



ใบรับรองวิทยานิพนธ์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (วิทยาศาสตร์การกีฬา)

ปริญญา

วิทยาศาสตร์การกีฬา

วิทยาศาสตร์การกีฬา

สาขา

คณะ

เรื่อง รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับกีฬาฟุตบอล กรณีศึกษา:
โครงการไทยเบฟ ฟุตบอล อคาเดมี่

A Model of Corporate Social Responsibility via Football: The Case Study
of ThaiBev Football Academy

นามผู้วิจัย นายจตุพร ประมลบาล

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(อาจารย์สมชาย ประเสริฐศิริพันธ์, Ph.D.)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

(อาจารย์เอกชัย พวงกลิ่น, Ph.D.)

ประธานสาขาวิชา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ราตรี เรืองไทย, Ed.D.)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์รับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์กัญญา ชีระกุล, D.Agr.)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ เดือน พ.ศ.

สิงสิงห์ มทววิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับกีฬาฟุตบอล
กรณีศึกษา: โครงการไทยเบฟ ฟุตบอล อคาเดมี่

A Model of Corporate Social Responsibility via Football
The Case Study of ThaiBev Football Academy

โดย

นายจตุพร ประมลบาล

เสนอ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (วิทยาศาสตร์การกีฬา)

พ.ศ. 2557

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

จดุพร ประมวลบาล 2557: รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับกีฬาฟุตบอล
กรณีศึกษา: โครงการไทยเบฟ ฟุตบอล อคาเดมี่ ปรินญาปรัชญาคุณภูมิบัณฑิต (วิทยาศาสตร์
การกีฬา) สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา อาจารย์ที่ปรึกษา
วิทยานิพนธ์หลัก: อาจารย์สมชาย ประเสริฐศิริพันธ์, Ph.D. 151 หน้า

การศึกษาเรื่องรูปแบบการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับกีฬาฟุตบอล
มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบและประโยชน์ของการจัดโครงการไทยเบฟฟุตบอลอคาเดมี่
เพื่อนำเสนอรูปแบบกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยกีฬาที่มีประสิทธิภาพและ
ประสิทธิผลในการพัฒนาเยาวชนและสังคมอย่างยั่งยืน ภายใต้กรอบแนวคิดการบริหารจัดการด้วย
ปัจจัยขั้นพื้นฐาน 4Ms โดยใช้วิธีการวิจัยภาคสนาม (Field Research) และการวิจัยเชิงสำรวจ
(Survey Research) เพื่อรวบรวมข้อมูลนำมาทำการวิเคราะห์ด้วยการหาค่าความถี่ ใช้วิธีการสุ่ม
ตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Nonprobability sampling) ด้วยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบ
เฉพาะเจาะจง (Purposive sampling)

ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการบริหารจัดการฟุตบอลโครงการไทยเบฟฟุตบอลอคาเดมี่
ในครั้งนี้ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาในรายละเอียดสามด้านประกอบด้วย 1) ด้านกระบวนการจัดการ
พบว่า กลุ่มตัวอย่างกว่าร้อยละ 98 เห็นว่ามีกระบวนการการจัดการที่ดี มีความเหมาะสม 2) ด้าน
ทรัพยากรในการจัดการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 94 เห็นว่าทรัพยากรในการบริหารจัดการมีความ
พอเพียงต่อการดำเนินการ และ 3) ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการจัดการ ที่ผู้วิจัยแบ่งผู้รับประโยชน์
ออกเป็นสามกลุ่ม พบว่า กลุ่มเยาวชนได้รับประโยชน์จากการเข้าร่วมกิจกรรมในครั้งนี้ร้อยละ 100
กลุ่มผู้ปกครองได้รับประโยชน์จากโครงการนี้ร้อยละ 96.2 และบริษัทไทยเบฟเวอเรจ จำกัด
(มหาชน) ผู้เป็นเจ้าของโครงการได้รับประโยชน์ร้อยละ 97 จึงสามารถสรุปได้ว่าโครงการฟุตบอล
ไทยเบฟฟุตบอลอคาเดมี่ เพื่อชุมชนนี้สามารถนำไปใช้เป็นรูปแบบการแสดงความรับผิดชอบต่อ
สังคมด้วยกีฬาฟุตบอลอย่างยั่งยืนได้เป็นอย่างดี

จากการศึกษารูปแบบการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยกีฬาฟุตบอล กรณีศึกษาโครงการ
ไทยเบฟฟุตบอลอคาเดมี่ พบว่า องค์กรยังมีความเข้าใจในหลักการของการแสดงความรับผิดชอบต่อ
สังคมขององค์กรเพียงแค่การให้ทุนหรือบริจาค ในขณะที่ชุมชนมีการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม
ด้วยการเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของโครงการฯ

ลายมือชื่อนิติสด

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

Jatuporn Pramolbal 2014: A Model of Corporate Social Responsibility via Football:
The Case Study of ThaiBev Football Academy. Doctor of Philosophy (Sports Science)
Major Field: Sports Science, Faculty of Sports Science. Thesis Advisor:
Mr. Somchai Prasertsiripan, Ph.D. 151 pages.

This research has aimed to study the model and benefit of ThaiBev Football Academy project, to present CSR's sport activity with efficiency and effectiveness under the conception of fundamental management "4Ms". By using Field Research technique and Survey Research technique to collect the data and analyzed by means of frequency, using Non-probability sampling by Purposive sampling method.

The result showed that the management models of ThaiBev Football Academy in this research which researcher has studied in three aspects; 1) Management: more than 98 percent of the sample group believed that the process is proper and suitable, 2) Management resources: 94 percent of the sample group thought that the resources are sufficient and 3) Benefits from the project which researcher has divided the beneficiaries into three groups 1) the youth have benefited from this project 100 percent 2) the parents have benefited from this project 96.2 percent and 3) The Company, the owner of this project, has benefited from this project 97 percent. So it can be concluded that this community's project "ThaiBev Football Academy" could be used in the terms of CSR's activity by youth football development in a sustainable and excellent way.

Nevertheless, the study of CSR by football, in the case study ThaiBev Football Academy, found that the company has an understanding in CSR principles only by executives management but in the practical level know CSR as the donations, while communities show social responsibility by participating to be a part of the project.

Student's signature

Thesis Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงลงด้วยดี จากความเมตตาของคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ทุกท่าน นับตั้งแต่ รองศาสตราจารย์ ดร. สุพิตร สามีโต ประธานคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้คอยติดตามและให้ความช่วยเหลือในทุกด้าน โดยเฉพาะ อาจารย์ ดร. สมชาย ประเสริฐศิริพันธ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ที่ทำหน้าที่ให้คำปรึกษาให้กำลังใจทั้งเรื่องเรียนและเรื่องส่วนตัวอย่างไม่รู้เบื่อ นับตั้งแต่วันแรกที่ได้พบจนกระทั่งปัจจุบัน ท่านยังคงเป็นผู้เมตตาให้กำลังใจและช่วยเหลือผู้วิจัยด้วยความปรารถนาดีมาโดยตลอด รวมถึง อาจารย์ ดร. เอกชัย พวงกลิ่น อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ราตรี เรืองไทย คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา และ รองศาสตราจารย์วัลลีย์ ภัทโรภาส ที่ได้ให้คำปรึกษาแนะนำ ชี้แนะแนวทาง ตรวจสอบความถูกต้องของวิทยานิพนธ์จนกระทั่งแล้วเสร็จ ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการทำงานวิจัยครั้งนี้ให้สำเร็จลุล่วงด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

กราบขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่าน คือ ดร. ราเชลล์ ได้ผลธัญญา ท่าน ผอ.ประชุม บุญเทียม อาจารย์ ดร. จุฑา ดิงศรัทียี ดร. วิษิต แยมบุญเรือง และ อาจารย์ ดร. อิชฎี กุญอินทร์ ที่ให้ความอนุเคราะห์คำแนะนำในการสร้างและพัฒนาเครื่องมือการวิจัย รวมถึงคณาจารย์ทุก ๆ ท่าน พี่ ๆ และน้อง ๆ ร่วมคณะ และตลอดจนเยาวชน ผู้ปกครอง และผู้ที่เกี่ยวข้องกับโครงการไทยเบฟฟุตบอลคาเดมีทุกท่านที่ให้การสนับสนุนให้ความอนุเคราะห์และอำนวยความสะดวกให้การดำเนินการวิจัยในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงลงด้วยดี

กราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และญาติพี่น้องทุกท่านที่คอยให้กำลังใจในการศึกษาด้วยดีเสมอมา ขอบใจภรรยาและลูกสาวที่ทำให้การศึกษและการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ให้สำเร็จลุล่วงไปตามเป้าหมาย

คุณค่า และประโยชน์อันพึงมีซึ่งเป็นผลมาจากการงานวิจัยในครั้งนี้ ขอมอบแด่ คุณพ่อ คุณแม่ ญาติ พี่ น้อง ครู อาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่าน พร้อมกับภรรยาและลูกสาวที่รักยิ่ง

จตุพร ประมลบาล

พฤษภาคม 2557

สารบัญ

หน้า

สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(4)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
ขอบเขตการวิจัย	5
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย	6
ประโยชน์ที่ได้รับ	7
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	8
ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร	8
ความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร	16
รูปแบบกิจกรรมของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร	22
กำเนิดกีฬาฟุตบอล	27
ความสำคัญของกีฬาฟุตบอล	30
การฝึกกีฬาฟุตบอล	31
ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับการส่งเสริมกีฬา	36
โครงการไทยเบฟ ฟุตบอล อคาเดมี่	39
คำถามเพื่อการวิจัย	46
กรอบแนวคิดในการวิจัย	46
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	47
ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง	47
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	47
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	48
การเก็บรวบรวมข้อมูล	49

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและข้อวิจารณ์	51
ผลการวิเคราะห์	51
ข้อวิจารณ์	110
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	117
สรุปผลการวิจัย	117
ข้อเสนอแนะ	122
เอกสารและสิ่งอ้างอิง	123
ภาคผนวก	128
ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	129
ภาคผนวก ข รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ	149
ประวัติการศึกษาและการทำงาน	151

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ตารางแสดงผลการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการที่องค์กร ได้รับประโยชน์จากโครงการฯ	112
2	ตารางแสดงผลการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการที่เยาวชน ได้รับประโยชน์จากโครงการฯ	113
3	ตารางแสดงผลการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการที่ผู้ประกอบการ ได้รับประโยชน์จากโครงการฯ	113
4	ตารางแสดงผลการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการที่ชุมชน ได้รับประโยชน์จากโครงการฯ	114

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	ภาพแสดงข้อมูลความถี่ของผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งตามเพศ	66
2	ภาพแสดงข้อมูลความถี่ของผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งตามกลุ่มอายุ	67
3	ภาพแสดงข้อมูลความถี่ของผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งตามระดับการศึกษา	68
4	ภาพแสดงข้อมูลความถี่ของผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งตามสถานภาพ	69
5	ภาพแสดงข้อมูลความถี่ของผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งตามระยะเวลา ที่เข้าร่วมโครงการ	70
6	ภาพแสดงข้อมูลความถี่ของผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งตามการเข้าร่วม โครงการอื่น ๆ มาก่อนหรือไม่	71
7	ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการคัดเลือก ผู้ฝึกสอนในโครงการฯ	72
8	ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับใบอนุญาต ของผู้ฝึกสอนในโครงการฯ	73
9	ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้ของ ผู้ฝึกสอนในโครงการฯ	74
10	ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความรับผิดชอบ ของผู้ฝึกสอนในโครงการฯ	75

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
11	ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมเสริมสร้างความสัมพันธ์ในชุมชนของโครงการฯ	76
12	ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วมจากชุมชน	77
13	ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมดูแลสังคมและชุมชนร่วมกัน	78
14	ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประเด็นของการที่ชุมชนได้เข้ามาให้การสนับสนุนโครงการฯ เป็นอย่างดี	79
15	ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประเด็นของการพาบุตรหลานเข้าร่วมฝึกฟุตบอลอย่างสม่ำเสมอ	80
16	ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประเด็นของผู้ปกครองได้มีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมพิเศษในวาระต่าง ๆ ของโครงการ	81
17	ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประเด็นของการที่ผู้ปกครองได้ให้การสนับสนุนโครงการฯ อย่างสม่ำเสมอ	82
18	ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นของการมีประโยชน์ของโครงการและควรทำอย่างต่อเนื่อง	83
19	ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นของจำนวนผู้ฝึกสอนในโครงการฯ	84

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
20	ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นของรูปแบบการสอนในโครงการฯ	85
21	ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นของจำนวนเจ้าหน้าที่ประจำทำหน้าที่ดูแลสนามในโครงการฯ	86
22	ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นของความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่ประจำสนามในโครงการฯ	87
23	ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นของการใช้งบประมาณในการดำเนินโครงการฯ	88
24	ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นของการมีงบประมาณที่เพียงพอในการดำเนินการโครงการฯ	89
25	ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสนามฝึกซ้อมมีความสวยงามและมีมาตรฐาน	90
26	ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับอุปกรณ์การฝึกซ้อมมีความพร้อมต่อการใช้งาน และมีจำนวนเพียงพอ	91
27	ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประโยชน์ที่ บมจ. ไทยเฟเวอเรจ ได้รับจากการจัดทำโครงการฯ	92
28	ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นที่ บมจ. ไทยเฟเวอเรจ ได้รับการยอมรับในสังคมจากการจัดทำโครงการฯ	93

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
29	ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นที่ บมจ. ไทยเฟเวอเรจ ได้รับภาพลักษณ์ที่ดีงามจากการจัดทำโครงการฯ	94
30	ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นที่ บมจ. ไทยเฟเวอเรจ ได้รับความรักดีต่อตราสินค้าขององค์กร จากการจัดทำโครงการฯ	95
31	ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเยาวชน ที่ได้รับประโยชน์จากการเข้าร่วมโครงการฯ	96
32	ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการที่เยาวชน จะได้รับการฝึกทักษะด้านฟุตบอลตามมาตรฐาน	97
33	ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการที่เยาวชน จะได้รับการฝึกทักษะด้านการอยู่ร่วมกันในสังคม	98
34	ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการที่เยาวชน ได้ออกกำลังกายจากการเข้าร่วมโครงการฯ	99
35	ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นที่เยาวชน ได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์จากการเข้าร่วมโครงการฯ	100
36	ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นที่ผู้ปกครอง ได้รับประโยชน์จากการพาเยาวชนเข้าร่วมโครงการฯ	101

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
37	ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นเกี่ยวกับ ผู้ปกครองได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์จากการเข้าร่วมโครงการฯ	102
38	ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นเกี่ยวกับ ผู้ปกครองได้พัฒนาตนเองด้วยการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครในโครงการฯ	103
39	ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นเกี่ยวกับ ผู้ปกครองได้พัฒนาตนเองด้วยการออกกำลังกายในโครงการฯ ด้วย	104
40	ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นเกี่ยวกับ ผู้ปกครองรู้สึกมีความสุขที่ได้เข้าร่วมโครงการฯ นี้	105
41	ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นเกี่ยวกับ ชุมชนที่ได้รับการพัฒนาจากการจัดตั้งโครงการฯ นี้	106
42	ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นเกี่ยวกับ ชุมชนได้รับการดูแลและสนับสนุนจากผู้ที่อยู่ในโครงการฯ	107
43	ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นเกี่ยวกับ โครงการฯ ได้รับการดูแลและสนับสนุนจากชุมชน	108
44	ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นเกี่ยวกับ การจัดตั้งโครงการในลักษณะเช่นนี้ในที่อื่น ๆ อีก	109

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

การดำเนินธุรกิจหรือกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรไม่ว่าจะอยู่ในส่วนใดของโลก ต่างมีการแข่งขันที่รุนแรงเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นเพื่อการดำเนินกิจการให้ประสบความสำเร็จ องค์กรจึงจำเป็นต้องมีการปรับตัว สร้างกลยุทธ์ใหม่ ๆ เพื่อพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่องและทันสมัยตลอดเวลา เพื่อให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทางสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว และที่สำคัญต้องสามารถดำรงธุรกิจให้อยู่ควบคู่ไปกับสังคมได้ (Carroll and Buchholtz, 2006) โดยเฉพาะการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันซึ่งถือว่าเป็นยุคโลกาภิวัตน์ ยุคแห่งการสื่อสาร การสื่อสารไปยังที่ต่าง ๆ ทั่วโลกสามารถทำได้ง่ายเพียงปลายนิ้ว องค์กรธุรกิจต่าง ๆ จึงจำเป็นต้องมีการศึกษาและวางแผนกลยุทธ์อย่างพิถีพิถันในการสร้างกิจกรรมขององค์กรให้ได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้ที่เกี่ยวข้อง ทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การมีความรับผิดชอบต่อพื้นฐานในตัวสินค้า หรือบริการที่องค์กรธุรกิจต้องมีต่อสังคม (Porter and Kramer, 2003) เช่น ความรับผิดชอบต่อคุณภาพสินค้า หรือบริการที่จำหน่ายให้กับผู้บริโภค ความรับผิดชอบต่อผลตอบแทน สวัสดิการ และความปลอดภัยของพนักงาน ความรับผิดชอบต่อความเสียหายของธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมอันเป็นผลเนื่องมาจากการผลิตสินค้าหรือการให้บริการ ซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคมดังกล่าวข้างต้น เรียกโดยรวมว่า การมีความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) และจากการดำเนินการดังกล่าวสามารถส่งผลโดยตรงต่อองค์กร ในการบรรลุสู่เป้าหมายเพื่อให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จเพราะในปัจจุบัน ผลสำเร็จทางธุรกิจไม่ได้วัดหรือประเมินเพียงแค่ผลประโยชน์ ตัวเลขทางการเงิน ความพึงพอใจของผู้บริหาร ผู้ถือหุ้น หรือพนักงานเท่านั้น แต่ความสามารถประสบความสำเร็จในธุรกิจนั้นต้องสามารถทำตามความคาดหวังของสังคมที่มีต่อองค์กรธุรกิจ โดยให้ผู้บริโภคเข้ามามีส่วนสำคัญในการกำหนดถึงความอยู่รอด ความก้าวหน้าของธุรกิจที่เติบโตอย่างยั่งยืนในอนาคต (Porter and Kramer, 2003) ความรับผิดชอบต่อสังคม จึงเป็นเรื่องที่สำคัญและจำเป็นที่องค์กรธุรกิจต้องใส่ใจ และทำการศึกษาเพื่อสามารถนำมาปรับใช้ ให้เข้ากับองค์กรธุรกิจของตนเอง (Carroll and Buchholtz, 2006)

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจถูกนำมาเป็นนโยบายสำคัญในการดำเนินงานของหลาย ๆ หน่วยงาน เพื่อเป็นการแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นสิ่งที่จะนำมาซึ่งชื่อเสียงขององค์กรหรือเป็นองค์ประกอบหนึ่งของการมีภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร ซึ่งในปัจจุบันองค์กรธุรกิจต่างๆในโลก โดยเฉพาะองค์กรในกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว ต่างให้ความสำคัญในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมกันอย่างกว้างขวาง และเริ่มมีการดำเนินการให้ความสำคัญต่อกิจกรรมการมีความรับผิดชอบต่อสังคมตลอดระยะเวลาที่สิบปี ซึ่งบริษัทไพรซ์วอเตอร์เฮาส์คูเปอร์ได้ทำการสำรวจ เหตุผลของการที่องค์กรธุรกิจให้ความสำคัญต่อการมีความรับผิดชอบต่อสังคม เมื่อสิบปีที่แล้วพบว่า 90% ขององค์กรที่ให้ความสำคัญต่อเรื่องนี้ ให้เหตุผลว่าเพราะกิจกรรมการมีความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร สามารถสร้างชื่อเสียง ให้เป็นที่ยอมรับได้อย่างกว้างขวาง และเมื่อสอบถามไปยังผู้บริหารก็พบผลการสำรวจที่ออกมาคล้าย ๆ กันว่า 75% ของผู้บริหารมองภาพลักษณ์ขององค์กรดีขึ้น และ 51% มีความจงรักภักดีต่อองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (Carroll and Buchholtz, 2006) นอกจากนี้ยังมีองค์กรธุรกิจอีกมากมายที่ต้องการดำเนินกิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม แต่ก็ยังไม่รู้ว่าควรจะมีการดำเนินกิจกรรมอย่างไร เพราะยังขาดบุคลากรที่มีความเข้าใจ และความรู้ในกิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ในขณะเดียวกันก็ยังขาดโครงการที่ดี ที่สามารถตอบสนองวัตถุประสงค์ขององค์กรได้อย่างถูกต้องและยั่งยืน การสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร จึงควรเริ่มต้นด้วยการเรียนรู้ถึงหลักการ วิวัฒนาการ และเป้าหมาย ที่แท้จริงของ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร หรือ CSR เพราะหากขาดขั้นตอนเหล่านี้ไป ก็จะก่อให้เกิดความแตกต่างกันในเป้าหมายของการดำเนินการสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว และในกลุ่มประเทศที่กำลังพัฒนา (Lo et al., 2008) สำหรับประเทศไทยนั้น มีองค์กรชั้นนำมากมายหลายแห่ง ดำเนินกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility: CSR) โดยถือเป็นกลยุทธ์ขององค์กร อาทิเช่น บริษัทปูนซีเมนต์ไทยจำกัด (มหาชน) ทำกิจกรรม CSR โดยสนับสนุนโครงการแข่งขันกีฬาแบดมินตัน เพื่อค้นหาและสร้างนักแบดมินตันให้กับทีมชาติไทย บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ที่เน้นให้ความสำคัญในด้านการปลูกป่า การสนับสนุนการศึกษาและกีฬา ธนาคารเสถียรชาร์เตอร์ จัดทำโครงการ ลิฟวิ่งวิทเนสไฮวี่ โดยการส่งพนักงานของธนาคารเดินทางไปยังชุมชนต่าง ๆ เพื่อช่วยให้สังคมรับรู้เรื่องเอดส์ บริษัทแอดวานซ์อินโฟร์เซอร์วิส จัดทำโครงการ เอไอเอส สายใยรักครอบครัว (นาราดา ปัญญาวัณณ และ ขนิษฐา อติศรมงคล, 2551) บริษัทปิโตรเคมีแห่งชาติจัดทำโครงการปลูกต้นไม้หนึ่งล้านต้น และบริษัทไทยประกันชีวิต หรือแม้แต่หน่วยงานภาครัฐ เช่น องค์การเกษตรกรรม เป็นต้น (องค์การเกษตรกรรม, 2552)

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility: CSR) หมายถึง การมีความรับผิดชอบต่อผลกระทบจากการดำเนินงานต่าง ๆ ขององค์กรธุรกิจ ที่เกิดขึ้นในสังคม นั้นๆ การมีความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ จึงกำลังกลายเป็นกระแสหลักของโลกธุรกิจ ในปัจจุบัน (Babiarz *et al.*, 2007) เพราะความทันสมัยของการสื่อสาร โลกถูกย่อให้เล็กลงด้วย เทคโนโลยี องค์กรต่าง ๆ ในโลกจึงต่างต้องทำการแสดงตัวให้สังคมรับรู้ว่าจะองค์กรของตนมุ่งทำ แต่ในสิ่งที่ดี และถูกต้อง มีหลักจริยธรรมในการบริหาร (Good Governance) และมีส่วนร่วมในการพัฒนา เศรษฐกิจและสังคม อย่างยั่งยืน เพื่อสร้างความเชื่อมั่น และความไว้วางใจให้กับสังคม ผ่านนโยบาย การวางแผน การตัดสินใจ การสื่อสารประชาสัมพันธ์ การบริหารจัดการและการดำเนินงานของ องค์กร เพื่อทำให้องค์กรสามารถอยู่ร่วมกับสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข กลยุทธ์การแสดงความ รับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร จึงเป็นที่นิยมของหลาย ๆ องค์กรทั่วโลก ทั้งนี้เพื่อช่วยให้การดำเนิน ธุรกิจมีศักยภาพเหนือคู่แข่ง เช่น การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร การหลีกเลี่ยงการถูกฟ้องร้อง และการต่อต้านจากสังคม การสร้างขวัญและกำลังใจให้กับคนในองค์กร เป็นต้น (Filo, 2007) แต่การดำเนินกิจกรรม CSR ที่ดีนั้น นอกจากจะทำให้ให้องค์กรได้รับประโยชน์จากการดำเนินธุรกิจ แล้ว กิจกรรม CSR ต้องสามารถช่วยพัฒนาและสร้างสรรค์ให้สังคมดีขึ้นด้วย

กีฬามีความสำคัญอย่างยิ่ง ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน ทั้งในด้านสุขภาพ พลานามัย และด้านจิตใจ (วรศักดิ์ เพียรชอบ, 2540) กีฬายังเป็นปัจจัยสำคัญและเอื้อประโยชน์ให้ ประชาชนสามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตของครอบครัว ชุมชน และสังคม นำไปสู่การมีส่วนร่วมใน การพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองได้อย่างมีประสิทธิภาพ กีฬาจึงถูกนำไปใช้เป็นเครื่องมือ เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของครอบครัวและชุมชน (Smith and Waddington, 2004) เพื่อการ พัฒนาประเทศอย่างแพร่หลายทั่วโลก โดยเฉพาะในการขับเคลื่อนนโยบายการแก้ไขปัญหา อาชญากรรม และยาเสพติดในเด็กวัยรุ่น ผ่านกระบวนการของการสร้างการมีส่วนร่วม สร้างเครือข่าย ชุมชน ตลอดจนการสร้างจิตสำนึกในการดำรงชีวิต มีคุณธรรม มีวินัย และมีความรับผิดชอบต่อ หน้าที่ เคารพในสิทธิของตนเองและผู้อื่น เพื่อเป็นรากฐานที่ดีของสังคม ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก รวมทั้งองค์กรระหว่างประเทศ จึงได้สนับสนุนให้มีการใช้กีฬา เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมสุขภาพ ของประชากร ทั้งด้านร่างกายและจิตใจ (Smith and Waddington, 2004)

กีฬาฟุตบอลถือเป็นกีฬายอดนิยมชนิดหนึ่งสำหรับประเทศไทย (วัฒนชัย ยะนินทร, 2550) จึงมีองค์กรต่าง ๆ ทั้งในภาครัฐและเอกชน นำไปใช้เป็นกิจกรรม CSR ขององค์กร ทั้งนี้ด้วยมี วัตถุประสงค์เพื่อสร้างแรงจูงใจของมวลชน ดังจะเห็นได้จากจัดการแข่งขันเยาวชนต่อต้านยา เสพติคให้กับเยาวชน หรือ การเปิดคลินิกฟุตบอลเพื่อสอนเยาวชนขององค์กรต่าง ๆ ที่ผ่านมา ทั้งใน

องค์กรภาครัฐและภาคเอกชน กิจกรรม CSR เกี่ยวกับกีฬาฟุตบอลดังกล่าว มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเยาวชนในด้านต่าง ๆ อาทิเช่น การใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ การส่งเสริมสุขภาพให้แข็งแรงการพัฒนาทักษะการเล่นฟุตบอล รวมถึงการส่งเสริมให้เยาวชนรักที่จะเล่นกีฬาฟุตบอล เป็นต้น ซึ่งหนึ่งในหลาย ๆ วัตถุประสงค์ดังกล่าว จะเป็นการพัฒนาทักษะการเล่นฟุตบอล โดยที่ผ่านมามีหลายองค์กรไม่ประสบความสำเร็จในการจัดกิจกรรมดังกล่าว เช่น มีผู้เข้าร่วมโครงการในปีต่อไปลดลง หรือผู้เข้าร่วมโครงการเปลี่ยนพฤติกรรมไปเล่นกีฬานชนิดอื่นๆ เป็นต้น ในขณะที่เดียวกันก็มีหลายองค์กรที่ทำให้กิจกรรม CSR เกี่ยวกับฟุตบอลเพื่อเยาวชนแล้วประสบความสำเร็จได้แก่ บริษัท ไทยน้ำทิพย์ จำกัด การกีฬาแห่งประเทศไทย และ บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ที่จัดกิจกรรมเปิดคลินิกฟุตบอล เพื่อสอนเยาวชนให้มีทักษะการเล่นฟุตบอลที่ดี โดยเฉพาะ บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ได้ดำเนินกิจกรรมมานานกว่า 9 ปี มีเยาวชนที่สนใจเข้าร่วมอบรมในโครงการฯ กว่า 20,000 คน (จตุพร ประมลบาล, 2552)

ที่ผ่านมาผู้วิจัยได้ทำการศึกษาการจัดกิจกรรมส่งเสริมกีฬา (ฟุตบอล) ต่อด้านยาเสพติดให้กับเยาวชน หรือการเปิดคลินิกฟุตบอลเพื่อเยาวชนขององค์กรต่าง ๆ พบว่า การจัดกิจกรรมดังกล่าวของ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ต่างก็ยังเป็นกิจกรรมฯ ที่ไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ เนื่องจากยังขาดปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญบางประการ อาทิ การสร้างการมีส่วนร่วมของสังคม ความต่อเนื่องของกิจกรรม เป็นต้น ในขณะที่เดียวกัน การขาดความรู้และความเข้าใจในศาสตร์ของกีฬาฟุตบอลอย่างถูกต้องตามมาตรฐานสากล ซึ่งเป็นเหตุผล ที่ทำให้การจัดกิจกรรมโครงการฟุตบอลเพื่อเยาวชนที่ผ่านมา ไม่ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน ในขณะที่ทั่วโลกต่างใช้กีฬาเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนนโยบายการแก้ไขปัญหายาเสพติดและยาเสพติดในเด็กวัยรุ่น (Smith and Waddington, 2004) นอกจากนี้ นโยบายของแผนพัฒนากีฬาแห่งชาติฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2550-2554) ได้มุ่งเน้นให้ใช้การกีฬา เป็นเครื่องมือในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในสังคม โดยมีแผนยุทธศาสตร์เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติ 6 ยุทธศาสตร์ (กระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา, 2550) ซึ่งในจำนวนของแผนยุทธศาสตร์ทั้ง 6 นั้น มี 5 แผนยุทธศาสตร์ที่เป็นประเด็นเชื่อมโยงกับโครงการฯ ที่ผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์ใช้ในโครงการ พบว่า หากองค์กรที่ต้องการจัดกิจกรรมดังกล่าวมีความรู้ และความเข้าใจในประเด็นต่าง ๆ อย่างถูกต้อง ก็จะทำให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรม คือ ทั้งผู้รับ และผู้ให้ ได้รับประโยชน์จากกิจกรรมที่จัดขึ้นได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน ในขณะที่เดียวกันผู้วิจัยได้พิจารณาถึงความสำคัญของการมีความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ที่กำลังจะเข้ามามีบทบาท และกลายเป็นกระแสหลักขององค์กรธุรกิจต่าง ๆ ในโลก ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าเป็นประเด็นที่สอดคล้องกับแผนพัฒนากีฬาแห่งชาติฉบับที่ 4 ที่มุ่งเน้นการใช้กีฬาเป็นเครื่องมือสร้างสังคมให้เข้มแข็ง และยั่งยืน เพื่อการพัฒนาประเทศ ซึ่งประเด็นดังกล่าว ต่างก็มีส่วนสัมพันธ์กับแนวนโยบายของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) ที่มีประเด็นหลักในการสร้างคุณภาพของคนให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพราะ “คนเป็นศูนย์กลางในการพัฒนา”

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาแนวทางการจัดกิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ทั้งนี้ เพื่อเป็นกรณีศึกษาสำหรับการดำเนินงานที่เป็นประโยชน์และมีประสิทธิภาพแก่องค์กรอื่น ๆ ต่อไป ทั้งนี้เพราะ โครงการนี้มีผู้เข้าร่วมโครงการเป็นจำนวนมาก และมีความต่อเนื่องของโครงการยาวนานมาจนถึงปัจจุบันเกือบสิบปี รวมทั้งศึกษาประโยชน์ที่องค์กรฯ ได้รับความจากการดำเนินกิจกรรม ตลอดจนศึกษาเครื่องมือในการประเมินผลความสำเร็จของโครงการดังกล่าว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อตอบคำถามการวิจัยในการศึกษาไว้ 2 ประการ คือ

1. เพื่อศึกษาปัจจัยในการบริหารจัดการ โครงการไทยเบฟฟุตบอลคาเดมี ในการจัดกิจกรรมกีฬาฟุตบอลสำหรับเยาวชนให้เป็นที่ยอมรับ
2. เพื่อศึกษาประโยชน์ที่ บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ได้รับความจากการจัดกิจกรรมกีฬาเพื่อสังคม

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษารูปแบบของความสัมพันธ์ระหว่างการจัดกิจกรรมกีฬาฟุตบอลกับการสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร โดยพิจารณาจากหลักการและวัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรมกีฬาฟุตบอล และการมีความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ภายใต้ขอบเขตดังนี้

1. การบริหารจัดการของโครงการไทยเบฟฟุตบอลคาเดมี ในการจัดกิจกรรมกีฬาฟุตบอลสำหรับเยาวชนและชุมชน

2. ประโยชน์ที่ บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) จะได้รับจากสังคม โดยไม่คำนึงถึง ความคุ้มค่ากับการลงทุนในโครงการฯ

3. การประเมินความสำเร็จของโครงการ

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างจากผู้เข้าร่วมโครงการฯ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และแขกผู้มาเยือน โครงการไทยเบฟฟุตบอลอคาเดมี่ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 จนถึงปัจจุบัน ซึ่งประกอบด้วย เยาวชน ผู้ปกครอง ประชาชนในชุมชน พนักงานบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) และผู้ที่เกี่ยวข้อง กับโครงการ รวมจำนวนกว่าสองหมื่นคน

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร หมายถึง การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ องค์กร หรือ Corporate Social Responsibility: CSR ผ่านกิจกรรมที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมทั้ง ในระดับใกล้และไกล ในการที่จะทำให้เกิดการอยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข

องค์กร หมายถึง บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นผู้สนับสนุนงบประมาณให้ โครงการฯ

รูปแบบ หมายถึง การจัดกิจกรรมการฝึกสอนกีฬาฟุตบอลสำหรับเยาวชน ตามหลักมาตรฐาน ที่ผู้วิจัยใช้ในการฝึกสอนฟุตบอลให้กับเยาวชนในโครงการฯ

วัตถุประสงค์ หมายถึง เป้าหมายของโครงการไทยเบฟ ฟุตบอล อคาเดมี่

ประสิทธิภาพ หมายถึง เยาวชนได้ออกกำลังกายด้วยการเล่นกีฬาฟุตบอลอย่างถูกวิธีเยาวชน ได้รับโอกาสในการพัฒนาทักษะฟุตบอลของตนเองจนสามารถก้าวสู่ความเป็นเลิศ

ประสิทธิผล หมายถึง โครงการได้รับการสนับสนุนจากองค์กรอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 9 และ ได้รับ ความสนใจจากผู้ปกครองและเยาวชน มีการตอบรับที่ดีจากสังคม

ผู้ฝึกสอน หมายถึง ผู้ฝึกสอนฟุตบอลในโครงการฯ ที่ต้องผ่านการอบรมหลักสูตรเป็นผู้ฝึกสอนฟุตบอลระดับ C License จากสหพันธ์ฟุตบอลแห่งเอเชีย (Asian Football Confederation: AFC) เป็นอย่างน้อย

เยาวชน หมายถึง นักฟุตบอลเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการฯ โดยมีอายุระหว่าง 6-20 ปี

ผู้ปกครอง หมายถึง ผู้ปกครองของนักฟุตบอลเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการฯ และเป็นผู้เชี่ยวชาญในขณะเดียวกัน อันเนื่องมาจากการเป็นผู้มีการศึกษาและข้อมูลในการพาบุตรหลานฝึกฟุตบอลกับโครงการฝึกสอนฟุตบอลต่าง ๆ

สังคม หมายถึง กลุ่มบุคคล หรือชุมชน และครอบครัว ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการไทยเบฟฟุตบอลคาเดมี

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ผลจากการวิจัยทำให้ได้รูปแบบการบริหารจัดการที่ดีในการจัดกิจกรรมกีฬาฟุตบอลหรือโครงการฝึกสอนกีฬาอื่น ๆ ให้กับเยาวชนไทย
2. ผลการวิจัย ทำให้ทราบถึงผลประโยชน์ที่องค์กรจะได้รับจากสังคม ในการจัดกิจกรรมดังกล่าว
3. ผลการวิจัยนี้จะเป็นแนวทางสำหรับองค์กรต่าง ๆ ที่จะนำไปใช้ส่งเสริมกิจกรรมกีฬาที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม และประเทศชาติต่อไป

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

ในการวิจัยเรื่อง รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับกีฬาฟุตบอล กรณีศึกษา: โครงการไทยเบฟฟุตบอลคาเดมี ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและตรวจสอบเอกสาร งานวิจัยทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงการเข้าร่วมประชุมและสัมมนาในโครงการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้ พร้อมด้วยการตรวจสอบและศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมทางอินเทอร์เน็ต ที่สอดคล้องและเป็นประโยชน์ต่องานวิจัย โดยแบ่งเป็นหัวข้อการศึกษาออกได้ดังนี้

1. ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร
2. ความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร
3. รูปแบบกิจกรรมของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร
4. กำเนิดกีฬาฟุตบอล
5. ความสำคัญของกีฬาฟุตบอล
6. การฝึกกีฬาฟุตบอล
7. ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับการส่งเสริมกีฬา
8. โครงการไทยเบฟ ฟุตบอล คาเดมี

ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR)

Corporate Social Responsibility: CSR หรือ ซี เอส อาร์ เป็นคำย่อมาจากภาษาอังกฤษ ซึ่งตรงกับความหมายตามภาษาไทยว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร หรือการดำเนินกิจกรรมภายในและภายนอกองค์กร โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม ทั้งในระดับใกล้และไกลอย่างต่อเนื่อง มีการปฏิบัติงานอย่างมีหลักจริยธรรม ด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กร หรือทรัพยากรจากภายนอกองค์กรที่จะทำและสร้างให้สังคมอยู่ร่วมกันได้อย่างเป็นปกติสุข ทั้งยังมีส่วนร่วม ในการพัฒนาสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคมอย่างยั่งยืน (คณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียน, 2550) ซึ่งการดำเนินกิจกรรมภายในและภายนอกองค์กรนั้น ต้องครอบคลุมตั้งแต่ การวางแผน การตัดสินใจ การสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ การบริหารจัดการ

และการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งในทุกกระบวนการนี้ล้วนต้องมีส่วนที่จะต้องคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ระดับ ดังนี้

1. สังคมใกล้ คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับใกล้ชิดกับองค์กรโดยตรง ได้แก่ ลูกค้า คู่ค้า ครอบครัวของพนักงาน ชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่ ซึ่งรวมถึงสิ่งแวดล้อมหรือระบบนิเวศ
2. สังคมไกล คือ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร โดยอ้อม ได้แก่ คู่แข่งขันทางธุรกิจ ประชาชนทั่วไป เป็นต้น

องค์การสหประชาชาติ ได้ให้คำนิยามของ CSR ว่าเป็นพันธะอันต่อเนื่องของกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร ที่มีการประกอบธุรกิจอย่างมีจริยธรรม มีการเกื้อหนุนการพัฒนาเศรษฐกิจ มุ่งปรับปรุงคุณภาพองค์กร ท้องถิ่น และสังคมโดยรวม (UNITED NATION, 2007)

องค์กรพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืนโลก (World Business Council for Sustainable Development) ได้นิยามความหมายของ CSR ว่าเป็นความมุ่งมั่น หรือพันธสัญญาขององค์กรธุรกิจในการมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่องในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยยึดหลักจริยธรรม ในการบริหารองค์กร การปรับปรุงคุณภาพชีวิตของผู้ใช้แรงงาน อันจะส่งผลดีต่อสวัสดิภาพโดยรวมของครอบครัวของผู้ใช้แรงงาน รวมถึงการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นและสังคมในวงกว้าง การปฏิบัติตามแนวคิดของ CSR จึงครอบคลุมทั้งการพิทักษ์สิ่งแวดล้อม การสนับสนุนเสรีภาพของแรงงาน และการเคารพหลักสิทธิมนุษยชน (กองบรรณาธิการนิตยสาร BrandAge, 2550)

คณะกรรมการยุโรป (European commission) ซึ่งเป็นองค์กรหลักที่สามารถขับเคลื่อนแนวทางการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมให้แผ่นขยายไปทั่วโลก ได้อธิบายถึงว่า CSR เป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ซึ่งมีอยู่สองมิติหลัก คือ มิติภายในและมิติภายนอก ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. มิติภายใน

1.1 การจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ธุรกิจควรส่งเสริมการจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น ด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต การให้ข้อมูลที่โปร่งใสกับพนักงาน ให้ความสมดุลระหว่างงาน ชีวิตครอบครัวและการพักผ่อน การปฏิบัติอย่าง

เท่าเทียม การคัดเลือกเข้าทำงาน รายได้ ความก้าวหน้าทางการทำงานโดยเฉพาะกับผู้หญิงและผู้พิการ การดูแลเอาใจใส่พนักงาน โดยเฉพาะที่ได้รับบาดเจ็บหรือเกิดปัญหาสุขภาพจากการทำงานด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต ธุรกิจควรที่จะให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมในระดับต่าง ๆ การดูแลด้านสุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน เลือกร่วมทำธุรกิจ หรือเลือกใช้คู่ค้า (Supplier) ที่มีคุณธรรม จรรยาบรรณต่อพนักงาน นำมาซึ่งการแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนมากกว่า

1.2 การจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในองค์กร การลดการใช้ทรัพยากรและการปล่อยสารพิษของเสีย ซึ่งเป็นการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ย่อมเป็นผลดีต่อองค์กรนั้น ๆ เอง ในอันที่จะจัดการการผลิตสินค้าบริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นเป็นการลดต้นทุนด้านพลังงาน การจัดการของเสียต่าง ๆ ซึ่งนำไปสู่ผลกำไรที่สูงขึ้น ความสามารถในการแข่งขันในตลาดที่เพิ่มขึ้น และที่สำคัญเป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้กับบริษัท ถือว่าได้ประโยชน์ต่อทุกฝ่าย (Win-Win)

1.3 บรรษัทภิบาลและความโปร่งใสในการดำเนินการ ปัจจุบันความเชื่อมั่นที่มีต่อบริษัทเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด โดยเฉพาะบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ความโปร่งใสขั้นตอนการตัดสินใจต่าง ๆ ของบริษัทที่มีความชัดเจนตรวจสอบได้ มีความสำคัญทั้งต่อความมั่นคงของบริษัท ในมุมมองของนักลงทุนและความมั่นคงในสังคม เพราะว่าการบริหารจัดการที่มีความโปร่งใสทางบัญชี และกระบวนการตัดสินใจในทุกระดับนั้นย่อมนำไปสู่ข้อมูลที่มีความชัดเจนสามารถเข้าถึงได้โดยนักลงทุนและผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งทำให้เกิดระบบการลงทุนในสังคมโดยรวมที่มีประสิทธิภาพ ลดโอกาสของความสูญเสียทั้งในด้านการเงินและทรัพยากรต่าง ๆ ที่ต้องเสียไปกับการคอร์รัปชันอีกด้วย ซึ่งนำไปสู่สังคมที่มีความยั่งยืนและแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจในที่สุด

2. มิติภายนอก

2.1 การจัดการกับคู่ค้า (Supplier) และหุ้นส่วนทางธุรกิจ (Partners) ที่รับผิดชอบต่อสังคม การเลือก คู่ค้า และหุ้นส่วนทางธุรกิจ โดยคำนึงถึงบทบาทการรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ขยายความรับผิดชอบต่อสังคมไปสู่องค์กรอื่น ๆ ป้องกันปัญหาที่อาจจะตามจากความซับซ้อนของระบบธุรกิจสมัยใหม่ ที่ยากต่อการควบคุมให้ครอบคลุมไปทั้งห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ซึ่งอาจจะมิใช่นโยบาย หรือกิจกรรมที่ส่งเสริมประเด็นเหล่านี้

2.2 การดูแลผู้บริโภค ผู้บริโภค หรือผู้ซื้อสินค้าและบริการขององค์กร เป็นแหล่งที่มาของรายได้ การมีระบบดูแลผู้บริโภคในทุกกระบวนการของสินค้าและบริการ ตั้งแต่การผลิตการขาย ไปจนถึงการทิ้งให้ปลอดภัย ให้มีประสิทธิภาพทั้งในเชิงคุณภาพและราคา แสดงความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคด้วยการเลือกผลิต จำหน่ายสินค้าและบริการให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภค การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สามารถใช้ได้กับทุกกลุ่ม รวมถึงผู้พิการด้วย เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีอักษรเบรลล์ และ สั่งการด้วยเสียง สำหรับคนปกติและคนตาบอดใช้ได้

2.3 ความรับผิดชอบต่อชุมชนใกล้เคียง ตามปกติบริษัทฯ ต่าง ๆ จะให้ประโยชน์ต่อชุมชน อยู่แล้ว เช่น จ้างแรงงานชุมชน ซึ่งนำสู่รายได้สู่ชุมชน และรายได้ภาษีของพื้นที่ นำไปสู่ทุนสาธารณะ สร้างประโยชน์แก่ชุมชน บริษัทฯ ยังต้องพึ่งชุมชนในรูปแบบของแรงงานและอื่น ๆ บริษัทฯ จึงควรมีส่วนช่วยเหลือด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อม ผ่านการบริจาค หรือกิจกรรมสาธารณประโยชน์ใด ๆ ที่ จะช่วยพัฒนาชุมชน และนำไปสู่ความแข็งแรงของชุมชนนั้น ๆ ซึ่งผลตอบแทนที่บริษัทจะได้รับ คือ ภาพลักษณ์ที่ดี นำไปสู่ความร่วมมือและพร้อมจะช่วยเหลือบริษัทฯ

2.4 ความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม บริษัทต่าง ๆ ที่อยู่ในเมืองหรือบริษัทใหญ่ อาจ ไม่ได้เกี่ยวข้องกับพื้นที่ในบริเวณนั้น ๆ มากนัก หรือเป็นบริษัทที่มีสาขามากมายทั่วประเทศ ควรแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในวงกว้าง โดยการบริจาคทำกิจกรรมสนับสนุนในรูปแบบต่าง ๆ ในประเด็นที่บริษัทเกี่ยวข้อง แสดงบทบาทผู้นำทางธุรกิจการเปลี่ยนแปลงต่อสังคมอย่างชัดเจน มีการวางแผนการหาพันธมิตรในการปฏิบัติงานที่ดี นำมาสู่ภาพลักษณ์ที่ดี เป็นรากฐานในการสร้างความไว้วางใจของบริษัทในมุมมองผู้บริโภคและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2.5 การรับผิดชอบต่อโลกในมิติต่าง ๆ เช่น สิ่งแวดล้อม สิทธิมนุษยชน และประเด็นสำคัญอื่น ๆ ในระดับภูมิภาค และ/หรือระดับโลก ตามความเหมาะสม และศักยภาพขององค์กร บริษัทสามารถร่วมมือกับ องค์กรต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น รัฐบาล สถาบันการศึกษา องค์กรธุรกิจอื่น ๆ เพื่อร่วมมือกัน

องค์กรด้านมาตรฐานสากลระหว่างประเทศ (International Organization for Standardization: ISO) ได้นิยามความหมายของ CSR ว่า คือ การที่องค์กรตอบสนองต่อประเด็นเศรษฐกิจสังคมและ สิ่งแวดล้อมโดยมุ่งที่การให้ประโยชน์กับคน ชุมชน และสังคม นอกจากนั้นยังเป็นเรื่องของบทบาท ขององค์กรธุรกิจ ในสังคม และความคาดหวังของสังคมที่มีต่อองค์กรธุรกิจ โดยจะต้องทำด้วยความ

สมัครใจ และผู้บริหารจะต้องมีบทบาทเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่าง ๆ โดยสามารถวัดผลได้ใน 3 มิติ คือ การวัดผลทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม อันจะนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน (ISO 26000, 2010)

สถาบันไทยพัฒน์ได้อธิบายถึง CSR ว่าเป็นการดำเนินกิจกรรมภายในภายนอกองค์กรที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมทั้งในระดับใกล้ อันได้แก่ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับองค์กร เช่น ลูกค้า คู่ค้า ครอบครัวยุติธรรม พนักงาน ชุมชนท้องถิ่นที่องค์กรตั้งอยู่ และในระดับไกล ซึ่งหมายถึง ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กรทางอ้อม เช่น คู่แข่งขันทางธุรกิจประชาชนโดยทั่วไป ด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ปัจจุบัน (สถาบันไทยพัฒน์, 2553)

องค์กรเกษตรกรรมได้พูดถึงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรไว้ว่า เป็นการแสดงออกขององค์กรที่จะเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาสังคม การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม จะส่งเสริมภาพลักษณ์ และความศรัทธาของผู้บริโภคต่อตัวผลิตภัณฑ์ สามารถสร้างความเข้มแข็งให้ตราสินค้าอันเป็นการนำไปสู่การสร้างมูลค่าและพัฒนาองค์กรได้อย่างยั่งยืน (องค์กรเกษตรกรรม, 2552)

คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ได้กล่าวถึง Corporate Social Responsibility หรือ CSR ว่า คือ การดำเนินธุรกิจภายใต้หลักจริยธรรม และการกำกับกิจการที่ดีควบคู่ไปกับการใส่ใจดูแลรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน หรือเรียกว่าเข้มทิศธุรกิจเพื่อสังคมช่วยบอกทิศทางการดำเนินงานที่มีเป้าหมายทางธุรกิจควบคู่ความรับผิดชอบต่อสังคม คณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียน (คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2550)

Porter and Kramer (2007) ได้กล่าวถึงการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ว่า จะทำให้บริษัทหรือองค์กรมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดี ทำให้นักลงทุนมีความสนใจในการลงทุนด้วยตลอดจนทำให้ตราสินค้ามีความแข็งแกร่ง ก่อให้เกิดแรงดึงดูดใจในการตัดสินใจซื้อผู้บริโภค รวมถึงสร้างแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานและรักษาพนักงานดี ๆ ให้อยู่กับบริษัท ซึ่งจะนำมาสู่ผลประโยชน์ที่ดีของบริษัทหรือองค์กรต่อไป

Kotler and Lee (2005) ให้ความหมายว่าความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็นพันธกิจในการปรับปรุงชุมชนให้ดีขึ้นด้วยบทเรียนทางธุรกิจ และการให้ในสิ่งที่องค์กรมีเพื่อให้เกิดการพัฒนาชุมชนและสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะชุมชนที่เป็นที่ตั้งขององค์กรนั้น ๆ

พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์ (2551) ให้ความเห็นว่า CSR หรือความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ถือเป็นกลยุทธ์เชิงรุก และเป็นการขับเคลื่อน ภาพลักษณ์เชิงบวกขององค์กรออกมา แต่ที่ผ่านมารัฐกิจหลายแห่งเข้าใจว่า การสร้างความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นต้นทุนค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น ไม่ได้สร้างให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจ จึงเป็นเหตุให้องค์กรส่วนใหญ่มักทำ CSR ก็ต่อเมื่อเกิดความจำเป็นถูกบังคับให้ทำ หรือเล็งเห็นประโยชน์ที่องค์กรจะได้รับ จึงทำให้เกิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรแบบเทียมขึ้น เป็นจำนวนมากกว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรแบบแท้ ซึ่งการที่แยกแยะว่า กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็นแบบแท้ หรือเทียมนั้น เราสามารถพิจารณาที่แนวคิด และหลักการ เช่น ถ้าเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรแบบเทียม จะเป็นลักษณะจากภายนอกสู่ภายใน (Outside-In) โดยเกิดจากกระแสเรียกร้องทางสังคม หรือนั่นที่ประโยชน์ที่องค์กรจะได้รับมากกว่าที่สังคมจะได้รับ แต่ถ้าเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรแบบแท้ จะเป็นลักษณะจากภายในสู่ภายนอก (Inside-Out) อันเกิดจากความสมัครใจ และจิตสำนึกขององค์กร โดยเฉพาะผู้นำองค์กร การเน้นย้ำถึงประโยชน์ที่สังคมจะได้รับ ซึ่งส่วนใหญ่จะเกิดมาจากกระบวนการทำงาน จากแผนนโยบาย หรือพันธกิจ

ไพบุลย์ วัฒนศิริธรรม (2549) กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ อาจสรุปได้ดังนี้ คือ 1) ไม่ทำในสิ่งที่เป็นผลเสียต่อสังคมทั้งทางตรงและทางอ้อม 2) ทำสิ่งที่เป็นคุณประโยชน์ต่อสังคมทั้งทางตรงและทางอ้อม 3) พัฒนาตัวเองให้มีคุณธรรม คุณภาพ และประสิทธิภาพอย่างดีที่สุด

อนันตชัย ชูประธม (2549) ได้ให้ความหมายของ CSR ไว้ว่า “เป็นความรับผิดชอบต่อผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม จากการปฏิบัติและตัดสินใจอย่างเป็นระบบ (System) เริ่มตั้งแต่การป้องกัน (Prevent) ปรับปรุง (Improve) รักษา (Maintain) และพัฒนา (Develop) ส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมใหม่ (Innovation) จากภายในองค์กรออกไปสู่สังคมวงกว้าง เป็นไปตามกฎหมายที่บังคับใช้สอดคล้องกับมาตรฐานสากลและความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นสำคัญ”

ดนัย จันทร์เจ้านาย ประธานกรรมการบริหาร บริษัท เอ็ม ดี เค (ประเทศไทย) ได้พูดถึง CSR ไว้ว่า “CSR เป็นการเพิ่มค่าให้กับองค์กรพร้อมๆ กับการเสริมประโยชน์ให้กับสังคม โดยไม่มุ่งหวังผลทางการตลาดหรือกำไรเป็นหลัก หากจะได้มาก็ถือว่าเป็นผลพลอยได้มิใช่เป้าหมายหลัก” ซึ่ง CSR ไม่จำเป็นต้องใช้งบประมาณมากมาย แต่เป็นเรื่องของร่างกายและจิตใจ ที่จะช่วยอย่างจริงจัง องค์กรต้องเปลี่ยนจากการเป็นผู้รับ (Reactive) มาเป็นผู้ให้ (Proactive) มากขึ้น จะไม่รอรับ หรือรอแก้ไข เพียงอย่างเดียว การทำ CSR จึงเปรียบเสมือนวัคซีนคุ้มกันภาพลักษณ์ขององค์กรและสังคม เป็นการ

ช่วยเหลือเศรษฐกิจ และในฐานะพลเมืองที่ดีของสังคม เมื่อได้แล้วต้องให้กินสู่สังคมบ้าง และปัจจุบันองค์กรเริ่มมีความกล้ามากขึ้นที่จะก้าวเข้ามาสู่โครงการเพื่อสังคม (อรรถสิทธิ์ เหมือนม้าย, 2547)

จากแนวคิดดังกล่าวนี้ ล้วนเป็นแนวคิดที่มาจากรากฐานของหลักธรรมคำสอนทางพระพุทธศาสนา โดยเฉพาะในเรื่องของการทำความดี การเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ การมีเมตตา การไม่เห็นแก่ตัว และการบริจาคทาน เป็นต้น ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เป็นหลักคำสอนง่าย ๆ ที่กลุ่มสังคมทางโลก ตะวันออก และเอเชีย โดยเฉพาะประเทศไทยได้ยึดถือเป็นแนวทางในการดำรงชีวิตประจำวันมาช้านาน เพียงแต่ได้มีการบัญญัติใช้คำว่า CSR ขึ้นในวงการธุรกิจเมื่อไม่กี่สิบปีที่ผ่านมาเอง (กองบรรณาธิการ นิตยสาร BrandAge, 2550) เมื่อสังคมโลกต้องก้าวเข้าสู่กระแสโลกาภิวัตน์ เพื่อเตรียมความพร้อมในการแข่งขัน เพื่อให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลง และเพื่อความสะดวกในการสื่อสาร เป็นการขอโลกให้เลิกลง ทำให้ความเจริญต่าง ๆ เริ่มพัฒนาอย่างรวดเร็ว ความเป็นองค์กรเริ่มเข้ามามีบทบาทและเกี่ยวข้องกับเรื่องนี้ ประกอบกับแนวคิดของธุรกิจแบบทุนนิยม เริ่มเปลี่ยนแปลงจากการมุ่งแสวงหากำไรแบบสุดโต่ง มาเป็นการแสวงหากำไรไปพร้อม ๆ กับการสร้างสิ่งดีคืนกลับสู่สังคมและสิ่งแวดล้อมจึงเกิดเป็นแนวคิดใหม่ ที่เรียกว่า CSR ขึ้น

