

การขับเคลื่อนการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ในภาคธุรกิจเอกชนในช่วงที่ผ่านมา

๑ การสร้างองค์ความรู้และมาตรฐานแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงภาคธุรกิจ

๑.๑ แนวทางปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy Leadership Practices)

โดย ดร.สุชสรร์ศร์ กันตะบุตรมหาวิทยาลัยมหิดลทำการศึกษาองค์การธุรกิจที่ยั่งยืน ๕ องค์กร ประกอบด้วย ๑) บริษัทปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ๒) บริษัท กสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ๓) บริษัท ทรูคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ๔) บริษัททีบีโก้ฟูดส์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) และ ๕) บริษัท แพนเอเชียฟู้ดแควร์ จำกัด (มหาชน)พบว่า หลักสำคัญของผู้บริหารที่มุ่งมั่นจะบริหารธุรกิจตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงที่เน้นความยั่งยืนของธุรกิจและพัฒนา**แนวทางปฏิบัติที่สอดคล้องกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ๑๐ ประการ** ประกอบด้วย

- ๑) มองการณ์ไกลในการบริหารจัดการและตัดสินใจในเชิงนโยบาย ไม่มุ่งหวังกำไรในระยะสั้นแต่คิดถึงผลกระทบในระยะยาว
- ๒) ให้คุณค่าแก่พนักงานอย่างจริงใจและพัฒนาพนักงานอย่างต่อเนื่อง (รวมถึงพัฒนาให้เป็นผู้บริหาร) หลีกเลี่ยงการให้พนักงานออก ในยามทุกข์ยากทางเศรษฐกิจ เพราะพนักงานคือสินทรัพย์ (ที่พัฒนาได้) ขององค์กร
- ๓) จริงใจและหวังดีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธุรกิจทั้งหมด รวมถึงประชากรและสังคมในอนาคตก
- ๔) ให้ความสำคัญต่อการพัฒนานวัตกรรมทั่วทั้งองค์กรทั้งในส่วนของผลิตภัณฑ์และกระบวนการให้บริการ หรือกระบวนการผลิต
- ๕) ใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
- ๖) ใช้และ/หรือพัฒนาเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพแต่ราคาไม่สูงโดยเฉพาะเทคโนโลยีแบบไทยๆ หรือพื้นบ้าน
- ๗) ขยายธุรกิจอย่างค่อยเป็นค่อยไป เมื่อพร้อมทุกด้านเท่านั้น
- ๘) ลดความเสี่ยงโดยการมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ตลาดที่หลากหลาย และการลงทุนที่หลากหลาย โดยอยู่บนพื้นฐานของความจริง
- ๙) แบ่งปันรวมถึงการแบ่งปันองค์ความรู้ที่มีกับคู่แข่งกัน เพื่อพัฒนาตลาด เพื่อประโยชน์จะตกแก่ผู้บริโภคและสังคม
- ๑๐) มีวัฒนธรรมองค์กรที่มีจริยธรรม ความอดทน ความขยันหมั่นเพียร เป็นค่านิยมพื้นฐาน

๑.๒ มาตรฐานธุรกิจตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy Business Standard: SEBS)

โดย ดร.สุชสรรค์ กันตะบุตร มหาวิทยาลัยมหิดลสำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ (สำนักงาน กปร.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ได้ให้มหาวิทยาลัยมหิดล ดำเนินการวิจัยเพื่อพัฒนามาตรฐานธุรกิจเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy Business Standard หรือSEBS) ได้ร่วมกันพัฒนา โดยการทบทวนการศึกษา “องค์กรธุรกิจที่ยั่งยืน” ตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงทั้งในประเทศและต่างประเทศ และการสัมภาษณ์ องค์กรธุรกิจที่ได้รับรางวัลพระราชทานชนะเลิศธุรกิจแบบเศรษฐกิจพอเพียงจากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ และการเก็บข้อมูลจากนักธุรกิจทั่วประเทศ โดยได้รับความร่วมมือจากหอการค้าไทย และสภาหอการค้าแห่งประเทศไทยพบว่าตัวชี้วัดที่สามารถจะบอกว่าการธุรกิจใดเป็นเศรษฐกิจพอเพียงหรือไม่ คือ ค่านิยมร่วมหรือวัฒนธรรมแห่งองค์กรตามแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงแบ่งเป็น ๗ ค่านิยม คือ

- ๑) ค่านิยมร่วมเรื่องภูมิคุ้มกัน ครอบคลุมตัวชี้วัด การพัฒนานวัตกรรมทั้งด้านสินค้า บริการ และกระบวนการในการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง การวางแผน เตรียมพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงทางการตลาดอยู่ตลอดเวลา การบริหารความรู้ในองค์กรอย่างเป็นระบบ และการบริหารความเสี่ยงด้านต่างๆ อย่างเป็นระบบ
- ๒) ค่านิยมร่วมด้านความเพียร ตัดสินได้จากพนักงานเป็นหลัก เช่น พนักงาน ไม่ถอดใจเมื่อเจอปัญหาใดๆ พนักงานเป็นผู้ที่มีเป้าหมายในการทำงาน พนักงานพยายามแก้ไขปัญหของบริษั้อย่างดีที่สุด ไม่ใช่ทำแบบขอไปที หรือพนักงานพยายามทำดีที่สุด เพื่อให้ลูกค้ามีความพอใจสูงสุด เป็นต้น
- ๓) ค่านิยมร่วมเรื่องความพอประมาณ พิจารณาได้จากนโยบายและผลการดำเนินงานของบริษัทเองว่าต้องการทำกำไรสูงสุดในระยะสั้นหรือไม่ และผู้บริหารเช่นใดที่ถือว่าเป็นผู้บริหารที่ได้รับการยอมรับอย่างสูงในบริษัทระหว่างผู้ที่ทำกำไรสูงสุดในระยะเวลาที่สั้นที่สุด หรือผู้ที่ทำกำไรพอประมาณแบบไม่หือหวา โดยพิจารณาความเสี่ยงรอบด้านแล้ว เป็นต้น
- ๔) ค่านิยมร่วมด้านความโอบอ้อมอารี ตัวชี้วัดที่ชัดเจนที่สุดคือ ความเต็มใจที่จะแบ่งปันกับคู่แข่ง ซึ่งทำให้เกิดการพัฒนาตลาด สินค้าบริการที่ดีขึ้น
- ๕) ค่านิยมร่วมทางด้านจริยธรรมดูจากพฤติกรรมของพนักงานเป็นหลัก อาทิ พนักงานชอบพูดเท็จเพื่อให้ตัวเองพ้นความผิดหรือไม่ หรือว่าพนักงานชอบปิดความรับผิดชอบของตนให้แก่ผู้อื่นหรือไม่
- ๖) ค่านิยมร่วมด้านการพัฒนาภูมิสังคม ครอบคลุมถึงการดำเนินธุรกิจไปพร้อมๆ กับการลงทุน เพื่อรักษาและพัฒนาสังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมไทยอย่างเป็นระบบ โดยไม่เกรงว่ากำไรจะน้อยลงในระยะสั้น
- ๗) ค่านิยมร่วมด้านการคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่หลากหลาย เกินกว่าเจ้าของ ผู้ถือหุ้น พนักงานและลูกค้า รวมถึงทัศนคติของผู้บริหาร เกี่ยวกับการลงทุนในการพัฒนาพนักงาน การคำนึงถึงผลกระทบของการดำเนินธุรกิจของตนต่อสาธารณชน การทำกิจกรรมด้านCSR อย่างเป็นระบบ เป็นต้น

๑.๓ แนวทางเศรษฐกิจพอเพียงภาคอุตสาหกรรม: มอก. ๙๙๙๙

โดยสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม(สมอ.) ประกาศใช้เมื่อวันที่ ๔ เมษายน ๒๕๕๖ มีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรและองค์กรให้มีการบริหารจัดการและการดำเนินงานโดยยึดหลักการของมาตรฐานแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงภาคอุตสาหกรรม เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาที่สมดุลทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม มีความมั่นคง เติบโตได้อย่างยั่งยืน และมีความสุข ตลอดจนมีภูมิคุ้มกันที่ดี

- ๑) หลักการ ในการนำมาตรฐานแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงภาคอุตสาหกรรมไปปฏิบัติ ประกอบด้วย ๔ หลักการ ได้แก่ การมีส่วนร่วมของบุคลากรการเคารพต่อผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียการบริหารแบบองค์รวม และการบริหารเชิงระบบ
- ๒) แนวทางการบูรณาการเพื่อให้เกิดประสิทธิผลทั่วทั้งองค์กร โดยผู้บริหารระดับสูงควรมีบทบาทในการนำองค์กรเพื่อให้มีแนวทางการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องในขั้นตอนต่อไป ได้แก่
 - ๒.๑) การวางแผน องค์กรควรมีการประเมินขีดความสามารถของตนเองทั้งในปัจจุบันและอนาคต รวมถึงความพร้อมของปัจจัยนำเข้าในด้านต่างๆ ทั้งในด้านบุคลากร กระบวนการ เทคโนโลยี งบประมาณ เพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์ที่สนับสนุนหลักการของมาตรฐานแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงภาคอุตสาหกรรม และวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ที่สามารถวัดผลได้ในทุกระดับขององค์กรรวมถึงระดับบุคคล นอกจากนี้ ยังต้องมีการบริหารความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์ รวมทั้งการสื่อสารกลยุทธ์ วัตถุประสงค์ นโยบายและความเสี่ยงข้างต้นให้บุคลากรในองค์กรมีความเข้าใจและสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ
 - ๒.๒) การนำไปปฏิบัติ องค์กรควรควบคุมการดำเนินการด้านต่างๆ ทั้งในด้านบุคลากร เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมให้เป็นไปตามกลยุทธ์ วัตถุประสงค์ และนโยบายที่กำหนดไว้ รวมทั้งควรมีการกำหนดช่องทางวิธีการในการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กรเกี่ยวกับการดำเนินการ ประสิทธิภาพ และผลลัพธ์ของการนำไปปฏิบัติ
 - ๒.๓) การติดตามเฝ้าระวัง การวัดผลและการทบทวน เพื่อพิจารณาว่าการดำเนินงานขององค์กรมีความสอดคล้องกับกลยุทธ์วัตถุประสงค์ นโยบายที่กำหนดไว้ และสอดคล้องกับมาตรฐานแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงภาคอุตสาหกรรมหรือไม่ กลยุทธ์วัตถุประสงค์ และนโยบายที่กำหนดไว้ยังมีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปหรือไม่ รวมทั้งพิจารณากำหนดแนวทางการป้องกัน แก้ไข ในกรณีที่เกิดการดำเนินงานขององค์กรมีแนวโน้มที่จะไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้
 - ๒.๔) การปรับปรุง องค์กรควรมีการปรับปรุง พัฒนา และขยายผลการดำเนินงานตามมาตรฐานแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงอย่างเป็นขั้นตอนและต่อเนื่อง ภายใต้การมีส่วนร่วมของบุคลากรและเครือข่าย
- ๓) โดยข้อมูล ณ เดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๕๙ มีบริษัทร่วมลงนาม เช่น บริษัท ริเวอร์ปอร์ พัลพ แอนด์ เพเพอร์ จำกัด บริษัท กระดาษธนธาร จำกัด บริษัท พีทีที แทงค์ เทอมีนัล จำกัด บริษัท สยามปูนซีเมนต์ขาวจำกัด บริษัท รวมเกษตรอุตสาหกรรม จำกัด (สาขามีตรผลภูเวียง) บริษัท สายไฟบางกอกเคเบิ้ล จำกัด บริษัท ซีพีเอฟ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) (โรงงานแปรรูปเนื้อไก่ สระบุรี) บริษัท ศูนย์บริการเหล็กสยาม จำกัด (มหาชน) บริษัท ยางโอตานิ จำกัด และบริษัท โอตานิ เรเดียล จำกัด

