

สรุปบันทึกการสัมมนา เพื่อการเรียนรู้ และพัฒนาภาวะผู้นำโรตารี

**15-16 พฤศจิกายน 2568
ศูนย์โรตารีในประเทศไทย**



คณะอนุกรรมการฝ่ายวิชาการ

1.อพภ.ชำนาญ	จันทร์เรือง	ภาค 3360
2.อพภ.สมภพ	ธีระสานต์	ภาค 3330
3.อพภ.สภนธ์	อึ้งสร้อยทอง	ภาค 3330
4.อพภ.รัฐประทีป	กัรติอุไร	ภาค 3340
5.อพภ.พรรณธิดา	โรจน์วรรณสินธุ์	ภาค 3340
6.อพภ.เจสัน	ลิ้ม	ภาค 3350
7.อพภ.ภัทร์ศรี	สุวิมล	ภาค 3350
8.อพภ.ศุภรี	ฉัตรกันยารัตน์	ภาค 3360
9.อพภ.อภิศักดิ์	จอมพงษ์	ภาค 3360

รายชื่อวิทยากร

1.อพภ.ชำนาญ	จันทร์เรือง	ภาค 3360
2.อพภ.สมภพ	ธีระสานต์	ภาค 3330
3.อพภ.ไพกิจ	สุนพงษ์สีมานนท์	ภาค 3330
4.อพภ.สภนธ์	อึ้งสร้อยทอง	ภาค 3330
5.อพภ.รัฐประทีป	กัรติอุไร	ภาค 3340
6.อพภ.พรรณธิดา	โรจน์วรรณสินธุ์	ภาค 3340
7.อพภ.ภัทร์ศรี	สุวิมล	ภาค 3350
8.อพภ.ศุภรี	ฉัตรกันยารัตน์	ภาค 3360
9.อพภ.อภิศักดิ์	จอมพงษ์	ภาค 3360

บันทึกการสัมมนา “การเรียนรู้และภาวะผู้นำโรตารี”

(Rotary Learning and Leadership Development Seminar Proceedings)

วันเสาร์ที่ 15 พฤศจิกายน 2568

การเปิดสัมมนา

ประธานในการสัมมนา: อผก.ประวิทย์ โรจน์ขจรนภาลัย

อผก.ประวิทย์ (รองประธานศูนย์โรตารีฯ) ในฐานะผู้แทนประธานศูนย์โรตารีฯ เป็นประธานในการสัมมนาและกล่าวต้อนรับผู้ร่วมสัมมนา พร้อมแสดงความยินดีที่ศูนย์ฯ ได้มีโอกาสต้อนรับและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้นำโรตารีจากทั้ง 4 ภาคที่มาพร้อมตัวกันในครั้งนี้

ประธานกล่าวว่า การสัมมนาครั้งนี้ถูกออกแบบให้คล้ายกับ Rotary Leadership Institute (RLI) ของเขตชั้นกัมพูชาซึ่งจัดในกรุงเทพฯ ในปีที่ผ่านมา แต่ปรับรูปแบบให้ “เข้าถึงง่ายขึ้น” ทั้งด้านภาษาและค่าใช้จ่าย โดยตั้งใจให้ผู้ร่วมสัมมนา “ได้ความรู้ไม่น้อยกว่า 99%” ผ่านทีมวิทยากรที่จัดเตรียมขึ้นเป็นพิเศษ

นอกจากการเรียนรู้แล้ว การมารวมตัวกันของสมาชิกจากหลายภาคยังเสริมสร้าง fellowship – friendship – mentorship – internship และท้ายที่สุดคือ leadership ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของโรตารี



วัตถุประสงค์ของการสัมมนา

ประธานฝ่ายวิชาการ: อผก.ชำนาญ จันทรเรือง



ประธานฝ่ายวิชาการกล่าวถึงวัตถุประสงค์ในการสัมมนาว่า “ไม่มีใครรู้เรื่องโรตารีครบทุกด้าน” เพราะองค์ความรู้มีการปรับปรุงอยู่เสมอ โดยเฉพาะใน Rotary Code of Policies ที่มักถูกมองข้าม การสัมมนานี้จึงเปิดพื้นที่ให้แลกเปลี่ยนทุกประเด็นอย่างตรงไปตรงมา พุดคุยจากประสบการณ์และหลักปฏิบัติของโรตารีสากล หากมีคำถามที่ไม่มีคำตอบในห้อง จะส่งต่อไปยังโรตารีสากลโดยตรง

อนาคตของโรตารี และ Rotary Updates

วิทยากร: อผภ.สมภพ อีระสานต์ และ อผภ.ชำนาญ จันทร์เรือง



อนาคตของโรตารี

อผภ.สมภพ อีระสานต์

วิทยากรเปิดประเด็นด้วยคำถามสำคัญว่า “โรตารีต้องทำอะไรเพื่อก้าวสู่อนาคต?”

พร้อมชี้ให้เห็นถึง**ความจำเป็นของการเปลี่ยนแปลง** โดยอ้างถึงคำกล่าวของ พอล แฮริส ผู้ก่อตั้งโรตารีว่า “โลกเปลี่ยนอยู่เสมอ เราต้องพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงไปกับมัน”

จากนั้น ได้ตั้งคำถามสะท้อนความคิดแก่ผู้ร่วมสัมมนาว่า “วันนี้เราพร้อมหรือยัง?”

ผู้ร่วมสัมมนาได้ร่วมแลกเปลี่ยนมุมมองในหลายประเด็นสำคัญ อาทิ

- การสร้างผู้นำรุ่นใหม่
- การออกแบบโครงการที่มีความยั่งยืน
- การสร้างมิตรภาพและเครือข่าย
- การเพิ่มและรักษาสมาชิก
- ความจำเป็นของการปรับตัวอย่างต่อเนื่องในทุกมิติ

ในเรื่อง **ความท้าทายสำคัญของโรตารี** ผู้ร่วมสัมมนาได้ช่วยกันระบุประเด็นท้าทายหลักที่โรตารีกำลังเผชิญ ได้แก่

- จำนวนสมาชิกที่ลดลง
- ค่าบำรุงที่เพิ่มขึ้นทุกปี
- สภาพเศรษฐกิจโลกที่ไม่แน่นอน
- ทางเลือกในการทำกิจกรรมเพื่อสังคมที่มีมากขึ้น
- ความเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี
- ความเร็วในการปรับตัวขององค์กร

การรักษาสมาชิก

โจทย์สำคัญที่ถูกหยิบยกขึ้นมาคือ “**จะอย่างไรให้สมาชิกอยู่กับเรานานขึ้น และไม่หายไป?**”

โดยเฉพาะสมาชิกคนรุ่นใหม่ ซึ่งมีความคาดหวังแตกต่างจากอดีต เช่น

- ต้องการการเชื่อมโยง (connection) และเครือข่าย
- มองหาโอกาสในการทำงานหรือพัฒนาตนเอง
- ต้องการขั้นตอนที่เรียบง่าย ไม่ซับซ้อน
- คาดหวังความทันสมัยของสโมสร ไม่ยึดติดกับรูปแบบเดิม เช่น การแต่งกายที่เข้มงวดเกินไป หรือการประชุมที่ไม่ยืดหยุ่น

คำถามสำคัญคือ “**สโมสรได้คำนึงถึงการทำนายและความต้องการของคนรุ่นใหม่อย่างจริงจังแล้วหรือยัง? เพื่อปรับแนวทางการทำงานให้สามารถรักษาสมาชิกให้อยู่กับเราได้นานยิ่งขึ้น**”

การปรับตัวสู่ยุคดิจิทัล

สถานการณ์โควิด-19 ทำให้หลายสโมสรต้องเปลี่ยนมาประชุมออนไลน์ ซึ่งเผยให้เห็นทั้งจุดอ่อนและข้อจำกัด ขณะเดียวกัน ก็สะท้อนถึงความจำเป็นของ Digital Transformation อย่างชัดเจน

คำถามสำคัญที่ต้องกลับมาทบทวนคือ “**สโมสรของเราปรับตัวสู่ระบบดิจิทัลในเวอร์ชันใหม่แล้วหรือยัง?**”

มิติแห่งการเปลี่ยนแปลง 3 ประการ

1) อนาคตของงานบริการ - Increase Our Impact

ผู้ร่วมสัมมนาเห็นตรงกันว่า โครงการในอนาคตควรมีลักษณะดังนี้

- ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ยั่งยืน มากกว่าการทำในสิ่งที่สโมสรอยากทำ
- เปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกมีส่วนร่วมได้ง่าย
- ใช้สื่อออนไลน์เพื่อการเข้าถึงอย่างกว้างขวาง
- เชื่อมโยงผู้เชี่ยวชาญหรืออินฟลูเอนเซอร์เข้ามามีบทบาท

ประเด็นท้าทายที่ถูกตั้งคำถามคือ “**โครงการของเราตอบโจทย์คนรุ่นใหม่จริงหรือไม่?**”

ในขณะที่คนรุ่นใหม่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม อากาศสะอาด หรือการรีไซเคิล โครงการดั้งเดิมที่สโมสรทำอยู่ เช่น น้ำสะอาด หรือแว่นตา ยังคงสอดคล้องกับบริบทปัจจุบันหรือไม่ อนาคตของงานบริการจึงอาจต้องถูกออกแบบใหม่ให้สอดคล้องกับอนาคตของสังคมและคนรุ่นใหม่มากยิ่งขึ้น

2) อนาคตของสมาชิกภาพ - Expand Our Reach & Enhance Engagement

สโมสรในอนาคตจำเป็นต้องเป็นสังคมที่ให้ความสำคัญกับ DEI คือ

- ความหลากหลาย (Diversity)
- ความเสมอภาค (Equity)
- การอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข (Inclusion)

สมาชิกควรมาจากหลากหลายอาชีพ เพื่อให้สามารถนำเครือข่ายและความเชี่ยวชาญทางวิชาชีพมาพัฒนาสโมสรและสร้างประโยชน์ต่อสังคมได้อย่างแท้จริง

3) อนาคตของสโมสร - สโมสรที่มีชีวิตชีวา (Vibrant Club)

ผู้นำยุคใหม่ต้องเป็น **ผู้นำการเปลี่ยนแปลง** มีความคิดเชิงนวัตกรรม และเปิดใจรับรูปแบบการทำงานใหม่ๆ

ทั้งหมดนี้สอดคล้องกับ **แผนปฏิบัติการของโรตารี (Rotary's Action Plan)** ซึ่งเป็นกรอบสำคัญในการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับสโมสร หากต้องการก้าวสู่อนาคตอย่างมีทิศทางและไม่เสียเวลา แผนปฏิบัติการนี้ควรถูกนำมาเป็นแกนหลัก และบูรณาการเข้าไปในแผนการทำงานของสโมสร

ข้อมูลข่าวสารปัจจุบันของโรตารี: การปรับโครงสร้างระดับภูมิภาค (Regionalization)

วิทยากร: อผก.ชำนาญ จันทรเรือง

วิทยากรได้อธิบายแนวคิดการปรับโครงสร้างระดับภูมิภาค ซึ่งเป็นการปฏิรูปที่กำลังอยู่ในช่วงทดลองในหลายประเทศ โดยมีที่มาจากมุมมองว่า บทบาทของผู้ว่าการภาคอาจมีภาระงานมากเกินไป และยังไม่สามารถเข้าถึงได้อย่างทั่วถึง จึงมีการทดลองใช้ระบบ **สภาภูมิภาค (Regional Council)** แทน

ตัวอย่างประเทศที่อยู่ในช่วงทดลอง ได้แก่

- **โซน 8:** ออสเตรเลีย-นิวซีแลนด์ และหมู่เกาะต่าง ๆ (ยังคงมีภาค แต่ทำงานคู่ขนาน)
- **GB&I (สหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์):** ไม่มีภาคและไม่มีผู้ว่าการภาค

แนวคิดดังกล่าวถูกเสนอเข้าสู่สมานิติบัญญัติมาแล้วถึง 2 ครั้ง แต่ยังไม่มีการประกาศผลอย่างชัดเจน ท่ามกลางทั้งเสียงสนับสนุนและเสียงคัดค้าน ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงต่อการเพิ่มสมาชิกในบางพื้นที่

วิทยากรเชื่อว่า **“การเปลี่ยนแปลงจะต้องเกิดขึ้นแน่นอน ไม่เร็วก็ช้า — แต่จะออกมาในรูปแบบใด ยังไม่มีใครสามารถบอกได้”**

ตัวอย่างจากอดีต เช่น *Future Vision Plan* ซึ่งเริ่มต้นจากการทดลอง ก่อนจะพัฒนาเป็น *District Grants* และ *Global Grants* ในปัจจุบัน

สัญญาณของการเปลี่ยนแปลงที่เริ่มเห็นได้ชัด ได้แก่

- การประชุมใหญ่ภาค (District Conference) อาจมีหรือไม่มีก็ได้
- ไม่จำเป็นต้องร้องขอผู้แทนประธานโรตารีสากล
- มติสำคัญของภาคอาจถูกย้ายไปพิจารณาใน *District Legislative Meeting* แทน

คาดว่า ในการประชุมสมานิติบัญญัติปี 2028 โครงสร้างใหม่นี้จะถูกนำกลับเข้าสู่การพิจารณาอีกครั้งหนึ่ง

สรุปแนวคิดสำคัญ

- โรตารีจำเป็นต้องปรับตัวอย่างต่อเนื่อง เพื่อก้าวทันการเปลี่ยนแปลงของโลกและสังคม
- ความท้าทายหลัก ได้แก่ การลดลงของสมาชิก ต้นทุนที่เพิ่มขึ้น และการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี Digital Transformation ไม่ใช่ทางเลือก แต่คือเงื่อนไขใหม่ของการอยู่รอด
- การปรับตัวของผู้นำคือกุญแจสำคัญ เพราะผู้นำต้องเป็นแรงขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลง
- การรักษาสมาชิกโดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ ต้องเข้าใจความคาดหวังและรูปแบบการมีส่วนร่วมที่เปลี่ยนไป
- งานบริการในอนาคตควรมุ่งเน้นผลกระทบที่ยั่งยืน และตอบโจทย์คนรุ่นใหม่
- สโมสรต้องส่งเสริม DEI และสร้างควมมีชีวิตชีวาผ่านผู้นำการเปลี่ยนแปลง
- แผนปฏิบัติการของโรตารีเป็นกรอบสำคัญในการเสริมความเข้มแข็งของสโมสร
- การทดลองปรับโครงสร้างระดับภูมิภาคเป็นสัญญาณของการเปลี่ยนแปลงเชิงระบบ ที่อาจกำหนดทิศทางการพัฒนาของโรตารีในระยะยาว



ระเบียบพิธีการโรตารีและทรัพยากรโรตารี

วิทยากร: อผภ.ชำนาญ จันทรเรือง และอผภ.อภิศักดิ์ จอมพงษ์



ทรัพยากรโรตารี

อผภ.อภิศักดิ์ จอมพงษ์

หัวข้อสำคัญคือการเปิดมุมมองใหม่ว่า “ในฐานะผู้นำ เรามีทรัพยากรโรตารีมากมายเพียงใด และเรานำมาใช้จริงแล้วหรือยัง?”