สังคมไทยตั้งแต่อดีตที่ผ่านมา มีการดำเนินกิจกรรม CSR ที่มีความเข้มข้นมากกว่าสังคมในแถบประเทศฝั่งตะวันตก เช่น การช่วยเหลือเกื้อกูลกันในงานที่ทำ จนกลายเป็นประเพณีที่เรียกว่า การลงแขก ก็เป็นตัวอย่างหนึ่ง ที่เมื่อเปรียบเทียบกับวัฒนธรรมตะวันตก ซึ่งค่อนข้างไปทางต่างคนต่างอยู่ ตัวใครตัวมัน ต้องแข่งขันกันเอาตัวรอด จึงด้อยในเรื่องความสนิทสนม เกื้อกูลกันทางสังคม ด้วยเหตุผลนี้ สังคมตะวันตก หรือกระทั่งสังคมในประเทศตะวันออกหลายประเทศ ที่ได้รับเอาวัฒนธรรมการแข่งขัน การชิงดีชิงเด่นจนเกิดความเครียด เกิดปัญหาทางจิต จึงต่างกำลังพยายามค้นหาวิธีการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ ที่มีความรับผิดชอบต่อผู้อื่นมากขึ้น มีการคำนึงถึงสังคมส่วนรวมมากขึ้น จากการสังเกตพบว่า ในปัจจุบัน ปริมาณของกลุ่มคนชั้นปัญญาชนชาติตะวันตกได้เดินทางเข้ามาศึกษาและปฏิบัติธรรม เพื่อค้นหาวิธีแก้ปัญหาด้านจิตใจเพิ่มมากขึ้น เหล่าบรรดานักคิดชาวตะวันตกที่มีชื่อเสียงในวงการธุรกิจ ต่างก็ได้เขียนตำราการบริหารจัดการ ที่มีการดึงเอาองค์ประกอบของการบริหารเชิงพุทธนำมาเขียนและเรียบเรียงด้วยภาษาทันสมัย จนเป็นที่นิยมอยู่อย่างมากมาย

ดังนั้น องค์กรธุรกิจในสังคมไทย แทนที่จะไปค้นหาต้นแบบจากตะวันตก ซึ่งในที่สุดแล้วก็คือ ภูมิปัญญาที่สังคมไทยเรามีมาแต่ดั้งเดิม ไม่ต้องไปโปรยจากตำราของนักคิดตะวันตกเหล่านี้ อีกทอดหนึ่ง แต่ใช้วิธีศึกษาโดยตรง จากวัฒนธรรมหรือสิ่งที่เรามีอยู่ จากหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา

อันได้แก่ สังคหวัตถุ 4 ซึ่งเป็นหลักธรรมตามคำสอนของพระพุทธองค์ เพียงแต่ให้มองข้ามข้อจำกัดในแง่ของภาษาที่ใช้เรียก ที่อาจจะไม่ร่วมสมัย แต่ให้เน้นไปที่เนื้อหา หรือแก่นของเรื่อง จะพบถึงความสามารถในการทำให้คน สังคม สิ่งแวดล้อม อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างปกติสุข (พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์, 2549) รูปแบบวิธีการในการดำเนินกิจกรรม CSR ขององค์กรตามที่ปรากฏอยู่ในเอกสารงานตีพิมพ์ต่าง ๆ โดยทั่วไป ต่างก็มีความสอดคล้องกับบริบทของสังคมไทย ที่มีอุปนิสัยของการสงเคราะห์ที่ถือปฏิบัติเป็นพื้นฐานอยู่แล้ว ภายใต้หลักธรรมคำสอนของศาสนาพุทธเรื่อง สังคหวัตถุ 4 ซึ่งประกอบด้วย

1. ทาน (Corporate Philanthropy)

คือ การให้ หรือการบริจาคในสิ่งที่ควรให้แก่ผู้ยากไร้ หรือแก่ผู้ที่ขาดแคลนกว่า ทั้งในรูปของวัตถุสิ่งของ เช่น การนำสิ่งของเครื่องใช้ไปแจกแก่ผู้ประสบภัย การทำบุญตักหลักศาสนา การให้โอกาสทางธุรกิจ การแบ่งปันตลาด หรือการให้อภัย ตลอดจนการให้ความรู้ คำแนะนำต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ ซึ่งการให้ทานตามหลักธรรมของศาสนาพุทธนั้น เป็นการเน้นสอนให้เกิดความตระหนักในเรื่องของความเสียสละ การรู้จักให้ เพื่อลดความเห็นแก่ตัวลง มนุษย์เกิดมามีเพียงร่างกาย เมื่อหมดอายุขัยก็ไม่สามารถนำสิ่งใด ๆ ติดตัวไปได้

2. ปิยะวาจา (Corporate Communication)

คือ การสื่อสารในสิ่งที่เป็นคุณประโยชน์ สื่อสารในสิ่งที่เป็นสาระข้อเท็จจริง ประกอบด้วยเหตุผล และความจริงใจ โดยไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิด เช่น การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้องครบถ้วนแก่ผู้บริโภค การไม่โฆษณาประชาสัมพันธ์คุณลักษณะของสินค้าเกินจริง หรือการไม่หลอกลวงมอมเมาประชาชน ซึ่งในหลักธรรมข้อนี้ก็เป็นส่วนหนึ่งของศีล 5 ที่เป็นข้อปฏิบัติพื้นฐานของชาวพุทธทุกคนในการพูดจาให้ประโยชน์เกื้อกูลกัน ไม่ใช่วาจาทำร้ายกันและกัน อันเป็นผลให้เกิดความสงบสุขในสังคม

3. อุตถจริยา (Community Volunteering)

คือ การเสียสละแรงงาน แรงใจ และเวลา เพื่อบำเพ็ญสาธารณประโยชน์ เช่น การเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครช่วยเหลือสังคมในโอกาสต่าง ๆ การระแวงระวังในการดำเนินงานที่อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เป็นไปโดยสมัครใจ เป็นการแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมในรูปแบบหนึ่ง

ข้อปฏิบัติข้อนี้ก็มีลักษณะของการให้ แต่เป็นการให้จากภายใน คือ ให้ด้วยใจ ด้วยแรงกาย เห็นแก่ประโยชน์ของส่วนรวมเป็นใหญ่ ประโยชน์สุขของสังคมมาก่อนประโยชน์ส่วนตัว เพื่อความสงบสุขของสังคมโดยรวม

4. สมานัตตา (Equitable Treatment)

คือ การปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน ซึ่งเป็นหนึ่งในหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Governance) การเอาใจใส่ในสุขทุกข์ของผู้มีส่วนได้เสีย ร่วมแก้ไขและพัฒนาโดยไม่เลือกปฏิบัติ ซึ่งหมายถึง การมีส่วนร่วมขององค์กรในการดูแลสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่น การดูแลสิทธิประโยชน์ของผู้ถือหุ้นรายใหญ่รายย่อยอย่างเสมอภาค การบริการลูกค้าอย่างเสมอด้านเสมอปลายโดยไม่เลือกว่าเป็นรายใหญ่รายย่อย การทำหน้าที่ในการเสียภาษีอากรให้รัฐอย่างตรงไปตรงมา โดยข้อปฏิบัติข้อนี้จะเป็นการเน้นที่เรื่องสิทธิมนุษยชน มนุษย์ทุกคนมีสิทธิและเสรีภาพอย่างเท่าเทียม มีหนึ่งชีวิตเช่นเดียวกัน แต่แตกต่างกันที่โอกาส ผู้ที่มีโอกาสมาก จึงควรที่จะแบ่งปันโอกาสนั้นให้กับผู้ที่มีโอกาสน้อยกว่า เพื่อสร้างความเท่าเทียมให้สังคมอยู่ร่วมกันได้อย่างปกติสุข

คำจำกัดความของ CSR จึงมีความหมายโดยรวม ว่าเป็นกิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่มีลักษณะการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาสภาพเศรษฐกิจและสังคมของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องให้มีการดำรงชีวิตที่ดีขึ้น และเนื่องจากไม่มีคำจำกัดความที่ชัดเจน การจัดกิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมจึงมีรูปแบบที่หลากหลาย แต่ก็ยังมุ่งประโยชน์เพื่อสังคมเป็นหลัก

ความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเกิดเป็นรูปธรรมชัดเจนและได้รับความสนใจมากขึ้น เมื่อได้รับการผลักดันจากองค์การสหประชาชาติ ในที่ประชุม World Economic Forum ในปี ค.ศ. 1999 โดย นายโคฟี อันนัน (Kofi Annan) เลขาธิการสหประชาชาติในขณะนั้น ได้ประกาศเรียกร้องให้องค์กรธุรกิจในทุกประเทศให้ปฏิบัติตามเป็นพลเมืองที่ดีของโลก ด้วยการแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านต่าง ๆ โดยการเสนอบัญญัติ ที่เรียกว่า The UN Global Compact ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 หมวดหลัก คือ 1) หมวดสิทธิมนุษยชน 2) หมวดมาตรฐานแรงงาน และ 3) หมวดสิ่งแวดล้อม ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกำลังเป็นความสำคัญในระดับสากลที่ทุกฝ่ายต่างต้องให้ความสำคัญ และในปัจจุบันมีความเคลื่อนไหวที่สนับสนุนแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรอย่างต่อเนื่อง เช่น พิธีสารเกียวโต (Kyoto Protocol) ได้ทำการ

ประกาศข้อผู้พันทางกฎหมาย ในการดำเนินการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ให้บรรลุถึงเป้าหมาย เพื่อการรับมือกับสภาวะโลกร้อน (Global Warming) ตามอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลง สภาพภูมิอากาศ (United Nations Framework Convention on Climate Change-UNFCCC) โดยมี เป้าหมายให้กลุ่มประเทศอุตสาหกรรม เช่น สหภาพยุโรป แคนาดา รัสเซีย ญี่ปุ่น เป็นต้น ลดปริมาณ การปล่อยก๊าซเรือนกระจก

แนวคิดเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในประเทศไทยนั้น ยังจัดว่าเป็นเรื่องใหม่ ที่เข้ามาในประเทศไทยได้ไม่นาน ซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่เกิดขึ้นในประเทศไทย นั้น สามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ กลุ่มหนึ่งให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคม และตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยจิตวิญญาณ ซึ่งองค์กรได้คำนึงถึงการตอบแทนกลับ ต่อสังคมอย่างแท้จริง แต่อีกกลุ่มหนึ่งมีความรับผิดชอบต่อสังคม หรือสร้างโครงการเพื่อสังคมเพียง เพื่อใช้เป็นเครื่องมือ ในการประชาสัมพันธ์องค์กร และเป็นหนึ่งในเครื่องมือสื่อสารการตลาดของ องค์กร เพียงเพื่อเป็นการประกาศต่อลูกค้าให้รับรู้ “เราเป็นองค์กรที่ดี” ซึ่งยังไม่มีใครสามารถให้ คำตอบได้อย่างชัดเจนว่าแนวคิดทั้ง 2 กลุ่มนั้น กลุ่มไหนถูกหรือกลุ่มไหนผิด หากตอบได้แต่เพียงว่า การมีความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในกลุ่มแรกนั้นจะสร้างความยั่งยืนในการทำธุรกิจใน ระยะยาว มากกว่ากลุ่มหลังเท่านั้นเอง (วรัญญา ศรีเสวก, 2551)

ทำให้ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาการดำเนินกิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ หลาย ๆ องค์กร จึงมักไม่ประสบผลสำเร็จ เพราะขาดความเข้าใจในหลักการที่แท้จริง แต่ก็ยังมีความพยายามอย่างต่อเนื่อง ในการสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร สอดคล้องกับทาง ศาสตราจารย์ ไมเคิล อี พอร์ตเตอร์ และมาร์ค อาร์ คราเมอร์ ให้อธิบายไว้ในวารสาร Harvard Business Review ฉบับเดือนธันวาคม 2549 ไว้ว่า ความคิดว่าธุรกิจของตนกับสังคมไม่มีความ เกี่ยวข้องกันนั้น ในขณะที่แท้จริงแล้วต่างมีความพึ่งพาอาศัยกันอยู่ไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง นอกจากนี้ การเลือกใช้รูปแบบกิจกรรม CSR ที่เหมือน ๆ กันแบบลอกเลียนกันมา แทนที่องค์กรจะคิดและ พิจารณาหากิจกรรมที่เหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจของตนเอง (Porter and Kramer, 2003) ศาสตราจารย์ ไมเคิล อี พอร์ตเตอร์ ยังอธิบายเพิ่มเติมอีกว่า การสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมของ องค์กร มีรูปแบบการจัดกิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม มากกว่า 50 กิจกรรม ซึ่งทุก กิจกรรมมีวัตถุประสงค์หรือความต้องการที่คล้ายคลึงกันกับหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของ องค์กร ที่มีประเด็นมาตรฐานในด้าน จริยธรรมขององค์กร การพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่าง ยั่งยืน การมีส่วนร่วมของสังคม และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร

ศูนย์วิจัยมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต โดยการสนับสนุนจากโครงการองค์กรสนับสนุนธุรกิจของสถาบันคีนันแห่งเอเชีย ได้ทำการศึกษาวิจัยสำรวจพฤติกรรม ทักษะคิของผู้บริโภคเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม ขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย (Survey on Consumer's Behavior and Attitude toward Corporate Social Responsibility of the Business organization in Thailand) ขึ้นเป็นครั้งแรกเมื่อ พ.ศ. 2548 โดยการสำรวจชาวกรุงเทพฯ เกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจ พฤติกรรม และทัศนคติที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย และผลวิจัยที่ได้นำมารวบรวมตีพิมพ์เป็นเอกสาร และนำไปเผยแพร่ให้กับองค์กรธุรกิจและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานและวางแผนพัฒนาธุรกิจ ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ให้สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน โดยมีแนวคิดมาจากความตื่นตัวเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจหรือ CSR ที่กำลังทวีความสำคัญมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศตะวันตก ซึ่งหลังจากที่สังคมกลุ่มประเทศตะวันตกได้รับบทเรียนจากการพัฒนาเศรษฐกิจแบบละเลยผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อสังคม เช่น ความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากของเสียจากโรงงานอุตสาหกรรม หรือปัญหาความไม่โปร่งใส ในการบริหารจัดการของธุรกิจขนาดใหญ่ ส่งผลให้ปัจจุบันสำหรับกลุ่มประเทศในทวีปยุโรปนั้น ลูกค้าหรือผู้บริโภคส่วนใหญ่ ยินดีที่จะซื้อสินค้าหรือบริการขององค์กรที่แม้ว่าจะมีราคาแพงกว่า แต่หากเป็นบริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม หรือคืนประโยชน์ให้กับสังคมบ้าง ผู้บริโภคเหล่านี้ก็ยินดีที่จะจ่าย ซึ่งพบว่าบริษัทที่มีผลประกอบการดี 75% จัดอยู่ในกลุ่มบริษัทที่ถือกำไรสู่สังคม แต่สำหรับในสังคมไทย ซึ่งเป็นสังคมของประเทศกลุ่มโลกที่สาม ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังมีรายได้ไม่สูงมากนัก การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการจึงมักจะให้ความสำคัญที่ราคาเป็นหลัก ความตระหนักในตัวสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อชุมชนหรือสิ่งแวดล้อมมีน้อยน้อยกว่าผู้บริโภคในกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว ประกอบกับกลไกในการคุ้มครองผู้บริโภคและปกป้องสิทธิมนุษยชนของประเทศไทย ยังขาดประสิทธิภาพ และประชาชนไม่สนใจที่จะเรียกร้องสิทธิของตนเอง จึงส่งผลทำให้ผู้ผลิตสินค้าหรือบริการ ไม่ได้รับแรงกดดันเพียงพอที่จะต้องแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (ประชน ไตรจักรภพ, 2548)

โดยหลักการแล้ว การจัดกิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ที่มีความสอดคล้องและสัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์และบริการขององค์กรนั้น จะช่วยให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์และองค์กรมากขึ้น สามารถสร้างมูลค่าทางการตลาดเพิ่มให้แก่องค์กร มีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้น ราคาหุ้นมีเสถียรภาพ สร้างแรงจูงใจให้กับผู้ลงทุน พนักงานเกิดความภูมิใจในการทำงานร่วมกับองค์กร สร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีในระยะยาว ยกตัวอย่างเช่น ธุรกิจที่ผลิตอาหารสำเร็จรูป สามารถใช้กลยุทธ์การให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม โดยการใช้หีบห่อ หรือบรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่หรือย่อยสลายได้ง่ายตามธรรมชาติ หรือบริษัทเครื่องสำอางเอง ก็สามารถ

สร้างความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยการไม่ใช้สัตว์ในการทดลองผลิตภัณฑ์ และมีการรณรงค์อย่างจริงจัง เช่น เครื่องสำอาง BODY SHOP ที่กล้าประกาศแนวทางการดำเนินธุรกิจพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ปราศจากการใช้สัตว์มาเป็นตัวทดลอง ส่งผลให้กระแสการตอบรับผลิตภัณฑ์ของ BODY SHOP ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในทันที (Porter and Kramer, 2003) การทำ CSR ดูเหมือนไม่ยากสำหรับธุรกิจที่มีสินค้าเป็นรูปธรรม แต่สำหรับธุรกิจบริการ เช่น ธุรกิจการเงินอาจไม่ใช่เรื่องง่ายนักที่จะผนวกกิจกรรมทางสังคมเข้ากับธุรกิจที่ทำอยู่ แต่เชื่อว่าหากมองอย่างเช่น ธนาคารกรุงเทพ สร้างความแตกต่างให้ตัวเอง ด้วยการนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินรูปแบบใหม่ ที่ห่วงใยสิ่งแวดล้อม ภายใต้โครงการบัวหลวงกรีน โดยมีข้อเสนอพิเศษสำหรับการกู้ยืมเงินเพื่อการสนับสนุนการประหยัดพลังงาน หรือแสวงหาพลังงานทดแทนและบริหารจัดการของเสีย เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม ในขณะที่ธุรกิจสื่อสารมวลชน ก็สามารถแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ด้วยการไม่เสนอข้อมูลข่าวสารที่มอมเมาเยาวชนและสังคม ไปในทางที่เลื่อมเสียดัง หรืออย่างเช่น กรณีการสร้างกิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ของบัตรเครดิต American Express เมื่อปี ค.ศ. 1980 ที่ใช้กลยุทธ์การทำกิจกรรมการตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคม ด้วยการสร้างการมีส่วนร่วมจากผู้บริโภค ในการบริจาคเงินทุกครั้งที่มีการรูดบัตรเครดิต อเมริกัน เอ็กซ์เพรส รายได้บางส่วนจะถูกนำไปเข้ากองทุน เพื่อการฟื้นฟูและอนุรักษ์อนุสาวรีย์เทพีเสรีภาพ ซึ่งโครงการนี้ทำให้ยอดผู้ถือบัตรใหม่เพิ่มขึ้นถึง 10% และมียอดการใช้จ่ายผ่านการรูดบัตรเพิ่มขึ้นถึง 27% (Kotler and Lee, 2005) หรือแม้แต่ กรณีของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์ประจำวันที่อยู่คู่กับวิถีชีวิตคนไทยมานาน ก็ยังให้ความสำคัญกับการสร้างความรับผิดชอบต่อสังคม ด้วยการสร้างโครงการ โรงเรียนไทยรัฐวิทยา กว่า 100 แห่ง เพื่อให้เยาวชนที่อยู่ในประเทศไทยได้มีโอกาสในการศึกษา ภายใต้ความคิดของท่านผู้อำนวยการ กำพล วัชรพล เมื่อปี พ.ศ. 2512 ที่เห็นว่า “หนังสือพิมพ์ไทยรัฐอยู่ได้ด้วยความสำเร็จของประชาชน เมื่อมีโอกาสจึงควรตอบแทนประชาชน” โดยนารายได้ส่วนหนึ่งจากผลประกอบการ ไปสร้างโรงเรียนในแหล่งทุรกันดารเพื่อให้เยาวชนได้รับการศึกษาอย่างทั่วถึง และเท่าเทียม ซึ่งโครงการนี้ได้ถูกยกให้กับกระทรวงศึกษาธิการ ดำเนินการรับผิดชอบและดูแลต่อไป พร้อมกับการก่อตั้งมูลนิธิไทยรัฐขึ้นมา เพื่อดูแลและสนับสนุนกิจกรรมของโรงเรียนที่ก่อตั้งขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ลม เปลี่ยนทิศ, 2550)

ดังนั้นหน่วยงานหรือองค์กรที่นำแนวคิด CSR ไปปฏิบัติควบคู่กับการดำเนินธุรกิจจะได้รับผลลัพธ์ทั้งที่เป็นรูปธรรม คือ สามารถจับต้องได้ (Tangible) และที่เป็นนามธรรม คือ ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible) จากผู้ที่อยู่ในองค์กรได้แก่ ผู้ถือหุ้นและพนักงาน และจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กรทั้งทางตรงและทางอ้อม ดังนี้

ประโยชน์ที่เป็นรูปธรรม

ในแง่ของเจ้าของกิจการที่ดำเนินกิจการอยู่ในตลาดหุ้น ราคาหุ้นที่มีเสถียรภาพมากกว่ามูลค่าหุ้นในอัตราที่สูงกว่าเกณฑ์เฉลี่ย เนื่องจากเป็นที่ต้องการของนักลงทุน พบว่าในปัจจุบันเม็ดเงินลงทุนในธุรกิจที่มี CSR หรือเรียกกันเฉพาะทางว่า SRT (Social Responsibility Investing) มีมูลค่าเกิน 2 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ และมีแนวโน้มเพิ่มจำนวนมากขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งเหตุการณ์ดังกล่าว เป็นโอกาสที่องค์กรจะสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้เพิ่มมากขึ้นและง่ายขึ้น ซึ่งจะทำให้ต้นทุนทางการเงินมีแนวโน้มที่ต่ำกว่าเกณฑ์ปกติของตลาด

ในแง่ของพนักงาน เกิดความภาคภูมิใจในการทำงานร่วมกับองค์กร ได้รับความสุขจากการปฏิบัติงานในหน้าที่ นอกเหนือจากผลตอบแทนในรูปของตัวเงิน ทำให้องค์กรสามารถรักษาพนักงานที่มีความสามารถไว้ได้เป็นอย่างดี และในขณะเดียวกันก็สามารถที่จะชักชวนบุคคลที่มีคุณภาพและเป็นที่ต้องการ ให้เข้ามาทำงานกับองค์กรได้ ส่งผลให้องค์กรสามารถสร้างรายได้และส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มมากขึ้น จากการที่ถูกค้าพิจารณาเลือกซื้อสินค้าและบริการขององค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม และไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น การส่งเสริมการขายด้วยการบริจาคเงินให้มูลนิธิช่วยเหลือสังคมในด้านต่าง ๆ องค์กรยังสามารถที่จะลดรายจ่ายของกิจการจากการดำเนินกิจกรรม CSR ตัวอย่างเช่น โรงไฟฟ้าแรงค์ให้ประชาชนประหยัดพลังงานเพื่อที่จะได้ไม่ต้องลงทุนสร้างโรงไฟฟ้าหรือหาแหล่งพลังงานทดแทนแห่งใหม่ หรือการลดงบประมาณค่าใช้จ่ายด้านโฆษณาในการเปิดตัวสินค้าของบริษัทแห่งหนึ่ง ที่มีส่วนช่วยเหลือเกษตรกรที่ได้รับความเดือดร้อนจากผลผลิตที่ล้นตลาด โดยได้รับการสนับสนุนด้านการประชาสัมพันธ์จากหลายภาคส่วนในสังคมที่เกี่ยวข้อง เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับงบประมาณในการโฆษณาสินค้าที่ไม่มีส่วนประสมของ CSR ประโยชน์ที่เป็นนามธรรม

องค์กรสามารถได้รับประโยชน์จากการวางตำแหน่งตราผลิตภัณฑ์ (Brand Positioning) ให้อยู่ในใจของลูกค้าเป็นอันดับต้น ๆ ในประเภทสินค้าหรือบริการนั้น ๆ โดยการดำเนินกิจกรรม CSR ร่วมกับการทำกิจกรรมส่งเสริมผลิตภัณฑ์ เช่น กรณีร้านกาแฟ ที่รับซื้อเมล็ดกาแฟในท้องถิ่น หรือจากไร่กาแฟที่ใช้เกษตรอินทรีย์ เป็นต้น สำหรับองค์กรที่มีได้ใช้ตราผลิตภัณฑ์เป็นชื่อขององค์กร หรือองค์กรที่มีหลายตราผลิตภัณฑ์ สามารถดำเนินกิจกรรม CSR ที่เป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร นอกเหนือจากการวางตำแหน่งตราผลิตภัณฑ์ ด้วยการสร้างธรรมเนียมปฏิบัติทางธุรกิจที่อำนวยความสะดวกต่อสังคมโดยสมัครใจ มากกว่าเป็นเพียงการปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับในอุตสาหกรรมหรือกฎหมายบ้านเมืองในด้านต่าง ๆ เช่น การดูแลระบบบำบัดท่อน้ำเสียจากโรงงาน

ให้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ มากกว่าเกณฑ์ของกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง หรือมากกว่าการมีระบบไว้เพียงเพื่อให้ผ่านการตรวจสอบตามเกณฑ์ แต่มิได้เปิดใช้งาน เป็นต้น

ประโยชน์ของการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ที่มองไม่เห็นคือการเอื้อประโยชน์ต่อชุมชน เช่น การจ้างแรงงานชุมชน ทำให้ชุมชนมีรายได้ และเป็นการเพิ่มรายได้ด้านภาษีในพื้นที่ ซึ่งจะนำไปเป็นทุนสาธารณะที่จะสามารถนำมาสร้างประโยชน์ให้แก่ชุมชน การที่บริษัทใช้หลักการฟังชุมชนรอบข้างในรูปแบบของแรงงานและอื่น ๆ บริษัทจึงควรมีส่วนช่วยเหลือทั้งด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อมให้กับชุมชน ด้วยการบริจาคหรือจัดกิจกรรมสาธารณประโยชน์ ที่จะเป็นการช่วยพัฒนาชุมชนและนำชุมชนนั้น ๆ ให้เจริญเติบโตอย่างแข็งแกร่ง ซึ่งผลตอบแทนที่บริษัทจะได้รับ คือ ภาพลักษณ์ที่ดี นำไปสู่ความร่วมมือ การยอมรับ และความพร้อมที่จะช่วยเหลือบริษัทตลอดเวลา

นอกจากนี้ ศาสตราจารย์ไมเคิล อี. พอร์ตเตอร์ ได้กล่าวถึงประโยชน์ของการดำเนินกิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมไว้อีก ดังนี้ (Porter and Kramer, 2002 cited Kotler and Lee, 2005)

1. สร้างชื่อเสียงที่แข็งแกร่งให้กับองค์กรด้วยการเป็นองค์กรที่ดีของสังคม ส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาสังคม ชุมชน และองค์กรต่าง ๆ ตลอดจนช่วยสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรกับชุมชนและสังคมได้อีกด้วย นอกจากนี้ยังช่วยทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ โดยสามารถสร้างตลาดใหม่ๆ หรือเปิดโอกาสสร้างสัมพันธ์ในระยะยาวกับผู้ผลิตสินค้า และวัตถุดิบหรือตัวแทนจัดจำหน่าย

2. เป็นการกระตุ้นพนักงานให้มีความกระตือรือร้น ความภาคภูมิใจ และความพอใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ทั้งพนักงาน ผู้บริหารและผู้ที่อยู่ในองค์กรเกิดความภาคภูมิใจในการทำงานร่วมกับองค์กร ได้รับความสุขจากการปฏิบัติงานในองค์กรที่มีจริยธรรม และสภาพแวดล้อมที่ดี ตลอดจนการที่องค์กรเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วม ในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมในชุมชนที่ตนเองดำรงอยู่นั้น จะช่วยให้องค์กรสามารถลดรายจ่ายในการรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพและความสามารถ ในขณะที่เดียวกันก็สามารถดึงดูดความสนใจของบุคลากรที่มีความสามารถจากภายนอกให้เข้าร่วมงานกับองค์กร

3. ช่วยลดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ อันเนื่องมาจากการสร้างสรรค์และพัฒนากระบวนการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ทำให้การใช้ทรัพยากรและการบริหารจัดการมีประสิทธิภาพ และก่อให้เกิดประสิทธิผลมากขึ้น ตัวอย่าง เช่น เมื่อองค์กรมีการณรงค์ค่าให้ประชาชน

ประหยัดพลังงาน ก็จะช่วยให้บริษัทลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน และจะทำให้ไม่ต้องลงทุนสร้างโรงไฟฟ้าเพิ่มหรือหาแหล่งพลังงานทดแทนแห่งใหม่

4. ช่วยทำให้องค์กรไม่ถูกเพ่งเล็งหรือถูกจับตามองจากรัฐหรือหน่วยงานต่าง ๆ จากการได้รับความไว้วางใจและเชื่อมั่นว่าองค์กรจะประพฤติปฏิบัติอย่างมีความรับผิดชอบและไม่นำมาซึ่งปัญหาสังคม และยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรและหน่วยงานของรัฐอีกด้วย

5. องค์กรสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด โดยการทำกิจกรรมเพื่อสังคมจะช่วยส่งเสริมให้เกิดการสร้างรายได้ ยอดขาย และส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากลูกค้าพิจารณาเลือกซื้อสินค้าและบริการจากองค์กรที่ดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม

รูปแบบกิจกรรมของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

ความรับผิดชอบต่อสังคมยังนับว่าเป็นเรื่องที่ใหม่สำหรับประเทศไทย ทั้งผู้บริโภค รวมทั้งภาคธุรกิจเอง ส่วนใหญ่ยังมีการรับรู้ในเรื่องนี้ค่อนข้างน้อย จนแทบไม่ค่อยปรากฏให้เห็นชัดเจน (นาราคา ปัญญาวงษ์ และ ขนิษฐา อติธรรมคง, 2551) โดยเฉพาะในกลุ่มธุรกิจขนาดกลางไปจนถึงกลุ่มธุรกิจขนาดเล็ก ดังนั้นการสำรวจความรู้ ความเข้าใจถึงพฤติกรรม และทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในประเทศไทย เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์และพัฒนาเพื่อเผยแพร่ ตลอดจนการกำหนดให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้นำไปใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการวางแผนพัฒนาธุรกิจให้สอดคล้องกับกระแสความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อเกิดประสิทธิภาพมากที่สุด จึงเป็นเรื่องที่สำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้เพราะผ่านมาช่วงระยะเวลาหนึ่งพบว่ารูปแบบการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรยังเป็นแบบทำตามกันไป ไม่ได้พิจารณาถึงความเหมาะสมว่ามีความสอดคล้องกับองค์กรหรือผลิตภัณฑ์ของบริษัทอย่างไร

การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในประเทศไทยยังคงเป็นไปอย่างไม่เป็นระบบ มีการลอกเลียนกันโดยขาดความเชื่อมโยงกับกลยุทธ์ขององค์กร จากผลการศึกษาของ เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (สมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย, 2550) พบว่า ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญในการทำกิจกรรมเพื่อสังคมในประเทศไทย คือ ความเข้าใจเกี่ยวกับความหมายและทฤษฎีของ CSR ยังมีความคับแคบ ผู้บริหารยังขาดความเข้าใจในประโยชน์ของ CSR ที่แท้จริง อีกทั้งยังมีผู้บริหารอีกบางส่วนที่มีความเห็นต่อต้าน เพราะมีความเข้าใจว่าจะเป็นการเพิ่มต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงการเข้าถึงและตอบสนองที่ไม่ตรงตามความต้องการชุมชน ส่งผลให้การทำกิจกรรม CSR

ของหน่วยงานต่าง ๆ ขาดการเชื่อมโยงกับประเด็นยุทธศาสตร์องค์กร เชื่อมโยงกับชุมชนและประเทศชาติ ก่อให้เกิดความสูญเปล่าด้านทรัพยากรและไม่สามารถสร้างจิตอาสาได้ อีกทั้งเอกสารทางวิชาการที่ตีพิมพ์หรือเผยแพร่เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจและกรณีศึกษาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในประเทศยังมีจำนวนค่อนข้างน้อย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องการสำรวจความคิดเห็นหรือประเด็นความต้องการด้านสังคมของชุมชนเปรียบเทียบกับ การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร และเรื่องเกี่ยวกับมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมหรือ ISO 26000 Social Responsibility ซึ่งได้ประกาศใช้เมื่อไม่นานมานี้ ซึ่งมีสาระที่สำคัญครอบคลุมประเด็นต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. การกำกับดูแลองค์กร
2. สิทธิมนุษยชน
3. การปฏิบัติด้านแรงงาน
4. สิ่งแวดล้อม
5. การปฏิบัติดำเนินงานอย่างเป็นธรรม
6. ประเด็นด้านผู้บริโภค
7. การมีส่วนร่วมและพัฒนาชุมชน

ในขณะทำการสร้างรูปแบบกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร สามารถทำได้ตั้งแต่ระดับจุลภาค และขยายต่อไปสู่ระดับมหภาค คือ นอกจากที่องค์กรจะแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมเฉพาะภายในคือการดูแลพนักงาน การดูแลผู้ถือหุ้น ให้มีความสุขและความรู้สึกภูมิใจกับองค์กรแล้ว องค์กรยังสามารถนำสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ขยายออกไปสู่ภายนอก ด้วยการสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อเป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างยั่งยืน ซึ่งจะเป็นการส่งผลให้องค์กรได้รับการถูกมองด้วยภาพลักษณ์อันดีงามจากสังคมด้วย (Porter and Kramer, 2003)

สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (2554) ได้วางรูปแบบของกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ 3 รูปแบบ ประกอบด้วย

1. CSR-after-process เป็นการดำเนินกิจกรรมที่แตกต่างหากจากการดำเนินธุรกิจที่เป็นกระบวนการหลักของกิจการ รวมความถึงกิจกรรมที่เกิดจากผลต่อเนื่องของกระบวนการดำเนินการธุรกิจ เช่น การแจกจ่ายสิ่งของบรรเทาสาธารณภัย การบำเพ็ญประโยชน์ต่อสาธารณะ และการเยียวยาชุมชนที่ได้รับผลกระทบทางมลพิษจากการประกอบการ

2. CSR-in-process เป็นการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมที่อยู่ในกระบวนการหลักของกิจการ หรือการทำธุรกิจที่หากำไรอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น การป้องกัน หรือการกำจัดมลพิษในกระบวนการผลิตเพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อชุมชน การผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานตามข้อกำหนดในฉลากผลิตภัณฑ์ การเปิดเผยข้อมูลผลิตภัณฑ์ต่อผู้บริโภคอย่างถูกต้อง ครบถ้วน การชดเชยความเสียหายให้แก่ลูกค้าที่เกิดจากความผิดพลาดและความบกพร่องของพนักงาน ซึ่งการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมเหล่านี้ ถือเป็นกิจกรรมที่อยู่เวลาทำงานปกติของกิจการ

3. CSR-as-process เป็นกิจกรรมที่ดำเนินงานโดยองค์กร ที่ไม่แสวงหากำไรให้กับตนเอง เป็นหน่วยงานที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อมุ่งสร้างประโยชน์ต่อสังคมเป็นหลัก เช่น มูลนิธิ หรือสมาคมการกุศล ที่เป็นองค์กรสาธารณประโยชน์ องค์กรประชาชนและส่วนราชการ

ศาสตราจารย์ฟิลิป คอตเลอร์ แห่งมหาวิทยาลัยนอร์ทเวสเทิร์น และ แนนซี ลี อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยวอชิงตัน และมหาวิทยาลัยซีแอตเติล ได้จำแนกรูปแบบกิจกรรมของ CSR ไว้เป็น 6 ประเภท (Kotler and Lee, 2005)

1. การส่งเสริมประเด็นสังคม (Cause Promotion) เป็นการจัดหาเงินทุนวัสดุสิ่งของ หรือทรัพยากรอื่นขององค์กร เพื่อขยายการรับรู้และความห่วงใยต่อประเด็นปัญหาของสังคมนั้น ตลอดจนสนับสนุนการระดมทุน การมีส่วนร่วม หรือการเพิ่มพูนอาสาสมัคร เพื่อการดังกล่าว องค์กรธุรกิจอาจริเริ่มและบริหารงานส่งเสริมด้วยตนเอง หรือร่วมมือกับองค์กรหนึ่งองค์กรใดหรือกับหลาย ๆ องค์กรก็ได้ แต่สิ่งสำคัญประการหนึ่งที่องค์กรควรจะต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ คือ ควรเลือกประเด็นทางสังคมที่องค์กรดำเนินธุรกิจอยู่ หรือมีความเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กับธุรกิจขององค์กร หรือแม้แต่การเลือกการองค์กรที่เข้าร่วมกิจกรรมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อสามารถสร้างเป็นแรงจูงใจในการสนับสนุนทั้งจากผู้ถือหุ้น จากผู้บริหารและจากพนักงานเอง และสามารถขยายไปยังสังคมส่วนรวม เช่น องค์กรที่ดำเนินธุรกิจด้านการสื่อสารของสหรัฐอเมริกาใหญ่ คือ บริษัท AT&T ที่ร่วมมือกับสภาอากาศอเมริกัน ในการสนับสนุนโทรศัพท์เพื่อให้หน่วยกู้ภัยของสภาอากาศได้ทำงานอย่างทันทั่วทั้งที่ หรืออย่างกรณีองค์กรในประเทศไทย บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ได้ออกกิจกรรมรณรงค์ความปลอดภัยบนท้องถนนร่วมกับกรมการขนส่งทางบก ในโครงการถนนสีขาว เป็นต้น (กองบรรณาธิการนิตยสาร BrandAge, 2550)

2. การตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นสังคม (Cause-Related Marketing) เป็นการอุดหนุน หรือ การบริจาครายได้ส่วนหนึ่ง จากการขายผลิตภัณฑ์เพื่อช่วยเหลือ หรือร่วมแก้ไขประเด็นปัญหาทางสังคมจำเพาะหนึ่ง ๆ ซึ่งมักมีช่วงเวลาที่จำกัดแน่นอน หรือดำเนินการแบบจำเพาะผลิตภัณฑ์ หรือให้แก่การกุศลที่ระบุไว้เท่านั้น กิจกรรม CSR ชนิดนี้ องค์กรธุรกิจ มักร่วมมือกับองค์กรที่ไม่มีวัตถุประสงค์หากำไร เพื่อสร้างสัมพันธภาพในประโยชน์ร่วมกัน ด้วยวิธีการเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์ เพื่อนำเงินรายได้ไปสนับสนุนกิจกรรมการกุศลนั้น ๆ ในขณะที่เดียวกันก็เป็นการเปิดโอกาสให้แก่ผู้บริโภคได้มีส่วนร่วมในการช่วยเหลือการกุศลผ่านการซื้อผลิตภัณฑ์โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายอื่นใดเพิ่มเติม กิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมรูปแบบนี้ถือว่าเป็นกลยุทธ์ที่ชนะทั้งคู่ เพราะนอกจากองค์กรธุรกิจได้เพิ่มยอดขายจากการขายสินค้า ผู้บริโภคที่ต้องการสนับสนุนการบริจาค ก็จะได้ทั้งสินค้าและได้ทั้งทำความดี ตัวอย่างรูปแบบกิจกรรมชนิดนี้ได้แก่การที่บริษัท AVON ซึ่งเป็นผู้ผลิตเครื่องสำอาง ได้ออกกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการหักรายได้จากยอดขายผลิตภัณฑ์ อาทิ ลิปสติก แป้งทาหน้า เพื่อนำเข้าสนับสนุนการจัดกิจกรรมของมูลนิธิมะเร็งแห่งชาติ (Kotler and Lee, 2005)

3. การตลาดเพื่อสังคม (Corporate Social Marketing) เป็นการสนับสนุนการพัฒนาหรือ การทำให้เกิดผลจากการรณรงค์เพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในด้านสาธารณสุข ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งแวดล้อม หรือด้านสุขภาวะ ซึ่งความแตกต่างที่สำคัญระหว่างการตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาด้านสังคมกับการส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม คือ การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาด้านสังคมจะเน้นที่ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Behavior Change) เป็นหลัก ในขณะที่การส่งเสริมการรับรู้ต่อประเด็น ปัญหาทางสังคม จะมุ่งเน้นที่การสร้างตระหนักรู้ (Awareness) ตลอดจนการให้การสนับสนุนทรัพยากรด้านทุน และอาสาสมัคร เพื่อให้เกิดการรับรู้ถึงประเด็นปัญหาดังกล่าว เช่น กรณีของ ห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพฯ บางแห่ง ที่รณรงค์การลดใช้ถุงพลาสติก เพื่อเป็นการช่วยลดภาวะปัญหาโลกร้อน ด้วยการให้ถุงผ้าแทนถุงพลาสติก หรือการที่บริษัท ปตท. จัดโครงการรณรงค์การปลูกป่า เพื่อลดปัญหาโลกร้อน (นาราดา ปัญญาวงษ์ และ ขนิษฐา อิศรมงคล, 2551)

4. การบริจาคเพื่อการกุศล (Corporate Philanthropy) เป็นการช่วยเหลือไปที่ประเด็น ปัญหาทางสังคมโดยตรง ในรูปของการบริจาคเงินหรือวัตถุสิ่งของ เป็นกิจกรรม CSR ที่พบเห็นในแทบทุกองค์กรธุรกิจ และโดยมากมักจะเป็นไปตามกระแสความต้องการจากภายนอก หรือมีผู้เสนอให้ทำมากกว่าจะเกิดจากการวางแผนหรือออกแบบกิจกรรมจากภายในองค์กรเอง ทำให้ไม่เกิดการ เชื่อมโยงเข้ากับเป้าหมาย หรือพันธกิจขององค์กรเท่าใดนัก ซึ่งกิจกรรมการมีความรับผิดชอบต่อ สังคมขององค์กรในรูปแบบของการบริจาคเพื่อการกุศลนี้ Dr. Dennis L. Wilcox ได้มีความเห็นไว้

ในหนังสือชื่อ Public Relations Strategies and Tactics ว่า การมุ่งบริจาคเงินในแบบของมหาเศรษฐีผู้ใจบุญนั้น แทบไม่มีส่วนในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรธุรกิจและสังคมเลย (สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2552) องค์กรธุรกิจจึงควรพิจารณาอย่างถี่ถ้วนถึงความเหมาะสมของรูปแบบกิจกรรมว่ามีความสัมพันธ์ต่อรูปแบบของการดำเนินธุรกิจหรือไม่ เพราะหากเมื่อต้องการสร้างความสัมพันธ์กับสังคมหรือชุมชนนั้น รูปแบบการบริจาคนี้ย่อมไม่เหมาะสมต่อองค์กรอย่างแน่นอน แต่ในบทความที่เกี่ยวข้องกับการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมฉบับหนึ่ง ที่เขียนโดย Michael E. Porter และ Mark Kramer ระบุว่า การบริจาค่นั้นเป็นกิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่ได้ภาพลักษณ์และชื่อเสียงเป็นอย่างดี ยกตัวอย่างกรณีของ บริษัท Apple ซึ่งเป็นผู้ผลิตคอมพิวเตอร์รายใหญ่ ใช้กลยุทธ์การบริจาคเครื่องคอมพิวเตอร์ให้กับโรงเรียน ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่มีความสอดคล้อง และสัมพันธ์กับธุรกิจขององค์กรเป็นอย่างดี เพราะเท่ากับว่าเป็น การทำการตลาดให้ผู้ได้ลองใช้อยากมีเครื่องคอมพิวเตอร์นี้ไว้ในครอบครอง

5. การเป็นอาสาช่วยเหลือชุมชน (Community Volunteering) เป็นการสนับสนุนหรือจูงใจให้พนักงาน หรือคู่ค้า ร่วมสละเวลา และแรงงาน ในการทำงานให้แก่ชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่ เพื่อเป็นการตอบสนองต่อประเด็นปัญหาทางสังคม ที่องค์กรให้ความสนใจหรือห่วงใย องค์กรธุรกิจอาจเป็นผู้ดำเนินการเองโดยลำพัง หรือร่วมมือกับองค์กรหนึ่งองค์กรใด และอาจเป็นผู้กำหนดกิจกรรมอาสา ดังกล่าวนั้นเอง หรืออาจให้พนักงานเป็นผู้คัดเลือกกิจกรรมแล้วนำเสนอต่อองค์กรเพื่อพิจารณาให้การสนับสนุน โดยที่พนักงานสามารถได้รับการชดเชยในรูปของวันหยุดหรือวันลาเพิ่มเติม เช่น กรณีของ WASHINGTON MUTUAL, INC. หรือชื่อย่อว่า WaMu ซึ่งเป็นสถาบันการเงินขนาดใหญ่ สัญชาติอเมริกัน ที่ให้การสนับสนุนพนักงานในองค์กรได้ออกไปทำงานอาสาเพื่อช่วยเหลือชุมชน โดยไม่มีการหักเงินเดือนหรือวันลา ซึ่งโครงการนี้ประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี โดยเมื่อปี ค.ศ. 2003 มีพนักงานเข้าร่วมโครงการดังกล่าวกว่า 44,000 ครั้ง นับรวมเป็นชั่วโมงได้ 184,000 รูปแบบกิจกรรมในการอาสาเพื่อช่วยเหลือชุมชนนั้นเป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรอย่างยั่งยืน ได้ดียิ่ง เพราะองค์กรจะสามารถอยู่ร่วมกับสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข และตัวพนักงานเองก็เกิดความรู้สึกภูมิใจในองค์กร ดังเช่น กรณี ของ McDonald's บริษัทแฟรนไชส์ฟาสต์ฟู้ดชื่อดัง ในสหรัฐอเมริกา ที่ทำการแจกอาหารและเครื่องดื่มฟรี ให้กับเจ้าหน้าที่และหน่วยกู้ภัยในเหตุการณ์ 9/11 ตลอดระยะเวลา 24 ชั่วโมง หรือกรณีของสินค้าแบรนด์ดัง อย่าง Timberland ที่รณรงค์ให้พนักงานขององค์กรเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครบริการชุมชน ด้วยการไม่คิดวันหยุดหรือวันลาซึ่งหากพนักงานจะขอลาหยุดงาน เพื่อไปเป็นอาสาสมัครให้กับชุมชนเหล่านี้ เป็นต้น (Kotler and Lee, 2005)

6. การกำหนดข้อปฏิบัติในการประกอบธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Business Practices) เป็นการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจอย่างพินิจพิเคราะห์ทั้งในเชิงป้องกันด้วยการหลีกเลี่ยงการก่อให้เกิดปัญหาทางสังคม หรือในเชิงร่วมกันแก้ไขด้วยการช่วยเหลือเยียวยาปัญหาทางสังคมนั้น ๆ ด้วยกระบวนการทางธุรกิจ เพื่อการยกระดับสุขภาวะของชุมชนและการพิทักษ์สิ่งแวดล้อม โดยที่องค์กรธุรกิจสามารถที่จะดำเนินการเอง หรือเลือกที่จะร่วมมือกับพันธมิตรภายนอกก็ได้ ซึ่งกิจกรรมในรูปแบบนี้บางครั้งก็ไม่ต้องอาศัยประเด็นทางสังคม เพราะองค์กรสามารถสร้างแนวทางในการดำเนินธุรกิจจากภายในองค์กรเอง ด้วยการมีความรับผิดชอบต่อพนักงานและสิ่งแวดล้อม โดยการให้ความสำคัญดูแลเอาใจใส่สวัสดิการพนักงาน ไม่เอารัดเอาเปรียบ มีการทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายเพื่อการชำระภาษีอย่างตรงไปตรงมา ไม่สร้างปัญหาหรือมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงการดูแลสังคมที่อยู่โดยรอบองค์กรเพื่อสร้างการอยู่ร่วมกันอย่างเป็นปกติสุข

ซึ่งรูปแบบกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม รูปแบบใดจะเหมาะสมกับองค์กรธุรกิจชนิดใดนั้น ผู้บริหารองค์กรควรพิจารณาจากแนวปฏิบัติเชิงกลยุทธ์ขององค์กร ที่ดำเนินอยู่และสามารถสร้างผลกระทบได้อย่างชัดเจนกับประเด็นทางสังคมในขณะนั้น การเลือกรูปแบบกิจกรรมเพื่อสังคม ควรตอบสนองต่อเป้าหมายของธุรกิจที่องค์กรดำเนินอยู่ นอกจากนั้นควรต้องเลือกรูปแบบเพื่อให้เหมาะสมต่อโอกาสทางธุรกิจ เช่น เป็นช่วงขยายตลาดหรือเป็นช่วงเปิดตัวสินค้าใหม่ หรือเป็นช่วงสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กร หรือเป็นช่วงที่ชุมชนกำลังต้องการการดูแลและเยียวยา เป็นต้น (Smith, 2003)

กานีตกีฬาฟุตบอล

ฟุตบอล (Football) เป็นกีฬายอดนิยมที่มีผู้สนใจเข้าร่วมชมการแข่งขัน รวมไปถึงร่วมลงเล่นเป็นจำนวนมากที่สุดในโลก ฟุตบอลเป็นกีฬาที่มีมาตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ จากหลักฐานอ้างอิงที่ทางกรีกได้นำออกมาแสดงต่อสาธารณะชนและได้รับการยอมรับจากสหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติ (FIFA) พบว่า กีฬาฟุตบอลมีจุดเริ่มต้นที่จังหวัดหลิงซิง ประเทศจีน เมื่อกว่า 2,300 ปีที่ผ่านมา ซึ่งในขณะนั้นมีชื่อเรียกว่า ซู-จิ (Tsu-Chu) กีฬาชนิดนี้ในขณะนั้นเป็นส่วนหนึ่งของการฝึกในกองทัพทหารต่อการเลี้ยงฉลอง หรือเพื่อการรับรองทูต (Tyler, 1978)

ในสมัยนั้นสนามการแข่งขันมีชื่อเรียกว่า ซูเจิง มีพื้นที่ขนาด 48 ตารางเมตร ปลายสนามของแต่ละฝ่ายจะประกอบด้วยหลุมที่ขุดไว้เพื่อให้ผู้เล่นแต่ละฝ่ายยิงลูกบอลให้เข้าหลุม (Goal) โดยแต่ละฝ่ายจะมีผู้เล่น 12-16 คน ลูกบอลในขณะนั้นทำมาจากหนังสัตว์ 2 ชนิดเย็บติดกัน แล้วมัดไส้ด้วยขนสัตว์

กติกาการแข่งขัน คือเตะบอลด้วยเท้าเท่านั้น ห้ามใช้มือ และเมื่อเตะบอลเข้าหลุม (Goal) ของฝ่ายตรงข้ามได้ถือว่าชนะ เนื่องจากการแข่งขัน ชู-จิ (Tsu-Chu) ในสมัยนั้นเป็นกีฬาที่มีการปะทะกันอย่างรุนแรง จึงทำให้มีผู้เสียชีวิต ซึ่งผู้เสียชีวิตคนแรกของกีฬานี้คือ เซียะชู โดยแพทย์วินิจฉัยว่าเสียชีวิตเนื่องจากร่างกายอ่อนแอ

ต่อมาในยุคของราชวงศ์ถัง กีฬานี้ก็ได้มีการปรับปรุงลูกบอลที่ใช้ในการเตะมาเป็นลูกเครื่องในสัตว์ป่าแล้วหุ้มด้วยหนังสัตว์ มีการเปลี่ยนหลุม (Goal) มาเป็นการใช้ตาข่ายเจาะรูตรงกลาง จึงให้ตั้งเป็นผนังตั้งไว้ปลายสนามของแต่ละฝ่าย นอกจากนี้ยังมีการแก้ไขกติกาการปะทะของร่างกาย มาเป็นการเน้นใช้ทักษะแทน และในยุคนี้เองการแข่งขันฟุตบอลระหว่างประเทศครั้งแรกในโลกเกิดขึ้นระหว่างจีน และญี่ปุ่น

ในคริสต์ศักราชที่ 9 ถือว่าเป็นการเริ่มมีฟุตบอลหญิงครั้งแรกในโลก โดยถือกำเนิดจากเหล่านางสนมในวัง ที่นิยมเล่นต่อหน้าพระพักตร์ขององค์ฮ่องเต้ ต่อมาเมื่อความนิยมเรื่องผู้หญิงงามต้องมีเท้าที่เล็ก จนเกิดกระแสการใช้เศษผ้ามัดเท้าให้เท้าไม่ขยาย ความนิยมในกีฬานี้จึงค่อย ๆ หายไปกว่า 1,000 ปี

ค.ศ. 600 ที่เมืองเกียวโต ประเทศญี่ปุ่น มีการเล่นกีฬาฟุตบอลในลักษณะที่คล้ายคลึงกันเรียกว่า เคมาริ (Kemari) แต่นิยมเล่นกันเฉพาะในเขตราชวังอิมพีเรียล การเล่น เคมาริ (Kemari) ของญี่ปุ่นมีกฎการเล่นโดยแบ่งผู้เล่นเป็นสองฝ่าย ต่างฝ่ายต่างยืนอยู่ในเขตวงกลมของตัวเอง แล้วหากฝ่ายใดเตะลูกบอลเข้าไปอยู่ในเขตของคู่ต่อสู้ได้ถือว่าเป็นฝ่ายชนะ การเล่นเกมนี้หายสาบสูญไปเมื่อยุคกลางของศตวรรษที่ 19 และมีการรื้อฟื้นกลับมาเล่นใหม่เมื่อปี ค.ศ. 1903

ในยุคของพระเจ้าอเล็กซานเดอร์มหาราช มีการเล่นกีฬาที่คล้ายกับการเล่นฟุตบอลชนิดหนึ่งเรียกว่า ฮาร์ปาสตัม (Harpastum) เป็นกีฬาที่นิยมของชาวโรมันและชาวกรีกโบราณมาก วิธีการเล่นคือ แบ่งผู้เล่นออกเป็นสองข้าง ๆ ละเท่า ๆ กัน แล้วผู้เล่นแต่ละฝ่ายต้องพยายามนำลูกบอล ที่ทำจากกระเพาะปัสสาวะของวัวที่ตายแล้วนำมาเป่าลมแล้วหุ้มด้วยหนัง ไปยังเส้นแดนของตน การเล่นเกมจะเป็นการเตะ หรือการขว้างไปข้างหน้า ฮาร์ปาสตัม (Harpastum) หมายถึง การเหวี่ยงไปข้างหน้า การเล่นเกมกีฬาฮาร์ปาสตัม ในกรุงโรมดูเหมือนจะเป็นต้นกำเนิดของกีฬาซึ่งมีการเล่นในสมัยกลาง ซึ่งในการเล่นฮาร์ปาสตัมนั้น นิยมเล่นกันในหมู่ผู้นำทางสังคม หรือแม้แต่ผู้นำชั้นสูงของศาสนา เช่น องค์สันตปาปา เกลาเมนต์ที่ 7 ลีออนที่ 10 และเออร์เบินที่ 7 ต่อมาชาวโรมันได้ดัดแปลงเกมการเล่นฮาร์ปาสตัม

เสียใหม่ โดยกำหนดให้ใช้เท้าเตะลูกบอลเท่านั้น ส่วนมือให้ใช้เฉพาะการทุ่มลูกบอลซึ่งนักรบชาวโรมันนิยมเล่นกันมาก (Tyler, 1978)

กีฬาฮาร์ปาสตัมซึ่งมีต้นกำเนิดจากสมัยโรมัน ได้ถูกดัดแปลงมาเป็นกีฬาซูลู (Soule) หรืออีกชื่อหนึ่งว่า จิโอโค (Gioco Del Calcio) โดยเหล่านักรบชาวโรมันได้นำเกมนี้ไปเล่นในอังกฤษ ซึ่งในขณะนั้นเป็นยุคของการทำสงครามขยายอาณาเขต เมื่อโรมันได้ขยายอาณาเขตสู่หมู่เกาะอังกฤษ การเล่นซูลู จึงเริ่มนิยมเล่นกันโดยมักจะจัดให้มีขึ้นในบ่ายวันอาทิตย์หลังการสวดมนต์เย็นเมื่อ 900 ปีกว่ามาแล้ว ประเทศอังกฤษได้ตกอยู่ในความปกครองของพวกเคนส์ เชื้อสายโรมัน ซึ่งยกกองทัพมาตีหมู่เกาะอังกฤษตอนใต้ และได้ปกครองเรื่อยมาจนถึงปี พ.ศ. 1589 เทคนิคการเล่น ตลอดจนกติกาของกีฬานี้ในยุคแรก จึงถูกดัดแปลงให้เข้ากับวัฒนธรรมของชาวอังกฤษในเวลาต่อมา จนกลายเป็นที่มาของกติกาการเล่นฟุตบอลเหมือนในปัจจุบัน คือ เปลี่ยนจากการเหวี่ยง มาเป็นเกมฟุตบอลที่ใช้เท้าเล่น โดยในแต่ละยุคสมัยก็ได้มีการปรับเปลี่ยนกฎ กติกาการเล่นให้เหมาะสม และเข้ากับยุคสมัยเสมอมา (จิรัฏฐ์ จันทะเสน, 2547)

