

บ้าน



HEART



HEALTH



HOME

เมล็ดพันธุ์แห่งความยั่งยืน



MAY-AUGUST 2025
ISSUE 29

FROM RULE TO TANGIBLE

ปั้น CG องค์กรให้จับต้องได้จริง



สแกนเพื่ออ่าน e-book



ความปลอดภัยทางจิตใจ สิ่งที่คนรุ่นใหม่โหยหา

ความปลอดภัยทางจิตใจ (Psychological Safety) กลายเป็นสิ่งที่คนรุ่นใหม่โหยหา โดยเฉพาะในที่ทำงาน ซึ่งเต็มไปด้วยแรงขับเคลื่อนจากการแข่งขันทั้งจากภายนอกและภายใน

"Good to Great" เปลี่ยนธุรกิจธรรมดาให้เป็นอภิมหาธุรกิจ

หนังสือที่ผู้เขียนใช้เวลากว่า 40 ปี คัดกรองบริษัทที่ "ดี" พันกว่าแห่ง ให้เหลือเพียง 11 บริษัท เพื่อหาคำตอบว่าทำไมบางบริษัทจึงสามารถเปลี่ยนจาก "ดี" ไปสู่ "ยิ่งใหญ่" ได้อย่างยั่งยืน

เชื่อหรือไม่

60% ของพนักงานผูกพันกับองค์กรเพิ่มขึ้น เมื่อได้มีส่วนร่วมในระดับนโยบายขององค์กร

Corporate Governance

“ธรรมาภิบาลดี มีคุณธรรม คนมีคุณภาพ นำพาองค์กรสู่ความยั่งยืน”

ในโลกธุรกิจยุคใหม่ คำถามที่ว่า “องค์กรทำอะไรได้เท่าไร” อาจไม่ทรงพลังเท่ากับคำถามที่ว่า “องค์กรทำอะไรดีให้สังคม สิ่งแวดล้อม และผู้คนรอบตัวบ้าง” นี่คือนิยามที่เปลี่ยนไป เมื่อ “การกำกับดูแลกิจการที่ดี” หรือ Corporate Governance (CG) กลายเป็นหัวใจ และเสาหลักของความน่าเชื่อถือทางธุรกิจในระยะยาว

นี่จึงเป็นเหตุผลสำคัญว่า ทำไม เครือเจริญโภคภัณฑ์ (ซีพี) จึงสามารถยืนหยัดและเติบโตมายาวนานกว่า 100 ปี ในฐานะองค์กรระดับโลกที่มี 14 กลุ่มธุรกิจกระจายอยู่ใน 23 ประเทศและเขตเศรษฐกิจ มีพนักงานกว่า 450,000 คนทั่วโลก เพราะมีรากฐานจาก “ความซื่อสัตย์และมีคุณธรรม” ที่ฝังแน่นในดีเอ็นเอขององค์กร หลักคิดนี้ยังผลักดันให้เครือฯ ได้รับการยกย่องเป็นหนึ่งใน “บริษัทที่มีจริยธรรมสูงที่สุดในโลก ประจำปี 2568” (2025 World’s Most Ethical Companies) จากสถาบัน Ethisphere ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 เคียงข้างองค์กรชั้นนำจาก 19 ประเทศ และ 44 อุตสาหกรรมทั่วโลก

ทั้งหมดนี้ไม่ได้เกิดขึ้นเพียงเพราะคำประกาศ แต่เพราะ “ลงมือทำ” ด้วย 6 หลักการของการกำกับดูแลกิจการที่ดี ได้แก่

1. ความรับผิดชอบ (Responsibility) คณะกรรมการและผู้บริหารต้องปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มที่ มีบทบาทกำหนดทิศทาง ติดตามผล และตัดสินใจบนพื้นฐานของประโยชน์สูงสุดขององค์กรและผู้มีส่วนได้เสีย
2. ความโปร่งใส (Transparency) การเปิดเผยข้อมูลอย่างครบถ้วน ตรวจสอบได้ และทันเวลา ทั้งด้านการเงิน การดำเนินงาน และนโยบายหลัก เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในทุกระดับ
3. ความเป็นธรรม (Fairness) การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายอย่างเท่าเทียม ไม่ลำเอียง ไม่เลือกปฏิบัติ และเคารพสิทธิของทุกคน
4. การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Engagement) การเปิดพื้นที่รับฟังความคิดเห็น และพิจารณาผลกระทบจากทุกกลุ่มที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างการเติบโตร่วมกัน
5. จริยธรรมและคุณธรรม (Integrity and Ethics) การยึดมั่นความถูกต้อง ความซื่อสัตย์ และการดำเนินธุรกิจด้วยหลักคุณธรรม เป็นภูมิคุ้มกันองค์กรไม่ให้หลงทาง
6. การตรวจสอบและความรับผิดชอบ (Accountability) ผู้บริหารต้องสามารถอธิบายและรับผิดชอบต่อผลการตัดสินใจของตนได้อย่างเปิดเผยและโปร่งใส

แม้การปลูกฝังวัฒนธรรมนี้ในองค์กรจะไม่ใช่ว่าจะง่าย และอาจต้องเผชิญความท้าทายหลากหลาย ทั้งการเปลี่ยนวิธีคิด ปรับกระบวนการ และกระตุ้นให้ทุกคนในองค์กร “เข้าใจ” กับคุณค่าของการกำกับดูแลกิจการที่ดีอย่างแท้จริง แต่หากทำได้ ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจะเป็นความจริง ที่ทุกคนในองค์กรสัมผัสได้ และพร้อมจะบอกว่า “นี่แหละ CG ที่จับต้องได้” เพราะในที่สุดแล้ว การกำกับดูแลกิจการที่ดี คือโอกาสสร้างอนาคตที่ดีขึ้น ทั้งสำหรับองค์กร และสำหรับทุกคนที่เกี่ยวข้อง

ดร.ยุทธ
บรรณาธิการ



โลกจะยั่งยืนได้ต้องอาศัยความร่วมมือในการขับเคลื่อนภายใต้กรอบ

3Hs HEART-HEALTH-HOME

- HEART** มุ่งมั่น...ทำธุรกิจด้วยใจที่ยั่งยืน
- HEALTH** มุ่งมั่น...สร้างสังคมยั่งยืน
- HOME** มุ่งมั่น...เพื่อสิ่งแวดล้อมยั่งยืน

บรรณาธิการบริหาร

ดร.ธีระพล ถนอมศักดิ์ยุทธ (ดร.ยุทธ)

คณะบรรณาธิการ : สำนักยุทธศาสตร์ข้อมูลและการสื่อสาร เครือเจริญโภคภัณฑ์

เจ้าของ : สำนักยุทธศาสตร์ข้อมูลและการสื่อสาร บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด

อาคารทิวาเวอร์ ชั้น 27 เลขที่ 18 ถนนรัชดาภิเษก แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310

โทรศัพท์ : 0-2858-6286, 0-2858-6254

อีเมล : prcpgroup@cp.co.th

จัดพิมพ์โดย : บริษัท โอ.เอส.พรีนติ้ง เฮาส์ จำกัด

เลขที่ 113/13 ซอยวัดสุวรรณคีรี ถนนบรมราชชนนี แขวงอรุณอมรินทร์ เขตบางกอกน้อย กรุงเทพฯ 10700

โทรศัพท์ : 0-2433-3653, 0-2434-6850

ร่วมสร้างสรรค์เนื้อหาและศิลปกรรมโดย :

บริษัท เพนนิชซูเลอร์ แอสโซซิเอตส์ จำกัด

โทรศัพท์ : 0-2270-1123-4

โทรสาร : 0-2270-1125

อีเมล : smethailandclub@gmail.com

GREENPRINT CARBON NEUTRAL

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีความตระหนักถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม จึงเลือกผลิตวารสารเล่มนี้ผ่าน “นวัตกรรมกรีนพริ้นท์สีเขียว” ที่มีส่วนช่วยลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกจากกระบวนการผลิต เทียบเท่าการปิดหลอดไฟ 1 ชั่วโมงในการถนอมกระดาษโลกร้อน จำนวน 2,712 ดวงต่อวารสาร 3,000 เล่ม และในส่วนที่ไม่สามารถลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกได้จัดหาคาร์บอนเครดิตมาชดเชยเท่ากับศูนย์ จากปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งหมด 0.56 ตัน เพื่อให้ได้หนังสือคุณภาพดีและเป็นส่วนหนึ่งในการทำให้โลกยั่งยืน



FROM RULE TO TANGIBLE

ปั้น CG องค์กรให้จับต้องได้จริง

การทำธุรกิจในยุคปัจจุบันอาจไม่ได้มองที่ตัวเลขผลกำไร หรือมีการเติบโตทางธุรกิจอย่างแข็งแกร่งเท่านั้น แต่กลับมองลึกลงไปยังการบริหารจัดการที่ต้องมีทั้งจริยธรรม ความโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้ ซึ่งอยู่ภายใต้การกำกับดูแลกิจการ หรือที่เรียกกันว่า “Corporate Governance”

จึงทำให้ธุรกิจต้องหันกลับมาวางรากฐาน CG ให้แน่นขึ้นกว่าเดิม แต่ความท้าทายสุดคลาสสิกนั้นมียู่ว่า จะทำอย่างไรให้สามารถลงมือทำหรือปฏิบัติได้จริง จับต้องได้ โดยผู้ที่มีส่วนได้เสียไม่เห็นว่าเป็นเรื่องไกลตัวอีกต่อไป

