่อสังคม หมายถึง องค์กรธุรกิจเอกชนตระหนักต่อการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ และ ๓) กิจกรรมเพื่อสังคม หมายถึง องค์กรธุรกิจเอกชนได้จัดตั้งมูลนิธิ ทำหน้าที่ทางสังคม

แนวทางการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กร/ชุมชนด้านวัฒนธรรมกับองค์กรธุรกิจเอกชน ประกอบด้วย ๙ แนวทาง ได้แก่ ๑) สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด สภาวัฒนธรรมและเครือข่ายวัฒนธรรม ควรมีการวางแผน ยุทธศาสตร์งานวัฒนธรรมจังหวัด ๒) ร่วมจัดทำโครงการที่สะท้อนเอกลักษณ์ท้องถิ่น ๓) สภาวัฒนธรรมและเครือข่ายต้องสืบค้นรูปแบบและวิธีการสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรมขององค์กรธุรกิจเอกชน ๔) สร้างข้อตกลงร่วมในการทำงานแบบมีส่วนร่วม ๕) การรณรงค์เผยแพร่ต้องเป็นคุณค่าทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ ๖) ส่งเสริมการทำงานในบรรยากาศเป็นของ “พวกเรา” ๗) เสริมสร้างเครือข่ายวัฒนธรรมให้กว้างขวางต่อเนื่องเป็นที่ยอมรับ ๘) สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดควรมีบทบาทสนับสนุนงานวิชาการ การจัดการกระบวนการเรียนรู้ และ ๙) ควรมีการพัฒนาการจัดการร่วมกันให้มีประสิทธิภาพ

## คำนำ

โครงการศึกษาแนวทาง รูปแบบ การสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรมขององค์กรธุรกิจภาคเอกชนในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบ แนวทาง การสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรมขององค์กรธุรกิจ เพื่อนำสู่การเสริม ขยาย พัฒนากิจกรรมด้านวัฒนธรรมสำหรับองค์กรธุรกิจภาคเอกชน โดยเฉพาะการเสริมศักยภาพกลไกระดับท้องถิ่น ได้แก่ สภาวัฒนธรรม หรือองค์กรธุรกิจด้านงานวัฒนธรรมให้เป็นเครือข่ายการทำงานร่วมกันอย่างจริงจัง ต่อเนื่อง สอดคล้องกับนิยามของ CSR ที่ต้องการให้เกิดการพัฒนาแบบยั่งยืน สมดุลในทุกภาคส่วน

รายงานฉบับนี้ สำเร็จตามเป้าหมายด้วยดี ด้วยการสนับสนุน ช่วยเหลือ และการให้ความร่วมมือถ่ายทอดข้อมูลอย่างตรงไปตรงมาขององค์กรธุรกิจเอกชน สภาวัฒนธรรมทุกระดับ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด และโดยเฉพาะกลุ่มงานวิจัยวัฒนธรรมของ สวช. จึงขอขอบพระคุณทุกท่านมาพร้อมกันนี้

วีระชัย วีระดันทะชาติ

(หัวหน้าทีมศึกษา)

# สารบัญ

	หน้า
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ก
Abstract	จ
บทคัดย่อ	ญ
คำนำ	ฎ
สารบัญ	ฏ
บทที่ ๑ บทนำ	๑
- ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	๑
- วัตถุประสงค์ของการวิจัย	๓
- ขอบเขตของการศึกษา	๓
บทที่ ๒ การทบทวนวรรณกรรม	๗
- นิยามความหมายและกระบวนการสนับสนุนและพัฒนาการดำเนินงานด้าน “ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจภาคเอกชน	๗
- สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติกับความต้องการให้องค์กรธุรกิจเอกชนมี ส่วนร่วมพัฒนาด้านวัฒนธรรม	๒๔
บทที่ ๓ มาตรการการลดหย่อนภาษีของกระทรวงการคลังต่อการส่งเสริมงานเพื่อสังคม	๒๘
- การหักลดหย่อนเงินบริจาค หรือการหักค่าใช้จ่ายนิติบุคคล	๒๘
บทที่ ๔ วิธีดำเนินการศึกษา	๓๗
- แหล่งข้อมูล	๓๗
- ขั้นตอนการศึกษา	๓๗
บทที่ ๕ ผลการศึกษา	๔๒
- สถานการณ์ทั่วไป	๔๒
- แรงจูงใจหรือแรงบันดาลใจต่อการสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรม/งานทางด้านสังคม	๔๓
- รูปแบบและแนวทางการสนับสนุนขององค์กรธุรกิจเอกชน	๔๕
- การจำแนกรูปแบบ CSR และวิธีการสนับสนุนขององค์กรธุรกิจ	๕๑
- กระบวนการ ขั้นตอนการสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรม	๕๒
- ทิศทางการสนับสนุนในอนาคตสำหรับงานด้านวัฒนธรรม	๕๙
- ข้อมูลเกี่ยวกับสภาวัฒนธรรม	๖๓

# สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ ๖ สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ</b>	๗๒
- รูปแบบการสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรม ขององค์กรธุรกิจเอกชน	๗๒
- แนวทางการสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรม และงานทางสังคม	๗๔
- ทิศทางองค์กรธุรกิจเอกชนกับการสนับสนุนงานด้านสังคมและวัฒนธรรม	๗๗
- สำนักงานคณะกรรมการงานวัฒนธรรมแห่งชาติกับความต้องการให้องค์กรธุรกิจ เอกชน มีส่วนร่วมพัฒนาด้านวัฒนธรรม	๘๐
- แนวทางการประสานความร่วมมือขององค์กรธุรกิจเอกชนกับสภาวัฒนธรรมหรือ องค์กรชุมชน	๘๓
- ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์	๘๘
<b>บรรณานุกรม</b>	๘๙
<b>ภาคผนวก</b>	
ภาคผนวก ๑ การศึกษาแนวทางการสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรมขององค์กร ธุรกิจเอกชนในประเทศไทย	๙๑
ภาคผนวก ๒ รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ระดับลึก"การศึกษาแนวทาง รูปแบบ การสนับสนุน งานด้านวัฒนธรรมขององค์กรธุรกิจภาคเอกชนในประเทศไทย	๙๕
ภาคผนวก ๓ กำหนดการประชุมเชิงปฏิบัติการ “แนวทาง รูปแบบการสนับสนุนงานด้าน วัฒนธรรมขององค์กรธุรกิจเอกชนในประเทศไทย”	๑๑๒
ภาคผนวก ๔ รายชื่อผู้เข้าร่วมการประชุมเชิงปฏิบัติการ “แนวทาง รูปแบบการสนับสนุน งานด้านวัฒนธรรมขององค์กรธุรกิจเอกชนในประเทศไทย”	๑๑๔
ภาคผนวก ๕ การนำเสนอผลงานวิจัย “แนวทาง รูปแบบการสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรม ขององค์กรธุรกิจเอกชนในประเทศไทย”	๑๒๖
ภาคผนวก 6 รายชื่อผู้ที่เข้าร่วมการประชุมเพื่อนำเสนอผลงานวิจัย“แนวทาง รูปแบบการ สนับสนุนงานด้านวัฒนธรรมขององค์กรธุรกิจเอกชนในประเทศไทย”	๑๒๘

# สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ ๑	จำแนกประเภทธุรกิจขององค์กรธุรกิจเอกชน	๔๓
ตารางที่ ๒	องค์กรธุรกิจเอกชนกับแรงจูงใจในการทำกิจกรรม CSR	๔๔
ตารางที่ ๓	องค์กรธุรกิจเอกชนกับประเด็นในการดำเนินกิจกรรม CSR	๔๕
ตารางที่ ๔	องค์กรธุรกิจเอกชนกับลำดับชั้นของงาน CSR	๔๗
ตารางที่ ๕	องค์กรธุรกิจเอกชนกับการสนับสนุนด้านวัฒนธรรม	๕๔

# บทที่ ๑

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (สวช.) กระทรวงวัฒนธรรม เป็นหน่วยงานหลักที่มีภารกิจเกี่ยวกับการส่งเสริม สนับสนุน บำรุง รักษา วัฒนธรรมไทย โดยการศึกษา ค้นคว้า วิจัย พิธีกรรม พัฒนา เผยแพร่ และส่งเสริมหน่วยงานของรัฐ เอกชน และประชาชนที่ดำเนินงานด้านวัฒนธรรม รวมทั้งดำเนินการเกี่ยวกับการประสานงาน แลกเปลี่ยนด้านวัฒนธรรม ซึ่งภารกิจดังกล่าวจะถูกนำมากำหนดทิศทาง สาระ และกิจกรรมตามบริบททางเศรษฐกิจและสังคม เพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานทางวัฒนธรรมให้สอดคล้องกับพลวัตรของสังคมไทยและสังคมโลก ซึ่งได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมากโดยเฉพาะเรื่องของการสร้างความรู้และการใช้พลังความรู้ ปัจจุบัน สวช. ได้ปรับบทบาทเป็นองค์กรแห่งความรู้และขับเคลื่อนงานวัฒนธรรมวิถีชีวิตและภูมิปัญญา ภารกิจสำคัญประการหนึ่งของการขับเคลื่อนองค์ความรู้ดังกล่าว คือการสนับสนุนให้มีการสร้างองค์ความรู้ในมิติของวัฒนธรรมวิถีชีวิต ที่แสดงถึงวัฒนธรรมที่ดั่งามของชาติ เช่น ค่านิยมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ความมีเมตตา เอื้ออาทร การอาสาที่จะทำประโยชน์เพื่อส่วนรวม การดูแลผู้ด้อยโอกาส ฯลฯ ภารกิจเหล่านี้เน้นให้เห็นถึงความสำคัญของการอยู่ร่วมกันในสังคม ทั้งภาครัฐ องค์กรเอกชน องค์กรธุรกิจ บนพื้นฐานของวัฒนธรรมไทยซึ่งจำเป็นต้องมีการปรับบทบาทให้สามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างสมดุล

ในปี ๒๕๕๑ เกิดวิกฤตเศรษฐกิจในประเทศสหรัฐอเมริกา ภาคธุรกิจเอกชนเป็นด้านแรกที่ได้รับผลกระทบดังกล่าว ก่อให้เกิดกระแสการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมในองค์กรภาคธุรกิจทั้งในระดับโลกและระดับประเทศ ในประเทศไทยองค์กรธุรกิจได้มีการปรับบทบาทให้สอดคล้องกับกระแสโลกคือกระแสของธรรมาภิบาล ซึ่งจะต้องพึงพิงอิงกันระหว่างภาคธุรกิจกับภาคสังคม โดยคำนึงถึงระบบความสัมพันธ์ซึ่งเอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน โดยมีความยุติธรรม คุณธรรมและศีลธรรม เป็นปัจจัยพื้นฐาน

สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ ตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว จึงกำหนดนโยบายส่งเสริมให้มีการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบแนวทางของ CSR หรือชื่อเต็มในภาษาอังกฤษว่า Corporate Social Responsibility เพื่อขยายขอบข่ายการดำเนินงานด้านวัฒนธรรมวิถีชีวิตและขยายเครือข่ายไปยังกลุ่มองค์กรธุรกิจ โดยมีเป้าหมายที่จะบูรณาการแนวความคิดด้าน CSR ขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคมกับกิจกรรมด้านวัฒนธรรม ซึ่งมีการดำเนินการมาระยะหนึ่ง จึงจำเป็นต้องศึกษา

รูปแบบแนวทางการบูรณาการดังกล่าว เพื่อให้ได้องค์ความรู้สำหรับการขับเคลื่อนงานวัฒนธรรมวิถีชีวิต ที่สอดคล้องกับกระแสการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน ซึ่งต้องการการมีส่วนร่วมของสังคมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม เข้าใจในความแตกต่างหลากหลายทางวัฒนธรรม ความรัก ความสามัคคี ความเมตตา ความเอื้ออาทร ความสามารถที่จะอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข

การศึกษาเพื่อให้ได้องค์ความรู้ดังกล่าว จะช่วยให้เกิดการบูรณาการงานวัฒนธรรมระหว่างหน่วยงานด้านวัฒนธรรมกับองค์กรธุรกิจเอกชน การเรียนรู้เพื่อการปรับบทบาทการทำงานร่วมกัน ทั้งแนวคิดและการดำเนินงานกับกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านกระบวนการวิเคราะห์ สังเคราะห์ ในมิติของ CSR ซึ่งจำเป็นต่อการขับเคลื่อนงานวัฒนธรรมในยุคปัจจุบัน โดยเริ่มจากการศึกษาแนวคิดองค์กรธุรกิจเอกชน ซึ่งส่วนใหญ่ได้รับการถ่ายทอด ให้เป็นองค์กรเจริญเติบโต มีความเชี่ยวชาญเป็นเลิศ เช่น ในทฤษฎี SWOT Analysis (Ansoff ๑๙๖๕) ที่ต้องสร้างกลยุทธ์ความสำเร็จขององค์กร หรือ Boston Matrix ที่ให้ความสำคัญกับการประเมิน ผลิตภัณฑ์ สินค้า และบริการ เพื่อสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันการค้า แต่ในกระแสปัจจุบัน การมุ่งสู่ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจด้านเดียว อาจไม่ก่อให้เกิดความยั่งยืนขององค์กรได้ จึงมีการคิดค้น ทิศทางใหม่ที่สำคัญควบคู่ระหว่างความเจริญเติบโตด้านเศรษฐกิจ กับการพัฒนาแบบยั่งยืน (Sustainable) ซึ่งแนวคิดนี้เริ่มตั้งแต่ พ.ศ. ๒๕๔๒ ที่องค์การสหประชาชาติ เรียกร้ององค์กรธุรกิจทั่วโลก ให้แสดงความเป็นพลเมืองที่ดีของโลก รวมทั้งประกาศให้ประเทศต่างๆ ดำเนินการตามกรอบการพัฒนาที่ยั่งยืน สำหรับองค์กรธุรกิจ (The UN Global Compact) ในปี พ.ศ. ๒๕๔๓ จนพัฒนาเป็นแนวคิด Corporate Social Responsibility : CSR ที่มุ่งให้องค์กรธุรกิจรับผิดชอบต่อสังคม ให้เกิดความยั่งยืนบนฐานคุณธรรม และหลักศาสนธรรม

สำหรับในประเทศไทย แนวคิดเรื่อง CSR ได้เกิดขึ้นมาระยะเวลานาน แต่เป็นในรูปการทำการบริจาค เพื่อการกุศล หรือเป็นอาสาสมัครเพื่อส่วนรวม เพียงแต่ไม่ได้เรียกว่า CSR ดังนั้นแนวคิด CSR จึงเป็นเรื่องที่สังคมไทย องค์กรธุรกิจยอมรับได้ระดับหนึ่ง และมีพัฒนาการที่ต่อเนื่อง จากแนวคิดการบริจาคเพื่อการกุศล เป็นการนำตลาดรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับสังคม เช่น การอุดหนุนหรือบริจาค รายได้ส่วนหนึ่งจากยอดขายผลิตภัณฑ์ เป็นการตลาดเพื่อแก้ไขปัญหาสังคม เช่น การสนับสนุนการพัฒนาหรือทำให้เกิดผลจากการรณรงค์เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในด้านสุขภาพ ความปลอดภัยของอาหาร การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นต้น ซึ่งเพิ่มขึ้นทั้งปริมาณการช่วยเหลือและรูปแบบที่มีความหลากหลาย และส่วนใหญ่มีทิศทางชัดเจนกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น เด็ก สตรี ผู้สูงอายุ คนพิการ ผู้ติดเชื้อ หรือเป็นประเด็นปัญหาสังคม เช่น การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ การลดพลังงานและสิ่งแวดล้อม การศึกษา เป็นต้น และพบว่า การสนับสนุนเป็นไปอย่างค่อนข้างจำกัด สำหรับงานด้านวัฒนธรรม ทั้งในระดับชุมชนและระดับชาติ โดยเฉพาะกลไกการขับเคลื่อนงานด้านวัฒนธรรมที่สำคัญ ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด และสภาวัฒนธรรมทั้งระดับจังหวัด อำเภอ หรือตำบล ที่ปฏิบัติงานร่วมกับภาคประชาชน ดำเนินการฟื้นฟู อนุรักษ์ เผยแพร่

ภูมิปัญญาท้องถิ่นและงานวัฒนธรรมต่างๆ อย่างหลากหลายตามภูมิภาค กระจายทั่วทั้งประเทศ เช่น การส่งเสริมพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น ประเพณีพื้นบ้าน ให้พัฒนาและดำรงสถานะของงานวัฒนธรรมให้สืบเนื่องต่อไป

อนึ่ง ปรากฎการณ์ทางวัฒนธรรมได้ปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ทางสังคม ภาคประชาชน ได้ขยายปรับตัวเป็นประชาคมและเข้ามีส่วนร่วมทางสังคมเกือบทุกมิติมากขึ้น ทุกภาคต้องเอื้อเพื่อเชื่อมโยง และเติมเต็มข้อจำกัดแต่ละฝ่ายให้สมบูรณ์และยั่งยืน ดังนั้น การศึกษาแนวทาง รูปแบบการสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรมขององค์กรธุรกิจเอกชน จึงเป็นการเติมเต็มความรู้ แนวทางการพัฒนางานวัฒนธรรมของสังคมไทย ทั้งระดับแนวตั้งจากสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติถึงระดับชุมชน และแนวราบเป็นรูปแบบการทำงานร่วมของเครือข่ายวัฒนธรรมให้เกิดความรู้ เข้าใจ และฟื้นฟูค่านิยมในการอยู่ร่วมกันและทำงานร่วมกันในงานวัฒนธรรมระดับท้องถิ่นและระดับชาติต่อไป

## วัตถุประสงค์ของการศึกษา

### ๑ วัตถุประสงค์ในการศึกษา

เพื่อค้นคว้า หาทิศทาง รูปแบบ และแนวทาง การพัฒนาองค์กรธุรกิจเพื่อสังคม เพื่อการสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรมให้เข้มแข็ง ทั้งระดับชุมชน ระดับเครือข่าย และเกิดประโยชน์ร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

### ๒ วัตถุประสงค์เฉพาะ

- ๒.๑ เพื่อศึกษาสถานการณ์การดำเนินงานองค์กรธุรกิจเพื่อสังคม ทั้งแรงจูงใจ รูปแบบ และแนวทางการสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรมและงานทางสังคม
- ๒.๒ เพื่อศึกษา แนวทาง รูปแบบ การสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรมขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคม

## ขอบเขตของการศึกษา

### ๑. ขอบเขตด้านแหล่งข้อมูล

ในการออกแบบครั้งแรกมุ่งเน้นเฉพาะการศึกษากลุ่มองค์กรธุรกิจ แต่เนื่องจากการศึกษาเบื้องต้นพบว่าองค์กรธุรกิจรู้จักองค์กรวัฒนธรรมโดยเฉพาะในระดับภูมิภาคและท้องถิ่นค่อนข้างจำกัด ฉะนั้นถึงแม้ว่าในส่วนของทีมงานศึกษาจะรู้จักองค์กรวัฒนธรรมจากการทำงานร่วมกันระดับหนึ่งแล้วก็ตาม ประกอบกับในที่ประชุมร่วมเมื่อวันที่ ๒๓ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๕๒ มีข้อเสนอจากผู้แทนสภา

วัฒนธรรมต้องการให้ทีมศึกษาได้สัมผัสภาษากับสภาวัฒนธรรม จึงได้ขยายขอบเขตการศึกษาไปที่กลุ่ม  
สภาวัฒนธรรมเพิ่มเติม ดังรายละเอียด

- ๑.๑ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ๑๐ บริษัท โดยแยกกระจายตามประเภท  
ธุรกิจ เช่น หมวดพลังงาน หมวดการเงินธนาคาร หมวดสื่อสาร เป็นต้น
- ๑.๒ บริษัทนอกตลาดหลักทรัพย์ขนาดกลาง ๑๐ บริษัท โดยแยกกระจายประเภทธุรกิจ
- ๑.๓ บริษัทที่จดทะเบียนในต่างจังหวัด ๑๐ บริษัท โดยการแยกกระจาย – ประเภทธุรกิจ  
และกระจายภูมิภาค
- ๑.๔ สภาวัฒนธรรมจังหวัดในสี่ภาค ภาคละหนึ่งจังหวัด

## ๒. ขอบเขตด้านเนื้อหา

### ๒.๑ การศึกษากลุ่มองค์กรธุรกิจ

- ๒.๑.๑ แรงจูงใจหรือแรงบันดาลใจต่อการริเริ่มการสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรม/  
งานทางสังคม
- ๒.๑.๒ รูปแบบและแนวทางการสนับสนุนขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคม
- ๒.๑.๓ การจำแนกความหลากหลายรูปแบบ และวิธีการสนับสนุนขององค์กรธุรกิจ  
เพื่อสังคม
- ๒.๑.๔ กระบวนการ ขั้นตอน การสนับสนุน งานด้านวัฒนธรรม
  - ๑) กระบวนการคัดเลือกประเด็น / กลุ่มเป้าหมาย / พื้นที่
  - ๒) หลักเกณฑ์การคัดเลือกองค์กรที่ทำงานร่วมกัน
  - ๓) การประสาน เชื่อมโยงกับผู้ที่เกี่ยวข้อง
  - ๔) รูปแบบกิจกรรม การสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรม ระยะเวลา  
ความต่อเนื่อง
  - ๕) ประเภทการสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรม
  - ๖) ผลผลิต หรือผลลัพธ์ที่ต้องการจากการให้การสนับสนุนงาน  
ด้านวัฒนธรรม / งานด้านสังคม
  - ๗) ปัญหา อุปสรรค การทำงานร่วมกันกับองค์กรด้านวัฒนธรรม /  
องค์กรทางสังคม
- ๒.๑.๕ ทิศทางการสนับสนุนในอนาคตสำหรับงานด้านวัฒนธรรม
- ๒.๑.๖ ทิศทาง แนวทาง และความเป็นไปได้ขององค์กร / ชุมชน ด้านวัฒนธรรมกับ  
ความร่วมมือกับองค์กรธุรกิจเพื่อสังคม
- ๒.๑.๗ ข้อเสนอแนะต่อการทำงานร่วมกันขององค์กรด้านวัฒนธรรม กับองค์กรธุรกิจ  
เพื่อสังคม

๒.๑.๘ ข้อเสนอแนะต่อแนวทาง วิธีการ การเข้าสู่หลักเกณฑ์การลดหย่อนภาษีของ  
กระทรวงการคลัง สำหรับองค์กร / ชุมชนด้านวัฒนธรรม กับองค์กรธุรกิจ

## ๒.๒ การศึกษาองค์กรสภาวัฒนธรรม

๒.๒.๑ วิสัยทัศน์-ภารกิจขององค์กร

๒.๒.๒ การบริหารจัดการ

๑) การจัดทำแผนการดำเนินงานของสภาวัฒนธรรม

๒) กระบวนการทำงาน ประจำวันและรายเดือน

๓) โครงสร้าง บทบาทหน้าที่ วาระการทำงาน

๔) แรงจูงใจในการเข้าร่วมกิจกรรมกับสภาวัฒนธรรม

๕) สถานที่ตั้งสำนักงานหรือจุดประสานงาน การขับเคลื่อนงาน

๖) กิจกรรมหลักกลุ่มในโครงการสายใยชุมชน (๑. คลังสมอง ภูมิปัญญา  
ท้องถิ่น ๒. การส่งเสริมอาชีพด้านศิลปะและวัฒนธรรม ๓. การ  
ส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม ๔. ลานวัฒนธรรม ๕. พิพิธภัณฑ์  
พื้นบ้าน ๖. สารสนเทศและห้องสมุดชุมชน)

๗) แผนงานในอนาคต

๒.๒.๓ กระบวนการสนับสนุนของพี่เลี้ยงและการจัดหางบประมาณ

## ๓. ขอบเขตด้านเวลา

การศึกษาครั้งนี้มีระยะเวลา ๘ เดือน ตั้งแต่เดือน กุมภาพันธ์ ถึง เดือน กันยายน ๒๕๕๒

## ๔. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

๑) ความรู้ ความเข้าใจต่อสถานการณ์การดำเนินงานขององค์กรธุรกิจเพื่อ  
สังคม ในการสนับสนุนงานทางสังคม

๒) ทิศทาง รูปแบบ และแนวทาง การสร้างความสัมพันธ์ระหว่าง องค์กรธุรกิจ  
เพื่อสังคม กับองค์กร/ชุมชนด้านวัฒนธรรม เพื่อการเชื่อมโยงการสนับสนุน  
กันและกัน

๓) เกิดเครือข่ายขององค์กร/ชุมชน ด้านวัฒนธรรม และเครือข่ายขององค์กร  
ธุรกิจเพื่อสังคม

๔) เกิดความรู้ ความเข้าใจ ศักยภาพและข้อจำกัดของการทำงานขององค์กร  
ธุรกิจเพื่อสังคม ในการสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรม ตลอดจนเห็นแนว  
ทางการแก้ไขปัญหา

## ๕. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- ๑) รายงานฉบับสมบูรณ์ ๑๐ เล่ม พร้อม CD และรายงานบทสรุปสำหรับผู้บริหาร ๑๐ เล่ม พร้อม CD
- ๒) คู่มือ รูปแบบ แนวทางการประสานงานความร่วมมือระหว่างองค์กร/ชุมชน ด้านวัฒนธรรมกับองค์กรธุรกิจเพื่อสังคม ๑ ชุด
- ๓) เครือข่ายองค์กรธุรกิจเพื่อสังคม ที่ให้ความสนใจจะสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรม

## ๖. คำจำกัดความ

แรงจูงใจ หมายถึง แรงขับเคลื่อนที่อยู่ภายในของบุคคลที่กระตุ้นให้บุคคลมีการกระทำในทิศทางที่ต่อเนื่อง

ทิศทาง หมายถึง การวางหรือการจัดรูปแบบ ให้เห็นแนวทาง ขั้นตอนของกระบวนการให้ เป็นไปอย่างต่อเนื่องและถูกต้อง ทิศทางในการออกแบบจะช่วยให้เกิดความเข้าใจกระบวนการ ได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

รูปแบบ หมายถึง สิ่งที่แปรผันไปตามบริบท ในขณะที่เนื้อหาหรือสาระสำคัญที่อยู่ในสิ่ง นั้นๆ ถึงแม้ว่าเนื้อหาจะเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด และมีส่วนในการกำหนดรูปแบบ แต่ทั้งสองสิ่งก็ ต้องสอดคล้องสัมพันธ์กัน ขาดสิ่งใดสิ่งหนึ่งไปไม่ได้ เพราะรูปแบบที่มีความสอดคล้องกับเนื้อหา จะช่วยทำให้ทั้งสองส่วนมีความสมบูรณ์

องค์กรด้านวัฒนธรรม หมายถึง กลุ่ม ชมรม สมาคม ของผู้ที่สนใจทำงานด้านวัฒนธรรม รวมตัวเป็นองค์กร มีวัตถุประสงค์ โครงสร้างการทำงาน กระบวนการทำงาน ผลงาน ร่วมกัน ในงานวัฒนธรรมต่างๆ

## บทที่ ๓

### การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาทบทวนวรรณกรรมในรายงานฉบับนี้เป็นการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับแนวคิด รูปแบบ และแนวทางการดำเนินงานของธุรกิจเพื่อสังคม มีวัตถุประสงค์ เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานการดำเนินงานศึกษาในขั้นตอนการออกแบบการศึกษา การสร้างเครื่องวัดเก็บข้อมูล และการประมวล วิเคราะห์ผลต่อไป โดยศึกษาตามกรอบคำถามการศึกษาที่กำหนดไว้ วิธีการโดยศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร เว็บไซต์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีกรอบคำถามในการศึกษาทบทวนวรรณกรรมดังต่อไปนี้

#### ๒.๑ **นิยามความหมายและกระบวนการสนับสนุนและพัฒนาการดำเนินงานด้าน “ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจเอกชน”**

- ๒.๑.๑ แนวคิด หลักการ CSR กับองค์กรธุรกิจ
- ๒.๑.๒ The Global Compact's ten Principles
- ๒.๑.๓ การพัฒนา CSR ในกระบวนการบริหารจัดการขององค์กรธุรกิจ
- ๒.๑.๔ สถานการณ์ CSR ของสังคมไทย
- ๒.๑.๕ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ฉบับที่ ๑๐
- ๒.๑.๖ หลักธรรมาภิบาลของหน่วยงานภาครัฐ
- ๒.๑.๗ หลักกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน

ซึ่งมีรายละเอียดผลการศึกษาดังต่อไปนี้

#### ๒.๑.๑ แนวคิดหลักการ CSR กับองค์กรธุรกิจ

คำว่า *ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจเอกชน* หรือที่ภาษาอังกฤษใช้ว่า Corporate Social Responsibility, CSR ซึ่งต่อไปในเอกสารนี้จะใช้คำว่า CSR อันเป็นคำสั้นๆ ที่เข้าใจได้ง่าย และเป็นที่ยอมรับในกลุ่มคนที่เกี่ยวข้อง จากการสืบค้นจากแหล่งข้อมูลในเว็บไซต์ ได้พบว่า มีเรื่องเกี่ยวกับ CSR มากมาย กว้างขวาง

จากการศึกษาพบว่ามีการให้ความหมายที่แตกต่าง และหลากหลายกันมาก แต่ก็กล่าวได้ว่านิยามเหล่านั้นเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ดังแสดงไว้ในกรอบข้อมูลเพื่อเป็นตัวอย่าง ทั้งที่เป็นนิยามขององค์กรในระดับสากล และระดับภายในของประเทศไทย ดังนี้

#### นิยามขององค์กรในระดับสากล

“CSR คือ การปฏิบัติตามคำมั่นสัญญาอย่างต่อเนื่องของบริษัท ในการดำเนินธุรกิจโดยใช้พื้นฐานของจริยธรรมเข้ามาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจควบคู่ไปพร้อมๆ กับการพัฒนาคุณภาพชีวิตในการทำงาน และคุณภาพชุมชนท้องถิ่น รวมถึงสภาพสังคมโดยรวม” โดย The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD).

“CSR คือ แนวคิดที่บริษัทพัฒนาความห่วงใยต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมไว้ในกระบวนการดำเนินธุรกิจ และการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย ภายใต้พื้นฐานการกระทำโดยความสมัครใจ” โดย The European Commission.

#### นิยามขององค์กรในประเทศไทย

“CSR คือ การดำเนินกิจกรรมภายในและภายนอกองค์กร ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม ทั้งในระดับใกล้ (ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับองค์กร เช่น ลูกค้า คู่ค้า ครอบครัวยุ้ย พนักงาน ชุมชนท้องถิ่นที่องค์กรตั้งอยู่) และระดับโลก (ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กรทางอ้อม เช่น คู่แข่งขันทางธุรกิจ ประชาชนโดยทั่วไป) ด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กร หรือทรัพยากรจากภายนอกองค์กร ในอันที่จะทำให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข” โดย สถาบันไทยพัฒนา

“Corporate Social Responsibility หรือ ที่เรียกเป็นภาษาไทยว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจนั้น หมายถึงการดำเนินธุรกิจภายใต้หลักจริยธรรม และการกำกับที่ดี ควบคู่ไปกับการใส่ใจและดูแลรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน” โดย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

**“พื้นฐานของ CSR มาจากธรรมาภิบาล บริษัทที่ไม่มีธรรมาภิบาล แล้วไปทำกิจกรรมเพื่อสังคม การCSR เพื่อการประชาสัมพันธ์ ไม่ใช่สิ่งไม่ดี หากแต่จะไม่ประสบความสำเร็จยั่งยืนทั้งต่อผลประกอบการและต่อผลกระทบที่ดีทางสังคม เนื่องจากการดำเนินงาน**

ของบริษัทมิได้ตั้งต้นที่จิตวิญญาณ โดยสรุป CSR คือเป็นการต่อยอดธรรมาภิบาล SVN ควรสร้างบรรยากาศให้บริษัทได้ร่วมเรียนรู้เพื่อพัฒนาความเป็นธรรมาภิบาลร่วมกัน” โดยนายอานันท์ ปันยารชุน ที่ปรึกษาอาวุโสเครือข่ายธุรกิจเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เมื่อประมวลนิยามความหมาย ที่มีอยู่หลากหลายนั้น อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจเอกชน คือ การบริหารจัดการที่เป็นการปกป้องและปรับปรุงสวัสดิการของสังคมโดยรวม และผลประโยชน์ขององค์กร นั่นคือ องค์กรจะต้องมีการบริหารที่มุ่งผลสัมฤทธิ์ด้านสังคม พร้อมไปกับผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ขององค์กร

การที่จะกล่าวว่าธุรกิจใดธุรกิจหนึ่ง มีการดำเนินงานแบบที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมหรือไม่ ไม่ใช่เรื่องง่าย ต้องพิจารณาจากองค์ประกอบหลายอย่าง ได้มีการศึกษาในเรื่องนี้หลายครั้ง เช่น มหาวิทยาลัยแห่งฮ่องกง ( The University of Hong Kong ) โดยศูนย์การวางผังเมือง และจัดการสิ่งแวดล้อม ได้ทำการสำรวจธุรกิจ ในทวีปยุโรป อเมริกาเหนือ และเอเชีย และได้จำแนกองค์ประกอบของ CSR ออกไว้ถึง ๒๐ องค์ประกอบ หรือที่ ศ.ฟิลิป คอตเลอร์ แห่งมหาวิทยาลัยนอร์ธเวสต์เทิร์นและคณะ ได้ทำการศึกษาและจำแนกกิจกรรม CSR โดยใช้วิธีดูจากการใช้ทรัพยากรดำเนินกิจกรรม ว่าใช้ทรัพยากรนอกองค์กร (Social-driven CSR) หรือใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ภายในองค์กร (Corporate-driven CSR) เป็นหลัก ตามวิธีการจำแนกของศ.ฟิลิป คอตเลอร์ กิจกรรม CSR นั้นมี ๖ ชนิดหลัก ซึ่งอาจนำมาใช้เป็นกรอบในการจำแนกกิจกรรม CSR ขององค์กรธุรกิจได้ดังนี้

- ๑) การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม (Cause Promotion) เป็นการจัดหาเงินทุนวัสดุสิ่งของ หรือทรัพยากรอื่นขององค์กร เพื่อขยายการรับรู้และความห่วงใยต่อประเด็นปัญหาทางสังคมนั้น ตลอดจนสนับสนุนการระดมทุน การมีส่วนร่วม หรือการเฟ้นหาอาสาสมัครเพื่อการดังกล่าว
- ๒) การตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคม (Cause-Related Marketing) เป็นการอุดหนุนหรือการบริจาครายได้ส่วนหนึ่งจากการขายผลิตภัณฑ์เพื่อช่วยเหลือหรือร่วมแก้ไขประเด็นปัญหาทางสังคมจำเพาะหนึ่งๆ ซึ่งมักมีช่วงเวลาจำกัดแน่นอน หรือดำเนินการแบบจำเพาะผลิตภัณฑ์ หรือให้แก่การกุศลที่ระบุไว้เท่านั้น
- ๓) การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคม (Corporate Social Marketing) เป็นการสนับสนุนการพัฒนาหรือการทำให้เกิดผลจากการรณรงค์เพื่อเปลี่ยนแปลง

พฤติกรรมในด้านสาธารณสุข ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งแวดล้อม หรือด้านสุขภาพ

- ๔) การบริจาคเพื่อการกุศล (Corporate Philanthropy) เป็นการช่วยเหลือไปที่ประเด็นปัญหาทางสังคมโดยตรง ในรูปของการบริจาคเงินหรือวัสดุสิ่งของ
- ๕) การอาสาช่วยเหลือชุมชน (Community Volunteering) เป็นการสนับสนุนหรือจูงใจให้พนักงาน คู่ค้า ร่วมสละเวลาและแรงงานในการทำงานให้แก่ชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่และเพื่อตอบสนองต่อประเด็นปัญหาทางสังคมที่องค์กรให้ความสำคัญหรือห่วงใย
- ๖) การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Business Practices) เป็นการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจอย่างพิถีพิถันเพื่อป้องกันด้วยการหลีกเลี่ยงการก่อให้เกิดปัญหาทางสังคม หรือในเชิงร่วมกันแก้ไข ด้วยการช่วยเหลือเยียวยาปัญหาทางสังคมนั้นๆ ด้วยกระบวนการทางธุรกิจ เพื่อการยกระดับสุขภาพของชุมชนและการพิทักษ์สิ่งแวดล้อม

### ๓.๑.๒ The Global Compact's ten Principles

การประชุมสหประชาชาติว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา หรือที่เรียกว่า Earth Summit ครั้งแรก เมื่อปี พ.ศ. ๒๕๓๕ ที่กรุงริโอเดจาเนโร ประเทศบราซิล ได้ก่อให้เกิดการตื่นตัวกับทิศทางใหม่ของการพัฒนา นั่นคือ การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) ซึ่งหมายความว่า นอกจากประเด็นในทางเศรษฐกิจแล้ว ทุกคนต้องใส่ใจในเรื่องสิ่งแวดล้อม และประเด็นต่างๆ ทางด้านสังคมด้วย ไม่ใช่มุ่งเน้นแต่การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว ผลจากการประชุมนั้นก่อให้เกิดข้อเรียกร้อง กดดัน องค์กรธุรกิจ ให้คำนึงถึงปัญหาสังคม และปัญหาสิ่งแวดล้อม ไม่ใช่ทำแต่กำไร มีคำที่ใช้เรียกกัน คือ "corporate citizenship" หรือ "responsible corporate citizenship" หรือ "corporate social responsibility" แปลเป็นไทยได้ว่า "ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ" หรือเรียกกันย่อๆ ว่า "CSR" และจากการประชุมครั้งนั้น ได้มีการจัดตั้งสถาบันระหว่างประเทศเพื่อทำหน้าที่ส่งเสริม สนับสนุน และควบคุมกำกับ การดำเนินงาน CSR ด้วย

กระแสการดำเนินงานเรื่อง CSR เริ่มเข้มข้น จริงจัง และรุนแรงขึ้น นับตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๔๓ เป็นต้นมา องค์กรเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (Organization for Economic Co-operation and Development : OECD) ซึ่งเป็นองค์กรระหว่างประเทศก่อตั้งขึ้นโดยกลุ่มประเทศที่มีบทบาทสูงในระดับเวทีโลก มีเครือข่ายประเทศสมาชิกกว่า ๑๐๐ ประเทศ ได้ออกแนวปฏิบัติสำหรับบริษัทข้ามชาติ (guidelines for M N E 's - revision

๒๐๐๐) โดยเอาเรื่อง CSR ใส่เข้าไปอย่างเต็มที่ แนวปฏิบัตินี้เสนอแนะให้บริษัทข้ามชาติมี CSR และให้ติดต่อกับลูกค้าทั่วโลกเฉพาะที่มี CSR ดังนั้น ในโลกยุคใหม่ ธุรกิจใดที่ไม่มี CSR ก็ไม่สามารถส่งสินค้าไปขายให้บริษัทข้ามชาติเหล่านี้ได้ นั่นคือ ถ้าธุรกิจใดสร้างปัญหาให้กับสิ่งแวดล้อม ใช้แรงงานเด็ก มีปัญหาด้านแรงงาน เป็นต้น ก็จะมีปัญหาในการทำมาค้าขายกับประเทศ OECD และตามแนวปฏิบัตินี้ธุรกิจไทยส่วนหนึ่ง โดยเฉพาะพวกที่ส่งออกรอาหารไปยุโรป จะถูกบังคับด้วยกฎกติกาต่างๆ มากมายทั้ง เรื่องสิ่งแวดล้อม สวัสดิการแรงงาน หรือแม้กระทั่งสวัสดิการต่อสัตว์ที่เข้าโรงฆ่า (animal welfare) บริษัทไทยที่เป็นลูกค้าเหล่านี้ต้องมี CSR

ในส่วนของการสหประชาชาติ ได้จัดให้มี The UN Global Compact ซึ่งเป็นกรอบการดำเนินงานเพื่อส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืน ในภาคธุรกิจต้องการเป็นพลเมืองดี มีผู้นำที่สร้างสรรค์ และยอมรับพันธะสัญญาที่จะปฏิบัติตามหลัก ๑๐ ประการที่ครอบคลุมด้านสิทธิมนุษยชน แรงงาน สิ่งแวดล้อม และการป้องกันความเสียหาย ปัจจุบันมีองค์กรธุรกิจเป็นสมาชิกของ UN Global Compact ดำเนินงานตามหลักการ ๑๐ ประการแล้วเกือบสองพันองค์กร

**The UN Global Compact**

หลักการด้านสิทธิมนุษยชน แรงงาน สิ่งแวดล้อม และการป้องกันความเสียหาย

มี ๔ หมวด ๑๐ ประการ

**หมวดที่ ๑ ว่าด้วยเรื่องสิทธิมนุษยชน** ประกอบด้วย ๒ หลักการ

หลักการที่ ๑ สนับสนุนและเคารพหลักสิทธิมนุษยชนที่ประกาศในระดับสากล

หลักการที่ ๒ ดูแลไม่ให้เกิดการล่วงละเมิดในสิทธิมนุษยชนในธุรกิจของตน

**หมวดที่ ๒ ว่าด้วยเรื่องมาตรฐานแรงงาน** ประกอบด้วย ๔ หลักการ

หลักการที่ ๓ สนับสนุนเสรีภาพในการรวมกลุ่มของแรงงาน และยอมรับอย่างจริงจังต่อสิทธิในการเจรจาต่อรองของแรงงานที่รวมกลุ่ม

หลักการที่ ๔ ขจัดทุกรูปแบบของการบังคับใช้แรงงาน

หลักการที่ ๕ ยกเลิกการใช้แรงงานเด็กอย่างให้ผล

หลักการที่ ๖ กำจัดการเลือกปฏิบัติในการว่าจ้างแรงงานและอาชีพ

**หมวดที่ ๓ ว่าด้วยเรื่องการค้ากับสิ่งแวดล้อม** ประกอบด้วย ๓ หลักการ

หลักการที่ ๗ สนับสนุนการพิทักษ์สิ่งแวดล้อม

หลักการที่ ๘ จัดทำกิจกรรมที่มีส่วนส่งเสริมให้มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

หลักการที่ ๙ ส่งเสริมการพัฒนาและการใช้เทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม  
หมวดที่ ๔ การต่อต้านการให้สินบน ประกอบด้วย ๑ หลักการ  
หลักการที่ ๑๐ การต่อต้านการคอร์รัปชัน

#### ๒.๑.๓ การพัฒนา CSR ในกระบวนการบริหารจัดการองค์กรธุรกิจ

กระแสการดำเนินงาน CSR ในระดับสากลนั้น ทวีความเข้มข้นยิ่งขึ้นตามเวลา มีสถาบันระหว่างประเทศ และองค์กรเครือข่ายสถาปนาขึ้นในภูมิภาค และพื้นที่ต่างๆ อย่างต่อเนื่อง เครือข่ายเหล่านี้ได้ดำเนินการร่วมกันที่จะสนับสนุน ควบคุม กำกับให้มีการดำเนินงานตามหลักการต่างๆ ที่ได้กำหนดขึ้น นอกจากนี้ยังได้จัดวางแนวโน้ม ทิศทางที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ และการพัฒนาในระยะเวลา ๑๐ ปีข้างหน้า ซึ่งจะนำมาเป็นแนวทางการดำเนินงาน CSR ต่อไป ดังที่ ดร. ริชาร์ด เวลฟอร์ด ประธานความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ในภูมิภาคเอเชีย ได้นำแนวโน้มดังกล่าวมาแสดงไว้ ดังนี้

- ๑) **เรื่องสิ่งแวดล้อม** จะทวีความสำคัญขึ้นเป็นวาระนำอย่างรวดเร็ว เพราะมีตัวแปรด้านภูมิอากาศเปลี่ยนแปลง ด้านพลังงาน การขาดแคลนและการปนเปื้อนของน้ำ และผลกระทบต่อสุขภาพของมนุษย์ (The Environment and Climate Change.)
- ๒) **เรื่องสิทธิแรงงานและสิทธิมนุษยชน** องค์กรธุรกิจจะต้องขยายขอบข่ายความรับผิดชอบต่อการใช้งานของบริษัทที่เกี่ยวกับเรื่องสิทธิแรงงาน ให้ครอบคลุมพนักงานของตัวเองและแรงงานที่เกี่ยวข้อง (Labor Right as Human Right.)
- ๓) **ความโปร่งใส และจิตสำนึกรับผิดชอบต่อในหน้าที่** องค์กรธุรกิจจะถูกคาดหวังจากสังคมเพิ่มขึ้นในเรื่องนี้ เพื่อการมีภาพลักษณ์ที่ดีและมีความน่าเชื่อถือขององค์กร (Transparency and accountability.)
- ๔) **การทำ CSR ให้มีความเป็นสถาบัน** นอกจากจะทำให้มีความเป็นสถาบันแล้ว ยังให้นำไปเกี่ยวพันกับตัวบทกฎหมาย หรือบรรทัดฐานของสถาบัน ISO ๒๖๐๐๐ ซึ่งถือว่าเป็นมาตรฐานขั้นต่ำที่จะต้องทำ (The Institutionalization of CSR.)
- ๕) **การสื่อสารระหว่างบริษัทกับผู้ถือหุ้น** เรื่องการสื่อสารนี้จะมีความสำคัญมากขึ้น จะต้องนำเรื่องนี้มารวมไว้ในเรื่องโครงสร้างของบรรษัทภิบาล (Stakeholder Engagement.)

- ๖) *มีการแย่งชิงผู้มีความสามารถ* ความคาดหวังในส่วนของแรงงานที่เปลี่ยนแปลง และความเคลื่อนไหวจากอาชีพไปยังประสบการณ์ของคนรุ่นใหม่ (The Battle for Talent.)
- ๗) *ความร่วมมือกับชุมชน* จะเปลี่ยนแปลงทิศทางจากการดำเนินงานแบบการกุศลเป็นการลงทุนเพื่อชุมชน เนื่องจากการบริจาคเพื่อชุมชนขององค์กรธุรกิจจะน้อยลง แต่การมีส่วนร่วมจะมากขึ้น เพื่อให้ได้ผลตอบแทนที่มากขึ้น (Community Investment.)
- ๘) *ความเกี่ยวข้องกับห่วงโซ่อุปทาน* จะเป็นไปอย่างลึกซึ้งมากขึ้น จะยกระดับการตรวจสอบซัพพลายเออร์ และตรวจสอบประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมตามห่วงโซ่อุปทานให้สูงขึ้น (Supply Chain and Product Safety.)
- ๙) *การเติบโตของธุรกิจเพื่อสังคม* การควบรวมของโครงสร้างธุรกิจกับเอ็นจีโอภาคเอกชน (Social Enterprise.)
- ๑๐) *การบรรเทาความยากจน* เพราะจัดการตลาดใหม่ในกลุ่มคนจน และรับมือกับช่องว่างฐานะในประเทศกำลังพัฒนา (Poverty Alleviation.)

