

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. (2542). รายงานผลการวิจัย โครงการวิจัยเพื่อประมวลองค์ความรู้ เรื่องระบบการสื่อสารเพื่อชุมชน. กรุงเทพฯ ฯ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- กิตติ กันภัย. (2543). การสื่อสารชุมชน: แนวคิดหลักเพื่อการพัฒนา. วารสารนิเทศศาสตร์. 18 (เมษายน-มิถุนายน): 61-78
- กิตติภูมิ มีประดิษฐ์. (2549, มิถุนายน). จริยธรรมทางธุรกิจ: การพัฒนาคุณภาพจิตที่มีอิทธิพลต่อ ความประพฤติของมนุษย์ในสังคม. *Industrial Technology review*, 11(151), น. 154-160.
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2550). สร้างผู้ประกอบการเพื่อสังคมเพื่อแก้ปัญหาสังคม. สืบค้น 1 พฤศจิกายน 2550, จาก <http://www.kriengsak.com>
- ขับเคลื่อน CSR ภาวะเศรษฐกิจฟุบ 3 กูรูแนะทางรอดผ่านวิกฤต. (2550, 25 มิถุนายน). *ประชาชาติ ธุรกิจ*, น. 41.
- คมสัณนท์ ศุข. (2551, มีนาคม). สิทธิชัย เอี่ยมเจริญยิ่ง สร้างของเล่นด้วยไม้ดูแลพนักงานด้วยใจ. *หมอชาวบ้าน*, 29 (347), น. 70-75.
- จณิน เอี่ยมสอาด. (2550). รูปแบบและการสื่อสารการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมของ องค์กรธุรกิจไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จินตนา บุญบงการ. (2550). จริยธรรมทางธุรกิจ. (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- 7 วิธีบริหาร CSR องค์กร ในภาวะวิกฤต. (2552, 5 มกราคม). *ประชาชาติธุรกิจ*, น. 25.
- ชัชวาล ทองดีเลิศ. (2006, 11 พฤศจิกายน). ธุรกิจกับสังคม วิถีแตกต่างบนเส้นทางเดียวกัน. *CSR Journal*, น. 16.
- ชัยวัฒน์ ธีระพันธ์. (2547). การระดมพลังทางสังคมกับการสื่อสารด้วยการปฏิบัติ. สืบค้น 13 กุมภาพันธ์ 2547, จาก <http://www.thaicivicnet.com/social%20mobilization.htm>
- โชษิตา คันฉาย. (2549). สำรวจสถานการณ์ CSR ในประเทศไทยปี พ.ศ. 2549 ผ่านการ ประชาสัมพันธ์จากนิตยสาร *Positioning*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ไชยา ยัมวิไล. (2550, 27 เมษายน). สำนักสาธารณะ. *มติชนสุดสัปดาห์*, น. 15.
- CSR มุมมองใหม่ อีกก้าวของ "เนสท์เล่" กับ "Creating Shared Value". (2551, 2 มิถุนายน) *ประชาชาติ ธุรกิจ*, น. 25.