๑.๔ องค์กร CSR-พอเพียง

กิจการหรือองค์กรธุรกิจนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้เป็นกรอบกำกับให้การปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมุ่งเน้นไปที่การเสริมสร้างความเข้มแข็งเพื่อให้เกิดการพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน เนื่องจากการปฏิบัติ CSR จะตั้งอยู่บนความพอประมาณ ความมีเหตุผล และมีภูมิคุ้มกันต่อความเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยใช้ความรู้และคุณธรรมเป็นหลักในการปฏิบัติด้วย ทำให้ผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร ไม่ว่าจะเป็นผู้ถือหุ้น เจ้าหนี้ ผู้บริหาร/พนักงาน ลูกค้า คู่ค้า คู่แข่ง ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม สามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างเป็นสุข นอกจากนี้ยังมุ่งดูแลผู้มีส่วนได้เสียที่ดีความต้องการขององค์กร/พนักงาน ได้รับการสนับสนุนอย่างจริงจังเป็นรูปธรรม มีงบประมาณ/ทรัพยากรเพื่อใช้ในการทำกิจกรรมสังคม การมีส่วนร่วมของพนักงาน และการติดตามประเมินผลดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมในรูปแบบต่างๆ เช่น การพัฒนาชุมชนท้องถิ่น ที่คำนึงถึงความต้องการของชุมชน/คนในชุมชนเป็นหลัก คำนึงถึงความเหมาะสมกับสภาพสังคม วัฒนธรรมไทย วิถีชีวิตของชุมชนในท้องถิ่น รวมทั้งการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง อาทิ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน ภาควิชาการ ภาคสื่อมวลชน ชุมชน สังคม ในการบูรณาการความร่วมมือเพื่อผลสำเร็จของงานผลสัมฤทธิ์ที่คาดหวัง คือ ชุมชนพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน มีคุณภาพชีวิต มีจิตอาสา จิตสาธารณะ สร้างความร่วมมือกับทุกภาคส่วนในการสร้างคุณประโยชน์/คุณค่า และความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม

๑.๕ แนวทางในการปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการธุรกิจCSR-in-process

โดย รศ. ทองทิพภา วิริยะพันธุ์มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ได้ศึกษาธุรกิจ SMEs คือ บริษัทอำพลฟู้ดส์ โพรเซสซึ่งจำกัดและบริษัท แดรี่โฮม จำกัดรวมทั้ง SMEs ที่เคยเข้ารับการอบรมจากมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย จำนวน ๘๕ราย การวิจัยครั้งนี้นำไปสู่คำแนะนำ ๘แนวทางในการปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการธุรกิจ (CSR-in-process) ดังนี้

- ๑) เสริมสร้างความรู้/ความเข้าใจเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการทางธุรกิจ (CSR-in-process) เช่น ดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส เป็นธรรม ผลิตสินค้าคุณภาพ ให้การบริการที่ดีก่อน/หลังการขายดูแลพนักงาน ชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม ฯลฯ ไปพร้อมๆ กับมีความรับผิดชอบต่อสังคมนอกกระบวนการทางธุรกิจ (CSR-after-process) หรือกิจกรรมเพื่อสังคมที่ไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ เช่น กิจกรรมทางศาสนา การกุศล ปลูกป่า ฯลฯ
- ๒) สร้างค่านิยมด้านการมีความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการทางธุรกิจ (CSR-in-process) ให้แก่ผู้บริหาร พนักงาน และผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกให้มีการปฏิบัติ CSR-in-process ในเนื้องาน จนกลายเป็นวัฒนธรรมองค์กร เป็น DNA ของคนในองค์กรที่มุ่งเน้นทำงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม “อย่าทำ CSR ให้เป็นงาน แต่ทำงานให้มี CSR”
- ๓) กำหนดนโยบายส่งเสริมการปฏิบัติ CSR-in-process อย่างชัดเจน เป็นรูปธรรม เช่น จัดทางการเงินตามมาตรฐานการบัญชี เพื่อความโปร่งใส ทำธุรกิจอย่างซื่อสัตย์ ให้ข้อมูลที่เป็นจริงแก่ผู้มีส่วนได้เสีย มีการแก้ไขปัญหาหรือผลกระทบที่เกิดจากการประกอบธุรกิจอย่างรวดเร็ว ฯลฯ
- ๔) สื่อสารกับพนักงานในองค์กรทุกระดับ เพื่อสร้างความร่วมมือในการทำงานร่วมกัน เช่น สื่อสารถึงความสำคัญและความจำเป็นที่จะต้องมีการปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการทางธุรกิจ (CSR-in-process) เพื่อให้ได้รับการยอมรับจากลูกค้า/ผู้บริโภค สังคม ฯลฯ
- ๕) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงานในการปฏิบัติ CSR-in-process ทุกขั้นตอน มีการบูรณาการความร่วมมือทั่วทั้งองค์กร จะได้เกิดการร่วมคิด ร่วมทำ การทำงานจะได้เกิดผลสัมฤทธิ์สูงสุด
- ๖) สร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติ CSR-in-process เช่น ให้รางวัล/ยกย่องชมเชย ฯลฯ
- ๗) ส่งเสริมการปฏิบัติ CSR นอกกระบวนการทางธุรกิจ (CSR-after-process) เพื่อเสริมสร้างสังคมที่เป็นสุข และสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน ทุกภาคส่วนของสังคมจะได้เติบโตไปพร้อมๆ กัน เช่น กิจกรรมการกุศลต่างๆ กิจกรรมทางศาสนา กิจกรรมช่วยเหลือภัยพิบัติ ฯลฯ
- ๘) ประเมินผลการปฏิบัติ CSR-in-process เพื่อวัดมูลค่าเพิ่มและคุณค่าเพิ่ม เช่น ยอดขาย/กำไรที่เพิ่มขึ้น ภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น พนักงานภาคภูมิใจในผลงาน/องค์กร ฯลฯ
- ๙) สื่อสารข้อมูลการปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในวงกว้าง เพื่อสร้างการรับรู้ และความน่าเชื่อถือของธุรกิจ SMEs เช่น จัดทำรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR Report) ฉบับ SMEs เพื่อใช้เป็นข้อมูลของบริษัท (Portfolio) ฯลฯ

๑.๖ การจัดทำแนวทางการปฏิบัติในระดับองค์กร

องค์กรธุรกิจที่นำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการองค์กร และบริหารธุรกิจได้มีการจัดทำแนวทางเพื่อให้พนักงาน และธุรกิจเครือข่าย ได้นำไปยึดถือปฏิบัติ ได้แก่

๑) **จรรยาบรรณเอสซีจี(Code of Conduct)** ซึ่งเป็นแนวปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของอุดมการณ์เอสซีจี เพื่อให้พนักงานเอสซีจียึดปฏิบัติร่วมกัน และใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานอย่างเหมาะสม โดยถือเป็นส่วนหนึ่งของระเบียบข้อบังคับพนักงาน ประกอบไปด้วย

๑.๑) สิทธิมนุษยชนและแรงงานอาทิจการปฏิบัติต่อกันด้วยความเคารพ ให้เกียรติ อย่างเท่าเทียมโดยไม่แบ่งแยกไม่ใช้แรงงานบังคับ หรือที่มาจากการค้ามนุษย์หรือแรงงานเด็กอันมิชอบด้วยกฎหมาย

๑.๒) ถ้อยมั่นในความรับผิดชอบต่อสังคม

- สิ่งแวดล้อม อาทิจการดำเนินงานตามกฎหมาย มาตรฐาน ระเบียบปฏิบัติและแนวปฏิบัติต่างๆ ด้านสิ่งแวดล้อมใช้พลังงาน น้ำ วัสดุดิบ และวัสดุต่างๆ ตามหลักการ ๓R (Reduce Reuse/Recycle และ Replenish)และ “แนวปฏิบัติการจัดหาที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม”

- สุขภาพและความปลอดภัยอาทิจการดำเนินงานตามกฎหมาย มาตรฐาน ระเบียบปฏิบัติและแนวปฏิบัติต่างๆ ด้านสุขภาพและความปลอดภัย รวมถึงให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามข้อตกลงระดับสากลในเรื่องต่างๆ เพื่อช่วยป้องกันหรือลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น

- ความปลอดภัยของสินค้าและบริการ อาทิจการและให้บริการโดยคำนึงถึงความปลอดภัยของลูกค้าอายุการใช้งาน รับซื้อหรือเรียนในเรื่องความปลอดภัยของสินค้าและบริการ และดำเนินการประสานหรือปรับปรุงแก้ไขให้ทันทั่วทั้ง

๑.๓) การต่อต้านคอร์รัปชันอาทิจการ ไม่คอร์รัปชันไม่ละเลยหรือเพิกเฉย เมื่อพบเห็นการกระทำที่เข้าข่ายคอร์รัปชันที่เกี่ยวข้องกับองค์กรพึงระมัดระวังในการทำธุรกรรมกับบุคคล นิติบุคคล หรือองค์กรใดๆ ที่มีข้อสงสัยเกี่ยวกับการคอร์รัปชัน

๑.๔) ของกำนัล และการเลี้ยงรับรองอาทิจการก่อนการรับหรือให้ของกำนัลและการเลี้ยงรับรองกับผู้เกี่ยวข้องทางธุรกิจ ควรตรวจสอบว่าสิ่งเหล่านั้นมีมูลค่าเหมาะสมในแต่ละโอกาส และกฎหมายระเบียบ ประกาศ ข้อบังคับ หรือขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่นนั้นๆ

๑.๕) ความขัดแย้งทางผลประโยชน์อาทิจการไม่แสวงหาผลประโยชน์จากข้อมูล หรือสิ่งที่ตนหรือผู้อื่นรู้เนื่องมาจากตำแหน่งหน้าที่การงาน และความรับผิดชอบต่อ

๑.๖) การดำเนินงานด้านการเมือง ได้แก้ไขสิทธิทางการเมืองในนามตนเอง และหลีกเลี่ยงการกระทำที่ทำให้ผู้อื่นเข้าใจว่ากระทำในนามองค์กร

๑.๗) การปฏิบัติต่อข้อมูลและทรัพย์สิน ประกอบด้วย ข้อมูลส่วนบุคคล การบันทึก/เก็บรักษาข้อมูล การซื้อขายหลักทรัพย์/การใช้ข้อมูลภายใน การใช้/ดูแลรักษาทรัพย์สินบริษัท เทคโนโลยีสารสนเทศ และทรัพย์สินทางปัญญาโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียโดยรวมถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนด และไม่ใช้ข้อมูลนั้นเพื่อประโยชน์ส่วนตัวหรือบุคคลอื่น

๑.๘) การเปิดเผยข้อมูลและการสื่อสารยึดถือหลักความเป็นธรรม โปร่งใส ตรวจสอบได้ สอดคล้องกับกฎหมาย สื่อสารโดยแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และค่านิยมของสังคม

๑.๙) การทำธุรกรรม ทั้งระหว่างกันในบริษัทและบุคคลภายนอกโดยคำนึงถึงกฎหมาย และกฎระเบียบที่ออกโดยหน่วยงานของรัฐรวมถึงระเบียบและอำนาจดำเนินการขององค์กรตลอดจนหลักเกณฑ์และเงื่อนไขต่างๆ ที่กำหนดไว้ในแต่ละท้องถิ่น