ผู้ร่วมสัมมนาคิดเห็นอย่างไรเมื่อพูดถึง ‘ทรัพยากรโรตารี’?

มีการระดมความคิดเห็น ซึ่งได้ตัวอย่างทรัพยากรสำคัญดังนี้

- แแบรนด์เซ็นเตอร์ (Brand Center): ดาวนิโกลโดโลโก้ วิดีโอ โปสเตอร์ นามบัตร
- สมาชิกโรตารี – ทรัพยากรที่มีค่าที่สุด
- Rotary Club Central – ใช้ติดตามผลงานสโมสร
- ศูนย์การเรียนรู้ (Learning Center) – มีคอร์สหลากหลาย ใช้ Google Translate ช่วยได้
- โซเชียลมีเดีย – ช่องทางสื่อสารถึงสาธารณะ
- Service Project Center – ฐานข้อมูลโครงการบริการ
- ศูนย์โรตารีในประเทศไทย

ทรัพยากรระดับสากลที่ผู้นำควรรู้

วิทยากรเสริมทรัพยากรสำคัญที่หลายสโมสรยังใช้ไม่เต็มที่ ได้แก่

1. Membership Leads – เบาะแสผู้สนใจเป็นสมาชิก
2. Rotary Awards – มีอย่างน้อย 19 รางวัล
3. รายงานต่าง ๆ – ใช้บริหารจัดการสโมสรและภาคได้ดีขึ้น หากนำข้อมูลมาวิเคราะห์เป็นกราฟ จะเห็นภาพ เทรนด์ และปัญหาชัดเจน
4. Rotary Action Groups (RAGs) – กลุ่มผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เช่น RAGAS, Dengue
5. Rotary Fellowships – กลุ่มตามความสนใจ เช่น กอล์ฟ ปีนเขา ถ่ายภาพ
6. Clubs and Districts Support (CDS) – เจ้าหน้าที่ที่ผู้สนับสนุนสโมสรและภาค (ประเทศไทยคือ คุณวันทนา จำปี)

ข้อสรุป:

ผู้นำต้อง “บูรณาการ” การใช้ทรัพยากรเหล่านี้ เพื่อยกระดับผลงานสโมสรและภาคให้สูงสุด

ระเบียบพิธีการของโรตารี (Rotary Protocol)

อภ.ชำนาญ จันทร์เรือง

หัวข้อนี้สะท้อนให้เห็นความท้าทายระหว่าง “พิธีการที่เป็นทางการ” กับ “ความเรียบง่ายและการปรับตัว” ในยุคใหม่ของโรตารี

ลำดับพิธีการ

หลักการสำคัญคือ **ปัจจุบัน – อดีต – อนาคต**

และจะ “แอดเดรสเพียงครั้งเดียว” จากนั้นกล่าวถึงเฉพาะประธานในที่ประชุม

การกล่าวถึงบุคคลภายนอก

หากมีแขกสำคัญของฝ่ายบ้านเมือง เช่น ผู้ว่าราชการจังหวัด นายอำเภอ นายกเทศมนตรี ฯลฯ ต้องกล่าวถึงก่อนในฐานะ Chief Guest แต่กล่าวถึงเพียงคนเดียว แล้วตามด้วยโรแทเรียนและแขกผู้มีเกียรติอื่นๆ

แต่หากมีผู้นำระดับสากลเข้าร่วม เช่น ประธานโรตารีสากล ควรแจ้งแขกล่วงหน้าว่าเราจะแอดเดรสถึงผู้นำระดับสากลเราก่อน

พิธีการเชิญธงชาติ

- หากมีหลายประเทศเชิญ ธงของเจ้าภาพ เป็นลำดับสุดท้าย

การดื่มถวายพระพร

- ทำได้ แต่ต้องทำอย่างถูกต้อง
- ไม่มีเพลงสรรเสริญพระบารมี
- ไม่มีการไชโย
- ผู้กล่าวดื่มควรเป็นผู้อาวุโสสูงสุดหรือผู้เกี่ยวข้องกับราชสำนัก

การดื่มเพื่อโรตารี

- พุดสั้น เรียบง่าย เช่น
“ขอเชิญทุกท่านดื่มเพื่อโรตารี”
- ไม่จำเป็นต้องเป็นไวน์ ใช้น้ำอะไรก็ได้

ประเด็นที่ผู้ร่วมสัมมนาดังข้อสังเกต

- ความสำคัญของตำแหน่ง **ผู้ช่วยผู้ว่าการภาค** ซึ่งโรตารีสากลให้ความสำคัญมากขึ้น
- เหตุใดพิธีการไม่กล่าวถึงอดีตนายกสโมสร? → ส่วนใหญ่ใช้เฉพาะในระดับสโมสร
- ตำแหน่ง “อดีตผู้ช่วยผู้ว่าการภาค” มีใช้เฉพาะบางภาค
- ควรมีมาตรฐานการแอดเดรสเดียวกันทั้ง 4 ภาคหรือไม่?
- การเน้นตำแหน่งมากเกินไป อาจทำให้สมาชิกใหม่รู้สึกอึดอัด

คำถามสำคัญจากผู้ร่วมสัมมนา

สโมสรใหม่ที่ยังไม่รู้ระเบียบพิธีการ “ผิดไหม?”

แล้วเราควรตักเตือนอย่างไรไม่ให้เป็นอุปสรรคในการดึงคนรุ่นใหม่เข้ามา?

คำถามนี้เปิดประเด็นใหญ่เกี่ยวกับ hierarchy ในโรตารีที่อาจทำให้บางคนรู้สึกไกลตัว



การประชุมและโปรแกรมต่าง ๆ ของโรตารี

วิทยากร: อผภ.ภัทร์ศรี สุวิมล และ อผภ.ศุภรี ฉัตรกันยารัตน์



วิทยากรเปิดการสัมมนาด้วยแนวคิดสำคัญว่า

“ในโรตารี ไม่มีถูกหรือผิด มีเพียงความเหมาะสมและกาลเทศะ”

พร้อมอธิบายภาพรวมของโครงสร้างโรตารีอย่างเป็นระบบ ดังนี้

- สมาชิกภาพ เปรียบเสมือน กระดุกสั่นหลัง ขององค์กร
- มูลนิธิโรตารี คือ ระบบเลือด ที่หล่อเลี้ยงองค์กร
- ภาพลักษณ์ คือ หน้าตา ขององค์กร
- การบำเพ็ญประโยชน์ คือ แขนขา ขององค์กร

ขณะเดียวกัน ได้เน้นย้ำว่า **เยาวชนคืออนาคตของโรตารี** จึงควรสร้างเส้นทางการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ **อินเทอร์แรคท์ → โรทาแรคท์ → เยาวชนแลกเปลี่ยน (YE)** เพื่อบ่มเพาะและพัฒนาผู้นำรุ่นใหม่ให้เติบโตอย่างเป็นระบบ

การประชุมสโมสร: หัวใจของความเป็นชีวิตชีวา

วิทยากรกล่าวถึงคำสำคัญจากประธานโรตารีสากลในปีที่ผ่านมา คือ **Simply Irresistible** หมายถึง การทำให้การประชุมของสโมสรมีเสน่ห์ น่าสนใจ และทำให้ผู้เข้าร่วมรู้สึกอยากกลับมาอีก

คำถามสำคัญที่ถูกหยิบยกขึ้นมาคือ

“เราจะทำอย่างไรให้ประสบการณ์ในสโมสรน่าประทับใจ จนไม่มีใครอยากลาออกไป?”

การประชุมในระดับต่าง ๆ ของโรตารี

การประชุมของโรตารีแบ่งออกเป็นหลายระดับ ได้แก่

- **ระดับสโมสร:** การประชุมประจำสัปดาห์, การประชุมกิจกรรมสโมสร (Club Assembly), การประชุมคณะกรรมการบริหาร, การประชุมประจำปี
- **ระดับภาค:** การประชุมใหญ่ภาค, PETS, CLLS
- **ระดับโซน:** *Rotary Zone Institute* (โรตารีประเทศไทยเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมที่พัทยาในเดือนธันวาคม 2569)
- **ระดับสากล:** การประชุมใหญ่โรตารี ซึ่งเป็นประสบการณ์สำคัญที่โรแทเรียนควรเข้าร่วมอย่างน้อยหนึ่งครั้งในชีวิต

การจัดประชุมตามบริบทของแต่ละภาค

- ภาค 3330 / 3340 / 3360: จัดประชุม *Vibrant Club* ครอบคลุม 3 ด้าน (สมาชิกภาพ / มูลนิธิ / ภาพลักษณ์)
- ภาค 3350: จัดแยกทั้งสามด้าน
- ภาค 3330: รวมการประชุมหลายประเภท เพื่อลดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

Intercity Meeting ของแต่ละภาค

- ภาค 3340: เน้นการติดตามงาน
- ภาค 3330: แบ่งเป็นตอนบนและตอนล่าง
- ภาค 3350: ไม่มี Intercity Meeting แต่ใช้รูปแบบ “นายกพบผู้ว่าฯ” ปีละ 4 ครั้ง
- ภาค 3360 : เน้นการติดตามงาน



การประชุมใหญ่ภาค งานมอบรางวัล และโปรแกรมพิเศษ

หลายภาคเริ่มปรับรูปแบบ โดยควมรวม **การประชุมใหญ่ภาคและงานมอบรางวัล** จัดในเดือนมิถุนายน เพื่อให้สอดคล้องกับรอบปีบริการของโรตารี

โรทาแรคท์เอเชียแปซิฟิก

ปีหน้า (2569) ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพจัดงานที่จังหวัดเชียงใหม่ ระหว่างวันที่ 21–24 พฤษภาคม 2568 คาดว่า จะมีผู้เข้าร่วมกว่า 900 คน โรทาแรคเตอร์ไทย **ไม่เสียค่าลงทะเบียน** โดยขอความร่วมมือจากสโมสรในการ สนับสนุนด้านอื่น เช่น ค่าเดินทาง

NGSE – New Generation Service Exchange เป็นโครงการแลกเปลี่ยนเยาวชนหลังสำเร็จการศึกษา เพื่อไปศึกษาดูงานในต่างประเทศ โดยขึ้นอยู่กับ การเชื่อมโยงของสโมสรและภาค



บทบาทใหม่ของการประชุมใหญ่ภาค อภ.ศุภรี จัตรกันยารัตน์

ปัจจุบัน **โรตารีสากล** **ไม่ได้บังคับให้มีการประชุมใหญ่ภาค** มติสำคัญของภาคจึงต้องถูกย้ายไปพิจารณาใน District Legislative Meeting

การเลือกผู้แทนสถานิติบัญญัติ

จากมติของการประชุมสภานิติบัญญัติของโรตารี ปี 2025 กำหนดให้หน้าที่ของผู้แทนสภานิติบัญญัติสิ้นสุดลงหลังการประชุม ภาคจึงต้องดำเนินการเลือกผู้แทนและผู้แทนสำรองชุดใหม่ ภายในวันที่ 31 ธันวาคม โดยสามารถจัดประชุม District Legislative Meeting เพื่อดำเนินการเลือก และต้องแจ้งรายชื่อให้โรตารีสากล ภายในกำหนดเวลา

คำถามชวนคิดจากการสัมมนา

1. ท่านชื่นชอบการสัมมนาในรูปแบบแลกเปลี่ยนเรียนรู้หรือไม่?

โดยครั้งนี้เป็นการทดลองจัดสัมมนา ไม่ใช้การอบรม ผู้ร่วมสัมมนาต้องมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

2. การอบรมนายกรับเลือกร่วมภาคเป็นสิ่งที่ดีหรือไม่?

เมื่อเห็นสิ่งที่ภาคอื่นทำแล้วรู้สึกที่น่าสนใจ คำถามต่อมาคือ “แล้วเราควรนำมาปรับใช้หรือไม่?”

