

แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ

ประเด็นที่ 10



10

การปรับเปลี่ยน ค่านิยมและวัฒนธรรม



“พัฒนาคนไทยในทุกช่วงวัยให้เป็นคนดี คนเก่ง และมีคุณภาพ
ด้วยการปลูกฝังค่านิยมวัฒนธรรมที่พึงประสงค์”





แผนแม่บทฯ ประเด็น (10) การปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม มีวัตถุประสงค์เพื่อการปลูกฝังค่านิยมวัฒนธรรมที่พึงประสงค์ให้กับคนไทยในทุกช่วงวัย ซึ่งเป็นรากฐานที่สำคัญต่อการเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ให้เป็นปัจจัยพื้นฐานในการพัฒนาประเทศในระยะยาว โดยมุ่งเน้นการสร้างควมมีวินัย ความซื่อสัตย์สุจริต การมีจิตอาสา จิตสาธารณะ และความตระหนักถึงหน้าที่ต่อประโยชน์ส่วนรวม ซึ่งนับเป็นประเด็นที่มีความท้าทาย เนื่องจากการปลูกฝังค่านิยม คุณธรรม จริยธรรม ต้องอาศัยระยะเวลาในการบ่มเพาะตั้งแต่ช่วงวัยเด็ก นอกจากนี้การเพิ่มขึ้นของการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ยังทำให้ยากต่อการควบคุมและเฝ้าระวังการบริโภคสื่อที่สร้างค่านิยมที่ไม่เหมาะสม ไม่สร้างสรรค์ จึงต้องอาศัยกลไกการมีส่วนร่วมและการบูรณาการการทำงานร่วมกันจากทุกภาคส่วนในสังคมนอกเหนือจากหน่วยงานภาครัฐเพียงอย่างเดียว โดยแผนแม่บทประเด็นนี้มีเป้าหมายระดับประเด็นที่กำหนดให้ **คนไทยมีคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยมที่ดีงาม และมีความรัก และภูมิใจในความเป็นไทยมากขึ้น นำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำรงชีวิต สังคมไทยมีความสุขและเป็นที่ยอมรับของนานาชาติมากขึ้น**

การประเมินผลลัพธ์การดำเนินการที่ส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมาย

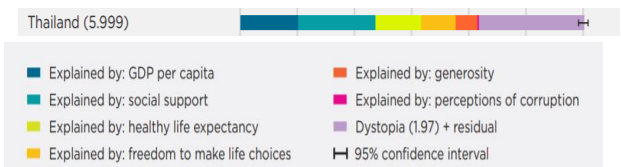
100001

ปี 2562

ปี 2563

จากเป้าหมายในระดับประเด็น ที่กำหนดไว้ว่า “คนไทยมีคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยมที่ดีงาม และมีความรัก และภูมิใจในความเป็นไทยมากขึ้น นำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำรงชีวิต สังคมไทยมีความสุขและเป็นที่ยอมรับของนานาชาติมากขึ้น” ซึ่งชี้วัดโดยดัชนีคุณธรรม 5 ประการ (ความซื่อสัตย์สุจริต การมีจิตสาธารณะ การอยู่อย่างพอเพียง การกระทำความดีรับผิดชอบ และความเป็นธรรมทางสังคม) ทั้งนี้ หากพิจารณาจากข้อมูลอื่นๆ พบว่า **การสร้างความร่วมมือ**

World Happiness Index 2020



และการสนับสนุนทางสังคมถือว่าเป็นค่านิยมที่ยังความโดดเด่นในสังคมไทย โดยเมื่อพิจารณาจากรายงานความสุขโลก ปี 2563 (World Happiness Report 2020) พบว่า สัดส่วนค่าคะแนนสูงสุดขององค์ประกอบที่สะท้อนถึงความสุขของคนไทยอย่างต่อเนื่อง คือการสนับสนุนทางสังคม ซึ่งถึงแม้คะแนนรวมของประเทศจะลดลงเล็กน้อยจากปี 2562 ที่ได้ 6.008 คะแนน เป็น 5.999 คะแนนในปี 2563 แต่ยังคงถือว่ามีส่วนขององค์ประกอบของการสนับสนุนทางสังคมสูงที่สุด แต่สิ่งที่ยังเป็นจุดอ่อน คือ เรื่องทุจริตคอร์รัปชัน ที่เมื่อแปลงมุมมองด้านดังกล่าวเป็นคะแนนของความสุขของคนไทย ยังเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความสุขในระดับที่ต่ำมาก สอดคล้องกับดัชนีการรับรู้การทุจริต (Corruption Perception Index – CPI) ที่สะท้อนว่าประเทศไทยยังมีปัญหาในเรื่องดังกล่าว โดยพบว่าในปี 2562 ประเทศไทยถูกจัดอันดับที่ 101