#### ๒.๑.๔ สถานการณ์ CSR ของสังคมไทย

แนวคิดเรื่อง CSR ในประเทศไทยได้ถือกำเนิดขึ้นพร้อมกับการสถาปนาธุรกิจในสังคมไทย ซึ่งเป็นเวลาอันยาวนานมาแล้วในรูปของการทำบุญ การบริจาคเพื่อการกุศล หรือการอาสาช่วยเหลืองานส่วนรวมที่เรียกว่า “ การลงแขก ” เป็นต้น แต่ในช่วงเวลานั้นยังมิได้เรียกกิจกรรมเหล่านี้ว่า CSR กระแสเรื่องนี้ได้ถูกจุดประกายขึ้นในประเทศไทยอย่างเป็นทางการเมื่อปี พ.ศ. ๒๕๔๙ นี้เอง โดยได้มีการบรรจุเป็นแนวปฏิบัติที่ผนวกเข้ากับการดำเนินธุรกิจ นอกเหนือไปจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมในรูปแบบที่อยู่นอกกระบวนการทางธุรกิจ เช่น การบริจาค หรือการอาสาช่วยเหลือสังคมดังเช่นที่เคยทำในเวลาที่ผ่านมา

การเกิดขึ้นอย่างเป็นทางการของการดำเนินงาน CSR ในองค์กรภาคธุรกิจ ในประเทศไทยนั้น นอกจากเกิดขึ้นตามกระแสสากลแล้ว อีกส่วนหนึ่งน่าจะเกิดจากการที่รัฐบาลไทยเร่งรัดผลักดันให้เกิดการบริหารจัดการอย่างเป็นธรรมาภิบาลขึ้นในสังคม และการที่จะสร้างธรรมาภิบาลให้เข้มแข็ง ได้นั้น รัฐบาลจำเป็นต้องพัฒนาทั้ง ๓ ภาคส่วนของสังคม คือ ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม ไปพร้อม ๆ กัน ในส่วนของภาครัฐได้มีการดำเนินการไปแล้วตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี แม้ว่าในขณะนี้ยังไม่เห็นผลอย่างเป็นทางการชัดเจน และคงต้องใช้เวลาอีกระยะหนึ่งจึงจะเกิดระบบราชการที่โปร่งใส ส่วนภาคประชาสังคมนั้น ต้องได้รับการส่งเสริมให้มีความเข้มแข็ง ให้มีส่วนร่วมในระบบการบริหารจัดการประเทศให้มาก

ยิ่งขึ้น โดยเร่งรัดการก่อตั้งและพัฒนาองค์กรภาคสังคมที่รัฐธรรมนูญกำหนดไว้ให้ครบถ้วน เช่น สภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ องค์กรอิสระด้านสิ่งแวดล้อม เป็นต้น รวมทั้งการรวมตัวของประชาชนเป็นองค์กรต่าง ๆ ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และชุมชนท้องถิ่น และชุมชนอื่น ๆ ที่เข้มแข็ง จะก่อให้เกิดการคานและถ่วงดุลอำนาจของรัฐ

### หลักการบริหารจัดการอย่างเป็นธรรมาภิบาล

*ภาคประชาชนระดับบุคคล* คือ ประชาชนมีความตระหนักว่าตนเองมีอำนาจ กล้าใช้อำนาจบนความรับผิดชอบและเป็นธรรม

*ภาคประชาชนระดับชุมชน* คือ การประสานสิทธิอำนาจของชุมชนเข้ากับการปกครองท้องถิ่น

*ภาคธุรกิจเอกชน* คือ การบริหารการจัดการธุรกิจเอกชน รัฐวิสาหกิจ ให้ตรวจสอบได้ โปร่งใส มี ประสิทธิภาพ และมีความรับผิดชอบต่อสังคม

*ภาคการเมืองและราชการ* คือ การกระจายอำนาจให้มีการบริหารจัดการที่ดี มีการตรวจสอบภายใน และระหว่างกัน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพความรับผิดชอบต่อส่วนรวม

สำหรับภาคเอกชน ต้องมีการปฏิรูปภาคธุรกิจเอกชนให้เกิดความเข้มแข็งและความสุจริต วิกฤตเศรษฐกิจและปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้น ๒-๓ ครั้งในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา อาจกล่าวได้ว่าเป็นเพราะภาคเอกชนดำเนินธุรกิจที่มุ่งแสวงหากำไรสูงสุด โดยไม่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวม ดังนั้น จึงมีความจำเป็นต้องสร้างกลไกการตรวจสอบและการกำกับดูแลภาคธุรกิจเอกชน ปัจจุบันมีหน่วยงานในภาครัฐที่เข้ามาดำเนินงานในเรื่อง CSR ของธุรกิจเอกชนอย่างน้อย ๒ หน่วยงาน คือ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งกำกับดูแลองค์กรธุรกิจเอกชนที่จดทะเบียนอยู่ในตลาดหลักทรัพย์ทั้งหมด และกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงมนุษย์ ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ส่งเสริมองค์กรชุมชนให้ดำเนินงานตามหลักการของ CSR นอกจากนี้มีองค์กรเอกชนอาสาสมัคร และองค์กรวิชาชีพ รวมทั้งองค์กรระหว่างประเทศและต่างประเทศ ที่สนับสนุนการดำเนินงาน CSR ของธุรกิจเอกชนด้วยกระบวนการวิธีการต่างๆ องค์กรเหล่านี้ได้มีการรวมตัวเป็นเครือข่ายเพื่อดำเนินงานสนับสนุนซึ่งกันและกัน และเชื่อมโยงประสานงานกับองค์กรในระดับภูมิภาค และระดับสากล แต่ความก้าวหน้าในเรื่อง CSR ภาคธุรกิจนี้ยังมีจำกัดมาก ดังจะได้กล่าวรวมไว้ในรายงานส่วนปัญหาอุปสรรคการดำเนินงาน

## องค์กรสนับสนุนกิจกรรม CSR ในประเทศไทย

๑. กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์
๒. ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
๓. สภาหอการค้า/อุตสาหกรรม
๔. สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
๕. สถาบันไทยพัฒนา
๖. เครือข่ายธุรกิจเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม : SVN
๗. สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม
๘. สถาบันคีนันแห่งเอเชีย
๙. Thai Corporate Social Responsibility : Thai CSR
๑๐. National CG committee

เมื่อมีการส่งเสริมธุรกิจเอกชนให้มีการดำเนินการด้าน CSR ในประเทศไทยไประยะหนึ่งแล้ว ได้มีการศึกษาเพื่อประเมินปัญหาอุปสรรคการสร้าง CSR ของภาคเอกชนไทย ดร. เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ ผู้รับผิดชอบการศึกษา ซึ่งได้จัดเก็บข้อมูลจากธุรกิจเอกชน ได้ชี้ให้เห็นว่า การดำเนินงานด้านนี้ในประเทศไทย มีปัญหาอุปสรรคหลายประการ กล่าวโดยสรุปได้ดังนี้

- ๑) ความเข้าใจในความหมายของคำว่า CSR ยังมีความคับแคบ
  - ผู้เกี่ยวข้องส่วนใหญ่มองว่า CSR คือ การมีส่วนร่วมทางสังคมโดยทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ ช่วยเหลือสังคมในเชิงงาน “สังคมสงเคราะห์” ให้กับผู้ยากไร้ หรือด้อยโอกาส ในขณะที่ระดับสากลกล่าวว่า CSR คือ การผสมผสานเรื่องสิ่งแวดล้อมและสังคม เข้ากับการดำเนินธุรกิจ และเป็นการทำสิ่งที่ทำภายนอกองค์กรควบคู่ไปกับองค์ประกอบภายในองค์กร
  - ความเข้าใจ CSR ในมุมแคบเช่นนี้ ทำให้บริษัทส่วนใหญ่เน้นการช่วยเหลือสังคม ซึ่งเป็นเรื่องภายนอกองค์กร แต่ละเลยเรื่องภายในองค์กร เช่น การเสียภาษีอย่างถูกต้อง หรือการจัดระบบการบริหารจัดการที่มีธรรมาภิบาล และการปรับกระบวนการผลิตที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น การไม่ปล่อยน้ำเสียลงในแม่น้ำ

๒) ผู้บริหารขาดความเข้าใจในประโยชน์ของ CSR

- ผู้เกี่ยวข้องส่วนใหญ่มองว่า CSR คือ การมีส่วนร่วมทางสังคมโดยทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ ช่วยเหลือสังคมในเชิงงาน “สังคมสงเคราะห์” ให้กับผู้ยากไร้ หรือด้อยโอกาส ในขณะที่ระดับสากลกล่าวว่า CSR คือ การผสมผสานเรื่องสิ่งแวดล้อมและสังคม เข้ากับการดำเนินธุรกิจ และเป็นการทำสิ่งที่ทำภายนอกองค์กรควบคู่ไปกับองค์ประกอบภายในองค์กร
- นายทุน/ผู้บริหาร มองงาน CSR ไปในด้านต้นทุนและหรือผลประโยชน์ระยะสั้น มองไม่ออกว่า CSR จะทำให้ได้ประโยชน์ตอบแทนอย่างไรในแง่ของการเพิ่มผลกำไรหรือยอดขาย
- นายทุน/ผู้บริหาร จึงต่อต้านการทำงาน CSR เพราะเห็นว่าเป็นการเพิ่มต้นทุน ทำให้ไม่สามารถแข่งขันกับบริษัทอื่นได้ในการตั้งราคาสินค้า/ผลิตภัณฑ์
- นายทุน/ผู้บริหาร ไม่รู้ว่า CSR สร้างความเชื่อมั่นและความ “ศรัทธา” ของผู้บริโภคต่อธุรกิจได้

๓) ทรัพยากรที่สนับสนุนงาน CSR มีไม่เพียงพอ โดยเฉพาะเรื่องงบประมาณและบุคลากร

- นายทุน/ผู้บริหาร ไม่รู้ว่า CSR สร้างความเชื่อมั่นและความ “ศรัทธา” ของผู้บริโภคต่อธุรกิจได้
- บริษัทใดที่ผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญกับงาน CSR มาก งานนี้ก็จะได้รับการสนับสนุนอย่างเต็มที่ ทั้งเรื่องบุคลากรและงบประมาณ บางบริษัท แม้ผู้บริหารระดับสูงจะให้การสนับสนุน แต่ในภาวะที่ผลประกอบการของบริษัทไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ต้องมีการลดต้นทุนการผลิต งบประมาณที่จะถูกตัดออกในลำดับต้น คือ งบประมาณในโครงการด้าน CSR
- ในหลายบริษัท งาน CSR ถูกจัดให้รวมไว้เป็นส่วนหนึ่งของงานประชาสัมพันธ์หรืองานการตลาด บุคลากรส่วนใหญ่ขาดความเข้าใจอย่างแท้จริงในเรื่องงาน CSR ส่งผลให้งาน CSR ออกมาในเชิงของการตลาดและการประชาสัมพันธ์มากกว่า

๔) การเข้าถึงและตอบสนองความต้องการของชุมชน

- ผู้บริหารระดับสูงผลักดันการดำเนินการด้าน CSR โดยการให้ทิศทางหรือภาพกว้าง ในประเด็นที่ผู้บริหารสนใจ แต่ขาดการศึกษา วิเคราะห์หาความต้องการของชุมชนหรือกลุ่มเป้าหมาย ทำให้ไม่สามารถจัดสรรงบประมาณตามที่ชุมชนต้องการได้
- โครงการ CSR ที่พนักงานบริษัทต้องลงไปทำกิจกรรมร่วมกับคนในชุมชน อาจมีความยากลำบากในการสื่อสารให้ชุมชนเข้าใจว่า บริษัทมีเจตนาที่ดีที่ต้องการเข้ามาช่วยเหลือ ไม่ใช่ต้องการทำเพื่อหวังผลประโยชน์แอบแฝง
- ผู้บริโภค พนักงาน และภาครัฐไม่ได้ให้การสนับสนุนอย่างจริงจัง
  - ผู้บริโภค การทำกิจกรรมด้าน CSR ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น ดังนั้นจึงอาจจำเป็นต้องตั้งราคาสินค้าและบริการสูงขึ้น แต่ผู้บริโภคอาจจะไม่ยินดีจ่ายเงินเพิ่มเพื่อซื้อสินค้าและบริการที่แพงกว่าของบริษัทคู่แข่ง
  - พนักงานบริษัท มองว่าเป็นการทำ CSR เป็นการเพิ่มภาระงาน โดยที่ตนเองไม่ได้ผลตอบแทนเพิ่ม สิ่งที่ทำไม่ใช่หน้าที่หลัก จึงไม่ได้รับความร่วมมือจากพนักงาน
  - รัฐบาล รัฐบาลยังไม่ได้ให้การสนับสนุนงานด้าน CSR มากนัก แม้จะได้มีการเริ่มตั้งสถาบันที่สนับสนุนเรื่องนี้ที่ตลาดหลักทรัพย์และกระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ แต่โดยโครงสร้างเชิงกฎหมายแล้ว ยังไม่เพียงพอจะสร้างแรงจูงใจให้ธุรกิจทุกแห่งอยากดำเนินงาน CSR

๕) ความไม่พร้อมของหน่วยงานด้านสาธารณกุศลที่ร่วมดำเนินงาน บริษัทที่ดำเนินธุรกิจ มองว่า องค์กรพัฒนาเอกชนในประเทศไทยที่อาจจะร่วมดำเนินงาน CSR จำนวนมากยังขาดความพร้อมและความโปร่งใสในการดำเนินงานจึงทำให้ขาดความไว้วางใจที่จะให้เงินสนับสนุนเพื่อไปช่วยเหลือสังคม เงินบริจาคเพื่อทำกิจกรรม CSR จึงวนเวียนอยู่ในมูลนิธิหรือหน่วยงานการกุศลไม่กี่แห่งที่ได้รับความไว้วางใจ

### ๒.๑.๕ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ฉบับที่ ๑๐

กระแสสากลว่าด้วยทิศทางการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) ที่เน้นการสร้างสมดุลในการพัฒนาเศรษฐกิจที่ต้องต้องใส่ใจในเรื่องสิ่งแวดล้อม และประเด็นต่างๆ ทางด้านสังคมด้วย ไม่ใช่มุ่งเน้นแต่การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว มีอิทธิพลต่อการวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๐ ของรัฐบาลอย่างสูง เห็นได้ชัดจากแนวคิดหลักของการวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๐ ที่เน้นการพัฒนาไปในทิศทางที่พึ่งตนเองและมีภูมิคุ้มกันมากขึ้นโดยยึดหลัก “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” ควบคู่ไปกับการพัฒนาแบบบูรณาการเป็นองค์รวมที่ยึด “คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา” เพื่อให้การพัฒนาประเทศเป็นไปในทางสายกลาง บนพื้นฐานคุณลักษณะเชิงพลวัตที่เชื่อมโยงทุกมิติของการพัฒนาอย่างบูรณาการ ทั้งมิติตัวคน สังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม นำสู่การกำหนดวิสัยทัศน์ที่ว่า

#### มุ่งพัฒนาสู่

“สังคมอยู่เย็นเป็นสุขร่วมกัน (Green and Happiness Society) คนไทยมีคุณธรรมนำความรอบรู้ รู้เท่าทันโลก ครอบคลุมอบอุ่น ชุมชนเข้มแข็ง สังคมสันติสุข เศรษฐกิจมีคุณภาพ เสถียรภาพ และเป็นธรรม สิ่งแวดล้อมมีคุณภาพและทรัพยากรธรรมชาติยั่งยืน อยู่ภายใต้ระบบบริหารจัดการประเทศที่มีธรรมาภิบาล ดำรงไว้ซึ่งระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข และอยู่ในประชาคมโลกได้อย่างมีศักดิ์ศรี”

และเพื่อให้การพัฒนาเป็นไปตามทิศทางที่กำหนดไว้ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๐ ได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาไว้ ๕ ด้าน คือ คน ชุมชน โครงสร้างเศรษฐกิจ การจัดการทรัพยากร และการสร้างธรรมาภิบาล

#### ยุทธศาสตร์การพัฒนา ๕ ด้าน

**ยุทธศาสตร์ที่หนึ่ง** : ยุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพคนและสังคมไทยสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ เป็นยุทธศาสตร์ที่เน้นการพัฒนาคน ทั้งในมิติของจริยธรรมและมิติของความรู้ มุ่งสู่ “สังคมที่มีความสุขยั่งยืน” โดยนำแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาปฏิบัติ ทั้งการเร่งการปฏิรูปการศึกษา ขยายรูปแบบการเรียนการสอนที่มุ่งการ “เรียนให้รู้” การพัฒนาหลักสูตรเศรษฐกิจพอเพียง ควบคู่ไปกับการพัฒนาด้านจิตใจ เพื่อให้รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงสู่สังคมฐานความรู้ และเพิ่มขีดความสามารถของประเทศ

**ยุทธศาสตร์ที่สอง :** การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและสังคมเป็นรากฐานที่มั่นคงของประเทศ ในฐานะการใช้งบประมาณ การใช้ทรัพยากรเพื่อการแก้ไขปัญหาของชุมชน ขบวนการจัดทำแผนชุมชน ในการสร้างความสมดุลระหว่างหนี้สินและรายได้ของชุมชน การดูแลทรัพยากรธรรมชาติในหมู่บ้าน และจะบริหารจัดการอย่างไร ส่วนหน้าที่ของรัฐบาล จะเข้ามาเสริมในด้านชุมชน ถ้าวันนี้ไม่มียุทธศาสตร์การพัฒนาชุมชนที่แยกออกต่างหาก รัฐธรรมนูญที่กำหนดการกระจายอำนาจไป จะเป็นเพียงการให้เงินลงไปเท่านั้น แต่เงินไม่ได้บวกกับปัญญา ก็จะไม่ยั่งยืน

**ยุทธศาสตร์ที่สาม :** การปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจให้สมดุลและยั่งยืน จากปัญหาในด้านเศรษฐกิจกับโครงสร้างการผลิตและการบริการยังไม่สมดุล จึงต้องมีการปรับโครงสร้างด้านเศรษฐกิจ เน้นการผลิตที่เป็นเชิงมูลค่าเพิ่ม เริ่มกระจายความเสี่ยงการผลิตจากการผลิตในเชิงอุตสาหกรรมอย่างเดียวยาวสู่ภาคบริการ และเน้นจุดแข็งในด้านการเกษตร เข้าสู่อุตสาหกรรมการเกษตร สร้างความมั่นคงของอาหารในระดับชุมชน เน้นการออมเพื่อเป็นฐานในการลงทุนในอนาคต เน้นยุทธศาสตร์เรื่องพลังงานที่สามารถพึ่งพาตนเองได้ในระยะยาว

**ยุทธศาสตร์ที่สี่ :** การพัฒนาบนพื้นฐานความหลากหลายทางชีวภาพและการสร้างความมั่นคงของ ฐานทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ได้วางแนวทางการพัฒนาภายใต้ยุทธศาสตร์ ๔ แนวทาง คือ ๑) การรักษาสถานที่ทรัพยากรและความสมดุลของระบบนิเวศน์ เพื่อความยั่งยืนของฐานการผลิต การดำรงชีวิตและพึ่งตนเองของสังคมชุมชน ๒) การสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและการพัฒนาที่ยั่งยืน ๓) การพัฒนาคุณค่าความหลากหลายทางชีวภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่น ๔) การบริหารจัดการองค์ความรู้เพื่อสร้างพื้นฐานของการพัฒนา โดยอาศัย พื้นฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมกับเทคโนโลยีที่นำไปสู่การยกระดับความสามารถ การจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน

**ยุทธศาสตร์ที่ห้า :** การเสริมสร้างธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการประเทศสู่ความยั่งยืน การปรับระบบบริหารจัดการภาครัฐให้สอดคล้องกับหลักธรรมาภิบาลมากขึ้น ปรับโครงสร้างกลไก และกระจายการจัดสรรทรัพยากรภาครัฐไปสู่ภูมิภาค ท้องถิ่น และชุมชน กระจายอำนาจให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถรับผิดชอบจัดบริการสาธารณะตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่ และสร้างความเจริญเศรษฐกิจ สังคม แก่ท้องถิ่น ชุมชนได้อย่างแท้จริง ส่งเสริม ความเข้มแข็งของภาคประชาชนให้เข้าร่วมในการบริหารจัดการประเทศ ไม่ว่าจะเป็นการร่วมมือระหว่างภาคราชการ บ้าน วัด โรงเรียนและสื่อในการปลูกฝังจิตสำนึกในเรื่องธรรมาภิบาล ส่งเสริมภาคธุรกิจเอกชนให้เกิดความเข้มแข็งสุจริต และมีธรรมาภิบาลเพิ่มขึ้น

วิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์ดังกล่าวโดยเฉพาะยุทธศาสตร์ที่ห้าเป็นพื้นฐานสำคัญในพัฒนาการของ CSR ของเมืองไทย ดังได้กล่าวแล้วข้างต้นในข้อ ๓.๑.๔ **สถานการณ์ CSR ของสังคมไทย**

#### ๒.๑.๖ หลักธรรมาภิบาลของหน่วยงานภาครัฐ

ภาคราชการได้เริ่มดำเนินการสร้าง “ธรรมาภิบาล” โดยมีระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการสร้างระบบบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดี พ.ศ. ๒๕๔๒ ประกาศในราชกิจจานุเบกษาเมื่อวันที่ ๑๐ สิงหาคม ๒๕๔๒ ให้มีผลใช้บังคับกับหน่วยงานของรัฐตั้งแต่วันที่ ๑๑ สิงหาคม ๒๕๔๒ เป็นต้นมา ระเบียบนี้กำหนดให้ทุกหน่วยงานของรัฐ ดำเนินการบริหารจัดการโดยยึดหลักการ ๖ หลัก ได้แก่ หลักนิติธรรม หลักคุณธรรม หลักความโปร่งใส หลักความมีส่วนร่วม หลักความรับผิดชอบ และหลักความคุ้มค่า ซึ่งมีสาระสำคัญ ดังนี้

- ๑) หลักนิติธรรม ได้แก่ การตรากฎหมาย กฎข้อบังคับต่าง ๆ ให้ทันสมัยและเป็นธรรม เป็นที่ยอมรับของสังคม และสังคมยินยอมพร้อมใจปฏิบัติตามกฎหมาย กฎข้อบังคับเหล่านั้น โดยถือว่าเป็นการปกครองภายใต้กฎหมายมิใช่ตามอำเภอใจ หรืออำนาจของตัวบุคคล
- ๒) หลักคุณธรรม ได้แก่ การยึดมั่นในความถูกต้องดีงาม โดยรณรงค์ให้เจ้าหน้าที่ของรัฐ ยึดถือหลักนี้ในการปฏิบัติหน้าที่ให้เป็นตัวอย่างแก่สังคม และส่งเสริมสนับสนุนให้ประชาชนพัฒนาตนเองไปพร้อมกันเพื่อให้คนไทยมีความซื่อสัตย์ จริงใจ ขยัน อดทน มีระเบียบวินัย ประกอบวิชาชีพสุจริตจนเป็นนิสัยประจำชาติ
- ๓) หลักความโปร่งใส ได้แก่ การสร้างความไว้วางใจซึ่งกันและกันของคนในชาติโดยปรับปรุงกลไกการทำงานขององค์กรทุกวงการให้มีความโปร่งใส มีการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์อย่างตรงไปตรงมาด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย ประชาชนเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้สะดวกและมีกระบวนการให้ประชาชนตรวจสอบความถูกต้องชัดเจนได้
- ๔) หลักความมีส่วนร่วม ได้แก่ การเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมรับรู้ และเสนอความเห็นในการตัดสินใจปัญหาสำคัญของประเทศ ไม่ว่าจะด้วยการแจ้งความเห็น การไต่สวนสาธารณะ การประชาพิจารณ์ การแสดงประชามติหรืออื่นๆ
- ๕) หลักความรับผิดชอบ ได้แก่ การตระหนักในสิทธิหน้าที่ความสำนึกในความรับผิดชอบต่อสังคม การใส่ใจปัญหาสาธารณะของบ้านเมืองและ

กระตือรือร้นในการแก้ปัญหาตลอดจนการเคารพในความคิดเห็นที่แตกต่าง และความกล้าที่จะยอมรับผลจากการกระทำของตน

- ๖) หลักความคุ้มค่า ได้แก่ การบริหารจัดการและใช้ทรัพยากรที่มีจำกัด เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ส่วนรวม โดยรณรงค์ให้คนไทยมีความประหยัด ใช้ของอย่างคุ้มค่า สร้างสรรค์สินค้าบริการที่มีคุณภาพ สามารถแข่งขันได้ในเวทีโลกและรักษาพัฒนา ทรัพยากรธรรมชาติให้สมบูรณ์ยั่งยืน

#### ๒.๑.๗ หลักกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน

ปี พ.ศ. ๒๕๔๕ รัฐบาลสนับสนุนให้เป็นปีแห่งการสร้างบรรษัทภิบาลของภาคธุรกิจไทย ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นแห่งการรณรงค์การสร้างระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดี และได้กำหนดให้การกำกับดูแลกิจการที่ดีเป็นวาระแห่งชาติ โดยคณะรัฐมนตรีได้แต่งตั้งคณะกรรมการบรรษัทภิบาลแห่งชาติขึ้น มีนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน และกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิจากภาครัฐและเอกชน เพื่อเป็นแกนกลางในการผลักดันให้เกิดการยกระดับบรรษัทภิบาลของประเทศไทยอย่างจริงจัง และต่อเนื่อง และแต่งตั้งคณะกรรมการ ๖ ชุด เพื่อกำหนดแผนงานและดำเนินกิจกรรมที่ส่งเสริมให้เกิดระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดีในแต่ละด้าน ทั้งในเรื่องของการแก้ไขและบังคับใช้กฎหมาย การปรับปรุงมาตรฐานบัญชี การกำหนดแนวปฏิบัติที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน การยกระดับการกำกับดูแลกิจการที่ดีด้านธรรมาภิบาล บัญชีการเงิน ทรัพย์สิน และบริษัทหลักทรัพย์ รวมถึงการอบรมให้ความรู้และการประชาสัมพันธ์ การดำเนินการเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการในประเทศไทย

- ๑) หลักการกำกับดูแลกิจการของประเทศไทยนั้น พัฒนาขึ้นจากหลักมาตรฐานสากล ซึ่งมีดังนี้
- ในหลายบริษัท งาน CSR ถูกจัดให้รวมไว้เป็นส่วนหนึ่งของงานประชาสัมพันธ์หรืองานการตลาด บุคลากรส่วนใหญ่ขาดความเข้าใจอย่างแท้จริงในเรื่องงาน CSR ส่งผลให้งาน CSR ออกมาในเชิงของการตลาดและการประชาสัมพันธ์มากกว่า
  - Accountability หมายถึง ความรับผิดชอบต่อผลการปฏิบัติงานตามหน้าที่ เช่น คณะกรรมการมีความรับผิดชอบต่อการปฏิบัติตามหน้าที่ต่อผู้ถือหุ้น

- Responsibility หรือ การรู้จักภาระหน้าที่ หมายถึงความสำนึกในหน้าที่และปฏิบัติหน้าที่ด้วยขีดความสามารถและประสิทธิภาพที่เพียงพอ
  - Equitable Treatment หรือ ความเสมอภาคและความเป็นธรรม หมายถึง การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเท่าเทียมกัน
  - Transparency หรือ ความโปร่งใส หมายถึง ต้องมีความโปร่งใสในการดำเนินงานที่สามารถตรวจสอบได้และมีการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งแก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย
  - Vision หมายถึง การมีวิสัยทัศน์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่กิจการในระยะยาว และสนองภารกิจโดยไม่ทำลายขีดความสามารถในระยะสั้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มมูลค่าใดๆ นั้น จะต้องเป็นการเพิ่มความสามารถในทุกด้านเพื่อการแข่งขัน
  - Ethics หมายถึง การส่งเสริมพัฒนาการกำกับดูแลและจรรยาบรรณที่ดีในการประกอบธุรกิจ
- ๒) หลักการกำกับดูแลกิจการ ๑๕ ข้อที่ตลาดหลักทรัพย์ไทยจัดทำขึ้นสำหรับบริษัทจดทะเบียน ครอบคลุมเรื่องหลักๆ ดังนี้
- Ethics หมายถึง การส่งเสริมพัฒนาการกำกับดูแลและจรรยาบรรณที่ดีในการประกอบธุรกิจ
  - สิทธิและความเท่าเทียมกันของผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสีย (Rights and Equitable Treatment :Shareholders and Various Groups of Stakeholders)
  - คณะกรรมการ: โครงสร้าง บทบาท หน้าที่ ความรับผิดชอบ และความเป็นอิสระ (Board Structure, Roles, Responsibilities, Accountability and Independence)
  - การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส (Disclosure and Transparency)
  - การควบคุมและบริหารความเสี่ยง (Internal Control and Risk Management)
  - จริยธรรมทางธุรกิจ (Ethics)
- ๓) หลักการกำกับดูแลกิจการ ๑๕ ข้อนั้นมีดังนี้
- นโยบายเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการ

- สิทธิของผู้ถือหุ้น
- สิทธิของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ
- การประชุมผู้ถือหุ้น
- ภาวะผู้นำและวิสัยทัศน์
- ความขัดแย้งของผลประโยชน์
- จริยธรรมธุรกิจ
- การถ่วงดุลของกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร
- การรวมและการแยกตำแหน่ง
- ค่าตอบแทนกรรมการและผู้บริหาร
- การประชุมคณะกรรมการ
- คณะอนุกรรมการ
- ระบบการควบคุมและการตรวจสอบภายใน
- รายงานคณะกรรมการ
- ความสัมพันธ์กับผู้ลงทุน

**สรุป** ผลจากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมในการศึกษา ส่วนของ **นิยามความหมาย และกระบวนการสนับสนุนและพัฒนาการดำเนินงานด้าน “ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจเอกชน”** ครั้งนี้นั้น ข้อมูลเท่าที่มีการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ ซึ่งส่วนมากอยู่ในหนังสือพิมพ์ เว็บไซต์ พบว่า

มีหน่วยงานธุรกิจจำนวนมาก ดำเนินกิจกรรม CSR อยู่แล้วเป็นประจำ แต่กิจกรรม CSR เป็นไปในความหมายอย่างแคบ คือ การจัดทำ จัดให้ เกิดขึ้นเป็นครั้งคราว เช่น การปลูกป่า การทอดผ้าป่าทุนการศึกษา การกำจัดขยะ และมีกิจกรรม CSR จำนวนไม่น้อยเกี่ยวข้องกับเรื่องของวัฒนธรรม ทั้งในด้านที่เป็นวิถีชีวิตของประชากรกลุ่มต่างๆ และเป็นศิลป ดนตรี การแสดงฟ้อนรำ ขับร้อง เมื่อมีการจัดทำกิจกรรม CSR ธุรกิจเอกชนแต่ละแห่งมักดำเนินการเอง โดยติดต่อประสานกับแกนนำของกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ ในธุรกิจเอกชนที่มีการดำเนินกิจกรรม CSR สม่ำเสมอ ต่อเนื่อง หรือใช้งบประมาณจำนวนมาก มักจัดตั้งหน่วยงานรับผิดชอบ ซึ่งโดยทั่วไปมักจะอยู่ในฝ่ายงานประชาสัมพันธ์ หรือจัดตั้งมูลนิธิขึ้น บางองค์กรมอบหมายให้องค์กรพัฒนาเอกชนช่วยดำเนินการ

## ๒.๒ สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติกับความต้องการให้องค์กรธุรกิจเอกชนมีส่วนร่วมพัฒนาด้านวัฒนธรรม

โครงการศึกษาแนวทาง รูปแบบการสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรมขององค์กรธุรกิจเอกชนในประเทศไทยนี้เกิดขึ้นเนื่องจากสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ ต้องการจัดหาแนวทางสนับสนุน ให้องค์กรธุรกิจเอกชนที่ทำกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมสนใจงานด้านวัฒนธรรม โดยทำงานร่วมกับองค์กรและชุมชนด้านวัฒนธรรม ดังนั้นการศึกษาเอกสารในส่วนนี้จึงเป็นการศึกษาเกี่ยวกับสถานะที่เป็นอยู่ในหน่วยงานของกระทรวงวัฒนธรรม เพื่อพิจารณาว่า ภายในกระทรวงมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการที่ธุรกิจเอกชนจะมาดำเนินงาน CSR ขอบข่ายความหมายของวัฒนธรรม นโยบายที่สำคัญของการดำเนินงานด้านวัฒนธรรม โครงสร้างองค์กรและบุคลากรในพื้นที่ที่จะรองรับการดำเนินงาน

### ความหมายของวัฒนธรรม มีความหลากหลาย เป็นนิยามตามยุคสมัย ดังนี้

ตามพระราชบัญญัติวัฒนธรรมแห่งชาติ พุทธศักราช ๒๕๔๕ หมายถึง ลักษณะที่แสดงความจริงใจออกงาม ความเป็นระเบียบ ความกลมเกลียว ก้าวหน้าของชาติ และศีลธรรมอันดีงามของประชาชน โดยนัยนี้ เป็นการชี้ชวน เชิญชวน วจิวนอนให้ประชาชนร่วมกันทำให้เกิดความจริงใจออกงาม ให้มีความดีงามขึ้น ไม่ใช่เพียงแต่รับมรดกกันมา แต่จะต้องรักษาของเดิมที่ดี แก้ไขดัดแปลงที่ควรแก้ หรือดัดแปลงมาตรฐานความดีงามขึ้นใหม่ แล้วส่งเสริมให้เป็นลักษณะที่ดีประจำชาติสืบต่อไป จนถึงอนุชนรุ่นหลัง

พระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตฺโต) “วัฒนธรรม” ในความหมายให้เข้าใจง่าย หมายถึง การสั่งสม ประสบการณ์ ความรู้ ความสามารถ ภูมิธรรม ทั้งหมดที่ได้ช่วยมนุษย์ในสังคมนั้นๆ ให้อยู่รอดและเจริญ สืบต่อกันมาได้ และเป็นอยู่อย่างที่เป็นของสังคมนั้น

ศาสตราจารย์ นายแพทย์ประเวศ วะสี “วัฒนธรรม” คือ พลังของสังคมทางภูมิปัญญา เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ จิตใจ สังคม สิ่งแวดล้อม พร้อมกันไป

องค์ประกอบของวัฒนธรรม ตามความหมายนี้ ที่สำคัญมี ๔ ประการ

- ๒.๒.๑ สิ่งที่ทำให้เจริญออกงามให้แก่หมู่คณะ อะไรก็ได้เป็นวัฒนธรรมหมด สิ่งที่ทำให้เจริญออกงามแก่หมู่คณะ การอยู่ร่วมกันในสังคมเป็นกลุ่ม
- ๒.๒.๒ วิถีชีวิตของหมู่คณะ นี้ก็เป็นองค์ประกอบของความหมายของวัฒนธรรม
- ๒.๒.๓ ลักษณะที่ทำให้เจริญออกงาม ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความกลมเกลียว ก้าวหน้าของชาติ และศีลธรรมอันดีของประชาชน

๒.๒.๔ พฤติกรรมและสิ่งทีคนในหมู่คณะผลิตสร้างขึ้นด้วยการเรียนรู้จากกันและกัน  
รวมใช้อยู่ในหมู่ของพวกตน

นโยบายสำคัญของการดำเนินงานด้านวัฒนธรรม นายธีระ สลักเพชร รัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรมได้วางนโยบายการดำเนินงานของกระทรวงที่สอดคล้องกับแนวทางของรัฐบาลในอันที่จะแก้ปัญหาเศรษฐกิจ และปัญหาสังคมของประเทศ รวมทั้งปฏิรูปการเมืองตามแนวทางการปกครองในระบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นพระประมุข โดยการพัฒนาวัฒนธรรมประชาธิปไตย ด้วยการสนับสนุนให้ครอบครัว สถานศึกษา และชุมชน มีการเรียนรู้และนำหลักการประชาธิปไตยไปใช้ กระทรวงมีกลไกในการดำเนินงานเรื่องวัฒนธรรมประชาธิปไตยโดยผ่านสภาวัฒนธรรมหมู่บ้านและตำบล ตามโครงการวัฒนธรรมไทยสายใยชุมชน ส่งเสริมให้ผู้นำศาสนามีบทบาทในการเผยแพร่แก่คนในสังคม บูรณาการกับกระทรวงศึกษาธิการ และระดมความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในการดำเนินงาน

โครงการวัฒนธรรมไทยสายใยชุมชนที่กล่าวนี้ เป็นโครงการที่มีความสำคัญถือเป็นวาระแห่งชาติมาตั้งแต่ปีพ.ศ. ๒๕๕๐ มีจุดมุ่งหมายที่จะสร้างความเข้มแข็งของชุมชนอย่างยั่งยืน โดยรวมพลังทุกหน่วยงานในการนำมิติความหลากหลายทางวัฒนธรรมของไทย ส่งเสริมให้เกิดสายใยชุมชนสู่ชุมชน เพื่อให้ประชาชนอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างมีความสุข

หลักการพื้นฐานในการดำเนินงาน คือ การเอาประชาชนและชุมชนเป็นศูนย์กลางพึ่งตนเอง ชุมชนเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ ประชาชนมีส่วนร่วมในการคิด การลงมือทำ และการร่วมรับประโยชน์ การนำความหลากหลายทางวัฒนธรรมท้องถิ่น ความเชื่อตามหลักศาสนา ภูมิปัญญาท้องถิ่น ปรัชญาทางเศรษฐกิจพอเพียง มาสร้างคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนให้บังเกิดผลอย่างแท้จริง

นอกเหนือจากเรื่องวัฒนธรรมประชาธิปไตย ที่เป็นนโยบายจากรัฐมนตรีเจ้ากระทรวงแล้ว องค์ประกอบวัฒนธรรมตามที่กำหนดไว้ในโครงการวัฒนธรรมไทยสายใยชุมชน ครอบคลุมเรื่องพื้นฐาน ๖ เรื่อง ดังต่อไปนี้

- ๑) **การส่งเสริมการจัดตั้งคลังสมอง** ภูมิปัญญาท้องถิ่น (Brain Bank) เพื่อรวบรวมภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างเป็นระบบ จากบรรดาผู้รู้หรือปราชญ์ชาวบ้าน เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลหลักในการนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชน ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม และจิตใจ
- ๒) **ส่งเสริมอาชีพด้านศิลปและวัฒนธรรม** อันได้แก่ กลุ่มอาชีพ กลุ่มสนใจในกิจกรรมทางวัฒนธรรมต่างๆ โดยใช้แนวพระราชดำริ **เศรษฐกิจพอเพียง** ส่งเสริมคุณภาพชีวิตของประชาชนในชุมชน (การผลิต การบริโภค และการตลาด) เน้นการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นและกองทุนหมู่บ้าน

มาสร้างงาน สร้างอาชีพให้แก่ชุมชนโดยรวม และเป็นการสอดคล้องกับ  
โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ อันจะนำไปสู่การแก้ไขปัญหาความ  
ยากจนของชุมชน และปัญหาการแพร่ระบาดของยาเสพติด

- ๓) **ส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม** แก่เด็ก เยาวชน และประชาชนในตำบล  
กิจกรรมดังกล่าวเป็นการถ่ายทอดระบบคุณค่าจากระบบความเชื่อใน  
สังคม เป็นศูนย์ฯ ความร่วมมือการดำเนินงานและกิจกรรมทางด้าน  
ศาสนา ขนบธรรมเนียมประเพณี จารีตต่างๆ ในชุมชน ทำให้กระบวนการ  
ถ่ายทอดคุณค่าทางศาสนา ความเชื่อและวัฒนธรรมต่างๆ ในท้องถิ่น เป็น  
ระบบที่ควรได้รับการเลือกสรรกลั่นกรองจากชุมชนอย่างมีแบบแผน ไม่  
ผิดเพี้ยนไปจากค่านิยมชุมชน
- ๔) **ส่งเสริมการจัดทำลานวัฒนธรรม** และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อให้  
ชุมชนได้มีเวทีพบปะสังสรรค์แสดงออก แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระบบคุณค่า  
ต่างๆ ในชุมชน ตลอดจนการปรึกษาปัญหาทั้งของตนเองและของชุมชน  
ร่วมกัน
- ๕) **ส่งเสริมการจัดทำพิพิธภัณฑ์พื้นบ้าน** หอศิลป์ชุมชน เพื่อรวบรวมมรดก  
ทางวัฒนธรรมและการจัดแสดงความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ของ  
ท้องถิ่นและภูมิปัญญาของบรรพบุรุษ
- ๖) **ส่งเสริมงานสารสนเทศและห้องสมุดชุมชน** เพื่อส่งเสริมนิสัยรักการ  
อ่าน การศึกษาค้นคว้าหาความรู้ ทั้งจากภูมิปัญญาในชุมชนในระดับ  
อำเภอ ระดับจังหวัด ระดับชาติ และในสังคมโลกมากระตุ้นให้บุคคล  
ชุมชน นำความรู้เหล่านั้นมาปรับใช้อย่างเหมาะสม

โครงสร้างองค์กรและบุคคลากรในพื้นที่ที่จะรองรับการดำเนินงาน กลไกการดำเนินงาน  
ในชุมชนที่ได้จัดวางไว้แล้ว คือ สภาวัฒนธรรมหมู่บ้าน และสภาวัฒนธรรมตำบล ซึ่งถือว่าเป็น  
องค์กรเอกชนอาสาสมัครที่จัดตั้งขึ้นตามนโยบายสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ  
กระทรวงวัฒนธรรม เพื่อทำหน้าที่ส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดความร่วมมือในการดำเนินงาน  
วัฒนธรรมในท้องถิ่น

**สรุป** การศึกษาทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวกับการดำเนินงานด้าน CSR ของภาคเอกชนธุรกิจ ได้  
ชี้ให้เห็นว่า การดำเนินงานด้าน CSR เป็นการกระทำที่ธุรกิจเอกชนจำเป็นจะต้องทำ มิใช่เป็นเพียงการ  
กระทำตามสมัครใจ กิจกรรมนี้นับวันที่จะยิ่งทวีความสำคัญเมื่อประเทศไทยเข้าสู่ช่วงการค้า ธุรกิจระดับ  
นานาชาติ การส่งเสริมให้ภาคธุรกิจเอกชน คิดถึงการทำกิจกรรม CSR ตั้งแต่เริ่มธุรกิจ โดยคิดทั้งส่วนที่

เป็นการดำเนินงานขององค์กร และส่วนที่ดำเนินงานภายนอกกับชุมชนเป็นเรื่องจำเป็น แนวคิดที่จะนำ  
องค์กรธุรกิจมาทำกิจกรรม CSR ด้านวัฒนธรรมโดยประสานร่วมมือ กับสภาวัฒนธรรม ในพื้นที่นั้นเป็น  
เรื่องที่เป็นไปได้ ถ้ามีแนวทางการประสานร่วมมือที่ชัดเจน

## บทที่ ๓

### มาตรการการลดหย่อนภาษีของกระทรวงการคลังต่อการส่งเสริมงาน เพื่อสังคม

มาตรการการลดหย่อนภาษีของกระทรวงการคลังต่อการส่งเสริมงานสังคมนั้น จากการศึกษาไม่พบว่ามีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมงานเพื่อสังคมในประเทศไทยที่ระบุได้อย่างชัดเจน มีเพียงกฎหมายภาษีที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการบริจาคของภาคประชาชน และภาคองค์กรธุรกิจเอกชน ซึ่งส่วนมากเป็นเรื่องของเงินบริจาค เป็นหลัก ไม่ได้มีระบุเรื่องการส่งเสริมงานเพื่อสังคมในความหมายอื่นๆ หรือบัญญัติไว้เป็นการเฉพาะอย่างหนึ่งอย่างใด ส่วนใหญ่เป็นการกล่าวถึงเรื่อง เงินบริจาค ในส่วนต่างๆ ของกฎหมายภาษีเท่านั้น พอสรุปได้ดังนี้

#### การหักลดหย่อนเงินบริจาค หรือการหักค่าใช้จ่ายนิติบุคคล

ภาษีเงินได้นิติบุคคล ตามประมวลรัษฎากรเป็นภาษีทางตรงประเภทหนึ่ง เช่นเดียวกับภาษีเงินได้นิติบุคคลธรรมดา ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้นิติบุคคล ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์และประมวลรัษฎากร ได้แก่

๑. บริษัทและห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ได้แก่ บริษัทจำกัด บริษัทมหาชนจำกัด ห้างหุ้นส่วนจำกัด ห้างหุ้นส่วนสามัญจดทะเบียน
๒. บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศ
๓. กิจการซึ่งดำเนินการเป็นทางคาหรือหากำไร โดย รัฐบาลต่างประเทศ องค์การ ของรัฐบาลต่างประเทศ นิติบุคคลอื่นที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายของต่างประเทศ
๔. กิจการรวมคา
๕. มูลนิธิหรือสมาคมที่ประกอบกิจการซึ่งมีรายได้
๖. นิติบุคคลอื่นๆ ที่อธิบดีกรมสรรพากรกำหนด

กฎหมายกำหนดให้สามารถหักรายจ่ายบางประเภท ออกจากกำไรสุทธิ เพื่อสิทธิในการได้รับการลดหย่อนภาษีของนิติบุคคลหรือบริษัท

ในเรื่องสิ่งซึ่งการบัญชีของนิติบุคคลไม่ถือเป็นรายจ่ายคือ รายจ่ายอันมีลักษณะ เป็นการสวน

ตัว<sup>๑</sup> การให้โดยเสนาหา หรือการกุศล เว้นแต่ การกุศลสาธารณะหรือการสาธารณประโยชน์ตามที่อธิบดี กำหนดโดยอนุมัติรัฐมนตรี ในส่วนที่ไม่เกินร้อยละ ๒ ของกำไรสุทธิ และรายจ่ายเพื่อการศึกษาหรือเพื่อ การกีฬาตามที่อธิบดีกำหนดโดยอนุมัติรัฐมนตรีให้หักได้อีกในส่วนที่เกินร้อยละ ๒ ของกำไรสุทธิ ทั้งนี้มี หลักเกณฑ์ว่า

**๑. รายจ่ายเพื่อการสาธารณประโยชน์<sup>๒</sup>** ได้แก่ รายจ่ายที่จ่ายให้แก่หรือเพื่อกิจการ ดังต่อไปนี้

(๑) การส่งเสริม อนุรักษ์ และรักษาพันธุ์สัตว์ป่าสงวนและสัตว์ป่าคุ้มครอง ตามกฎหมายว่า ด้วยการสงวนและคุ้มครองสัตว์ป่า

(๒) การคุ้มครองและดูแลรักษาอุทยานแห่งชาติตามกฎหมายว่าด้วยอุทยานแห่งชาติ

(๓) การคุ้มครองและรักษาป่าสงวนแห่งชาติตามกฎหมายว่าด้วยป่าสงวนแห่งชาติ

(๔) กองทุนสิ่งแวดล้อม การส่งเสริม คุ้มครอง และรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม การควบคุม ป้องกัน แก้ไข ตลอดจนการลดและขจัดอันตรายอันเกิดจากการแพร่กระจายของมลพิษ หรือภาวะมลพิษ และของเสียอันตราย ตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ

(๕) การบูรณะโบราณสถาน โบราณวัตถุ และศิลปวัตถุ ตามกฎหมายว่าด้วยโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ

(๖) การก่อสร้างถนนและไดโอนกรรมสิทธิ์ให้แก่สวนราชการหรือองค์การของรัฐบาลโดยไม่มีค่าตอบแทน ทั้งนี้ เฉพาะกรณีที่สวนราชการหรือองค์การของรัฐบาลผู้รับโอนได้ให้ประชาชนใช้ ประโยชน์ในงานดังกล่าว

(๗) การบริจาคทรัพย์สินหรือสินค้าให้แก่สวนราชการ เพื่อช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัย ชาติ ภัย อัคคีภัย หรือภัยธรรมชาติในลักษณะทำนองเดียวกัน

(๘) การบริจาคทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบกิจการให้แก่สวนราชการ เพื่อบริจาคให้แก่ สถานศึกษาของทางราชการ สถาบันอุดมศึกษาเอกชนตามกฎหมายว่าด้วยสถาบัน อุดมศึกษาเอกชน หรือสถานศึกษาตามกฎหมายว่าด้วยโรงเรียนเอกชน

ทั้งนี้ รายจ่ายตามข(๑) ถึง (๘) ต้องเป็นรายจ่ายให้แก่กิจการตามโครงการพระราชดำริ หรือ ของทางราชการ หรือองค์การของรัฐบาล หรือองค์การกุศลสาธารณะที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดตาม มาตรา ๔๗(๗)(ข) แห่งประมวลรัษฎากร