- CSR หลายมิติ เป้าหมายสู่ความยั่งยืน (social responsibility และ ความรับผิดชอบต่อสังคม). สืบค้น 2 มกราคม 2555 จาก <http://www.manager.co.th/mgrweekly>
- ณริศา ชัยศุภมวงคลลาภ และปาริชาติ สถาปิตานนท์. (2553) รูปแบบการสื่อสารเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดน้ำยามเย็น อัมพวา. วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา, 3(2), น. 36-56.
- เดือนเด่น นิคมบริรักษ์ และคณะ. (2550). บทบาทของบริษัทข้ามชาติในประเทศไทย (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ ฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ทรงธรรม อีระกุล. (2548, เมษายน-กันยายน). การสื่อสาร : กลยุทธ์สู่ความสำเร็จขององค์กร. วารสาร ปรัชญา มหาวิทยาลัยทักษิณ, 18(1), น. 51 – 61.
- ทวิวงศ์ ศรีบุรี. (2541). EIA การวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: มายด์พับลิชชิง.
- ทิมวิชัย TRN. (2548). ผู้ทำให้ที่แตกต่าง: การศึกษาวิจัยรูปแบบ ลักษณะ และกลไกของการให้เพื่อสังคม. กรุงเทพฯ ฯ: มูลนิธิกองทุนไทย.
- ธีรยุทธ วัฒนาสุโข. (2550, 16 กุมภาพันธ์). แบบยลกลยุทธ์ Social Business Enterprise: ปฐมบทใหม่ขององค์กรธุรกิจ. ประชาชาติธุรกิจ, น. 6.
- บุญคลี ปลั่งศิริ. (2548, 10 มกราคม). วัฒนธรรมองค์กร. ประชาชาติธุรกิจ, น. 6.
- ปานทิพย์ พัยพานนท์. (2552). กระบวนการสื่อสารภายในองค์กรเกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ ฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ. (2549). การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน: จากแนวคิดสู่การปฏิบัติการวิจัยในสังคมไทย. กรุงเทพฯ ฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ปาริณา ประยุกต์วงศ์ และ แมท โอเซ็น. (2552). การพัฒนา CSR ในประเทศไทยและบทบาทอาสาสมัคร (รายงานการวิจัย). สืบค้น 17 กุมภาพันธ์ 2550, จาก http://www.ngobiz.org/csr.php?Mod=csr_evi&act=sh&ID=NDU4&
- เปิดผลสำรวจเศรษฐกิจกับ CSR. (2550, 25 มิถุนายน). ประชาชาติธุรกิจ, น. 41.
- ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ต้อง "รู้จักให้". (2551, 14 มกราคม). ประชาชาติธุรกิจ. น. 56.
- พิภพ อุดร. (2554, ตุลาคม-ธันวาคม). จิตอาสา ซีเอสอาร์ และธรรมมาภิบาล. สื่อพลัง, 19(4), น. 34-36.
- เพ็ญนิ ภูมิธรรณนท์. (2554). ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมและคุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ).

กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

ไพบูลย์ วัฒนศิริธรรม. (2550). *ทำไมต้องให้เพื่อสังคม*. สืบค้น 27 พฤษภาคม 2550, จาก <http://www.give2all.org>

ไพศาล วิสาโล. (2552, ตุลาคม). *จิตอาสา*. *สารคดี*, 25(296), น. 58.

มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. (2550) *โครงการวิจัยประเมินผลโครงการที่ได้รับการสนับสนุนจาก ศูนย์คุณธรรมปีงบประมาณ 2549-2550*. สืบค้น 1 พฤศจิกายน 2550, จาก <http://www.moralcenter.or.th>

วรรณา ประยุกต์วงศ์. (2550). *คู่มือการพัฒนาจิตอาสาพนักงานในองค์กรธุรกิจ: สู่ความสุขในวิถีการทำงาน*. กรุงเทพฯ: เครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาคธุรกิจและภาคประชาสังคมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน.

วันทนา จันทพันธ์. (2551, 10 ตุลาคม). *จิตสาธารณะหรือจิตสำนึกสาธารณะ (Public Consciousness)* สืบค้น 17 กุมภาพันธ์ 2550, จาก <http://www.gotoknow.org/blogs/posts/215483?>

ศรีกัญญา มงคลศิริ และพรชพล มังกรพิศน์. (2550, กุมภาพันธ์). *Strategic CSR: มั่งคั่งอย่างมีคุณธรรม*. *Brand Age*, 8(2), น. 125-164.

ศิริชัย สาครรัตนกุล. (2548, 28 มิถุนายน). 'CSR' สังคมแห่งการให้ การจัดการผนวกสร้างผลกำไร. *ผู้จัดการรายสัปดาห์*. สืบค้น 17 กุมภาพันธ์ 2550, จาก <http://www.manager.co.th/mgrWeekly>

สมคิด บางโม. (2549). *จริยธรรมทางธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: พัฒนวิทย์การพิมพ์.

สฤณี อาชวานันทกุล (2550, 6 ธันวาคม). *ทุนนิยมที่มีหัวใจ ทางเลือกใหม่แห่งการพัฒนา*. *ประชาชาติธุรกิจ*, น. 2.

สฤณี อาชวานันทกุล. (2550, 21 มิถุนายน). *มายาคติและข้อเท็จจริงเกี่ยวกับกระแส Corporate Social Responsibility*. *ประชาชาติธุรกิจ*, น. 45.

สัมภาษณ์ พานิช เหล่าศิริรัตน์, ผู้อำนวยการ สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, 28 มิถุนายน 2550.