3. ควรจะไปร่วมการประชุมระดับนานาชาติหรือไม่?

สมาชิกหลายคนอาจยังขาดประสบการณ์ในการประชุมระดับนานาชาติ ด้วยเหตุผลด้านค่าใช้จ่าย หรืออุปสรรคด้านภาษา อย่างไรก็ตาม การเข้าร่วมประชุมระดับนานาชาติให้ประสบการณ์ที่แตกต่าง เช่น การประชุมจะเริ่มต้นเพียงคำว่า *Dear Fellow Rotarians* หรือ *Rotary Leaders* โดยไม่มีพิธีการซับซ้อน ขณะที่วัฒนธรรมไทยมักให้ความสำคัญกับ *how-to* และพิธีกรรม ซึ่งไม่ถือว่าผิด แต่สะท้อนว่าเรายังให้ความสำคัญน้อยเกินไปกับ *why-to* หรือเหตุผลของการทำ วิทยากรจึงชวนให้เปิดใจต่อการเปลี่ยนแปลง นโยบายจากโรตารีสากลต้องถูก **ปรับ (adapt) และ ปรับให้เหมาะสม (adjust)** ภายใต้กติกาเดียวกันขององค์กร (*One policy for all*)

4. เหตุใดคำบำรุงโรตารีสากลจึงแตกต่างระหว่างโรแทเรียนและโรทาแรคท์เทอร์?

เราต้องการคนรุ่นใหม่ แต่เมื่อโรตารีสากลเปิดให้โรทาแรคท์เป็นสมาชิก กลับมีคำถามเรื่องคำบำรุงที่แตกต่าง

หากเป็นเช่นนั้น โรแทเรียนสามารถเปลี่ยนไปเป็นโรทาแรคท์เทอร์ได้หรือไม่?

คำตอบคือ **ได้** เพราะไม่มีการกำหนดอายุ

หากต้องการคนรุ่นใหม่ จำเป็นต้องเปลี่ยน **ฟอร์มแมต และ ยูนิฟอร์ม** ขององค์กร

5. มีข้อถกเถียงในสภานิติบัญญัติว่า เหตุใดโรตารีจึงนำ DEI มาใช้?

How-to คือ การมีความหลากหลาย ความเสมอภาค และการอยู่ร่วมกัน

Why-to คือ เหตุใดจึงต้องนำ DEI มาใช้

6. ระเบียบพิธีการจำเป็นต้องคงไว้ทั้งหมด หรือสามารถปรับลดได้หรือไม่?

คำถามทิ้งท้าย เพื่อการปรับตัวสู่อนาคตของโรตารี

- เราเข้าใจทิศทางของโรตารีอย่างแท้จริงแล้วหรือยัง?
- Voice และ Visual ของโรตารีที่เชื่อมโยงกับแบรนด์ใหม่ ทุกท่านได้ศึกษาอย่างครบถ้วนแล้วหรือไม่?
- เคยได้ยินหรือไม่? ว่า DEI จะนำพาโรตารีไปสู่การเป็นโรตารีเรียนรู้ด้วย **จิตวิญญาณ** มากกว่าการยึดติดกับตำแหน่ง
- เมื่อโลกให้ความสำคัญกับความเท่าเทียมมากขึ้น ระเบียบพิธีการยังจำเป็นในระดับใด?

สรุปแนวคิดสำคัญ

- โรตารีเป็นองค์กรที่ทำงานอย่างเป็นระบบ โดยทุกองค์ประกอบเชื่อมโยงและเกื้อหนุนกัน
- การประชุมสโมสรคือหัวใจของชีวิตชีวา และต้องสร้างประสบการณ์ที่น่าดึงดูด
- การจัดประชุมและโปรแกรมควรยืดหยุ่นตามบริบทของแต่ละภาคและยุคสมัย
- การเปิดรับแนวคิดสากล ต้องควบคู่กับการปรับใช้ให้เหมาะกับวัฒนธรรมท้องถิ่น
- หากต้องการคนรุ่นใหม่ โรตารีจำเป็นต้องกล้าปรับเปลี่ยนแบบ ความคิด และวัฒนธรรมองค์กร
- อนาคตของโรตารีขึ้นอยู่กับ **การเข้าใจ “เหตุผลของการทำ”** มากกว่าการยึดติดกับรูปแบบเดิม



การสร้างทีม

วิทยากร: อผภ.สภณธ์ อึ้งสร้อยทอง, อผภ.ไพกิจ สุนพงษ์สีมานนท์

ทีมเวิร์คคืออะไร?

ผู้ร่วมสัมมนาเห็นตรงกันว่า ทีมเวิร์คคือการทำงานร่วมกัน โดยมีเป้าหมายเดียวกัน ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพมากกว่าการทำงานคนเดียว ทั้งยังเป็นทักษะที่สามารถเรียนรู้และพัฒนาได้ โดยภาวะผู้นำถือเป็นองค์ประกอบหนึ่งของทีมเวิร์ค

ทีมเวิร์คในสโมสรของท่านมีรูปแบบใดบ้าง?

ผู้ร่วมสัมมนา:

- การทำงานไปในทิศทางเดียวกัน
- การแบ่งงานตามความถนัดและประสบการณ์
- การยอมรับความแตกต่าง
- การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น



ทีมเวิร์คที่ดีจำเป็นต้องมีผู้นำที่เก่งหรือไม่?

ผู้ร่วมสัมมนาอภิปรายว่า ทีมเวิร์คที่ดีจำเป็นต้องมีผู้นำที่เหมาะสมกับบริบทของทีม โดยผู้นำและผู้ตามควรสามารถทำงานร่วมกันได้ ผู้นำที่ดีควรกำหนดเป้าหมายและสื่อสารอย่างชัดเจน รับฟังความคิดเห็น สร้างแรงจูงใจ และพาทีมไปสู่เป้าหมาย ทั้งนี้ บทบาทผู้นำอาจเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์ มีมุมมอง สามารถบาลานซ์ความคิดที่แตกต่างได้ สมาชิกคนอื่นสามารถเสริมบทบาทในส่วนที่ขาดได้ โดยหัวใจสำคัญคือความสอดคล้องกับเป้าหมายและความสำเร็จของทีม

แนวคิดการสร้างทีมตามทฤษฎีของบรูซ ทักแมน (Bruce Tuckman)

วิทยากรให้ผู้ร่วมสัมมนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และได้นำเสนอโมเดลการพัฒนาทีม 5 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 การก่อร่างสร้างทีม (Forming)

เป็นช่วงสังเกตการณ์ มีความระมัดระวังในการแสดงความคิดเห็น รับฟังกันมากกว่าพูด ทำให้เข้าใจบทบาท ความสามารถ และทักษะของแต่ละคน ทุกคนมุ่งความสนใจไปที่เป้าหมายเดียวกัน

ประเด็น: อยากรับเป็นผู้นำ แต่ไม่กล้าพูด ไม่กล้าเสนอตัว ทำอย่างไร (ต้องใช้การล่อล่บ)

ขั้นที่ 2 ความขัดแย้ง (Storming)

เริ่มกล้าแสดงความคิดเห็นมากขึ้น ทำให้เกิดความเห็นต่างและความขัดแย้ง มีการแข่งขันภายในทีม ซึ่งวิทยากรชี้ว่า การแข่งขันที่เหมาะสมสามารถช่วยกระตุ้นการพัฒนาตนเองและสร้างการยอมรับในทีมได้ ช่วงนี้ควรสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการแสดงความคิดเห็น และปรับมุมมองจากการพิสูจน์ตนเองไปสู่การแก้ปัญหาเพื่อเป้าหมายร่วมกัน

ขั้นที่ 3 การสร้างบรรทัดฐาน (Norming)

ทีมเริ่มยึดถือกติกาและแนวปฏิบัติร่วมกัน เกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันมากขึ้น มีการแบ่งปันข้อมูล การลงมติ และความคิดสร้างสรรค์ สมาชิกเริ่มสื่อสารกันทั้งเรื่องงานและเรื่องส่วนตัว

ขั้นที่ 4 การดำเนินการ (Performing)

ไม่ใช่ทุกทีมที่จะพัฒนามาถึงขั้นนี้ ทีมที่มาถึงขั้นนี้จะมีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบชัดเจน มีความไว้วางใจและพึ่งพาอาศัยกัน งานมีคุณภาพสูงขึ้น และสมาชิกสามารถตัดสินใจได้ด้วยตนเองในบางเรื่องโดยไม่จำเป็นต้องพึ่งการประชุมหรือผู้นำตลอดเวลา

ขั้นที่ 5 การแยกย้าย (Adjourning)

เมื่อทีมบรรลุเป้าหมายแล้ว สมาชิกจะแยกย้ายไปทำหน้าที่อื่นต่อไป

คุณสมบัติของทีมเวิร์คที่ดีมีอะไรบ้าง?

ผู้ร่วมสัมมนาสรุปว่าทีมเวิร์คที่ดีควรมีลักษณะสำคัญ ได้แก่

- มีเป้าหมายร่วมกันที่ชัดเจน โปร่งใส
- แลกเปลี่ยนปัญหาและร่วมกันแก้ไข
- สามารถทำหน้าที่ทดแทนกันได้
- มีความรับผิดชอบในบทบาทของตน
- เกิดพลังร่วม (Synergy) ที่ให้ผลลัพธ์มากกว่าการทำงานรายบุคคล ($1+1$ ได้ผลลัพธ์มากกว่า 2)
- สามารถจัดการความขัดแย้งได้อย่างสร้างสรรค์

นอกจากนี้ การมีกติกาพื้นฐานร่วมกัน การเปิดใจรับความคิดเห็น และการสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการเรียนรู้และพัฒนาสมาชิกในทุกขั้นตอน ถือเป็นปัจจัยสำคัญของความสำเร็จของทีม

ภาวะผู้นำและความขัดแย้งในองค์กรโรตารี

มีการแลกเปลี่ยนว่า สไตส์ผู้นำแบบระบบราชการ (Bureaucratic) และแบบมุ่งผลตอบแทน (Transactional) เหมาะกับภาคธุรกิจมากกว่าองค์กรบำเพ็ญประโยชน์

ในบริบทของโรตารีซึ่งเป็นองค์กรอาสาสมัคร ผู้นำไม่สามารถใช้การสั่งการโดยตรงได้ ความสำเร็จจึงขึ้นอยู่กับความศรัทธาและแรงจูงใจ ผู้นำจำเป็นต้องมีเสน่ห์และภาวะผู้นำเชิงจิตวิญญาณ (Charisma) เพื่อดึงศักยภาพของสมาชิกออกมา และพาทีมไปสู่เป้าหมายร่วมกันภายใต้ระเบียบและคุณค่าพื้นฐานของโรตารี

ผู้ร่วมสัมมนาได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ในภาคดังนี้





- ความขัดแย้งในภาคไม่ค่อยน่าเป็นห่วงเพราะเป็นผู้ใหญ่กันมาก แต่ความขัดแย้งในสโมสรน่าเป็นห่วงสโมสรโรตารีในภาค 3350 ไม่เข้าใจเรื่องโรตารีเกิน 50%
- ก่อนหน้านี้ เมื่อเป็นโรแทเรียน จะได้รับการหล่อหลอม แต่ในปัจจุบันเข้ามาเป็นสมาชิกแล้วเป็นนายกรับเลือกเลย ไม่มีความเข้าใจในโรตารีอย่างชัดเจน ยังไม่เข้าใจถึงจิตวิญญาณของโรตารี ทำให้ไม่อยู่ในระเบียบแบบแผนที่ควรจะเป็น จึงใช้คำที่ว่าโรตารีอยู่มาได้ 120 ปีเพราะมีระเบียบแบบแผน ถ้าหากสโมสรทำเองแล้วไม่ได้ผล ขอให้กลับมาที่ระเบียบของโรตารี พื้นฐานของโรตารี
- ภาค 3360 – ในระดับสภาที่ดีผู้ว่าการภาคไม่มีปัญหา แต่ในระดับภาคมีประเด็น เช่น แต่งตั้งแล้วเกรงใจรับตำแหน่งแต่ไม่ทำงาน จึงกลายเป็นหน้าที่ของผู้ว่าการภาคที่จะทำอย่างไรให้บรรลุผลสำเร็จได้และดึงใจเขากลับมาให้ได้ ถ้าทำไม่ได้จริงๆ ใช้วิธีเสริมทีมงานช่วย



การมีส่วนร่วมของสมาชิก

วิทยากร: อผภ.รัฐประทีป กิริติอุไร



การมีส่วนร่วมของสมาชิกจึงเป็นหัวใจของโรตารี?

ผู้ร่วมสัมมนาแลกเปลี่ยนว่า พื้นฐานของการเข้ามาเป็นโรตารีเรียนคือ มิตรภาพ การมีส่วนร่วมก่อให้เกิดการพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และการแบ่งปัน

ซึ่งนำไปสู่ความผูกพันและความยั่งยืนของสโมสร

การร่วมคิด ร่วมลงทุน และร่วมลงมือทำ ทำให้การบำเพ็ญประโยชน์ของเรากว้างขวางขึ้น มีขนาดใหญ่ขึ้น ช่วยสร้างปฏิสัมพันธ์และความรู้สึกเป็นเจ้าของสโมสร ขณะที่การสนับสนุนเพียงด้านการเงิน

โดยขาดการมีส่วนร่วมในการทำงาน ไม่ก่อให้เกิดความยั่งยืนในระยะยาว

แนวคิดสำคัญที่เน้นย้ำคือ “ไปสอนให้รู้ ไปทำให้ดู และไปอยู่ให้เห็น” เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง

นอกจากนี้ การมีส่วนร่วมยังเป็นกลไกสำคัญของแนวคิด Engage Rotary ซึ่งช่วยแบ่งเบาภาระด้านเวลา ความคิด และทรัพยากร และเป็นปัจจัยสนับสนุนความสำเร็จของผู้นำทุกระดับ ตั้งแต่สโมสรจนถึงภาค

อะไรเป็นสัญญาณบ่งชี้ว่าสมาชิกขาดการมีส่วนร่วม?

