

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การสื่อสารเพื่อการเชื่อมร้อยจิตสำนึกสาธารณะขององค์กรภาคธุรกิจและภาคประชาชน”นี้ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participation Observation) และ ศึกษาเอกสาร (Documentary Research) ในลักษณะสหวิทยาการ (Interdisciplinary Subject) เพื่อวิเคราะห์ ตีความ (Interpretative) และอธิบายปรากฏการณ์ทางด้านการสื่อสารที่องค์กรภาคธุรกิจใช้เพื่อเชื่อมร้อยจิตสำนึกสาธารณะขององค์กรเองกับภาคประชาชนที่เกิดขึ้นแบบเข้มข้น (Thick description) เพื่อให้เห็นภาพรวมของสิ่งที่เกิดขึ้น ประกอบด้วยวิธีการดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1: แสดงแนวทางในการวิจัย

ปัญหาวิจัย	แนวคิดทฤษฎี	ระเบียบวิธีวิจัย
1.องค์กรภาคธุรกิจและภาคประชาชนมีความเข้าใจเกี่ยวกับคำว่า “จิตสำนึกสาธารณะ”อย่างไร	-จิตสำนึกสาธารณะ -จริยธรรมทางธุรกิจ -การให้เพื่อสังคม -ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ	-การสัมภาษณ์เชิงลึก -การสนทนากลุ่ม -การสังเกตแบบมีส่วนร่วม
2.องค์กรภาคธุรกิจใช้การสื่อสารรูปแบบใดและอย่างไรบ้างในการเชื่อมร้อยจิตสำนึกสาธารณะขององค์กรกับภาคประชาชน	-การสื่อสารองค์กร -การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม -การทอดสะพานและการชักจูง	-การสัมภาษณ์เชิงลึก -การสนทนากลุ่ม -การสังเกตแบบมีส่วนร่วม
3.มีปัจจัยอะไรบ้างที่เป็นปัจจัยสนับสนุนและปัจจัยอุปสรรคของการสื่อสารเพื่อการเชื่อมร้อยจิตสำนึกสาธารณะขององค์กรภาคธุรกิจกับภาคประชาชน	-การสื่อสารองค์กร -การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม -การทอดสะพานและการชักจูง -ผู้ประกอบการเพื่อสังคม	-การสัมภาษณ์เชิงลึก -การสนทนากลุ่ม -การสังเกตแบบมีส่วนร่วม

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้แบ่งเป็น 2 กลุ่มใหญ่คือ กลุ่มองค์กรภาคธุรกิจและภาคประชาชน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. กลุ่มองค์กรภาคธุรกิจ เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนประชากรมีความครอบคลุม ผู้วิจัยจึงเลือกที่จะศึกษาองค์กรภาคธุรกิจทั้ง องค์กรธุรกิจไทยขนาดใหญ่ ขนาดกลาง (SMEs) และองค์กรธุรกิจข้ามชาติที่ประกอบกิจการในประเทศไทย โดยมีวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1.1 องค์กรธุรกิจขนาดใหญ่

ผู้วิจัยเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยพิจารณาจาก

(1) รายชื่อบริษัทไทยที่ดำเนินกิจการโดยคนไทยและคนไทยเป็นเจ้าของ จดทะเบียนเป็นบริษัทมหาชน ที่ปรากฏในฐานข้อมูลออนไลน์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ณ เดือนกุมภาพันธ์ 2550 และเป็นองค์กรสมาชิกในคณะกรรมการนักธุรกิจเพื่อสิ่งแวดล้อมไทย สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย (สสท.) ณ เดือนกุมภาพันธ์ 2550 พบว่ามี 2 องค์กร คือ บริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) และบริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2: แสดงการเลือกกลุ่มตัวอย่างองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่

กลุ่ม/ประเภทอุตสาหกรรม	สมาชิก สสท.	กลุ่ม ตัวอย่าง	ชื่อบริษัท
1.กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	-	-	-
2. กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค	-	-	-
3. กลุ่มธุรกิจการเงิน	-	-	-
4. กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม (วัตถุดิบและเครื่องจักร)	-	-	-
5. กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	2	1	บริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)
6. กลุ่มทรัพยากร (พลังงาน)	2	1	บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน)
7. กลุ่มบริการ	-	-	-
8. กลุ่มเทคโนโลยี	-	-	-
รวม	4	2	-

(2) เป็นบริษัทที่มีการกำหนดนโยบายในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างชัดเจนและมีการทำซีเอสอาร์ (CSR) ทั้งในกระบวนการดำเนินงานทางธุรกิจ (CSR in process) และภายหลังกระบวนการดำเนินงานทางธุรกิจ (CSR after process) ตามกรอบแนวคิดเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจของสถาบันไทยพัฒน์ ดังข้อมูลโดยย่อของบริษัท สรุปได้ดังนี้

1.1.1บริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)

บริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) หรือเครือซิเมนต์ไทย (เอสซีจี) ประกอบด้วยกลุ่มธุรกิจที่สำคัญ 5 กลุ่ม ได้แก่ เคมีภัณฑ์ กระดาษซิเมนต์ ผลิตภัณฑ์ก่อสร้างและจัดจำหน่าย ทุกธุรกิจมุ่งสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ ทั้งด้านสินค้า/บริการกระบวนการทำงานและรูปแบบธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และเพื่อยุทธยาพัฒนาตนเองอย่างไม่หยุดยั้ง เพื่อรักษาความเป็นผู้นำในประเทศ มุ่งสู่ความเป็นผู้นำระดับภูมิภาคและเตรียม พร้อมสำหรับการแข่งขันในระดับโลก

ปัจจุบัน เครือฯ มีบริษัทสำคัญกว่า 100 บริษัท มีพนักงานทั้งสิ้น ประมาณ 20,000 คน ผลิตสินค้ากว่า 64,000 รายการ เพื่อจำหน่ายทั้งในประเทศ และส่งออกไปยังทุกภูมิภาคทั่วโลก โดยที่หลายบริษัทได้รับ การรับรองมาตรฐานระบบคุณภาพ ISO 9002 การรับรองระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม

ISO 14000 และการรับรองระบบการจัดการอาชีวอนามัย และความปลอดภัย มอก.18000 และส่วนใหญ่ ล้วนเป็นบริษัทแรก ๆ ของอุตสาหกรรมประเภทนั้น ๆ ซึ่งนับเป็นสิ่งสร้างความมั่นใจ สำหรับการแข่งขันในระดับสากลให้กับเครือฯ

นอกจากการดำเนินธุรกิจอย่างมั่นคงแล้ว เครือซีเมนต์ไทย (เอสซีจี) ยังตระหนักถึงภารกิจสำคัญในการสร้างสรรค์สังคมไทย โดยเฉพาะคนไทยให้มีคุณภาพ ด้วยการสนับสนุนโครงการอันเป็นประโยชน์ทั้งด้านการศึกษา กีฬา สิ่งแวดล้อม ชุมชน สาธารณประโยชน์ และการปฏิบัติตามหลักบรรษัทภิบาลอย่างเคร่งครัด นั่นก็คือการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส เปิดเผย ตรวจสอบได้ และเป็นธรรม เหล่านี้ล้วนสอดคล้องกับ อุดมการณ์เครือซีเมนต์ไทย (เอสซีจี) ที่สรุปรวมได้ว่า “คุณภาพและเป็นธรรม” (<http://www.cementthai.co.th/>)

ซีเอสอาร์ในกระบวนการดำเนินงานทางธุรกิจ (CSR in process)

บริษัทปูนซีเมนต์ไทยลำปาง ซึ่งเป็นธุรกิจซีเมนต์ในเครือซีเมนต์ไทย ได้นำวิธีการทำเหมืองแบบ SEMI-OPEN CUT เป็นวิธีการทำเหมืองแบบใหม่ที่บริษัทนำมาใช้เป็นแห่งแรกในเมืองไทย ด้วยการระเบิดหน้าเหมืองจากด้านในของภูเขา ช่วยป้องกันการกระจายของฝุ่นและลดมลภาวะทางเสียงออกสู่ภายนอก ควบคุมการระเบิดหินด้วยคอมพิวเตอร์ที่มีความแม่นยำสูง ช่วยลดการสิ้นเปลืองและการปลูกต้นไม้ทดแทนในที่ ๆ เลิกผลิตแล้วบริเวณเหมืองหินจึงมีสภาพเป็นสีเขียวอยู่เสมอ ทั้งนี้ เพื่อรักษาคุณภาพของสิ่งแวดล้อมที่ีรอบ ๆ บริเวณโรงงานให้ยั่งยืน (ถอดความจากวิทัศน์และนางองค์กร, 2551)

ซีเอสอาร์หลังกระบวนการดำเนินงานทางธุรกิจ (CSR after process)

หลักในการทำซีเอสอาร์ ของ SCG เน้นการปลูกจิตสำนึกให้กับพนักงาน และสร้างประสบการณ์ให้เกิดขึ้นระหว่างพนักงานและประชาชนที่เข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งนี้เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบร่วมกัน โดยการจัดกิจกรรมต่าง ๆ บริษัทจะพิจารณาจากความต้องการ (Needs) ของคนในชุมชน โดยยึดหลักว่า บริษัทจะไม่ทำในสิ่งที่ทำไปแล้ว คนในชุมชนไม่สามารถใช้ประโยชน์ได้ และกิจกรรมที่จะจัด ต้องสอดคล้องกับ Substantial ทั้งหมด ซึ่งปัจจุบันกิจกรรมต่าง ๆ ที่ SCG วางโครงการไว้ แบ่งเป็น 4 เรื่องใหญ่ ๆ คือ

1. Environment

เน้นเรื่องของการอนุรักษ์น้ำ ด้วยการสร้างฝายเพื่ออนุรักษ์ป่า โดยเข้าไปศึกษาโครงการจากมูลนิธิชัยพัฒนา ซึ่งปัจจุบันบริษัทสร้างไปแล้วกว่า 9, 900ฝาย และตั้งเป้าในการสร้างฝายให้ครบ 10,000 ฝาย และจะจัดทำฝายขึ้นทูลเกล้าฯ ถวายแด่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ

2. Human Development

ให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนด้านต่างๆ อาทิ โครงการพัฒนาการแข่งขัน World Robocup ซึ่งเยาวชนประเทศไทย ได้รับรางวัลชนะเลิศ 3 ปีซ้อน ความสำเร็จดังกล่าว เป็นการเปิดโอกาสให้เยาวชนค้นพบแนวทางของตนเองในอนาคต การให้ทุนการศึกษากับเยาวชนกลุ่มต่างๆ ตั้งแต่มัธยม มหาวิทยาลัย ฯลฯ

3. Corporate Governance

สร้างจิตสำนึกในการประกอบอาชีพด้วยความซื่อสัตย์สุจริต โดยคัดเลือกนักศึกษาในระดับชั้นนำเข้ามาฝึกงานกับบริษัท โดยมีการปูพื้นฐานทางวิชาการต่างๆ ให้กับนักศึกษา สร้างการเรียนรู้เกี่ยวกับชีวิตในการทำงาน สอนจรรยาบรรณที่ดีในการทำงานหรือโครงการแบบมีต้นตอที่จัดตั้งขึ้นเป็นโรงเรียนประจำ โดยคัดเลือกจากเด็กทั่วประเทศ ที่มีฝีมือมาเข้ารับการฝึกเพื่อพัฒนาฝีมือ

4. Social Contribution

การให้ความช่วยเหลือสาธารณะชนในแง่ต่างๆ ซึ่งกิจกรรมต่างๆ ที่จัดจะพิจารณาจากช่วงเวลาต่างๆ โดยพิจารณาจากสังคมว่าต้องการอะไร (Strategy Marketing, Vol.08, Issue 083, 2008 หน้า 54)

สำหรับผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ (Key Informants) ซึ่งทำหน้าที่ในฐานะเป็นตัวแทนองค์กร/บริษัท ประกอบด้วย ผู้บริหารที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการทำงานด้านสื่อสารและการดำเนินธุรกิจจริงอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร คือ

คุณกรกช อนันตสมบูรณ์

ผู้จัดการกลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กร สำนักสื่อสารองค์กร บริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) รับผิดชอบงานด้านกลยุทธ์และการจัดการการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กร

1.1.2 บริษัทการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย จำกัด (มหาชน)

การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย (ปตท.) จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 29 ธันวาคม 2521 ตามพระราชบัญญัติการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2521 เพื่อดำเนินธุรกิจหลักด้านปิโตรเลียมและธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องกับปิโตรเลียม

ภายใต้สภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้น รัฐบาลได้เล็งเห็นความจำเป็นในการเพิ่มบทบาทของภาคเอกชน ในกิจการพลังงาน เมื่อวันที่ 25 กันยายน 2544 คณะรัฐมนตรีจึงมีมติเห็นชอบเรื่องการแปลงทุนเป็นยทุนเรือนหุ้นของการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย โดยให้จัดตั้ง บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) โดยให้ภาครัฐคงสัดส่วนการถือหุ้นใน ปตท. ในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละ 51 และให้ปตท. คงสถานะเป็นบริษัทน้ำมันแห่งชาติ

ต่อมา ปตท.ได้แปลงสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด ภายใต้พระราชบัญญัติทุนรัฐวิสาหกิจ พ.ศ. 2542 โดยได้จัดตั้ง บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ขึ้นเมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2544 ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 20,000 ล้านบาทและจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 6 ธันวาคม 2544 มีกระทรวงการคลังเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ (รายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน, 2550: หน้า 5 ใน <http://www.pttplc.com>)

ซีเอสอาร์ในกระบวนการดำเนินงานทางธุรกิจ (CSR in process)

