



การให้ความหมาย รูปแบบและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงาน
บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด

โดย

นางสาวสุนทรี ศรีพล

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2554

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

การให้ความหมาย รูปแบบและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงาน
บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด

โดย

นางสาวสุนทรี ศรีพล

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2554

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

**THE STUDY OF MEANING, PATTERNS AND ACTIVITIES CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY AT REQUIREMENTS OF BANGKOK AIRWAYS CO.LTD' STAFF**

By

Miss Suntaree Sreepol

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

Program of Entrepreneurship

Graduate School

SILPAKORN UNIVERSITY

2011

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร อนุมัติให้วิทยานิพนธ์เรื่อง “การให้ความหมายรูปแบบและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงาน บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด” เสนอโดย นางสาวสุนทรีย์ ศรีพล เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ชารัตน์วงศ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 30 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2555

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์

คณะกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(อาจารย์ ดร.ชนินทร์ฐ์ รัตนพงศ์ภิญโญ)
12 / พฤษภาคม / 2555

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ วิไลนุช)
12 / พฤษภาคม / 2555

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์)
12 / พฤษภาคม / 2555

53602374 : สาขาวิชาการประกอบการ

สุนทรีย์ ศรีพล : การให้ความหมาย รูปแบบและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงาน บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด, อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ผศ.ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์, 72 หน้า.

การวิจัยเรื่อง การให้ความหมาย รูปแบบและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงาน บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการวิจัยทฤษฎีฐานราก เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก วิธีการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร ทั้งนี้ผู้วิจัยใช้เรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ แนวคิดเกี่ยวกับจริยธรรม แนวคิดเรื่องบรรษัทภิบาล การมีส่วนร่วม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เป็นแนวทางเพื่อการกำหนดกรอบในการศึกษาวิจัย มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงานบริษัทการบินกรุงเทพ จำกัด 2) ศึกษารูปแบบและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงานบริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ระดับลึก ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้บริหารและพนักงานบริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด จำนวน 27 คน ผลการศึกษพบว่า

1) การให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม คือ การดำเนินกิจกรรมภายในและภายนอกองค์กรที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม การให้ความสำคัญทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม เพื่อมุ่งให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนทั้งต่อองค์กร ชุมชนและสังคมส่วนรวม โดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมหรือทำร้ายชุมชนโดยรอบ

2) รูปแบบและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม การวิจัยนี้ใช้รูปแบบกิจกรรมเพื่อสังคมตามแนวคิดของ ฟิลลิป คอตเลอร์และแอนซี ลี เป็นแนวเปรียบเทียบ พบว่า บริษัทมีกิจกรรมเพื่อสังคมคือ การส่งเสริมประเด็นสังคม การบริจาคตรง อาสาสมัครช่วยเหลือชุมชน มุ่งเน้นการทำโครงการหรือกิจกรรมด้านสังคมที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยเป้าหมายเพื่อสร้างความก้าวหน้าขององค์กรและสังคมในการอยู่ร่วมกันอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย คือ 1.บทบาทของภาครัฐที่มีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น ผู้ศึกษาเห็นว่ารัฐจะต้องมาเกี่ยวข้องกับเรื่องนี้ 2 บทบาทด้วยกัน คือ การเป็นศูนย์กลางของการรณรงค์ ทั้งในงานเชิงนโยบายและภาคปฏิบัติ เช่น ที่หลายๆ ประเทศถือปฏิบัติอยู่ แต่อีกด้านหนึ่งกับภาครัฐก็ยังมีการรับผิดชอบต่อสังคมที่อิงกับความสำเร็จเป็นองค์ประกอบด้วย ไม่ใช่มองความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นเพียงเรื่องของการช่วยเหลือแบบสงเคราะห์แต่อย่างเดียว 2.การดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมผู้บริหารมีความสำคัญในการกำหนดทิศทางและนำพาองค์กร ไปสู่เป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ ดังนั้นผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์ในเรื่องของความรับผิดชอบต่อสังคมย่อมหล่อหลอมค่านิยมให้แก่พนักงานทุกคนในองค์กรให้เข้าใจและมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบต่อสังคมร่วมกัน

สาขาวิชาการประกอบการ	บัณฑิตวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยศิลปากร	ปีการศึกษา 2554
ลายมือชื่อนักศึกษา.....			
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์.....			

53602374 : MAJOR : ENTREPRENEURSHIP

SUNTAREE SRIPON : THE STUDY OF MEANING, PATTERNS AND ACTIVITIES CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AT REQUIREMENTS OF BANGKOK AIRWAYS CO.,Ltd' STAFF . THESIS ADVISOR : PHITAK SIRIWONG, Ph.D. 72 pp.

The purposed of meaning, patterns and activities corporate social responsibility at requirements of Bangkok airways Co.,Ltd staff by using qualitative research and implementing grounded theory. Accumulating data via in-depth interview, unassociated observation and delving through documents this research use corporate social responsibility the concept of ethics the concept of corporate governance participation and related research as a framework for the study about 1) Meaning of corporate social responsibility at requirements of Bangkok Airways' staff 2) Patterns and activities corporate social responsibility at requirements of Bangkok Airways' staff by using qualitative research accumulating data via in-depth interview, collecting data from interviewing 27 sources in the company. The research results indicated that

1) Meaning of corporate social responsibility is Activities within and outside the organization to consider impact on society. The economic significance social environment ironment in order to achieve sustainable development and the organization. Community and society at large. Without harming the environment or communities around.

2) Patterns and activities corporate social responsibility This study uses the patterns corporate social responsibility Philip Kotler and Nancy Lee as a comparison found that corporate social responsibility is a company the promotion of social issues to donate directly volunteers assisting communities focus on social programs or activities that are relevant to all stakeholders. both within and outside the organization. The goal is to contribute to the advancement of the organization and society to coexistence sustainably.

Recommendations from the study is 1) The role of government has a corporate social responsibility the study government would be involved with this two roles the center of the campaign both in the policy and practice many countries have observed on the other side the government also has a social responsibility based on the successful elements. The corporate social responsibility is not just a matter of relief aid, but the same

2) Business management and social responsibility are important in determining the direction and proven strategies to specified target. The executives with a vision of social responsibility teach values to all employees in the organization to understand and participate in social sharing.

Program of Entrepreneurship Graduate School, Silpakorn University Academic Year 2011
Student's signature.....
Thesis Advisor's signature.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์จาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่า ให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ และข้อแนะนำต่างๆ ตลอดจนแก้ไขปรับปรุงให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.ธนิษฐ์ รัตนพงศ์ภินโญ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ วิไลนุช ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ตลอดจนให้คำแนะนำในการวิจัยครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณ คณาจารย์ทุกท่านในภาควิชาการประกอบการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ที่ได้ประสาทวิชาความรู้ ตลอดจนถ่ายทอดประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้วิจัย

ขอขอบพระคุณ ผู้ที่ให้ข้อมูลทุกท่าน ที่กรุณาเสียสละเวลาในการตอบคำถามสัมภาษณ์ เพื่อนๆ ทุกคน ตลอดจนผู้ที่ช่วยเหลือทุกท่าน ที่กรุณาให้ความร่วมมือ และเป็นประโยชน์ในการทำวิจัยครั้งนี้

สุดท้ายผู้วิจัยใคร่กราบขอบพระคุณ บิดา มารดา และพี่ของข้าพเจ้า ที่ให้ความรัก ความห่วงใย เป็นกำลังใจและสนับสนุน ส่งเสริมในทุกๆ ด้านมาโดยตลอด จนทำให้ผู้วิจัยสามารถจัดทำวิทยานิพนธ์นี้สำเร็จลงไปด้วยดี คุณประโยชน์ที่ได้รับจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ถ้าเป็นไปได้ผู้วิจัยก็ขอมอบความสำเร็จในครั้งนี้ให้กับ บิดา มารดา และครูอาจารย์ ที่ได้อบรมสั่งสอน ชี้แนะแนวทางที่ดีและมีคุณค่าตลอดมาจนสำเร็จการศึกษา

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
ขอบเขตของการวิจัย	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม	6
ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม	8
องค์ประกอบของความรับผิดชอบต่อสังคม	8
รูปแบบของความรับผิดชอบต่อสังคม	11
กลยุทธ์ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม	15
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่องค์กรจะต้องรับผิดชอบต่อ	20
แนวคิดเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจ.....	22
ความหมายของจริยธรรม	22
ระดับของจริยธรรม.....	23
ความสำคัญของจริยธรรม	24
แนวคิดเรื่องบรรษัทภิบาล	24
ความหมายของบรรษัทภิบาล.....	24
มิติของบรรษัทภิบาล.....	25
วัตถุประสงค์ของการมีบรรษัทภิบาล	26

	การมีส่วนร่วม	27
	ความหมายของการมีส่วนร่วม	27
	แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม.....	32
	ลักษณะรูปแบบการมีส่วนร่วม	34
	ขั้นตอนการมีส่วนร่วม	37
	ข้อมูลบริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด.....	38
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	40
3	วิธีดำเนินการวิจัย.....	44
	ประชากรและผู้ให้ข้อมูลหลัก	44
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	45
	การเก็บรวบรวมข้อมูล	47
	การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล	47
	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	47
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	49
	การให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม	49
	ความมีมนุษยธรรมและการมีจิตสำนึกที่ดี.....	49
	การคืนผลประโยชน์หรือผลกำไร	51
	การแสดงความรับผิดชอบ	52
	การสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร	53
	รูปแบบและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม.....	54
5	สรุป อภิปรายผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ	64
	สรุปผลการศึกษา.....	64
	ข้อสรุปเชิงทฤษฎีจากผลการศึกษา.....	67
	อภิปรายผลการศึกษา.....	68
	ข้อเสนอแนะ	70
	ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	70
	ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ	70
	ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย.....	71
	ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป	72

บรรณานุกรม	73
ภาคผนวก	76
ประวัติผู้วิจัย	77

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	ลำดับชั้นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร.....	21
2	กิจกรรมแบ่งปันปันยิ้ม.....	57
3	กิจกรรมวันเด็กแห่งชาติ.....	58
4	กิจกรรมอบรมศิลปะแก่เด็กบนเกาะสมุย.....	59
5	กิจกรรมช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม.....	60
6	กิจกรรมปลูกป่าชายเลน จ.ตราด.....	61
7	กิจกรรม RE-EARTH ECO-MUSIC FESTIVAL.....	62

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

แนวคิดการสร้าง “ความยั่งยืนขององค์กร(Corporate Sustainability)” เป็นแนวความคิดที่สำคัญยิ่งในการบริหารจัดการองค์กรธุรกิจในยุคปัจจุบัน แนวคิดนี้เสนอว่าการเติบโตและผลกำไรขององค์กรเป็นสิ่งสำคัญ แต่ไม่เพียงพอที่จะทำให้องค์กรอยู่รอดอย่างยั่งยืนได้ในแวดวงธุรกิจ ปัจจุบัน มีความคิดเห็นตรงกันว่า องค์กรที่ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนต้องยึดหลัก 3 ประการ ได้แก่ ความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นการย้ายจุดเน้นจากเรื่องผลตอบแทนทางเศรษฐกิจและการเงินไปเน้นเรื่องการสร้างผลตอบแทนทางสังคมและการรักษาสภาพแวดล้อมควบคู่ไปกับเป้าหมายเรื่องผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ โดยที่กิจกรรมของธุรกิจไม่เพียงจะต้องตอบสนองความต้องการของคนรุ่นปัจจุบันเท่านั้น แต่ต้องไม่ส่งผลร้ายต่อชีวิตความเป็นอยู่ของคนรุ่นต่อไป รวมทั้งต้องคำนึงถึงการกระจายผลประโยชน์แก่คนในสังคมอย่างเสมอภาคและมีส่วนร่วมส่งเสริมสถานะความเป็นอยู่ที่ดีของคนในสังคม พร้อมทั้งยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในสังคมให้ดีขึ้น (กรุงเทพธุรกิจ : 2550)

ความยั่งยืนในขอบข่ายเศรษฐกิจนั้น มาจากการสร้างธุรกิจให้ก้าวหน้า มีความมั่นคงทางการเงิน ขณะที่ความยั่งยืนด้านสังคมต้องสามารถยกระดับคุณภาพชีวิตผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งหมายถึง ผู้ที่สามารถสร้างผลกระทบโดยตรงต่อธุรกิจ หรือผู้ที่รับผลกระทบโดยตรงจากธุรกิจนั้น ซึ่งครอบคลุมไม่เพียงแต่ผู้ถือหุ้น แต่รวมถึงพนักงาน ลูกค้า คู่ค้าต่างๆ หุ้นส่วนธุรกิจ รัฐบาล รวมถึงชุมชนที่อยู่แวดล้อมที่ตั้งของธุรกิจนั้น ยิ่งธุรกิจสามารถสร้างประโยชน์ให้กับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียได้มากเท่าใด ธุรกิจนั้นก็ยิ่งได้รับการยอมรับจากสังคมและจะสามารถดำเนินกิจการไปได้อย่างต่อเนื่องมากยิ่งขึ้น

ผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มอาจจะมีเป้าหมายความต้องการที่แตกต่างกัน ผู้ถือหุ้นและผู้ลงทุนจะสนใจที่ผลตอบแทนจากสิ่งลงทุนไปกับธุรกิจ พนักงานย่อมต้องการการทำงานที่ให้โอกาสก้าวหน้าในการทำงาน ผลตอบแทนที่เป็นธรรม และความมั่นคงในงาน ส่วนลูกค้าหรือผู้บริโภคก็ต้องการได้สินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพในราคาที่ยุติธรรมและเหมาะสม ขณะที่ชุมชนไม่เพียงต้องการธุรกิจที่สร้างรายได้ให้ชุมชน แต่ยังต้องการธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อชุมชน ไม่สร้างมลภาวะหรือผลกระทบเชิงลบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน ธุรกิจที่สามารถตอบสนองความต้องการพื้นฐานของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่กล่าวไปข้างต้น และสามารถตอบสนองความ

ต้องการเฉพาะของผู้มีส่วนได้เสียรายกลุ่มอย่างเจาะจงได้ จะช่วยรักษาและเพิ่มพูนสัมพันธภาพอันดีระหว่างธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ ทำให้ธุรกิจนั้นไม่เพียงแต่บรรลุเป้าหมายของธุรกิจ แต่ยังช่วยให้ธุรกิจสามารถดำเนินการไปอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนได้ ซึ่งสิ่งที่เป็นพื้นฐานของความยั่งยืนขององค์กรคือ “ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร” (Corporate Social Responsibility : CSR) นั่นเอง (ณัฐชนิธร อภิวิชญ์ชลชาติ 2551)

แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกำลังเกิดขึ้นอย่างกว้างขวางทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นเกิดขึ้นโดยจิตสำนึกจากภายในของกิจการเอง หรือจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกเป็นผู้ผลักดัน เป็นเหตุให้องค์กรในธุรกิจปัจจุบันจำเป็นต้องให้ความสนใจและกำหนดบทบาทของตนเองในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจโดยมีความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็นองค์ประกอบ องค์กรธุรกิจหลายแห่งพัฒนาและดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างต่อเนื่องและมีจำนวนของกิจกรรมเพิ่มขึ้น จากการที่ต้องดูแลทั้งกิจกรรมเก่าที่ดำเนินอยู่และจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพัฒนา กิจกรรมใหม่ๆ เพื่อตอบสนองให้ทันกับประเด็นทางสังคมที่เป็นปัจจุบัน ทำให้การบริหารกิจกรรมเพื่อสังคมของกิจการมีความซับซ้อนหลากหลายยิ่งขึ้น องค์กรธุรกิจจึงจำเป็นต้องมีเครื่องมือและกลยุทธ์สนับสนุนการดำเนินงานด้านบรรษัทภิบาลอย่างมีประสิทธิภาพ ในขณะที่เดียวกันองค์กรธุรกิจอีกหลายแห่งก็ยังไม่แน่ใจว่ากิจกรรมที่องค์กรกำลังดำเนินอยู่นั้นเข้าข่ายบรรษัทภิบาลหรือไม่และ องค์กรธุรกิจอีกจำนวนไม่น้อยก็ยังไม่มีความชัดเจนในการออกแบบและพัฒนากิจกรรมเพื่อสังคมที่เหมาะสมสอดคล้องกับลักษณะกิจการ (เขมิกา ทับทิมใส 2551)

ในประเทศไทย กระแสของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ปรากฏออกมาอย่างต่อเนื่องไม่ว่าจะเป็นการประชุม อบรม สัมมนา พร้อมทั้งกิจกรรม โครงการเพื่อสังคมของบริษัทแทบทุกแห่ง ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นถึงความพยายามในการปรับตัว ปรับแนวคิดให้มุ่งไปสู่องค์กรที่มีส่วนต่อความรับผิดชอบต่อสังคม นอกเหนือจากการแสวงหาผลกำไรอันเป็นวัตถุประสงค์หลักขององค์กรธุรกิจโดยทั่วไป โดยรวมนับว่ากระแสที่เกิดขึ้นนั้นถือว่าเป็นสิ่งที่ดีเท่ากับว่าตอนนี้ทุกคนเห็นพ้องต้องกันในเรื่องของการดูแลรับผิดชอบต่อสังคมว่าเป็นหน้าที่ของทุกคนทุกภาคส่วนไม่ใช่เรื่องของคนใดคนหนึ่ง แนวคิดที่ว่านี้ควรได้รับการสนับสนุนส่งเสริมให้กลายเป็นค่านิยมหลักของสังคมไม่ใช่เป็นเพียงแค่กระแสความนิยมที่ผ่านมาแล้วก็ผ่านไป ประเด็นสำคัญต่อมาก็คือ การสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรให้เกิดขึ้น เพราะกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมไม่ควรจะเป็นเพียงกิจกรรมส่งเสริมการตลาดและการสร้างสีสันเพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กร โดยมีการบิดเบือนเป็นส่วนประกอบเพียงเท่านั้น จริงอยู่กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่มาจากแนวคิดที่เกิดขึ้นจากภายในองค์กร มีการกำหนดนโยบาย กลยุทธ์และแผนงานที่ชัดเจนย่อมมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่แตกต่างกับความรับผิดชอบต่อ

สังคมขององค์กรที่เป็นเพียงกิจกรรมส่งเสริมการขายทั้งในระยะสั้นและระยะยาว รวมถึงการเชื่อมโยงกับค่านิยมและความสามารถหลักขององค์กรได้อย่างแท้จริง (ภักธิชา เกิดโมลี 2552)

ปัจจุบันการคมนาคมทางอากาศ ได้เป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวซึ่งกำลังเจริญเติบโตอย่างมาก จนกลายเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ทำรายได้เป็นอันดับหนึ่งของประเทศ บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด (Bangkok Airways) เริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2511 ในแผนกการบินสหกลแอร์ ของบริษัท กรุงเทพสหกล จำกัด โดยประธานคณะผู้บริหาร นายแพทย์ปราเสริฐ ปราสาททองโอสถ ถือเป็นสายการบินสัญชาติไทย ที่ก่อตั้งและมีเจ้าของเป็นคนไทย ดำเนินธุรกิจอยู่คู่คนไทยมากกว่า 40 ปี และมีความเจริญก้าวหน้าทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง มีการกำหนดแผนการดำเนินธุรกิจและกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม โดยคำนึงถึงการดำเนินธุรกิจหลักและจรรยาบรรณทางธุรกิจขององค์กร ผลกระทบของการดำเนินธุรกิจต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องใกล้ชิดกับธุรกิจโดยตรง เช่น ลูกค้า คู่ค้า ผู้ส่งมอบ พนักงานและครอบครัว ผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน ชุมชนรองที่ตั้งธุรกิจ ฯลฯ ผลกระทบของการดำเนินธุรกิจต่อสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ เช่น ป่าไม้ แม่น้ำ อากาศ ระบบนิเวศน์ เป็นต้น และสิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม เป็นต้น

ความรับผิดชอบต่อสังคมเอื้อให้ภาพลักษณ์ทางสังคมขององค์กรดีขึ้น แถมยังใช้ทุนและเงินน้อยกว่าการทำแผนโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพราะสามารถดึงกลุ่มลูกค้าและไม่ใช่ลูกค้าเข้ามาร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมได้ด้วย ในแง่ของประโยชน์ทางตรงที่สามารถสัมผัสจับต้องได้ของการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม คือ พนักงาน เกิดความภาคภูมิใจในการทำงานร่วมกับองค์กร ขณะเดียวกันก็สามารถดึงดูดบุคลากรที่มีคุณภาพ ให้เข้ามาทำงานกับองค์กรได้ และยังทำให้องค์กรสามารถสร้างรายได้และส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น เพราะแนวโน้มลูกค้าที่ให้ความสำคัญกับการซื้อสินค้าและบริการจากองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมมีจำนวนเพิ่มขึ้น ส่วนประโยชน์ที่เป็นนามธรรมไม่สามารถจับต้องได้ คือ ทำให้ลูกค้าเกิดความภักดีต่อตราสินค้า โดยการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมร่วมกับการทำตลาด

จากที่กล่าวมาทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาว่าการที่บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด ดำเนินธุรกิจการบินมาจนกระทั่งบัดนี้ บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างไรจึงสามารถดำเนินธุรกิจอยู่ได้ และมีรูปแบบรวมถึงกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงานเป็นรูปแบบเช่นไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด
2. เพื่อศึกษาถึงรูปแบบ และกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การให้ความหมาย รูปแบบ และกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงานบริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด” ใช้วิธีวิทยาการสร้างทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory) เป็นแนวทางการวิจัย โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ มีขอบเขตการศึกษาวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตเชิงเนื้อหา

การศึกษานี้มุ่งศึกษาการให้ความหมาย และความต้องการของพนักงาน บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด โดยศึกษาเฉพาะบุคคลที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม คือ ผู้บริหาร พนักงาน บุคคลที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

2. ขอบเขตเชิงประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด

ผู้ให้ข้อมูลหลักในการศึกษานี้ คือ ผู้บริหารและพนักงานฝ่ายการเงินและบัญชี ฝ่ายบริหารสำนักงาน ฝ่ายขาย ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ฝ่ายสำรองที่นั่งและบัตรโดยสาร ฝ่ายช่าง และฝ่ายปฏิบัติการ

3. ขอบเขตเชิงกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ให้ข้อมูลหลักในการศึกษานี้ คือ ผู้บริหารและพนักงานฝ่ายการเงินและบัญชี ฝ่ายบริหารสำนักงาน ฝ่ายขาย ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ฝ่ายสำรองที่นั่งและบัตรโดยสาร ฝ่ายช่าง และฝ่ายปฏิบัติการ

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้ทราบถึงการให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด โดยความหมายที่ได้สามารถนำมาใช้สรุปเป็นกรอบแนวคิดสำหรับผู้บริหารในยุค

ถัดไป เพื่อสร้างความเข้าใจในการวางนโยบายเกี่ยวกับแผนพัฒนาโครงการอันจะก่อให้เกิดประโยชน์กับทั้งองค์กรและชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

2. ได้ทราบถึงรูปแบบและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงานบริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด โดยการศึกษาที่สามารถใช้เป็นตัวอย่างในการดำเนินการหรือปรับปรุงโครงการ และนำไปประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นแบบอย่างให้องค์กรอื่นเกิดจิตสำนึกของการเป็นองค์กรที่มีการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างแท้จริง

3. สามารถใช้เป็นกรณี ศึกษาสำหรับหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับแนวคิดการสร้างภาพลักษณ์จากการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อไปประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสมยิ่งขึ้น และเกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาองค์กรธุรกิจไทยและประเทศชาติ

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง การให้ความหมาย รูปแบบ และกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงานบริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาความเข้าใจขององค์กรต่อความรับผิดชอบต่อสังคม โดยผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎี ตลอดจนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้กำหนดกรอบแนวความคิดเป็นแนวทางเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากการวิจัย ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ
2. แนวคิดเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจ
3. แนวคิดเรื่องบรรษัทภิบาล
4. การมีส่วนร่วม
5. ข้อมูลบริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility: CSR)

1.1 ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม

CSR หรือ ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจนั้น เป็นสิ่งที่พึงกระทำในการดำเนินธุรกิจภายใต้หลักจริยธรรมและการกำกับดูแลกิจการที่ดีควบคู่ไปกับการใส่ใจรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน อธิบายโดยขยายความได้ว่า การดำเนินกิจกรรมภายในและภายนอกองค์กรที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม ทั้งในระดับใกล้และไกล โดยไม่ไปเบียดเบียนฝ่ายใดทั้งสิ้น องค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ย่อมไม่ขูดรีดแรงงานลูกจ้าง ไม่น้อโกงลูกค้า ไม่เอาเปรียบคู่ค้า ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมหรือทำร้ายชุมชนโดยรอบ ทั้งหมดก็เพื่อประโยชน์สุขแก่องค์กรและสังคม อันนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งในการศึกษานี้ได้แบ่งแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาไว้ดังนี้

ฟิลิป คอตเลอร์ และ แนนซี ลี (Kotler and Lee) ได้ให้นิยามความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility) หรือ บรรษัทภิบาล ไว้ว่า คือการยอมรับพันธกิจว่าจะปรับปรุงความเป็นอยู่ของชุมชนให้ดีขึ้นโดยอาศัยดุลยพินิจอย่างอิสระในการเลือกแนว

ปฏิบัติทางธุรกิจและการใช้ทรัพยากรขององค์กรโดยเป็นพันธกิจที่องค์กรธุรกิจ “สมควรใจ” เลือกลงและนำมาปฏิบัติรวมไปถึงวิธีการมีส่วนร่วม พันธกิจที่กล่าวนี้จะต้องมีการแสดงออกเพื่อที่บริษัทจะได้รับการยอมรับว่าเป็นผู้รับผิดชอบต่อสังคม พันธกิจที่ว่านี้จะทำให้สำเร็จได้โดยการใช้แนวปฏิบัติใหม่ๆ ทางธุรกิจและ/หรือวิธีการมีส่วนร่วมทั้งเป็นตัวเงินและไม่ใช่ว่าเงิน (รมณีนัฏร แก้วกิริยา 2551: 3)

World Business Council for Sustainable Development : WBCSD (2008) ให้ความหมายของบรรษัทภิบาลว่า พันธสัญญาทางธุรกิจเพื่อมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจที่ยั่งยืน โดยอาศัยพนักงาน ครอบครัวของพนักงาน ชุมชนท้องถิ่นและสังคมโดยรวมดำเนินการพัฒนาคุณภาพชีวิตของพวกเขา

Business for Social Responsibility ให้คำนิยามของบรรษัทภิบาลว่า พฤติกรรมในการทำธุรกิจที่ได้มาตรฐานหรือเกินมาตรฐานทางจริยธรรม กฎหมาย การพาณิชย์ และความคาดหวังของสาธารณชนเป็นการรวมเอาการตัดสินใจทางธุรกิจอันเนื่องมาจากคุณค่าทางจริยธรรมข้อกำหนดทางกฎหมาย เช่นเดียวกับการคำนึงถึงประชาชน ชุมชน และสถานะแวดล้อม (รมณีนัฏร แก้วกิริยา 2551 : 4)

European Commission Green Paper ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมไว้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็นแนวคิดที่บริษัทจะบูรณาการงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมเข้าไปในกิจการของประเทศและการปฏิสัมพันธ์ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholder) โดยสมควรใจ (กุลนัฏร สุวรรณศรี 2551 : 72-73)

กองบรรณาธิการประชาชาติธุรกิจ ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรไว้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง การดำเนินกิจกรรม การวางแผน การตัดสินใจ การสื่อสารประชาสัมพันธ์ การบริหารจัดการ และการดำเนินงานขององค์กรที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมในระดับใกล้ ที่หมายถึงผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กร ได้แก่ ลูกจ้าง คู่ค้า พนักงาน ชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่และสังคมระดับไกลหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรในทางอ้อม ได้แก่ คู่แข่งขันทางธุรกิจและประชาชนทั่วไป เป็นต้น (2550 : 7)

พิพัฒน์ ยอดพฤติการ และคณะ (2551) ซึ่งศึกษาวิจัยเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมต่อการลงทุน โดยการศึกษาวิจัยของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรไว้ว่า เป็นความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงบรรษัท หมายถึงการดำเนินกิจกรรมทั้งภายในและภายนอกองค์กร ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมทั้งในระดับใกล้และไกล ด้วยการให้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรหรือทรัพยากรจากภายนอกองค์กร ในอันที่จะทำให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข

โกวิท สวัสดิ์มงคล สรุปความหมายไว้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง บทบาทหน้าที่หรือข้อผูกพันของบุคคลหรือองค์กรซึ่งต้องตระหนักถึงความสำคัญในการดำเนินธุรกิจขององค์กร โดยไม่สร้างความเดือดร้อนแก่สังคมและสิ่งแวดล้อม ต้องพยายามหลีกเลี่ยงไม่กระทำการใดๆ ให้บุคคลอื่นและสังคมต้องเสียหายด้วย รวมทั้งปกป้องและยังผลประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม เพื่อให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นด้วย (2550 : 16)

สถาบันไทยพัฒน์ (อ้างถึงใน กองบรรณาธิการประชาชาติธุรกิจ (2550 : 7) ได้บัญญัติความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร หรือ corporate social responsibility (CSR) ไว้ว่า บรรษัทภิบาล หมายถึง การกำกับดูแลกิจการให้เจริญรุดหน้าอย่างมีประสิทธิภาพด้วยเงื่อนไขความถูกต้อง โปร่งใส การมีจริยธรรมที่ดี โดยมุ่งคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกิจการและสังคมโดยรวม

จากความหมายที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม คือ การดำเนินธุรกิจตามกฎหมายและจริยธรรม ไม่สร้างปัญหาแก่สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรงต่อความสำเร็จขององค์กร ผู้วิจัยนำความหมายที่ได้จากการศึกษาเพื่อกำหนดกรอบแนวคำถามของความหมายของการรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทตามทัศนะของผู้บริหารและพนักงาน และใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์ เพื่อการศึกษา ค้นคว้าถึงความหมายที่แท้จริง