<sup>๑</sup> ประมวลรัษฎากร มาตราที่ ๖๕ ตี (๓)

<sup>๒</sup> ประกาศอธิบดีกรมสรรพากร เกี่ยวกับภาษีเงินได้ (ฉบับที่ ๔๔) เรื่อง กำหนดรายจ่ายเพื่อการสาธารณประโยชน์ รายจ่ายเพื่อการศึกษา และรายจ่าย เพื่อการกีฬาตามมาตรา ๖๕ ตี (๓) แห่งประมวลรัษฎากร

(๙) เงินบริจาคให้แก่กองทุนเพื่อโครงการอาหารกลางวันในโรงเรียนประถมศึกษา<sup>๓</sup>

**๒. รายจ่ายเพื่อการศึกษา<sup>๔</sup>** ได้แก่ รายจ่ายในการบริจาคเงินหรือทรัพย์สินที่จ่ายให้แก่หรือเพื่อกิจการดังต่อไปนี้

(๑) สถานศึกษา หอสมุดหรือห้องสมุด หรือสถาบันวิจัย ทั้งนี้ เฉพาะของทางราชการ

(๒) การให้ทุนการศึกษาแก่นักเรียน นิสิต นักศึกษา เป็นการทั่วไป

(๓) กระทรวง ทบวง กรม เทศบาล สุขาภิบาล หรือองค์การบริหารราชการ ส่วนท้องถิ่น เพื่อสร้างสถานศึกษาหอสมุดหรือห้องสมุดของทางราชการ

(๔) สถานศึกษาที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายว่าด้วยโรงเรียนเอกชนโดยบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลหรือนิติบุคคลอื่น และสถานศึกษาที่เป็นสถาบันอุดมศึกษาเอกชนตามกฎหมายว่าด้วยสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

**๓. รายจ่ายเพื่อการกีฬา** ได้แก่ รายจ่ายในการบริจาคเงินหรือทรัพย์สิน ให้แก่หรือเพื่อกิจการดังต่อไปนี้

(๑) การกีฬาแห่งประเทศไทย เพื่อส่งเสริมการกีฬา

(๒) คณะกรรมการกีฬาจังหวัดที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายว่าด้วยการกีฬาแห่งประเทศไทย เพื่อส่งเสริมกีฬาในจังหวัด

(๓) กรมพลศึกษาเพื่อการจัดการแข่งขันกีฬานักเรียน

(๔) สมาคมกีฬาสมัครเล่นที่ได้รับอนุญาตจากการกีฬาแห่งประเทศไทย

**๔. การยกเว้นภาษีเงินได้** สำหรับเงินได้เป็นจำนวนเงิน หรือมูลค่าทรัพย์สินเท่าที่บริจาค ให้แก่กองทุนสวัสดิการที่จัดตั้งขึ้นตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการสวัสดิการภายในส่วนราชการ แต่เมื่อรวมกับรายจ่ายการกุศลสาธารณะตามมาตรา ๖๕ ตี (๓) แห่งประมวลรัษฎากรแล้ว ต้องไม่เกินร้อยละ ๒ ของกำไรสุทธิก่อนหักรายจ่ายเพื่อการกุศลสาธารณะ<sup>๕</sup>

**๕. โหยกเว้นภาษีเงินได้** สำหรับเงินได้เป็นจำนวนเงินหรือมูลค่าของทรัพย์สินเป็นจำนวนสองเท่าของรายจ่ายที่จ่ายไปเป็นค่าใช้จ่ายเพื่อสนับสนุนการศึกษา แต่ต้องไม่เกินร้อยละสิบของกำไรสุทธิ

<sup>๓</sup> พระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากรว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ ๒๗๔) พ.ศ. ๒๕๓๗

<sup>๔</sup> ประกาศอธิบดีกรมสรรพากร เกี่ยวกับภาษีเงินได้ (ฉบับที่ ๔๔) เรื่อง กำหนดรายจ่ายเพื่อการสาธารณประโยชน์ รายจ่ายเพื่อการศึกษา และรายจ่าย เพื่อการกีฬาตามมาตรา ๖๕ ตี (๓) แห่งประมวลรัษฎากร

<sup>๕</sup> พระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากรว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ ๔๒๔) พ.ศ. ๒๕๔๗

ก่อนหักรายจ่ายเพื่อการกุศลสาธารณะหรือเพื่อการสาธารณประโยชน์ และเพื่อการศึกษารวมหรือเพื่อการกีฬา ตามมาตรา ๖๕ ตรี (๓) แห่งประมวลรัษฎากร<sup>๖</sup> ให้แก่สถานศึกษาของทางราชการ สถานศึกษาขององค์การของรัฐบาล โรงเรียนเอกชนที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายว่าด้วยโรงเรียนเอกชนหรือสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายว่าด้วยสถาบันอุดมศึกษาเอกชน (แต่ต้องเป็นสถานศึกษาที่กระทรวงศึกษาธิการเห็นชอบ) ทั้งนี้ ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่อธิบดีกรมสรรพากรประกาศกำหนด โดยต้องเป็นค่าใช้จ่ายสำหรับโครงการที่กระทรวงศึกษาธิการให้ความเห็นชอบ และเป็นค่าใช้จ่ายสำหรับรายการดังต่อไปนี้

(๑) จัดหาหรือจัดสร้างอาคาร อาคารพร้อมที่ดิน หรือที่ดินให้แก่สถานศึกษา เพื่อใช้ประโยชน์ทางการศึกษา

(๒) จัดหาวัสดุอุปกรณ์เพื่อการศึกษา แบบเรียน ตำรา หนังสือทางวิชาการ สื่อ และเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา ตลอดจนวัสดุอุปกรณ์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาให้แก่สถานศึกษา ตามที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนด

นอกจากนี้ให้ยกเว้นภาษีเงินได้ (ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ และอากรแสตมป์) ให้แก่บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล สำหรับเงินได้ที่ได้รับจากการโอนทรัพย์สิน หรือการขายสินค้า หรือสำหรับการกระทำตราสารอันเนื่องมาจากการดำเนินการสนับสนุนการศึกษา ตามโครงการที่กระทรวงศึกษาธิการให้ความเห็น โดยผู้โอนจะต้องไม่นำต้นทุนของทรัพย์สินหรือสินค้าซึ่งได้รับยกเว้นภาษีดังกล่าวมาหักเป็นค่าใช้จ่ายในการคำนวณภาษีเงินได้

**๖. ให้ยกเว้นภาษีเงินได้ ภาษีธุรกิจเฉพาะ และอากรแสตมป์** ให้แก่ ผู้รับใบอนุญาตจัดตั้งสถาบันอุดมศึกษาเอกชน สำหรับเงินได้ รายรับ และการกระทำตราสารอันเนื่องมาจากการโอนกรรมสิทธิ์ในที่ดินให้แก่สถาบันอุดมศึกษาเอกชน และผู้บริจาคอสังหาริมทรัพย์ให้แก่สถาบันอุดมศึกษาเอกชนสำหรับเงินได้ รายรับ และการกระทำตราสารอันเนื่องมาจากการโอนกรรมสิทธิ์หรือสิทธิครอบครองในอสังหาริมทรัพย์โดยไม่มีค่าตอบแทนให้แก่สถาบันอุดมศึกษาเอกชน ตามพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พ.ศ. ๒๕๔๖ ทั้งนี้ สำหรับการโอนกรรมสิทธิ์ในที่ดินตั้งแต่วันที่ ๓๑ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๔๖ เป็นต้นไป<sup>๗</sup>

**๗. ให้ยกเว้นภาษีเงินได้** สำหรับเงินได้ของบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลเป็นจำนวนเงินหรือมูลค่าของทรัพย์สินเป็นจำนวนสองเท่าของรายจ่ายที่จ่ายไปเป็นค่าใช้จ่ายในการจัดสร้างและการ

<sup>๖</sup> พระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากร ว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ ๔๒๐)พ.ศ. ๒๕๔๗

<sup>๗</sup> พระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากรว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ ๔๒๗)พ.ศ. ๒๕๔๘

บำรุงรักษาสนามเด็กเล่น สวนสาธารณะ หรือสนามกีฬาของเอกชนที่เปิดให้ประชาชนใช้เป็นการทั่วไป โดยไม่เก็บค่าบริการใดๆ หรือสนามเด็กเล่น สวนสาธารณะ หรือสนามกีฬาของทางราชการ แต่เมื่อรวมกับรายจ่ายที่จ่าย ไปเป็นค่าใช้จ่ายเพื่อสนับสนุนการศึกษาสำหรับโครงการที่กระทรวงศึกษาธิการให้ความเห็นชอบแล้วต่องไม่เกินร้อยละสิบของกำไรสุทธิก่อนหักรายจ่ายเพื่อการกุศลสาธารณะหรือเพื่อการสาธารณประโยชน์ และรายจ่ายเพื่อการศึกษาหรือเพื่อการกีฬา ตามมาตรา ๖๕ ตี (๓) แห่งประมวลรัษฎากร<sup>๘๖</sup>

๘. **หยกเวนภาษีเงินได้** สำหรับเงินได้ของบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลเป็นจำนวนเงินหรือมูลค่าของทรัพย์สินที่บริจาคให้แก่กองทุนฟื้นฟูสมรรถภาพคนพิการตามกฎหมายว่าด้วยการฟื้นฟูสมรรถภาพคนพิการ กองทุนส่งเสริมการจัดสวัสดิการสังคมตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการจัดสวัสดิการสังคม กองทุนคุ้มครองเด็กตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองเด็ก หรือกองทุนพัฒนากีฬาแห่งชาติที่จัดตั้งขึ้นตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ ๑๖ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๔๒ แต่เมื่อรวมกับรายจ่ายเพื่อการกุศลสาธารณะตามมาตรา ๖๕ ตี (๓) แห่งประมวลรัษฎากรแล้ว ต่องไม่เกินร้อยละสองของกำไรสุทธิก่อนหักรายจ่ายเพื่อการกุศลสาธารณะ<sup>๘๗</sup>

เป็นที่น่าสังเกตว่า การบริจาคเป็นทรัพย์สิน เช่น ที่ดิน รถยนต์ ฯลฯ จะตีราคาเพื่อหักลดหย่อนไม่ได้

**ตารางสรุปการหักลดหย่อนเงินบริจาค / หักค่าใช้จ่าย<sup>๘๘</sup>**

การบริจาค/ รายจ่าย	กฎหมายปัจจุบัน กฎหมายปัจจุบัน กฎหมายปัจจุบัน	
	บุคคลธรรมดา หลัก – ไม่เกิน ๑๐% ของเงินได้สุทธิ	นิติบุคคล หลัก – ไม่เกิน ๒% ของกำไรสุทธิ
ดานการศึกษา		

<sup>๘๖</sup> พระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากรว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ ๔๒๘)พ.ศ. ๒๕๔๘

<sup>๘๗</sup> พระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากรว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ ๔๒๘)พ.ศ. ๒๕๔๘

<sup>๘๘</sup> สถาบันไทยริลเเนท ภายใต้มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ “รายงานการศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอาสาสมัครและกาให้” โครงการศึกษาภายใต้การสนับสนุนจากศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาแผนดินเชิงคุณธรรม(ศูนย์คุณธรรม) หน้า ๑๐๖-๑๐๘, กรกฎาคม ๒๕๕๐

การบริจาค/ ระบาย	กฎหมายปัจจุบัน กฎหมายปัจจุบัน กฎหมายปัจจุบัน	
	บุคคลธรรมดา หลัก – ไม่เกิน ๑๐% ของเงินได้สุทธิ	นิติบุคคล หลัก – ไม่เกิน ๒% ของกำไรสุทธิ
สถานศึกษาของทางราชการ	ม.๔๗(๗)	ม.๖๕ ตี(๓),ประกาศอธิบดีฯ ฉบับที่ ๔๔ ขอ ๒
สถานศึกษาเอกชน	ม.๔๗(๗)	ม.๖๕ ตี(๓),ประกาศอธิบดีฯ ฉบับที่ ๔๔ ขอ ๒
หอสมุด หอสมุดของทาง ราชการ	ม.๔๗(๗)	ม.๖๕ ตี(๓),ประกาศอธิบดีฯ ฉบับที่ ๔๔ ขอ ๒
สถาบันวิจัยของทางราชการ	-	ประกาศอธิบดีฯ ฉบับที่ ๔๔ ขอ ๒
เงินทุนการศึกษาแก่นักเรียน นิสิต นักศึกษาเป็นการทั่วไป	-	ประกาศอธิบดีฯ ฉบับที่ ๔๔ ขอ ๒
ระบายสนับสนุนโครงการ การศึกษาที่กระทรวงศึกษาให้ ความเห็นชอบ	ให้หักคาลดหย่อนได้ ๒ เทา (พรฎ. ๔๒๐)	ให้หักค่าใช้จ่ายได้ ๒ เทา แต่ไม่เกินร้อยละ ๑๐ ของกำไรสุทธิ (พรฎ. ๔๒๐)
การบริจาคทรัพย์สินที่ใช่ในการ ประกอบกิจการให้แก่วชน ราชการ เพื่อบริจาคให้แก สถานศึกษาของทางราชการ สถาบันอุดมศึกษาเอกชนตาม กฎหมายว่าด้วยสถาบัน อุดมศึกษาเอกชน หรือ สถานศึกษาตามกฎหมายว่า ด้วยโรงเรียนเอกชน	-	ประกาศอธิบดีฯ ฉบับที่ ๔๔ ขอ ๒
<b>ดานกีฬา</b> การกีฬาแห่งประเทศไทย เพื่อ ส่งเสริมกีฬา คณะกรรมการ กีฬาจังหวัดที่ตั้งขึ้นตาม กฎหมายการกีฬาฯ กรมพล ศึกษา เพื่อจัดการแข่งขันกีฬา นักเรียน สมาคมกีฬาสมัครเล่น	-	ประกาศอธิบดีฯ ฉบับที่ ๔๔ ขอ ๓

การบริจาค/ ระบาย	กฎหมายปัจจุบัน กฎหมายปัจจุบัน กฎหมายปัจจุบัน	
	บุคคลธรรมดา หลัก - ไม่เกิน ๑๐% ของเงินได้สุทธิ	นิติบุคคล หลัก - ไม่เกิน ๒% ของกำไรสุทธิ
ที่ได้รับอนุญาตจากการกีฬา		
กองทุนกีฬา	พ.ร.ฎ. ๔๒๘	พ.ร.ฎ. ๔๒๘
<b>ด้านสาธารณสุข</b> สถานพยาบาลราชการ	ม.๔๗(๗)	ม.๖๕ ตีรี้(๓)
สภาอากาศไทย	ม.๔๗(๗)	ม.๖๕ ตีรี้(๓)

ด้านสังคม		
กองทุนส่งเสริมการจัดสวัสดิการสังคม	พ.ร.ฎ. ๔๒๘	พ.ร.ฎ. ๔๒๘
กองทุนคนพิการ	พ.ร.ฎ. ๔๒๘	พ.ร.ฎ. ๔๒๘
กองทุนคุ้มครองเด็ก	พ.ร.ฎ. ๔๒๘	พ.ร.ฎ. ๔๒๘
ดูแล สนับสนุน สนามเด็กเล่น สวนสาธารณะ ที่เปิดให้ใช้ทั่วไป	-	ให้หักค่าใช้จ่ายได้ ๒ เท่า แต่ไม่เกินร้อยละ ๑๐ ของกำไรสุทธิก่อนหักรายการเพื่อการกุศล สาธารณะ (พ.ร.ฎ. ๔๒๘)
อื่นๆ		
วัดวาอาราม	ม.๔๗(๗)	ม.๖๕ ตีรี้(๓)
กองทุนเพื่ออาหารกลางวันใน โรงเรียนประถม	พ.ร.ฎ. ๒๗๔	พ.ร.ฎ. ๒๗๔
ส่งเสริม อนุรักษ์พันธุ์สัตว์ป่า คุ้มครอง ดูแล อุทยานแห่งชาติ คุ้มครองและรักษาป่าสงวน	-	ประกาศอธิบดีฯ ฉบับที่ ๔๔ ขอ ๑

การบริจาค/ ระบาย	กฎหมายปัจจุบัน กฎหมายปัจจุบัน กฎหมายปัจจุบัน	
	บุคคลธรรมดา หลัก – ไม่เกิน ๑๐% ของเงินได้สุทธิ	นิติบุคคล หลัก – ไม่เกิน ๒% ของกำไรสุทธิ
แห่งชาติ สงเสริม คุ้มครอง รักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ควบคุม ป้องกัน แก้ไข ลด และ ขจัดมลพิษ กองทุนสิ่งแวดล้อม		
บูรณะโบราณสถาน โบราณ- วัตถุ และศิลปวัตถุ	-	ประกาศอธิบดีฯ ฉบับที่ ๔๔ ขอ ๑
สร้างถนนที่โอนกรรมสิทธิ์ให้แก่ ทางราชการเพื่อใช้สาธารณะ	-	ประกาศอธิบดีฯ ฉบับที่ ๔๔ ขอ ๑
การบริจาคทรัพย์สินหรือสินค้า ให้แก่ส่วนราชการ เพื่อช่วย เหลือผู้ประสบอุทกภัย วาตภัย อัคคีภัย หรือภัยธรรมชาติใน ลักษณะทำนองเดียวกัน	-	ประกาศอธิบดีฯ ฉบับที่ ๔๔ ขอ ๑
องค์การสาธารณกุศล ตาม ประกาศกระทรวงการคลัง	ม.๔๗(๗)	ม. ๖๕ ตีวี (๓)
กองทุนสวัสดิการภายในส่วน ราชการ	พ.ร.ฎ. ๔๒๔	พ.ร.ฎ. ๔๒๔

**หมายเหตุ องค์การสาธารณกุศล ซึ่งกฎหมายกำหนดให้เป็นองค์การสาธารณกุศล  
ตลอดไป**

๑. สถานพยาบาลของทางราชการ
๒. สถานพยาบาลขององค์การของรัฐ
๓. สถานศึกษาของทางราชการ
๔. สถานศึกษาขององค์การของรัฐ
๕. สถานศึกษา ที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายว่าด้วยโรงเรียนเอกชน โดยบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลหรือนิติบุคคลอื่น
๖. สถานศึกษาที่เป็นสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ตามกฎหมายว่าด้วยสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

๗. สภาอากาศไทย

๘. วัดวาอาราม

๙. หอสมุด หองสมุด พิพิธภัณฑ์ หอศิลป์ของเอกชนที่เปิดให้ใช้เป็นการสาธารณะ โดยไม่เก็บค่าใช้จ่าย ค่าทำนุบำรุงหรือเงินสนับสนุนใดๆ

(รายชื่อสถานพยาบาล สถานศึกษาและสถานสาธารณกุศลที่ผู้บริจาคมีสิทธิขอหักลดหย่อน สามารถดูได้จากภาคผนวก)

โดยสรุปภาพรวมกฎหมายภาษีที่มีนั้นส่วนใหญ่เป็นไปเพื่อการสร้างกลไกทางสังคม เป็นการส่งเสริมให้เกิดการให้ ซึ่งในเรื่องนี้หลักๆ คือ เงินบริจาค ซึ่งหากรัฐเล็งเห็นถึงความสำคัญ และต้องการส่งเสริมให้ทั้งประชาชนทั่วไป หรือบุคคลธรรมดา และองค์กรเอกชนหรือนิติบุคคลตามกฎหมายนั้น เกิดสำนึกความรับผิดชอบในการให้ โดยทั่วไปคือการบริจาคเงินให้แก่องค์กรสาธารณกุศลต่างๆ อยู่แล้ว และอาจจะมุ่งส่งเสริมในบางประเด็นเป็นพิเศษ จะปรากฏได้ในกฎหมายเรื่องภาษีที่รัฐบาลประกาศใช้

หากรัฐส่งเสริมในประเด็นสังคม โดยส่งเสริมให้บริจาคเงินแก่องค์กรทางสังคมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น กองทุนฟื้นฟูสมรรถภาพคนพิการ กองทุนส่งเสริมการจัดสวัสดิการสังคม และกองทุนคุ้มครองเด็ก โดยเงินบริจาคให้แก่องค์กรดังกล่าวนำมาหักเป็นลดหย่อนภาษีได้

หากรัฐส่งเสริมในประเด็นการศึกษา โดยส่งเสริมให้บริจาคเงินแกสถานศึกษาต่างๆ ที่ยังขาดแคลน โดยเงินบริจาคเพื่อการศึกษา นำไปเป็นค่าใช้จ่ายได้สองเท่าของเงินบริจาคจริง ในการหักออกจากเงินได้พึงประเมิน หรือกำไรสุทธิได้

ซึ่งแต่ละประเด็นนี้รัฐอาจจะประสงค์ให้การส่งเสริมเป็นระยะเวลาที่ยาวนาน หรือบางประเด็นอาจต้องการระดมทุนในระยะสั้นๆ ที่มีความจำเป็น หรือความจำเป็นเร่งด่วนในวาระโอกาสต่างๆ ปรากฏในกฎหมายภาษีบางฉบับที่ให้มีสิทธิหักลดหย่อน หรือค่าใช้จ่ายในบางช่วงระยะเวลา เช่น เงินที่บริจาคให้แก่องค์กรปลูกป่าถาวรเฉลิมพระเกียรติ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในวโรกาสทรงครองราชย์ปีที่ ๕๐ ตามพระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากร ว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ ๔๒๓) พ.ศ. ๒๕๔๗ ซึ่งใช้บังคับตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๔๖ ถึง พ.ศ. ๒๕๕๐ ยกเว้นภาษีเงินได้ ให้แก่ผู้สนับสนุนการกีฬาตามโครงการตามยุทธศาสตร์ ๔ ประสานกีฬาชาติ (พ.ศ. ๒๕๔๔ - ๒๕๕๑) แก่กองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติพระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากรว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ ๔๕๔) พ.ศ. ๒๕๔๙ ซึ่งใช้บังคับตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๔๘ - ๒๕๕๑ เป็นต้น

ซึ่งเล็งเห็นได้ว่าหากรัฐต้องการให้ภาคประชาชนทั่วไป และภาคธุรกิจเอกชนต่างมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาของประเทศชาติ ก็สามารถนำกลไกทางดานภาษีมาใช้โดยการบัญญัติกฎหมายที่เป็นการให้สิทธิและเป้นแรงจูงใจให้ทุกภาคส่วนอยากมีส่วนร่วมในการบริจาคเพื่อแก้ไขปัญหาต่างๆ ของ

สังคม อีกทั้งเป็นการให้สิทธิประโยชน์แก่ผู้ที่ได้อบรมอยู่แล้วให้ถือว่าได้ช่วยเหลือสังคมในทางอื่นๆ และได้รับการบรรเทาภาระทางภาษีลง ก็เป็นอีกทางหนึ่งที่รัฐจะสามารถส่งเสริมกลไกการให้ในสังคมไทยได้อย่างเห็นเป็นรูปธรรมมากที่สุด

อย่างไรก็ตามเมื่อนำประเด็นนี้ไปแลกเปลี่ยนกับผู้บริหารองค์กรธุรกิจเอกชน ทั้งในระหว่างการสัมภาษณ์ระดับลึก และในเวทีประชุมเชิงปฏิบัติการวันที่ ๑๙ สิงหาคม ๒๕๕๐ ซึ่งจัดขึ้นที่โรงแรมทาวน์อินทาวน์ ทุกองค์กรเห็นว่าประเด็นภาษีอากรไม่ใช่ประเด็นที่สร้างแรงจูงใจให้กับองค์กรในการดำเนินการ CSR จะมีความเห็นอยู่บ้างก็เป็นเรื่องเล็กน้อยเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายที่สามารถนำมาลดหย่อนภาษีได้จากนักกฎหมายของบริษัทไทยทั่วประเทศว่า ควรครอบคลุมการบริจาคที่เป็นทรัพย์สิน เช่น ที่ดิน รถยนต์ สิ่งก่อสร้างสำหรับสาธารณประโยชน์อื่น ฯลฯ ด้วย

## บทที่ ๕ วิธีดำเนินการศึกษา

### แหล่งข้อมูล

การศึกษาสำรวจนี้ กำหนดการเก็บข้อมูลจากองค์กรธุรกิจในประเทศไทยที่ทำกิจกรรม CSR คัดเลือกเป็นตัวอย่างขององค์กรธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ไทย ๑๐ องค์กร องค์กรธุรกิจเอกชนที่ไม่ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ๑๐ องค์กร และองค์กรธุรกิจเอกชนในส่วนภูมิภาคจำนวนอย่างละ ๑๐ องค์กร

การคัดเลือกแหล่งข้อมูล เริ่มจากการจัดหารายชื่อองค์กรธุรกิจที่ทำกิจกรรม CSR จากตลาดหลักทรัพย์ และสถาบันไทยพัฒนา ตามจำนวนแหล่งข้อมูลที่ต้องการ แล้วติดต่อประสานงานเพื่อขอสัมภาษณ์ จัดเก็บข้อมูล ถ้าองค์กรใดปฏิเสธจะจัดหารายชื่อทดแทน

สำหรับแหล่งข้อมูลสภาวัฒนธรรมจะจัดหารายชื่อสภาวัฒนธรรมภาคละหนึ่งสภา โดยหารือกับ สวช. คัดเลือกสภาวัฒนธรรมที่มีผลงานเป็นที่รู้จักของสังคม

### ขั้นตอนการศึกษา

ที่มศึกษาได้แบ่งขั้นตอนการศึกษาไว้ ๕ ขั้นตอน ดังนี้

**ขั้นตอนที่ ๑** ศึกษาสถานการณ์ รูปแบบ การดำเนินงานขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคม ด้วยการศึกษจากเอกสาร Web Site งานวิจัย หนังสือพิมพ์ และวารสาร ที่เกี่ยวข้องในการสนับสนุนงานด้านสังคม และวัฒนธรรมที่เป็นปัจจุบัน เพื่อช่วยเป็นฐานข้อมูล

**ขั้นตอนที่ ๒** ศึกษา แนวทาง รูปแบบ การสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรมขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคม โดยวิธีการสัมภาษณ์ระดับลึก กับผู้บริหารระดับสูงขององค์กรธุรกิจที่ดำเนินกิจกรรม CSR จำนวน ๓๐ ท่าน ซึ่งประกอบด้วย บริษัทในตลาดหลักทรัพย์ ๑๐ แห่ง บริษัทนอกตลาดหลักทรัพย์ ๑๐ แห่ง และบริษัทในภูมิภาค ๑๐ แห่ง ตามประเด็นสัมภาษณ์ ดังนี้

- ๑) แรงจูงใจหรือแรงบันดาลใจต่อการริเริ่มการสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรม/ งานทางสังคม
- ๒) รูปแบบและแนวทางการสนับสนุนขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคม
- ๓) การจำแนกความหลากหลายรูปแบบ และวิธีการสนับสนุนขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคม
- ๔) กระบวนการ ขั้นตอน การสนับสนุน งานด้านวัฒนธรรม
  - ๔.๑ กระบวนการคัดเลือกประเด็น / กลุ่มเป้าหมาย / พื้นที่
  - ๔.๒ หลักเกณฑ์การคัดเลือกองค์กรที่ทำงานร่วมกัน
  - ๔.๓ การประสาน เชื่อมโยงกับผู้ที่เกี่ยวข้อง
  - ๔.๔ รูปแบบกิจกรรม การสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรม ระยะเวลา ความต่อเนื่อง
  - ๔.๕ ประเภทการสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรม
  - ๔.๖ ผลผลิต หรือผลลัพธ์ที่ต้องการจากการให้การสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรม / งานด้านสังคม
  - ๔.๗ ปัญหา อุปสรรค การทำงานร่วมกันกับองค์กรด้านวัฒนธรรม / องค์กรทางสังคม
- ๕) ทิศทางการสนับสนุนในอนาคตสำหรับงานด้านวัฒนธรรม
- ๖) ทิศทาง แนวทาง และความเป็นไปได้ขององค์กร / ชุมชน ด้านวัฒนธรรมกับความร่วมมือกับองค์กรธุรกิจเพื่อสังคม
- ๗) ข้อเสนอแนะต่อการทำงานร่วมกันขององค์กรด้านวัฒนธรรมกับองค์กรธุรกิจเพื่อสังคม
- ๘) ข้อเสนอแนะต่อแนวทาง วิธีการ การเข้าสู่หลักเกณฑ์การลดหย่อนภาษีของกระทรวงการคลัง สำหรับองค์กร / ชุมชนด้านวัฒนธรรม กับองค์กรธุรกิจ

ศึกษา ทิศทาง รูปแบบ และแนวทางในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรชุมชนด้าน วัฒนธรรม เพื่อเชื่อมโยงกับองค์กรธุรกิจเพื่อสังคม โดยวิธีการสัมภาษณ์ระดับลึก กับผู้บริหารสภา วัฒนธรรม ๔ ท่าน ๔ องค์กร ตามประเด็นสัมภาษณ์ ดังนี้

๑) วิสัยทัศน์-ภาระกิจขององค์กร

๒) การบริหารจัดการ

๒.๑ การจัดทำแผนการดำเนินงานของสภาวัฒนธรรม

๒.๒ กระบวนการทำงาน ประจำวันและรายเดือน

๒.๓ โครงสร้าง บทบาทหน้าที่ วาระการทำงาน

๒.๔ แรงจูงใจในการเข้าร่วมกิจกรรมกับสภาวัฒนธรรม

๒.๕ สถานที่ตั้งสำนักงานหรือจุดประสานงาน การขับเคลื่อนงาน

๒.๖ กิจกรรมหลักกลุ่มในโครงการสายใยชุมชน (๑. คลังสมอง ภูมิปัญญา  
ท้องถิ่น ๒. การส่งเสริมอาชีพด้านศิลปะและวัฒนธรรม ๓. การ  
ส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม ๔. ลานวัฒนธรรม ๕. พิพิธภัณฑ  
พื้นบ้าน ๖. สารสนเทศและห้องสมุดชุมชน)

๒.๗ แผนงานในอนาคต

๓) กระบวนการสนับสนุนของพี่เลี้ยงและการจัดหางบประมาณ

**ขั้นตอนที่ ๓** ศึกษา ทิศทาง การสนับสนุนในอนาคต สำหรับงานด้านวัฒนธรรม และความ เป็นไปได้ขององค์กร / ชุมชนด้านวัฒนธรรม เพื่อความร่วมมือกับองค์กรธุรกิจเพื่อสังคม ตลอดจน ข้อเสนอแนะต่อการทำงานร่วมกัน โดยวิธีการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group) ซึ่งเป็นการกำหนดในการ วางแผนเบื้องต้น และได้จัดปรับเป็นการจัดการประชุมเชิงปฏิบัติการโดยร่วมกับส่วนวิจัยและพัฒนา สถาบันวัฒนธรรมศึกษา สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ ในวันที่ ๒๓ มิถุนายน ๒๕๕๒ เป็นการนำเสนอข้อมูลการศึกษาเบื้องต้น และแลกเปลี่ยน เรียนรู้ รูปแบบ แนวทางการสนับสนุนทาง สังคม รวมทั้งการสนับสนุนด้านวัฒนธรรมขององค์กรธุรกิจ โดยมีผู้เข้าร่วมประชุมในการแลกเปลี่ยน ทั้งสิ้น ๔๘ คนจาก ๓๑ องค์กร ประกอบด้วยผู้แทนจาก ๑) องค์กรธุรกิจจำนวน ๘ คนจาก ๖ องค์กรที่ เคยให้สัมภาษณ์ระดับลึกในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ๒) องค์กรธุรกิจจำนวน ๗ คนจาก ๖ องค์กรที่ไม่เคยให้สัมภาษณ์ระดับลึกในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ๓) องค์กรธุรกิจจำนวน ๖ คนจาก ๕ องค์กรที่เคยให้สัมภาษณ์ระดับลึกในเขตภูมิภาค ๔) จากสภาวัฒนธรรมจำนวน ๗ คนจาก ๖ สภา ๕) วัฒนธรรมจังหวัดจำนวน ๖ คน และ ๖) จากสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ จำนวน ๑๓ คน ๖) จากหน่วยงานองค์กรพัฒนาเอกชน ๑ ท่าน (ดูกำหนดการการประชุมเชิงปฏิบัติการ ในภาคผนวก ๓ และดูรายชื่อองค์กรที่เข้าร่วมในภาคผนวก ๔ ประกอบ) ดังตาราง

ลำดับ	องค์กร CSR ที่เข้าร่วมประชุมเชิงปฏิบัติการ	จำนวนองค์กร
๑	องค์กรธุรกิจในประเทศไทย และปริมณฑล - องค์กรที่เคยสัมภาษณ์ระดับลึก ๖ องค์กร (๘ ท่าน) - องค์กรที่ไม่เคยสัมภาษณ์ระดับลึก ๖ องค์กร (๗ ท่าน)	๑๒
๒	องค์กรธุรกิจในภูมิภาค (๖ ท่าน)	๕
๓	สภาวัฒนธรรม (๗ ท่าน)	๖
๔	สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด (๖ ท่าน)	๖
๕	องค์กรพัฒนาเอกชนด้าน CSR (๑ ท่าน)	๑
๖	สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (๑๓ ท่าน)	๑
	<b>รวม</b>	<b>๓๑</b>

**ขั้นตอนที่ ๔** การนำเสนอผลการศึกษา และจัดเวทีอภิปรายแนวทางการสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรม โดยร่วมกับส่วนวิจัยและพัฒนา สถาบันวัฒนธรรมศึกษา สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ ดำเนินการจัดประชุมเพื่อนำเสนอผลการศึกษา ในวันที่ ๑๙ สิงหาคม ๒๕๕๒ ณ ห้องประชุมศรีวรา (ห้องปี) โรงแรมทาว์นอินทาว์น เป็นการนำเสนอผลการศึกษาเบื้องต้น และแลกเปลี่ยน บทเรียนในการทำงานสนับสนุนงานวัฒนธรรม ขององค์กรธุรกิจกับองค์กรวัฒนธรรม โดยมีผู้เข้าร่วมประชุมในการแลกเปลี่ยนทั้งสิ้น ๕๗ คนจาก ๓๔ องค์กร ประกอบด้วยผู้แทนจาก ๑) องค์กรธุรกิจจำนวน ๙ คนจาก ๘ องค์กรที่เคยให้สัมภาษณ์ระดับลึกในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ๒) องค์กรธุรกิจจำนวน ๔ คนจาก ๔ องค์กรที่ไม่เคยให้สัมภาษณ์ระดับลึกในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ๓) องค์กรธุรกิจจำนวน ๗ คนจาก ๕ องค์กรที่เคยให้สัมภาษณ์ระดับลึกในเขตภูมิภาค ๔) องค์กรธุรกิจจำนวน ๒ คนจาก ๒ องค์กรที่ไม่เคยให้สัมภาษณ์ระดับลึกในเขตภูมิภาค ๕) จากสภาวัฒนธรรมจำนวน ๙ คนจาก ๖ สภา ๖) สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดจำนวน ๑๐ คนจาก ๗ จังหวัด และ ๗) จากสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติจำนวน ๑๔ คน ๖) จากหน่วยงานองค์กรพัฒนาเอกชน ๑ ท่าน (ดูกำหนดการการประชุมในภาคผนวก ๕ และดูรายชื่อผู้เข้าร่วมในภาคผนวก ๖ ประกอบ) ดังตาราง

ลำดับ	องค์กร CSR ที่เข้าร่วมสัมมนา	จำนวนองค์กร
๑	องค์กรธุรกิจในประเทศไทย และปริมณฑล - องค์กรที่เคยสัมภาษณ์ระดับลึก (๙ ท่าน) - องค์กรที่ไม่เคยสัมภาษณ์ระดับลึก (๔ ท่าน)	๘ ๔
๒	องค์กรธุรกิจในภูมิภาค (๖ ท่าน)	

	- องค์กรที่เคยสัมภาษณ์ระดับลึก (๗ ท่าน)	๕
	- องค์กรที่ไม่เคยสัมภาษณ์ระดับลึก (๒ ท่าน)	๒
๓	สภาวัฒนธรรม (๖ ท่าน)	๖
๔	สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด (๑๐ ท่าน)	๗
๕	องค์กรพัฒนาเอกชนด้าน CSR (๑ ท่าน)	๑
๖	สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (๑๔ ท่าน)	๑
	<b>รวม</b>	<b>๓๔</b>



**ขั้นตอนที่ ๕** การรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์เชิงข้อมูล (Content Analysis) และจัดทำรายงาน  
การวิจัยฉบับสมบูรณ์และคู่มือ เสนอต่อสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ

## บทที่ ๕ ผลการศึกษา

ผลการศึกษาในรายงานฉบับนี้ มาจากการสัมภาษณ์องค์กรธุรกิจจำนวน ๓๐ องค์กร ประกอบด้วย องค์กรธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ๑๐ องค์กร, องค์กรธุรกิจนอกตลาดหลักทรัพย์ ๑๐ องค์กร และองค์กรธุรกิจในภูมิภาค ประเภทละ ๑๐ องค์กร และองค์กรวิสาหกิจ ๑๓ องค์กร ประกอบด้วย สำนักงานวิสาหกิจจังหวัด ๔ แห่ง สภาวิสาหกิจจังหวัด ๕ แห่ง สภาวิสาหกิจอำเภอ ๑ แห่ง และสภาวิสาหกิจตำบล ๔ แห่ง ครอบคลุมจังหวัดสุโขทัย, ขอนแก่น, เพชรบุรี, สุราษฎร์ธานี และกรุงเทพมหานคร (ดูกรอบการสัมภาษณ์ ดังรายละเอียดในภาคผนวก ๑ และรายละเอียดชื่อองค์กร, ผู้ให้สัมภาษณ์ สถานที่ติดต่อในภาคผนวก ๒ ประกอบ) โดยมีรายละเอียดการศึกษาดังต่อไปนี้

### ๕.๑ สถานการณ์ทั่วไป

การกระจายของประเภทธุรกิจของทั้งสามกลุ่มองค์กรธุรกิจ พบว่ามีอยู่ใน ๑๔ ประเภทธุรกิจ (การกำหนดประเภทธุรกิจกำหนดตามประเภทธุรกิจที่ระบุในการจดทะเบียน) มีรายละเอียดคือ องค์กรธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ๑๐ องค์กรธุรกิจ ประกอบธุรกิจที่หลากหลาย ๙ ประเภท, องค์กรธุรกิจนอกตลาดหลักทรัพย์ ๑๐ องค์กรธุรกิจประกอบธุรกิจ ๘ ประเภทและองค์กรธุรกิจในภูมิภาค ๑๐

องค์กรธุรกิจ ประกอบธุรกิจ ๖ ประเภท โดยมีประเภทของธุรกิจเพียง ๒ ประเภทที่มีเหมือนกันทั้งองค์กรธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ องค์กรธุรกิจนอกตลาดหลักทรัพย์ และ องค์กรธุรกิจในภูมิภาค คือ ประเภทสิ่งพิมพ์และการผลิตสินค้าอุปโภคและบริโภค

จากความหลากหลายของธุรกิจ แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มที่องค์กรธุรกิจจำนวนมากให้ความสำคัญกับการดำเนินกิจกรรม CSR รวมทั้งการขยายวงของธุรกิจที่ตื่นตัวในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมมีสูงขึ้น และ CSR มิได้จำกัดอยู่กับองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ หรือต้องเป็นองค์กรที่ร่ำรวยมั่งคั่ง หรือต้องมีผลกำไรทางธุรกิจก่อนเสมอไป เฉพาะอย่างยิ่งไม่จำกัดอยู่ในองค์กรธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ซึ่งมีนโยบายบรรษัทภิบาลกำกับเท่านั้น หากแต่องค์กรธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก ซึ่งกระจายอยู่ในกลุ่มองค์กรธุรกิจนอกตลาดหลักทรัพย์ และ องค์กรธุรกิจในภูมิภาค ก็สามารถดำเนินกิจกรรม CSR ได้ (ศึกษารายละเอียดจากตารางที่ ๑)

ตารางที่ ๑ จำแนกประเภทธุรกิจขององค์กรธุรกิจเอกชน

การจดทะเบียน องค์กร ธุรกิจ ประเภทธุรกิจ	องค์กรธุรกิจ ในตลาด หลักทรัพย์	องค์กรธุรกิจ นอกตลาด หลักทรัพย์	องค์กรธุรกิจ ในภูมิภาค	รวม
๑. สื่อสาร	๑	-	-	๑
๒. การเงินการธนาคาร	๒	-	-	๒
๓. อัญมณีและเครื่องประดับ	๑	-	-	๑
๔. พลังงาน	๑	-	๑	๒
๕. สิ่งพิมพ์	๑	๑	๑	๓
๖. ก่อสร้าง	๑	-	-	๑
๗. อุปโภคบริโภค	๑	๒	๒	๕
๘. อสังหาริมทรัพย์	๑	-	๓	๔
๙. บันเทิงสื่อบันเทิง	๑	๑	-	๒
๑๐. ทัศนกรรม	-	๑	-	๑
๑๑. การศึกษา	-	๒	-	๒
๑๒. ประกันชีวิต	-	๑	-	๑
๑๓. ยานยนต์	-	๑	๑	๒
๑๔. สุขภาพ	-	๑	๒	๓
<b>รวม</b>	<b>๑๐</b>	<b>๑๐</b>	<b>๑๐</b>	<b>๓๐</b>

จากตารางที่ ๑ แสดงว่า ทุกประเภทธุรกิจทั้งขนาด ที่ตั้งขององค์กรธุรกิจ ได้ดำเนินกิจกรรม CSR

### ๕.๒ แรงจูงใจหรือแรงบันดาลใจต่อการสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรม /งานทางด้านสังคม

เมื่อมองในแง่แรงจูงใจขององค์กรในการดำเนินงานเรื่อง CSR พบว่ากลุ่มองค์กรธุรกิจทั้งสามประเภทส่วนใหญ่คือ ๒๒ องค์กรจาก ๓๐ องค์กร มีแนวคิด ความสนใจที่คล้ายคลึงกัน คือ การสร้างคนดีมีคุณธรรมให้กับสังคมไทย และการสร้างความสมดุลระหว่างการดำเนินธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นกิจกรรมที่เห็นผลเป็นรูปธรรมด้วยระยะเวลาสั้น ๑ – ๓ ปี ได้แก่ การให้ทุนการศึกษา การปลูกป่า การจัดค่ายเยาวชนทั้งด้านคุณธรรมและสิ่งแวดล้อม มีแรงจูงใจที่แยกย่อยออกไป คือ ต้องการมีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงทางสังคมเป็นจุดเน้นขององค์กรธุรกิจด้านการผลิตสื่อสู่สาธารณะ ๒ องค์กร ที่ต้องการจุดประกายความคิดของสังคมให้แตกต่างจากกระแสหลัก เช่น ประเด็นชุมชนเข้มแข็ง เป็นต้น และแรงจูงใจในเรื่องการพัฒนาสังคมที่ยั่งยืน เป็นขององค์กรธุรกิจ ๔ องค์กร และ ๒ องค์กร ได้แก่ บริษัท ปูนซิเมนต์ จำกัด (มหาชน) และบริษัท ไทโยต้ามอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ซึ่งแนวคิด CSR ได้พัฒนาเป็นวัฒนธรรมขององค์กรและจัดวางงาน CSR อย่างเป็นระบบมาก โดยจัดความสมดุลของกิจกรรมสามด้านประกอบไปด้วย ด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อมและสังคม รวมทั้งมีความต่อเนื่องทั้ง “การพัฒนาและติดตามประเมินผล” ซึ่งเป็นเป้าหมายในระดับที่ก้าวหน้าขึ้น (ศึกษารายละเอียดจากตารางที่ ๒)

ตารางที่ ๒ องค์กรธุรกิจเอกชนกับแรงจูงใจในการทำกิจกรรม CSR

ธุรกิจ แรงจูงใจ	การจดทะเบียน องค์กร	องค์กร ธุรกิจ ในตลาด หลักทรัพย์	องค์กร ธุรกิจ นอก ตลาด หลักทรัพย์	องค์กร ธุรกิจ ใน ภูมิภาค	รวม
มีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงทางสังคม		-	๑	๑	๒
สร้างคนดีมีคุณธรรมให้กับสังคมไทย		๔	๔	๓	๑๑
สร้างความสมดุลระหว่างการดำเนินธุรกิจ และความรับผิดชอบต่อสังคมและ สิ่งแวดล้อม		๔	๔	๔	๑๑
การพัฒนาสังคมที่ยั่งยืน		๒	๑	๒	๕

รวม	๑๐	๑๐	๑๐	๓๐
-----	----	----	----	----

จากตารางที่ ๒ แสดงว่า กิจกรรม CSR ส่วนใหญ่ ๒๒ บริษัทจาก ๓๐ บริษัท ต้องการเห็นผลเป็นรูปธรรมภายใน ๑ – ๓ ปี เช่น การให้ทุนการศึกษา การปลูกป่า การจัดค่ายเยาวชนต่างๆ ล้วนเป็นประเด็นที่สาธารณชนยอมรับได้โดยทั่วไป

สำหรับกิจกรรม CSR ที่เป็นประเด็นต้องการการเปลี่ยนแปลงสังคม พบว่า กลุ่มธุรกิจด้านการผลิตสื่อสู่สาธารณะ ต้องการจุดประกายความคิดของสังคมให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ในขณะที่เดียวกัน กลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่ ได้แก่ บริษัท ปูนซิเมนต์ จำกัด (มหาชน) และบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด จะมีกิจกรรม CSR ที่ต้องการให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ด้วยตระหนักถึงการต้องอยู่ร่วมกันขององค์กรธุรกิจและภาคสังคม ดังนั้นกิจกรรม CSR จึงเป็นวัฒนธรรมขององค์กร ตลอดจนมีระบบการติดตาม ประเมินผลอย่างต่อเนื่อง

อนึ่ง ทุกบริษัทระบุถึงกิจกรรม CSR เป็นแรงบันดาลใจที่เกิดจากภายในองค์กร ที่ต้องการเห็นการอยู่ร่วมกันของธุรกิจกับสังคม เป็นการดำเนินการด้วยใจสมัคร ไม่ใช่มาจากความจำเป็นต้องปฏิบัติตามกฎหมาย

### ๕.๓ รูปแบบและแนวทางการสนับสนุนขององค์กรธุรกิจเอกชน

#### ๕.๓.๑. ประเด็นที่องค์กรธุรกิจเอกชนดำเนินกิจกรรม CSR

จากการศึกษางาน CSR ขององค์กรธุรกิจเอกชน พบว่าองค์กรธุรกิจให้ความสำคัญในสามลำดับแรกเหมือนกันคือ เรื่องของ **การส่งเสริมวัฒนธรรม, สิ่งแวดล้อมและการสนับสนุนให้เกิดความรู้/การศึกษากับการพัฒนาคน** ส่วนประเด็นที่มีการให้ความสำคัญเป็นประการสุดท้ายคือ **เศรษฐกิจพอเพียง** เพราะเป็นเรื่องใหม่ที่ต้องการทั้งเวลาและรูปธรรมที่ชัดเจนในการอธิบายกับสังคม ซึ่งต้องการการทำงานที่ต่อเนื่องมากกว่า ๕ ปี จึงไม่สอดคล้องกับองค์กรธุรกิจในปัจจุบัน

มีข้อสังเกตคือ ในการพูดคุยสอบถามครั้งแรกหลายองค์กรจะตอบว่าไม่มีงานด้านวัฒนธรรม แต่ภายหลังจากการอธิบายโดยใช้ประเด็นในโครงการวัฒนธรรมสายใยชุมชน กลับมีคำตอบใหม่ว่าทุกองค์กรมีกิจกรรมเกี่ยวกับวัฒนธรรม เพียงแต่ไม่เด่นเท่ากับกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อม (ศึกษารายละเอียดจากตารางที่ ๓)