วารสารบัวบานฉบับนี้ จึงขอนำทุกท่านเข้าสู่เส้นทางการปรับโฉม “การกำกับดูแลกิจการ” จากที่เคยเป็นเพียงแค่หลักการในความคิดของใครหลายคนให้สามารถดำเนินการได้อย่างเป็นผลแบบมีนัยสำคัญและเป็นรูปธรรม เพื่อพาองค์กรทะยานสู่ความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน

รู้จัก CG แรงกระเพื่อมยุคใหม่ของโลก

ถ้าจะให้พูดว่า อะไรคือปัจจัยสำคัญที่จะทำให้องค์กรหนึ่งองค์กรใดนั้น “ลุ่ม” หรือ “รอด” ได้นอกจากผลประกอบการ ณ วินาทีนี้ คงต้องบอกว่า หนีไม่พ้น การที่องค์กรนั้น ๆ มีความน่าเชื่อถือมากแค่ไหน โปร่งใสเพียงใด ตรวจสอบได้หรือไม่ ไปจนถึงปฏิบัติต่อพนักงาน คู่ค้า นักลงทุน ลูกค้า รวมถึงสิ่งแวดล้อมอย่างไร

โดยองค์ประกอบดังกล่าวสามารถนำมาใช้อธิบายคำว่า “Corporate Governance” หรือ “การกำกับดูแลกิจการ” ให้เห็นภาพและเข้าใจได้ง่ายมากขึ้น เพราะเป็นสิ่งซึ่งผู้คนนำมาใช้ตัดสินใจในการซื้อหรือใช้บริการ หรือแม้กระทั่งนักลงทุนที่ใช้พิจารณาว่าจะร่วมทุนกับบริษัทนั้นดีหรือไม่

DID YOU KNOW?

ธรรมาภิบาล (Good Governance)	การกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance)
ความหมาย = กว้างขวาง	ความหมาย = แคบกว่า ใช้กับบริษัทจดทะเบียน/เอกชน
การบริหารจัดการองค์กรทั่ว ๆ ไป ให้โปร่งใส โดยยึดหลักคุณธรรม จริยธรรม และความถูกต้อง	การบริหารจัดการบริษัท/กิจการ เช่น บริษัท มหาชน หรือบริษัทที่มีผู้ถือหุ้น โดยมีหลัก ธรรมาภิบาลเป็นหนึ่งในเครื่องมือหลัก

ทั้งนี้ เหตุการณ์อื้อฉาวทางการเงิน หรือการกระทำอันเสียหายของบริษัทใหญ่ระดับโลกที่ผ่านมาคือแรงกระตุ้นชั้นดีที่ทำให้ผู้คนให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบ ต่อสังคมและการมีธรรมาภิบาลขององค์กร เช่น ไม่สนับสนุนบริษัทที่มีข่าวทุจริต เอาไรต์เอาเปรียบแรงงาน หรือไม่มีความโปร่งใส ในขณะที่พนักงานยุคใหม่ ก็ให้ความสำคัญกับเรื่องของคุณธรรม ความยุติธรรม และวัฒนธรรมองค์กรที่ดี

ดังนั้น เมื่อองค์กรหนึ่งลุ่มให้เห็นเป็นตัวอย่าง จึงกลายเป็นโดมิโนให้ผู้คนเริ่มตั้งคำถามกับองค์กรอื่น ๆ ขึ้นมาว่า จะเป็นแบบเดียวกันหรือไม่ หรือมีการกำกับดูแลกิจการส่วนไหนที่บกพร่องไปหรือเปล่า

CG

ครองพื้นที่ธุรกิจ
มากแค่ไหน?

ผู้นำ

86%

เชื่อว่า ยิ่งองค์กรมีความโปร่งใสมากเท่าไร พนักงานยิ่งมีความไว้วางใจมากเท่านั้น

ผู้บริโภค

75%

ยินดีจ่ายมากขึ้น เพื่อซื้อสินค้าจาก
บริษัทที่ปฏิบัติต่อพวกเขาเป็นอย่างดี

นักลงทุน

68%

เชื่อว่า การมี CG ที่ดีเป็นสิ่งสำคัญต่อ
ความสำเร็จระยะยาวของบริษัท

ผู้บริโภค

66%

จะหยุดซื้อสินค้าจากแบรนด์ที่ปฏิบัติ
ไม่ดีกับพนักงานของตนเอง

พนักงานในองค์กร

ที่มีความน่าไว้วางใจสูง มีแนวโน้ม
ที่จะลาออกน้อยกว่าถึง

50%

ที่มา : Deloitte, Zendesk, Proximity, Adobe Blog

เริ่มต้นที่ความเข้าใจ... CG เกิดขึ้นจริงได้อย่างยั่งยืน

อุปสรรคสำคัญอย่างหนึ่งที่ทำให้การทำ Corporate Governance หรือ การกำกับดูแลกิจการไม่บรรลุความต้องการหรือเป็นไปตามวัตถุประสงค์คือ การที่คนส่วนใหญ่เข้าใจว่า นี่คือการของเอกสาร กฎหมาย หรือข้อบังคับที่ออกโดยหน่วยงานกำกับดูแลกิจการเท่านั้น

ด้วยมุมมองดังกล่าว จึงทำให้ CG กลายเป็นสิ่งที่ยากจะเข้าใจและคนอาจจะเกิดความรู้สึกต่อต้านได้ว่า ทำไมถึงจะต้องทำ ซึ่งทาง ผศ.ดร.เอมอร ใจเก่งกิจ ประธานหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการกำกับดูแลกิจการ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ชี้ว่า ในความเป็นจริงแล้ว CG เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นโดยทั่วไป ซึ่งเป็นการดูแลให้เรื่องนั้น ๆ ดำเนินไปตามเป้าหมายอย่างถูกต้องและเหมาะสม ง่าย ๆ แค่นี้เอง



ต้องเข้าใจคอนเซปต์พื้นฐานก่อนว่า CG นั้นคือ เรื่องทั่ว ๆ ไป ที่ใคร ๆ ก็สามารถทำได้ ใคร ๆ ก็สามารถออกแบบระบบที่จะไปกำกับดูแลและติดตามเรื่องนั้น ๆ ได้ โดยไม่ได้เป็นเรื่องเฉพาะสำหรับบริษัทใหญ่ ๆ หรือเรื่องใหญ่ ๆ เท่านั้น

เพราะไม่ว่าจะเป็นการรวมตัวของคนที่มาทำงานร่วมกันหรือทำโปรเจกต์ด้วยกัน ขนาดเล็กแค่ไหนก็ตาม ถ้ามีการมอบหมาย ปฏิบัติงาน หรือว่านำเงินไปใช้ก็ต้องมีการกำกับดูแลว่า คนที่ได้รับมอบหมายอำนาจหน้าที่ในการบริหารจัดการในเรื่องนั้น ๆ ได้ทำในสิ่งที่ถูกต้องเหมาะสมหรือไม่”

ดังนั้น นอกจากองค์กรจะต้องสร้างความเข้าใจให้บุคลากรว่า CG เป็นเรื่องของพื้นฐาน เป็นเรื่องที่ทำได้ในชีวิตประจำวันแล้ว ยังต้องฝังลงในวัฒนธรรมองค์กรด้วยว่าเป็นการทำเพื่อความถูกต้อง พร้อมสร้างวัฒนธรรมให้คนกล้าพูดเมื่อเห็นสิ่งที่ไม่ถูกต้อง โดยไม่ต้องกังวลเรื่องของระบบอาวุโส และต้องมีช่องทางให้สามารถแจ้งข้อมูลนั้น ๆ ได้

“อย่าทำให้การกำกับดูแลเป็นเรื่องยาก แต่ควรทำให้ง่าย ๆ จับต้องได้ ซึ่งไม่จำเป็นต้องเริ่มต้นด้วยกฎที่หิวหว่า

หรือใหญ่โตอะไร แค่นำไปใช้เรื่องเล็ก ๆ ที่แต่ละคนทำได้ ทำให้เขาเห็นประโยชน์ของการตั้งกฎและปฏิบัติตามกติกาเหล่านั้น โดยผู้บริหารระดับสูงต้องเป็นตัวอย่างที่ดีให้ลูกน้องได้เห็น”

ในขณะเดียวกัน พื้นเพที่สำคัญอย่างพนักงานเองก็ต้องร่วมแรงร่วมใจขับเคลื่อน CG ให้เกิดขึ้นได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยต้องศึกษาและทำความเข้าใจก่อนว่า บริษัทต้องการให้ทำอะไร มีกฎระเบียบหรือนโยบายแบบไหน และปฏิบัติตามด้วยความโปร่งใส ทำงานอย่างตรงไปตรงมา ไม่ทุจริต ไม่ปิดบังคนอื่น และสามารถตรวจสอบได้

“นอกจากนี้ ยังต้องปฏิบัติตนกับคนอื่นอย่างเป็นธรรม กล่าวคือ อยากให้คนอื่นทำกับตัวเองอย่างไรก็ให้ทำกับเขาอย่างนั้น รวมถึงต้องกล้าที่จะให้ข้อมูล กล้าที่จะออกความคิดเห็น และพร้อมปกป้องในสิ่งที่ถูกต้อง เหล่านี้ก็น่าจะเพียงพอที่จะทำให้เกิดการปฏิบัติตาม

หลักการกำกับดูแลที่ดีได้โดยอัตโนมัติ”