กีฬาฟุตบอลในประเทศไทย ได้มีการเริ่มเล่นมาตั้งแต่สมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 เนื่องจากในสมัยนั้นพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 5 ได้ส่งพระเจ้าลูกยาเธอ พระเจ้าหลานเธอ และข้าราชการบริพารไปศึกษาวิชาการด้านต่าง ๆ ที่ประเทศอังกฤษ เพื่อนำความรู้และศาสตร์ใหม่ ๆ กลับมาพัฒนาประเทศไทย และผู้ที่นำกีฬาฟุตบอลจากประเทศอังกฤษกลับมายังประเทศไทย คือ เจ้าพระยาธรรมศักดิ์มนตรี (สนั่น เทพหัสดิน ณ อยุธยา) หรือเรียกชื่อสั้น ๆ ว่า ครูเทพ ซึ่งท่านคือผู้ประพันธ์เพลงกราวกีฬา เพื่อใช้เป็นสัญลักษณ์เตือนใจให้นักกีฬาทุกคนได้แสดงความมีน้ำใจนักกีฬาในการแข่งขันกีฬาในสมัยนั้น และกลายมาเป็นเพลงอมตะในสนามกีฬายุคปัจจุบันด้วย ในสมัยนั้นกีฬาฟุตบอลที่ครูเทพนำเข้ามาเผยแพร่ในประเทศไทย ไม่ได้ได้รับความนิยมและยังถูกต่อต้าน จนเมื่อองค์พระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 5 ได้เสด็จกลับมายังประเทศไทยและได้มีการใช้กีฬาฟุตบอลเป็นเครื่องมือสร้างสัมพันธไมตรีกับเหล่าบรรดาชาวอังกฤษที่เข้ามาในประเทศไทย กีฬาฟุตบอลจึงเริ่มได้รับความนิยมมากขึ้น จนมีการจัดการแข่งขันอย่างเป็นทางการขึ้นครั้งแรก ณ สนามหลวง ในปี พ.ศ. 2443

ความสำคัญของกีฬาฟุตบอล

กีฬาฟุตบอล เป็นกีฬายอดนิยมชนิดหนึ่งในปัจจุบัน ประชาชนทุกเพศ ทุกวัย และทุกอาชีพ ต่างก็ให้ความสนใจในกีฬานี้กันอยู่ทั่วโลก ดังจะเห็นจากการแข่งขันฟุตบอลนัดสำคัญ ๆ โดยเฉพาะรายการฟุตบอลพรีเมียร์ลีกจากประเทศอังกฤษ ที่มีจำนวนผู้ชมการแข่งขันถ่ายทอดสดทางโทรทัศน์กว่า 4 พันล้านคนทั่วโลก ทำให้มูลค่าการขายลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอล 380 แมทช์ ในระยะเวลาเพียง 10 เดือน ที่มีการจัดการแข่งขันไปยิ่งกว่า 200 ประเทศทั่วโลก มีมูลค่าทางการตลาดเฉพาะค่าลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสดสูงกว่า 61.5 ล้านปอนด์ต่อปี ซึ่งยังไม่แนับรวมมูลค่าทางการตลาดในส่วนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันฟุตบอลรายการนี้อีก อาทิ รายได้จากการจำหน่ายตั๋วเข้าชมการแข่งขันในสนามฟุตบอล ของแต่ละทีมสโมสร รายได้จากการจำหน่ายเสื้อทีมให้กับแฟนบอลของแต่ละสโมสร รวมทั้งมูลค่าการซื้อขาย ตัวนักฟุตบอลที่มีศักยภาพของแต่ละสโมสร เหล่านี้ทำให้เห็นว่า กีฬาฟุตบอลนับเป็นกีฬาที่มีมูลค่าทางการตลาดสูงที่สุดและได้รับความน่าสนใจจากคนทั่วโลกมากที่สุด (Werz and Herren, 2006)

เมื่อระบบการสื่อสารถูกพัฒนาให้มีประสิทธิภาพ การสื่อสารระหว่างองค์กรจึงสามารถทำได้ง่ายขึ้น มีรายงานการวิจัยในช่วงระหว่างปี 2002-2006 พบว่ากว่า 80 องค์กรในโลกที่มีหน้าที่หรือความรับผิดชอบในด้านการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม ต่างมุ่งใช้กีฬาฟุตบอลเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อน และพัฒนาความสัมพันธ์ ระหว่างองค์กรและชุมชน ให้เกิดการปฏิสัมพันธ์กันอย่างเหนียวแน่น และต่อเนื่อง (Grates, 2007)

จากอดีตจนถึงปัจจุบัน การมีความรักและชื่นชมในทีมกีฬาของแฟนบอลมาจากเหตุผลนานาประการ อาทิ ความสัมพันธ์ส่วนตัวกับนักกีฬา เป็นทีมในพื้นที่หรือท้องถิ่นที่อาศัย เป็นทีมที่ประสบความสำเร็จในการแข่งขันเสมอ โดยเฉพาะจากเหตุผลหลังสุดนี้สามารถใช้เป็นแรงขับเคลื่อนในการสร้างความภาคภูมิใจในทีม และเกิดความต้องการสนับสนุนทีมที่ตัวเองภาคภูมิใจ จนกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต กีฬาฟุตบอลจึงสามารถสร้างความรักดีและความสามัคคีให้เกิดขึ้นกับแฟนบอลได้เป็นอย่างดี (Babiak and Wolfe, 2006)

การเล่นฟุตบอลเป็นการพัฒนาสุขภาพ และร่างกายได้เป็นอย่างดี เพราะเป็นการออกกำลังกายประเภทแอโรบิค และแอโรบิค สามารถสร้างความแข็งแรง และความอดทนให้กับระบบกล้ามเนื้อ ระบบหายใจ และระบบการไหลเวียนโลหิต รวมถึงระบบอื่นๆของร่างกายด้วย (พงษ์พันธ์ สุทธรสิต, 2539)

การเล่นฟุตบอลยังก่อให้เกิดการพัฒนาด้านจิตใจ อารมณ์ และสังคมด้วย และที่สำคัญไปกว่านั้นคือ กีฬาฟุตบอลสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างชุมชนและองค์กร นอกจากนี้ การเล่นฟุตบอล ยังเป็นการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์สามารถหลีกเลี่ยงภาวะเสี่ยงจากอบายมุขและสิ่งเสพติดได้เป็นอย่างดี ดังที่ ท่านอดีตรองประธานสหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติ “โจฮัว ฮาลังเก้” ให้สัมภาษณ์ไว้ในฟิฟานิวส์ เมื่อปี ค.ศ. 1992 ว่า “ฟุตบอลไม่ได้เป็นแค่เพียงกีฬานานาชาติหนึ่งเท่านั้น แต่ฟุตบอลเป็นการฝึกชีวิตในอีกรูปแบบหนึ่ง การใช้เวลาว่างของเด็กและเยาวชนเป็นสิ่งสำคัญ เพราะเขาจะต้องต่อสู้กับยาเสพติด ดังนั้นจึงต้องเอาชนะยาเสพติดด้วยการเล่นกีฬา ซึ่งหมายถึง การเล่นฟุตบอลนั่นเอง” (FIFA.com, 2009)

กีฬาฟุตบอลได้รับความสนใจจากเยาวชนกว่า 150 ประเทศทั่วโลก มีการเล่นกีฬาฟุตบอลตามสถานที่ต่าง ๆ ที่สามารถพบเห็นได้ทั่วไป อาทิ สวนสาธารณะ สนามกีฬา ลานข้างถนน หรือแม้แต่ชายหาด (Ford, 2001) สำหรับประเทศไทยเอง กีฬาฟุตบอลจัดว่าเป็นกีฬายอดนิยมที่สร้างรายได้ให้กับผู้เกี่ยวข้องอย่างมากมาเกินความคาดหมาย เป็นกีฬาที่มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง มีมูลค่าทางการตลาดเจริญเติบโตแบบก้าวกระโดด (วิวัฒน์ชัย ยะนิทร, 2550) อาชีพนักฟุตบอลจึงเป็นอาชีพที่เยาวชนไทยใฝ่ฝัน ซึ่งปัจจุบันบรรดาผู้ปกครองของเยาวชนเองต่างพยายามผลักดันและหาวิธีการที่จะส่งให้บุตรหลานของตัวเองได้มีโอกาสเข้าร่วมฝึกฟุตบอลกับสถานที่ฝึกฟุตบอลชั้นนำที่มีชื่อเสียง แม้จะมีค่าใช้จ่ายที่สูงไม่แพ้กับการส่งบุตรหลานไปเข้าชั้นดิวคอร์ตพิเศษวิชาต่าง ๆ ส่งผลให้มีการจัดตั้งสถานที่ฝึกฟุตบอลหรือที่เรียกว่า “ฟุตบอลอคาเดมี่” เพื่อใช้เป็นสถานที่ฝึกฟุตบอลสำหรับเยาวชน เกิดเป็นธุรกิจฟุตบอลอีกรูปแบบหนึ่งที่สร้างรายได้ให้กับนักฟุตบอลรุ่นใหญ่ที่ผันตัวเองมาเป็นผู้ฝึกสอนหลังจากเลิกเล่นฟุตบอลแล้ว (สุกิจจา จันทะชุม และคณะ, 2554) ซึ่งฟุตบอลอคาเดมี่ที่กล่าวมานี้ ยังไม่มีที่ใดที่มีรูปแบบการเรียนการสอนที่เป็นมาตรฐานชัดเจน เพราะเป็นแบบต่างคนต่างเปิด ต่างคนต่างสอน หรือแม้แต่บางแห่งผู้ฝึกสอนยังไม่ใช่มืออาชีพที่ผ่านการอบรมมาอย่างถูกต้องหรือได้รับใบอนุญาต (License)

การฝึกกีฬาฟุตบอล

การเล่นฟุตบอลมีวิวัฒนาการอย่างต่อเนื่องจากอดีตที่เล่นแบบไร้กฎ กติกา ไม่จำกัดจำนวนผู้เล่น ใช้มือในการจับลูกฟุตบอล มาสู่ยุคปัจจุบันที่มีกติกาการเล่นเป็นแบบแผนมาตรฐาน มีรูปแบบวิธีการฝึกอย่างหลากหลาย การเลือกแบบฝึกจะต้องเหมาะสมกับผู้เรียน ระบบการฝึกที่ถูกต้องตามขั้นตอนและผู้ฝึกสอนที่มีความรู้ จะช่วยสร้างความมั่นใจให้กับตัวผู้เล่น ซึ่งรูปแบบการฝึกฟุตบอลโดยทั่วไป จะเป็นการมุ่งเน้นการพัฒนาทักษะส่วนบุคคล การฝึกทักษะการครอบครองลูก การฝึก

ทักษะการเลี้ยงลูก การฝึกทักษะการรับ-ส่งลูก ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้เด็กฟุตบอลเกิดทักษะ และความเชี่ยวชาญในกีฬาฟุตบอล อันจะเป็นเสน่ห์เฉพาะตัวของนักกีฬาฟุตบอลอาชีพที่ประสบความสำเร็จ (Wein, 2000)

การฝึกฟุตบอลในฟุตบอลอคาเดมี่โดยมาตรฐานทั่วไป จะเป็นการเน้นที่การฝึกทักษะเฉพาะตัว เพื่อให้เยาวชนเกิดความสัมพันธ์กับฟุตบอลให้มากที่สุด ซึ่งรูปแบบการฝึกตามมาตรฐานโดยทั่วไปได้แก่การครอบครองลูก การเลี้ยงลูก การรับ-ส่งลูก การยิงประตู และการเล่นเกม (ฟุตบอล) โดยมีเป้าหมาย คือ ให้เยาวชนสามารถเตะบอลหรือเล่นบอลได้ตามต้องการ (Horst Wein, 2000) หรือเรียกตามความเข้าใจในภาษาไทยว่า “เล่นบอลเป็น” และเมื่อเยาวชนได้พัฒนาไปถึงเป้าหมายที่ต้องการแล้วคือ เล่นบอลเป็น ก็จะลาออกจากอคาเดมี่ เพราะต้องการที่จะทำการแข่งขันมากกว่าการฝึกเฉพาะตัว หันไปสมัครเข้าไปเรียนในโรงเรียนที่มุ่งเน้นในการพัฒนาโรงเรียนด้วยฟุตบอล เช่น โรงเรียนกีฬาต่าง ๆ โรงเรียนเทพศิรินทร์ โรงเรียนกรุงเทพคริสเตียน โรงเรียนปทุมคงคา โรงเรียนในเครืออัสสัมชัญ ฯลฯ ซึ่งระยะเวลาที่เยาวชนได้ใช้ในการฝึกฟุตบอลอคาเดมี่ ส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาเฉลี่ย 3-8 เดือนต่อคน

Laureano (2002) อธิบายถึงหลักการการฝึกฟุตบอลเยาวชนให้ประสบความสำเร็จไว้ว่า เยาวชนที่จะสามารถฝึกฟุตบอลให้ประสบความสำเร็จได้ จะต้องเริ่มต้นที่อายุ 6-8 ปี เพราะเยาวชนรุ่นนี้เริ่มมีทักษะการสื่อสารที่ดี มีสรีระที่เหมาะสม และที่สำคัญมีธรรมชาติของการฝึกฝนอยู่มากกว่าวัยอื่น ๆ และการฝึกฝนเยาวชนเหล่านี้ต้องอย่างต่อเนื่อง อย่างน้อย 10 ปี ใช้เวลาฝึกวันละ 3-4 ชั่วโมง

Denis (2001) กล่าวว่า เป้าหมายสำคัญของการเป็นผู้ฝึกสอนฟุตบอลเยาวชน ไม่ได้อยู่ที่การพาทีมชนะเกมการแข่งขัน แต่อยู่ที่การจัดการให้เยาวชนได้สนุกและและเรียนรู้ระหว่างการฝึก ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นการพัฒนาความสามารถของเยาวชนให้สามารถพัฒนาทักษะไปสู่ระดับสูงขึ้นได้อย่างรวดเร็วและยั่งยืน ด้วยการบริหารจัดการให้เยาวชนได้รับการฝึกอย่างถูกวิธี ช่วยพัฒนาทักษะของเยาวชนและปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่อง และที่สำคัญคือต้องปฏิบัติด้วยความยุติธรรมและเท่าเทียม นอกจากนี้ เดนิส ฟอร์ด ยังอธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางการทำหน้าที่ของผู้ฝึกสอนว่าการฝึกสอนฟุตบอลเยาวชนให้ประสบความสำเร็จนั้น ผู้ฝึกสอนจะต้องยึดหลักการที่ว่า “พัฒนาผู้เล่นอันดับแรก ชัยชนะเป็นอันดับสอง” และต้องปฏิบัติหน้าที่ภายใต้หลักเกณฑ์ต่อไปนี้

1. ใจเย็น และอดทนต่อปฏิกิริยาตอบสนองของเยาวชน
2. มีความเข้าใจในเยาวชนและใจดี
3. ไม่ตะโกนหรือตะคอกใส่เยาวชน
4. ให้ทุกคนมีส่วนร่วมในเกม
5. สร้างกฎและควบคุมระเบียบ
6. ต้องเข้าใจว่าฟุตบอลเยาวชนคือการพัฒนาทักษะเฉพาะตัวไม่ใช่ชัยชนะในเกม

Wein (2000) ได้อธิบายว่า หลักการสำคัญของการฝึกฟุตบอลเยาวชนให้ประสบความสำเร็จนั้น ผู้ฝึกสอนต้องเข้าใจในตัวเยาวชนและความต้องการขั้นพื้นฐานของเยาวชนเหล่านั้นก่อน ว่าพวกเขาต้องการอะไร ซึ่งความต้องการพื้นฐานของเยาวชน ประกอบด้วย

1. ต้องการความปลอดภัย
2. ต้องการประสบการณ์ใหม่
3. ต้องการเป็นที่ยอมรับ
4. ต้องการแสดงความรับผิดชอบ
5. ต้องการเล่น
6. ต้องการสังคม
7. ต้องการเคลื่อนไหว/เคลื่อนไหว
8. ต้องการอยู่กับปัจจุบัน
9. ต้องการความหลากหลาย
10. ต้องการความเข้าใจจากผู้ใหญ่

วิทยา เลหากุล (2543) ได้อธิบายเกี่ยวกับการฝึกฟุตบอลไว้ดังนี้ การเล่นฟุตบอลให้ได้ดี ไม่ได้ใช้เพียงความสามารถเฉพาะตัว แต่ต้องอาศัยสมรรถภาพทางกายและสมรรถภาพทางใจ รวมถึงความกระตือรือร้นเป็นส่วนสำคัญ ซึ่งการจะเล่นฟุตบอลให้ดีได้นั้น จำเป็นต้องมีการฝึกทักษะทั้งเทคนิคและแท็กติกควบคู่กัน

การฝึกฟุตบอลสำหรับโครงการไทยเบฟฟุตบอลคาเดมีนั้น ผู้วิจัยได้ใช้ประสบการณ์ของผู้วิจัยเองที่ได้ทำการศึกษาและดูงานวิธีการฝึกฟุตบอลสำหรับเยาวชนมาแล้วทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นประเทศบราซิล ประเทศอังกฤษ ประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศจีน ซึ่งไม่ว่าจะเป็นสโมสรฟุตบอลระดับใดในบรรดาประเทศเหล่านี้ ต่างได้วางรูปแบบการฝึกฟุตบอลที่เป็นมาตรฐานโดย

ผู้ฝึกสอนที่มีมาตรฐานและความรู้ บริหารจัดการอย่างมีแบบแผน ซึ่งแผนการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพของสโมสรฟุตบอลระดับนานาชาติ คือ การวางแผนระยะยาวและต่อเนื่อง การฝึกฟุตบอลในแต่ละรุ่นอายุมีเป้าหมายที่ชัดเจนและเป็นแบบแผน ส่งต่อไปยังแต่ละรุ่นอายุอย่างต่อเนื่อง ผู้ฝึกสอนมีการประสานงานกันอย่างมีแบบแผน นอกจากนี้ผู้ฝึกสอนต้องเข้าใจในหลักการที่สำคัญของการฝึกสอนฟุตบอลเยาวชนว่า เป็นการพัฒนาทักษะเฉพาะบุคคล ไม่ใช่เป็นการพัฒนาทักษะทีม ซึ่งทักษะที่สำคัญของเยาวชนแต่ละคนที่ควรได้รับการพัฒนาและฝึกฝนประกอบด้วย ร่างกายหรือสรีระ จิตใจ เทคนิค และสังคม ซึ่งทั้งสี่ประเด็นนี้ ผู้ฝึกสอนต้องพัฒนาไปพร้อม ๆ กัน (Asian Football Confederation, 2002)

และผู้วิจัยได้ทำการทดลองฝึกฟุตบอลให้กับทีมเยาวชนมาแล้วหลาย ๆ โครงการ โดยเฉพาะการฝึกฟุตบอลให้กับนักฟุตบอลเยาวชน ทีมโรงเรียนอัสสัมชัญ ชนบุรี จนสามารถได้เป็นตัวแทนประเทศไทย ไปแข่งขันยังประเทศสหรัฐอเมริกา และได้รับรางวัลที่ 5 ของโลก ในรายการฟุตบอล ในกีฬารีเบย์ คัพ 2003 และอีกหลายรายการต่อจากนั้น

การฝึกฟุตบอลให้ได้ประสิทธิผล คือต้องทำการฝึกฟุตบอลตามหลักสูตรมาตรฐานสากล ภายใต้หลักสูตรการฝึกสอนฟุตบอลสำหรับเยาวชน โดยการจัดการฝึกฟุตบอลออกตามกลุ่มอายุ และขีดความสามารถเฉพาะตัวของเยาวชนแต่ละคน ภายใต้หลักการและวิธีการในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

1. ทักษะคติ (ATTITUDE)
2. ทักษะพื้นฐาน (FOOTBALL TECHNIQUE)
3. ความคุ้นเคยกับลูกบอล (BALL FEELING)
4. ความสัมพันธ์ของร่างกาย (COORDINATION)
5. ความคล่องแคล่ว (AGILITY)
6. ความรวดเร็ว (SPEED)
7. การเคลื่อนไหว (MOVEMENT)

ซึ่งในแต่ละวัยของกลุ่มอายุเยาวชนนั้นจะต้องมีการฝึกซ้อม และพัฒนาทักษะตามหลักการข้างต้นอย่างต่อเนื่องตามขั้นตอน โดยกลุ่มอายุของเยาวชน ที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาตามหลักสูตรมาตรฐานสากลของสหพันธ์ฟุตบอลโลก (Federation International Football Association: FIFA) และของสมาพันธ์ฟุตบอลเอเชีย (Asia Football Confederation: AFC) ซึ่งรูปแบบการฝึกซ้อมที่เหมาะสมตามกลุ่มอายุที่ดีจะมีรูปแบบ ดังนี้

1. กลุ่มอายุ 6-10 ปี วัยของความสนุกสนาน

- 1.1 การฝึกด้วยรูปแบบการฝึกที่ให้แก่เด็ก ๆ ได้สร้างความคุ้นเคยกับลูกบอล
- 1.2 ให้เด็ก ๆ ได้เล่นกับลูกบอล 1 คนต่อ 1 ลูก
- 1.3 การฝึกความสัมพันธ์ของร่างกาย (COORDINATION)
- 1.4 การเล่นเกมกับลูกบอลเพื่อสร้างความสนุกสนาน
- 1.5 การฝึกเกมขนาดย่อส่วน (Small size game) 4v4 หรือ 5v5

2. กลุ่มอายุ 10-12 ปี วัยของการสร้างเทคนิคเฉพาะตัว

- 2.1 การฝึกด้วยรูปแบบการฝึกที่ให้แก่เด็ก ๆ ได้สร้างความคุ้นเคยกับบอล
- 2.2 ให้เด็ก ๆ ได้เล่นกับลูกบอล 1 คนต่อ 1 ลูก
- 2.3 การฝึกความสัมพันธ์ของร่างกายและการฝึกความคล่องแคล่ว
- 2.4 การฝึกเทคนิคเฉพาะตัวของแต่ละรูปแบบการฝึกฟุตบอล เช่น การรับ-ส่งลูกบอล การเลี้ยงลูกบอล เป็นต้น
- 2.5 การฝึกเกมขนาดย่อส่วน (Small size game) 5v5 หรือ 6v6

3. กลุ่มอายุ 12-14 ปี วัยของการสร้างความเข้าใจในเกมฟุตบอล

- 3.1 การฝึกด้วยการอบอุ่นร่างกาย (Warm with the ball)
- 3.2 การฝึกความคล่องแคล่วของร่างกาย
- 3.3 การฝึกทักษะฟุตบอลรูปแบบการมีคู่ต่อสู้
- 3.4 การฝึกเกมขนาดย่อส่วน (Small size game) 5v5 6v6 หรือ 7v7

4. กลุ่มอายุ 14-16 ปี วัยสำหรับเริ่มการแข่งขัน

- 4.1 การฝึกซ้อมด้วยการอบอุ่นร่างกาย (Warm with ball/without ball)
- 4.2 การฝึกความคล่องแคล่ว และความรวดเร็วกับลูกบอล
- 4.3 การฝึกทักษะฟุตบอลรูปแบบการมีคู่ต่อสู้
- 4.4 การฝึกเกมขนาดย่อส่วน (Small size game) 7v7 9v9 หรือ 11v11

5. กลุ่มอายุ 16-19 ปี วัยสำหรับก้าวสู่ความเป็นนักฟุตบอลอาชีพ

- 5.1 การฝึกด้วยการอบอุ่นร่างกาย (Warm with ball / without ball)
- 5.2 การฝึกความเร็วและความแข็งแรงกับลูกบอล
- 5.3 การฝึกทักษะ เกมรับ-รุก 2v2 และ 4v4
- 5.4 การฝึกเกมขนาดเล็ก (Small size game) 4v4 หรือ 11v11

อย่างไรก็ตามแม้ว่ารูปแบบการฝึกสอนฟุตบอลจะมีรูปแบบที่มีมาตรฐาน ที่กำหนดไว้เป็นหลักฐานอย่างชัดเจน แต่การนำไปใช้สอนให้กับเยาวชน โดยผู้ที่ไม่มีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ในการเล่นฟุตบอล ก็ไม่สามารถเข้าใจและนำรูปแบบการฝึกสอนที่มีมาตรฐานไปใช้ได้ อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะเป็นการส่งผลเสียต่อเยาวชน คือเกิดความรู้สึกไม่สนุก และไม่อยากเล่นอีกต่อไป

ความรับผิดชอบต่องค์กรของการส่งเสริมกีฬา

ความรับผิดชอบต่องค์กรกับการส่งเสริมกีฬา เป็นประเด็นที่ถูกกล่าวถึงอย่างเป็นทางการในวงการกีฬาได้ไม่นานนัก แต่ก็กำลังจะกลายเป็นกระแสในวงการกีฬา เมื่อฟีฟ่าได้จัดทำรายงานประจำปี แล้วพบว่า มีการเขียนรายงานสรุปผลการดำเนินการ ในความรับผิดชอบต่องค์กรด้วยการสนับสนุนองค์กรการกีฬาต่าง ๆ ทั่วโลก ด้วยจำนวนเงิน กว่า 45 เปอร์เซ็นต์ของรายได้ฟีฟ่าทั้งหมด (Krustrup, 2007) หรือแม้แต่วงการฟุตบอลยอดนิยมของโลกอย่างฟุตบอลพรีเมียร์ลีกของอังกฤษ ก็ยังพบว่ามีตัวเลขรายงานทางการเงินของบริษัทพรีเมียร์ลีก ระบุถึงการให้การสนับสนุน โครงการฟุตบอลเพื่อสังคม โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชนที่มีมูลค่าสูงถึง 38 ล้านปอนด์ต่อปี (วัฒนะชัย ยะนินทร, 2550)

ความรับผิดชอบต่องค์กรของการส่งเสริมกีฬา ส่วนใหญ่มักจะอยู่ในรูปแบบของการนำเงินรายได้จากการจัดการแข่งขันกีฬา ไปบริจาคให้กับหน่วยงานต่างๆ หรือบริจาคเป็นทุนการศึกษาสำหรับเด็กยากจน แต่ปัจจุบันรูปแบบการมีความรับผิดชอบต่องค์กรถูกปรับเปลี่ยนให้เข้ากับสถานการณ์ สภาพสังคมและสิ่งแวดล้อมของแต่ละพื้นที่ จึงทำให้เกิดรูปแบบของการจัดกิจกรรมเพื่อนสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมกับการส่งเสริมกีฬาด้วยโครงการที่หลากหลาย ซึ่งส่วนใหญ่มุ่งจะยึดถือการมีส่วนร่วมทางสังคมเป็นหลัก (Walker, 2007)

Kathy *et al.* (2007) ได้อธิบายถึงความรับผิดชอบต่อสังคมกับกีฬาอาชีพว่า ก่อนอื่นต้องเข้าใจในหลักการของการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมว่าหมายถึงการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรด้วยการให้ในสิ่งที่องค์กรมี ซึ่งส่วนใหญ่ก็คือการใช้จ่ายจากธุรกิจที่องค์กรได้รับนำไปดูแลผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กรทั้งภายในและภายนอกเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน และเมื่อต้องการความยั่งยืน รูปแบบของการแสดงความรับผิดชอบจึงถูกปรับปรุงให้เป็นมากกว่าการตั้งมูลนิธิการกุศล หรือการบริจาค คือการดำเนินธุรกิจด้วยกลยุทธ์ทางการตลาดในรูปแบบการตลาดเกี่ยวเนื่องกับประเด็นทางสังคม (Cause-related marketing) ซึ่งเป็นแนวคิดที่แพร่หลายมากในประเทศสหรัฐ และกระจายไปสู่อุตสาหกรรมการกีฬา ซึ่งเมื่อสิบกว่าปีที่ผ่านมามีถือว่าเป็นเรื่องใหม่ แต่ปัจจุบันแทบทุกสมาคมกีฬาต่างต้องนำกลยุทธ์ดังกล่าวเข้ามาใช้เป็นแนวทางในการดำเนินกิจกรรมขององค์กร

ในปัจจุบันองค์กรกีฬาสส่วนใหญ่ต่างให้ความสำคัญกับการมีความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร โดยการจัดตั้งหน่วยงานในองค์กรขึ้นมาเพื่อดูแลรับผิดชอบและประสานงานกับชุมชนหรือสังคม เพื่อเป็นการสร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างองค์กรและชุมชน เพราะชุมชนมีความสำคัญต่อองค์กรเป็นอย่างยิ่ง องค์กรจะอยู่ได้เพราะชุมชนให้การสนับสนุน (FIFA, 2009)

Kevin *et al.* (2007) ได้ศึกษาและอธิบายถึงกระแสของการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมที่กระจายไปสู่วงการกีฬาว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็นสิ่งที่ช่วยเชื่อมโยงให้เกิดการรับรู้จากผู้ที่เกี่ยวข้อง เป็นเครื่องมือที่ทรงอิทธิพลในการสร้างแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ หรือสร้างการมีส่วนร่วมในการเข้าร่วมทำกิจกรรมขององค์กร ซึ่งพบว่ากระแสความรับผิดชอบต่อสังคมที่เข้ามามีบทบาทในอุตสาหกรรมกีฬามักจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับสังคมและสิ่งแวดล้อม และมีความสำเร็จใน 3 ประเด็นหลัก คือ 1) การสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน 2) การสร้างการมีส่วนร่วมในชุมชน และ 3) การสร้างแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

Babiak and Wolfe (2006) ได้กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับการส่งเสริมกีฬาในปัจจุบันกำลังได้รับความสนใจจากวงการกีฬาอย่างกว้างขวางพอ ๆ กับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย หรือการประชาสัมพันธ์โครงการ เพราะการมีความรับผิดชอบต่อสังคมสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างภาพพจน์ให้กับวงการกีฬาได้เป็นอย่างดี เป็น โดยเฉพาะเมื่อการจัดการแข่งขันกีฬาในระดับโลกต่างพยายามบัญญัติกฎเกณฑ์ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรไว้ในระเบียบการแข่งขัน โดยเฉพาะในการแข่งขันกีฬาอาชีพในประเทศอเมริกา ไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันอเมริกันฟุตบอล (NFL) การแข่งขันบาสเกตบอล (NBA) และการแข่งขันเบสบอล (MLB) ต่างก็มีการจัด

กิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรขึ้นมาสนับสนุน ด้วยข้อสนับสนุนและประเด็นทางสังคมที่เสนอโดยชุมชน อาทิ การพัฒนาเยาวชนด้วยการส่งเสริมการออกกำลังกาย การส่งเสริมสุขภาพ และการให้ความรู้ ส่งผลให้เกิดการยอมรับและรับรู้จากชุมชนได้เป็นอย่างดี

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในวงการกีฬา สามารถสร้างอิทธิพลต่อการตัดสินใจของแฟนกีฬาได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะในเรื่องของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า หรือบริการของผลิตภัณฑ์กีฬา และยังสามารถสร้างแรงจูงใจ ให้กับแฟนกีฬาในการเข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมของทีมกีฬาที่ตัวเองชื่นชอบและสนับสนุน (Kevin et al., 2007) และตามหลักการและแนวคิดนี้ สมาคมบาสเกตบอลแห่งชาติสหรัฐ ได้ใช้กีฬาบาสเกตบอลเป็นเครื่องมือในการเข้าถึงชุมชน เพื่อเป็นการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์กีฬาบาสเกตบอลให้เป็นที่แพร่หลายและกลายมาเป็นกีฬายอดนิยมของชาวสหรัฐในปัจจุบัน (Babiak and Wolfe, 2006)

Breitbarth and Harris (2008) ได้ทำการศึกษาเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับอุตสาหกรรมฟุตบอลอาชีพพบว่า ด้วยกระแสของความรับผิดชอบต่อสังคมที่กำลังเป็นที่ยอมรับในวงการธุรกิจโดยทั่วไปและกำลังเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อวงการกีฬาฟุตบอลอาชีพ ผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมกีฬา โดยเฉพาะนักจัดการกีฬาจึงจำเป็นต้องมีความรู้และเข้าใจในหลักการของความรับผิดชอบต่อสังคมว่า เป็นเรื่องที่ต้องตระหนักและทำความเข้าใจระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งระบบ ให้แสดงตนเป็นคนดี มีคุณธรรม มีความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจ ซึ่งจะส่งผลให้ระบบสิ่งแวดล้อมที่กล่าวมานี้เกิดการพัฒนาไปด้วยกันอย่างยั่งยืน เพื่อให้เกิดแรงจูงใจและเป็นเหตุผลในการตัดสินใจบริโภค

การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยการใช้กิจกรรมกีฬาเป็นตัวขับเคลื่อน เป็นสิ่งที่กลุ่มประเทศพัฒนาแล้วนำมาใช้พัฒนาเยาวชน ซึ่งถือว่าเขาเหล่านี้จะเป็นทรัพยากรที่สำคัญของประเทศในอนาคต โดยเฉพาะการสนับสนุนกิจกรรมกีฬาอย่างถูกต้องและจริงจัง เมื่อกีฬาฟุตบอลเป็นส่วนหนึ่งของความใฝ่ฝันของเยาวชนไทยที่ต้องการก้าวไปเป็นนักฟุตบอลอาชีพ ก้าวไปเป็นนักฟุตบอลทีมชาติ บริษัทฯ ที่มีเจตนาแน่วแน่ในการร่วมดูแลสังคมย่อมต้องทำหน้าที่ตอบสนองให้ความฝันของเยาวชนเหล่านี้กลายเป็นจริง การริเริ่มโครงการไทยเบฟฟุตบอลคาเดมี ถือว่าเป็นรูปแบบการดูแลสังคมส่วนหนึ่งของบริษัทฯ ที่ต้องการดูแลและพัฒนาสังคมให้เข้มแข็งและยั่งยืน เพราะเมื่อสังคมดีจะส่งผลให้เศรษฐกิจดีไปด้วย สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ต่างเกื้อกูลและสนับสนุนกันและกัน (ชาติ จิตจรุงพร, 2010)

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร จึงเป็นประเด็นทางสังคม ที่น่าสนใจและติดตาม โดยเฉพาะต่อวงการกีฬาอาชีพ ดังจะพบว่ามีผลงานการวิจัยจำนวนไม่น้อยที่ให้ความสำคัญต่อความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ทำการรายงานเกี่ยวกับการศึกษาถึงประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร เผยแพร่กันอย่างหลากหลาย ผ่านสื่อและรายงานต่าง ๆ โดยเฉพาะประเด็น และรูปแบบของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร เพื่อนำเสนอให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้นำไปพัฒนาและสร้างคุณค่าให้กับองค์กร (Breitbarth and Harris, 2008)

โครงการไทยเบฟ ฟุตบอล อคาเดมี่

บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ไทยเบฟเวอเรจ ก่อตั้งขึ้นในประเทศไทย มีจุดประสงค์เพื่อรวมกิจการผลิตเบียร์และสุราชั้นนำของไทยได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ สิงคโปร์ ต่อมาได้ขยายขอบเขตธุรกิจจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไปสู่ธุรกิจเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ และธุรกิจอาหาร เพื่อเป็นการเพิ่มความหลากหลายของสินค้า โดยมีแนวคิดการดำเนินธุรกิจเติบโตไปกับความยั่งยืนของสังคม จึงมุ่งเน้นการสร้างสรรค์สิ่งที่ดีตอบแทนสังคม ผ่านโครงการกิจกรรมเพื่อสังคม ด้านการศึกษา กีฬา สาธารณสุข และศิลปวัฒนธรรม โดยมีจุดมุ่งหมายในการพัฒนาสังคมในระยะยาว ซึ่งการให้ความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและมีคุณธรรมนี้ โดยได้ระบุไว้เป็นส่วนหนึ่งของพันธกิจในการดำเนินธุรกิจ จริยธรรมองค์กร และค่านิยมขององค์กร มุ่งเน้นการสร้างสรรค์สิ่งที่ดีแก่สังคมและสิ่งแวดล้อม ด้วยการปลูกฝังคนในองค์กรและประชาชนทั่วไปให้อนุรักษ์และรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อมรอบตัวไปพร้อมกับการพัฒนาช่วยเหลือสังคมที่มุ่งเน้นโครงการในหลายด้าน เช่น ด้านสังคม ศาสนา การศึกษา สาธารณสุข และกีฬา (โชติรัตน์ ศรีสุข, 2554)

บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ได้ดำเนินโครงการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีวัตถุประสงค์ และกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนในแต่ละโครงการที่บริษัทดำเนินการ โดยมีรูปแบบการดำเนินโครงการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม จากกรอบแนวคิดการดำเนินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม ที่สอดคล้องกับแนวคิด ของฟิลิป คอตเลอร์ และแนนซี ลี ที่สามารถแบ่งได้เป็น 4 รูปแบบ (โชติรัตน์ ศรีสุข, 2554) ดังนี้

1. การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม เป็นการจัดหาเงินทุน วัสดุ สิ่งของ หรือทรัพยากรอื่นขององค์กร เพื่อขยายการรับรู้และความห่วงใยต่อประเด็นปัญหาทางสังคมในขณะนั้น เช่น โครงการช้างไทยไปเอฟเวอร์ตัน โครงการสนับสนุนการเพิ่มทักษะด้านกีฬาแก่เยาวชนไทย

2. การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาทางสังคม เป็นการสนับสนุนการพัฒนาหรือการทำให้เกิดผลจากการณรงค์เพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ในด้านสาธารณสุข ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งแวดล้อม หรือด้านสุขภาวะ เช่น โครงการจับจีบปลอดภัยกับไทยเบฟ

3. การบริจาคเพื่อการกุศล เป็นการช่วยเหลือไปที่ประเด็นปัญหาทางสังคมโดยตรง ในรูปของการบริจาคเงินหรือวัตถุสิ่งของ เป็นกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่พบเห็นในแทบทุกองค์กรธุรกิจ เช่น โครงการไทยเบฟ รวมใจด้านภัยหนาว โครงการคลินิกช้าง การให้การช่วยเหลือผู้ประสบภัยธรรมชาติทุกวิถีทาง

4. การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม เป็นการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจอย่างพินิจพิเคราะห์ทั้งในเชิงป้องกันด้วยการหลีกเลี่ยงการก่อให้เกิดปัญหาทางสังคม เช่น กิจกรรมพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนโดยรอบบริเวณโรงงานในทุกภาคด้วยการสร้างอาชีพและรายได้

ทั้งนี้ รูปแบบการทำธุรกิจเพื่อสังคมของธุรกิจเบียร์ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน อาจไม่ใช่รูปแบบที่เหมาะสม จึงเกิดความสนใจในการพัฒนารูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมในธุรกิจเบียร์ไทย โดยมีการศึกษาจากการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม และรูปแบบการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคมจากต่างประเทศ เพื่อนำมาพัฒนาเป็นรูปแบบการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคมที่เหมาะสมกับธุรกิจเบียร์ไทย และสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในธุรกิจที่คล้ายคลึงกัน และเนื่องจากข้อจำกัดทางกฎหมาย ทำให้ บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ต้องปรับกลยุทธ์ในการสื่อสารเพื่อให้เกิดการรับรู้อย่างต่อเนื่อง และเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของบริษัท เนื่องจากสินค้าบางชนิดอย่างเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไม่สามารถทำการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อสาธารณะได้โดยตรง

เยาวชนไทยให้ความสนใจในกีฬาฟุตบอลมีจำนวนเพิ่มขึ้นในทุก ๆ ปี การที่จะทำให้เยาวชนรุ่นใหม่ได้ฝึกซ้อมฟุตบอลให้ได้ผลดีที่สุด ต้องอาศัยการสร้างสถานที่ ที่มีบรรยากาศการเรียนการสอนที่ดี ซึ่งจะทำให้ได้ผลดีที่สุด ต้องอาศัยการสร้างสถานที่ ที่มีบรรยากาศการเรียนการสอนที่ดี ซึ่งจะทำให้เยาวชนบางส่วน ที่ความสามารถในระดับโดดเด่น ได้รับการพัฒนา และรับโอกาสในการฝึกซ้อมกับหลักสูตรการฝึกฟุตบอลที่มีมาตรฐาน เพื่อพัฒนาสู่การเข้าร่วมทีมแข่งขันฟุตบอลระดับประเทศ ซึ่งในปัจจุบัน โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จะพบว่า มีสนามฟุตบอลเกิดขึ้นอย่างมากมาย พร้อมกับโครงการเปิดการสอนฟุตบอลสำหรับเยาวชนและมีการเก็บค่าใช้จ่าย ซึ่งในโครงการเปิดสอนฟุตบอลดังกล่าว ก็มีกระแสบ้างในโฆษณาว่า เป็นหลักสูตรมาตรฐาน โดยผู้สอนที่มีประสบการณ์บ้าง ผู้ฝึกสอนจากต่างประเทศบ้าง ในขณะเดียวกันพบว่า ยังมีกลุ่มเยาวชนผู้รัก

กีฬาฟุตบอลอีกเป็นจำนวนมากที่ไม่สามารถเข้าร่วมการฝึกฟุตบอลตามโครงการต่าง ๆ ดังกล่าวได้ เพราะขาดปัจจัยหลักที่สำคัญต่าง ๆ เช่น ขาดแคลนเงินทุนสำหรับค่าใช้จ่ายในการฝึกฟุตบอลตามโครงการฯ เรียกเก็บ ขาดสนามฝึกซ้อมฟุตบอลอย่างมีคุณภาพ ขาดสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ที่จำเป็นต่าง ๆ ในการฝึกซ้อม ขาดผู้สอนที่มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล ส่งผลให้เยาวชนในกลุ่มนี้ ขาดโอกาสในการฝึกซ้อมฟุตบอล เพื่อพัฒนาทักษะด้านกีฬาฟุตบอลให้เพิ่มขึ้น

ด้วยแนวคิดดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้นำเสนอโครงการที่มุ่งเน้นไปทางด้านการพัฒนาทักษะการกีฬาฟุตบอลให้แก่เยาวชนไทยโดยไม่มีการแบ่งแยกสถานภาพทางสังคม ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องวัย เพศ และที่สำคัญคือ สถานภาพทางครอบครัว ภายใต้ชื่อ โครงการไทยเบฟ ฟุตบอล อคาเดมี่ โดยมีวัตถุประสงค์ของโครงการฯ ในการนำเสนอต่อบริษัทไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีเจตนาในการสนับสนุนกีฬามาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะกีฬาฟุตบอล เพื่อขอรับการสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินโครงการฯ ดังนี้

1. เพื่อฝึกสอนฟุตบอลให้เด็กเยาวชน โดยไม่เก็บค่าใช้จ่าย
2. เพื่อเป็นการสร้างทักษะให้การเล่นฟุตบอลที่ถูกต้องให้กับเยาวชน
3. เพื่อเป็นการสนับสนุนให้เยาวชนที่ไม่มีทุนและขาดโอกาสได้ฝึกฟุตบอลแบบมาตรฐาน
4. เพื่อเป็นการสร้างกิจกรรมให้เยาวชน หันมาเล่นกีฬาห่างไกลยาเสพติด
5. เพื่อเป็นการสนับสนุนให้เยาวชนใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์
6. เพื่อเป็นการฝึกการอยู่ร่วมกันในสังคมโดยไม่มีการยึดติดในสถานภาพที่แตกต่างกัน
7. เพื่อสนับสนุนนักฟุตบอลเยาวชนที่มีความสามารถเฉพาะตัวที่โดดเด่น และสามารถพัฒนาทักษะการเล่นได้จนถึงระดับมืออาชีพ
8. เพื่อเป็นการสร้างฝักรักฟุตบอลไทยก้าวสู่การเป็นนักกีฬาฟุตบอลอาชีพ ต่อไปในระดับชาติ
9. เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างชุมชนกับองค์กร ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10
10. เพื่อเป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรตามแนวนโยบาย CSR

และยังได้มีการกำหนดสถานที่ ที่ใช้ในการดำเนินโครงการฯ เพื่อความสะดวกในการเดินทางของเยาวชนทุกคน ด้วยการเสนอให้เช่าพื้นที่สนามฟุตบอลของครอบครัวมีสุวรรณ ที่ตั้งอยู่ใจกลางเมืองถนนประชาอุทิศ เขตห้วยขวาง (ย่านเหม่งจ๋าย) ภายใต้พื้นที่ 11 ไร่พร้อมอาคารบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะดวก ซึ่งการบริหารจัดการโครงการไทยเบฟฟุตบอลคาเดมีใช้แนวทางการบริหารจัดการปัจจัย
ขั้นพื้นฐาน 4Ms ควบคู่กับการจัดการตามทฤษฎี POLE ดังมีรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยขั้นพื้นฐาน 4Ms ในการดำเนินโครงการฯ ประกอบด้วย

1. คน (Man) เป็นการใช้ทรัพยากรมนุษย์ให้เกิดประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลสูงสุด
กับงานในการดำเนินโครงการฯ นี้ ผู้จัดการโครงการฯ ได้กำหนดให้มีการใช้กำลังคนแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม
ประกอบด้วย 1) เจ้าหน้าที่ประจำสนาม ซึ่งจะรับค่าจ้างเป็นพนักงานประจำทำหน้าที่ดูแลและ
บำรุงรักษาสถานที่ให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานอยู่เสมอ 2) ผู้ฝึกสอน ซึ่งจะรับค่าเบี้ยเลี้ยงตอบแทน
เป็นรายวัน ถือเป็นผู้ฝึกสอนแบบกึ่งอาสาสมัคร เพราะมีข้อจำกัดในการจัดสรรงบประมาณให้มี
ความสอดคล้องกับจำนวนผู้ฝึกสอน และ 3) อาสาสมัคร ที่เกิดจากการขอความร่วมมือผู้ปกครองใน
โครงการฯ ที่ต้องการใช้เวลาว่างระหว่างรอบุตรหลานทำการฝึกซ้อม ให้เข้าร่วมรับผิดชอบงาน
สนับสนุนและอำนวยความสะดวกให้เยาวชนในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ การจัดระบบลงทะเบียน การจัด
ระบบรับฝากกระเป๋า การจัดระบบ แจกนมและกล้วยหลังการฝึกซ้อม เป็นต้น ซึ่งทั้งหมดนี้ได้ทำ
การร่วมกันทำหน้าที่แบบประสานความร่วมมือตามบทบาทที่ตกลงกันไว้ให้สามารถช่วยกัน
ขับเคลื่อนโครงการฯ ให้ดำเนินไปในทิศทางเดียวกัน

2. เงิน (Money) งบประมาณมีส่วนสำคัญยิ่ง เพราะหากไม่มีงบประมาณในการจัดการแล้ว
โครงการฯ จะไม่สามารถดำเนินไปได้ การใช้งบประมาณสำหรับโครงการฯ ในครั้งนี้ ต้องใช้ความ
ละเอียดรอบคอบ เพื่อให้เกิดความสบายใจทั้งผู้ให้และผู้รับ เพราะการจัดสรรงบประมาณจากองค์กรมี
ขีดจำกัด ทั้งนี้การนำเสนองบประมาณใช้หลักการ “ความพอเพียงและคุ้มค่า” โดยการใช้จ่าย
งบประมาณทั้งหมดขึ้นอยู่กับทาง บมจ.ไทยเบฟเวอเรจ เพื่อเป็นการแสดงความโปร่งใส

3. วัสดุ อุปกรณ์ และสถานที่ (Material) วัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือต่าง ๆ ภายใน
โครงการฯ จำเป็นต้องใช้จำนวนมาก เพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการของเยาวชน มีการวางแผนทาง
การบริหารจัดการให้เกิดประโยชน์สูงสุด เช่นรูปแบบการบริหารจัดการการแจกเสื้อซ้อมฟุตบอลที่
องค์กรเห็นว่าเป็นแนวทางที่ดีที่สุดและได้รับประโยชน์ทั้งผู้ให้และผู้รับ คือ การกำหนดวิธีการได้
เสื้อซ้อมที่ทางองค์กรนำมาแจกฟรีให้กับเยาวชน ด้วยการกำหนดเกณฑ์การรับ เพื่อเป็นข้อจำกัดและ
ควบคุมต้นทุนในการแจก และเป็นการสร้างวินัยที่ดีให้กับเยาวชน และการจัดการพื้นที่สนามหญ้าเพื่อ
ใช้เป็นสนามฝึกซ้อมสำหรับเยาวชนจำนวน 400-500 คนต่อพื้นที่ 16,000 ตารางเมตร ได้อย่างมี
ประสิทธิภาพ และมีความปลอดภัยสำหรับเยาวชนรุ่นอายุต่ำกว่า 10 ปี

4. การจัดการ (Management) กระบวนการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบในทุกขั้นตอน ผู้บริหารโครงการต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ ความรับผิดชอบ และมีประสบการณ์ในการบริหารจัดการ และต้องเป็นศูนย์กลางในทุกกระบวนการ เพื่อสามารถควบคุมระบบต่าง ๆ ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด สอดคล้องกับแนวทางการบริหารจัดการของ เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด ได้รับประโยชน์สูงสุด และเพื่อให้โครงการเป็นโครงการที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสามารถนำไปเป็นรูปแบบการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมให้องค์กรอื่นๆ ได้นำไปประยุกต์ใช้ เพื่อประโยชน์สุขของสังคมอย่างยั่งยืน ซึ่งการจัดการตามทฤษฎี POLE ของโครงการฯ นั้นประกอบด้วย

5. Planning คือ การวางแผนจัดการโครงการฯ โดยมีการวางแผนงานอย่างเป็นระบบ เป็นการวางแผนระยะยาวและต่อเนื่อง ผู้ที่ทำหน้าที่วางแผนคือผู้จัดการโครงการฯ วางแผนด้วยการกำหนดวัตถุประสงค์ของโครงการฯ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินโครงการ ภายใต้ข้อมูลที่เป็นจริงในสถานการณ์จริงชุมชน

6. Organizing คือ การบริหารโครงการฯ ให้มีการดำเนินการอย่างเป็นระบบและเป็นขั้นตอน ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ทั้งการบริหารคน บริหารงบประมาณ และบริหารกิจกรรมในโครงการฯ เพื่อสามารถสร้างการมีส่วนร่วมจากชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ

7. Leading คือการนำหรือดำเนินโครงการฯ ให้เป็นไปตามแผนการที่กำหนด ทำหน้าที่ควบคุมดูแลการดำเนินการให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

8. Evaluating คือ การประเมินและตรวจสอบการดำเนินโครงการฯ ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ และต้องสามารถปรับปรุงการดำเนินโครงการฯ ให้ดำเนินไปตามแผนและเป้าหมายที่กำหนดอย่างสม่ำเสมอ

กระบวนการการดำเนินการของโครงการไทยเบฟฟุตบอลคาเดมี

1. จัดการฝึกสอนฟุตบอลอย่างถูกวิธี โดยหลักสูตรฟุตบอลสำหรับเยาวชน ให้กับเยาวชนที่สนใจจากทุกที่ ทุกเพศ ทุกวัย และทุกฐานะอาชีพ โดยผู้ฝึกสอนผู้ทรงคุณวุฒิที่ผ่านการอบรมการเป็นผู้ฝึกสอนฟุตบอลฟุตบอลระดับ C License มาแล้วทั้งสิ้น ซึ่งการดำเนินการคัดเลือกตัวผู้ฝึกสอนนั้น ต้องมีความละเอียดและรอบคอบเป็นอย่างยิ่ง เพราะผู้ฝึกสอนต้องมาเป็นครู เป็นต้นแบบ และเป็นผู้นำให้กับเยาวชน

2. จัดการฝึกสอนฟุตบอลให้กับเยาวชนให้ทุกวันเสาร์ และวันอาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 6.30 น.- 11.45 น.

