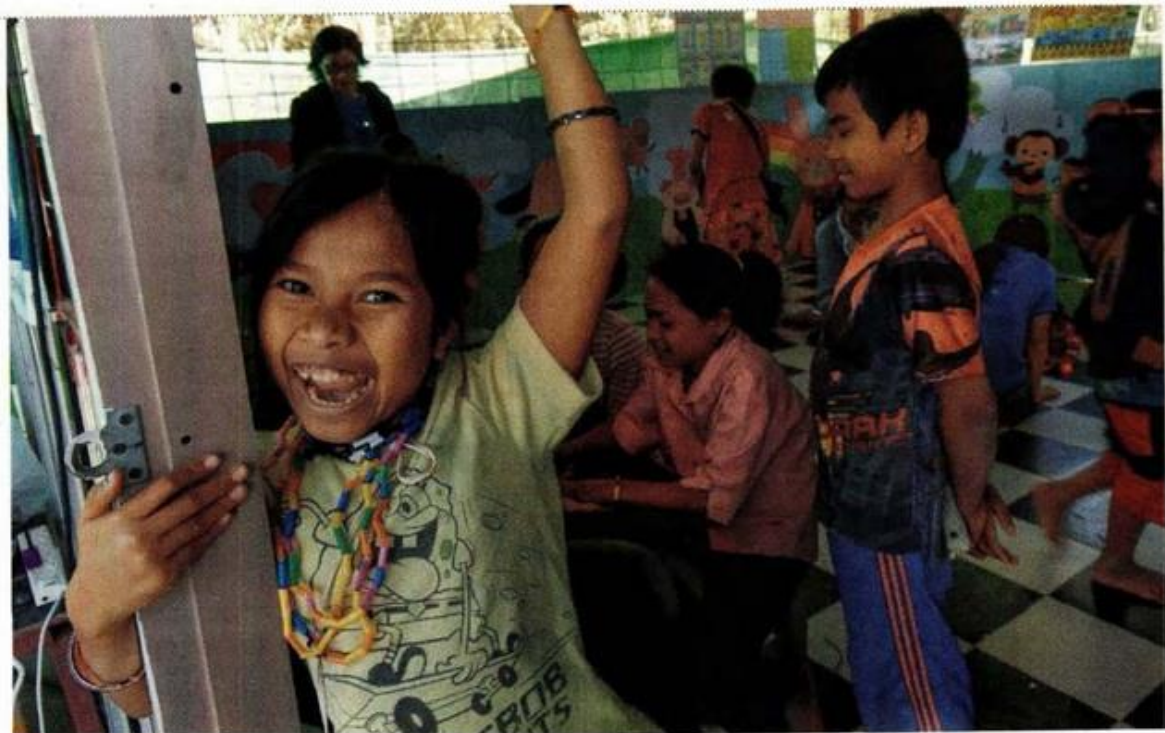


# ‘เด็ก’ รุกเบิก

เป็นเรื่องของทุก



ที่มา : ภาพจาก เชนาวิไลนากุล  
ภาพ : UNICEF (Thailand)

ความเคลื่อนไหวที่น่าจับตา และเป็นแนวโน้มใหม่  
เมื่อ ‘หลักปฏิบัติทางธุรกิจ’ กับ ‘หลักการสิทธิเด็ก’  
ดำเนินไปด้วยกันได้อย่างสร้างสรรค์และยั่งยืน

**ห**ากเราพูดประโยคที่ว่า “เด็กเป็น เรื่องของทุกธุรกิจ” ในเมืองไทย เมื่อสักสิบปีที่แล้ว อาจมีหลายคน หัวเราะ เพราะนอกจากธุรกิจหรือสินค้าที่มี กลุ่มเป้าหมายเป็นเด็กโดยตรงอย่างผ้าอ้อม นม ของเล่น หรือขนมแล้ว ธุรกิจประเภทอื่นๆ ก็ดูจะไม่ค่อยเห็นความเกี่ยวข้องกันสักเท่าไร แต่เมื่อความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่อง สิทธิด้านต่างๆ ของเด็กได้รับการเผยแพร่ อย่างจริงจังมากขึ้นในระยะหลัง ด้วยการ สนับสนุนจากหน่วยงานรัฐและองค์กรที่เกี่ยวข้อง ก็ทำให้ธุรกิจภาคเอกชนต่างๆ หันมามอง และตระหนักถึงความสำคัญ และผลกระทบ ที่เชื่อมโยงระหว่างธุรกิจของตนเองกับเด็กๆ มากขึ้น