การดำเนินงานในระยะต่อไปเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของแผนแม่บทประเด็นการปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม มีความท้าทายอยู่หลายประการ อาทิ การบูรณาการการทำงานของภาครัฐอย่างเป็นระบบเพื่อลดความซ้ำซ้อนของโครงการทั้งภายในและระหว่างหน่วยงาน รวมถึงกระบวนการติดตามประเมินผลสัมฤทธิ์ของการดำเนินงาน เนื่องจากการสร้างคุณธรรมจริยธรรมเป็นเรื่องที่ต้องใช้เวลา นอกจากนี้ในส่วนของการสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมที่พึงประสงค์ จากภาคธุรกิจยังคงต้องเร่งให้เกิดการดำเนินธุรกิจเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน การปรับปรุงวิธีการดำเนินงานในทุกขั้นตอนตลอดห่วงโซ่ธุรกิจมากขึ้น และอีกหนึ่งประเด็นที่มีความท้าทายมากที่สุดในการสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมอันพึงประสงค์ให้กับคนไทย คือการเข้าถึงสื่อของคนไทยที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ทำให้หน่วยงานภาครัฐยากต่อการเฝ้าระวังและคัดกรองสื่อที่มีเนื้อหาไม่เหมาะสม โดยเฉพาะในกลุ่มเด็กที่มีข้อมูลบ่งชี้ว่าเด็กไทยมีโอกาสสูงที่จะเผชิญกับอันตรายต่างๆ บนสื่อสังคมออนไลน์

แผนแม่บทฯ ประเด็น (10) การปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม

ประกอบด้วย 3 เป้าหมายระดับแผนแม่บทย่อย ซึ่งมีสถานะการบรรลุเป้าหมาย ดังนี้

รหัส	เป้าหมายแผน	สถานะการบรรลุเป้าหมาย	
		ปี 2562	ปี 2563
100101	คนไทยเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ มีความพร้อมในทุกมิติตามมาตรฐานและสมดุลงานด้านสติปัญญา คุณธรรมจริยธรรม มีจิตวิญญาณที่ดี เข้าใจในการปฏิบัติตนปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมที่ดีขึ้น กำหนดค่าเป้าหมายที่ต้องบรรลุในปี พ.ศ. 2565 ประชากรอายุ 13 ปี ขึ้นไป มีกิจกรรมการปฏิบัติตนที่สะท้อนการมีคุณธรรมจริยธรรมเพิ่มขึ้น ร้อย ละ 5 ต่อปี ซึ่งหากพิจารณาจากสถานการณ์เชิงบวกในด้านความร่วมมือของคนในสังคม เช่น จิตอาสากับการจัดการภัยพิบัติ การระดมทุนรับบริจาคช่วยเหลือโรงพยาบาล และสถานการณ์เชิงลบของสภาพปัญหาสังคมที่ต้องเฝ้าระวัง อาทิ การทะเลาะวิวาท การสร้างความเกลียดชังในโลกออนไลน์ ตลอดจนปัญหาคอร์รัปชัน ซึ่งพิจารณาแล้วแสดงให้เห็นถึงสถานะการบรรลุเป้าหมายอยู่ในระดับต่ำกว่าค่าเป้าหมายต่ำกว่าค่าเป้าหมาย	2562	2563
100201	ภาคธุรกิจมีบทบาทสำคัญในการลงทุนเพื่อสังคมเพิ่มขึ้น กำหนดค่าเป้าหมายที่ต้องบรรลุในปี พ.ศ. 2565 จำนวนธุรกิจที่เป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม จำนวน 50 บริษัท โดยในปี 2563 ประเทศไทยมีธุรกิจที่เป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม จำนวน 137 บริษัท ซึ่งบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้แล้ว	2562	2563



สถานะ

การบรรลุเป้าหมาย

รหัส

เป้าหมายแผน

ปี 2562

ปี 2563

100301

สื่อในสังคมไทยมีความเข้มแข็ง สามารถสร้างภูมิคุ้มกันให้แก่ประชาชนในสังคม ทำให้เกิดสังคมแห่งการเรียนรู้ปลอดภัยและสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น กำหนดค่าเป้าหมาย ระดับความสำเร็จของการสร้างความรับรู้ ความตระหนัก และการใช้สื่ออย่างปลอดภัย และสร้างสรรค์ของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ร้อยละ 70

2562

2563

ซึ่งเทียบเคียงจากข้อมูลสถานภาพการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศของไทย ข้อมูลล่าสุด ณ ปี 2562 อยู่ที่ 68.1 คะแนน จัดอยู่ในระดับที่ดี อย่างไรก็ตามหากพิจารณาจากดัชนี ความปลอดภัยสำหรับเด็กบนโลกออนไลน์ ปี 2563 ประเทศไทยได้รับคะแนนเฉลี่ยที่ 11 คะแนน ซึ่งอยู่ในระดับที่ต่ำ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงสถานะการบรรลุเป้าหมายอยู่ในระดับต่ำกว่าค่าเป้าหมาย



การปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และการเสริมสร้างจิตสาธารณะและการเป็นพลเมืองที่ดี

เป้าหมายระดับแผนแม่บทย่อย

100101

คนไทยเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ มีความพร้อมในทุกมิติตามมาตรฐานและสมดุลทั้งด้านสติปัญญา คุณธรรมจริยธรรม มีจิตวิญญาณที่ดี เข้าใจในการปฏิบัติตนปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมที่ดีขึ้น

ค่าเป้าหมายที่ต้องบรรลุภายในปี 2565

ประชากรอายุ 13 ปี ขึ้นไป มีกิจกรรมการปฏิบัติตนที่สะท้อนการมีคุณธรรม จริยธรรมเพิ่มขึ้น ร้อยละ 5 ต่อปี

ในการปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมให้คนไทยมีคุณธรรม จริยธรรม อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างมีความสุข นั้นจำเป็นต้องสร้างความสมดุลทั้งด้านสติปัญญาและคุณธรรมจริยธรรมตั้งแต่วัยเด็ก เพื่อให้ง่ายต่อการหล่อหลอม ให้เป็นพลเมืองที่ดี มีจิตสาธารณะและต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน โดยใช้กลไกทางสังคม อาทิ ครอบครัว สถานศึกษา สถาบันทางศาสนา ชุมชน ทั้งนี้ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ให้คนไทยเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ มีความสมดุลทั้งด้านสติปัญญา คุณธรรมจริยธรรม จะต้องส่งเสริมให้ครอบครัวมีความอบอุ่น มีความเข้มแข็ง และมีศักยภาพ การจัดการเรียนการสอนทั้งในและนอกสถานศึกษาที่สอดแทรกการปลูกฝังคุณธรรมจริยธรรม และการมีจิตสาธารณะ รวมทั้งสร้างความเข้มแข็งของสถาบันทางศาสนา การสร้างกติกาในการอยู่ร่วมกันของชุมชน และการพัฒนาผู้นำชุมชนและบุคคลให้เป็นต้นแบบด้านคุณธรรม จริยธรรม ที่ต้องได้รับการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง และมีรูปแบบที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม โดยการดำเนินการที่ผ่านมายังมีความท้าทายในประเด็นสำคัญ คือการปลูกฝังค่านิยม คุณธรรม จริยธรรมนั้น ต้องอาศัยระยะเวลาในการบ่มเพาะตั้งแต่ช่วงวัยเด็ก รวมทั้งต้องอาศัยกลไกการมีส่วนร่วมและการบูรณาการการทำงานร่วมกันจากทุกภาคส่วนในสังคม นอกเหนือจากหน่วยงานภาครัฐเพียงอย่างเดียว อย่างไรก็ตาม การดำเนินงานที่ผ่านมาส่วนใหญ่ยังคงเป็นภาครัฐเป็นหลักในการดำเนินการ และการดำเนินการยังคงมีลักษณะการดำเนินงานที่แยกส่วนกันตามกลุ่มเป้าหมายที่ตนรับผิดชอบเป็นหลัก



สถานการณ์การบรรลุเป้าหมาย จากการประมวล “10 ปรากฏการณ์ คุณธรรม จริยธรรมในสังคมไทย” จัดทำโดย ศูนย์คุณธรรม (องค์การมหาชน) ซึ่งศึกษา รวบรวม สังเคราะห์ข้อมูลจากประเด็นสถานการณ์ด้านคุณธรรมจริยธรรม สำคัญที่เกิดขึ้นในช่วงเดือนมกราคม – พฤษภาคม 2562 จากแหล่งข่าวออนไลน์ต่าง ๆ พบว่า มีทั้งสถานการณ์ เชิงบวกในด้านการสร้างความร่วมมือ เช่น จิตอาสากับการจัดการภัยพิบัติ การระดมทุนรับบริจาคช่วยเหลือ โรงพยาบาล และสถานการณ์เชิงลบของสภาพปัญหาสังคมที่ต้องเฝ้าระวัง อาทิ การทะเลาะวิวาท การสร้างความ ชัดแย้งในสังคม การสร้างความเกลียดชังในโลกออนไลน์ ตลอดจนปัญหาการคอร์รัปชัน และล่าสุดในครั้งหลัง ของปี 2563 จากสถานการณ์ความขัดแย้งในเชิงอุดมการณ์ทางการเมืองที่เข้มข้น สะท้อนความคิดเห็นต่อพฤติกรรม ที่พึงประสงค์ที่แตกต่างกันของคนในสังคมไทย

10 ปรากฏการณ์ คุณธรรม จริยธรรมในสังคมไทย



มหัศจรรย์พายุ
ปามักขัดถูมลภาวะได้



จิตอาสาทุกฤดู
ฝุ่นพิษ PM 2.5



ขยะ
ล้นเมือง



วิวาทเดือด
ใบงานบวช งานบุญ



Hate Speech
เดรัจฉานสร้างความเกลียดชัง
ในสังคมไทย



พลังจิตอาสา
ร่วมใจทำความดี



ติดเกมจอไลน์-
บ่นวิวาท-ทะเลาะวิวาท
ปัญหาใหม่ เด็กวัยรุ่น



พระสงฆ์ วาพารสูง
จากอาหารที่ชาติโยม
ใส่บาตร



วินัยจราจร
สะท้อนวินัยชาติ



CPI สถานการณ์
ความโปร่งใสไทย
ตกอันดับ

ที่มา: ศูนย์คุณธรรม (องค์การมหาชน). (2562). 10 ปรากฏการณ์ คุณธรรม จริยธรรมในสังคมไทย



การดำเนินการที่ผ่านมา ในช่วงปี 2563 หน่วยงานของรัฐได้มีการดำเนินการเพื่อขับเคลื่อนเป้าหมายดังกล่าวในการมุ่งเน้นการส่งเสริมคุณธรรม โดยใช้กลไกสำคัญในส่วนของการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมผ่านสถานศึกษา ศาสนสถาน ชุมชน และความร่วมมือของเครือข่ายต่าง ๆ โดยมีโครงการสำคัญที่ทำผ่านสถานศึกษา อาทิ การขับเคลื่อนหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสู่สถานศึกษา โดยปลูกฝัง อบรมบ่มเพาะอุปนิสัยให้นักเรียนเป็นผู้ที่มีคุณลักษณะอันพึงประสงค์ “อยู่อย่างพอเพียง” โครงการโรงเรียนคุณธรรม โครงการสำคัญที่ทำผ่าน ศาสนสถาน อาทิ โครงการศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ การอุดหนุนการปฏิบัติธรรมครอบครัวอบอุ่น ด้วยพระธรรมเฉลิมพระเกียรติโครงการสำคัญที่ทำในระดับชุมชน อาทิ โครงการชุมชนคุณธรรมขับเคลื่อน ด้วยพลังบวร และโครงการสำคัญในลักษณะเครือข่ายความร่วมมือในการขับเคลื่อนร่วมกัน อาทิ โครงการสมัชชาคุณธรรม ที่มีการจัดเวทีสมัชชาคุณธรรมในระดับพื้นที่จังหวัดน่านรองใน 4 ภูมิภาค และสมัชชาคุณธรรมระดับชาติ ที่เป็นการสร้างการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการส่งเสริมคุณธรรมของสังคมไทย ไม่น้อยกว่า 250 องค์การ