### ตารางที่ ๓ องค์กรธุรกิจเอกชนกับประเด็นในการดำเนินกิจกรรม CSR

การจดทะเบียน อง ค ร์	อง ค ร์ธุรกิจ ในตลาด หลักทรัพย์ (๑๐ อง ค ร์)	อง ค ร์ธุรกิจ นอกตลาด หลักทรัพย์ (๑๐ อง ค ร์)	อง ค ร์ธุรกิจ ในภูมิภาค (๑๐ อง ค ร์)	รวม (๓๐ อง ค ร์)
ธุรกิจ ประเด็น CSR				
๑. สิ่งแวดล้อม	๙	๖	๙	๒๔
๒. การสนับสนุนให้เกิดความรู้/ การศึกษา	๘	๔	๔	๑๖
๓. วัฒนธรรม	๑๐	๑๐	๑๐	๓๐
๔. เศรษฐกิจพอเพียง	๔	๒	๒	๘
๕. พัฒนาคน	๕	๕	๖	๑๖
๖. ส่งเสริมสุขภาพประชาชน	๖	๒	๓	๑๑

จากตารางที่ ๓ แสดงว่า ประเด็นในการดำเนินกิจกรรม CSR ขององค์กรธุรกิจเอกชน พบว่า ๓ ลำดับแรก ได้แก่ ๑) การสนับสนุนงานวัฒนธรรม เช่น การรวบรวมภูมิปัญญาท้องถิ่น ห้างสมุดศิลปะ การส่งเสริมการเล่นดนตรีไทย อนุรักษ์ประเพณีท้องถิ่น เป็นต้น ๒) การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และ ๓) การสนับสนุนให้เกิดความรู้ การศึกษากับการพัฒนาคน

### ตัวอย่างภาพกิจกรรม CSR



SCG นำทีมชมรมอาสาพัฒนาชุมชน  
สร้างฝายชะลอน้ำ

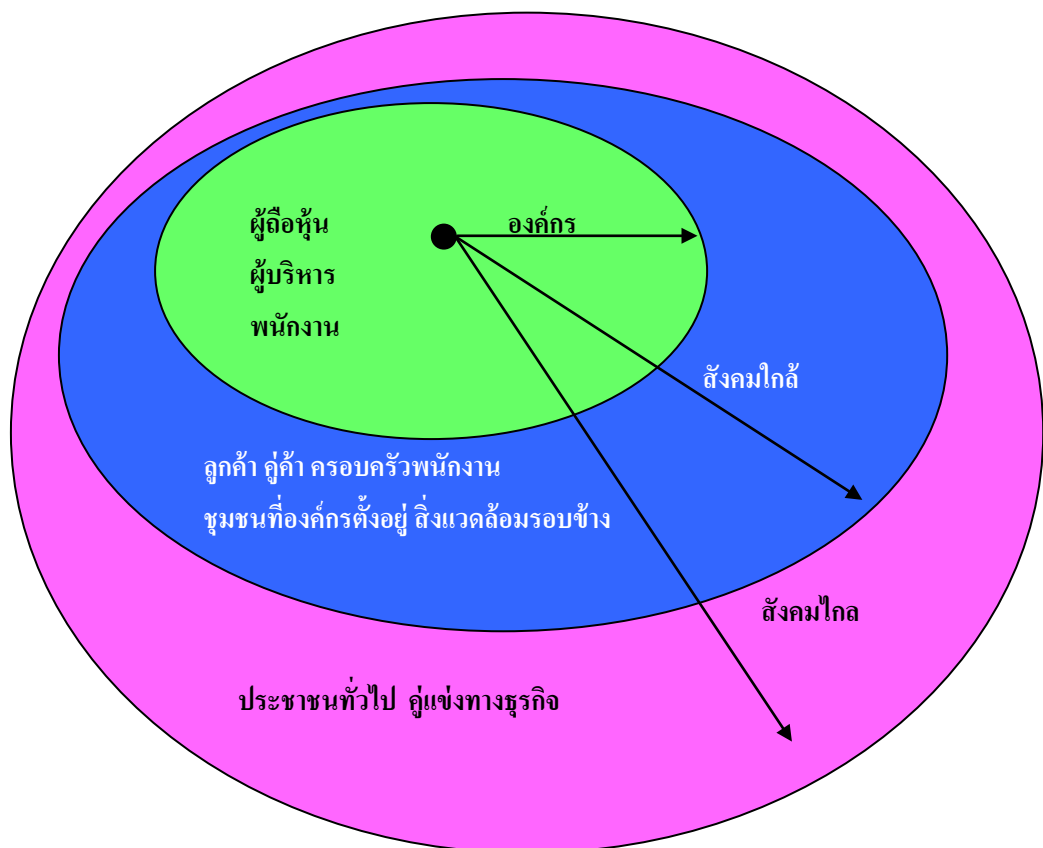
CP สนับสนุนนักศึกษารักษ์  
ป่าชายเลน



เปิดแหล่งเรียนรู้ทาง  
นิเวศวิทยา Biotope สวน  
ต่อการพัฒนาระบบนิเวศ  
รอบโรงงานโตโยต้า

๕.๓.๒ รูปแบบการดำเนินงาน CSR สามารถแบ่งได้เป็น ๒ ลักษณะได้แก่

ลักษณะที่ ๑ แบ่งตามลำดับขั้นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียใน CSR หรือตามความสัมพันธ์กับสังคม ซึ่งจะแบ่งเป็น ๓ รูปแบบย่อยได้แก่ ชั้นภายในองค์กรกับสังคมใกล้เคียง ชั้นภายในองค์กรกับสังคมไกล และชั้นภายในองค์กรกับสังคมที่อยู่ไกลและสัมพันธ์กับสังคมที่อยู่ไกล (ดังรูป)



องค์กร คือ หน่วยงานที่มีเป้าหมาย โครงสร้าง กิจกรรมธุรกิจที่ต่อเนื่อง ที่ประกอบด้วย ผู้ถือหุ้น ผู้บริหาร พนักงาน

สังคมใกล้ คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับใกล้ชิดกับองค์กรโดยตรง ได้แก่ ลูกค้า คู่ค้า ครอบครัวของพนักงานกับชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่ ซึ่งรวมถึงสิ่งแวดล้อมหรือระบบนิเวศ ส่วนสังคมไกล คือ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรโดยอ้อม ได้แก่ คู่แข่งขันทางธุรกิจ หน่วยงานราชการ ประชาชนทั่วไป ชุมชนนอกที่ตั้ง เป็นต้น

กิจกรรม CSR ในองค์กรจะเน้นเรื่องการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมให้กับบุคลากร การสร้างระบบการบริหารจัดการโดยยึดหลักธรรมาภิบาล เป็นต้น

ในระดับของลูกค้า ตัวอย่าง CSR ของกิจการ ได้แก่ การสร้างผลิตภัณฑ์ที่เน้นคุณค่ามากกว่ามูลค่า ความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์ต่อผู้บริโภค การให้ข้อมูลขององค์กรและตัวผลิตภัณฑ์อย่างเพียงพอและอย่างถูกต้องเที่ยงตรง มีการให้บริการลูกค้าอย่างตรงไปตรงมา เป็นต้น

ในระดับของชุมชนและสภาพแวดล้อม ตัวอย่าง CSR ของกิจการ ได้แก่ การส่งเสริมให้เกื้อกูลชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่ การส่งเสริมแรงงานท้องถิ่นให้มีโอกาสในตำแหน่งงานต่างๆ ในองค์กร การสนับสนุนแนวทางการระแวดระวังในการดำเนินงานที่อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การเปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานที่อาจส่งผลกระทบต่อชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่ และการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างปกติสุข เป็นต้น

ในระดับของประชาสังคม ตัวอย่าง CSR ของกิจการ ได้แก่ การสร้างความร่วมมือระหว่างกลุ่มหรือเครือข่ายอื่นๆ ในการพัฒนาสังคม การตรวจตราดูแลมิให้กิจการเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับการฉ้อโกงและผิดกฎหมาย การรับฟังข้อมูลหรือทำประชาพิจารณ์ต่อการดำเนินกิจการที่ส่งผลกระทบต่อสังคมโดยรวม และการทำหน้าที่ในการเสียภาษีอากรให้รัฐอย่างตรงไปตรงมา เป็นต้น

จากการสัมภาษณ์ พบว่าองค์กรธุรกิจในตลาดหลักทรัพย์ทั้ง ๑๐ แห่ง มีการดำเนินกิจกรรม CSR ครอบคลุมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งสามระดับ คือ องค์กร สังคมใกล้และสังคมไกล ซึ่งเป็นแนวทางนโยบายที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยให้การส่งเสริมมาโดยตลอดในเรื่องบรรษัทภิบาลซึ่งมีเรื่อง CSR อยู่ด้วย เพื่อดูแลผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ส่วนองค์กรธุรกิจนอกตลาดหลักทรัพย์และในภูมิภาคห้าสิบเปอร์เซ็นต์ มีงาน CSR ทั้งสามระดับเช่นกัน ซึ่งเป็นองค์กรขนาดใหญ่ ก่อตั้งมายาวนาน

และงาน CSR เป็นวัฒนธรรมขององค์กรอยู่แล้ว ซึ่งยืนยันว่าแนวคิดในการตอบแทนสังคมมีอยู่แล้วในสังคมไทย เพียงเพิ่มประเด็นของการรับผิดชอบต่อสังคมที่เน้นการทำงานร่วมกับองค์กรพันธมิตรมากขึ้น

สำหรับองค์กรนอกตลาดหลักทรัพย์มีการดำเนินกิจกรรม CSR ครอบคลุมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย**ทั้งสามระดับ** ๖ องค์กร และมีเพียงองค์กรเดียวคือมูลนิธิตาแฮก สยามเวลาที่ทำในองค์กรและสังคมใกล้เคียง ไม่ทำในสังคมใกล้เคียง ส่วนองค์กรธุรกิจภูมิภาค ซึ่งส่วนใหญ่เป็นองค์กรขนาดเล็ก มีจุดเน้นที่ภายในองค์กรและสังคมใกล้เคียง เป็นองค์กรที่วางเป้าหมายเรื่องสร้างสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมและความเป็นเจ้าของในองค์กร ซึ่งมีประสบการณ์ชัดเจน เป็นระบบในการพัฒนาคนและกลายเป็นผู้นำทางความคิดด้าน CSR กับการพัฒนาคนดีสู่สังคม (ศึกษารายละเอียดจากตารางที่ ๔)

ตารางที่ ๔ องค์กรธุรกิจเอกชนกับลำดับชั้นของงาน CSR

องค์กรธุรกิจ ลำดับชั้นของงาน	ระดับที่ หนึ่งและ สอง	ระดับที่ หนึ่งและ สาม	ทั้งสาม ระดับ	รวม
องค์กรธุรกิจในตลาดหลักทรัพย์			๑๐	๑๐
องค์กรธุรกิจนอกตลาดหลักทรัพย์	๓	๑	๖	๑๐
องค์กรธุรกิจในภูมิภาค	๗	๐	๓	๑๐
<b>รวม</b>	<b>๙</b>	<b>๑</b>	<b>๒๐</b>	<b>๓๐</b>

จากตารางที่ ๔ แสดงว่า องค์กรธุรกิจเอกชนส่วนใหญ่ดำเนินกิจกรรม CSR ทั้ง ๓ ระดับ ตั้งแต่ภายในองค์กร ชุมชนใกล้ และสังคมไกล

**หมายเหตุ:** ระดับที่หนึ่ง องค์กร คือ ผู้ถือหุ้น ผู้บริหาร พนักงาน  
 ระดับที่สอง สังคมใกล้ คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับใกล้ชิดกับองค์กรโดยตรง ได้แก่ ลูกค้า คู่ค้า ครอบครัวของพนักงาน ชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่ ซึ่งรวมถึงสิ่งแวดล้อมหรือระบบนิเวศ  
 ระดับที่สาม สังคมไกล คือ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรโดยอ้อม ได้แก่ คู่แข่งขันทางธุรกิจ ประชาชนทั่วไป เป็นต้น

ซึ่งรูปแบบการดำเนินกิจกรรม CSR นี้ เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป โดยจะอาศัยเขตพื้นที่ที่ตั้งขององค์กรเป็นหลักในการพิจารณา แต่จากการศึกษายังพบว่า รูปแบบการสนับสนุน CSR ตามบทบาทหน้าที่ขององค์กรจะทำให้เข้าใจรูปแบบการสนับสนุนมากยิ่งขึ้น ดังนี้

ลักษณะที่ ๒ เป็นการแบ่งตามบทบาทขององค์กรสามารถแบ่งเป็น ๓ รูปแบบย่อยได้แก่

- ๑) กิจกรรมเพื่อสังคม หมายถึง การดำเนินงานขององค์กร ซึ่งส่วนใหญ่เป็นองค์กรธุรกิจที่แสวงหากำไร เพื่อสร้างให้เกิดประโยชน์ แก่สังคมในด้านต่างๆ โดยกิจกรรม ที่ดำเนินการนั้นมักแตกต่างจากการดำเนินธุรกิจที่เป็นกระบวนการหลักขององค์กร เช่น การให้ทุนการศึกษา การปลูกป่า ขยายเลน การสนับสนุนงานบริการเพื่อพัฒนาการศึกษา

- ๒) ธุรกิจเพื่อสังคม หมายถึง องค์กรที่ดำเนินการธุรกิจที่แสวงหากำไรอย่างมีความรับผิดชอบต่อ เช่น การผลิตสินค้า และบริการที่มีคุณภาพ และได้มาตรฐานตามข้อกำหนดในฉลาก หรือในผลิตภัณฑ์
- ๓) กิจกรรมเพื่อสังคม หมายถึง องค์กรที่ดำเนินงานที่ไม่แสวงหากำไรให้แก่ตนเอง หรือ เป็นองค์กรที่จัดตั้งเพื่ออิงประโยชน์แก่สังคมในทุกกระบวนการงาน เช่น มูลนิธิ องค์กรภาคประชาชน

#### ๕.๓.๓ แนวทางการสนับสนุนกิจกรรม CSR ขององค์กรธุรกิจเอกชน

แนวทางการสนับสนุนกิจกรรม CSR ขององค์กรธุรกิจ แบ่งออกเป็น ๓ ลักษณะ ได้แก่

- ๑) การดำเนินงานด้วยตนเอง ๒) การดำเนินงานร่วมกับพันธมิตร และ ๓) การจัดตั้งเป็นมูลนิธิ ของตนเอง

#### ๑) องค์กรธุรกิจดำเนินการด้วยตนเอง

๑.๑ บริษัท ธุรกิจ จะมีแผนงานหลักด้าน CSR และหาข้อมูลเรื่องพื้นที่ผ่านเครือข่ายภายในขององค์กร เช่น สาขา พนักงาน และเข้าร่วมพัฒนาโครงการโดยตรงกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น การสร้างห้องสมุดชุมชน ศูนย์การเรียนรู้

๑.๒ เป็นโครงการที่มาจากการร่วมคิด ร่วมทำกับชุมชน มีระยะเวลาต่อเนื่อง ๑-๒ ปี พนักงานและองค์กรจะมีความผูกพันกับชุมชน บริษัท ให้งบประมาณตรงกับชุมชน

กลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ เช่น บริษัทปูนซีเมนต์ไทย (มหาชน) บริษัทปตทจำกัด (มหาชน) บริษัทโตโยต้า ประเทศไทยจำกัด เป็นต้น

#### ๒) ร่วมมือกับพันธมิตร ทั้งธุรกิจ เอกชน และรัฐ

๒.๑ สำหรับโครงการใหญ่ ใช้ทรัพยากรมาก เช่น การรณรงค์ การลดภาวะโลกร้อน หวังผลกับกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก ต้องใช้วิธีการประสานงานบริษัทอื่นๆ และภาครัฐ เพื่อร่วมรับผิดชอบต่อปริมาณ เนื่องจากใช้งบประมาณสูง ธุรกิจจะจับมือร่วมกันรับผิดชอบต่อสังคมในรูปแบบ “JOINT-RESPONSIBILITY” ซึ่งอนาคตจะมีการทำมากขึ้น โดยเฉพาะในช่วงที่เศรษฐกิจขยายตัวค่อนข้างต่ำ จะเป็นทางเลือกสำหรับองค์กรธุรกิจ ที่ต้องการช่วยเหลือสังคมควบคู่ไปกับการดำเนิน

ธุรกิจ พัฒนาการของ CSR ที่กลุ่มองค์กรธุรกิจจะร่วมมือกันดำเนินโครงการในลักษณะของการ “ร่วมรับผิดชอบ” จะมีปรากฏให้เห็นมากขึ้น องค์กรธุรกิจบางกลุ่มจะใช้ทรัพยากรร่วมที่มีอยู่ในเครือข่ายสร้างประโยชน์ให้แก่สังคมในนามของกลุ่ม ขณะที่กลุ่มพันธมิตรธุรกิจอื่นๆ จะจับมือดำเนินกิจกรรม CSR ในแบบร่วมกันรับผิดชอบต่อมากขึ้นเช่นกัน

๓) ก่อตั้งเป็นมูลนิธิ

บริษัทจะดำเนินการโดยการก่อตั้งมูลนิธิเพื่อดำเนินการร่วมกับเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง มีกระบวนการพิจารณาโครงการและติดตามผลที่ชัดเจน

ตัวอย่างกลุ่มนี้ เช่น บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) บริษัท ไทยรัฐ จำกัด และ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เป็นต้น

#### ๕.๔ การจำแนกรูปแบบ CSR และวิธีการสนับสนุนขององค์กรธุรกิจ

##### ๕.๔.๑ รูปแบบ CSR สามารถแบ่งได้เป็น ๒ ลักษณะ ได้แก่

- ๑) จำแนกตามลำดับขั้นของผู้มีส่วนได้เสีย โดยแบ่งเป็น ๓ รูปแบบย่อย ได้แก่ ภายในองค์กรกับสังคมใกล้ ภายในองค์กรกับสังคมไกล และภายในองค์กรกับสังคมใกล้และสังคมไกล
- ๒) จำแนกตามบทบาทขององค์กร โดยแบ่งเป็น ๓ รูปแบบย่อย ได้แก่ (๑) กิจกรรมเพื่อสังคม (๒) ธุรกิจเพื่อสังคม และ (๓) กิจกรรมเพื่อสังคม

##### ๕.๔.๒ แนวทางและวิธีการสนับสนุนขององค์กรธุรกิจ

- ๑) องค์กรธุรกิจเป็นผู้ดำเนินการเอง
  - ๑.๑ บริษัทธุรกิจจะมีแผนงาน CSR หลัก
  - ๑.๒ ดำเนินการหาข้อมูลในระดับพื้นที่ โดยผ่านหน่วยงานสาขาหรือเครือข่ายของบริษัท
  - ๑.๓ ประชุมร่วมกับชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ถึงกิจกรรม CSR ที่ต้องการดำเนินการในพื้นที่ โดยชุมชนมีส่วนร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมพัฒนาโครงการ และเรียนรู้ร่วมกัน

วิธีการ บริษัทจะเป็นผู้ดำเนินหลัก ชุมชนหรือกลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมคิด พัฒนาโครงการและทำกิจกรรมร่วมกัน

๒) ร่วมมือกับพันธมิตร ทั้งธุรกิจเอกชนและรัฐ

๒.๑ สำหรับโครงการใหญ่ ต้องใช้ทรัพยากรมาก เช่น การรณรงค์ลดโลกร้อน โดยหวังผลกับกลุ่มเป้าหมายหลากหลายและจำนวนมาก ดังนั้นจึงมีการจับมือร่วมกันรับผิดชอบสังคม (Joint-Responsibility)

๒.๒ การดำเนินงานจะเป็นการทำงานรูปแบบคณะกรรมการร่วมหลายคณะ หลายภาคี ช่วยกันระดมความคิด ทรัพยากร เงินทุน แรงงาน ช่วยกันตามเป้าหมายและแผนที่กำหนด ซึ่งรูปแบบนี้ แนวโน้มจะขยายตัวมากขึ้นโดยเฉพาะช่วงเศรษฐกิจขยายตัวไม่มากเท่าที่ควร

วิธีการ หลายภาคส่วน ธุรกิจ รัฐ และภาคประชาสังคม ร่วมกันเป็น คณะกรรมการ คณะทำงาน และดำเนินการตามเป้าหมาย แผนงาน โดยคำนึงถึงบทบาท หน้าที่ของแต่ละหน่วยงานมีศักยภาพต่างกัน ซึ่งเป็นกระบวนการทำงานแบบมีส่วนร่วม

๓) ก่อตั้งเป็นมูลนิธิ

๓.๑ บริษัทจะก่อตั้งเป็นมูลนิธิที่เป็นอิสระ แยกออกจากกระบวนการทำงานหลักของบริษัท เพื่อดำเนินกิจกรรม CSR

๓.๒ จัดตั้งคณะกรรมการฝ่ายต่างๆ ของมูลนิธิ

๓.๓ ดำเนินกิจกรรม CSR ตามเป้าหมายและแผนงาน

วิธีการ มูลนิธิเป็นผู้สนับสนุนงบประมาณสำหรับโครงการต่างๆ ที่ชุมชนกลุ่มเป้าหมายนำเสนอ และมูลนิธิสามารถร่วมทำงานกับชุมชนหรือกลุ่มเป้าหมาย ตั้งแต่ร่วมคิด ร่วมทำงาน ร่วมเรียนรู้ ไปพร้อมกัน

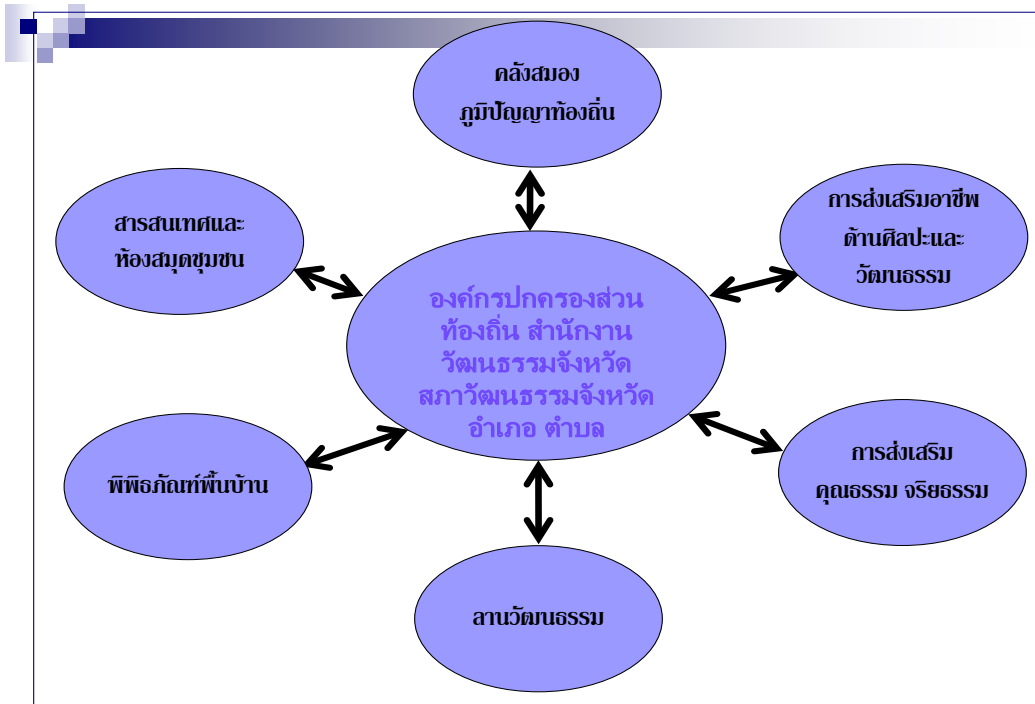
ทั้ง ๓ แนวทางนี้ ส่วนใหญ่จะเป็นโครงการระยะสั้น ๑ – ๓ ปี เท่านั้น

## ๕.๕ กระบวนการ ขั้นตอนการสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรม

### ๕.๕.๑ การคัดเลือกประเด็น

ในการศึกษาได้จัดหมวดแนวทางและกิจกรรมวัฒนธรรมเป็นหกกลุ่ม ตามองค์ประกอบของโครงการวัฒนธรรมไทยสายใยชุมชน ซึ่งกระทรวงวัฒนธรรมประกาศเป็นวาระแห่งชาติระหว่าง พ.ศ. ๒๕๕๐-ปัจจุบัน ครอบคลุมใน ๖ ประเด็น ดังนี้

- การส่งเสริมการจัดตั้งคลังสมองและภูมิปัญญาท้องถิ่น
- การส่งเสริมอาชีพด้านศิลปะวัฒนธรรม
- การส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม
- ส่งเสริมการจัดทำลานวัฒนธรรม
- ส่งเสริมการจัดทำพิพิธภัณฑ์พื้นบ้าน
- ส่งเสริมงานสารสนเทศและห้องสมุดชุมชน



จากการศึกษาพบว่าองค์กรธุรกิจทั้งในและนอกตลาดหลักทรัพย์มีประเด็นให้การสนับสนุนกิจกรรมด้านวัฒนธรรมที่คล้ายกัน คือ **ส่งเสริมเรื่องคลังสมองและภูมิปัญญาท้องถิ่น** มากที่สุด **จำนวน ๗ องค์กร** และ **๘ องค์กรตามลำดับ** ส่วนอันดับรองลงมาองค์กรธุรกิจในตลาดหลักทรัพย์ให้ความสำคัญกับการ**ส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม** และ**งานสารสนเทศและห้องสมุดชุมชน** **จำนวน ๕ องค์กร** เท่ากัน แต่องค์กรธุรกิจนอกตลาดหลักทรัพย์ให้ความสำคัญในลำดับรองลงมากับการ**ส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม** **จำนวน ๗ องค์กร** ลำดับที่สามเป็น**งานสารสนเทศและห้องสมุดชุมชน** และ**ลานวัฒนธรรม** **จำนวน ๖ องค์กร** เท่ากัน สำหรับองค์กรธุรกิจในภูมิภาคมีจุดเน้นที่**การส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม** **การส่งเสริมเรื่องคลังสมองและภูมิปัญญาท้องถิ่น** และ**ลานวัฒนธรรม** ส่วนเรื่อง**การจัดทำพิพิธภัณฑ์พื้นบ้าน** มีการสนับสนุนเพียง ๒ องค์กรจากทั้ง ๓ กลุ่ม อาจเป็นเพราะว่า**การจัดทำพิพิธภัณฑ์พื้นบ้าน**เป็นเรื่องยากต้องใช้เวลาและความเสียสละความร่วมมือจากหลายฝ่าย อย่างไรก็ตามเห็นได้ว่าทางภาคธุรกิจมีแง่มุมเรื่องสนับสนุนงาน

วัฒนธรรมที่ไม่แตกต่างจาก สวช. ในโครงการ ซึ่งเป็นปัจจัยสนับสนุนที่ดีในการทำงานร่วมกันในอนาคต (ศึกษารายละเอียดจากตารางที่ ๕)

ตารางที่ ๕ **องค์กรธุรกิจเอกชนกับการสนับสนุนด้านวัฒนธรรม**

การจดทะเบียน องค์กร ธุรกิจ ประเด็น CSR	องค์กรธุรกิจ ในตลาด หลักทรัพย์ (๑๐)	องค์กร ธุรกิจนอก ตลาด หลักทรัพย์ (๑๐)	องค์กร ธุรกิจใน ภูมิภาค (๑๐)	รวม (๓๐)
๑. คลังสมองและภูมิปัญญาท้องถิ่น	๗	๘	๕	๒๐
๒. การส่งเสริมอาชีพด้าน ศิลปวัฒนธรรม	๒	๒	๑	๕
๓. การส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม	๕	๗	๙	๒๑
๔. ลานวัฒนธรรม	๔	๖	๕	๑๕
๕. พิพิธภัณฑ์พื้นบ้าน	๐	๑	๑	๒
๖. สารสนเทศและห้องสมุดชุมชน	๕	๖	๑	๑๒

จากตารางที่ ๕ แสดงว่า ประเด็นที่องค์กรธุรกิจเอกชนให้ความสำคัญ ๓ ลำดับแรก ได้แก่ การส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม คลังสมองและภูมิปัญญาท้องถิ่น และลานวัฒนธรรม

องค์กรธุรกิจในตลาดหลักทรัพย์ ให้ความสำคัญ ๓ ลำดับแรก ได้แก่ คลังสมองและภูมิปัญญาท้องถิ่น การส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม และสารสนเทศและห้องสมุดชุมชน

องค์กรธุรกิจนอกตลาดหลักทรัพย์ ให้ความสำคัญ ๓ ลำดับแรก ได้แก่ คลังสมองและภูมิปัญญาท้องถิ่น การส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม และลานวัฒนธรรม

สำหรับองค์กรธุรกิจในภูมิภาค ให้ความสำคัญ ๓ ลำดับแรก ได้แก่ การส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม คลังสมองและภูมิปัญญาท้องถิ่น และลานวัฒนธรรม

ในส่วนของพื้นที่ดำเนินการ องค์กรในตลาดหลักทรัพย์และนอกตลาดหลักทรัพย์ส่วนใหญ่ดำเนินการทั้งสังคมใกล้และสังคมไกล กระจายทั่วประเทศ แต่องค์กรในภูมิภาคส่วนใหญ่ดำเนินการกับสังคมที่อยู่ใกล้กับที่ตั้งองค์กร

ในส่วนของกลุ่มเป้าหมาย มีลักษณะกระจายทุกกลุ่มเป้าหมาย – เด็ก เยาวชน ผู้ด้อยโอกาส ชุมชนชนบท เป็นต้น

## ๕.๕.๒ กระบวนการทำงาน CSR

ผลจากการอภิปรายทั่วไปต่อกระบวนการดำเนิน CSR เป็นผลที่ได้จากการประชุมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง “แนวทาง รูปแบบการสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรมขององค์กรธุรกิจเอกชนในประเทศไทย” จัดขึ้นวันที่ ๒๓ มิถุนายน ๒๕๕๒ ณ ห้องประชุม สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ โดยมีผู้เข้าร่วมประชุมในการแลกเปลี่ยนทั้งสิ้น ๔๘ คนจาก ๓๑ องค์กร ประกอบด้วยผู้แทนจาก ๑) องค์กรธุรกิจจำนวน ๘ คนจาก ๖ องค์กรที่เคยให้สัมภาษณ์ระดับลึกในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ๒) องค์กรธุรกิจจำนวน ๗ คนจาก ๖ องค์กรที่ไม่เคยให้สัมภาษณ์ระดับลึกในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ๓) องค์กรธุรกิจจำนวน ๖ คนจาก ๕ องค์กรที่เคยให้สัมภาษณ์ระดับลึกในเขตภูมิภาค ๔) จากสภาวัฒนธรรมจำนวน ๗ คน ๕) วัฒนธรรมจังหวัดจำนวน ๖ คน ๖) จากสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติจำนวน ๑๓ คน และ ๗) จากหน่วยงานองค์กรพัฒนาเอกชน ๑ ท่านในฐานะวิทยากร ซึ่งมีข้อเสนอสรุปจากการอภิปรายได้ดังต่อไปนี้

### ๑) หลักเกณฑ์การคัดเลือกองค์กรที่ทำงานร่วมกัน

การคัดเลือกหุ้นส่วน จะมีข้อมูลมาจากภาคีเครือข่ายธุรกิจเอกชนและเครือข่ายชุมชน หรือองค์กรด้านวัฒนธรรม ซึ่งส่วนใหญ่จะเคยร่วมงานกันมาในระดับหนึ่งบ้างแล้ว เช่น เคยร่วมทำแผนแม่บทชุมชน การร่วมกิจกรรมระดมทรัพยากรช่วยเหลือกันและกัน การร่วมรณรงค์ในบางประเด็นร่วมกัน เป็นต้น ดังนั้น องค์กรธุรกิจเอกชนจึงมีข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายหรือชุมชนพอสมควร ที่สะท้อนถึงปัญหาหรือความต้องการที่แท้จริง ชี้ความสามารถการบริหารจัดการในชุมชน การมีส่วนร่วมของทุกส่วนในชุมชน เป็นต้น ดังนี้จึงพอสรุปเป็นหลักเกณฑ์ได้ดังนี้

- ๑) เคยทำงานร่วมที่มีผลงานชัดเจน
- ๒) ชุมชนมีความสามารถการจัดการ
- ๓) กิจกรรมต้องเป็นความต้องการของชุมชน

### ๒) การประสานงาน เชื่อมโยงกับผู้ที่เกี่ยวข้อง

๒.๑ หลักการทำงานร่วมกันระหว่างบริษัทธุรกิจเอกชนกับชุมชน บนหลักการ ๓ ใจ ได้แก่ ตั้งใจ เข้าใจ ประสานใจ โดยคาดหวังให้เกิดความสำเร็จของงาน ซึ่งได้ทั้งผลลัพธ์ที่ดี และกระบวนการทำงานที่ดีร่วมกัน เกิดความรู้สึกสามัคคีได้อย่างแท้จริง

๒.๒ การประสานงาน ทำงานแบบพหุภาคี ที่ร่วมระหว่าง รัฐ เอกชน ธุรกิจ องค์กรประชาชน และสถาบันศาสนา ผู้แทนแต่ละส่วนต้องประชุมพร้อม

เพียงกัน รู้จักกัน มองเป้าหมายร่วมกัน แบ่งงานกันทำตามศักยภาพของแต่ละคน และต้องเรียนรู้ร่วมกัน ดังนั้นจึงต้องประชุมบ่อยหรือสื่อสารกันเป็นระยะๆ ทั้งนี้ต้องมีระบบหนังสือ เอกสารเป็นหลักฐานไว้ระดับหนึ่ง

### ๓) รูปแบบกิจกรรม

๓.๑ การทำ CSR ภายในองค์กร ด้วยการพัฒนาบุคลากรให้มีวินัย สามัคคี เสียสละ กตัญญู ต้องทำให้เป็นรูปธรรม เช่น การมีวินัย ต้องผ่านการฝึกฝน เช่น กิจกรรมเข้าค่ายสร้างวินัย ๒ วัน ๑ คืน หรือการเสียสละ ต้องมีกิจกรรม การบริจาคโลหิต การช่วยเหลือโรงเรียนที่อยู่ในถิ่นทุรกันดาร หรือความ กตัญญู ต้องมีกิจกรรมการเคารพ เชิดชูเกียรติผู้เป็นผู้นำผู้ใหญ่ในครอบครัว ในบริษัท ในชุมชน ในสังคม เป็นต้น

๓.๒ การทำ CSR ในกิจกรรมเผยแพร่วัฒนธรรม ไม่ควรเป็นเพียง Event Marketing ควรเพิ่มหรือเสริมคุณค่าที่สามารถจับต้องได้ เช่น การส่งเสริม การให้ (จิตสำนึกอาสาสมัคร) ควรเสริมคุณค่าการอ่อนน้อมถ่อมตน การรัก สงบ หรือการรณรงค์ อนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อม ควรเสริมการทำงาน ร่วมระหว่างภาครัฐ ธุรกิจเอกชน และประชาชน ในบทบาทที่แตกต่าง เช่น ประชาชนไม่ทิ้งขยะในแหล่งอนุรักษ์ ธุรกิจเอกชนเคารพต่อกฎหมาย ภาครัฐบังคับใช้กฎหมายอย่างเคร่งครัด ตรงไปตรงมา เป็นต้น

๓.๓ กิจกรรมวัฒนธรรมนั้นต้องเป็นนวัตกรรมที่เสริมคุณค่าสังคมที่ชัดเจน เช่น การรักษา ดูแลป่าไม้ การให้ทุนการศึกษาและการให้คำแนะนำการศึกษา อย่างต่อเนื่อง เป็นต้น

ส่วนระยะเวลา ส่วนใหญ่กิจกรรม CSR จะอยู่ระหว่าง ๑ - ๓ ปีต่อเนื่อง

### ๔) ประเภทการสนับสนุนด้านวัฒนธรรม

ประเภทของวัฒนธรรม แบ่งออกเป็น ๒ ประเภทใหญ่ ได้แก่ วัฒนธรรมที่จับต้องได้ เช่น เสื้อผ้า การเล่นของเด็ก บ้านทรงไทย ประเพณีลอยกระทง เป็นต้น และวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ เช่น ความอ่อนน้อมถ่อมตัว ยิ้มสยาม ความกตัญญู ความพอดี เป็นต้น ซึ่งแต่ละท้องถิ่นจะแตกต่าง และมีอยู่แล้ว ดังนั้นบริษัทที่ต้องการสนับสนุนงานวัฒนธรรมต้องสืบค้นประเด็นวัฒนธรรม ประเภทวัฒนธรรม และสถานะของวัฒนธรรม อะไรที่คงต้องฟื้นฟู ดำรง รักษา เผยแพร่ รวมถึง กระบวนการทำงานต้องมีส่วนร่วมจากชุมชนและประชาคมร่วมกันขับเคลื่อน

๕) ผลผลิตหรือผลลัพธ์ที่ต้องการจากการให้การสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรม

หลักคิดของบริษัทที่ทำ CSR ไม่ใช่การเพิ่มต้นทุนบริษัท ไม่ใช่แนวคิดด้านการตลาด แต่ CSR เป็นหลักคิดการทำงานที่เน้นจิตสำนึก ความรับผิดชอบของพนักงาน ขององค์กรธุรกิจ ซึ่งสามารถเริ่มจากจุดเล็กๆ เช่น การทำหนังสือธรรมะสำหรับเด็ก ที่มีคุณภาพ การส่งเสริมให้พนักงานและประชาชนนั่งสมาธิ ปฏิบัติธรรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ทุกคน รู้ เข้าใจ ความสุขอย่างแท้จริง

องค์กรธุรกิจเอกชนที่ทำ CSR ต้องการให้เกิดการอยู่ร่วมระหว่างธุรกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งหมายถึง การพัฒนาอย่างยั่งยืน สมดุลนั่นเอง ดังนั้นหลักธรรมาภิบาลจึงเป็นเครื่องมือส่งเสริมให้องค์กรธุรกิจเอกชนสามารถอยู่ร่วมในสังคมอย่างมีความสุข

องค์กรชุมชน / องค์กรด้านวัฒนธรรม ได้เกิดเวทีการเรียนรู้หลากหลายมิติมากขึ้นในการทำงานด้านวัฒนธรรม ตั้งแต่การคิดนวัตกรรม การบริหารจัดการร่วม ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ

ภาครัฐในฐานะที่เป็นพี่เลี้ยง (Facilitator) ได้เกิดการขับเคลื่อนงานด้านวัฒนธรรมที่หลากหลายมิติ โดยประชาชนและประชาสังคม ซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ด้วยตัวเอง จนเกิดเป็น “ความเป็นเจ้าของวัฒนธรรมได้อย่างแท้จริง”

๖) ปัญหา อุปสรรค การทำงานร่วมกันกับองค์กรด้านวัฒนธรรม

ปัญหา อุปสรรค หมายถึง ศักยภาพและข้อจำกัดของส่วนงานที่เกี่ยวข้อง

ภาครัฐ		ภาคธุรกิจเอกชน		สภาวัฒนธรรม	
จุดอ่อน	จุดแข็ง	จุดอ่อน	จุดแข็ง	จุดอ่อน	จุดแข็ง
<ul style="list-style-type: none"> <li>วัฒนธรรมจังหวัดมีภารกิจมาก</li> <li>เจ้าหน้าที่มีจำกัด</li> <li>ต้องตอบสนองนโยบายรัฐบาลที่เปลี่ยนแปลงบ่อยครั้ง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>เป็นระบบและแม่นยำในระเบียบปฏิบัติ</li> <li>มีอำนาจและงบประมาณต่อเนื่อง</li> <li>มีเครือข่ายหลากหลาย</li> <li>ความสามารถทางวิชาการวัฒนธรรม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>รู้จักงานวัฒนธรรมเฉพาะบางประเด็นบางพื้นที่</li> <li>มีเครือข่ายเฉพาะกลุ่ม</li> <li>ขาดทักษะการทำงานกับชุมชนด้านวัฒนธรรม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ทำงานเชิงรุก</li> <li>ใช้วิธีการประสานงานและยืดหยุ่น</li> <li>สนับสนุนทุนได้บางส่วนตามศักยภาพองค์กร</li> <li>ภาคภูมิใจในองค์กรและในงาน</li> <li>การบริหารงานที่มีประสิทธิภาพ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การบริหารจัดการแบบอาสาสมัคร</li> <li>ส่วนใหญ่เป็นผู้สูงวัย</li> <li>ขาดทักษะการบริหารจัดการในรูปองค์กรชุมชน</li> <li>งบประมาณไม่เพียงพอ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ทำงานด้วยความเสียสละ</li> <li>เป็นผู้ทรงคุณวุฒิ รู้จริง ต่องานวัฒนธรรม</li> </ul>

## ๕.๕.๓ ขั้นตอนการดำเนินงาน CSR ของผู้ประกอบการเอกชน

### ตัวอย่าง การทำ CSR ของบริษัทขนาดเล็ก

#### ๑) วิสัยทัศน์

- นำวัฒนธรรมไทยสู่ธุรกิจ และเสริมให้ชุมชนเข้มแข็ง
- สร้างยี่ห้อไทยสู่สากล ที่เน้นความเป็นไทย

#### ๒) พันธกิจ

- พัฒนาบุคลากรให้เชื่อมั่นความเป็นไทย และเชื่อมั่นองค์กร
- เสริมสร้างความมั่นคงด้านการเงิน จิตใจ เช่นวันเกิดตนเอง หรือผู้มีพระคุณ สามารถกำหนดเป็นวันหยุดได้ และประโยชน์ต่อส่วนรวม โดยการรับซื้อผลผลิตในราคาที่สูง
- สร้างวัฒนธรรมที่ดีของการทำงาน มีการวัดผลทุก 6 เดือน การให้การเคารพธงชาติ การเป็นต้นแบบของครอบครัวเดียว
- สร้างการมีส่วนร่วมจากพนักงานทุกส่วน

#### ๓) นโยบาย

- สร้างคนที่มีคุณภาพ
- ส่งเสริมวัฒนธรรมชุมชน โรงกาแป้ต้นแบบ การฟื้นฟูมะม่วงและข้าวพันธุ์พื้นเมือง การท่องเที่ยวโดยชุมชน

#### ๔) ขั้นตอนทำงานกับภาครัฐ

- รู้เขา รู้เรา รู้เขาว่ารู้จักเราไม่มากนัก ต้องประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น
- สร้างพัฒนาผลผลิตทางวัฒนธรรมเชิงคุณค่า
- สร้างเครือข่ายกับกลุ่มองค์กรชุมชน องค์กรธุรกิจ ซึ่งมีวิธีการ เช่น เชิญประชาชนหรือผู้ที่รับผิดชอบโครงการเพื่อเป็นเกียรติเปิดงาน หรือให้อิโวาทการทำงาน
- องค์กรวัฒนธรรม ควรมีแผนประจำปี เช่น ต้องการรณรงค์เรื่องอะไร เมื่อไหร่ ทำงานร่วมกับใครบ้าง เป้าหมายเป็นอย่างไร เช่น การรณรงค์ผู้หญิงนุ่งผ้าขึ้นไปวัด การอบรมมารยาทไทย
- การทำงานต้องให้เกียรติกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เช่น การให้เกียรติบัตรต่าง ๆ เป็นต้น
- ต้องมีการวิเคราะห์ จัดแบ่งกลุ่มภาคธุรกิจแต่ละประเภท และกำหนดช่องทางประสานเชื่อมโยง เช่น รณรงค์เรื่องอะไร ขนาด

พื้นที่รณรงค์ และเครื่องมือที่ต้องใช้ เพื่อขอการสนับสนุน เช่น CD เด็กเอ๋ยเด็กดี

- สร้างบรรยากาศความเป็น “พวกเรา” และการจัดเป็นเวทีความรู้ภาคประชาชนให้ประชาสังคม ภาคธุรกิจได้เข้าใจงานวัฒนธรรมมากขึ้น จึงต้องเป็นความรู้แบบผสมผสานแบบเติมเต็มความรู้สามฝ่าย ทั้งขององค์กรธุรกิจ องค์กรชุมชน และผู้ที่เกี่ยวข้อง
- การมีระบบการจัดตั้งในรูปของเครือข่ายวัฒนธรรม และมีผลงานต่อเนื่อง

ดังนั้น การทำงาน CSR จึงต้องคำนึงถึงหลักเกณฑ์ ๒S ได้แก่ ทำจริงจัง (Serious) และทำอย่างยั่งยืน (Sustainable)

สำหรับองค์กรธุรกิจที่ทำ CSR อยู่แล้ว หากต้องการขยายผลในประเด็น วัฒนธรรม ควรมีศูนย์ข้อมูลภาครัฐ เพื่อการติดต่อประสานงาน จัดกิจกรรมร่วมมือหลายฝ่าย และการมีข้อมูลกลางสำหรับองค์กรที่ทำ CSR เช่น องค์กรความรู้ สถาบันกรรมการไทย เครื่องจักรสานไทย มีใครบ้างที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

## ๕.๖ ทิศทางการสนับสนุนในอนาคต สำหรับงานด้านวัฒนธรรม

ทิศทางรูปแบบขององค์กรธุรกิจเอกชนกับการสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรม เป็นผลสรุปจากการประชุมเชิงปฏิบัติการ “ทิศทางรูปแบบขององค์กรธุรกิจเอกชนกับการสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรม” มีวัตถุประสงค์ เพื่อการระดมของคนเห็นแนวทางการประสานความร่วมมือ ร่วมกันระหว่างองค์กรธุรกิจเอกชนกับสภาวัฒนธรรม หรือองค์กรชุมชนด้านวัฒนธรรม “เมื่อวันที่ ๑๙ สิงหาคม ๒๕๕๒” ณ โรงแรมทาวน์ อิน ทาวน์ โรงแรมทาวน์อินทาวน เลียบทางด่วนเอกมัย-รามอินทรา เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีข้อสรุปดังนี้

### ๕.๖.๑ สภาพการแข่งขันทางธุรกิจปัจจุบัน

ด้วยกลยุทธ์ขององค์กรภาคธุรกิจเอกชน ต้องแข่งขัน เพื่อให้เกิดการเจริญเติบโตต่อเนื่อง ส่งผลกระทบทางสังคมหลายด้าน ตั้งแต่ ผู้บริหาร พนักงาน คู่ค้า มีความตึงเครียด ผลกระทบต่อทางภาวะแวดล้อมที่ตั้งองค์กรหรือสังคม ที่ทรัพยากรที่เป็นวัตถุดิบต่าง ๆ ถูกใช้อย่างมากมาย ซึ่งอาจเรียกกลยุทธ์เหล่านี้ว่า กลยุทธ์น่านน้ำสีแดง (Red Ocean Strategy) ต่อมาภายหลังองค์กรธุรกิจเอกชน นักคิด นักวิชาการ ได้ร่วมกันนำเสนอ กลยุทธ์น่านน้ำสีขา

(White Ocean Strategy) เพื่อลดผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อม ที่ทำให้องค์กรธุรกิจ เอกชน สังคมใกล้ สังคมใหญ่ อยู่ร่วมกัน อย่างเอื้ออาทรต่อกัน และ ตั้งอยู่บนศรัทธาแห่ง ศาสนา อันเป็นฐานคิดเชิงหลักการของ CSR ได้แก่

- ๑) การกำกับดูแลกิจการที่ดี
- ๒) การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม
- ๓) การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม
- ๔) ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค
- ๕) การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม
- ๖) การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม
- ๗) นวัตกรรมและการเผยแพร่นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม
- ๘) การจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