## เพราะเด็กวันนี้คือผู้ใหญ่วันหน้า

หลายบริษัทที่ไม่ได้ทำธุรกิจเกี่ยวกับเด็ก โดยเฉพาะ ไม่ว่าจะเป็นบริษัทหอสังหาริมทรัพย์ บริษัทด้านโทรคมนาคม หรือแม้แต่บริษัทผลิต ชิ้นส่วนรถยนต์ แต่ก็เริ่มหันมาทำโครงการ หรือ จับมือกับองค์กรต่างๆ เพื่อทำ CSR เกี่ยวกับ เรื่องเด็ก เพราะสิ่งเห็นถึงประโยชน์ที่จะตามมา ในอนาคตมากกว่าแค่ผลกำไรขาดทุนในปัจจุบัน หลายบริษัทมองในแง่ของการตอบแทนประโยชน์ คืนสู่สังคม เป็นส่วนหนึ่งของแผนงาน CSR และอีกหลายแห่งมองการณ์ไกลในแง่ธุรกิจว่า นี่เป็นช่องทางที่จะสร้าง Brand Loyalty การ สร้างฐานกลุ่มลูกค้าในอนาคต ในขณะที่เดียวกัน ก็เป็นการสร้างสรรค์สังคมในระยะยาว เรียกว่า win-win กันทั้งสองฝ่าย

เมื่อช่วงกลางเดือนธันวาคมที่ผ่านมา ภาคธุรกิจกว่า 30 องค์กรก็ได้มาร่วมกันประกาศ เจตนารมณ์สนับสนุนการดำเนินธุรกิจที่เป็น มิตรกับเด็ก ภายใต้หลักการสิทธิเด็กและหลัก ปฏิบัติทางธุรกิจ หรือ Children's Rights and Business Principles หรือ CRBP ในงาน “ความยั่งยืนในมิติเด็ก : ธุรกิจเพื่อ วันหน้า (Children Sustainability Forum: Business for the Future)” ซึ่ง จัดโดยสถาบันไทยพัฒน์ และองค์การยูนิเซฟ ณ อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย คลองเตย งานนี้ถือเป็นเรื่องสำคัญอีกก้าวหนึ่ง ของเมืองไทยในการสนับสนุนเรื่องสิทธิและ การพัฒนาเด็กไทยในอนาคตอย่างยั่งยืนโดย ภาคธุรกิจ

แม้สิทธิเด็กจะได้รับการยอมรับมาช้านาน แล้วก็ตาม แต่ยังมีเด็กอีกมากมายทั่วโลก ที่ ไม่ได้รับการปฏิบัติอย่างเหมาะสม และถูก ทอดทิ้ง ทาง องค์การยูนิเซฟ ข้อตกลงโลกแห่ง

สหประชาชาติ (UN Global Compact) และ องค์กรช่วยเหลือเด็ก (Save the Children) จึงได้ร่วมกันพัฒนา CRBP ซึ่งมีหลักการใหญ่ 10 ข้อ เพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กรธุรกิจร่วมกัน ปฏิบัติตาม โดยเน้นแนวทางการส่งเสริมการ ดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับเด็ก และวิธีการที่ องค์กรธุรกิจจะสามารถนำสิทธิเด็กไปกำหนด ไว้ในนโยบายและจรรยาบรรณทางธุรกิจได้

หลักการสิทธิเด็กและหลักปฏิบัติทาง ธุรกิจ หรือ CRBP เป็นหลักการที่พัฒนา ขึ้นโดยองค์การยูนิเซฟข้อตกลงโลกแห่ง สหประชาชาติ (UN Global Compact) และ องค์กรช่วยเหลือเด็ก (Save the Children) ซึ่งเสนอให้ภาคธุรกิจเคารพและสนับสนุน สิทธิเด็กในแง่มุมต่างๆ อย่างยั่งยืน โดยเน้น การผนวกเรื่องสิทธิเด็กเข้าไปในนโยบายการ ดำเนินงานบริษัทภิบาลและ กลยุทธ์ขององค์กร ที่ขับเคลื่อนด้วยกระบวนการหลักทางธุรกิจ (Core Business) แทนการจัดกิจกรรมเพื่อ สังคมรายครั้ง หรือโครงการพัฒนาที่แยกต่าง หากจากการดำเนินธุรกิจปกติ

**ดร.พิพัฒน์ ยอดพฤติการ** ผู้อำนวยการ สถาบันไทยพัฒน์ กล่าวว่า นี่เป็นความร่วมมือครั้งแรกในภูมิภาค หลังจากที่ได้ CRBP ได้ ถูกประกาศใช้ในปี พ.ศ.2555 จุดหมายของ โครงการ มุ่งเน้นการยกระดับกิจกรรม CSR ของบริษัท จากเดิมที่มักเป็นกิจกรรมเพื่อสังคม รายครั้ง มาเป็นการผนวกเรื่องสิทธิเด็กเข้าไป ในนโยบายการดำเนินงานบริษัทภิบาลและ กลยุทธ์ขององค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยกระบวนการ หลักทางธุรกิจ (Core Business) เพื่อนำ ไปสู่การพัฒนาความยั่งยืนทั้งกับตัวเด็กและ กิจการไปพร้อมกัน ซึ่งเป็นบทบาทที่สถาบัน ไทยพัฒน์ได้ให้ความสำคัญและทำงานร่วม กับภาคเอกชนมาอย่างต่อเนื่อง