3. จัดการฝึกสอนฟุตบอลออกตามกลุ่มอายุ และความสามารถเฉพาะตัวของเยาวชน ซึ่งในโครงการไทยเบฟฟุตบอลอคาเดมี่ ได้แบ่งกลุ่มเยาวชนที่เข้าร่วมการฝึกซ้อมเป็นประจำ ทุกวันเสาร์และอาทิตย์ จำนวนประมาณ 400-500 คน ต่อวัน แบ่งออกเป็นกลุ่มอายุดังนี้

- 3.1 กลุ่มอายุ 5-10 ปี จำนวน 4 กลุ่ม ๆ ละประมาณ 25 คน
- 3.2 กลุ่มอายุ 10-12 ปี จำนวน 6 กลุ่ม ๆ ละประมาณ 25 คน
- 3.3 กลุ่มอายุ 12-14 ปี จำนวน 4 กลุ่ม ๆ ละประมาณ 25 คน
- 3.4 กลุ่มอายุ 14-18 ปี จำนวน 2 กลุ่ม ๆ ละประมาณ 25 คน
- 3.5 กลุ่มผู้รักษาประตู จำนวน 1 กลุ่ม ๆ ละประมาณ 25 คน
- 3.6 กลุ่มช่างจูเนียร์ จำนวน 2 กลุ่ม ๆ ละประมาณ 25 คน

4. จัดการคัดเลือกเยาวชนที่มีแว่นักฟุตบอล เข้าสู่โครงการ “ช่างจูเนียร์” เพื่อฝึกฝนและพัฒนาฝีเท้าเพิ่มเติมอย่างเข้มข้นนอกช่วงเวลาที่มีการฝึกสอนปกติ เพื่อพัฒนาสู่การเป็นนักฟุตบอลอาชีพต่อไปในอนาคต โดยคัดเลือกจากเยาวชนในโครงการฯ

5. จัดการอบรมลักษณะนิสัยให้กับเยาวชนทุกคนในการอยู่ร่วมกัน ในการรู้จักกตัญญู มีสัมมาคารวะ และการมีน้ำใจนักกีฬา

6. จัดให้มีเครือข่ายผู้ปกครอง มีการประชุมเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน สร้างจิตอาสาพัฒนาสังคม เพื่อการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน

7. จัดให้มีทีมบริหารจัดการสนามฟุตบอล เพื่อจัดการและดูแลสนามฟุตบอลสำหรับเยาวชน เพื่อให้เป็นสนามฟุตบอลที่มีคุณภาพดีที่สุดสำหรับเยาวชน

8. ให้การสนับสนุนค่าตอบแทนแก่ผู้ฝึกสอนและผู้ช่วยผู้ฝึกสอนทุกท่านตามระดับความสามารถ

9. ให้การสนับสนุนชุดฝึกซ้อมให้กับเยาวชน เพื่อสวมใส่ในการฝึกซ้อมอย่างมีระเบียบ

10. ให้การสนับสนุนอาหารและเครื่องดื่มในระหว่างการฝึกซ้อม ซึ่งโดยปกติจะมีกล้วยหอม และนมกล่อง UHT แจกให้กับเยาวชนหลังทำการฝึกซ้อมเสร็จตามหลักโภชนาการ

11. ให้การสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการเดินทางของเยาวชนที่ขาดแคลนทุนทรัพย์โดย ไม่มีการเก็บค่าใช้จ่ายจากเด็ก ๆ แต่อย่างใดทั้งสิ้น ซึ่งจุดจ่อครุฑรับ-ส่ง ดังกล่าวคือ คลองเตย-สนามฟุตบอล

โครงการฯ ได้ประมาณการงบประมาณที่ใช้ในการบริหารจัดการโครงการฯ ในแต่ละเดือน โดยแยกตามกิจกรรมได้ดังนี้

1. ค่าบุคลากรบริหารจัดการสนามฯ จำนวน 8 คน
2. ค่าเบี้ยเลี้ยงผู้ฝึกสอนประจำโครงการ
3. ค่าเช่าพื้นที่สนามมีสุวรรณ
4. ค่าสาธารณูปโภคและค่าบำรุงรักษา เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า
5. ค่าวัสดุอุปกรณ์บำรุงรักษาสถาน
6. ค่ารถผู้รับ-ส่ง เด็กๆ จากชุมชนคลองเตย มาส่งที่สนามมีสุวรรณ
7. ชุดฝึกซ้อมสำหรับเยาวชน คนละ 2 ชุด
8. ชุดฝึกซ้อมสำหรับผู้ฝึกสอน คนละ 2 ชุด
9. ค่าสวัสดิการที่เยาวชนได้รับจากโครงการต่อสัปดาห์

นมสดพร้อมดื่ม UHT	สัปดาห์ละ 1,200 กล่อง
กล้วยหอม	สัปดาห์ละ 1,200 ผล
น้ำแข็งยูนิต	สัปดาห์ละ 50 ถุง (ใหญ่)
น้ำดื่มถัง	สัปดาห์ละ 50 ถัง

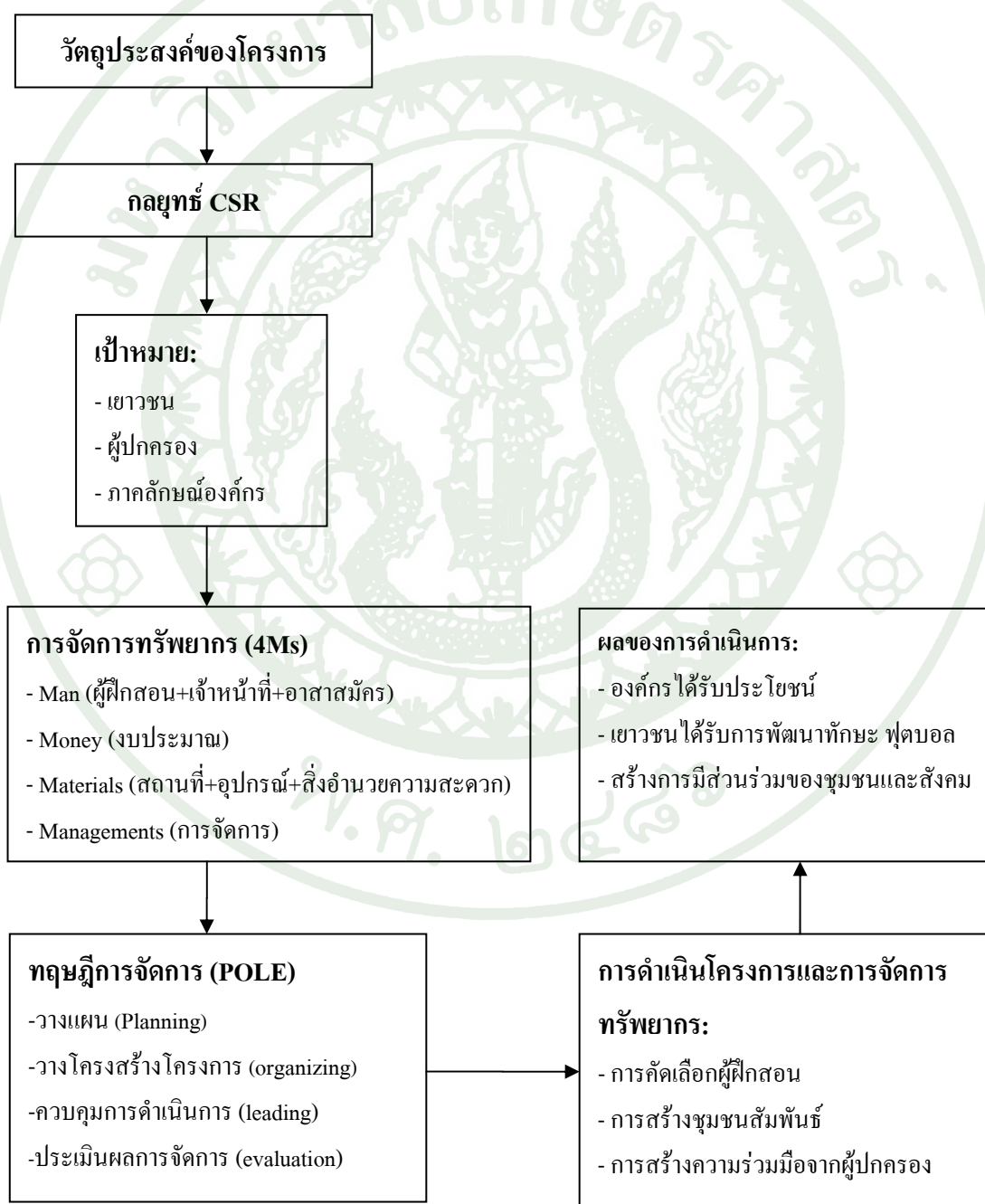
10. อุปกรณ์ที่มีไว้ประจำสนาม

ลูกฟุตบอล	จำนวน	500 ลูก
ถุงตาข่ายเก็บลูกบอล	จำนวน	10 ถุง
ปั๊มสูบลูกบอล	จำนวน	2 อัน
รถเข็น (รถซาเล่)	จำนวน	3 คัน
ถังแช่น้ำแข็ง	จำนวน	4 ถัง
कुलเลอร์น้ำ	จำนวน	8 ใบ
แก้วน้ำ	จำนวน	500 ใบ
กล่องยาสามัญประจำบ้าน	จำนวน	1 ชุด

คำถามเพื่อการวิจัย

- ปัจจัยสำคัญในการดำเนินโครงการให้เป็นที่ยอมรับของเยาวชนคืออะไร
- องค์กรจะได้รับประโยชน์อะไรบ้างจากสังคม ในการจัดกิจกรรมกีฬาฟุตบอลเพื่อเยาวชน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเป็นการศึกษาเฉพาะกรณี (Case Study) ที่ผู้วิจัยประสงค์ทำการศึกษาดังปรากฏการณ์ที่น่าสนใจในโครงการฯ เพื่อนำมาวิเคราะห์และตีความหมายอย่างละเอียด ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบหลายวิธี (Multidisciplinary Methodology) ประกอบด้วย การวิจัยเอกสาร (Document Research) การวิจัยภาคสนาม (Field Research) ด้วยวิธีการสังเกต (Observation) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) รวมถึงการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาจากกลุ่มตัวอย่าง มาวิเคราะห์และศึกษาถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบในการดำเนินกิจกรรมของโครงการฯ โดยผู้วิจัยใช้ระยะเวลาในการวิจัยครั้งนี้ ระหว่างวันที่ 1 มกราคม 2549 ถึงวันที่ 31 มีนาคม 2557 ในการมุ่งศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ของการบริหารจัดการโครงการไทยเบฟฟุตบอลคาเดมี อย่างครบถ้วน เพื่อนำข้อมูลและปัจจัยต่าง ๆ มาวิเคราะห์และอภิปรายถึงรูปแบบของการดำเนินกิจกรรมของโครงการฯ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ ใช้กลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากรในโครงการฯ ทั้งสิ้นกว่าสองหมื่นคน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้หลักความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) ในแบบเฉพาะเจาะจงประกอบด้วย

1. เยาวชนและผู้ปกครองที่เข้าร่วมโครงการฯ จำนวน 400 คน
2. บุคลากรในองค์กร ประกอบด้วย พนักงานในองค์กร และผู้เกี่ยวข้อง จำนวน 10 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ออกแบบกระบวนการวิจัยให้เป็นแบบหลายวิธี (Multidisciplinary Methodology) เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ จึงประกอบด้วย 1) แบบสัมภาษณ์ และ 2) แบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้ออกแบบเครื่องมือด้วยการศึกษาจากทฤษฎีและเอกสารที่เกี่ยวข้อง นำมาพัฒนาเป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และแบบสอบถามปลายปิด ด้วยการตรวจประเมินหาค่า

ความสอดคล้อง (Index of item objective congruence: IOC) ว่าเครื่องมือที่ได้ออกแบบไว้นั้นมีเนื้อหาและข้อคำถามตรงตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาหรือไม่ แล้วนำมาพิจารณา ซึ่งค่าความสอดคล้องของการประเมินให้คะแนนจากผู้ทรงคุณต้องมีค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 จึงจะถือว่าเครื่องมือนั้นมีคุณภาพ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยละเอียด
2. สร้างแบบสัมภาษณ์เพื่อดำเนินการสนทนากับกลุ่มตัวอย่างแบบมีโครงสร้าง ภายใต้กรอบแนวคิดในการบริหารจัดการโครงการฯ
3. นำแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และแบบสอบถามปลายปิด ไปทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือก่อนนำไปใช้ โดยเชิญผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน ให้ทำการประเมินคุณภาพของเครื่องมือด้วยวิธีการตรวจประเมินหาค่าความสอดคล้อง (Index of item objective congruence: IOC) เป็นการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ซึ่งค่าคะแนนความสอดคล้องที่ผู้ทรงคุณวุฒิทำการประเมิน ประกอบด้วยคะแนน -1 แสดงว่าข้อคำถามไม่สอดคล้อง 0 แสดงว่าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามสอดคล้อง และ +1 แสดงว่าข้อคำถามมีความสอดคล้อง
4. ผลการประเมินคุณภาพเครื่องมืออยู่ที่ .80
5. นำแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไข (ปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา)
6. นำแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนที่ 1

ศึกษาเอกสาร งานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้เชี่ยวชาญ ด้วยการวิจัยสนาม และการสังเกต เพื่อนำทัศนคติและความเห็นต่อโครงการฯ รวบรวมเป็นข้อมูลเบื้องต้น แยกตามประเด็นการศึกษา

ขั้นตอนที่ 2

รวบรวมข้อมูลที่ได้มาในขั้นตอนที่ 1 นำมาทำการสังเคราะห์ และวิเคราะห์ประกอบกับข้อมูล เอกสาร ทัศนคติ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาสรุปเป็นกรอบแนวคิดเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษา

ขั้นตอนที่ 3

กำหนดขอบเขตในการวิจัย โดยใช้การวิจัยสนามประกอบในการพัฒนาสมมุติฐาน และปรับปรุงให้สมบูรณ์ เพื่อนำมาสร้างเป็นเครื่องมือในการวิจัย ในการรวบรวมข้อมูล โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้จัดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. ในเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสัมภาษณ์ (Interview Form) ดำเนินการสนทนา และ สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วยพนักงานและผู้เกี่ยวข้องกับโครงการ โดยเครื่องมือที่ใช้เป็น แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างและมีโครงสร้าง เพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์มีความอิสระ ในการตอบ คำถามของผู้วิจัย และเพื่อให้ได้กรอบคำตอบตรงตามวัตถุประสงค์ โดยการใช้คำถามทั้งปลายปิด และปลายเปิด
2. ในเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ใช้การแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) ให้กับประชากรกลุ่ม ตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วยเยาวชนและผู้ปกครองที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน 400 คน

ขั้นตอนที่ 4

รวบรวมและจัดการประมวลผล วิเคราะห์ข้อมูล โดยการนำข้อมูลที่รวบรวมมาได้ทำการวิเคราะห์
ดังนี้

1. ใช้ค่าความถี่ร้อยละ อธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง
2. ใช้ค่าความถี่ร้อยละ อธิบายปัจจัยและประโยชน์ในการศึกษา
3. วิเคราะห์ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก แล้วสรุปตามประเด็นโดยการเขียนอธิบายเชิง

พรรณนา

ขั้นตอนที่ 5

นำเสนอข้อมูล และรายงานผลการวิจัยโดยการเขียนพรรณนาเชิงอธิบาย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและข้อวิจารณ์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาเรื่อง รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับกีฬาฟุตบอลกรณีศึกษา: โครงการไทยเบฟฟุตบอลคาเดมี ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์จากกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มได้แก่

กลุ่มที่หนึ่ง หมายถึง บุคลากรในองค์กร ประกอบด้วยพนักงานขององค์กร และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการฯ ตั้งแต่ช่วงเริ่มต้นของโครงการจนถึงปัจจุบัน จำนวน 10 คน ทำให้ได้ข้อมูลเชิงคุณภาพ นำมาอภิปรายผลการศึกษา และ

กลุ่มที่สอง หมายถึง เยาวชน ผู้ปกครองในโครงการ และประชาชนในชุมชน จำนวน 400 คน ซึ่งทำให้ได้ข้อมูลเชิงปริมาณในการนำมาสนับสนุนประเด็นการอภิปราย

โดยมีผลการจากการรวบรวมข้อมูลทั้ง 2 กลุ่ม ดังนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1 ได้แก่ บุคลากรในองค์กรและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการฯ ตั้งแต่ช่วงเริ่มต้นของโครงการจนถึงปัจจุบัน จำนวน 10 คน โดยวิธีการการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ด้วยแบบสอบถามที่ผ่านการประเมินคุณภาพเครื่องมือจากผู้ทรงคุณวุฒิ นำไปสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องและสามารถนำมาสรุปได้ดังนี้

ประเด็นที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการในการบริหารจัดการโครงการฯ

1.1 การคัดเลือกผู้ฝึกสอน

ผู้ฝึกสอนฟุตบอลสำหรับเยาวชนในประเทศไทยในปัจจุบัน มักถูกมองข้ามและละเลยความสำคัญ ดังที่ปรากฏในปัจจุบันว่า มีโครงการฝึกสอนฟุตบอลเกิดขึ้นอยู่ทั่วไป โดยใครก็ได้ที่มี

เงินทุนและงบประมาณในการก่อตั้ง ไม่มีการควบคุมมาตรฐาน ในขณะที่เยาวชนต้องการผู้ฝึกสอนที่ดีที่เป็นต้นแบบ การคัดเลือกผู้ฝึกสอนเพื่อเข้ามาเป็นผู้ฝึกสอนในโครงการไทยเบฟฟุตบอลคาเดมีจึงมีความสำคัญสูงสุด การดำเนินการคัดเลือกผู้ฝึกสอนเพื่อเข้ามาเป็นผู้ฝึกสอนในโครงการฯ ใช้แนวทางการคัดเลือกผู้ฝึกสอนที่มีคุณสมบัติตรงตามมาตรฐานสากลอย่างน้อย 3 รายการได้แก่ 1) ผู้ฝึกสอนต้องเป็นผู้ที่มีใบอนุญาตการฝึกสอนระดับ C License เป็นอย่างน้อย 2) ผู้ฝึกสอนต้องเป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบ และ 3) ผู้ฝึกสอนต้องเป็นต้นแบบให้กับเยาวชน ซึ่งความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมมาในประเด็นนี้ มีดังนี้

“ผู้ฝึกสอนมีความรู้ มีรูปแบบการฝึกสอนที่หลากหลาย ทำให้เด็ก ๆ สนุกกับการฝึก”

“ผู้ฝึกสอนใจดี ไม่เลือกปฏิบัติ”

“ผู้ฝึกสอนเก่ง ทำให้เด็ก ๆ อยากมาฝึก ตอนเช้าเด็ก ๆ ก็จะสามารถตื่นเข้าได้เอง โดยไม่ต้องปลุก”

“ผู้ฝึกสอนต้องมีความรับผิดชอบสูงและมีความยุติธรรม เพราะต้องทำงานกับเยาวชนที่มีความหลากหลายทั้งด้านฐานะ อายุ และเพศ”

“ผู้ฝึกสอนต้องมีความเสียสละและเป็นผู้ให้ เพราะโครงการฯ มีค่าเบี้ยเลี้ยงตอบแทนให้ไม่มากเมื่อเปรียบเทียบกับการสอนฟุตบอลเยาวชนทั่ว ๆ ไป”

“ผู้ฝึกสอนต้องมีความรู้ ได้รับการรับรองมีไลเซนส์ (License)”

จึงสามารถสรุปได้ว่า การคัดเลือกผู้ฝึกสอนเข้ามาเป็นผู้ฝึกสอนในโครงการไทยเบฟฟุตบอลคาเดมี โดยการกำหนดเกณฑ์ขั้นต่ำในการคัดเลือกสามข้อนั้น สามารถเป็นการคัดกรองผู้ที่ จะเข้ามาทำหน้าที่เป็นผู้ฝึกสอนเยาวชนได้เป็นอย่างดี เมื่อมีผู้ฝึกสอนที่ดี ย่อมสามารถพัฒนาเยาวชนให้เป็นคนดีได้ด้วยการวางตัวเป็นต้นแบบให้กับเยาวชน

1.2 การสร้างชุมชนสัมพันธ์

โครงการไทยเบฟฟุตบอลคาเดมี ตั้งอยู่ในพื้นที่ของครอบครัวมีสุวรรณ ซึ่งเป็นพื้นที่ส่วนบุคคล ชุมชนที่อยู่ในพื้นที่ประกอบด้วยคนในครอบครัวมีสุวรรณ ที่มีความหลากหลายในการประกอบอาชีพ และผู้เช่าพื้นที่ของครอบครัวมีสุวรรณดำเนินธุรกิจ ซึ่งได้แก่ ร้านเบเกอรี่ ร้านค้า ห้องพัก และโรงถ่าย ประเด็นเกี่ยวกับการสร้างชุมชนสัมพันธ์ตามข้อค้นพบมีดังนี้

“โครงการไทยเบฟฯ สร้างความตึกักให้กับพื้นที่ในวันเสาร์-อาทิตย์”

“หากชุมชนเข้าร่วมกิจกรรมของโครงการฯ บ้าง แม้ในบางโอกาส ก็เท่ากับว่าชุมชนให้การตอบรับการดำเนินการของโครงการเป็นอย่างดี”

“โครงการสร้างรายได้เพิ่มให้กับร้านค้าต่าง ๆ ในชุมชน และเป็นสถานที่พักผ่อนให้กับชุมชนในบางครั้ง”

“ข้อจำกัดของเวลาทำให้ไม่สามารถเข้าร่วมกิจกรรมฯ ได้ เพราะต้องไปธุระ แต่ถ้ามีเวลาก็จะเข้ามาช่วย”

จากการรวบรวมความคิดเห็นกลุ่มตัวอย่างพบว่า การสร้างชุมชนสัมพันธ์ในเขตพื้นที่ใจกลางกรุงเทพมหานครเป็นสิ่งที่ยากยิ่ง อันเนื่องมาจากวิถีชีวิตของการดำรงชีพของประชาชนในกรุงเทพ มีความแตกต่างจากวิถีชีวิตของประชาชนในพื้นที่อื่น ๆ หรือต่างจังหวัด อย่างไรก็ตาม พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นสนับสนุนการจัดกิจกรรมของโครงการฯ และยินดีให้การสนับสนุนด้วยวิธีการที่แตกต่างกันตามความสามารถ

1.3 การสร้างความร่วมมือจากผู้ปกครอง

เยาวชนที่เข้าร่วมโครงการฯ กว่าร้อยละแปดสิบเดินทางมาฝึกฟุตบอลพร้อมผู้ปกครอง ซึ่งในกลุ่มนี้ผู้ปกครองบางคนก็มาส่งแล้วก็กลับทันที ในขณะที่บางคนมาส่งเยาวชนแล้วรอรับกลับ ซึ่งมีจำนวนเกินครึ่ง โครงการฯ จึงได้จัดทำกิจกรรมสร้างความร่วมมือจากผู้ปกครอง ด้วยการก่อตั้งเป็นชมรมอาสา ใช้เวลาว่างระหว่างรอบูตรหลาน ช่วยงานของโครงการฯ ด้วยแนวคิดของกลุ่มผู้ปกครองเองในการช่วยเหลือสนับสนุนโครงการฯ ซึ่งพบว่า

“ผู้ปกครองรู้สึกดีใจที่เห็นลูก ๆ หลาน ๆ สนุกกับการฝึกฟุตบอล จึงอยากที่จะตอบแทนโครงการฯ ด้วยการให้การช่วยเหลือเล็ก ๆ น้อย เท่าที่จะทำได้”

“เข้าใจในเจตนาของโครงการฯ ที่ต้องการสร้างสังคมดี จึงอยากมีส่วนร่วม”

“ความร่วมมือจากผู้ปกครองของน้อง ๆ เยาวชน จะสามารถใช้เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการได้ในระดับหนึ่ง”

“อยากจะทำตอบแทนโครงการฯ ที่สร้างสรรค์กิจกรรมที่ดีให้กับเยาวชนและครอบครัว ถ้ามีอะไรที่จะช่วยได้ก็อยากที่จะลงมือช่วย แม้จะเป็นเรื่องเล็ก ๆ น้อย ๆ”

“เมื่อทางโครงการฯ ขอความร่วมมือจากผู้ปกครองจากการใช้เวลาว่างระหว่างรอเด็ก ๆ ฝึกฟุตบอล ถ้าผู้ปกครองให้ความร่วมมือ ย่อมหมายถึงความสำเร็จของโครงการฯ ในระดับหนึ่ง”

จากการแสดงความคิดเห็นในประเด็นการสร้างความร่วมมือจากผู้ปกครองในโครงการพบว่า ผู้ปกครองที่เข้าร่วมโครงการฯ ส่วนใหญ่ ยินดีที่จะให้ความร่วมมือในการช่วยเหลือและสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ของโครงการฯ และเมื่อโครงการฯ เปิดโอกาสให้เกิดการแสดงตนของคนดี ย่อมได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี

1.4 การสร้างภาพลักษณ์องค์กร

การดำเนินการของโครงการฯ ริเริ่มจากแนวคิด “คนไทยให้กันได้” ของผู้บริหาร บมจ.ไทยเบฟเวอเรจ ซึ่งแนวคิดนี้จะช่วยทำให้องค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น แม้ว่าโครงการไทยเบฟฟุตบอลคาเดมี จะเป็นเพียงกิจกรรมเล็ก ๆ กิจกรรมหนึ่งของแนวคิดนี้ ที่เกิดขึ้นหลังจากโครงการอื่น ๆ ของ บมจ.ไทยเบฟเวอเรจ แต่ก็ได้รับการกล่าวถึงอย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะในวงการกีฬา ดังข้อค้นพบที่ว่า

“ผู้เข้าร่วมโครงการฯ ในระดับเยาวชนที่ไม่เข้าใจคำว่าภาพลักษณ์องค์กร แต่เมื่อพวกเขาเห็นตราสัญลักษณ์ที่เป็นรูปแบบเดียวกันบนเสื้อของเขา หรือในสนามที่เขามาทำการฝึกซ้อม จะทำให้เขามองและรับรู้ว่าเป็นพวกเดียวกัน”

“การให้แบบไม่หวังผลตอบแทน ย่อมได้ผลตอบแทนที่คาดไม่ถึง”

“แม้ว่าเยาวชนเหล่านี้ไม่ได้เป็นเป้าหมายของกลุ่มผู้บริโภคขององค์กร แต่การจดจำภาพลักษณ์หรือตราสัญลักษณ์ขององค์กรจะทำให้เยาวชนกล่าวถึงในครอบครัว”

“การใช้ตราสัญลักษณ์ขององค์กรเผยแพร่ให้ปรากฏในที่สาธารณะอยู่บ่อยครั้ง จะทำให้เกิดการจดจำ และเมื่อตราสัญลักษณ์นั้นถูกเผยแพร่ในที่ที่ทุกคนให้ความรู้สึกดี ๆ ภาพลักษณ์นั้นก็จะถูกจดจำให้เป็นภาพลักษณ์ที่ดีด้วย”

“บริษัท ไม่ได้หวังผลในการสร้างภาพลักษณ์ แต่ผลที่ได้รับจากการดำเนินโครงการฯ ให้ภาพลักษณ์ของบริษัทดูดีเป็นที่ยอมรับและรู้จักมากขึ้น”

จากการรวบรวมข้อคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่างพบว่า การนำเสนอกิจกรรมที่ดีให้กับสังคม ย่อมส่งผลดีให้กับผู้นำเสนอหรือผู้รับผิดชอบโครงการฯ และโดยเฉพาะมีการนำตราสินค้า หรือตราสัญลักษณ์ขององค์กรเข้ามาวางในพื้นที่ ย่อมส่งผลให้ชุมชนหรือสังคมเกิดการจดจำตราสัญลักษณ์ในมุมมองที่ดี ๆ

1.5 ความยั่งยืนของโครงการฯ

โครงการฯ ได้เริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 สืบทอดโครงการฯ ต่อจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่ดำเนินการมาก่อนหน้านี้สองปี รวมระยะเวลาในการดำเนินโครงการเกือบสิบปี จำนวนเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการฯ เริ่มจาก 40 คน ปัจจุบันมีรายชื่อเยาวชนที่ลงทะเบียนเข้าร่วมโครงการฯ กว่า 20,000 คน ซึ่งผู้ที่เกี่ยวข้องได้กล่าวถึงดังนี้

“การดำเนินโครงการฯ ที่มาจากความจริงใจในการให้ จะทำให้โครงการฯ มีความยั่งยืน”

“ความยั่งยืนของ โครงการฯ เกิดจากการตอบรับที่ดีจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหลาย และที่สำคัญ คือ การมีงบประมาณที่ต่อเนื่อง”

“ความยั่งยืนของโครงการฯ เกิดจากผู้บริหารเห็นความสำคัญของโครงการฯ”

“บริษัทฯ มุ่งหวังที่จะพัฒนาสังคมแบบยั่งยืน ซึ่งการพัฒนาแบบยั่งยืน ไม่สามารถทำได้ ในระยะเวลาอันสั้น ผู้บริหารเองเห็นว่าโครงการฯ นี้เป็นประโยชน์ต่อสังคม และได้รับผลการตอบรับที่ดีเยี่ยม จึงมีแนวคิดในการดำเนินโครงการ ฯ ไปเรื่อย ๆ”

จากประเด็นนี้ สามารถสรุปสาระสำคัญของความคิดเห็นจากผู้เกี่ยวข้องในประเด็นนี้ได้ว่า ความยั่งยืนของโครงการฯ เกิดจากประโยชน์ที่ได้จากการดำเนินโครงการฯ และเมื่อโครงการฯ นี้ยังก่อประโยชน์ให้กับสังคม ตลอดจนมีการตอบรับจากจำนวนผู้เข้าร่วมโครงการฯอย่างต่อเนื่อง ย่อมส่งผลให้โครงการฯ มีความยั่งยืนอย่างยาวนาน

ประเด็นที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับทรัพยากรในการจัดการ

2.1 ผู้ฝึกสอน (จำนวน + คุณภาพ)

การจัดการทรัพยากรในโครงการฯ ที่เกี่ยวข้องกับผู้ฝึกสอนนี้ มีความยากที่สุด เพราะการที่จะได้ผู้ฝึกสอนที่มีคุณสมบัติตรงตามเกณฑ์ที่กำหนด เปรียบเทียบกับข้อจำกัดด้านค่าตอบแทนแล้ว เป็นการดำเนินการที่สวนทางกันโดยสิ้นเชิง จำนวนและคุณภาพของผู้ฝึกสอนในโครงการ จึงเป็นประเด็นที่ต้องดำเนินการปรับปรุงอยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้ เพราะผู้ฝึกสอนที่มีความสามารถสูง มักจะถูกชักชวนหรือเชิญไปเข้าร่วมงานกับสนามฝึกซ้อมฟุตบอลเอกชนด้วยการเสนอให้ค่าตอบแทนที่สูงกว่าดังข้อค้นพบที่ว่า

“จำนวนผู้ฝึกสอนไม่เพียงพอต่อเยาวชนในบางกลุ่ม และในบางโอกาส โดยเฉพาะช่วงปิดเทอม”

“ผู้ฝึกสอนมีการเปลี่ยนหน้าบ่อยขึ้นในช่วงหลัง ๆ เพราะเกิดการทิ้งงานไปรับค่าตอบแทนที่มั่นคงและมากกว่า”

“ผู้ฝึกสอนบางคนไม่มีความเป็นต้นแบบ มีความลำเอียง เลือกปฏิบัติ ทำให้เด็ก ๆ ไม่สนุกและไม่อยากมาฝึกอีก”

“ผู้ฝึกสอนพูดไม่เพราะ ใช้คำพูดรุนแรง ทำให้เด็ก ๆ ไม่อยากมาอีก แต่อาจอยากมาหาเพื่อน ๆ”

“คุณภาพของผู้ฝึกสอนมีความสำคัญต่อโครงการฯ เพราะผู้ฝึกสอนที่ดี ย่อมสามารถสร้างสรรค์สิ่งดี ๆ ให้กับเยาวชนได้อย่างต่อเนื่อง ในขณะที่คุณภาพกับปริมาณ (จำนวน) มักเป็นเรื่องที่สวนทางกัน”

ข้อค้นพบเกี่ยวกับคุณภาพและจำนวนผู้ฝึกสอนในโครงการฯ พบว่า บางครั้งจำนวนผู้ฝึกสอนก็ไม่เพียงพอต่อจำนวนเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการฯ เพราะจำนวนเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการฯ ไม่สามารถจำกัดได้ ในขณะที่จำนวนผู้ฝึกสอนถูกจำกัดด้วยงบประมาณ

2.2 เจ้าหน้าที่ในสนาม (จำนวน + คุณภาพ)

เจ้าหน้าที่ในสนาม (เจ้าหน้าที่ประจำในโครงการฯ) ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ที่คอยอำนวยความสะดวกและรับผิดชอบในการจัดหาและจัดเตรียมสถานที่ อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้กับโครงการฯ มีจำนวน 8 คน แบ่งหน้าที่กันอย่างชัดเจน และในข้อคำถามเกี่ยวกับประเด็นนี้ พบว่าไม่มีข้อคิดเห็นใด ๆ ที่มากไปกว่าคำว่าเหมาะสมแล้วทั้งจำนวนและคุณภาพ

2.3 งบประมาณ

การจัดสรรงบประมาณให้กับโครงการฯ เป็นส่วนความรับผิดชอบของ บมจ.ไทยเบฟเวอเรจ ตามที่ผู้วิจัยได้ทำการเสนอไปตามกิจกรรมที่เกี่ยวข้องและจำเป็น อาทิ ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับเบี้ยเลี้ยงผู้ฝึกสอน ค่าจ้างเจ้าหน้าที่ประจำ ค่าจัดซื้อวัสดุ อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ รวมถึงค่าเช่าสนามในการดำเนินการ ซึ่งมีค่าใช้จ่ายต่อเดือนแบบประมาณการอยู่ที่ 600,000 บาท ซึ่งตัวเลขงบประมาณที่แท้จริงนั้น ผู้วิจัยไม่ได้เข้าไปเกี่ยวข้องเพื่อเป็นการแสดงถึงความโปร่งใสในการดำเนินโครงการฯ และข้อค้นพบในประเด็นนี้มีดังนี้

“งบประมาณที่ใช้ในการจัดการโครงการฯ ถือว่าเป็นงบประมาณที่สูงมาก เมื่อเทียบกับกำไรแบบไม่หวังผลตอบแทน”

“ค่าใช้จ่ายในการดำเนินโครงการฯ นี้ ถือว่ามีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับงบประมาณการประชาสัมพันธ์องค์กรในส่วนอื่น ๆ ขององค์กร”

“งบประมาณที่ใช้ในการดำเนินโครงการฯ มีความคุ้มค่ามาก เมื่อพิจารณาจากแนวคิดที่ต้องการสร้างชุมชนและสังคมให้เข้มแข็ง”

“ไม่รู้ตัวเลขของงบประมาณที่แท้จริง แต่รู้ว่าเป็นค่าใช้จ่ายที่สูงมาก ซึ่งองค์กรโดยทั่วไปคงไม่สามารถจัดสรรได้อย่างต่อเนื่อง”

“บริษัทฯ ได้จัดสรรงบประมาณที่คิดว่าเพียงพอต่อการดำเนินโครงการฯ จากกำไรบริษัทฯ ในการนำมาใช้ดูแลสังคม”

จากความคิดเห็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับโครงการด้านงบประมาณ พบว่า ไม่มีผู้ที่สามารถระบุได้ว่าการดำเนินโครงการฯ ใช้ตัวเลขงบประมาณที่แท้จริงเท่าใด แต่สิ่งที่รับรู้ได้ที่เป็นไปในทางเดียวกัน คือ เป็นงบประมาณที่คุ้มค่าเมื่อเทียบกับสิ่งที่สังคมและองค์กรได้รับการดำเนินโครงการฯ

2.4 สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ (อุปกรณ์ + เครื่องมือ + สถานที่ + การเดินทาง)

สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของโครงการฯ จัดอยู่ในระดับมีมาตรฐานสูงมากเมื่อเทียบกับการจัดการสอนโครงการกีฬาในลักษณะที่ใกล้เคียงกัน อาทิ การที่เยาวชนทุกคนจะได้ฝึกกับลูกบอลหนึ่งลูกต่อหนึ่งคน การที่มีสถานที่ฝึกซ้อมตั้งอยู่ใจกลางเมืองและเป็นแหล่งชุมชน คือ ย่านเหม่งจ๋าย เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ ดังข้อค้นพบดังนี้

“สิ่งอำนวยความสะดวกที่นี่ถือว่ามีความพร้อมสมบูรณ์มากที่สุดเมื่อเทียบกับโครงการอื่น ๆ ที่มีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน”

“เป็นโครงการฯ ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน”

“เป็นโครงการฯ ที่มีความพร้อมที่สุดในการจัดการฝึกสอนฟุตบอลเยาวชน”

“สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความสมบูรณ์ครบถ้วน จะช่วยให้เยาวชนให้ความสนใจและอยากที่จะมาเข้าร่วมโครงการฯ”

“บริษัทฯ อยากให้โครงการนี้ เป็นโครงการต้นแบบให้กับสังคม ในการดูแลสังคมอย่างจริงจัง การจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกให้เป็นไปตามมาตรฐาน เป็นการแสดงความจริงใจจากบริษัทฯ ที่ต้องการดูแลสังคมอย่างจริงจัง”

ความคิดเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้องในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกที่ใช้ในการดำเนินโครงการฯ เป็นสิ่งสะท้อนถึงความตั้งใจในการจัดกิจกรรมดูแลสังคม ส่งผลให้เกิดการตอบรับที่ดีจากสังคมด้วย

2.5 การประชาสัมพันธ์โครงการ

การประชาสัมพันธ์โครงการฯ ให้เผยแพร่ออกไปสู่สาธารณะถือว่าเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยเปิดโอกาสให้เยาวชนได้มีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมที่ดีที่เป็นที่ต้องการของเยาวชน ถือว่าเป็นการส่งเสริมให้เยาวชนได้มีโอกาสพัฒนาตนเอง และตลอดระยะเวลาของการดำเนินโครงการฯ บมจ.ไทยเบฟเวอเรจ ได้มีการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์โครงการฯ ออกสู่สาธารณะเป็นระยะ ๆ ด้วยการเสนอข่าวทางหนังสือพิมพ์ และรายการโทรทัศน์ ซึ่งจากข้อค้นพบในประเด็นนี้พบว่า

“การประชาสัมพันธ์โครงการฯ ไม่แพร่หลาย ไม่เข้าถึงกลุ่มเยาวชน”

“การประชาสัมพันธ์โครงการฯ ที่ถือว่าประสบความสำเร็จ คือ การบอกต่อของเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการจากหนึ่งคนไปอีกหนึ่งคน จะทำให้เกิดการเข้าร่วมของกลุ่มเยาวชนที่ตรงเป้าหมาย”

“โครงการฯ นี้ ไม่จำเป็นต้องทำการประชาสัมพันธ์โครงการฯ เพราะผู้เข้าร่วมโครงการฯ จะเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่การดำเนินการของโครงการฯ ไปสู่สาธารณะได้เป็นอย่างดี”

“โครงการฯ นี้เป็นกิจกรรมที่บริษัทฯ ต้องการคืนกำไรให้กับสังคม จึงไม่ต้องการประชาสัมพันธ์ เพราะจะทำให้ถูกมองว่าโฆษณาตัวเอง และบริษัทฯ เองก็มองว่าถ้าโครงการฯ ดีจริงก็ไม่จำเป็นต้องประชาสัมพันธ์”

จากข้อค้นพบในประเด็นนี้ พบว่า การประชาสัมพันธ์สามารถส่งผลดีและผลเสียให้กับองค์กร บริษัทจึงเลือกที่จะใช้การประชาสัมพันธ์แบบบอกต่อ ด้วยการเล่าสู่กันฟังจากผู้ที่เกี่ยวข้องโครงการฯ ไม่เน้นการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสาธารณะ เพราะจะเป็นการจัดคอนโยบายการคืนกำไรสู่สังคมด้วยการดูแลสังคมขององค์กร

ประเด็นที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลของการดำเนินการ

3.1 ประโยชน์ที่องค์กรได้รับ

การจัดทำโครงการไทยเบฟฟุตบอลคาเฟ่ สามารถสร้างประโยชน์ให้กับองค์กรอย่างคาดไม่ถึงในฐานะที่องค์กรเป็นองค์กรประกอบธุรกิจที่ส่งผลเสียต่อสุขภาพ อาทิ การสร้างมุมมองเกี่ยวกับองค์กรว่าเป็นองค์กรที่ดีในสังคม เป็นองค์กรที่มีความเอาใจใส่สังคม เป็นองค์กรที่มีแต่ให้เป็นองค์กรที่ส่งเสริมการพัฒนากีฬาเยาวชนอย่างจริงจัง ดังข้อค้นพบที่ว่า

“การที่ไทยเบฟให้การสนับสนุนโครงการนี้ ถือว่าเป็นประโยชน์ที่ดีต่อองค์กรมากในด้านภาพลักษณ์ เพราะผู้คนที่เกี่ยวข้องจะมองภาพลักษณ์ของไทยเบฟว่าเป็นองค์กรที่ดี ส่งเสริมกิจกรรมเพื่อเยาวชนและครอบครัว สนับสนุนให้เยาวชนได้เล่นกีฬา เป็นการส่งเสริมการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์”

“ประโยชน์ที่ไทยเบฟฯ จะได้รับคือการเป็นพวกเดียวกันกับเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการฯ เมื่อเด็ก ๆ เห็นตราสัญลักษณ์ไทยเบฟ เด็ก ๆ จะรู้สึกคุ้นเคยและยอมรับ”

“สังคมให้การตอบรับและยอมรับไทยเบฟในฐานะการเป็นองค์กรที่ดี มีความเอาใจใส่สังคม ไม่เอารัดเอาเปรียบสังคม”

“บริษัทฯ หวังเพียงให้สังคมได้รับการพัฒนา จากการที่เยาวชนได้รับการพัฒนาด้วยกีฬาฟุตบอล เมื่อสังคมได้รับการพัฒนา ย่อมส่งผลให้ระบบเศรษฐกิจได้รับการพัฒนาไปด้วย เมื่อสังคมอยู่ได้ บริษัทฯ ก็อยู่ได้”

ความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ที่องค์กรได้รับนี้ พบว่า องค์กรได้รับประโยชน์จากการดำเนินโครงการฯ นี้ทั้งทางตรงและทางอ้อม ทางตรง คือ ได้รับการยอมรับจากสังคม ทางอ้อมคือ บริษัทฯ ได้ช่วยพัฒนาระบบสังคมและเศรษฐกิจของประเทศให้เกิดความเข้มแข็ง

3.2 ประโยชน์ที่เยาวชนได้รับ

เยาวชนที่เข้าร่วมโครงการนี้ จะได้รับประโยชน์จากการเข้าร่วมกิจกรรมแบบร้อยเปอร์เซ็นต์ไม่ด้านใดด้านหนึ่ง อาทิ การได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ การเรียนรู้การอยู่ร่วมกันในสังคม การได้ออกกำลังกาย การได้เล่นฟุตบอลอย่างถูกวิธี ซึ่งพบว่า

“เยาวชนที่เข้าร่วมโครงการฯ ได้รับสอนให้เล่นฟุตบอลอย่างถูกวิธี โดยทีมงานผู้ฝึกสอนที่มีมาตรฐานและที่สำคัญไม่เสียค่าใช้จ่าย”

“เยาวชนที่เข้าร่วมโครงการฯ ได้ใช้เวลาว่างในการออกกำลังกาย และได้พบเพื่อนใหม่”

“เยาวชนที่เข้าร่วมโครงการอย่างต่อเนื่อง ได้รับการพัฒนาทักษะฟุตบอลที่ถูกวิธีสามารถนำไปใช้ต่อยอดให้กับตัวเองด้วยการนำไปทดสอบการคัดตัวเพื่อเรียนฟรีในระดับที่สูงขึ้น ในขณะที่บางคน สามารถสร้างรายได้จากการพัฒนาทักษะด้านฟุตบอลอย่างต่อเนื่องจนสามารถพัฒนาไปเป็นนักฟุตบอลอาชีพ”

“เยาวชนที่เข้าร่วมโครงการฯ ได้รับการฝึกสอนฟรี ได้รับชุดซ้อมฟรี และได้รับนมและกล้วยกินฟรีหลังการฝึกซ้อม โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใด ๆ”

“บริษัทฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่า การดำเนินโครงการฯ ที่มีมาตรฐานจะช่วยพัฒนาทักษะทัศนคติ และความฝันของน้อง ๆ เยาวชนให้มีพัฒนาการได้ไม่มากนักน้อย”

จากข้อค้นพบในประเด็นนี้ พบว่า เยาวชนที่เข้าร่วมโครงการฯ จะได้รับประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งประโยชน์ทางตรง คือ การได้รับการพัฒนาสรีระและได้ออกกำลังกาย รวมถึงการได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ในวันหยุด ส่วนประโยชน์ทางอ้อม คือ ได้รับการพัฒนาทัศนคติ การเรียนรู้การอยู่ร่วมกันในสังคมใหม่ ๆ รวมถึงการได้รับการพัฒนาสมรรถภาพจนถึงขั้นสูงสุดสามารถพัฒนาต่อไปได้จนเป็นนักกีฬาอาชีพ

3.3 ประโยชน์ที่ผู้ปกครองได้รับ

ผู้ปกครองที่พาเยาวชนเข้าร่วมโครงการนี้ๆ จะได้รับประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อม ดังข้อค้นพบที่ว่า

“ผู้ปกครองได้มีโอกาสพบผู้ปกครองกลุ่มใหม่ ๆ เป็นการสร้างสังคม เรียนรู้สิ่งใหม่ และได้เพื่อใหม่ ๆ ในชีวิตประจำวัน”

“ผู้ปกครองไม่เสียค่าใช้จ่ายใด ๆ ในการพาเยาวชนมาฝึกฟุตบอลแบบมีมาตรฐาน”

“ผู้ปกครองได้มีโอกาสออกกำลังกายร่วมกับบุตรหลานในบางโอกาส”

“ผู้ปกครองได้เห็นความเจริญเติบโตและความก้าวหน้าทางพัฒนาการของบุตรหลานตัวเองอย่างใกล้ชิด”

“ผู้ปกครองได้มีโอกาสพัฒนาตัวเองด้วยการร่วมเป็นอาสาสมัครในโครงการ เพื่อเป็นการสร้างคุณค่าให้กับตัวเอง ในระหว่างการมานั่งรอบุตรหลานฝึกซ้อม”

จากความคิดเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้องในด้านนี้ พบว่า ผู้ปกครองที่เข้าร่วมโครงการฯ หรือพาเยาวชนเข้าร่วมโครงการฯ ได้รับประโยชน์อย่างแน่นอน เพราะโครงการฯ ไม่ได้เก็บค่าใช้จ่ายใด ๆ ในการเข้าร่วมโครงการฯ นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ปกครองยังได้ประโยชน์ทางตรงและทางอ้อม กล่าวคือ ผู้ปกครองได้รับประโยชน์เพราะเยาวชนได้รับสิ่งต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์จากโครงการฯ และผู้ปกครองยังได้รับการพัฒนาตนเองด้วยการร่วมเป็นอาสาสมัคร หรือการออกกำลังกายร่วมกับบุตรหลาน รวมถึงการได้มีเพื่อน ๆ เป็นสังคมกลุ่มใหม่ ๆ ด้วย

3.4 เกิดการมีส่วนร่วมในชุมชน

การมีส่วนร่วมของชุมชนมีความสำคัญต่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน โครงการไทยเบฟฟุตบอลคาเดมี จึงนำแนวคิดสร้างการมีส่วนร่วมในการดำเนินการ เพื่อเกิดการพัฒนายั่งยืน ซึ่งจากข้อค้นพบปรากฏดังนี้

“การมีส่วนร่วมในชุมชนสามารถเป็นตัวชี้วัดกระแสการตอบรับโครงการฯ จากชุมชนหรือผู้เกี่ยวข้องได้เป็นอย่างดี ยังมีจำนวนมากเท่าใด ย่อมหมายถึงความสำเร็จของโครงการมากเท่านั้น”

“การสร้างการมีส่วนร่วม จะทำให้สามารถสื่อสารและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายขึ้น”

“การเข้ามามีส่วนร่วมมาก ย่อมหมายถึงการยอมรับที่มากด้วย”

“การสร้างการมีส่วนร่วมในสังคมกรุงเทพฯ เป็นเรื่องยาก ซึ่งบริษัทฯ ไม่ได้คาดหวังในประเด็นนี้มากนัก แต่หากสามารถทำได้ ย่อมหมายถึงความสำเร็จของการดำเนินโครงการฯ ได้ในระดับหนึ่ง”

จากข้อค้นพบนี้ สามารถสรุปได้ว่า การสร้างการมีส่วนร่วมในสังคมเมือง อย่างสังคมย่านชุมชนใจกลางกรุงเทพฯ เป็นสิ่งที่คาดหวังได้ยาก เพราะการมีวิถีชีวิตของสังคมเมืองแตกต่างจากสังคมทั่วไป แต่หากสามารถสร้างการมีส่วนร่วมจากสังคมกลุ่มนี้ได้แม้ไม่มากนัก ย่อมส่งผลถึงการตอบรับที่ดี เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการฯ ได้ในระดับหนึ่ง

3.5 ภาพลักษณ์ขององค์กร

ภาพลักษณ์ขององค์กรมีความสำคัญต่อองค์กรทุกประเภท ซึ่งภาพลักษณ์ของแต่ละองค์กรต้องการให้ปรากฏต่อสาธารณะคือการเป็นองค์กรที่มีภาพลักษณ์ที่ดี โครงการไทยเบฟฟุตบอลคาเดมีได้สร้างภาพลักษณ์องค์กรที่ดี มีความรับผิดชอบให้กับ บมจ.ไทยเบฟเวอเรจได้เป็นอย่างดี ดังปรากฏจากข้อค้นพบนี้

“แม้ไทยเบฟจะขายเบียร์ แต่เราก็ช่วยให้เด็ก ๆ ได้มีสนามฝึกซ้อมฟุตบอลที่มีมาตรฐาน แบบที่ไม่มีองค์กรไหนทำ”

“ไทยเบฟ เป็นบริษัทที่ส่งเสริมกีฬาอย่างจริงจัง สมควรให้องค์กรอื่น ๆ เอาเป็นแบบอย่าง”

“ไทยเบฟเป็นองค์กรที่ให้สังคมอย่างจริงจัง โดยเฉพาะการส่งเสริมเรื่องกีฬา”

“บริษัทฯ ไม่ได้คาดหวังร้อยละหนึ่งว่าการดำเนินโครงการฯ นี้ จะสามารถสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กรได้ เพราะบริษัทฯ มีกิจกรรมหรือโครงการสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กรอยู่แล้ว แต่ถ้าโครงการฯ นี้จะส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีกับองค์กร ย่อมเป็นสิ่งที่ดี ที่องค์กรน้อมรับไว้”

ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กรนี้สามารถสรุปได้ว่า การส่งเสริมกิจกรรมที่ดีที่ต้องการพัฒนาสังคมอย่างจริงจังและจริงใจ จะสามารถส่งผลดีให้กับภาพลักษณ์ขององค์กรได้เอง โดยไม่ต้องใช้การประชาสัมพันธ์

3.6 ความภักดีของลูกค้าต่อองค์กร

ความภักดีต่อองค์กรเป็นความต้องการขององค์กรทั่วโลก ทั้งจากภายในและภายนอก และยิ่งหากเป็นองค์กรธุรกิจ ความภักดีของลูกค้าต่อองค์กรจะเป็นสัญญาณเตือนถึงความอยู่รอดและปลอดภัยของธุรกิจได้เป็นอย่างดี ซึ่งจากการดำเนินการ โครงการนี้ๆ ทำให้ได้พบว่า

“แม้ว่าเราจะต่อต้านการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่เราสามารถซื้อน้ำดื่มตราช้างไว้ประจำบ้านได้”

“อย่างน้อยเข้าดูขายเครื่องดื่มในร้านสะดวกซื้อ ผมเลือกจะหยิบช้างแทนสิ่งที่เคยดื่ม”

“ช้างไม่ได้ขายแต่เบียร์ เค้ามีอย่างอื่นขายอีกเยอะแยะ เราก็อุดหนุนสินค้าตัวอื่นเค้า”

“จากน้ำดื่มขวดขาวุ่นราคา 5 บาท เราขอมจ่ายเพิ่มอีกนิดหน่อยเพื่อซื้อน้ำดื่มตราช้าง”

“ความภักดีต่อตราสินค้าเป็นสิ่งที่ทุกองค์กรคาดหวังจากกลุ่มผู้บริโภค บริษัทฯ เองก็มีความรู้สึกเช่นเดียวกัน แต่ไม่ได้หมายความว่าบริษัทฯ จะส่งเสริมให้เยาวชนเป็นนักดื่ม เพียงแต่หวังเล็ก ๆ ว่า ตราสินค้าของบริษัทฯ จะเข้ามามีส่วนสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า”

ซึ่งจากความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างนี้ สามารถสรุปได้ว่า ความภักดีต่อตราสินค้าเป็นประโยชน์สูงสุดอย่างหนึ่ง ที่องค์กรจะได้รับ จากการให้การสนับสนุนกิจกรรมที่ดี ที่มีประโยชน์ต่อสังคม จะส่งผลให้ตราสินค้าขององค์กรเข้ามาอยู่ในใจของผู้พบเห็นได้เป็นอย่างดี

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 2 ได้แก่ กลุ่มเยาวชนและผู้ปกครองในโครงการฯ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง ที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิ เป็นเครื่องมือนำไปสอบถามข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วยรายละเอียดดังนี้

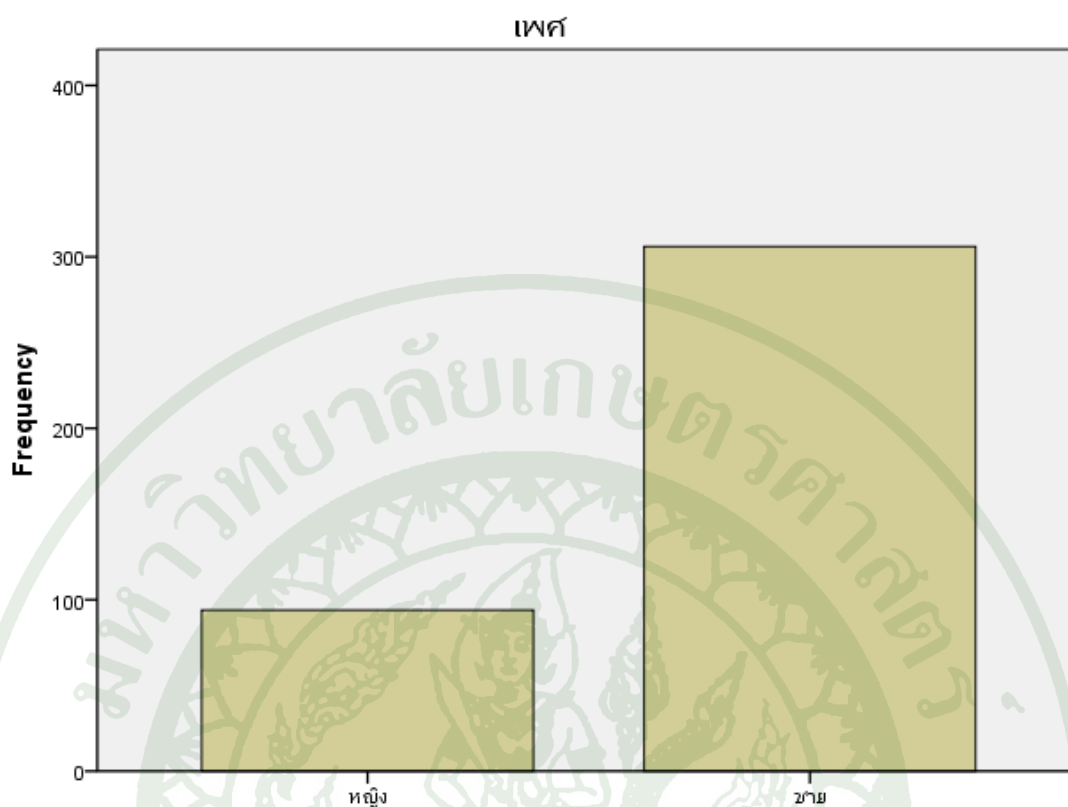
ตอนที่ 1 เป็นการสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 เป็นการสอบถามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบการบริหารจัดการโครงการไทยเบฟฟุตบอลคาเดมี โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่

1. กระบวนการในการจัดการ
2. ทรัพยากรในการจัดการ
3. ผลของการดำเนินการ

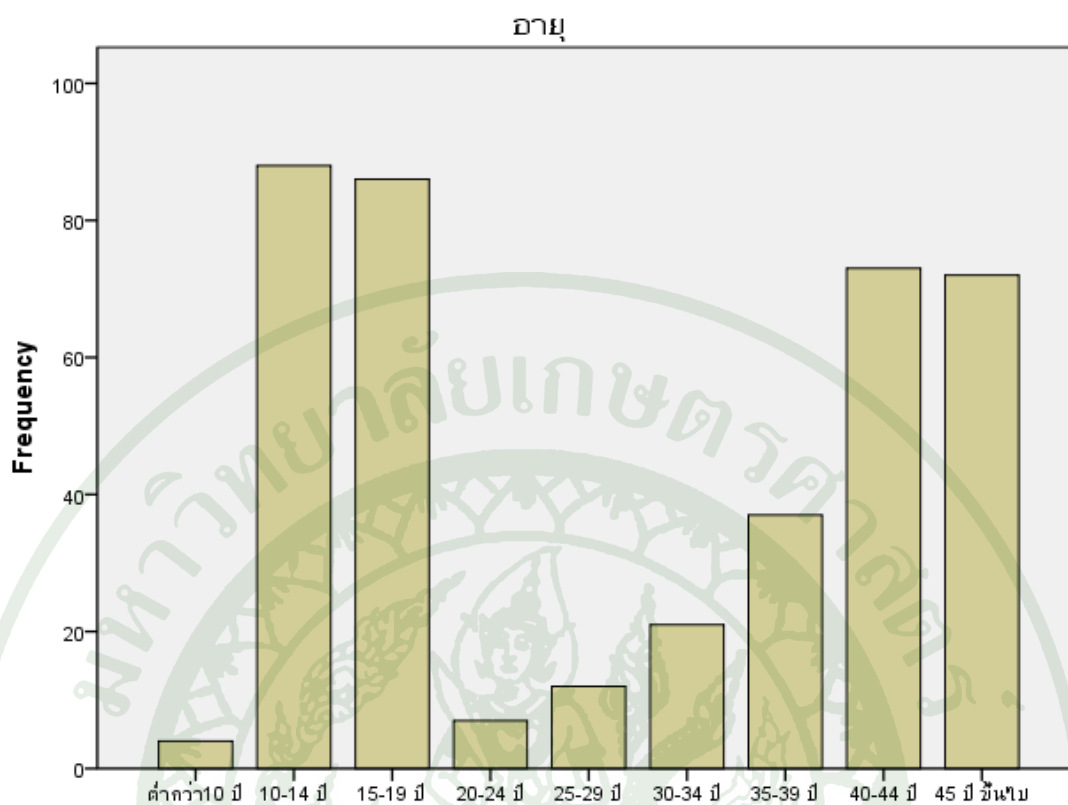
จากการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามกลับคืนครบ 400 ชุด ซึ่งถือว่าเป็นจำนวนร้อยละ 100 ไม่มีการสูญหายของข้อมูล จากนั้นผู้วิจัยได้นำข้อมูลด้านต่าง ๆ ที่ต้องการศึกษามาวิเคราะห์ด้วยค่าความถี่ร้อยละ ได้ผลดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยข้อมูลพื้นฐาน ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการฯ และประสบการณ์การฝึกฟุตบอล