ซึ่งจากหลักการทำงาน CSR ทั้ง ๘ หลักการ สภาพปัจจุบันมีปรากฏเป็นหลักฐาน เอกสาร หรือบางส่วนอยู่ในปรัชญา กระบวนทัศน์ ขององค์กรธุรกิจเอกชน และคาดหวังว่าในอนาคตอันใกล้ ทิศทาง CSR จะถูกประมวลหรือเทียบเคียงเป็น จิตสำนึกเพื่อสังคม CSR ตามระบบ ISO ๒๖๐๐๐ ที่กำหนดกรอบไว้ ๗ หลักการได้แก่

- ๑) การกำกับดูแลองค์กร
- ๒) สิทธิมนุษยชน
- ๓) การปฏิบัติด้านแรงงาน
- ๔) สิ่งแวดล้อม
- ๕) การปฏิบัติที่เป็นธรรม
- ๖) ประเด็นผู้บริโภค
- ๗) การพัฒนาชุมชนด้านสังคมและเศรษฐกิจ

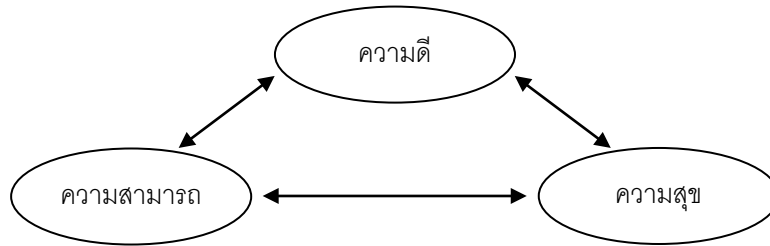
สำหรับงานวัฒนธรรม หมายถึง วิธีประพฤติปฏิบัติและกิจกรรมซึ่งฝังรากเป็นที่นิยมหรือยอมรับร่วมกัน ในชุมชนหนึ่ง

หลักการ สนับสนุนให้เกิดวัฒนธรรม จึงควรตั้งบนหลักการ ๓ ประการ ได้แก่ ความดี ความสามารถ ความสุข (ดังรูป)

ทิศทาง และ ๓ เสาหลักในการพัฒนา ชีวิต/องค์กร/ชุมชน/สังคม

ทิศทางการประสานความร่วมมือขององค์กรธุรกิจกับสภาวัฒนธรรม

- ทำสิ่งเป็นคุณ
- ไม่ทำสิ่งเป็นโทษ
- พัฒนาศักยภาพที่จะทำดี



- ในความคิด
- ในการทำ
- ในการจัดการ

- ทางกาย
- ทางใจ
- ทางปัญญา / จิตวิญญาณ
- ทางสังคม / ในการอยู่ร่วมกัน

๕.๖.๒ แนวทางและความเป็นไปได้ของการร่วมมือขององค์กรธุรกิจเอกชนกับ สภาวัฒนธรรมหรือองค์กรชุมชนด้านวัฒนธรรม

- ๑) สำนักงานวัฒนธรรม สภาวัฒนธรรม องค์กรชุมชนด้านวัฒนธรรม วัด โรงเรียน และเครือข่ายวัฒนธรรม ประชุมวางแผนยุทธศาสตร์งานวัฒนธรรมของจังหวัด
- ๒) จัดทำโครงการ หรือกิจกรรมด้านวัฒนธรรมที่สะท้อนเอกลักษณ์ของท้องถิ่นและสามารถเชื่อมโยงกับกระแสการสนับสนุนขององค์กรธุรกิจเอกชน ซึ่งคุณลักษณะของโครงการจะต้อง
  - มีช่วงระยะดำเนินโครงการ กิจกรรม ๑ - ๒ ปี
  - กิจกรรมมีความต่อเนื่อง
  - ส่งผลลัพธ์ต่อการเรียนรู้ของชุมชนและองค์กรธุรกิจเอกชน
  - ให้คุณค่าทางจิตใจ
  - ต้องมีการเตรียมการโครงการ กิจกรรม อย่างน้อย ๑ ปี
  - และหากเป็นไปได้ควรมีการจัดทำโครงการฯ ร่วมกัน ทั้ง ๒ ฝ่าย

- ๓) สภาวัฒนธรรม หรือองค์กรชุมชนด้านวัฒนธรรม ต้องสืบค้นองค์กรธุรกิจ เอกชน โดยการพิจารณาจากทำเนียบองค์กร ผู้รู้ข้อมูลภายนอกใน ประเด็น
- ปรัชญาองค์กร
  - รูปแบบการสนับสนุนขององค์กรธุรกิจ
  - แนวทาง วิธีการสนับสนุน
  - ข้อจำกัดขององค์กรธุรกิจ
- ๔) สร้างข้อตกลงร่วมภายในชุมชน และภายในชุมชนกับองค์กรธุรกิจเอกชน
- ทุกฝ่ายต้องยึดหลักการทำงานแบบมีส่วนร่วม ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วม ระดมทรัพยากรและร่วมกันภาคภูมิใจ ในผลงาน
  - จัดเวทีการเรียนรู้ ร่วมกันเป็นระยะๆ ตั้งแต่ ก่อน ระหว่าง และ ภายหลังสิ้นสุดโครงการ
- ๕) การรณรงค์เผยแพร่วัฒนธรรม ต้องเป็นกิจกรรมที่สามารถเสริมคุณค่า ทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ เช่น การส่งเสริมจิตสำนึกอาสาสมัคร การ เสริมสร้างบุคลิกภาพคนไทย เยาวชนไทย ในเรื่องการอ่อนน้อมถ่อมตน รักสงบ มีความกตัญญู เคารพในธรรมชาติ เช่น ไม่ทิ้งขยะ ระวังของดีมีในแหล่งธรรมชาติ
- ๖) สร้างบรรยากาศความเป็น “พวกเรา” และทำให้ “พวกเรา” เข้าใจ เชื่อมโยงวัฒนธรรมชุมชน ผู้วัฒนธรรมสังคม และต้องให้เกียรติกับทุก ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง
- ๗) การสร้างและเสริมเครือข่ายวัฒนธรรมให้กว้างและดำเนินการให้เห็น ผลงานต่อเนื่อง เป็นที่ยอมรับของสังคม

#### ๕.๖.๓ บทบาทของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด

- ๑) สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด ควรเป็นศูนย์ข้อมูลภาครัฐด้านวัฒนธรรมที่ ครอบคลุมรอบด้าน เช่น สถาบันยกกรรมไทย เครื่องจักสานไทย ภูมิปัญญา ไทยด้านต่าง ๆ เป็นต้น
- ๒) สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด ควรมีบทบาทเป็นที่เลี้ยงเอื้ออำนวยให้สภา วัฒนธรรม หรือ องค์กรชุมชนด้านวัฒนธรรม ได้เกิดการเรียนรู้กลุ่ม ตนเองและวิธีการทำงานร่วมกับองค์กรธุรกิจเอกชน

- ๓) สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด และเครือข่ายต้องมีการติดตามงาน ตามแผนงานโครงการอย่างต่อเนื่อง พร้อมกับร่วมสนับสนุนแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น

#### ๕.๖.๔ ข้อพึงระวังในการทำงานร่วมกัน

- ๑) ด้วยข้อจำกัดของสภาวัฒนธรรมและองค์กรชุมชนด้านวัฒนธรรม คณะกรรมการ คนทำงานด้านวัฒนธรรม ส่วนใหญ่ทำงานด้วยใจรัก เสียสละเวลา ขณะที่องค์กรธุรกิจเอกชน จะมีความเชี่ยวชาญด้านการจัดการองค์กร
- ๒) องค์กรธุรกิจเอกชน มีระบบการจัดการที่มีประสิทธิภาพ และคาดหวังต่อความสำเร็จ (Process) และการทำงานให้เสร็จตามแผน (Product)

#### ๕.๗ ข้อมูลเกี่ยวกับสภาวัฒนธรรม

จากการสัมภาษณ์กับวัฒนธรรมจังหวัดและสภาวัฒนธรรมที่เป็นแหล่งข้อมูลพบว่า

##### ๕.๗.๑ ความเป็นมาของสภาวัฒนธรรม

วัฒนธรรมเป็นวิถีชีวิตของประชาชน การดำเนินงานวัฒนธรรมจึงต้องให้ประชาชนมีส่วนร่วมมากที่สุด โดยรัฐเป็นผู้ให้การส่งเสริมและสนับสนุน ซึ่งหลักการนี้ได้กำหนดไว้อย่างชัดเจนทั้งในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. ๒๕๕๐ และกฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติได้ยึดแนวทางการดำเนินงานดังกล่าว โดยพิจารณาเห็นว่าควรส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการจัดตั้งสภาวัฒนธรรมจังหวัด เพื่อทำหน้าที่เป็นองค์กรส่งเสริมและประสานการดำเนินงานด้านวัฒนธรรม จะก่อให้เกิดการประสานความร่วมมือในการดำเนินงานวัฒนธรรมของจังหวัดได้อย่างกว้างขวาง และเกิดพลังทั้งจากหน่วยงานภาครัฐ องค์กรภาคเอกชนและประชาชน ซึ่งประกอบด้วยองค์กรเครือข่ายทางวัฒนธรรม ๕ กลุ่มเครือข่าย หรือที่เรียกว่า ๕ ภาคี และรวมกลุ่มเครือข่ายทั้ง ๕ กลุ่ม เป็นสภาวัฒนธรรมจังหวัด เพื่อเป็นศูนย์กลางในการติดต่อประสานงานระหว่างสมาชิกและการรวมพลังปฏิบัติกิจกรรมทางวัฒนธรรมร่วมกัน อีกทั้งสภาวัฒนธรรมจังหวัดจะเป็นเวทีกลางในการส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยการเปิดโอกาสให้ประชาชนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจและรับผิดชอบต่อวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่นของตนเอง และเพื่อเป็นการเสริม

ศักยภาพการดำเนินงานทางวัฒนธรรมในภาพรวมของชาติให้ประชาชนสามารถตั้งรับและปรับตัวให้สอดคล้องเหมาะสมกับสภาพการณ์ของโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

๑) วิสัยทัศน์และภารกิจของสภาวัฒนธรรม

๑.๑ วิสัยทัศน์สภาวัฒนธรรม “เป็นองค์กรภาคประชาชนที่มุ่งเน้นให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการดำเนินงานวัฒนธรรมของตนเอง ตั้งแต่ระดับตำบล อำเภอ และจังหวัด

๑.๒ ภารกิจของสภาวัฒนธรรม

๑.๒.๑ การแสวงหาองค์ความรู้ใหม่ด้านวัฒนธรรมที่ถูกต้อง เหมาะสม กับสภาพท้องถิ่น

๑.๒.๒ นำเสนอ เผยแพร่ ถ่ายทอดข้อมูล องค์ความรู้ด้านวัฒนธรรมให้ชุมชน เป็นผู้นำไปปฏิบัติ ทำให้เป็นผลก่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน

๑.๒.๓ ระดมทรัพยากรในรูปแบบต่างๆ ทุกระดับเพื่อนำสู่การขับเคลื่อนงาน วัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง

๒) การบริหารและการจัดการของสภาวัฒนธรรม

องค์ประกอบของสภาวัฒนธรรม ได้กำหนดไว้ในธรรมนูญสภาวัฒนธรรมว่า สมาชิกสภาวัฒนธรรมจังหวัดมาจากตัวแทนขององค์กรดำเนินงานด้านวัฒนธรรม ที่มีอยู่ในท้องถิ่นนั้น ๆ ซึ่งเป็นการรวมตัวขององค์กรเครือข่ายทางวัฒนธรรมในท้องถิ่น ซึ่งสรุปได้เป็น ๕ กลุ่ม เรียกว่า “เบญจภาคี” ดังต่อไปนี้

(๑) องค์กรภาครัฐ ได้แก่ หน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และองค์กรภาครัฐที่เป็นองค์กรอิสระ หรือ องค์กรภาครัฐในลักษณะอื่น ๆ ที่ดำเนินงานอยู่ในพื้นที่

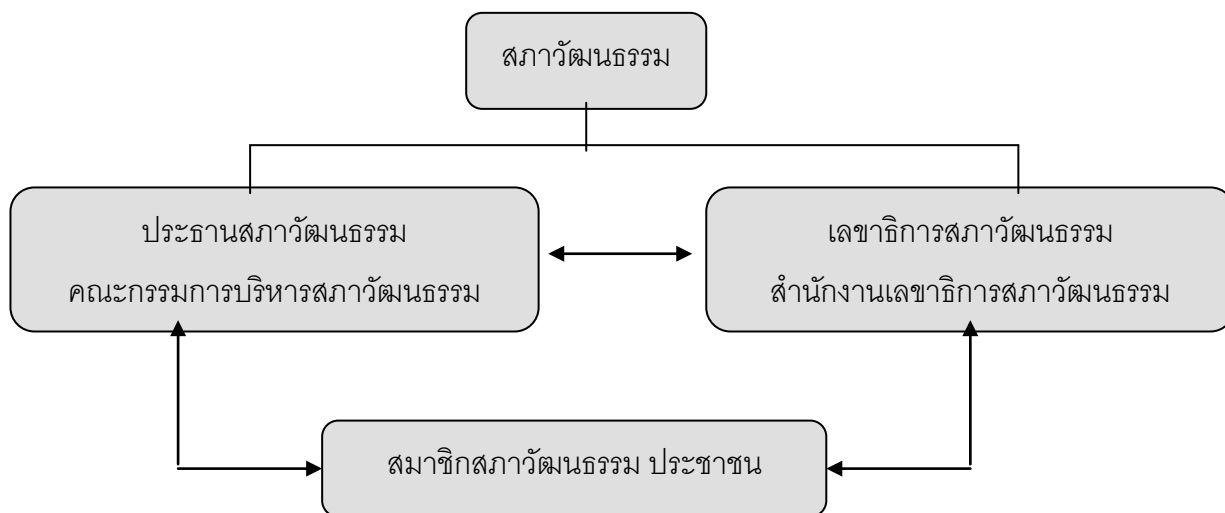
(๒) องค์กรภาคเอกชน ได้แก่องค์กรที่เกิดจากการรวมตัวกันจัดตั้ง และดำเนินการตามกฎหมายและกฎระเบียบของราชการ เช่น สมาคม มูลนิธิ องค์กรสาธารณประโยชน์ องค์กรพัฒนาเอกชนและองค์กรการกุศลหรือองค์กรเอกชนอื่น ๆ ที่ดำเนินงานอยู่ในพื้นที่

(๓) องค์กรชุมชน ได้แก่ องค์กรที่เกิดจากการรวมตัวกันตามความสมัครใจ และความถนัดของประชาชน

(๔) องค์กรภาคธุรกิจ ได้แก่ องค์กรที่เกิดจากการรวมตัวของผู้ประกอบการทางธุรกิจต่าง ๆ เช่น บริษัท ห้างร้าน หรือร้านค้า สถานบริการ สถาบันการเงิน สหกรณ์ สหกรณ์ และองค์กร ธุรกิจอื่น ๆ ที่มีอยู่ในพื้นที่

(๕) องค์การภาคีวิชาการ ได้แก่ สถาบันการศึกษา หน่วยงานด้านศาสนา ศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย ศูนย์วัฒนธรรม แหล่งเรียนรู้ สถานประกอบการ กลุ่มภูมิปัญญาท้องถิ่นกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญ หรือผู้ชำนาญการด้านต่าง ๆ ที่มีอยู่ในพื้นที่

๒.๑ โครงสร้างในการบริหารงาน



๒.๒ การจัดทำแผนงานด้านวัฒนธรรม

สภาวัฒนธรรมจะเป็นผู้กำหนดนโยบายและแนวทางการดำเนินงาน ตลอดจนแผนงานด้านวัฒนธรรมเป็นรายปี ซึ่งปรากฏตามบทบาทและอำนาจหน้าที่ของสภาวัฒนธรรม แต่พบว่า สภาวัฒนธรรมส่วนใหญ่ไม่มีแผนงานที่ชัดเจน เป็นรายปีหรือรายสามเดือน แต่จะเป็นแนวทางในการทำงานตามประเด็นต่างๆ หรือตามวาระต่างๆ ที่เกิดขึ้น โดยสอดคล้องกับภารกิจและการประสานงานกับ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด

๒.๓ กระบวนการทำงานของสภาวัฒนธรรม

เนื่องจากเป็นองค์ภาคประชาชน ทำงานด้วยจิตอาสา โดยใช้รูปแบบคณะกรรมการของสภาวัฒนธรรมเป็นทั้งงานบริหาร งานปฏิบัติการและการประสานงานตามบทบาทอำนาจในธรรมนูญสภาวัฒนธรรม ดังนี้

- ๑) เสนอข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะต่างๆ ประกอบการจัดทำแผนพัฒนาการดำเนินงานและการติดตามประเมินผลการดำเนินงานวัฒนธรรม

- ๒) เป็นศูนย์กลางในการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ และแนวคิดในการดำเนินงานวัฒนธรรม รวมทั้งเชื่อมโยงกันเป็นเครือข่ายการดำเนินงานวัฒนธรรม
- ๓) ส่งเสริมสนับสนุนพัฒนาการดำเนินงานวัฒนธรรมร่วมกับองค์กรภาคีและเครือข่ายวัฒนธรรม
- ๔) ระดมทรัพยากร บุคลากร จากหน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ เพื่อการดำเนินงานวัฒนธรรม
- ๕) ส่งเสริมสนับสนุนการจัดกิจกรรมขององค์กรภาคีและเครือข่ายวัฒนธรรมต่าง ๆ เพื่อการอนุรักษ์ ฟื้นฟู พัฒนา สร้างสรรค์ เผยแพร่ แลกเปลี่ยน สืบทอด ใฝ่ระวิงทางวัฒนธรรม
- ๖) เผยแพร่ประชาสัมพันธ์กิจกรรม และผลการดำเนินงานขององค์กรภาคีและเครือข่ายวัฒนธรรมต่าง ๆ
- ๗) ดำเนินการอื่น ๆ ตามที่กระทรวงวัฒนธรรม จังหวัด กรุงเทพมหานคร หรือ หน่วยงานอื่น ๆ ขอความร่วมมือ
- ๘) ปฏิบัติตามธรรมเนียมหรือข้อบังคับของสภาวัฒนธรรม
- ๙) ปฏิบัติตามมติที่ประชุมคณะกรรมการบริหารสภาวัฒนธรรมที่ไม่ขัดหรือแย้งต่อคุณธรรม จริยธรรม และข้อกฎหมาย

จากข้อมูลพบว่า สภาวัฒนธรรมส่วนใหญ่จะดำเนินการอื่น ๆ ตามที่กระทรวงวัฒนธรรมและวัฒนธรรมจังหวัดขอความร่วมมือมา ทั้งนี้เพราะจะเป็นกิจกรรมที่มีงบประมาณติดตามมา ส่วนกระบวนการอื่น ๆ ที่ระบุในธรรมนูญสภาวัฒนธรรมขึ้นอยู่กับ ประธานสภาวัฒนธรรมนั้นๆ มีความสามารถในการประสานกับทรัพยากร บุคลากรภายนอก รวมทั้งทรัพยากรของตนเอง เพื่อดำเนินกิจกรรมที่สภาวัฒนธรรมต้องการ

#### ๒.๔ บุคลากร บทบาทหน้าที่ วาระการทำงานและแรงจูงใจในการทำงาน

บุคลากรในสภาวัฒนธรรม ประกอบด้วย ตัวแทนของหน่วยงาน / องค์กรที่เกี่ยวข้องกับงานวัฒนธรรมในพื้นที่ เช่น จาก อบต. กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ครู อาจารย์ พระ นักธุรกิจท้องถิ่น นักพัฒนา ร่วมกันเป็นคณะกรรมการสภาวัฒนธรรม จำนวน ๗ - ๑๕ ท่าน แล้วเลือกประธาน รองประธาน เหนรัญญิก เลขาธิการคณะกรรมการ และกรรมการ เป็นสภาวัฒนธรรม โดยมีวาระการดำรง

ตำแหน่ง ๑ ปี สำหรับในส่วนเจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่ไม่มีบุคลากรเต็มเวลา ดังนั้น  
กรรมการบางส่วนจึงต้องทำงานเอง หรือประสานความร่วมมือจากองค์กรอื่นๆ เพื่อ  
เข้าทำงานร่วมกัน

บทบาทหน้าที่ของประธานสภาวัฒนธรรม (ตามธรรมนูญสภาวัฒนธรรมกำหนด)

- ๑) ทำหน้าที่เป็นประธานในที่ประชุมคณะกรรมการสภาวัฒนธรรมและที่  
ประชุมใหญ่สมาชิก
- ๒) มีหน้าที่ลงนามในหนังสือของสภาวัฒนธรรม ในนามของสภาวัฒนธรรม  
นั้นๆ
- ๓) พิจารณาลงนามให้ความเห็นชอบโครงการและอนุมัติงบประมาณ เพื่อ  
อุดหนุนและสนับสนุนกิจกรรมทางวัฒนธรรมในท้องถิ่น ตามมติของที่  
ประชุมคณะกรรมการบริหารสภาวัฒนธรรม
- ๔) พิจารณาลงนามแต่งตั้งคณะกรรมการฝ่ายต่าง ๆ หรือคณะอนุกรรมการ  
ในการจัดกิจกรรมของสภาวัฒนธรรม ตามมติที่ประชุมคณะกรรมการ  
สภาวัฒนธรรม
- ๕) พิจารณาลงนามประกาศต่าง ๆ ของสภาวัฒนธรรม ตามมติของคณะ  
กรรมการบริหารวัฒนธรรม
- ๖) เป็นผู้แทนสภาวัฒนธรรม เข้าร่วมประชุมสัมมนา เป็นเกียรติรับเชิญต่าง  
ๆ
- ๗) มอบหมายภารกิจให้กรรมการคนหนึ่งคนใด หรือหลายคนทำหน้าที่  
ปฏิบัติหน้าที่ในกิจการของสภาวัฒนธรรมที่ขอด้วยกฎหมายและ  
ระเบียบปฏิบัติ
- ๘) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กระทรวงวัฒนธรรมประสานขอความร่วมมือ

บทบาทอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการบริหารสภาวัฒนธรรม

คณะกรรมการบริหารสภาวัฒนธรรมเป็นผู้แทนองค์กรประชาชนให้เข้ามา  
ดำเนินการบริหารการงานวัฒนธรรมในท้องถิ่น เพื่อให้การดำเนินงานของสภา  
วัฒนธรรมเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพประสพผลตามเจตนารมณ์ในการจัดตั้งสภา  
วัฒนธรรม ระเบียบกระทรวงวัฒนธรรมว่าด้วยสภาวัฒนธรรม พ.ศ. ๒๕๔๖ ได้  
กำหนดหน้าที่คณะกรรมการบริหารสภาวัฒนธรรมได้ดังนี้

- ๑) กำหนดนโยบาย แผนงาน และแนวทางการดำเนินงานวัฒนธรรมในท้องถิ่น
- ๒) ประสานงานและให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านวัฒนธรรมในท้องถิ่น
- ๓) กำหนดมาตรการในการดำเนินงานให้ครอบคลุมความหมายและขอบข่ายงานวัฒนธรรม
- ๔) ให้ความเห็นชอบแผนงาน โครงการ และอนุมัติงบประมาณเพื่ออุดหนุนและสนับสนุนกิจกรรมทางวัฒนธรรมในท้องถิ่น
- ๕) ส่งเสริมและกระตุ้นให้องค์กรในท้องถิ่นมีบทบาทและมีส่วนร่วมในการดำเนินงานวัฒนธรรมในรูปการจัดตั้งกองทุนส่งเสริมงานวัฒนธรรมและรูปแบบอื่น ๆ ให้กว้างขวางยิ่งขึ้น
- ๖) ส่งเสริมให้มีการระดมทุนจากหน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานวัฒนธรรม
- ๗) ส่งเสริมสนับสนุนให้องค์กรภาคีและเครือข่ายวัฒนธรรมมีการประสานสัมพันธ์กันในระบบเครือข่ายทางวัฒนธรรม
- ๘) สนับสนุนให้มีการศึกษาและวิจัยวัฒนธรรมในท้องถิ่นอย่างลึกซึ้งและกว้างขวาง
- ๙) ส่งเสริมสนับสนุนให้มีการพัฒนาทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น รวมถึงให้มีการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการแก้ปัญหาและพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในท้องถิ่นอย่างกว้างขวาง
- ๑๐) ส่งเสริมสนับสนุนให้มีการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างท้องถิ่นและระหว่างประเทศอย่างกว้างขวาง
- ๑๑) พิจารณาให้ความเห็นชอบการจัดตั้งสภาวัฒนธรรมและการอนุญาตจัดตั้งสมาคมมูลนิธิที่มีวัตถุประสงค์เกี่ยวกับวัฒนธรรมในท้องถิ่นก่อนนำเสนอขออนุมัติจัดตั้งจากผู้มีอำนาจอนุญาตจัดตั้ง
- ๑๒) แต่งตั้งคณะกรรมการหรือคณะทำงานเพื่อดำเนินงานใด ๆ ในกิจการของสภาวัฒนธรรม
- ๑๓) ปฏิบัติงานอื่นใดที่ได้รับมอบหมายจากสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงวัฒนธรรม จังหวัด หรือกรุงเทพมหานคร
- ๑๔) มีหน้าที่ให้การรับรองการเป็นสมาชิกสภาวัฒนธรรม

- ๑๕) มีหน้าที่เข้าร่วมประชุมสภาวัฒนธรรมและร่วมกิจกรรมของสภาวัฒนธรรมหรือหน่วยงานองค์กรภาคี องค์กรเครือข่ายที่สภาวัฒนธรรมให้การสนับสนุน

#### ๒.๕ สถานที่ที่ใช้เป็นศูนย์ประสานงานของสภาวัฒนธรรม

ส่วนใหญ่ใช้สถานที่ห้องประชุมของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดหรือห้องประชุมของหน่วยราชการ เช่น โรงเรียน ที่ว่าการอำเภอ ตามที่ประธานสภาวัฒนธรรมประสานงานได้ โดยประธานสภาวัฒนธรรมจะเป็นผู้กำหนดวาระการประชุม และเป็นผู้ออกหนังสือเชิญประชุม ซึ่งพบว่า สภาวัฒนธรรมต่างๆ ไม่ค่อยมีการประชุมที่เป็นของตนเองมากนัก ทั้งนี้เนื่องจากงบประมาณของสภาวัฒนธรรมแต่ละแห่งมีค่อนข้างจำกัด ได้แก่

#### ประเภทของสภาวัฒนธรรม กับการได้รับเงินอุดหนุนจาก สวช.

- ๑) สภาวัฒนธรรมจังหวัด แบ่งออกเป็น ๓ ประเภท ขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่
- จังหวัดเล็ก ได้รับเงินอุดหนุน ๒๐,๐๐๐.- บาท
  - จังหวัดกลาง ได้รับเงินอุดหนุน ๓๐,๐๐๐.- บาท
  - จังหวัดใหญ่ ได้รับเงินอุดหนุน ๔๐,๐๐๐.- บาท
- ๒) สภาวัฒนธรรมอำเภอ อำเภอละ ๑๐,๐๐๐.- บาท
- ๓) สภาวัฒนธรรม กทม. ๕๐ เขตๆ ละ ๑๐,๐๐๐.- บาท
- ๔) สภาวัฒนธรรมกลุ่มเขตใน กทม. ๖ กลุ่มๆ ละ ๒๐,๐๐๐.- บาท

นอกจากงบประมาณจัดการข้างต้น แต่ละจังหวัดจะได้รับงบประมาณสนับสนุนสำหรับการดำเนินกิจกรรม ๒๐๐,๐๐๐ บาท อย่างไรก็ตามข้อมูลจากการพูดคุยพบว่า งบประมาณสำหรับปี ๒๕๕๒ ต้องนำไปใช้สำหรับการทำกิจกรรม จัดตั้งสภาวัฒนธรรมตำบลให้ครบ ๑๐๐ เปอร์เซนต์ตามนโยบายรัฐบาล

ดังนั้นจึงพอสรุปได้ว่า สภาวัฒนธรรมในระดับจังหวัด / อำเภอส่วนใหญ่ไม่มีการจัดทำแผนเป็นของตนเองอย่างชัดเจน แต่จะได้รับมอบหมายจากสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดดำเนินการกิจกรรมบางเรื่อง และอุดหนุนเงินงบประมาณ สำหรับระดับตำบลขึ้นอยู่กับกรรมการสภาของแต่ละสภา มีสภาวัฒนธรรมตำบลที่สัมภาระณ์ เช่น สภาวัฒนธรรมตำบลสาวัดดี จังหวัดขอนแก่น กับสภาวัฒนธรรม

วัฒนธรรมตำบลถ้ำรงค์จังหวัดเพชรบุรี ให้ข้อมูลว่ามีการทำแผน ซึ่งมีข้อน่าสังเกตคือ  
ว่า สภาวัฒนธรรมวัฒนธรรมตำบลถ้ำรงค์มีประธานสภาเป็นนายกเทศบาลตำบล  
และเป็นชุมชนต้นแบบเรื่องชุมชนเข้มแข็ง สำหรับสภาวัฒนธรรมตำบลสาวัดถ้ำ  
จังหวัดขอนแก่นเป็นชุมชนต้นแบบเรื่องโครงการวัฒนธรรมไทยสายใยชุมชน

ที่มาของคณะกรรมการระดับต่าง ๆ พบว่าทั้งหมดมาจากการประสาน  
ผู้สนใจและได้รับการยอมรับระดับหนึ่งในกลุ่มภาคีภาคต่าง ๆ ตามที่กำหนดใน  
ธรรมนูญโดยผู้รับผิดชอบในแต่ละระดับได้รับเชิญมาประชุมร่วมกัน และใช้ที่  
ประชุมในการเลือกคณะกรรมการ ซึ่งโดยธรรมชาติจะมีความหลากหลายแนวคิด  
การทำงานวัฒนธรรม มารวมตัวกันเป็นคณะกรรมการ และมีการปฐมนิเทศที่ไม่  
เพียงพอ ทำให้การมองเป้าหมายงานวัฒนธรรมแตกต่างกัน

#### บทบาทของคณะกรรมการ

- สภาวัฒนธรรมขนาดใหญ่ ที่มีผู้นำเป็นประธานที่เข้มแข็ง จะมีแผนงาน  
ของตนเองและสามารถเข้าได้กับทุกภาคส่วน สามารถประสานเชื่อมโยง  
ทรัพยากรต่าง ๆ อุดหนุนงานวัฒนธรรมได้เป็นอย่างดี เช่น การจัดงาน  
วันประเพณีต่างๆ
- สภาวัฒนธรรมขนาดกลางและเล็ก บางส่วนไม่เข้าใจบทบาทของตนเอง  
ประชุมไม่บ่อยนัก ทำให้งานวัฒนธรรมในพื้นที่ไม่ขยายผลมากนัก

สืบเนื่องจากเงินงบประมาณอุดหนุนน้อย จึงทำให้การประชุมสภาวัฒนธรรม  
ค่อนข้างน้อย และโดยที่คณะกรรมการทำงานในรูปอาสาสมัคร ไม่มีค่าตอบแทน  
ดังนั้นงานที่เป็นมติที่ประชุม จึงไม่มีใครทำงานได้เต็มเวลา เนื่องจากการไม่มี  
เจ้าหน้าที่เป็นของตนเอง

#### ๒.๖ จุดเน้นของกิจกรรม ๖ กลุ่ม ในโครงการวัฒนธรรมไทย สายใยชุมชน

บทบาทของสภาไม่ได้กำหนดชัดเจนว่า ต้องทำโครงการวัฒนธรรมไทย  
สายใยชุมชนทั้งหมด ให้เป็นอิสระของแต่ละสภาวัฒนธรรมสืบค้น อนุรักษ์ และ  
ถ่ายทอดวัฒนธรรมท้องถิ่นของตนเอง ซึ่งอาจจะครบทั้ง ๖ กิจกรรมหรือไม่ครบก็  
ได้ ยกเว้น สภาวัฒนธรรมบางแห่ง เป็นพื้นที่ดำเนินงานโครงการนี้ร่วมกับสภา  
วัฒนธรรมจังหวัด จึงจะมีกิจกรรมครบ

สภาวัฒนธรรมหลายแห่ง เคยมีประสบการณ์ทำงานร่วมกับองค์กรธุรกิจ เอกชนมาพอสมควร ในรูปแบบขอรับการสนับสนุน งบประมาณ วัสดุ อุปกรณ์ และพบว่า ส่วนใหญ่สามารถดำเนินการไปได้ด้วยดี ทั้งนี้เพราะประธานสภา วัฒนธรรมเป็นนักธุรกิจด้วย หรือเป็นผู้มีความสัมพันธ์กับภาคธุรกิจด้วยกัน เป็นต้น

#### ๒.๗ แผนงานในอนาคต

โดยภาพรวมที่ตัวแทนแหล่งข้อมูลต้องการให้เกิด

- ๑) ควรมีโครงการพัฒนาศักยภาพสภาวัฒนธรรมในทุกระดับ โดยเฉพาะ การเชื่อมโยง หน่วยงาน ภาครัฐ เอกชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ๒) ควรเพิ่มงบอุดหนุน เพื่อการประชุม พบปะของสภาวัฒนธรรมเพิ่มขึ้น เพราะเป็นจุดเริ่มต้นของการคิดค้นโครงการ แต่ละส่วนกิจกรรม สภา วัฒนธรรมต้องประสานกับองค์กรภายนอก
- ๓) ควรผลักดันให้เป็นองค์กรที่มีสถานะ เช่น เป็นองค์กรสาธารณประโยชน์ ของกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์
- ๔) ควรจัดทำทำเนียบ องค์กรธุรกิจเอกชนในงาน CSR เผยแพร่

#### ๒.๘ กระบวนการสนับสนุนของพี่เลี้ยง / สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด

สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดส่วนใหญ่ให้การสนับสนุนด้านวิชาการ และ อุดหนุนงบประมาณ สำหรับการติดตามและประเมินผลเพื่อสามารถให้คำปรึกษา หรือการกระตุ้นให้สภาวัฒนธรรมทำงานอย่างเต็มที่ จะมีข้อจำกัด เนื่องจากงาน ของสำนักงานมีค่อนข้างมากขณะที่กำลังคนและงบประมาณมีค่อนข้างจำกัด

## บทที่ ๖

### สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษา แนวทาง รูปแบบการสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรมขององค์กรธุรกิจเอกชน โดยการศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ด้วยการสัมภาษณ์บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ๑๐ แห่ง นอกตลาดหลักทรัพย์เขตกรุงเทพมหานครและชานเมือง ๑๐ แห่ง โดยแยกกระจายประเภทธุรกิจ และบริษัทจดทะเบียนในต่างจังหวัด ๑๐ แห่ง โดยแยกกระจายประเภทธุรกิจและภูมิภาค รวมทั้งสิ้น ๓๐ แห่ง ตลอดจนสัมภาษณ์สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด ๔ แห่ง สภาวัฒนธรรมระดับจังหวัด ๕ แห่ง ระดับอำเภอ ๑ แห่ง และระดับตำบล ๔ แห่ง รวม ๑๔ องค์กร สามารถอภิปรายผลและให้ข้อเสนอแนะได้ดังนี้

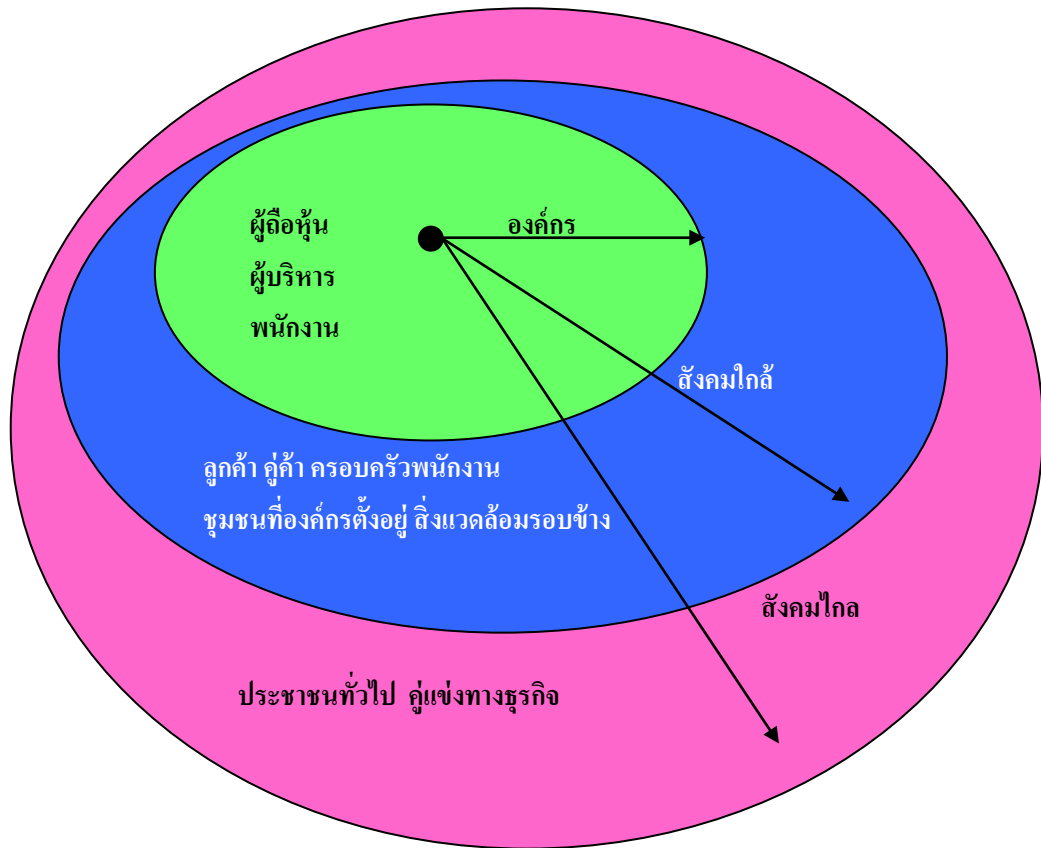
#### ๖.๑ รูปแบบการสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรม ขององค์กรธุรกิจเอกชน

ผลการศึกษาพบว่า มีการจัดรูปแบบของ CSR ๒ รูปแบบ คือ รูปแบบที่หนึ่ง แบ่งตามลักษณะความสัมพันธ์องค์กรที่มีกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และรูปแบบที่สอง แบ่งตามบทบาทขององค์กร

รูปแบบที่หนึ่ง การแบ่งตามลักษณะความสัมพันธ์องค์กรที่มีกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประกอบด้วย ๓ ลักษณะ

- ดำเนินการภายในองค์กรกับสังคมใกล้เคียง ส่วนใหญ่จะเป็นบริษัทในส่วนภูมิภาค
- ดำเนินการภายในองค์กรกับสังคมใกล้เคียง และสังคมไกล ทุกบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ และบริษัทใหญ่ ๆ นอกตลาดหลักทรัพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร และจังหวัดรอบนอก
- ดำเนินการภายในองค์กรกับสังคมไกล มีค่อนข้างน้อย จากกรณีศึกษา ๓๐ บริษัทพบเพียงองค์กรเดียวคือ มูลนิธิตาเฮอร์สยามวาลา ภายใต้บริษัท ดี เอช เอ สยามวาลา จำกัด

## แผนภูมิลำดับชั้นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียใน CSR



จากแผนภูมิจะมีลำดับชั้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ๓ ชั้น

ชั้นที่หนึ่ง:	องค์กร ประกอบด้วย ผู้ถือหุ้น ผู้บริหาร พนักงาน กิจกรรม CSR ในองค์กรจะเน้นเรื่อง การส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมให้กับบุคลากร การสร้างระบบการบริหารจัดการโดยยึด หลักธรรมาภิบาล เป็นต้น
ชั้นที่สอง:	สังคมใกล้ ประกอบด้วย ลูกค้า คู่ค้า ครอบครัวยุติธรรม ชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่ ซึ่ง รวมถึงสิ่งแวดล้อมหรือระบบนิเวศ ตัวอย่าง ของกิจการ CSR ในขั้นนี้สำหรับความรับผิดชอบต่อลูกค้า ได้แก่ การสร้าง ผลิตภัณฑ์ที่เน้นคุณค่ามากกว่ามูลค่า ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค การให้ ข้อมูลขององค์กรและตัวผลิตภัณฑ์อย่างเพียงพอและอย่างถูกต้องเที่ยงตรง มีการ ให้บริการลูกค้าอย่างตรงไปตรงมา ตัวอย่างของกิจการ CSR ในระดับของชุมชนและสภาพแวดล้อม ได้แก่ การสงเคราะห์ เกื้อกูลชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่ การส่งเสริมแรงงานท้องถิ่นให้มีโอกาสในตำแหน่งงาน ต่างๆ ในองค์กร การสนับสนุนแนวทางการระแวดระวังในการดำเนินงานที่อาจส่งผล กระทบต่อสิ่งแวดล้อม การเปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานที่อาจส่งผลกระทบต่อชุมชนที่ องค์กรตั้งอยู่ และการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างปกติสุข

ขั้นที่สาม: องค์กรกับสังคมไทย ประกอบด้วย คู่แข่งชั้นทางธุรกิจ ประชาชนทั่วไป ตัวอย่าง ของกิจการ CSR ในระดับของประชาสังคม ได้แก่ การสร้างความร่วมมือระหว่างกลุ่มหรือเครือข่ายอื่นๆ ในการพัฒนาสังคม การตรวจตราดูแลมิให้กิจการเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับการลวงละเมิดสิทธิมนุษยชน การรับฟังข้อมูลหรือทำประชาพิจารณ์ต่อการดำเนินกิจการที่ส่งผลกระทบต่อสังคมโดยรวม และการทำหน้าที่ในการเสียภาษีอากรให้รัฐอย่างตรงไปตรงมา

**รูปแบบที่สอง** แบ่งตามบทบาทขององค์กรซึ่งสามารถแบ่งเป็น ๓ รูปแบบย่อย ได้แก่

- **กิจกรรมเพื่อสังคม** หมายถึง การดำเนินงานขององค์กร ซึ่งส่วนใหญ่เป็นองค์กรธุรกิจที่แสวงหากำไร เพื่อสร้างให้เกิดประโยชน์ แก่สังคมในด้านต่างๆ โดยกิจกรรม ที่ดำเนินการนั้นมักแตกต่างจากการดำเนินธุรกิจที่เป็นกระบวนการหลักขององค์กร เช่น การให้ทุนการศึกษา การปลูกป่าชายเลน การสนับสนุนงานบริการเพื่อพัฒนาการศึกษา
- **ธุรกิจเพื่อสังคม** หมายถึง องค์กรที่ดำเนินการธุรกิจที่แสวงหากำไรอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น การผลิตสินค้า และบริการที่มีคุณภาพ และได้มาตรฐานตามข้อกำหนดในฉลาก หรือในผลิตภัณฑ์
- **กิจการเพื่อสังคม** หมายถึง องค์กรที่ดำเนินงานที่ไม่แสวงหากำไรให้แก่ตนเอง หรือ เป็นองค์กรที่จัดตั้งเพื่ออิงประโยชน์แก่สังคมในทุกกระบวนการ เช่น มูลนิธิ องค์กรภาคประชาชน

ดังนั้นทั้ง ๒ รูปแบบนี้ จะก่อให้เกิดการเรียนรู้ภาพซ้อนกันขององค์กรธุรกิจเอกชน โดยรูปแบบ ๑ จะแสดงขอบเขตพื้นที่การทำงาน CSR ขององค์กรธุรกิจเอกชน และรูปแบบที่ ๒ จะแสดงโครงสร้างการทำงาน CSR ที่องค์กรธุรกิจเอกชนที่จะดำเนินการ

## ๖.๒ แนวทางการสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรม และงานทางสังคม

จากผลการศึกษาในบทที่ ๕ แสดงให้เห็นว่า

๖.๒.๑ กิจกรรม CSR ที่องค์กรธุรกิจเอกชน ให้ความสนใจสนับสนุนหรือทำงานร่วมอยู่ ในปัจจุบันนั้น เื่อต่องานวัฒนธรรม เห็นได้จากประเด็น/กิจกรรมที่ให้ความสนใจเรียงลำดับตามความสนใจดังนี้ ๑) งานวัฒนธรรม ๒) สิ่งแวดล้อม ๓) การสนับสนุนให้เกิดการเรียนรู้/การศึกษา ๔) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ๕) การส่งเสริมสุขภาพประชาชน และ ๖) เศรษฐกิจพอเพียง และเมื่อดูรายละเอียดแยกตามกลุ่มตัวอย่างพบว่า

- ๑) องค์กรธุรกิจในตลาดหลักทรัพย์ให้ความสนใจในสามลำดับแรกคือประเด็น วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และการสนับสนุนให้เกิดการเรียนรู้/ศึกษา
- ๒) องค์กรธุรกิจนอกตลาดหลักทรัพย์ สามลำดับแรกเป็น ประเด็น วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และการพัฒนาคน
- ๓) องค์กรธุรกิจในภูมิภาค ให้ความสนใจในประเด็นวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อม และ สนับสนุนการศึกษา

นอกจากนี้จากตารางเห็นได้ว่าทั้ง ๓ กลุ่ม สนใจประเด็นร่วมกันในเรื่องวัฒนธรรม การสนับสนุนให้เกิดการเรียนรู้/การศึกษาและการพัฒนาคน ซึ่งความสนใจที่ว่่านี้อาจต้องงาน วัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อนำเอาแนวคิดโครงการวัฒนธรรมสายใยชุมชนมา เทียบเคียง (ดูตารางประกอบ)

การจดทะเบียน องค์กร ธุรกิจ ประเด็น CSR	องค์กรธุรกิจ ในตลาด หลักทรัพย์ (๑๐ องค์กร)	องค์กรธุรกิจ นอกตลาด หลักทรัพย์ (๑๐ องค์กร)	องค์กรธุรกิจ ในภูมิภาค (๑๐ องค์กร)	รวม (๓๐ องค์กร)
๑. สิ่งแวดล้อม	๙	๖	๙	๒๔
๒. การสนับสนุนให้เกิดความรู้/ การศึกษา	๘	๔	๔	๑๖
๓. วัฒนธรรม	๑๐	๑๐	๑๐	๓๐
๔. เศรษฐกิจพอเพียง	๔	๒	๒	๘
๕. พัฒนาคน	๕	๕	๖	๑๖
๗. ส่งเสริมสุขภาพประชาชน	๖	๒	๓	๑๑

๖.๒.๒ องค์กรธุรกิจเอกชน ให้ความสนใจในการสนับสนุนงานวัฒนธรรม หรือทำงาน วัฒนธรรมร่วมกัน

ในการอภิปรายผลข้อนี้เป็นการนำผลเรื่องความสนใจในการสนับสนุนกิจกรรมขององค์กร ธุรกิจด้านวัฒนธรรมมาศึกษาลงลึกโดยใช้รูปแบบของวัฒนธรรมในโครงการวัฒนธรรมไทย สายใยชุมชน ได้แก่ ๑) คลังสมองภูมิปัญญาท้องถิ่น ๒) การส่งเสริมอาชีพด้านศิลปะและ วัฒนธรรม ๓) การส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม ๔) ลานวัฒนธรรม ๕) พิพิธภัณฑสถานบ้าน ๖) สารสนเทศและห้องสมุดชุมชน มาเป็นประเด็นในการศึกษา ซึ่งรูปแบบดังกล่าวเทียบเคียง

ได้กับนิยามวัฒนธรรมใน ๓ นิยามที่ให้ความหมายโดยสรุปได้ว่า วัฒนธรรม เป็นเรื่องที่สำคัญ เกี่ยวโยงกับมนุษย์ และสังคมทุกมิติ ที่แสดงถึงความเจริญงอกงามของสังคมและประเทศชาติ ซึ่งนิยามทั้งสามที่คณะวิจัยนำมาใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่

