

ภาคผนวก ง แบบสัมภาษณ์งานวิจัย

แบบสัมภาษณ์

โครงการวิจัย ระดับความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการในจังหวัดอุบลราชธานี ที่มีต่อเรื่องความ
รับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ (CSR)

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. ธุรกิจของท่านจัดอยู่ในองค์กรธุรกิจประเภทใด
☐ กิจการเจ้าของคนเดียว ☐ ห้างหุ้นส่วนจำกัด
☐ บริษัทจำกัด ☐ บริษัทจำกัด (มหาชน)
2. ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ.....ปี
☐ น้อยกว่า 1 ปี ☐ 1ปี - 5 ปี
☐ 6ปี - 10 ปี ☐ 11ปี - 15 ปี
☐ 16ปี - 20 ปี ☐ มากกว่า 20 ปี
3. เงินทุนจดทะเบียนของกิจการ.....บาท
☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 50 ล้านบาท ☐ 50 - 100 ล้านบาท
☐ 101 – 500 ล้านบาท ☐ มากกว่า 500 ล้านบาท
4. จำนวนพนักงานในองค์กรคน
☐ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 50 คน ☐ 51-100 คน
☐ 101 – 150 คน ☐ มากกว่า 150 คน

ตอนที่ 2 วัดระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ (CSR)

1.ท่านทราบหรือไม่ว่า “ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ (Corporate Social Responsibility: CSR)” คืออะไร

.....

.....

.....

.....

.....

2. CSR เกี่ยวข้องกับใครบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

3. ท่านทราบหรือไม่ว่า CSR-after-process คืออะไร (กิจกรรมเพื่อสังคม มักเป็นกิจกรรมที่อยู่นอกเหนือเวลาทำงานตามปกติ)

.....

.....

.....

.....

องค์กรทำกิจกรรมอะไรบ้าง

ตัวอย่างเช่น การแก้ไขเยียวยาชุมชนที่ได้รับผลกระทบทางมลพิษจากการประกอบการ การแจกจ่ายสิ่งของช่วยบรรเทา สาธารณภัย การเป็นอาสาสมัครช่วยบำเพ็ญสาธารณประโยชน์ ซึ่งกิจกรรมเพื่อสังคมเหล่านี้ มักเป็นกิจกรรมที่อยู่นอกเหนือเวลาทำงานตามปกติ

.....

.....

.....

.....

4. ท่านทราบหรือไม่ว่า CSR-in-process คืออะไร (ถือเป็นกิจกรรมที่อยู่ในเวลาทำงานปกติของกิจการ)

.....

.....

.....

.....

องค์กรทำกิจกรรมอะไรบ้าง

ตัวอย่างเช่น การป้องกันหรือกำจัดมลพิษในกระบวนการผลิต เพื่อไม่ให้ ส่งผลกระทบต่อชุมชน การผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานตามข้อกำหนดในฉลากผลิตภัณฑ์ การเปิดเผยข้อมูลผลิตภัณฑ์อย่างถูกต้องครบถ้วนต่อผู้บริโภค การชดเชยความเสียหายให้แก่ ลูกค้าที่เกิดจากความผิดพลาดและความบกพร่องของพนักงาน

.....

.....

.....

.....

แบ่งตามเกณฑ์กิจกรรม 7 กิจกรรม

1. มีการส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม เช่นการจัดหาเงินทุน วัสดุสิ่งของ หรือทรัพยากรอื่นขององค์กร เพื่อขยายการรับรู้และความห่วงใยต่อประเด็นปัญหาทางสังคมนั้น ตลอดจนสนับสนุนการระดมทุน การมีส่วนร่วม หรือการเพ้นหาอาสาสมัครเพื่อทำกิจกรรมดังกล่าว หรือองค์กรธุรกิจอาจริเริ่มและบริหารงานส่งเสริมนั้นด้วยตนเอง หรือร่วมมือกับองค์กรหนึ่งองค์กรใด หรือกับหลายๆ องค์กรก็ได้

☐ ไม่มี ☐ มี

.....

.....

.....

.....

.....

2. การตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคม (Cause-Related Marketing) เช่นการอุดหนุนหรือ การบริจาครายได้ส่วนหนึ่งจากการขายผลิตภัณฑ์เพื่อช่วยเหลือหรือร่วมแก้ไขประเด็นปัญหาทางสังคม หรือการบริจาคเงินให้กับหน่วยงานที่ไม่แสวงหาผลกำไร หรือนำเงินรายได้ ไปสนับสนุนกิจกรรมการกุศล

☐ ไม่มี ☐ มี

.....

.....

.....

.....

.....

3. การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคม (Corporate Social Marketing) เป็นการสนับสนุน การพัฒนาหรือการทำให้เกิดผลจากการรณรงค์เพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

ด้านสาธารณสุข เช่น มะเร็งเต้านม มะเร็งต่อมลูกหมาก การงดสูบบุหรี่ อนามัยในช่องปาก

ด้านความปลอดภัย เช่น ความปลอดภัยบนท้องถนน ป้องกันการฆ่าตัวตาย การเก็บปืนในที่ปลอดภัย

ด้านสิ่งแวดล้อม หรือด้านสุขภาวะ เช่น การประหยัดน้ำ ประหยัดไฟ มลพิษทางอากาศ การอนุรักษ์สัตว์ป่า การทิ้งขยะ ให้เป็นที่ เป็นทาง เป็นต้น

☐ ไม่มี ☐ มี

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4. การบริจาคเพื่อการกุศล (Corporate Philanthropy) รูปแบบของการบริจาคมีได้หลากหลายรูปแบบ นอกเหนือจากการบริจาคเงินสด อาจจะเป็นการบริจาคที่มีความคิดสร้างสรรค์ เช่นการบริจาคสินค้าและบริการ การจัดหาผู้ชำนาญการเฉพาะด้าน และการอนุญาตให้ใช้พื้นที่ช่องทางจัดจำหน่ายและอุปกรณ์

☐ ไม่มี ☐ มี

.....

.....

.....

.....

5. การอาสาช่วยเหลือชุมชน (Community Volunteering) เป็นการสนับสนุนหรือ จูงใจให้พนักงาน คู่ค้าร่วมสละเวลาและแรงงานในการทำงานให้แก่ชุมชนท้องถิ่นที่ตั้งอยู่ หรือเป็นจิตอาสาทำประโยชน์ต่อสังคม

☐ ไม่มี ☐ มี

.....

.....

.....

.....

6. การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Business Practices) เป็นการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจอย่างพินิจพิเคราะห์ทั้งในเชิงป้องกันด้วยการหลีกเลี่ยงการก่อให้เกิดปัญหาทางสังคม หรือมีแนวปฏิบัติภายในองค์กรที่สะท้อนถึงความรับผิดชอบต่อสังคม

☐ ไม่มี ☐ มี

.....

.....

.....

.....

7. การผลิตและส่งมอบสินค้าให้ถึงผู้บริโภคในระดับฐานราก เนื่องจากผู้บริโภคในระดับฐานรากนั้น มีอำนาจซื้อค่อนข้างต่ำและมีคุณภาพชีวิตที่ไม่ดีนัก แต่มีความต้องการซื้อสินค้าเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต ของตนเองให้ดีขึ้นเช่นกัน แต่ธุรกิจมักไม่สนใจกลุ่มผู้ซื้อระดับนี้ ดังนั้นองค์กรควรหันมาให้ความสนใจ กลุ่มฐานรากนี้ด้วย แม้ที่กำลังซื้อจะต่ำก็ตาม

☐ ไม่มี ☐ มี

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 3 ข้อมูลกิจกรรมหรือนโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

องค์กรของท่านมีการกำหนดนโยบายหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมต่อไปนี้หรือไม่

1. มีนโยบายการรักษาผลประโยชน์และความซื่อสัตย์ต่อผู้ถือหุ้นหรือหุ้นส่วน

☐ ไม่มี ☐ มี

.....

.....

2. มีการกำหนดให้ผู้ถือหุ้นหรือหุ้นส่วนมีสิทธิเท่าเทียมกันในการได้รับข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงหรือการดำเนินกิจการขององค์กร

☐ ไม่มี ☐ มี

.....

.....

3. มีการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสตรวจสอบได้ โดยการรายงานผลการดำเนินงานและการตรวจสอบบัญชีที่ถูกต้องและโปร่งใส

☐ ไม่มี ☐ มี

.....

.....

4. มีระบบป้องกันความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ

☐ ไม่มี ☐ มี

.....

.....

5. สร้างความพึงพอใจและรับผิดชอบต่อลูกค้าด้วยการเสนอสินค้า/บริการที่มีคุณภาพและมาตรฐาน

☐ ไม่มี ☐ มี

.....

.....

.....

6. ผลิตสินค้า/บริการ หรือจำหน่ายสินค้า/บริการโดยคำนึงถึงความปลอดภัยของลูกค้าในการใช้สินค้า/บริการ

☐ ไม่มี ☐ มี

.....

.....

.....

7. ให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์/บริการที่ถูกต้องครบถ้วน ไม่หลอกลวงลูกค้า รวมถึงเปิดเผยข้อมูลปัญหาที่เกิดจากการใช้สินค้า/บริการแก่ลูกค้า เช่น การติดป้ายราคา

☐ ไม่มี ☐ มี

.....

.....

.....

8. มีบริการหลังการขายและรับเรื่องราวร้องเรียนของลูกค้าจากการใช้สินค้า/บริการ

☐ ไม่มี ☐ มี

.....

.....

.....

9. ยึดมั่นในพันธะสัญญาและข้อกำหนดทางการค้าที่มีต่อลูกค้า เช่น ส่งสินค้าตามกำหนดเวลา จำหน่ายสินค้าในราคาที่ตกลงกันได้

☐ ไม่มี ☐ มี

.....