๑.๑๐) การประกอบธุรกิจในประเทศและการค้าระหว่างประเทศปฏิบัติให้ถูกต้องตามกฎหมายภายในที่เกี่ยวข้องของประเทศต่างๆ ที่เข้าไปลงทุน

๑.๑๑) การแข่งขันทางการค้าไม่ทำความตกลงใด ๆ กับคู่แข่งหรือบุคคลใด ที่มีลักษณะเป็นการลดหรือจำกัดการแข่งขันทางการค้า

๑.๑๒) การป้องกันการฟอกเงินไม่รับโอน หรือเปลี่ยนสภาพทรัพย์สิน หรือสนับสนุนให้มีการรับโอน หรือเปลี่ยนสภาพทรัพย์สินต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการกระทำความผิด เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้หนึ่งผู้ใดใช้องค์กรเป็นช่องทางหรือเป็นเครื่องมือในการถ่ายเทปกปิดหรืออำพรางแหล่งที่มาของทรัพย์สินที่ได้มาโดยไม่ชอบด้วยกฎหมาย

๒) **ค่านิยมธุรกิจเศรษฐกิจพอเพียงองค์กรขนาดกลางขนาดย่อม** โดยบริษัทประกันสินเชื่อบุคคลสาขานายก (บสย.) ซึ่งเปิดโครงการ บสย. ซีเอสอาร์ เพื่อสนับสนุนค่านิยมธุรกิจเศรษฐกิจพอเพียง ๕ ด้าน ประกอบด้วย ๒.๑) ภูมิคุ้มกันให้องค์กรธุรกิจในมิติต่างๆ อาทิ การพัฒนานวัตกรรม การเตรียมพร้อมกับความเสี่ยงต่างๆ การพัฒนาคุณภาพสินค้ามีตัวชี้วัด ๘ ตัว

๒.๒) ความผูกพันเพื่อสมาชิกในองค์กรพนักงานไม่ถอดใจ ไม่หยุดงานโดยไม่จำเป็น มีประสิทธิภาพ มีเป้าหมาย มีความคิดริเริ่ม มีตัวชี้วัด ๙ ตัว

๒.๓) ความพอประมาณในการทำกำไรแบบมีเหตุมีผลโดยไม่เอาเปรียบผู้อื่นทั้งทางตรงและทางอ้อม อาทิ ไม่มีนโยบายส่งเสริมการขาย ไม่มุ่งกำไรระยะสั้น มีตัวชี้วัด ๓ ตัว

๒.๔) การแบ่งปัน เป็นค่านิยมที่เน้นคุณธรรม เพื่อพัฒนาตลาดและสร้างประโยชน์แก่ผู้บริโภคและสังคม รวมทั้งทำธุรกิจเป็นมิตรกับคู่แข่ง มีตัวชี้วัด ๓ ตัว

๒.๕) การพัฒนาภูมิสังคมเกี่ยวกับการรักษาและพัฒนาสังคม สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมมีตัวชี้วัด ๑๐ ตัว

๓) **ผังรูปแบบธุรกิจ ๙ ช่อง (Business Model Canvas : BMC)** สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ISMED) ได้พัฒนาแนวคิดธุรกิจโดยใช้ผังรูปแบบธุรกิจ ๙ ช่อง (Business Model Canvas : BMC) เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้แต่ละวิสาหกิจได้ปรับรูปแบบการดำเนินงานของตนอย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับธุรกิจตามวิถีปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงโดยผังรูปแบบธุรกิจ ๙ ช่อง เป็นเครื่องมือที่ใช้เพื่อการวางแผนเชิงกลยุทธ์ของการประกอบธุรกิจทั้งหมดในภาพรวม เพื่อให้ธุรกิจสามารถปรับปรุงรูปแบบวิธีการดำเนินธุรกิจ การสร้างมูลค่าเพิ่ม และหาโอกาสธุรกิจใหม่ๆ ให้กับองค์กร โดยมี ๙ องค์ประกอบที่ธุรกิจควรให้ความสำคัญ ดังนี้

๓.๑) **ลูกค้า** (คนที่คุณช่วย) คือ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายซึ่งเป็นกลุ่มคนหรือกลุ่มองค์กรที่กิจการต้องการเข้าถึงและตอบสนองความต้องการเฉพาะ โดยกำหนดลักษณะของกลุ่มลูกค้าและสามารถตอบสนอง “ความพึงพอใจ” ซึ่งอาจจะเป็นกลุ่มที่ใช้สินค้าเดิม หรือกลุ่มที่มีโอกาสใช้สินค้าในอนาคต ธุรกิจควรแบ่งประเภทของลูกค้าตามความต้องการและพฤติกรรม รูปแบบธุรกิจอาจกำหนดเพียงกลุ่มเดียวหรือหลายกลุ่ม กลุ่มเล็กหรือกลุ่มใหญ่ ธุรกิจต้องตัดสินใจว่าจะเลือกกลุ่มใด โดยเฉพาะวิสาหกิจจะระดับท้องถิ่น เพราะการเลือกกลุ่มลูกค้าเฉพาะเจาะจงที่มีความต้องการเฉพาะเป็นกลุ่มเป้าหมายถือว่าเป็นสิ่งสำคัญมากในการเริ่มต้นกำหนดกลยุทธ์ธุรกิจ

๓.๒) **คุณค่าสินค้า/บริการ** (สิ่งที่คุณช่วยลูกค้า) คือ สินค้าหรือบริการของธุรกิจที่สร้าง “คุณประโยชน์” และ “มูลค่า” ที่จะสามารถตอบสนองความพึงพอใจให้กับลูกค้าเป้าหมาย “คุณค่าสินค้า/บริการ” เป็นตัวกำหนดทิศทางในการทำตลาดว่า ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มใด เขาจะได้รับประโยชน์อะไรจากสินค้าของเรา เราจะสร้างความสนใจด้วยวิธีใดและจะส่งมอบผ่านช่องทางใด

๓.๓) ช่องทางการสื่อสารหรือส่งมอบ (วิธีที่ทำให้คนอื่นรู้จัก และวิธีที่คุณส่งสินค้า) เป็นวิธีที่องค์กรธุรกิจใช้ในการสื่อสารและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเพื่อเสนอคุณค่า รวมถึงการส่งมอบและบริการหลังการขาย ในการที่ธุรกิจจะเข้าถึงตลาดเพื่อสร้าง “ยอดขาย” ให้ได้ตามเป้าหมาย จะต้องดำเนินกลยุทธ์ดังนี้ (๑) การสื่อสารข้อมูลการตลาด โดยกำหนดช่องทาง เพื่อให้ “เข้าถึง” และ “เข้าใจ” (๒) การกำหนดช่องทางจัดจำหน่ายโดยสร้าง “ความสะดวก” “รวดเร็ว” และ “ง่ายต่อการบริโภค” เพื่อให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงสินค้าและตัดสินใจที่จะซื้อสินค้านั้นไปบริโภค

๓.๔) ความสัมพันธ์กับลูกค้า (วิธีที่ใช้ติดต่อกับลูกค้า) คือ รูปแบบความสัมพันธ์ที่กิจการสร้างขึ้นกับลูกค้าแต่ละกลุ่มที่ชัดเจน โดยมีเป้าหมาย ๓ เรื่องหลักๆ ได้แก่ (๑) รักษาลูกค้าเดิมไว้เพราะลูกค้าเดิมถือว่ามีค่ามากที่สุดจึงต้องรู้ความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มเพื่อทำการตลาดให้ตรงกับพฤติกรรมหรือความชอบของเขา (๒) แสวงหาลูกค้าใหม่ (๓) เพิ่มยอดขาย (Cross Sell/Up Sell) จะทำให้ได้ผลเมื่อรู้ว่าลูกค้าเดิมชอบอะไรเพื่อนำเสนอสินค้าใหม่ๆ เพิ่มขึ้น

๓.๕) ผลประโยชน์ (สิ่งที่ได้กลับมา) คือ รายรับ/รายได้ ที่เกิดจากการดำเนินงานของกิจการ เช่น กระแสเงินสด กำไร-ขาดทุน รวมถึงผลประโยชน์ที่ไม่ใช่ตัวเงินที่เกิดขึ้น (ตัวเราเอง/ครอบครัว ผู้เกี่ยวข้อง สังคมทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม) ทั้งนี้ รายได้ยังมีความแตกต่างกันตามประเภทของการตั้งราคา เช่น การตั้งราคาแบบตายตัว การต่อรองราคา การตัดราคาตามตลาด และการตั้งราคาตามปริมาณ เป็นต้น

๓.๖) ปัจจัยสำคัญ (สิ่งที่คุณเป็น/สิ่งที่คุณมี) คือ ปัจจัยสำคัญในการทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จโดยที่กิจการนำมาสร้างและเสนอคุณค่าให้กับลูกค้า เพื่อสร้างรายได้และเป็นการรักษาความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้า อย่างไรก็ตาม ปัจจัยสำคัญจะแตกต่างกันไปตามประเภทของกิจการนั้นๆ

๓.๗) กิจกรรมสำคัญ (สิ่งที่คุณทำ) เป็นสิ่งที่กิจการต้องลงมือทำเพื่อให้เกิดสินค้า เพราะสิ่งที่ทำนั้นสุดท้ายแล้วจะเป็นสิ่งที่ทำให้กิจการดำเนินต่อไปได้อย่างประสบความสำเร็จ

๓.๘) พันธมิตร (คนที่ช่วยคุณ) กิจการควรสรรหาพันธมิตร ได้แก่ หน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ ในการสนับสนุนความร่วมมือ และแนะนำการแก้ปัญหาในด้านต่างๆ รวมถึงกลุ่มสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการลักษณะเดียวกันหรือเชื่อมโยงกัน ช่วยกันแบ่งรับภาระจากความเสี่ยงมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลการค้า แบ่งปันความรู้ระหว่างพันธมิตร เพื่อเป็นการกระจายความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ

๓.๙) ต้นทุน (สิ่งที่ต้องจ่าย) เป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจทั้งหมด ต้นทุนสามารถคำนวณได้ง่ายขึ้นและครบถ้วนหลังจากที่ได้มีการกำหนดกิจกรรมหลักเรียบร้อยแล้ว ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในกิจการแบ่งเป็น ๒ ประเภท ได้แก่ (๑) ค่าใช้จ่ายที่เป็นตัวเงิน คือ ค่าใช้จ่ายที่กิจการต้องจ่ายเป็นเงินออกไป เช่น เงินเดือน ค่าซื้อวัตถุดิบ (๒) ค่าใช้จ่ายที่ไม่ใช่ตัวเงิน คือ ค่าใช้จ่ายทางบัญชีที่กิจการให้หักจากทรัพย์สิน เช่น ค่าเสื่อมราคาอาคาร ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักร เป็นต้น

การจัดทำผังรูปแบบธุรกิจ ๙ ช่อง ช่วยให้อธุรกิจสร้างแนวคิดและมีกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ เจ้าของกิจการต้องวิเคราะห์หลังลึกและตั้งประเด็นสำคัญในองค์ประกอบ ๙ ช่องเพื่อให้เห็นกระบวนการทั้งหมดว่าตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำว่ามีส่วนประกอบอะไรบ้างที่กิจการต้องทำ รวมทั้งต้องหาจุดเด่น จุดสำคัญหรือ จุดวิกฤตให้เจอ ธุรกิจจำเป็นต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น การหาสิ่งใหม่ๆ มาทดแทน การวางแผนภายใต้ผังรูปแบบธุรกิจ ๙ ช่องจะช่วยให้เจ้าของกิจการย่นระยะเวลาในการหาแนวคิดหรือรูปแบบธุรกิจที่แปลกใหม่ได้รวดเร็วและสะดวกมากขึ้น