- พระราชบัญญัติวัฒนธรรมแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๔๕ วัฒนธรรม คือ ลักษณะที่แสดงถึงความเจริญงอกงาม ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความกลมเกลียวของชาติและศีลธรรมอันดีของประชาชน
- พระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตฺโต)  
วัฒนธรรม คือ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ทั้งหมดของสังคม ตั้งต้นแต่ภายในจิตใจคน มีค่านิยม คุณค่าทางจิตใจ คุณธรรม ลักษณะนิสัย แนวความคิด และสติปัญญา ออกมา จนถึงท่าที และวิถีปฏิบัติของมนุษย์ต่อร่างกายและจิตใจของคน ลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ ตลอดจนความรู้ความเข้าใจ ท่าทีการมองและปฏิบัติของมนุษย์ต่อธรรมชาติแวดล้อม คำพูดให้เข้าใจง่าย วัฒนธรรมเป็นการสั่งสมประสบการณ์ ความรู้ ความสามารถ ภูมิธรรม ทั้งหมด ที่ช่วยให้มนุษย์ ในสังคมนั้นๆ อยู่รอด และเจริญสืบต่อกันมาได้ และเป็นอยู่อย่างที่เป็น
- ศาสตราจารย์นายแพทย์ประเวศ วะสี  
วัฒนธรรม คือ พลังของสังคมทางภูมิปัญญา เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ จิตใจ การเมือง สังคม สิ่งแวดล้อม ไปพร้อมกัน

จากการนำกิจกรรมวัฒนธรรมที่องค์กรธุรกิจดำเนินการอยู่มาเทียบเคียงกับวัฒนธรรมที่เป็นเชิงรูปธรรม ในโครงการวัฒนธรรมไทย สายใยชุมชน ทำให้ประเด็นการสนับสนุนวัฒนธรรมขององค์กรธุรกิจเอกชนมีความชัดเจนขึ้น ดังนี้

ผลการศึกษาพบว่าประเด็นวัฒนธรรมที่องค์กรธุรกิจให้ความสนใจในปัจจุบันสามลำดับแรกได้แก่ ๑) การส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม ๒) คลังสมองและภูมิปัญญาท้องถิ่น ๓) ลานวัฒนธรรม และหากศึกษาลงลึกในแต่ละกลุ่มเป้าหมายพบว่า

- ๑) องค์กรธุรกิจในตลาดหลักทรัพย์ จะสนับสนุนประเด็นวัฒนธรรมสามลำดับแรก ได้แก่ ๑) คลังสมองและภูมิปัญญาท้องถิ่น ๒) การส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม และ ๓) ลานวัฒนธรรม
- ๒) องค์กรธุรกิจเอกชนนอกตลาดหลักทรัพย์ สนับสนุนประเด็นวัฒนธรรมสามลำดับแรก คือ ๑) คลังสมองและภูมิปัญญาท้องถิ่น ๒) การส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม และ ๓) ลานวัฒนธรรม กับสารสนเทศและห้องสมุดชุมชน

- ๓) **องค์กรธุรกิจเอกชนในภูมิภาค** สนับสนุน ๑) การส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม ๒) คลังสมองและภูมิปัญญาท้องถิ่น และ ๓) ลานวัฒนธรรม เป็นสามลำดับแรก ดังตาราง

ประเด็น CSR	การจดทะเบียน องค์กรธุรกิจ	องค์กร ธุรกิจ ในตลาด หลักทรัพย์ (๑๐)	องค์กร ธุรกิจนอก ตลาด หลักทรัพย์ (๑๐)	องค์กร ธุรกิจใน ภูมิภาค (๑๐)	รวม (๓๐)
๑. คลังสมองภูมิปัญญาท้องถิ่น		๗	๘	๕	๒๐
๒. การส่งเสริมอาชีพด้านศิลปะและวัฒนธรรม		๒	๒	๑	๕
๓. การส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม		๕	๗	๙	๒๑
๔. ลานวัฒนธรรม		๔	๖	๕	๑๕
๕. พิพิธภัณฑ์พื้นบ้าน		๐	๑	๑	๒
๖. สารสนเทศและห้องสมุดชุมชน		๕	๖	๑	๑๒

และจากตารางเห็นได้ว่าทั้งสามกลุ่มมีประเด็นร่วมกันประกอบด้วย **คลังสมองและภูมิปัญญา การส่งเสริมคุณธรรมและจริยธรรม และลานวัฒนธรรม** เป็นหลัก ในส่วนของพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านจะเป็นประเด็นที่ทั้งสามกลุ่มแทบจะไม่ให้ความสนใจ อาจเนื่องจากทัศนคติที่มองว่าต้องใช้ทั้งเวลาและงบประมาณจำนวนมาก

### ๖.๓ ทิศทางองค์กรธุรกิจเอกชนกับการสนับสนุนงานด้านสังคมและวัฒนธรรม

ในการศึกษาเรื่องทิศทางการสนับสนุนงานด้านสังคมและวัฒนธรรมในความสนใจขององค์กรธุรกิจเอกชน จะประกอบด้วย ๒ ส่วน คือ กระแสในระดับสากล และทิศทางของการสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรม ซึ่งจะนำเสนอในลักษณะเชิงเปรียบเทียบดังนี้

การเปรียบเทียบทัศนะ CSR ระดับสากลกับทัศนะการสนับสนุนงานวัฒนธรรมขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย

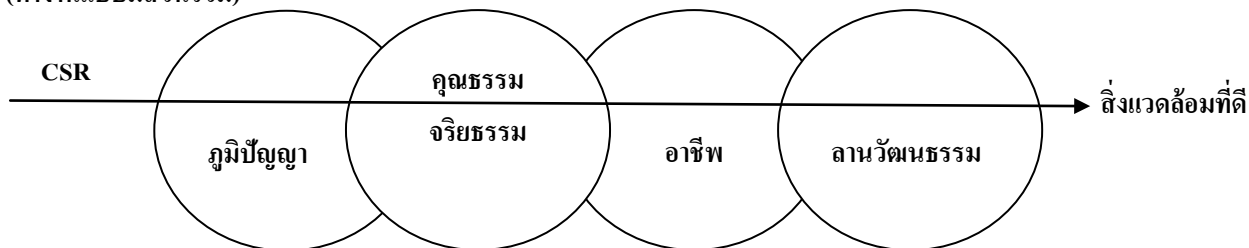
ทักษะ CSR ระดับสากล	ทิศทาง CSR การสนับสนุนงานด้าน วัฒนธรรมไทย
<p>๑) <i>เรื่องสิ่งแวดล้อม</i> จะทวีความสำคัญขึ้นเป็นวาระนำอย่างรวดเร็ว เพราะมีตัวแปรด้านภูมิอากาศเปลี่ยนแปลง ด้านพลังงาน การขาดแคลนและการปนเปื้อนของน้ำ และผลกระทบต่อสุขภาพของมนุษย์ (The Environment and Climate Change)</p> <p>๒) <i>เรื่องสิทธิแรงงานและสิทธิมนุษยชน</i> องค์กรธุรกิจจะต้องขยายขอบข่ายความรับผิดชอบการดำเนินงานของบริษัทที่เกี่ยวกับเรื่องสิทธิแรงงาน ให้ครอบคลุมพนักงานของตนเอง และแรงงานที่เกี่ยวข้อง (Labor Right as Human Right)</p> <p>๓) <i>ความโปร่งใส และจิตสำนึก</i> รับผิดชอบต่อหน้าที่ องค์กรธุรกิจจะถูกคาดหวังจากสังคมเพิ่มขึ้นในเรื่องนี้ เพื่อการมีภาพลักษณ์ที่ดี และมีความน่าเชื่อถือขององค์กร (Transparency and accountability)</p> <p>๔) <i>การทำ CSR ให้มีความเป็นสถาบัน</i> นอกจากจะทำให้มีความเป็นสถาบันแล้วยังให้นำไปเกี่ยวพันกับตัวบทกฎหมาย หรือบรรทัดฐานของสถาบัน ISO ๒๖๐๐๐ ซึ่งถือว่าเป็นมาตรฐานขั้นต่ำที่ต้องทำ (The Institutionalization of CSR)</p> <p>๕) <i>การสื่อสารระหว่างบริษัทกับผู้ถือหุ้น</i> เรื่องการสื่อสารนี้จะมีความสำคัญมากขึ้น จะต้องนำเรื่องนี้มารวมไว้ในเรื่องโครงสร้างของบรรษัทภิบาล (Stakeholder Engagement)</p> <p>๖) <i>มีการแข่งขันผู้มีความสามารถ</i> ความคาดหวังในส่วนองแรงงานที่เปลี่ยนแปลง</p>	<p>๑) การจัดตั้งคลังสมองภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อรวบรวมปัญญาท้องถิ่นจากปราชญ์ชาวบ้าน ในเรื่องการอยู่กับธรรมชาติอย่างเกื้อกูลซึ่งกันและกันให้เป็นระบบ เพื่อเป็นข้อมูลที่เกิดประโยชน์ต่อชุมชน</p> <p>๒) การส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม แก่ พนักงาน เด็ก เยาวชน และประชาชน ในลักษณะทำกิจกรรม การถ่ายทอดคุณค่า ระบบความเชื่อของชุมชน</p>

ทักษะ CSR ระดับสากล	ทิศทาง CSR การสนับสนุนงานด้าน วัฒนธรรมไทย
<p>และความเคลื่อนไหวจากอาชีพไปยัง ประสบการณ์ของคนรุ่นใหม่ (The Battle for Talent)</p> <p>๗) <i>ความร่วมมือกับชุมชน</i> จะเปลี่ยนแปลง ทิศทางจากการดำเนินงานแบบการกุศลเป็น การลงทุนเพื่อชุมชน เนื่องจากการบริจาคเพื่อ ชุมชนขององค์กรธุรกิจจะน้อยลง แต่การมี ส่วนร่วมจะมากขึ้น เพื่อให้ได้ผลตอบแทนที่ มากขึ้น (Community Investment)</p> <p>๘) <i>ความเกี่ยวข้องกับห่วงโซ่อุปทาน</i> จะเป็นไป อย่างลึกซึ้งมากขึ้น จะยกระดับการตรวจสอบ ซัพพลายเออร์ และตรวจสอบประเด็นด้าน สิ่งแวดล้อมตามห่วงโซ่อุปทานให้สูงขึ้น (Supply Chain and Product Safety)</p> <p>๙) <i>การเติบโตของธุรกิจเพื่อสังคม</i> การรวบรวม ของโครงสร้างธุรกิจกับเอ็นจีโอภาคเอกชน (Social Enterprise)</p> <p>๑๐) <i>การบรรเทาความยากจน</i> เพราะจัดการ ตลาดใหม่ในกลุ่มคนจน และรับมือกับ ช่องว่างฐานะในประเทศกำลังพัฒนา (Poverty Alleviation)</p>	<p>๓) ลานวัฒนธรรมและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ชุมชน เพื่อให้ชุมชนได้มีเวทีบปะสังสรรค์ แสดงออก</p> <p>๔) การส่งเสริมอาชีพด้านศิลปะ วัฒนธรรม ได้แก่ กลุ่มอาชีพ ตามแนวพระราชดำริเรื่อง เศรษฐกิจพอเพียง ส่งเสริมคุณภาพชีวิต</p>

ดังนั้น ทิศทางองค์กรธุรกิจที่สนับสนุนงานด้านวัฒนธรรมโดยเทียบเคียงรูปธรรมในโครงการ  
วัฒนธรรมไทยสายใยชุมชนได้ว่าประกอบด้วย ๑) การส่งเสริมจัดตั้งคลังสมอง ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วย  
การรวบรวมจากปราชญ์ชุมชน และถ่ายทอดเอื้อประโยชน์ต่อชุมชน ๒) การส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม  
แก่เด็ก เยาวชน และประชาชนทั่วไป ๓) การส่งเสริมอาชีพด้านศิลปะ วัฒนธรรม และ ๔) ลาน  
วัฒนธรรม ซึ่งเป็นกิจกรรมที่มีความสอดคล้องกับกระแสทิศทางในระดับสากล หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง  
ทิศทางองค์กรธุรกิจที่สนับสนุนกิจกรรมที่เป็น สิ่งที่เป็นคุณ ไม่ทำสิ่งที่เป็นโทษ และพัฒนา  
ศักยภาพการทำความดี โดยผู้ที่เกี่ยวข้องกับภาระทำต้องมีความดี มีความสามารถและ  
มีความสุข

หนึ่งในกระบวนการทำงาน ทั้ง ๔ ด้าน ดังกล่าว จะส่งผลต่อสิ่งแวดล้อมที่ดีเนื่องจากเป็นหลักคิด “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” ตามแนวพระราชดำริ และเป็นการทำงานร่วมในชุมชน (ดังรูป)

(ทำงานแบบมีส่วนร่วม)



#### ๖.๔ สำนักงานคณะกรรมการงานวัฒนธรรมแห่งชาติกับความต้องการให้องค์กรธุรกิจ เอกชน มีส่วนร่วมพัฒนาด้านวัฒนธรรม

ด้วยนโยบายของการดำเนินงานด้านวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรมได้วางนโยบายการดำเนินงานที่สอดคล้องกับแนวทางของรัฐบาลในอันที่จะแก้ปัญหาเศรษฐกิจ และปัญหาสังคมของประเทศ รวมทั้งปฏิรูปการเมืองตามแนวทางการปกครองในระบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นพระประมุข โดยการพัฒนาวัฒนธรรมประชาธิปไตย ด้วยการสนับสนุนให้ครอบครัว สถานศึกษา และชุมชน มีการเรียนรู้และนำหลักการประชาธิปไตยไปใช้ กระทรวงมีกลไกในการดำเนินงานเรื่องวัฒนธรรมประชาธิปไตยโดยผ่านสภาวัฒนธรรมหมู่บ้านและตำบล ตามโครงการวัฒนธรรมไทยสายใยชุมชน ส่งเสริมให้ผู้นำศาสนามีบทบาทในการเผยแพร่แก่คนในสังคม บูรณาการกับกระทรวงศึกษาธิการ และระดมความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในการดำเนินงาน

โครงการวัฒนธรรมไทยสายใยชุมชนที่กล่าวนี้ เป็นโครงการที่มีความสำคัญถือเป็นวาระแห่งชาติมาตั้งแต่ปีพ.ศ. ๒๕๕๐ มีจุดมุ่งหมายที่จะสร้างความเข้มแข็งของชุมชนอย่างยั่งยืน โดยรวมพลังทุกหน่วยงานในการนำมิติความหลากหลายทางวัฒนธรรมของไทย ส่งเสริมให้เกิดสายใยชุมชนสู่ชุมชน เพื่อให้ประชาชนอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างมีความสุข

หลักการพื้นฐานในการดำเนินงาน คือ การเอาประชาชนและชุมชนเป็นศูนย์กลางพึ่งตนเอง ชุมชนเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ ประชาชนมีส่วนร่วมในการคิด การลงมือทำ และการร่วมรับประโยชน์ การนำความหลากหลายทางวัฒนธรรมท้องถิ่น ความเชื่อตามหลักศาสนา ภูมิปัญญาท้องถิ่น ปรัชญาทางเศรษฐกิจพอเพียง มาสร้างคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนให้บังเกิดผลอย่างแท้จริง เป็นเป้าหมายและหลักการ ดังนี้

## เป้าหมาย

- ประชาชนในชุมชนทุกกลุ่ม ทุกเพศ ทุกวัย ได้มีโอกาสสืบค้นแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรม และวิถีชีวิต ซึ่งจะเป็นการสร้างความเข้าใจพื้นฐานของการดำเนินชีวิต และการครองตน ภายใต้ระบบความเชื่อ ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมที่ดีงาม ตลอดจนส่งเสริมให้เกิดกระบวนการพัฒนาคน และองค์ความรู้ในชุมชนเพื่อแสวงหาทิศทาง และแนวทางการปกป้อง ดูแลและพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็ง สามารถป้องกันหรือแก้ไขปัญหา และพัฒนาชุมชนให้เกิดความอบอุ่นมั่นคงไปพร้อมกันในทุกๆ ด้าน
- ประชาชนในชุมชนร่วมกันพัฒนาโครงการวัฒนธรรมไทยสายใยชุมชน ให้เป็นศูนย์กลางในการศึกษา แลกเปลี่ยน เรียนรู้ และศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาและแก้ไขปัญหาของชุมชน โดยใช้มิติทางศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรมบูรณาการกับแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ยั่งยืนของประชาชนในชุมชน
- หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนในทุกภาคส่วนของสังคมร่วมกันขับเคลื่อนโครงการวัฒนธรรมไทยสายใยชุมชนไปสู่ประชาชนเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้เกิดขึ้นแก่ชุมชนและสังคมอย่างยั่งยืน

## แนวคิดในการดำเนินการ

- สร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ ด้วยการสร้างความเข้มแข็งทางวัฒนธรรมให้กับคนในชุมชน ในการปลูกฝังความเป็นไทยและวิถีชีวิตที่เหมาะสมจำเป็นอย่างยิ่งที่ประชาชนจะต้องสามารถแสวงหาความรู้ ได้มีโอกาสเข้าถึงข้อมูล การเข้าร่วมกิจกรรมในชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้คุณค่าทางวัฒนธรรมเพื่อให้เกิดโอกาสในการศึกษาวิเคราะห์ สร้างสรรค์และเลือกสรรก่อนนำไปประยุกต์ใช้
- การเพิ่มคุณค่าทางสังคมและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ โดยการนำทุนภูมิปัญญาทางด้านศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรมของสังคมไทยที่ปรากฏในลักษณะระบบความเชื่อ ขนบธรรมเนียมประเพณี หลักธรรมคำสอนทางศาสนา ภูมิปัญญาพื้นถิ่น วิถีการดำเนินชีวิต โบราณสถาน โบราณวัตถุ ฯลฯ มาสร้างคุณค่าทางสังคมและจิตใจให้แก่ประชาชนในชุมชนและสังคมที่ก่อให้เกิดความรักและความภาคภูมิใจในถิ่นเกิด ตลอดจนการพิทักษ์ปกป้อง และแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในชุมชน ทั้งยังสามารถนำระบบคุณค่าในสังคมท้องถิ่นมาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของชุมชนให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจได้

- การมีส่วนร่วมของประชาชน เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน ชุมชน และองค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อสร้างจิตสำนึกและความตระหนักร่วมคิดร่วมดำเนินการ ร่วมรับผิดชอบ และรับประโยชน์ร่วมกันภายใต้การสนับสนุนการดำเนินงานจากกระทรวง ทบวง กรม ที่เกี่ยวข้อง
- การบูรณาการ เน้นการบูรณาการทั้งความคิดและการปฏิบัติลงสู่พื้นที่เป้าหมายร่วมกัน เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และเด็สมฤทธิผลตามโครงการอย่างเป็น รูปธรรมเหมาะสมแก่ยุคสมัย

### หลักการดำเนินงาน

ในการจัดตั้งโครงการวัฒนธรรมไทยสายใยชุมชน ใช้วัฒนธรรมนำการพัฒนาให้ชุมชน ค้นหาจุดเด่นของสังคมภูมิปัญญาของท้องถิ่น ภูมิปัญญาที่ได้ส่งสมสืบทอดกันมานำไปสู่การพัฒนาการประกอบอาชีพของชุมชนได้ผลิตผลหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์นำภูมิปัญญามาแก้ไข ปัญหาความยากจนบนพื้นฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงและกองทุนหมู่บ้านสร้างอาชีพให้เกิด เป็นมูลค่าเพิ่มรายได้ การจัดทำแผนของชุมชนเพื่อลดรายจ่ายในครัวเรือนและชุมชนตามหลัก พระพุทธศาสนา “อตุตา ทิ อตุตโน นาโถ” เพื่อการพึ่งพาตนเองและสร้างความเข้มแข็งให้แก่ ชุมชนนอกจากนั้นยังต้องส่งเสริมให้ประกอบด้วยควมมีจริยธรรมสัมมาชีพให้มีความบันเทิงใจ ในลานนันทนาการและให้สังคมได้รู้จักเห็นใจของตน มีความทันสมัย ทันโลก ทันความ เปลี่ยนแปลง จึงได้กำหนดแนวทางดำเนินการนี้

### กลไกการทำงาน

#### ก. ระดับกรมโดยสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ

ดำเนินงานประกอบเชื่อมโยงเครือข่ายองค์กรต่าง ๆ รายงานความก้าวหน้าประชาสัมพันธ์ โครงการ และสรุปผลการวิเคราะห์เพื่อนำสู่การแก้ไขปัญหาระดับนโยบาย

#### ข. สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด

ดำเนินการให้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการบูรณาการ ประสานเครือข่ายในพื้นที่เช่น องค์กรบริหารส่วนตำบล ติดตามผลการดำเนินงาน และสนับสนุนงบประมาณตาม แผนงาน

#### ค. ภาคชุมชน ซึ่งได้แก่ สภาวัฒนธรรมอำเภอ หรือตำบล องค์กรชุมชนด้านวัฒนธรรม จะเป็น ผู้มีบทบาทหลักดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับชุมชน มีการจัดกิจกรรมรวมกลุ่ม

ร่วมทำ พัฒนารฐานข้อมูล และร่วมกำหนดแผนงานวัฒนธรรมร่วมกับ อบต. เรียนการอนุรักษ์ สืบทอด พัฒนาและใช้ประโยชน์จากองค์ความรู้ ภูมิปัญญา

ซึ่งในกลไกสำคัญเพื่อการขับเคลื่อนงานนี้ ค่อนข้างมี ข้อเด่น ข้อจำกัดหลายประการ ดังนี้

#### **จุดแข็ง / ข้อเด่น**

- คณะกรรมการสภาวัฒนธรรมตำบล / อำเภอ ส่วนใหญ่เป็นครุภูมิปัญญาที่เกี่ยวข้องทางด้านหนึ่งด้านใด ทำให้ด้วยความเสียสละ ตั้งใจมุ่งมั่น
- เครือข่ายทำงานในชุมชนท้องถิ่น ส่วนใหญ่ให้การยอมรับทักษะเฉพาะของครุภูมิปัญญาเหล่านี้
- มีระยะเวลาทำงานที่ต่อเนื่อง

#### **จุดอ่อน / ข้อด้อย**

- คณะกรรมการสภาวัฒนธรรมและคณะทำงานบางองค์กรไม่เข้าใจบทบาทตนเอง ที่เป็นผู้ดำเนินการฟื้นฟูอนุรักษ์ ถ่ายทอดงานวัฒนธรรม
- ประเด็นวัฒนธรรมชุมชนท้องถิ่น ไม่สามารถวิเคราะห์เชื่อมโยงกับกระแสสังคมในระดับชาติได้ ทำให้การทำงานวัฒนธรรมชุมชนท้องถิ่น จึงเป็นประเด็นเฉพาะเรื่อง เฉพาะพื้นที่
- ความสามารถในการบริหาร จัดการงานวัฒนธรรม ในด้านการระดมทรัพยากรในชุมชน และภายนอกมีจำกัด
- แผนงานหรือโครงการ ขาดการมีส่วนร่วมจากชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- รูปแบบ เนื้อหาการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์งานวัฒนธรรม ตอบสนองเฉพาะกลุ่ม ชุมชนท้องถิ่น ไม่เกิดการเรียนรู้กับคนในสังคมวงกว้าง

### **๖.๕ แนวทางการประสานการร่วมมือขององค์กรธุรกิจเอกชนกับสภาวัฒนธรรมหรือองค์กรชุมชน**

องค์กรธุรกิจเอกชนส่วนใหญ่จะขาดข้อมูล เกี่ยวกับองค์กรภาครัฐที่รับผิดชอบด้านวัฒนธรรมว่า มีทิศทาง กระบวนการทำงาน และเครือข่ายกับหน่วยงานใด ระดับใด องค์กรธุรกิจส่วนใหญ่ไม่มีประสบการณ์การทำงานร่วมกับภาครัฐที่รับผิดชอบด้านวัฒนธรรม แต่ส่วน

ใหญ่สนใจพร้อมที่จะทำงานร่วมในอนาคต ด้วยแนวทางความร่วมมือใน 2 ระดับ คือ ระดับจังหวัดกับระดับอำเภอ ตำบลโดยยึด

๖.๕.๑ หลักการทำงานร่วม ซึ่งทุกฝ่ายต้อง

- ตั้งใจ
- เข้าใจ
- ประสานใจ

๖.๕.๒ การเตรียมการเพื่อการสนับสนุนงานวัฒนธรรม

- (๑) สภาวัฒนธรรมจังหวัดควรเป็นศูนย์ประสานงาน CSR ระดับจังหวัด รวบรวมรายชื่อและข้อมูลองค์กรภาคธุรกิจเอกชนที่ทำ CSR และรายชื่อข้อมูล สภาวัฒนธรรมตำบล และองค์กรชุมชนด้านวัฒนธรรม จัดทำเป็นทำเนียบองค์กร เพื่อเป็นเอกสารเรียนรู้เบื้องต้น โดยการช่วยเหลือของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด
- (๒) สภาวัฒนธรรมจังหวัดควรเป็นศูนย์ประสานงาน ๓ ฝ่าย คือ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด สภาวัฒนธรรมตำบลกับองค์กรชุมชนด้านวัฒนธรรม และองค์กรธุรกิจเอกชน เพื่อทำกิจกรรมร่วมกัน ตลอดจนเสริมเพิ่มศักยภาพสภาวัฒนธรรมและองค์กรชุมชนด้านวัฒนธรรม ในระหว่างการทำงานร่วมกัน ในรูปของการสัมมนา การศึกษาดูงานในพื้นที่ โดยมีองค์กรธุรกิจเอกชนหน่วยงานรับผิดชอบ สภาวัฒนธรรมกับองค์กรชุมชนด้านวัฒนธรรม และสื่อมวลชนต่าง ๆ เข้าร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้
- (๓) สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จัดทำแผนที่คนดี (Mapping) เพื่อเป็นเครื่องมือการวิเคราะห์องค์กรต่าง ๆ ได้ในระดับหนึ่ง
- (๔) จัดเวทีประชุมเพื่อทำความรู้จัก ทำความเข้าใจซึ่งกันและกัน ระหว่างสภาวัฒนธรรมทุกระดับ องค์กรชุมชนด้านวัฒนธรรม ภาคีที่เกี่ยวข้อง และองค์กรธุรกิจเอกชน

๖.๕.๓ การเตรียมองค์กรระดับชุมชน

- (๑) ในการทำงานร่วมกับองค์กรธุรกิจเอกชนนั้น องค์กรธุรกิจเอกชนคาดหวังความสำเร็จและความยั่งยืน จึงต้องการทำงานร่วมกับองค์กรระดับชุมชนที่มีความเข้มแข็ง ฉะนั้นสภาวัฒนธรรมตำบล และองค์กรชุมชนด้าน

วัฒนธรรมจำเป็นต้อง ศึกษา สํารวจ จุดอ่อนจุดแข็งขององค์กรตนเอง เพื่อนำไปสู่การพัฒนาขีดความสามารถของตนเอง โดยควรศึกษาในประเด็น

(๑.๑) ผู้นำ

- ขีดความสามารถของความรู้ ทักษะการบริหาร และการจัดกิจกรรมด้านวัฒนธรรม
- บทบาทของผู้นำในการขับเคลื่อนงานด้านวิสัยทัศน์ ความมุ่งมั่น ผลงานที่เคยทำมา และข้อจำกัดของผู้นำ
- ทักษะคติการทำงานด้านวัฒนธรรม
- ความสามารถในการสร้างทีม

(๑.๒) การมีส่วนร่วมของชุมชน

(๑.๓) ภาวคีความร่วมมือในชุมชนท้องถิ่น

(๑.๔) นำผลการศึกษา มาวางแผนเพิ่มขีดความสามารถให้กับผู้นำองค์กร

#### ๖.๕.๔ การดำเนินการ

(๑) จัดประชุม หรือจัดเวทีภายในสภาวัฒนธรรมตำบล และองค์กรชุมชนด้านวัฒนธรรม เพื่อสร้างวิสัยทัศน์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์งานด้านวัฒนธรรมของชุมชนด้วยตนเอง เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เช่น องค์กรปกครองท้องถิ่น (อบต.) โรงเรียน สถานีนอนามัย (สอ.) วัด/มัสยิด องค์กรการเงินชุมชน เป็นต้น

(๒) ประชุมวางแผนโครงการ กิจกรรม ด้านวัฒนธรรมภายใต้ยุทธศาสตร์ที่กำหนดร่วมกัน โดยมีหลักเกณฑ์พิจารณา ดังนี้

(๒.๑) ต้องเป็นโครงการ กิจกรรมที่มีข้อมูลรองรับ

(๒.๒) หากเป็นไปได้ โครงการ กิจกรรมที่คิดค้นต้องสอดคล้องกับสถานการณ์กระแสโลก หรือกระแส CSR ในไทย

(๒.๓) เปิดโอกาสให้หน่วยงานภายนอก (องค์กรธุรกิจเอกชน) เข้ามีส่วนร่วมในบทบาทที่เหมาะสม เพื่อเป็นการเปิดพื้นที่เรียนรู้กันและกัน

(๓) จัดทำข้อตกลงร่วมภายในชุมชน

(๓.๑) โครงการกิจกรรมที่ต้องทำนี้ จะเกิดผลอย่างน้อย ๒ ด้าน เช่น เกิดการเรียนรู้ร่วมกันของคนในชุมชนและองค์กรธุรกิจ และสามารถเป็นโครงการที่ยั่งยืนได้

- (๓.๒) การคิดค้นกิจกรรมวัฒนธรรม ต้องมาจากแรงบันดาลใจมากกว่า เป็นแรงจูงใจ
- (๓.๓) ผลผลิต และผลลัพธ์ ผลงานต้องให้คุณค่าทางจิตใจมากกว่าวัตถุ และสะท้อนถึงความยั่งยืนได้ (Image Brand)
- (๓.๔) กระบวนการทำงานต้องมาจากการมีส่วนร่วม ทั้งระดับผู้นำชุมชน และสมาชิกในชุมชน
- (๓.๕) ภารกิจต่างๆ ต้องมีเจ้าภาพหลัก-รอง
- (๓.๖) ต้องทำงานให้เสร็จมีผลงาน (Product) และทำงานให้สำเร็จที่เน้น กระบวนการทำงานร่วม (Process)
- (๔) การเลือกหุ้นส่วน (องค์กรธุรกิจ) เพื่อทำงานร่วม
  - (๔.๑) ศึกษาสืบค้นหุ้นส่วน โดยสืบค้นจากทำเนียบ แหล่งข้อมูล โดยศึกษาในประเด็น
    - ควรศึกษาปรัชญา แนวคิด การสนับสนุนงานด้าน วัฒนธรรมขององค์กรธุรกิจเอกชนนั้นว่า มีรูปแบบอย่างไร ให้ความสำคัญกับประเด็นวัฒนธรรมด้านใด เพื่อให้การ พุดคุยหรือนำเสนอด้วยเอกสารเป็นไปในทิศทางร่วมกัน
    - ควรศึกษาผลงานในอดีตขององค์กรธุรกิจเอกชนนั้นว่า วาง บทบาทการทำงานอย่างไร ดำเนินการเองร่วมกับชุมชน สนับสนุนให้ชุมชนดำเนินการ หรือร่วมกับหลายหน่วยงาน เป็นภาคีความร่วมมือ เป็นต้น
    - ศึกษาวิธีการให้การสนับสนุนว่า เป็นการสนับสนุนอะไร เช่น สนับสนุนความรู้ บุคลากรให้องค์กรทำงานร่วมกัน ทู นวัสดุเครื่องมือต่างๆ หรือพื้นที่สื่อเพื่อการเผยแพร่งาน วัฒนธรรม
    - ศึกษาข้อจำกัดขององค์กรธุรกิจเอกชนนั้น ๆ ครอบคลุม ครอบงบประมาณ เป็นต้น
  - (๔.๒) คัดเลือกองค์กรธุรกิจ โดยประชุมเพื่อคัดเลือกประเภทองค์กร ธุกิจเอกชนโดยพิจารณาจากผลการศึกษาสืบค้น เปรียบเทียบ กับประเด็นวัฒนธรรมที่สภาวัฒนธรรมหรือองค์กรชุมชนต้องการ
  - (๔.๓) ประสานงานโดยโทรศัพท์ จดหมาย เอกสาร หรือเวทีการประชุม กับองค์กรธุรกิจนั้นๆ และลงพื้นที่ดูงานและศึกษางานร่วมกัน

- (๔.๔) หากหุ้นส่วนเห็นร่วม จึงจัดโครงการนำร่อง ที่ไม่เป็นโครงการขนาดใหญ่ เพื่อการ เรียนรู้กันและกัน
- (๔.๕) จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน งานสภาวัฒนธรรม พบว่าองค์กรเหล่านี้ยังมีข้อจำกัดหลายประการ โดยเฉพาะการบริหารจัดการภายในสภาวัฒนธรรม การเชื่อมโยง ประสานงานกับบุคคล หรือหน่วยงานภายนอก ตลอดจนการคิดค้นกิจกรรม วัฒนธรรมทั้งในมิติการอนุรักษ์ การฟื้นฟูพัฒนา และการสืบสาน ศิลปวัฒนธรรมที่เอื้อประโยชน์สุขของชุมชน
- ดังนั้นการเตรียมงานวัฒนธรรมในชุมชน ท้องถิ่น จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาศักยภาพของสภาวัฒนธรรมระดับตำบล และอำเภอไปพร้อมกัน
- (๔.๖) มีการติดตาม ประเมินผล และจัดเวทีการเรียนรู้ร่วมกัน

๖.๕.๕ ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการทำงานร่วมกันในระยะยาว

- (๑) การใช้กระบวนการติดตามประเมินผลเพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถสภาวัฒนธรรมตำบลและองค์กรชุมชนด้านวัฒนธรรม

**กระบวนการติดตามประเมินผลผลเป็นเครื่องมือที่สำคัญ และจำเป็น**ในการเสริมสร้างขีดความสามารถของสภาวัฒนธรรมตำบลและองค์กรชุมชนด้านวัฒนธรรม ฉะนั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดและสภาวัฒนธรรมจังหวัดจะต้องจัดให้มีกลไกและระบบการติดตามประเมินผล/นิเทศงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการกระตุ้น ให้คำปรึกษา และพัฒนาขีดความสามารถของสภาวัฒนธรรมตำบลและองค์กรชุมชนด้านวัฒนธรรมท่ามกลางการทำงาน (on the job training)

- (๒) การสร้างบรรยากาศการทำงานอย่างมีความสุข สนุกและได้ผลงาน

เนื่องจากสภาวัฒนธรรมตำบลและองค์กรชุมชนด้านวัฒนธรรมเป็นองค์กรของคนทำงานอาสาสมัคร ซึ่งมีความหลากหลาย และมาทำงานด้วยจิตอาสา ฉะนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องสร้างบรรยากาศในการทำงานให้มีความสุข สนุกกับงาน ขณะเดียวกันก็ได้อะไร ฉะนั้นในการทำงานร่วมกันทุกคนต้อง

- ให้เกียรติซึ่งกันและกันอย่างเท่าเทียม

- มีการจัดแบ่งงานกันตามศักยภาพ
  - รักษาความซื่อสัตย์ รักษาข้อตกลง และรักษาความเป็นชุมชน
  - เปิดโอกาสให้ทุกคน ทำงานตามแรงบันดาลใจ
  - มีความยืดหยุ่น
- (๓) ข้อพึงระวังในการทำงานร่วมกัน

**ด้วยข้อจำกัดของสภาวัฒนธรรมตำบลและองค์กรชุมชนด้านวัฒนธรรม** ซึ่งส่วนใหญ่ของคณะกรรมการ คนทำงานด้านวัฒนธรรม เป็นการทำงานในระบบอาสาสมัคร ทำงานด้วยใจรัก เสียสละเวลา ขณะที่องค์กรธุรกิจเอกชน จะมีความเชี่ยวชาญด้านการจัดการองค์กร การบริหารงานที่เป็นระบบ โปร่งใส อาจเกิดความคาดหวังต่อกันและกันเกินความสามารถที่จะเป็นไปได้

### ๖.๖ ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์

- ๑) สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ ควรจัดทำทำเนียบขององค์กรธุรกิจ เอกชน โดยเชื่อมโยงกับองค์กร เครือข่าย CSR ของภาคเอกชนหรือภาค ราชการ ของกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ตลอดจน เป็นผู้เอื้ออำนวยให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ แนวคิด หลักการ กระบวนการ ทำงานร่วมเพื่องานวัฒนธรรมและการพัฒนาที่ยั่งยืน ขณะเดียวกันก็เผยแพร่ ทำเนียบสภาวัฒนธรรมให้องค์กรธุรกิจเอกชนได้รับทราบ
- ๒) สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติและสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด ควรเป็นเจ้าภาพหลัก การพัฒนาศักยภาพสภาวัฒนธรรมทุกระดับ ในด้านการ บริหารองค์กรแบบอาสาสมัคร และการประสานงานกับองค์กรภายนอก
- ๓) สภาวัฒนธรรมและองค์กรธุรกิจเอกชน ควรจัดทำเป็นแผนงาน โครงการนำร่อง ที่เป็นโครงการไม่ใหญ่นัก แต่ให้มีความต่อเนื่อง ๑ - ๓ ปี โดยสำนักงาน วัฒนธรรมจังหวัดเป็นผู้เอื้ออำนวยความสะดวก
- ๔) สำนักงานวัฒนธรรมแห่งชาติ ควรพิจารณาแนวทาง ช่องทางการลดหย่อนภาษี สำหรับองค์กรธุรกิจเอกชนในการสนับสนุนงานวัฒนธรรม โดยเฉพาะในกรอบ การศึกษาในสถาบันการศึกษา พิพิธภัณฑสถาน ที่ควรนิยามขยายความหมาย ครอบคลุมถึงการศึกษาศึกษา พิพิธภัณฑสถานของชุมชนด้วย
- ๕) สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ ควรประกาศให้ค่ายกขององค์กร ธุรกิจเอกชน ที่สนับสนุนงานวัฒนธรรมเป็นอย่างดีโดยตลอด

# บรรณานุกรม

กระทรวงวัฒนธรรม. **โครงการวัฒนธรรมสายใยชุมชน**. กรุงเทพฯ. บริษัท รุ่งศิลป์การพิมพ์ (๑๙๗๗) จำกัด. (๒๕๕๐).

คณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, สำนักงาน. **ฐานระบบคิดการตั้งกระทรวงวัฒนธรรมและการดำเนินงานวัฒนธรรมยุคปฏิรูประบอบราชการ**. กรุงเทพฯ. โรงพิมพ์องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์.

คณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, สำนักงาน. **คู่มือโครงการวัฒนธรรมไทยสายใยชุมชน**. เอกสารลำดับที่ ๘/๒๕๕๑. กรุงเทพฯ. โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.

ประมวลรัษฎากร มาตราที่ ๖๕ ตี (๓). **โครงการศึกษา กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอาสาศัมคร และการให้**. สถาบันไทยรัฐเนท ภายใต้ มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์. (กรกฎาคม ๒๕๕๐).

ประกาศอธิบดีกรมสรรพากร เกี่ยวกับภาษีเงินได้ (ฉบับที่ ๔๔) เรื่อง กำหนดรายจ่ายเพื่อการสาธารณประโยชน์ รายจ่ายเพื่อการศึกษารายจ่าย เพื่อการกีฬาตามมาตรา ๖๕ ตี (๓) แห่งประมวลรัษฎากร. **โครงการศึกษา กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอาสาศัมครและการให้**. สถาบันไทยรัฐเนท ภายใต้ มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์. (กรกฎาคม ๒๕๕๐).

พระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากรว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ ๒๗๔) พ.ศ. ๒๕๓๗. **โครงการศึกษา กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอาสาศัมครและการให้**. สถาบันไทยรัฐเนท ภายใต้ มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์. (กรกฎาคม ๒๕๕๐).

พระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากรว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ ๔๒๔) พ.ศ. ๒๕๔๗. **โครงการศึกษา กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอาสาศัมครและการให้**. สถาบันไทยรัฐเนท ภายใต้ มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์. (กรกฎาคม ๒๕๕๐).

พระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากรว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ ๔๒๐) พ.ศ. ๒๕๔๗. **โครงการศึกษา กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอาสาศัมครและการให้**. สถาบันไทยรัฐเนท ภายใต้ มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์. (กรกฎาคม ๒๕๕๐).

พระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากรว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ ๔๒๗ )

พ.ศ. ๒๕๔๘. **โครงการศึกษา กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอาสาสมัครและการให้.**

สถาบันไทยรุ่งโรจน์ ภายใต้ มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์.

พระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากรว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ ๔๒๘)

พ.ศ. ๒๕๔๘. **โครงการศึกษา กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอาสาสมัครและการให้.**

สถาบันไทยรุ่งโรจน์ ภายใต้ มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์.

**คำนิยาม CSR** โดย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2551,25 กันยายน). Rethinking CSR

Concept ความรับผิดชอบ มุมมองใหม่. **ประชาชาติธุรกิจ**, หน้า 18.

**คำนิยาม ทิศทาง** (ออนไลน์) เข้าถึงได้

จาก [http://www.edu.nu.ac.th/wbi/355541/lesson\\_6.htm](http://www.edu.nu.ac.th/wbi/355541/lesson_6.htm) (4 ธันวาคม 2552).

**คำนิยาม แรงจูงใจ** (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก

[www.nawattakum.org/link/Motivation\\_by\\_1\(ทฤษฎีแรงจูงใจ\).doc](http://www.nawattakum.org/link/Motivation_by_1(ทฤษฎีแรงจูงใจ).doc) (4 ธันวาคม 2552).

พัชรินทร์ สิริสุนทร ดร. **คำนิยาม รูปแบบ** (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก

[www.social.nu.ac.th/learn\\_more/lift/01.doc](http://www.social.nu.ac.th/learn_more/lift/01.doc) (4 ธันวาคม 2552).

มนัส เรือนเหล็ก. **คำนิยาม แรงบันดาลใจ** (ออนไลน์) เข้าถึงได้

จาก <http://gotoknow.org/blog/manut73/56054> (4 ธันวาคม 2552).

สถาบันไทยรุ่งโรจน์ ภายใต้ มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ “รายงาน

การศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องของกับอาสาสมัครและการให้” โครงการศึกษาภายใต้การ

สนับสนุนจากศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาแผ่นดินเชิงคุณธรรม(ศูนย์คุณธรรม) หน้า ๑๐๖-๑๐๘,

กรกฎาคม ๒๕๕๐.

ศิริชัย สาครรัตน์กุล. (2548). The Global Compact's tem Principles (ออนไลน์) เข้าถึงได้

จาก: <http://www.nidambe11.net/ekonomiz/2005q3/article2005july14p10.htm> (3

มีนาคม 2552)

สถาบันไทยพัฒนา **คำนิยาม CSR** (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก

: [http://thaicsr.blogspot.com/2006/03/blog-post\\_20.html](http://thaicsr.blogspot.com/2006/03/blog-post_20.html) (3 มีนาคม 2552).

The European Commission **คำนิยาม CSR** (ออนไลน์) เข้าถึงได้

จาก <http://catadmin.cattellecom.com/km/blog/surat/2008/08/04/lets-csr/> (3 มีนาคม

2552).

World Business Council for Sustainable Development. **คำนิยาม CSR** (ออนไลน์) เข้าถึง

ได้จาก <http://catadmin.cattellecom.com/km/blog/surat/2008/08/04/lets-csr/>

(3 มีนาคม 2552).