**อานันท์ ปันยารชุน** ทูตสันถวไมตรีองค์การ ยูนิเซฟ ประเทศไทย แสดงความคิดเห็นว่า เด็กเป็นรากฐานของอนาคต ดังนั้น การดูแล สุขภาพ ให้การศึกษา และดูแลความปลอดภัย ของพวกเขาให้เติบโตเป็นพลเมืองที่ดีมีคุณภาพ จึงเป็นเรื่องสำคัญ การลงทุนของบริษัทกับเด็กๆ อย่างยั่งยืน คือ การทำธุรกิจโดยไม่ทำลายโอกาส ของพวกเขา หากเมื่อใดที่พนักงานหญิงถูก กีดกันเพราะการตั้งครรภ์ หรือไม่มีนมแม่ ให้เก็บนํ้านมสำหรับเลี้ยงลูก หรือมีเด็กถูกส่ง ไปใช้แรงงานแทนการไปโรงเรียน หรือปัญหา เรื่องใกล้ตัวเช่น ผลิตรถยนต์ที่ไม่ปลอดภัย สำหรับเด็ก หรือเด็กรับประทานอาหารที่ไม่มี คุณค่าเพราะการโฆษณาชวนเชื่อเกินจริง เมื่อ

ทั้งยังสามารถขยายผลถึงชุมชนใกล้เคียงได้ เช่น บริษัท แอสสิริ จำกัด (มหาชน) ที่ดำเนินโครงการ “The Good Space” ซึ่งจัดสรรสถานที่และทำเป็นพื้นที่สำหรับเด็กๆ ที่เป็นลูกหลานของคอนกรีตก่อสร้าง เพื่อพวกเขาจะได้มีที่เล่นและเรียนรู้อย่างปลอดภัยระหว่างที่พ่อแม่ไปทำงาน

**อภิชาติ จูตระกูล** ประธานอำนวยการ บริษัท แอสสิริ จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า กิจกรรมเพื่อสังคมของแอสสิริ เป็นการดำเนินงานภายใต้แนวคิด Social Change ซึ่งคือความรับผิดชอบต่อสังคมที่มุ่งเน้นการช่วยเหลือส่งเสริม พัฒนาเด็กและเยาวชนอย่างยั่งยืน โดยแอสสิริได้จับมือกับองค์กรยูนิเซฟ ประเทศไทย รวมถึงพันธมิตรทางธุรกิจก่อสร้าง และเอ็นจีโอ เพื่อช่วยสร้างโอกาสที่ดีให้กับเด็กทุกคน

แอสสิริเห็นว่ายังมีเด็กในประเทศไทยอีกมากมาย ที่ไม่ได้มีโอกาสเติบโตในสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัย โดยเฉพาะเด็กที่อยู่ในไซต์ก่อสร้าง จึงได้มีแนวคิดจัดทำ “พื้นที่สำหรับเด็ก เพลิน ปลอดภัย เรียน เล่น (Child-Friendly Space)” ภายใต้โครงการพื้นที่ปลอดภัยสำหรับเด็กในสถานที่ก่อสร้าง หรือ The Good Space ร่วมกับยูนิเซฟ ซึ่งเริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ปี 2555 และเมื่อต้นปี 2558 ก็ได้เริ่มเปิดโครงการอย่างเต็มรูปแบบที่โครงการ ดิคอนโด ชายน์ เชียงใหม่ โดยได้รับความร่วมมือจากบริษัทผู้รับเหมาก่อสร้างในพื้นที่และ Kids Home องค์กรที่ทำงานเกี่ยวกับเด็กในไซต์ก่อสร้างมาช่วยในการบริหารจัดการ ซึ่งตั้งใจจะเอาต้นแบบจากไซต์ที่เชียงใหม่ นำไปต่อยอดโครงการไปยังพื้นที่อื่นๆ ภายใต้โครงการของแอสสิริ

ครอบครัวในไซต์งานก่อสร้างส่วนใหญ่จะมาจากกัมพูชา เมียนมาร์ และลาว ซึ่งจำนวนไม่น้อยที่มีลูกเล็กๆ มาด้วย ปัญหาสำคัญของเด็กกลุ่มนี้ นอกจากจะต้องใช้ชีวิตอยู่ในพื้นที่ที่เสี่ยงต่ออันตรายแล้ว ยังไม่สามารถเข้าถึงสิทธิการศึกษาขั้นพื้นฐานได้ อภิชาติกล่าวว่า “เราจึงจัดพื้นที่ว่างใกล้โครงการก่อสร้าง ให้

เป็นแหล่งมอบความรู้และเสริมทักษะให้แก่เด็กที่ขาดโอกาส ให้เด็กในไซต์ก่อสร้างไม่ว่าจะสัญชาติใด มีสิทธิได้ใช้ ได้ทำกิจกรรมที่จัดให้เขาสามารถเล่นและเรียนได้ภายใต้สภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยระหว่างที่พ่อแม่ไม่อยู่ และเป็นอีกวิธีหนึ่งที่จะคุ้มครองเด็กจากการใช้แรงงานเด็กอีกด้วย”