ประเด็นท้าทายที่ส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมาย แม้หน่วยงานภาครัฐได้มีกิจกรรมดำเนินการที่เกี่ยวกับการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมผ่านโครงการต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง แต่อย่างไรก็ตาม การดำเนินการยังมีประเด็นท้าทาย เรื่องการบูรณาการการทำงานอย่างเป็นระบบเพื่อลดความซ้ำซ้อนของโครงการทั้งภายในและระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ รวมถึงการติดตามประเมินผลสัมฤทธิ์ และเนื่องจากการสร้างคุณธรรมจริยธรรมเป็นเรื่องที่ต้องใช้เวลา การดำเนินการมาอย่างต่อเนื่องระยะหนึ่งจึงควรให้ความสำคัญกับการประเมินผลลัพธ์ที่ได้อย่างเป็นรูปธรรม นอกจากนี้ ความหลากหลายและการเติบโตของสื่อออนไลน์ส่งผลให้การพัฒนาคุณธรรมจริยธรรมมีความท้าทายในเชิงพื้นที่และช่องทางการสื่อสารเพื่อปรับเปลี่ยนค่านิยมคุณธรรม และจริยธรรม อีกประเด็นที่เป็นความท้าทายต่อการสร้างค่านิยมคุณธรรมที่พึงประสงค์ คือ การทำความเข้าใจกับความหลากหลายทางความคิดเพื่อหาจุดร่วม และ สงวนจุดต่าง โดยเฉพาะความแตกต่างทางความคิดของคนต่างวัย และนำไปสู่การสร้างค่านิยมร่วมกัน เพื่อให้สังคมไทยที่มีความสุขตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

ข้อเสนอแนะเพื่อการบรรลุเป้าหมาย การปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรมในระยะต่อไปควรอยู่บนฐานของการทำงานบนหลักฐานเชิงประจักษ์ โดยต้องมีการศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยที่จะส่งผลต่อการมีคุณธรรมจริยธรรมที่จะนำไปปรับปรุงแนวทางการดำเนินงานได้อย่างเป็นรูปธรรมและเกิดประสิทธิผลสูงสุด ตลอดจนการปรับเปลี่ยนรูปแบบการปลูกฝังค่านิยมให้เหมาะสมกับบริบทและช่วงวัย โดยใช้ครอบครัวและประสานการดำเนินงานจากทุกภาคส่วน เพื่อเป็นกลไกสำคัญในการดำเนินการ โดยเฉพาะการเสริมความเข้มแข็งในระดับชุมชนให้สามารถขับเคลื่อนการส่งเสริมคุณธรรมอย่างมีประสิทธิภาพ อาทิ การสร้างพื้นที่และกิจกรรมการส่งเสริมวัฒนธรรมและค่านิยมในชุมชน โดยสอดแทรกการพัฒนาคุณธรรมจริยธรรมพื้นฐาน (ความซื่อสัตย์สุจริต การมีจิตสาธารณะ การเป็นอยู่อย่างพอเพียง การกระทำอย่างรับผิดชอบ ความเป็นธรรมทางสังคม) อย่างต่อเนื่อง รวมถึงศึกษากลไกใหม่ ๆ เพื่อสร้างแรงจูงใจ อาทิ ระบบเครดิตสังคม (Social credit)



ปี 2562

ปี 2563

แผนแม่บทย่อย

การสร้างค่านิยมและวัฒนธรรม ที่พึงประสงค์จากภาคธุรกิจ

เป้าหมายระดับแผนแม่บทย่อย

100201

ภาคธุรกิจมีบทบาทสำคัญในการลงทุนเพื่อสังคมเพิ่มขึ้น

ค่าเป้าหมายที่ต้องบรรลุภายในปี 2565

จำนวนธุรกิจที่เป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม จำนวน 50 บริษัท

ในการสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมที่พึงประสงค์จากภาคธุรกิจให้มีการบริหารจัดการอย่างมีธรรมาภิบาล ปลอดการทุจริตและประพฤติมิชอบ คำนึงถึงการเติบโตที่เป็นมิตรกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ ในการขับเคลื่อนให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว จำเป็นต้องอาศัยการสร้างมาตรฐานการมุ่งใจให้ภาคเอกชนมีส่วนร่วม ในการลงทุนพัฒนาด้านสังคมในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ วิสาหกิจชุมชน รวมทั้งการกำหนดมาตรการเพื่อให้ภาคธุรกิจ ร่วมรับผิดชอบในการสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมที่ดี โดยการดำเนินการที่ผ่านมายังมีความท้าทายในประเด็นสำคัญ คือภาคส่วนที่เกี่ยวข้องยังคงต้องมีการดำเนินการเพื่อสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมที่พึงประสงค์จากภาคธุรกิจ ให้มากยิ่งขึ้น เพื่อให้เกิดการบริหารจัดการอย่างมีธรรมาภิบาล ปลอดการทุจริตและประพฤติมิชอบที่เห็นผล อย่างเป็นรูปธรรม