1.2 องค์ประกอบของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

วิวัฒนาการของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนั้น เป็นเรื่องที่ยากจะจับคู่จับคู่ และไม่มีมาตรฐานตายตัว อย่างไรก็ตามในการประยุกต์ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเข้ากับธุรกิจอย่างเป็นรูปธรรมในทุกขนาดไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดเล็ก ขนาดกลาง ขนาดใหญ่ หรือระหว่างประเทศนั้นๆ ก็ดี มีการรวบรวมลักษณะรูปธรรมในการดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรไว้ โดยเฉพาะจาก European Commission (2551) ซึ่งกล่าวไว้ดังนี้

1. มิติภายใน

1.1 การจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม องค์กรต่างๆ ปัจจุบันมีความท้าทายที่จะต้องดึงพนักงานที่มีความสามารถ ดังนั้นธุรกิจฯ จึงควรส่งเสริมการจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น ด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต Life-long learning การให้ข้อมูลที่โปร่งใสกับพนักงานในทุกๆ ด้าน การให้ความสมดุลระหว่างงาน ชีวิตครอบครัว และการพักผ่อน การปฏิบัติอย่างเท่าเทียมทั้งด้าน การคัดเลือกเข้าทำงาน รายได้และความก้าวหน้าทางงาน โดยเฉพาะกับผู้หญิงและผู้พิการ การดูแลเอาใจใส่พนักงานโดยเฉพาะที่ได้รับบาดเจ็บและ/หรือ เกิดปัญหาสุขภาพจากการทำงาน นอกจากนั้นในด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต ธุรกิจควรที่จะให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมในระดับต่างๆ หรือแม้แต่การมีนโยบายส่งเสริมการเรียนรู้ที่สร้างสรรค์

เช่น การสนับสนุน ช่วงต่อระหว่าง โรงเรียนมาสู่พนักงานสำหรับคนรุ่นใหม่ โดยการให้การฝึกอบรมพิเศษสำหรับคนกลุ่มนี้ นอกจากนั้นที่สำคัญที่สุดคือการสร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นในที่ทำงานให้ได้

1.2 สุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน ถึงแม้ว่าจะมีกฎหมายควบคุมดูแลด้าน สุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน แต่กระแสนการกระจายงานไปสู่ Supplier ทำให้บริษัทควบคุมไม่ทั่วถึง จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจที่ควรจะช่วยกันดูแล หรือตั้งเป็นนโยบายขององค์กรฯ เช่น เลือกร่วมทำธุรกิจ หรือเลือกใช้ Supplier ที่มีคุณธรรม จรรยาบรรณ ต่อพนักงาน เพื่อเป็นการควบคุมดูแลอีกทางหนึ่ง อีกทั้งยังเป็นการบีบให้ บริษัทอื่นๆ ที่ต้องการจะทำธุรกิจกับเราต้องพัฒนาตนเองตามไปด้วย เพราะมีเช่นนั้น หากเกิดผลร้ายจากการที่ใช้ Supplier ที่ไม่ใส่ใจสุขภาพและความปลอดภัยในการทำงานของลูกจ้าง เมื่อเกิดกรณี ขึ้นมา ภาพลักษณ์ที่ไม่ดีก็จะกลับขึ้นมาถึงบริษัทแม้บริษัทผู้ว่าจ้างด้วย ในต่างประเทศ ได้มีการพัฒนามาตรฐานความปลอดภัยของอุปกรณ์ในการดำเนินงานทั้งในออฟฟิศ และโรงงาน ตั้งแต่เครื่องเขียนไปจนถึงเครื่องจักร เพื่อลด และป้องกันอันตรายที่อาจเกิดขึ้นกับพนักงานให้ได้มากที่สุด ซึ่งประเทศไทยน่าจะนำมาประยุกต์ใช้

1.3 การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง การบริหารองค์กร ที่มีนโยบายที่จะรับผิดชอบพนักงานในกรณีที่เกิดวิกฤตทางเศรษฐกิจ สังคม หรือการเมือง หรือแม้แต่การปรับโครงสร้างภายในขององค์กรเอง โดยเฉพาะการควบรวมกิจการต่างๆซึ่งมักจะนำมาสู่การเลิกจ้างพนักงานจำนวนมาก ซึ่งไม่ส่งผลดีต่อองค์กรเอง นอกเสียจากจะสุดวิสัยจริงๆ เพราะทำให้ความเชื่อถือนั้น ว่างใจ และความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับองค์กร ฯ ต้องเสียไป ทั้งนี้ ในช่วงที่เกิดวิกฤตในองค์กรฯ นั้นๆ การปรึกษาหารือ และสร้างความร่วมมือกันในกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ไม่ว่าจะเป็นนักลงทุน ผู้บริหาร พนักงาน หรือแม้แต่ลูกค้า ย่อมนำมาซึ่งการแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนมากกว่า

1.4 การจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในองค์กร การลดการใช้ทรัพยากรและการปล่อยสารพิษ/ของเสีย ซึ่งเป็นการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ย่อมเป็นผลดีต่อองค์กรนั้นๆ เอง ในอันที่จะจัดการการผลิตสินค้า/บริการ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และยังเป็นการลดต้นทุนด้านพลังงาน และการจัดการของเสียต่างๆ อีกด้วย ซึ่งนำไปสู่ผลกำไรที่สูงขึ้น ความสามารถในการแข่งขันในตลาดที่เพิ่มขึ้น และที่สำคัญ เป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้กับบริษัท ถือว่าได้ประโยชน์ต่อทุกฝ่าย (Win-Win)

1.5 บรรษัทภิบาลและความโปร่งใสในการดำเนินกิจการ ปัจจุบันความเชื่อมั่นที่มีต่อบริษัทฯ เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด โดยเฉพาะบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ดังนั้นความโปร่งใส และขั้นตอนการตัดสินใจต่างๆ ของบริษัทที่มีความชัดเจน ตรวจสอบได้ จึงมีความสำคัญ

อย่างยิ่งยวดทั้งต่อ ความมั่นคงของบริษัท ในมุมมองของนักลงทุน และความมั่นคงในสังคม ทั้งนี้ เป็นเพราะว่าการบริหารจัดการที่มีความโปร่งใส ทางบัญชี และกระบวนการตัดสินใจในทุกๆระดับ นั้นย่อมนำไปสู่ ข้อมูลที่มีความชัดเจน ซึ่งสามารถเข้าถึงได้โดยนักลงทุนและผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งทำให้เกิดระบบการลงทุนในสังคมโดยรวมที่มีประสิทธิภาพ ความผิดปกติทางการเงิน หรือกระบวนการตัดสินใจต่างๆ ย่อมจะสามารถถูกพบและจัดการได้โดยองค์กรที่เกี่ยวข้อง และลดโอกาสของความสูญเสียทั้งในด้านการเงินและทรัพยากรต่างๆ ที่ต้องเสียไปกับการคอร์รัปชันอีกด้วย ซึ่งนำไปสู่สังคมที่มีความยั่งยืนและแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจในที่สุด

2. มิติภายนอก

2.1 การจัดการกับ Supplier และหุ้นส่วนทางธุรกิจ (Partners) ที่รับผิดชอบต่อสังคม กล่าวคือการเลือก Supplier และหุ้นส่วนทางธุรกิจ (Partners) ควรคำนึงถึงบทบาทการรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนั้นๆ เพื่อเป็นการขยายความรับผิดชอบต่อสังคม จากองค์กรของตนไปสู่องค์กรอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง และป้องกันปัญหาที่อาจจะตามมาจากความซับซ้อนของระบบธุรกิจสมัยใหม่ ที่ยากต่อการควบคุมให้ครอบคลุมไปทั้ง Supply Chain ซึ่งอาจจะมิใช่นโยบายหรือกิจกรรมที่ส่งเสริมประเด็นเหล่านี้ อาทิ ส่งเสริมผู้ประกอบการใหม่ๆ ที่จะเข้ามาเป็น Supplier ด้วยการส่งที่ปรึกษาไปช่วยพัฒนาระบบการทำงานให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นต้น

2.2 การดูแลผู้บริโภค หรือผู้ซื้อสินค้า / บริการขององค์กร เป็นแหล่งที่มาของรายได้ ดังนั้นจึงต้องมีระบบการดูแลผู้บริโภคในทุกๆ กระบวนการของสินค้า/บริการ ตั้งแต่การผลิต การขาย ไปจนถึงการทิ้ง ให้ปลอดภัย มีประสิทธิภาพทั้งในเชิงคุณภาพและราคา และมีจริยธรรม นอกจากนั้นยังสามารถแสดงความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคด้วยการ เลือกผลิต/จำหน่ายสินค้า/บริการเฉพาะด้านให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภค หรือแม้แต่การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สามารถใช้ได้กับทุกกลุ่ม ที่รวมถึงผู้พิการด้วย (Design for All) เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีอักษรเบรลล์ และ/หรือ ส่งการด้วยเสียง สำหรับคนปกติและคนตาบอดใช้ได้

2.3 ความรับผิดชอบต่อชุมชนใกล้เคียง (Local Communities) บริษัทฯ ต่างๆ ตามปกติจะให้ประโยชน์ต่อชุมชนอยู่แล้ว เช่น จ้างแรงงานชุมชน ซึ่งนำสู่รายได้สู่ชุมชน และรายได้ภาษีของพื้นที่ ซึ่งนำไปสู่ทุนสาธารณะที่สามารถนำมาสร้างประโยชน์แก่ชุมชนได้อีก นอกจากนั้น บริษัทฯ ยังต้องพึงชุมชนรอบข้าง ในรูปแบบของ แรงงาน และอื่นๆ ดังนั้นบริษัทฯ จึงควรมีส่วนช่วยเหลือทั้งด้านสุขภาพ และสิ่งแวดล้อมชุมชน (และใกล้เคียง) ผ่านการบริจาค หรือกิจกรรมสาธารณประโยชน์ใดๆ ที่จะช่วยพัฒนาชุมชน และนำไปสู่ความแข็งแกร่งของชุมชนนั้นๆ ซึ่งผลตอบแทนที่บริษัทจะได้รับ คือภาพลักษณ์ที่ดี นำไปสู่ความร่วมมือและพร้อมจะช่วยเหลือบริษัท

2.4 ความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม บริษัทต่างๆ ที่อยู่ในเมืองหรือ บริษัทใหญ่ อาจไม่ได้เกี่ยวข้องกับพื้นที่ในบริเวณนั้นๆ มากนัก หรือ เป็นบริษัทที่มีสาขามากมายทั่วประเทศ ดังนั้นบริษัทเหล่านี้จึงควรแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในวงกว้าง โดยการบริจาค ทำกิจกรรม หรือสนับสนุนในรูปแบบต่างๆ เพื่อแก้ไข และพัฒนาสังคม ในประเด็นที่ บริษัทเกี่ยวข้อง สนใจ ซึ่งถือเป็นการแสดงบทบาทผู้นำทางธุรกิจ ต่อการสร้างการเปลี่ยนแปลงต่อสังคมอย่าง ชัดเจนและควรเป็นอย่างยิ่งที่จะวัดผลได้ จึงจำเป็นที่จะต้องมีการวางแผน และการหาพันธมิตรใน การปฏิบัติงานที่ดี ซึ่งจะนำมาสู่ภาพลักษณ์ที่ดี Corporate Citizenship ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญในการ สร้างความไว้วางใจและคุณค่าของบริษัทในมุมมองของผู้บริโภคและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2.5 การรับผิดชอบต่อโลก ในมิติต่างๆ เช่น สิ่งแวดล้อม สิทธิมนุษยชน และ ประเด็นสำคัญอื่นๆ ในระดับภูมิภาค และ/หรือ ระดับโลก ตามความเหมาะสม และศักยภาพของ องค์กรบริษัทสามารถร่วมมือกับ องค์กรต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น รัฐบาล NGO สถาบันการศึกษาองค์กร ธุรกิจอื่นๆ เพื่อร่วมมือกัน

จะเห็นได้ว่าองค์ประกอบของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร จะแบ่ง ออกเป็นสองมิติหลักๆ ก็คือมิติภายในอันเป็นการดูแลกิจกรรมต่างๆ ที่ธุรกิจนั้นดำเนินการอยู่และ จัดการได้โดยตรงเช่น การจัดการแรงงาน กระบวนการผลิต หรือการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ให้ได้ มาตรฐานเป็นที่ยอมรับตามมาตรฐานสากล และมิติด้านนอกซึ่งเกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางธุรกิจที่ บริษัทอาจจะควบคุมไม่ได้โดยตรง เช่น การดูแลลูกค้า การรับผิดชอบต่อ supplier และการ สนับสนุนกิจกรรมด้านการพัฒนาสังคม เพื่อการยกระดับคุณภาพขององค์กร ให้มีการพัฒนาอย่างมี ระบบ และมีมาตรฐานซึ่งจะมีผลต่อความเชื่อมั่นของนักลงทุนในการตัดสินใจลงทุนกับองค์กร ต่อไป

1.3 รูปแบบของความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ

รูปแบบของการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมที่นำไปสู่การอยู่ ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุขนั้นจะต้องสามารถเชื่อมโยงกิจกรรมทางธุรกิจให้มีส่วน ประสมของความรับผิดชอบต่อสังคมได้อย่างเหมาะสม

พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์ และคณะ (2551) แบ่งประเภทของซีเอสอาร์ตามบทบาทและ ความเกี่ยวข้องของหน่วยงาน จะสามารถจำแนกออกได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. CSR-after-process ที่มักใช้คำในภาษาไทยว่า "กิจกรรมเพื่อสังคม" คือ การ ดำเนินกิจกรรม (activities) ของหน่วยงาน ซึ่งโดยมากเป็นองค์กรธุรกิจที่แสวงหากำไร เพื่อสร้างให้ เกิดประโยชน์แก่สังคมในด้านต่างๆ โดยกิจกรรมที่ดำเนินการนั้นมักแตกต่างหากจากการดำเนิน ธุรกิจที่เป็นกระบวนการ (process) หลักของกิจการและเกิดขึ้นภายหลัง เช่น การแก้ไขเยียวยาชุมชน

ที่ได้รับผลกระทบทางลบจากการประกอบการ การแจกจ่ายสิ่งของช่วยบรรเทาสาธารณภัย การเป็นอาสาสมัครช่วยบำเพ็ญสาธารณประโยชน์ ซึ่งกิจกรรมเพื่อสังคมเหล่านี้มักเป็นกิจกรรมที่อยู่นอกเหนือเวลาทำงานตามปกติ