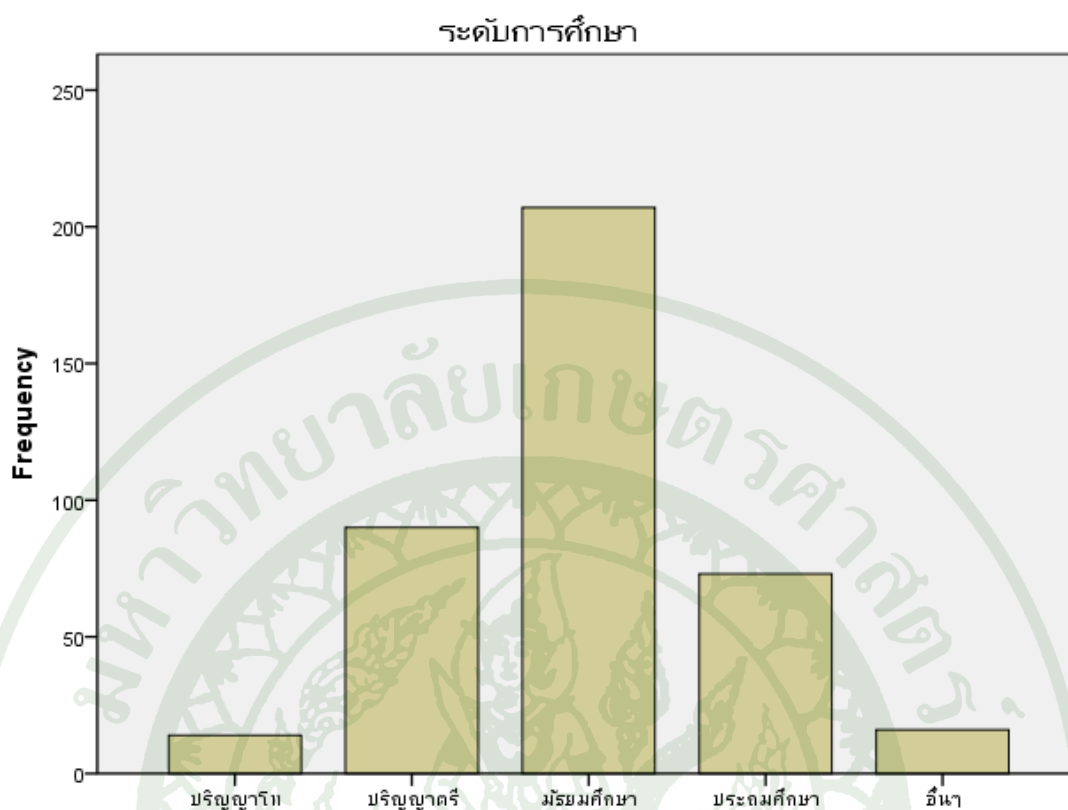
ภาพที่ 1 ภาพแสดงความถี่ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งตามเพศ

จากภาพที่ 1 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 400 คน พบว่า เป็นเพศหญิง 94 คน ซึ่งคิดเป็นค่าความถี่ร้อยละ 23.5 และจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นชาย จำนวน 306 คน คิดเป็นค่าความถี่ร้อยละ 76.5 ซึ่งในจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงพบว่า ทั้งหมดเป็นกลุ่มผู้ปกครองของเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการฯ แตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างเพศชาย ที่พบว่า มีทั้งเป็นกลุ่มเยาวชน และกลุ่มผู้ปกครอง



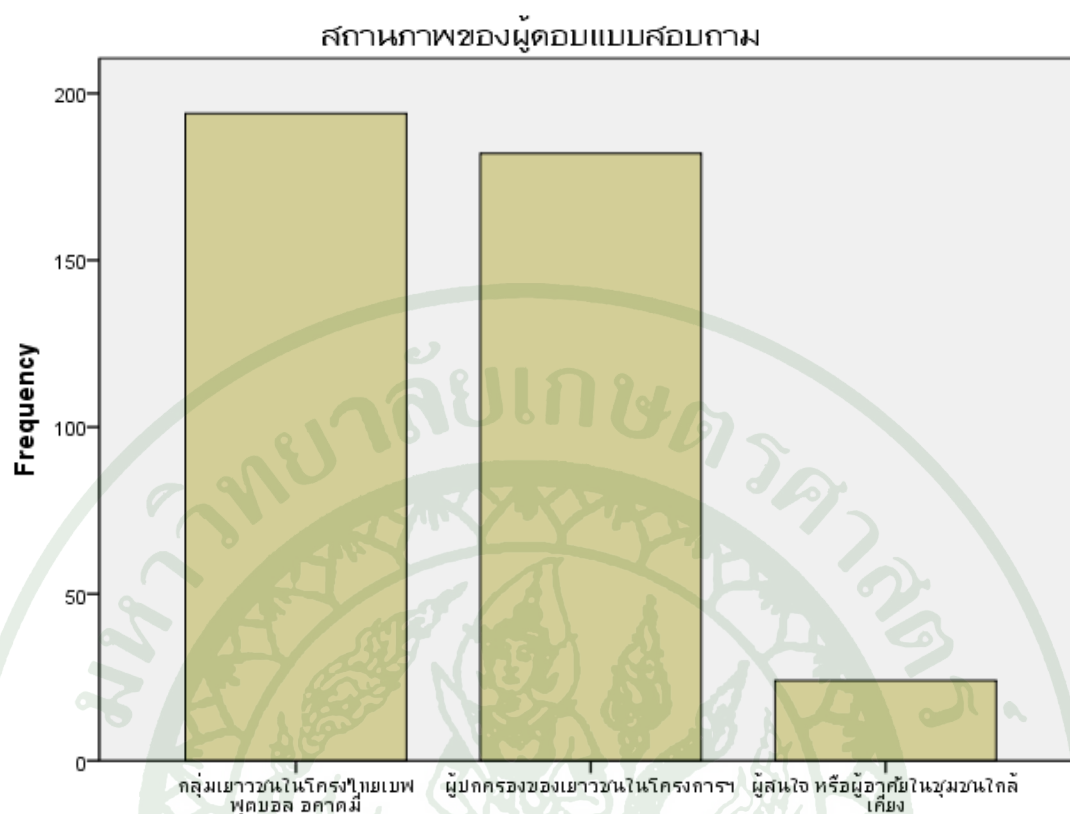
ภาพที่ 2 ภาพแสดงความถี่ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งตามกลุ่มอายุ

จากภาพที่ 2 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 400 คน พบว่า กลุ่มอายุที่มีจำนวนน้อยที่สุดในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ คือ กลุ่มอายุต่ำกว่า 10 ปี มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ในขณะที่กลุ่มที่ตอบแบบสอบถามครั้งนี้ที่มีจำนวนมากที่สุด คือ กลุ่มอายุ 10-14 ปี ที่มีจำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22 รองลงมา คือ กลุ่มที่มีอายุ 15-19 ปี ที่มีจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 รองลงมาคือกลุ่มที่มีอายุ 40-44 ปี มีจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 กลุ่มอายุ 45 ปีขึ้นไป มีจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18 กลุ่มอายุ 35-39 ปี มีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 30-34 ปี มี 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 กลุ่มอายุ 25-29 ปี มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3 และกลุ่มที่น้อย รองลงมาคือกลุ่มที่มีอายุ 20-24 ปี มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7



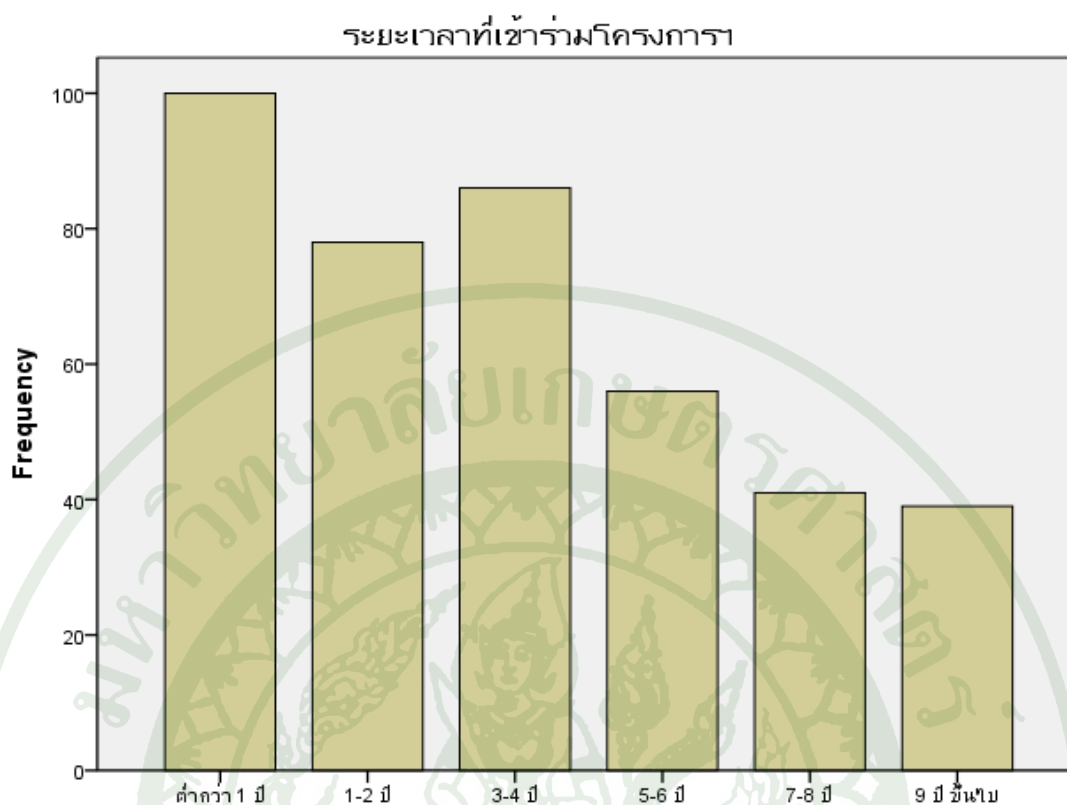
ภาพที่ 3 ภาพแสดงความถี่ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งตามระดับการศึกษา

จากภาพที่ 3 ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา คือ มีจำนวนทั้งสิ้น 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.7 รองลงมาคือ ผู้ที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 มีผู้มีการศึกษาในระดับประถมศึกษาจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 และเป็นผู้มีการศึกษามานระดับปริญญาโท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกตอบในช่องอื่น ๆ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4 พบว่า เป็นผู้ที่มีความรู้ในระดับอาชีวศึกษา คือ ปวช. และ ปวส.



ภาพที่ 4 ภาพแสดงความถี่ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งตามสถานภาพ

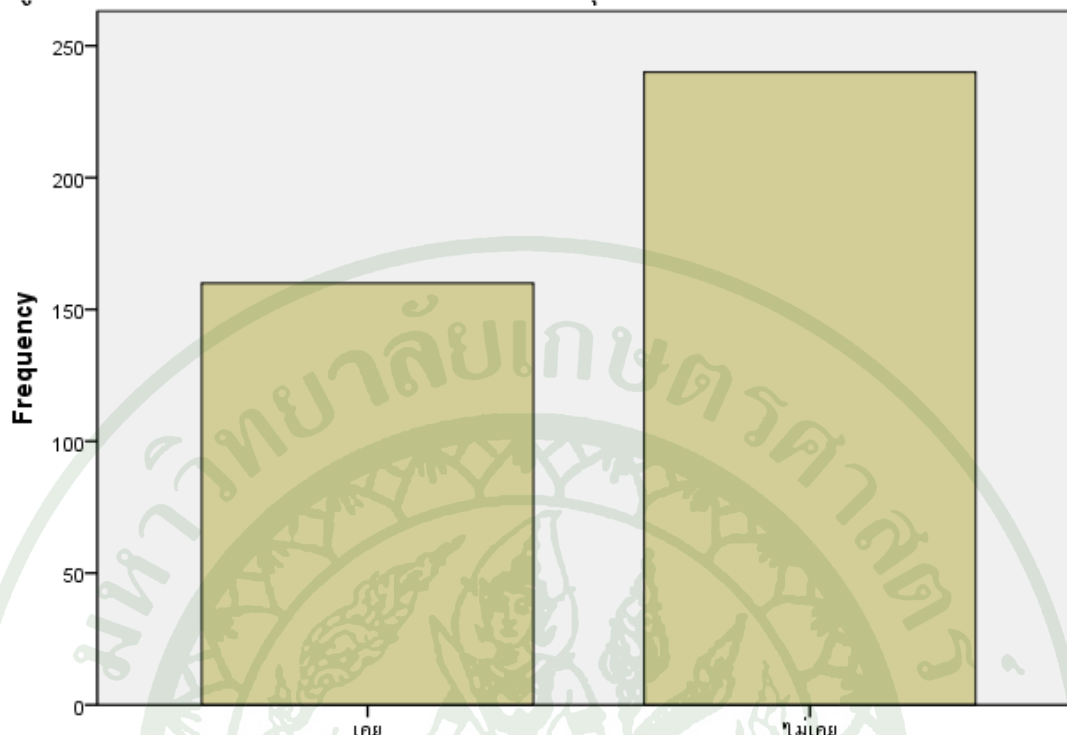
จากภาพที่ 4 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น จำนวน 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จำนวน 194 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 48.5 เป็นกลุ่มเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการ รองลงมาคือ กลุ่มผู้ปกครองของเยาวชนฯ ที่มีจำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 และกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ กลุ่มผู้ที่สนใจโครงการฯ หรือผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชน มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6



ภาพที่ 5 ภาพแสดงความถี่ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งตามระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ

จากภาพที่ 5 ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้าร่วมโครงการฯ ในระยะเวลาดำกว่า 1 ปี ซึ่งมีจำนวน 100 คน คิดเป็นจำนวนร้อยละ 25 รองลงมาคือ กลุ่มที่เข้าร่วมโครงการฯ มาแล้ว 3-4 ปี ที่มีจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 กลุ่มที่เข้าร่วมโครงการฯ มาแล้ว 1-2 ปี มีจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 กลุ่มที่เข้าร่วมโครงการฯ มาแล้ว 5-6 ปี มีจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14 และกลุ่มที่เข้าร่วมโครงการฯ มาแล้ว 7-8 ปี มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.2 ส่วนกลุ่มที่เข้าร่วมโครงการฯ มาเป็นระยะเวลานานที่สุดตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงปัจจุบัน คือ กลุ่มที่เข้าร่วมโครงการฯ มาแล้วตั้งแต่ 9 ปีขึ้นไป มีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8

ผู้ตอบแบบสอบถามเคยเข้าร่วมโครงการฝึกฟุตบอลเยาวชนมาจากที่ไหนก่อนหรือไม่

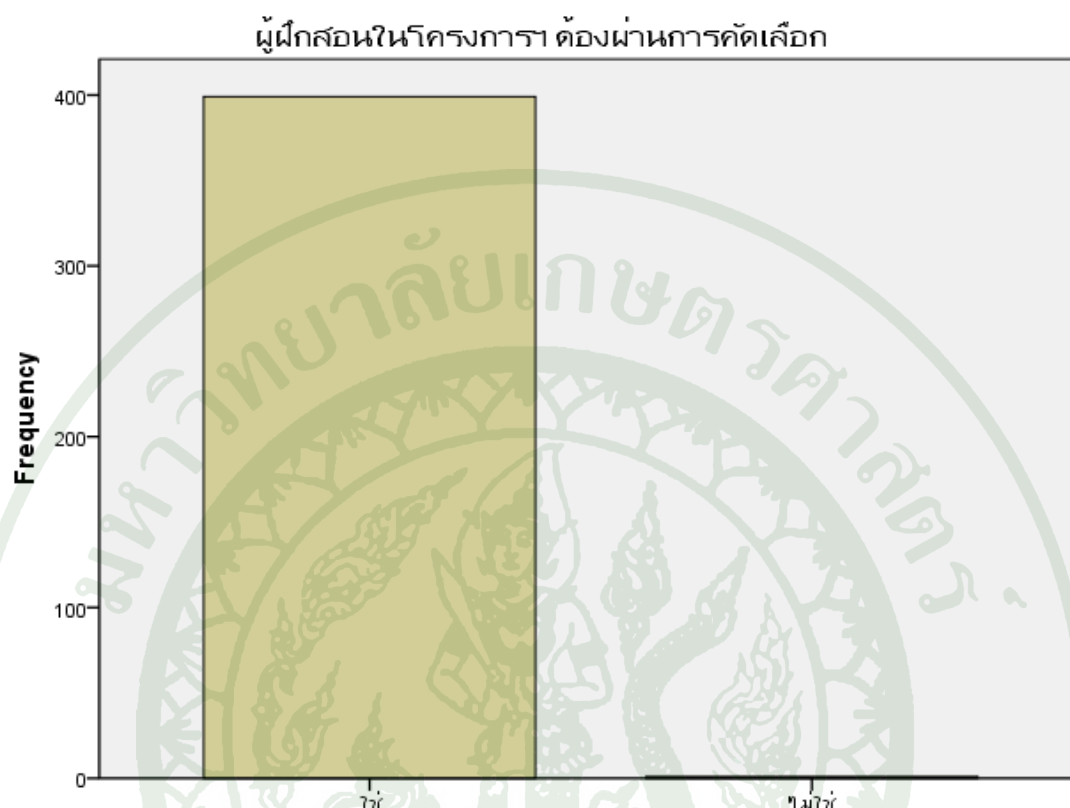


ภาพที่ 6 ภาพแสดงความถี่ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งตามการเข้าร่วมโครงการอื่น ๆ มาก่อนหรือไม่

จากภาพที่ 6 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบส่วนใหญ่ไม่เคยเข้าร่วมการฝึกฟุตบอลในลักษณะเช่นนี้มาก่อน ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 240 คน คิดเป็นร้อยละ 60 ในขณะที่มีผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยฝึกฟุตบอลในลักษณะเช่นนี้มาก่อน จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40

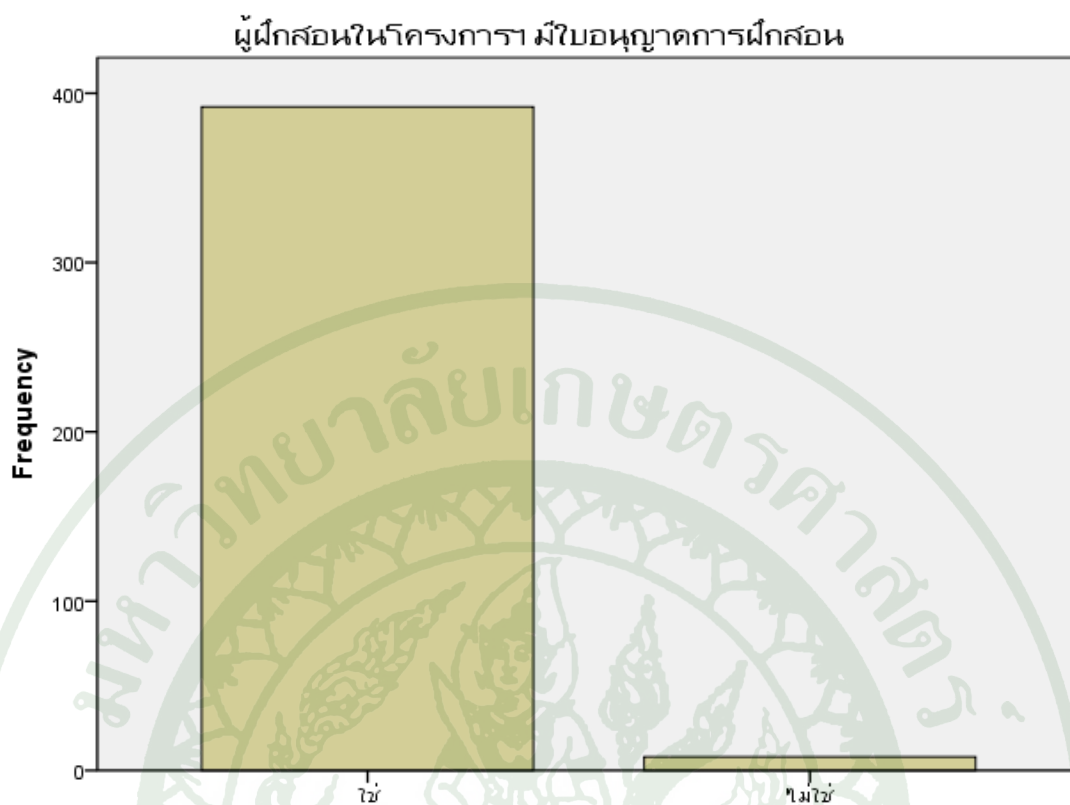
ตอนที่ 2 เป็นการสอบถามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบการบริหารจัดการโครงการไทยเบฟฟุตบอลอคาเดมี่ โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านกระบวนการในการจัดการ 2) ด้านทรัพยากรในการจัดการ 3) ด้านผลของการดำเนินการ

1. ด้านกระบวนการในการจัดการ



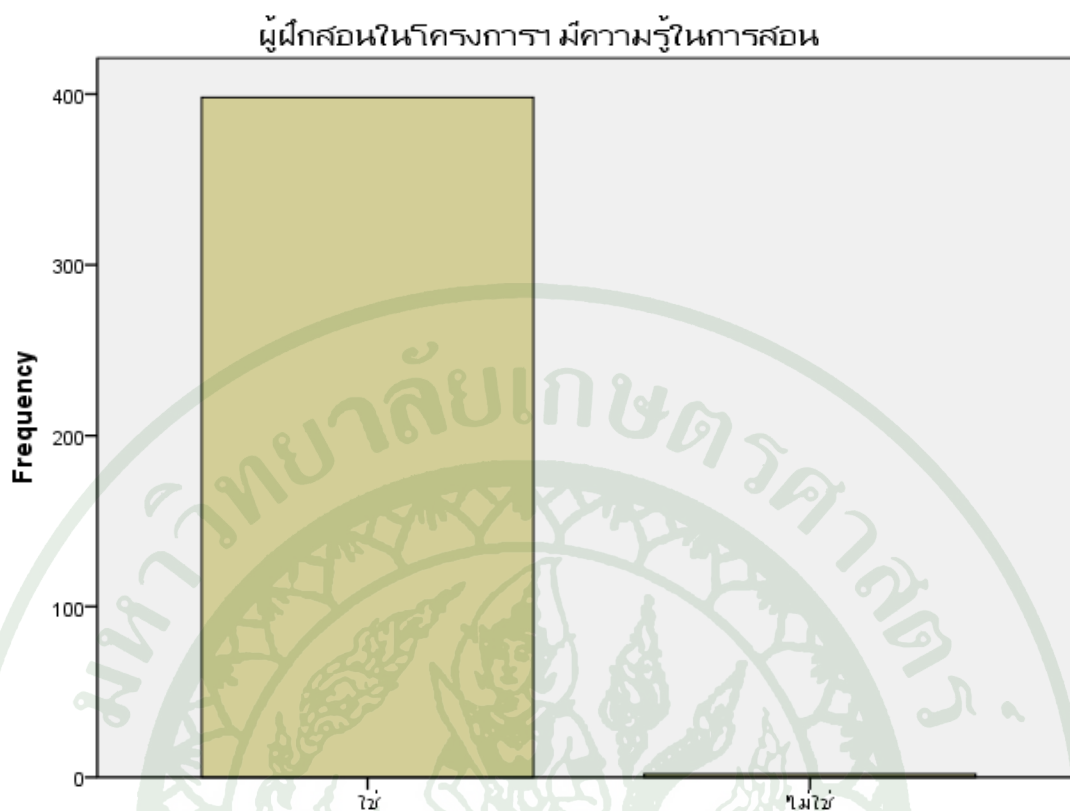
ภาพที่ 7 ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการคัดเลือกผู้ฝึกสอนในโครงการฯ

จากภาพที่ 7 เกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ในประเด็นของการคัดเลือกผู้ฝึกสอนในโครงการฯ โดยผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทั้งหมด คือ จำนวน 399 คน มีความเห็นว่า ผู้ฝึกสอนต้องผ่านการคัดเลือกมาเป็นอย่างดี หรือคิดเป็นจำนวนร้อยละ 99.8 ในขณะที่มีผู้ตอบแบบสอบถามเพียงคนเดียว หรือร้อยละ .2 ที่คิดว่าผู้ฝึกสอนในโครงการฯ ไม่ต้องผ่านการคัดเลือก



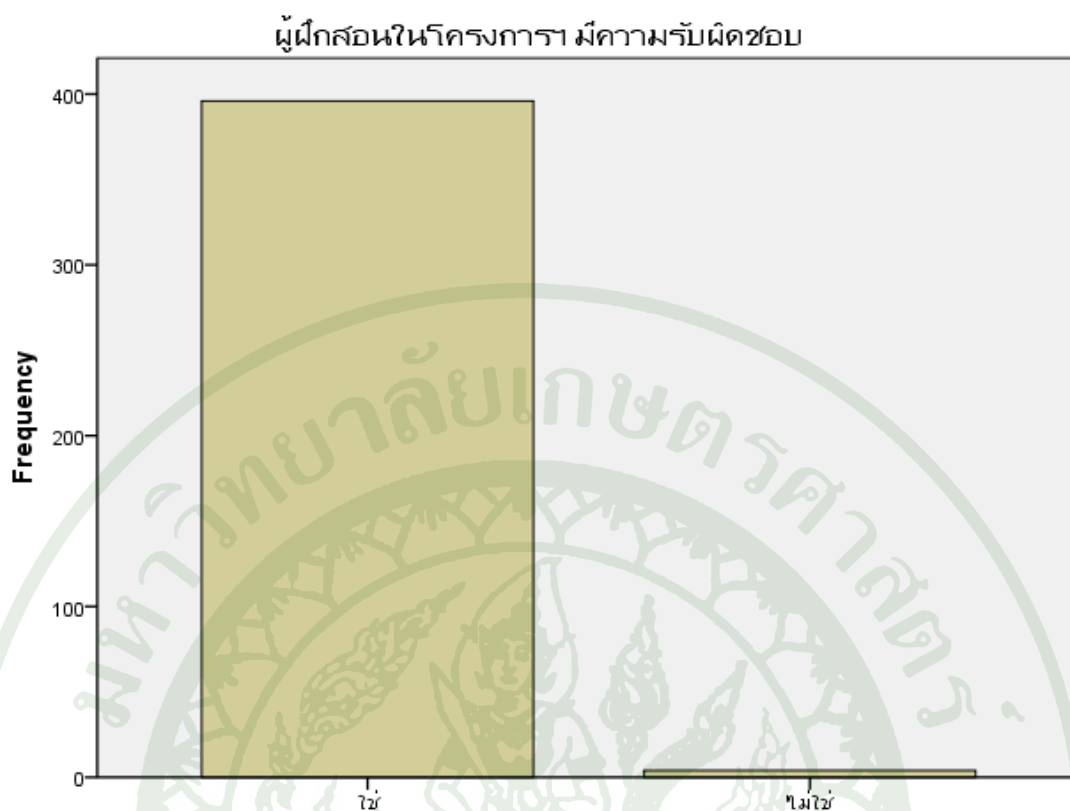
ภาพที่ 8 ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับใบอนุญาตของผู้ฝึกสอนในโครงการฯ

จากภาพที่ 8 จากความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ในประเด็นของใบอนุญาต (License) ของผู้ฝึกสอนในโครงการฯ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 392 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 98 มีความเห็นว่าผู้ฝึกสอนต้องมีใบอนุญาตเพื่อเป็นการรับรองความสามารถและคุณสมบัติต่าง ๆ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนน้อยที่มีจำนวน 8 คน หรือร้อยละ 2 ตอบว่าไม่จำเป็น



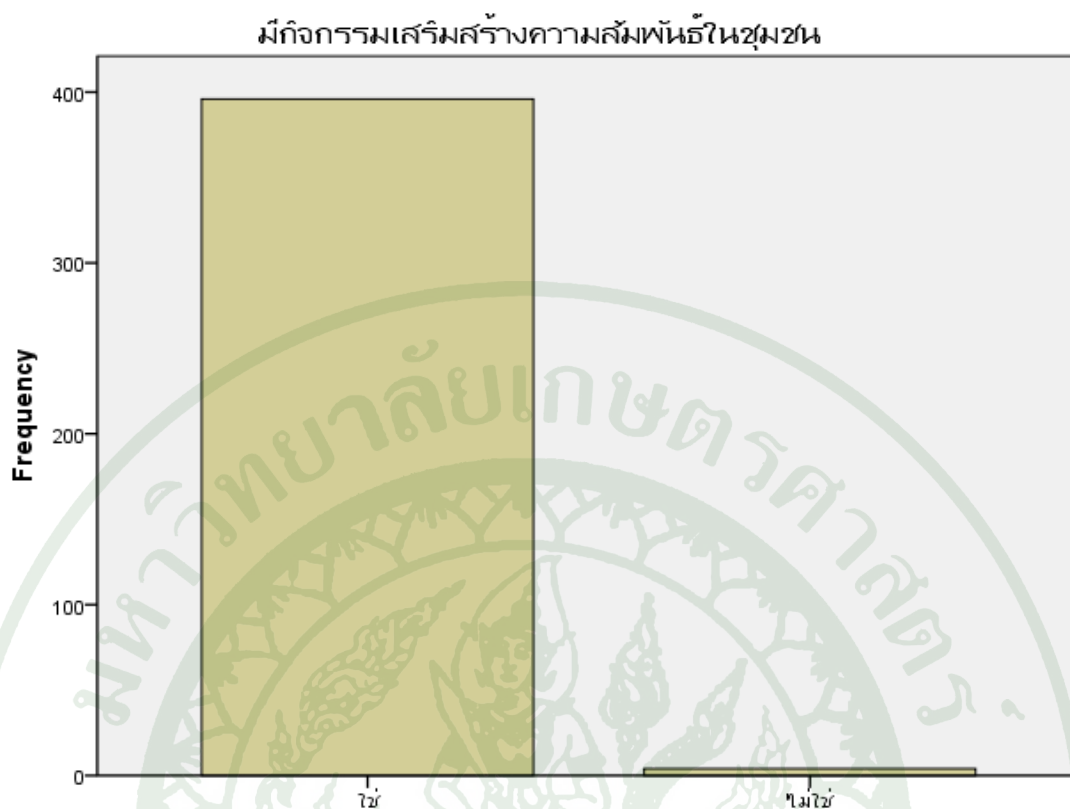
ภาพที่ 9 ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้ของผู้ฝึกสอนในโครงการฯ

จากภาพที่ 9. ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้ของผู้ฝึกสอนในโครงการฯ ดังนี้ว่า จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 398 คน หรือร้อยละ 99.5 มีความเห็นว่าผู้ฝึกสอนจำเป็นต้องมีความรู้ในการสอนฟุตบอล ซึ่งในขณะเดียวกันพบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 2 คน หรือคิดเป็นร้อยละ .5 ที่แสดงความคิดเห็นว่าไม่จำเป็น



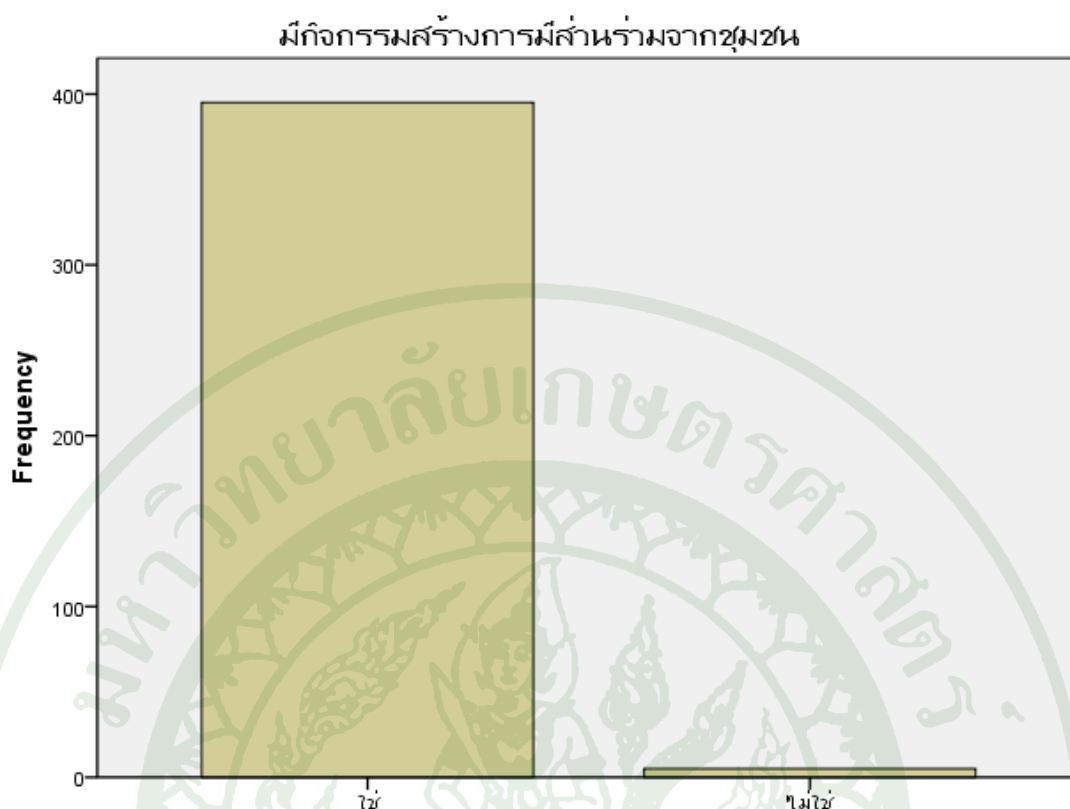
ภาพที่ 10 ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความรับผิดชอบของผู้ฝึกสอนในโครงการฯ

จากภาพที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความรับผิดชอบของผู้ฝึกสอนในโครงการฯ ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 396 คน หรือร้อยละ 99 ตอบว่า ผู้ฝึกสอนในโครงการฯ นี้มีความรับผิดชอบ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 4 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 1 ตอบว่าไม่ใช่



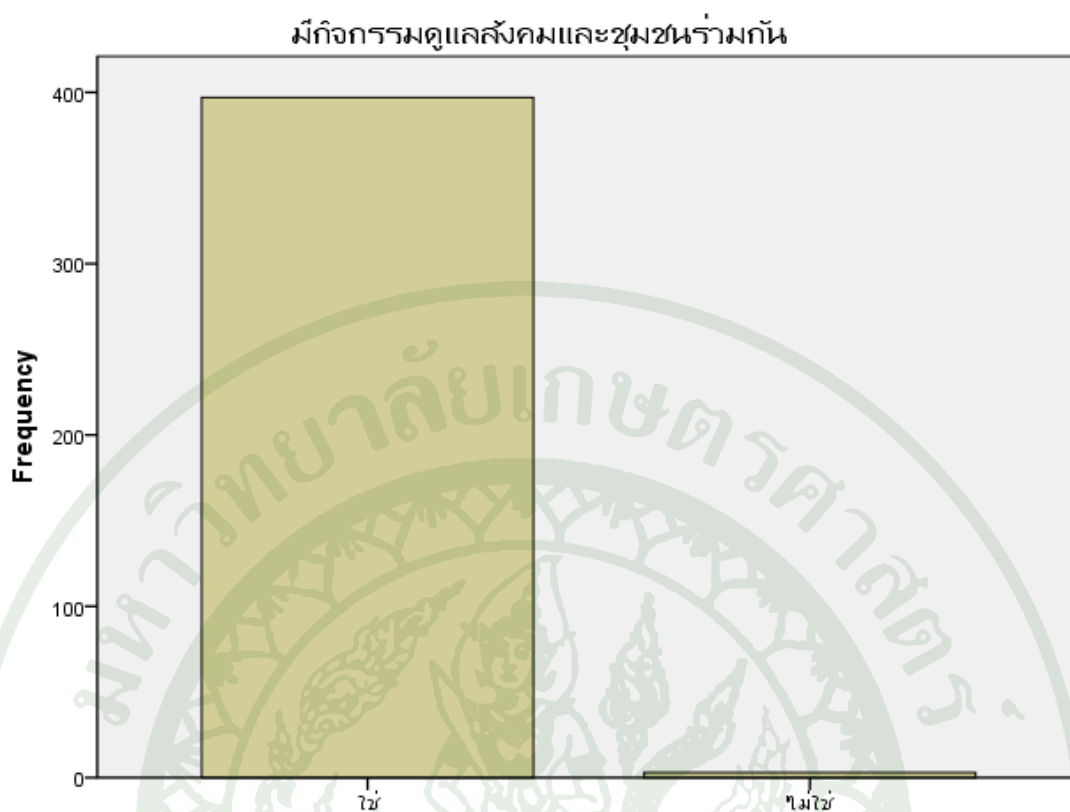
ภาพที่ 11 ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมเสริมสร้างความสัมพันธ์ในชุมชนของโครงการฯ

จากภาพที่ 11 ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมเสริมสร้างความสัมพันธ์ในชุมชนของโครงการฯ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 396 คน หรือคิดเป็นจำนวนร้อยละ 99 ตอบว่า โครงการฯ นี้มีการจัดกิจกรรมเสริมสร้างความสัมพันธ์ในชุมชน ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 4 คน หรือร้อยละ 1 ตอบว่าไม่มี



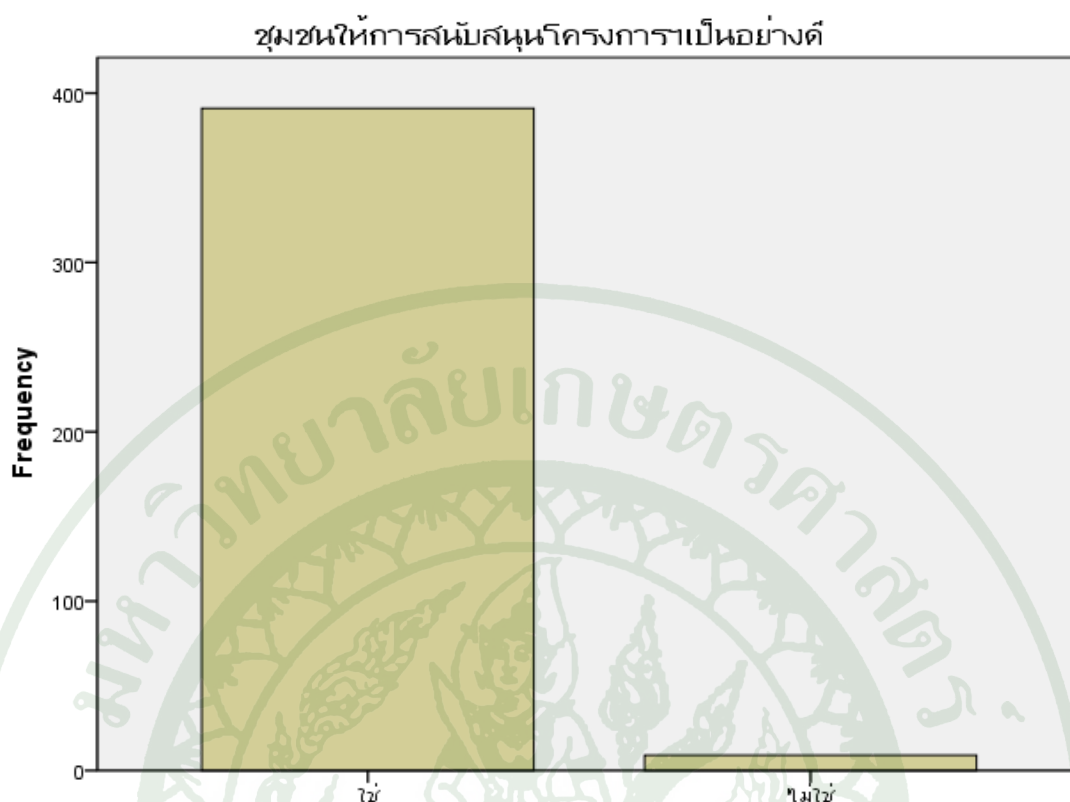
ภาพที่ 12 ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วมจากชุมชน

จากภาพที่ 12 ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วมจากชุมชน ซึ่งปรากฏว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 395 หรือร้อยละ 98.8 ตอบว่าโครงการฯ ได้จัดกิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วมจากชุมชน ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 5 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 1.2 ตอบว่าไม่มี



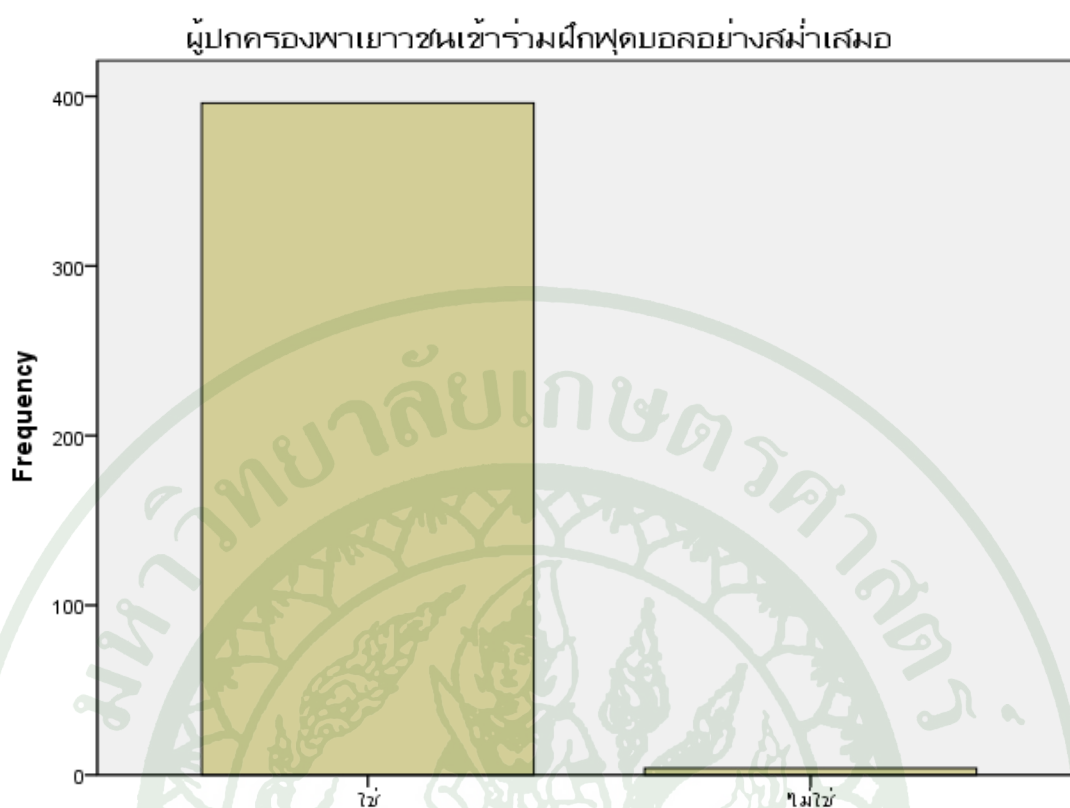
ภาพที่ 13 ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมดูแลสังคมและชุมชนร่วมกัน

จากภาพที่ 13 พบว่า จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน ได้แสดงความคิดเห็นในการจัดกิจกรรมดูแลสังคมและชุมชนร่วมกัน ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 397 หรือร้อยละ 99.3 ได้แสดงความคิดเห็นว่าโครงการฯ มีการจัดกิจกรรมดูแลสังคมและชุมชนร่วมกัน ในขณะที่ร้อยละ .7 หรือผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 3 คน แสดงความคิดเห็นว่าไม่มี



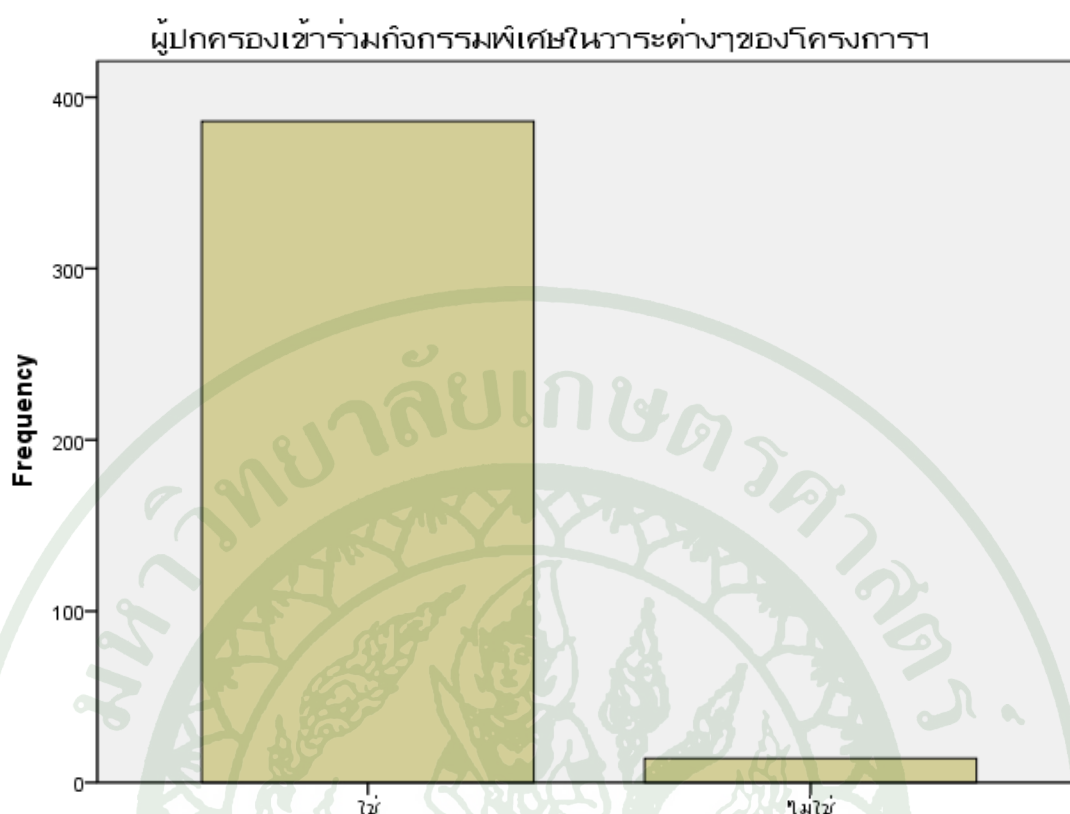
ภาพที่ 14 ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประเด็นของการที่ชุมชนได้เข้ามาให้การสนับสนุนโครงการเป็นอย่างดี

จากภาพที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการที่ชุมชนได้เข้าร่วมให้การสนับสนุนโครงการเป็นอย่างดี ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ จำนวน 391 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 97.8 ได้รับรู้ว่าชุมชนได้เข้ามามีบทบาทในการสนับสนุนกิจกรรมของโครงการเป็นอย่างดี ในขณะที่มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 9 คน หรือร้อยละ 2.2 ที่แสดงความคิดเห็นว่าชุมชนไม่ได้ให้การสนับสนุนโครงการ



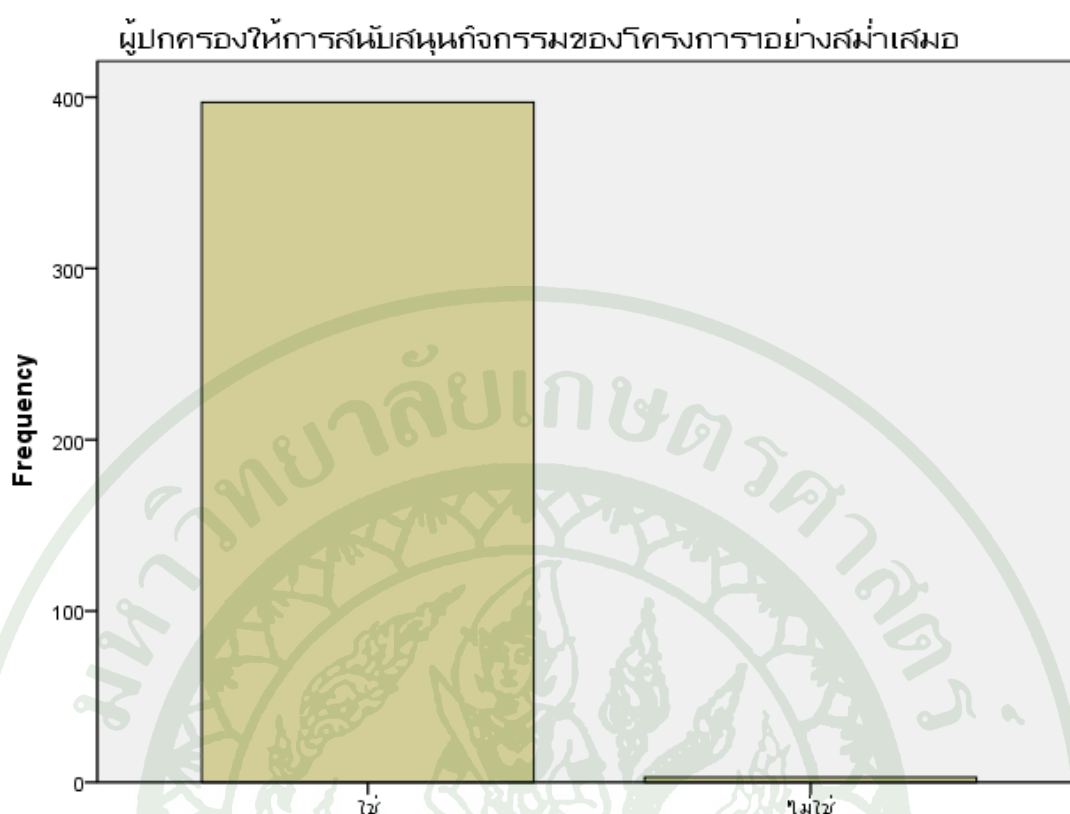
ภาพที่ 15 ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประเด็นของการพาบุตรหลานเข้าร่วมฝึกฟุตบอลอย่างสม่ำเสมอ

จากภาพที่ 15 พบว่า จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการพาบุตรหลานมาเข้าร่วมฝึกฟุตบอลอย่างสม่ำเสมอ โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 396 คน หรือร้อยละ 99 ได้พาบุตรหลานเข้าร่วมฝึกฟุตบอลในโครงการอย่างสม่ำเสมอ ในขณะที่มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 4 คน หรือร้อยละ 1 ที่ไม่สามารถเข้าร่วมได้อย่างสม่ำเสมอ



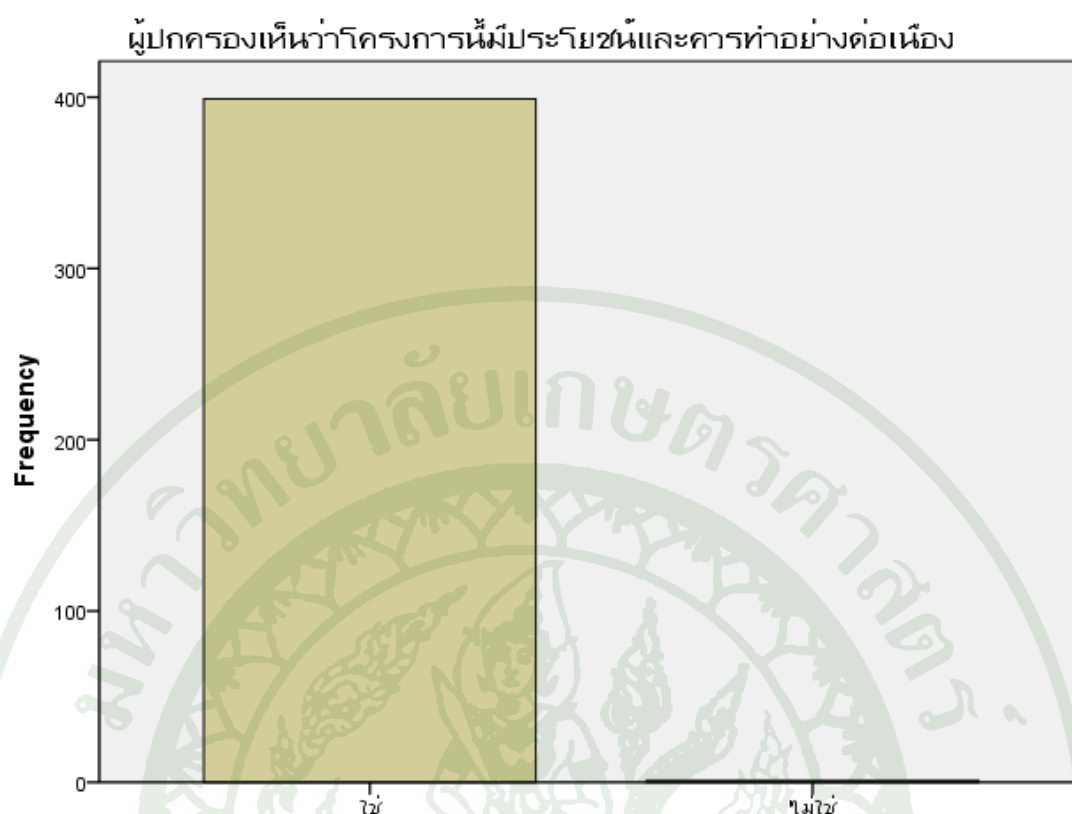
ภาพที่ 16 ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประเด็นของผู้ปกครองได้มีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมพิเศษในวาระต่าง ๆ ของโครงการ

จากภาพที่ 16 พบว่า จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 386 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 96.5 ได้เข้าร่วมกิจกรรมพิเศษในวาระต่าง ๆ ของโครงการ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 14 คน หรือร้อยละ 3.5 ที่ไม่มีโอกาสได้เข้าร่วมกิจกรรมพิเศษของโครงการ



ภาพที่ 17 ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประเด็นของการที่ผู้ปกครองได้ให้การสนับสนุนโครงการอย่างสม่ำเสมอ

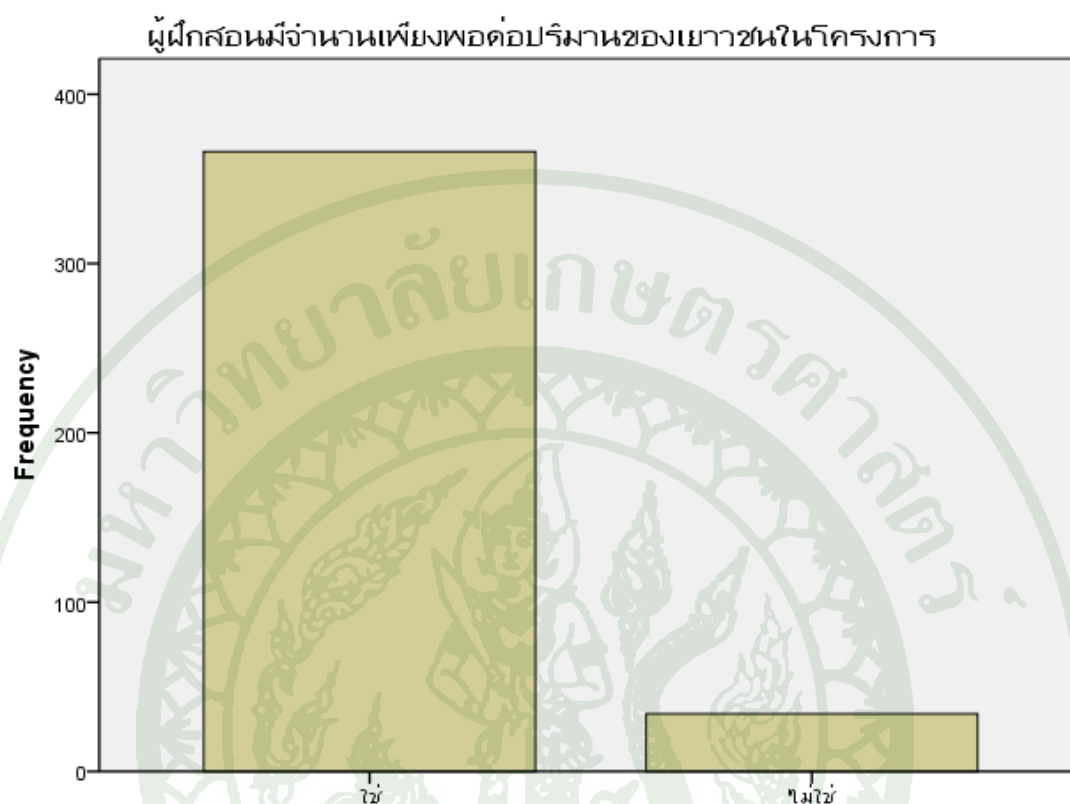
จากภาพที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ได้แสดงความคิดเห็นในประเด็นที่ผู้ปกครองให้การสนับสนุนกิจกรรมของโครงการอย่างสม่ำเสมอไว้ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 397 คน หรือร้อยละ 99.3 ได้ให้การสนับสนุนกิจกรรมของโครงการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ในขณะที่มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 3 คน หรือคิดเป็นจำนวนร้อยละ .7 ที่ไม่ได้ให้การสนับสนุนกิจกรรมของโครงการ



ภาพที่ 18 ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นของการมีประโยชน์ของโครงการและควรทำอย่างต่อเนื่อง