- ขาดความร่วมมือในกิจกรรมของภาคและสโมสร
- การสื่อสารไม่ชัดเจน
- การมอบหมายงานขาดการอธิบายเป้าหมาย
- ไม่เปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นหรือไม่รับฟังความคิดเห็น
- ไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลง

การขาดการมีส่วนร่วมยังสะท้อนผ่านพฤติกรรม เช่น สมาชิกขาดการเข้าร่วมกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง งานส่วนใหญ่ตกอยู่กับคนเดิม และการหมุนเวียนตำแหน่งผู้นำในกลุ่มเดิมซ้ำ ๆ

ประเด็นเพื่อการทบทวนและแลกเปลี่ยน

ผู้ร่วมสัมมนาเสนอว่า การมีส่วนร่วมที่ดีเริ่มจากการสร้างทีมงานที่เข้มแข็งในทุกระดับ โดยหัวหน้าทีมต้องทำงานใกล้ชิดกับทีมของตนเอง ตั้งแต่ผู้ว่าการภาค ผู้ช่วยผู้ว่าการภาค ประธานฝ่าย จนถึงสโมสร หากแต่ละระดับเข้าใจบทบาทและเชื่อมโยงการทำงานเป็นลูกโซ่ จะช่วยให้การดำเนินงานต่อเนื่องและลดปัญหาการไม่ทำงานของสมาชิก

ประเด็นสำคัญอีกประการคือ บทบาทของอดีตผู้ว่าการภาคในสโมสร ซึ่งควรทำหน้าที่เป็นสมาชิกและทีมงานของสโมสร มิใช่ผู้บังคับบัญชา ทั้งนี้ การมีส่วนร่วมที่แท้จริงเกิดจากการสร้างวัฒนธรรมที่ทุกคน “แคร์และแชร์” ร่วมกัน

เมื่อสโมสรไม่เข้มแข็ง ย่อมส่งผลต่อความเข้มแข็งของภาคโดยรวม

การสร้างการมีส่วนร่วมผ่านความสัมพันธ์

มีการยกตัวอย่างว่า การเข้าไปมีส่วนร่วมกับสมาชิกในเรื่องชีวิตส่วนตัว เช่น การเจ็บป่วยหรือการสูญเสีย ช่วยสร้างความผูกพันและความเกรงใจ ซึ่งนำไปสู่การมีส่วนร่วมในกิจกรรมของสโมสรเพิ่มขึ้น

การสร้างการมีส่วนร่วมของคนรุ่นใหม่

ผู้ร่วมสัมมนาแลกเปลี่ยนว่า *Engagement* หมายถึงการร่วมลงมือทำด้วยความตั้งใจ ขณะที่ *Participation* อาจเป็นเพียงการเข้าร่วมเชิงสัญลักษณ์ **โรตารีเน้นการสร้าง engagement มากกว่า**

สมาชิกแต่ละคนเข้ามาด้วยจุดมุ่งหมายที่แตกต่างกัน ทั้งด้านมิตรภาพ สังคม หรือธุรกิจ การเข้าใจแรงจูงใจของสมาชิกและไม่คาดหวังเกินความเป็นจริง จะช่วยรักษาสมาชิกและสร้างความยั่งยืนได้



จะอย่างไรเพื่อสร้างแรงจูงใจให้เขามีส่วนร่วมกับเรา?

- สื่อสารข้อมูลข่าวสารให้ถึงสมาชิกทุกคนอย่างสม่ำเสมอ แม้สมาชิกบางรายยังไม่สามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้ วันหนึ่งเขาอาจจะมาร่วมกับสโมสร แม้กระทั่ง การเป็นนายกสโมสร 2-3 รอบ ก็ไม่ใช่เรื่องที่ผิด บางครั้งมีสมาชิกใหม่แต่สมาชิกใหม่ยังไม่มีความรู้เรื่องโรตารี ถ้าไม่ให้สมาชิกเก่าหรือสมาชิกเป็นซ้ำ ก็อาจจะลำบาก เป็นทางเลือกหนึ่งที่เราจะต้องคิดด้วย
- วิเคราะห์ความสนใจของสมาชิก (Stakeholder Mapping) เพื่อนำมาจัดทีมงานให้เหมาะสมกับภารกิจ
- เลือกกิจกรรมให้สอดคล้องกับความสนใจของสมาชิก ซึ่งจะช่วยให้ดึงดูดการมีส่วนร่วมในระยะยาว
- ตระหนักว่าสมาชิกทุกคนมีความคาดหวัง สโมสรควรเปิดโอกาสให้สะท้อนความคิดเห็นและสำรวจความพึงพอใจของสมาชิกปัจจุบันควบคู่ไปกับการสรรหามาชิกใหม่

สิ่งที่เรายังไม่ได้พูดถึงคือ ทุกคนที่เข้ามาเป็นสมาชิกจะมีความคาดหวัง สโมสรจะตอบสนองความคาดหวังของสมาชิกแต่ละคนได้อย่างไร เพราะมันไม่มีค่าจ้างไม่มีค่าตอบแทน แต่สิ่งที่สมาชิกได้โดยตรงคือประสบการณ์ และคำถามที่ว่าสมาชิกจะชอบไหม อย่างไรนั้น เราไม่เคยถามและไม่เคยสำรวจในสโมสร เราคิดแต่จะทำอย่างไรให้มีสมาชิกใหม่ แต่เราเคยถามสมาชิกปัจจุบันหรือไม่ว่าควรจะมีการเปลี่ยนแปลงอะไรในสโมสร หรือเขาต้องการจะทำอะไร ถ้าเรายังไม่สเปกับกับวัฒนธรรมส่วนใหญ่ของสโมสร การจะให้คนนอกเข้ามาใหม่ ก็เป็นความท้าทายอย่างหนึ่ง

สโมสรสามารถสร้างทางเลือกที่ยืดหยุ่นในการเข้าร่วมของสมาชิกได้อย่างไร?

สโมสรสามารถส่งเสริมการมีส่วนร่วมได้โดย

- เปิดรับความคิดเห็นและการเปลี่ยนแปลง
- ปรับรูปแบบการทำงานให้เหมาะสมกับบริบท
- พัฒนารูปแบบการสื่อสารให้ทันสมัยและเข้าถึงสมาชิก
- เปิดพื้นที่ให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นโดยไม่ยึดติดกับรูปแบบเดิม

แนวทางเพื่อประเมินว่าสมาชิกขาดการมีส่วนร่วม

ผู้ร่วมสัมมนาเสนอแนวทาง ได้แก่

- ปรับปรุงการสื่อสารให้ชัดเจนและมีสาระ
- ชี้แจงวัตถุประสงค์และเป้าหมายของงาน
- ให้ความสำคัญกับสมาชิกและรับฟังความคิดเห็นอย่างจริงจัง
- มอบหมายงานที่เหมาะสมเพื่อสร้างแรงจูงใจและความรับผิดชอบ
- ส่งเสริมการทำงานเป็นทีมเพื่อสร้างความสามัคคี
- ยกย่องและเชิดชูเกียรติผู้มีส่วนร่วม

จะจัดการสมาชิกที่ก่อให้เกิดความปั่นป่วนอย่างไร?

ผู้ร่วมสัมมนาเห็นว่า ควรทำงานใกล้ชิดกับสมาชิกผู้นั้น อธิบายเป้าหมายและผลลัพธ์ที่ชุมชนจะได้รับ เปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็น และนำข้อเสนอแนะมาปรับใช้ให้สอดคล้องกับบริบท เพื่อเปลี่ยนพลังเชิงลบให้เป็นพลังเชิงสร้างสรรค์



การดึงดูดสมาชิกใหม่

วิทยากร: อมก.พรณิธดา ไรจน์วรรณสินธุ์

วัตถุประสงค์ของการสัมมนา

เพื่อสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของสมาชิกใหม่ การพัฒนากลยุทธ์ในการดึงดูดสมาชิกใหม่ และการรักษาสมาชิกเดิมเพื่อความเข้มแข็งและความยั่งยืนของสโมสร

เหตุใดต้องเพิ่มสมาชิกใหม่?

การเพิ่มสมาชิกใหม่มีส่วนช่วยให้สโมสรมีความเข้มแข็ง ได้รับ

แนวคิดและมุมมองใหม่ๆ ใกล้ชิดกับชุมชนมากขึ้น และสามารถขยายโอกาสในการบำเพ็ญประโยชน์แก่ชุมชนได้อย่างกว้างขวาง ผู้ร่วมสัมมนาเห็นว่า สมาชิกใหม่ช่วยสร้างบรรยากาศที่กระตือรือร้น นำมุมมองใหม่ต่อประเด็นเดิม เพิ่มเครือข่ายความสัมพันธ์ และนำความรู้หรือวิชาชีพใหม่ๆ มาต่อยอดเป็นโครงการที่ตอบโจทย์ชุมชนได้มากขึ้น

กลุ่มเป้าหมายของสมาชิกใหม่มีอะไรบ้าง?

กลุ่มบุคคลที่สามารถพัฒนาเป็นสมาชิกใหม่ของสโมสร ได้แก่

- เพื่อนและเพื่อนที่เกษียณอายุแล้ว
- ลูกค้าและคู่ค้า
- ศิษย์เก่า
- สมาชิกโรทาแรคท์
- ผู้ร่วมกิจกรรมหรือเครือข่ายอาสาสมัครในชุมชน

กุญแจสำคัญในการดึงดูดสมาชิกใหม่มีอะไรบ้าง?

ปัจจัยหลักในการดึงดูดสมาชิกใหม่ประกอบด้วย

- บทบาทและทัศนคติของสมาชิกสโมสร
- กิจกรรมของสโมสรที่มีคุณค่าและตอบโจทย์สังคม
- ภาพลักษณ์และความเข้มแข็งของสโมสรโรตารี

เมื่อมีสมาชิกลาออกแต่ไม่มีสมาชิกเพิ่ม เราจะทำอย่างไร?

วิทยากรเสนอแนวทางรับมือเมื่อสโมสรประสบภาวะสมาชิกลดลง ดังนี้

1. สำรวจและประเมินปัญหาของสโมสร โดยตรวจสอบสุขภาพสโมสรและจัดทำแบบสำรวจการลาออก (Exit Survey)
2. จัดกิจกรรมอย่างสม่ำเสมอ โดยเปิดโอกาสให้ครอบครัว ทายาท เพื่อนร่วมงาน และชุมชนเข้าร่วม
3. มอบหมายภารกิจให้สมาชิกเดิมมีบทบาทในการแนะนำสมาชิกใหม่แบบรายบุคคล
4. ใช้เครือข่าย YE / ROTEX เป็นกลไกดึงดูดสมาชิก
5. จัดกิจกรรมสนทนาหรือเชิญวิทยากรภายนอก ซึ่งอาจพัฒนาเป็นสมาชิกมุ่งหวัง
6. เชิญผู้มุ่งหวังเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือพิธีส่งมอบโครงการ





การวิเคราะห์และแนวทางแก้ไข (Analysis and Solution)

แนวทางเชิงระบบในการเพิ่มและรักษาสมาชิก ได้แก่

1. ตรวจสอบสุขภาพสโมสรอย่างสม่ำเสมอ
2. เชิญบุคคลภายนอกเข้าร่วมกิจกรรม
3. พัฒนากิจกรรมให้มีความน่าสนใจและร่วมสมัย
4. เชิญสมาชิกมุ่งหวังเป็นผู้บรรยายหรือวิทยากร
5. จัดกิจกรรมเปิดบ้าน (Open House) เพื่อสื่อสารว่า “โรตารีคืออะไร”
6. เข้าร่วมกิจกรรมกับองค์กรและชุมชนอื่น
7. ส่งเสริมแนวคิด “สมาชิกหนึ่งคน หาสมาชิกหนึ่งคน” (Each One Brings One)
8. ให้ความสำคัญกับการรักษาสมาชิกเดิม
9. พิจารณาจัดตั้งสโมสรในเครือ (Satellite Club)

การตรวจสอบสุขภาพสโมสร: คุณภาพและปริมาณ

ผู้ร่วมสัมมนาอภิปรายว่า คุณภาพและปริมาณของสมาชิกเป็นประเด็นที่ต้องพิจารณาควบคู่กัน โดยคุณภาพควรเป็นฐานสำคัญ เนื่องจากภาพลักษณ์และแบรนด์ของโรตารีที่เข้มแข็งจะช่วยดึงดูดและคัดเลือกสมาชิกที่เหมาะสมได้

ทั้งนี้ สโมสรควรยึดหลักความโปร่งใส โดยเฉพาะด้านการเงินและการบริหารจัดการ กลับไปสู่พื้นฐานของโรตารี พร้อมเปิดรับการเปลี่ยนแปลง วางแผนกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับบริบทปัจจุบัน ตระหนักถึงความหลากหลาย ความเสมอภาค และการมีส่วนร่วม