ด้วยความมุ่งมั่นในนโยบายการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม จากภายในสู่ภายนอก โดยเริ่มตั้งแต่กระบวนการดำเนินงานของตนเอง ปตท. จึงยึดหลักการดำเนินงานด้วยการกำกับดูแลกิจการที่ดี และให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามกฎหมาย และข้อกำหนดต่างๆ อย่างเคร่งครัด รวมถึงมีการพัฒนากระบวนการภายในอย่างสม่ำเสมอ เพื่อควบคุมป้องกันและลดผลกระทบด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม จากการดำเนินงานในการผลิตผลิตภัณฑ์ และการบริการของบริษัทให้น้อยที่สุด โดยเลือกสรรเครื่องมือและเทคโนโลยีควบคุมความเสี่ยงในระดับมาตรฐานสากลมาประยุกต์ใช้ ส่งผลให้โรงแยกก๊าซธรรมชาติระยอง ได้รับรางวัลคุณภาพแห่งชาติ (Thailand Quality Award: TQA) และสายงานระบบท่อส่งก๊าซธรรมชาติ ได้ผ่านเกณฑ์การบริหารสู่ความเป็นเลิศ (Thailand Quality Class: TQC)

นอกจากนั้น ปตท. ได้มีการวิจัยพัฒนาพลังงานทางเลือกที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในรูปแบบต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ได้แก่ การศึกษาวิจัยวัตถุดิบ และสูตรการผลิตน้ำมันแก๊สโซฮอล์ น้ำมันไบโอดีเซล ที่

เหมาะสมกับประเทศไทย การพัฒนาการใช้ก๊าซธรรมชาติสำหรับยานยนต์ การพัฒนาอุปกรณ์ควบคุมการ
จ่ายก๊าซธรรมชาติสำหรับเครื่องยนต์เบนซิน แบบหัวฉีดอิเล็กทรอนิกส์คุณภาพสูง เป็นต้น เพื่อช่วยให้
ผู้บริโภคสามารถใช้พลังงานให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ลดการนำเข้าและบรรเทาความเดือดร้อนของ
ประชาชนในภาวะที่น้ำมันมีราคาสูง(รายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน, 2550: หน้า 3 ใน
<http://www.ptplc.com>)

ในด้านการจ้างงานและพัฒนาพนักงาน ทรัพยากรบุคคลเป็นหัวใจสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนา
องค์กรให้ยั่งยืน ปตท. จึงมีระบบเพื่อสร้างความพร้อมของบุคลากรให้เป็นคนดี มีความรู้ ความสามารถ
ทำงานอย่างมีอาชีพ ดดยครอบคลุมตั้งแต่กระบวนการวางแผน การสรรหา การพัฒนา การกำหนด
เป้าหมายการทำงาน การประเมินผล และการสร้างขวัญกำลังใจในการทำงาน (ผู้สนใจสามารถอ่าน
รายละเอียดใน <http://www.ptplc.com>)

ซีเอสอาร์หลังกระบวนการดำเนินงานทางธุรกิจ (CSR after process)

โครงการซีเอสอาร์ของ ปตท. แยกย่อยและมีความหลากหลายครอบคลุมเรื่องการศึกษา
ศิลปวัฒนธรรม กีฬา สังคมและสิ่งแวดล้อม ดังตัวอย่าง

โครงการปลูกหญ้าแฝกตามแนวพระราชดำริ

ในปี พ.ศ. 2539 ปตท. ได้น้อมนำแนวพระราชดำริเรื่องหญ้าแฝก มาใช้ปฏิบัติจริงในพื้นที่
โครงการ ท่อส่งก๊าซธรรมชาติจากแหล่งยานาดาสหภาพพม่า โดยนำหญ้าแฝกจำนวนกว่า 2 ล้านกล้ามา
ปลูกหลังการก่อสร้างท่อส่งก๊าซ บริเวณพื้นที่เขาสูง/ลาดชัน ในเขต อ.ทองผาภูมิ จ.กาญจนบุรี โดยใช้
เทคนิควิธีด้านวิศวกรรมกับด้านพฤกษศาสตร์ผสมผสานกันจนประสบผลสำเร็จเป็นอย่างดี หญ้าแฝก
นอกจากช่วยป้องกัน การพังทลายของดินตามธรรมชาติแล้ว ยังช่วยอนุรักษ์ดินและรักษาความชุ่มชื้นของ
ดิน ทำให้ระบบนิเวศของท้องถิ่น เกิดการปรับสมดุล ป่าจึงค่อยๆฟื้นตัวและเริ่มกลับสู่สภาพธรรมชาติ

ผลจากการดำเนินงานดังกล่าวทำให้ ปตท. ได้รับรางวัลพระราชทาน King of Thailand Vetiver
Awards จากการสัมมนาหญ้าแฝกนานาชาติ ครั้งที่ 2 พ.ศ.2542 ที่ประเทศไทย และรางวัลที่ 2 The
Vetiver Network Awards จากการสัมมนาหญ้าแฝกนานาชาติ ครั้งที่ 3 พ.ศ.2546 ที่สาธารณรัฐประชาชน
จีนปี พ.ศ.2546 ด้วยสำนึกในพระมหากรุณาธิคุณที่ทรงมีสายพระเนตรอันยาวไกลเรื่องหญ้าแฝก ปตท. ได้
ทูลเกล้า ฯ ถวายเงินสนับสนุนการปลูกหญ้าแฝกของมูลนิธิโครงการหลวงปีละ 30 ล้านบาท ต่อเนื่องเป็น

เวลา 3 ปี รวมเป็นเงิน 90 ล้านบาท และยังได้ร่วมกับมูลนิธิโครงการหลวง พร้อมหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดทำโครงการปลูกหญ้าแฝกขึ้น เพื่อปฏิบัติงานสนองพระราชประสงค์ในหลายพื้นที่ของประเทศ ซึ่งทำให้เกิดการเรียนรู้ภายในชุมชน และขยายการใช้ประโยชน์จากหญ้าแฝกเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ จนเป็นผลให้โครงการส่งเสริมการปลูกหญ้าแฝกเพื่ออนุรักษ์ดินและน้ำ ต.ห้วยเขย่ง อ.ทองผาภูมิ จ.กาญจนบุรี หนึ่งในโครงการที่ ปตท. ดำเนินการร่วมกับมูลนิธิฯ ได้รับใบประกาศเกียรติคุณ The King of Thailand's Certificate of Excellence และ The Vetiver Network Certificate of Technical Excellence (Class 2) จากการสัมมนาหญ้าแฝกนานาชาติ ครั้งที่ 4 พ.ศ. 2549 ที่ประเทศเวเนซุเอลา

ปี พ.ศ. 2549 ปตท. ร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ได้พร้อมใจกันจัดทำ “โครงการปลูกหญ้าแฝกเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสทรงครองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี” ขึ้น โดยปตท. มุ่งเน้นการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับหญ้าแฝก การปลูกและส่งเสริมการปลูกหญ้าแฝก ตลอด จนจัดประกวดการปลูกหญ้าแฝก เพื่อสนองตามพระราชประสงค์ที่ทรงห่วงใยในพสกนิกร และทรงปรารถนาให้ประชาชนนำความรู้เกี่ยวกับหญ้าแฝกไปประยุกต์ใช้อย่างได้ผล

และในปี พ.ศ.2550 ได้มีการปรับเปลี่ยนการดำเนินงานเกี่ยวกับโครงการปลูกหญ้าแฝกของ ปตท. โดยรวมโครงการปลูกหญ้าแฝกร่วมกับมูลนิธิโครงการหลวง และโครงการปลูกหญ้าแฝกเฉลิมพระเกียรติฯ เข้าด้วยกันภายใต้ชื่อ “โครงการพัฒนาและรณรงค์การใช้หญ้าแฝกอันเนื่องมาจากพระราชดำริ” เพื่อให้สอดคล้องกับแผนแม่บทการพัฒนาและรณรงค์การใช้หญ้าแฝกอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2550-2554) ของสำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ (สำนักงาน กปร.) โดย ปตท. ยังคงมุ่งเน้นการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับหญ้าแฝก การปลูกและส่งเสริมการปลูกหญ้าแฝก ตลอดจนจัดประกวดการปลูกหญ้าแฝก ซึ่งจะช่วยส่งเสริมให้การสนองพระราชดำริในการพัฒนาและรณรงค์การใช้หญ้าแฝกเพื่อการอนุรักษ์ดินและน้ำเป็นไปอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ อันจะเป็นประโยชน์ต่อสภาพผืนดินและแหล่งน้ำของประเทศไทยโดยรวมสืบไป (<http://www.pttplc.com>)

สำหรับผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ (Key Informants) ซึ่งทำหน้าที่ในฐานะตัวแทนองค์กร/บริษัท ประกอบด้วย ผู้บริหารที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการทำงานด้านสื่อสารและการดำเนินธุรกิจธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร คือ คุณประเสริฐ สลิลัมไพ ผู้จัดการส่วนมวลชนสัมพันธ์ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) รับผิดชอบงานด้านการจัดการการสื่อสารกับชุมชนในพื้นที่ดำเนินงานขององค์กร

1.2 องค์การธุรกิจขนาดกลาง พิจารณาจาก

(1) เป็นองค์การธุรกิจไทย ที่มีการดำเนินธุรกิจอยู่บนฐานคิดของความรับผิดชอบต่อสังคมหรือ (ซีเอสอาร์) ทั้งในกระบวนการดำเนินงานทางธุรกิจ (CSR in process) และที่เกิดขึ้นภายหลังกระบวนการดำเนินงานทางธุรกิจ (CSR after process) กล่าวคือ ปฏิบัติต่อผู้บริโภคมุ่งเน้นถึงความปลอดภัยของผู้บริโภค และความคุ้มค่าที่ผู้บริโภคจะได้รับจากสินค้าหรือบริการ การปฏิบัติต่อพนักงานที่คำนึงถึงความเป็นอยู่ของพนักงานและมีการกระทำที่สร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่พนักงาน และการปฏิบัติต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ระมัดระวังดูแลไม่ให้เกิดการทำลายสิ่งแวดล้อม และจริยธรรมของสังคม และมีการกระทำที่เอื้อประโยชน์แก่สังคม และสิ่งแวดล้อมของประชาชนทั้งที่อยู่รอบด้านและโดยทั่วไป

(2) เป็นองค์กรต้นแบบที่สถาบันสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เลือกนำไปใช้เป็นกรณีศึกษาในทุกเวทีวิชาการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (ซีเอสอาร์)

จากหลักเกณฑ์ในการพิจารณาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้คัดเลือกองค์การธุรกิจแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) 2 บริษัท คือ บริษัทวันเดอร์ เวอร์ล โปรดักส์ จำกัด และบริษัท ชุมพรคาบาน่า รี สอร์ท จำกัด ดึงข้อมูลโดยย่อของบริษัท สรุปได้ดังนี้

1.2.1 บริษัทวันเดอร์ เวอร์ล โปรดักส์ จำกัด

เป็นบริษัทของคนไทยและดำเนินการโดยคนไทย ก่อตั้งเมื่อ ปี พ.ศ. 2528 ผลิตของเล่นไม้ ยางพาราส่งออก โดย คุณสุทธิชัย เอี่ยมเจริญยิ่ง ซึ่งเป็นเจ้าของ/ผู้บริหารระดับสูงของบริษัท ปัจจุบันดำรงตำแหน่งประธานเครือข่ายธุรกิจเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมประเทศไทย (SVN) และเป็นผู้บุกเบิกกรณีเรื่องมาตรฐานความปลอดภัยของของเล่นเด็กหรือ "Play Safe" มากกว่า 15 ปี

ซีเอสอาร์ในกระบวนการดำเนินงานทางธุรกิจ (CSR in process)

การปฏิบัติที่ดี ใส่ใจการผลิต สร้างมาตรฐาน เพื่อคุณภาพผลิตภัณฑ์

บริษัท วันเดอร์เวอร์ล จำกัด ทำการผลิตของเล่นเด็กครบวงจร ตั้งแต่การออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ การประกอบ การทดสอบคุณภาพ ไปจนถึงบรรจุภัณฑ์และการจัดส่ง มีทีมนักออกแบบประมาณ 30 คน

บริษัทจะให้ความสำคัญด้านการวิจัยและพัฒนาสินค้ามากที่สุด มีการมุ่งเน้นการออกแบบและพัฒนา รูปแบบสินค้าตามพัฒนาการของเด็กในวัยต่างๆ

“ขั้นตอนการออกแบบและพัฒนาของเล่นนั้น จะต้องมีการทำล่วงหน้าเป็นปี ๆ อย่างเช่นของเล่นที่จะจำหน่ายในปี 2007เราก็ต้องออกแบบพัฒนา และทำแค่ตลิ่งออกให้เสร็จก่อนเดือนตุลาคม เพื่อที่จะนำมาแจกให้ลูกค้าในช่วงปีใหม่เป็นต้นไป รวมถึงช่วงดังกล่าวยังเป็นช่วงที่นักออกแบบต้องดูเทรนด์การออกแบบ และเริ่มออกแบบของปีต่อไปในปี 2008”

วัตถุดิบหลักของ บริษัท วันเดอร์เวิร์ล จำกัด ที่ใช้ในการผลิต ได้แก่ ผ้า สี และไม้ยางพารา ซึ่งเป็นไม้ที่ได้มาจากการปลูกทดแทนของเกษตรกรภาคใต้ เป็นต้นยางที่ไม่สามารถผลิตน้ำยางได้แล้ว ตลอดจนผ้า และสีต่างๆ ก็เป็นแบบไร้สารพิษ (Non-Toxic) โดยบริษัทจะคำนึงถึงความปลอดภัยสูงสุดของเด็กขณะสัมผัส เมื่อออกแบบมาเป็นผลิตภัณฑ์แล้ว จะต้องมีการทดสอบคุณภาพจากฝ่ายควบคุมคุณภาพ เพื่อดูความปลอดภัยของเหลื่อมและมุมต่างๆ ตลอดจนความแข็งแรงคงทน ไม่แตกหัก และมีการประกอบที่ได้มาตรฐาน

สร้างความ “เพียงพอ” ด้วยทฤษฎีอยู่อย่าง “พอเพียง”

การบริหารพนักงาน เป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาให้องค์กรอยู่รอดและยั่งยืนบนเส้นทางการทำธุรกิจ คุณสุทธิชัยมองเห็นปัญหาที่เกิดจากการไม่ยึดหลัก “ความพอเพียง” ด้านการเงินของพนักงาน ทำให้เกิดปัญหา “หนี้นอกระบบ” ที่ไม่สามารถใช้คืนได้ ทั้งยังก่อให้เกิดปัญหาต่างๆ ตามมามากมาย พนักงานรู้สึกเครียด และทำงานไร้ประสิทธิภาพ