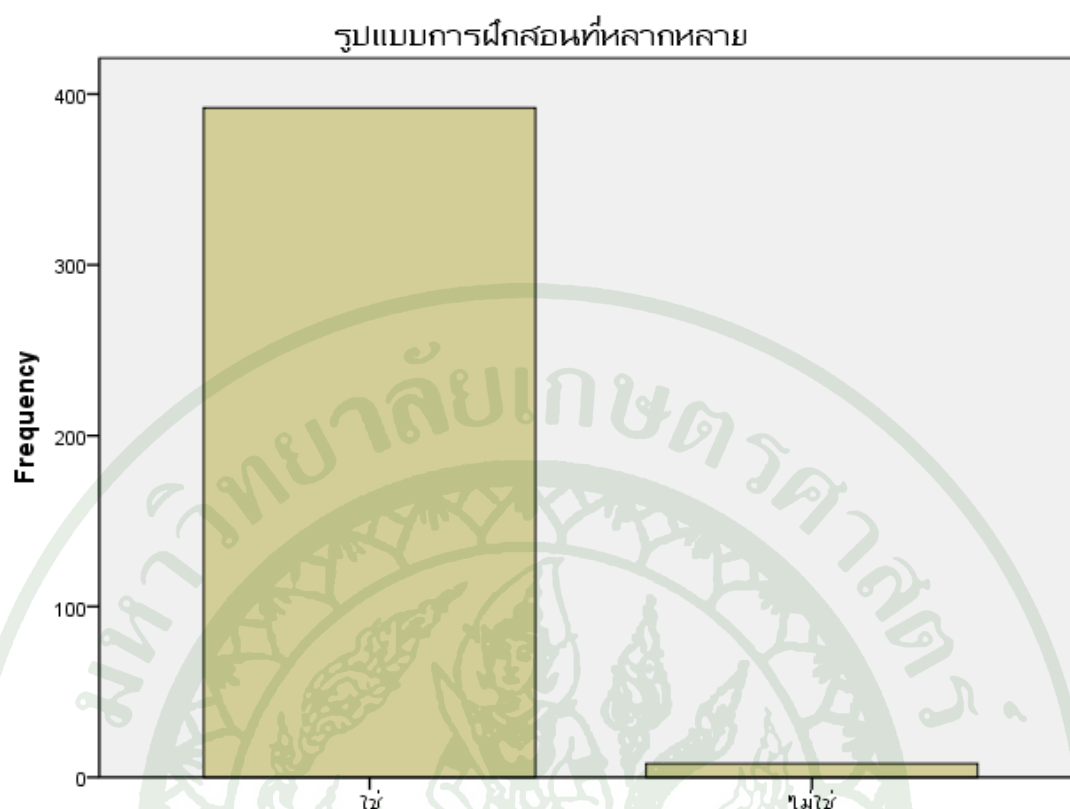
จากภาพที่ 18 พบว่า จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน ได้แสดงความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับประโยชน์ของโครงการฯ และควรมีการทำอย่างต่อเนื่อง ไว้ดังนี้ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทั้งหมดจำนวน 399 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 99.8 เห็นว่าโครงการฯ นี้มีประโยชน์และควรทำอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 1 คน หรือร้อยละ .2 ที่ไม่เห็นประโยชน์ของโครงการฯ

2. ด้านทรัพยากรในการจัดการ



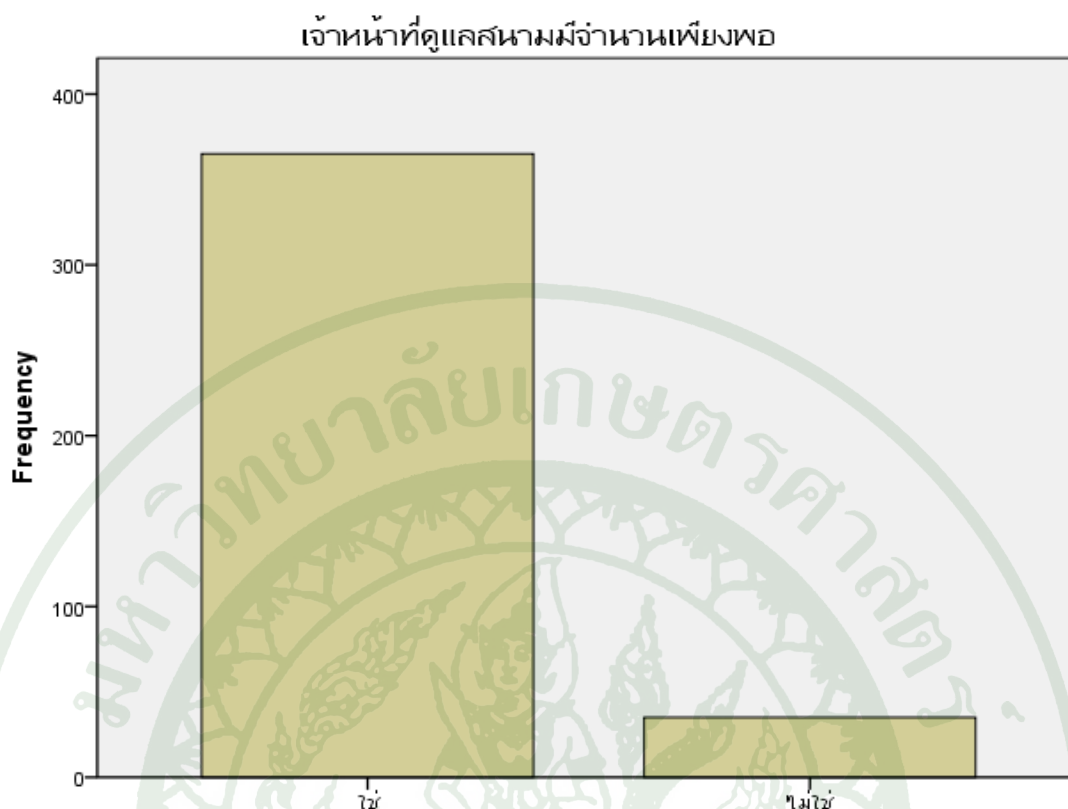
ภาพที่ 19 ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ในประเด็นของจำนวนผู้ฝึกสอนในโครงการฯ

จากภาพที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับจำนวนของผู้ฝึกสอนว่ามีความเพียงพอต่อปริมาณของเยาวชนในโครงการหรือไม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 366 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 91.5 เห็นว่าจำนวนผู้ฝึกสอนมีเพียงพอกับจำนวนเยาวชนในโครงการฯ ในขณะที่ 34 คน หรือร้อยละ 8.5 ของผู้ตอบแบบสอบถาม เห็นว่าจำนวนผู้ฝึกสอนไม่พอกับจำนวนเยาวชน



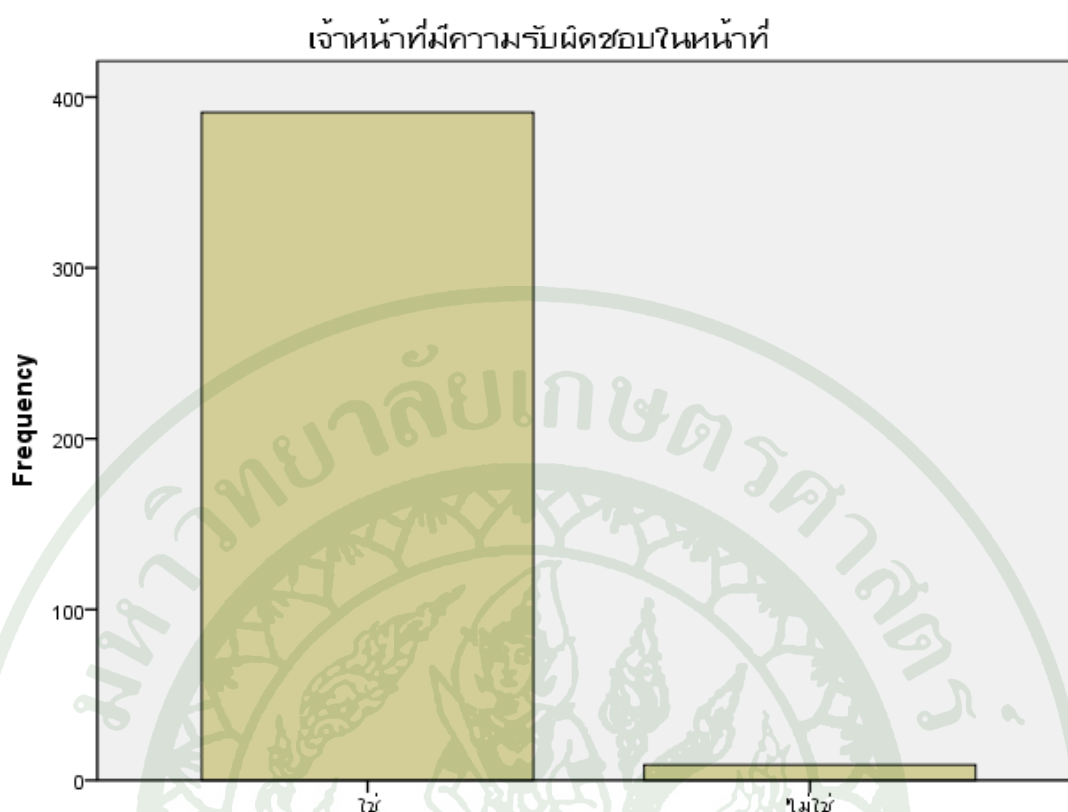
ภาพที่ 20 ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นของรูปแบบการสอนในโครงการฯ

จากภาพที่ 20 ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความหลากหลายของรูปแบบการฝึกสอน ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 392 คน หรือร้อยละ 98 เห็นว่ารูปแบบการฝึกสอนในโครงการฯ มีความหลากหลาย ในขณะที่มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 8 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 2 ที่เห็นว่าไม่ใช่



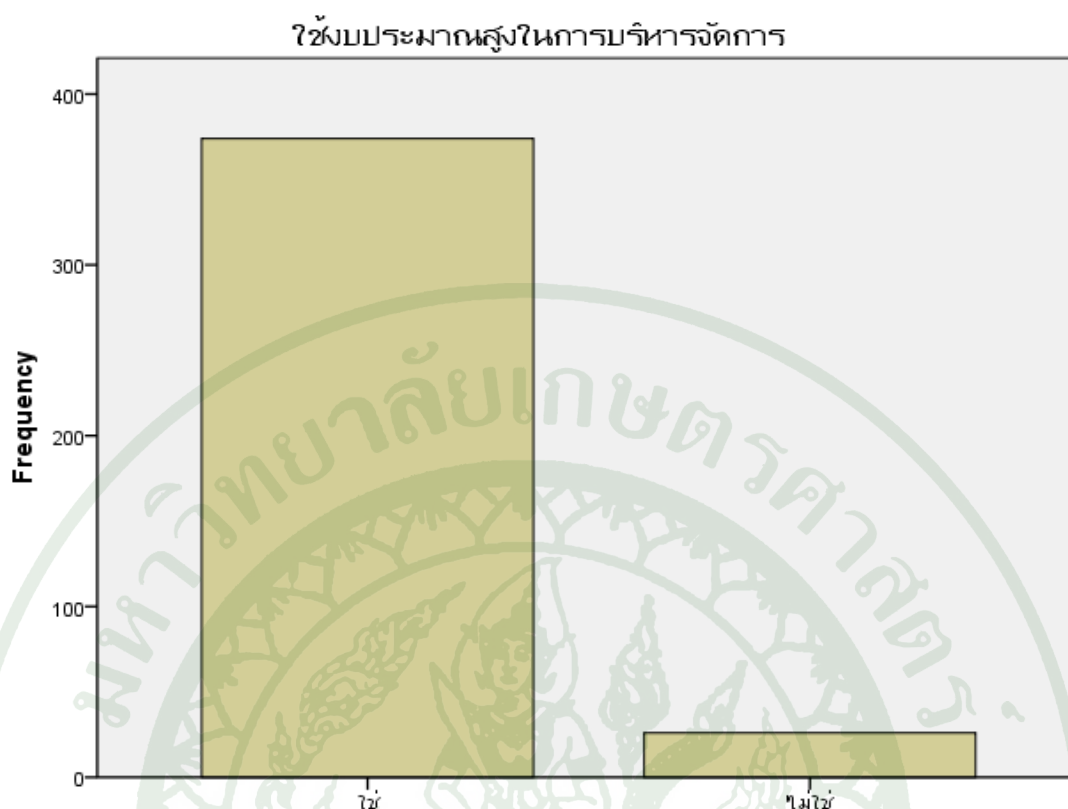
ภาพที่ 21 ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นของจำนวนเจ้าหน้าที่ประจำทำหน้าที่ดูแลสนามในโครงการฯ

จากภาพที่ 21 ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ได้แสดงความคิดเห็นในประเด็นของจำนวนเจ้าหน้าที่ประจำในโครงการฯ ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 365 คน หรือร้อยละ 91.3 เห็นว่าจำนวนเจ้าหน้าที่ประจำในสนามมีความเพียงพอ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 35 คน หรือร้อยละ 8.7 เห็นว่าจำนวนเจ้าหน้าที่ในสนามไม่เพียงพอ



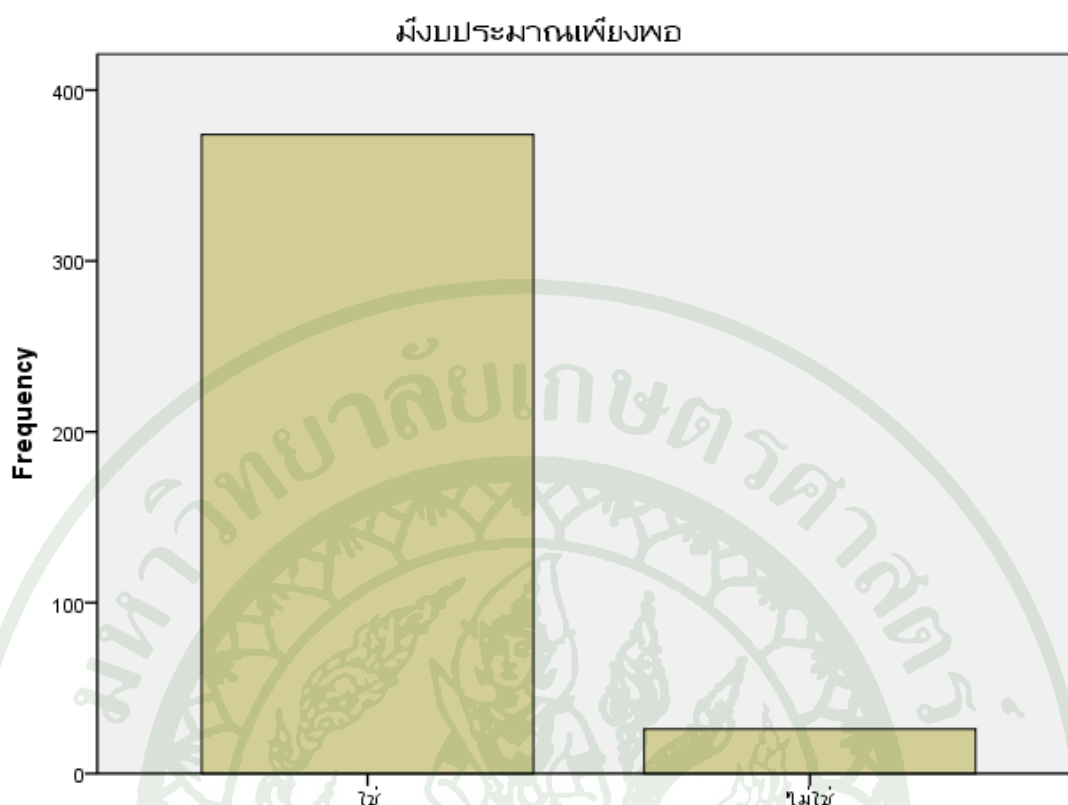
ภาพที่ 22 ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นของความรับผิดชอบต่อเจ้าหน้าที่ประจำสนามในโครงการฯ

จากภาพที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน แสดงความคิดเห็นในประเด็นของความรับผิดชอบต่อเจ้าหน้าที่ประจำสนามในโครงการฯ ดังนี้ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 391 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 97.8 เห็นว่าเจ้าหน้าที่ประจำมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ ในขณะที่อีกพบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 9 คน หรือร้อยละ 2.2 เห็นว่าเจ้าหน้าที่ในสนามไม่มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่



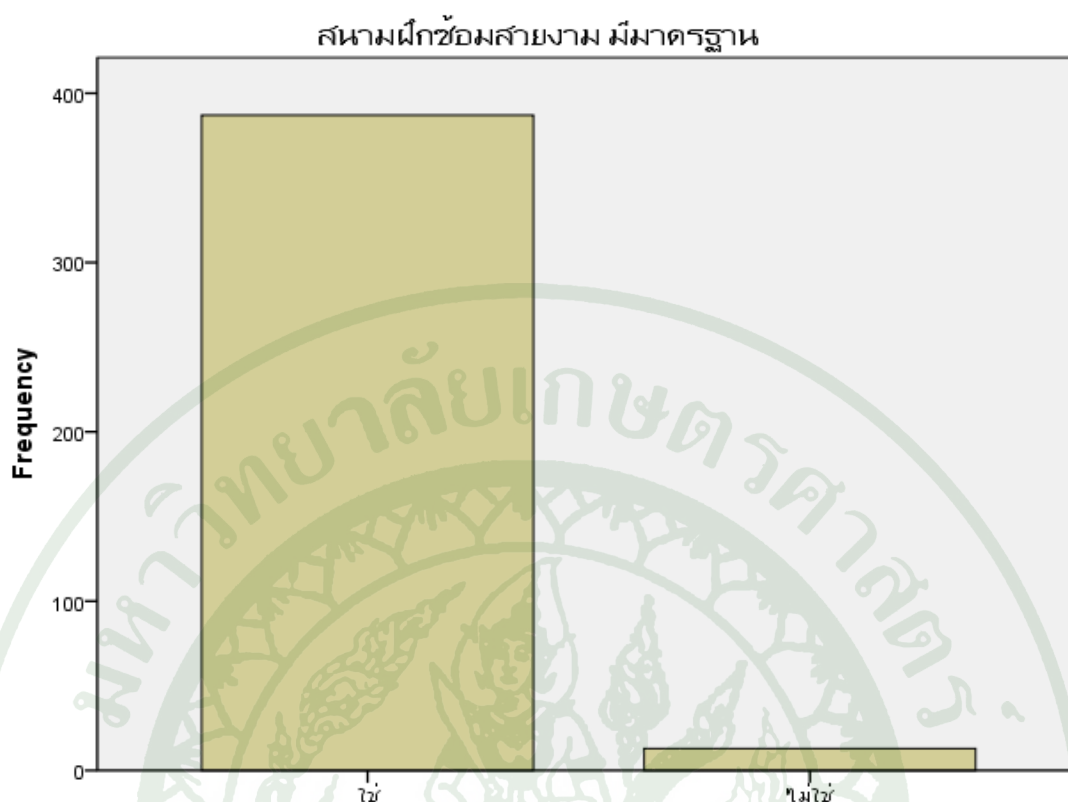
ภาพที่ 23 ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นของการใช้งบประมาณในการดำเนินโครงการฯ

จากภาพที่ 23 ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ได้แสดงความคิดเห็นในประเด็นของการใช้งบประมาณที่สูงในการบริหารจัดการโครงการฯ ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 374 คน หรือร้อยละ 93.5 เห็นว่าโครงการฯ นี้ใช้งบประมาณสูงในการบริหารจัดการ ในขณะที่ มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 26 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 6.5 ที่ไม่เห็นว่าการใช้งบประมาณในการบริหารจัดการสูง



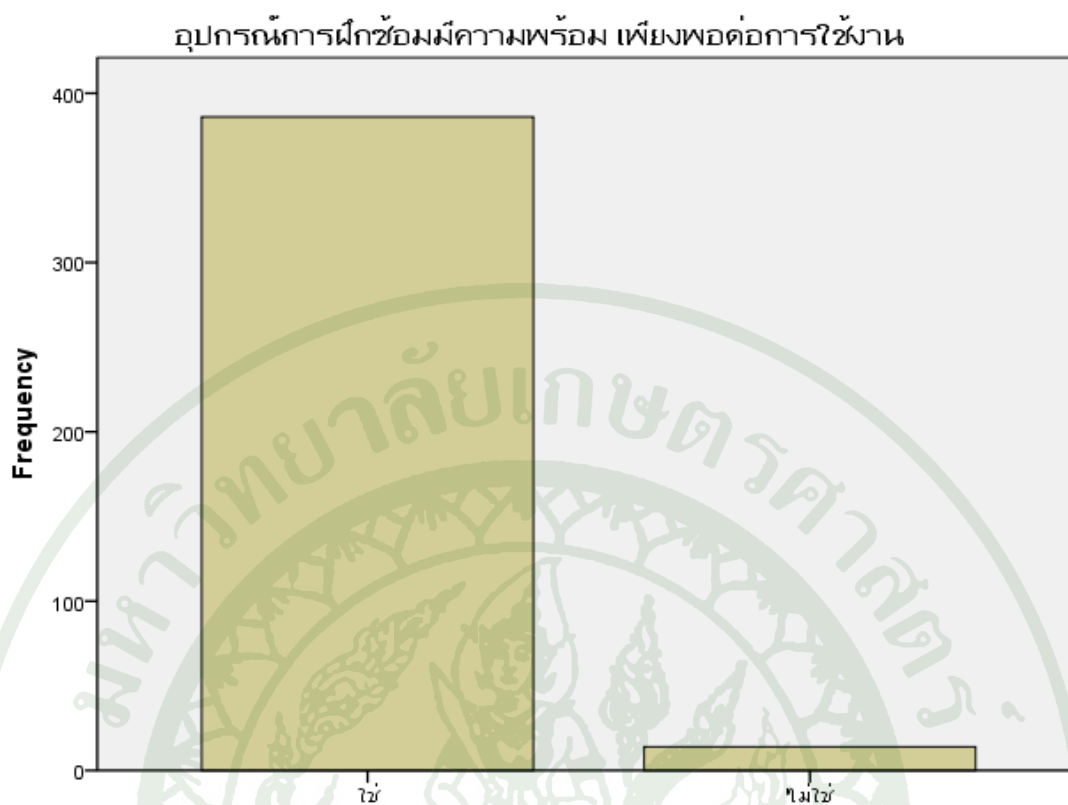
ภาพที่ 24 ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นของการมีงบประมาณที่เพียงพอในการดำเนินการโครงการฯ

จากภาพที่ 24 พบว่า จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน ได้แสดงความคิดเห็นในประเด็นของการมีงบประมาณเพียงพอในการบริหารจัดการโครงการฯ โดยพบว่า จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 374 คน หรือร้อยละ 93.5 เห็นว่าโครงการฯ นี้มีงบประมาณเพียงพอในการบริหารจัดการ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 26 คน หรือร้อยละ 6.5 ที่เห็นว่าโครงการฯ นี้มีงบประมาณไม่เพียงพอ



ภาพที่ 25 ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสนามฝึกซ้อมมีความสวยงามและมีมาตรฐาน

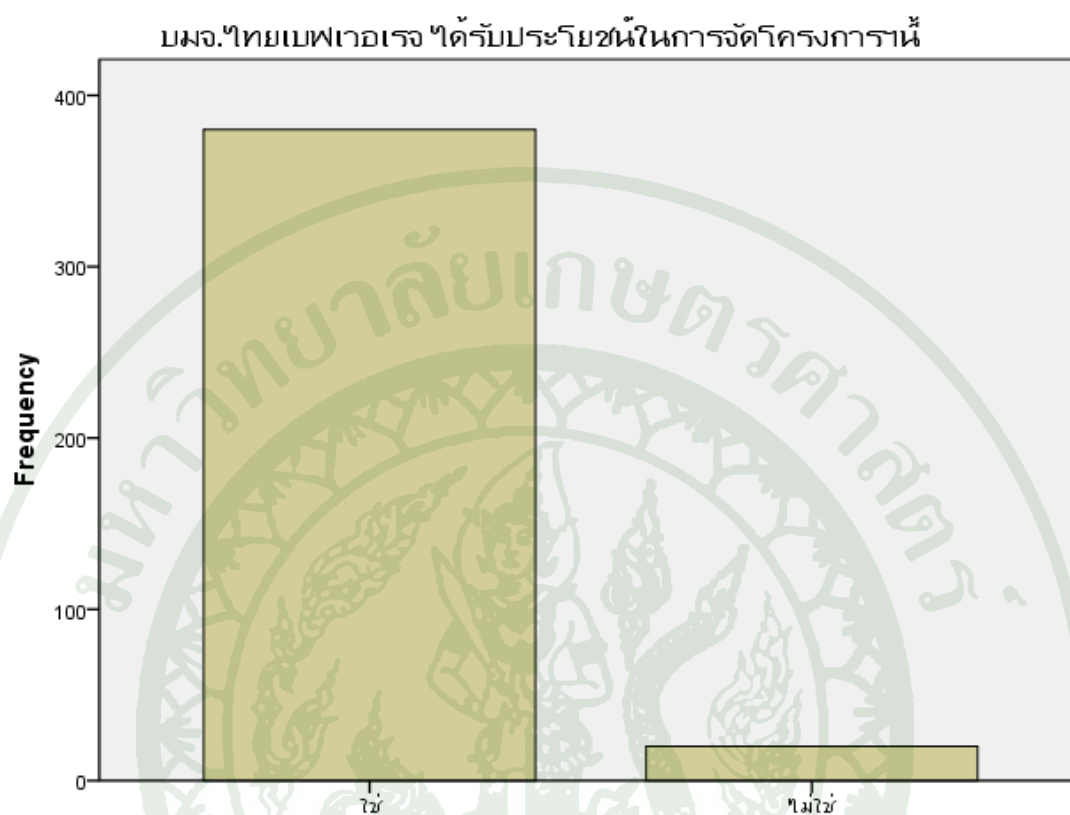
จากภาพที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความสวยงาม และมีมาตรฐานของสนามฝึกซ้อมในโครงการฯ ไว้ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 387 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 96.8 เห็นว่าสนามฝึกซ้อมในโครงการฯ มีความสวยงามและมีมาตรฐาน ในขณะที่มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 13 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 3.2 ที่ไม่เห็นว่าเป็นว่าสนามของโครงการฯ มีความสวยงามและมีมาตรฐาน



ภาพที่ 26 ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับอุปกรณ์การฝึกซ้อม
มีความพร้อมต่อการใช้งาน และมีจำนวนเพียงพอ

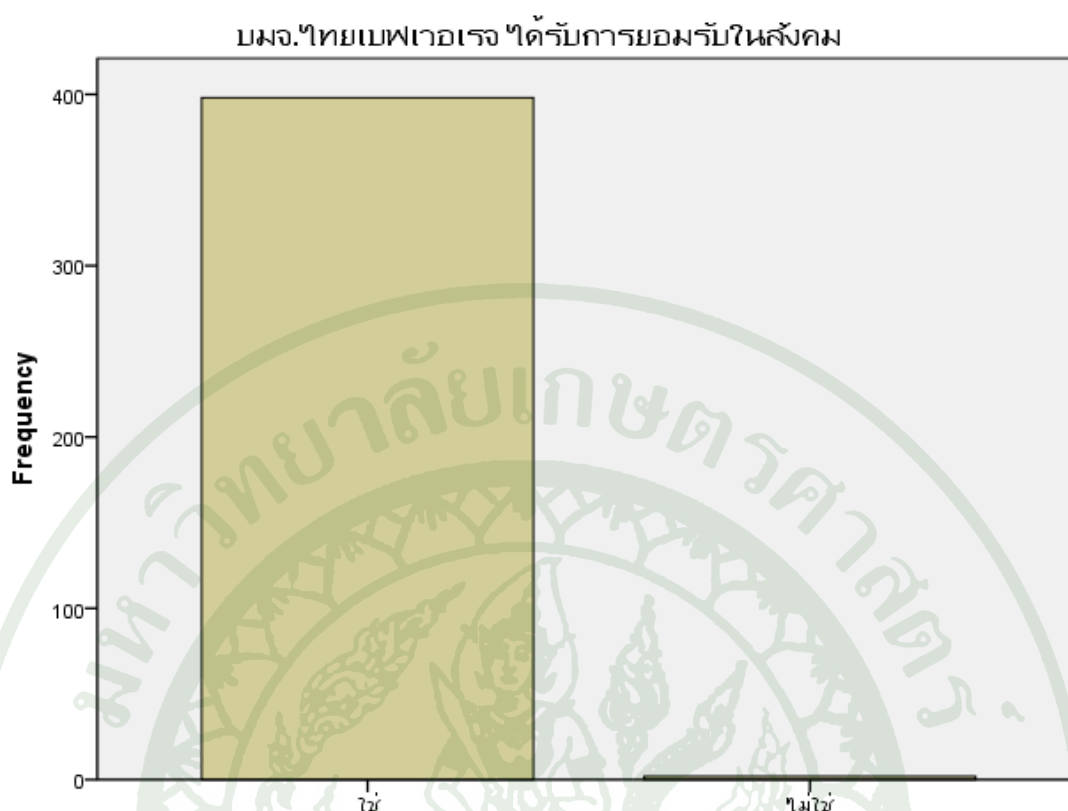
จากภาพที่ 26 พบว่า จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน ได้ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพร้อมและจำนวนที่เพียงพอของอุปกรณ์การฝึกซ้อมในโครงการฯ ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถาม 386 คน หรือร้อยละ 96.5 เห็นว่าอุปกรณ์การฝึกซ้อมในสนามมีความพร้อมและมีจำนวนเพียงพอต่อการใช้งาน และมีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 14 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 3.5 ที่ไม่เห็นว่าเป็นว่าอุปกรณ์การฝึกซ้อมในสนามไม่มีความพร้อมและมีจำนวนไม่เพียงพอต่อการใช้งาน

3. ด้านผลของการดำเนินการ



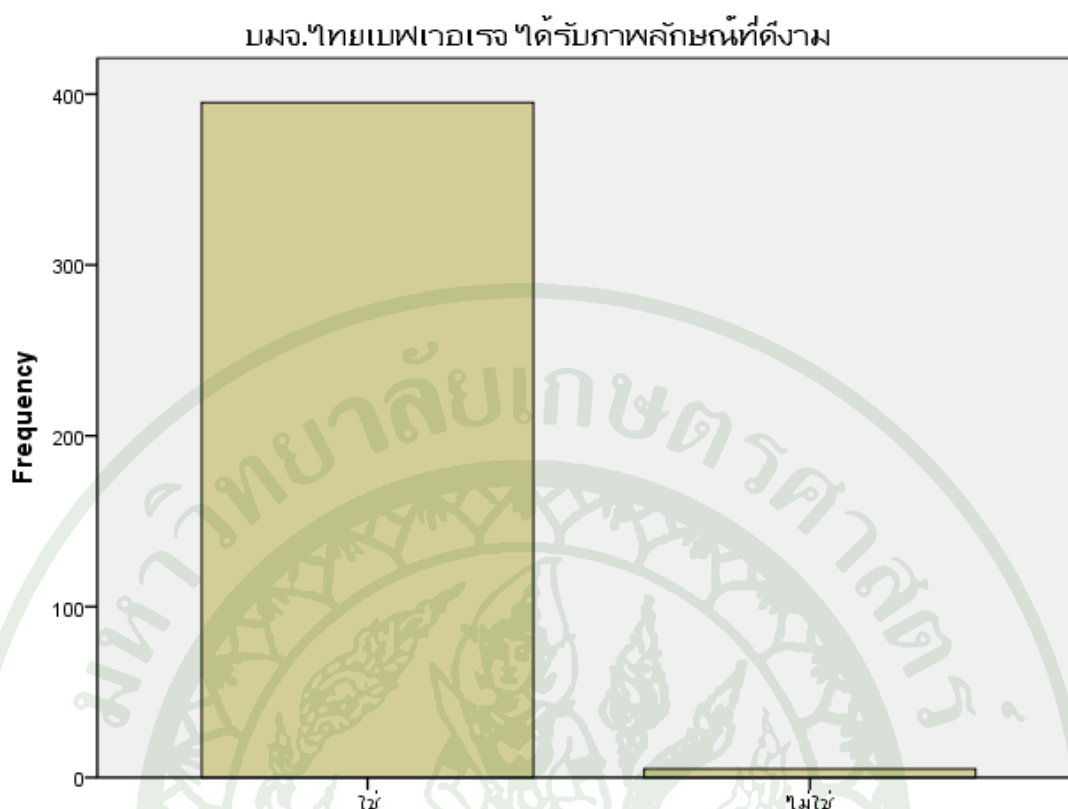
ภาพที่ 27 ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประโยชน์ที่ บมจ.ไทยเบฟเวอเรจ
ได้รับจากการจัดทำโครงการฯ

จากภาพที่ 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ที่ บมจ.ไทยเบฟเวอเรจได้รับ จากการจัดทำโครงการฯ ในครั้งนี้ ไว้ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 380 คน หรือร้อยละ 95 เห็นว่า บมจ.ไทยเบฟเวอเรจได้รับประโยชน์จากการจัดทำโครงการฯ นี้ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 20 คน หรือร้อยละ 5 คิดว่า บมจ.ไทยเบฟเวอเรจไม่ได้รับประโยชน์จากการจัดทำโครงการฯ



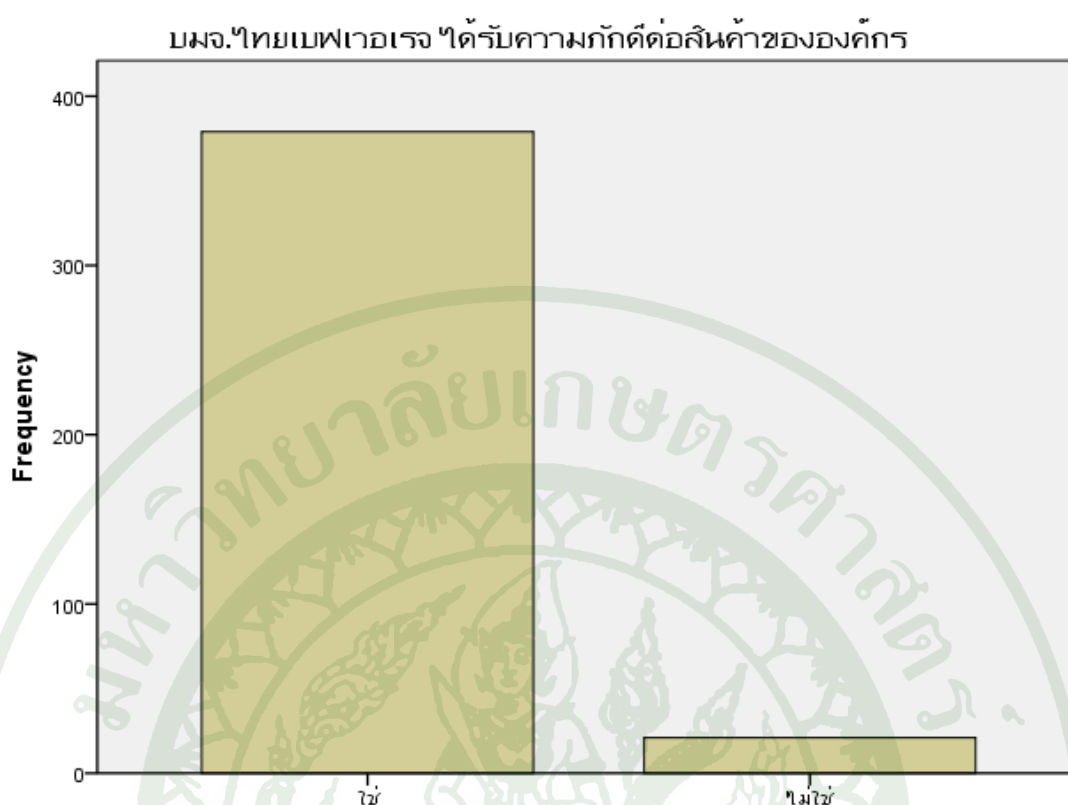
ภาพที่ 28 ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นที่ บมจ.ไทยเบฟเวอเรจ ได้รับการยอมรับในสังคมจากการจัดทำโครงการฯ

จากภาพที่ 28 พบว่า จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน ที่ให้ความเห็นในประเด็นที่ บมจ.ไทยเบฟเวอเรจ ได้รับการยอมรับในสังคม จากการจัดทำโครงการฯ ในครั้งนี้ iva ดังนี้ มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 398 คน หรือร้อยละ 99.5 เห็นว่า บมจ.ไทยเบฟเวอเรจได้รับการยอมรับจากการจัดทำโครงการฯ ในขณะที่มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 2 คน หรือคิดเป็นร้อยละ .5 ที่คิดว่า บมจ.ไทยเบฟเวอเรจไม่ได้รับการยอมรับจากสังคม



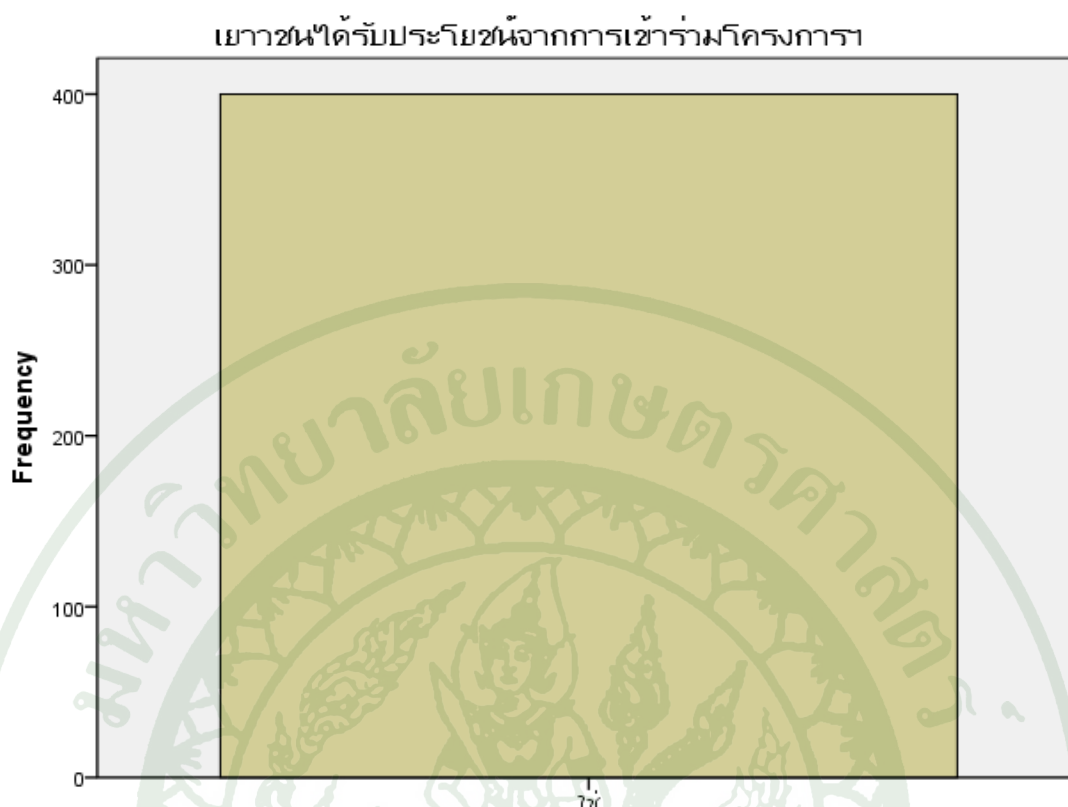
ภาพที่ 29 ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นที่ บมจ.ไทยเบฟเวอเรจ ได้รับภาพลักษณ์ที่ดีงามจากการจัดทำโครงการฯ

จากภาพที่ 29 พบว่า จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน ที่ให้ความเห็นในประเด็นที่ บมจ.ไทยเบฟเวอเรจ ได้รับภาพลักษณ์ที่ดีงาม จากการจัดทำโครงการฯ ในครั้งนี้ ไว้ดังนี้ มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 395 คน หรือร้อยละ 98.8 เห็นว่า บมจ.ไทยเบฟเวอเรจ ได้รับภาพลักษณ์ที่ดีงาม จากการจัดทำโครงการฯ ในครั้งนี้ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 คน หรือร้อยละ 1.2 เห็นว่า บมจ.ไทยเบฟเวอเรจ ไม่ได้ได้รับภาพลักษณ์ที่ดีงาม



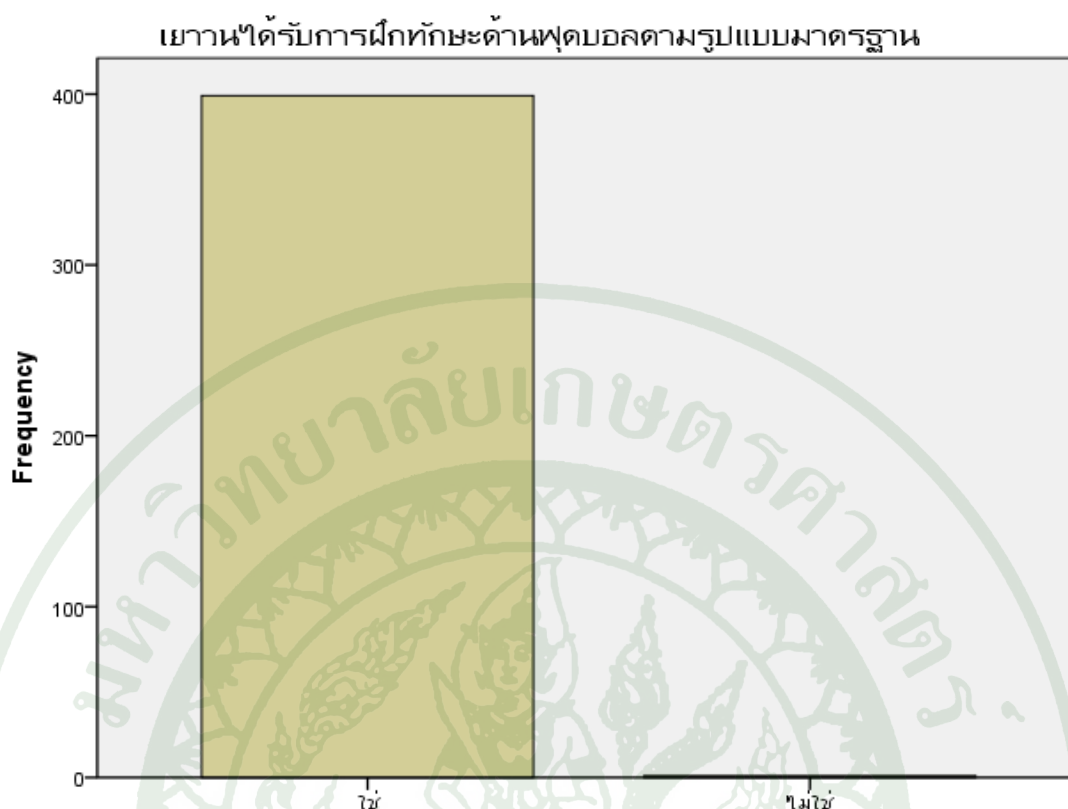
ภาพที่ 30 ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นที่ บมจ.ไทยเบฟเวอเรจ ได้รับความภักดีต่อตราสินค้าขององค์กร จากการจัดทำโครงการฯ

จากภาพที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน ได้ให้ความเห็นในประเด็นที่ บมจ.ไทยเบฟเวอเรจ ได้รับความภักดีต่อตราสินค้าขององค์กร จากการจัดทำโครงการฯ ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 379 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 94.8 เห็นว่า บมจ.ไทยเบฟเวอเรจ ได้รับความภักดีต่อตราสินค้าขององค์กร จากการจัดทำโครงการฯ ในครั้งนี้ และมีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 21 คน หรือคิดเป็น ร้อยละ 5.2 ที่เห็นว่า บมจ.ไทยเบฟเวอเรจไม่ได้รับความภักดีต่อตราสินค้าขององค์กร



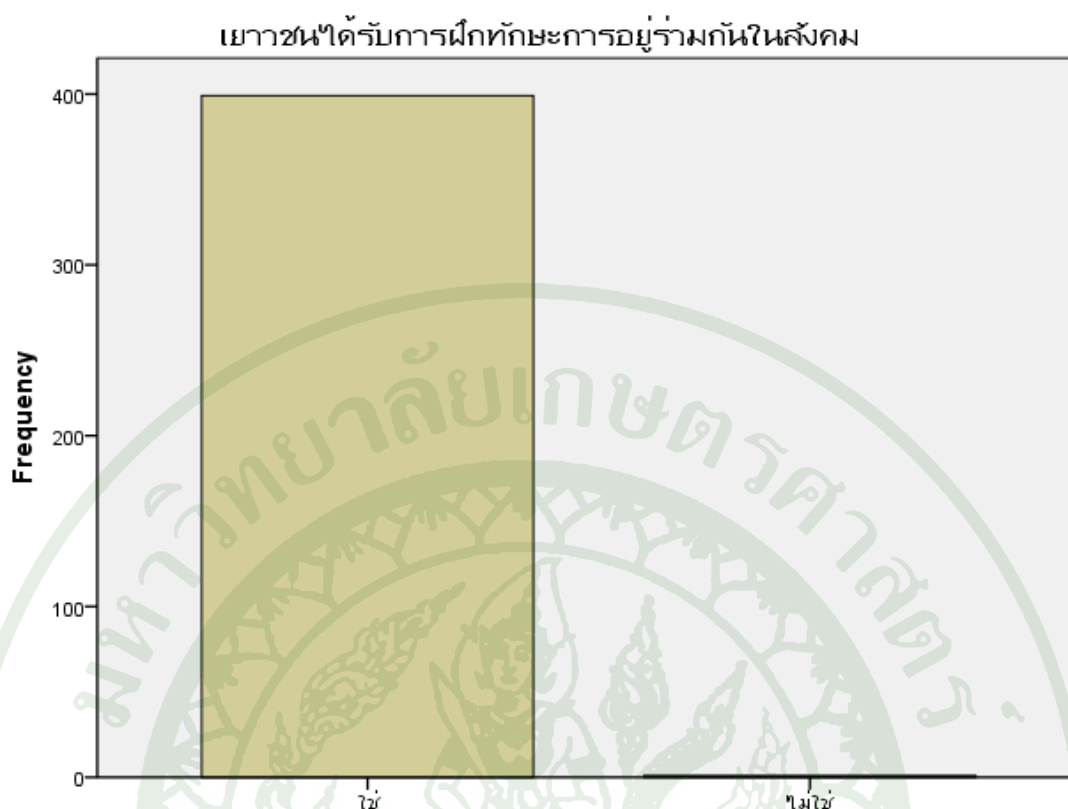
ภาพที่ 31 ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเยาวชนที่ได้รับประโยชน์จากการเข้าร่วมโครงการฯ

จากภาพที่ 31 พบว่า จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 400 คน ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเยาวชนที่ได้รับประโยชน์จากการเข้าร่วมโครงการฯ ในครั้งนี้ เป็นไปในแนวทางเดียวกันร้อยละร้อย คือ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเห็นว่าเยาวชนจะได้รับประโยชน์จากการเข้าร่วมโครงการอย่างแน่นอน



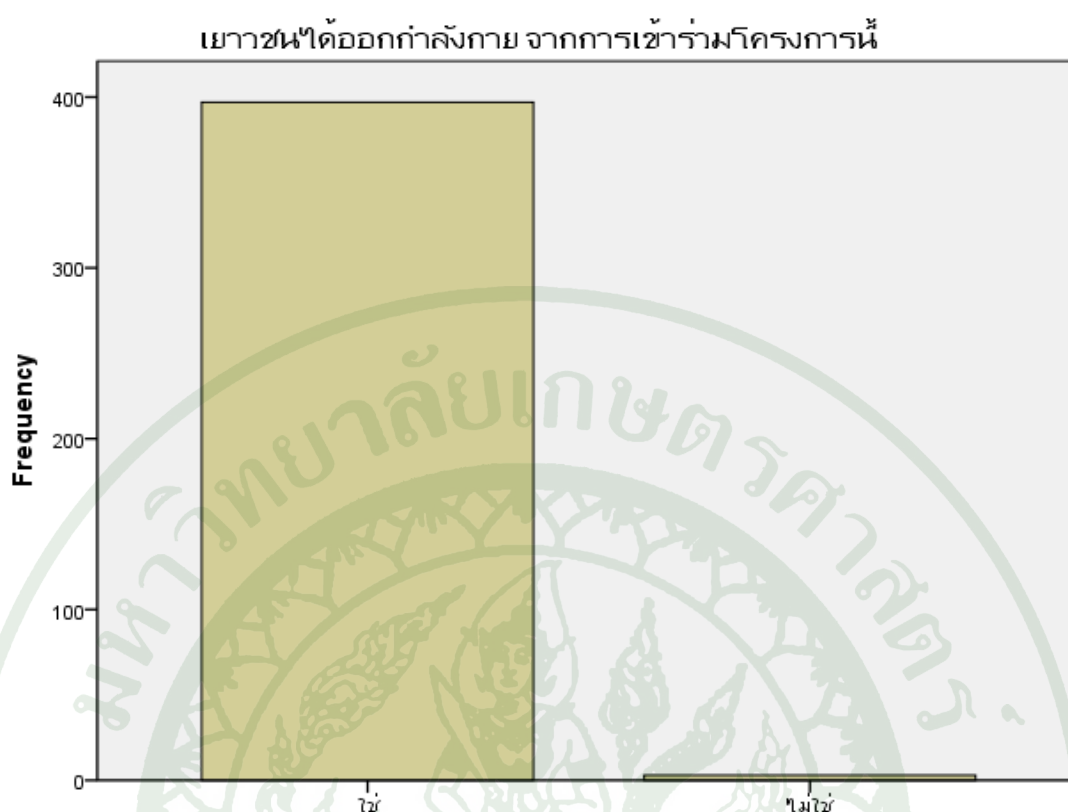
ภาพที่ 32 ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการที่เยาวชนจะได้รับการฝึกทักษะด้านฟุตบอลตามมาตรฐาน

จากภาพที่ 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน ได้ให้ความเห็นในประเด็นเกี่ยวกับการที่เยาวชนจะได้รับการฝึกทักษะด้านฟุตบอลตามรูปแบบมาตรฐาน ดังนี้ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 399 คน หรือร้อยละ 99.8 เห็นว่า เยาวชนที่เข้าร่วมโครงการจะได้รับการฝึกฟุตบอลตามรูปแบบมาตรฐาน ในขณะที่มีผู้ตอบแบบสอบถามเพียง 1 คน หรือร้อยละ .2 ที่คิดว่าไม่ใช่



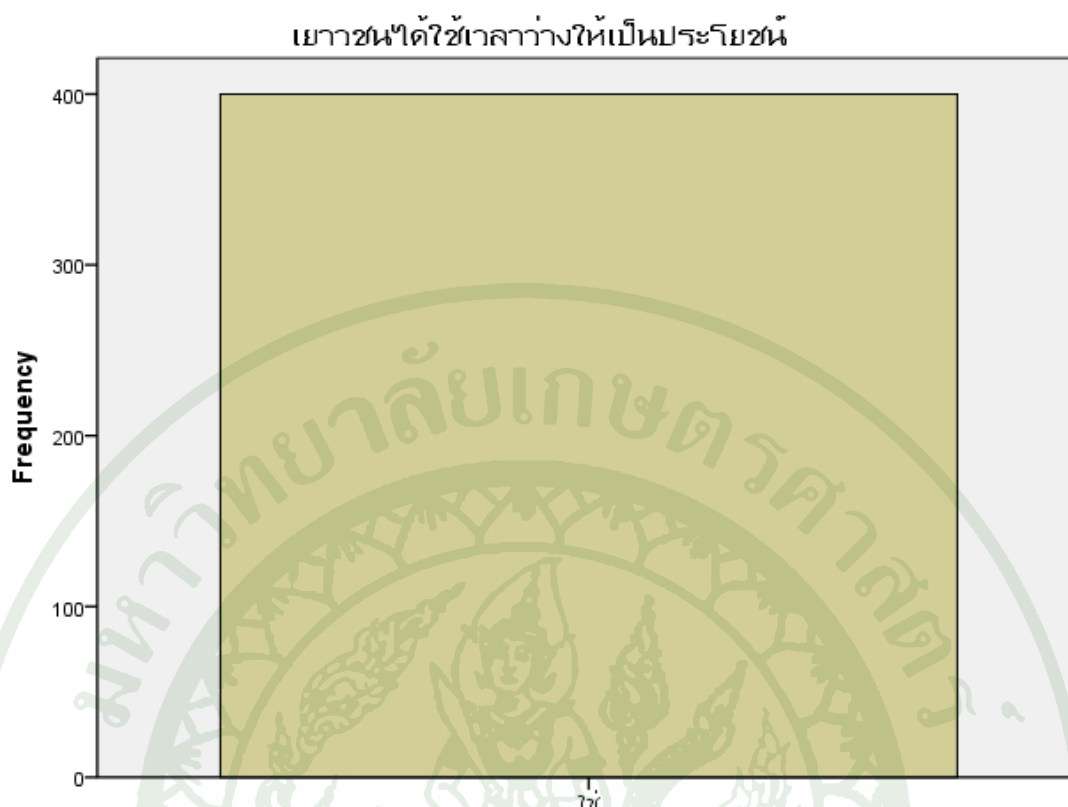
ภาพที่ 33 ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการที่เยาวชนจะได้รับการฝึกทักษะด้านการอยู่ร่วมกันในสังคม

จากภาพที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน ได้ให้ความเห็นในประเด็นเกี่ยวกับการที่เยาวชนจะได้รับการฝึกทักษะด้านการอยู่ร่วมกันในสังคม ดังนี้ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 399 คน หรือร้อยละ 99.8 เห็นว่า เยาวชนที่เข้าร่วมโครงการจะได้รับการฝึกการอยู่ร่วมกันในสังคม ในขณะที่มีผู้ตอบแบบสอบถามเพียง 1 คน หรือร้อยละ .2 ที่คิดว่าไม่ใช่



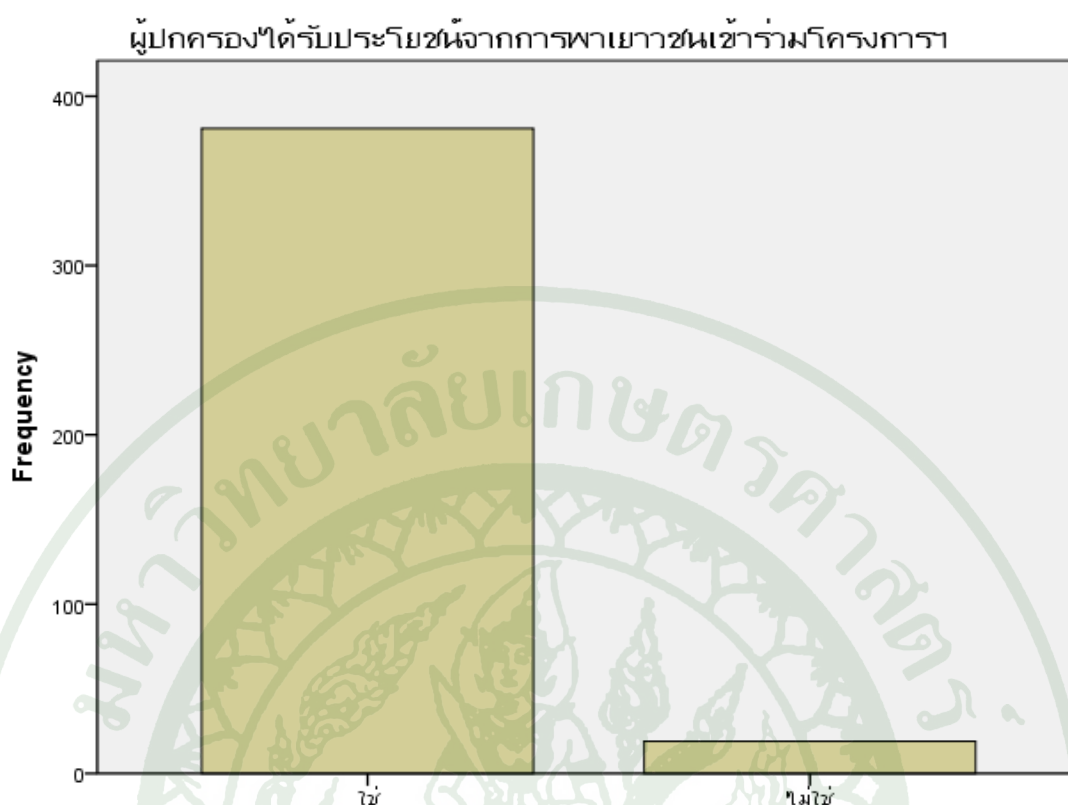
ภาพที่ 34 ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการที่เยาวชนได้ออกกำลังกาย จากการเข้าร่วมโครงการฯ