อย่างไรก็ตาม ผศ.ดร.เอมอร ยังฝากไว้ว่า อีกสิ่งที่ต้องพึงระลึกคือ CG นั้น ไม่ใช่ One Size Fits All เพราะสิ่งที่ดีกับองค์กรหนึ่งอาจจะไม่ดีกับอีกองค์กร หรือสิ่งที่ดีกับบริษัทขนาดใหญ่ก็อาจจะไม่ดีกับบริษัทขนาดเล็กก็เป็นได้

“เราสามารถเรียนรู้จากประสบการณ์ที่ผ่านมาของบริษัทต่าง ๆ ได้ว่า สิ่งไหนที่ทำแล้วดี เหมาะกับบริบทของเรา โดยสามารถหยิบมาประยุกต์ใช้ พร้อมติดตามดูว่า มันได้ผลอย่างที่คาดการณ์ไว้หรือไม่ ถ้าไม่ก็ต้องทำการออกแบบใหม่ เพราะมันไม่มีอะไรที่ One Size Fits All และไม่มีอะไรที่จะถูกต้องดีงามในลักษณะที่อยู่ได้อย่างยืนยาวแบบนั้น เพราะฉะนั้น สิ่งที่เคยดีเมื่อวานนี้ วันนี้อาจจะไม่ดีอีกแล้วก็ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วเช่นนี้”

ปรับโครงสร้างธุรกิจ... ปูทางสู่ CG ที่เป็นรูปธรรม

สิ่งสำคัญที่ทำให้เครือเจริญโภคภัณฑ์ ดำเนินกิจการมาได้กว่าหนึ่งศตวรรษนั้น หนีไม่พ้นเรื่องของการยึดหลักคุณธรรมและมีธรรมาภิบาลที่ดี ดังนั้น เพื่อต่อยอดว่า ซีพีไม่เคยหยุดที่จะพัฒนา Corporate Governance ให้แข็งแกร่งและจับต้องได้ขึ้นไปอีกขั้น **คุณศุภชัย เจียรวนนท์ ประธานคณะผู้บริหาร เครือเจริญโภคภัณฑ์** จึงมองถึงการปรับโครงสร้างธุรกิจ โดยปักหมุด CG ให้เป็นสิ่งที่ทำได้จริง ไม่ใช่เพียงภาพสะท้อนของนโยบายเท่านั้น

“จะสร้างการเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นได้ เครือซีพีและทุกบริษัทในเครือฯ ต้องร่วมกัน เดินหน้าปรับโครงสร้างธุรกิจ เพื่อให้ CG เป็นมากกว่ากฎเกณฑ์ และยกระดับให้เป็นวัฒนธรรมองค์กร ที่จะช่วยให้เราสามารถส่งมอบคุณค่าให้กับผู้มีส่วนได้เสีย และสร้างผลกระทบเชิงบวกให้กับสังคมได้อย่างยั่งยืน”

โดยหัวใจใหญ่ของเครือฯ เผยว่า มีอยู่ 5 ปัจจัย ที่จะทำให้ CG เป็นกลไกสำคัญ ที่จะช่วยขับเคลื่อนองค์กรให้มีธรรมาภิบาลที่ดี และยั่งยืนได้แบบเป็นรูปธรรม ได้แก่

1. Transparency : ความโปร่งใส

พื้นฐานที่ต้องมีของการดำเนินธุรกิจ และสร้างความเชื่อมั่นให้ตลาด

2. Long-term Perspective : มุมมองระยะยาว

เพิ่มหลักคิดการทำธุรกิจที่ไม่หวังเพียงผลกำไร แต่ต้องสร้างคุณค่าให้กับสังคมและผู้มีส่วนได้เสียอย่างยั่งยืน

3. Leadership : ภาวะผู้นำ

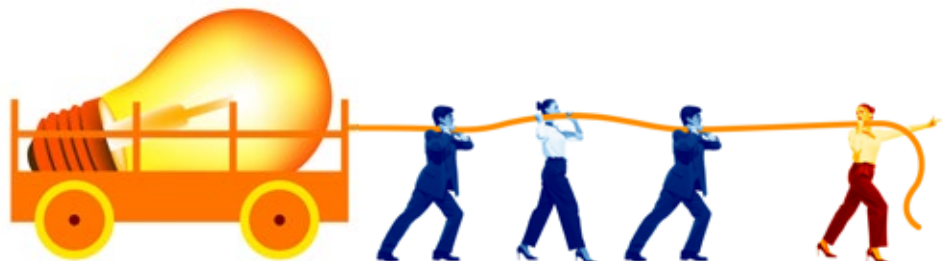
ที่เก่งอย่างเดียวไม่พอ ต้องมีคุณธรรม จริยธรรม และสามารถปรับตัวได้ทันกับการเปลี่ยนแปลง

4. Innovation & Technology : นวัตกรรมและเทคโนโลยี

รู้จักใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือเพิ่มประสิทธิภาพและความโปร่งใสพร้อมลดความเสี่ยงให้องค์กร เช่น ระบบ AI และดิจิทัลแพลตฟอร์ม

5. Empowerment : การสร้างพลัง

ส่งเสริมบุคลากรในองค์กรให้มีบทบาท และมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อน CG ให้เกิดขึ้นได้ในทุกระดับ



SHORTCUT...

เรียนลัด รู้จัก CG

CG สำคัญกับองค์กร ยุคนี้อย่างไร?

- ดูแลให้การดำเนินงานเป็นไปในทางที่ถูกต้อง
- ลดการทุจริต
- เพิ่มความโปร่งใส ตรวจสอบได้
- สร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า
- ดึงดูด Talent/คนเก่งให้อยากร่วมงาน

6 กฎ CG เพิ่มเติกรความสำเร็จ!

- เข้าใจกฎกติกาที่ออกมา
- เริ่มจากจุดเล็ก ๆ = ให้คนทำได้จริงในแต่ละวัน
- ให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเข้าร่วมพูดคุยด้วยว่าควรจะต้องกฎอย่างไร
- ทำให้ง่าย เข้าถึงได้ทุกคน
- ตระหนักรู้ในการใช้เทคโนโลยี เช่น AI แท้จริงแล้วโปร่งใสขนาดไหน
- ให้คุณค่าพนักงานเรื่องการปฏิบัติงาน/ประพฤติตนเพิ่มเติมจากแค่ทำยอดขาย/ตัวเลข

5 ตัวการร้าย ทำ CG สะดุด!!

- ดูเป็นเรื่องยาก คนไม่เข้าใจ
- คนที่มีอำนาจไม่ปฏิบัติตาม
- ไม่มีคนกล้าตรวจสอบ/ไม่มีระบบตรวจสอบที่ดี
- ไม่มีใครกล้าพูดว่า “มันไม่ถูกต้อง”
- ไม่เห็นถึงความสำคัญ



ธรรมาภิบาลไม่ได้จำกัดอยู่แค่
เรื่องของเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยัง
ครอบคลุมถึงมิติทางสังคม
และสิ่งแวดล้อมด้วย



คุณศุภชัย เจียรวนนท์
ประธานคณะผู้บริหาร เครือเจริญโภคภัณฑ์

“ความโปร่งใส ถือเป็นจุดเริ่มต้นของ
การปรับโครงสร้างองค์กร ที่สามารถนำไป
ประยุกต์ใช้ได้กับทุกอุตสาหกรรม และยังเป็น
จุดตั้งต้นให้เราสามารถพัฒนาตัวเองได้
ซึ่งหากองค์กรต้องการเป็นผู้นำในการ
เปลี่ยนแปลงเพื่อความยั่งยืนและมี
ธรรมาภิบาล ต้องไม่ลืมที่จะนำนวัตกรรม
และเทคโนโลยีมาใช้เป็นเครื่องมือสำคัญ
เช่น AI ที่ช่วยในการเก็บและตรวจจับข้อมูล
เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ”

ในขณะเดียวกัน ผู้นำหรือผู้บริหารของ
องค์กรต้องสามารถเป็นตัวอย่างที่ดี หรือเป็น
“โค้ช (Coach)” ให้กับพนักงานได้เห็นว่า การ
มีหลักธรรมาภิบาลนั้นเป็นอย่างไร เพื่อให้
บุคลากรปฏิบัติตามได้อย่างเต็มที่ ซึ่งจะส่งผล
ให้ CG สามารถเกิดขึ้นได้ในองค์กรอย่าง
แท้จริง

“การสร้างธรรมาภิบาลที่ดีจะเกิดขึ้นได้
เมื่อทุกคนในองค์กรมีความมั่นใจและความเชื่อ
ที่จะร่วมมือขับเคลื่อน CG ไปด้วยกันทั้ง

องค์กร โดยมีสิ่งที่เรียกว่าความรับผิดชอบต่อ
สังคมและการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม
เป็นรากฐานสำคัญของทุกสิ่งที่เราลงมือทำ
หรือตั้งใจจะทำในอนาคต ซึ่งต้องเริ่มจากตัวเรา
ในระดับบุคคลก่อนจะแผ่ขยายไปยังผู้คน
รอบตัว”

โดยคุณศุภชัยทิ้งท้ายว่า ธุรกิจที่มี
จริยธรรมจะมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจ
และสังคมให้แข็งแกร่งและเติบโตได้อย่าง
ยั่งยืน

“ธรรมาภิบาลไม่ได้จำกัดอยู่แค่เรื่องของ
เศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังครอบคลุมถึงมิติทาง
สังคมและสิ่งแวดล้อมด้วย ดังนั้น ธรรมาภิบาล
และความยั่งยืนจึงเป็นเรื่องเดียวกัน ทั้งสองเรื่อง
ล้วนเป็นเรื่องของคุณธรรมและจริยธรรม
หรือที่เรียกว่า ‘ความเมตตา’ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญ
ในการอยู่ร่วมกันอย่างปลอดภัยและปรองดอง
โดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และเป็นการสร้าง
ความยั่งยืนในทุกมิติของเรา”