จากการเล็งเห็นปัญหาดังกล่าว คุณสุทธิชัยจึงมีนโยบายในการจัดโครงการ “สร้างความพอเพียงให้พนักงาน” โดยให้พนักงานให้ข้อมูลหนี้สินกับฝ่ายบัญชีตามความเป็นจริง จากนั้นจึงลงทุนซื้อหนี้ให้พนักงานทุกคนที่มีปัญหาเพื่อหยุดการก่อหนี้เพิ่ม โดยบริษัทจะจ่ายเงินสดคืนหนี้ให้พนักงานทุกคน เพื่อให้พนักงานกลายเป็นลูกหนี้ระยะยาวของบริษัท ด้วยอัตราดอกเบี้ย ที่ต่ำกว่าหนี้นอกระบบ จากนั้น จึงทยอยหักเงินคืนจากพนักงานในแต่ละเดือน

คุณสุทธิชัยกล่าวว่า “เราไม่สามารถมีความสุขได้ ถ้าเขาไม่มีความสุข เมื่อทุกคน สบายใจ บรรยากาศก็ดี งานก็ดี ถ้าคนทำงานอยู่อย่างไม่มีความสุข หรือผลิตภัณฑ์ไม่ก่อให้เกิดความสุขกับผู้บริโภค

ผู้บริโภคจะได้ ได้รับความไม่เป็นธรรมจากสินค้าของเรา ธุรกิจเราเองก็จะเสียหายได้" (สถาบันสถาบันพัฒนา
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2551: หน้า 3 และ6)

"ที่บริษัทของผมเรามีวัฒนธรรมองค์กรว่า "ร่วมสร้างสังคม ฉลาด ดี มีอารยธรรม" เราจะสอนกัน
ว่าให้ทำงานอย่างฉลาด ถ้าทำงานไม่ฉลาดก็ไม่มีเหลือ ไม่มีเหลือก็ไม่มีอะไรจะแบ่ง และเมื่อมีเหลือ สร้าง
มูลค่าเพิ่มให้องค์การได้แล้ว ก็ต้องสร้างสังคมที่ดี เราต้องการให้คนของเราอยู่อย่างเอื้ออาทรกัน อยู่กัน
อย่างมีอารยธรรม ซึ่งทำกันจนเป็นวิถีปฏิบัติที่ทุกคนจะรู้ทันทีว่าอะไรใช่ อะไรไม่ใช่ สำหรับงานสำนักงาน
ที่นี่ไม่มีการตอกบัตร จะมาก็ไม่ง กลับก็ไม่งก็ได้แต่อย่าทำให้เจ้านายหงุดหงิด อย่าทำให้ลูกน้องหงุดหงิด
ถึงคุณจะสามารถทำตาม KPI แต่อยู่กับสังคมไม่ได้คุณก็ไม่ใช่

"เราสร้างสังคมแห่งการให้ ทั้งในกระบวนการทำงานและในรูปของกิจกรรม ทำเยอะมาก เราเป็น
โรงงานสีขวามาก่อนที่ปส.จะทำการรณรงค์ จัดการในเรื่องนี้แบบให้โอกาส มีทางเลือก ถ้าติดยาเสพติด
แล้วมาหาเรา เราจะปิดเป็นความลับ ส่งไปรักษาตัว และให้ทำงานตามปกติ แต่ถ้าไม่ทำตามเขาก็จะไปเอง
โดยไม่มีเงื่อนไข และไม่โกรธกัน เราตั้งหลักคิดว่าคนที่ทำงานกับเราเป็นคนดี ทุกคนปรับปรุงตัวเองได้ ทุก
อย่างมีเหตุปัจจัยของมัน ถ้าเราแก้ที่เหตุปัจจัยเราจะผ่านไปได้

"ความเอื้ออาทรที่เราอยากให้เกิดในที่ทำงาน ไม่ใช่แค่พูดให้เขาทำ แต่เราต้องทำให้เห็นด้วย ที่นี้
เราจึงมีการช่วยเหลือคนทำงานหลายอย่าง เราให้ค่าจ้างสูงกว่ามาตรฐานแรงงานขั้นต่ำ มีสวัสดิการดูแล
ตั้งแต่เรื่องการเกิด เจ็บป่วย ตาย บวช แต่งงาน มีทุนการศึกษาให้ลูกคนทำงานทุกปี ทุกระดับชั้น มี
กิจกรรมร่วมกันซื้อ ซึ่งบริษัทจะออกทุนให้ไปซื้อข้าวของเครื่องใช้รวมกันมาจำนวนมาก แล้วให้ไปใช้ก่อน
สิ้นเดือนค่อยมาคิดกัน เรามีกลุ่มออมทรัพย์ให้กู้ยืมโดยไม่มีดอกเบี้ย ก่อนใช้หวัดนครบาล เรารวมทุนกัน
ไปซื้อไข่เป็ดของชาวบ้านมาทำไข่เค็มขาย เพิ่มรายได้ เราอยู่กันอย่างนี้ มีอะไรก็ปรึกษากัน ในบริษัทจะมี
กลุ่มให้คำปรึกษา ซึ่งให้กันทุกเรื่องจริง ๆ ทั้งปัญหาหนี้สิน ปัญหาครอบครัว ปัญหาหัวใจ เราอยู่กันอย่าง
ไว้วางใจกัน" (สุริพันธุ์ เสนานุช, 2549: หน้า 2)

ซีเอสอาร์หลังกระบวนการดำเนินงานทางธุรกิจ (CSR after process)

ในฐานะที่บริษัท วันเดอร์เวิร์ล จำกัด เป็นบริษัทส่งออกของเล่นไม้ยางพารา เป็นผู้จำหน่ายและ
นำเข้าของเด็กเล่น ดังนั้น กิจกรรมทางสังคมที่บริษัททำอย่างต่อเนื่องคือ การทำกิจกรรมร่วมกับองค์กร
พัฒนาเอกชนด้านเด็กพนักงานจะได้รับการสนับสนุนให้ใช้เวลาว่างไปช่วยในการทำสื่อการเรียน การสอน



ให้โรงเรียนที่ขาดแคลน รวมทั้งไปช่วยปรับของเล่นให้เหมาะกับการพัฒนาทักษะของเด็กพิเศษในโรงพยาบาลของรัฐที่ขาดแคลนงบประมาณ เป็นต้น

โดยผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ (Key Informants) ซึ่งทำหน้าที่ในฐานะตัวแทนองค์กร/บริษัท ในที่นี้คือ เจ้าของธุรกิจซึ่งเป็นผู้บริหารระดับสูงสุด คือ คุณสุทธิชัย เอี่ยมเจริญยิ่ง เจ้าของและประธานกรรมการบริหาร บริษัทวันเดอร์เวิร์ล โปรดักส์ จำกัด

1.2.2 บริษัท ชุมพรคาบาน่า รีสอร์ท จำกัด

บริษัท ชุมพรคาบาน่า รีสอร์ท จำกัด ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2525 ณ หาดทุ่งวัวแล่น ตำบลสะพลี อำเภอบางสะพาน จังหวัดชุมพร เป็นหน่วยงานภาคธุรกิจขนาดกลาง/เล็ก (SMEs) ที่ได้นำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ โดยคุณวิสร รักษ์พันธุ์ กรรมการผู้จัดการ เป็นผู้พลิกฟื้นวิกฤตบริษัทให้เป็นโอกาส บนวิถีทางแห่งความรับผิดชอบต่อสังคม และเป็นผู้ดำเนินการให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างสมาชิกในชุมชน ให้เกิดการช่วยเหลือเกื้อกูลทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม สามารถรักษาหรือปรับปรุงสภาพแวดล้อมให้เหมาะสมกับระบบนิเวศ โดยใช้ทรัพยากรการผลิตอย่างประหยัด และมีประสิทธิภาพไม่ก่อให้เกิดผลเสียทั้งในระยะสั้นและระยะยาวจนถึงคนรุ่นต่อไป นับว่าเป็นตัวอย่างของภาคธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ ทั้งยังเปิดโอกาสให้บุคคลหรือหน่วยงานต่างๆ เข้าเยี่ยมชมเพื่อนำไปเป็นแบบอย่างในการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคมตามแนวทางของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (www.chumphoncabana.com/plearn/report-nida)

ซีเอสอาร์ในกระบวนการดำเนินงานทางธุรกิจ (CSR in process)

ยึดหลักการพึ่งพาตนเอง

การใช้หลัก Sufficiency เป็นการพึ่งพาตนเองให้เพียงพอ คือ พออยู่ พอกิน และพอใช้ พออยู่ ก็จะเกี่ยวข้องกับเรื่อง อาคารสถานที่ การออกแบบ ระบบน้ำเสีย การจัดการ การปกครอง พอกิน เป็นเรื่องของการผลิตอาหารทุกอย่างให้เป็นระบบธรรมชาติให้พอกิน และชุมชนที่ผมอยู่ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ผมพอกิน เช่น ผลผลิตทางการเกษตรในชุมชน และสุดท้ายคือพอใช้ เช่น การผลิตน้ำยาต่างๆ ผลิตแชมพู สบู่เหลว ด้วยวิถีธรรมชาติ ง่ายๆ คือ ทำให้ง่าย แต่ถูกต้องตามหลักวิชาการ ไม่ใช่เราจะรุ่งเรืองอย่างยอด แต่ถ้าทำเรื่องพออยู่พอกินได้ เราก็จะยอดเยี่ยมได้

สำหรับระบบบำบัดน้ำเสียในโรงแรม ผมมักจะใช้วิธีธรรมชาติ ๆ ง่าย ๆ แต่ได้ผลดีเยี่ยม ผมเอาเปลือกผลไม้ที่มีรสเปรี้ยว เช่น เปลือกมะนาว สับปะรด มะกรูด มาหมักกับแป้งและส่วนผสมอื่น ๆ เพื่อให้เกิดเป็นกรดน้ำส้ม และผมใส่จุลินทรีย์ท้องถิ่นเข้าไปด้วย ส่วนผสมตรงนี้ จะทำให้ผมได้หัวเชื้อสำหรับทำผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดห้องน้ำ เมื่อเรานำมันมาใช้ จุลินทรีย์ก็จะลงไปในระบบท่อ มันก็จะไปย่อยสลายสิ่งเน่าเสียต่าง ๆ ในขณะเดียวกันมันก็จะเพิ่มออกซิเจนในน้ำไปด้วย ทำให้น้ำเสียถูกบำบัดให้ดีขึ้นได้ ผมจำได้ถึงพระราชดำริของในหลวงที่ว่า “ถ้าพัฒนาน้ำให้ดี อย่างอื่นก็จะดีขึ้นเอง” ดังนั้น ผมจึงได้นำเอาหลักการตามแนวทฤษฎีการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริอีกอย่างมาใช้ในโรงแรมด้วย คือ “การใช้น้ำดี ไล่น้ำเสีย” ซึ่งเป็นการบำบัดน้ำเสียด้วยวิธีเชิงจิตที่ได้อผลดี เปรียบน้ำดีเป็นธรรมะ น้ำเสียเป็นอธรรม ก็ใช้ธรรมะชนะอธรรม ธรรมะมีปริมาณมากกว่า ในขณะที่อธรรมมีน้อย อธรรมก็แพ้ไป

ซีเอสอาร์กับการสอนดำนน้ำ

ปัญหาหรือผลกระทบที่เกิดขึ้นกับธรรมชาติจากธุรกิจที่ทำเรื่องของการดำน้ำ ก็คือ การขาดความรู้ ดังนั้นเราจึงเน้นมาก ๆ กับนักดำน้ำของเรา ให้เขามีความรู้ ความเข้าใจในการดำน้ำอย่างถูกวิธี มีจิตสำนึกในการรักษาทรัพยากรธรรมชาติได้น้ำ เพื่อให้เขาสามารถที่จะถ่ายทอดความรู้และปลูกจิตสำนึกตรงนี้ให้กับผู้ศึกษาได้ สำหรับชุมชนที่เราอยู่ เราจำเป็นต้องเป็นตัวอย่างที่ดี คือ อยู่ให้เห็นและเป็นให้ดู เช่น เราจะไม่สร้างท่าเรือเพื่อเป็นจุดรับส่งผู้โดยสาร แต่เราจะใช้การขนผู้โดยสารด้วยเรือยาง การมีท่าเรือมันอาจเพิ่มความสะดวกสบายก็จริง แต่มันก็มีผลกระทบตามมาเช่นเดียวกัน ทั้งในเรื่องของกระแสน้ำที่เปลี่ยนไป หรือขยะ ดังนั้น No Development Policy น่าจะดีที่สุด คือจะไม่มีการพัฒนาชายหาดเลย ไม่มีการวางร่มชายหาด และรักษาผืนทุ่งทะเลเอาไว้ เพื่อเป็นกำแพงหรือปราการธรรมชาติระหว่างผืนดินกับน้ำทะเล เราตั้งใจว่าเราจะรักษา และเสี่ยงไม่ให้เป็นที่ตั้ง แต่ให้ธรรมชาติเป็นที่ตั้ง เพื่อป้องกันไม่ให้หาดสวยงามเหล่านี้ถูกทำลายไปเหมือนกับที่เราเห็นกันอยู่ในปัจจุบัน เช่น ในพัทยา บางแสน