(DEI) รวมถึงทบทวนรูปแบบการดำเนินงานให้ทันสมัยเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงและจำนวนสมาชิกที่ลดลง

ทั้งนี้ ยังต้องพิจารณาแผนกลยุทธ์, Disruption, DEI, ความเหลื่อมล้ำ ในความเท่าเทียมอาจไม่เป็นธรรมชาติ

รูปแบบ model ยังใช้ได้หรือไม่ (ความทันสมัย ความโปร่งใส)

การสร้างสมรรถให้เข้มแข็ง

วิทยากร: อผภ.ศุภรี จัตรกันยารัตน์ และ อผภ.อภิศักดิ์ จอมพงษ์



แนวคิดการสร้างสมรรถให้เข้มแข็ง

วิทยากรกล่าวว่า สมรรถโรตารีแต่ละสมรรถมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว แต่มีเป้าหมายร่วมกันคือการสร้างสมรรถให้มีความเข้มแข็ง มีชีวิตชีวา และเติบโตอย่างยั่งยืน

ผู้ร่วมสัมมนาได้แบ่งกลุ่มย่อยเพื่อหารือถึงคุณลักษณะของสมรรถที่เข้มแข็ง วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน และปัจจัยที่ทำให้สมาชิกต้องการอยู่กับสมรรถ

การวิเคราะห์กรณีจริงเพื่อเสริมแนวคิด

มีการแลกเปลี่ยนประเด็นสำคัญ ได้แก่

- สิ่งที่ทำให้สมาชิกเกิดความภาคภูมิใจในสมรรถ
- โครงการที่ทำให้สมรรถเป็นที่รู้จักและยอมรับในชุมชน
- บทบาทของผู้นำในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของสมาชิก
- แนวทางสร้างความต่อเนื่องของภาวะผู้นำในสมรรถ

แนวทางของโรตารีสากล

วิทยากรได้นำเสนอกรอบแนวคิดของโรตารีสากล ได้แก่ Impact – Reach – Engage – Adapt เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาสมรรถให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงและตอบโจทย์สังคม

การมีส่วนร่วมเพื่อสร้างสมรรถที่เข้มแข็ง

ผู้ร่วมสัมมนาได้ร่วมกันสะท้อนแนวคิด โดยเขียนแนวทางอย่างน้อยหนึ่งประเด็นที่จะนำไปปฏิบัติจริง และนำมาแลกเปลี่ยนบนบอร์ด เพื่อสะท้อนการเรียนรู้ร่วมกัน

ข้อคิดสรุป

สมรรถที่เข้มแข็งไม่ได้เกิดขึ้นโดยบังเอิญ แต่เกิดจากความเอาใจใส่ การวางแผน และการลงมือทำอย่างต่อเนื่องของสมาชิกทุกคน



ผลการระดมความคิดเห็นจากการแบ่งกลุ่ม

จุดแข็งของสโมสร

ผู้ร่วมสัมมนาระบุจุดแข็งของสโมสรโรตารี ได้แก่

- มิตรภาพและความหลากหลายของสมาชิก ทั้งด้านอาชีพ อายุ เพศ และเชื้อชาติ
- การมีกิจกรรมต่อเนื่องและหลากหลายตลอดปี
- ภาพลักษณ์ที่ดีและเป็นที่ยอมรับในชุมชน
- การรักษาสมาชิกเดิมควบคู่กับการเพิ่มสมาชิกใหม่
- วัฒนธรรมการชื่นชมและยกย่องให้เกียรติสมาชิก
- ความเข้มแข็งด้านการเงินและการบริจาคอย่างสม่ำเสมอ
- การสื่อสารภาพลักษณ์สโมสรสู่สาธารณะได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- การมีสมาชิกหลากหลายช่วงวัย ทำให้สโมสรมีความอบอุ่น คล่องตัว และมีส่วนร่วม
- การเปิดรับข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) เพื่อพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
- สมาชิกมีความสามารถเหนือระดับสโมสร
- ประชุมบอร์ดย่างสม่ำเสมอ
- ความสนุกสนาน มีมิตรภาพ ทำให้สมาชิกอยู่ยาวนาน

จุดอ่อนของสโมสร

ประเด็นจุดอ่อนที่พบจากการแลกเปลี่ยน ได้แก่

- ผลกระทบจากสภาพเศรษฐกิจและสุขภาพของสมาชิก
- สมาชิกอาวุโสไม่เปิดรับการเปลี่ยนแปลง และปรับตัวไม่ทันต่อเทคโนโลยีและยุค AI
- ช่องว่างระหว่างช่วงวัย (Generation Gap)
- การขาดกิจกรรมหรือการเข้าร่วมประชุมที่ต่ำ
- รูปแบบการประชุมไม่น่าสนใจ
- ความแตกแยกภายในสโมสร
- ปัญหาด้านการจัดเก็บค่าบำรุงและเงินบริจาค
- การขาดระบบต้อนรับและปฐมนิเทศสมาชิกใหม่
- การไม่ตรวจสอบสุขภาพสโมสรอย่างสม่ำเสมอ
- บทบาทผู้นำหรือผู้จัดการที่ยึดติดกับตำแหน่งเดิม

จุดอ่อนเหล่านี้ครอบคลุมทั้งด้านสมาชิกภาพ โครงการบริการ การบริจาค และการพัฒนาความรู้ความเข้าใจเรื่องโรตารีในระดับสโมสร ดังนี้

- สมาชิกภาพ – เข้าร่วมประชุมบ่อยเช่นเหตุผลส่วนตัวการจราจร / การลาออก / การเพิ่มสมาชิกน้อย เช่นกำหนดให้ 5 คน/หนึ่งอาชีพ ไม่รับฟังข้อคิดเห็นต่าง (generation gap)
- โครงการบริการ – สโมสรไม่มีโครงการ / ไม่เป็นเจ้าของโครงการเอง
- เงินบริจาค – ไม่มี/น้อย
- การพัฒนาบุคลากรทำงานในระดับสโมสร – ความรู้โรตารีไม่เพียงพอ

แนวทางการตรวจสอบสภาพและพัฒนาสโมสร

ภายใต้การดำเนินรายการของวิทยากร ผู้ร่วมสัมมนาได้เสนอแนวทางที่สามารถนำไปปฏิบัติจริงเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของสโมสร เช่น

- การสร้างทีมงาน (Team Building)
- การจัดปฐมนิเทศสมาชิกใหม่ (New Member Orientation)
- การจัดกิจกรรมเชิญแขกเข้าร่วมประชุมสโมสรอย่างสม่ำเสมอ
- การสร้างแรงบันดาลใจและส่งเสริมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์
- การพัฒนาการสื่อสารให้ชัดเจนและสร้างแรงบันดาลใจ (Inform and Inspire)
- การปรับปรุงรูปแบบการประชุมให้น่าสนใจ
- การส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกต่างรุ่น
- การจัดกิจกรรมเปิดบ้าน (Open House) และกิจกรรมครอบครัว
- การรักษาสมาชิกเดิมและเชิญชวนอดีตสมาชิกกลับมา
- การพัฒนาผู้นำและเตรียมความพร้อมให้สมาชิกทำงานในระดับภาค
- การส่งเสริมแนวคิด “สมาชิกหนึ่งคน ชวนสมาชิกหนึ่งคน” อย่างต่อเนื่อง
- การตรวจสอบความสนใจของสมาชิกเพื่อนำมาวางแผนกิจกรรมให้ตรงความต้องการของสโมสรและชุมชน
- แก้ไขข้อขัดแย้ง ด้วยการนำความรู้โรตารีให้ทุกคนตระหนัก ยอมรับในความหลากหลายตามวัตถุประสงค์ของโรตารี มี 4-Way Test
- เป็นตัวกลางในการเชื่อมสมาชิกทั้งรุ่นเก่าและรุ่นใหม่
- ให้อดีตผู้ว่าภาคหรือตัวแทนสโมสรที่มาร่วมสัมมนาในวันนี้ นำสาระสำคัญไปบรรยายในสโมสรหรือในการประชุมคณะกรรมการบริหารสโมสร
- คงมิตรภาพที่ดีไว้ให้ยั่งยืน
- กลับไปตรวจสอบความต้องการความสนใจของสมาชิกเพื่อวางแผนทำกิจกรรมให้ตรงกับความต้องการของสมาชิกและชุมชน
- สร้างผู้นำที่เก่งคิด พุด ทำ
- ให้สมาชิกใหม่มีส่วนร่วมมากขึ้น เช่น งานต่างๆ ให้สมาชิกใหม่ออกหน้ามากขึ้น ตัวอย่างไปงานศพให้เป็นประธานจุดธูปเทียน
- ให้ influencer ที่มีผู้ติดตามมากๆ ในเรื่องของตนเองมาร่วมโครงการโรตารีเพื่อเพิ่มการเข้าถึงของสังคมอย่างมีประสิทธิภาพรวดเร็ว
- สร้างความรักผูกพันด้วยกิจกรรมที่สมาชิกมีส่วนร่วม เช่น กิจกรรมวันเกิด ท่องเที่ยว กีฬา ครอบครัว
- ทำการตรวจสอบสภาพสโมสรตามแนวทางโรตารี

สรุปแนวคิดสำคัญ

การสร้างเสริมให้เข้มแข็งต้องอาศัยการพัฒนาคน ระบบ และกิจกรรมควบคู่กัน โดยยึดหลักมิตรภาพ ความหลากหลาย การมีส่วนร่วม และคุณค่าพื้นฐานของโรตารี เพื่อให้สโมสรเติบโตอย่างยั่งยืน



การสื่อสารภายในสโมสร

วิทยากร: อผก.ศุภรี จัตรกันยารัตน์



แนวคิดเรื่องการสื่อสารภายในสโมสร

การสื่อสารภายในสโมสรเป็นกลไกสำคัญที่เชื่อมโยงสมาชิกทุกระดับ และเป็นพื้นฐานของการสร้างความเข้าใจ ความร่วมมือ และความสามัคคีในองค์กร

รูปแบบของการสื่อสารประกอบด้วยการพูด การเขียน การใช้ภาษากาย สีหน้า ท่าทาง รวมถึงการใช้ภาพและสื่อประกอบ ซึ่งล้วนมีผลต่อการรับรู้และความเข้าใจของผู้รับสาร

ความสำคัญของการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

การสื่อสารที่ดีช่วยลดความคลาดเคลื่อนในการทำงาน ส่งเสริมความเข้าใจร่วมกัน และสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการมีส่วนร่วมของสมาชิก ทั้งยังช่วยเสริมสร้างความผูกพัน ความไว้วางใจ และภาพลักษณ์ที่ดีของสโมสร

การสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่าง

วิทยากรเสนอว่า การสื่อสารในสโมสรควรปรับให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่

- **สมาชิกภายในสโมสร:** ใช้หลัก DEI (ความหลากหลาย ความเสมอภาค และการมีส่วนร่วม) เพื่อให้ทุกคนรู้สึกมีคุณค่า
- **สมาชิกใหม่:** ใช้กระบวนการปฐมนิเทศเพื่อสร้างความเข้าใจในบทบาทและคุณค่าของโรตารี
- **บุคคลภายนอก:** สื่อสารผ่านภาพลักษณ์และแบรนด์ของสโมสร เพื่อสร้างการรับรู้และความน่าเชื่อถือ

การสื่อสารในรูปแบบของโรตารี

การสื่อสารแบบโรตารีสามารถจำแนกตามกลุ่มเป้าหมายได้ดังนี้

- **คนในสโมสร:** ใช้การเล่าเรื่อง (Storytelling) เพื่อถ่ายทอดคุณค่า ประสบการณ์ และแรงบันดาลใจ
- **สมาชิกใหม่:** ใช้ *Rotary Moment* เพื่อสร้างความเข้าใจและความผูกพันตั้งแต่เริ่มต้น
- **บุคคลภายนอก:** ใช้บทบาทของ *Brand Ambassador* เพื่อสื่อสารภาพลักษณ์ที่ดีของสโมสรสู่สาธารณะ

แบรนด์ของสโมสร (Club Branding)

แบรนด์ของสโมสรหมายถึงมุมมองและความรู้สึกที่บุคคลภายนอกมีต่อสโมสร ซึ่งเกิดจากพฤติกรรม การสื่อสาร และการดำเนินกิจกรรมของสมาชิกทุกคน

การฟังเพื่อสร้างความเข้าใจ

วิทยากรเน้นย้ำว่า โดยทั่วไปผู้คนมักฟังเพื่อโต้ตอบมากกว่าฟังเพื่อเข้าใจ จึงควรทบทวนว่าการสื่อสารของสโมสรอยู่ในระดับใด โดยสามารถพิจารณาตามลำดับขั้นดังนี้

- ได้ยินแต่ไม่ได้ฟัง → ต้องเสริม Attention
- ได้ฟังแต่ไม่เข้าใจ → ต้องเพิ่ม Participation
- เข้าใจแต่ยังไม่ลึกซึ้ง → ต้องสร้าง Engagement
- เข้าใจอย่างลึกซึ้งแต่ยังทำไม่ได้ → ต้องมี Training
- ทำได้แต่ยังถดถอยไม่ได้ → ต้องพัฒนา Facilitation

สรุปแนวคิดสำคัญ

การสื่อสารภายในสโมสรที่มีประสิทธิภาพ ต้องเริ่มจากการฟังอย่างเข้าใจ ปรับรูปแบบการสื่อสารให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และพัฒนาทักษะการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างการมีส่วนร่วม ความเข้มแข็ง และภาพลักษณ์ที่ดีของสโมสรโรตารี



การเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง

วิทยากร: อผภ.สมภพ อธิระสานต์



เหตุผลและความจำเป็นของการเปลี่ยนแปลงคืออะไร?