.....

.....

10. มีกิจกรรมส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อมเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อชุมชน เช่น การบำบัดของเสียก่อนปล่อยสู่ชุมชน การไม่สร้างมลภาวะทางเสียง

☐ ไม่มี ☐ มี

.....

.....

11. ให้การสนับสนุน ช่วยเหลือสังคมหรือชุมชนด้วยกิจกรรมสาธารณประโยชน์ เช่น การบริจาคเงิน หรือสิ่งของช่วยเหลือผู้ประสบภัยพิบัติ การมอบทุนการศึกษา

☐ ไม่มี ☐ มี

.....

.....

.....

12. มีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสิ่งแวดล้อม เช่น การนำวัสดุที่เหลือจากการผลิตกลับมาใช้ใหม่

☐ ไม่มี ☐ มี

.....

.....

.....

13. ยึดถือและปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม

☐ ไม่มี ☐ มี

.....

.....

.....

14. มีนโยบายหรือกิจกรรมด้านการประหยัดพลังงานโดยใช้พนักงานเข้ามามีส่วนร่วม

☐ ไม่มี ☐ มี

.....

.....

.....

15. ปฏิบัติต่อผู้จำหน่ายวัตถุดิบ (Supplier) ทุกรายอย่างเท่าเทียมกันไม่ผูกขาดเฉพาะรายใดรายหนึ่ง

☐ ไม่มี ☐ มี

.....

.....

.....

16. ยึดมั่นและปฏิบัติตามข้อตกลงพันธะสัญญาที่ให้ไว้ต่อลูกค้า เช่น การชำระค่าสินค้าตรงเวลา

☐ ไม่มี ☐ มี

.....

.....

.....

17. ดำเนินธุรกิจกับคู่ค้าที่มีนโยบายหรือกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

☐ ไม่มี ☐ มี

.....

.....

.....

18. ให้โอกาสในการฝึกอบรมและพัฒนาตนเองแก่พนักงานทุกคน

☐ ไม่มี ☐ มี

.....

.....

.....

19. จัดสถานที่ทำงานให้มีความปลอดภัย เช่น มีระบบป้องกันอัคคีภัย บันไดหนีไฟ

☐ ไม่มี ☐ มี

.....

.....

.....

20. ให้ผลตอบแทนและสวัสดิการแก่พนักงานทุกคนอย่างเป็นธรรมและถูกต้องตามกฎหมาย

☐ ไม่มี ☐ มี

.....

.....

.....

21. สนับสนุนพนักงานให้ได้รับการศึกษาระดับสูงขึ้น

☐ ไม่มี ☐ มี

.....

.....

.....

22. รับผู้พิการเข้าทำงานกับองค์กร

☐ ไม่มี ☐ มี

.....

.....

.....

23. เปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาขององค์กร

☐ ไม่มี ☐ มี

.....

.....

.....

24. เคารพสิทธิส่วนบุคคลและสิทธิมนุษยชนในความแตกต่างของเพศ เชื้อชาติ และศาสนาของพนักงาน

☐ ไม่มี ☐ มี

.....

.....

.....

25. กำหนดนโยบายการดำเนินธุรกิจโดยไม่เอารัดเอาเปรียบหรือทำลายคู่แข่งด้วยวิธีการที่ผิดกฎหมาย

☐ ไม่มี ☐ มี

.....

.....

.....

26. กำหนดนโยบายการไม่ลอกเลียนแบบหรือละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าหรือบริการของคู่แข่ง

☐ ไม่มี ☐ มี

.....

.....

.....

27. กำหนดนโยบายด้านจริยธรรมการแข่งขันทางธุรกิจ เช่น ไม่ตัดราคาสินค้าหรือบริการ การโจมตีคู่แข่งให้ได้รับความเสียหาย

☐ ไม่มี ☐ มี

.....

.....

.....

28. ปฏิบัติตามระเบียบหรือกฎหมายทางการค้า

☐ ไม่มี ☐ มี

.....

.....

.....

29. องค์กรของท่านมีการจัดสรรงบประมาณประจำปีสำหรับการจัดกิจกรรมหรือบริการเพื่อสังคมเท่าใด

ประมาณ.....บาทต่อปี

☐ น้อยกว่า 100,000 บาท	☐ 100,000 - 500,000 บาท
☐ 500,001 - 1,000,000 บาท	☐ มากกว่า 1,000,000 บาท

30. จากข้อ 29 งบประมาณได้รับการจัดสรรสำหรับจัดกิจกรรมด้านใดมากที่สุด

- ☐ ด้านพัฒนาชุมชน
- ☐ ด้านสุขภาพอนามัย
- ☐ ด้านสิ่งแวดล้อม
- ☐ ด้านการศึกษา และส่งเสริมวัฒนธรรม

31. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อ “ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร CSR จะมีความสำคัญต่อการทำธุรกิจมากขึ้นในอนาคต”

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....