การขับเคลื่อนการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในภาคธุรกิจเอกชน และการขยายผล

๒.๑ การจัดทำข้อตกลงร่วม (MOU) ในการขับเคลื่อนการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในการบริหารจัดการองค์กร และการบริหารธุรกิจ ของ ๗ องค์กรธุรกิจ และการขยายผลไปยังธุรกิจเครือข่าย (Supply Chain)

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ(สศช.) และมูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง(มพพ.) ได้เชิญชวนองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่เข้าร่วมขับเคลื่อนการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในการดำเนินธุรกิจ โดยได้ลงนามในบันทึกความร่วมมือกับผู้บริหารระดับสูงของ ๗ องค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ได้แก่ เอสซีจี บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) บริษัท โทชิบา ไทยแลนด์ จำกัด บริษัทเบทาโกรจำกัด (มหาชน) บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชนบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และกลุ่มมิตรผลวัตถุดิบประสงค์เพื่อร่วมเป็นพันธมิตรขับเคลื่อนการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในภาคธุรกิจเอกชนโดยประสานส่งเสริมการขับเคลื่อนธุรกิจตามหลักปรัชญาฯ ดำเนินการทั้งภายในองค์กรและส่งเสริมการขยายผลสู่องค์กรธุรกิจเครือข่าย Supply Chain นำไปสู่การเจริญเติบโตไปพร้อมกันอย่างสมดุล มั่นคง ยั่งยืน มีคุณธรรมควบคู่กับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมโดยได้วางกรอบการขับเคลื่อนงาน (Roadmap) เป็นระยะเวลา ๓ ปี (๒๕๕๖-๒๕๕๙) มีเป้าหมายสนับสนุนให้ทั้ง ๗ องค์กรฯ ขยายผลสู่ธุรกิจเครือข่าย Supply Chain องค์กรละ ๕ แห่งรวมทั้งสิ้น ๓๕ แห่ง พร้อมทั้งมอบหมายผู้แทนจาก ๗ องค์กรฯ เข้าร่วมเป็นคณะกรรมการขับเคลื่อนการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงภาคธุรกิจเอกชนอย่างยั่งยืน ซึ่งมีประมุขหารือร่วมกันอย่างต่อเนื่องเพื่อติดตามความก้าวหน้า และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน โดยกำหนดแผนการปฏิบัติการขับเคลื่อน ปี ๒๕๕๖ - ๒๕๕๙ เพื่อเป็นกรอบในการดำเนินงานไว้ ๓ แผนงาน คือ ๑) แผนงานสนับสนุนการสร้างองค์ความรู้การรวบรวมข้อมูล งานศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในภาคธุรกิจเอกชนรวมทั้งผลการดำเนินงานขับเคลื่อนฯ ของ ๗ องค์กรธุรกิจ ๒) แผนงานเสริมสร้างความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายโดยการจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในรูปแบบต่างๆ อาทิ จัดประชุมเชิงปฏิบัติการจัดประชุมคณะกรรมการจัดการศึกษาดูงาน ๓) แผนงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จัดแถลงข่าว จัดทำข่าว การขับเคลื่อนเสนอผ่านสื่อต่างๆ จัดนิทรรศการซึ่งแต่ละองค์กรธุรกิจได้ดำเนินการตามกรอบการดำเนินงานสรุปได้ ดังนี้

๑) เอสซีจี (SCG)

บริหารธุรกิจที่สอดคล้องกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ภายใต้อุดมการณ์ ๔ ของบริษัท คือ เน้นเรื่องการตั้งมั่นในความเป็นธรรม มุ่งในความเป็นเลิศ เชื่อมั่นในคุณค่าของคน ถ่อมมั่นในความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งได้จัดทำ จรรยาบรรณ เอสซีจี (Code of Conduct) เพื่อเป็นแนวปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของอุดมการณ์เอสซีจี เพื่อให้พนักงานยึดปฏิบัติร่วมกัน และใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานอย่างเหมาะสม โดยถือเป็นส่วนหนึ่งของระเบียบข้อบังคับพนักงานรวมทั้งได้ส่งเสริมให้คู่ธุรกิจนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ภายใต้ “โครงการพัฒนาคู่ธุรกิจสู่ความยั่งยืน” สร้างความเจริญเติบโตไปพร้อมกับเอสซีจีโดยคัดเลือกคู่ธุรกิจที่มีศักยภาพเข้าร่วมโครงการครอบคลุมห่วงโซ่ธุรกิจตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำ อาทิ บริษัทพาลเมทเมกเกอร์กรุ๊ป จำกัด บริษัทพลูโตเทค จำกัด บริษัท อูโตกุ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท วัฒนพันธุ์แพคเกจจิ้งซิสเท็ม จำกัด บริษัท สุธากัญจน์ จำกัด (มหาชน) บริษัทเฉลิมชัยยา จำกัด และบริษัทเอนเทค โปรดักส์ จำกัด ดำเนินการ

(๑) ทำข้อตกลงร่วมกับคู่ธุรกิจทุกกลุ่มว่าจะมีการปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณคู่ธุรกิจ SCG เพื่อเป็นแนวทางให้ศึกษาและใช้เป็นหลักการในการทำธุรกิจร่วมกัน (๒) แบ่งกลุ่มคู่ธุรกิจออกเป็น ๓ กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ผลิต กลุ่มผู้ให้บริการ และกลุ่มซื้อมาขายไปเพื่อร่วมพัฒนาโดยมุ่งเน้นในประเด็นที่แตกต่างกันตามลักษณะธุรกิจ รวมไปถึงการวัดผลสำเร็จ และเป้าหมายและ(๓) คัดเลือกบริษัทนำร่องเป็นต้นแบบในการพัฒนาปรับปรุง จนเกิดผลสำเร็จเป็นรูปธรรม เพื่อสร้างแรงจูงใจในการขยายผลไปยังคู่ธุรกิจรายอื่นด้วยหลัก ๓Win คือ Win-๑: ประโยชน์ที่คู่ธุรกิจได้รับจากการเข้าร่วมโครงการ Win-๒: ประโยชน์ที่สิ่งแวดล้อมและสังคมได้รับการพัฒนาของคู่ธุรกิจ Win-๓: ความเข้มแข็งของห่วงโซ่อุปทาน

๒) บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

ยึดหลักการบริหารจัดการเพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศทางธุรกิจอย่างยั่งยืน ด้วยมาตรการการพัฒนาพนักงาน พัฒนาระบบตามมาตรฐานสากล และยึดแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงภาคอุตสาหกรรม (มอก. ๙๙๙๙) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียผ่านการดำเนินงานที่เป็นเลิศ โปร่งใส และมีการพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่องและการให้ความสำคัญกับการจัดการสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการพัฒนาคุณภาพชีวิตของสังคม ชุมชน ด้วยความเอาใจใส่ แบ่งปัน ห่วงใย และการสร้างคุณค่าเพิ่มร่วมกันจัดทำโครงการ “๓ ประสานแห่งการเรียนรู้ สู่ความยั่งยืนของกลุ่ม ปตท.” โดยแบ่งออกเป็น ๓ สถาบัน ได้แก่ (๑) สถาบันวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีระยะยง และโรงเรียนวิทยาศาสตร์ระยะยง ตั้งที่ จ.ระยอง เพื่อผลิตบุคลากรทางด้านวิทยาศาสตร์และงานวิจัยให้แก่ภาคอุตสาหกรรม (๒) สถาบันพัฒนาผู้นำและการเรียนรู้กลุ่ม ปตท. มีหลักสูตรทั้งในและต่างประเทศ เพื่อสร้างทีมงานรุ่นต่อไปให้กับ ปตท. เพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของโลก (๓) ร่วมกับกระทรวงพลังงานก่อตั้งสถาบันวิทยาการพลังงานเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจด้านพลังงานให้แก่บุคคลทั่วไปพร้อมทั้งขยายผลสู่บริษัทเครือข่ายนำร่องของปตท. ๕ แห่ง ได้แก่ บริษัท ปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) บริษัท ไทยออยล์ จำกัด (มหาชน) บริษัท พีทีที โกลบอล จำกัด (มหาชน) บริษัท ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน) และบริษัท เอนเนอร์ยี่ คอมเพล็กซ์ จำกัด โดยนำความรู้ กระบวนการของปตท.ไปถ่ายทอด จัดให้มีการสัมมนาแลกเปลี่ยนเรียนรู้การประยุกต์ใช้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและให้บริษัทแต่ละแห่งได้วิเคราะห์และจัดทำ Roadmap ของตนเอง

๓) บริษัท บางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)

น้อมนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้กับการบริหารงานสมัยใหม่โดยสร้างภูมิคุ้มกันด้วยการบริหารความเสี่ยงด้านต่างๆ เพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ทำให้มีการเติบโตอย่างยั่งยืนควบคู่กับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และหลักธรรมาภิบาล มุ่งสร้างความสมดุลระหว่างมูลค่ากับคุณค่า ยอมรับกำไรในระดับที่พอประมาณและมีเหตุมีผล รวมทั้งมุ่งสร้างประโยชน์ต่อชุมชนและสังคมอย่างยั่งยืน พร้อมทั้งขยายยุทธศาสตร์ในการบริหารงานรูปแบบ “บางจาก Model” สู่ ๕ ธุรกิจเครือข่าย ได้แก่ บริษัท บางจาก กรีนเนท จำกัด บริษัท พรีเมียม ออยล์ ปาล์มจำกัด สหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ บริษัท บางจากไบโอฟูเอล จำกัด และ บริษัทบางจากโซลาร์เอ็นเนอร์ยี่ จำกัดโดยสร้างความรู้และส่งเสริมการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงให้เหมาะสมตามบริบทของแต่ละบริษัท มีการจัดทำ Roadmap ของตัวเองรวมทั้งการจัดเวทีให้บริษัทเครือข่าย มาแลกเปลี่ยนประสบการณ์ดำเนินงาน เพื่อให้สามารถคิดในเชิงระบบ มีความพอประมาณ มีเหตุผล มีภูมิคุ้มกัน

ใช้เครื่องมือบริหารงานสมัยใหม่มาสร้างความยั่งยืนให้แก่บริษัท โดยจะใช้ผลสำเร็จของการดำเนินธุรกิจเป็น KPI ของการวัดผลความสำเร็จในการขยายผล

๔) กลุ่มมิตรผล

ขับเคลื่อนการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสู่ธุรกิจภายในเครือข่าย คู่ค้า และลูกค้า โดยใช้แนวทางปฏิบัติเศรษฐกิจพอเพียงภาคอุตสาหกรรม มอก. ๙๙๙๙ ของสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.)เป็นต้นแบบในการขับเคลื่อนฯ และการเสริมสร้างองค์ความรู้ อาทิ กลุ่มชาวไร่อ้อยคู่สัญญา ซึ่งเป็นต้นน้ำในการผลิตวัตถุดิบหลักป้อนสูโรงงานน้ำตาล ส่งเสริมการจัดทำแผนพัฒนาอาชีพการปลูกอ้อยเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนจัดทำเครื่องมือติดตามความก้าวหน้าและประเมินผลสัมฤทธิ์เพื่อมองเห็นปัญหาและปัจจัยอย่างชัดเจนเป็นรายบุคคลเพื่อให้ชาวไร่อ้อยสามารถวิเคราะห์ตัวเองได้โดยคาดว่าชาวไร่อ้อยจะได้รับประโยชน์ที่เป็นรูปธรรม พึ่งพาตนเองได้ และมีภูมิคุ้มกันต่อเปลี่ยนแปลงในทุกมิติสำหรับบริษัทในเครือที่ได้มีการถ่ายทอดแนวความคิดและแนวทางการปฏิบัติ ได้แก่ บริษัทรวมเกษตรกรอุตสาหกรรม จำกัดบริษัท ก. เกียรติชัยพัฒนาขนส่ง จำกัดบริษัท วิศวกรรมเคมี จำกัดบริษัท มิตรผลไปโอฟูเอล จำกัดและโรงงานน้ำตาลมิตรภูเวียง จ.ขอนแก่น