วิทยากรเน้นย้ำว่า โรตารีจำเป็นต้องปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก เพื่อพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น ทันท่วงทีทางสังคม และสามารถดึงดูดสมาชิกใหม่ได้ ทั้งนี้ ประเด็นสำคัญที่ผลักดันการเปลี่ยนแปลงคือวิกฤติด้านสมาชิกภาพ และความคาดหวังของสังคมยุคใหม่ที่ต้องการโครงการบำเพ็ญประโยชน์ที่วัดผลได้และยั่งยืน เพื่อให้โรตารียังคงมีความเกี่ยวข้องกับสังคม

บทบาทผู้นำกับการเปลี่ยนแปลง

โรตารีจำเป็นต้องปรับบทบาทจากการเป็น “ผู้นำพิทักษ์ประเพณี” ไปสู่การเป็น “ผู้นำด้านนวัตกรรม” โดยมีประเด็นสำคัญดังนี้

1. การเปลี่ยนแปลงด้านความยืดหยุ่น (Flexibility)

ผู้นำการเปลี่ยนแปลงต้องกล้าทบทวนและลดการยึดติดกับกฎระเบียบหรือธรรมเนียมที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการบำเพ็ญประโยชน์ พร้อมเปิดพื้นที่ให้เกิดแนวทางการทำงานที่ยืดหยุ่นมากขึ้น

2. การเปลี่ยนแปลงด้านผลกระทบ (Impact)

การดำเนินงานควรเปลี่ยนจากการเน้นกิจกรรมไปสู่การเน้นผลลัพธ์ที่สร้างผลกระทบเชิงบวกและสามารถวัดผลได้ รวมถึงการวางแผนโครงการที่คำนึงถึงคนรุ่นอนาคต เช่น การเตรียมรับมือผลกระทบจากเทคโนโลยีและ AI

วิทยากรเสนอให้ใช้ Rotary Club Central เป็นเครื่องมือในการวางแผน ประเมินผล และติดตามความก้าวหน้าของโครงการ

3. การเปลี่ยนแปลงด้านการเปิดรับ (Inclusion)

การลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็น และการเปิดรับความหลากหลาย จะช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วมและลดอุปสรรคในการทำงานขององค์กรอาสาสมัคร

โรตารีคืออะไร?

วิทยากรอธิบายว่า โรตารีประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่

1. Join Leaders การรวมตัวของผู้นำและผู้ประสบความสำเร็จจากหลากหลายสาขา
2. Exchange Ideas การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ซึ่งเกิดขึ้นผ่านการพบปะและการประชุม
3. Take Action การลงมือทำโครงการบำเพ็ญประโยชน์ที่ตอบสนองความต้องการของชุมชนและมีความยั่งยืน

ความหลากหลายของสมาชิกถือเป็นจุดแข็งที่ช่วยเสริมพลังในการทำงานร่วมกัน

แนวคิด 3G สำหรับผู้นำ

- Go: กล้าที่จะก้าวออกจากกรอบเดิมและยอมรับการเปลี่ยนแปลง
- Get: รับฟังความคิดเห็นและความต้องการจากทุกฝ่าย เพื่อนำมาปรับปรุงพัฒนา โดยอาจใช้กระบวนการแลกเปลี่ยน เช่น การจัด Focus Group
- Growth: มุ่งสู่การเติบโตทั้งในเชิงจำนวนสมาชิกและคุณภาพของการบำเพ็ญประโยชน์

กระบวนการเปลี่ยนแปลงของโรตารีมีอะไรบ้าง?

ผู้ร่วมสัมมนาเห็นว่า การเปลี่ยนแปลงควรดำเนินการอย่างเป็นระบบตาม 5 ขั้นตอน ได้แก่

1. **ประเมิน** วิเคราะห์สิ่งที่จำเป็นต้องเปลี่ยนแปลง
2. **ออกแบบ** กลยุทธ์และแนวทางในการเปลี่ยนแปลง
3. **วางแผน** กำหนดแผนงานและเป้าหมาย
4. **ลงมือทำ** ดำเนินการตามแผนอย่างเป็นรูปธรรม
5. **สานต่อ** ติดตามผลเพื่อความยั่งยืน

วิทยากรชี้ว่า หากนำกระบวนการนี้ไปใช้กับทุกโครงการ รวมถึงการรับสมาชิกใหม่ จะช่วยสร้าง engagement ให้เกิดขึ้นทันที

เหตุใดโรตารีสากลจึงแนะนำกระบวนการ 5 ขั้นตอน?

เนื่องจากองค์กรอาสาสมัครไม่สามารถบังคับสมาชิกได้ การเปลี่ยนแปลงจึงต้องอาศัยการสะท้อนความคิดเห็น (Reflection) และดำเนินการอย่างค่อยเป็นค่อยไป เพื่อลดความเสียหายและสร้างการยอมรับในวงกว้าง

ถ้าสโมสรได้อยู่แล้วทั้งปริมาณและคุณภาพ จะต้องเปลี่ยนแปลงอะไรหรือไม่?

ผู้ร่วมสัมมนาแลกเปลี่ยนว่า แม้สโมสรจะมีสมาชิกและคุณภาพดีอยู่แล้ว ก็ยังจำเป็นต้องทบทวนและปรับตัว เพราะสิ่งที่เคยดีอาจไม่ตอบโจทย์ปัจจุบัน การสื่อสารเหตุผลและการค่อยๆ สร้างความเข้าใจ จะช่วยให้ผู้ที่เห็นต่างกลายเป็นผู้สนับสนุนการเปลี่ยนแปลงในระยะยาว

บางเรื่องจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลง มิเช่นนั้นจะผิดหรือทำให้เกิดความเสียหาย จะทำอย่างไร?

ผู้ร่วมสัมมนาเห็นว่า: ถ้าเราเอาสิ่งที่ได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ในวันนี้ไปใช้ในสโมสร ก็คือการเปลี่ยนแปลงแล้ว เราต้องประเมินจุดด้อย และจะรู้ทันทีว่าต้องเปลี่ยนแปลงอะไรบ้าง

การเปลี่ยนแปลงทุกอย่างจะหาผู้ที่เห็นชอบด้วย 100% นั้น เป็นไปได้ยาก แต่จะทำอย่างไร?

การเปลี่ยนแปลงอาจไม่สามารถได้รับความเห็นชอบ 100% แนวทางที่เสนอ ได้แก่ การทดลองดำเนินการในวงจำกัด การอธิบายเหตุผลและเป้าหมายอย่างชัดเจน และการใช้กลไกของโรตารี เช่น กระบวนการเสนอความคิดเห็นต่อโรตารีสากล ซึ่งเปิดโอกาสให้สมาชิกมีสิทธิมีเสียงอย่างเป็นระบบ

บทบาทผู้นำในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงเป็นอย่างไร?

การเปลี่ยนแปลงในสโมสรต้องเริ่มจากผู้นำ โดยนำเสนอแนวคิดต่อคณะกรรมการบริหาร เมื่อได้รับการสนับสนุนในระดับหนึ่งแล้ว จึงขยายผลสู่ที่ประชุมสโมสร ความสัมพันธ์อันดีและความใกล้ชิดระหว่างผู้นำกับสมาชิกจะช่วยให้การเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นได้ง่ายขึ้น



ถ้าอยากเปลี่ยนแปลงแต่คนส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วย จะทำอย่างไร?

วิทยากรชี้แจงว่า: สมานิติบัญญัติของโรตารีเป็นส่วนหนึ่งของโรตารีที่ใช้เพื่อทำการเปลี่ยนแปลง โดยโรตารีเรียนทุกคนมีสิทธิเสนอผ่านสโมสร แต่ก็ต้องมีคนไม่เห็นด้วย เรามีสิทธิที่จะยืนต่อโรตารีสากลได้ว่าเราชอบอะไร ไม่ชอบอะไร อยากทำอะไร อยากแก้ไขอะไร ทุก 3 ปี จะมีการประเมินผลร่วมกัน เป็นการแสดงความเห็นอย่างมีคุณภาพ มีสิทธิมีเสียงจึงขอให้ผู้ร่วมสัมมนาหาความรู้เกี่ยวกับสมานิติบัญญัติ

สาระสำคัญของการเปลี่ยนแปลงในสโมสร

การเปลี่ยนแปลงไม่ใช่การสั่งการ แต่เป็นการระดมความคิดเห็นเพื่อค้นหาปัญหาและแนวทางที่เหมาะสมกับบริบทของสโมสร โดยใช้กระบวนการ 5 ขั้นตอนเป็นกรอบดำเนินงาน

หัวใจสำคัญไม่ใช่เพียงจำนวนหรือคุณภาพของสมาชิก แต่คือ “ความเข้าใจ” ว่าโรตารีคืออะไร ทำเพื่อใคร และทำไปเพื่ออะไร ซึ่งต้องอาศัยทักษะการสื่อสารที่ชัดเจนและสร้างสรรค์



เรื่องเล่าการเปลี่ยนแปลงของโรตารี

วิทยากรยกตัวอย่างการเปลี่ยนแปลงของโรตารีสากล เช่น การปรับโครงสร้างคณะกรรมการจาก 4 แนวทาง เป็น 5 ฝ่าย และการเปลี่ยนจาก Matching Grant สู่ Future Vision Plan ซึ่งล้วนเป็นการเปลี่ยนแปลงที่เริ่มจากการทดลองและประเมินผล

แต่การเปลี่ยนแปลงที่เราได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้กันในขณะนี้ เราไม่สามารถเข้าไปที่สโมสรและบอกว่าต้องการจะเปลี่ยนแปลงเรื่องนั้นเรื่องนี้ได้ แต่เราจะต้องมีการระดมสมองก่อนว่า สโมสรของเรามีปัญหาอะไรบ้างและเราต้องการจะเปลี่ยนแปลงอะไร อย่างไร เช่น ปัจจุบันมีสมาชิก 10 คนเราจะทำให้สโมสรของเรามีสมาชิก 15 คนได้อย่างไร เราต้องเปลี่ยนแปลงสโมสรอย่างไร เมื่อเราระดมความคิดเห็นออกมาได้แล้วจึงทำตาม 5 ขั้นตอนข้างต้น

ดังนั้น การที่เราพูดถึงปริมาณและคุณภาพอาจจะไม่ถูกต้อง แต่ควรจะเป็น "ความเข้าใจ" ถ้าสมาชิกเข้าใจว่าโรตารีคืออะไร ทำอะไร ทำเพื่อใคร ก็จะไม่มีปัญหาการสร้าง ความเข้าใจจึงเป็นเรื่องสำคัญ

ความสามารถในการสื่อสารหรือแปลงสารเป็นเรื่องสำคัญสำหรับโรตารีในทุกระดับ

การเปลี่ยนแปลงที่พบคือ

- การเปลี่ยนแปลงอยู่ในระดับของ constitutional ในระดับองค์กรภาพใหญ่คือโรตารีสากล
- การเปลี่ยนแปลงในเชิงกิจกรรมที่เกิดภายในสโมสรเป็นรูปแบบการจัดการของสโมสร

เมื่อเราพูดว่าจะมีการเปลี่ยนแปลง จะต้องดูวิธีการที่มีความแตกต่างกัน ซึ่งในบางครั้ง ผู้นำได้สื่อสารสิ่งที่ต้องการมีการเปลี่ยนแปลงในระดับ RI มาถ่ายทอดพร้อมความเห็นส่วนตัวในเชิงลบพร้อมความคิดเห็นส่วนตัว ทำให้ข้อมูลแพร่กระจายออกไปในทางลบ แต่เข้าใจได้ว่าผู้นำสโมสรหรือผู้นำภาคเป็นมนุษย์เหมือนกันกับเรา ความสามารถในการสื่อสารเป็นเรื่องสำคัญ ต้องสื่อสารเป็นเชิงบวกเพื่อสร้างความเข้าใจ

ในเรื่องของการสร้างความเข้าใจ เช่น การรับสมัครใหม่ก็ไม่จำเป็นต้องรีบเร่ง ควรจะพิจารณาให้ดี การสร้างความเข้าใจเป็นทักษะและความสามารถในการสื่อสารที่จะดึงดูดคนเข้ามาในโรตารี บางครั้ง ต้องคิดถึงเรื่องค วอลลิตีด้วยในมิติที่เรามีความรีบเร่งในการเพิ่มสมาชิกจะต้องคิดให้รอบคอบ

สรุปแนวคิด

การเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงในโรตารีต้องอาศัยความกล้าในการปรับตัว ความสามารถในการสื่อสาร และการสร้างความเข้าใจร่วมกัน หากไม่หยุดนิ่งและเปิดรับการเปลี่ยนแปลง โรตารีจะสามารถก้าวต่อไปได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

“การเป็นอนุรักษนิยมไม่ได้แย่เสมอไป คนรุ่นใหม่ไม่ได้อยู่ที่อายุ แต่คนรุ่นใหม่คือคนที่ตามโลกปัจจุบันได้ทัน” – ชำนาญ จันทร์เรือง