ซีเอสอาร์กับพนักงานในโรงแรม

จากอุปสรรคที่ผ่านเข้ามาในชีวิต และแรงบันดาลใจที่อยากจะทำทุกสิ่งทุกอย่างในหลวง ดังนั้นสิ่งที่อยู่ในใจของผู้เป็นเจ้าของคือ เรื่องของ “การให้” ดังนั้น CSR กับพนักงานในโรงแรม จึงเป็นเรื่องของการให้เป็นส่วนใหญ่ ผมมีการจัดตั้ง บริษัทจำลอง ชื่อว่า “อัมชูไม่จำกัด” และ “รอดพอดี้จำกัด” ง่าย ๆ ครับ ทุกอย่างเป็นการทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อให้เกิดความ “พอใช้” เช่น การที่พนักงานร่วมกันทำสินค้าขายให้กับโรงแรม เช่น แชมพู สบู่เหลว ไปโอดีเซล ตรงนี้พนักงานจะมีรายได้เพิ่มขึ้น และมันเกี่ยวโยงไปถึงการที่เราจะไม่เกษียณพนักงานด้วย คือ เราจะต้องอยู่ด้วยกันไป จะดีไม่ดีก็อยู่ด้วยกันไปอย่างนี้ พนักงานของเรามี 120 คน คนส่วนใหญ่เป็นคนในท้องถิ่น เราก็กักคกรองกันไปแบบธรรมชาติ ๆ แบบนี้มาตลอด นั่นจึงทำให้เรากลายเป็นคนที่มีมิตรมากไปโดยปริยาย

ซีเอสอาร์หลังกระบวนการดำเนินงานทางธุรกิจ (CSR after process)

โครงการ “อัมชู”

เป็นโครงการเปลี่ยนความคิดที่จะพัฒนาคนในองค์กร ที่จะต้องทำงานให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อองค์กร แต่หากทราบใดที่คนของเรา ซึ่งเป็นคนในท้องถิ่น ยังไม่มีความสุขในการดำรงชีวิต จะดำเนินการอย่างไรก็ไม่สามารถฝึกฝนให้คนเหล่านี้ทำงานให้ดีที่สุดได้เช่นกัน ประเด็นสำคัญจึงอยู่ที่การเปลี่ยนความคิดจากการเป็นผู้ได้รับ มาเป็นผู้ที่รู้จัก “ให้” ด้วยใจที่สะอาด โดยไม่หวังสิ่งใดตอบแทนและทำนุบำรุงให้คนเหล่านี้มีความสุข สามารถประกอบสัมมาอาชีพได้อย่างมีความมั่นคง ซึ่งอาชีพของคนเหล่านี้เกือบทั้งหมดอยู่ในภาคเกษตร มีทั้งสวนผสม ไร่ และนา แต่มีปัญหาในการผลิตที่ใช้เคมี ดันทุนสูง และขายผลผลิตในระบบที่ถูกนายทุนกดราคา การเกษตรธรรมชาติจึงเป็นเครื่องมือในการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาวิธีการเพาะปลูก โดยได้เริ่มรณรงค์ในพื้นที่การเกษตรของพนักงานและเครือข่ายจำนวนประมาณ 900 กว่าไร่ พร้อมทั้งรับซื้อผลผลิตทั้งหมดกลับเข้าสู่ภาคการผลิตแปรรูปอาหาร รวมไปถึงเชื่อมโยงกับกลุ่มเครือข่ายต่างๆ ภายใต้ชื่อโครงการ “เศรษฐกิจพอเรา” ทำให้ปัจจุบันพนักงานที่มีสวนไร่นา สามารถควบคุมและลดค่าใช้จ่ายลงได้ และสามารถขายผลผลิตได้ราคาสูงกว่าท้องตลาดมาก ทำให้พนักงานมีความสำเร็จและชื่นชม ชื่นใจในอาชีพเดิมที่มีอยู่ และเมื่อนำเวลาว่างมาทำงานให้กับงานบริการ ซึ่งสามารถสร้างรายได้ประจำเดือนได้ องค์กรจะมีคนที่มีความสุขและมีจิตวิญญาณ (Service Mind) ที่ดีตามขึ้นไป ด้วย การปกครองแบบนี้ ดำเนินการภายใต้แนวคิดพระราชทาน “ระเบิดจากข้างใน” กล่าวคือให้ทุกคนมีความสุข ความพอใจที่จะทำ เมื่อเห็นแนวทางร่วมกันแล้ว จึงฝึกให้มีความพร้อมและความคล่องแคล่วที่จะประกอบ การร่วมกัน ปัจจุบันทุกคนในองค์กรมีความสุขร่วมกันมากขึ้น การบริหารจัดการง่ายขึ้นกว่าทุกระบบที่เคยปฏิบัติมา เนื่องจากทุกคนมีความ “สุข” และ “พร้อม” ที่จะทำนั่นเอง

โครงการอัมชูได้ขยายเครือข่ายไปสู่ผู้ปฏิบัติเกษตรกรอินทรีย์ไร้สารเคมีในชุมชนต่างๆ มากขึ้น อาทิ

1. กลุ่มเกษตรกรบ้านทุ่งหงษ์ อ.เมือง จ.ชุมพร ซึ่งผลิตกล้วยหอมทอง ส่งออกญี่ปุ่น กล้วยเล็บมือนาง ลองกอง มังคุด
2. กลุ่มผู้ปลูกกาแฟ อ.ท่าแซะ จ.ชุมพร เช่น กลุ่มลุงเชิด ผลผลิตรวม 10 ตัน สวนสารสิน (พนักงาน จัดเป็นอัมชูหมายเลข 4) ผลผลิต 4 ตัน
3. กลุ่มเกษตรกร ผักอินทรีย์บ้านรับร่อ อ.ท่าแซะ ปัจจุบันกำลังเชื่อมโยงเครือข่ายการจัดจำหน่ายร่วมกับญาติพนักงาน ที่มีแผงขายผักในตลาด ให้เปิดมุมผักไร้สารเคมี เพื่อให้เกิดการกระตุ้นให้ผู้ซื้อใน

ท้องถิ่น ได้เกิดความรู้ความเข้าใจในการเลือกซื้อผักที่ปลอดภัย ไม่แพงกว่าผักเคมี เกษตรกรได้ราคาดีกว่า โดยใช้กลวิธีของการ แบ่งกำไรที่เป็นธรรม โดยการเคลื่อนไหวกายใต้ศูนย์ กลีกรรมธรรมชาติ “เพลิน”

4. กลุ่มเครือข่ายชาวตุ้มโฮม อีสานตอนบน 7 จังหวัด โดยการประสานงานของนายปัญญา ปุลิเวคินทร์ ผู้จัดการโครงการ ศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ โดยมูลนิธิชัยพัฒนา และสมาคมนักเรียนเก่าวชิราวุธวิทยาลัย ในพระบรมราชูปถัมภ์ ปัจจุบันได้ดำเนินการรับซื้อข้าวอินทรีย์ในราคาที่เกษตรกรมีความสุขความพอใจ มาบริโภคในโรงแรม และจำหน่ายให้ลูกค้าที่มาใช้บริการและหมู่สมาชิกเกษตรอินทรีย์ โดยศูนย์เพลิน ได้ทำการสี และบรรจุ ปัจจุบันกำลังจะเพิ่มขนาดเครื่องสีข้าวให้มีขนาดเหมาะสมยิ่งขึ้น รวมไปถึงขยายโรงหมักปุ๋ย เนื่องจากผลพลอยได้จากการสีข้าวคือแกลบและรำ มีปริมาณมากขึ้น ศูนย์จึงทำการผลิตปุ๋ยและอาหารปลาอินทรีย์เพื่อจำหน่ายให้แก่สมาชิก ในราคาเป็นธรรม ปัจจุบันกำลังดำเนินการในทฤษฎีใหม่ขั้นที่ 3 คือเป็นต้นแบบในการรวมกลุ่มและจัดหาทุนเข้ามาสนับสนุน ซึ่งปัจจุบันกำลังดำเนินการเจรจากับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธ.ก.ส.) เพื่อนำไปสู่การเป็นต้นแบบให้ผู้ที่เข้ามาเรียนรู้ ได้เห็นเป็นตัวอย่างที่ชัดเจนและเข้าใจง่ายขึ้น

5. กลุ่มผู้ปลูกข้าว บ้านบางสน อ.ปะทิว จ.ชุมพร ทุ่งนาแหล่งกำเนิดของข้าวพันธุ์เหลืองปะทิวอันเลื่องชื่อ กำลังจะหมดไปจากวัฒนธรรมข้าวที่อ่อนแอ ผลตอบแทนที่ไม่คุ้มค่า และจากการส่งเสริมทางการเกษตรที่ไม่คำนึงถึงมิติทางสังคม การปลูกพืชวิถีโลก เชิงเดี่ยว กำลังคืบคลานขยายพื้นที่รุกราน จนเหลือพื้นที่นาอยู่เพียง 500 ไร่ จึงได้วางยุทธศาสตร์การรักษาผืนนาแห่งนี้ ด้วยการใช้การเกษตรธรรมชาติ และการท่องเที่ยวเสริมชุมชน เช่น การให้กำลังใจชาวนา โดยการชวนลูกค้า “ย้ายที่กินข้าวกลางวัน” ไปร่วมอาหารกลางวันกันในงาน ฟังเพลงลูกทุ่ง กินข้าวในกะลาให้ชาวบ้านทำน้ำพริก ผักพื้นบ้าน ไก่อบฟาง แสงท้องถิ่น ใช้เวลาประมาณ 1-2 ชั่วโมง เป็นต้น

โดยผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ (Key Informants) ซึ่งทำหน้าที่ในฐานะเป็นตัวแทนองค์กร/บริษัท ในที่นี้คือ เจ้าของธุรกิจซึ่งเป็นผู้บริหารระดับสูงสุด ได้แก่คุณวิสร รักษ์พันธุ์ เจ้าของและประธานกรรมการบริหารบริษัทชุมพร คาบาน่า จำกัด

1.3 องค์กรธุรกิจข้ามชาติ

เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่จะเป็นตัวแทนขององค์กรภาคธุรกิจหลากหลายและครอบคลุมมากขึ้น บริษัทข้ามชาติ ก็เป็นอีกองค์กรธุรกิจประเภทหนึ่งที่ไม่อาจละเลย โดยผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าในฐานะที่เป็นองค์กรธุรกิจต่างชาติและเข้ามาดำเนินกิจการภายใต้บริบทของสังคมไทยเป็นเวลานาน องค์กรธุรกิจเหล่านี้

จะมีมุมมองหรือเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องจิตสำนึกสาธารณะและมีรูปแบบการสื่อสารเพื่อเชื่อมร้อยจิตสำนึกสาธารณะกับภาคประชาชนที่แตกต่างหรือคล้ายคลึงกับองค์กรธุรกิจของไทยหรือไม่และอย่างไรบ้าง

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาองค์กรธุรกิจข้ามชาติที่เข้ามาดำเนินกิจการในประเทศไทย โดยพิจารณาจาก

(1) คำจำกัดความขององค์กรธุรกิจข้ามชาติ ในที่นี้หมายถึง นิติบุคคลที่จดทะเบียนจัดตั้งในประเทศไทย โดยมีบริษัทแม่ที่จัดตั้งตามกฎหมายในต่างประเทศถือหุ้นในสัดส่วนที่สามารถมีอำนาจบริหารจัดการแบบเบ็ดเสร็จภายในบริษัทได้ (Controlling Share) และชื่อของบริษัทนั้นมีคำว่า “ประเทศไทย” หรือ “ไทยแลนด์” หรือ “ไทย” วงเล็บชื่อบริษัทด้วย (เดือนเด่น นิคมบริรักษ์และคณะ, 2550: 5)

(2) พิจารณาจากรายชื่อบริษัทที่อยู่ในกลุ่มธุรกิจที่มีรายได้สูงสุด เฉพาะลำดับ 2 และ 9 ที่ทำรายได้สูงสุดในประเทศไทย ณ ปี พ.ศ. 2547 จากผลการสำรวจของ The Nation Group ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3: แสดงการเลือกกลุ่มตัวอย่างองค์กรธุรกิจข้ามชาติ

ลำดับ	กลุ่มธุรกิจ	Revenues (Bt. Million)
1	Energy	1,777,069.7693
2	Vehicles and Parts	1,334,108.6656
3	Chemicals and Plastics	816,801.0619
4	Building and Furnishing Materials	686,578.3856
5	Electrical Products and Computer	679,208.7806
6	Agribusiness	668,755.4757
7	Electronic Components	555,370.3972
8	Commerce	544,684.7290
9	Food and Beverage	381,620.4346
10	Communication	324,851.0668

(3) ทำการตรวจสอบรายชื่อบริษัทที่ได้ในขั้นตอนที่ 2 โดยผู้วิจัยเลือกแบบเฉพาะเจาะจง จากบริษัทที่มีรายได้สูงสุดในลำดับแรกของแต่ละกลุ่มธุรกิจ พบว่า กลุ่มธุรกิจยานพาหนะและอุปกรณ์ บริษัทโตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด มีรายได้รวมของกิจการหรือยอดขายในประเทศไทยรวม 200,813 ล้านบาท และกลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม คือบริษัทเนสท์เล่ ประเทศไทย จำกัด มียอดขายในประเทศไทยรวม 27,583.20 ล้านบาท ดังนั้นสองบริษัทนี้จึงถูกเลือกขึ้นมาเป็นตัวแทนขององค์กรธุรกิจข้ามชาติ

(4) ระยะเวลาในการเข้ามาดำเนินกิจการในประเทศไทย ไม่ต่ำกว่า 40 ปี

(5) เป็นบริษัทข้ามชาติที่มีนโยบายในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างชัดเจนและมีการทำซีเอสอาร์ (CSR) ทั้งในกระบวนการดำเนินงานทางธุรกิจ (CSR in process) และที่เกิดขึ้นภายหลังกระบวนการดำเนินงานทางธุรกิจ (CSR after process) ตามกรอบแนวคิดเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ดังข้อมูลโดยย่อของบริษัท สรุปได้ดังนี้

1.3.1 บริษัทเนสท์เล่ (ไทย) จำกัด

เนสท์เล่ เป็นบริษัทผู้ผลิตอาหารรายใหญ่ที่สุดในโลก มีโรงงานผลิตกว่า 500 แห่ง ศูนย์วิจัยใหญ่ 1 แห่งรวมทั้งศูนย์วิจัยและพัฒนาอีก 16 แห่ง ใน 84 ประเทศ มีพนักงานมากกว่า 2.4 แสนคนทั่วโลก สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่เมืองเวเวย์ ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางประสานงานระหว่างเนสท์เล่ทั่วโลก ผ่านทาง 3 หน่วยงานหลัก ได้แก่ เนสท์เล่ เอส.เอ. เนสท์เล่ เวิร์ลเทรด คอร์ปอเรชั่น และเนสเทค เอส.เอ.