สถานการณ์การบรรลุเป้าหมาย โดยสะท้อนจากจำนวนธุรกิจที่เป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมที่เพิ่มขึ้น โดยในปี 2563 มีจำนวนธุรกิจที่เป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมทั้งหมด 137 แห่ง เพิ่มขึ้นจากจาก 125 แห่ง ในปี 2562 ความสำเร็จในการ บรรลุเป้าหมายดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง เป็นผลจากการประกาศใช้พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562 ซึ่งกำหนดให้มีการจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม (สวส.) ขึ้นในกำกับของนายกรัฐมนตรี และการกำหนดกฎระเบียบ กลไก และแนวทาง รวมทั้งความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ในการพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่มีความชัดเจนและมีประสิทธิภาพมากขึ้น



การดำเนินการที่ผ่านมา ในปี 2563 สวส. ได้มุ่งเน้นการสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมในด้านต่าง ๆ เช่น การเข้าถึงแหล่งเงินทุนผ่านกองทุนส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำจากธนาคาร เช่น ธนาคารออมสิน และธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งชาติ หรือการระดมทุนจากตลาดทุน โดยการสนับสนุนของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) และเชื่อมโยงกับบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อมมาช่วยค้ำประกัน และการพัฒนาและยกระดับสินค้าและบริการ การเพิ่มช่องทางการตลาดทั้งออฟไลน์และออนไลน์ ซึ่งจะได้รับการสนับสนุนจากกระทรวงพาณิชย์ในการอบรมให้ความรู้และจัดหาช่องทางการตลาด และเข้าถึงแพลตฟอร์มต่าง ๆ เพื่อขายสินค้าออนไลน์ และจับคู่ทางธุรกิจ ขณะที่ในภาคเอกชนโดยการนำของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) ได้ส่งเสริมศักยภาพธุรกิจเพื่อสังคมผ่านโครงการ SET Social Impact Gym 2020 โดยเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบธุรกิจเพื่อสังคม 13 บริษัท ได้เข้าสู่กระบวนการเรียนรู้เส้นทางธุรกิจ ด้วยเป้าหมายเพื่อแก้ไขปัญหาสังคมทั้งในมิติการเกษตร กลุ่มผู้เปราะบาง ด้านการพัฒนาชุมชน ด้านการศึกษา และด้านสิ่งแวดล้อม โดยเชื่อมต่อผู้บริหารระดับสูงจากบริษัทจดทะเบียน ในตลาดหลักทรัพย์ เอ็มเอไอ และร่วมพัฒนาศักยภาพด้านการดำเนินธุรกิจ ให้สามารถเติบโตเป็นธุรกิจกระแสหลักในอนาคตที่สร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจและสังคมได้ทั้งด้านความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และองค์กรไม่แสวงหากำไร ในการปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจและการลงทุนเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน มีแนวโน้มเติบโตและเป็นกำลังหลักในการสร้างและขับเคลื่อนค่านิยมและวัฒนธรรมที่ดีในการประกอบธุรกิจ และพัฒนาและหล่อหลอมคนให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น อาทิ

1) เครือข่ายเพื่อความยั่งยืนประเทศไทย Thailand Responsible Business Network หรือ TRBN ที่จัดตั้งขึ้นในปี 2562 โดย 9 องค์กรหลัก ได้แก่ ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) สภาธุรกิจตลาดทุนไทยกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ (กบข.) สมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย สมาคมธุรกิจเพื่อสังคม Sustainable Brand ประเทศไทย และสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) โดยมีเป้าหมายหลักเพื่อกระตุ้นบริษัทจดทะเบียนไทยและบริษัทเอกชนทั่วไปทำธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม ร่วมขับเคลื่อนประเทศในทุกมิติทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม สร้างความร่วมมือจากทุกภาคส่วนเพื่อดำเนินการตามเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs)



2) สมาคมธุรกิจเพื่อสังคม จัดตั้งขึ้นในปี 2562 เพื่อสร้างความร่วมมือและเชื่อมโยงธุรกิจเพื่อสังคมกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน และร่วมกันพัฒนาโครงการและสร้างโอกาสทางธุรกิจและขยายผลลัพธ์ทางสังคมอย่างยั่งยืน โดยปัจจุบันมีสมาชิก ทั้งหมด 31 บริษัท/วิสาหกิจ อาทิ บริษัท แดรี่โฮม วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด มูลนิธิสถาบันเพื่อการวิจัยและนวัตกรรมด้านเอชไอวี มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร และสหกรณ์กรีนเนท จำกัด

3) สมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย หรือ Global Compact Network Thailand (GCNT) จัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นเครือข่ายในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่สมดุล ยั่งยืน โดยสมาชิกผู้ก่อตั้งในไทย บริษัท ปัจจุบันมีสมาชิกกว่า 50 บริษัท อาทิ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด มหาชน บริษัท ไอ อาร์ พี ซี จำกัด มหาชน บริษัท ปตท. จำกัด มหาชน และบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) โดยเมื่อวันที่ 31 สิงหาคม 2562 GCNT ได้ประกาศที่จะลงทุนเพื่อการขับเคลื่อนและบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน เป็นวงเงินทั้งสิ้น 1,283,880,796 บาท ผ่าน 1,088 โครงการ ในมิติด้านการยกระดับมาตรฐานและการบริหารจัดการธุรกิจที่คำนึงถึงความยั่งยืน ทางด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล ได้มีการให้ความสำคัญกับการดำเนินงานและเปิดเผยผลการดำเนินงานตามหลัก โดย *ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment)* เช่น ลดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมแล้ว ยังรวมถึงการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน ลดความเสี่ยงการผิดมาตรการควบคุม *ด้านสังคม (Social)* เช่น การส่งเสริมกิจกรรมอาสาหรือบริจาคให้สังคม และให้ความสำคัญกับสภาพการทำงานของลูกจ้าง มุ่งเน้นคุณภาพของสินค้าเพื่อผู้บริโภค และ*ด้านธรรมาภิบาล (Governance)* เช่น การมีระบบทางบัญชีที่โปร่งใส เปิดโอกาสและปกป้องสิทธิของผู้ถือหุ้น และไม่ส่งเสริมการกระทำที่ผิดกฎหมาย โดยสถาบันไทยพัฒน์ได้จัดตั้งหน่วยงานเพื่อประเมินผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์และองค์กรธุรกิจทั่วไปทาง หรือ ESG Rating ขึ้น เพื่อสนับสนุนการพัฒนาระดับการเปิดเผยข้อมูล และเผยแพร่ข้อมูล ESG ให้แก่ผู้ลงทุนทั้งในและต่างประเทศ เพิ่มโอกาสการลงทุนจากกลุ่มผู้ลงทุนที่ใช้เกณฑ์ ESG ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวจะเป็นการปรับเปลี่ยนกระบวนการตัดสินใจในการลงทุน เพื่อพัฒนาสังคม และพัฒนาคนให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์อย่างมีนัยสำคัญ





ประเด็นท้าทายที่ส่งต่อการบรรลุเป้าหมาย แม้ว่าการดำเนินการที่ผ่านมาทำให้การเพิ่มขึ้นของจำนวนธุรกิจเพื่อสังคมเป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นผลจากพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม ที่มีการจูงใจให้เกิดการจดทะเบียนบริษัท และทำให้สามารถบรรลุค่าเป้าหมายที่กำหนดไว้แล้ว และเกิดความตื่นตัวและความร่วมมือระหว่าง รัฐ เอกชน และองค์กรไม่แสวงหากำไร ตลอดจนการยกระดับมาตรฐานในการประกอบธุรกิจมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องยังคงต้องเร่งสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมที่พึงประสงค์ในการดำเนินธุรกิจเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน และการปรับปรุงวิธีการดำเนินงานในทุกขั้นตอน ตลอดห่วงโซ่อุปทานมากขึ้น



ข้อเสนอแนะเพื่อการบรรลุเป้าหมาย ในระยะต่อไปควรเร่งส่งเสริมให้เกิดวิสาหกิจเพื่อสังคมให้เพิ่มขึ้น และเพิ่มขีดความสามารถในการประกอบธุรกิจอย่างต่อเนื่อง สำหรับธุรกิจขนาดใหญ่ ควรมุ่งเน้นการพัฒนา มาตรการเชิงสถาบัน อาทิ การลดหย่อนภาษี การกำหนดกฎระเบียบเอื้อส่งเสริมให้มีการลงทุนเพื่อสังคม และการ สร้างความตระหนักถึงคุณค่าจากการดำเนินงานตามหลัก ESG ทั้งในมิติทางเศรษฐกิจและสังคม ขณะเดียวกันต้อง เร่งสร้างความตระหนักถึงความสำคัญและคุณค่า (value) ของการลงทุนในกลุ่มนักลงทุนรายย่อย ในธุรกิจที่ ดำเนินงานตามหลัก ESG และ การบริโภคสินค้าและบริการของวิสาหกิจเพื่อสังคมในกลุ่มประชาชนทั่วไป เพื่อสร้าง แรงเสริมขับเคลื่อนการลงทุนเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง (momentum) จนสามารถปรับเปลี่ยนจากการดำเนินงาน เพื่อสังคมตามมาตรฐานและกฎระเบียบกำหนด เป็นวิถีและแบบแผนในการประกอบธุรกิจ และการลงทุนทางสังคม อย่างยั่งยืน





การใช้สื่อและสื่อสารมวลชนในการปลูกฝัง ค่านิยมและวัฒนธรรมของคนในสังคม

เป้าหมายระดับแผนแม่บทย่อย

100301

สื่อในสังคมไทยมีความเข้มแข็ง สามารถสร้างภูมิคุ้มกันให้แก่ประชาชนในสังคมทำให้เกิดสังคม
แห่งการเรียนรู้ปลอดภัย และสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น

ค่าเป้าหมายที่ต้องบรรลุภายในปี 2565

ระดับความสำเร็จของการสร้างความรับรู้ ความตระหนัก และการใช้สื่อ อย่างปลอดภัย
และสร้างสรรค์ของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ร้อยละ 70