กำกับดูแลเป็น... ทุกคน “เห็น + ทำ” ได้เหมือนกัน

แค่ทำให้คนในบริษัทเดียวกันทำตามหลักธรรมาภิบาลขององค์กรว่ายากแล้ว ยังมีสาขาหรือบริษัทในเครือเพิ่มเข้ามา ยิ่งเป็นงานที่ยากกว่า แต่ถึงอย่างนั้นก็ไม่ใช่ว่าจะไม่สามารถทำให้ Corporate Governance เกิดขึ้นจริงได้ เมื่อ **คุณอรนุช อภิศักดิ์ศิริกุล** กรรมการคณะกรรมการขับเคลื่อนการกำกับดูแลกิจการความเสี่ยงและการตรวจสอบ บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด เผยว่า “Subsidiary Governance” นี่แหละที่จะเป็นกุญแจสำคัญที่ไม่ว่าจะมีสักกี่กิจการในมือหรือมีคนมากขึ้นอีกสักกี่เท่า จะไม่เกิดการแตกแถวหรือหัวไปทางทางไปทางอย่างแน่นอน

“สิ่งที่ต้องทำความเข้าใจอย่างแรกคือ Subsidiary Governance เป็นการกำกับดูแลบริษัทในเครือ ไม่ใช่การควบคุมหรือบีบบังคับให้ทำตามแต่อย่างใด ซึ่งเป็นสิ่งที่ต้องสื่อสารและทำให้พนักงานเข้าใจถึงความหมายในจุดนี้อย่างถ่องแท้”

ถ้ายังนึกภาพไม่ออก คุณอรนุช แนะนำว่า ให้คิดถึงการเลี้ยงลูก ที่ผู้ปกครองหรือพ่อแม่ต้องมีกฎระเบียบวินัยให้ทุกคนอยู่ร่วมกันได้อย่างมีความสุข และมีวัฒนธรรมไปในทิศทางเดียวกัน

“องค์กรที่ตั้งขึ้นมาเพื่อทำธุรกิจ ก็ต้องมีนโยบายกำกับ เพื่อวางรากฐานให้ไปในทิศทางเดียวกันเช่นกัน จนนำไปสู่การเกิดเป็นวัฒนธรรมองค์กร ดังนั้น จึงต้องมีการกำหนดนโยบายระดับเครือ เพื่อให้ทุกคนเข้าใจตรงกัน และนำหลักธรรมาภิบาลนั้นไปปฏิบัติได้เหมือนกัน”

อย่างไรก็ตาม ความท้าทายของการจัดทำนโยบายระดับเครือขึ้นอยู่กับที่การคิดกรอบโครงการใหญ่ ที่ต้องมีการรับฟัง (Hearing) และการพูดคุยกับบริษัทในเครือตลอดเวลา

“การกำกับดูแลที่ดีคือการให้แนวทางโดยพนักงานต้องสามารถมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นได้อย่างรอบด้าน เพราะฉะนั้น ต้องไม่เขียนกรอบที่แคบเกินไปและไม่คิดแทนพนักงาน ที่สำคัญ ต้องเขียนกฎที่ทำให้คนอยากปฏิบัติตาม ไม่ใช่ต้องปฏิบัติตาม”

ซึ่งการจะทำให้การกำกับดูแลบริษัทในเครือประสบความสำเร็จได้ ขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้นำ โดยผู้นำที่เก่งนั้น ต้องทำให้ผู้ตามไม่รู้ว่ามีคนคอยกำกับอยู่ในขณะที่ต้องมีการปรับเปลี่ยน ทบทวน และต้องทำความเข้าใจถึงผลกระทบระหว่างสิ่งต่าง ๆ อยู่เสมอ เพื่อให้การกำกับนั้นเข้ากับยุคสมัย องค์กรและผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย



คุณอรนุช อภิศักดิ์ศิริกุล

กรรมการ คณะกรรมการขับเคลื่อนการกำกับดูแลกิจการ ความเสี่ยงและการตรวจสอบ บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด

“ถ้าสามารถทำให้ผู้ที่จะปฏิบัติตามกฎ เชื่อได้ว่ากฎนั้นดีจริง เขาจะทำด้วยความเต็มใจ โดยไม่ต้องบังคับ

เพราะฉะนั้น การกำกับดูแลก็เหมือนกับการตั้งกำแพง ที่คุณอรนุชชวนให้คิดตามว่า กำแพงของบริษัทก็คือนโยบายและข้อกำหนดต่าง ๆ ซึ่งต้องทำขึ้นเป็นกรอบให้เห็นว่า ทิศทางที่จะเดินไปนั้นคือทางไหน

“ถ้าจะให้เปรียบ เรื่องนี้ก็ไม่ต่างกับการปล่อยปละ ที่ต้องวางกำแพงไว้สองด้าน เพื่อให้ปูเดินอยู่ในช่องนี้ ไม่ว่าปูจะเดินอย่างไร สุดท้ายก็จะมาเจอกัน ไม่เดินหายไปไหน ต่างจากการปล่อยปละให้เดิน ๆ ไป โดยไม่วางกรอบ สุดท้ายก็ไปรู้จะไปจับปูได้ที่ไหนนั่นเอง”



= การวางแผนทาง
ที่มาจาก
การคิดวิเคราะห์



= การวางแผน
ที่ผ่าน
การตรึงตรง



= การมีส่วนร่วมและนำไป
ปฏิบัติร่วมกัน
ได้ของพนักงานทุกคน

กำกับ ≠ ควบคุม

ใครว่าบริษัทเล็ก มี CG ไม่ได้!

สภาพจำของการทำ CG ที่ต้องเป็นบริษัทใหญ่เท่านั้นถึงจะกำกับดูแลกิจการให้ได้ เมื่อบริษัทเล็ก ๆ หรือสตาร์ทอัพของไทยก็สามารถนำเรื่องของการมีจริยธรรม คุณธรรม การเคารพความหลากหลาย และการไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง มารังสรรค์ให้เกิดเป็นวัฒนธรรมองค์กร ที่ไม่เพียงคนรุ่นใหม่ยังต้องยกนิ้วให้ แต่คนรุ่นไหนก็พร้อมปรบมือให้เช่นกัน



VULCAN COALITION

ใช้ AI ผสานธรรมชาติ สร้างโอกาสใหม่ให้ผู้พิการ

หนึ่งในนั้นคือ Vulcan Coalition สตาร์ทอัพไทยด้าน AI ที่ไม่ได้เริ่มต้นจากการไล่ล่ากำไร แต่เริ่มต้นจากคำถามที่ว่า “ทำไมผู้พิการในไทยถึงเข้าไม่ถึงโอกาสในการทำงานที่เท่าเทียม?” และเพื่อตอบโจทย์ในเรื่องนี้ทางบริษัทได้มีการนำหลักธรรมชาติมาผสานเข้ากับโมเดลธุรกิจและเทคโนโลยีได้อย่างแยบยล

โดย Vulcan ได้ออกแบบระบบฝึกอบรมและจ้างงานผู้พิการอย่างมีมาตรฐาน ซึ่งใครที่มีส่วนร่วมในงาน Data Labelling หรือการจัดหมวดหมู่ข้อมูลเพื่อเทรนโมเดล AI นั้น จะไม่ได้เป็นเพียงแค่แรงงานชั่วคราว แต่ยังได้รับสิทธิเป็นเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญา พร้อมส่วนแบ่งรายได้สูงถึง 30% จากผลงาน จึงเปลี่ยนบทบาทจาก “ผู้รับความช่วยเหลือ” เป็น “หุ้นส่วนธุรกิจ” ได้อย่างแท้จริง

เท่านั้นไม่พอ โมเดลของ Vulcan ยังเปลี่ยนแนวทางการจ้างงานผู้พิการตามกฎหมาย จากการจ่ายเงินเข้ากองทุน

มาเป็นการสร้างงานจริงที่ส่งเสริมศักยภาพ เช่น เทรนเสียงสำหรับผู้พิการทางสายตา และ เทรนข้อมูลภาพสำหรับผู้พิการทางการได้ยิน ทั้งนี้ AI ที่พัฒนาจากแรงงานผู้พิการภายใต้การสนับสนุนที่เท่าเทียม ไม่เพียงสร้างคุณค่าให้กับแบรนด์ แต่ยังคืนกำไรสู่สังคมใน

รูปแบบที่วัดผลได้จริง เช่น การพัฒนา AI Text-to-speech สำหรับหนังสือเสียง 10,000 เล่ม และการสร้างฐานข้อมูลเสียงแบบเปิด ที่ต่อยอดได้ทั้งในภาครัฐกิจและงานวิจัย



หนึ่งในดีเอ็นเอของ VULCAN คือ การเคารพความเหมือน และความแตกต่างในตัวของคน

เมารวี กัศนาเสถียรกิจ ผู้ร่วมก่อตั้งของ Vulcan Coalition

RENTSPREE

ส่งเสริมคน ปลุกฝัง CG หนูนองค์กรได้ดีตั้งแต่อีจุก่อนแรก

ด้วยความเชื่อที่ว่า “คน” คือรากฐานที่แท้จริง RentSpree สตาร์ทอัพสัญชาติไทยในอเมริกา ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มช่วยเหลือการเช่าบ้านที่มีบริการแบบครบวงจร จึงให้ความสำคัญกับการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เปิดกว้าง ส่งเสริมการแสดงความคิดเห็น สนับสนุนการเรียนรู้ และมอบความท้าทายที่ช่วยให้พนักงานเติบโตไปพร้อมกับบริษัท