ไม่เพียงเท่านั้น แอสสิริยังแสดงเจตนาสนับสนุนการบริการใช้แรงงานเด็กทุกรูปแบบอย่างต่อเนื่อง ในปี 2556 ทางบริษัทได้ประกาศนโยบายไม่ใช้แรงงานเด็กในสถานที่ก่อสร้าง และหากพบว่ามีความเสี่ยงในเบื้องต้นกล่าว ก็มีสิทธิบอกเลิกสัญญาว่าจ้างที่ผ่านหน้าพันธมิตรในการก่อสร้างทุกรายร่วมลงนามในบันทึกแนบท้ายสัญญาการก่อสร้าง ซึ่งครอบคลุมไปยังทุกจังหวัดที่แอสสิริขยายโครงการออกไปด้วย

## สร้างภูมิคุ้มกัน

### รู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ต

บริษัทด้านการสื่อสารอย่างดีแทค ได้ร่วมเป็นภาคีกับยูนิเซฟและจัดทำโครงการเกี่ยวกับเด็กในรูปแบบที่สอดคล้องกับการดำเนินกิจการและความชำนาญขององค์กร โดยในช่วงเริ่มต้น เป็นการจับบริการที่ง่ายๆ ไม่ซับซ้อน อย่างการส่ง SMS เพื่อให้ความรู้

เกี่ยวกับการเสี่ยงดูบุตร ให้กับคุณพ่อคุณแม่สามารถลงทะเบียนรับข่าวสารได้ฟรี และตั้งแต่ปี 2558 เป็นต้นมา ทางดีแทคได้ขยายโครงการให้เข้าถึงกลุ่มเด็กโดยตรงชื่อว่า “Safe Internet” หวังสร้างภูมิคุ้มกัน และรู้เท่าทันอินเทอร์เน็ต ให้เด็กกลุ่มเสี่ยง อายุระหว่าง 13-15 ปี

**อรอุมา ฤกษ์พัฒนาพิพัฒน์** ผู้อำนวยการอาวุโส สายงานสื่อสารองค์กรและการพัฒนาที่ยั่งยืน บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด กล่าวไว้ว่า “ที่ที่มีความมุ่งมั่นที่จะมอบประสบการณ์ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์ ตลอดจนให้ความสำคัญเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะกับเด็กและเยาวชน

อรอุมา บอกว่า จากการศึกษากลุ่มประเทศแถบตะวันตก พบว่า ประเทศที่มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตสูง จะตื่นตัว และตระหนักเรื่องการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่ปลอดภัยควบคู่กันไปด้วย ซึ่งปัจจุบันประเด็นนี้ มีกว่า 100 ประเทศทั่วโลกให้ความสนใจ จนเกิดเป็นภาคีความร่วมมือกันขึ้น

หนึ่งในประเด็นสังคมที่เราสนใจก็คือเรื่อง Cyber Bully หรือการข่มขู่ทางอินเทอร์เน็ต จากการศึกษาเรื่อง “Cyber Bullying Statistics” ในเว็บไซต์ [www.bullyingstatistics.org](http://www.bullyingstatistics.org) พบว่า ในหลายประเทศ มีปัญหาการข่มขู่ ล้อเลียน และต่อสื่อนบนโลกออนไลน์เกิดขึ้น โดยพบมากที่สุดของเด็กอายุประมาณ 13-15 ปี ซึ่ง 3 ใน 4 ของเด็กมักจะล้อเลียน ข่มขู่ หรือต่อสื่อนเพื่อนด้วยการโพสต์คำเรียกชื่อ ชื่อความ และรูปภาพที่ไม่เหมาะสม

และ 2 ใน 3 ของเด็กเหล่านั้น เห็นว่าการโพสต์ข้อความที่ไม่เหมาะสมหรือการสวมรอยเป็นบุคคลอื่นเป็นเรื่องปกติ รวมถึงไม่ตระหนักและไม่รู้สึกผิดในการกระทำของตน และผลที่จะเกิดขึ้นตามมา นอกจากนั้น ยังพบว่าเด็กๆ กล้าที่จะพูดคุยและนัดพบกับคนแปลกหน้ามากขึ้น และ 1 ใน 4 เคยนัดพบกับที่รู้จักกันผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีความเสี่ยงต่อการถูกล่อลวงสูง

ในประเทศไทยเอง มีสถิติการใช้งานอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะกลุ่มอายุ 15-24 ปี ใช้อินเทอร์เน็ตสูงสุด ถึง 69.7 เปอร์เซ็นต์ และกลุ่มอายุ 6-14 ปี ราว 58.2 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งทั้งสองกลุ่มหลักคือเยาวชนและเด็ก เมื่อมีการเข้าถึงและใช้งานอินเทอร์เน็ตสูง หากไม่มีความรู้ ความเข้าใจและคุณลักษณะนิสัยที่ดีเป็นภูมิคุ้มกันเพื่อรับมือกับสิ่งที่จะเกิดขึ้น ก็มีความเสี่ยงต่อภัยที่มาจากใช้อินเทอร์เน็ตได้สูงเช่นกัน