2. CSR-in-process ซึ่งปัจจุบันมักเรียกกันว่า "ธุรกิจเพื่อสังคม" คือ การดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมที่อยู่ในกระบวนการทำงานหลักของกิจการ หรือเป็นการทำธุรกิจที่หากำไรอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น การป้องกันหรือกำจัดมลพิษในกระบวนการผลิตเพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อชุมชน การผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานตามข้อกำหนดในฉลากผลิตภัณฑ์ การเปิดเผยข้อมูลผลิตภัณฑ์อย่างถูกต้องครบถ้วนต่อผู้บริโภค การชดเชยความเสียหายให้แก่ลูกค้าที่เกิดจากความผิดพลาดและความบกพร่องของพนักงาน ซึ่งการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมเหล่านี้ถือเป็นกิจกรรมที่อยู่ในเวลาทำงานปกติของกิจการ

3. CSR-as-process ซึ่งอาจเรียกว่าเป็น "กิจการเพื่อสังคม" เพื่อให้แตกต่างจากสองประเภทข้างต้นที่เป็นบทบาทขององค์กรธุรกิจโดยตรง กิจการในประเภทที่สามนี้ มักเป็นองค์กรที่ดำเนินงานโดยไม่แสวงหากำไรให้แก่ตนเอง กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ เป็นหน่วยงานที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อยังประโยชน์ให้แก่สังคมในทุกกระบวนการของกิจการ ตัวอย่างของกิจการที่อาจจัดอยู่ในข่ายนี้ ได้แก่ มูลนิธิ องค์กรสาธารณประโยชน์ องค์กรประชาชน และส่วนราชการต่างๆ อย่างไรก็ดี กิจกรรมเพื่อสังคมในความหมายเต็มของ CSR-as-process นั้น มีข้อแตกต่างจากหน่วยงานที่เรียกตัวเองว่า องค์กรที่ไม่มีวัตถุประสงค์หากำไร (non-profit organization) ตรงที่หน่วยงานที่ไม่หากำไร อาจอยู่ในสภาพที่ไม่มีกำไรให้ทั้งแก่ตนเองและแก่สังคม อันเนื่องมาจากการขาดกระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพ

ไมเคิล อี พอร์เตอร์ ได้แบ่งรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ 2 องค์ประกอบดังนี้

1. Responsive CSR รูปแบบของความรับผิดชอบต่อสังคมในขั้นแรก ตามที่ไมเคิล อี พอร์เตอร์ ได้ระบุไว้ในบทความเกี่ยวกับความเชื่อมโยงระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Porter and Kramer, 2006) คือ Responsive CSR ซึ่งประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ ได้แก่ การปฏิบัติตัวเป็นบรรษัทพลเมืองที่ดี (Good Corporate Citizen) และการบรรเทาผลกระทบเชิงลบที่เกิดขึ้นหรือที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากกิจกรรมทางธุรกิจของตน โดยอาจจะยังไม่ได้ลุกขึ้นมาสร้างสรรค์กิจกรรมเพื่อสังคมอะไรต่อมิอะไรเพิ่มเติม ซึ่งน่าจะเรียกได้ว่าเป็นการทำความรับผิดชอบต่อสังคมในเชิงรับ (Receptive) กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมภายใต้รูปแบบนี้จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อมีปัญหาหรือผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจไปสู่สังคม หรือสังคมมีการเรียกร้องให้กิจการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างเหมาะสมต่อผลกระทบเหล่านั้น เป็นการผลักดันให้มีการริเริ่มดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคม จากผู้มีส่วนได้เสียที่อยู่ภายนอกองค์กร (Outside-In)

ส่วนวิธีการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในขั้นนี้ กิจกรรมมักจะศึกษาข้อกำหนด กฎระเบียบ มาตรฐานหรือข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาปฏิบัติเพื่อปรับให้เข้ามาตรฐาน (Standardization) อันเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป ผลลัพธ์จากการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยวิธีการนี้จะทำให้กิจการได้ชื่อว่าเป็นบรรษัทพลเมืองที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในการแก้ไขปัญหาหรือผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานและได้รับการยอมรับให้เป็นสมาชิกหนึ่งในสังคมนั้นๆ (Inclusiveness) อย่างไรก็ตาม เป้าประสงค์ของการทำความรับผิดชอบต่อสังคม ในขั้นนี้ แม้ผู้ที่ได้รับประโยชน์จากกิจกรรม ความรับผิดชอบต่อสังคมจะเป็นบุคคลที่อยู่ภายนอกองค์กรแต่กิจการยังคงมุ่งรักษาไว้ซึ่งคุณค่าขององค์กร (Corporate Value) เป็นสำคัญ

2. Strategic CSR พอร์เตอร์ได้เสนอรูปแบบของความรับผิดชอบต่อสังคมที่เรียกว่า Strategic CSR ซึ่งยกระดับจากการเป็นเพียงบรรษัทพลเมืองที่มีความรับผิดชอบต่อบรรเทาปัญหาหรือผลกระทบที่เกิดจากกิจการสู่การทำความรับผิดชอบต่อสังคมในเชิงรุก (Proactive) ที่องค์กรสามารถริเริ่มกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยตัวเองให้แก่สังคมภายนอก (Inside-Out) ที่เชื่อมโยงสัมพันธ์กับความต้องการหรือการริเริ่มจากภายนอก (Outside-In)

วิธีการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมภายใต้รูปแบบที่เป็นความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงกลยุทธ์นี้ กิจการไม่เพียงแต่สามารถปฏิบัติได้ตามข้อกำหนดหรือมาตรฐานอันเป็นที่ยอมรับเท่านั้น แต่ยังมีการกำหนดจุดยืนที่เป็นเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากแนวปฏิบัติขององค์กรอื่นๆ มีการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) ในวิธีการ มีอิสรภาพในการคัดเลือกประเด็นทางสังคม โดยที่ปลอดจากพันธนาการหรือข้อเรียกร้องเช่นใน Responsive CSR ด้วยวิธีการที่แตกต่างและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่เหมาะสม ผลลัพธ์จากการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมภายใต้รูปแบบที่เป็นความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงกลยุทธ์นี้ จะทำให้เอื้อต่อการพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขัน (Competitiveness) ขององค์กรในระยะยาว เป้าประสงค์ของ ความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงกลยุทธ์ ที่ผสมผสานการริเริ่มทั้งจากภายในและการเชื่อมโยงจากภายนอกจะก่อให้เกิดคุณค่าร่วมกัน (Shared Value) ระหว่างธุรกิจและสังคม ความรับผิดชอบต่อสังคม เชิงกลยุทธ์ จะเป็นคำตอบของธุรกิจที่ต้องการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

ฟิลลิป คอตเลอร์ และแนนซีลี (Phillip Kotler and Nancy Lee 2005 : 23 อ้างถึงใน อนันตชัย ยูประถม 2550 : 26 - 27) ได้แบ่งรูปแบบของกิจกรรมเพื่อสังคมไว้ 7 รูปแบบ ดังนี้

1. การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม (Cause Promotion) เป็นการจัดหาเงินทุน วัสดุสิ่งของ หรือทรัพยากรอื่นขององค์กร เพื่อขยายการรับรู้และความห่วงใยต่อประเด็นปัญหาทางสังคม ตลอดจนสนับสนุนการระดมทุน การมีส่วนร่วม หรือการค้นหาอาสาสมัครเพื่อ

การดังกล่าว องค์กรธุรกิจอาจริเริ่มและบริหารงานส่งเสริมด้วยตนเอง หรือร่วมมือกับองค์กรหนึ่งองค์กรใด หรือกับหลายๆองค์กร

2. การส่งเสริมสังคมจากการทำการตลาด (Cause-Related Marketing) เป็นการอุดหนุน หรือการบริจาครายได้ส่วนหนึ่งจากการขายผลิตภัณฑ์เพื่อช่วยเหลือ หรือร่วมแก้ไขประเด็นปัญหาทางสังคมเฉพาะประเด็นใดประเด็นหนึ่ง มักมีช่วงเวลาที่จำกัดแน่นอน หรือดำเนินการแบบจำเพาะผลิตภัณฑ์ หรือการบริจาคให้แก่การกุศลที่ระบุไว้เท่านั้น กิจกรรมซีเอสอาร์ชนิดนี้องค์กรธุรกิจมักร่วมมือกับองค์กรที่ไม่มีวัตถุประสงค์หากำไรเพื่อสร้างสัมพันธภาพในประโยชน์ร่วมกัน ด้วยวิธีการเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์ เพื่อนำเงินรายได้ไปสนับสนุนกิจกรรมการกุศลนั้นๆ ในขณะเดียวกันก็เป็นการเปิดโอกาสให้แก่ผู้บริโภคได้มีส่วนร่วมในการช่วยเหลือการกุศลผ่านทาง การซื้อผลิตภัณฑ์โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายอื่นใดเพิ่มเติม

3. การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาด้านสังคม (Corporate Social Marketing) เป็นการสนับสนุนการพัฒนา หรือการทำให้เกิดผลจากการณรงค์เพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในด้านสาธารณสุข ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งแวดล้อม หรือด้านสุขภาวะ ความแตกต่างสำคัญระหว่างการตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาด้านสังคมกับการส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม คือ การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาด้านสังคมจะเน้นที่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Behavior Change) เป็นหลัก ในขณะที่การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคมจะเน้นที่การสร้างตระหนักรู้ (Awareness) ตลอดจนการสนับสนุนทรัพยากรด้านทุนและอาสาสมัครเพื่อให้รับรู้ถึงประเด็นปัญหาดังกล่าว

4. การบริจาคเพื่อการกุศล (Corporate Philanthropy) เป็นการช่วยเหลือไปที่ประเด็นปัญหาทางสังคมโดยตรง ในรูปของการบริจาคเงิน หรือวัตถุสิ่งของ เป็นกิจกรรมเพื่อสังคมที่พบเห็นในแทบทุกองค์กรธุรกิจ โดยมากมักจะจะเป็นไปตามกระแสความต้องการจากภายนอก หรือมีผู้เสนอให้ทำมากกว่าจะเกิดจากการวางแผนหรือออกแบบกิจกรรมจากภายในองค์กรเอง การบริจาคนี้นี้ไม่ก่อให้เกิดการเชื่อมโยงเข้ากับเป้าหมายหรือพันธกิจขององค์กรเท่าใดนัก

5. การอาสาช่วยเหลือชุมชน (Community Volunteering) เป็นการสนับสนุนหรือจูงใจให้พนักงาน คู่ค้า ร่วมสละเวลาและแรงงานในการทำงานให้แก่ชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่และเพื่อตอบสนองต่อประเด็นปัญหาทางสังคมที่องค์กรให้ความสนใจหรือห่วงใย องค์กรธุรกิจอาจเป็นผู้ดำเนินการเองโดยลำพัง หรือร่วมมือกับองค์กรหนึ่งองค์กรใดและอาจเป็นผู้กำหนดกิจกรรมอาสา ดังกล่าวนั้นเอง หรือให้พนักงานเป็นผู้คัดเลือกกิจกรรมแล้วนำเสนอต่อองค์กรเพื่อพิจารณาให้การสนับสนุนโดยที่พนักงานสามารถได้รับการชดเชยในรูปของวันหยุดหรือวันลาเพิ่มเติม

6. การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Business Practices) เป็นการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจอย่างพินิจพิเคราะห์ทั้งในเชิงป้องกันด้วยการหลีกเลี่ยง

การก่อให้เกิดปัญหาทางสังคม หรือในเชิงร่วมกันแก้ไขด้วยการช่วยเหลือเยียวยาปัญหาทางสังคม นั้นๆ ด้วยกระบวนการทางธุรกิจ เพื่อการยกระดับสุขภาวะของชุมชนและการพิทักษ์สิ่งแวดล้อม โดยที่องค์กรธุรกิจสามารถที่จะดำเนินการเอง หรือเลือกที่จะร่วมมือกับพันธมิตรภายนอก

รูปแบบของความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น ไม่ว่ารูปแบบจะเป็นเช่นไรก็ตาม แต่ทุกรูปแบบนั้นย่อมมีจุดมุ่งหมายไปทางเดียวกัน กล่าวคือเมื่อธุรกิจมีความรับผิดชอบต่อสังคมแล้ว ย่อมนำไปให้สังคมไปสู่การอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างเป็นปกติสุขระหว่างธุรกิจ สังคม และชุมชน

1.4 กลยุทธ์ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

กองบรรณาธิการประชาชาติธุรกิจ (2550 : 166-176) ได้ให้คำแนะนำในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ดังนี้

1. ภายในองค์กร

กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมไม่ควรถูกมองแยกออกจากองค์กร แต่ควรรวมเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ดังนั้นการเริ่มต้นแรกควรเป็นการพัฒนาแนวคิด กำหนดแนวทางการสร้างความรู้ความเข้าใจและค่านิยมภายในองค์กรอย่างทั่วถึงเพื่อให้กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นสิ่งที่ออกมาจากภายในองค์กรอย่างแท้จริง

1.1 ความรับผิดชอบต่อสังคม เริ่มต้นจากพันธกิจ (Mission) เป้าหมาย (Goal) และค่านิยมขององค์กร (Value) ความรับผิดชอบต่อสังคมไม่ควรแยกออกจากเป้าหมายหลัก แต่ควรสอดคล้องกับวิธีการดำเนินธุรกิจที่องค์กรกระทำอยู่ เป็นสิ่งที่ถูกหลอมรวมอยู่ภายในองค์กร โดยเริ่มตั้งแต่พันธกิจ เป้าหมาย ค่านิยม ที่ถูกสร้างไว้อย่างชัดเจนว่าองค์กรมีแนวคิดหรือความเชื่อเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างไร จะเป็นไปในทิศทางใด ระยะสั้นและระยะยาวองค์กรมีความคาดหวังถึงการอยู่ร่วมกับสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างไร รวมถึงการที่ผู้นำมีวิธีการในการถ่ายทอดและปฏิบัติตนเป็นตัวอย่างให้กับพนักงานระดับต่างๆ อย่างไร

1.2 ทีมผู้ดูแลและรับผิดชอบ เพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินการเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ องค์กรควรมีการกำหนดผู้รับผิดชอบในการทำงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างเป็นรูปธรรม ตั้งแต่ศึกษาเตรียมการวางแผน การติดต่อประสานงานทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กร การบริหารจัดการอาสาสมัคร รวมถึงการติดตามและประเมินผลโครงการเพื่อการวิเคราะห์ปรับปรุงและรายงานผลให้กับผู้บริหารระดับต่อไป

1.3 การสื่อสารภายในองค์กร การให้ข้อมูลข่าวสารถึงนโยบายและทิศทางเป้าหมายและแผนงานเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับพนักงานทุกระดับ ทั้งนี้เพื่อให้พนักงานเกิดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง สามารถมองเห็นความสำคัญของการสนับสนุน

กิจกรรมขององค์กรให้ดำเนินไปในทิศทางเดียวกัน ไม่มีทัศนคติในเชิงลบ แต่รู้สึว่าเป็นจิตสำนึกที่ทุกคนควรมีและประพฤติปฏิบัติร่วมกัน