โดย RentSpree ได้ดำเนินการหลายอย่าง เพื่อส่งเสริมหลัก CG ที่เกี่ยวข้องกับพนักงานโดยตรง เช่น มีนโยบายทำงานแบบยืดหยุ่น ที่เปิดโอกาสให้พนักงานทำงานจากที่ไหนก็ได้ พร้อมสนับสนุนความสมดุลในการใช้ชีวิต

ยิ่งไปกว่านั้น ยังเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถวางแผนและตั้งเป้าหมายการเติบโตของตนเองได้อย่างชัดเจน และสามารถมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในหลายโปรเจกต์สำคัญ ทั้งยังมีโอกาสเข้าร่วมเวิร์กช็อป ซึ่งทำให้รู้สึกมีส่วนร่วมและเป็นเจ้าของผลงานที่แท้จริง

ที่สำคัญ ยังสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงาน ที่เปิดกว้างทางความคิด ส่งเสริมการทำงานเป็นทีม และสนับสนุนให้พนักงานมีความหลงใหลในงานที่ทำ เพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีที่สุดให้กับผู้ใช้งาน

นอกจากนี้ บริษัทยังมีสวัสดิการที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์คนรุ่นใหม่ เช่น ลาวันไหนก็ได้แบบไม่จำกัดจำนวน, จัดงบประมาณ Well-being ให้กับพนักงาน, พัฒนาทักษะภาษาและเทคโนโลยีตามสายงานและความสนใจ, อาหารกลางวันฟรีพร้อมกิจกรรมเรียนรู้ทุกวันอังคาร รวมถึงสวัสดิการหุ่นบริษัทสำหรับพนักงาน เป็นต้น

การดูแลพนักงานและการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ดีของ RentSpree ส่งผลให้บริษัทได้รับการยอมรับในระดับสากล เช่น ได้รับเลือกให้เป็นหนึ่งใน “America’s Best Startup Employers 2023” โดย Forbes และล่าสุดกับรางวัล “2025 Best Place to Work” จาก Built In



“

**การสร้างระบบที่ดีกับคน
จะช่วยหนุนหลักธรรมาภิบาล
ให้แข็งแกร่งตั้งแต่รากฐาน
และขับเคลื่อนธุรกิจให้ไปต่อ
ได้อย่างยั่งยืน**

เอกนุตร สิริสุภาวงศ์
ผู้ร่วมก่อตั้ง และ COO ของ RentSpree

อ้างอิง : THAIPUBLICA, CG Voice Issue 12, We Are CP, Techsauce (1) (2) , Forbes Thailand, The Cloud



Meeting ยุคใหม่!

ประชุมปลอดภัย องค์กรโปร่งใส ด้วยซอฟต์แวร์

ประชุมทั้งที่ Secret ต้องมี ความปลอดภัยต้องมา! เรียกได้ว่าเป็นยุคที่องค์กรทั่วโลกต้องเผชิญกับความท้าทายด้านธรรมาภิบาลและความโปร่งใสในวาระการทำงานอย่างการจัดการประชุมคณะกรรมการหรือการเก็บรักษาข้อมูล Diligent Corporation ผู้ให้บริการด้านการพัฒนาเว็บไซต์และดิจิทัลโซลูชันในสหรัฐอเมริกา จึงไม่รอช้าทำการพัฒนา Diligent Boards ซอฟต์แวร์สุดล้ำ เพื่อต่อยอดให้ทุกการประชุมทำได้อย่างรวดเร็ว ปลอดภัย และโปร่งใส

มาในลักษณะของแพลตฟอร์มดิจิทัลสำหรับบริหารจัดการคณะกรรมการและกำกับดูแลองค์กรแบบครบวงจร Diligent Boards นำเสนอระบบจัดการเอกสารที่ปลอดภัยสูงสุด ระบบประชุมออนไลน์ การลงมติ และการติดตามอย่างเป็นระบบ ซึ่งทุกข้อมูลสามารถเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลาอย่างปลอดภัยผ่านระบบ Cloud ทั้งยังมีระบบแจ้งเตือนอัตโนมัติ การแชร์เอกสารแบบจำกัดสิทธิ์ และการติดตามกิจกรรมของกรรมการ ที่จะช่วยให้องค์กรสามารถกำกับดูแลกันได้อย่างทั่วถึง



การนำเทคโนโลยี X แนวทาง Corporate Governance ที่ดีของตัวช่วยอัจฉริยะนี้ ไม่เพียงจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารงานของคณะกรรมการเท่านั้น แต่ยังช่วยฝ่ายกฎหมายให้ใช้เวลาในการจัดการเอกสารและทำการตรวจสอบน้อยลงได้ 50-60% ทั้งยังเสริมสร้างความมั่นใจให้ผู้ถือหุ้น ผู้บริหาร และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ ได้เห็นถึงความโปร่งใสและความรับผิดชอบขององค์กรในระดับสูงสุดอีกด้วย

ที่มา : www.diligent.com

Your Voice Matters!

โซลูชันพร้อมรับฟัง ใส่ใจทุกเสียงในองค์กร

เพราะทุกเสียงมีความหมาย และไม่มีใครที่ไม่ถูกรับฟัง โดยเฉพาะเสียงของพนักงานในองค์กรที่อยากจะมีส่วนต่อเสียงถึงความคิดเห็น ความไม่เท่าเทียม หรือความทุจริตที่พบเจอ เป็นที่มาให้ NAVEX Global บริษัทซอฟต์แวร์และผู้ให้บริการด้านการจัดการกำกับดูแล ความเสี่ยง และการปฏิบัติตามกฎระเบียบ (GRC) แห่งเมืองลุงแซม ผุดแพลตฟอร์ม NAVEX ระบบส่งเสริม CG สนับสนุนวัฒนธรรมองค์กรที่โปร่งใสและมีความรับผิดชอบขึ้นมา

ที่เด็ดแรกของ NAVEX ที่ต้องพูดถึงคือ ระบบ EthicsPoint ที่ออกแบบมาเพื่อรองรับการรับรายงานปัญหาภายในองค์กรแบบไม่เปิดเผยตัวตน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการทุจริต การถูกคุกคาม หรือการฝ่าฝืนกฎระเบียบ โดยข้อมูลจากผู้แจ้งจะถูกส่งเข้าสู่ระบบและวิเคราะห์อัตโนมัติ เพื่อส่งต่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พร้อมระบบติดตามสถานะและบันทึกหลักฐาน

แค่นี้ไม่พอ! NAVEX ยังมีฟีเจอร์ระบบฝึกอบรมด้านจริยธรรมออนไลน์ ระบบบริหารจัดการนโยบาย และแดชบอร์ดวิเคราะห์ข้อมูล ที่จะช่วยให้ฝ่ายบริหารสามารถติดตามแนวโน้มการเกิดปัญหาและหาทางแก้ไขป้องกันได้อย่างถูกต้องอีกด้วย

เชื่อว่าเป็นอีกทางเลือกที่จะช่วยให้องค์กรสามารถเข้าถึงเสียงที่อาจจะหลบซ่อน เพราะกำลังถูกบั่นทอนอยู่ก็เป็นได้

ที่มา : www.navex.com



NAVEX One®

PSYCHOLOGICAL Safety

ความปลอดภัยทางจิตใจ เซฟโซนที่คนรุ่นใหม่ต้องการ

“ ว่ากันว่า ดับที่อยู่ได้ ดับใจอยู่ยาก ”

คงเป็นคำกล่าวที่ไม่เกินจริงสำหรับคนยุคนี้ ที่ให้ความสำคัญกับเรื่องของความรู้สึกและสภาพจิตใจ ซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานความต้องการของความปลอดภัย และการเป็นผู้ไม่ Toxic ที่คอยพ่นพิษใส่คนรอบข้างและได้รับพลังงานลบ ๆ จากคนที่อยู่ร่วมกัน

นี่เองที่ทำให้ Psychological Safety หรือความปลอดภัยทางจิตใจ กลายเป็นสิ่งที่คนรุ่นใหม่โยเยหา ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหน ทุกที่ต้องปลอดภัย เป็น Safe Zone ให้พวกเขาได้ไม่ต่างกัน แน่หนะว่าหนึ่งในนั้นต้องมีบ้าน แต่ที่กำลังมาแรงสุด ๆ หนีไม่พ้นที่ทำงาน ซึ่งเต็มไปด้วยแรงขับเคลื่อนจากการแข่งขันทั้งจากภายนอกและภายใน ที่แม้จะมีความกดดันสูงเพียงใด การสร้างบรรยากาศที่ทำให้พนักงานรู้สึกปลอดภัย จึงเป็นหนึ่งในหน้าที่ขององค์กร

รู้จัก Psychological Safety ให้ดีขึ้น

Psychological Safety หรือความปลอดภัยทางจิตใจนั้นคืออะไร อธิบายได้ง่าย ๆ ว่า คือ สภาพแวดล้อมในการทำงานที่ทำให้พนักงานรู้สึกว่าจะสามารถออกความคิดเห็น ตั้งคำถาม หรือแม้แต่ทำผิดพลาดได้โดยไม่ต้องกังวลว่าจะถูกตำหนิ โดนดูถูก หรือถูกกดดันจากสมาชิกในทีม รวมไปถึงการไม่โดนคุกคามทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ

อย่างไรก็ตาม อย่าสับสนว่า ความปลอดภัยทางจิตใจในที่ทำงานนั้นแปลว่าทุกคนจะต้อง “Nice” ใส่กันตลอดเวลา เพราะแท้จริงแล้ว เป็นการที่ทุกคนในทีมสามารถยอมรับข้อขัดแย้งหรือความคิดเห็นที่ไม่ตรงกับใจตัวเองได้ โดยไม่เหยียดหยัน เหน็บแนม นินทา บูลลี่ หรือเยาะเย้ยความคิดเห็นนั้น ๆ ซึ่งเป็นการ

เปิดพื้นที่ให้ทั้งตัวเองและเพื่อนร่วมทีมกล้าที่จะออกความเห็นหรือนำเสนอไอเดียได้อย่างมั่นใจ

โดยศาสตราจารย์ Amy Edmondson จาก Harvard Business School ผู้หยิบยกแนวคิดเรื่อง Psychological Safety ขึ้นมาเป็นครั้งแรก ได้กล่าวไว้ว่า ความปลอดภัยทางจิตใจถือเป็นรากฐานสำคัญของทีมที่มีประสิทธิภาพ นั่นเพราะเมื่อพนักงานรู้สึกปลอดภัย จะส่งผลให้สามารถแสดงศักยภาพออกมาได้อย่างเต็มที่นั่นเอง





คนรุ่นใหม่ใส่ใจ Psychological Safety มากแค่ไหน?