เราคือผู้นำ

วิทยากร: อผก.ชำนาญ จันทร์เรือง



วิทยากรเริ่มต้นด้วยการเน้นย้ำว่า ทุกคนล้วนเป็นผู้นำ ไม่ว่าจะเป็นผู้นำของงานที่ได้รับมอบหมาย ผู้นำของทีมงาน ลูกค้า ครอบครัว หรือแม้แต่การเป็นผู้นำของตนเอง บทบาทความเป็นผู้นำจึงไม่จำกัดอยู่เฉพาะตำแหน่ง แต่แฝงอยู่ในชีวิตประจำวันของทุกคน

ในมุมมองเรื่องความเป็นผู้นำ วิทยากรกล่าวถึงความเชื่อที่ว่าผู้นำเกิดจากพรสวรรค์เป็นหลัก ความเป็นผู้นำส่วนใหญ่สามารถพัฒนาได้จากการเรียนรู้และการฝึกฝน โดยเฉพาะเมื่อได้รับบทบาทสำคัญ เช่น นายกลโมสร ซึ่งช่วยเสริมทักษะการสื่อสารและความมั่นใจในการแสดงออก

วิทยากรยังกล่าวถึงความหลากหลายของผู้นำ ทั้งในด้านบุคลิกภาพ บทบาท และรูปแบบการนำ อาทิ ผู้นำที่สุภาพ ยึดหลักการ และกฎระเบียบ ผู้นำที่ให้ความอบอุ่นและความมั่นใจ ผู้นำที่เป็นผู้ฟังที่ดี รวมถึงผู้นำที่มีทฤษฎีสูงและไม่เปิดรับความคิดเห็นของผู้อื่น ทั้งนี้ ในบริบทของโรตารี เมื่อผู้นำระดับภาคพ้นจากตำแหน่ง บทบาทจะเปลี่ยนเป็นที่ปรึกษา โดยการรับฟังหรือปฏิบัติตามคำแนะนำเป็นสิทธิ์ของผู้นำในปัจจุบัน

ผู้นำที่ดีควรมีวิสัยทัศน์ สามารถสร้างแรงบันดาลใจและความตื่นตัวให้ผู้อื่น ใช้พลังงานในการทำทนายรูปแบบการทำงานเดิม กล้าเป็นตัวอย่างในการลงมือทำ รวมถึงสามารถออกแบบและทดลองแนวทางใหม่ ๆ ได้อย่างสร้างสรรค์ เนื่องจากการหยุดนิ่งเท่ากับการถอยหลัง ความปรารถนาที่จะพัฒนาให้ดีขึ้นจึงเป็นคุณลักษณะสำคัญของผู้นำ

วิทยากรได้ให้ข้อคิดเกี่ยวกับความแตกต่างระหว่าง “ผู้จัดการ” และ “ผู้นำในองค์กรบำเพ็ญประโยชน์” โดยสรุปได้ดังนี้

ผู้จัดการ
มุ่งเน้นประสิทธิภาพ ใช้ระบบควบคุมการทำงาน ตั้งคำถามว่า “อย่างไร” และ “เมื่อใด” ยอมรับสภาพปัจจุบัน ใช้อำนาจตามตำแหน่ง และปฏิบัติงานภายใต้กฎระเบียบขององค์กร

ผู้นำในองค์กรบำเพ็ญประโยชน์

มองระยะยาว สร้างทิศทางร่วมกันบนพื้นฐานของความไว้วางใจ ตั้งคำถามว่า “อะไร” และ “ทำไม” มุ่งเน้นอนาคต พัฒนาศักยภาพ และกลยุทธ์ เปิดรับการเปลี่ยนแปลง คิดนอกกรอบและทำงานโดยคำนึงถึงผลลัพธ์ที่ยั่งยืนในระยะยาว



สรุปสาระสำคัญ

ความเป็นผู้นำในบริบทของโรตารีไม่ใช่เรื่องของตำแหน่งหรืออำนาจ แต่คือความสามารถในการสร้างแรงบันดาลใจ พัฒนตนเอง และผู้อื่น พร้อมขับเคลื่อนองค์กรบำเพ็ญประโยชน์ไปสู่อนาคตอย่างมั่นคงและยั่งยืน



กลยุทธ์การเป็นผู้นำที่มีประสิทธิผล

วิทยากร: อผภ.สมภพ อีระสานต์

ผู้นำที่มีประสิทธิผลเป็นอย่างไร?

จากการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของผู้ร่วมสัมมนา ผู้นำที่เก่งควรมีคุณลักษณะสำคัญ ได้แก่ มีความกล้าแสดงออก รับฟังความคิดเห็น และมีความรับผิดชอบ สามารถสร้างแรงจูงใจ โน้มน้าวผู้อื่นได้อย่างเหมาะสม สื่อสารได้ดี มีการวางแผนงานที่ชัดเจน ประเมินความเสี่ยงเป็น และเข้าใจความเป็นมนุษย์ วิทยากรเน้นว่า ความเป็นผู้นำไม่ใช่การทำงานเพียงลำพัง แต่คือการทำงานสำเร็จผ่านการมีส่วนร่วมของผู้อื่น ผู้นำจึงต้องสร้างบรรยากาศที่ทำให้สมาชิกเห็นคุณค่าในตนเอง และรับรู้ว่าการหรือกิจกรรมที่ทำงานมีความหมาย อีกบทบาทสำคัญของผู้นำ คือความสามารถในการแปลงวิสัยทัศน์ระดับโลกของโรตารีสากลให้สอดคล้องและนำไปใช้ได้จริงในระดับท้องถิ่นหรือระดับสโมสร



แนวคิดการเป็นผู้นำ

วิทยากรได้สรุปกลยุทธ์การเป็นผู้นำที่มีประสิทธิผลไว้ 3 ประการ ได้แก่

1. **การนำด้วยเป้าหมายและผลกระทบ**
มุ่งเน้นผลลัพธ์และผลกระทบที่ชัดเจน มากกว่าการจัดกิจกรรมเพียงเพื่อให้เกิดกิจกรรม
2. **การนำด้วยการมอบอำนาจและความยืดหยุ่น**
เปิดโอกาสให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ พร้อมพัฒนาทักษะผ่านการอบรม กำหนดผลลัพธ์ที่คาดหวังให้ชัดเจน เข้าใจศักยภาพของแต่ละบุคคล และสื่อสารให้ทุกฝ่ายมีภาพเป้าหมายร่วมกัน
3. **การนำด้วยจิตสำนึกแห่งการเติบโตและนวัตกรรม**
สร้างวัฒนธรรมที่กล้าลอง กล้าปรับเปลี่ยน และเป็นผู้นำที่ยอมรับความหลากหลาย



การจัดการความแตกต่างและการสร้างบรรยากาศ

ผู้ร่วมสัมมนาเห็นตรงกันว่า แม้จะพูดถึงความแตกต่างอยู่เสมอ แต่การนำไปปฏิบัติจริงยังเป็นความท้าทาย ผู้นำจึงต้องมี Integrity ควบคู่กับความเมตตา และเปิดใจเรียนรู้ความแตกต่างไม่ยึดตนเองเป็นศูนย์กลาง

การสร้างบรรยากาศที่ดีถือเป็นหัวใจสำคัญ โดยใช้เทคนิค **facilitation** ตั้งคำถามอย่างต่อเนื่องเพื่อเปิดพื้นที่ให้เกิดการมีส่วนร่วม ผู้นำต้อง “ฟังเป็น” เข้าใจความแตกต่างและมีความอดทน



การรับมือกับผู้นำที่ไม่เปิดรับความคิดเห็น

จากการแลกเปลี่ยน ผู้ร่วมสัมมนาเสนอว่าควรเริ่มจากการยอมรับในตัวผู้นำผู้นั้น และสร้างการยอมรับซึ่งกันและกัน ใช้มิติรูปภาพเป็นพื้นฐาน ใช้การสะท้อนผลลัพธ์ (reflection) หากผลลัพธ์ดีให้สนับสนุน หากยังไม่ดีให้เก็บข้อมูลเพิ่มเติม เข้าใจภูมิหลังของบุคคล ใช้จุดเด่นของเขาเป็นตัวนำและค่อยๆ สื่อสารประเด็นที่ต้องการเปลี่ยนแปลง

การสร้าง Inclusion

การสร้างความร่วมมืออย่างแท้จริงต้องเริ่มจาก **ความเสมอภาค** เมื่อทุกคนรู้สึกว่ามีคุณค่าและได้รับโอกาสอย่างเท่าเทียม ผู้นำจะสามารถขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน

ข้อสรุป

ผู้นำที่มีประสิทธิผลคือผู้ที่สามารถออกแบบอนาคตให้โรตารี สร้างความหวัง เปิดพื้นที่ให้เกิดการมีส่วนร่วม และนำพาการเปลี่ยนแปลงไปสู่ผลลัพธ์ที่มีคุณค่าแก่สังคมอย่างแท้จริง

มูลนิธิของเรา

วิทยาการ: อผภ.อภิศักดิ์ จอมพงษ์



บทบาทและความหมายของมูลนิธิโรตารี

จากการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ผู้ร่วมสัมมนา เปรียบมูลนิธิโรตารีเสมือน “กระทรวงการคลัง” หรือ “คลังแสง” ของโรตารี ขณะที่วิทยากรได้อธิบายภาพรวมให้เห็นความเชื่อมโยงอย่างชัดเจนว่า หากเปรียบโรตารีเป็นรถ มูลนิธิโรตารีคือเครื่องยนต์ และการบริจาคคือเชื้อเพลิงที่ทำให้เครื่องยนต์ขับเคลื่อนไปสู่เป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ เมื่อก้าวถึงมูลนิธิโรตารี ผู้ร่วมสัมมนามักนึกถึง

การบริจาค กองทุนประจำปี (Annual Fund) ทุนสนับสนุนในรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ Global Grant, District Grant และ Partner รวมถึงระบบการตรวจสอบที่โปร่งใส

การแลกเปลี่ยนเกี่ยวกับผลกระทบและบทบาทของสโมสร

จากการระดมความคิดเห็นในกลุ่ม ได้สะท้อนบทบาทของมูลนิธิโรตารีในประเด็นสำคัญดังนี้

โพลิโอพลัส

ประเทศไทยปลอดโรคโพลิโอแล้ว บทบาทของสโมสรจึงควรเน้นการเล่าเรื่อง (Storytelling) เพื่อสร้างความเข้าใจถึงความสำเร็จของโครงการ และบทบาทความเป็นผู้นำของโรตารีในระดับโลก ทั้งนี้ ยังพบว่าสโมสรบางแห่งขาดความเข้าใจเรื่องการบริจาคในระดับสโมสร จึงจำเป็นต้องสื่อสารและโน้มน้าวให้เห็นว่า โครงการโพลิโอใกล้บรรลุเป้าหมาย และโรตารีไม่ควรพลาดการมีส่วนร่วมในความสำเร็จครั้งประวัติศาสตร์นี้

ทุนสนับสนุนระดับโลก (Global Grant)

สโมสรสามารถเขียนโครงการด้วยตนเอง ใช้เงินจัดสรรของภาค (DDF) ไปสนับสนุนโครงการได้ทั่วโลก โดยก่อนดำเนินโครงการจำเป็นต้องมีการบริจาคเพื่อให้เกิด DDF แนวคิดสำคัญคือการนำทรัพยากรจากทั่วโลกมาสร้างการเปลี่ยนแปลงในระดับท้องถิ่น (Global to Local)

ทุนสนับสนุนระดับภาค (District Grant)

สามารถดำเนินโครงการขนาดเล็กด้วยงบประมาณประมาณ 500 เหรียญ เช่น การจัดอบรมหรือเวิร์กช็อปให้เยาวชนระดับมัธยมศึกษาในประเด็นไม่ก่อมลพิษและภาวะโลกร้อน ซึ่งสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อความตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อม ทุนสนับสนุนระดับภาคสามารถยื่นขอได้ตลอดทั้งปี แต่ยื่นได้เพียงครั้งเดียว ทั้งนี้ ภาค 3360 ใช้ DDF สนับสนุน Global Grant เป็นลำดับแรก และหากยังมี DDF เหลือจึงนำมาดำเนินโครงการ District Grant

ทุนสันติภาพโรตารี (Rotary Peace Fellowship)

เปิดรับสมัครทั้งในระดับปริญญาโทและหลักสูตรประกาศนียบัตรระยะเวลา 3 เดือน โดยต้องยื่นใบสมัครภายในวันที่ 15 พฤษภาคม ปัจจุบันไม่มีศูนย์สันติภาพโรตารีที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยแล้ว หลังจากมูลนิธิโรตารียุติการสนับสนุนในปี 2023–2024

การบริจาคให้มูลนิธิโรตารี

การบริจาคเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความยั่งยืน อาทิ การบริจาคเข้ากองทุนถาวร (Endowment Fund) เพื่ออนาคต การบริจาคแบบ Major Gift ซึ่งเป็นการบริจาคครั้งเดียว 10,000 เหรียญ และ Major Donor ซึ่งเป็นการบริจาคสะสมจนถึงจำนวนดังกล่าว

ข้อสรุป

วิทยากรได้กล่าวสรุปและสร้างแรงบันดาลใจว่า มูลนิธิโรตารีมีใช่เพียงแหล่งเงินทุน แต่เป็นพลังที่แปลงความเมตตากรุณาไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่ยั่งยืน วัดผลได้ และน่าเชื่อถือ ซึ่งเกิดจากความร่วมมือของโรตารีเรียนทั่วโลก