**ภาคผนวก ๑**  
**แนวการสัมภาษณ์ระดับลึก**

**ภาคผนวก ๒**  
**รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ระดับลึก**

ภาคผนวก ๓  
กำหนดการประชุมเชิงปฏิบัติการ  
วันที่ ๒๓ มิถุนายน ๒๕๕๒

ภาคผนวก ๔  
รายชื่อผู้เข้าร่วมการประชุมเชิงปฏิบัติการ  
วันที่ ๒๓ มิถุนายน ๒๕๕๒

ภาคผนวก ๕  
กำหนดการประชุม  
เพื่อนำเสนอผลงานการศึกษา  
วันที่ ๑๙ สิงหาคม ๒๕๕๒

**ภาคผนวก ๖**  
**รายชื่อผู้ที่เข้าร่วมการประชุม**  
**เพื่อนำเสนอผลงานการศึกษา**  
**วันที่ ๑๙ สิงหาคม ๒๕๕๒**

**การศึกษาแนวทางรูปแบบการสนับสนุน  
งานด้านวัฒนธรรมขององค์กรธุรกิจเอกชนในประเทศไทย  
โดยสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ**

**แนวการสัมภาษณ์ระดับลึกผู้บริหารองค์กรธุรกิจเอกชน**

ประเด็นหลัก	ประเด็นเสริม	จุดมุ่งหมายหรือความต้องการ
<p>๑. ผู้จัดเก็บข้อมูลชี้แจงวัตถุประสงค์ของการศึกษา วิธีการจัดเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ลึก</p>	<p>๑.๑ ชี้แจงว่าการศึกษานี้เป็นความต้องการของสำนักงานวัฒนธรรมแห่งชาติ</p> <p>๑.๒ การที่เลือกองค์กรแห่งนี้เป็นผู้ให้ข้อมูล ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบไม่เจาะจง จากกลุ่มองค์กรธุรกิจที่จัดไว้เป็นประเภท</p> <p>๑.๓ รูปแบบวิธีการสัมภาษณ์ เป็นไปตามชุดคำถามที่เตรียมไว้เป็นหลัก และจำเป็นต้องขอบันทึกเสียงการสัมภาษณ์</p> <p>๑.๔ ขออนุญาตสัมภาษณ์และนำข้อมูลไปใช้อ้างอิงในรายงาน</p>	<p>เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลได้รับทราบความมุ่งหมายของการศึกษา บทบาทของตนเองในการให้ข้อมูล และให้ความยินยอมสัมภาษณ์พร้อมให้นำข้อมูลไปใช้อ้างอิง</p>
<p>๒. ขว น ส น ท น า ใน เรื่องราวขององค์กรที่จัดเก็บข้อมูล ในเรื่องทั่วไปเช่น ชื่อ ประเภท การจัดตั้งจดทะเบียน ลักษณะการผลิต/บริการ ขนาด ที่ตั้ง สาขา วิธีการบริหารจัดการ</p>	<p>๒.๑ ชื่อ/ที่ตั้ง</p> <p>๒.๒ ประเภทองค์กร</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- องค์กรข้ามชาติ/องค์กรระดับประเทศ/องค์กรท้องถิ่น</li> <li>- ที่ตั้ง</li> </ul> <p>๒.๓ ลักษณะการผลิต/บริการ</p> <p>๒.๔ ขนาดองค์กร การบริหารจัดการ ดูจากจำนวน คนทำงาน องค์กรสาขา</p>	<p>เพื่อทำความรู้จักองค์กร สร้างความคุ้นเคย</p>

ประเด็นหลัก	ประเด็นเสริม	จุดมุ่งหมายหรือความต้องการ
<p>๓. ขวณสนทนาใน ข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ รวมทั้งความเข้าใจแนวคิด ของผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่อง CSR</p>	<p>๓.๑ ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบ เช่น เพศ อายุ ตำแหน่ง</p> <p>๓.๒ ทำงานในองค์กรนี้มานานเท่าไร</p> <p>๓.๓ คิดเกี่ยวกับเรื่ององค์กรธุรกิจและ CSR อย่างไร</p> <p>๓.๔ มีบทบาทอย่างไรเกี่ยวกับงาน CSR ขององค์กรนี้</p>	<p>เพื่อทำความรู้จักผู้ให้ข้อมูลด้านการดำเนินงาน CSR เป็นการนำเข้าสู่บท การสนทนา และเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลที่จัดเก็บในเรื่องนี้</p>
<p>๔. ประสบการณ์ของ องค์กรในรอบ 3 ปีที่ ผ่านที่มีการดำเนินงาน ที่เกี่ยวกับ CSR</p>	<p>๔.๑ องค์กรมีแรงจูงใจหรือแรงบันดาลใจ ต่อการริเริ่มกิจกรรม CSR</p> <p>๔.๒ ปีที่ผ่านมา (2551) องค์กรทำกิจกรรม CSR อะไรบ้าง ถ้าไม่ได้ทำเพราะอะไร</p> <p>๔.๓ ก่อนปี 2551 องค์กรทำกิจกรรม CSR อะไรบ้าง ถ้าไม่ได้ทำเพราะอะไร</p>	<p>เพื่อเรียนรู้ประสบการณ์ และกิจกรรม CSR ของ องค์กร ที่ เก็บ ข้อมูล ย้อนหลัง 3 ปี</p>
<p>๕. ขอลงถึงรายละเอียด การทำกิจกรรม CSR ปี 2551 เป็นรายกิจกรรม ( คำถามตามประเด็น เสริม)</p>	<p>๕.๑ รูปแบบและแนวทางการจัดทำ กิจกรรม หรือสนับสนุนกิจกรรม</p> <p>๕.๒ กระบวนการ ขั้นตอน การสนับสนุน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- กระบวนการคัดเลือกประเด็น/ กลุ่มเป้าหมาย/ พื้นที่</li> <li>- หลักเกณฑ์การคัดเลือกองค์กรที่ ทำงานร่วมกัน</li> <li>- การประสาน เชื่อมโยงกับผู้ที่เกี่ยวข้อง</li> </ul>	
<p>๖. กิจกรร ม ที่ ทำ ใน ระหว่าง 3 ปีที่ผ่านมา มีกิจกรรมใดที่เป็น กิจกรรมสนับสนุนด้าน วัฒนธรรมบ้างหรือไม่ ถ้า มี ให้ ถำ ม ตำ ม คำถามในประเด็นเสริม</p>	<p>๖.๑ กิจกรรม สนับสนุนด้านวัฒนธรรมนั้น สนับสนุนวัฒนธรรมประเภทใดบ้าง ขอข้อมูลด้านรูปแบบการสนับสนุน ระยะเวลา ความต่อเนื่องของทุก กิจกรรม</p> <p>๖.๒ ในแต่ละกิจกรรมที่กล่าวให้ผลผลิต หรือผลลัพธ์ที่ต้องการหรือไม่อย่างไร</p>	<p>เพื่อตรวจสอบร่วมกัน เกี่ยวกับ แนว คิด ว่า กิจกรรมใดเป็นกิจกรรม วัฒนธรรมหรือไม่ และ เพื่อดูกระบวนการทำงาน</p>

ประเด็นหลัก	ประเด็นเสริม	จุดมุ่งหมายหรือความต้องการ
ซักถามมั่นใจว่าไม่มีให้ข้ามไปข้อ 7	๖.๓ ปัญหา อุปสรรค ในการทำงานร่วมกัน กับองค์กรด้านวัฒนธรรม / องค์กรทางสังคมหรือไม่ อย่างไร ในแต่ละกิจกรรมที่ทำ	
๗. ทิศทางความต้องการในการดำเนินกิจกรรม CSR ขององค์กรในระยะต่อไป	๗.๑ ทิศทางการสนับสนุนในอนาคตสำหรับงานด้านวัฒนธรรม ๗.๒ ทิศทาง แนวทาง และความเป็นไปได้ขององค์กร / ชุมชนด้าน วัฒนธรรม กับความร่วมมือกับองค์กรธุรกิจเพื่อสังคม	เพื่อดูว่าองค์กรที่ศึกษามีทิศทางการดำเนินงานเรื่อง CSR ในระยะต่อไปอย่างไร
๘. ความคิดเห็นเกี่ยวกับวิธีการส่งเสริมให้องค์กรธุรกิจสนใจทำ CSR ด้านวัฒนธรรม	๘.๑ ข้อเสนอแนะต่อการทำงานร่วมกันขององค์กรด้านวัฒนธรรมกับองค์กรธุรกิจเพื่อสังคม ๘.๒ ข้อเสนอแนะต่อแนวทาง วิธีการ การเข้าสู่หลักเกณฑ์การลดหย่อนภาษีของกระทรวงการคลังสำหรับองค์กร / ชุมชนด้านวัฒนธรรม กับองค์กรธุรกิจเพื่อสังคม	

## แนวการสัมภาษณ์ระดับลึกองค์กรด้านวัฒนธรรม

### ๑. สัมภาษณ์วัฒนธรรมจังหวัด

- ๑.๑ แนวคิดและการพัฒนาสภาวัฒนธรรม (จุดเริ่มและประเมินพัฒนาการ – ศักยภาพและข้อจำกัด)
- ๑.๒ บทบาทการสนับสนุนของวัฒนธรรมจังหวัด (การจัดทำแผน-การเป็นพี่เลี้ยง-อำนาจในการตัดสินใจ-การเป็นตัวกลางในการทำงานประสานกับหน่วยงานอื่น-การจัดหางบประมาณมาสนับสนุน)
- ๑.๓ ประสบการณ์ ข้อคิดเห็น ความต้องการในการทำงานร่วมกับองค์กรธุรกิจเอกชน (ทั้งในงานที่วัฒนธรรมจังหวัดรับผิดชอบโดยตรงและการสนับสนุนสภาวัฒนธรรม)

### ๒. สัมภาษณ์ประธานสภาวัฒนธรรมจังหวัด+อำเภอและตำบล

- ๒.๑ วิสัยทัศน์-ภารกิจขององค์กร
- ๒.๒ การบริหารจัดการ
  - การจัดทำแผนการทำงานรายสามปี-รายปีและรายสามเดือน (มีหรือไม่มี อย่างไร)
  - กระบวนการทำงาน ประจำวันและรายเดือน
  - ด้านคนทำงาน เป็นใคร บทบาทหน้าที่อะไรบ้าง มีวาระการทำงานอย่างไร มีแรงจูงใจอะไรในการเข้าร่วม
  - สถานที่-ใช้ที่ไหนเป็นศูนย์ประสานงาน/ ใครดำเนินการประสานการประชุม
  - จุดเน้นของกิจกรรมจากหกกลุ่มในโครงการสายใยชุมชน คืออะไร (๑. คลังสมอง ภูมิปัญญาท้องถิ่น ๒. การส่งเสริมอาชีพด้านศิลปะและวัฒนธรรม ๓. การส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม ๔. ลานวัฒนธรรม ๕. พิพิธภัณฑสถานพื้นบ้าน ๖. สารสนเทศและห้องสมุดชุมชน )
  - แผนงานในอนาคต
- ๒.๓ กระบวนการสนับสนุนของพี่เลี้ยงและการจัดหางบประมาณมาสนับสนุน
- ๒.๔ การทำงานทั้งสามระดับสัมพันธ์กันหรือไม่ อย่างไร ใครเป็น supervisor
- ๒.๕ การทำงานประสานกับหน่วยงานอื่น
- ๒.๖ ประสบการณ์ ข้อคิดเห็น ความต้องการในการทำงานร่วมกับองค์กรธุรกิจเอกชน

## รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ระดับลึก"การศึกษาแนวทาง รูปแบบ การสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรมขององค์กรธุรกิจเอกชนในประเทศไทย"

ชื่อบริษัท/สถานที่ติดต่อ	ผู้ให้สัมภาษณ์/ตำแหน่ง	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์/โทรสาร/email www	วันสัมภาษณ์ ผู้สัมภาษณ์	
บริษัทในตลาดหลักทรัพย์					
1	บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	คุณเสาวนีย์ ลิ้มมานนท์ รองผู้อำนวยการและหัวหน้า สายงานสื่อสารองค์กร และส่งเสริมกิจกรรมสาธารณะ	18 อาคารทรูทาวเวอร์ ถนนรัชดาภิเษก เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310	Tel: +66 2 6992777 Fax: +66 2 6994909 Cell: +66 86 5995620 <a href="http://www.truecorp.co.th">www.truecorp.co.th</a> <a href="mailto:saovanee_lim@truecorp.co.th">saovanee_lim@truecorp.co.th</a> เลขที่-คุณดุษณี +66 2 6992777 <a href="mailto:dusanee_sod@truecorp.co.th">dusanee_sod@truecorp.co.th</a>	24/3/2552 จรัญญา แดงน้อย
2	มูลนิธิสยามกัมมาจล ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	คุณปิยาภรณ์ มั่นตะจิตร์ ผู้จัดการมูลนิธิสยามกัมมาจล - -	ชั้น 19 ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ 9 ถนนรัชดาภิเษก แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900	Tel: +66 2 5445858 Fax: +66 2 5443896 <a href="http://www.scbfoundation.com">www.scbfoundation.com</a> <a href="mailto:scbf_piyapom@scb.co.th">scbf_piyapom@scb.co.th</a> เลขที่-คุณดลฤดี +66 2 5443991	31/3/2552 จรัญญา แดงน้อย

ชื่อบริษัท/สถานที่ติดต่อ		ผู้ให้สัมภาษณ์/ตำแหน่ง	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์/โทรสาร/email www	วันสัมภาษณ์ ผู้สัมภาษณ์
3	บริษัท แพรนด้า จิวเวลรี่ จำกัด (มหาชน)	คุณสมพร หิรัญรัตน์ ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรบุคคล	28 ซอยบางนา-ตราด 28 เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260	Tel: +66 2 3613311 ext 141 Fax: +66 2 3994877 Cell: +66 89 2031252 <a href="http://www.pranda.co.th">www.pranda.co.th</a> <a href="mailto:somporn_h@pranda.co.th">somporn_h@pranda.co.th</a>	3/4/2552 จรัญญา แดงน้อย
4	บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน)	คุณประเสริฐ สริลอำไพ ผู้จัดการ ฝ่ายกิจการเพื่อสังคม	5555 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900	Tel: +66 2 5372166 Fax: +66 2 5372171 Cell: 66 81 8360374 <a href="mailto:prasert.s@pttplc.com">prasert.s@pttplc.com</a> <a href="http://www.pttplc.com">www.pttplc.com</a> เลขหา-คุณระวิพันธ์ +66 2 5371634 <a href="mailto:raviphan.p@ptt.plc.com">raviphan.p@ptt.plc.com</a> <a href="mailto:tom17373@hotmail.com">tom17373@hotmail.com</a>	17/4/2552 จรัญญา แดงน้อย

	ชื่อบริษัท/สถานที่ติดต่อ	ผู้ให้สัมภาษณ์/ตำแหน่ง	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์/โทรสาร/email www	วันสัมภาษณ์ ผู้สัมภาษณ์
5	บริษัท อมรินทร์พริ้นท์ดิ้ง แอนด์พับลิชซิ่ง จำกัด (มหาชน)	คุณวารรัตน์ ศรีศรีวิชัย ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดและ สื่อสารแบรนด์	65/101-103 ถนนชัยพฤกษ์ (บรมราชชนนี) เขตตลิ่งชัน กรุงเทพฯ 10170	Tel: +66 2 4229999 ext 4142 Fax: +66 2 4229999 ext 4130 Cell: +66 89 0089955 <a href="http://www.amarin.co.th">www.amarin.co.th</a> <a href="mailto:vararat@amarin.co.th">vararat@amarin.co.th</a> เลขา-คุณจีบ Tel: +66 2 4229999 ext 4120 Cell: +66 80 9219109 <a href="mailto:wanvisa@amarin.co.th">wanvisa@amarin.co.th</a>	30/4/2552 จรัญญา แดงน้อย
6	บริษัท สหพัฒนพิบูล จำกัด (มหาชน)	ดร.เพ็ญญา ธาราสารศิลป์ กรรมการบริหาร	2156 ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10131	Tel: +66 2 3180062 ext 1329 Fax: +66 2 7166344 <a href="mailto:pennapha@sahapat.co.th">pennapha@sahapat.co.th</a> <a href="http://www.sahapat.co.th">www.sahapat.co.th</a> เลขา-คุณวีรวรรณ	7/5/2552 จรัญญา แดงน้อย

ชื่อบริษัท/สถานที่ติดต่อ		ผู้ให้สัมภาษณ์/ตำแหน่ง	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์/โทรสาร/email www	วันสัมภาษณ์ ผู้สัมภาษณ์
7	บริษัท ปูนซิเมนต์ จำกัด (มหาชน)	คุณสุวิมล จิวาลักษณ์ ผู้ช่วยผู้อำนวยการสำนักงาน สื่อสารองค์กร	1 ถนนปูนซีเมนต์ไทย บางซื่อ กรุงเทพ ฯ 10800	Tel: +66 2 5863772 Fax: +66 2 5862974, 5863709 <a href="http://www.scg.co.th">www.scg.co.th</a> <a href="mailto:suvimolc@scg.co.th">suvimolc@scg.co.th</a>	18/5/2552 นางญา วีระฉันทะชาติ
		คุณวีรยศ อันสำราญ ผู้ช่วยผู้จัดการสำนักงานสื่อสาร องค์กร		Tel: +66 2 5863772 <a href="mailto:veerayoo@scg.co.th">veerayoo@scg.co.th</a>	
8	บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน)	คุณธีรเดช กมลสันติโรจน์ ผจก.อาวุโสแผนกภาพลักษณ์ องค์กรและกิจกรรมพิเศษ	สำนักงานเซ็นทรัลเวสต์ ชั้น 30 999/9 ถ.พระราม 1, ปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330	Tel: +66 2 6675555 ext 4100 Fax: +66 2 2645575 Cell: +66 81 8040038 <a href="mailto:kateeradej@cpn.co.th">kateeradej@cpn.co.th</a> <a href="http://www.cpn.co.th">www.cpn.co.th</a>	4/6/2552 นางญา วีระฉันทะชาติ
		คุณเสาวณีย์ จรัสเรืองชัย ผช.ผจก.แผนกภาพลักษณ์ องค์กรและกิจกรรมพิเศษ		- - -	

	ชื่อบริษัท/สถานที่ติดต่อ	ผู้ให้สัมภาษณ์/ตำแหน่ง	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์/โทรสาร/email www	วันสัมภาษณ์ ผู้สัมภาษณ์
9	ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	คุณบดินทร์ อุณาภูล	333 ถนนสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500	Tel : +66 2 2301718 - - <a href="http://www.bbl.co.th">www.bbl.co.th</a> คุณนุชรียา ชูลีวัฒนกุล Tel : +66 2 2301718 <a href="mailto:nuchareeya.chu@bbl.co.th">nuchareeya.chu@bbl.co.th</a> วรรณิตา ศุภชัยเจริญรักษ์ Tel : +66 2 2301946 <a href="mailto:wannita.sup@bbl.co.th">wannita.sup@bbl.co.th</a>	22/6/2552 นุชรียา ชูลีวัฒนกุล
10	บริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)	คุณธนสิทธิ์ เตชรุ่งวณิชยุ ผจก.แผนก ปชส-กันตนา	333/3 รัชดานิเวศน์ ซอย 19, ถนนประชาอุทิศ, เขตห้วยขวาง, กรุงเทพฯ 10321	Tel: +66 2 2750046 ext 486 Fax: +66 2 2754530 Cell: +66 89 2160051 <a href="http://www.kantana.com">www.kantana.com</a> <a href="mailto:info@kantana.co.th">info@kantana.co.th</a>	

ชื่อบริษัท/สถานที่ติดต่อ		ผู้ให้สัมภาษณ์/ตำแหน่ง	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์/โทรสาร/email www	วันสัมภาษณ์ ผู้สัมภาษณ์
<b>บริษัทนอกตลาดหลักทรัพย์</b>					
1	<b>มูลนิธิไทยรัฐ</b> บริษัท วัชรพล จำกัด	<b>คุณวิเชน โปชนุกูล</b> เลขาธิการมูลนิธิ	เลขที่ 1 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900	Tel: +66 2 2721754 Fax: +66 2 2721754 Cell: +66 81 3366770 <a href="mailto:vichen@thairath.co.th">vichen@thairath.co.th</a> <a href="http://www.thairath.co.th/foundation/indexF.html">www.thairath.co.th/foundation/indexF.html</a> <a href="http://www.thairath.co.th">www.thairath.co.th</a>	11/3/2552 จรัญญา แดงน้อย
2	<b>บริษัท ไทยคราฟท์ จำกัด</b>	<b>คุณโอม บัวเขียว</b> ผู้จัดการฝ่ายผลิต	242 ซอยอาคารสงเคราะห์ ถนนอาคารสงเคราะห์ซอย 15 แขวงทุ่งวัดดอน, เขตสาทร, กทม. 10120	Tel: +66 2 6760636-8 ext 230 Fax: +66 2 2860675 <a href="mailto:ohm@thaicraft.org">ohm@thaicraft.org</a> <a href="http://www.thaicraft.org">www.thaicraft.org</a>	12/3/2552 จรัญญา แดงน้อย
3	<b>มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น</b> บริษัท เซนต์จอห์นเพื่อการศึกษา จำกัด	<b>นายแพทย์จุฬาเกษม ชินะผา</b> อธิการบดี	แขวงลาดพร้าว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900	Tel: +66 2 5113800 Fax: +66 2 5130770 <a href="mailto:chu@stjohn.ac.th">chu@stjohn.ac.th</a> เลขา-คุณเกตุ +66 2 9387081 -	12/3/2552 จรัญญา แดงน้อย

ชื่อบริษัท/สถานที่ติดต่อ		ผู้ให้สัมภาษณ์/ตำแหน่ง	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์/โทรสาร/email www	วันสัมภาษณ์ ผู้สัมภาษณ์
4	บริษัท ทีวีบูรพา จำกัด	คุณสุทธิพงษ์ ธรรมวุฒิ กรรมการผู้จัดการ	22/4 ซอยรามคำแหง 43/1 แขวงวังทองหลาง เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ 10310.	Tel: +66 2 9575793 Fax: +66 2 9575796 <a href="mailto:thumawuit_s@tvburapa.com">thumawuit_s@tvburapa.com</a> <a href="http://www.tvburabha.com">www.tvburabha.com</a> เลขหา-คุณเอ๋	24/4/2552 จรัญญา แดงน้อย
5	บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด	คุณพิตรารภรณ์ บุญยรัตพันธุ์ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ ฝ่ายสื่อสารองค์กร	250 ถนนรัชดาภิเษก เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10320	Tel : + 66 2 2902120, 2749400 Fax : +66 2 2749370 <a href="http://www.muangthai.co.th">www.muangthai.co.th</a> <a href="mailto:phittraporn_p@muangthai.co.th">phittraporn_p@muangthai.co.th</a> เลขหา-คุณอาร์ท +66 2 2902421	9/4/2552 จรัญญา แดงน้อย
		คุณรัชดา พุ่มสุวรรณ ผู้อำนวยการฝ่าย ฝ่ายสื่อสารองค์กร		Cell: +66 81 8390493 <a href="mailto:rachada_p@muangthai.co.th">rachada_p@muangthai.co.th</a>	
6	มูลนิธิตาแฮร์สยามวาลา บริษัท ดี เอช เอ สยามวาลา จำกัด	คุณโอภาส สยามวาลา ผู้จัดการมูลนิธิ (ผอ.ฝ่ายวางแผนและพัฒนา ธุรกิจ)	210 ถนนสุรวงศ์ แขวงสี่พระยา เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500	Tel: +66 2 2370500, 2372895 Fax: +66 2 2672394 <a href="http://www.dhas.com">www.dhas.com</a> <a href="mailto:opas@dhas.com">opas@dhas.com</a> เลขหา-คุณอุษา +66 2 2370500 Ext 424 <a href="mailto:usa@dhas.com">usa@dhas.com</a>	10/4/2552 จรัญญา แดงน้อย

	ชื่อบริษัท/สถานที่ติดต่อ	ผู้ให้สัมภาษณ์/ตำแหน่ง	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์/โทรสาร/email www	วันสัมภาษณ์ ผู้สัมภาษณ์
7	เมืองโบราณ บริษัท วิริยะธุรกิจ จำกัด	คุณกันทร ทองธิว รองกรรมการผู้จัดการ	296/1 หมู่ 7 ถนนสุขุมวิท ต.บางปู้ใหม่ อ.เมือง สมุทรปราการ 10280	Tel: +66 2 7091644-5 Fax: +66 2 3239253 <a href="http://www.ancientcity.com">www.ancientcity.com</a> เลขา-คุณน้อม +66 2 7091644 <a href="mailto:nim_group26@hotmail.com">nim_group26@hotmail.com</a>	22/4/2552 จรัญญา แดงน้อย
8	บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด	คุณระวินทร์ ชมพูนุชธานินทร์ ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์	999 ถนนสามเสน เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300	Tel: +66 2 6592295 Fax: +66 2 6592109 Cell: +66 81 9872669 <a href="mailto:rawin@boonrawd.co.th">rawin@boonrawd.co.th</a>	28/5/2552 นาฎญา วีระฉันทะชาติ
		คุณวิรัชญา จัมมวานิชกุล ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่าย ประชาสัมพันธ์		Tel: +66 2 6592281 Fax: +66 2 6592109 <a href="mailto:varittha@boonrawd.co.th">varittha@boonrawd.co.th</a> <a href="http://www.boonrawd.co.th">www.boonrawd.co.th</a>	

	ชื่อบริษัท/สถานที่ติดต่อ	ผู้ให้สัมภาษณ์/ตำแหน่ง	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์/โทรสาร/email www	วันสัมภาษณ์ ผู้สัมภาษณ์
9	บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด	<b>คุณจิตติมา คงจำเนียร</b> ผู้อำนวยการ สำนักงานวางแผนการส่งเสริม สังคมและสำนักเลขานุการ มูลนิธิโตโยต้าประเทศไทย	186/1 หมู่ 1 ถ. ทางรถไฟเก่า ต.ลำโรงใต้ อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ 10130	Tel: +66 2 3861398 Fax: +66 2 3862880 Cell: +66 81 9327925 <a href="mailto:jkongchu@toyota.co.th">jkongchu@toyota.co.th</a> คุณกนกวรรณ +66 85 0535666 <a href="http://www.toyota.co.th">www.toyota.co.th</a>	29/5/2552 นาฎยา วีระฉันทะชาติ
		<b>คุณพรพรรณ สิ้นศิริ</b> ผู้จัดการ มูลนิธิโตโยต้าประเทศไทย		Tel: +66 2 3861393 Fax: +66 2 3862880 Cell: +66 81 7350424, 5481308 <a href="mailto:psinkere@toyota.co.th">psinkere@toyota.co.th</a>	
		<b>คุณวิเชียร หิรัญมผล</b> ผู้จัดการฝ่ายกฎหมาย		Tel: +66 2 3861499 Fax: +66 2 3861917	
		<b>คุณปัทมिता ธรรมมงคล</b> นิติกร		Tel: +66 2 3861499 Fax: +66 2 3861917 Cell: +66 89 4449485 <a href="mailto:pthummon@toyota.co.th">pthummon@toyota.co.th</a>	

ชื่อบริษัท/สถานที่ติดต่อ		ผู้ให้สัมภาษณ์/ตำแหน่ง	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์/โทรสาร/email www	วันสัมภาษณ์ ผู้สัมภาษณ์
10	บริษัท เมอร์ค ประเทศไทย จำกัด	คุณสุวรรณา สมใจวงศ์ ผู้จัดการฝ่ายรับผิดชอบต่อสังคม	623 อาคารเอ็มโพเรียม ทาวเวอร์ ชั้น 19 ถนนสุขุมวิท คลองตัน คลองเตย กรุงเทพฯ 10111	Tel: +66 2 6678214 Fax: +66 2 6678399 Cell: +66 81 2673159 <a href="mailto:suwanna@merck.co.th">suwanna@merck.co.th</a> <a href="http://www.merck.co.th/">www.merck.co.th/</a>	
บริษัทในภูมิภาค					
1	อุทยานการค้ากาดสวนแก้ว เชียงใหม่	คุณเอกชัย ลากคงอนันต์ ผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสาร การตลาด		Tel: +66 53 224444 ext 19011 Fax: +66 53 224555 Cell: +66 88 1200001 <a href="mailto:eak_ksk@hotmail.com">eak_ksk@hotmail.com</a>	28/4/2552 บุญยาพร
2	บริษัท วงษ์พานิชย์กรุ๊ป จำกัด พิษณุโลก	ดร.สมไทย วงษ์เจริญ ประธานกรรมการ	19/9 ม.3 ถ.พิษณุโลก-บาง กระทุ่มต.ท่าทอง อ.เมือง จ.พิษณุโลก 65001	Tel: +66 55 321555 Fax: +66 55 321788-90 <a href="mailto:wongpanit@gmail.com">wongpanit@gmail.com</a> <a href="http://www.wongpanit.com">www.wongpanit.com</a> เลขา-คุณฝน ต่อ 123	27/5/2552 วีระชัย วีระดั้นทะชาติ

	ชื่อบริษัท/สถานที่ติดต่อ	ผู้ให้สัมภาษณ์/ตำแหน่ง	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์/โทรสาร/email www	วันสัมภาษณ์ ผู้สัมภาษณ์
3	กลุ่มบริษัทฟาร์มโชคชัย นครราชสีมา	คุณโชค บูลกุล กรรมการผู้จัดการกลุ่มบริษัท	298 หมู่ 8 ถ.วิภาวดีรังสิต คูคต,อำเภอลำลูกกา ปทุมธานี 12130	Tel: +66 2 5322846 Fax: +66 2 5312436 <a href="http://www.farmchokchai.com">www.farmchokchai.com</a> <a href="mailto:choakbul@cscoms.com">choakbul@cscoms.com</a> เลขา-คุณราตรี <a href="mailto:info@farmchokchai.com">info@farmchokchai.com</a> 081-845-6059	7/5/2552 จรัญญา แดงน้อย
4	บริษัท ออกแบบไร่เนา (ประเทศไทย)จำกัด บ้านไร่กาแฟ สระบุรี	คุณอัจฉิมา พูนทวีป ผจก.ฝ่ายตรวจประเมินระบบ องค์การ	31 หมู่ 6 ต.หนองควายไช ถ.พหลโยธิน ต.คลองหนึ่ง อ.หนองแขง จ.สระบุรี 18170 84/24 หมู่ 8 ซ.นันทพร ถ.พหลโยธิน ต.คลองหนึ่ง อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี 12121	Tel: +66 36 227118 Fax: +66 36 227118 Cell: +66 85 1237378 Tel: +66 2 9029419 Fax: +66 2 9029419 ext 112 <a href="http://www.banriecoffee.com">www.banriecoffee.com</a> <a href="mailto:factory@banriecoffee.com">factory@banriecoffee.com</a>	20/4/2552 จรัญญา แดงน้อย
5	บริษัท เพชรภูมิสิ่งพิมพ์ จำกัด เพชรบุรี	คุณศักดิ์สิทธิ์ วิบูลศิลป์โสภณ		Tel: +66 32 425310 Fax: +66 32 425310 Cell: +66 81 8312159 <a href="mailto:saksit_ph@hotmail.com">saksit_ph@hotmail.com</a>	6/6/2552 วีระชัย วีระดั้นทะชาติ

	ชื่อบริษัท/สถานที่ติดต่อ	ผู้ให้สัมภาษณ์/ตำแหน่ง	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์/โทรสาร/email www	วันสัมภาษณ์ ผู้สัมภาษณ์
6	ชุมพร คาบาน่า รีสอร์ท และ ศูนย์กีฬาดำน้ำ ชุมพร	คุณวริสร รัชพันธ์	69 หมู่ 8 ต.สะพลี อ.ปะทิว จ.ชุมพร 86230	Tel: +66 77 560245-7 Fax: +66 77 560245 Cell: +66 81 9703779 email: rakphan@hotmail.com http://www.cabana.co.th	10/3/2552 นาฎยา วีระฉันทะชาติ
7	โรงแรมร้อยเกาะ สุราษฎร์ธานี	คุณปัญญา แสงสุริยัน กรรมการผู้จัดการ	19/6 ม.3 ถ.บายพาส ต.มะขามเตี้ย อ.เมืองฯ จ.สุราษฎร์ธานี 84000	Tel: +66 77 201 150-8 Fax: +66 77 201 159 Cell: +66 81 272 1221; 81 271 2211	3/4/2552 นุชนารถ สีหภูมิ
8	โรงพยาบาลวัฒนแพทย์ ตรัง	นายแพทย์ สุนทร ฟองฟุ้ง คัลยแพทย์ ผู้อำนวยการฝ่ายการแพทย์	247/2 ถนน พัทลุง ต.ทับเที่ยง อ.เมือง จังหวัดตรัง 92000	Tel: +66 75 218585 ext 325  คุณใจเนตร ธรรมรักษ์ +66 75 218585 ext 340 Cell: 089 731 6828	20/4/2552 สุภาพร ชาวฟุ้ง

ชื่อบริษัท/สถานที่ติดต่อ		ผู้ให้สัมภาษณ์/ตำแหน่ง	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์/โทรสาร/email www	วันสัมภาษณ์ ผู้สัมภาษณ์
9	บริษัท เอเชียพรีซิชั่น จำกัด ชลบุรี	คุณอภิชาติ การุณกรสกุล ประธานบริหาร	นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร 700/331 ถ.บางนา-ตราด กม.57ต.ดอนหัวฬ่อ อ.เมือง จังหวัดชลบุรี 20000	Tel: +66 38 468300 Fax: +66 38 458752 Cell: +66 81 6429740 <a href="mailto:apichart@asiaprecision.com">apichart@asiaprecision.com</a> <a href="http://www.asiaprecision.com">www.asiaprecision.com</a>	29/4/2552 จรัญญา แดงน้อย
		คุณสัมฤทธิ์ สว่างคำ ผู้จัดการอาวุโสฝ่ายพัฒนา- ทรัพยากรบุคคล		Cell: +66 81 6191213 <a href="mailto:samrit@asiaprecision.com">samrit@asiaprecision.com</a>	
10	โรงพยาบาลสมิติเวช ศรีราชา ชลบุรี	ทพ.สุพจน์ กุญชรมณี รก.ผู้อำนวยการ	8 ซ.แหลมเกตู ถนนเฉลิมจอม พล เขตศรีราชา จังหวัดชลบุรี 20110	Tel: +66 38 320300 Fax: +66 38 324123 <a href="mailto:marketing@samitivej.co.th">marketing@samitivej.co.th</a> <a href="http://www.samitivej.co.th/sriracha">http://www.samitivej.co.th/sriracha</a> คุณอรุณี อรรคบุตร Cell: +668 9092 7711 <a href="mailto:arunee@samitivej.co.th">arunee@samitivej.co.th</a>	2/7/2552 นาฎยา วีระฉันทะชาติ

ชื่อบริษัท/สถานที่ติดต่อ		ผู้ให้สัมภาษณ์/ตำแหน่ง	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์/โทรสาร/email www	วันสัมภาษณ์ ผู้สัมภาษณ์
บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด(มหาชน)  ไม่ได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ เนื่องจากใช้ ข้อมูลของบริษัททรูคอร์ปอเรชั่น ซึ่งเป็นบริษัทในเครือเดียวกัน	คุณอภัยชนม์ วัชรสินธุ์ รองกรรมการผู้จัดการ ด้านประสานกิจการสัมพันธ์	313 อาคารซี.พี.ทาวเวอร์ ชั้น 25 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500	Tel:+66 2 6258000 ext 7338 สายตรง +66 2 6258471-2 Fax: +66 2 6382716 Cell: +66 89 1091952 <a href="http://www.cpfworldwide.com">http://www.cpfworldwide.com</a> <a href="mailto:abhaichon@yahoo.com">abhaichon@yahoo.com</a> <a href="mailto:abaichon@cpf.co.th">abaichon@cpf.co.th</a> เลขา-คุณเอ๋	3/3/2552 จรัญญา แดงน้อย	
<b>สภาวัฒนธรรม</b>					
1	สภาวัฒนธรรมจังหวัดสุราษฎร์ธานี	นายปิยพจน์ สุเมธอักษร ประธานสภาวัฒนธรรม จังหวัดสุราษฎร์ธานี		Fax: +66 77 210048 Cell: +66 81 8914285	นุชนารถ สีหฤติ
2	สภาวัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรี	เลขานุการสภาวัฒนธรรม จังหวัดเพชรบุรี			2/7/2552 นาฎญา วีระฉันทะชาติ
3	สภาวัฒนธรรมอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี	ประธานสภาวัฒนธรรม อำเภอเมือง gr=i[6iu			2/7/2552 นาฎญา วีระฉันทะชาติ

ชื่อบริษัท/สถานที่ติดต่อ	ผู้ให้สัมภาษณ์/ตำแหน่ง	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์/โทรสาร/email www	วันสัมภาษณ์ ผู้สัมภาษณ์
4 สภาวัฒนธรรมตำบลถ้ำรงค์ จังหวัดเพชรบุรี	นายบรรพต กำไลแก้ว ประธานสภาวัฒนธรรมตำบลถ้ำ รงค์จังหวัดเพชรบุรี		Cell: +66 81 7633933 <a href="mailto:wantana-3521@hotmail.com">wantana-3521@hotmail.com</a>	2/7/2552 นาฏยา วีระฉันทะชาติ
5 สภาวัฒนธรรม กรุงเทพมหานคร	นายธงชัย วรไพจิตร ประธานสภาวัฒนธรรม กทม.	ห้างสรรพสินค้าฟิวเจอร์ ปาร์คบางแค 607 ถ.เพชรเกษม แขวงบาง ห้วย เขตภาษีเจริญ กทม. 10160	Tel: +66 2 4548606 Fax: +66 2 4548811 Cell: +66 81 6227040 -	วีระชัย วีระฉันทะชาติ
6 สภาวัฒนธรรมจังหวัด ขอนแก่น	ประธานสภาวัฒนธรรม จังหวัดขอนแก่น			จรัญญา แแดงน้อย
7 สภาวัฒนธรรมตำบลสาวะถี จังหวัดขอนแก่น	นายชาลี พานสายตา ประธานสภาวัฒนธรรม ตำบลสาวะถี จังหวัดขอนแก่น		Cell: +66 87 4213916	จรัญญา แแดงน้อย
9 สภาวัฒนธรรมจังหวัดสุโขทัย	ประธานสภาวัฒนธรรม จังหวัดสุโขทัย			จรัญญา แแดงน้อย

ชื่อบริษัท/สถานที่ติดต่อ		ผู้ให้สัมภาษณ์/ตำแหน่ง	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์/โทรสาร/email www	วันสัมภาษณ์ ผู้สัมภาษณ์
10	สภาวัฒนธรรมตำบลบ้าน กล้วยจังหวัดสุโขทัย	คุณสมชาย พุ่มคนวิวัฒน์ ประธานสภาวัฒนธรรม ตำบลบ้านกล้วย		- -	จรัญญา แดงน้อย
ผู้แทนวัฒนธรรมจังหวัด (จำนวน 4 ท่าน)					
1	สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด สุราษฎร์ธานี	นางอัจฉรา อ่อนจันทร์ วัฒนธรรมจังหวัดสุราษฎร์ธานี	สำนักงานวัฒนธรรม จ.สุราษฎร์ธานี ศาลากลางจ.สุราษฎร์ธานี ชั้น 2 อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี	Tel: +66 77 275464 Cell: +66 89 9739838	นาฎญา วีระฉันทะชาติ
2	สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด เพชรบุรี	นายเกริกชัย ชชาติไทยไตรรงค์ วัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรี	สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด เพชรบุรี โรงเรียนวัดดอนไก่เตี้ย (เดิม) ถ.ดำเนินเกษม ต.คลองกระแซง อ.เมือง จ.เพชรบุรี 76000	Tel: +66 32 424324 Fax: +66 32 424325 Cell: +66 89 2548739	นาฎญา วีระฉันทะชาติ
3	สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด ขอนแก่น	นายเผด็จ สุขเกษม วัฒนธรรมจังหวัดขอนแก่น	สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด ขอนแก่น ศาลากลางจังหวัดขอนแก่น ถ.ศูนย์ราชการ ต.ในเมือง อ.เมือง จ.ขอนแก่น 40000	Tel: +66 43 345013 Fax: +66 43 243014 Cell: +66 89 5699902 phadet04@gmail.com	จรัญญา แดงน้อย

	ชื่อบริษัท/สถานที่ติดต่อ	ผู้ให้สัมภาษณ์/ตำแหน่ง	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์/โทรสาร/email www	วันสัมภาษณ์ ผู้สัมภาษณ์
4	สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด สุโขทัย	นายสมศักดิ์ ลิขสิทธิ์ วัฒนธรรมจังหวัดสุโขทัย	สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด สุโขทัย ศาลากลางจังหวัดสุโขทัย อาคาร ๑ ชั้น ๒ ถ.นิกรเกษม ต.ธานี	Tel: +66 55 616130 Fax: +66 55 616130 Cell: +66 89 9618761	จริญญา แดงน้อย

## กำหนดการ

การประชุมเชิงปฏิบัติการ “แนวทาง รูปแบบการสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรมของ  
องค์กรธุรกิจเอกชนในประเทศไทย”

วันอังคารที่ ๒๓ มิถุนายน ๒๕๕๒ เวลา ๑๒.๓๐ – ๑๖.๓๐ น.

ณ ห้องประชุม ๑ ศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย  
สนับสนุนการศึกษาโดย สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ  
กระทรวงวัฒนธรรม

\*\*\*\*\*

- ๑๒.๓๐ – ๑๓.๐๐ ลงทะเบียน
- ๑๓.๐๐ – ๑๓.๓๐ เปิดการสัมมนาและแนะนำ “ บทบาทสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรม  
แห่งชาติ (สวช.) ในการสนับสนุนงานวัฒนธรรมแบบบูรณาการ”  
โดย นางนันทิยา สว่างวุฒิธรรม รองเลขาธิการคณะกรรมการวัฒนธรรม  
แห่งชาติ
- ๑๓.๓๐ – ๑๓.๕๐ นำเสนอภาพรวมและกระบวนการในการศึกษา  
โดย นายวีระชัย วีระจันทะชาติ หัวหน้าโครงการวิจัย
- ๑๓.๕๐ – ๑๔.๒๐ นำเสนอผลการสังเคราะห์ข้อมูลการศึกษาเอกสาร “แนวคิดและกระบวนการ  
ในการพัฒนากิจกรรม ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจเอกชน”  
โดย นางสาวระจิตตา ณ พัทลุง  
ผู้อำนวยการสำนักงานคณะผู้เชี่ยวชาญด้านประชากร และที่ปรึกษา  
โครงการวิจัย
- ๑๔.๒๐ – ๑๕.๐๐ นำเสนอผลการสังเคราะห์ข้อมูลขั้นต้นจากการสัมภาษณ์ระดับลึก “รูปแบบ  
CSR ในการสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรมขององค์กรธุรกิจเอกชน”  
โดย คุณจรัญญา แดงน้อย และแลกเปลี่ยนกับผู้เข้าร่วม
- ๑๕.๐๐ – ๑๕.๑๕ พักรับประทานอาหารว่าง

- ๑๕.๑๕ – ๑๖.๐๐ การระดมความคิดเห็น เรื่อง “ กลไก รูปแบบที่เหมาะสมของภาครัฐและเอกชนต่อการสนับสนุน CSR ในงานด้านวัฒนธรรม”  
โดย ตัวแทนจากองค์กรเครือข่าย CSR, ธุรกิจภาคเอกชน และภาครัฐจากกระทรวงวัฒนธรรม
- **คุณปาริณา ประยุกต์วงศ์,**  
กรรมการและผู้จัดการกองเลขานุการ, เดอะเนทเวิร์ค
  - **คุณรัชนิดา ตนะสอน**  
ปลัดสำนักนโยบาย ๑, รก.ผจก.ฝ่ายสำนักกลาง ๔  
บริษัท ออกแบบไร่นา (ประเทศไทย)จำกัด / บ้านไร่กาแฟ
  - **คุณเกริกชัย ชาติไทยไตรรงค์**  
วัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรี
  - **คุณนันทิ พุคยาภรณ์**  
ประธานสภาวัฒนธรรม จ.นครสวรรค์ และประธานสภาวัฒนธรรมภาคเหนือ  
ดำเนินการโดย นายวีระชัย วีระนันทะชาติ หัวหน้าโครงการวิจัย
- ๑๖.๐๐ – ๑๖.๓๐ สรุปข้อคิดเห็นและผลการประชุม

## รายชื่อผู้เข้าร่วมการประชุมเชิงปฏิบัติการ “แนวทาง รูปแบบการสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรมขององค์กรธุรกิจภาคเอกชนในประเทศไทย”

๒๓ มิถุนายน ๒๕๕๒

ณ ห้องประชุม ๑ ศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย

สนับสนุนการศึกษาโดย สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงวัฒนธรรม

ชื่อบริษัท/สถานที่ติดต่อ	ผู้ให้สัมภาษณ์/ตำแหน่ง	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์/โทรสาร/email www
บริษัทที่เข้าร่วมกระบวนการสัมภาษณ์จากส่วนกลาง 6 แห่ง			
1 บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด	คุณดวงกมล ลิขสิทธิ์พันธ์ เจ้าหน้าที่อาวุโส	250 ถนนรัชดาภิเษก เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10320	Tel : +66 2 290๖๖ ๒ ๒๙๐๒๑๒๘ Fax : +๖๖ ๒ ๒๙๔๙๓๒๐ pr@muangthai.co.th
	คุณจิรศักดิ์ วงศ์พรหม		Tel : +๖๖ ๒ ๒๙๐๒๔๘๑ pr@muangthai.co.th
2 บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน)	คุณเบญจมาศ จันทอุทิศ ผู้จัดการ ส่วนวัฒนธรรม ฝ่ายกิจการเพื่อสังคม	555 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900	Tel: +66 2 5372156 Fax: +66 2 5372174 Cell: +66 81 8543535 <a href="mailto:benjamas.c@ptt.plc.com">benjamas.c@ptt.plc.com</a> <a href="http://www.pttplc.com">www.pttplc.com</a>

ชื่อบริษัท/สถานที่ติดต่อ	ผู้ให้สัมภาษณ์/ตำแหน่ง	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์/โทรสาร/email www
3 บริษัท อมารินทร์พรินท์ติ้ง แอนด์พับลิชซิ่ง จำกัด (มหาชน)	คุณมะลิวรรณ เตชะฤทธิ์ ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดและ สื่อสารแบรนด์	65/101-103 ถนนชัยพฤกษ์ (บรมราชชนนี) เขตตลิ่งชัน กรุงเทพฯ ๑๐๑๗๐	Tel: +66 2 4229999 ext 4120 Fax: +66 2 4229999 ext 4130 Cell: +66 81 8448981 <a href="mailto:maliwan_de@amarin.co.th">maliwan_de@amarin.co.th</a> <a href="http://www.amarin.co.th">www.amarin.co.th</a>
4 บริษัท ปูนซีเมนต์ จำกัด (มหาชน)	คุณสุวิมล จิวาลักษณ์ ผู้ช่วยผู้อำนวยการสำนักงาน สื่อสารองค์กร	1 ถนนปูนซีเมนต์ไทย บางซื่อ กรุงเทพฯ ๑๐๘๐๐	Tel: +66 2 5863772 Fax: +66 2 5862974, 5863709 <a href="mailto:suvimolc@scg.co.th">suvimolc@scg.co.th</a> <a href="http://www.scg.co.th">www.scg.co.th</a>
	คุณวีรยศ อันสำราญ ผู้ช่วยผู้จัดการสำนักงาน สื่อสารองค์กร		Tel: +66 2 5863772 <a href="mailto:veerayoo@scg.co.th">veerayoo@scg.co.th</a>
5 บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด	คุณพรพรรณ สิ้นศิริ ผู้จัดการมูลนิธิโตโยต้าประเทศไทย	186/1 หมู่ 1 ถ. ทางรถไฟเก่า ต.สำโรงใต้ อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ 10130	Tel: +66 2 3861393 Fax: +66 2 3862880 Cell: +66 81 7350424, 85 4881308 <a href="mailto:psinkere@toyota.co.th">psinkere@toyota.co.th</a> <a href="http://www.toyota.co.th">www.toyota.co.th</a>

ชื่อบริษัท/สถานที่ติดต่อ	ผู้ให้สัมภาษณ์/ตำแหน่ง	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์/โทรสาร/email www
6 ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	คุณนุชริยา ชูลีวัฒนกุล	333 ถนนสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500	Tel : +66 2 2301718 nuchareeya.chu@bbl.co.th <a href="http://www.bbl.co.th">www.bbl.co.th</a> วรรณิตา ศุภชัยเจริญรักษ์ +66 2 2301946 wannita.sup@bbl.co.th
<b>บริษัทกลุ่มใหม่จากส่วนกลาง 6 แห่ง</b>			
1 มหาวิทยาลัยรังสิต	คุณสมเกียรติ รุ่งเรืองวิริยะ ผู้อำนวยการสำนักงานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยรังสิต	52/347 ซอยพหลโยธิน 87 ถ.พหลโยธิน ตำบลหลักหก อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี 12000	Tel: +66 2 7915555 Fax: +66 2 7915577 - <a href="mailto:keaw@rsu.ac.th">keaw@rsu.ac.th</a> เลขานุกรการ: คุณภัสณี บำรุงถิ่น
2 บริษัท เมอร์ค ประเทศไทย จำกัด	คุณสุวรรณา สมใจวงษ์ ผู้จัดการฝ่ายรับผิดชอบต่อสังคม	623 อาคารเอ็มโพเรียม ทาวเวอร์ ชั้น 19 ถนนสุขุมวิท คลองตัน คลองเตย กรุงเทพฯ 10111	Tel: +66 2 6678214 Fax: +66 2 6678399 Cell: +66 81 2673159 <a href="mailto:suwanna@merck.co.th">suwanna@merck.co.th</a> <a href="http://www.merck.co.th/">www.merck.co.th/</a>

ชื่อบริษัท/สถานที่ติดต่อ	ผู้ให้สัมภาษณ์/ตำแหน่ง	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์/โทรสาร/email www
3 บริษัท วิพีพี โปรเกรสซิฟ จำกัด	คุณวิระเดช สมบูรณ์เวชชการ กรรมการผู้จัดการ	726 - 728 ซอยรัชดาภิเษก 7 ถนนรัชดาภิเษก (ท่าพระ - ดากสิน ) แขวงดาวคะนอง เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร 10600	Tel: +66 2 8760291-5 ext 133-4 Fax: +66 2 8760350 <a href="http://www.vppcoffee.com">www.vppcoffee.com</a> คุณพันทิพา ศรีพลเวทย์: +66 8 18378740 <a href="mailto:pantipa_s@vppcoffee.com">pantipa_s@vppcoffee.com</a> คุณวิภา: Cell: +668 4141 8877 <a href="mailto:vipa@vppcoffee.com">vipa@vppcoffee.com</a>
4 บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่นหรือดีแทค	คุณอัจฉริยา เมธิกุล ผู้จัดการฝ่าย CSR OFFICE		Tel: +66 2 2028000 Cell: +66 81 6559891 <a href="mailto:achreyam@dtac.co.th">achreyam@dtac.co.th</a> <a href="http://www.dtac.co.th/">http://www.dtac.co.th/</a>
	คุณศรีสุดา กิจบรรจง ผู้จัดการฝ่าย CSR OFFICE		-
5 บริษัท บรอดคาสท์ ไทย เทเลวิชั่น จำกัด	คุณกชแก้ว บุรณธนิต บริหารงานลูกค้า อวูโได้	55 อาคารเดลต้าเฮ้าส์ ชั้น 1 ถนนเทียมร่วมมิตร แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10320	Tel: +66 2 2482000 Fax: +66 2 2482024 Cell: +668 9920 4252 <a href="http://www.broadcastthai.com/">http://www.broadcastthai.com/</a>