จากภาพที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน ได้ให้ความเห็นในประเด็นเกี่ยวกับการที่ เยาวชนจะได้ออกกำลังกายจากการเข้าร่วมโครงการฯ ไว้ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถาม 397 คน หรือ ร้อยละ 99.3 เห็นว่า เยาวชนที่เข้าร่วมโครงการฯ ได้ออกกำลังกาย ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 3 คน หรือคิดเป็นร้อยละ .7 ที่เห็นว่าไม่ได้ออกกำลังกาย



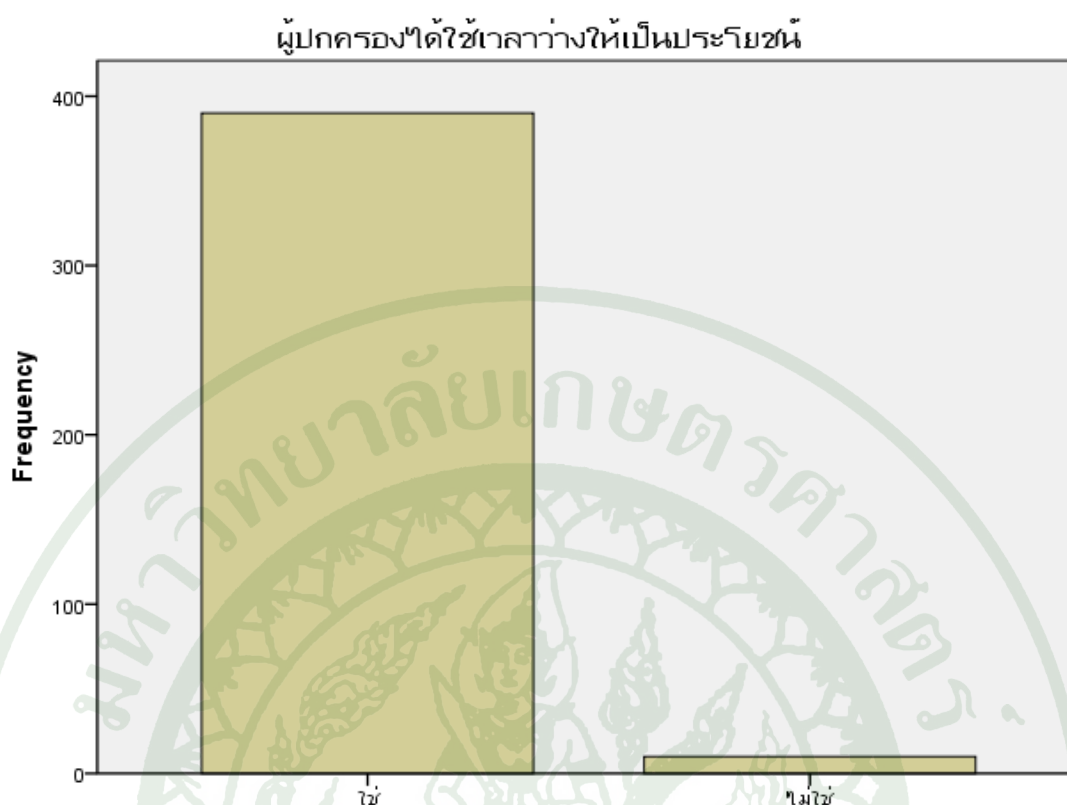
ภาพที่ 35 ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นที่เยาวชนได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์จากการเข้าร่วมโครงการฯ

จากภาพที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน เห็นว่าเยาวชนได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์จากการเข้าร่วมโครงการฯ ในครั้งนี้ คิดเป็นจำนวนร้อยละร้อย



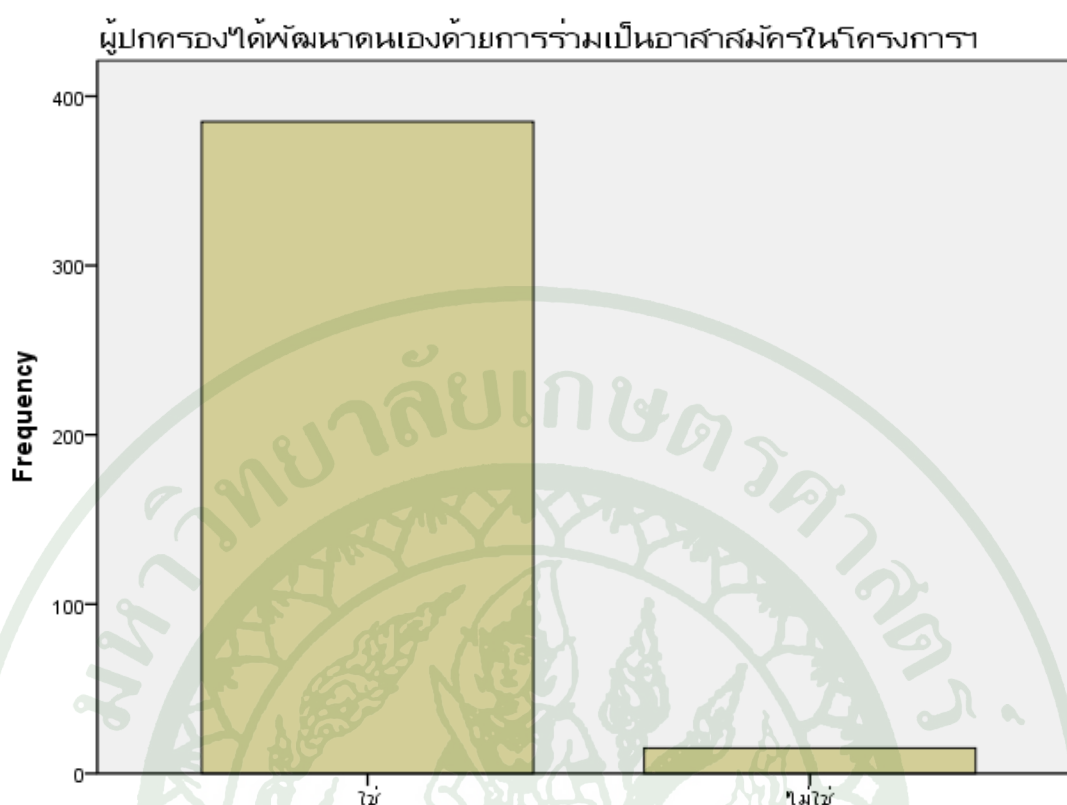
ภาพที่ 36 ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นที่ผู้ปกครองได้รับประโยชน์จากการพาเยาวชนเข้าร่วมโครงการฯ

จากภาพที่ 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน แสดงความคิดเห็นในประเด็นที่ผู้ปกครองได้รับประโยชน์จากการพาเยาวชนเข้าร่วมโครงการฯ ในครั้งนี้ iva ดังนี้ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 381 คน หรือร้อยละ 95.3 เห็นว่าผู้ปกครองจะได้ประโยชน์จากการพาบุตรหลานเข้าร่วมโครงการฯ ในครั้งนี้ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 19 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 4.7 เห็นว่าไม่ใช่



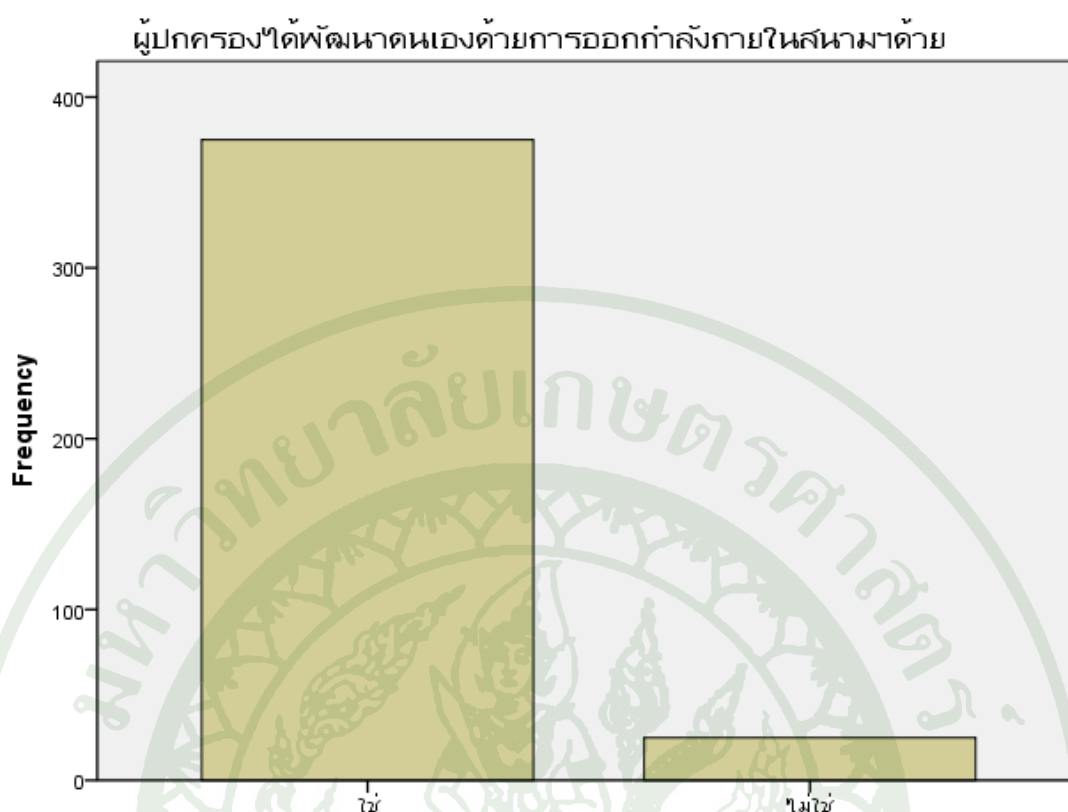
ภาพที่ 37 ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นเกี่ยวกับผู้ปกครองได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์จากการเข้าร่วมโครงการฯ

จากภาพที่ 37 พบว่า จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน ได้ให้ความเห็นในประเด็นเกี่ยวกับผู้ปกครองได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์จากการเข้าร่วมโครงการฯ ในครั้งนี้ ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 390 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 97.5 เห็นว่าผู้ปกครองได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์จากการเข้าร่วมโครงการฯ ในครั้งนี้ ในขณะที่มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 10 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 2.5 ให้ความเห็นว่าไม่ใช่



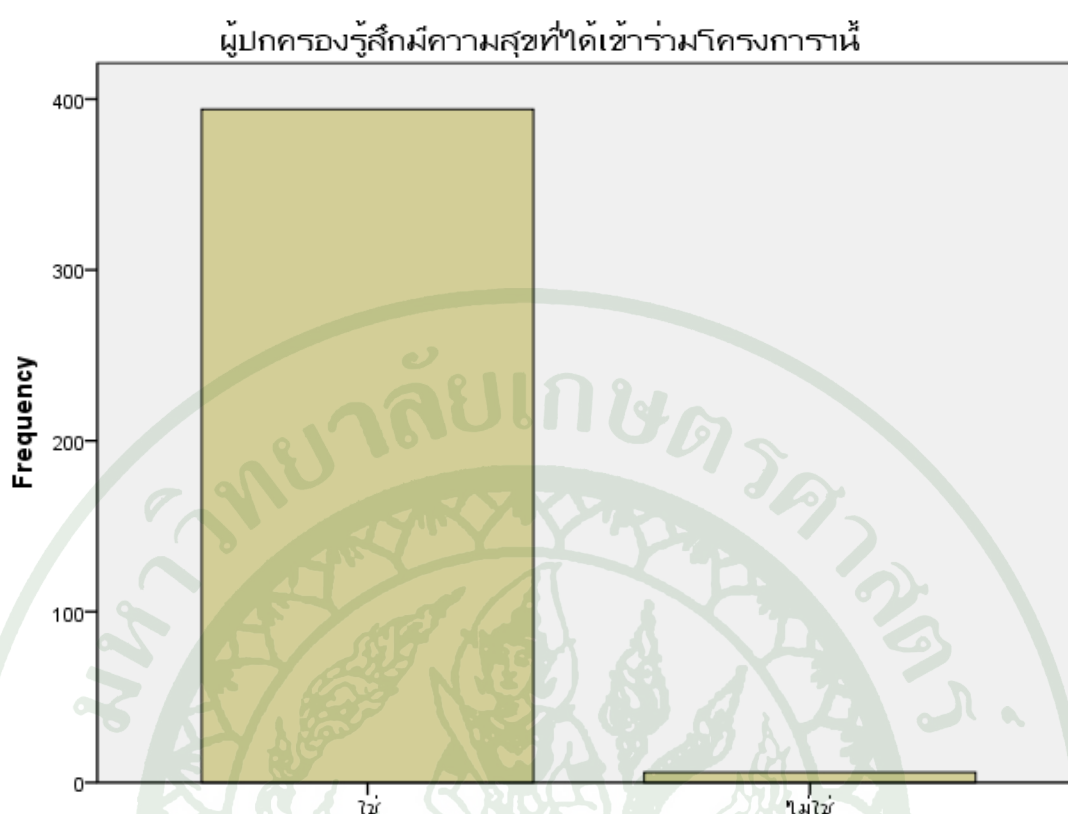
ภาพที่ 38 ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นเกี่ยวกับผู้ปกครองได้พัฒนาตนเองด้วยการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครในโครงการฯ

จากภาพที่ 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ได้แสดงความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับผู้ปกครองได้พัฒนาตนเองด้วยการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครในโครงการฯ ดังนี้ มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 385 คน หรือร้อยละ 96.3 ที่เห็นว่าผู้ปกครองได้พัฒนาตนเองด้วยการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครในโครงการฯ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 15 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 3.7 แสดงความคิดเห็นว่าไม่ใช่



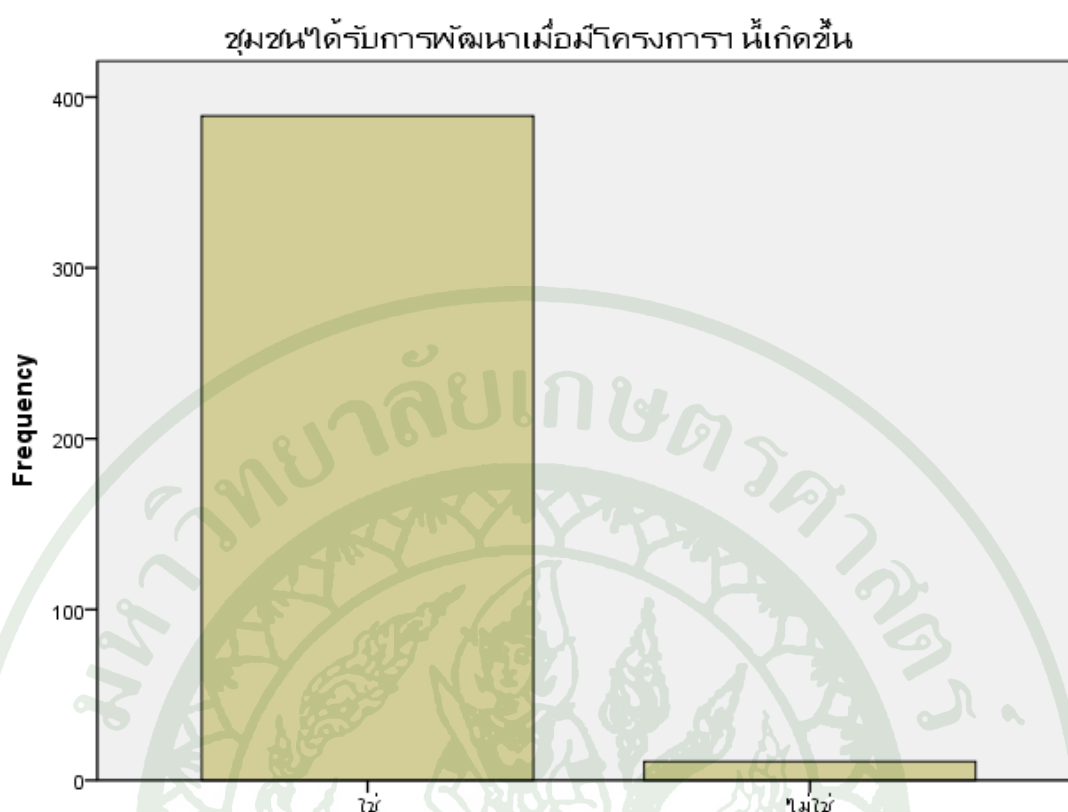
ภาพที่ 39 ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นเกี่ยวกับผู้ปกครองได้พัฒนาตนเองด้วยการออกกำลังกายในโครงการฯ ด้วย

จากภาพที่ 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ได้แสดงความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับผู้ปกครองได้พัฒนาตนเองด้วยการออกกำลังกายในโครงการฯ ด้วย ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 375 คน หรือร้อยละ 93.8 เห็นว่าผู้ปกครองได้พัฒนาตนเองด้วยการออกกำลังกายในโครงการฯ ด้วย ขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถาม 25 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 6.2 ให้ความเห็นที่ไม่ใช่



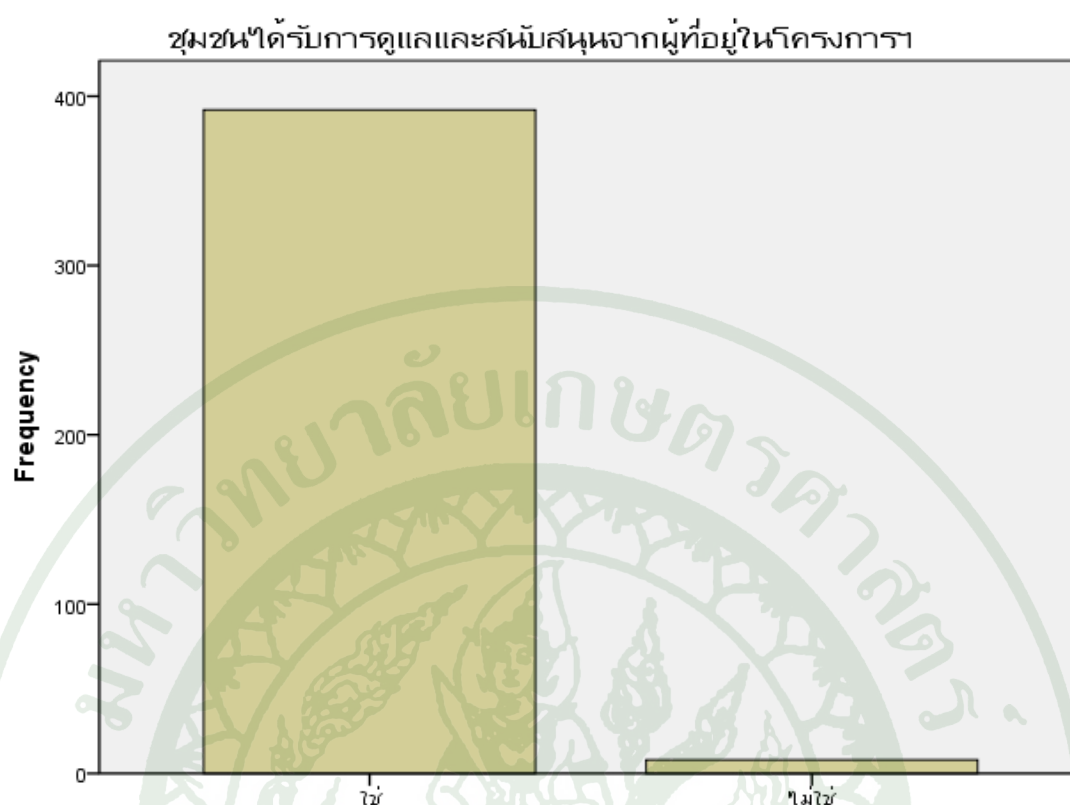
ภาพที่ 40 ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นเกี่ยวกับผู้ปกครองรู้สึกมีความสุขที่ได้เข้าร่วมโครงการฯ นี้

จากภาพที่ 40 พบว่า จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน แสดงความเห็นเกี่ยวกับผู้ปกครองรู้สึกมีความสุขที่ได้เข้าร่วมโครงการฯ ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 394 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 98.5 เห็นว่า ผู้ปกครองรู้สึกมีความสุขที่ได้เข้าร่วมโครงการฯ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 1.5 ให้ความเห็นว่าไม่ใช่



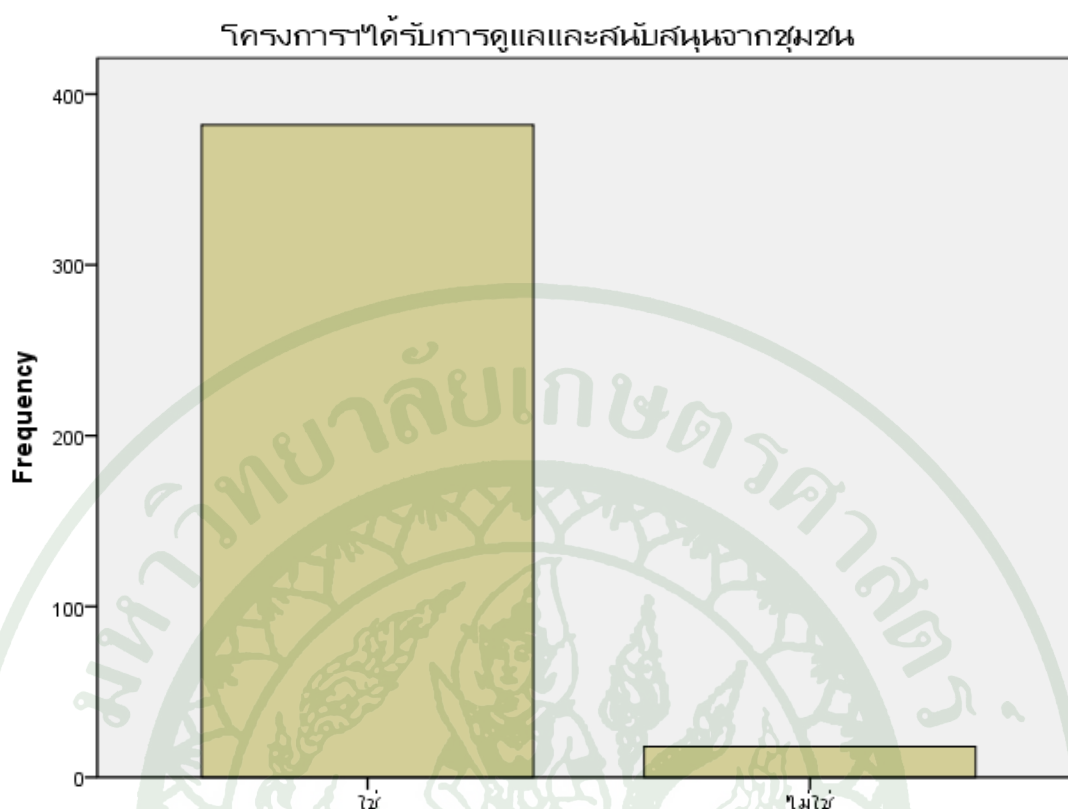
ภาพที่ 41 ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นเกี่ยวกับชุมชนที่ได้รับการพัฒนาจากการจัดตั้งโครงการฯ นี้

จากภาพที่ 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ให้ความเห็นเกี่ยวกับชุมชนได้รับการพัฒนาจากการจัดตั้งโครงการฯ นี้ ไว้ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถาม 389 คน หรือร้อยละ 97.3 ให้ความเห็นว่าชุมชนได้รับการพัฒนาเมื่อมีโครงการฯ นี้เกิดขึ้นในชุมชน ในขณะที่มีผู้ตอบแบบสอบถาม 11 คน หรือร้อยละ 2.7 ที่ให้ความเห็นว่าไม่ใช่



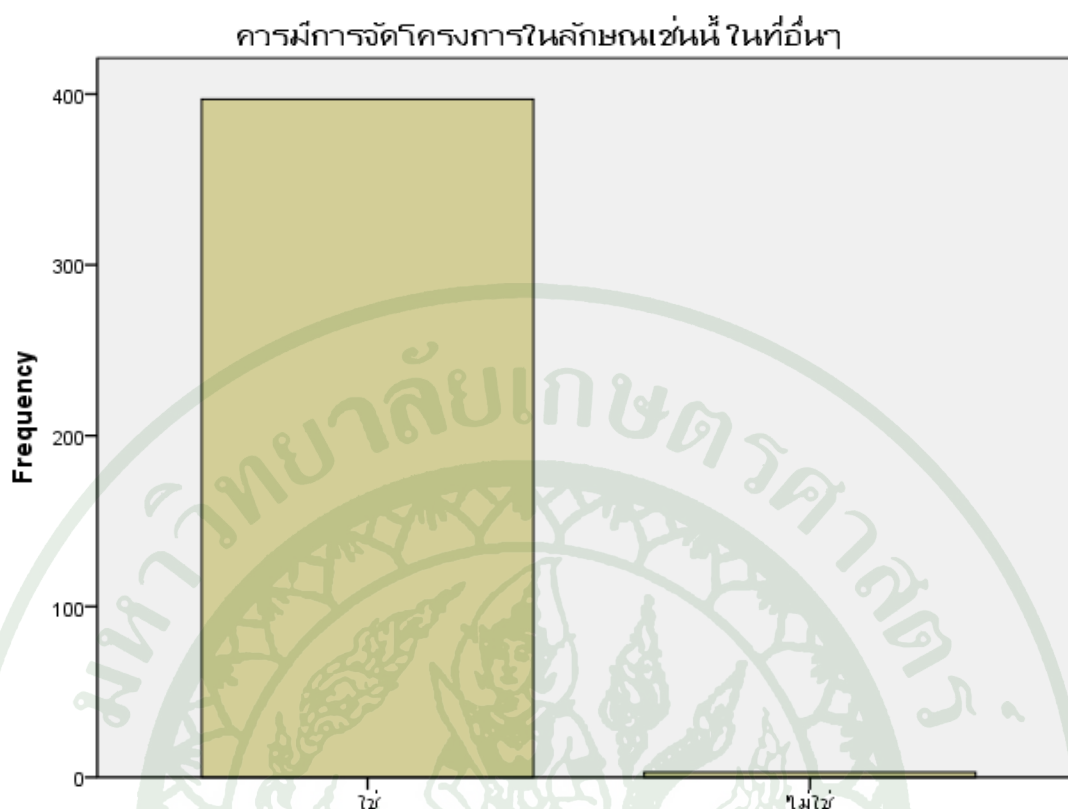
ภาพที่ 42 ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นเกี่ยวกับชุมชนได้รับการดูแลและสนับสนุนจากผู้ที่อยู่ในโครงการ

จากภาพที่ 42 ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ให้ความเห็นในประเด็นเกี่ยวกับชุมชนได้รับการดูแลและสนับสนุนจากผู้ที่อยู่ในโครงการ ดังนี้ มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 392 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 98 เห็นว่าชุมชนได้รับการดูแลและสนับสนุนจากผู้ที่อยู่ในโครงการ ขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 8 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 2 แสดงความคิดเห็นว่าไม่ใช่



ภาพที่ 43 ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นเกี่ยวกับโครงการฯ
ที่ได้รับการดูแลและสนับสนุนจากชุมชน

จากภาพที่ 43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน แสดงความเห็นในประเด็นที่โครงการฯ ได้รับการดูแลและสนับสนุนจากชุมชน ไว้ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 382 คน หรือร้อยละ 95.5 เห็นว่าโครงการฯ ได้รับการดูแลและสนับสนุนจากชุมชน ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถาม 18 คน หรือร้อยละ 4.5 เห็นว่าไม่ใช่



ภาพที่ 44 ภาพแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นเกี่ยวกับการจัดตั้งโครงการในลักษณะเช่นนี้ในที่อื่น ๆ อีก

จากภาพที่ 44 ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ได้แสดงความเห็นในประเด็นที่ควรจัดตั้งโครงการในลักษณะเช่นนี้ในที่อื่น ๆ อีก ดังนี้ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 397 คน คิดเป็นร้อยละ 99.3 ให้ความเห็นว่าควรจัดตั้งโครงการในลักษณะเช่นนี้ในที่อื่น ๆ อีก ขณะที่จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 3 คน คิดเป็นร้อยละ .7 เห็นว่าไม่ควร

ข้อวิจารณ์

ข้อวิจารณ์จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล และข้อค้นพบในบทที่ 4 ของการศึกษา เรื่องรูปแบบการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร กรณีศึกษา: โครงการไทยเบฟฟุตบอลคาเดมี ในข้างต้นสามารถสรุปข้อวิจารณ์ ตามประเด็นต่าง ๆ ของการศึกษา ได้ดังนี้

ด้านที่ 1 กระบวนการ

1.1 การคัดเลือกผู้ฝึกสอน

การคัดเลือกผู้ฝึกสอนเข้ามาเป็นผู้ฝึกสอนในโครงการฯ ด้วยการกำหนดคุณสมบัติขั้นพื้นฐานไว้เป็นมาตรฐานอย่างน้อย 3 ประการ สามารถคัดกรองผู้ที่เข้ามาทำหน้าที่เป็นผู้ฝึกสอนเยาวชนให้ได้คุณภาพตามวัตถุประสงค์ โดยเฉพาะในข้อของการมีใบอนุญาต (License) เพราะเป็นการรับรองมาตรฐานขั้นพื้นฐานของผู้ฝึกสอนได้เป็นอย่างดี

1.2 การสร้างชุมชนสัมพันธ์

การสร้างชุมชนสัมพันธ์ เป็นกิจกรรมการสร้างการมีส่วนร่วมจากชุมชน สามารถใช้เป็นการสร้างการทดสอบกระแสตอบรับจากชุมชนได้เป็นอย่างดี ซึ่งกิจกรรมการสร้างชุมชนสัมพันธ์ของโครงการฯ ที่พบจากการวิจัยในครั้งนี้ คือ การเข้าร่วมและการสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทางโครงการฯ จัดขึ้น อาทิ กิจกรรมการดูแลความปลอดภัยของเด็ก ๆ ในโครงการฯ เวลาข้ามถนน การจัดสรรทุนและอาหารนํามอบให้เด็ก ๆ ในวันสำคัญต่าง ๆ

1.3 การสร้างความร่วมมือจากผู้ปกครอง

การสร้างความร่วมมือจากผู้ปกครอง เป็นการสร้างแรงกระตุ้นให้ผู้ปกครองร่วมดูแลรับผิดชอบต่อเด็ก ๆ ในความดูแลของผู้ปกครองร่วมกับโครงการฯ เป็นการสร้างข้อตกลงระหว่างผู้ปกครองและโครงการฯ ในการประสานความร่วมมือพัฒนาเยาวชนไปด้วยกัน นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ปกครองจำนวนร้อยละ 30 ได้ให้ความร่วมมือกับโครงการฯ แบบก้าวหน้า คือ การเสนอตัวเป็นอาสาสมัครช่วยกิจกรรมต่าง ๆ ของโครงการฯ ในระหว่างการอยู่รอเยาวชนฝึกฟุตบอล

1.4 การสร้างภาพลักษณ์องค์กร

การสร้างภาพลักษณ์องค์กร จากการสอบถามความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ภาพลักษณ์องค์กรจากการวิจัยในครั้งนี้ สามารถแบ่งออกได้เป็นสองกลุ่ม คือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 98 เห็นว่าองค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดีงามจากการให้การสนับสนุนโครงการฯ ในครั้งนี้ ในขณะที่มีจำนวนหนึ่งซึ่งเป็นจำนวนน้อย เห็นว่าบุคลากรขององค์กรทำให้องค์กรสูญเสียภาพลักษณ์

1.5 ความยั่งยืนของโครงการฯ

โครงการไทยเบฟฟุตบอลคาเดมี สามารถแสดงความยั่งยืนของโครงการฯ ได้ด้วยอายุการดำเนินการของโครงการฯ ที่ย่างก้าวเข้าสู่ปีที่ 10 (พ.ศ. 2557) ซึ่งความยั่งยืนของโครงการฯ นี้ ยังถูกนำไปเป็นต้นแบบให้กับโครงการพัฒนาเยาวชนด้วยกีฬาฟุตบอลในอีกหลาย ๆ แห่ง แต่ไม่ได้ยื่นหยัดยาวนานเท่ากับโครงการฯ นี้ และมีจำนวนเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการฯ น้อย เมื่อเทียบกับจำนวนเยาวชนในโครงการฯ นี้

ด้านที่ 2 ทรัพยากรในการจัดการ

2.1 ผู้ฝึกสอน และเจ้าหน้าที่ ในโครงการฯ

การคัดเลือกผู้ฝึกสอนเข้ามาเป็นผู้ฝึกสอนในโครงการฯ ด้วยการกำหนดคุณสมบัติขั้นพื้นฐานไว้เป็นมาตรฐานอย่างน้อย 3 ประการ และการคัดเลือกเจ้าหน้าที่ประจำ เป็นไปตามทฤษฎีการบริหารจัดการด้วยปัจจัยขั้นพื้นฐาน (4Ms) คือ การจัดสรรคนให้ถูกกับงาน และการทำงานตามวัตถุประสงค์ เพื่อประสิทธิภาพของการทำงาน

2.2 งบประมาณ

งบประมาณในการดำเนินโครงการฯ ได้รับการสนับสนุนจาก บมจ.ไทยเบฟเวอเรจ ทั้งหมด และทางบริษัทฯ เป็นผู้ดำเนินการในการใช้จ่ายงบประมาณต่าง ๆ ตามแผนการดำเนินโครงการฯ ซึ่งงบประมาณมีขีดจำกัดขณะที่ผลการศึกษาพบว่า จำนวนเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการฯ มีจำนวนมากขึ้นเรื่อย ๆ ไม่สามารถจำกัดได้ แต่จำนวนงบประมาณตามแผนการดำเนินโครงการฯ

ไม่สามารถขอเพิ่มได้ การบริหารงบประมาณจึงต้องใช้หลัก “ความคุ้มค่าและพอเพียง” เพื่อสามารถใช้งบประมาณที่ได้รับการสนับสนุนได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

2.3 สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

สิ่งอำนวยความสะดวกต่างของโครงการฯ ประกอบด้วย สถานที่ สนามฟุตบอล อุปกรณ์ในการฝึกซ้อมฟุตบอล อาหารและเครื่องดื่มหลังจากซ้อมฟุตบอล รวมถึงพาหนะรับ-ส่ง จากจุดสำคัญในพื้นที่ชุมชนที่ห่างไกล โดยโครงการฯ ได้จัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เหล่านี้ให้เป็นไปตามมาตรฐานของการฝึกฟุตบอลเยาวชน ซึ่งผลการสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกที่ทางโครงการฯ จัดไว้มีความพอดีและพอเพียง สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้เข้าร่วมโครงการฯ ได้เป็นอย่างดี

ด้านที่ 3 ผลของการดำเนินการ

จากผลการสอบถามความคิดเห็นจากผู้กลุ่มตัวอย่างทั้ง 400 คน พบว่า โครงการไทยเบฟฟุตบอลคาเดมี ได้ให้ประโยชน์กับผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อมในอัตราที่สูง และสามารถสรุปได้ว่า รูปแบบการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร กรณีศึกษา โครงการไทยเบฟฟุตบอลคาเดมี จากการศึกษาในครั้งนี้สามารถนำไปปรับปรุงใช้ในองค์กรอื่น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ดังการสรุปข้อมูลด้วยตาราง ดังนี้

ตารางที่ 1 ตารางแสดงผลการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการที่องค์กรได้รับประโยชน์จากโครงการฯ

ประเด็นเกี่ยวกับองค์กรได้รับประโยชน์	เห็นด้วย		ไม่เห็นด้วย	
	จำนวน	%	จำนวน	%
บมจ.ไทยเบฟเวอเรจ ได้รับประโยชน์ในการจัดโครงการฯ นี้	380	95	20	5
บมจ.ไทยเบฟเวอเรจ ได้รับการยอมรับในสังคม	398	99.5	2	.5
บมจ.ไทยเบฟเวอเรจ ได้รับภาพลักษณ์ที่ดีงาม	395	98.8	5	1.2
บมจ.ไทยเบฟเวอเรจ ได้รับความภาคภูมิใจต่อสินค้าขององค์กร	379	94.8	21	5.2

ตารางที่ 2 ตารางแสดงผลการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการที่เยาวชนได้รับประโยชน์จากโครงการฯ

ประเด็นเกี่ยวกับเยาวชนได้ประโยชน์	เห็นด้วย		ไม่เห็นด้วย	
	จำนวน	%	จำนวน	%
เยาวชนได้รับประโยชน์จากการเข้าร่วมโครงการฯ	400	100	0	0
เยาวชนได้รับการฝึกทักษะด้านฟุตบอลตามรูปแบบมาตรฐาน	399	99.8	1	.2
เยาวชนได้รับการฝึกทักษะการอยู่ร่วมกันในสังคม	399	99.8	1	.2
เยาวชนได้ออกกำลังกาย จากการเข้าร่วมโครงการนี้	397	99.3	3	.7
เยาวชนได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์	400	100	0	0

ตารางที่ 3 ตารางแสดงผลการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการที่ผู้ปกครองได้รับประโยชน์จากโครงการฯ

ประเด็นเกี่ยวกับผู้ปกครองได้ประโยชน์	เห็นด้วย		ไม่เห็นด้วย	
	จำนวน	%	จำนวน	%
ผู้ปกครองได้รับประโยชน์จากการพาเยาวชนเข้าร่วมโครงการฯ	381	95.3	19	4.7
ผู้ปกครองได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์	390	97.5	10	2.5
ผู้ปกครองได้พัฒนาตนเองด้วยการร่วมเป็นอาสาสมัครในโครงการฯ	385	96.3	15	3.7
ผู้ปกครองได้พัฒนาตนเองด้วยการออกกำลังกายในสนามฯ ด้วย	375	93.8	25	6.2
ผู้ปกครองรู้สึกมีความสุขที่ได้เข้าร่วมโครงการฯ นี้	394	98.5	6	1.5

ตารางที่ 4 ตารางแสดงผลการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการที่ชุมชนได้รับประโยชน์จากโครงการฯ

ประเด็นเกี่ยวกับชุมชนได้ประโยชน์	เห็นด้วย		ไม่เห็นด้วย	
	จำนวน	%	จำนวน	%
ชุมชนได้รับการพัฒนาเมื่อมีโครงการฯ นี้เกิดขึ้น	389	97.3	11	2.7
ชุมชนได้รับการดูแลและสนับสนุนจากผู้ที่อยู่ในโครงการฯ	392	98	8	2
โครงการฯ ได้รับการดูแลและสนับสนุนจากชุมชน	382	95.5	18	4.5
ควรมีการจัดโครงการในลักษณะเช่นนี้ ในที่อื่นๆ	397	99.3	3	.7

จากผลการสอบถามความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องพบว่า โครงการไทยเบฟฟุตบอลคาเดมี ได้ให้ประโยชน์กับผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อมในอัตราที่สูง จึงสามารถสรุปได้ว่า รูปแบบการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร กรณีศึกษา โครงการไทยเบฟฟุตบอลคาเดมี จากการศึกษาในครั้งนี้ สามารถนำไปปรับปรุงใช้ในองค์กรอื่น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

นอกจากนี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการศึกษาเพื่อนำมาตอบคำถามการวิจัยในครั้งนี้ ตามประเด็นข้อคำถามการวิจัย ได้ดังนี้

1. ปัจจัยสำคัญในการดำเนินโครงการฯ ให้เป็นที่ยอมรับของเยาวชนคืออะไร

ผู้วิจัยได้นำข้อค้นพบทั้งจากเอกสารและข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนำมาใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการโครงการฯ ให้มีความเหมาะสมและมีมาตรฐาน ส่งผลให้การบริหารโครงการฯ เป็นที่ยอมรับอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยจำนวนของเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการฯ จากจุดเริ่มต้นที่ 40 คน มาถึงปัจจุบันที่มีเยาวชนเข้าร่วมโครงการฯ กว่าสองหมื่นคน ในขณะที่เดียวกันการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพนั้นพบได้จากความสำเร็จของเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการฯ ที่ได้รับการพัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่อง จนสามารถพัฒนาตนเองไปเป็นนักฟุตบอลเยาวชนทีมชาติ และเติบโตไปเป็นนักฟุตบอลอาชีพ สร้างรายได้ให้กับครอบครัว ซึ่งแนวคิดการดำเนินการโครงการฯ ที่ผู้วิจัยนำมาใช้นั้นสอดคล้องกับหลักการบริหารจัดการด้วยปัจจัยขั้นพื้นฐานที่ ประกอบด้วย

1.1 กำลังคน (Man) ผู้จัดการโครงการฯ ได้ทำการบริหารจัดการกำลังคนให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและเกิดประสิทธิผลกับงานได้ในการดำเนินโครงการฯ นี้ มีการกำหนดให้จัดสรรกำลังคนแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่ประจำสนาม ผู้ฝึกสอน และอาสาสมัคร ในการร่วมกันทำหน้าที่ประสานความร่วมมือตามบทบาทที่ตกลงกันไว้ให้สามารถช่วยกันขับเคลื่อนโครงการฯ ให้ดำเนินไปในทิศทางเดียวกัน

1.2 กำลังทรัพย์ (Money) ในการดำเนินโครงการฯ ครั้งนี้ งบประมาณมีส่วนสำคัญยิ่ง เพราะหากไม่มีงบประมาณในการจัดการแล้ว โครงการจะไม่สามารถดำเนินไปได้ การใช้งบประมาณสำหรับโครงการฯ ในลักษณะเช่นนี้จึงต้องมีความละเอียดรอบคอบ เพื่อให้เกิดความสบายใจทั้งผู้ให้และผู้รับ ผู้จัดการโครงการฯ ทำหน้าที่เพียงเป็นผู้นำเสนองบประมาณให้กับองค์กรพิจารณา ด้วยเกณฑ์ขั้นต่ำหรืออย่างน้อย ไม่ได้เข้าไปก้าวล่วงถึงการกำหนดงบประมาณ ทำหน้าที่เพียงแสดงความคิดเห็นเพื่อเป็นการแสดงความโปร่งใสในการบริหารจัดการ นอกจากนี้ยังได้ณรงค์หาพันธมิตรร่วมสนับสนุนจากผู้เกี่ยวข้อง หรือผู้ที่มีความคุ้นเคย ในการให้ความร่วมมือช่วยสนับสนุน เพื่อเป็นการลดต้นทุนขององค์กร และบริหารจัดการภายใต้ข้อจำกัด

1.3 วัสดุ อุปกรณ์ และเครื่องมือต่างๆ (Material) การดำเนินโครงการฯ นี้ วัสดุ อุปกรณ์ และเครื่องมือต่าง ๆ ภายในโครงการฯ จำเป็นต้องใช้จำนวนมาก เพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการของเยาวชน ผู้จัดการโครงการฯ ได้วางแผนทางการบริหารจัดการให้เกิดประโยชน์สูงสุด เช่น รูปแบบการบริหารจัดการการแจกเสื้อซ้อมฟุตบอลที่องค์กรเห็นว่า เป็นแนวทางที่ดีที่สุดและได้รับประโยชน์ทั้งคู่ คือ ผู้ให้ และผู้รับ คือ การกำหนดวิธีการได้เสื้อซ้อมที่ทางองค์กรนำมาแจกฟรีให้กับเยาวชน ด้วยการกำหนดเกณฑ์การรับ เพื่อเป็นข้อจำกัดและควบคุมต้นทุนในการแจก และเป็นการสร้างวินัยให้กับเยาวชน

1.4 กระบวนการ (Method) ผู้จัดการโครงการฯ ได้กำหนดกระบวนการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบในทุกขั้นตอน โดยผู้จัดการโครงการฯ ได้ทำการเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องและเป็นศูนย์กลางในทุกกระบวนการ เพื่อสามารถควบคุมระบบต่าง ๆ ให้เป็นไปตามที่กำหนด สอดคล้องกับแนวคิดการบริหารจัดการ เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด ได้รับประโยชน์สูงสุด และเพื่อให้โครงการฯ เป็นโครงการที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสามารถนำไปเป็นรูปแบบการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมให้องค์กรอื่น ๆ ได้นำไปประยุกต์ใช้ เพื่อประโยชน์สุขของสังคมอย่างยั่งยืน

2. องค์กรจะได้รับประโยชน์อะไรบ้างจากสังคมในการจัดกิจกรรมกีฬาฟุตบอลเพื่อเยาวชน

การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรได้ด้วยดีเสมอมา การที่บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ใช้รูปแบบการจัดกิจกรรมกีฬาฟุตบอลเพื่อพัฒนาเยาวชนในครั้งนี้ เป็นการสร้างกลยุทธ์การสื่อสารระหว่างองค์กรและชุมชนเพื่อให้เกิดการรับรู้อย่างต่อเนื่อง เป็นการส่งเสริมการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัท เป็นการสร้างข้อได้เปรียบทางการตลาดเนื่องจากสินค้าบางชนิดของบริษัท อย่างเช่น เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไม่สามารถทำการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อสาธารณะได้โดยตรง ด้วยข้อจำกัดทางกฎหมาย แต่การจัดกิจกรรมในครั้งนี้ ส่งผลให้องค์กรสามารถสร้างช่องสื่อสารทางการตลาดไปยังกลุ่มผู้บริโภค เป็นการต่อยอดตราสินค้า สร้างความภักดีให้กับตราสินค้า ส่งผลให้ได้รับส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้น ดังที่ปรากฏจากข้อค้นพบที่ว่า “แม้ว่าเราไม่ได้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่เราสามารถซื้อน้ำดื่มตราช้าง เพื่อเป็นการตอบแทนไทยเบฟได้” หรือ “จากน้ำดื่มขวดขาวุ่นราคา 5 บาท เรายอมจ่ายเพิ่มอีกนิดหน่อยเพื่อซื้อน้ำดื่มตราช้าง” ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นว่าการที่องค์กรเลือกใช้กิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมได้อย่างถูกต้อง องค์กรจะได้รับประโยชน์จากการจัดกิจกรรมมากกว่าต้นทุนหรือเม็ดเงินที่ใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบโฆษณา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสถาบันไทยพัฒน์ที่ค้นพบว่า ผู้บริโภคยินดีที่จะจ่ายแพงขึ้นหากเพื่อเป็นการร่วมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

นอกจากนี้ยังพบว่า ความคุ้มค่าของงบประมาณที่องค์กรให้การสนับสนุนโครงการฯ เปรียบเทียบกับการที่องค์กรต้องใช้งบประมาณเพื่อซื้อสื่อโฆษณาชนิดอื่นๆ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรนั้น การใช้งบประมาณให้การสนับสนุนโครงการฯ มีความคุ้มค่าและยั่งยืนมากกว่า เพราะเป็นการต่อยอดภาพลักษณ์ที่ดีจากกลุ่มเยาวชนที่ถือว่าเป็นทรัพยากรที่สำคัญของชาติต่อไป การจดจำตราสินค้าที่ติดตัวภายในโครงการฯ จะสามารถสร้างความทรงจำที่ดีให้กับกลุ่มเยาวชนได้เป็นอย่างดี

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับกีฬาฟุตบอลกรณีศึกษา: โครงการไทยเบฟ ฟุตบอล อคาเดมี่ ครั้งนี้ มีการดำเนินโครงการฯ ตามวัตถุประสงค์ของ บมจ.ไทยเบฟ เวเรจ ที่กำหนดไว้ ดังนี้

วัตถุประสงค์ของโครงการ

โครงการไทยเบฟ ฟุตบอล อคาเดมี่ จัดตั้งขึ้นภายใต้วัตถุประสงค์ของโครงการ ดังนี้

1. เพื่อฝึกสอนฟุตบอลให้เด็กเยาวชน โดยไม่เก็บค่าใช้จ่าย
2. เพื่อเป็นการสร้างทักษะให้การเล่นฟุตบอลที่ถูกต้องให้กับเยาวชน
3. เพื่อเป็นการสนับสนุนให้เยาวชนที่ไม่มีทุนและโอกาสได้ฝึกฟุตบอลแบบมาตรฐาน
4. เพื่อเป็นการสร้างกิจกรรมให้เยาวชน หันมาเล่นกีฬาห่างไกลยาเสพติด
5. เพื่อเป็นการสนับสนุนให้เยาวชนใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์
6. เพื่อเป็นการฝึกการอยู่ร่วมกันในสังคมโดยไม่มีการยึดติดในสถานภาพที่แตกต่างกัน
7. เพื่อสนับสนุนนักฟุตบอลเยาวชนที่มีความสามารถเฉพาะตัวที่โดดเด่น และสามารถพัฒนาทักษะการเล่นได้จนถึงระดับมืออาชีพ
8. เพื่อเป็นการสร้างฝักรักฟุตบอลไทยก้าวสู่การเป็นนักกีฬาฟุตบอลอาชีพ ต่อไปในระดับชาติ
9. เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างชุมชน กับองค์กร ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10
10. เพื่อเป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรตามแนวนโยบาย CSR

ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ผลการศึกษาพบว่า การดำเนินโครงการฯ นี้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการฯ อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลทุกประการ โดยเฉพาะการส่งเสริมให้เยาวชนได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ ซึ่งผลจากการรวบรวมข้อมูลพบว่ากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยมีความเห็นที่สอดคล้องกันในข้อนี้ร้อยละ 95.23 นอกจากนี้ยังพบว่าเยาวชนส่วนหนึ่งได้รับการพัฒนาทักษะด้านฟุตบอลให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ในข้อที่ 7 และ ข้อที่ 8 ซึ่งเป็นเป้าหมายที่เกิดขึ้นได้ยากโดยทั่วไป แต่จากรูปแบบการฝึกฟุตบอลที่ถูกต้องตามมาตรฐานและมีการควบคุมดูแลอย่างใกล้ชิด ทำให้เยาวชนจำนวนหนึ่งสามารถเดินทางไปถึงเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว ในขณะที่พบว่ามีเยาวชนอีกจำนวนไม่น้อยในโครงการฯ สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ในข้ออื่น ๆ

การดำเนินโครงการฯ ด้านการบริหารจัดการกิจกรรมพิเศษเพิ่มเติมในวาระต่าง ๆ ของโครงการฯ เป็นไปตามแนวทางตามวัตถุประสงค์ในข้อ 9 และ 10 อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล พบได้จากจำนวนอาสาสมัครและความร่วมมือจากผู้ปกครองเยาวชน ที่ให้การสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ของโครงการด้วยดีเสมอมา โดยเฉพาะกิจกรรมการจัดงานปีใหม่ให้กับเยาวชนในแต่ละปี ซึ่งปัจจุบันเป็นการจัดครั้งที่ 6 แล้ว พบว่า จำนวนการสนับสนุนจากผู้ปกครองมีมากขึ้นเรื่อย ๆ อาทิ การจัดหาเงินทุนในการจัดซื้อของขวัญให้กับเยาวชนในโครงการกว่า 700 คน การจัดหาอาหารและเครื่องดื่มเพื่อใช้จัดเลี้ยงในกิจกรรมดังกล่าว สำหรับเยาวชน ผู้ฝึกสอน และครอบครัวจำนวนกว่าหนึ่งพันคน โดยไม่ได้ใช้งบประมาณเพิ่มเติมจากบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) แม้แต่บาทเดียว

ผู้วิจัยพบว่า การดำเนินการของโครงการฯ มีความสอดคล้องกับกลยุทธ์การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ที่ได้ดำเนินโครงการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ตามกรอบแนวคิดการดำเนินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของฟิลลิป คอตเลอร์ และแนนซี ลี ใน 4 ประเด็นหลัก ดังนี้

1. เป็นการส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม ด้วยการจัดหาเงินทุน วัสดุ สิ่งของ หรือทรัพยากรอื่น ๆ ขององค์กร นำไปขยายต่อเพื่อสร้างการรับรู้และความห่วงใยต่อประเด็นปัญหาทางสังคมในขณะนั้น เช่น โครงการช้างไทยไปเอฟเวอร์ตัน โครงการสนับสนุนการเพิ่มทักษะด้านกีฬาแก่เยาวชนไทย

2. เป็นการตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาทางสังคม เป็นการสนับสนุนการพัฒนาหรือการทำให้เกิดผลจากการณรงค์เพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ในด้านสาธารณสุข ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งแวดล้อม หรือด้านสุขภาวะ ซึ่งจะเห็นได้จากผลการศึกษาที่ว่าเด็กที่เข้าร่วมโครงการฯ ได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ในการพัฒนาตนเอง ทำให้ห่างไกลยาเสพติด

3. เป็นการบริจาคเพื่อการกุศล ถือเป็นการช่วยเหลือที่ตรงประเด็น ในรูปของการบริจาคเงินหรือวัสดุสิ่งของ เป็นกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่สามารถกระทำได้ง่ายที่สุด พบเห็นได้ในแทบทุกองค์กรธุรกิจ เพราะเป็นกิจกรรมที่สามารถทำได้ง่าย และทำได้ตลอดเวลา

4. เป็นการประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งนี้ บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) มีภาพลักษณ์ของการเป็นเจ้าของธุรกิจผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ติดตัว การดำเนินกิจกรรมที่สามารถสื่อถึงการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมด้วย กิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ กิจกรรมส่งเสริมการเล่นกีฬา จะสามารถหลีกเลี่ยงภาพลักษณ์ที่ไม่ดีได้ในระดับหนึ่ง เช่น การจัดกิจกรรมพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชน การสร้างอาชีพและรายได้ให้กับชุมชน

ในการบริหารจัดการโครงการไทยเบฟฟุตบอลคาเดมี ได้มีการนำทฤษฎีการบริหารจัดการด้วยปัจจัยขั้นพื้นฐาน 4 ประการ (4Ms) อันประกอบด้วย

4.1 คน (Manpower) เป็นการใช้ทรัพยากรมนุษย์ให้เกิดประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลสูงสุด กับงานในการดำเนินโครงการฯ นี้ ผู้จัดการโครงการฯ ได้กำหนดให้มีการใช้กำลังคนแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) เจ้าหน้าที่ประจำสนาม ซึ่งจะรับค่าจ้างเป็นพนักงานประจำทำหน้าที่ดูแลและบำรุงรักษาสถานที่ให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานอยู่เสมอ 2) ผู้ฝึกสอน ซึ่งจะรับค่าเบี้ยเลี้ยงตอบแทนเป็นรายวัน ถือเป็นผู้ฝึกสอนแบบกึ่งอาสาสมัคร เพราะมีข้อจำกัดในการจัดสรรงบประมาณให้มีความสอดคล้องกับจำนวนผู้ฝึกสอน และ 3) อาสาสมัคร ที่เกิดจากการขอความร่วมมือผู้ปกครองในโครงการฯ ที่ต้องการใช้เวลาว่างระหว่างรอบุตรหลานทำการฝึกซ้อม ให้เข้าร่วมรับผิดชอบงานสนับสนุนและอำนวยความสะดวกให้เยาวชนในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ การจัดระบบลงทะเบียน การจัดระบบรับฝากกระเป๋า การจัดระบบ แจกนมและกล้วยหลังการฝึกซ้อม เป็นต้น ซึ่งทั้งหมดนี้ ได้ทำการร่วมกันทำหน้าที่แบบประสานความร่วมมือตามบทบาทที่ตกลงกันไว้ให้สามารถช่วยกันขับเคลื่อนโครงการฯ ให้ดำเนินไปในทิศทางเดียวกัน

4.2 เงิน (Money) งบประมาณมีส่วนสำคัญยิ่ง เพราะหากไม่มีงบประมาณในการจัดการแล้ว โครงการฯ จะไม่สามารถดำเนินไปได้ การใช้งบประมาณสำหรับโครงการฯ ในครั้งนี้ ต้องใช้ความละเอียดรอบคอบ เพื่อให้เกิดความสบายใจทั้งผู้ให้และผู้รับ เพราะการจัดสรรงบประมาณจากองค์กรมีขีดจำกัด ทั้งนี้การนำเสนองบประมาณใช้หลักการ “ความพอเพียงและคุ้มค่า” โดยการใช้จ่ายงบประมาณทั้งหมดขึ้นอยู่กับทาง บมจ.ไทยเบฟเวอเรจ เพื่อเป็นการแสดงความโปร่งใส

4.3 วัสดุ อุปกรณ์ และสถานที่ (Material) วัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือต่าง ๆ ภายในโครงการฯ จำเป็นต้องใช้จำนวนมาก เพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการของเยาวชน มีการวางแผนการจัดการให้เกิดประโยชน์สูงสุด เช่น รูปแบบการบริหารจัดการการแจกเสื้อหมวกฟุตบอล ที่องค์กรเห็นว่าเป็นแนวทางที่ดีที่สุดและได้รับประโยชน์ทั้งผู้ให้และผู้รับ คือ การกำหนดวิธีการได้เสื้อหมวกที่ทางองค์กรนำมาแจกฟรีให้กับเยาวชน ด้วยการกำหนดเกณฑ์การรับ เพื่อเป็นข้อจำกัดและควบคุมต้นทุนในการแจก และเป็นการสร้างวินัยที่ดีให้กับเยาวชน และการจัดการพื้นที่สนามหญ้าเพื่อใช้เป็นสนามฝึกซ้อมสำหรับเยาวชนจำนวน 400-500 คนต่อพื้นที่ 16,000 ตารางเมตร ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีความปลอดภัยสำหรับเยาวชนรุ่นอายุต่ำกว่า 10 ปี

4.4 การจัดการ (Management) กระบวนการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบในทุกขั้นตอน ผู้บริหารโครงการต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ ความรับผิดชอบ และมีประสบการณ์ในการบริหารจัดการ และต้องเป็นศูนย์กลางในทุกกระบวนการ เพื่อสามารถควบคุมระบบต่าง ๆ ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด สอดคล้องกับแนวคิดการบริหารจัดการ เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด ได้รับประโยชน์สูงสุด และเพื่อให้โครงการฯ เป็นโครงการที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสามารถนำไปเป็นรูปแบบการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมให้องค์กรอื่น ๆ ได้นำไปประยุกต์ใช้ เพื่อประโยชน์สุขของสังคมอย่างยั่งยืน

ซึ่งการที่ปัจจัยขั้นพื้นฐานในการบริหารจัดการทั้งสี่ด้าน (4Ms) จะประสบความสำเร็จได้นั้น จำเป็นต้องมีระบบการจัดการที่ดีมีประสิทธิภาพ เพื่อใช้ทรัพยากรที่มีอยู่จำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด และจากการดำเนินโครงการฯ ในครั้งนี้ มีการกำหนดกระบวนการบริหารจัดการไว้ดังนี้

1. การวางแผน (Planning) หมายถึง การวางแผนทางประกอบภารกิจไว้ล่วงหน้าให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการ ด้วยการวิเคราะห์และตัดสินใจ เริ่มด้วยการกำหนดเป้าหมายที่ต้องการ จากนั้นจึงหาแนวทางและสร้างวิธีการที่จะปฏิบัติให้งานสำเร็จตามเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. การจัดการองค์กร (Organizing) หมายถึง การกำหนดแนวทางการทำงานตามโครงสร้างขององค์กร ด้วยการประสานความร่วมมือในแต่ละส่วนตามความถนัด หรือตามที่ได้รับมอบหมาย เพื่อเอื้ออำนวยต่อการปฏิบัติงาน ให้เกิดความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

3. การสั่งการ (Leading) หมายถึง ความสามารถอย่างใดอย่างหนึ่งที่มีอิทธิพลเหนือผู้อื่น ซึ่งจะทำให้เกิดการปฏิบัติตาม เพื่อให้เกิดการกระทำให้งานบรรลุเป้าหมาย หรือเป็นกระบวนการในการกระตุ้นบุคคลอื่นให้แสดงพฤติกรรมหรือปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถและด้วยความสมัครใจ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนด

4. การประเมิน (Evaluation) หมายถึง การกำหนดมาตรฐานของการปฏิบัติงาน หรือการเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานที่เกิดขึ้นว่าตรงตามที่กำหนดไว้หรือไม่ เพื่อให้เกิดการดำเนินงานที่เป็นไปตามขอบเขตที่กำหนดและบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

การดำเนินโครงการไทยเบฟฟุตบอลคาเดมี ได้กำหนดผู้รับผลของการดำเนินการไว้ 3 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) องค์กร คือ บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) 2)เยาวชนที่เข้าร่วมโครงการ และ 3) สังคมหรือชุมชนที่เป็นที่ตั้งของโครงการ ซึ่งจากการศึกษาพบว่า การดำเนินโครงการฯ ตลอดระยะเวลา 9 ปี มีผลการดำเนินโครงการเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดทั้ง 10 ข้อ นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ที่เกี่ยวข้องกับโครงการฯ ต่างได้รับประโยชน์จากโครงการฯ ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยเฉพาะในประเด็นของการฝึกฟุตบอลเยาวชนให้ประสบความสำเร็จตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ว่านักฟุตบอลเยาวชนที่จะประสบความสำเร็จได้นั้นต้องใช้เวลาฝึกอย่างน้อยสิบปีและมีการฝึกทักษะเฉพาะตัวอย่างต่อเนื่อง (Luiz, 2002) ซึ่งโครงการฯสามารถพัฒนาเยาวชนให้ไปถึงในระดับที่มาตรฐานกำหนดไว้มากกว่า 5 คน ที่ปัจจุบันเยาวชนเหล่านั้นกลายไปเป็นนักฟุตบอลอาชีพสามารถสร้างรายได้ให้กับตัวเองได้ในขณะที่อายุเพียง 17-19 ปี

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง รูปแบบการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร กรณีศึกษา โครงการไทยเบฟฟุตบอลคาเดมี พบว่า อุปสรรคที่สำคัญประการหนึ่งของการดำเนินกิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรคือตัวบุคลากรขององค์กร ที่ไม่มีความเข้าใจในแนวทางและปรัชญาของการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมที่แท้จริง ซึ่งข้อนี้ถือว่าเป็นจุดด้อยของโครงการฯ หากเทียบเคียงกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่จำเป็นต้องได้รับความร่วมมือและการรับรู้จาก

พนักงาน สอดคล้องกับ เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2551) ที่กล่าวว่า อุปสรรคของการทำ CSR ในองค์กรไทย คือ การไม่เข้าใจในกระบวนการ CSR ของบุคลากรภายในองค์กร โดยเฉพาะผู้บริหาร แต่ในทางกลับกันการดำเนินการโครงการฯ นี้ ได้รับการสนับสนุนเป็นอย่างดีจากผู้บริหารระดับสูง แต่อาจไม่ได้รับการรับรู้จากพนักงานในระดับล่าง หรือระดับปฏิบัติงาน ดังจะเห็นได้จากหลายครั้งที่โครงการฯ ไม่ได้ได้รับความร่วมมือในการจัดกิจกรรมจากบุคลากรขององค์กร หรือแม้แต่การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการศึกษาก็ไม่สามารถดำเนินการได้

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษาตัวชี้วัดความสำเร็จของการจัดกิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการวัดผลอย่างเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน
2. ควรมีการศึกษารูปแบบการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยกีฬาสีชนิดอื่น ๆ เพื่อนำมาเปรียบเทียบความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนินโครงการ

เอกสารและสิ่งอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2550. แผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2550-2554).