1.4 ปฏิบัติการเชิงรุก (Proactive) องค์กรควรมองและมีนโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในลักษณะเชิงรุกทั้งแนวคิดและการปฏิบัติ ซึ่งสามารถจะสร้างผลกระทบให้เกิดขึ้นกับสังคมได้อย่างชัดเจน ริเริ่มสร้างสรรค์ กระตุ้นให้เกิดการพัฒนากิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างจริงจัง สร้างความเชื่อมโยงไปยังกลุ่มผู้เกี่ยวข้องและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการอย่างถูกต้อง ซึ่งต้องอาศัยกระบวนการคิด วางแผน ปฏิบัติ ติดตามและประเมินผล แก้ไขปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง บริษัทต้องยึดมั่นในเป้าหมายที่ตั้งไว้ รักษาตามพันธสัญญาที่ได้ให้ไว้และดำเนินตามกลยุทธ์ที่วางไว้อย่างมุ่งมั่น

2. การเลือกประเด็นทางสังคม (Social Issue)

2.1 บริษัทไม่ควรเลือกประเด็นทางสังคมมากเกินไป ควรกำหนดกรอบขอบเขตในเรื่องที่ตนสนใจอย่างชัดเจน เช่น ต้องการสนับสนุนพัฒนาการศึกษาสำหรับเด็กยากจน หรือเด็กด้อยโอกาส ทั้งนี้การกำหนดประเด็นที่ชัดเจนและไม่หลากหลายจนเกินไปจะทำให้บริษัทสามารถกำหนดกลยุทธ์การทำงานและกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการเข้าถึงได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้การที่บริษัทมุ่งเน้นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างต่อเนื่องทำให้ภาพของบริษัทเกิดการเชื่อมโยงไปยังการส่งเสริมสังคมต่อการประชาสัมพันธ์และภาพลักษณ์ขององค์กรอย่างชัดเจน ง่ายต่อการเลือกพันธมิตรสำหรับการดำเนินงานในระยะยาว ทำให้องค์กรเกิดการสังสรรค์ ความรู้ความชำนาญและนำไปสู่การเป็นผู้นำในการพัฒนาเฉพาะด้านต่อไป

2.2 บริษัทควรเลือกประเด็นปัญหาที่สังคมให้ความสนใจ มองเห็นว่าเป็นสิ่งสำคัญ เป็นปัญหาที่ควรได้รับการแก้ไขพัฒนาเป็นลำดับต้นๆ ในปัจจุบันอาจจะเห็นว่าประเด็นปัญหาเรื่องสิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะโลกร้อนถูกมองว่าเป็นสิ่งที่ส่งผลกระทบให้กับโลกอย่างรุนแรงรวมถึงปัญหาด้านความไม่เท่าเทียมทางการศึกษา เป็นต้น อย่างไรก็ตามความสำคัญของประเด็นปัญหาก็ถูกมองแตกต่างกันไปในแต่ละชุมชนขึ้นอยู่กับสถานการณ์และบริบททางสังคม บางกรณีการเกิดภัยพิบัติต่างๆ ก็ถือเป็นกรณีเร่งด่วนและสำคัญที่ทุกคนควรให้การช่วยเหลือ

2.3 การดูแลพัฒนาชุมชนในพื้นที่ที่บริษัทดำเนินการอยู่ทั้งด้านสังคม สภาพความเป็นอยู่และเศรษฐกิจ เป็นสิ่งสำคัญของบริษัทที่ควรดำเนินการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการดูแลป้องกันและแก้ไขผลกระทบที่ชุมชนได้รับจากการดำเนินการของบริษัท ซึ่งจะเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างความรู้สึกเป็นส่วนร่วมกับชุมชน ลดการปฏิเสธ ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ทำให้องค์กรอยู่ได้อย่างมั่นคงถาวร นอกจากนี้แล้วชุมชนและสังคมเองก็ถือเป็นส่วนหนึ่งของลูกค้าของบริษัทเช่นกัน

2.4 ในการดำเนินธุรกิจ ผู้มีส่วนได้เสียกับองค์กร เช่น ผู้ถือหุ้น พนักงาน ลูกค้า ผู้ส่งมอบ สังคมและรัฐบาล เป็นผู้ที่มีความสำคัญ บริษัทสามารถเลือกประเด็นทางสังคมโดยพิจารณาถึงความเกี่ยวเนื่องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กรที่จุดเริ่มต้น เช่น บริษัทมุ่งเน้นให้ความสนใจในการพัฒนาสภาพความเป็นอยู่ของพนักงานเป็นลำดับแรก การส่งเสริมสวัสดิการพนักงานและครอบครัว การแก้ไขปัญหาหนี้สิน เป็นต้น หรือร่วมกับผู้ส่งมอบในการพัฒนากระบวนการจัดการที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่บริษัทเล็งเห็นถึงปัญหาที่สำคัญและความจำเป็นที่ส่งผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มไหนเป็นอันดับแรก

2.5 โดยทั่วไปแล้วทุกบริษัทล้วนแล้วแต่ดำเนินการผลิตสินค้าและบริการภายใต้พันธกิจที่ได้กำหนดไว้ และทำการส่งมอบสินค้าและบริการในทางที่สะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าของบริษัทซึ่งเป็นตัวกำหนดแนวทางการดำเนินของบริษัท ดังนั้นบริษัทควรพิจารณาประเด็นทางสังคมที่เข้ากับพันธกิจ เป้าหมาย สินค้าและบริการขององค์กร ซึ่งความสอดคล้องระหว่างกันจะสามารถทำให้องค์กรดำเนินการสนับสนุนประเด็นทางสังคมนั้นได้อย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลานาน

3. สร้างพันธมิตร

การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม บางครั้งองค์กรจำเป็นต้องสร้างความร่วมมือทั้งนี้เนื่องจากข้อจำกัดด้านทรัพยากรบุคคล ความรู้ความชำนาญเฉพาะเรื่อง เครือข่าย การเข้าถึงรวมถึงความสามารถพิเศษที่บริษัทไม่สามารถจัดหาได้ ดังนั้นการเลือกหน่วยงานพันธมิตรและรูปแบบความสัมพันธ์เป็นปัจจัยของความสำเร็จที่สำคัญที่ก่อให้เกิดการสร้างคุณค่าร่วมกันทั้งในส่วนของบริษัท (Corporate Value) และคุณค่าทางสังคม (Social Value) ภายใต้กรอบแนวคิดของความเท่าเทียมและการเป็นพันธมิตรที่ยั่งยืน

3.1 เลือกพันธมิตรที่มีความสอดคล้องกันทั้งในเรื่องของพันธกิจ เป้าหมาย ค่านิยม ความท้าทายประการสำคัญคือการหาพันธกิจ เป้าหมายและค่านิยมที่สอดคล้องกับบริษัท การทำงานร่วมกันภายใต้กรอบแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมผลที่เกิดขึ้นมีผลกระทบต่อสังคมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ การเป็นพันธมิตรเพื่อให้โครงการสามารถบรรลุภารกิจต่างๆ ตามเป้าหมาย และสร้างการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีให้กับชุมชน ต้องมาจากการมีความคาดหวัง การมองอนาคต และสิ่งที่เกิดขึ้นเป็นอย่างเดียวกัน จะทำให้การวางแผนดำเนินการพัฒนาเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ไม่เกิดการเบี่ยงเบนไปจากเป้าหมายที่ตั้งไว้

3.2 การสร้างความสัมพันธ์บนพื้นฐานของความเท่าเทียมกัน ความเชื่อถือกันและการเปิดเผยระหว่างกัน การเป็นพันธมิตรร่วมกันในที่นี้มากกว่าความสัมพันธ์ในลักษณะผู้ให้กับผู้รับ แต่เป็นพันธมิตรบนพื้นฐานของความเท่าเทียมกันในลักษณะขององค์กรร่วมให้ความเคารพ และเชื่อถือ มีการกำหนดวัตถุประสงค์ วางแผน วางเป้าหมายร่วมกัน แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร

ระหว่างกันอย่างเปิดเผย ซึ่งเป็นคุณลักษณะของการเป็นพันธมิตรที่ยั่งยืนมากกว่าพันธมิตรชั่วคราว

3.3 การเป็นพันธมิตรที่สนับสนุนและแบ่งปันทรัพยากรร่วมกัน ลักษณะที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ การสนับสนุนช่วยเหลือแบ่งปันทรัพยากรระหว่างกันทั้งในเรื่องของเงินทุน และทรัพยากรบุคคลอื่นๆ เช่น ทรัพยากรบุคคล วัสดุสิ่งของที่จำเป็น ทักษะ ความรู้ ความสามารถต่างๆ นอกจากนี้ยังเป็นการรวมเอาความสามารถพิเศษของทั้งสองฝ่ายเข้าด้วยกัน เพื่อให้ดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมบรรลุตามวัตถุประสงค์

3.4 การร่วมกันวางแผน ปฏิบัติ ตรวจสอบ ปรับปรุงให้เหมาะสม บริษัทและองค์กรพันธมิตรควรมีส่วนร่วมระหว่างกันในทุกขั้นตอนการทำงานนับตั้งแต่วางแผนโครงการ มีการกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย กลยุทธ์ แนวทางปฏิบัติร่วมกัน กำหนดขั้นตอนการปฏิบัติ ระบุหน้าที่ของแต่ละองค์กรอย่างชัดเจน มีการวางข้อกำหนดในการติดตาม ตรวจสอบร่วมกัน มีการกำหนดกรอบระยะเวลาการรายงานและติดตามรายงานผลจนกระทั่งถึงการนำผลการดำเนินงานมาวิเคราะห์สรุปผลเพื่อหาข้อปรับปรุงในการทำงานร่วมกันต่อไป ซึ่งข้อดีของการมีส่วนร่วมในวงจรการทำงานในทุกขั้นตอนเช่นนี้ จะทำให้ทั้งสององค์กรมองเห็นภาพของโครงการตรงกันอย่างชัดเจน รับรู้และร่วมกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการทำงานเป็นทีม และก่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันและนำไปใช้ในการปรับปรุงพัฒนาศักยภาพขององค์กรได้เป็นอย่างดี

4. การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรต่างๆ มีหลากหลายรูปแบบ ซึ่งอาจจะเป็นทั้งกิจกรรมที่อยู่ภายในกระบวนการดำเนินธุรกิจ เช่น การปรับปรุงกระบวนการดำเนินธุรกิจเพื่อลดหรือไม่ได้ส่งผลกระทบต่อสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อมอย่างเช่นการใช้พลังงานบริสุทธิ์หรือการปรับปรุงกระบวนการผลิตเพื่อลดมลพิษและกิจกรรมที่อยู่นอกกระบวนการ เช่น การบริจาคเงินและสิ่งของ การแบ่งกำไรจากการขาย การส่งเสริมการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ปัญหาสังคมและองค์กรสาธารณกุศล การสนับสนุนให้พนักงาน หุ้นส่วน คู่ค้า ผู้ส่งมอบเข้าร่วมการอาสาสมัครในการทำประโยชน์ให้กับชุมชน การใช้เครื่องมือทางการตลาดเพื่อส่งเสริมโน้มน้าวให้ประชาชนเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทั้งการลด ละ เลิกหรือประพฤติปฏิบัติหรือแม้แต่การประยุกต์กิจกรรมหลายประเภทเข้าด้วยกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับศักยภาพและการพิจารณาถึงความเหมาะสมในแต่ละโครงการ

4.1 กิจกรรมที่สามารถตอบสนองวัตถุประสงค์และเป้าหมายของบริษัท ประเด็นสำคัญในการเลือกกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น ควรเริ่มตั้งแต่ขั้นวางแผนโดยพิจารณาจากวัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ เพื่อนำไปกำหนดหากิจกรรมที่สามารถตอบสนองความต้องการที่จำเป็นได้ เช่น การเพิ่มพูนมูลค่าทางการตลาด การส่งเสริมชื่อเสียงอันดีของบริษัท

การบริหารจัดการและเป้าหมายที่เกี่ยวข้องอื่นๆ เช่น โครงการโรงเรียนปัญญาภิวัฒน์ของเครือ ซี.พี. สามารถตอบสนองในเรื่องความต้องการด้านบุคลากรขององค์กร American Express ที่กิจกรรม Cause-Related เพื่อเพิ่มมูลค่าทางการตลาดทั้งการเพิ่มจำนวนลูกค้าใหม่และการใช้สินค้าและบริการของบริษัท เป็นต้น

4.2 กิจกรรมที่สามารถตอบสนองประเด็นปัญหาได้อย่างชัดเจน บริษัทต้องทำการศึกษาและประเมินว่ากิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่จะทำขึ้นนั้นเหมาะสม มีศักยภาพในการแก้ไขปัญหาได้อย่างแท้จริงตรงตามความต้องการหรือไม่ เช่น ปัญหาสิ่งแวดล้อมจากโรงงานที่ส่งผลกระทบต่อชุมชน ในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น โรงงานได้ทำการบริจาคสำหรับสิ่งก่อสร้างให้ชุมชน เช่น ถนน ศาลากลางบ้าน แทนที่โรงงานจะเลือกแก้ปัญหาจากกระบวนการผลิตของตนเอง เช่น การปรับปรุงระบบบำบัดน้ำเสีย การใช้พลังงานบริสุทธิ์ การลดขยะ ซึ่งเป็นการแก้ไขปัญหาที่ตรงมากกว่า

4.3 กิจกรรมที่ส่งเสริมความสัมพันธ์ให้กับบริษัท องค์กรพันธมิตรและชุมชน การกำหนดรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่เหมาะสมควรมีส่วนช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบริษัท องค์กรพันธมิตรและชุมชนเป้าหมาย ทั้งนี้เพื่อลดการต่อต้าน ได้รับการตอบรับ และก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน

4.4 กิจกรรมที่บริษัทและพันธมิตรสามารถมีศักยภาพในการทำงานให้บรรลุผลสำเร็จ กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่ดีควรส่งเสริมให้เกิดการประสานความสามารถพิเศษของแต่ละฝ่ายเข้าด้วยกันเพื่อให้กิจกรรมประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์เป้าหมาย กิจกรรมมีความโดดเด่นดึงดูดความสนใจจากสาธารณชน สร้างการรับรู้และสร้างประโยชน์ร่วมกันทั้งบริษัท พันธมิตรและสังคม

4.5 การเลือกกิจกรรมที่หลากหลาย เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมให้บรรลุถึงเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมาย บริษัทอาจต้องมีการผสมผสานกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมหลายรูปแบบเข้าด้วยกัน เพื่อสร้างความแข็งแกร่งและลดข้อด้อยของกิจกรรมแต่ละประเภท

5. การประเมินผล

ในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ หลังจากสิ้นสุดการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมแล้ว การประเมินผลการดำเนินงานเป็นสิ่งจำเป็นที่องค์กรต้องปฏิบัติเพื่อนำผลที่ได้จากการประเมินมาปรับปรุง หาแนวทางที่เหมาะสมในการดำเนินกิจกรรมในอนาคตต่อไป

5.1 การกำหนดวัตถุประสงค์ ตัวชี้วัดและวิธีการในการประเมินบนพื้นฐานของวัตถุประสงค์และเป้าหมายของกิจกรรม เนื่องจากกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมแต่ละประเภท