“เราจึงได้คิดแคมเปญ dtac Digikidz ภายใต้โครงการ Safe Internet อินเทอร์เน็ตปลอดภัย โดยการเข้าไปให้ความรู้ และจัด



โตที่เด็กได้รับอันตรายจากสิ่งแวดล้อมเหล่านี้ นั้นไม่ใช่แค่โอกาสของเด็กที่ถูกทำลาย แต่ยังมี หมายถึงอนาคตของประเทศด้วย

เขากล่าวว่า ทุกองค์กรสามารถมีส่วนร่วมในการดูแลเด็ก ผ่านทางความรับผิดชอบต่อสังคม ในกระบวนการธุรกิจของตน เพื่อนำไปสู่การพัฒนาความยั่งยืนทั้งกับตัวเด็กและกิจการไปพร้อมกัน “องค์กรของท่านยังมีโอกาสมอบสิ่งต่างๆ ให้เด็กได้มากขึ้น โดยคำนึงถึงเด็กเมื่อท่านนโยบายและกระบวนการขององค์กร เข้าใจผลกระทบที่พวกเขามีต่อเด็กๆ ตลอดจนจัดให้มีกลไกที่ช่วยไม่ให้เกิดผลกระทบในแง่ลบ และทำให้เกิดผลกระทบแง่บวกอย่างสูงสุด”

หลายองค์กรอาจอยู่ในระยะเริ่มต้นที่จะปรับเปลี่ยนบทบาท CSR เกี่ยวกับเด็ก ในขณะที่อีกหลายแห่งอาจจะยังไม่มีไอเดียว่าองค์กรจะทำได้อย่างไร ต้องใช้เงินลงทุนหรือปรับเปลี่ยนโครงสร้างอะไรให้หน่วยหรือไม่ แต่ในความเป็นจริง ภาคธุรกิจไม่จำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงอะไรจากเดิม เพียงมองหาวงจรขององค์กร สามารถปรับเปลี่ยนหรือต่อยอดอะไรได้บ้างจากสิ่งที่มีอยู่

## มุมมองแม่...

### เพื่อจุดเริ่มต้นที่ดีของลูก

ตัวอย่างหนึ่งของการส่งเสริมคุณภาพชีวิตแม่และลูก โดยบริษัทไทยซัมมิท ฮาร์เนส



จำกัด (มหาชน) ในชลบุรี ซึ่งจัดสรรมุมมองแม่ไว้ในพนักงานในโรงงาน นับเป็นการสนับสนุนคุณภาพชีวิตเด็กตั้งแต่เริ่มต้น ซึ่งธุรกิจหลักของไทยซัมมิทฯ เป็นการผลิตชุดสายไฟเพื่อป้อนโรงงานรถยนต์ มีพนักงานประมาณ 3,000 คน และ 2 ใน 3 เป็นพนักงานหญิง ซึ่งการตั้งครรภ์และลาคลอดบุตรเป็นเรื่องปกติ

**พระพงษ์ สุนทรวิภาต** ผู้จัดการทั่วไป (สำนักพัฒนาองค์กร) ของไทยซัมมิทฮาร์เนสกล่าวว่า ทางบริษัทสนใจเรื่องการจัดตั้งมุมมองแม่ขึ้นในบริษัท เพราะพนักงานส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง แต่ละเดือนจะมีคนตั้งครรภ์ประมาณ 50-60 คน จึงได้คิดดำเนินโครงการนี้ขึ้น และได้ติดต่อยังศูนย์แม่แม่ฯ เพื่อให้มาช่วยจัดการเรื่องมุมมองแม่ที่นี้และเปิดให้ใช้บริการมาตั้งแต่

ปี 54 โดยได้จัดหาอุปกรณ์ต่างๆ รวมถึงจัดฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ไว้คอยให้ความรู้ให้คนปรึกษาต่างๆ ด้วย

ไม่เพียงเท่านั้น ไทยซัมมิทฮาร์เนส ยังมีการทำและประกาศเป็นนโยบายที่ชัดเจนเพื่อให้ทุกคนและพนักงานในทุกระดับเข้าใจและปฏิบัติตาม เพื่อป้องกันความขัดแย้งระหว่างการทำงาน พระพงษ์เสริมว่า “เราทำมุมมองแม่และส่งเสริมเรื่องการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ เพราะเราอยากให้แม่ได้ใกล้ชิดกับลูกมากขึ้น บางคนส่งนมกลับบ้านที่ต่างจังหวัด แม้จะไม่สามารถอยู่ด้วยกันได้ แต่ความรักความห่วงใยมันก็ส่งผ่านไปยังหน้าแม่มันได้ มันไม่ใช่เราดูแลแค่พนักงาน แต่มันเหมือนเราดูแลไปถึงลูกๆ ถึงครอบครัวของพวกเขาด้วย ในแง่การบริหารงานพนักงานก็มีความสุข และรู้สึกผูกพันกับบริษัท ทุกคนก็ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ ผลงาน และผลผลิตที่ได้มันก็ออกมาดีมีคุณภาพตาม” เขาสเสริมอีกว่า อัตราการลาออกของพนักงานที่ค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับที่อื่นๆ ซึ่งอาจจะเป็นแล้ว 2 หลัก แต่ที่นี้อยู่แค่หลักเดียวหรือบางที่เป็นจุดทัศนียภาพด้วยซ้ำ เมื่อเอาใจเขามาใส่ใจเรา พนักงานมีความสุข รู้สึกผูกพัน ก็ไม่อยากจะออก การผลิตงานก็ไม่กระทบ ซึ่งก็เป็นผลดีกับบริษัท