กองบรรณาธิการนิตยสาร BrandAge. 2550. **CSR-CEM-CRM: “customer care words**
BrandAge Essential, สิงหาคม.

คณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียน. 2550.
เข็มทิศธุรกิจเพื่อสังคม Corporate Social Responsibility Guidelines.

จตุพร ประมลบาล. 2552. รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับกีฬาฟุตบอล
กรณีศึกษา: โครงการไทยเบฟ ฟุตบอล อคาเดมี่. Paper presented at the 1st International
Conference on Sport and Exercise Science Organizing Committee, The Twin Tower
Hotel, Bangkok, Thailand.

จิรัฐ จันทะเสน. 2547. ยุทธศาสตร์ของฟุตบอลเมืองสยาม. กรุงเทพมหานคร: บริษัท อาร์ เอส
อินเตอร์เนชั่นแนล.

ชาติ จิตจรุงพร. 2553. **Learning football learning life.** A DAY BULLETIN, มกราคม.

โชติรัตน์ ศรีสุข. 2554. กลยุทธ์การสื่อสารและการรับรู้รูปแบบโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม
ของบริษัทไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

นาราดา ปัญญาวงษ์ และ ขนิษฐา อติธรรมกุล. 2551. **The 51 moral victory.** BrandAge,
พฤษภาคม.

ประธาน ไตรจักรภพ. 2548. พฤติกรรม ทักษะคติ ของผู้บริโภค กับความรับผิดชอบต่อสังคมของ
องค์กรธุรกิจไทย (Online). [www.nidamdel1.net/ekonomiz/2005q4/article2005](http://www.nidamdel1.net/ekonomiz/2005q4/article2005dec29p11.htm)
dec29p11.htm, 4 กันยายน 2552.

พงษ์พันธ์ สุนทรสิด. 2539. การฝึกฟุตบอลสำหรับเยาวชน. ชุมพร: ฝ่ายวิชาการ วิทยาลัยพลศึกษา จังหวัดชุมพร.

พิพัฒน์ ยอดพฤติการ. 2549. CSR กับธรรมาภิบาล (Online). www.give2all.com/writer/view.php?id=256, 1 กุมภาพันธ์ 2552.

_____. 2551. เคล็ดลับแค่ 4 คำ “การทำให้ดี” (Online). <http://thaicsr.blogspot.com/2008/05/3.html>, 4 กันยายน 2552.

ไพบูลย์ วัฒนศิริธรรม. 2549. บทนำ. CSR Journal, พฤศจิกายน.

ลม เปลี่ยนทิศ. 2550. ผอ.กำพล วัชรพล ตันตำรับ CSR เมืองไทย. ไทยรัฐ

วรศักดิ์ เพียรชอบ. 2540. หลักการพลศึกษา. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงศึกษาธิการ.

วรัญญา ศรีเสวก. 2551. ถอดรหัส... สร้างแบรนด์ให้ยั่งยืนด้วย CSR. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มติชน.

วัฒนะชัย ชะนินทร. 2550. Premier league ชลโวทะลุโลก. POSITIONING, สิงหาคม.

วิทยา เลาหกุล. 2543. การฝึกสมรรถภาพสำหรับนักฟุตบอล. กรุงเทพมหานคร: กีฬาการพิมพ์.

ศรีกัญญา มงคลศิริ และ พรชัยพล มังกรพิสมัย. 2550. Strategic CSR: มั่งคั่งอย่างมีคุณธรรม. BrandAge, กุมภาพันธ์.

สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม. 2551. เข้มทิศธุรกิจเพื่อสังคม. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ไออนพรินติ้ง.

สถาบันไทยพัฒน์. 2553. ซีเอสอาร์คืออะไร (Online). www.thaicsr.blogspot.com/2006/03/blogsport_20.html, 2 กันยายน 2553.

สมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย. 2550. เอกสารประกอบการสัมมนาเรื่อง CG และ CSR
พลังธุรกิจเพื่อสร้างสรรค์สังคม.

สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์. 2552. ร่วมคิดชวนคุยกับ ก.ล.ต.:
จับตา ISO 26000 ความรับผิดชอบต่อสังคม.

องค์กรเกสซ์กรรม. 2552. หลักปฏิบัติการดำเนินกิจการที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม Corporate
social responsibility (CSR). กรุงเทพมหานคร. (อัดสำเนา)

อนันตชัย ยูประถม. 2549. ความศักดิ์สิทธิ์ของ CSR (Online). www.give2all.com/writer/view.php?id=613, 1 กุมภาพันธ์ 2552.

อรรถสิทธิ์ เหมือนมาดย์. 2547. **Positioning Magazine** (ตุลาคม).

Asian Football Confederation. 2002. **Role of the Youth Coach**. Youth Coaches Course, Kuala Lumpur.

Babiak, K. and R. Wolfe. 2006. More than just a game? Corporate social responsibility and
super bowl xl. **Sport Marketing Quarterly**, 15 (4): 214-222.

_____, C. Bradish, R. Wolfe, A. Kent and G. Johnson. 2007. **Corporate social responsibility
in professional sport**. Paper presented at the North American Society for Sport
Management Conference, Florida.

Breitbarth, T. and P. Harris. 2007. **Conceptualizing the role of corporate social responsibility
in professional football**. University of Otago.

Carroll, A. B. and A. K. Bychholtz. 2006. **Business and society: ethics and stakeholder
management**. South-Western: Thomson.

Denis, F. 2001. **Coaching Youth Soccer**. East Roseville, NSW: Kangaroo Press.

FIFA.com. 2009. **Football for hope** (Online). www.fifa.com, 18 January 2009.

Filo, K. 2007. **Corporate social responsibility and sport event sponsorship**.

Griffith University.

Grates, J. 2007. **Keep Everton in our city** (Online). www.krioc.et/index.php?page=relocation-dissertation-61k, 18 January 2009.

Kathy, B., B. Cherih, W. Richard, K. Aubrey, J. Greg. 2007. Corporate Social Responsibility in Professional Sport. 2007 North American Society for Sport Management Conference, pp. 263-264. Ft. Lauderdale, Florida

Kevin, F., F. Dan and N. Larry Neale. 2007. Corporate social responsibility and sport event sponsorship. ANZMAC 2007. pp. 2832-2839. Dunedin: <http://www.anzmac.org/>.

Kotler, P. and N. Lee. 2005. **Corporate society responsibility doing the most good for your company and your cause**. New York: John Wiley & Son, Inc.

Krustrup, P. 2007. **FIFA F- MARC funds soccer research**. Department of Exercise and sport Science University of Copenhagen.

Lo, C. W., C. P. Egri and D. A. Ralston. 2008. Commitment to corporate, social and environmental responsibility: an insight into contrasting perspectives in China and the US. **Organization Management Journal**, 5: 83-98.

Porter, M. E. and M. R. Kramer. 2003. **The competitive advantage of corporate philanthropy**. Harvard Business Review on corporate responsibility.

Smith, A. and I. Waddington. 2004. **Using sport in the community schemes' to tackle crime and drug use among young people: some policy issues and problem.**

Smith, C. 2003. **The new corporate philanthropy.** Havard Business Review on corporate responsibility.

Tyler, M. 1978. **Soccer: the world game.** New Jersey: St. Martin's Press Inc.

UNOITED NATION. 2004. **United nations conference on trade and development.**

In U. secretariat (Ed), Trade and Development Board: Commission on Investment, Technology and Related Financial Issues Intergovernmental Working Group of Experts on International Standards of Accounting and Reporting. Geneva.

Walker, M. B. 2007. **Assessing the influence of corporate social responsibility on consumer attitudes in the sport industry.** Florida: Florida State University.

Wein, H. 2000. **Developing youth soccer players.** Human Kinetics.

Werz, A. and A. Herren, A. 2006. **Joseph Blatter: My work is not done yet.** FIFA magazine, March.



สืบสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์



แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย
เรื่อง รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับกีฬาฟุตบอล
กรณีศึกษา: โครงการไทยเบฟฟุตบอล อคาเดมี่
(A MODEL OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY via FOOTBALL;
The Case Study of ThaiBev Football Academy)

โดย	นายจตุพร ประมลบาล	สาขาวิชา	วิทยาศาสตร์การกีฬา
หลักสูตร	ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (วิทยาศาสตร์การกีฬา)		มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก		อาจารย์ ดร. สมชาย ประเสริฐศิริพันธ์	
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม		อาจารย์ ดร. เอกชัย พวงกลิ่น	
วัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย	เพื่อศึกษารูปแบบการบริหารจัดการ โครงการไทยเบฟฟุตบอล อคาเดมี่ และประโยชน์ที่ได้รับจากโครงการฯ เพื่อนำมาพัฒนาเป็นเครื่องมือในการประเมินโครงการฯ		

คำชี้แจง

1. แบบสัมภาษณ์นี้ มุ่งศึกษารูปแบบการบริหารจัดการโครงการไทยเบฟ ฟุตบอล อคาเดมี่ ซึ่งจำเป็นต้องมีรายละเอียดในด้านต่าง ๆ เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างได้พิจารณาตอบคำถามได้ตรงประเด็น และครอบคลุมเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา

2. แบบสัมภาษณ์ครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงลึก เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ครบถ้วนและตรงประเด็นเกี่ยวกับรูปแบบการบริหารจัดการ โครงการไทยเบฟ ฟุตบอล อคาเดมี่ โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

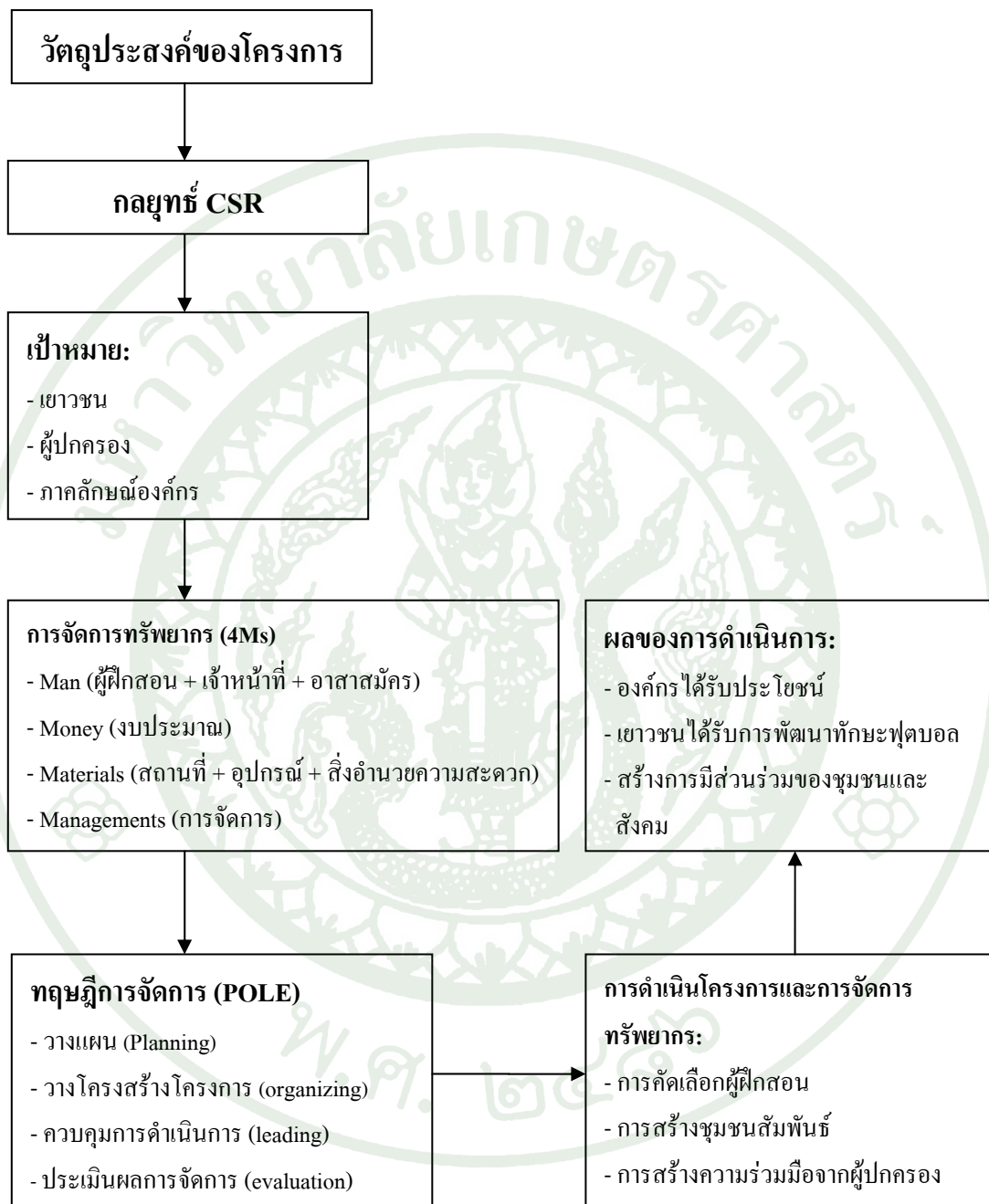
ตอนที่ 1 เป็นการสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อคำถามเพื่อสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง เกี่ยวกับรูปแบบการบริหารจัดการโครงการไทยเบฟ ฟุตบอล อคาเดมี่ โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้านได้แก่

- 1) กระบวนการในการจัดการ
- 2) ทรัพยากรในการจัดการ
- 3) ผลของการดำเนินการ

3. ความคิดเห็นของท่านและข้อเท็จจริงที่ได้จากแบบสอบถามครั้งนี้ จะเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์และมีความสำคัญอย่างยิ่งในการศึกษา ซึ่งผู้วิจัยจะเก็บรักษาข้อมูลของท่านให้เป็นความลับที่สุดและจะใช้ประโยชน์เฉพาะการวิจัยเท่านั้น

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ติดต่อผู้วิจัย

นายจตุพร ประมลบาล

เบอร์โทรศัพท์ 084-013-3383 E-mail: pramolbal.jun@hotmail.com

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดให้รายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม และขีดเครื่องหมาย ถูก (✓) ลงในช่องที่สัมพันธ์ตรงตามความเป็นจริงของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. ชื่อ-สกุล
2. ตำแหน่ง
3. เพศ
☐ หญิง
☐ ชาย
4. อายุ
☐ 20 - 24 ปี ☐ 25 - 29 ปี ☐ 30 - 34 ปี
☐ 35 - 39 ปี ☐ 40 - 44 ปี ☐ 45 ปี ขึ้นไป
5. ระดับการศึกษา (สูงสุด)
☐ ปริญญาเอก สาขา.....
☐ ปริญญาโท สาขา.....
☐ ปริญญาตรี สาขา.....
☐ อื่นๆ
6. สถานภาพของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์
☐ ผู้รับผิดชอบโครงการไทยเบฟ ฟุตบอล อคาเดมี่ โดยตรง
☐ ผู้รับผิดชอบกิจกรรมโครงการไทยเบฟ ฟุตบอล อคาเดมี่ เป็นครั้งคราว
☐ ผู้กำหนดนโยบายการจัดกิจกรรมโครงการไทยเบฟ ฟุตบอล อคาเดมี่
7. ระยะเวลาที่เข้าร่วมรับผิดชอบกิจกรรมในโครงการฯ
☐ ต่ำกว่า 1 ปี ☐ 1- 2 ปี ☐ 3-4 ปี
☐ 5- 6 ปี ☐ 7- 8 ปี ☐ 9 ปีขึ้นไป
8. ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์เคยเข้าร่วมกิจกรรม หรือรับรู้ รับทราบโครงการฯ นี้
☐ ไม่เคย และไม่รับรู้ รับทราบเกี่ยวกับโครงการฯ
☐ ไม่เคย แต่รับรู้ รับทราบเกี่ยวกับโครงการฯ
☐ เคย
9. ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์เคยเข้าร่วมกิจกรรมในโครงการฯ จำนวนกี่ครั้ง
☐ 1 ครั้ง ☐ 2 ครั้ง ☐ 3 ครั้ง
☐ 4 ครั้ง ☐ 5 ครั้ง ☐ มากกว่า 5 ครั้ง

ตอนที่ 2 ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์กรุณาแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ เกี่ยวกับรูปแบบการบริหารจัดการโครงการไทยเบฟ ฟุตบอล อคาเดมี่ โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้

ด้านที่ 1 กระบวนการ ท่านมีความเห็นอย่างไรในกระบวนการ ดังต่อไปนี้

1.1 การคัดเลือกผู้ฝึกสอน

1.2 การสร้างชุมชนสัมพันธ์

1.3 การสร้างความร่วมมือจากผู้ปกครอง

1.4 การสร้างภาพลักษณ์องค์กร

1.5 ความยั่งยืนของโครงการฯ

ด้านที่ 2 ทรัพยากรในการจัดการ ท่านมีความเห็นอย่างไรในการจัดการทรัพยากร ดังต่อไปนี้

2.1 ผู้ฝึกสอน (จำนวน + คุณภาพ)

2.2 เจ้าหน้าที่ในสนาม (จำนวน + คุณภาพ)

2.3 งบประมาณ

2.4 สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ (อุปกรณ์ + เครื่องมือ + สถานที่ + การเดินทาง)

2.5 การประชาสัมพันธ์โครงการ

ด้านที่ 3 ผลของการดำเนินการ ท่านมีความเห็นอย่างไรเกี่ยวกับประเด็น ดังต่อไปนี้

3.1 ประโยชน์ที่องค์กรได้รับ

3.2 ประโยชน์ที่เยาวชนได้รับ

3.3 ประโยชน์ที่ผู้ปกครองได้รับ

3.4 เกิดการมีส่วนร่วมในชุมชน

3.5 ภาพลักษณ์ขององค์กร

3.6 ความรักดีของลูกค้าต่อองค์กร

4. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ (เป้าหมายของโครงการ, ความยั่งยืนของโครงการ, การลงทุนเพิ่มเติมในโครงการ)

.....

.....

.....

.....

.....

ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาใช้เวลาให้ข้อมูลในการศึกษาเรื่อง "รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับกีฬาฟุตบอล กรณีศึกษา: โครงการไทยเบฟฟุตบอล อคาเดมี่"

นายจตุพร ประมลบาล
ผู้วิจัย

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
เรื่อง รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับกีฬาฟุตบอล
กรณีศึกษา: โครงการไทยเบฟฟุตบอล อคาเดมี่
(A MODEL OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY via FOOTBALL:
The Case Study of ThaiBev Football Academy)

โดย นายจตุพร ประมลบาล สาขาวิชา วิทยาศาสตร์การกีฬา
 หลักสูตร ปรัชญาคุณภูมิบัณฑิต (วิทยาศาสตร์การกีฬา) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
 อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก อาจารย์ ดร. สมชาย ประเสริฐศิริพันธ์
 อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม อาจารย์ ดร. เอกชัย พวงกลิ่น
 วัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย เพื่อศึกษารูปแบบการบริหารจัดการโครงการไทยเบฟฟุตบอล อคาเดมี่ และประโยชน์ที่ได้รับจากโครงการฯ เพื่อนำมาพัฒนาเป็นเครื่องมือในการประเมินโครงการฯ

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้มุ่งศึกษารูปแบบการบริหารจัดการโครงการไทยเบฟ ฟุตบอล อคาเดมี่ ซึ่งจำเป็นต้องมีรายละเอียดในด้านต่าง ๆ เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างกันใน 3 กลุ่ม ได้พิจารณาตอบคำถามได้ตรงประเด็น และครอบคลุมเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม ประกอบด้วย

- 1) กลุ่มเยาวชนในโครงการไทยเบฟ ฟุตบอล อคาเดมี่ ที่ร่วมฝึกซ้อมฟุตบอล
- 2) กลุ่มผู้ปกครองของเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการฯ
- 3) กลุ่มผู้สนใจ หรือผู้อาศัยในชุมชนใกล้เคียง

2. แบบสอบถามชุดนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการบริหารจัดการโครงการไทยเบฟ ฟุตบอล อคาเดมี่ โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

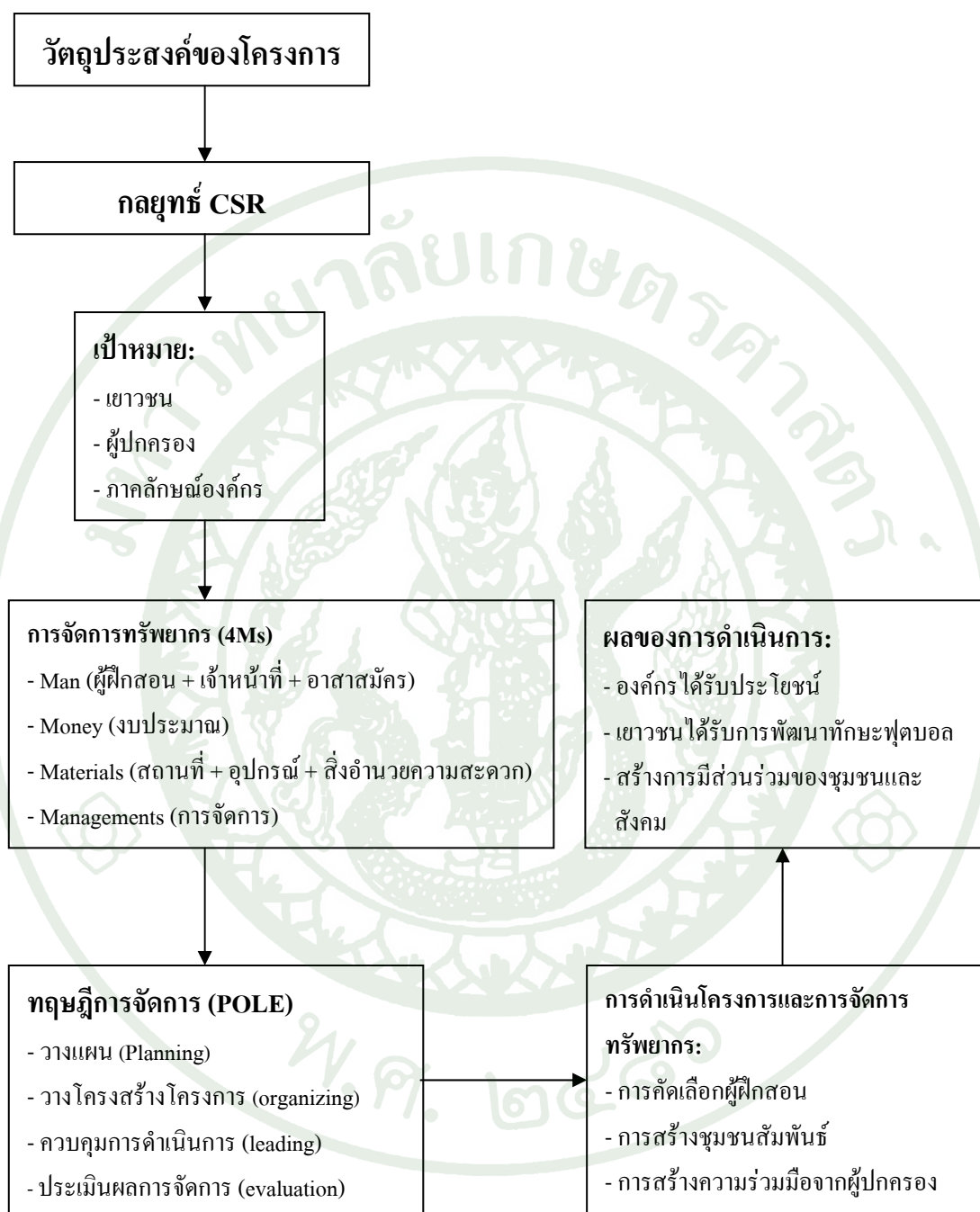
ตอนที่ 1 เป็นการสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 เป็นการสอบถามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบการบริหารจัดการโครงการไทยเบฟ ฟุตบอล อคาเดมี่ โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่

- 1) กระบวนการในการจัดการ
- 2) ทรัพยากรในการจัดการ
- 3) ผลของการดำเนินการ

3. ความคิดเห็นของท่านและข้อเท็จจริงที่ได้จากแบบสอบถามครั้งนี้จะเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์และมีความสำคัญอย่างยิ่งในการศึกษา ซึ่งผู้วิจัยจะเก็บรักษาข้อมูลของท่านให้เป็นความลับที่สุดและจะใช้ประโยชน์เฉพาะการวิจัยเท่านั้น

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ติดต่อผู้วิจัย

นายจตุพร ประมลบาล

เบอร์โทรศัพท์ 084-013-3383 E-mail: pramolbal.jun@hotmail.com

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมายถูก (✓) ลงในช่องสี่เหลี่ยมที่ตรงกับความเป็นจริง และตรงกับความคิดเห็นตามทัศนะของท่านผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

☐ หญิง

☐ ชาย

2. อายุ

☐ ต่ำกว่า 10 ปี

☐ 10-14 ปี

☐ 15-19 ปี

☐ 20-24 ปี

☐ 25-29 ปี

☐ 30-34 ปี

☐ 35-39 ปี

☐ 40-44 ปี

☐ 45 ปี ขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา (สูงสุด)

☐ ปริญญาเอก

☐ ปริญญาโท

☐ ปริญญาตรี

☐ มัธยมศึกษา

☐ ประถมศึกษา

☐ อื่นๆ (ระบุ)

4. สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

☐ กลุ่มเยาวชนในโครงการไทยเบฟ ฟุตบอล อคาเดมี่

☐ ผู้ปกครองของเยาวชนในโครงการฯ

☐ ผู้สนใจ หรือผู้อาศัยในชุมชนใกล้เคียง

5. ระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการฯ

☐ ต่ำกว่า 1 ปี

☐ 1- 2 ปี

☐ 3 -4 ปี

☐ 5 - 6 ปี

☐ 7 - 8 ปี

☐ 9 ปีขึ้นไป

4. ผู้ตอบแบบสอบถามเคยเข้าร่วมโครงการฝึกฟุตบอลเยาวชนมาจากที่อื่นก่อนหรือไม่

☐ เคย

☐ ไม่เคย

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเกี่ยวกับรูปแบบการบริหารจัดการโครงการ ไทยเบฟ ฟุตบอล อคาเดมี่

โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่

ด้านที่ 1 กระบวนการ

1.1 การคัดเลือกผู้ฝึกสอน (ของโครงการ)

- | | | |
|---|------------------------------|---------------------------------|
| ผู้ฝึกสอนในโครงการฯ ต้องผ่านการคัดเลือก | ☐ ใช่ | ☐ ไม่ใช่ |
| ผู้ฝึกสอนในโครงการฯ มีใบอนุญาตการฝึกสอน | ☐ ใช่ | ☐ ไม่ใช่ |
| ผู้ฝึกสอนในโครงการฯ มีความรู้ในการสอน | ☐ ใช่ | ☐ ไม่ใช่ |
| ผู้ฝึกสอนในโครงการฯ มีความรับผิดชอบ | ☐ ใช่ | ☐ ไม่ใช่ |

1.2 การสร้างชุมชนสัมพันธ์

- | | | |
|---|------------------------------|---------------------------------|
| กิจกรรมเสริมสร้างความสัมพันธ์ในชุมชน | ☐ ใช่ | ☐ ไม่ใช่ |
| กิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วมจากชุมชน | ☐ ใช่ | ☐ ไม่ใช่ |
| กิจกรรมดูแลสังคมและชุมชนร่วมกัน | ☐ ใช่ | ☐ ไม่ใช่ |
| ชุมชนให้การสนับสนุนโครงการฯ เป็นอย่างดี | ☐ ใช่ | ☐ ไม่ใช่ |

1.3 การสร้างความร่วมมือจากผู้ปกครอง

- | | | |
|--|------------------------------|---------------------------------|
| ผู้ปกครองพาเยาวชนเข้าร่วมฝึกฟุตบอลอย่างสม่ำเสมอ | ☐ ใช่ | ☐ ไม่ใช่ |
| ผู้ปกครองเข้าร่วมกิจกรรมพิเศษในวาระต่าง ๆ ของโครงการฯ | ☐ ใช่ | ☐ ไม่ใช่ |
| ผู้ปกครองให้การสนับสนุนกิจกรรมของโครงการฯ อย่างสม่ำเสมอ | ☐ ใช่ | ☐ ไม่ใช่ |
| ผู้ปกครองเห็นว่าโครงการนี้มีประโยชน์และควรทำอย่างต่อเนื่อง | ☐ ใช่ | ☐ ไม่ใช่ |

ด้านที่ 2 ทรัพยากรในการจัดการ

2.1 ผู้ฝึกสอน

- | | | |
|---|------------------------------|---------------------------------|
| จำนวนเพียงพอต่อปริมาณของเยาวชนในโครงการ | ☐ ใช่ | ☐ ไม่ใช่ |
| รูปแบบการฝึกสอนที่หลากหลาย | ☐ ใช่ | ☐ ไม่ใช่ |

2.2 เจ้าหน้าที่ในสนาม

จำนวนเพียงพอ

☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่

รับผิดชอบในหน้าที่

☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่

2.3 งบประมาณ

ใช้งบประมาณสูงในการบริหารจัดการ

☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่

งบประมาณเพียงพอ

☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่

2.4 สิ่งอำนวยความสะดวก

สนามฝึกซ้อมสวยงาม มีมาตรฐาน

☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่

อุปกรณ์การฝึกซ้อมมีความพร้อม เพียงพอต่อการใช้งาน

☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่

ด้านที่ 3 ผลของการดำเนินการ

3.1 ประโยชน์ที่องค์กรได้รับ

บมจ.ไทยเบฟเวอเรจ ได้รับประโยชน์ในการจัดโครงการนี้

☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่

บมจ.ไทยเบฟเวอเรจ ได้รับการยอมรับในสังคม

☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่

บมจ.ไทยเบฟเวอเรจ ได้รับภาพลักษณ์ที่ดีงาม

☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่

บมจ.ไทยเบฟเวอเรจ ได้รับความภาคภูมิใจต่อสินค้าขององค์กร

☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่

อื่นๆ (ระบุ)

3.2 ประโยชน์ที่เยาวชนได้รับ

เยาวชนได้รับประโยชน์จากการเข้าร่วมโครงการฯ

☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่

เยาวชนได้รับการฝึกทักษะด้านฟุตบอลตามรูปแบบมาตรฐาน

☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่

เยาวชนได้รับการฝึกทักษะการอยู่ร่วมกันในสังคม

☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่

เยาวชนได้ออกกำลังกาย จากการเข้าร่วมโครงการนี้

☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่

เยาวชนได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์

☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่

อื่นๆ (ระบุ)

3.3 ประโยชน์ที่ผู้ปกครองได้รับ

- ผู้ปกครองได้รับประโยชน์จากการพาเยาวชนเข้าร่วมโครงการฯ ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่
- ผู้ปกครองได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่
- ผู้ปกครองได้พัฒนาตนเองด้วยการร่วมเป็นอาสาสมัครในโครงการ ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่
- ผู้ปกครองได้พัฒนาตนเองด้วยการออกกำลังกายในสนามฯ ด้วย ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่
- ผู้ปกครองรู้สึกมีความสุขที่ได้เข้าร่วมโครงการนี้ ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่
- อื่นๆ (ระบุ)

3.4 เกิดการมีส่วนร่วมในชุมชน

- ชุมชนได้รับการพัฒนาเมื่อมีโครงการนี้เกิดขึ้น ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่
- ชุมชนได้รับการดูแลและสนับสนุนจากผู้ที่อยู่ในโครงการฯ ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่
- โครงการฯ ได้รับการดูแลและสนับสนุนจากชุมชน ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่
- ควรมีการจัดโครงการในลักษณะเช่นนี้ ในที่อื่น ๆ ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่
- อื่นๆ (ระบุ)

4. ข้อเสนอแนะและคำแนะนำเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาใช้เวลาให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะเก็บรักษาข้อมูลของท่านเพื่อการศึกษาเรื่อง “รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับกีฬาฟุตบอลกรณีศึกษา: โครงการไทยเบฟฟุตบอลคาเดมี” เท่านั้น

แบบประเมินคุณภาพเครื่องมืองานวิจัยของผู้ทรงคุณวุฒิ

แบบสอบถามงานวิจัย

เรื่อง "รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับกีฬาฟุตบอล กรณีศึกษา: โครงการไทยเบฟฟุตบอล อคาเดมี่"

(A MODEL OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY via FOOTBALL; The Case Study of ThaiBev Football Academy)

คำชี้แจง ขอให้ท่านผู้ทรงคุณวุฒิได้กรุณาประเมินคุณภาพแบบสอบถาม ซึ่งเป็นเครื่องมือสำหรับการวิจัยเรื่อง "รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับกีฬาฟุตบอล กรณีศึกษา: โครงการไทยเบฟฟุตบอล อคาเดมี่" โดยผู้วิจัยได้กำหนดรายละเอียดการให้คะแนนสำหรับการประเมินในแต่ละข้อ ดังนี้

เมื่อท่าน เห็นใจ	ว่าข้อความในแบบสอบถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย	
	ให้เขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคะแนน	+1
เมื่อท่าน ไม่เห็นใจ	ว่าข้อความในแบบสอบถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยหรือไม่	
	ให้เขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคะแนน	0
เมื่อท่าน เห็นใจ	ว่าข้อความในแบบสอบถามไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย	
	ให้เขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคะแนน	-1

แบบสอบถามฉบับนี้ แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 เป็นการสอบถามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบการบริหารจัดการ โครงการไทยเบฟ ฟุตบอล อคาเดมี่ โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน

โปรดทำการประเมินแบบสอบถามทุกข้อ พร้อมให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไข (ถ้ามี) เพื่อผู้วิจัยจะ นำคำแนะนำของท่านกลับไปปรับปรุงเครื่องมือสำหรับการวิจัยให้มีคุณภาพตรงตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยต่อไป จักขอบพระคุณยิ่ง

นายจุฑพร ประมลบาล

นิสิตระดับดุษฎีบัณฑิต คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับกีฬาฟุตบอล กรณีศึกษา: โครงการไทยเบฟ
ฟุตบอล อคาเดมี่

(A MODEL OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY via FOOTBALL; The Case Study of
ThaiBev Football Academy)

โดย นายจตุพร ประมลบาล สาขาวิชา วิทยาศาสตร์การกีฬา
หลักสูตร ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต(วิทยาศาสตร์การกีฬา) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก อาจารย์ ดร.สมชาย ประเสริฐศิริพันธ์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม อาจารย์ ดร.เอกชัย พวงกลิ่น
วัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย เพื่อศึกษารูปแบบการบริหารจัดการโครงการไทยเบฟ ฟุตบอล
อคาเดมี่ และประโยชน์ที่ได้รับจากโครงการฯ เพื่อนำมาพัฒนาเป็น
เครื่องมือในการประเมินโครงการฯ

คำชี้แจง

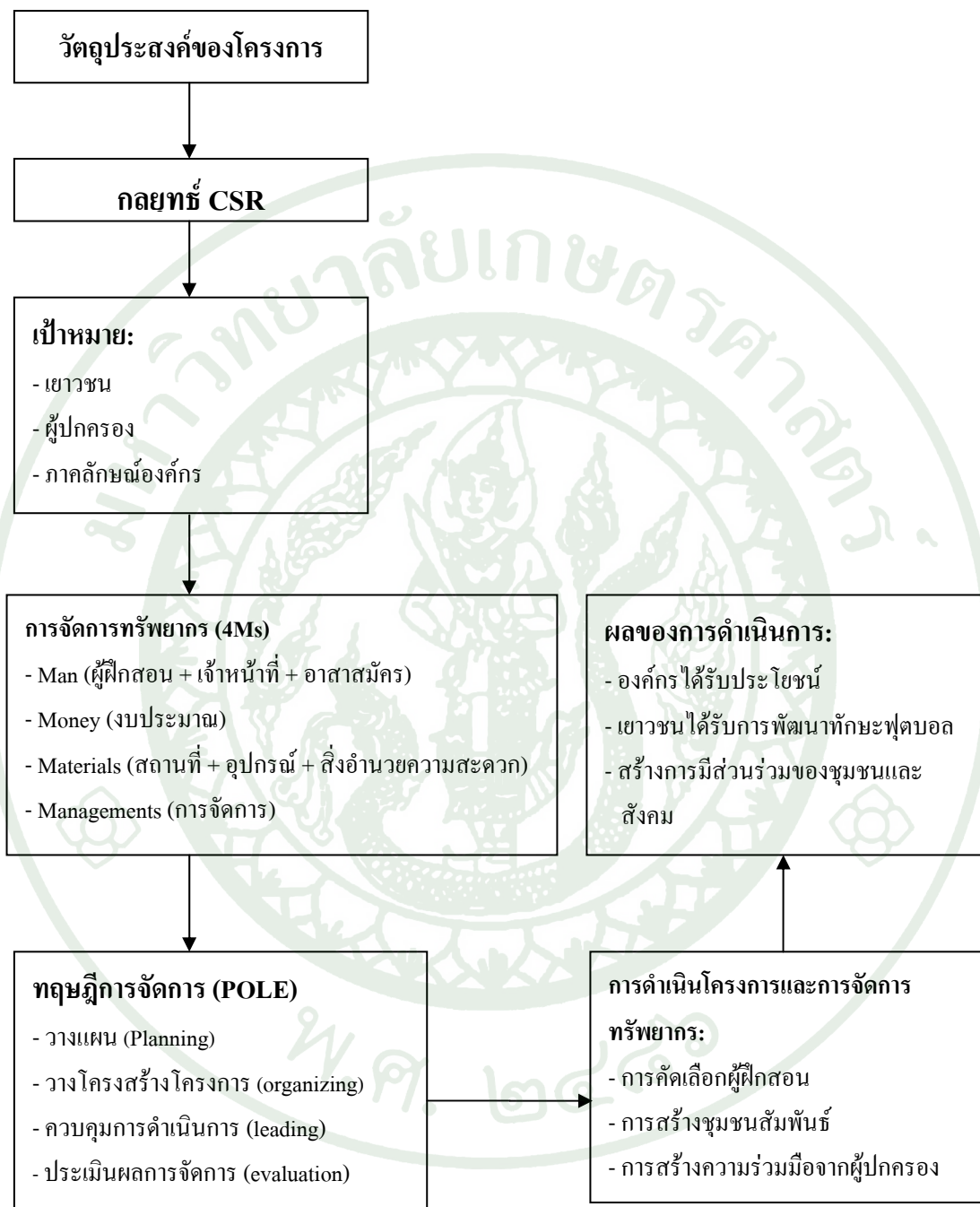
1. แบบสอบถามนี้มุ่งศึกษารูปแบบการบริหารจัดการโครงการไทยเบฟ ฟุตบอล อคาเดมี่ ซึ่งจำเป็นต้องมีรายละเอียดในด้านต่าง ๆ เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างกันใน 3 กลุ่มได้พิจารณาตอบคำถามได้ตรงประเด็น และครอบคลุมเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม ประกอบด้วย
 - 1) กลุ่มเยาวชนในโครงการไทยเบฟ ฟุตบอล อคาเดมี่ ที่ร่วมฝึกซ้อมฟุตบอล
 - 2) กลุ่มผู้ปกครองของเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการฯ
 - 3) กลุ่มผู้สนใจ หรือผู้อาศัยในชุมชนใกล้เคียง
2. แบบสอบถามชุดนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการบริหารจัดการโครงการไทยเบฟ ฟุตบอล อคาเดมี่ โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นการสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 เป็นการสอบถามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบการบริหารจัดการโครงการไทยเบฟ ฟุตบอล อคาเดมี่ โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่

 1. กระบวนการในการจัดการ
 2. ทรัพยากรในการจัดการ
 3. ผลของการดำเนินการ
3. ความคิดเห็นของท่านและข้อเท็จจริงที่ได้จากแบบสอบถามครั้งนี้ จะเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์และมีความสำคัญอย่างยิ่งในการศึกษา ซึ่งผู้วิจัยจะเก็บรักษาข้อมูลของท่านให้เป็นความลับที่สุดและจะใช้ประโยชน์เฉพาะการวิจัยเท่านั้น

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ติดต่อผู้วิจัย

นายจตุพร ประมลบาล

เบอร์โทรศัพท์ 084-013-3383 E-mail: pramolbal.jun@hotmail.com

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมายถูก (✓) ลงในช่องสี่เหลี่ยมที่ตรงกับความเป็นจริง และตรงกับความคิดเห็นตามทัศนะของท่านผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

- ☐ หญิง
☐ ชาย

ผลการประเมินความสอดคล้อง			
+1	0	-1	ข้อเสนอแนะ

2. อายุ

- ☐ ต่ำกว่า 10 ปี ☐ 10-14 ปี ☐ 15-19 ปี
☐ 20-24 ปี ☐ 25-29 ปี ☐ 30-34 ปี
☐ 35-39 ปี ☐ 40-44 ☐ 45 ปี ขึ้นไป

ผลการประเมินความสอดคล้อง			
+1	0	-1	ข้อเสนอแนะ

3. ระดับการศึกษา (สูงสุด)

- ☐ ปริญญาเอก ☐ ปริญญาโท
☐ ปริญญาตรี ☐ มัธยมศึกษา
☐ ประถมศึกษา ☐ อื่นๆ (ระบุ)

ผลการประเมินความสอดคล้อง			
+1	0	-1	ข้อเสนอแนะ

4. สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

- ☐ กลุ่มเยาวชนในโครงการไทยเบฟ ฟุตบอล อคาเดมี่
☐ ผู้ปกครองของเยาวชนในโครงการฯ
☐ ผู้สนใจ หรือผู้อาศัยในชุมชนใกล้เคียง

ผลการประเมินความสอดคล้อง			
+1	0	-1	ข้อเสนอแนะ

5. ระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการฯ

- ☐ ต่ำกว่า 1 ปี ☐ 1-2 ปี ☐ 3-4 ปี
☐ 5-6 ปี ☐ 7-8 ปี ☐ 9 ปีขึ้นไป

ผลการประเมินความสอดคล้อง			
+1	0	-1	ข้อเสนอแนะ

6. ผู้ตอบแบบสอบถามเคยเข้าร่วมโครงการฝึกฟุตบอลเยาวชนมาจากที่ไหนก่อนหรือไม่

- ☐ เคย
☐ ไม่เคย

ผลการประเมินความสอดคล้อง			
+1	0	-1	ข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเกี่ยวกับรูปแบบการบริหารจัดการ

โครงการไทยเบฟ ฟุตบอล อคาเดมี่ โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่

ด้านที่ 1 กระบวนการ

1.1 การคัดเลือกผู้ฝึกสอน (ของโครงการ)

- ผู้ฝึกสอนในโครงการฯ ต้องผ่านการคัดเลือก ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่
- ผู้ฝึกสอนในโครงการฯ มีใบอนุญาตการฝึกสอน ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่
- ผู้ฝึกสอนในโครงการฯ มีความรู้ในการสอน ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่
- ผู้ฝึกสอนในโครงการฯ มีความรับผิดชอบ ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่

ผลการประเมินความสอดคล้อง			
+1	0	-1	ข้อสังเกต

1.2 การสร้างชุมชนสัมพันธ์

- กิจกรรมเสริมสร้างความสัมพันธ์ในชุมชน ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่
- กิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วมจากชุมชน ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่
- กิจกรรมดูแลสังคมและชุมชนร่วมกัน ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่
- ชุมชนให้การสนับสนุนโครงการฯ เป็นอย่างดี ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่

ผลการประเมินความสอดคล้อง			
+1	0	-1	ข้อสังเกต

1.3 การสร้างความร่วมมือจากผู้ปกครอง

- ผู้ปกครองพาเยาวชนเข้าร่วมฝึกฟุตบอลอย่างสม่ำเสมอ ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่
- ผู้ปกครองเข้าร่วมกิจกรรมพิเศษในวาระต่างๆของโครงการฯ ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่
- ผู้ปกครองให้การสนับสนุนกิจกรรมของโครงการฯอย่างสม่ำเสมอ ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่
- ผู้ปกครองเห็นว่าโครงการนี้มีประโยชน์และควรทำอย่างต่อเนื่อง ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่

ผลการประเมินความสอดคล้อง			
+1	0	-1	ข้อสังเกต

ด้านที่ 2 ทรัพยากรในการจัดการ

2.1 ผู้ฝึกสอน

- จำนวนเพียงพอต่อปริมาณของเยาวชนในโครงการฯ ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่
- รูปแบบการฝึกสอนที่หลากหลาย ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่

ผลการประเมินความสอดคล้อง			
+1	0	-1	ข้อสังเกต

2.2 เจ้าหน้าที่ในสนาม

- จำนวนเพียงพอ ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่
- รับผิดชอบในหน้าที่ ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่

ผลการประเมินความสอดคล้อง			
+1	0	-1	ข้อสังเกต

2.3 งบประมาณ

- ใช้งบประมาณสูงในการบริหารจัดการ ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่
- งบประมาณเพียงพอ ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่

ผลการประเมินความสอดคล้อง			
+1	0	-1	ข้อสังเกต

2.4 สิ่งอำนวยความสะดวก

- สนามฝึกซ้อมสวยงาม มีมาตรฐาน ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่
- อุปกรณ์การฝึกซ้อมมีความพร้อม เพียงพอต่อการใช้งาน ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่

ผลการประเมินความสอดคล้อง			
+1	0	-1	ข้อสังเกต

ด้านที่ 3 ผลของการดำเนินการ

3.1 ประโยชน์ที่องค์กรได้รับ

- บมจ.ไทยเบฟเวอเรจ ได้รับประโยชน์ในการจัดโครงการนี้ ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่
- บมจ.ไทยเบฟเวอเรจ ได้รับการยอมรับในสังคม ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่
- บมจ.ไทยเบฟเวอเรจ ได้รับภาพลักษณ์ที่ดีงาม ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่
- บมจ.ไทยเบฟเวอเรจ ได้รับความรักดีต่อสินค้าขององค์กร ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่
- อื่นๆ (ระบุ)

ผลการประเมินความสอดคล้อง			
+1	0	-1	ข้อเสนอแนะ

3.2 ประโยชน์ที่เยาวชนได้รับ

- เยาวชนได้รับประโยชน์จากการเข้าร่วมโครงการฯ ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่
- เยาวชนได้รับการฝึกทักษะด้านฟุตบอลตามรูปแบบมาตรฐาน ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่
- เยาวชนได้รับการฝึกทักษะการอยู่ร่วมกันในสังคม ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่
- เยาวชนได้ออกกำลังกาย จากการเข้าร่วมโครงการนี้ ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่
- เยาวชนได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่
- อื่นๆ (ระบุ)

ผลการประเมินความสอดคล้อง			
+1	0	-1	ข้อเสนอแนะ

3.3 ประโยชน์ที่ผู้ปกครองได้รับ

- ผู้ปกครองได้รับประโยชน์จากการพาเยาวชนเข้าร่วมโครงการฯ ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่
- ผู้ปกครองได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่
- ผู้ปกครองได้พัฒนาตนเองด้วยการร่วมเป็นอาสาสมัครในโครงการ ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่
- ผู้ปกครองได้พัฒนาตนเองด้วยการออกกำลังกายในสนามฯ ด้วย ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่
- ผู้ปกครองรู้สึกมีความสุขที่ได้เข้าร่วมโครงการนี้ ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่
- อื่นๆ (ระบุ)

ผลการประเมินความสอดคล้อง			
+1	0	-1	ข้อเสนอแนะ

3.4 เกิดการมีส่วนร่วมในชุมชน

- ชุมชนได้รับการพัฒนาเมื่อมีโครงการนี้เกิดขึ้น ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่
- ชุมชนได้รับการดูแลและสนับสนุนจากผู้ที่อยู่ในโครงการฯ ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่
- โครงการฯ ได้รับการดูแลและสนับสนุนจากชุมชน ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่
- ควรมีการจัดโครงการในลักษณะเช่นนี้ ในที่อื่นๆ ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่
- อื่นๆ (ระบุ)

ผลการประเมินความสอดคล้อง			
+1	0	-1	ข้อเสนอแนะ

4. ข้อเสนอแนะและคำแนะนำเพิ่มเติม

.....

.....

.....

ลงชื่อ

ผู้ทรงคุณวุฒิ



ภาคผนวก ข
รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ

ทำหน้าที่ตรวจเครื่องมืองานวิจัยเรื่อง "รูปแบบการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร
กับกีฬาฟุตบอล"

1. ดร. ราเชลล์ ได้ผลธัญญา
ผู้อำนวยการฝ่ายกีฬาอาชีพ และกีฬามวย การกีฬาแห่งประเทศไทย
2. นายประชุม บุญเทียม
ผู้อำนวยการกองพัฒนานักกีฬา การกีฬาแห่งประเทศไทย
3. อาจารย์ ดร. จุฑา ดิงศกัทธิย์
อาจารย์ประจำคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
อดีตนักฟุตบอลทีมชาติหลายสมัย
นักพากย์ฟุตบอลลีกต่างประเทศ
4. ดร. วิจิต แหม่มบุญเรือง
ประธานโครงการ MOL หนึ่งใจให้อาชีพ มุลนิธิมิราเคิล ออฟไลฟ์
อดีตประธานบริษัทไทยพรีเมียร์ลีก จำกัด
อดีตนักฟุตบอลทีมชาติหลายสมัย
5. อาจารย์ ดร. อิชฎี ภูอินทร์
หัวหน้าสาขาวิชา การจัดการทางการกีฬา
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา กำแพงแสน

ประวัติการศึกษาและการทำงาน

ชื่อ-นามสกุล	นายจุฑพร ประมลบาล
วัน เดือน ปี ที่เกิด	วันที่ 25 เดือนกันยายน พ.ศ. 2513
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด) มหาวิทยาลัยศรีปทุม บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการองค์การ) มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	วิทยากรอบรมผู้ฝึกสอนฟุตบอล สมาพันธ์ฟุตบอลแห่งเอเชีย (AFC) และสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ฯ หัวหน้าผู้ฝึกสอนทีมฟุตบอลสโมสรยาสูบสุลตการ ผู้จัดการ โครงการ ไทยเบฟฟุตบอลอคาเดมี่ สนามฟุตบอล ไทยเบฟฟุตบอลอคาเดมี่ เหม่งจ้าย ห้วยขวาง ทีมฟุตบอลสโมสรยาสูบ-สุลตการ
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	