๕) บริษัท โตชิบา ประเทศไทย จำกัด

มีนโยบายและยึดแนวปฏิบัติที่สอดคล้องกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาตั้งแต่เริ่มก่อตั้ง โดยเน้นเรื่องความประหยัด ความพอเพียง พอประมาณ ในโรงงานทุกแห่งจะมีป้ายข้อความที่เป็นคติพจน์ หรือ motto แขนงไว้ อาทิ ใจสู้ พากเพียร ประหยัดเพื่อกระตุ้นให้พนักงานทุกคนนำไปปฏิบัติ ในปี ๒๕๕๐ ได้นำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ในการบริหารโรงงานที่สนามบินน้ำอย่างเข้มข้น และมีการขยายผลสู่ธุรกิจเครือข่ายคู่ค้าและแนะนำให้รู้จักหลักคิด แนวปฏิบัติ และวิธีการต่างๆ บนพื้นฐานความพอเพียงโดยมุ่งเน้นหลักการการสร้างร้านค้าให้อยู่ร่วมกับชุมชนได้อย่างยั่งยืน ไม่เน้นการขายร้านหรือสาขา แต่จะทำธุรกิจที่ร้านเดิมให้ดีที่สุดให้ชุมชนยอมรับ โดยจัดให้มีการประชุมเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจในการประยุกต์ใช้ปรัชญาฯ ในการดำเนินธุรกิจ พร้อมให้คำแนะนำ(Coaching)และจัดให้มีการศึกษาดูงาน ตลอดจนมีการติดตามผลการขับเคลื่อนขยายผลสู่ธุรกิจเครือข่าย ได้แก่ บริษัทโตชิบาไลท์ติ้ง จำกัด บริษัท เอ็นอีซี อินฟรอนเทียร์ไทย บริษัท เวสเทิร์น ดิจิตอล (ประเทศไทย) จำกัด และตัวแทนจำหน่ายสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าของโตชิบาอีก ๒ แห่ง คือ ร้านทวิยนต์ เชียงราย และร้านวงศ์อนันต์ สมุทรสงคราม

๖) บริษัทซีพีออลล์ จำกัด (มหาชน)

ได้กำหนดแนวทางการพัฒนาสู่ความยั่งยืนขององค์กร ๔ ด้าน คือ ๑)การมีส่วนร่วมพัฒนาสังคม โดยการถ่ายทอดความรู้สู่สังคมเนื่องจากบริษัทซีพีออลล์ฯ มีความเข้มแข็งและมีการสะสมองค์ความรู้เรื่องการค้าปลีกมายาวนาน จึงได้แชร์ความรู้ด้านการค้าส่งค้าปลีกสู่สังคมโดยการตั้งสถาบันปัญญาภิวัฒน์ ที่มีระบบการเรียนแบบทวิภาคี คือ การเรียนแบบ Work base learning และเป็นสถาบันที่ช่วยเหลือนักเรียนยากจนให้มีโอกาสได้ศึกษาต่อ โดยจัดการศึกษาให้ฟรี และมีเบี้ยเลี้ยงในชั่วโมงฝึกงานมีโอกาสในการหารายได้ สามารถช่วยเหลือตนเองและครอบครัวได้๒) การพัฒนาสิ่งแวดล้อม ๓) การพัฒนาคนทั้งด้านความรู้ความสามารถและคุณธรรมควบคู่ไปด้วยกัน และ ๔) การสร้างนวัตกรรม ปัจจุบัน ซีพีออลล์ฯ

ได้มีการส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมของหน่วยงานที่เป็น Supplier ของบริษัทฯหรือเป็นคู่ค้า ซึ่งเป็น SME รายเล็กหลายรายสนับสนุนให้ธุรกิจภายในเครือข่ายเข้าร่วมดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น คือ บริษัท ซีพี แรม จำกัด บริษัท ซีพี รีเทลลิงค์ จำกัด บริษัท เอส ที ไอ มาร์เก็ตติ้ง (๑๙๙๕) จำกัด บริษัท สวนผึ้งหวาน จำกัด และ บริษัท ศรีนาราพร มาร์เก็ตติ้ง

๓) บริษัท เบทาโกร จำกัด (มหาชน)

ดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารให้ “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ด้วยปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” รวมทั้งขยายสู่ธุรกิจตลอดห่วงโซ่การผลิต(SupplyChain)ซึ่งมีผู้เกี่ยวข้องจำนวนมาก ตั้งแต่โรงงานผลิต ผู้แทนจำหน่าย เกษตรกรผู้ผลิต(Farmer) เกษตรกรที่เป็นลูกค้า ทำให้ห่วงโซ่ธุรกิจค่อนข้างยาวอย่างไรก็ตามสามารถแบ่งเป็น ๒ ประเภท คือ กลุ่มของอุตสาหกรรม ซึ่งจะมีรูปแบบของธุรกิจเป็นโรงงาน บริษัท และชุมชน ซึ่งมีความสำคัญเพราะมีส่วนเกี่ยวข้องทั้งที่เป็นแหล่งผลิต แหล่งรับซื้ออาหารสัตว์(สำหรับปลา สุนัข ไก่ พืช)บริษัทเบทาโกรฯ มีเป้าหมายการขับเคลื่อนการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสู่ธุรกิจในห่วงโซ่ ที่อยู่ใน ๒ ประเภทข้างต้น จำนวน ๕ แห่ง คือ ประเภทโรงงานอุตสาหกรรม ๒ แห่ง คือ โรงงานผลิตอาหารสัตว์พระประแดง ซึ่งจะส่งเสริมโดยใช้แนวทางเศรษฐกิจพอเพียงภาคอุตสาหกรรม (มอก. ๙๙๙๙) และบริษัท ธีรภัทร อาหารสัตว์ จ.เพชรบูรณ์ ซึ่งนอกจากจะเป็นกลไกการกระจายผลิตภัณฑ์จากโรงงานสู่เกษตรกรแล้ว ยังมีกิจกรรมที่เข้าไปช่วยเกษตรกรในการพัฒนาผลผลิต ให้ความรู้แก่เกษตรกร แนะนำการเพิ่มผลผลิตต่างๆ ประเภทชุมชน ซึ่งมี ๓ แห่ง คือ ชุมชนช่องสาริกา จ.ลพบุรี หรือช่องสาริกาโมเดล ชุมชนบ้านดอนกลาง จ.อุบลราชธานี และชุมชนบ้านเชียงกลาง จ.น่าน

๒.๒ การให้การเรียนรู้แก่ผู้สนใจ

๑) องค์กรธุรกิจเปิดบ้านให้เป็นศูนย์การเรียนรู้ อาทิ กลุ่มมิตรผล

เปิดบ้านให้เป็นศูนย์การเรียนรู้สำหรับชุมชนทุกกลุ่มอาชีพทั้งข้าราชการ คู่ค้า ลูกค้า นักธุรกิจ นักเรียน นักศึกษาและประชาชนในท้องถิ่น ที่สนใจศึกษาการพัฒนาอุตสาหกรรมอ้อย ผ่านรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องเกี่ยวกับกระบวนการผลิตที่มุ่งสู่สังคมคาร์บอนต่ำ การจัดการด้านสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานสากล การจัดการด้านอาหารสะอาดและปลอดภัยได้มาตรฐานโลก การจัดการด้านนวัตกรรมและการจัดการไร้อ้อยอย่างยั่งยืน รวมทั้งการพัฒนาอุตสาหกรรมเพิ่มมูลค่าจากน้ำตาลสู่พลังงานทดแทนแสนสะอาด ฯลฯ ซึ่งนอกจากจะช่วยทำให้เกิดการเรียนรู้อย่างกว้างขวางเกี่ยวกับระบบวิธีการจัดการอุตสาหกรรมน้ำตาลและพลังงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแล้ว ยังก่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมอ้อยและทางเลือกในเรื่องพลังงานสะอาดของชาติด้วย

๒) การจัดตั้งศูนย์เรียนรู้

๒.๑) ศูนย์การเรียนรู้ 'Live and Learn'ที่จังหวัดเชียงใหม่โดยบริษัท โตชิบา ไทยแลนด์ จำกัด ร่วมกับบริษัทเชียงใหม่โดยแบ่งพื้นที่ออกเป็น ๓ โซน ได้แก่โซนที่ ๑: Toshiba Product Historyนำเสนอประวัติศาสตร์ที่แสดงถึงนวัตกรรมที่มีการดำเนินการมาของโตชิบา โซนที่ ๒: Innovation and Technologyนำเสนอนวัตกรรมที่หลากหลายก้าวล้ำเพื่อชีวิตในปัจจุบันและอนาคตที่คำนึงถึงการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นที่มาของโครงการ '๕ Green' (in process)ของโตชิบา ได้แก่ Green Company, Green Product, Green Society, Green Service และ Green Purchasingโซนที่ ๓:Happy Life Zoneเป็นโซนที่เปิดโอกาสให้เยาวชนได้ทำกิจกรรม เช่น ทดลองเป็นนักออกแบบผลิตภัณฑ์ต่างๆ

๒.๒) ศูนย์เรียนรู้การจัดการของเสียอินทรีย์ด้วยไส้เดือนดิน ที่นิคมอุตสาหกรรมอาร์โอแอล จังหวัดระยอง โดยบริษัท เอสซีจี ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) เพื่อเป็นศูนย์การเรียนรู้ให้ชุมชนใกล้เคียง หน่วยงาน หรือผู้ที่สนใจเข้ามาศึกษาดูงานและสามารถนำความรู้เรื่องการจัดการขยะอินทรีย์ไปต่อยอด/ประยุกต์ใช้ กับการจัดการของเสียในครัวเรือน เสริมสร้างรายได้ และสามารถดูแลพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

๒.๓) ศูนย์การเรียนรู้ “ปัญญาวิวัฒน์” โดยบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด(มหาชน)มีวัตถุประสงค์เพื่อ (๑) เปิด โอกาสทางการศึกษาให้กับทุกชุมชนทั่วประเทศ(๒) พัฒนาการศึกษาเพื่อสร้างเยาวชนสู่มีอาชีพทาง ธุรกิจค้าปลีกและให้ผู้เรียนได้มีโอกาสเป็นเจ้าของธุรกิจ(๓) สนับสนุนเยาวชนที่ด้อยโอกาสและขาดแคลน ทุนทรัพย์ เพื่อให้มีโอกาสได้ศึกษาต่อและมีงานทำ(๔) สร้างองค์ความรู้ด้านธุรกิจค้าปลีกครบวงจร และ สร้างงานในท้องถิ่นชนบทวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาวิวัฒน์ เป็นสถานศึกษาประเภทอาชีวศึกษาเอกชน มีการจัดการเรียนการสอนในรูปแบบทวิภาคี ซึ่งเป็นการเรียนการสอนโดยความร่วมมือระหว่าง สถานศึกษากับสถานประกอบการ เรียนทฤษฎีควบคู่กับการปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการ ตลอดเวลาของหลักสูตร