ชื่อบริษัท/สถานที่ติดต่อ	ผู้ให้สัมภาษณ์/ตำแหน่ง	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์/โทรสาร/email www
6 บริษัท แกรนด์สปอร์ต กรุ๊ป จำกัด	คุณบุญญาพร เอื้อสุขกุล	26,28 ซ.รามคำแหง 65 หัวหมาก บางกะปิ กรุงเทพฯ 10240	Tel: +66 2 3183000 Fax: +66 2 3199713 Cell: +66 81 4327778 pornsukwan1594@yahoo.com <a href="http://www.grandsport.com/">http://www.grandsport.com/</a>
<b>บริษัทที่เข้าร่วมกระบวนการสัมภาษณ์จากส่วนภูมิภาค 5 แห่ง</b>			
1 บริษัท ออกแบบไร่ณา (ประเทศไทย) จำกัด / บ้านไร่ กาแฟ	คุณอัจฉิมา พูนทวีป ผจก.ฝ่ายตรวจประเมินระบบองค์การ รก.ผู้อำนวยการภาค 8 และ 19	31 หมู่ 6 ต.หนองควายไช ถ.พหลโยธิน ต.คลองหนึ่ง อ.หนองแขง จ.สระบุรี 18170	Tel: +66 36 227118 Fax: +66 36 227118 Cell: +66 85 1237378 <a href="mailto:factory@banriecoffee.com">factory@banriecoffee.com</a> <a href="http://www.banriecoffee.com">www.banriecoffee.com</a>
	คุณรัชนิดา ตนะสอน ปลัดสำนักนโยบายน 1 รก.ผจก.ฝ่ายสำนักกลาง 4		Cell: +66 85 1237358 <a href="mailto:factory@banriecoffee.com">factory@banriecoffee.com</a> -
2 บริษัท เอเชียพรีซิชั่น จำกัด ชลบุรี	คุณศักดิ์สิทธิ์ มณีพิศมัย ผู้จัดการอาวุโส ฝ่ายพัฒนาทรัพยากรบุคคล	นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร 700/331 ถ.บางนา-ตราด กม.57 ต.ดอนหัวฬ่อ อ.เมือง จังหวัดชลบุรี 20000	Tel: +66 38 468300 Fax: +66 38 458752 Cell: +66 8 16177517 - <a href="http://www.asiaprecision.com">www.asiaprecision.com</a>

ชื่อบริษัท/สถานที่ติดต่อ	ผู้ให้สัมภาษณ์/ตำแหน่ง	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์/โทรสาร/email www
3 กลุ่มบริษัทฟาร์มโชคชัย นครราชสีมา	คุณวิณาพร จันทะสินธุ์ นักวิชาการ (ดูแลงานด้าน CSR)	298 หมู่ 8 ถ.วิภาวดีรังสิต คูคต,อำเภอลำลูกกา ปทุมธานี 12130	Tel: +66 2 5322846 Fax: +66 2 5312436 Cell: +66 81 9173473 <a href="mailto:weenaporn9@yahoo.com">weenaporn9@yahoo.com</a> <a href="http://www.farmchokchai.com">www.farmchokchai.com</a>
4 บริษัท เพชรภูมิสิ่งพิมพ์ จำกัด	คุณศักดิ์สิทธิ์ วิบูลศิลป์โสภณ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์เพชรภูมิ		Tel: +66 32 425310 Fax: +66 32 425310 Cell: +66 81 8312159 <a href="mailto:saksit_ph@hotmail.com">saksit_ph@hotmail.com</a>
5 โรงพยาบาลสมิติเวช ศรีราชา	คุณอรุณี อรรคบุตร	8 ซ.แหลมเกตุ ถนนเฉลิมจอมพล เขตศรีราชา จังหวัดชลบุรี 20110	Tel: +66 38 320300 Fax: +66 38 312963 Cell: +66 89 0927711 <a href="mailto:arunee@samitivej.co.th">arunee@samitivej.co.th</a> <a href="mailto:marketing@samitivej.co.th">marketing@samitivej.co.th</a> <a href="http://www.samitivej.co.th/sriracha">http://www.samitivej.co.th/sriracha</a>
ผู้แทนสภาวัฒนธรรมจังหวัด (จำนวน 6 ท่าน)			
1 สภาวัฒนธรรม กทม.	นายธงชัย วรไพจิตร ประธานสภาวัฒนธรรม กทม.	ห้างสรรพสินค้าฟิวเจอร์ปาร์คบางแค 607 ถ.เพชรเกษม แขวงบางหว้า เขตภาษีเจริญ กทม. 10160	Tel: +66 2 4548606 Fax: +66 2 4548811 Cell: +66 81 6227040

ชื่อบริษัท/สถานที่ติดต่อ	ผู้ให้สัมภาษณ์/ตำแหน่ง	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์/โทรสาร/email www
2 สภาวัฒนธรรมเขตดินแดง	นายแพทย์วันชาติ ศุภจัตุรัส ประธานสภาวัฒนธรรมเขตดินแดง	7 ถ.ประชาสุข ซ.อินทามระ 70 แขวงดินแดง เขตดินแดง กทม. 10400	Tel: +66 2 3544244 ext 11 Fax: +66 2 2755387 Cell: +66 81 9258678
3 สภาวัฒนธรรมเขตคลองเตย	นางรૂปีนา สุวรรณพงษ์ ประธานสภาวัฒนธรรมเขตคลองเตย	มูลนิธิความหวังของชาวไทย 1200 ถ.พระราม 4 แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กทม. 10110	Tel: +66 2 6710596 Fax: +66 2 6710596 Cell: +66 81 6386946 <a href="mailto:lfcy.rs@gmail.com">lfcy.rs@gmail.com</a>
4 สภาวัฒนธรรมจังหวัดสุพรรณบุรี	นายยอดชาย สุจิตต์ ประธานสภาวัฒนธรรม จ.สุพรรณบุรี	253 ม.1 ถ.สุพรรณบุรี-บางบัวทอง ต.ท่าระหัด อ.เมือง จ.สุพรรณบุรี 72000	Tel: +66 35 452333 Fax: +66 35 452336 Cell: +66 81 6426394
5 สภาวัฒนธรรมจังหวัดนครสวรรค์	นายนิติ พุคยาภรณ์ ประธานสภาวัฒนธรรม จ.นครสวรรค์ ประธานสภาวัฒนธรรมภาคเหนือ และกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิใน คณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ	919 ถ.พหลโยธิน (ในโรงเรียนเทคโนโลยีภาคเหนือ) ต.นครสวรรค์ตก อ.เมือง จ.นครสวรรค์	Tel: +66 56 310285-6 Fax: +66 56 750063 Cell: +66 81 6425191 <a href="mailto:nuttee902@hotmail.com">nuttee902@hotmail.com</a>
6 สภาวัฒนธรรมเขตบางกอกน้อย	นาวาตรีหญิง สมพิศ ลัดดาแย้ม	วัดสุวรรณารามราชวรวิหาร แขวงศิริราช เขตบางกอกน้อย กทม. 10700	Tel: +66 2 4342146 - Cell: +66 81 2696573
	คุณอุทัย สุพรรณ		Cell: +66 81 8332066

ชื่อบริษัท/สถานที่ติดต่อ	ผู้ให้สัมภาษณ์/ตำแหน่ง	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์/โทรสาร/email www
<b>ผู้แทนวัฒนธรรมจังหวัด (จำนวน 6 ท่าน)</b>			
1 สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด นนทบุรี	นางนันทพร วันงาม วัฒนธรรมจังหวัดนนทบุรี	สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนนทบุรี ศาลากลางจังหวัดนนทบุรี ชั้น 1 ถ.รัตนวิเศษ อ.เมือง จ.นนทบุรี 11000	Tel: +66 2 5801348 Fax: +66 2 5801348 Cell: +66 89 9691662
2 สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด สุโขทัย	นายสมศักดิ์ ลิขสิทธิ์ วัฒนธรรมจังหวัดสุโขทัย	สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสุโขทัย ศาลากลางจังหวัดสุโขทัย อาคาร 1 ชั้น 2 ถ.นิกรเกษม ต.ธานี อ.เมือง จ.สุโขทัย	Tel: +66 55 616130 Fax: +66 55 616130 Cell: +66 89 9618761 <a href="mailto:www.culture_st@hotmail.com">www.culture_st@hotmail.com</a>
3 สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด เพชรบุรี	นายเกริกชัย ชชาติไทยไตรรงค์ วัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรี	สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรี โรงเรียนวัดคองไก่อเตี้ย (เดิม) ถ.ดำเนินเกษม ต.คลองกระแซง อ.เมือง จ.เพชรบุรี 76000	Tel: +66 32 424324 Fax: +66 32 424325 Cell: +66 89 2548739
4 สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด ขอนแก่น	นายเผด็จ สุขเกษม วัฒนธรรมจังหวัดขอนแก่น	สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดขอนแก่น ศาลากลางจังหวัดขอนแก่น ถ.ศูนย์ราชการ ต.ในเมือง อ.เมือง จ.ขอนแก่น 40000	Tel: +66 43 345013 Fax: +66 43 243014 Cell: +66 89 5699902 <a href="mailto:phadet04@gmail.com">phadet04@gmail.com</a>
5 สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดน่าน	นายสโรช รัตนมาศ วัฒนธรรมจังหวัดน่าน	สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดน่าน ถ.ผาทอง ต.ในเวียง อ.เมือง จ.น่าน 55000	Tel: +66 54 711651 Fax: +66 54 711650 Cell: +66 89 9569782

ชื่อบริษัท/สถานที่ติดต่อ	ผู้ให้สัมภาษณ์/ตำแหน่ง	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์/โทรสาร/email www
6 สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดตรัง	นายประยูร หนูสุก วัฒนธรรมจังหวัดตรัง	สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดตรัง ศาลากลางจังหวัดตรัง ชั้น 1 ถ.พัทลุง ต.ทับเที่ยง อ.เมือง จ.ตรัง 92000	Tel: +66 75 217585 Fax: +66 75 217585 Cell: +66 89 9739833
<b>ผู้แทนสวช. (จำนวน 13 ท่าน)</b>			
1 สำนักงานคณะกรรมการ วัฒนธรรมแห่งชาติ	นางสาวนันทิยา สว่างวุฒิธรรม รองเลขาธิการ คณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ	สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรม แห่งชาติ 14 ถนนเทียมร่วมมิตร เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ ๙ 10310	Tel: +66 2 2470013 ext 1205 Fax: +66 2 6452283 Cell: +66 81 1749881 <a href="http://www.culture.go.th">www.culture.go.th</a>
2 สำนักงานคณะกรรมการ วัฒนธรรมแห่งชาติ	นางสาวจริยา ชัยวิรัตน์ ผู้อำนวยการส่วนวิจัยและพัฒนา	สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรม แห่งชาติ 14 ถนนเทียมร่วมมิตร เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ ๙ 10310	Tel: +66 2 2470013 ext 1307 Fax: +66 2 6453059 Cell: +66 81 172 5413
3 สำนักงานคณะกรรมการ วัฒนธรรมแห่งชาติ	นายพูนศักดิ์ สุขทรัพย์ทวีผล ผู้อำนวยการหอศิลป์ปิ่น	สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรม แห่งชาติ 14 ถนนเทียมร่วมมิตร เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ ๙ 10310	Tel: +66 2 9865024 Fax: +66 2 9865023 Cell: +66 85 4885709

ชื่อบริษัท/สถานที่ติดต่อ	ผู้ให้สัมภาษณ์/ตำแหน่ง	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์/โทรสาร/email www
4 สำนักงานคณะกรรมการ วัฒนธรรมแห่งชาติ	นางยุพา ทวีวัฒนะกิจบวร ผู้อำนวยการ ศูนย์ประชาสัมพันธ์วัฒนธรรม	สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรม แห่งชาติ 14 ถนนเทียมร่วมมิตร เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310	Tel: +66 2 2470013 ext 1214 Fax: +66 2 2485849 Cell: +66 85 4885689
5 สำนักงานคณะกรรมการ วัฒนธรรมแห่งชาติ	นายประสพ เรียงเงิน หัวหน้ากลุ่มพัฒนากิจการ ภาพยนตร์และวีดิทัศน์	สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรม แห่งชาติ 14 ถนนเทียมร่วมมิตร เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310	Tel: +66 2 2470013 ext 4306 Fax: +66 2 2459647 Cell: +66 84 4392077
6 สำนักงานคณะกรรมการ วัฒนธรรมแห่งชาติ	นางสาวกิตติพร ใจบุญ สำนักงานคณะกรรมการ วัฒนธรรมแห่งชาติ	สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรม แห่งชาติ 14 ถนนเทียมร่วมมิตร เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310	Tel: +66 2 2470013 ext 1108 Fax: +66 2 2470022
7 สำนักงานคณะกรรมการ วัฒนธรรมแห่งชาติ	นายบันเทิง เพียรคำ สำนักงานคณะกรรมการ วัฒนธรรมแห่งชาติ	สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรม แห่งชาติ 14 ถนนเทียมร่วมมิตร เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310	Tel: +66 2 2470013 ext 5311 Fax: +66 2 2459647
8 สำนักงานคณะกรรมการ วัฒนธรรมแห่งชาติ	นางสาวพรธัญวี ประยูรพรหม สำนักงานคณะกรรมการ วัฒนธรรมแห่งชาติ	สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรม แห่งชาติ 14 ถนนเทียมร่วมมิตร เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310	Tel: +66 2 2470013 ext 1315 Fax: +66 2 6453059

ชื่อบริษัท/สถานที่ติดต่อ	ผู้ให้สัมภาษณ์/ตำแหน่ง	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์/โทรสาร/email www
9 สำนักงานคณะกรรมการ วัฒนธรรมแห่งชาติ	นางมณฑิรา สวัสดิรักษา สำนักงานคณะกรรมการ วัฒนธรรมแห่งชาติ	สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรม แห่งชาติ 14 ถนนเทียมร่วมมิตร เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310	Tel: +66 2 2470013 ext 1311 Fax: +66 2 6453059
10 สำนักงานคณะกรรมการ วัฒนธรรมแห่งชาติ	นางมัทนี เตังตระกูล สำนักงานคณะกรรมการ วัฒนธรรมแห่งชาติ	สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรม แห่งชาติ 14 ถนนเทียมร่วมมิตร เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310	Tel: +66 2 2470013 ext 1309 Fax: +66 2 6453059
11 สำนักงานคณะกรรมการ วัฒนธรรมแห่งชาติ	นางสาวจิณัฐตา สุนพานิช สำนักงานคณะกรรมการ วัฒนธรรมแห่งชาติ	สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรม แห่งชาติ 14 ถนนเทียมร่วมมิตร เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310	Tel: +66 2 2470013 ext 1309 Fax: +66 2 6453059
12 สำนักงานคณะกรรมการ วัฒนธรรมแห่งชาติ	นายนิวัฒน์ อิกำเนิด สำนักงานคณะกรรมการ วัฒนธรรมแห่งชาติ	สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรม แห่งชาติ 14 ถนนเทียมร่วมมิตร เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310	Tel: +66 2 2470013 ext 1311 Fax: +66 2 6453059
13 สำนักงานคณะกรรมการ วัฒนธรรมแห่งชาติ	นางสาวรัชณี แก้วสวัสดิ์ สำนักงานคณะกรรมการ วัฒนธรรมแห่งชาติ	สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรม แห่งชาติ 14 ถนนเทียมร่วมมิตร เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310	Tel: +66 2 2470013 ext 1313 Fax: +66 2 6453059

ชื่อบริษัท/สถานที่ติดต่อ	ผู้ให้สัมภาษณ์/ตำแหน่ง	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์/โทรสาร/email www
<b>วิทยากรจากองค์กรพัฒนาเอกชน (จำนวน 1 ท่าน)</b>			
1 <b>เดอะเน็ตเวิร์ค</b>	<b>คุณปาริณา ประยุกต์วงศ์</b> กรรมการและผู้จัดการกองเลข		Tel: +66 2 2455542  info@ngobiz.org www.ngobiz.org/thailand
1 <b>ทีมวิจัย</b>	<b>ระจิตตา ณ พัทลุง</b> ผู้อำนวยการ สำนักงาน คณะผู้เชี่ยวชาญด้านประชากร ที่ปรึกษาทีมวิจัย		rachitta@gmail.com
2 <b>ทีมวิจัย</b>	<b>วีระชัย วีระจันทะชาติ</b> หัวหน้าทีมวิจัย		Cell: +66 89 6649179
3 <b>ทีมวิจัย</b>	<b>นาฎยา วีระจันทะชาติ</b> นักวิจัย		Cell: +66 81 9641348 navynat@gmail.com
4 <b>ทีมวิจัย</b>	<b>จรัญญา แดงน้อย</b> นักวิจัย		Cell: +66 81 6420081 djaranya@gmail.com
5 <b>ทีมวิจัย</b>	<b>กิ่งดาว พัฒลักษณ์</b> ผู้ช่วยนักวิจัย		Cell: +66 89 4802313 lovedaoja@yahoo.com

การนำเสนอผลการศึกษา  
“แนวทาง รูปแบบการสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรม  
ขององค์กรธุรกิจเอกชนในประเทศไทย”

วันพุธที่ ๑๙ สิงหาคม ๒๕๕๒

ณ ห้องประชุมศรีวรา (บี)  
โรงแรมทาวนอินทาวน เลียบทางด่วนเอกมัย-รามอินทรา

สนับสนุนการศึกษาโดย  
สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงวัฒนธรรม

- ๐๘.๓๐ – ๐๙.๐๐ ลงทะเบียน
- ๐๙.๐๐ – ๐๙.๒๐ กล่าวต้อนรับผู้เข้าร่วมประชุมและเปิดการสัมมนา  
โดย รองเลขาธิการ คณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ
- ๐๙.๒๐ – ๑๐.๓๐ ปาฐกถา ในหัวข้อ “ บทบาทงาน CSR ในการสนับสนุนงาน  
วัฒนธรรมแบบบูรณาการ”  
โดย นายไพฑูลย์ วัฒนศิริธรรม  
อดีตรองนายกรัฐมนตรี และประธานที่ปรึกษา สถาบันธุรกิจเพื่อ  
สังคม ตลาดหลักทรัพย์-แห่งประเทศไทย
- ๑๐.๓๐ – ๑๐.๔๕ พักรับประทานอาหารว่าง
- ๑๐.๔๕ – ๑๒.๐๐ นำเสนอผลงานวิจัยและเคาโครงคู่มือ CSR ในการ  
สนับสนุนงานวัฒนธรรม  
โดย นายวีระชัย วีระดั้นทะชาติ หัวหน้าโครงการวิจัย
- ๑๒.๐๐ – ๑๓.๐๐ พักรับประทานอาหารเที่ยง

- ๑๓.๐๐ – ๑๔.๓๐ การระดมความคิดเห็นในกลุ่มย่อย เรื่อง บทเรียนในการทำงาน  
สนับสนุนงานวัฒนธรรม  
โดย ผู้แทนจากองค์กรธุรกิจ, สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดและ  
สภาวัฒนธรรม
- ๑๔.๓๐ – ๑๕.๓๐ นำเสนอผลการแลกเปลี่ยนในกลุ่มย่อยและอภิปรายเพิ่มเติม
- ๑๕.๓๐ – ๑๕.๔๕ พัก รับประทานอาหารว่าง
- ๑๕.๔๕ – ๑๖.๓๐ สรุปขอคิดเห็นและผลการประชุม  
ปิดการสัมมนา โดย ผู้อำนวยการสวนวิจัยและพัฒนา

รายชื่อผู้ที่เข้าร่วมการประชุมเพื่อนำเสนอผลงานการศึกษา  
 “แนวทาง รูปแบบการสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรมขององค์กรธุรกิจเอกชนในประเทศไทย”  
 วันพุธที่ ๑๙ สิงหาคม ๒๕๕๒  
 ณ ห้องประชุมศรียรา (ห้องบี) โรงแรมทาวน์อินทาวน์  
 สนับสนุนการศึกษาโดย สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงวัฒนธรรม

	ชื่อบริษัท/สถานที่ติดต่อ	ชื่อ/ตำแหน่ง	เบอร์โทรศัพท์/โทรสาร/ email/www
บริษัทในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล (จำนวน 13 ท่าน)			
1	บริษัท อมรินทร์พริ้นท์ดิ้ง  แอนด์พับลิชซิง จำกัด (มหาชน)  65/101-103 ถนนชัยพฤกษ์ (บรมราชชนนี) เขตตลิ่งชัน กรุงเทพฯ 10170	คุณมะลิวรรณ เดชา ฤทธิ ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด และ สื่อสารแบรนด์	Tel: +66 2 4229999 ext 4120  Fax: +66 2 4229999 ext 4130  Cell: +66 81 8448981 <a href="mailto:maliwan_de@amarin.co.th">maliwan_de@amarin.co.th</a> <a href="http://www.amarin.co.th">www.amarin.co.th</a> เลขฯ-คุณจี๊ป Tel: +66 2 4229999 ext 4120 Cell: +66 80 9219109 <a href="mailto:wanvisa@amarin.co.th">wanvisa@amarin.co.th</a>
2	บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน)	แทน คุณเบญจมาศ จันทอุทิศ	Tel: +66 2 5372156

ชื่อบริษัท/สถานที่ติดต่อ		ชื่อ/ตำแหน่ง	เบอร์โทรศัพท์/โทรสาร/ email/www
		ผู้จัดการ ส่วนวัฒนธรรม ฝ่ายกิจการเพื่อสังคม	Cell: +66 81 8543535 <a href="mailto:benjamas.c@ptt.plc.com">benjamas.c@ptt.plc.com</a> <a href="http://www.pttplc.com">www.pttplc.com</a>
3	ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) 333 ถนนสีลม เขตบางรัก  กรุงเทพฯ 10500	คุณนุชรียา ชูลีวัฒนกุล  และ ขวัญแก้ว ลีวเฉลิม วงศ์ แทน คุณบดินทร์ อุนา กุล ผู้ช่วยผู้จัดการใหญ่	Cell: +66 86 9854388 <a href="mailto:nuchareeya.chu@bbl.co.th">nuchareeya.chu@bbl.co.th</a>  -  Tel : +66 2 2301718  <a href="http://www.bbl.co.th">www.bbl.co.th</a>
4	บริษัท ไทยคราฟท์ แฟร์เทรด จำกัด  242 ซอยอาคารสงเคราะห์  ถนนอาคารสงเคราะห์ซอย 15 แขวงทุ่งวัดดอน, เขตสาทร,  กทม. 10120	คุณพิชญ์สินี ชัยพุฒิ  (Khun Pichsinee Chaiputhi)  Partnership Relations represent to  Khun Rosalind S Kulmanochwong  Business Manager  ThaiCraft Fair Trade Co.,	Tel: +66 2 6760636-8 ext  Fax: +66 2 2860675  <a href="mailto:pichsinee.c@thaicraft.org">pichsinee.c@thaicraft.org</a>  Tel: +66 2 6760636-8 ext 230  Fax: +66 2 2860675  <a href="mailto:rosalind@thaicraft.org">rosalind@thaicraft.org</a>

	ชื่อบริษัท/สถานที่ติดต่อ	ชื่อ/ตำแหน่ง	เบอร์โทรศัพท์/โทรสาร/ email/www
		Ltd.	<a href="http://www.thaicraft.org">www.thaicraft.org</a>
5	<b>มูลนิธิตาแฮก สยามวาลา</b> บริษัท ดี เอช เอ สยามวาลา จำกัด 210 ถนนสุรวงศ์ แขวงสี่พระยา เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500	<b>คุณโอภาส สยามวาลา</b> ผอ.ฝ่ายวางแผนและ พัฒนารุรกิจ และผู้จัดการมูลนิธิฯ	Tel: +66 2 2370500, 2 2372895 Fax: +66 2 2672394 <a href="mailto:opas@dhas.com">opas@dhas.com</a> <a href="http://www.dhas.com">www.dhas.com</a> เลขหา-คุณอุษา +66 2 2370500 Ext 424 <a href="mailto:usa@dhas.com">usa@dhas.com</a>
6	<b>พิพิธภัณฑสถานเมืองโบราณ</b> 296/1 หมู่ 7 ถนนสุขุมวิท ต.บางปูใหม่ อ.เมือง สมุทรปราการ 10280	<b>คุณจุลสิงห์ พิชญานนท์</b> ผู้อำนวยการสำนัก เลขานุการ <b>แทน คุณกันทร ทองธิว</b> ผู้อำนวยการ	Tel: +66 2 7091644-5 Fax: +66 2 3239253 Tel: +66 2 7091644-5 Fax: +66 2 3239253 <a href="http://www.ancientcity.com">www.ancientcity.com</a> เลขหา-คุณน้อม +66 2 7091644 <a href="mailto:nim_group26@hotmail.com">nim_group26@hotmail.com</a>

	ชื่อบริษัท/สถานที่ติดต่อ	ชื่อ/ตำแหน่ง	เบอร์โทรศัพท์/โทรสาร/ email/www
7	<b>บริษัท เมอร์ค ประเทศไทย จำกัด</b>  623 อาคารเอ็มโพเรียม ทาวเวอร์  ชั้น 19 ถนนสุขุมวิท คลองตัน  คลองเตย กรุงเทพฯ 10111	<b>คุณสุวรรณา สมใจวงษ์</b> ผู้จัดการฝ่ายรับผิดชอบต่อ สังคม	Tel: +66 2 6678214  Fax: +66 2 6678399  Cell: +66 81 2673159 <a href="mailto:suwanna@merck.co.th">suwanna@merck.co.th</a> <a href="http://www.merck.co.th/">www.merck.co.th/</a>
8	<b>มหาวิทยาลัยรังสิต</b>  52/347 ซอยพหลโยธิน 87  ถ.พหลโยธิน ตำบลหลักหก  อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี 12000	<b>คุณนิจวรรณ นาวารัตน์</b> หัวหน้าฝ่ายข่าวสาร สำนักงาน ประชาสัมพันธ์ <b>แทน คุณสมเกียรติ</b> <b>รุ่งเรืองวิริยะ</b> ผู้อำนวยการสำนักงาน ประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยรังสิต	Tel: +66 2 7915555  Fax: +66 2 7915577  Tel: +66 2 7915555  Fax: +66 2 7915577  Cell: +66 81 9874957  <a href="mailto:keaw@rsu.ac.th">keaw@rsu.ac.th</a> เลขานุการ: คุณภัสนีย์ บำรุงถิ่น
9	<b>บริษัท แกรนด์สปอร์ต กรุ๊ป จำกัด</b>  26,28 ซ.รามคำแหง 65	<b>คุณบุญญาพร เอื้อสุขกุล</b>	Tel: +66 2 3183000  Fax: +66 2 3199713

	ชื่อบริษัท/สถานที่ติดต่อ	ชื่อ/ตำแหน่ง	เบอร์โทรศัพท์/โทรสาร/ email/www
	หัวหมาก บางกะปิ กรุงเทพฯ 10240	แทน คุณสุชาติ นิมากร ประธานบริษัท	Cell: +66 81 4327778 <a href="mailto:pornsukwan1594@yahoo.com">pornsukwan1594@yahoo.com</a> Tel: +66 2 3183000 Fax: +66 2 3199713 <a href="http://www.grandsport.com/">http://www.grandsport.com/</a>
10	บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)  313 อาคารซี.พี.ทาวเวอร์ ชั้น 25  ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500	คุณการุณ แสนวิเศษ  ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ ด้านพัฒนาสังคม เครือเจริญโภคภัณฑ์  แทน คุณอภิรักษ์ วัชรสินธ์  รองกรรมการผู้จัดการ ด้านประสานกิจการ สัมพันธ์	Tel:+66 2 6252727  Fax: +66 2 6382716  Cell: +66 81 8990642 <a href="mailto:karoon@cpf.co.th">karoon@cpf.co.th</a>  Tel:+66 2 6257342  Fax: +66 2 6382716  Cell: +66 89 1091952  <a href="mailto:abhaichon@cpf.co.th">abhaichon@cpf.co.th</a> , <a href="mailto:abhaichon@yahoo.com">abhaichon@yahoo.com</a> <a href="http://www.cpfworldwide.com">http://www.cpfworldwide.com</a>  เลขา-คุณนงเยาว์ มิตรชาวไทย

	ชื่อบริษัท/สถานที่ติดต่อ	ชื่อ/ตำแหน่ง	เบอร์โทรศัพท์/โทรสาร/ email/www
			Tel:+66 2 6382727-9 Cell: +66 81 6180590 <a href="mailto:nongyow@cpf.co.th">nongyow@cpf.co.th</a>
11	บริษัท มั่นคงโบรคเกอร์ จำกัด 89/4 ซอยลาดพร้าว 71 ถ.ลาดพร้าว แขวง/เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ 10310	คุณหาญ อร่ามวิทย์ กรรมการผู้จัดการ	Tel: +66 2 5143111 Fax: +66 2 5141001 Cell: +66 81 6133938 <a href="mailto:mkbroker2004@yahoo.com">mkbroker2004@yahoo.com</a>
12	ธนาคารเพื่อการเกษตรและ สหกรณ์การเกษตร	คุณอดุลย์ กาญจนวัฒน์ ผู้ช่วยผู้จัดการร.ก.ส.	Tel: +66 2 2800180 ext 2604 Fax: +66 2 3560432 Cell: +66 81 8419334 <a href="mailto:adul@baac.or.th">adul@baac.or.th</a> เลขา- คุณวิภา ชุ่มวิทย์ Cell: +66 81 8358915
		แทน คุณลักษณะ วจนาน วิชัย รองผู้จัดการร.ก.ส.	Tel: +66 2 2800180 ext 2421 Fax: +66 2 2801275 Cell: +66 81 8313110 <a href="mailto:luck@baac.or.th">luck@baac.or.th</a> <a href="http://www.baac.or.th">www.baac.or.th</a>

ชื่อบริษัท/สถานที่ติดต่อ		ชื่อ/ตำแหน่ง	เบอร์โทรศัพท์/โทรสาร/ email/www
			เลขา- คุณฉัตรวิรัตน์ สายหยุด Cell: +66 87 0768536 <a href="mailto:tanwa_2420@hotmail.com">tanwa_2420@hotmail.com</a>
<b>บริษัทในเขตภูมิภาค (จำนวน 9 ท่าน)</b>			
1	<b>บริษัท เอเชียพรีซิชั่น จำกัด</b> <b>ชลบุรี</b> นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร 700/331 ถ.บางนา-ตราด กม.57 ต.ดอนหัวฬ่อ อ.เมือง จังหวัดชลบุรี 20000	<b>คุณสัมฤทธิ์ สว่างคำ</b> ผู้จัดการอาวุโสฝ่ายพัฒนา- ทรัพยากรบุคคล  <b>แทน คุณอภิชาติ กา</b> <b>รุทรสกุล</b> ประธานบริหาร	Tel: +66 38 468300 Fax: +66 38 458752 Cell: +66 81 6191213 <a href="mailto:samrit@asiaprecision.com">samrit@asiaprecision.com</a>  Cell: +66 81 6429740 <a href="mailto:apichart@asiaprecision.com">apichart@asiaprecision.com</a> <a href="http://www.asiaprecision.com">www.asiaprecision.com</a>
2	<b>บริษัท เพชรภูมิสิ่งพิมพ์ จำกัด</b> <b>เพชรบุรี</b> 80 หมู่ 4 ถ.เพชรเกษม ต.บ้านหม้อ อ.เมือง จ.เพชรบุรี 76000	<b>คุณศักดิ์สิทธิ์ วิบูลศิลป์</b> <b>โสภณ</b> บรรณาธิการ	Tel: +66 32 425310 Fax: +66 32 425310 Cell: +66 81 8312159 <a href="mailto:saksit_ph@hotmail.com">saksit_ph@hotmail.com</a>

	ชื่อบริษัท/สถานที่ติดต่อ	ชื่อ/ตำแหน่ง	เบอร์โทรศัพท์/โทรสาร/ email/www
3	<p><b>บริษัท ออกแบบไร่นา (ประเทศไทย)จำกัด</b></p> <p>บ้านไร่กาแฟ <b>สระบุรี</b></p> <p>31 หมู่ 6 ต.หนองควายไซ ถ.พหลโยธิน ต.คลองหนึ่ง อ.หนองแซง จ.สระบุรี 18170</p> <p>สำนักงานใหญ่ 84/24 หมู่ 8 ซ.นันทพร ถ.พหลโยธิน ต.คลองหนึ่ง อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี 12121</p>	<p><b>คุณอัจฉิมา พูนทวีป</b></p> <p>ผจก.ฝ่ายตรวจประเมิน ระบบ องค์การ</p> <p><b>คุณรัชนิดา ดณะสอน</b> ปลัดสำนักนโยบาย 1 รท.ผจก.ฝ่ายสำนักกลาง 4</p>	<p>Tel: +66 36 227118</p> <p>Fax: +66 36 227118</p> <p>Cell: +66 85 1237378</p> <p>Tel: +66 2 9029419</p> <p>Fax: +66 2 9029419 ext 112</p> <p><a href="http://www.banriecoffee.com">www.banriecoffee.com</a></p> <p><a href="mailto:factory@banriecoffee.com">factory@banriecoffee.com</a></p> <p>Cell: +66 85 1237358</p> <p><a href="mailto:factory@banriecoffee.com">factory@banriecoffee.com</a></p>
4	<p><b>โรงพยาบาลวัดนแพทย์ ตรัง</b></p> <p>247/2 ถนน พัทลุง ตำบล ทับเที่ยง อำเภอ เมือง จังหวัดตรัง 92000</p>	<p><b>คุณใจเนตร ธรรมรักษ์</b></p> <p><b>คุณกุลฤทัย เขียววิชัย</b></p>	<p>Tel: +66 75 218585 ext 340</p> <p>Cell: +66 89 7316828</p> <p><a href="mailto:poo.mkt@hotmail.com">poo.mkt@hotmail.com</a></p>
5	<p><b>โรงแรมร้อยเกาะ สุราษฎร์ธานี</b></p> <p>19/6 ม.3 ถ.บายพาส ต.มะขามเตี้ย อ.เมืองฯ</p>	<p><b>คุณปัญญา แสงสุริยัน</b> กรรมการผู้จัดการ</p>	<p>Tel: +66 77 201 150-8</p> <p>Fax: +66 77 201 159</p> <p>Cell: +66 81 272 1221; 81 271 2211</p>

	ชื่อบริษัท/สถานที่ติดต่อ	ชื่อ/ตำแหน่ง	เบอร์โทรศัพท์/โทรสาร/ email/www
	จ.สุราษฎร์ธานี 84000		
6	<b>บริษัท สยาม ดีไซน์ แมนูแฟคเจอร์ ริง จำกัด</b>  <b>ชลบุรี</b>  นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร  700/618 หมู่ 4 ถ.บางนา-ตราด ต.บ้านเก่า อ.พานทอง จ.ชลบุรี 20160	<b>คุณชัชพัฒน์ ชาญแก้ว</b>  เจ้าหน้าที่อาวุโสแผนก ธุรการ รับผิดชอบงานสนับสนุน สังคม	Tel: +66 38 210 100 ต่อ 2610  Fax: +66 38 210 116; 210 119  Cell: +66 89 4824343  nachaphat_c@sdm.denso.co.th
7	<b>บริษัท เขาค้อทะเลภู จำกัด</b>  137 หมู่ 5 ต.ทุ่งสมอ อ.เขาค้อ จ.เพชรบูรณ์	<b>คุณสุนิวรรณ แสงแก้ว</b>  ผู้จัดการฝ่ายบุคคล	Tel: +66 56 750 061 - 2  Fax: +66 56 750 063  Cell: +66 85 2723379  Email: <a href="mailto:talaypu_jek@hotmail.com">talaypu_jek@hotmail.com</a>
<b>ผู้แทนสภาวัฒนธรรมจังหวัด (จำนวน 9 ท่าน)</b>			
1	<b>สภาวัฒนธรรมเขตคลองเตย</b>  มูลนิธิความหวังของชาวไทย	<b>คุณสุรางค์ลักษณ์ โรจน์ พานิช</b>  และ <b>คุณปภัศสรา ชัย</b>	

ชื่อบริษัท/สถานที่ติดต่อ		ชื่อ/ตำแหน่ง	เบอร์โทรศัพท์/โทรสาร/ email/www
	1200 ถ.พระราม 4 แขวงคลองเตย  เขตคลองเตย กทม. 10110	วงศ์ แทน นางรૂบีนา สุวรรณ พงษ์ ประธานสภาวัฒนธรรมเขต คลองเตย	Tel: +66 2 6710596  Fax: +66 2 6710596  Cell: +66 81 6386946 <a href="mailto:lfcy.rs@gmail.com">lfcy.rs@gmail.com</a>
2	สภาวัฒนธรรมจังหวัดสระบุรี	นายธนวัฒน์ คูวิจิตร สุวรรณ ประธานสภาวัฒนธรรม จังหวัดสระบุรี	Tel: +66 36 377777  Cell: +66 81 9292140
3	สภาวัฒนธรรมชุมชนสามชุก	นายพงษ์วิน ชัยวิรัตน์ ประธานสภาวัฒนธรรม ชุมชนสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี คุณนงนุช สุนทรวิภาต สมาชิกสภาวัฒนธรรม ชุมชนสามชุก คุณพูนทรัพย์ สุขสรานญ	Cell: +66 81 8801880

ชื่อบริษัท/สถานที่ติดต่อ		ชื่อ/ตำแหน่ง	เบอร์โทรศัพท์/โทรสาร/ email/www
		รัตน์ สมาชิกสภาวัฒนธรรม ชุมชนสามชุก	
4	สภาวัฒนธรรมจังหวัดสมุทรสาคร	นายวรวิทย์ บุญเพ็ญ ประธานสภาวัฒนธรรม จังหวัดสมุทรสาคร	Fax: +66 34 481399 Cell: +66 81 8484151
5	สภาวัฒนธรรมตำบลถ้ำรงค์	นายบรรพต กำไลแก้ว ประธานสภาวัฒนธรรม ตำบลถ้ำรงค์ จังหวัดเพชรบุรี	Cell: +66 81 7633933 <a href="mailto:wantana-3521@hotmail.com">wantana-3521@hotmail.com</a>
6	สภาวัฒนธรรมจังหวัดสุราษฎร์ธานี	นายปิยพจน์ สุเมธา อักษร ประธานสภาวัฒนธรรม จังหวัดสุราษฎร์ธานี	- Fax: +66 77 210048 Cell: +66 81 8914285
ผู้แทนสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด (จำนวน 10 ท่าน)			
1	สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด เชียงราย สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย จ.เชียงราย	นายมงคล สิทธิหล่อ วัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย	Tel: +66 53 717420 - Cell: +66 89 9569780

	ชื่อบริษัท/สถานที่ติดต่อ	ชื่อ/ตำแหน่ง	เบอร์โทรศัพท์/โทรสาร/ email/www
2	<b>สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสุโขทัย</b> สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสุโขทัย ศาลากลางจังหวัดสุโขทัย อาคาร ๑ ชั้น ๒ ถ.นิกรเกษม ต.ธานี อ.เมือง จ.สุโขทัย	<b>นายสมศักดิ์ ลิขสิทธิ์</b> วัฒนธรรมจังหวัดสุโขทัย	Tel: +66 55 616130 Fax: +66 55 616130 Cell: +66 89 9618761 <a href="mailto:culture_st@hotmail.com">culture_st@hotmail.com</a> -
3	<b>สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด เพชรบุรี</b> สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรี โรงเรียนวัดดอนไก่อี้อยู่ (เดิม) ถ.ดำเนินเกษม ต.คลองกระแซง อ.เมือง จ.เพชรบุรี 76000	<b>นายเกริกชัย ชาดีไทย ไตรรงค์</b> วัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรี  <b>คุณกรรณิการ์ เอี้ยวสกุล รัตน์</b> <b>คุณพิมพ์ศ พูลปรีดี</b>	Tel: +66 32 424324 Fax: +66 32 424325 Cell: +66 89 2548739 <a href="mailto:kr_thairong@hotmail.com">kr_thairong@hotmail.com</a>
4	<b>สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดราชบุรี</b>	<b>นายอำนาจ กรมมา</b> วัฒนธรรมจังหวัดราชบุรี  <b>นางพัชรภา มนัส ปัญญากุล</b>	Tel: +66 32 322786 - Cell: +66 89 2548740
5	<b>สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด อุดรธานี</b>	<b>นางกรกมล เพชรล้อม ทอง</b>	Tel: +66 42 812538

ชื่อบริษัท/สถานที่ติดต่อ		ชื่อ/ตำแหน่ง	เบอร์โทรศัพท์/โทรสาร/ email/www
	สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดอุดรธานี อ.เมือง จ.อุดรธานี	วัฒนธรรมจังหวัดอุดรธานี	Fax: +66 54 711650 Cell: +66 89 5699912
6	<b>สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด สุราษฎร์ธานี</b>  สำนักงานวัฒนธรรมจ.สุราษฎร์ธานี  ศาลากลางจ.สุราษฎร์ธานี ชั้น 2 อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี	<b>นางอัจฉรา อ่อนจันทร์</b>  วัฒนธรรมจังหวัดสุราษฎร์ ธานี	Tel: +66 77 275464  -  Cell: +66 89 9739838
7	<b>สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดปัตตานี</b>  สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดปัตตานี อ.เมือง จ.ปัตตานี	<b>นายธนศ อุดลยกิจ</b>  วัฒนธรรมจังหวัดปัตตานี	Tel: +66 73 323195  -  Cell: +66 89 9798901
<b>ผู้แทนสวช. (จำนวน 14 ท่าน)</b>			
1	<b>สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรม แห่งชาติ</b>  สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรม แห่งชาติ  14 ถนนเทียมร่วมมิตร  เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ ๑๐๓๑๐	<b>นันทิยา สว่างวุฒิศรรม</b>  รองเลขาธิการ	Tel: +66 2 2470013 ext 1205  Fax: +66 2 6452283  Cell: +66 81 1749881  <a href="http://www.culture.go.th">www.culture.go.th</a>

	ชื่อบริษัท/สถานที่ติดต่อ	ชื่อ/ตำแหน่ง	เบอร์โทรศัพท์/โทรสาร/ email/www
2	สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรม แห่งชาติ	จรรยา ชัยวิรัตน์  ผู้อำนวยการส่วนวิจัยและ พัฒนา	Tel: +66 2 2470013 ext 1307  Fax: +66 2 6453059  Cell: +66 81 172 5413
3	สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรม แห่งชาติ	ประดิษฐ์ ไปซิ่ว  ผู้อำนวยการสำนัก พิจารณาภาพยนตร์ และวีดิทัศน์	-  -  -
4	สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรม แห่งชาติ	กิตติพร ใจบุญ  สำนักงานคณะกรรมการ วัฒนธรรมแห่งชาติ	Tel: +66 2 2470013 ext 1108  Fax: +66 2 2470022
5	สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรม แห่งชาติ	อำพร พวงพยอม  สำนักงานคณะกรรมการ วัฒนธรรมแห่งชาติ	Tel: +66 2 2470013 ext 5303  Fax: +66 2 2459647
6	สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรม แห่งชาติ	สลักจิตร์ ศรีชัย  สำนักงานคณะกรรมการ	-  -

ชื่อบริษัท/สถานที่ติดต่อ		ชื่อ/ตำแหน่ง	เบอร์โทรศัพท์/โทรสาร/ email/www
		วัฒนธรรมแห่งชาติ	-
7	สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรม แห่งชาติ	บุญทอม นีภธรรม  สำนักงานคณะกรรมการ วัฒนธรรมแห่งชาติ	-  - -
8	สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรม แห่งชาติ	อุมาพร ดิษภร  สำนักงานคณะกรรมการ วัฒนธรรมแห่งชาติ	-  - -
9	สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรม แห่งชาติ	พรรณฉวี ประยูรพรหม  สำนักงานคณะกรรมการ วัฒนธรรมแห่งชาติ	Tel: +66 2 2470013 ext 1315  Fax: +66 2 6453059
10	สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรม แห่งชาติ	มณฑิรา สวัสดิรักษา  สำนักงานคณะกรรมการ วัฒนธรรมแห่งชาติ	Tel: +66 2 2470013 ext 1311  Fax: +66 2 6453059
11	สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรม แห่งชาติ	มัทนี เต่งตระกูล	Tel: +66 2 2470013 ext 1309

ชื่อบริษัท/สถานที่ติดต่อ		ชื่อ/ตำแหน่ง	เบอร์โทรศัพท์/โทรสาร/ email/www
		สำนักงานคณะกรรมการ วัฒนธรรมแห่งชาติ	Fax: +66 2 6453059
12	สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรม แห่งชาติ	จิณัฐตา สุนพานิช  สำนักงานคณะกรรมการ วัฒนธรรมแห่งชาติ	Tel: +66 2 2470013 ext 1309  Fax: +66 2 6453059
13	สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรม แห่งชาติ	นิวัฒน์ อิกำเนิด  สำนักงานคณะกรรมการ วัฒนธรรมแห่งชาติ	Tel: +66 2 2470013 ext 1311  Fax: +66 2 6453059
14	สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรม แห่งชาติ	รัชณี แก้วสวัสดิ์  สำนักงานคณะกรรมการ วัฒนธรรมแห่งชาติ	Tel: +66 2 2470013 ext 1313  Fax: +66 2 6453059
คณะกรรมการตรวจรับงานวิจัย (จำนวน 1 ท่าน)			
1	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม	ผศ.สุขแก้ว คำสอน ประธานโปรแกรมวิจัย และประเมินผลการศึกษา	- - -

ชื่อบริษัท/สถานที่ติดต่อ		ชื่อ/ตำแหน่ง	เบอร์โทรศัพท์/โทรสาร/ email/www
ผู้สื่อข่าว (จำนวน 1 ท่าน)			
1	หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ บริษัท มติชน จำกัด (มหาชน)	คุณวรัญญา ศรีเสวก ผู้สื่อข่าว	<a href="http://www.prachachat.net">www.prachachat.net</a>
วิทยากร			
	54 สุขุมวิท 61 แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110	คุณไพบูลย์ วัฒนศิริ ธรรม	Tel: +66 2 3916113; 2 7144333  Cell: +66 85 0718080 <a href="mailto:paiboon84@gmail.com">paiboon84@gmail.com</a> <a href="http://www.ngobiz.org/thailand">www.ngobiz.org/thailand</a>
องค์กรพัฒนาเอกชน (จำนวน 1 ท่าน)			
1	เดอะเน็ตเวิร์ค	คุณปาริณา ประยุกต์ วงศ์ กรรมการและผู้จัดการกอง เลขา	Tel: +66 2 2455542  -

ชื่อบริษัท/สถานที่ติดต่อ		ชื่อ/ตำแหน่ง	เบอร์โทรศัพท์/โทรสาร/ email/www
			Cell: +66 81 358 0143 <a href="mailto:pareena@ngobiz.org">pareena@ngobiz.org</a> <a href="http://www.ngobiz.org/thailand">www.ngobiz.org/thailand</a>
ทีมวิจัย (จำนวน 5 ท่าน)			
1	ทีมวิจัย	ระจิตตา ณ พัทลุง ผู้อำนวยการ สำนักงาน คณะผู้เชี่ยวชาญด้าน ประชากร ที่ปรึกษาทีมวิจัย	<a href="mailto:rachitta@gmail.com">rachitta@gmail.com</a>
2	ทีมวิจัย	วิระชัย วิระฉันทะชาติ หัวหน้าทีมวิจัย	Cell: +66 89 6649179
3	ทีมวิจัย	นาฎยา วิระฉันทะชาติ นักวิจัย	Cell: +66 81 9641348 <a href="mailto:navynat@gmail.com">navynat@gmail.com</a>
4	ทีมวิจัย	จรรย์ญา แดงน้อย นักวิจัย	Cell: +66 81 6420081 <a href="mailto:djaranya@gmail.com">djaranya@gmail.com</a>
5	ทีมวิจัย	นุชนารถ สิงหฤติ ผู้ช่วยนักวิจัย	Cell: +66 85 8809912 -