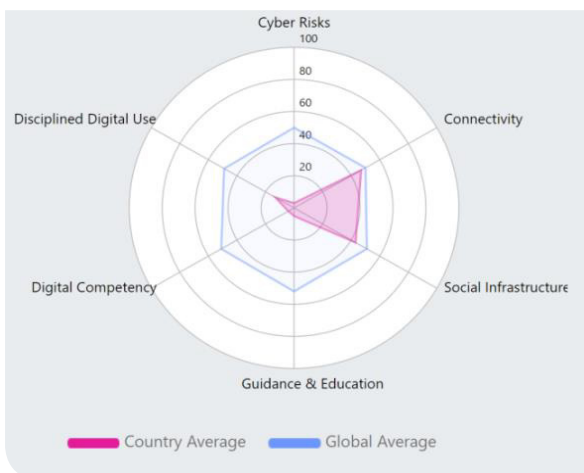
สื่อและสื่อสารมวลชนนับเป็นปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการปรับเปลี่ยนรูปแบบพฤติกรรม วิธีคิด รวมทั้งค่านิยมและ
วัฒนธรรมของคนในสังคม โดยเฉพาะสื่อดิจิทัลสมัยใหม่ที่ปัจจุบันมีความหลากหลายและเข้าถึงได้ง่ายมากขึ้น ดังนั้น
ในการปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรมเพื่อให้คนไทยเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ จึงต้องให้ความสำคัญกับการส่งเสริม
ประชาชนให้มีความรู้เท่าทันสื่อและใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์ รวมทั้งส่งเสริมให้สื่อสารมวลชนปฏิบัติงานบนเสรีภาพควบคู่
กับความรับผิดชอบต่อสังคม ตลอดจนพัฒนาช่องทางเพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่สร้างสรรค์ถูกต้อง
เชื่อถือได้ และเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละช่วงวัย โดยการดำเนินการที่ผ่านมาซึ่งมีความท้าทายในประเด็นสำคัญ
คือการเพิ่มขึ้นของการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้ยากต่อการเฝ้าระวังการบริโภคสื่อที่ไม่เหมาะสม ไม่สร้างสรรค์
โดยเฉพาะในกลุ่มเด็กและเยาวชน

สถานการณ์การบรรลุเป้าหมาย ซึ่งสะท้อนโดยระดับความสำเร็จของการสร้างการรับรู้ ความตระหนัก และการใช้สื่อ
อย่างปลอดภัยและสร้างสรรค์ของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย หากเทียบเคียงตัวชี้วัดดังกล่าวด้วยคะแนนเฉลี่ย
สถานภาพการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศของประเทศไทย ข้อมูลล่าสุด ณ ปี 2562 อยู่ที่ 68.1 คะแนน จัดอยู่ใน
ระดับที่ดีจึงมีความเป็นไปได้ในการบรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดในปี 2565 อย่างไรก็ดีตาม หากพิจารณาจากดัชนี
ความปลอดภัยสำหรับเด็กบนโลกออนไลน์ ปี 2563 (Child online safety index 2020) ประเทศไทยได้รับคะแนน
เฉลี่ยที่ 11 คะแนน ซึ่งต่ำกว่าคะแนนเฉลี่ยในระดับนานาชาติ และจัดเป็นอันดับท้ายสุด คือ ลำดับที่ 30 จากทั้งหมด
30 ประเทศ โดยเฉพาะด้านความเสี่ยงไซเบอร์ (Cyber Risks) และด้านสมรรถนะดิจิทัล (Digital Competency)



ที่ได้คะแนนในระดับต่ำที่สุด จึงสะท้อนให้เห็นว่าเด็กไทยยังต้องเผชิญกับเนื้อหาสื่อที่ไม่เหมาะสม (Risky Content) และอันตรายจากสื่อออนไลน์อยู่ในระดับที่สูงมาก

สถานภาพ	ภาพรวมคะแนน		อัตราส่วนประชาชนตามระดับการประเมิน			
	คะแนน	ระดับ	ดีมาก	ดี	พื้นฐาน	ปรับปรุง
การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ	68.1	ดี	9.1%	54.2%	34.8%	1.8%
การเข้าถึง	72.7	ดี	29.7%	45.1%	21.6%	3.6%
การประเมิน	66.1	ดี	5.8%	50.7%	37.3%	6.1%
การสร้าง	65.7	ดี	7.9%	45.2%	41.0%	5.9%



Summary	THAILAND		GLOBAL
	Rank	Score	Average Score
Overall DQ	30	11	42
Cyber Risks	30	3	50
Disciplined Digital Use	28	13	49
Digital Competency	30	4	51
Guidance & Education	28	5	52
Social Infrastructure	17	43	51
Connectivity	16	47	50

การดำเนินการที่ผ่านมา ในช่วงปีงบประมาณ 2563 ได้มีการดำเนินการที่สำคัญในหลายด้านที่ช่วยส่งเสริมให้สื่อในสังคมไทยมีความเข้มแข็งสามารถสร้างภูมิคุ้มกันให้แก่ประชาชนในสังคม อาทิ การผลิตสื่อและส่งเสริมการผลิตสื่อที่มีเนื้อหาปลอดภัยและสร้างสรรค์ การสร้างเครือข่ายของภาคีผู้ผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ การสร้างช่องทางในการเข้าถึงสื่อสร้างสรรค์ที่หลากหลายทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ ตลอดจนการดูแล กลั่นกรอง ตรวจสอบ และกำจัดข่าวปลอมที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อประชาชนในวงกว้างและสร้างการรับรู้ความเข้าใจในข่าวที่ถูกต้อง ซึ่งเป็นการดำเนินงานจากหลายภาคส่วนทั้งในภาคเอกชนที่ได้ดำเนินโครงการเกี่ยวกับการสร้างความตระหนักรู้ควบคู่ไปกับทักษะการใช้ดิจิทัลอย่างรู้เท่าทัน ส่วนในภาครัฐได้มีการดำเนินงานจากหลายหน่วยงาน อาทิ **กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์** ได้จัดทำโครงการพัฒนาการผลิตและเผยแพร่สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางเพื่อสื่อสารกับสังคมให้เกิดการรับรู้และมีส่วนร่วมของประชาชนและภาคี