ภาพลักษณ์และแบรนด์ของโรตารี วิทยากร: อผภ.ศุภรี จัตรกันยารัตน์



ความหมายของภาพลักษณ์โรตารี

ภาพลักษณ์ของโรตารีคือสิ่งที่คนอื่น **คิดถึงเราอย่างถูกต้องและดี** ในทุกสิ่งที่เราทำ ผลลัพธ์สุดท้ายที่ต้องการคือ

- ได้สมาชิกใหม่
- ได้อาสาสมัครและผู้ร่วมบริจาค
- ได้ทำความดีที่ยั่งยืน (Doing Good in the World)

การเปลี่ยนแปลงที่ยั่งยืนไม่ได้เกิดเฉพาะกับสังคมหรือสโมสร แต่รวมถึง **การเปลี่ยนแปลงในตัวของเราเอง**

การรับรู้ของสาธารณชน

การรับรู้ของสาธารณชนเป็นสิ่งสำคัญ ภาพลักษณ์และแบรนด์ของโรตารีสะท้อนผ่าน Voice and Visual Guide และความเข้าใจในแนวคิดหลักการของเรา

- โรตารีไม่ใช่ป้ายชื่อ ตำแหน่ง หรือเงินบริจาค แต่คือ **แนวคิดและหลักการในการทำงาน**
- Integrity (คุณธรรม, ความซื่อตรง, ซื่อสัตย์, โปร่งใส, จริยธรรม) คือแกนกลางของแบรนด์

อย่างไรก็ตาม ภาพลักษณ์สาธารณะเกิดจาก **สิ่งที่ผู้คนคิดถึงเรา** ไม่ใช่สิ่งที่เรากำหนดเอง

- ผู้คนนิยมคิดว่าโรตารีต้องรวย ต้องบริจาค ต้องได้รับเชิญ ฯลฯ ซึ่งบางครั้งอาจถูกบ้างหรือผิดบ้าง
- การทำโครงการซ้ำเดิมทุกปีไม่จำเป็นต้องส่งเสริมภาพลักษณ์เสมอไป

ช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้

มีช่องว่าง (Perception Gap) ระหว่าง **สิ่งที่ผู้คนคาดหวัง** กับ **สิ่งที่พวกเขารับรู้จริง** การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต้องอาศัยการสื่อสาร การกระทำ และตัวอย่างที่สอดคล้องกับค่านิยมของเรา

การสร้างแบรนด์แอมบาสเดอร์

การเลือกบุคคลเป็นแบรนด์แอมบาสเดอร์ควรพิจารณาอย่างรอบคอบ

1. หากบุคคลนั้นมีปัญหา ภาพลักษณ์ของโรตารีอาจเสียหายได้
2. หากคนในพื้นที่ไม่เชื่อถือสโมสรหรือสมาชิก คนๆ นั้นก็ไม่สามารถช่วยเป็นแบรนด์แอมบาสเดอร์ได้
3. คนที่พูดดีเกี่ยวกับสโมสรและสมาชิก **มีผลมากกว่า influencer**

4. การสร้างแบรนด์ต้องทำเป็น ก้าวเล็กๆ ไปเรื่อยๆ



สรุปแนวทาง

1. ทำตัวเองให้เป็น **แบรนด์โรตารี**
2. กลับไปท้าทายตัวเองและดึงพลังของตัวเองออกมา
3. ทำอย่างต่อเนื่องและอดทน ไม่ต้องรีบหาว่าใครจะเป็นแบรนด์แอมบาสเดอร์

สาระสำคัญ

ภาพลักษณ์ของโรตารีเกิดจาก **การปฏิบัติจริง ความสม่ำเสมอ และค่านิยมของเรา** ไม่ใช่เพียงการโฆษณาหรือการเลือกบุคคลให้เป็นตัวแทน



การเป็นวิทยากรการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ
วิทยากร: อผภ.สมภพ อีระสานต์



ความคาดหวังของผู้ร่วมสัมมนา

- เข้าใจปัญหาและบริบทของแต่ละภาค
- ต้องการเลือกเรียนรู้เฉพาะสิ่งที่ตนสนใจ
- ผู้ใหญ่ชอบการเรียนรู้ด้วยตนเอง แต่ต้องมี **วิทยากรชี้แนะ** แนวทาง

การเรียนรู้แบบอบรม vs กระบวนการเรียนรู้

การอบรม (Training)	การจัดกระบวนการเรียนรู้ (Facilitation)
สื่อสารทางเดียว	สื่อสารสองทาง
ให้ความรู้	ดึงเอาประสบการณ์และความคิดเห็นผู้ร่วมสัมมนาแลกเปลี่ยน
ผู้เรียนเป็นผู้รับ	ผู้เรียนมีส่วนร่วม

การสร้างบรรยากาศการเรียนรู้

- กำหนดทิศทางชี้แนะอย่างชัดเจน
- ใช้ประสบการณ์สร้างปฏิสัมพันธ์
- ใช้ **คำถามทรงพลัง** เพื่อกระตุ้นการเรียนรู้
- มีคำถามหลายแบบ:
 - คำถามทั่วไป / ตัวเลือกจำกัด
 - คำถามละลายพฤติกรรม

การตั้งคำถาม (Questioning)

- **คำถามปลายเปิด:** ใช้เมื่อต้องการความคิดเห็นหลากหลาย
- **คำถามปลายปิด:** ใช้เมื่อต้องการคำตอบเฉพาะแนวทาง

ประเภทคำถาม	ปลายเปิด	ปลายปิด
ใครตอบคำถามนี้ได้บ้าง		✓
คุณมีข้อมูลมากแค่ไหน		✓

คำถามว่าอย่างไร	✓	✓
ทราบได้อย่างไรว่าทำถูกต้อง	✓	

ทักษะหลักของวิทยากรกระบวนการ

1. การตั้งคำถามทรงพลัง
2. การฟังอย่างลึกซึ้ง – ฟังพร้อมสังเกต ภาษากายและบริบท

เทคนิคการเป็นวิทยากรกระบวนการ

- เดินเคลื่อนไหวย่างเหมาะสม (เหมือนกรรมการฟุตบอล: เดินเคียง ไม่หันหลัง)
- ใช้โทนเสียงและจังหวะการพูดที่หลากหลาย
- เตรียมตัวอย่างดี: พูด 1 ชั่วโมง เตรียมตัวประมาณ 8 ชั่วโมง
- วางแผนสไลด์: จำนวนสไลด์ เวลาแต่ละสไลด์
- ใช้ Parking Lot สำหรับคำถามที่ไม่ตอบทันที
- จัดการผู้พูดมาก: เคลื่อนไหวเข้าใกล้ ขอบคุณ และปรับสถานการณ์

เทคนิคการถามและจัดการคำตอบ

- โยนคำถามก่อนแล้วเรียกชื่อ → ทุกคนคิดคำตอบ
- เรียกชื่อก่อนแล้วถามคำถาม → คนถูกเรียกอาจกังวล
- ไม่ทำให้ผู้เรียนอับอาย ถ้าตอบไม่ได้ใช้คำถามนำหรือบอกว่าจะกลับมาพูด
- ไม่ควรชมผู้ตอบโดยตรง → เพื่อความเป็นกลาง
- ใช้ ความเงียบ เป็นเวลาคิด (นับ 1-7)

การวางแผนและออกแบบการเรียนรู้

- ต้องมีสไลด์และสื่อการสอนสำหรับเนื้อหาวิชาการ
- วางแผนเวลาและวัตถุประสงค์ให้ชัดเจน
- การออกแบบกระบวนการทำให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมและน่าสนใจ

สาระสำคัญ:

การเป็นวิทยากรที่มีประสิทธิภาพคือการ **ชี้แนะแนวทาง** ดึงเอาประสบการณ์ผู้เรียน และสร้างบรรยากาศให้ผู้เรียนอยากมีส่วนร่วม ไม่ใช่แค่การบรรยายหรือให้ความรู้เพียงอย่างเดียว

Parking Lot: โรทาแรคท์และสมาชิกภาพ

คำถาม: เหตุใดจึงมีการยกระดับโรทาแรคท์ขึ้นมาเป็นสมาชิกโรตารี?

คำตอบ:

- โรตารีมีการพัฒนาและขยายตัวมาตลอด แต่มีจุดอืดในตัวในบางพื้นที่
- การดึงโรทาแรคท์ขึ้นมาเป็นสมาชิกถือเป็น Creative Competitive
- เกี่ยวข้องกับ ค่าบำรุงและการกำหนดอายุ

การกำหนดอายุสมาชิกโรทาแรคท์

- ปกติ: อายุไม่เกิน 30 ปีเมื่อเข้าเป็นสมาชิก
- แต่เมื่ออายุถึง 30 ปีแล้ว สามารถคงสถานะสมาชิกต่อไปได้
- สมาชิกภาพซ้อน (Dual membership) อาจเกิดขึ้น
- การเปลี่ยนแปลงใดๆ ต้องผ่าน Council on Resolutions และ/หรือ Council on Legislation
- การเปลี่ยนแปลงธรรมนูญต้องได้รับคะแนนเสียง 2 ใน 3

ตัวอย่างภาคและสถานการณ์

- ภาค 3330
 - ต้องจ่ายค่าบำรุงโรตารีสากล
 - พยายามสร้างความผูกพันกับสมาชิก
 - สนับสนุนโรทาแรคท์ในมหาวิทยาลัย
 - ให้ความสำคัญกับโรทาแรคท์ในชุมชน (ปัจจุบัน 12 สโมสร)
- ภาค 3350
 - มีโรทาแรคท์ 40 สโมสร สมาชิก 640 คน
 - โรทาแรคท์ชุมชน 18 สโมสร
 - โรทาแรคท์สถาบันการศึกษา 22 สโมสร
 - เมื่อไม่มีการจำกัดอายุ จะมีการเน้น ชุมชนมากขึ้น
 - ผู้แทนโรทาแรคท์ภาคอายุ 27 ปี ไม่เห็นด้วยกับการจำกัดอายุ เนื่องจากสมาชิกที่ออกจากมหาวิทยาลัยอาจไม่เข้าร่วมสโมสรโรตารี

สาระสำคัญ:

- การยกระดับโรทาแรคท์ช่วยขยายสมาชิกและสร้างความต่อเนื่อง
- เรื่องอายุและค่าบำรุงต้องมีการบริหารจัดการและอัปเดตตามมติสากล
- การสนับสนุนทั้ง ระดับมหาวิทยาลัยและชุมชน สำคัญต่อการสร้างความเข้มแข็งของเครือข่าย

มูลนิธิภาคโรตารีไทย (Thai Rotary Districts Foundation)

วิทยากร: อผภ.วิชัย มณีวัชรเกียรติ



จากคำถามถึงความแตกต่างหรือการเชื่อมโยงของ
มูลนิธิโรตารี และ มูลนิธิภาคโรตารีไทย

มูลนิธิโรตารี (The Rotary Foundation)

เป็นของโรตารีสากล สมาชิกโรตารีบริจาคเงินให้มูลนิธิ
โรตารีเพื่อการทำสิ่งดีๆ ในโลก

มูลนิธิภาคโรตารีไทย (Thai Rotary Districts Foundation)

เป็นมูลนิธิของโรตารีในประเทศไทย จัดทะเบียนนิติบุคคลถูกต้อง

ตามกฎหมาย โดยมีวัตถุประสงค์แรกเพื่อเป็นเจ้าของห้องชุดที่ทำการศูนย์โรตารีในประเทศไทย (ซึ่งอยู่ที่ชั้น 32 อาคารโอเชียนทาวเวอร์ 2) ต่อมาได้รับการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มตามประกาศของกระทรวงการคลัง และไม่มี ความเกี่ยวข้องโดยตรงกับมูลนิธิโรตารีของโรตารีสากล

ทั้งนี้ อผภ.วิชัย มณีวัชรเกียรติ รองประธานมูลนิธิภาคโรตารีไทย แสดงความยินดีที่จะไปนำเสนอและอธิบายบทบาทของมูลนิธิภาคโรตารีไทยเพิ่มเติมตามคำเชิญของสโมสร

ผู้แทนดูแลการเงินของโรตารีสากลในประเทศไทย - RI Fiscal Agent (FA)
วิทยากร: อผภ.ชัยรัตน์ ประเสริฐล้ำ



1. บัญชีสำหรับการโอนเงิน มี 2 บัญชีหลัก:

1. บัญชี Rotary International – เพื่อรับ ค่าบำรุงโรตารีสากล
2. บัญชี The Rotary Foundation of Rotary International – เพื่อรับ เงินบริจาค

ข้อควรระวัง:

- ต้องโอนเงินให้ถูกบัญชี
- การขอเงินคืนจากบัญชีผิดเป็นเรื่องยาก เนื่องจากต้องผ่านสำนักงานของ RI ที่ประเทศอินเดีย

2. การส่งหลักฐานและรายงาน

- การโอนเงินไม่ว่าจะเป็นค่าบำรุงหรือเงินบริจาค ต้องส่งหลักฐานการโอน
- FA จะ จัดทำรายงานส่งโรตารีสากลทั้งรายสัปดาห์และรายเดือน

3. ตัวเลขการเงินในปีที่ผ่านมา

- เงินบริจาค: 43 ล้านบาท
- เงินเพื่อทำโครงการ: 131 ล้านบาท

สาระสำคัญ:

- ต้องโอนเงินถูกบัญชีและส่งหลักฐานครบทุกครั้ง
- FA ประเทศไทยเป็นผู้ประสานงานรับและจ่ายเงินตามคำสั่งของโรตารีสากล และต้องรายงานต่อโรตารีสากล



จัดทำโดยศูนย์โรตารีในประเทศไทย
(22 มกราคม 2569)