**พ.ญ.ยุพียง แห่งเชาวนิช** เลขาธิการมูลนิธิศูนย์นมแม่แห่งประเทศไทย เปิดเผยข้อมูลว่า ณ ตอนนี้มีโรงงานและสถานประกอบการทั่วประเทศกว่าพันแห่ง ที่ส่งเสริมให้มีมุมมองแม่ในบริษัท แต่เมื่อเทียบกับจำนวนสถานประกอบการทั่วประเทศที่มีหลักแสน ก็ยังถือว่าน้อยมาก อย่างไรก็ตาม แม้จะมีเพียงหลักพัน แต่ก็ถือเป็นจุดเริ่มต้นที่ดี ที่เจ้าของธุรกิจเริ่มเห็นความสำคัญในเรื่องนี้ ซึ่งปัจจุบันบริษัทติดต่อเข้ามาเพื่อให้ช่วยจัดการ หรือให้ความรู้เพิ่มมากขึ้น

“การจัดมุมมองแม่ในที่ทำงานไม่ได้ยุ่งยากเลย แต่จัดห้องหรือมุมที่สงบเป็นส่วนตัว สะอาด เหมาะกับให้คุณแม่กึ่งเก็บนมแม่ก็พอแล้ว เรื่องอุปกรณ์ต่างๆ แต่ละคนอาจจะจัดเตรียมจัดหาเองได้ สิ่งที่สำคัญที่สุด คือนโยบายที่ชัดเจนของสถานประกอบการ เพราะเขาต้องใช้เวลาในการทำงานออกมา เพื่อให้จัดเก็บนมแม่ได้อย่างสม่ำเสมอ ซึ่งหากหัวหน้าหรือเพื่อนร่วมงานที่ไม่เข้าใจก็จะทำให้มีปัญหาได้ การมีนโยบายรองรับจึงเป็นเรื่องจำเป็น” พ.ญ.ยุพียงกล่าว

## The Good Space :

### พื้นที่เด็กเล็กในไซต์ก่อสร้าง

แม้แต่ธุรกิจด้านก่อสร้าง หรือธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ที่ดูจะห่างไกลจากเด็กและเยาวชน แต่ก็สามารถดำเนินกิจกรรมสร้างสรรค์สังคมเพื่อพนักงานขององค์กรได้ โดยไม่ได้คำนึงถึงว่าจะเป็นการจ้างงานชั่วคราว

ทั้งยังสามารถขยายผลถึงชุมชนใกล้เคียงได้ เช่น บริษัท แอสสิริ จำกัด (มหาชน) ที่ดำเนินโครงการ “The Good Space” ซึ่งจัดสรรสถานที่และทำเป็นพื้นที่สำหรับเด็กๆ ที่เป็นลูกหลานของคอนกรีตก่อสร้าง เพื่อพวกเขาจะได้มีที่เล่นและเรียนรู้อย่างปลอดภัยระหว่างที่พ่อแม่ไปทำงาน

**อภิชาติ จูตระกูล** ประธานอำนวยการ บริษัท แอสสิริ จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า กิจกรรมเพื่อสังคมของแอสสิริ เป็นการดำเนินงานภายใต้แนวคิด Social Change ซึ่งคือความรับผิดชอบต่อสังคมที่มุ่งเน้นการช่วยเหลือส่งเสริม พัฒนาเด็กและเยาวชนอย่างยั่งยืน โดยแอสสิริได้จับมือกับองค์กรยูนิเซฟ ประเทศไทย รวมถึงพันธมิตรทางธุรกิจก่อสร้าง และเอ็นจีโอ เพื่อช่วยสร้างโอกาสที่ดีให้กับเด็กทุกคน

แอสสิริเห็นว่ายังมีเด็กในประเทศไทยอีกมากมาย ที่ไม่ได้มีโอกาสเติบโตในสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัย โดยเฉพาะเด็กที่อยู่ในไซต์ก่อสร้าง จึงได้มีแนวคิดจัดทำ “พื้นที่สำหรับเด็ก เพลิน ปลอดภัย เรียน เล่น (Child-Friendly Space)” ภายใต้โครงการพื้นที่ปลอดภัยสำหรับเด็กในสถานที่ก่อสร้าง หรือ The Good Space ร่วมกับยูนิเซฟ ซึ่งเริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ปี 2555 และเมื่อต้นปี 2558 ก็ได้เริ่มเปิดโครงการอย่างเต็มรูปแบบที่โครงการ ดิคอนโด ชานัน เชียงใหม่ โดยได้รับความร่วมมือจากบริษัทผู้รับเหมาก่อสร้างในพื้นที่และ Kids Home องค์กรที่ทำงานเกี่ยวกับเด็กในไซต์ก่อสร้างมาช่วยในการบริหารจัดการ ซึ่งตั้งใจจะเอาต้นแบบจากไซต์ที่เชียงใหม่ นำไปต่อยอดโครงการไปยังพื้นที่อื่นๆ ภายใต้โครงการของแอสสิริ