เมื่อคำตอบอย่างเดียวนั้น ไม่เพียงพอ
ให้คนรุ่นใหม่ตัดสินใจได้ว่า จะร่วมงานกับ
องค์กรนั้น ๆ หรือไม่ โดยสถาบันการศึกษา
Niagara Institute เผยว่า 84% ของพนักงาน
มองว่า Psychological Safety นั้น เป็น 1 ใน
3 ปัจจัยที่พวกเขาให้ความสำคัญมากที่สุดในที่
ทำงาน

นอกจากนี้

59%

ของ Gen Z
และ

51%

ของชาว Millennials

ยังบอกว่า หากรู้ว่า
ที่ไหนมีวัฒนธรรมองค์กรที่ดีกว่า
พวกเขาก็พร้อมจะ

ลาออก
จากงานปัจจุบัน

สะท้อนให้เห็นว่า การมี Psychological
Safety สามารถช่วยยกระดับให้ที่ทำงานกลายเป็น
เป็นองค์กรในฝันของคนรุ่นใหม่ ที่ให้ความสำคัญ
ทั้งการเติบโตในหน้าที่การงานและความ
รู้สึกปลอดภัยในการทำงานไปพร้อม ๆ กัน

ส่องแนวคิดองค์กรระดับโลก ปั้น Psychological Safety สุดปัง!



1 • Google
คลอดโครงการวิจัย
Project Aristotle

มุ่งหาคำตอบว่า ทีมที่ดีนั้นเกิดจาก
อะไร? จนพบว่า ความปลอดภัยทางจิตใจ
คือหนึ่งในนั้น นำมาสร้างสภาพแวดล้อม
การทำงาน ที่คนกล้าซักถาม เสนอความ
คิดเห็น/ไอเดีย และยอมรับข้อผิดพลาด
โดยไม่กลัวถูกตำหนิ



2 • Microsoft
ปลูกฝังทัศนคติ
Learn-it-all

ยึดหลัก “เรียนรู้ในทุก ๆ อย่าง” ให้
ความสำคัญกับการเปิดใจรับฟัง ส่งเสริม
ให้พนักงานแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ
ยอมรับได้ว่าความผิดพลาดเป็นส่วนหนึ่ง
ของการเรียนรู้ พร้อมมี Empathy เข้าใจ
คนรอบข้าง

PIXAR

3 • Pixar
คิดค้นสูตรลับระดับ
สมองแบบ Braintrust

สร้างการประชุมที่ทุกเสียง
เท่าเทียมกัน ไม่มีลำดับชั้น ให้ความสำคัญ
กับไอเดียและความคิดสร้างสรรค์
ของพนักงานในทุกระดับ ทุกคนสามารถ
ออกความคิดเห็นได้



4 • Airbus
พัฒนาระบบจัดการลูกเรือ
Crew Resource
Management

วางระบบส่งเสริมลูกเรือทุกคนให้มี
สิทธิ์แสดงความคิดเห็นและสามารถ
หักท้วงได้หากเห็นข้อผิดพลาด เพื่อ
ป้องกันการเกิดอุบัติเหตุที่อาจเกิดจาก
การสื่อสารที่ไม่ดี

รู้แบบนี้แล้ว องค์กรที่อยากลดอัตราการลาออกหรือสร้างแรงจูงใจให้
Talent อยากร่วมงานด้วย ต้องรีบสร้าง Psychological Safety แบบด่วน ๆ
ซึ่งสามารถทำได้หลายวิธี ไม่ว่าจะเป็นสร้างวัฒนธรรมองค์กรแห่งการ
รับฟังอย่างจริงจังและจริงใจ เปิดพื้นที่ให้ทุกคนแสดงความคิดเห็นได้
อย่างเท่าเทียม หรือใช้ความผิดพลาดเป็นโอกาสในการเรียนรู้ร่วมกัน ไป
จนถึงกล่าวชื่นชมและให้กำลังใจแก่คนในทีมที่กล้าแสดงออกและนำเสนอ
ไอเดียใหม่ ๆ เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่ทุกคนรู้สึกได้ว่า “เสียงของพวกเขา
นั้นมีค่าและควรค่าแก่การรับฟัง”

ที่มา : Niagara Institute, New York Post, Psych Safety, LinkedIn, Kutsko Consulting, Wikipedia

เวียดนามเปิดตัว

คู่มือการกำกับดูแลกิจการปี 2025



สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (SSC) และบริษัทการเงินระหว่างประเทศ (IFC) เปิดตัวคู่มือการกำกับดูแลกิจการของเวียดนาม ปี 2025 เพื่อส่งเสริมแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดในการกำกับดูแลกิจการ และยกระดับมาตรฐานและส่งเสริมความยั่งยืนในภาคธุรกิจ คู่มือฉบับนี้พัฒนาจากฉบับปี 2010 โดยอิงจากกฎหมายหลักทรัพย์ปี 2019 กฎหมายวิสาหกิจปี 2020 และหลักการ G20/OECD ปี 2023 ซึ่งเน้นความโปร่งใส ความรับผิดชอบ และการบริหารความเสี่ยงครอบคลุมแนวปฏิบัติสากลและบริบทเฉพาะของเวียดนาม เพื่อให้บริษัทเสริมสร้างธรรมาภิบาล โดย SSC เชื่อว่า ธุรกิจเวียดนามควรตระหนักถึงบทบาทของธรรมาภิบาลมากขึ้น ทั้งนี้ยังมีแผนปรับปรุงประมวลกฎหมายการกำกับดูแลกิจการของประเทศในปี 2025 ให้สอดคล้องกับมาตรฐานอาเซียนและสากลต่อไป

ที่มา : vietnamnews.vn, en.nhandan.vn

ANZ เล็งเปิดรายงาน

การตรวจสอบภายใน เน้นย้ำ CG ขององค์กร

Australia and New Zealand Banking ของออสเตรเลียได้ประกาศว่า จะเปิดเผยรายงานการตรวจสอบภายในฉบับสมบูรณ์ ที่จัดทำโดยบริษัท Oliver Wyman ซึ่งได้รับคำสั่งจาก Australian Prudential Regulation Authority (APRA) เพื่อประเมินการบริหารจัดการความเสี่ยงที่ไม่ใช่ด้านการเงินของธนาคาร การเปิดเผยรายงานฉบับสมบูรณ์นี้ถือเป็นการยกระดับความโปร่งใสและแสดงถึงความมุ่งมั่นในการปรับปรุงธรรมาภิบาลของธนาคาร เพื่อยกระดับและมาตรฐานขององค์กรให้ดียิ่งขึ้น



ที่มา : www.theaustralian.com

นักลงทุน-ส่งออกไทย

เตรียมรับมือ CSDDD กฎหมายห่วงโซ่อุปทานของ EU

Corporate Sustainability Due Diligence Directive : CSDDD คือร่างกฎหมายของสหภาพยุโรป (EU) ที่กำหนดให้บริษัทต่าง ๆ ต้องรับผิดชอบต่อสิทธิมนุษยชน สิ่งแวดล้อม และธรรมาภิบาล ครอบคลุมทั้งองค์กรและห่วงโซ่อุปทาน เพื่อขับเคลื่อนความยั่งยืนอย่างเป็นระบบ มีผลบังคับใช้เบื้องต้นในปี 2024 ปัจจุบันมีการปรับปรุงข้อกำหนดและจะเริ่มขยายการบังคับใช้ในปี 2026 โดยบังคับใช้กับบริษัทขนาดใหญ่ ซึ่งจำแนกออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ บริษัทสัญชาติสหภาพยุโรป (EU Companies), บริษัทต่างชาติที่ทำธุรกิจในสหภาพยุโรป (Non-EU Companies) และบริษัทแฟรนไชส์ (Franchised Companies) ที่มีการเก็บค่าสิทธิกับบริษัทในสหภาพยุโรปและครอบคลุมทุกภาคธุรกิจ

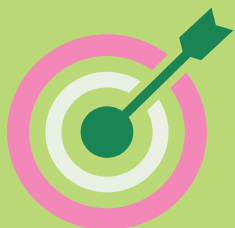
ที่มา : www.krungsri.com, finance.ec.europa.eu