เนสท์เล่ ได้เข้ามาดำเนินกิจการในเมืองไทยเป็นเวลา 100 กว่าปี ปัจจุบัน กลุ่มเนสท์เล่ ประเทศไทย ประกอบไปด้วย 6 บริษัท ได้แก่ บริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด บริษัท เนสเล่ แดรี่ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท เปอริแอ้ วิลเทล (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท ควอลิตี้ คอฟฟี่ โปรดักท์ส จำกัด บริษัทซีเรียปาร์ทเนอร์ส (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท เบฟเวอเรจ พาร์ทเนอร์ส เวลด์เวย์ (ประเทศไทย) จำกัด

ตลอดระยะเวลาที่เนสท์เล่ได้เข้ามาดำเนินกิจการในประเทศไทย ไม่เพียงแต่การนำเสนอผลิตภัณฑ์คุณภาพออกสู่ตลาด เนสท์เล่ (ไทย) ยังมีส่วนในการสร้างสรรค์และสนับสนุนกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวม ได้สนับสนุนและสร้างสรรค์กิจกรรมเพื่อชุมชน ทั้งในด้านการเกษตร สิ่งแวดล้อม และ

โครงการเพื่อสังคมต่างๆ ภายใต้ปณิธานที่ต้องการเติบโตและก้าวไปข้างหน้าเคียงคู่คนไทย เสริมสร้างให้คนในสังคมมีคุณภาพชีวิตที่ดี และเป็นสุขถ้วนหน้ากัน

ซีเอสอาร์ในกระบวนการดำเนินงานทางธุรกิจ (CSR in process)

โครงการรับซื้อกาแฟสารจากเกษตรกร

กลไกการค้าของตลาดกาแฟมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดความผันผวนของราคากาแฟในตลาด โลกที่สับสนเนื่องจากผลกระทบจากภัยธรรมชาติ หรือการลงทุนซื้อขายสินค้าล่วงหน้าในตลาดสินค้าเกษตร ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้ปลูกกาแฟได้รับผลตอบแทนอย่างไม่ยุติธรรม ทำให้ในราคากาแฟในตลาดโลกตกต่ำ ในฐานะที่เนสท์เล่ เป็นผู้ซื้อกาแฟสารรายใหญ่ที่สุดในโลก ได้ให้ความสำคัญต่อเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟในการที่จะให้ความยุติธรรมในด้านผลกำไรจากเนสท์เล่ อย่างเต็มเม็ดเต็มหน่วย แนวคิดและนโยบายในการรับซื้อกาแฟสารโดยตรงจากเกษตรกร จึงได้ริเริ่มและพัฒนาขึ้น โดยตั้งอยู่บนหลักเกณฑ์พื้นฐานที่ว่า ต้องซื้อกาแฟสารโดยตรงจากเกษตรกรผู้ปลูกเป็นหลัก ต้องซื้อกาแฟสารจากเกษตรกรโดยคำนึงถึงราคาที่เป็นธรรมตามเกณฑ์มาตรฐานของคุณภาพสินค้า ต้องปรับปรุงมาตรฐานการรับสินค้าให้เป็นไปตามความต้องการของบริษัท ต้องให้บริการความช่วยเหลือ ให้ความรู้และเทคโนโลยีด้านเกษตรแบบยั่งยืนแก่เกษตรกร บริษัท คอวลิตี คอฟฟี่ โปรดักท์ส จำกัด จึงได้รับนโยบายดังกล่าวมาดำเนินงาน โดยตั้งศูนย์รับซื้อกาแฟสวี ที่จังหวัดชุมพร และเริ่มเปิดดำเนินการมาตั้งแต่ต้นปี พ.ศ. 2534

ในกระบวนการรับซื้อกาแฟสารจากเกษตรกร ประกอบด้วยกิจกรรมย่อย ดังนี้ เปิดศูนย์รับซื้อกาแฟ ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกษตรกรปลูกกาแฟให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง ร่วมมือกับภาครัฐในการวิจัยและพัฒนาสายพันธุ์กาแฟ กระจายพันธุ์กาแฟให้แก่เกษตรกร และรับซื้อกาแฟสารจากเกษตรกรในราคายุติธรรม แต่ละกิจกรรมดังกล่าวนี้ ล้วนแล้วแต่ให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในหลายๆด้าน อาทิ บริษัทได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพจากเกษตรกร สามารถวางแผนการผลิตได้ตามความต้องการของตลาด และสามารถควบคุมคุณภาพของสินค้า ในขณะที่เกษตรกรสามารถผลิตกาแฟสารมาป้อนให้กับทางบริษัทได้อย่างเพียงพอและสม่ำเสมอ มีตลาดรองรับผลผลิตกาแฟ และสามารถขายได้ในราคาที่ดีและยุติธรรม เป็นการดำเนินธุรกิจลักษณะถ้อยทีถ้อยอาศัยระหว่างกัน สอดคล้องกับวัฒนธรรมไทยที่มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ มีการช่วยเหลือเกื้อกูลกันเป็นทุนดั้งเดิม ถือเป็นซีเอสอาร์ในกระบวนการธุรกิจที่เหมาะสม และสอดคล้องกับสังคมไทย

ซีเอสอาร์หลังกระบวนการดำเนินงานทางธุรกิจ (CSR after process)

โครงการพัฒนาหมู่บ้านที่ประสบภัยจากคลื่นยักษ์สึนามิ

โครงการพัฒนาหมู่บ้านที่ประสบภัยจากคลื่นยักษ์สึนามิ เป็นหนึ่งในโครงการเพื่อสังคมของกลุ่มเนสท์เล่ (ไทย) ที่ได้ร่วมมือกับสมาคมพัฒนาประชากรและชุมชน ในการช่วยเหลือผู้ประสบภัยพิบัติจากคลื่นยักษ์สึนามิ จำนวน 3 หมู่บ้าน ในจังหวัดพังงา

เนสท์เล่ (ไทย) ได้ให้การสนับสนุนสมาคมพัฒนาประชากรและชุมชน ซึ่งเป็นองค์กรเอกชนสาธารณประโยชน์ ที่ทำงานด้านการพัฒนาชนบทมากกว่า 30 ปี ดำเนินโครงการพัฒนาหมู่บ้านที่ประสบภัยพิบัติจากคลื่นยักษ์สึนามิ เพื่อช่วยเหลือประชาชนและฟื้นฟูพื้นที่ประสบภัยอย่างยั่งยืนทั้งในด้านการให้ความช่วยเหลือแบบฉุกเฉินและการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็ง โดยหวังให้เป็นแบบอย่างของการพัฒนาหลังประสบภัยในอนาคต

การริเริ่มโครงการนี้ เกิดขึ้นจากการเล็งเห็นข้อจำกัดในการให้ความช่วยเหลือผู้ประสบภัยที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ต่างมุ่งเน้นที่การทดแทนสิ่งที่สูญเสียไป ซึ่งสามารถบรรเทาความเดือดร้อนได้เพียงระดับหนึ่ง และยังเป็นความช่วยเหลือที่กระจุกตัวอยู่เพียงบางราย ไม่ทั่วถึงและเป็นระบบ ทำให้เกิดความขัดแย้งในชุมชน และขาดการมีส่วนร่วมจากประชากรในพื้นที่ เจตนารมณ์ในการดำเนินโครงการนี้ เพื่อเป็นต้นแบบในการฟื้นฟูและพัฒนาพื้นที่ที่ประสบภัยธรรมชาติแบบยั่งยืน โดยให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการพัฒนา มุ่งเน้นให้คนในชุมชนสามารถช่วยเหลือตนเองได้ หลังจากเสร็จสิ้นโครงการ มิใช่เป็นเพียงการบริจาคเงินหรือสิ่งของแล้วก็จากไป โดยที่ประชาชนในพื้นที่ประสบภัยไม่ทราบว่าจะดำเนินชีวิตภายหลังจากการประสบภัยได้อย่างไร

การฟื้นฟูและพัฒนาชุมชนที่ประสบภัยธรรมชาติในโครงการมีเป้าหมายที่ 3 หมู่บ้านในตำบลคลองเคียน อำเภอกะทู้ จังหวัดพังงา คือ หมู่บ้านคลองเคียน หมู่ 1 หมู่บ้านหินร่ม หมู่ 2 และหมู่บ้านเจ้าขรัว หมู่ที่ 3 รวมจำนวน 455 ครัวเรือน ประชากร 2,331 คน โรงเรียน 3 แห่ง นักเรียนรวม 393 คน และมีผู้ได้รับความเสียหายโดยตรง 99 ครัวเรือน ใช้ระยะเวลาดำเนินงาน 3 ปี (พ.ศ. 2548-2551) ซึ่งนอกจากการมุ่งเน้นส่งเสริมอาชีพและสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนแล้ว ยังมีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานปีละ 2 ครั้งเพื่อให้ทราบความคืบหน้าของโครงการและเพื่อให้มั่นใจได้ว่า ประชาชนในพื้นที่เป้าหมายได้รับประโยชน์จากโครงการอย่างแท้จริง (พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์และคณะ, 2549: 16-18)

โดยผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ (Key Informants) ซึ่งทำหน้าที่ในฐานะตัวแทนองค์กร/บริษัท ในที่นี้คือ คุณนภดล ศิวะบุตร ผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารองค์กร บริษัทเนสท์เล่ (ไทย) จำกัด

1.3.2 บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด

โตโยต้า เป็นบริษัทรถยนต์จากประเทศญี่ปุ่น เข้ามาดำเนินการในประเทศไทยเมื่อปี พ.ศ. 2505 โดยมีทุนจดทะเบียน ณ ปี 2550 7,500 ล้านบาท มีพนักงาน 13, 500 คน เป็นบริษัทแรกๆ ที่ให้ความสำคัญกับเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจัง ด้วยการกำหนดเป็นนโยบายภายใต้พันธกิจหลักของบริษัท ที่ต้องการเติบโตควบคู่กับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนไทยในทุกๆ ด้าน เหนือสิ่งอื่นใดบริษัทโตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด มุ่งมั่นสร้างความเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนของประเทศไทยในฐานะองค์กรที่ดีของสังคม บริษัทฯ ปฏิบัติงานด้วยความโปร่งใสและเป็นธรรม รวมทั้งต่อผู้ที่เกี่ยวข้องด้วยความเคารพพร้อมๆ กับการพยายาม พัฒนาคุณภาพชีวิตโดยรวมให้ดีขึ้น ซึ่งถือเป็นหน้าที่และความพึงพอใจของเราที่ได้มีส่วนร่วมในการจรรโลงโลกให้น่าอยู่ขึ้น โดยผ่านการดำเนินงานด้านสาธารณกุศล และกิจกรรมต่างๆ บริษัทฯ มุ่งมั่นดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการมีส่วนร่วมช่วยเหลือสังคม และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ (<http://www.toyota.co.th>)

ชีเอสอาร์ในกระบวนการดำเนินงานทางธุรกิจ (CSR in process)

โรงงานโตโยต้า บ้านโพธิ์: โรงงานแห่งเทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

จากการที่บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ คอร์ปอเรชั่น ประเทศญี่ปุ่นได้ให้ความไว้วางใจเลือกประเทศไทยเป็นฐานการผลิตรถกระบะ รถอเนกประสงค์ เครื่องยนต์ และชิ้นส่วน ภายใต้โครงการ IMV (Innovative International Multi – purpose Vehicle) เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั่วโลก บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด จึงได้ก่อตั้งโรงงานแห่งใหม่ขึ้นที่ อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อเป็นฐานการผลิตรถกระบะในโครงการ IMV โดยโรงงานบ้านโพธิ์ ถือได้ว่าเป็นโรงงานที่ทันสมัยที่สุดในภูมิภาคอาเซียน เพราะนอกจากจะนำเทคโนโลยีการผลิตรถยนต์ที่ได้มาตรฐานสากล ทั้งด้านคุณภาพและความปลอดภัยมาใช้แล้ว ยังให้ความสำคัญกับการดูแลสิ่งแวดล้อม ในฐานะโรงงานเพื่อสิ่งแวดล้อม (Ecological Factory) เพื่อเป็นต้นแบบให้แก่โรงงานอุตสาหกรรมอื่นๆ ในการลดมลภาวะที่จะเกิดขึ้นแก่โลก 4 ด้าน คือ

1) การอนุรักษ์พลังงาน

โรงงานโตโยต้า บ้านโพธิ์ได้มีการนำเครื่องกำเนิดไฟฟ้าพลังงานความร้อนร่วม (Co-Generator) ที่มีประสิทธิภาพสูง โดยใช้ก๊าซธรรมชาติเป็นเชื้อเพลิง และนำพลังงานสะอาด เช่น ระบบพลังงานที่ผลิต

จากเซลล์แสงอาทิตย์ (Solar Cell) มาใช้ภายในสถานที่ทำงานเพื่อลดปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ออกสู่ชั้นบรรยากาศควบคู่กับการจัดกิจกรรมเพื่อลดการใช้พลังงานอย่างต่อเนื่อง อาทิ การฝึกอบรมเพื่อเพิ่มจิตสำนึกในการอนุรักษ์พลังงานให้แก่พนักงานทุกคน และการค้นคว้าและวิจัยโดยความร่วมมือจากบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ คอร์ปอเรชั่น ประเทศญี่ปุ่น เพื่อการประหยัดพลังงานในทุกขั้นตอนการผลิต

2) การจัดการด้านคุณภาพน้ำ

โรงงานโตโยต้าบ้านโพธิ์ มีมาตรฐานการจัดการมลภาวะทางน้ำที่เข้มงวด โดยน้ำเสียจากกระบวนการผลิตที่ผ่านกระบวนการบำบัดแล้ว จะต้องผ่านมาตรฐานภายในของโตโยต้าซึ่งเป็นค่าที่สูงกว่าข้อกำหนดตามกฎหมายถึงร้อยละ 20 และนำไปรดต้นไม้แทนน้ำประปา เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังควบคุมคุณภาพน้ำอย่างต่อเนื่องด้วยระบบการตรวจวัดค่า COD (chemical Oxygen Demand) ซึ่งส่งผลการตรวจและการจัดตั้งการตรวจโดยตรงถึงกรมโรงงานอุตสาหกรรมทุก 15 นาที รวมถึงการจัดตั้งห้องปฏิบัติการวิเคราะห์คุณภาพน้ำที่ได้รับใบอนุญาตอย่างถูกต้องตามกฎหมาย