จะมีรูปแบบคุณลักษณะและเป้าหมายแตกต่างกัน ดังนั้นการประเมินผลกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมจึงต้องอยู่บนพื้นฐานของลักษณะกิจกรรมที่ได้เลือกทำ เช่น การหักส่วนแบ่งจากการขาย ตัวชี้วัดความสำเร็จคือ จำนวนยอดขายหรือรายได้จากกิจกรรม ในขณะที่กิจกรรมการตลาดเพื่อสังคมมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมให้ประชาชนเข้าร่วมและเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ดังนั้นตัวชี้วัดจึงเป็นจำนวนของผู้ที่เข้าร่วมและจำนวนของผู้มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตามเป้าหมาย

5.2 กำหนดผลลัพธ์ การประเมินต้องครอบคลุมถึงผลลัพธ์ที่ได้จากกิจกรรม เช่น กิจกรรมประชาสัมพันธ์ ปัญหาความขาดแคลนของโรงเรียนในพื้นที่ห่างไกล สามารถสร้างการรับรู้หรือเป็นที่รู้จักได้มากขึ้นเพียงไหน และผลที่ตามมา เช่น ความร่วมมือที่ได้จากหน่วยงาน จำนวนสิ่งของบริจาคและจำนวนโรงเรียนที่สามารถให้การช่วยเหลือ ซึ่งเป็นการศึกษาถึงผลลัพธ์และผลที่ตามมาจากโครงการ นอกจากนี้องค์กรยังต้องประเมินผลลัพธ์และผลที่ตามมาในส่วนของบริษัท องค์กรพันธมิตรและชุมชนด้วย เช่น ผลลัพธ์ที่ได้รับและองค์กรสาธารณกุศลที่เป็นพันธมิตรร่วมมือสื่อสารอันเป็นที่รู้จัก ก่อให้เกิดผลตามมามีคือ บริษัทได้รับการสนับสนุนทั้งในเรื่องการขายสินค้าและบริการ ส่วนองค์กรสาธารณกุศลก็ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานอื่นๆ เพิ่มขึ้นมีผู้ให้ความสนใจบริจาคเพิ่มมากขึ้น

กลยุทธ์ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนั้น จะเป็นส่วนช่วยบูรณาการให้องค์กรดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมได้อย่างครอบคลุมในทุกๆ ด้าน และเป็นแนวทางให้ผู้บริหารสามารถประเมินผลการปฏิบัติงานของการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่ผ่านมา เพื่อช่วยปรับปรุงแก้ไขให้มีรูปแบบการจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในอนาคตได้อย่างสมบูรณ์

1.5 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่องค์กรจะต้องรับผิดชอบ

ฟรีแมน (Freeman 1984, quoted in Kraisomsuthasinee 2008 : 53) ให้คำจำกัดความของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ว่าหมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีผลหรือได้รับผลจากการดำเนินการขององค์กร ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จึงหมายถึง พนักงาน ลูกค้า ผู้ถือหุ้น ชุมชน นักลงทุน คู่ค้า พนักงาน ในห่วงโซ่อุปทานองค์กร พนักงานเอกชน รัฐบาล ฯลฯ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กร

หากพิจารณาความเกี่ยวข้องกับองค์กร สามารถแบ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียออกเป็น 3 ลำดับชั้น ได้แก่

1. ในองค์กร ได้แก่ ผู้ถือหุ้น ผู้บริหาร พนักงาน
2. สังคมใกล้ ได้แก่ ลูกค้า คู่ค้า ครอบครัวของพนักงาน ชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่

สิ่งแวดล้อม

3. สังคมไกล ได้แก่ คู่แข่งขันทางธุรกิจ ประชาชนทั่วไป



ภาพที่ 1 ลำดับชั้นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร
ที่มา : พิพัฒน์ ยอดพฤติการ และคณะ. ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ
15 สิงหาคม 2554. <http://www.thaicssr.com>

ในการกำหนดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ผู้บริหารองค์กรธุรกิจจะต้องทราบว่า บุคคลกลุ่มใดบ้างที่ควรอยู่ในข่ายที่องค์กรธุรกิจต้องรับผิดชอบต่อ การกำหนดกลุ่มบุคคลเป็นเรื่องสำคัญต่อการตัดสินใจขององค์กรธุรกิจในปัญหาความรับผิดชอบต่อสังคม ถึงแม้ว่ากลุ่มบุคคลที่อยู่ในข่ายควรได้รับความรับผิดชอบต่อสังคมจะมีความแตกต่างกันไปในแต่ละองค์กรธุรกิจ แต่อย่างไรก็ตาม องค์กรจะมุ่งความสนใจสภาพแวดล้อมการดำเนินงานอย่างใกล้ชิด เพราะสภาพแวดล้อมการดำเนินงานจะประกอบด้วยกลุ่มต่างๆ ที่มีผลประโยชน์จากการดำเนินงานของบริษัท กลุ่มเหล่านี้จะถูกเรียกว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพราะว่าพวกเขาจะกระทบหรือถูกกระทบจากการบรรลุเป้าหมายของบริษัท บริษัทอาจจะรับผิดชอบต่อกลุ่มเหล่านี้เพียงบางกลุ่มเท่านั้น หรือ บริษัทควรจะรับผิดชอบต่อกลุ่มเหล่านี้ทุกกลุ่ม (สมยศ นาวิการ 2535 : 72-73)

ริชาร์ด เวลฟอร์ด (Welford 2008) กล่าวว่า การดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมมีหลากหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับสถานที่ประกอบธุรกิจ และยังปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัย การพัฒนารูปแบบของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่เหมาะสมกับองค์กรจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรนั้นๆ

การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นช่องทางที่จะทำให้องค์กรได้รับข้อมูลและความคิดเห็นสำคัญๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการบริหารจัดการ ใช้เป็นข้อมูลประกอบการกระบวนการตัดสินใจ เสริมสร้างความไว้วางใจและความสัมพันธ์อันดีกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งหมายถึง ผู้ที่

เกี่ยวข้องกับองค์กรได้อย่างครอบคลุม รวมทั้งสามารถช่วยเผยแพร่ชื่อเสียง ตัวตน และภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรไปพร้อมๆ กัน

2. แนวคิดเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจ

2.1 ความหมายของจริยธรรม

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542 ให้ความหมายของจริยธรรมในฐานะเป็นคำนามว่า หมายถึง ธรรมที่เป็นข้อประพฤติปฏิบัติ ศีลธรรม หรือกฎศีลธรรม (ราชบัณฑิตยสถาน 2542 : 10)

ชิน โสภค ทรัพย์เรอ ให้ความหมาย จริยธรรมว่า เป็นความประพฤติหรือการปฏิบัติที่ถูกต้อง หรือสอดคล้องตามความเป็นจริงอันเป็นไปตามธรรมชาติ โดยวิเคราะห์มาจากรากศัพท์

คำว่า จริยธรรม มาจากคำว่า จริยะ + ธรรม

จริยะ หมายถึง ความประพฤติหรือการปฏิบัติตน

ธรรม หมายถึง ความจริงอันเป็นไปตามธรรมชาติ (ชิน โสภค ทรัพย์เรอ ม.ป.ป.)

ธีระพร อุวรรณโณ (อ้างถึงใน เกียรติคุณ สิทธิชัย 2541 : 7) กล่าวถึง จริยธรรมไว้ 3 แนว คือ แนวแรกเน้นว่าจริยธรรมเป็นเรื่องที่ว่าด้วยหลักการ กฎเกณฑ์ มาตรฐานและแนวทางในการประพฤติปฏิบัติ แนวที่สองเน้นว่า จริยธรรมเป็นเรื่องของการประพฤติ การปฏิบัติและการกระทำเองมากกว่าจะเป็นเรื่องของกฎเกณฑ์ และแนวที่สามก็เน้นโดยการผนวกสองแนวแรกเข้าด้วยกัน เป็นทั้งเรื่องกฎเกณฑ์และการประพฤติปฏิบัติในเวลาเดียวกัน

ดวงเดือน พันธุมนาวิน (2524 : 2) กล่าวว่าจริยธรรม หมายถึง ลักษณะทางสังคม หลายลักษณะของมนุษย์ และมีขอบเขตรวมถึงพฤติกรรมทางสังคมประเภทต่างๆ ด้วยลักษณะและพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมจะมีคุณสมบัติประเภทใดประเภทหนึ่งในสองประเภท คือ แนวลักษณะที่สังคมต้องการให้มีอยู่ในสมาชิกในสังคมนั้น คือ พฤติกรรมที่สังคมนิยมชมชอบ ให้การสนับสนุน และผู้กระทำส่วนมากเกิดความพอใจว่าการกระทำนั้นเป็นสิ่งที่ถูกต้องเหมาะสม ส่วนอีกประการหนึ่ง คือ ลักษณะสังคมไม่ต้องการให้มีอยู่ในสมาชิกในสังคมเป็นการกระทำที่สังคมลงโทษหรือพยายามกำจัด และผู้กระทำพฤติกรรมนั้นส่วนมากรู้สึกรู้ว่าเป็นสิ่งที่ไม่ถูกต้องและไม่สมควร ฉะนั้นผู้ที่มีจริยธรรมสูง คือ ผู้ที่มีลักษณะและพฤติกรรมประเภทแรกมากและประเภทหลังน้อย

จริยธรรมในฐานะระบบของกฎเกณฑ์จึงเปรียบได้กับศีลธรรม กฎหมายและจารีตประเพณี ซึ่งต่างก็เป็นระบบของกฎเกณฑ์ด้วยกัน และมีความคาบเกี่ยวซึ่งกันและกัน ทั้งนี้เพราะมีกฎเกณฑ์บางอย่างจากศีลธรรม กฎหมายหรือจารีตประเพณีที่บุคคลหรือสังคมอาจยึดถือมาเป็น

กฎเกณฑ์หรือจารีตประเพณี กฎเกณฑ์ส่วนนี้เรียกว่า มโนธรรม ซึ่งหมายถึง กฎเกณฑ์ที่บุคคลมีอยู่ในใจเป็นของตนเอง

ฉะนั้น คำว่า จริยธรรม จึงมีความหมายที่กว้างขวาง เป็นทั้งหลักการ มาตรฐานของการประพฤติปฏิบัติ การกระทำ การแสดงพฤติกรรมหรือการประพฤติปฏิบัติ ตลอดจนผลที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัตินั้น

ถ้าหากวิเคราะห์ความหมายของจริยธรรมในแนวกว้างก็จะได้ความหมายที่แตกต่างออกไปเพราะคำว่า “ธรรม” มีความหมายครอบคลุมทั้งตัวธรรมชาติ กฎธรรมชาติ หน้าที่ที่จะต้องปฏิบัติตามกฎธรรมชาติ และผลจากการปฏิบัติตามกฎธรรมชาติ (พุทธทาส อินทปัญโญ ม.ป.ป.) จริยธรรมในลักษณะเช่นนี้ หมายถึง

1. ตัวธรรมชาติที่ต้องประพฤติปฏิบัติ
2. วิธีการประพฤติปฏิบัติตามกฎธรรมชาติ
3. การประพฤติปฏิบัติตามกฎธรรมชาติ
4. ผลการประพฤติปฏิบัติตามกฎธรรมชาติ

ในกรณีเช่นนี้จริยธรรมมีความหมายครอบคลุมกิจกรรมทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับชีวิตของมนุษย์ อันเป็นกฎเกณฑ์ ข้อบังคับ คุณธรรม ประเพณี ค่านิยมในการดำรงชีวิต วิธีการดำรงชีวิต การประพฤติปฏิบัติ หรือการนำวิธีการไปใช้ และผลจากการประพฤติปฏิบัตินั้น การปลูกฝังพื้นฐานทางจริยธรรมจึงจำเป็นต้องเรียนรู้ธรรมชาติของชีวิต ความเป็นไปของชีวิต แนวทางในการดำเนินชีวิต ตลอดจนการรู้เหตุผลของการกระทำนั้น ๆ อย่างถูกต้อง

2.2 ระดับของจริยธรรม

จริยธรรมมีหลายระดับ ตั้งแต่จริยธรรมที่เป็นไปตามกฎธรรมชาติ จริยธรรมที่พัฒนาโดยสังคมกลุ่มย่อยตามความต้องการ และจริยธรรมในชั้นสูงสุด อันเป็นจริยธรรมของอริยบุคคล ซึ่งได้แบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ (ชิน โสภค ทัศนาพร ม.ป.ป.)

1. จริยธรรมชั้นปฐม หมายถึง ความประพฤติหรือการปฏิบัติหรือการปฏิบัติตนที่ถูกต้องหรือสอดคล้องกับความจริงอันเป็นไปตามธรรมชาติ ได้แก่ กุศลกรรมบถ 10 ประการ
2. จริยธรรมชั้นทุติยะ หมายถึง จริยธรรมที่เกิดจากการนำเอาหลักการของจริยธรรมชั้นปฐมมาประยุกต์ใช้ หรือจริยธรรมของสังคมกลุ่มย่อยที่พัฒนาขึ้น
3. จริยธรรมชั้นตติยะ หมายถึง จริยธรรมในชั้นอริยบุคคลในพระพุทธศาสนา

จริยธรรมทั้ง 3 ชั้นดังกล่าว มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนให้แตกต่างกันออกไป การที่บุคคลจะมีลักษณะและสภาพอย่างไร ย่อมขึ้นอยู่กับปลูกฝังจริยธรรมเป็นสำคัญ

เช่น ถ้าต้องการจะเป็นอริยบุคคลก็จะปลูกฝังจริยธรรมขั้นสูงเข้าไปในตัวบุคคลนั้นซึ่งการปลูกฝังจริยธรรมแต่ละระดับต้องอาศัยเทคนิควิธีการที่แตกต่างกันออกไป

2.3 ความสำคัญของจริยธรรม

จริยธรรม เป็นสิ่งที่มีความสำคัญและจำเป็นสำหรับชีวิตมนุษย์ เพราะเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการแสดงพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งอาจจะกระทำไปในทิศทางที่ดีงามหรือไม่ถูกต้องก็ได้ พฤติกรรมที่มีจริยธรรมเป็นลักษณะของการกระทำที่เกิดประโยชน์แก่ตนเองและผู้อื่น เพราะเป็นการกระทำที่ไม่ขัดต่อสภาพความเป็นอยู่ ความต้องการและความรู้สึกนึกคิดของบุคคลโดยทั่วไป ส่วนการกระทำที่ไม่ดี ไม่ถูกต้อง และเนื่องจากสังคมประกอบด้วยบุคคลหลายกลุ่ม แต่ละกลุ่มย่อมมีกิจกรรมในอาชีพของตนเอง การประกอบกิจกรรมในงานอาชีพจำเป็นต้องถูกต้องตามกฎหมายและหลักจริยธรรม หากเป็นงานอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการแก่คนอื่น หรืองานอาชีพที่เกี่ยวข้องกับคนส่วนมาก หรืองานอาชีพที่ต้องใช้วิชาชีพชั้นสูง ก็จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการควบคุมงานอาชีพนั่น ทั้งนี้เพื่อรักษาผลประโยชน์ของสังคม ซึ่งการควบคุมจะออกมาในรูปของจรรยาบรรณในอาชีพ เช่น จรรยาบรรณแพทย์ จรรยาบรรณครู จรรยาบรรณหนังสือพิมพ์ เป็นต้น ซึ่งจรรยาบรรณเหล่านี้เป็นเรื่องของคุณธรรมและจริยธรรมนั่นเอง (เกียรติคุณ สิทธิชัย 2536 : 104)