๒.๔) สถาบันการจัดการปัญญาวิวัฒน์(PIM)เดิมชื่อ สถาบันเทคโนโลยีปัญญาวิวัฒน์ ดำเนินการเรียนการสอนระดับอุดมศึกษาที่เน้นการศึกษาและวิจัยทางด้านธุรกิจค้าปลีก เพื่อสร้างบัณฑิตที่มีคุณภาพในเชิง วิชาการและสามารถปฏิบัติงานได้จริง สถาบันจึงจัดการเรียนการสอนในลักษณะการเรียนรู้จาก ประสบการณ์จริง (Work-based Education) ดังนั้น นักศึกษาระดับปริญญาตรีทุกคน จึงต้องฝึกเตรียม เข้าทำงานควบคู่กับการเรียนในทุกภาคการศึกษา โดยได้รับค่าตอบแทนตลอดระยะเวลาที่ศึกษาตาม หลักสูตร บัณฑิตที่จบจากสถาบันมีโอกาสเข้าทำงานกับสถานประกอบการในกลุ่มบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และสถานประกอบการอื่นที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีก

๒.๕) ศูนย์การเรียนรู้ “สถาบันปลูกป่า ปตท.” โดยบริษัท ปตท. จำกัดเพื่อส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดการ จัดการทรัพยากรป่าอย่างยั่งยืน เพิ่มพื้นที่ป่าให้กับประเทศรวมถึงดำเนินการอนุรักษ์และฟื้นฟู พื้นที่ปลูก ป่าเดิมให้ระบบนิเวศเกิดความสมดุล และลดปัญหาภาวะโลกร้อนภารกิจ คือ ปลูกและฟื้นฟูป่า เพื่อสร้าง ระบบนิเวศที่สมบูรณ์ มีความหลากหลายทางชีวภาพ เป็นแหล่งกักเก็บคาร์บอนฯ ผ่านกระบวนการสร้าง และพัฒนาเครือข่าย ส่งเสริมและสนับสนุนภาคส่วนต่างๆ ในการปลูกและฟื้นฟูป่า สร้างองค์ความรู้ และ นวัตกรรมร่วมกับหน่วยงานภาคีทั้งภายในและภายนอก ในด้านการปลูกและฟื้นฟูป่า สร้างศูนย์เรียนรู้ การจัดการป่า ปตท. และเผยแพร่องค์ความรู้และนวัตกรรมด้านการปลูกและฟื้นฟูป่า พัฒนาศักยภาพ บุคลากรสถาบันปลูกป่า ปตท. ให้มีความเชี่ยวชาญในด้านการปลูกและการพัฒนาเครือข่ายรวมทั้ง การดำเนินโครงการป่าในกรุง และโครงการป่าวังจันทร์

๒.๖) ศูนย์การเรียนรู้พลังงานทดแทนตั้งอยู่ที่ตำบลบางกระสั้น อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยบริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ภายในศูนย์การเรียนรู้จะแบ่งออกเป็น ๙ โซน ได้แก่ ๑) โถงต้อนรับ ๒) โรงภาพยนตร์ ๓) จุดชมวิวและดนตรีแสงอาทิตย์ ๔) เส้นทางความคิดค้นเซลล์แสงอาทิตย์ ๕) พลังแห่งสายพระเนตร (ห้อง เติบโตพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว) ๖) เปิดโลกพลังงาน ๗) วิถีบางจาก วิถีพอเพียง ๘) พลังพืชตัวจิ๋ว (ห้องวิจัย สาหรับผลิตน้ำมัน) ๙) สถานีแสงอาทิตย์ (เขื่อนิทรศการกลางแจ้ง) การดำเนินงานของศูนย์เรียนรู้พลังงาน ทดแทนช่วยสร้างความมั่นคงด้านพลังงานไฟฟ้าของประเทศและลดการนำเข้าเชื้อเพลิงเพื่อผลิตไฟฟ้า เป็นการพึ่งพา ตนเองตามแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง สามารถผลิตไฟฟ้าได้ประมาณ ๗๐ ล้านหน่วยไฟฟ้าต่อปี เทียบเท่ากับลด ปริมาณการนำเข้าถ่านหินเพื่อผลิตไฟฟ้าถึง ๔๐,๐๐๐ ตันต่อปี และเป็นศูนย์เรียนรู้พลังงานทดแทนให้แก่ เยาวชนและผู้สนใจนอกจากนี้ยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอีกด้วย

๒.๗) ศูนย์เรียนรู้วิถีพอเพียง เครือเบทาโกรร่วมแบ่งปันตั้งอยู่ในบริเวณป่าสัก ฮิลไซด์ รีสอร์ท อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี บนพื้นที่ ๑๕ ไร่ โดยบริษัท เบทาโกร จำกัด ประกอบด้วยฐานการเรียนรู้ ซึ่งมีเจ้าหน้าที่นำชมและให้คำแนะนำในแต่ละฐาน ได้แก่ ฐานนาข้าว ฐานแปลงผัก ฐานปุ๋ยหมัก ฐานไก่ไข่ ฐานหมูหลุม ฐานเผาถ่าน ฐานไบโอดีเซล ฐานแปรรูปผลิตภัณฑ์ และฐานบำบัดน้ำเสีย ผู้เยี่ยมชมสามารถนำไปปรับใช้ได้จริง ด้วยหลักการง่ายๆ คือ ทำเพื่อประโยชน์สำหรับกินหรือใช้ในครัวเรือน ที่เหลือจึงนำไปขายสร้างรายได้ ด้วยเหตุนี้ แม้ไม่มีเงินมากมายแต่สามารถมีคุณภาพชีวิตที่ดี อีกทั้งเป็นการสร้างกิจกรรมกระชับความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในครอบครัวได้

๒.๘) ศูนย์การเรียนรู้ SE-ED Learning Center ที่อาคารจัดรัสจามจุรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยโดยบริษัท ซีอีดียูเคชั่น จำกัด (มหาชน) เพื่อรองรับการเติบโตของเยาวชนของประเทศที่จะต้องเติบโตขึ้นมาเป็น “พลโลก (World Citizen)” ที่พร้อมจะแข่งขัน และร่วมมือกับประชากรจากนานาชาติอารยประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ SE-ED Learning Center ได้วิจัยและพัฒนาหลักสูตรเสริมการเรียนรู้ ที่เน้นการพัฒนาศักยภาพของเยาวชนเพื่อตอบโจทย์ดังกล่าว ซึ่งมีการประยุกต์ใช้สื่อ Animation ที่ทันสมัย ประกอบการเรียนการสอนปัจจุบันมีอยู่ ๓ หลักสูตร ได้แก่ หลักสูตรคณิตศาสตร์ (FAN Math) หลักสูตรภาษาอังกฤษ (ACTive English) และหลักสูตร SE-ED iKids เป็นหลักสูตรที่เน้นการ “ลงมือประดิษฐ์ (Hands on)”

๒.๙) ศูนย์การเรียนรู้โตโยต้า ธุรกิจชุมชนพัฒนาโดยบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ที่มุ่งเน้นยกระดับการดำเนินกิจกรรมทางสังคมให้เข้าสู่ยุคของ “การพัฒนาอย่างยั่งยืน” โดยปัจจัยแห่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ได้แก่ วิถีโตโยต้า ระบบการผลิตแบบโตโยต้า และปรัชญาลูกค้าเป็นที่หนึ่ง มาถ่ายทอดให้แก่ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย ให้สามารถอยู่ได้อย่างยั่งยืน สอดคล้องกับทิศทางการปฏิรูปโครงสร้างเศรษฐกิจของรัฐบาลภายใต้นโยบายประชารัฐ ที่เป็นการร่วมมือกันระหว่าง ภาครัฐ ภาคธุรกิจ และภาคประชาชน เพื่อร่วมขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยให้มีความมั่นคงบริษัทฯ มีแผนที่จะขยายผลการดำเนินงานผ่านการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ฯ ให้ครอบคลุมทุกภูมิภาค ผ่านการจัดตั้งโครงการนำร่องอีก ๓ จังหวัด ๓ ประเภทธุรกิจโดยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะมีส่วนช่วยพัฒนาศักยภาพในการดำเนินงานของ SMEs เพื่อสร้างพื้นฐานเศรษฐกิจให้มั่นคง อันจะก่อให้เกิดความมั่นคงและยั่งยืน ตลอดจนพัฒนาประเทศเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจแบบมืออาชีพ

๒.๑๐) ศูนย์การศึกษาด้านเทคโนโลยีความเย็นและนวัตกรรมประหยัดพลังงานแบบครบวงจรโดยบริษัท มิตรชุบิชิ อีเล็คทริค กันยงวัฒนา จำกัดมุ่งถ่ายทอดความรู้ผ่านนวัตกรรมล้ำสมัยควบคู่การรักษาสิ่งแวดล้อม โดยแบ่งพื้นที่การเรียนรู้ไว้ทั้งหมด ๕ โซน ได้แก่ โซนที่ ๑ กลุ่มเทคโนโลยีความเย็นและเครื่องปรับอากาศ โซนที่ ๒ กลุ่มเทคโนโลยีระบายอากาศและหมุนเวียนอากาศ โซนที่ ๓ กลุ่มเทคโนโลยีระบบน้ำและสุขอนามัย โซนที่ ๔ กลุ่มเทคโนโลยีแสงสว่างและพลังงานทดแทนและ โซนที่ ๕ กลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน

๒.๓ การทำกิจกรรม CSR ช่วยเหลือสังคมของธนาคารสมาคมธนาคารไทย

ได้รวบรวมข้อมูลการจัดกิจกรรมสร้างความรู้และการช่วยเหลือสังคม ชุมชน(CSR) จากธนาคารสมาชิกในช่วงปี ๒๕๕๗-ปัจจุบัน สรุปได้ดังนี้

๑) บมจ.ธนาคารทีสโก้

ดำเนินกิจกรรมการให้โอกาสทางการศึกษาการให้ความรู้ทางการเงินและการสนับสนุนกิจกรรมทางสิ่งแวดล้อม สังคม บรรษัทภิบาล (ESG)

๒) บมจ.ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์

ดำเนินกิจกรรมสอนน้องออมเงิน เผยแพร่ความรู้ทางการเงินส่วนบุคคลขั้นพื้นฐาน

๓) บมจ.ธนาคารกรุงศรีอยุธยา

มอบทุนการศึกษาแก่เยาวชนที่ขาดแคลนทุนทรัพย์ รับผิดชอบสิ่งของเครื่องใช้มือสอง เพื่อส่งมอบเข้าโครงการปันกัน โดยมูลนิธิยูวพัฒน์ ให้ความรู้ทางการเงินเบื้องต้น เป็นต้น

๔) บมจ.ธนาคารกรุงไทย

ให้ความรู้ภายใต้โครงการ รู้เก็บ รู้ใช้ สบายใจ แก่กลุ่มเยาวชน

๕) บมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์

ดำเนินโครงการเสริมสร้างศักยภาพการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงสู่สถานศึกษา(ปี ๒๕๕๑-๒๕๕๗) โครงการ SCB ขวนกันทำดี “ไทยพาณิชย์กับ ๓ คุณ” (ปี ๒๕๕๑-ปัจจุบัน) โดยเน้น ๓ เรื่องหลัก คือ พัฒนาเยาวชนและส่งเสริมการเรียนรู้ สร้างเครือข่ายจิตอาสา และพัฒนาคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อม และโครงการ “Teach it forward” ส่งต่อความรู้สู่ชุมชน