โครงการส่งเสริมและพัฒนาให้เกิดกลไกและกระบวนการคัดกรองเฟ้าระวังและการรู้เท่าทันสื่อ **กรมประชาสัมพันธ์** ได้มีการดำเนินงาน อาทิ การจัดทำมาตรฐานดูแลสื่อออนไลน์ โครงการรณรงค์ใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์และรู้เท่าทันสื่อ **กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม** ได้มีการจัดตั้งศูนย์ประสานงานและแก้ไขปัญหา ข่าวปลอม (Anti-Fake-News) เพื่อรวบรวม จัดเก็บ และวิเคราะห์ เนื้อหาข้อมูลและข่าวสารต่างๆ ที่เกิดขึ้นในอินเทอร์เน็ตและเครือข่ายสังคมที่อาจส่งผลกระทบต่อพฤติกรรม วิธีคิด รวมทั้ง ค่านิยมและวัฒนธรรมของคนในสังคม เป็นต้น

ประเด็นท้าทายที่ส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมาย แม้ว่าการดำเนินงานโดยหน่วยงานภาครัฐ มีแนวโน้มที่จะสามารถขับเคลื่อนให้บรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ได้ในส่วนของการเฟ้าระวังและคัดกรองสื่อกระแสหลัก แต่ด้วยปัจจุบันที่เทคโนโลยีสารสนเทศมีความก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว นำมาซึ่งปรากฏการณ์ Digital Disruption ที่ทำให้ช่องทางการเข้าถึงสื่อของคนในสังคมไทยมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก สื่อกระแสหลักได้รับความนิยมน้อยลง จึงทำให้หน่วยงานภาครัฐยากต่อการเฟ้าระวังและคัดกรองสื่อที่มีเนื้อหาไม่เหมาะสม โดยเฉพาะในกลุ่มเด็กที่มีข้อมูลบ่งชี้ว่าเด็กไทยมีโอกาสูงที่จะเผชิญกับอันตรายต่างๆ บนสื่อสังคมออนไลน์ อาทิ ความเสี่ยงจากการเข้าถึงเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม ความเสี่ยงจากการพบคนแปลกหน้า การถูกคุกคามในโลกไซเบอร์ การซื้อขาย ล่อลวงทำให้เสียทรัพย์สินหรือเกิดความเสื่อมเสียชื่อเสียงได้ โดยเฉพาะในกลุ่มเด็กและเยาวชน รวมถึงการเลียนแบบพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม จึงนับว่าเป็นประเด็นที่มีความท้าทายต่อการบรรลุเป้าหมายที่กำหนดให้ “สื่อในสังคมไทยมีความเข้มแข็ง สามารถสร้างภูมิคุ้มกันให้แก่ประชาชนในสังคม ทาให้เกิดสังคมแห่งการเรียนรู้ปลอดภัย และสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น”





ข้อเสนอแนะเพื่อการบรรลุเป้าหมาย นอกจากการดำเนินการในลักษณะเดิม หน่วยงานภาครัฐควรดำเนินการเชิงรุกเพื่อสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ อาทิ การสร้างเสริมภูมิคุ้มกันให้กับประชาชน โดยการเสริมสร้างความฉลาดทางดิจิทัล (Digital Intelligence Quotient : DQ) โดยเริ่มตั้งแต่วัยเด็ก เพราะทักษะเหล่านี้จะเป็นรากฐานสำคัญในการปลูกฝังความคิดและทัศนคติที่ดีต่อไป อาทิ การพัฒนาหลักสูตรการเข้าใจดิจิทัล (digital Literacy) ที่สามารถเข้าถึงเด็กได้อย่างแบบยล ทั้งในสถานศึกษาและนอกสถานศึกษา การผลิตสื่อสร้างสรรค์เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคแต่ละช่วงวัยอย่างมีประสิทธิภาพ โดยควรคำนึงถึงความแตกต่างเรื่องพฤติกรรมและรูปแบบการสื่อสารให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสื่อสารสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การส่งเสริมความร่วมมือในการผลิตสื่อสร้างสรรค์ของภาคีเครือข่ายด้านการสื่อสารมวลชนและสื่อสังคมออนไลน์ อาทิ การกำหนดมาตรการลดแรงจูงใจในการผลิตสื่อไม่สร้างสรรค์และสร้างแรงจูงใจในการผลิตสื่อสร้างสรรค์ควบคู่กันไป โดยการเก็บค่าเบี้ยปรับจากผู้ผลิตสื่อไม่สร้างสรรค์ และนำเบี้ยปรับดังกล่าวไปสนับสนุนผู้ผลิตสื่อสร้างสรรค์ การบังคับใช้กฎหมายลิขสิทธิ์เพื่อปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาให้แก่ผู้ผลิตรายการทีวีที่เป็นสื่อสร้างสรรค์ซึ่งการดำเนินการเชิงรุกดังกล่าวจะเป็นปัจจัยหนุนเสริมให้การดำเนินงานสามารถบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้