สัมภาษณ์ พิพัฒน์ ยอดพฤติการ, ผู้อำนวยการสถาบันไทยพัฒนา, 6 กรกฎาคม 2550.

สัมภาษณ์ สุทธิศักดิ์ ไกรสรสุทธิ, นักวิชาการด้านการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 26 มิถุนายน 2550.

สัมภาษณ์ สุริพันธ์ุ เสนานุช, นักวิชาการ สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, 28 มิถุนายน 2550.

สัมภาษณ์ โสภณ พรโชคชัย, ประธานกรรมการบริหาร มูลนิธิประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย, 3 กันยายน 2550.

- สัมภาษณ์ อนันตชัย ประยูรธม, นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านซีเอสอาร์, 22 มิถุนายน 2550.
- 3 รูปแบบซีเอสอาร์ที่ไม่แตกต่าง 'สังคมพัฒนาสู่ความยั่งยืน'. (2552, 19 ก.พ. – 21 ก.พ.).
- ฐานเศรษฐกิจ. สืบค้น 19 กุมภาพันธ์ 2552, จาก <http://www.thannews.th.com>
- สำนักงานปลัดกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ และสถาบันคีนัน. (2550). *ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- สุกัญญา สุตบรรทัด และคณะ. (2549). *การสื่อสารสำหรับการพัฒนาจิตวิญญาณสันติภาพเพื่อสุขภาวะ*. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.
- สุทธิศักดิ์ ไกรสรสุทธาสินี. (2550, 10 ธันวาคม). ปราบปรามการ "ทำดีเพื่อพ่อ" ภาพสะท้อน CSR ในบริษัทไทย. *ประชาชาติธุรกิจ*, น. 37.
- สุทธิศักดิ์ ไกรสรสุทธาสินี. (2550, มกราคม-มีนาคม). CSR: มิติใหม่ในการบริหารธุรกิจ. *สื่อพลัง*, 15, (1), น. 2-3.
- สุทธิศักดิ์ ไกรสรสุทธาสินี. (2550, เมษายน-มิถุนายน). หลักการสู่วิธีการ: ความเป็นธรรมย่อมเกิดขึ้นจากการปฏิบัติ. *สื่อพลัง*, 15(2), น. 3.
- สุปราณี ศรีฉัตรภักข และคณะ (2545). *บริษัทข้ามชาติกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์* (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ : สถาบันพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุรพันธ์ เสนานุช. (2549). สุทธิชัย เอี่ยมเจริญยิ่ง: CSR in Spirit. *Leadership* 6. สืบค้น 17 ธันวาคม 2549, จาก http://202.183.190.2/FTPiWebAdmin/knw_pworld/image_content/60/Leadership1.doc
- อนันตชัย ยูประธม. (2550, 25 มิถุนายน). ขับเคลื่อน CSR ภาวะเศรษฐกิจฟุบ 3 กูรูแนะทางรอดผ่านวิกฤต. *ประชาชาติธุรกิจ*, น. 41.
- อรพินท์ สฟโชคชัย. (2551). การมีส่วนร่วมของประชาชน . สืบค้น 17 ธันวาคม 2549, จาก <http://www.opdc.go.th>
- อรรถวุฒิ ศิริปัญญา. (2549). *จริยธรรมทางธุรกิจ ช่วยผู้บริโภคได้จริงหรือ*. สืบค้น 17 ธันวาคม 2549, จาก <http://gotoknow.org/blog/sundayweekly/68053>
- อัศน์อุไร เตชะสวัสดิ์. (2549, กันยายน-ธันวาคม). บทบาทของการตลาดที่มีต่อการพัฒนาที่ยั่งยืน. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*, 26(3), น. 152-164.
- อาภรณ์ ชีวะเกรียงไกร. (2550). *การดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility)*. สืบค้น 17 พฤษภาคม 2550, จาก <http://www.nidambe11.net/>

ภาษาต่างประเทศ

APCO Worldwide. (2006). *CSR Communicating: Talking to People Who Listen*.

สืบค้น 18 มิถุนายน 2550, จาก <http://www.apcoworldwide.com>

Kotler, Philip & Nancy Lee. (2005). *Doing the most good for your business and your cause*.

USA: John Wiley & Sons Inc.

Kraisomsuthasinee and Fredric William Swierczek. (2006, June). Interpretation of CSR in Thai Companies. *The Journal of Corporate Citizenship*, P. 53

Porter, Michael E., & Kramer, Mark R. (2006, December). Strategy and society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12), pp. 78-92.