๖) บมจ.ธนาคารกสิกรไทย

ดำเนินงานด้านเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน โดยการพัฒนาดิจิทัลและบริการทางการเงิน การให้ความรู้ทางธุรกิจและการเงิน การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

๗) บมจ.ธนาคารทหารไทย

ดำเนินโครงการจากครัวไฟฟ้าสู่ธุรกิจ โครงการของเก่าสร้างอาชีพใหม่โครงการเด็ก-พื้น-เมือง และโครงการลดรายจ่ายเพิ่มรายได้แก่กลุ่มแม่บ้านทหารบก

๘) บมจ.ธนาคารธนชาติ

ดำเนินการฝึกอบรมเยาวชนอาสาสมัครเอกลักษณ์ของชาติ “เด็กไทยต้นแบบ” ภายใต้โครงการ (ปลูกไทย...ในแบบพ่อ” โครงการรู้เก็บ รู้ใช้ สบายใจ โครงการพี่ใจของ..น้องใจต่อ

๒.๔ การส่งเสริม สนับสนุนการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงในภาคส่วนต่างๆ

๑) การขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงในสถานศึกษา

โดยมูลนิธิสยามกัมมาจลร่วมมือกับภาคีเครือข่ายดำเนินโครงการ และกิจกรรมต่างๆ เพื่อเป็นการจุดประกายและสร้างองค์ความรู้อย่างความต่อเนื่องในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงในสถานศึกษา ซึ่งมีการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

๑.๑) จัดกระบวนการเสริมศักยภาพโรงเรียนโดยสนับสนุนให้มหาวิทยาลัยในพื้นที่เป็นพี่เลี้ยงและเสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้ด้วยการใช้วิธีการจัดการความรู้ การถอดบทเรียน กระบวนการวิจัย ฯลฯ ที่เหมาะสมกับการเสริมศักยภาพของครูเพื่อให้ครูสามารถจัดการเรียนรู้บูรณาการหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเข้าสู่หลักสูตร และกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน

๑.๒) สนับสนุนให้เกิดเครือข่ายผู้บริหาร และครูในการขับเคลื่อนปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในสถานศึกษา ด้วยการสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมประชุมเชิงปฏิบัติการ เข้าร่วมเรียนรู้ในตลาดนัดความรู้ภูมิภาค และตลาดนัดความรู้ประเทศ

๑.๓) สนับสนุนค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมงานวิชาการต่างๆ เช่น การเข้าร่วมงานมหกรรมจัดการความรู้แห่งชาติ

๑.๔) สนับสนุนสื่อ และการผลิตสื่อในการขยายผลของโรงเรียน

๑.๕) จัดกิจกรรมเสริมเพื่อกระตุ้นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงของผู้บริหาร ครู และนักเรียนเช่น โครงการเรื่องเล่า “บทเรียนความสำเร็จในการใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อจัดการการเรียนรู้ โครงการปลูกความคิดการผลิตสื่อเศรษฐกิจพอเพียง เช่น เกมเศรษฐกิจพอเพียง หนังสือ พพ.๘๐๙พพ. ๘๑๙พพ. ๘๒๙พพ. ๘๓๙หนังสือประสบการณ์จริงบนเส้นทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง หนังสือปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง : จากหลักคิดสู่วิถีปฏิบัติ

๒) การขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงสู่ชุมชน โดยบริษัท เบทาโกร จำกัด (มหาชน) ดำเนินการ ใน ๓ ชุมชน ได้แก่ ชุมชนช่องสาริกา จ.ลพบุรี หรือช่องสาริกาโมเดล ชุมชนบ้านดอนกลาง จ.อุบลราชธานี และชุมชนบ้านเขียงกลาง จ.น่านโดยหลักการ รูปแบบ และวิธีการพัฒนาของช่องสาริกาโมเดลสรุปได้ดังนี้

๒.๑) เป้าหมายคือ การพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ครบวงจรทั้งการมีอาชีพที่ดี มีสุขภาพที่ดี มีสิ่งแวดล้อมดี มีสังคมดี และมีความรู้ดี รวมทั้งมีเศรษฐกิจที่ดี

๒.๒) รูปแบบการพัฒนา ยึดการพัฒนาชุมชนเชิงพื้นที่แบบองค์รวม (Holistic-Area based Community Development) คือ การพัฒนาชุมชน / หมู่บ้าน ให้ครอบคลุมในทุกมิติของการพัฒนาทั้งหมด ๕ ด้านคือ

(๑) ด้านอาชีพ แบ่งเป็น (๑) อาชีพหลัก เพื่อส่งเสริมให้เกษตรกรเกิดการปรับปรุงอาชีพหลักเพื่อเพิ่มรายได้ อย่างมี Impact ยั่งยืน และแก้ไขปัญหาคาการบุกรุก (๒) อาชีพเสริม เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกร สำหรับเป็นค่าใช้จ่ายครัวเรือนระหว่างรอรายได้จากการประกอบอาชีพหลัก

(๒) ด้านสังคม กิจกรรมธนาคารพัฒนาหมู่บ้าน เพื่อเป็นกลไกขับเคลื่อนให้ชุมชนมีเงินทุน และสนับสนุน ปัจจัยผลผลิตจากการประกอบอาชีพหลักอย่างเพียงพอ โดยไม่กู้เงินนอกระบบและพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

(๓) ด้านการศึกษา กระตุ้นให้หน่วยงานหลักและผู้เกี่ยวข้อง เข้ามามีส่วนร่วมพัฒนาโรงเรียนให้ทำหน้าที่ได้อย่างเต็มศักยภาพและมีส่วนร่วมช่วยเหลือชุมชนอย่างยั่งยืน

(๔) ด้านสุขภาพ เพื่อให้คนในพื้นที่มีสุขภาพแข็งแรงเพิ่มขึ้น สามารถสร้างเศรษฐกิจทั้งทางตรง และทางอ้อมอย่างยั่งยืน

(๕) ด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อการจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน การมีส่วนร่วมของชุมชนและหน่วยงาน ร่วมคิด ร่วมแก้ปัญหา ร่วมรักษา ร่วมดูแลและใช้ประโยชน์

๒.๓) กลยุทธ์การขับเคลื่อนการพัฒนาคือการสร้างความเชื่อมโยงการทำงานร่วมกันใน ๓ ฝ่าย คือ ฝ่ายชุมชน(ในฐานะ Ownership เป็นเจ้าภาพ เจ้าของพื้นที่ เจ้าของปัญหา เจ้าของเป้าหมายการพัฒนา) ต้องมีจิตใจที่จะร่วมพัฒนาฝ่าย Sponsor/Resource(บริษัทเอกชน มูลนิธิ สมาคม สหกรณ์ หน่วยงานรัฐ) และ Knowledge(สถาบันการศึกษา ผู้เชี่ยวชาญ) ต้องมีความพร้อมทั้งปัจจัย ทรัพยากรและองค์ความรู้

๒.๔) ขั้นตอนการพัฒนาชุมชนจากประสบการณ์จากห้องสาริกาโมเดล พบว่าการขับเคลื่อนการพัฒนาในพื้นที่ให้ประสบความสำเร็จและยั่งยืนมี ๗ ขั้นตอนคือ ๑) การเตรียมทีมงาน ๒) การสร้างความสนิทสนมกับสมาชิก/องค์กรในชุมชน อาทิ ธนาคารชุมชน โรงเรียนคุณธรรม ๓) การวิเคราะห์และเข้าใจปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน ๔) วางแผนงานและการจัดการขั้นพื้นฐาน เน้นอาชีพหลัก คือ การปลูกมันสำปะหลัง ข้าวโพด อ้อย ข้าว วางแผนการใช้ทรัพยากรร่วมกัน การนำใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ๕) ลงมือทำและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (PDCA) โดยใช้กลไกหลัก ได้แก่ ภาครัฐ องค์กรท้องถิ่น วิทยาลัยในพื้นที่ และมหาวิทยาลัย ๖) เกิดชุมชนต้นแบบ (เป็นชุมชนที่ร้อยละ๘๐ ของประชากรเข้าร่วมในการพัฒนา) ๗) ถอดบทเรียนชุมชนต้นแบบและ๘) ขยายงานจากชุมชนต้นแบบผ่าน Betagro Network

๒.๕ การสร้างผู้นำการเปลี่ยนแปลง

๑) โครงการ ๑ บริษัท ๑ ชุมชน

โดยกลุ่มบริษัทมิตรผลได้คัดเลือกชุมชนจำนวนกว่า ๓๐๐ หมู่บ้าน ในเขตส่งเสริมการปลูกอ้อยภายใต้โครงการหมู่บ้านเพิ่มผลผลิตของโรงงานน้ำตาล ๕ แห่งในจังหวัดชัยภูมิ ขอนแก่น กาฬสินธุ์ สุพรรณบุรี และสิงห์บุรี เข้าร่วมโครงการ ๑ บริษัท ๑ ชุมชน ในฐานะต้นแบบ กลุ่มมิตรผลได้เข้าไปส่งเสริมการสร้างองค์ความรู้ให้คนในชุมชน อาทิ การใช้เทคโนโลยี การจัดการระบบชลประทานเพื่อเพิ่มผลผลิตในไร่อ้อย จนทำให้ชาวไร่อ้อยในพื้นที่สามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้นกว่าสามเท่าของรายได้เดิม การส่งเสริมให้ชาวไร่อ้อยเลี้ยงปลา ปลูกผักสวนครัวเพื่อช่วยลดค่าใช้จ่ายในครัวเรือนและยังสามารถนำพืชผักไปขายเพื่อเป็นรายได้เสริม นอกจากนี้ กลุ่มมิตรผลยังได้ประสานงานเพื่อให้พนักงานบัญชีและเจ้าหน้าที่ส่งเสริมของโรงงานน้ำตาลมิตรภาพสินธุ์ และโรงงานน้ำตาลมิตรภูเขียว ร่วมอบรมให้ความรู้การลงบันทึกบัญชีรายรับ-รายจ่ายครัวเรือน เพื่อควบคุมค่าใช้จ่ายและส่งเสริมการออมให้กับชาวไร่อ้อยอีกด้วย

๒) โครงการ ๑ ไร่ ได้เงิน ๑ แสน

โดยหอการค้าไทยซึ่งได้นำพระราชดำริเกี่ยวกับเกษตรทฤษฎีใหม่ ไปประยุกต์พัฒนาเป็นโครงการ "๑ ไร่ ได้เงิน ๑ แสน" เพื่อเสริมสร้างอาชีพและรายได้ที่ยั่งยืนให้กับเกษตรกร โดยประยุกต์หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง กับ เกษตรทฤษฎีใหม่ขั้นที่ ๓ เน้นให้เกษตรกรพึ่งพาตนเองเป็นหลัก ใช้ทรัพยากรการเกษตรที่มีอยู่ในพื้นที่อย่างรู้ค่า และทำให้เกิดประโยชน์ สูงสุด โดยใช้กระบวนการ เกษตรแบบผสมผสาน (Integrated Farming) และ ภูมิปัญญาชาวบ้าน ที่มีอยู่ดั้งเดิมพื้นที่ ๑ ไร่ จะถูกแบ่งเป็น ๔ ส่วน ส่วนที่ ๑ คั้นนา กว้าง ๑.๕ เมตร ใช้ปลูกพืช อาทิ พริก มะนาว มะรุม เป็นต้น หรือผักสวนครัวทุกชนิดที่กินได้ เสริมสร้างรายได้ให้เกษตรกรส่วนที่ ๒ ร่องน้ำ เพื่อทำประมง เช่น เลี้ยงปลา เลี้ยงกุ้ง เลี้ยงกบ เลี้ยงหอย มูลสัตว์ทั้งหลายก็จะกลายเป็นปุ๋ยแก่นาข้าวส่วนที่ ๓ พื้นที่ปลูกข้าวส่วนที่ ๔ พื้นที่เลี้ยงเป็ดไข่ ปล่อยให้เป็ดไข่หาอาหารจากแปลงนาได้