ส่องค่าพลัง CG

เพิ่มศักยภาพ 3 ด้าน ให้องค์กร

ผลต่อองค์กร



68%

มีประสิทธิภาพสูงขึ้น
เมื่อบอร์ดบริหารมีความรู้
และกลยุทธ์

48%

ลดความเสี่ยงทุจริต
เมื่อมีโครงสร้าง CG ที่
โปร่งใส

23%

เพิ่มผลตอบแทนผู้ถือหุ้น
เมื่อ CEO และประธาน
บอร์ดแยกหน้าที่กัน

ผลต่อพนักงาน

60%

ผูกพันกับองค์กรเพิ่มขึ้น
เมื่อได้มีส่วนร่วมในระดับนโยบาย

55%

เชื่อมั่นองค์กรเพิ่มขึ้น
เมื่อบริหารแบบโปร่งใส



37%

อัตราการลาออกลดลง
เมื่อองค์กรมีนโยบายด้าน
แรงงานและสิทธิมนุษยชน

ผลต่อกระบวนการทำงาน

14%

ROA ขององค์กรสูงขึ้น
หากบอร์ดประชุม
เกิน 6 ครั้ง/ปี

39%

การตัดสินใจเชิง
กลยุทธ์แม่นยำขึ้น
ด้วยการเปิดเผย
ข้อมูลที่โปร่งใส

45%

ข้อผิดพลาดในระบบ
งานลดลง เมื่อมีระบบ
ตรวจสอบภายในที่มี
ประสิทธิภาพ

AIR

หัวใจของการดีล

“รองเท้า จะไม่เป็นรองเท้า จนกว่าเราจะใส่มัน”

ประโยคชวนคิดนี้ ออกมาจากปากตัวละครสะท้อนไปมา หาใช่การเล่นลิ้น แต่มันหมายความว่าตามนั้นจริง
รองเท้า ไม่ได้มีวางไว้ให้ฝุ่นเกาะ แต่เราต้องสวมใส่ ต้องใช้ ต้องเดิน ต้องวิ่งไปให้ถึงฝั่งฝัน และ
แน่นอน เราต้องเลือกรองเท้าที่ พอเหมาะพอดี

Air หนึ่งปี 2023 ไม่ได้เป็นหนังโปรโมต Nike รุ่น Air Jordan หนึ่งในไอคอนตำนาน แห่งยุคแปดศูนย์ เสียทีเดียว มันกลับเล่าห้วง ยามสุดเดือดของบรรดาหนุ่มใหญ่ หัวล้าน ลงพุง และไม่เคยวิ่ง ในการทำภารกิจโหดหิน ที่เดิมพันด้วยชีวิต

ไมเคิล จอร์แดน นักบาสเกตบอลดาวรุ่ง ประกาศชัดว่าเขาใส่อาดิดาสตอนซ้อม และ เปลี่ยนเป็นคอนเวิร์สทันทีเวลาแข่งขัน ในเอ็นบีเอ ส่วนไนกี้ เขาไม่เสียเวลาพูดถึงด้วยซ้ำ

แผนกบาสเกตบอลของไนกี้ กำลังถูกปิด ทีมงานถอดใจ หลายคนหลายครอบครัว ผาก ชีวิตไว้กับดิลประวัติศาสตร์ที่ต้องคว่ำไมเคิล จอร์แดน มาเซ็นสัญญาให้ได้ ถึงขั้นที่พวกเขา ต้องเนรมิตรองเท้า ที่ไม่ใช่รองเท้า แต่มันคือ ไมเคิล จอร์แดน ขณะกำลังเหิน หาวในอากาศ ทำท่าสลัดมดิ่งคั อันลือลั่น ถ้าไมเคิลไม่สน รองเท้าก็ตายตั้งแต่ยังไม่เกิด

หนังเดินหน้าเล่ากลยุทธ์ที่ต้องเข้าถึงตัว ไมเคิลให้ได้ ผ่านเอเยนต์เชี่ยวชาญที่ดินที่เม็ดเงิน สูงลิ่วคือด้านแรก ไนกี้ในตอนนั้น, ปี 1984, คือ รองบ่อน ตัวเลขสองแสนห้าหมื่นดอลลาร์ฯ พอจะพาดได้ แต่ก็ตึงมือระดับบอร์ดบริษัทต้อง หนาว ๆ ร้อน ๆ

แล้วถ้านอกกติกาละ แมวมองฝ่ายหา พรึ่เซนเตอร์ (รับบทโดยดาราต่ง แมตต์ เดมอน) ตัดสินใจดีท้ายคร้ว เสี่ยงบินไปบุกหลังบ้าน ไมเคิล จอร์แดน พบแม่ของเขาตัวต่อตัว “ครอบครัวคนผิวดำนะ แม่เป็นคนชี้ชะตา ทั้งนั้นแหละ” เขาได้ยินมาแบบนั้น การเจรจา ในสวนหลังบ้านที่ร่มรื่น ผ่อนความไร้มารยาท ให้กลายเป็น “บางสิ่ง” ที่ราบรื่น

แต่ธุรกิจคือการต่อรอง คือผลกำไรสูงสุด คือการแข่งขัน คือภาพลักษณ์ที่ต้อง สร้าง คอนเวิร์ส และอาดิดาส



มีสิ่งเหล่านี้ครบเครื่อง แล้วไนกี้ที่บูมบ่าม เหมือนเด็กเอาแต่ใจ จะเอาตรงไหนไปสู้

ถึงวันทำดีล ไมเคิล และครอบครัว ซึ่งมี แม่เป็นหัวหอก ตระเวนไปครบทั้งสามบริษัทที่ ต่างก็ต้อนรับขับสู้ เสนอแผนอนาคตอันเรืองรอง ให้เขาได้พิจารณา กระทั่งถึงไนกี้

การทำหนังที่เรา, คนดู, ต่างรู้ตอนจบอยู่ แล้ว จะสนุกได้อย่างไรที่โดนประวัติศาสตร์ สปอยล์ แต่ Air ทำได้ และทำได้อย่างยอดเยี่ยม ไมเคิล หรือว่าอันที่จริงคือคุณแม่ ตัดสินใจ เลือกไนกี้ สวมใส่รองเท้ารุ่น Air Jordan ทำให้ รองเท้า ได้แจ้งเกิดเป็นรองเท้า

ไนกี้ ทำสัญญาใจกับเขาว่า บริษัทจะร่วม ทุกข์ร่วมสุขกับเขา ในทุกวินาทีของชีวิต ไม่ว่า จะเห็นหาวกลางอากาศ หรือร่วงหล่นหลุม อากาศ “เราจะเคียงข้างคุณ”

แววตาของบรรดาหนุ่มใหญ่ไนกี้ หนักแน่น เสียจน ครอบครัวจอร์แดน ดาวรุ่งวัยเยาว์ ต้องยอมใจ ในเกมการเลือกนี้

สี่สิบปีล่วงผ่าน พิสูจน์ชัดว่าไนกี้ทำ อย่างที่พูด ปี 2024 Jordan Brand ทำรายได้ ให้กับ Nike ไปถึงเจ็ดพันล้านดอลลาร์ฯ และนั่นคือ “บางสิ่ง” ที่เรียกว่า ความเชื่อใจ

... อันเป็นหัวใจทุกดวง ของทุกการดีล



Good to Great

เปลี่ยนธุรกิจธรรมดาให้เป็นอภิมหาธุรกิจ

เขียน : Jim Collins แปล : พริยะ พาณิชย์ชะวงค์

สำนักพิมพ์ : SIXMA

Good to Great ตีพิมพ์ครั้งแรกในปี 2001 เป็นหนึ่งในหนังสือด้านธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอย่างสูงในศตวรรษที่ 21 ได้รับการแปลออกไปถึง 32 ภาษาทั่วโลก ฉบับภาษาไทยตีพิมพ์ครั้งแรกในปี 2003 สองทศวรรษที่ผ่านมาหนังสือเล่มนี้ยังถูกกล่าวถึงอย่างต่อเนื่องและกลายเป็นหนังสือหายากที่คนตามหา ในปีนี้ได้มีการซื้อลิขสิทธิ์มาแปลใหม่อีกครั้ง จิม คอลลินส์ ผู้เขียน และทีมนักวิจัยของเขาทำการศึกษาค้นคว้าเพื่อค้นหาบริษัทที่ “ดี” (Good) พันกว่าแห่ง ติดตามผลประกอบการ 40 ปี กลับกรองจนเหลือบริษัทที่ “ดีเยี่ยม” (Great) เพียง 11 บริษัท ซึ่งจุดร่วมของบริษัทเหล่านี้ คือการพัฒนาความเชี่ยวชาญของตนอยู่ตลอดเวลา และทบทวนคำถาม 3 ข้อ คือ อะไรที่เชี่ยวชาญที่สุด อะไรที่เป็นตัวขับเคลื่อนธุรกิจให้เกิดประโยชน์กับลูกค้า และหุ้นส่วนธุรกิจได้มากที่สุด และปรารถนาที่จะเป็นอะไร