Steven Brammer, Andrew Milington and Bruce Layton. (2005). *The Contribution of Corporate Social Responsibility to Organizational Communication*. สืบค้น 18 มิถุนายน 2550, จาก <http://www.bath.ac.uk>

ภาคผนวก

กรอบแนวคำถาม
(สำหรับผู้บริหาร/พนักงานในองค์กร)

1. ข้อมูลส่วนตัว ชื่อ-สกุล การศึกษา อายุ ระยะเวลาการทำงาน ตำแหน่งงาน
2. ท่านมีความเข้าใจ หรือให้ความหมายคำว่า “จิตสำนึกสาธารณะ” ว่าอย่างไร
3. ท่านคิดว่า “จิตสำนึกสาธารณะ” มีความสำคัญหรือจำเป็นต่อสังคมไทยในปัจจุบันหรือไม่ อย่างไร
4. ท่านเคยพูดคุยหรือถกเถียง เกี่ยวกับประเด็น “จิตสำนึกสาธารณะ” กับพนักงาน/เพื่อนร่วมงานด้วยกันหรือไม่ อย่างไร
5. ในสภาพปัจจุบัน ท่านคิดว่าองค์กรธุรกิจ จำเป็นต้องดำเนินธุรกิจอย่างมีจิตสำนึกสาธารณะหรือไม่ และควรทำอย่างไร หรือในรูปแบบใด ได้บ้าง
6. ท่านคิดว่าองค์กรที่ท่านทำงานอยู่ มีการดำเนินธุรกิจอย่างมีจิตสำนึกสาธารณะ ที่สามารถมองเห็นอย่างชัดเจน หรือปฏิบัติต่อท่านในลักษณะใด ทำมานานเพียงใด และเป็นอย่างไร
7. ท่านจะรู้สึกอย่างไร หากที่องค์กรธุรกิจที่ท่านทำงานอยู่ปฏิบัติต่อท่านและหรือเพื่อนพนักงานอาจจะรวมถึงครอบครัวของท่านอย่างมีจิตสำนึกรับผิดชอบ
8. องค์กรของท่าน มีวิธีสื่อสาร ให้ท่านและเพื่อนร่วมงานของท่าน ได้รับรู้และเข้าใจ ในเรื่องจิตสำนึกสาธารณะ อย่างไรบ้าง
9. จากข้อ 8 ท่านคิดว่า ด้วยวิธีการสื่อสารดังกล่าว สามารถช่วยให้ท่านและพนักงานคนอื่น ๆ ในองค์กร ได้เกิดการเรียนรู้ เข้าใจ และตระหนักถึงความสำคัญหรือจำเป็นในเรื่อง “จิตสำนึกสาธารณะ”
10. ในฐานะที่ท่านเป็นผู้บริหาร/พนักงานขององค์กร ท่านเคยมีโอกาสร่วมกิจกรรมหรือโครงการที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน/สังคม มากน้อยเพียงใด อย่างไร และท่านได้ประโยชน์อะไรบ้าง
11. ท่านคิดว่ามีปัจจัยอะไรบ้าง ที่เป็นแรงผลักดันให้องค์กรธุรกิจที่ท่านทำงานอยู่ ดำเนินกิจการอย่างมี “จิตสำนึกสาธารณะ” หรือมีปัจจัยอะไรบ้างที่เป็นอุปสรรค
12. ท่านคิดว่า ท่านได้รับประโยชน์ในแง่ใดบ้าง จากการดำเนินธุรกิจอย่างมีจิตสำนึกรับผิดชอบต่อองค์กรที่ท่านทำงานอยู่
13. ท่านจะมีวิธีการอย่างไร ที่จะบอกกับสังคมว่า องค์กรที่ท่านทำงานอยู่ด้วย ดำเนินกิจการอย่างมีจิตสำนึก
14. ท่านมีความเห็น และรู้สึกอย่างไร หากท่านได้ยินได้ฟังมาว่า วิธีการดำเนินกิจการอย่างมีจิตสำนึกขององค์กรที่ท่านทำงานอยู่ เป็นการสร้างภาพมากกว่าการทำจากใจจริง
15. ท่านคิดว่า อะไรจะเป็นสิ่งที่ยืนยันได้ว่า องค์กรที่ท่านทำงานอยู่ ปฏิบัติต่อท่าน ครอบครัวของท่าน ชุมชน/สังคม และสิ่งแวดล้อมด้วยความจริงใจ