๓) ๑ ตำบล สัมมาชีพ ๑ บริษัท CSR

โดยมูลนิธิสัมมาชีพเป็นองค์กรประสาน เริ่มนำร่องในปี พ.ศ.๒๕๕๕ เป็นการต่อยอดงานพัฒนาเดิมหรือศักยภาพของชุมชนให้เกิดรูปธรรม คือ ชุมชนมีรายได้มากกว่ารายจ่าย ลดการเบียดเบียนตนเอง ผู้อื่น และสิ่งแวดล้อม โดยให้ภาคธุรกิจเข้าไปสนับสนุนชุมชนในเรื่องที่ชุมชนยังขาดอยู่ เช่น ด้านการตลาด การบริหารจัดการ เป็นต้น โดยมีพื้นที่นำร่อง ๕ ตำบล ได้แก่ (๑) ตำบลโพหนอง จังหวัดชัยภูมิ (๒) ตำบลเขาถ่าน จังหวัดสุราษฎร์ธานี (๓) ตำบลบางสน จังหวัดชุมพร (๔) ตำบลบัวใหญ่ จังหวัดน่าน และ (๕) ตำบลแจรง จังหวัดสุพรรณบุรี โดยมีภาคธุรกิจที่สนใจและเข้าร่วม ๓ บริษัท ได้แก่ (๑) บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) (๒) บริษัท ไทยยูเนี่ยน โพรเซส โปรดัคส์ จำกัด (มหาชน) (TUF) และ (๓) บริษัท น้ำตาลมิตรผล จำกัด ซึ่งจากการดำเนินงานได้ข้อค้นพบที่สำคัญคือกระบวนการพัฒนาร่วมกันทุกภาคส่วน โดยใช้พื้นที่เป็นตัวตั้ง (Area base Collaborative Development) เป็นหัวใจของความสำเร็จในพื้นที่ตำบลมีปัจจัยภายในที่เกี่ยวข้อง ๓ ประการ คือ (๑) ผู้นำทั้ง ๔ ภาคส่วน (จตุพลัง) คือ ผู้นำธรรมชาติ ผู้นำท้องถิ่น ผู้นำท้องที่ และหน่วยราชการในพื้นที่ ร่วมกันคิดเรื่องการพัฒนา (๒) ใช้ข้อมูลของคนในชุมชนร่วมกันทำ และแปลงเป็นแผนในการบริหารการพัฒนาของชุมชน (๓) คนในชุมชน ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับประโยชน์ ร่วมเรียนรู้ และร่วมตรวจสอบ กระบวนการเรียนรู้ที่สำคัญ และทำให้การผสมพลัง สร้างเศรษฐกิจฐานล่างที่ยั่งยืนได้จริง คือ กระบวนการเรียนรู้ร่วมกันอย่างต่อเนื่องผ่านการปฏิบัติ (Interactive learning through action) เป็นการผสมพลังของวิถีที่แตกต่างกันของวิถีธุรกิจ เข้าไปเติมเต็มวิถีชุมชน

๔) นักรุกจิกรุ่นใหม่หัวใจพอเพียง (SEED)

โดยหอการค้าไทยดำเนินการสร้างผู้นำการเปลี่ยนแปลง โดยการเชิญชวนนักรุกจิกรุ่นใหม่ที่มีศักยภาพสูงให้เข้าร่วมในกระบวนการขับเคลื่อนการพัฒนาตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในชุมชนและท้องถิ่นของตนเอง โดยการพัฒนาให้เป็นแกนนำของนักรุกจิกรุ่นใหม่ที่มีหัวใจพอเพียงในจังหวัด เกิดพลังเครือข่ายคนรุ่นใหม่ในระหว่างจังหวัดที่จะร่วมมือกันขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่นและประเทศให้เติบโตได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนบนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในวงกว้าง โดยในกระบวนการดำเนินงาน ประกอบด้วย การศึกษาดูงาน แลกเปลี่ยนความคิดเห็น แลกเปลี่ยนประสบการณ์และการเรียนรู้ทั้งภาคทฤษฎีและการฝึกปฏิบัติที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจ คือ ๑) การพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก

และพระราชรัฐ ๒) สถานการณ์โลกและการวางแผนธุรกิจอนาคต สำหรับธุรกิจสมัยใหม่และ IDE๓) Supply Chain Management (SCM) การจัดการห่วงโซ่อุปทานกับการเกษตร ๔) Design is a matter ๕) E-commerce Trends and Digital Marketing ๖) การบัญชีแบบ SMEs ๗) การสร้างคน และการเพิ่มขีดความสามารถ HR and Competitive ๘) การลงทุนในต่างประเทศ รวมทั้ง ๙) เรียนรู้การประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในภาคธุรกิจ

๕) โครงการ “รักษป่า สร้างคน ๘๔ ตำบล วิถีพอเพียง”

โดยบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) โดยมีหลักการดำเนินงานที่สำคัญ คือ ๑) น้อมนำพระราชดำริ “ปรัชญาพอเพียง” มาเป็นแนวปฏิบัติ ๒) ดำเนินงานด้วยความต้องการของชาวบ้านและชุมชนเป็นหลัก ๓) การมีส่วนร่วมในทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทุกขั้นตอน ๔) ไม่เน้นเงินนำหน้าเน้นสร้างความรู้ให้เกิดในชุมชนและยั่งยืน ๕) สรุปลงเป็นองค์ความรู้ของชุมชนร่วมกับ กลุ่ม ปตท. และเครือข่ายเป้าหมายของโครงการ ปตท. และกลุ่มภาคีเครือข่ายได้ศึกษาเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ปัญหาต่างๆ กับชุมชนเพื่อกำหนดเป็นเป้าหมายและแนวทางในการดำเนินงานเพื่อให้ทุกขั้นตอนสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันโดยได้เป้าหมายร่วมกัน ๘ เป้าหมายเพื่อสร้างเป็น “๘ องค์ความรู้สู่ความพอเพียง” ดังนี้

๕.๑) วิเคราะห์ชุมชนส่งเสริมให้รู้จักวิเคราะห์ตนเอง ชุมชน สังคม และคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนในทุกระดับ รวมทั้งส่งเสริมให้มีการเก็บรวบรวม การใช้ การปรับปรุง การแลกเปลี่ยนและการตรวจสอบข้อมูลอย่างต่อเนื่อง จนเกิดระบบการจัดการฐานข้อมูลชุมชนเพื่อนำไปสู่การจัดทำแผนชุมชน โดยชุมชนและเพื่อชุมชน

๕.๒) ทักษะชุมชนส่งเสริมการพึ่งพาตนเองในการดำรงชีวิตด้านปัจจัยสี่ รวมทั้งทักษะในการประกอบอาชีพบนพื้นฐานของความถนัด ความสามารถ และทรัพยากรที่มีอยู่ พัฒนาสู่การรวมกลุ่มกิจกรรมที่หลากหลายในชุมชน ควบคู่กับการพัฒนาระบบบริหารจัดการ ทั้งด้านต้นทุนการผลิต การตลาด และการจัดทำบัญชี ขยายผลสู่วิสาหกิจชุมชน สหกรณ์ส่งเสริมให้มีกลไกคณะทำงานเพื่อชุมชนที่หลากหลายต่อเนื่อง มีการสืบทอด สร้างผู้นำรุ่นใหม่ มีระบบบริหารจัดการที่มีธรรมาภิบาล และมีการพัฒนาศักยภาพของคณะทำงานอย่างสม่ำเสมอ การระดมทุนจากภายในและภายนอก สร้างภาคีเครือข่าย รวมถึงระบบการจัดการความรู้ ที่จะทำให้มีความรอบรู้อย่างรอบด้าน

๕.๓) ทรัพยากรชุมชนรู้จัก รู้ใช้ รู้รักษา และรู้เพิ่มพูนทรัพยากร ทั้งทุนทางสังคม ทุนทางทรัพยากรธรรมชาติ และทุนทรัพยากรบุคคล

๕.๔) พลังงานชุมชนส่งเสริมการใช้พลังงานอย่างรู้คุณค่า การเปลี่ยนแปลงวิถีคิดและพฤติกรรมการใช้พลังงานสู่การพึ่งพาตนเองด้านพลังงาน พัฒนาแหล่งพลังงานทางเลือกหรือพลังงานทดแทนในชุมชน

๕.๕) พัฒนาจิตใจเสริมสร้างคุณธรรมและจริยธรรมให้เกิดขึ้นในตัวบุคคลและชุมชน ทั้งความซื่อสัตย์ สุจริต ความขยันอดทน การแบ่งปัน การเสียสละเพื่อส่วนรวม มีจิตอาสา คำนึงถึงสังคม สิ่งแวดล้อมและลูกหลาน ควบคู่กับการอนุรักษ์และฟื้นฟูประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่น

๕.๖) โรงเรียน ครู เยาวชนบริหารจัดการความรู้ในท้องถิ่น และความรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียงตั้งแต่การค้นหารวบรวม พัฒนาประยุกต์ใช้และเผยแพร่ เช่น การจัดทำหลักสูตรท้องถิ่น โรงเรียนต้นแบบเศรษฐกิจพอเพียง โดยให้ความสำคัญต่อบทบาทของโรงเรียน ครู และนักเรียนทั้งในฐานะผู้ดำเนินงานและผู้รับประโยชน์โดยเฉพาะเยาวชนคนรุ่นใหม่ ให้เห็นความสำคัญต่อทรัพยากรในท้องถิ่น ทั้งภูมิปัญญา วัฒนธรรม และทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อให้สามารถพึ่งพาตนเองให้ได้มากที่สุด

๕.๗) สิ่งแวดล้อม และสุขภาวะบริหารจัดการเพื่อดูแลรักษาสภาพแวดล้อมชุมชนและสุขอนามัยของคน สร้างจิตสำนึกในการดำรงชีวิตอย่างเกื้อกูล และเคารพต่อธรรมชาติ ส่งเสริมอาชีพ การผลิต พฤติกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ ก่อให้เกิดสุขภาวะที่ดีทั้งร่างกายจิตใจ ชุมชน และสังคม

๕.๘) กองทุนชุมชนส่งเสริมให้เกิดกองทุนทั้งที่อยู่ในรูปตัวเงินและมีใช้ตัวเงิน พร้อมทั้งสร้างความรู้ในการบริหารจัดการกองทุน เพื่อให้เกิดการออมเงินทุนหมุนเวียน และระบบสวัสดิการชุมชนในรูปแบบต่างๆ

๒.๖ การสร้างแรงจูงใจโดยการจัดประกวดและมอบรางวัล

อาทิ รางวัลการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของธุรกิจขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดย่อม โดยสำนักงาน กปร.รางวัลสุดยอด SMEs แห่งชาติโดย สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(สสว.) รางวัลธรรมาภิบาลดีเด่น (Good Governance)โดยสถาบันปว้ย อี้งภากรณ์ และรางวัลจรรยาบรรณดีเด่นโดยหอการค้าไทย