3) การจัดการมลภาวะทางอากาศ

ด้วยตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อม โตโยต้าจึงเป็นบริษัทผู้ผลิตรถยนต์แห่งแรกของประเทศไทยที่นำเทคโนโลยีขั้นสูงในการพ่นสีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาใช้ ได้แก่ระบบ Water-borne Paint หรือระบบการใช้น้ำเป็นตัวทำละลายที่มีคุณภาพดีกว่าการใช้สีผสมทินเนอร์พ่นรถยนต์และยังใช้หุ่นยนต์ในการพ่นสีเพื่อประสิทธิภาพสูงสุด ตลอดจนติดตั้งเตาเผาสารระเหยไฮโดรคาร์บอน (RTO Incinerator) เพื่อลดมลภาวะ และ VOC (Volatile Organic Compound) ก่อนปล่อยออกสู่ชั้นบรรยากาศ นอกจากนี้ โตโยต้าได้นำ Servo Robot มาใช้ในกระบวนการเชื่อมตัวถัง เพื่อลดฝุ่นละอองและควันจากกระบวนการเชื่อม ซึ่งไม่เพียงลดมลภาวะ หากแต่ยังทำให้ใช้พลังงานในกระบวนการเชื่อมตัวถังน้อยลงอีกด้วย

4) การจัดการมลภาวะด้านขยะ

โตโยต้าได้มีการลดปริมาณขยะทุกชนิดลงอย่างต่อเนื่องทุกปี โดยกระบวนการนำกลับมาใช้ใหม่ หรือการนำมาใช้ซ้ำ และมีการทำโครงการยกเลิกการนำขยะไปฝังกลบ (Zero Landfill) โดยจะใช้ระบบการคัดแยกประเภทของขยะ เพื่อนำไปกำจัดด้วยวิธีการเผาไหม้ในเตาเผาของโรงงานผลิตปุ๋ยหมักใช้ในโรงงาน และแจกจ่ายให้แก่ชุมชนตลอดจนการใช้ภาชนะที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ในการขนส่งและบรรจุชิ้นส่วนที่จะนำมาประกอบรถยนต์ ส่งผลให้บริษัทฯ สามารถรีไซเคิลขยะได้กว่าร้อยละ 80 (เอกสารฉบับพิเศษ แจกในงานพิธีเปิดโรงงานโตโยต้า บ้านโพธิ์)

ซีเอสอาร์หลังกระบวนการดำเนินงานทางธุรกิจ (CSR after process)

นับตั้งแต่ที่ โตโยต้า ได้เข้ามาดำเนินธุรกิจในประเทศไทย สิ่งหนึ่งที่บริษัทฯ ยึดถือเป็นหลักการตลอดระยะเวลากว่า 40 ปี คือ จิตสำนึกเพื่อการพัฒนาชุมชนและสังคม โดยได้จัดกิจกรรมเพื่อสังคมหลากหลายโครงการ อาทิ

1) กิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อม เช่น การก่อตั้งโครงการ “โตโยต้า...เพื่อสิ่งแวดล้อม” ซึ่งประกอบไปด้วยการปลูกป่าชายเลน การสนับสนุนการจัดทำศูนย์นิทรรศการและมอบเงินทุนสนับสนุนการดำเนินงานของศูนย์ศึกษาธรรมชาติกองทัพบก (บางปู) การปลูกป่า ณ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาอ่างฤๅไน โครงการลดเมืองร้อนด้วยมือเรา การจัดการสัมมนาเชิงวิชาการเพื่อสิ่งแวดล้อม การวิจัยและพัฒนาโครงการไบโอดีเซลจากเมล็ดสบู่ดำ โดยร่วมกับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เป็นต้น

2) กิจกรรมโครงการถนนสีขาว ได้แก่ การติดตั้งป้ายเตือนอุบัติเหตุกว่า 160 จุดทั่วประเทศ และการจัดทำ “คู่มือขับขี่ปลอดภัย” ให้กรมการขนส่งทางบก เพื่อมอบแก่ผู้ผ่านการทดสอบใบอนุญาตขับขี่ มอบเครื่องบินเฮลิคอปเตอร์แก่สถานีวิทย์ จส. 100 เพื่อรายงานสถานะภาพการจราจร และช่วยเหลือเคลื่อนย้ายผู้ป่วยไปสู่โรงพยาบาลในกรณีฉุกเฉิน ร่วมกับตำรวจทางหลวงณรงค์ลดอุบัติเหตุ ช่วงเทศกาลสำคัญๆ การก่อตั้งเมืองจราจรจำลองที่สวนรถไฟ เป็นต้น

3) กิจกรรมด้านการศึกษา เช่น การมอบทุนการศึกษาอย่างต่อเนื่องแก่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โครงการหนังสือมือสอง การพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนและโรงฝึกงานช่างยนต์ให้แก่โรงเรียนพระดาบส เป็นต้น

4) กิจกรรมช่วยเหลือผู้ประสบภัยธรรมชาติ การมอบเครื่องอุปโภคบริโภครวมทั้งเงินทุนสนับสนุนเพื่อบรรเทาทุกข์ให้แก่ผู้ประสบภัยสึนามิ และผู้ประสบอุทกภัย เป็นต้น

5) ก่อตั้งมูลนิธิโตโยต้าประเทศไทยให้เป็นองค์กรการกุศล เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการศึกษาในทุกๆ ระดับ ส่งเสริมคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อม และร่วมมือกับองค์กรการกุศลอื่นๆ เพื่อสาธารณประโยชน์

6) กิจกรรมเพื่อพัฒนาชุมชนและหน่วยงานต่าง ๆ ในจังหวัดจะเชิงเทรา สนับสนุนกิจกรรมฟื้นฟูลุ่มน้ำบางปะกง มอบอุปกรณ์ช่วยเหลือฉุกเฉินแก่ตำรวจภูธรจังหวัดจะเชิงเทรา มอบอุปกรณ์การเรียนการสอนและอุปกรณ์กีฬาแก่โรงเรียนต่าง ๆ รอบโรงงานโตโยต้า บ้านโพธิ์ เป็นต้น

โดยผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ (Key Informants) ซึ่งทำหน้าที่ในฐานะเป็นตัวแทนองค์กร ในที่นี้คือ คุณศุภรัตน์ ศิริสุวรรณางกูร ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่อาวุโส สายงานพิเศษ สายงานเทคนิคและสายงานการบริหาร และคุณสมศักดิ์ นันทะโตวัฒน์ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ สำนักงานส่งเสริมการสื่อสารในองค์กร

2. ภาคประชาชน

คำว่า “ภาคประชาชน” ในที่นี้หมายถึง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) โดยตรงกับบริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) บริษัทวินเดอร์ เวิร์ล โปรดักส์ จำกัด บริษัท ชุมพรคาบาน่า รีสอร์ท จำกัด บริษัท เนสเล่ (ไทย) จำกัด และบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ประกอบด้วย ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในองค์กร ได้แก่ พนักงานในองค์กร และผู้มีส่วนได้เสียภายนอกองค์กร ได้แก่ ประชาชนคนในชุมชนที่องค์กรธุรกิจดังกล่าวตั้งอยู่ มีสาขาและหรือหรือเข้าไปดำเนินงานด้วยและมีการทำกิจกรรมซีเอสอาร์ลักษณะใดลักษณะหนึ่งในชุมชน

วิธีพิจารณาผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อเป็นตัวแทนของภาคประชาชน และเป็นผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ มีดังนี้

2.1 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในองค์กร ในที่นี้พิจารณาจากบุคคลที่ปฏิบัติงานด้านการสื่อสารองค์กรหรือชุมชนสัมพันธ์ และปฏิบัติงานหรือมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญเพื่อสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่ม จำนวน 41 คน ดังนี้

1) บริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)

ผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ (Key Informants) จำนวน 11 คน ได้แก่

(1) คุณกรกช อนันตสมบูรณ์

ผู้จัดการกลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กร สำนักสื่อสารองค์กร

(2) คุณศิริพรรณวดี บัวอินทร์

ผู้จัดการกลยุทธ์การสื่อสาร สำนักสื่อสารองค์กร

(3) คุณนิชธิมา ทรัพย์สุคนธ์

ผู้เชี่ยวชาญกลยุทธ์การสื่อสาร สำนักสื่อสารองค์กร

(4) คุณปารินทร์ ชันธิรัญ

ผู้ช่วยผู้จัดการซีเอสอาร์ สำนักงานสื่อสารองค์กร

(5) คุณวีระยศ อันสำราญ

ผู้ช่วยผู้จัดการซีเอสอาร์ สำนักงานสื่อสารองค์กร

(6) คุณศานิต เกษสุวรรณ

กรรมการผู้จัดการ บริษัทปูนซิเมนต์ไทย (ลำปาง)

(7) คุณสุทธิเลิศ วีระไพบุลย์

ผู้จัดการส่วนเหมือง บริษัทปูนซิเมนต์ไทย (ลำปาง)

(8) คุณศุภชัย หวานจำ

ผู้จัดการบัญชี บริษัทปูนซิเมนต์ไทย (ลำปาง)

(9) คุณบวร วรรณศรี

ผู้จัดการผลิตหินก้อนย่อย บริษัทปูนซิเมนต์ไทย (ลำปาง)

(10) คุณอนุญาต นาคทอง

เจ้าหน้าที่ธุรการและชุมชนสัมพันธ์ บริษัทปูนซิเมนต์ไทย (ลำปาง) จำกัด

(11) คุณจิระเดช หุ่นกาวิ

เจ้าหน้าที่ สำนักงานกรรมการผู้จัดการบริษัทปูนซิเมนต์ไทย (ลำปาง) จำกัด

1) บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน)

ผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ (Key Informants) จำนวน 4 คน ได้แก่

(1) คุณประเสริฐ สลิธัมไพ

ผู้จัดการส่วนมวลชนสัมพันธ์ ฝ่ายประชาสัมพันธ์

(2) คุณปรียานุช เอกณรงค์

เจ้าหน้าที่ชุมชนสัมพันธ์ ฝ่ายประชาสัมพันธ์

(3) คุณอังสนา สกประเสริฐ

เจ้าหน้าที่มวลชนสัมพันธ์ ในพื้นที่ห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี

(4) คุณธนวัฒน์ มีจันทร์

เจ้าหน้าที่มวลชนสัมพันธ์ ในพื้นที่ห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี

1) บริษัทชุมพรคานา จำกัด

ผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ (Key Informants) จำนวน 7 คน ได้แก่

(1) คุณวิสร รักษ์พันธุ์

เจ้าของและประธานกรรมการบริหารบริษัท

- (2) คุณสุนันท์ บุญจางค์
แม่ครัว อายุงาน 25 ปี
- (3) คุณดำรงค์ ปรีชาชน
ครูฝึกเศรษฐกิจพอเพียง อายุงาน 11 ปี
- (4) คุณชนะพงษ์ เสมแดง
พนักงานต้อนรับ อายุงาน 2.5 ปี
- (5) คุณไพรัตน์ พรหมนุ้ย
พนักงานขายของที่ระลึก อายุงาน 8 ปี
- (6) คุณวีระพัฒน์ จันทร์สน
พนักงานฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม อายุงาน 3 ปี
- (7) คุณจ่านงจิตร สุตราม
พนักงานฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม อายุงาน 5 ปี

4) บริษัทวันเดอร์เวิร์ล โปรดักส์ จำกัด

ผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ (Key Informants) จำนวน 5 คน ได้แก่

- (1) คุณสุทธิชัย เอี่ยมเจริญยิ่ง
เจ้าของและประธานบริหารบริษัท
- (2) คุณอัญชลี ดันติดำรงค์
พนักงานรายวัน อายุงาน 1 ปี
- (3) คุณสมร สงขอนนอก
พนักงานรายเดือน อายุงาน 8 ปี
- (4) คุณฉวีวรรณ ช่วยรักษา
พนักงานรายเดือน อายุงาน 15 ปี
- (5) คุณจารุวรรณ แก้วเอี่ยม
พนักงานพนักงานรายวัน อายุงาน 3 ปี

5) บริษัทเนสท์เล่ ประเทศไทย จำกัด

ผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ (Key Informants) จำนวน 7 คน ได้แก่

- (1) คุณนภดล คิวะบุตร
ผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารองค์กร
- (2) คุณทาทฤษฎ์ ภูมาศล
ผู้จัดการฝ่ายบริการการเกษตร

- (3) คุณปวีณา นันทวัฒน์ศิริ
พนักงานฝ่ายบุคคล
- (4) คุณธีรภัทร์ จันทักษ์
พนักงานฝ่ายฝึกอบรมด้านการตลาด
- (5) คุณภัสพร บุญยโชติมา
พนักงานการตลาด
- (6) คุณบุศรินทร์ คฤหโยธิน
พนักงาน Supply Chain
- (7) คุณศรียัตน์ ตระกูลไทยบุญญา
พนักงานฝ่ายสื่อสารองค์กร

6) บริษัทโตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด

ผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ (Key Informants) จำนวน 7 คน ได้แก่

- (1) คุณสมศักดิ์ นันทะโตวัฒน์
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ สำนักงานส่งเสริมการสื่อสารในองค์กร
- (2) คุณศุภรัตน์ ศิริสุวรรณางกูร
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่อาวุโส สายงานพิเศษ
สายงานเทคนิคและสายงานการบริหาร
- (3) คุณงามพร พัฒนพิรุณหิต
ผู้อำนวยการ สำนักงานวางแผนองค์การ
- (4) คุณชัยปิติ ม่วงกุล
ผู้อำนวยการ สำนักงานรัฐกิจสัมพันธ์
- (5) คุณสมภพ สนิทอักษร
ผู้จัดการ สำนักงานส่งเสริมการสื่อสารภายในองค์กร
- (6) คุณสมศักดิ์ อุทิศวรรณกุล
ผู้ช่วยผู้จัดการ สำนักงานวางแผนส่งเสริมสังคม
สำนักงานเลขานุการมูลนิธิโตโยต้าประเทศไทย
- (7) คุณลักษณาพรรณ วงศ์โสภา
หัวหน้างานอาวุโส สำนักงานส่งเสริมความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม

2.2 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกองค์กร ในที่นี้พิจารณาจากประชาชนคนในชุมชนที่เป็น

แกนนำชุมชน ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน ครู พระหัวหน้ากลุ่มต่างๆ ฯลฯ ที่องค์กรธุรกิจตั้งอยู่ มี

สาขาและ/หรือเข้าไปดำเนินงานด้วยและมีการดำเนินกิจกรรมเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมลักษณะใด
ลักษณะหนึ่งในพื้นที่ เป็นผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ เพื่อสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่ม จำนวน 37 คน

สำหรับการเลือกชุมชนที่องค์กรธุรกิจตั้งอยู่ มีสาขาหรือเข้าไปดำเนินงานด้วยและ/หรือมีการดำเนินกิจกรรมซีเอสอาร์อย่างใดอย่างหนึ่งทำการศึกษา นั้น ผู้วิจัยได้ขอคำแนะนำจากองค์กรธุรกิจฯ ละ 1 ตัวอย่าง ดังนี้

- 1) บริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ศึกษาชุมชนบ้านสามขา ต.หัวเสือ อ.แม่ทะ จังหวัดลำปาง ผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ (Key Informants) จำนวน 6 คน ได้แก่
 - (1) คุณศรีนวล วงศ์ตระกูล
ครูโรงเรียนบ้านสามขา
 - (2) คุณบุญเรือน เฉ่าคำ
ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้านสามขา
 - (3) คุณตาสุขคำ วงศ์ปัญญา
ชาวบ้านรากแก้ว บ้านสามขา
 - (4) จำสิบเอกชัย วงศ์ตระกูล
ผู้ประสานงานเครือข่ายลุ่มน้ำจาง บ้านสามขา
 - (5) คุณลุงทัน วรรณะสูงค์
ชาวบ้านรากแก้ว บ้านสามขา
 - (6) คุณบัญชา อินทราประสิทธิ์
ชาวบ้านรากแก้ว บ้านสามขา
- 2) บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ศึกษาชุมชนห้วยเขย่ง อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี ผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ (Key Informants) จำนวน 16 คน ได้แก่
 - (1) คุณบุญเนียม ดวงจันทร์ อายุ 53 ปี
ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ 1 บ้านท่ามะเดื่อ
 - (2) คุณลุงเรือง ปลงจิตร อายุ 69 ปี
ปราชญ์ชาวบ้าน อดีตผู้ใหญ่บ้าน ต.ห้วยเขย่ง บ้านรวมใจ หมู่ 8
 - (3) นายจำลอง มณีรัตน์ อายุ 45 ปี
ประธานสภาผู้นำชุมชน บ้านรวมใจ หมู่ 8
 - (4) คุณธงชัย ศรีมุข อายุ 44 ปี
สมาชิกสภาผู้นำชุมชน หมู่ 4

- (5) คุณ ครรชิต จันทรปัญญา อายุ 35 ปี
สมาชิกสภาผู้นำชุมชน หมู่ 7
 - (6) คุณวิทยา ไจมา อายุ 42 ปี
คุณครูโรงเรียนสมาคมป่าไม้แห่งประเทศไทย และสมาชิกสภาผู้นำชุมชน หมู่ 8
 - (7) คุณสอางค์ บุญทอง อายุ 32 ปี
เจ้าหน้าที่ประสานงานเยาวชนและสิ่งแวดล้อมและสมาชิกสภาผู้นำชุมชน หมู่ 4
 - (8) คุณสอางค์ บุญทอง อายุ 32 ปี
เจ้าหน้าที่ประสานงานเยาวชนและสิ่งแวดล้อมและสมาชิกสภาผู้นำชุมชน หมู่ 4
 - (9) คุณธนภรณ์ เพ็ชรมณี อายุ 32 ปี
สมาชิก อบต. และสมาชิกสภาผู้นำชุมชน หมู่ 3
 - (10) คุณชัยภัทร ประดิษฐ์ค่าย
ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน และรองประธานธนาคารเครือข่ายพัฒนาตำบล หมู่ 7
 - (11) คุณสายหยุด สถานสถิตย์ อายุ 74 ปี
กรรมการธนาคารชุมชน บ้านประจำไม้ หมู่ 4
 - (12) นางรังสิยา ประดิษฐ์ค่าย
ฝ่ายบัญชีธนาคารตำบล และสมาชิก อบต. หมู่ 7
 - (13) คุณชูศรี จันทรเนย
กรรมการ หมู่ 4
 - (14) คุณโสฬี ขวัญเพิ่มพร
เหรียญธนาคารชุมชน
 - (15) พระอธิการบรรเจิด เทวธรรม
เจ้าอาวาส วัดประจำไม้ หมู่ 4 บ้านห้วยเขย่ง
 - (16) นางคอหะแล
ชาวบ้าน หมู่ 3 บ้านห้วยเขย่ง
- 3) บริษัท ชุมพรคานา รีสอร์ท จำกัด ศึกษาชุมชนบ้านทุ่งหงส์ บางสน และพะโต๊ะ
จังหวัดชุมพร
- ผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ (Key Informants) จำนวน 3 คน ได้แก่
- (1) คุณสมชาย แก้วสว่าง (อายุ 30 ปี)
หัวหน้ากลุ่มเกษตรกร สวนเกษตรอินทรีย์บ้านทุ่งหงส์ อ.เมือง จ.ชุมพร
 - (2) คุณพงศา ชูแนม (43 ปี)
หัวหน้าอนุรักษ์น้ำพะโต๊ะ อ.พะโต๊ะ จ.ชุมพร

(3) คุณประยูร เมืองนาโพธิ์ (41 ปี)

ประธานกลุ่มเกษตรกรกรำนา ต.บางสน อ.ปะทิว จ.ชุมพร

4) บริษัท วันเดอร์เวอร์ลิโปรดักส์ จำกัด ศึกษาชุมชนบางเตือ อำเภอมือง จังหวัดปทุมธานี

ผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ (Key Informants) จำนวน 2 คน ได้แก่

(1) คุณมนัส โสภา

ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ 2 ต.บางเตือ อ.เมือง จ.ปทุมธานี

(2) คุณไพบูลย์ เสือเทศ

หัวหน้าส่วนโยธา อบต. บางเตือ อ.เมือง จ.ปทุมธานี

5) บริษัท เนสเล่ (ไทย) จำกัด ศึกษาชุมชนโพธิ์สามต้น อ.บางปะหัน จ.พระนครศรีอยุธยา

และชุมชนในเขตอำเภอสวี จังหวัดชุมพร

ผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ (Key Informants) จำนวน 9 คน ได้แก่

(1) คุณจิตรา เล็งเล็ก

ปลัดอบต. ต.โพธิ์สามต้น อ.บางปะหัน จ.พระนครศรีอยุธยา

(2) คุณมนัส ศิริแพทย์

ผู้อำนวยการโรงเรียนวัดม่วง

หมู่ 5 ต.โพธิ์สามต้น อ.บางปะหัน จ.พระนครศรีอยุธยา

(3) คุณบรรเจิด สมหวัง

คุณครูโรงเรียนวัดม่วง หมู่ 5 ต.โพธิ์สามต้น อ.บางปะหัน จ.พระนครศรีอยุธยา

(4) คุณสุชาติ สุขว่าง

หัวหน้างานกิจการโรงเรียนวัดม่วง หมู่ 5 ต.โพธิ์สามต้น อ.บางปะหัน จ.พระนครศรีอยุธยา

(5) คุณยุพิน กสินเกษมพงษ์

นักวิชาการเกษตร ศูนย์วิจัยพืชสวนชุมพร จ.ชุมพร

ผู้ได้รับทุนจากเนสท์เล่ ไปศึกษาที่เมืองตูร์ ฝรั่งเศส

(6) คุณนันทนา นอกสายอ

เกษตรกรชาวสวนกาแฟ อายุ 34 ปี

(7) คุณอภิเชก จอมคำสินธุ์

เกษตรกรชาวสวนกาแฟ อายุ 30 ปี

(8) คุณวิจิตร ใจชื่น อายุ 62 ปี

เกษตรกรชาวสวนกาแฟ

(9) คุณโพธิ์ ทองวงศ์ อายุ 47 ปี
เกษตรกรชาวสวนกาแฟ

6) บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ศึกษาชุมชนเขตอำเภอบ้านโพธิ์
จังหวัดฉะเชิงเทรา

ผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ (Key Informants) จำนวน 2 คน ได้แก่

(1) คุณสมชัย อมรวัฒนสวัสดิ์

นายอำเภอบ้านโพธิ์ จ. ฉะเชิงเทรา

(2) คุณพูลศักดิ์ เมธิกุล

นักบริหารงานช่าง อบต. ลาดขวาง จ. ฉะเชิงเทรา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำหนังสือจากคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต เพื่อขออนุญาตสัมภาษณ์
อย่างเป็นทางการกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยตรงกับองค์กร ประกอบด้วยผู้บริหารที่เป็นตัวแทนองค์กรภาค
ธุรกิจและพนักงานองค์กรภาคธุรกิจขนาดใหญ่ กลาง/เล็ก (SMEs) และข้ามชาติ ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมาย
ภายในที่องค์กรต้องการสื่อสารด้วย จากนั้น ได้ขออนุญาตผู้บริหารขององค์กรทั้ง 6 บริษัท เข้าเยี่ยมชม
กิจการและขอคำแนะนำในการลงไปในพื้นที่ ธุรกิจเข้าไปตั้งอยู่ มีสาขาและ/หรือเข้าไปดำเนินกิจการด้วย
และมีการดำเนินกิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างใดอย่างหนึ่งในพื้นที่ เพื่อสังเกตการณ์
และเก็บรวบรวมข้อมูลในส่วนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายภายนอก ที่องค์กรต้องการ
สื่อสารด้วยโดยตรง ดังนั้น การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ จึงประกอบด้วย

1. ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยได้จากการเก็บข้อมูลภาคสนาม ด้วยการสัมภาษณ์

(Interview) และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

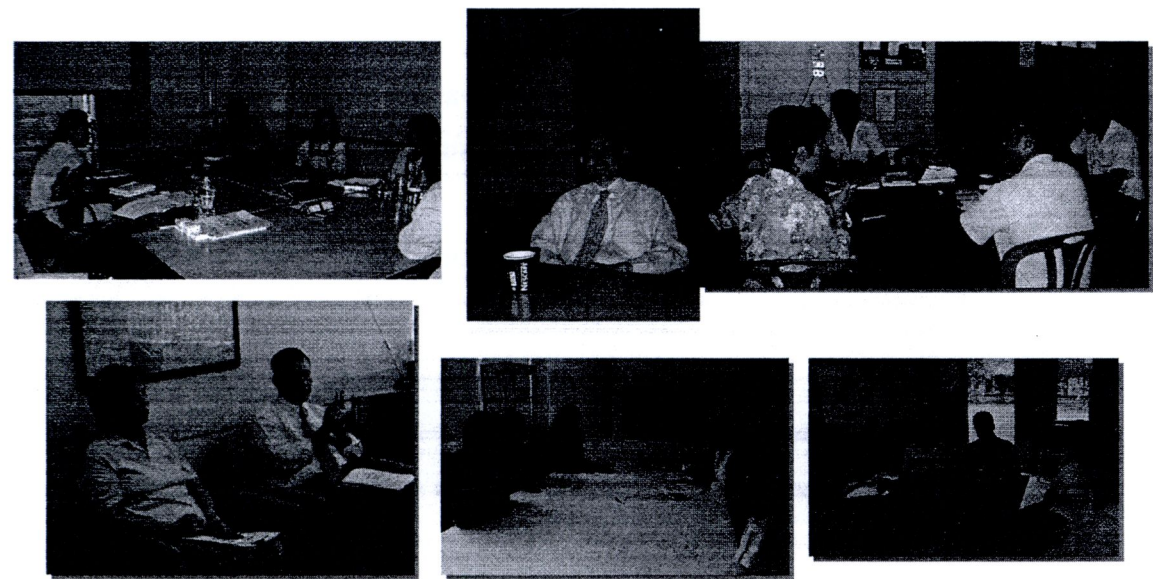
1.1 การสัมภาษณ์ ผู้วิจัยใช้ทั้งการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบรายบุคคล (In-depth Interview) และ

การสนทนากลุ่ม (Focus Group) โดยกระทำในสถานการณ์ที่เป็นทางการ (Formal Interview) และไม่เป็น
ทางการ (Informal Interview)

การสัมภาษณ์แบบเป็นทางการ ส่วนใหญ่ผู้วิจัยจะใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกรายบุคคลกับผู้บริหาร
องค์กรของธุรกิจขนาดใหญ่ กลาง และข้ามชาติ ส่วนการสนทนากลุ่มจะกระทำกับพนักงานของธุรกิจขนาด

ใหญ่ กลาง/เล็ก (SMEs) และข้ามชาติ รวมถึงชาวบ้านที่เป็นแกนนำชุมชน ส่วนสถานที่นัดหมายเพื่อการสัมภาษณ์ก็จะปรับเปลี่ยนตามสภาพแวดล้อมองค์กรและชุมชน เช่น ใช้ห้องประชุมขนาดเล็กขององค์กร หรือสถาบัน ศูนย์การเรียนรู้ประจำตำบล ที่ทำการธนาคารชุมชน เป็นต้น

ภาพที่ 1: แสดงการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มอย่างเป็นทางการ



สำหรับการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ ส่วนใหญ่ผู้วิจัยจะใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบรายบุคคลกับพนักงานของธุรกิจขนาดใหญ่ กลาง/เล็ก (SMEs) และข้ามชาติที่ปฏิบัติงานในพื้นที่ รวมถึงชาวบ้านในชุมชนที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์แบบนี้ มักจะเป็นการพูดคุยกันระหว่างการรับประทานอาหารที่บ้านพัก บ้านชาวบ้าน บนยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง หรือระหว่างทางเดินเพื่อไปร่วมกิจกรรม และขณะทำกิจกรรมร่วมกัน เป็นต้น