จริยธรรม จึงเป็นสิ่งที่สำคัญที่จะควบคุมพฤติกรรมของบุคคลให้กระทำในสิ่งที่ดีงาม เป็นไปอย่างถูกต้อง ไม่เบียดเบียนทั้งต่อตัวเองและบุคคลอื่น จะเห็นได้ว่าปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมปัจจุบัน เช่น การเอารัดเอาเปรียบ การทุจริตฉ้อฉล การใช้เล่ห์กล คอรัปชั่น การฆ่าฟัน ข่มขืน ฯลฯ ปัญหาเหล่านี้เกิดจากพฤติกรรมของบุคคลที่ไม่มีพื้นฐานทางจริยธรรมทั้งสิ้น จริยธรรมจึงเป็นตัวสร้างสรรค์ จรรโลงสิ่งที่ดีงาม หากบุคคลหรือสังคมใดมีคุณธรรมเป็นพื้นฐาน หรือมีความสำนึกทางจริยธรรม และการทำในสิ่งที่ดีงามที่สังคมยอมรับ บุคคลและสังคมนั้นก็จะมีแต่ความปึกคึก

3. แนวคิดเรื่องบรรษัทภิบาล

3.1 ความหมายของบรรษัทภิบาล

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2549 : 3) ให้ความหมายการกำกับดูแลกิจการที่ดีหรือบรรษัทภิบาลไว้ว่าคือ ระบบที่จัดให้มีโครงสร้างและกระบวนการของความสัมพันธ์ระหว่าง คณะกรรมการ ฝ่ายจัดการและผู้ถือหุ้น เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน นำไปสู่ความเจริญเติบโตและเพิ่มมูลค่าให้กับผู้ถือหุ้นในระยะยาวโดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียอื่น

จิราพันธ์ ศักดิ์ศาลาพร (2550 : 9) ให้ความหมายของบริษัทภิบาลว่า คือระบบที่ใช้จัดการกำกับดูแลและควบคุมองค์กรให้เป็นไปด้วยดี โปร่งใส ป้องกันการทุจริตคอร์รัปชันและยังก่อให้เกิดประโยชน์ ทำให้องค์กรมีการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล บริษัทมีความสามารถในการแข่งขัน เพิ่มความเชื่อมั่นแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง สร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผู้ถือหุ้น

พรนพ พุกกะพันธุ์ (2546 : 280) ได้กล่าวถึงความหมายของคำว่า บริษัทภิบาลว่าเป็นคำที่ได้รับการบัญญัติขึ้นมาใหม่ โดยมาจากคำว่า บริษัทและอภิบาล ซึ่งอธิบายความหมายโดยย่อได้ ดังนี้

บริษัท (Corporation) หมายความว่า องค์กรขนาดใหญ่ที่ทำธุรกิจเพื่อมุ่งหวังผลกำไร มีเสถียรภาพ มีการเจริญเติบโต และเพื่อแผ่ต่อสังคมซึ่งรวมถึงธุรกิจเอกชน รัฐวิสาหกิจหรือบริษัทข้ามชาติ คือ ไม่ได้เป็นองค์กรของรัฐและไม่ใช้องค์กรของ NGO

อภิบาล หมายถึง การปกครองที่เปี่ยมไปด้วยความเอื้ออาทรอันที่บิดา มารดาอาหารต่อบุตร เป็นการปกครองที่เต็มไปด้วยจิตวิญญาณของการเล็งเห็นคุณค่าและศักดิ์ศรีแห่งความเป็นมนุษย์ ซึ่งแตกต่างจากการปกครองด้วยอำนาจหรืออาวุธ หรือการปกครองโดยใช้ทักษะหรือศิลปะเพื่อให้ผู้ปกครองได้ประโยชน์สูงสุด คือการเอาผู้ปกครองเป็นตัวตั้ง เมื่อเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์ การปกครองที่ไม่คำนึงถึงผลประโยชน์ร่วมกันๆ เข้าสู่ทางตัน

ดังนั้นจึงกล่าวสรุปได้ว่า บริษัทภิบาล หมายถึง วิธีแห่งการดำรงอยู่ของบริษัทหรือองค์กร เป็นแนวทางหรือวิธีแห่งการปฏิบัติตนของคนในองค์กรนั้น เพื่อไปสู่เป้าหมายที่ต้องการ คือ การเติบโตที่ยั่งยืนและมีความสุขในการประกอบธุรกิจ ปัจจุบันกระแสของโลกถือว่า บริษัทหรือองค์กรใดก็ตามจะมีความเจริญก้าวหน้า เหมาะกับการลงทุนหรือว่าหุ้นของบริษัทนั้นจะมีราคาที่ดีได้ บริษัทจะต้องมีชื่อเสียงในการบริหารธุรกิจ โดยอาศัยกระบวนการและโครงสร้างของบริษัทภิบาล

3.2 มิติของบริษัทภิบาล

บริษัทภิบาล ประกอบด้วยมิติที่สำคัญ 3 มิติ (พรนพ พุกกะพันธุ์ 2546 : 281) ได้แก่

1. โครงสร้างและกระบวนการ (Structure and process) ของการนำและควบคุมองค์กรไปสู่เป้าหมาย เป็นส่วนที่เป็นรูปธรรมจับต้องได้ ซึ่งประกอบไปด้วยโครงสร้างองค์กร การกำหนดอำนาจหน้าที่หรือกฎบัตร คู่มือคำสั่ง ระเบียบปฏิบัติ ระบบงานต่างๆ ดังนั้น โครงสร้างและกระบวนการต้องเอื้อให้การนำและควบคุมองค์กรไปสู่วัตถุประสงค์ขององค์กรที่ตั้งไว้

2. จริยธรรมและคุณธรรมของคนในองค์กร (Ethics and Integrity of people) โดยให้ความสำคัญมากในระดับสูงที่ต้องการมีการปฏิบัติเป็นเยี่ยงอย่าง กระทั่งมีคำกล่าวว่า “ส่งสัญญาณจากส่วนยอด” หรือ tone at the top โดยผู้บริหารระดับสูงจะต้องทำเป็นตัวอย่างก่อนมิให้มีการ

ละเลยในระดับล่างแล้วให้การปฏิบัติในแนวเดียวในองค์กร อย่างไรก็ตามจริยธรรมและคุณธรรมเป็นส่วนที่เป็นนามธรรมจับต้องยาก แต่มีพยานภาพสูงที่สุด

3. ความสามารถและภูมิปัญญา (Competence and wisdom) หมายถึง ความสามารถของคนในองค์กร ที่มีขีดความสามารถในการนำเอาความรู้มาสร้างทักษะเกิดความชำนาญเพียงพอ และนำไปสู่ความเชี่ยวชาญ ดังนั้นในมิติที่ 3 นี้ต้องเน้นตั้งแต่ระดับยอด คือ ระดับกรรมการบริหารของบริษัท ฝ่ายบริหาร ฝ่ายจัดการ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดในองค์กร

การหล่อหลอมมิติทั้งสามเข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดพยานภาพในการนำไปสู่เป้าหมายขององค์กร อันเป็นการสร้างสมรรถนะในการแข่งขัน และเป็นการสร้างเสถียรภาพให้เกิดขึ้นในองค์กรด้วย

3.3 วัตถุประสงค์ของการมีบรรษัทภิบาล

การสร้างบรรษัทภิบาล นับเป็นการสร้างโอกาสของแต่ละองค์กร บรรษัทภิบาลที่ดี ย่อมทำให้องค์กรได้รับประโยชน์ หรือควรที่จะได้รับผลดังต่อไปนี้ (ธีรศักดิ์ กำบรรณารักษ์และเทพฤทธิ์ วิชญศิริ 2545 : 25)

1. เพิ่มศักยภาพในการสร้างสมรรถนะในการแข่งขันแก่องค์กรทั้งในระดับประเทศและระดับโลก
2. เพิ่มโอกาสในการเข้าสู่ตลาดทุนของโลก
3. เพิ่มโอกาสในการเสาะหาพันธมิตรทางธุรกิจได้ง่ายขึ้นและเป็นพันธมิตรที่มีบรรษัทภิบาลที่ดี

การดำเนินงานของบรรษัทภิบาล มีส่วนสำคัญอยู่ที่การดำเนินงานของบริษัทจะต้องยุติธรรมต่อทุกฝ่ายที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร ได้แก่ เจ้าของกิจการ สังคมโดยรวม ลูกจ้าง ลูกค้า และคู่ค้าอื่น ๆ

ดังนั้น การดำเนินกิจกรรมโดยมีเป้าหมายที่ผู้ถือหุ้น ผู้บริหาร คณะกรรมการ หรือพนักงาน (คือ ผู้มีส่วนได้เสียในกิจการ) เป็นตัวตั้ง กิจกรรมเหล่านี้เป็นเรื่องของความรับผิดชอบต่อสังคมในองค์กร ซึ่งจัดอยู่ในหัวข้อการกำกับดูแลกิจการภายในให้มีความโปร่งใส สามารถให้สังคมภายนอกตรวจสอบได้ ในขณะที่ การดำเนินกิจกรรมโดยมีเป้าหมายที่ครอบครัวของพนักงาน ชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่ (รวมถึงสิ่งแวดล้อม) ลูกค้า คู่ค้า คู่แข่งขัน และประชาชนทั่วไป เป็นตัวตั้ง (คือ ผู้มีส่วนได้เสียนอกกิจการ) กิจกรรมเหล่านี้เป็นเรื่องของความรับผิดชอบต่อสังคมนอกองค์กร ฉะนั้น กิจการใดที่มีการกำกับดูแลกิจการที่ดีอยู่แล้ว ก็ถือว่าได้มีส่วนในการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ด้วย

บรรษัทภิบาล จึงถือเป็นโครงสร้างและกระบวนการภายในกิจการ ที่ต้องจัดให้มีขึ้น

สำหรับการกำหนดทิศทางและสอดคล้องดูแลผลการปฏิบัติงานของกิจการ ทั้งนี้ เพื่อมิให้เกิดความเสียหายต่อกิจการ พร้อมกันกับความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่มและส่งเสริมการเติบโตของกิจการอย่างมั่นคงขณะที่ความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ หรือบรรษัทภิบาล ซึ่งมาจากคำว่า บริษัท + บริ (แปลว่า ทั้งหมด ออกไป โดยรอบ) + บาล หมายถึง การดูแลรักษาไม่เฉพาะในส่วนที่เป็นกิจการ แต่ยังแผ่ขยายกว้างออกไปครอบคลุมในส่วนที่เป็นผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมดที่อยู่โดยรอบกิจการ ด้วยเงื่อนไขของความสำนึกรับผิดชอบต่อสังคมในฐานะพลเมืองบริษัท (Corporate Citizen) การมีคุณธรรม โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทั้งในและนอกกิจการอย่างเท่าเทียมกัน

บรรษัทภิบาล จึงเป็นกลไกการดำเนินงานในกิจการที่เชื่อมโยงสู่กระบวนการภายนอก ที่จัดให้มีขึ้นภายใต้จุดมุ่งหมายที่ต้องการสร้างประโยชน์แก่กิจการและส่วนรวมบนพื้นฐานของการไม่เบียดเบียนกัน การสงเคราะห์ช่วยเหลือส่วนรวมตามกำลังและความสามารถของกิจการ อันจะนำไปสู่ความยั่งยืนของกิจการในระยะยาว

4. การมีส่วนร่วม

4.1 ความหมายของการมีส่วนร่วม

สำนักงานคณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจ และทบวงมหาวิทยาลัย (2546 : 114) ได้ระบุว่า การมีส่วนร่วม คือ การที่ประชาชนหรือชุมชนสามารถเข้าไปมีส่วนในการตัดสินใจ ในการกำหนด นโยบายพัฒนาท้องถิ่น และมีส่วนร่วมในการรับประโยชน์จากบริการ รวมทั้งมีส่วนในการควบคุมประเมินผลโครงการต่าง ๆ ของท้องถิ่น นอกจากนี้ยังได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมว่ามี 2 ลักษณะ คือ

1. การมีส่วนร่วมในลักษณะที่เป็นกระบวนการของการพัฒนา โดยให้ประชาชน มีส่วนร่วมในการพัฒนาตั้งแต่เริ่มต้นจนสิ้นสุดโครงการ ได้แก่ การร่วมกันค้นหาปัญหา การวางแผน การตัดสินใจ การระดมทรัพยากรและเทคโนโลยีท้องถิ่น การบริหารจัดการ การติดตามประเมินผล รวมทั้งรับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากโครงการ

2. การมีส่วนร่วมทางการเมือง แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ การส่งเสริมสิทธิและพลังอำนาจของพลเมืองโดยประชาชน หรือ ชุมชนพัฒนาขีดความสามารถของตนในการจัดการเพื่อรักษาผลประโยชน์ของกลุ่ม ควบคุมการใช้และการกระจายทรัพยากรของชุมชนอันจะก่อให้เกิดกระบวนการ และโครงสร้างที่ประชาชนในชนบทสามารถแสดงออกซึ่งความสามารถของตนและได้รับ ผลประโยชน์จากการพัฒนา

การเปลี่ยนแปลงกลไกการพัฒนาโดยรัฐ มาเป็นการพัฒนาที่ประชาชน มีบทบาทหลัก โดยการกระจายอำนาจในการวางแผน จากส่วนกลางมาเป็นส่วนภูมิภาค เป็นการคืนอำนาจในการ

พัฒนาให้แก่ประชาชนให้มีส่วนร่วมในการกำหนดอนาคตของตนเอง

นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์ (2527 : 183) ได้สรุปความหมายของการมีส่วนร่วมว่า การมีส่วนร่วม หมายถึง การเกี่ยวข้องทางด้านจิตใจและอารมณ์ของ บุคคลหนึ่งในสถานการณ์กลุ่ม ซึ่งผลของการเกี่ยวข้องดังกล่าวเป็นเหตุเร้าใจให้กระทำการให้บรรลุ จุดมุ่งหมายของกลุ่มนั้น กับทั้งทำให้เกิด ความส่วนร่วมรับผิดชอบกับกลุ่มดังกล่าวด้วย

นรินทร์ชัย พัฒนพงศา (2546 : 4) ได้สรุปความหมายของการมีส่วนร่วมว่า การมีส่วนร่วม คือ การที่ฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดที่ไม่เคยได้เข้าร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ หรือเข้าร่วม การตัดสินใจหรือ เคยมาเข้าร่วมด้วยเล็กน้อยได้เข้าร่วมด้วยมากขึ้น เป็นไปอย่างมี อิสรภาพ เสมอภาค มิใช่มีส่วนร่วม อย่างผิวเผินแต่เข้าร่วมด้วยอย่างแท้จริงยิ่งขึ้นและ การเข้าร่วมนั้นต้องเริ่มตั้งแต่ขั้นแรกจนถึงขั้น สุดท้ายของโครงการ