ครอบครัวในไซต์งานก่อสร้างส่วนใหญ่จะมาจากกัมพูชา เมียนมาร์ และลาว ซึ่งจำนวนไม่น้อยที่มีลูกเล็กๆ มาด้วย ปัญหาสำคัญของเด็กกลุ่มนี้ นอกจากจะต้องใช้ชีวิตอยู่ในพื้นที่ที่เสี่ยงต่ออันตรายแล้ว ยังไม่สามารถเข้าถึงสิทธิการศึกษาขั้นพื้นฐานได้ อภิชาติกล่าวว่า “เราจึงจัดพื้นที่ว่างใกล้โครงการก่อสร้าง ให้

เป็นแหล่งมอบความรู้และเสริมทักษะให้แก่เด็กที่ขาดโอกาส ให้เด็กในไซต์ก่อสร้างไม่ว่าจะสัญชาติใด มีสิทธิได้ใช้ ได้ทำกิจกรรมที่จัดให้เขาสามารถเล่นและเรียนได้ภายใต้สภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยระหว่างที่พ่อแม่ไม่อยู่ และเป็นอีกวิธีหนึ่งที่จะคุ้มครองเด็กจากการใช้แรงงานเด็กอีกด้วย”

ไม่เพียงเท่านั้น แอสสิริยังแสดงเจตนาสนับสนุนการบริการใช้แรงงานเด็กทุกรูปแบบอย่างต่อเนื่อง ในปี 2556 ทางบริษัทได้ประกาศนโยบายไม่ใช้แรงงานเด็กในสถานที่ก่อสร้าง และหากพบว่ามีความเสี่ยงในเบื้องต้นกล่าว ก็มีสิทธิบอกเลิกสัญญาว่าจ้างที่ผ่านหน้าพันธมิตรในการก่อสร้างทุกรายร่วมลงนามในบันทึกแนบท้ายสัญญาการก่อสร้าง ซึ่งครอบคลุมไปยังทุกจังหวัดที่แอสสิริขยายโครงการออกไปด้วย

## สร้างภูมิคุ้มกัน

### รู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ต

บริษัทด้านการสื่อสารอย่างดีแทค ได้ร่วมเป็นภาคีกับยูนิเซฟและจัดทำโครงการเกี่ยวกับเด็กในรูปแบบที่สอดคล้องกับการดำเนินกิจการและความชำนาญขององค์กร โดยในช่วงเริ่มต้น เป็นการจับบริการที่ง่ายๆ ไม่ซับซ้อน อย่างการส่ง SMS เพื่อให้ความรู้

เกี่ยวกับการเสี่ยงบุตร ให้กับคุณพ่อคุณแม่สามารถลงทะเบียนรับข่าวสารได้ฟรี และตั้งแต่ปี 2558 เป็นต้นมา ทางดีแทคได้ขยายโครงการให้เข้าถึงกลุ่มเด็กโดยตรงชื่อว่า “Safe Internet” หวังสร้างภูมิคุ้มกัน และรู้เท่าทันอินเทอร์เน็ต ให้เด็กกลุ่มเสี่ยง อายุระหว่าง 13-15 ปี

**อรอุมา ฤกษ์พัฒนาพิพัฒน์** ผู้อำนวยการอาวุโส สายงานสื่อสารองค์กรและการพัฒนาที่ยั่งยืน บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด กล่าวไว้ว่า “ที่ที่มีความมุ่งมั่นที่จะมอบประสบการณ์ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์ ตลอดจนให้ความสำคัญเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะกับเด็กและเยาวชน

อรอุมา บอกว่า จากการศึกษากลุ่มประเทศแถบตะวันตก พบว่า ประเทศที่มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตสูง จะตื่นตัว และตระหนักเรื่องการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่ปลอดภัย ควบคู่กันไปด้วย ซึ่งปัจจุบันประเด็นนี้ มีกว่า 100 ประเทศทั่วโลกให้ความสนใจ จนเกิดเป็นภาคีความร่วมมือกันขึ้น

หนึ่งในประเด็นสังคมที่เราสนใจก็คือเรื่อง Cyber Bully หรือการข่มขู่ทางอินเทอร์เน็ต จากการศึกษาเรื่อง “Cyber Bullying Statistics” ในเว็บไซต์ [www.bullyingstatistics.org](http://www.bullyingstatistics.org) พบว่า ในหลายประเทศ มีปัญหาการข่มขู่ ล้อเลียน และต่อสื่อบนโลกออนไลน์เกิดขึ้น โดยพบมากที่สุดของเด็กอายุประมาณ 13-15 ปี ซึ่ง 3 ใน 4 ของเด็กมักจะล้อเลียน ข่มขู่ หรือต่อสื่อบนโลกออนไลน์ด้วยการโพสต์คำเรียกชื่อ ชื่อความ และรูปภาพที่ไม่เหมาะสม