ขอขอบพระคุณ

กรอบแนวคำถาม
(สำหรับคนในชุมชน)

1. ข้อมูลส่วนตัว ชื่อ-สกุล การศึกษา อายุ อาชีพ
2. ท่านมีความเข้าใจ คำว่า “จิตสำนึกสาธารณะ” หรือไม่ และอย่างไร
3. ท่านคิดว่า “จิตสำนึกสาธารณะ” มีความสำคัญหรือจำเป็นต่อชุมชนที่ท่านอาศัยอยู่หรือไม่ อย่างไร
4. ในชุมชนของท่าน เคยมีการพูดคุยหรือถกเถียง เกี่ยวกับประเด็น “จิตสำนึกสาธารณะ” หรือไม่ อย่างไร
5. ในสภาพปัจจุบัน ท่านคิดว่าองค์กรธุรกิจที่เข้ามาอยู่ร่วมด้วยกับท่าน จำเป็นต้องดำเนินธุรกิจอย่างมีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อหรือไม่ และควรทำอย่างไร หรือในรูปแบบใด ได้บ้าง
6. องค์กรที่เข้ามาช่วยเหลือชุมชนของท่าน ได้ให้ความช่วยเหลือในลักษณะใดบ้าง และมีวิธีปฏิบัติต่อชุมชนอย่างไร การให้ความช่วยเหลือนั้น ทำมานานเพียงใด ท่านชอบหรือเห็นด้วยหรือไม่ เพราะอะไร
7. ท่านทราบได้อย่างไรว่า องค์กรธุรกิจนั้น จะเข้ามาช่วยเหลือชุมชนของท่าน
8. ก่อนที่องค์กรธุรกิจ จะเข้ามาช่วยเหลือชุมชนของท่าน องค์กรธุรกิจนั้นได้ถามความต้องการของคนในชุมชนหรือไม่ อย่างไรและด้วยวิธีการใด
9. จากข้อ 8 ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่า ความช่วยเหลือนั้น ชุมชนจะได้ประโยชน์และนำมาซึ่งการพัฒนาชุมชนอย่างแท้จริง
10. จากข้อ 9 ภายหลังการเข้ามาช่วยเหลือชุมชนขององค์กรธุรกิจ ท่านคิดว่า ท่านและคนอื่น ๆ ในชุมชนได้เกิดเรียนรู้ มีความเข้าใจ และตระหนัก ในเรื่องจิตสำนึกสาธารณะเพิ่มขึ้น
11. ท่านคิดว่ามีปัจจัยอะไรบ้าง ที่เป็นทำให้องค์กรธุรกิจต้องเข้ามาให้ความช่วยเหลือชุมชนของท่าน หรือมีปัจจัยอะไรบ้างที่เป็นปัญหาอุปสรรค เมื่อองค์กรธุรกิจจะเข้ามาช่วยเหลือ
12. ท่านคิดว่า ท่านและชุมชนของท่านได้รับประโยชน์ในแง่มุมใดบ้าง จากความช่วยเหลือขององค์กรธุรกิจ
13. ท่านคิดว่า องค์กรธุรกิจที่เข้ามาให้ความช่วยเหลือชุมชนของท่าน เป็นการช่วยเหลือที่มาจากใจจริงโดยไม่หวังผลหรือไม่ อะไรทำให้ท่านคิดเช่นนั้น

ขอขอบพระคุณ



ประวัติผู้วิจัย

นางสาวสุรางคณา ณ นคร สำเร็จการศึกษา ปริญญาตรีศึกษาศาสตรบัณฑิต (สังคมศึกษา) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปริญญาโท นิเทศศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ และการสื่อสารการตลาด มหาวิทยาลัยแคนเบอร์รา ประเทศออสเตรเลีย ได้รับการประเมินคุณภาพการสอนดี และรางวัลชนะเลิศการประกวดกิจกรรมการเรียนการสอน เพื่อให้เกิดการนำความรู้สู่การปฏิบัติ ประจำปีการศึกษา 2554

ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์และอาจารย์ประจำ ภาควิชาการสื่อสารการตลาด คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ มีสนใจเป็นพิเศษในเรื่อง การตลาดเพื่อสังคม ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) และการสื่อสารชุมชน