หลักการสำคัญที่ผู้เขียนนำเสนอ เช่น ผู้นำแบบ Level 5, การเลือกคนที่ใช่ก่อนกำหนดทิศทาง, การเผชิญความจริง, การยึดหลักโฟกัสในสิ่งที่องค์กรทำได้ดีที่สุด, วัฒนธรรมแห่งวินัย และการใช้เทคโนโลยีเพื่อส่งเสริม ไม่ใช่ขับเคลื่อนธุรกิจ เป็นแรงบันดาลใจในการดำเนินธุรกิจของศตวรรษใหม่ ที่ไม่คำนึงถึงแต่เพียงแค่ผลกำไร หากแต่ยังมองไปถึงบทบาทของบริษัทที่มีต่อสังคมอีกด้วย แนวคิดเหล่านี้สอดคล้องกับหลักความโปร่งใส ความรับผิดชอบ การบริหารโดยยึดหลักจริยธรรม และการวางระบบควบคุมภายในที่เข้มแข็ง ซึ่งเป็นรากฐานขององค์กรที่โปร่งใสและตรวจสอบได้ มุ่งเน้นการเติบโตที่สมดุลทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ การสร้างคุณค่าร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย และการลงทุนในนวัตกรรมเพื่ออนาคต

ผู้นำระดับที่ 5 มีความมุ่งมั่นอย่างแรงกล้าต่อองค์กร เห็นแก่ประโยชน์องค์กรและผู้ถือหุ้นมากกว่าผลประโยชน์ส่วนตัว ซึ่งเป็นหัวใจของการบริหารกิจการที่ดี ไม่ใช่อำนาจในทางมิชอบ, เปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส, รับผิดชอบต่อผลการดำเนินงาน การคัดเลือกคนที่เหมาะสมสำคัญกว่ากลยุทธ์ การแต่งตั้งกรรมการ ผู้บริหาร และบุคลากร โดยเน้นคุณธรรม ความสามารถ และความโปร่งใส ประเมินผลงานอย่างจริงจัง ถ้าหากจะยอมรับความจริง เปิดเผยข้อมูล

แนวคิดในการบริหารธุรกิจของผู้เขียน ถือได้ว่าเป็นกระแสใหม่ในการดำเนินธุรกิจของโลก ที่พยายามมองหาสมดุลระหว่างแนวคิดในการแสวงหาผลกำไร เพื่อสร้างผลประโยชน์ร่วมระหว่างธุรกิจ พนักงาน และสังคม โดยอาศัยการวิจัยค้นหาจุดร่วมของบริษัทที่ยอดเยี่ยม แม้ว่าจะผ่านไป 20 กว่าปี แนวคิดจากหนังสือเล่มนี้ยังทันสมัย และเป็นไปในทิศทางเดียวกับการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืน



Built to Last สร้างธุรกิจกำไรร้อยปี เริ่มตั้งแต่วันนี้

เขียน : Jim Collins, Jerry Porras

แปล : พริยะ พาณิชย์ชะวงค์

อะไรคือสิ่งที่ทำให้ธุรกิจอย่าง American Express, Marriott, Sony อยู่รอดมากกว่าร้อยปี คำตอบหลากหลาย เช่น มองเห็นอนาคต มีแผนการชัด มีผู้บริหารทรงเสน่ห์ ควบคุมต้นทุนสูงสุด ฯลฯ คุณสมบัติเหล่านี้ไม่ได้มีอยู่ในธุรกิจที่อยู่ได้ระดับร้อยปี หนังสือเล่มนี้จะพาไปพิสูจน์ว่าจริง ๆ แล้วบริษัทที่มีวิสัยทัศน์ไม่จำเป็นต้องมีคุณสมบัติอะไรก็ตามที่คนเชื่อกัน โดยผู้เขียนและทีมงานใช้เวลา 6 ปี วิจัยบริษัทนับพันแห่ง วิเคราะห์บริษัทระดับตำนานที่ดำรงอยู่มายาวนานว่าสิ่งที่จำเป็นจริง ๆ คืออะไร บริษัทระดับโลกไม่ได้เริ่มจากไอเดียยิ่งใหญ่หรือผู้นำที่โดดเด่นเปล่งประกายเสมอไป หลายแห่งเริ่มจากความธรรมดา หรืออาจจะล้มเหลวในช่วงแรก แต่สิ่งที่ทำให้อยู่มาได้มายาวนานคือความเชื่อมั่นในอุดมการณ์หลัก หากเทียบกับนาฬิกา ต้องสร้าง “นาฬิกา” ที่เดินได้ตลอดไปโดยไม่ต้องพึ่งแค่ “ผู้นำที่บอกเวลา” ออกแบบองค์กรให้ “เดินได้เอง” เหมือนนาฬิกา มุ่งสร้างระบบที่คงอยู่ต่อไปได้ ไม่ใช่แค่สร้างผลลัพธ์ในระยะสั้น เปลี่ยนแนวคิดจาก “ธุรกิจต้องสร้างผลิตภัณฑ์ที่ดี” เป็น “ผลิตภัณฑ์ต้องช่วยสร้างองค์กรที่ยั่งยืน”

องค์กรที่มีวิสัยทัศน์ ไม่ได้มุ่งแค่ทำกำไร แต่มีเป้าหมายที่ลึกกว่า เช่น การเปลี่ยนแปลงสังคม หรือสร้างบางสิ่งที่มีความหมาย องค์กรเหล่านี้มี ค่านิยมหลัก และเป้าหมายหลัก ซึ่งเป็นเข็มทิศที่ชี้นำทุกการตัดสินใจ ขณะที่ในส่วนกลยุทธ์ โครงสร้าง หรือวิธีการ สามารถเปลี่ยนได้ตลอดเวลาเพื่อให้ทันโลก ขณะที่อุดมการณ์หลักประกอบด้วยค่านิยมหลัก (Core Values) และเหตุผลในการมีอยู่ (Core Purpose) ซึ่งต้องมาจากใจองค์กรจริง ๆ ไม่ใช่สูตรสำเร็จ

เป้าหมายหรือวิสัยทัศน์ต้องถูกฝังอยู่ในทุกส่วนขององค์กร เป้าหมาย กลยุทธ์ โครงสร้าง พฤติกรรมผู้บริหาร ไปจนถึงรายละเอียดเล็ก ๆ สร้างความสอดคล้องระหว่างทุกองค์ประกอบ เพื่อขับเคลื่อนองค์กรไปในทิศทางเดียวกัน

“จิวแต้จิว”

ฉลอง 50 ปี มิตรภาพไทย-จีน

ในวาระครบรอบ 50 ปีแห่งการสถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตไทย-จีน บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด (ซีพี) ร่วมกับ สถานเอกอัครราชทูตจีนประจำประเทศไทย และพันธมิตรภาครัฐและเอกชน ได้แก่ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย หอการค้าไทย-จีน สมาคมแต้จิวแห่งประเทศไทย ศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย ฌ กรุงเทพมหานคร ไทยเบฟเวอเรจ ธนาคารกรุงเทพ ไอคอนสยาม Huawei, ZTE, Midea และ Tencent จัดการแสดง “มหากุปรากรสะท้อนปฐพี” โดยคณะ กิ่งต้งเตี้ยเกียะอ้ออีกท้วง จิวแต้จิวอันดับหนึ่งจากสาธารณรัฐประชาชนจีน ณ ทิว ไอคอน ฮอลล์ ชั้น 7 ไอคอนสยาม การแสดงในครั้งนี้ไม่ได้มุ่งเพียงความบันเทิงทางศิลปะเท่านั้น แต่ยังเป็นการส่งต่อมรดกทางวัฒนธรรมจีนอันทรงคุณค่า สู่ใจคนรุ่นใหม่ และร่วมสร้าง “ความทรงจำร่วม” ระหว่างสองประเทศ



“ซีพี-True IDC” ชวน “แบล็คร็อก”

ปั้นไทย ขับเคลื่อนดาต้าเซ็นเตอร์ พลิกโฉมสู่ดิจิทัลระดับโลก

คุณศุภชัย เจียรวนนท์ ประธานคณะผู้บริหาร เครือเจริญโภคภัณฑ์ (CP Group) พร้อมด้วยผู้บริหารจาก True IDC ภายใต้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ นำคณะผู้บริหารระดับสูงจาก Global Infrastructure Partners (GIP) กลุ่มทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานภายใต้ BlackRock ซึ่งเป็นหนึ่งในผู้จัดการสินทรัพย์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก นำโดย

คุณเดบาโย โอคุนเลซี ผู้ร่วมก่อตั้ง ประธาน และซีโอโอของ GIP ภายใต้ BlackRock เข้าพบ นางสาวแพทองธาร ชินวัตร นายกรัฐมนตรี และคณะ เพื่อหารือแนวทางการลงทุนและความร่วมมือด้านโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลในประเทศไทย ผลักดันไทยเป็น ศูนย์กลางดาต้า เซ็นเตอร์ของภูมิภาค



“NOT ONLY IS EMPATHY AN
EFFECTIVE BUSINESS STRATEGY,
it is a critical ingredient for building
inclusive workplaces.”

“หากความเห็นอกเห็นใจ เป็นกลยุทธ์ธุรกิจที่ดีอันดับ
การเอาใจเขามาใส่ใจเรา ก็สร้างองค์กรให้เป็น
หนึ่งเดียวกันได้ฉับนั้น”

Tara Van Bommel

ผู้อำนวยการอาวุโสฝ่ายวิจัยและสถิติ
แห่งองค์กรไม่แสวงหากำไร Catalyst Inc.

ที่มา : www.weforum.org



The Power of Self - LQve

คอลเลคชันสุดพิเศษ โดย
มูลนิธิธันยรักษ์ฯ ร่วมกับครูปาน สมนึก คลังนอก และยูนิโคล่

พบกับคอลเลคชัน **me!** THANYARAK

ที่ UTme Service ร้านยูนิโคล่ 3 สาขาเท่านั้น

เซ็นทรัลเวิลด์ • เมกาบางนา • ไอคอนสยาม