ภาพที่ 2: แสดงการสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่มอย่างไม่เป็นทางการ



ทั้งหมดนี้ ผู้วิจัยเป็นผู้สัมภาษณ์ด้วยตนเองทุกครั้ง โดยคำถามที่ใช้จะเป็นคำถามปลายเปิดเพื่อเปิดกว้างทางความคิดและมุมมอง ไม่จำกัดคำตอบ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ได้ออกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับองค์กรและชุมชนของตนเอง รวมถึงการทำงานกับชุมชน ฯลฯ อย่างอิสระ โดยผู้วิจัยเป็นเพียงผู้เตรียมคำถามไว้เป็นกรอบแนวทางในการสัมภาษณ์อย่างกว้างๆ เท่านั้น

1.2 การสังเกตอย่างมีส่วนร่วม ผู้วิจัยได้สร้างสัมพันธภาพ ทำความคุ้นเคยและเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ กับพนักงานบริษัทและชาวบ้านในชุมชนที่ธุรกิจตั้งอยู่ มีสาขาและ/หรือเข้าไปดำเนินงานด้วยและมีการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างใดอย่างหนึ่งในพื้นที่ ได้แก่

1.2.1 ร่วมสร้างฝายชะลอน้ำร่วมกับพนักงานปูนซิเมนต์ไทย (ลำปาง) จำกัด และชาวบ้านบ้านสามขา จังหวัดลำปาง (ระหว่างวันที่ 30-31 กรกฎาคม และ 1-2 สิงหาคม 2550)



ภาพที่ 3: ร่วมสร้างฝายชะลอน้ำ จ. ลำปาง

1.2.2 ร่วมประชุมเวทีชาวบ้าน เยี่ยมชมและสำรวจตลาดนัดชุมชนห้วยเขย่ง อ.ทองผาภูมิ จ.กาญจนบุรี ระหว่างวันที่ 5-7 ตุลาคม 2550 เพื่อเป็นการสังเกตรูปแบบการสื่อสารและปัจจัยสนับสนุนหรืออุปสรรคของการสื่อสารเพื่อการเชื่อมโยงจิตสำนึกสาธารณะในชุมชนและจดบันทึกปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น

ภาพที่ 4: แสดงการสังเกตการณ์รูปแบบการสื่อสารในตลาดนัดชุมชน และเวทีชาวบ้าน ห้วยเขย่ง จ.กาญจนบุรี



นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้เข้าเยี่ยมชมการดำเนินการขององค์กรธุรกิจขนาดกลาง (SMEs) และข้ามชาติ เพื่อศึกษา สังเกตกิจกรรม และการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ ว่ามีความเป็นจริงและสอดคล้องกับกรอบแนวคิดเรื่อง จิตสำนึกสาธารณะ/ความรับผิดชอบต่อสังคมหรือไม่ รวมถึงกิจกรรมการดำเนินงานของธุรกิจดังกล่าว สามารถใช้เป็นเครื่องมือการสื่อสาร (Instrument) และวิธีการ (Means) เพื่อการสร้าง ความหมาย ความเข้าใจ (Shared meaning) และคุณค่า (Shared Value) บนความสมดุลแห่งประโยชน์ร่วมกัน ในลักษณะ win-win ด้วยกันทั้งสองฝ่าย ตามคำให้สัมภาษณ์ของผู้บริหาร พนักงานบริษัทและคนในชุมชนที่ธุรกิจเข้าไปอยู่ร่วมด้วยหรือไม่อย่างไร ดังนี้

1.2.3 เยี่ยมชมการดำเนินการ บริษัทชุมพร คาบาน่า จำกัด จังหวัดชุมพร ระหว่างวันที่

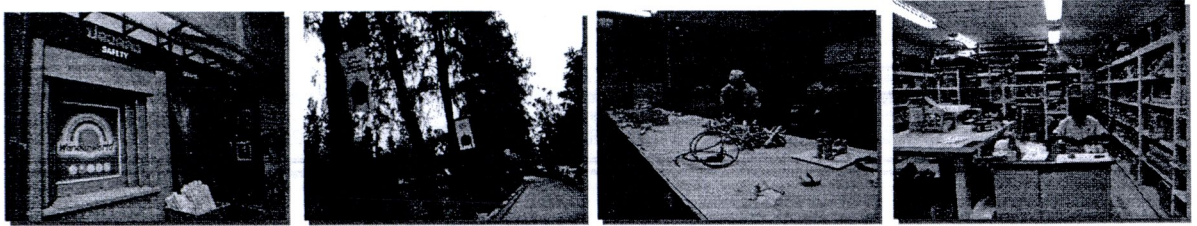
24-26 สิงหาคม 2550

ภาพที่ 5: แสดงการไปเยี่ยมชมการดำเนินการ บริษัทชุมพร คานาน่า จำกัด



1.2.4 เยี่ยมชมการดำเนินการ บริษัทวันเดอร์ เวิร์ล โปรดักส์ จำกัด จังหวัดปทุมธานี

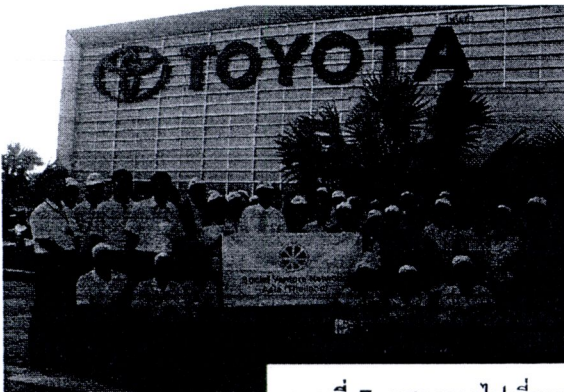
วันที่ 7 สิงหาคม 2550



ภาพที่ 6: แสดงบรรยากาศบริเวณโดยรอบบริษัทวันเดอร์ เวิร์ล โปรดักส์ จำกัด

1.2.5 เยี่ยมชมโรงงานประกอบรถยนต์โตโยต้า อำเภอบ้านโพธิ์ จ.ฉะเชิงเทรา วันที่ 27

สิงหาคม 2550



ภาพที่ 7: แสดงการไปเยี่ยมชมโรงงานโตโยต้าบ้านโพธิ์

1.2.6 เยี่ยมชมและสังเกตการณ์การฝึกอบรมเกษตรกรชาวสวนกาแฟ การพัฒนาพันธุ์กาแฟ ไรบัสต้าที่ห้องทดลองศูนย์วิจัยพืชสวนชุมพร และสวนกาแฟต้นแบบของเกษตรกร อำเภอสวี จังหวัดชุมพร ระหว่างวันที่ 27-28 กันยายน 2550



ภาพที่ 8: เยี่ยมชมศูนย์รับซื้อเมล็ดกาแฟเนสท์เล่ ศูนย์วิจัยพืชสวน/สวนกาแฟตัวอย่าง อ.สวี จ.ชุมพร

2. ข้อมูลทุติยภูมิ ส่วนใหญ่เป็นเอกสารที่เกี่ยวข้อง (Documentary Source) เพื่อใช้ประกอบ การวิเคราะห์ข้อมูลให้มีความชัดเจนขึ้น โดยผู้วิจัยรวบรวม สังเคราะห์และเรียบเรียงจาก

2.1 บทความ/ข้อมูล/บทสัมภาษณ์ที่ปรากฏในสิ่งพิมพ์ต่างๆ ได้แก่

2.1.1 หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ มติชน ฐานเศรษฐกิจ กรุงเทพธุรกิจ

2.1.2 นิตยสารสารคดี แบรินด์เอจ และเอ็มบีเอ เป็นต้น

2.1.3 วารสารวิชาการทั้งในและต่างประเทศ เช่น วารสารสื่อพลัง

2.1.4 เอกสารเผยแพร่รูปแบบต่างๆ เช่น รายงานประจำปีขององค์กร แผ่นพับ

รวมถึงเอกสารประกอบการประชุมสัมมนาที่เกี่ยวข้องและผู้วิจัยได้เข้าร่วมประชุม

2.2 เว็บไซต์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

2.3 VCD รายการซีพอร์โลก

2.4 DCD CSR ของโครงการกาแฟ บริษัทเนสท์เล่ ประเทศไทย

2.5 DVD เพราะน้ำ...คือชีวิต ของบริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด มหาชน

2.6 งานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

1. แนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ผู้บริหารองค์กรและประชาชนคนในชุมชนที่ธุรกิจตั้งอยู่ มีสาขาและ/หรือเข้าไปดำเนินงานด้วยและมีการดำเนินกิจกรรมซีเอสอาร์อย่างใดอย่างหนึ่งในพื้นที่

2. เทปบันทึกเสียง เพื่อบันทึกคำให้สัมภาษณ์ช่วยในเก็บรายละเอียดข้อมูลต่างๆ ของผู้ให้สัมภาษณ์ ได้ครบถ้วนยิ่งขึ้น

3. สมุดบันทึก ผู้วิจัยมีไว้สำหรับจดบันทึกข้อมูลต่างๆ ทั้งจากการสัมภาษณ์ การเข้าเยี่ยมชมกิจการ และการสังเกตปรากฏการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชนทั้งที่ผู้วิจัยมีส่วนร่วมโดยตรงและโดยอ้อม

4. กล้องถ่ายภาพเพื่อบันทึกภาพนิ่งและกล้องถ่ายภาพวิดีโอทัศนสำหรับเก็บเสียงคำสัมภาษณ์และภาพเคลื่อนไหว เป็นเครื่องมือสำหรับเก็บข้อมูลอีกลักษณะหนึ่งที่ผู้วิจัยเลือกใช้เพราะสามารถให้รายละเอียดของเรื่องราวและเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างที่ผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บข้อมูลได้เป็นอย่างดี ซึ่งภาพต่างๆ เหล่านี้ ผู้วิจัยนำมาใช้ประกอบการวิเคราะห์ข้อมูล การเขียนรายงานวิจัย และบางส่วนสำหรับการนำเสนองานวิจัยในที่ประชุม

ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่ภาคสนาม ประมาณ 5 เดือนเศษ คือ ตั้งแต่วันที่ 22 มิถุนายน ถึงวันที่ 29 ตุลาคม 2550 เนื่องจาก การนัดหมายเพื่อสัมภาษณ์ระหว่างผู้วิจัยและผู้บริหารบริษัท พนักงาน นักวิชาการ หรือการลงพื้นที่ไปในชุมชนต่างๆ ที่ธุรกิจตั้งอยู่ มีสาขาและ/หรือเข้าไปดำเนินงานด้วยและมีการดำเนินกิจกรรมซีเอสอาร์อย่างใดอย่างหนึ่งในพื้นที่นั้น ต้องหาวันเวลาที่เหมาะสม และการเตรียมการด้วยกันทั้ง 2 ฝ่าย

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบอุปนัย (Induction Analytic) จากข้อมูลปฐมภูมิ ที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก สทนากลุ่ม และสังเกตแบบมีส่วนร่วมกับองค์กรธุรกิจทั้ง 6 บริษัทและภาคประชาชน แล้วนำประเด็นสำคัญที่ค้นพบมาจัดเป็นหมวดหมู่

2. เปรียบเทียบผลการศึกษากับกรอบแนวคิดหรือทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อการตีความและหาคำอธิบายถึงสิ่งที่ค้นพบ ว่ามีความคล้ายคลึงหรือแตกต่างกันไปจากแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในแง่มุมใดบ้าง แล้วสังเคราะห์เป็นข้อสรุปเพื่อตอบปัญหาวินิจฉัย

การนำเสนอข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Analysis Description) พร้อมด้วยภาพประกอบโดยนำข้อมูลที่ได้จากศึกษา การสัมภาษณ์ การสังเกตแบบมีส่วนร่วมจากตัวแทนประชากร รวมถึงการวิเคราะห์เอกสาร มาตอบปัญหานำวิจัยทั้ง 3 ข้อ

ความน่าเชื่อถือของข้อมูล

1. ผู้วิจัยให้ความสำคัญและตระหนักถึงจรรยาบรรณในการทำวิจัย โดยให้ความเคารพในสิทธิส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญทุกคน ซึ่งชื่อจริงของบุคคลและภาพทุกภาพที่ปรากฏในงานวิจัยนี้ รวมถึงการนำเสนอในเวทีประชุมต่าง ๆ ผู้วิจัยได้รับอนุญาตให้เผยแพร่เพื่อประโยชน์ในเชิงวิชาการ

2. ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารองค์กร ผู้วิจัยได้ใช้วิธีตรวจสอบข้อมูลโดยให้กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยตรงซึ่งคือพนักงานองค์กร และชาวบ้านในชุมชนที่ธุรกิจเข้าไปอยู่ร่วมด้วย เป็นผู้ยืนยันข้อเท็จจริงและแสดงทัศนעותองค์กรในประเด็นสำคัญ ๆ ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก สทนากลุ่ม ตลอดจนการสังเกต อากัปกริยาและพฤติกรรมการแสดงออกในขณะสัมภาษณ์ และร่วมกิจกรรมทางสังคม รวมถึงการตรวจสอบจากข้อมูลทุติยภูมิที่เกี่ยวข้องอีกทางหนึ่งด้วย

3. จัดเวทีประชุมสรุปผลการวิจัย วันพุธที่ 25 มิถุนายน 2551 ณ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต เพื่อแลกเปลี่ยน รับฟังข้อเสนอแนะ จากผู้แทนองค์กรภาคธุรกิจ ภาคประชาสังคมและนักวิชาการ นอกจากนี้ ผู้วิจัย ยังได้นำเสนอผลการวิจัยในเวทีสาธารณะประชุมวิชาการ “เปิดขอบฟ้าคุณธรรมจริยธรรม” จัดโดย ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาพลังแผ่นดินเชิงคุณธรรม สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) วันที่ 28-29 สิงหาคม 2551 เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล เรียนรู้และเผยแพร่องค์ความรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรมต่อสาธารณชนด้วย