และ 2 ใน 3 ของเด็กเหล่านั้น เห็นว่าการโพสต์ข้อความที่ไม่เหมาะสมหรือการสวมรอยเป็นบุคคลอื่นเป็นเรื่องปกติ รวมถึงไม่ตระหนักและไม่รู้สึกผิดในการกระทำของตน และผลที่จะเกิดขึ้นตามมา นอกจากนั้น ยังพบว่าเด็ก ๆ กล้าที่จะพูดคุยและนัดพบกับคนแปลกหน้ามากขึ้น และ 1 ใน 4 เคยนัดพบกับที่รู้จักกับผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีความเสี่ยงต่อการถูกล่อลวงสูง

ในประเทศไทยเอง มีสถิติการใช้งานอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะกลุ่มอายุ 15-24 ปี ใช้อินเทอร์เน็ตสูงสุด ถึง 69.7 เปอร์เซ็นต์ และกลุ่มอายุ 6-14 ปี ราว 58.2 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งทั้งสองกลุ่มหลักคือเยาวชนและเด็ก เมื่อมีการเข้าถึงและใช้งานอินเทอร์เน็ตสูง หากไม่มีความรู้ ความเข้าใจและคุณลักษณะนิสัยที่ดีเป็นภูมิคุ้มกันเพื่อรับมือกับสิ่งที่จะเกิดขึ้น ก็มีความเสี่ยงต่อภัยที่มาจากใช้อินเทอร์เน็ตได้สูงเช่นกัน

“เราจึงได้คิดแคมเปญ dtac Digikidz ภายใต้โครงการ Safe Internet อินเทอร์เน็ตปลอดภัย โดยการเข้าไปให้ความรู้ และจัด

กิจกรรมต่างๆ ให้กับเด็กมัธยมตามโรงเรียนต่างๆ เพื่อต้องการปลูกฝัง สร้างจิตสำนึก และปกป้องตัวเองจากภัยต่างๆ ที่มาจากการใช้อินเทอร์เน็ต ได้โดยเริ่มจากเด็กวัย 10-14 ปีก่อน เพราะเชื่อว่าหากปลูกฝังและสร้างภูมิคุ้มกันได้ตั้งแต่วัยเริ่มต้น ก็จะสามารถพัฒนาให้เป็นพลเมืองดิจิทัลที่มีคุณภาพได้ในอนาคต”

อรอุมา เสริมว่า ในปีนี้ได้จัดกิจกรรมไปแล้วกว่า 60 โรงเรียนในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ซึ่งจะขยายผลไปยังโรงเรียนอื่นๆ รวมถึง ขยายฐานกลุ่มเป้าหมาย ไปยังกลุ่มเด็กนักเรียนที่อายุมากขึ้น โดยจะเน้นให้ความรู้ที่เข้มข้นขึ้น อาทิ เรื่อง พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์ กฎหมายลิขสิทธิ์ หรือการต่อต้านสื่อลามกอนาจาร นอกจากนี้ ดีแทคกำลังจัดทำหนังสือคู่มือสำหรับพ่อแม่ผู้ปกครอง เพื่อช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมของลูกหลาน และเป็นแนวทางในการแก้ปัญหา หรือช่วยป้องกันภัยให้กับลูกหลาน จะได้ช่วยกันสอดส่องดูแลให้มากขึ้น

รวมทั้งมีแนวคิดที่จะนำแอปพลิเคชันด้าน Parental Control มาใช้ ซึ่งเป็นเสมือนเครื่องมือด้านเทคโนโลยีที่ให้ผู้ปกครองได้สามารถติดตามความเคลื่อนไหวการใช้เทคโนโลยีของบุตรหลานได้อย่างสะดวกยิ่งขึ้น

เหล่านี้คือตัวอย่างบางส่วนของผู้คน และองค์กรที่มองการณ์ไกล และทำในสิ่งที่ไม่ได้เกินขอบเขตของการทำธุรกิจของตน แต่พร้อมปรับเปลี่ยนบางอย่างเพื่อให้สามารถดำเนินการสิ่งเหล่านี้ร่วมกันไปได้ อย่างสร้างสรรค์และยั่งยืน ดังเช่นที่ อติตเลขาธิการองค์การสหประชาชาติ โคฟี อันนัน เคยกล่าวไว้ว่า

“เราไม่ได้ขอให้บริษัททำสิ่งที่ต่างไปจากการทำธุรกิจปกติ แต่เรากำลังขอให้บริษัททำธุรกิจเช่นปกตินั้น ด้วยวิธีการที่แตกต่างจากเดิม”



สำหรับองค์กรธุรกิจที่สนใจเข้าร่วมโครงการส่งเสริมการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับเด็ก หรือต้องการศึกษาข้อมูลเพิ่มเติม สามารถดูรายละเอียดได้ที่ <http://childfriendly.biz>