การมีส่วนร่วม (participation) คือ เป็นผลมาจากการเห็นพ้องกันในเรื่องของความ ต้องการและทิศทางของการเปลี่ยนแปลงและความเห็นพ้องต้องกัน จะต้องมีการเกิด ความคิด ริเริ่มโครงการเพื่อการปฏิบัติ เหตุผลเบื้องต้นแรก ของการที่มีคนมารวมกันได้ควร จะต้องมีการ ตระหนักว่าปฏิบัติการทั้งหมดหรือการกระทำทั้งหมด ที่ทำโดยกลุ่มหรือในนามกลุ่มนั้น กระทำ ผ่านองค์การ (organization) ดังนั้นองค์การจะต้องเป็นเสมือนตัวนำให้บรรลุถึงความเปลี่ยนแปลงได้ (อุพาพร รูปงาม 2545 : 5)

จิต นิลพานิช และกุลธนา ธนาพงศธร (2532 : 350) ได้ระบุว่า การมีส่วนร่วม ของ ประชาชนในการพัฒนาชนบท หมายถึง การที่ประชาชนทั้งในเมืองและชนบทได้เข้ามีส่วนร่วม หรือเข้ามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนาชนบทขึ้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งหรือทุกขั้นตอน แล้วแต่เหตุการณ์จะเอื้ออำนวย

Erwin (อ้างอิงใน อุพาพร รูปงาม 2545 : 6) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมไว้ ว่า คือ กระบวนการให้บุคคลเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนา ร่วมคิด ตัดสินใจ แก้ไข ปัญหาด้วยตนเอง เน้นการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องอย่างแท้จริงของบุคคล แก้ไขปัญหาร่วมกับการใช้ วิทยาการที่เหมาะสมและสนับสนุน ติดตามการ ปฏิบัติงานขององค์การและบุคคลที่เกี่ยวข้อง

วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน (2531 : 10) ได้สรุปว่า การมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึง การ เข้าร่วมอย่างแท้จริงและอย่างเต็มที่ของกลุ่มบุคคลผู้มีส่วนได้เสียในทุก ขั้นตอนของโครงการหรือ งานพัฒนาชนบท โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมี ส่วนร่วมในอำนาจ การตัดสินใจและหน้าที่ความ รับผิดชอบ การมีส่วนร่วมจะเป็นเครื่องประกันว่าสิ่งที่ ผู้มีส่วนได้เสียต้องการที่สุดนั้น จักได้รับการ ตอบสนองและทำให้มีความเป็นไปได้มาก ขึ้นว่าสิ่งที่ทำไปนั้นจะตรงกับความต้องการที่แท้จริง และมั่นใจมากขึ้นว่าผู้เข้าร่วม ทุกคนจะได้รับประโยชน์เสมอหน้ากัน

ประเวศ วะสี (2541 : 1,3) ได้แสดงความคิดเห็นของการมีส่วนร่วมว่า ทุกองค์กรมีความสำคัญทั้งนั้น การคิดทั้งระบบจะมีปัญหาพอที่ให้ระบบบูรณาการอยู่ได้ต้องอาศัยการเรียนรู้ร่วมกัน ต้องเป็น Interaction Learning Through Action คำนี้เป็นหัวใจสำคัญ เพราะจะทำให้เกิดปัญญาในระบบ และทำให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันในการปฏิบัติ

มนัส สุวรรณ (2549 : 62) ให้ความเห็นเรื่องของการมีส่วนร่วมว่า การทบทวนแนวคิดและหลักการเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนเช่นเดียวกันทำให้ทราบว่า ธรรมชาติที่แท้จริงของการมีส่วนร่วมในอันที่จะทำให้การดำเนินการใดๆ ประสบผลสำเร็จได้นั้นต้องเป็นการเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนหรือมากขึ้นตอนมากที่สุด มิใช่มีส่วนร่วมเพียงขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่ง

ชัยวรรณ สมศรีรัตน์ (2548 : 9) ได้สรุปความหมายของการมีส่วนร่วมว่า การมีส่วนร่วมคือ กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับบุคคลทุกระดับ โดยเกี่ยวข้องกับการแสดงความรู้สึกรับรู้การเป็นเจ้าของ การแสดงความรู้สึกรับรู้ และความร่วมมือแสดงออกถึงความคิดเห็นในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อเป็นการร่วมการตัดสินใจ ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติ ร่วมการรับประโยชน์ และร่วมติดตามผล ซึ่งขึ้นอยู่กับสภาพความคิด ความเชื่อของแต่ละบุคคล และขึ้นอยู่กับยุคสมัยอีกด้วย

เจริญ ภัทระ (2540 : 1,3) ยังได้กล่าวอธิบายถึงเรื่องของการมีส่วนร่วมของประชาชน (People's participation) หรือการมีส่วนร่วมของชุมชนว่าหมายถึง ความพร้อมหรือโอกาสที่ทั้งฝ่ายรัฐบาล และฝ่ายประชาชนหรือชุมชน ยอมรับผิชอบและกระทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน

นอกจากนี้ เจริญ ภัทระ ยังได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีความแตกต่างกันอีก 4 ความหมาย ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึง การที่กลุ่มประชาชนหรือขบวนการของประชาชนซึ่งตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาเป็นผู้ที่อยู่ในวงนอกระบบราชการได้เพิ่มความสามารถในการควบคุมทรัพยากรและสถาบันต่างๆ ตามสถานะสังคมที่เป็นอยู่

2. การมีส่วนร่วมของประชาชน คือ การที่ประชาชนหรือชุมชนพัฒนาขีดความสามารถของตนเองในการจัดการและควบคุมการใช้และกระจายทรัพยากร และปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ในสังคม เพื่อประโยชน์ต่อการดำรงชีพทางเศรษฐกิจและสังคมตามความจำเป็นอย่างสมศักดิ์ศรีในฐานะสมาชิกสังคมและในการมีส่วนร่วม ประชาชนได้พัฒนาการรับรู้และภูมิปัญญาซึ่งแสดงออกในรูปการตัดสินใจในการกำหนดชีวิตของตนเองอย่างเป็นตัวของตัวเอง

3. การมีส่วนร่วมของประชาชน คือ กระบวนการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนา ร่วมคิด ตัดสินใจ แก้ปัญหาของตนเอง ร่วมใช้ความคิด

สร้างสรรค์ ความรู้และความชำนาญร่วมกับการใช้วิทยาการที่เหมาะสมและสนับสนุน ติดตามผล การปฏิบัติงานขององค์กรและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

4. การมีส่วนร่วมของประชาชน คือ กระบวนการที่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้รับ โอกาสและได้ใช้โอกาสที่ได้รับแสดงออกซึ่งความรู้สึกรู้สึกคิด แสดงออกซึ่งสิ่งที่เขามี แสดงออกซึ่ง สิ่งที่เขาต้องการ แสดงออกซึ่งปัญหาที่กำลังเผชิญและแสดงถึงซึ่งวิธีแก้ปัญหา และลงมือปฏิบัติโดย การช่วยเหลือของหน่วยงานภายนอกน้อยที่สุด

สุริยา วีรวงศ์ (2536 : 41 อ้างอิงใน ฌพรธรรณธรรม์ เสมสันต์ 2550 : 22) ได้ให้ ความหมายของการมีส่วนร่วมไว้ว่า มีความหมายหลากหลายและหลายมิติในแต่ละมุมมองกล่าวคือ มุมมองของนักรัฐศาสตร์ การมีส่วนร่วม คือ การที่ประชาชนได้ไปใช้สิทธิในการ เลือกตั้ง หรือมีส่วนร่วมในการตัดสินใจทางการเมือง นั่นคือ การมีจิตสำนึกทางการเมืองที่ ประชาชนมีอยู่ และได้รับการกระตุ้นให้เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจในระดับหนึ่ง

มุมมองของนักพัฒนาองค์กรพัฒนาเอกชน การมีส่วนร่วม คือการที่ประชาชนใน ท้องถิ่นเข้ามามีส่วนในกิจกรรมการพัฒนาตั้งแต่จุดเริ่มต้น กล่าวคือ ตั้งแต่การสร้างแนวความคิดไป จนถึงที่สุดเป็นการเน้นถึงการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วม

วิลเลียม เออร์วิน (William Erwin 1976 : 138 อ้างอิงใน ฌชาพัฒน์ เพิ่มทองอินทร์ 2550 : 19) กล่าวว่า การมีส่วนร่วม คือ กระบวนการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการ ดำเนินการพัฒนา ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจแก้ปัญหาของตนเอง ร่วมใช้ความคิดสร้างสรรค์ ความรู้ ความชำนาญ ร่วมกับการใช้วิทยาการที่เหมาะสม และสนับสนุนติดตามผลการปฏิบัติงานขององค์กร และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

ปาริชาติ วลัยเสถียร, พระมหาสุทิตย์ อบอุ่น, สหทยา วิเศษ, จันทนา เบญจทรัพย์ และ ชลกาญจน์ ฮาชันนารี (2543 : 138-139) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมใน 2 ลักษณะ กล่าวคือ

ลักษณะที่ 1 การมีส่วนร่วมในลักษณะที่เป็นกระบวนการของการพัฒนา โดยให้ ประชาชนมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาดังแต่เริ่มต้นจนสิ้นสุดโครงการ เช่น การร่วมกันค้นหา ปัญหา การวางแผนการตัดสินใจ การระดมทรัพยากรและเทคโนโลยีท้องถิ่น การบริหารจัดการ การติดตามประเมินผล รวมถึงการรับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากโครงการ โดยที่โครงการพัฒนาดังกล่าวจะต้องมีความสอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชน

ลักษณะที่ 2 การมีส่วนร่วมทางการเมือง ซึ่งสามารถจำแนกได้เป็นสองประเภทคือ การส่งเสริมสิทธิและพลังอำนาจของพลเมือง และการเปลี่ยนแปลงกลไกการพัฒนาโดยรัฐ โดยการ ส่งเสริมสิทธิและพลังอำนาจของพลเมือง โดยประชาชนหรือชุมชน เพื่อพัฒนาขีดความสามารถใน การจัดการเพื่อรักษาผลประโยชน์ของกลุ่ม ควบคุมการใช้และการกระจายทรัพยากรของชุมชนอัน

จะก่อให้เกิดกระบวนการและโครงสร้างที่ประชาชนในชนบทสามารถแสดงออกซึ่งความสามารถของตน และได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนา และมีการเปลี่ยนแปลงกลไกการพัฒนาโดยรัฐมาเป็นการพัฒนาที่ประชาชนมีบทบาทหลัก โดยการกระจายอำนาจในการวางแผนจากส่วนกลางมาสู่ส่วนภูมิภาค เพื่อให้ภูมิภาคมีลักษณะเป็นเอกเทศ ให้มีอำนาจทางการเมือง การบริหารมีอำนาจต่อรองในการจัดการทรัพยากรโดยอยู่ในมาตรฐานเดียวกัน ประชาชนสามารถตรวจสอบได้ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเป็นการคืนอำนาจในการพัฒนาให้แก่ประชาชน เพื่อให้มีส่วนร่วมในการกำหนดอนาคตของตนเอง

Batten (อ้างถึงใน ถนอม สุขสง่าเจริญ 2526 : 25) กล่าวถึง แนวคิดการ มีส่วนร่วมว่า เป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในกิจการต่าง ๆ ในการใช้ความคิด ตัดสินใจ วางแผน และดำเนินการ โดยยึดหลักต่อไปนี้ คือ หลักการช่วยตนเอง หลักการให้ประชาชนมีส่วนร่วม และหลักประชาธิปไตยในการดำเนินงาน

นอกจากนี้ ในกระบวนการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมจะต้องเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจกำหนดความต้องการของตัวเอง การตัดสินใจใช้ทรัพยากร โดย ทวีทอง หงษ์วิวัฒน์ (2527 : 2) มีความเห็นที่สอดคล้องกันว่า การมีส่วนร่วม หมายถึง สิทธิของประชาชนต่อการตัดสินใจนโยบายที่เกี่ยวกับการจัดสรร (allocation) และการใช้ประโยชน์ (utilization) ของทรัพยากรเพื่อการผลิต ซึ่งเป็นความจำเป็นที่ประชาชนต้องเข้าร่วมในการวางแผน เพื่อการกินดีอยู่ดี และสามารถตอบสนองต่อสิ่งที่เข้าถึง ซึ่งการพัฒนาให้คนจนได้รับประโยชน์เพื่อการผลิต การบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกสาธารณะด้วย และการมีส่วนร่วมคือการที่ประชาชนเข้าไปมีส่วนในการตัดสินใจในระดับต่าง ๆ ทางการจัดการบริการทางการเมือง เพื่อกำหนดความต้องการของชุมชนของตน การมีส่วนร่วมของประชาชนก่อให้เกิดกระบวนการและโครงสร้างที่ประชาชนสามารถที่จะแสดงออก ซึ่งความต้องการของตน การจัดลำดับความสำคัญ การเข้าร่วมในการพัฒนา และได้รับประโยชน์จากการพัฒนานั้น โดยเน้นการให้อำนาจในการตัดสินใจแก่ประชาชนในชนบท และเป็นกระบวนการกระทำที่ประชาชนมีความสมัครใจเข้ามามีส่วนในการกำหนดการเปลี่ยนแปลงเพื่อประชาชนเอง โดยให้ประชาชนได้มีส่วนในการตัดสินใจเพื่อตนเอง ทั้งนี้ โดยมิใช่การกำหนดกรอบความคิดจากบุคคลภายนอก

ทศพล กฤตยพิสิฐ (2538 : 10) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมที่เน้นในรูปกลุ่ม/องค์กร หรือชุมชนไว้ว่า หมายถึง การที่ปัจเจกบุคคล กลุ่มหรือชุมชน มีความเห็นพ้องต้องกันในเรื่องที่มีผลกระทบใด ๆ ต่อการดำเนินชีวิตของตนเอง แล้วมีการแสดงให้เห็นถึงความต้องการร่วมกันที่จะเปลี่ยนแปลงให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของตน จนมาสู่การตัดสินใจกระทำการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์นั้น ๆ มีความร่วมมือและรับผิดชอบในกิจกรรมการพัฒนาที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม

โดยในขั้นตอนต่าง ๆ ของการดำเนินกิจกรรมนั้น ๆ มีกลุ่มหรือองค์กรชุมชนรองรับ ประชาชนที่เข้าร่วมมีการพัฒนาภูมิปัญญา และการรับรู้สามารถคิด วิเคราะห์ และตัดสินใจเพื่อกำหนดการดำเนินชีวิตของตนเองได้ ประชาชน หรือชุมชนได้พัฒนาขีดความสามารถของตน ในการจัดการควบคุมการใช้และการกระจายทรัพยากรที่มีอยู่เพื่อประโยชน์ต่อการดำรงชีพทางเศรษฐกิจและสังคม ตามความจำเป็นอย่างสมศักดิ์ศรีในฐานะสมาชิกของสังคม

จากความหมายของการมีส่วนร่วม ผู้วิจัยขอสรุปไว้ว่า การมีส่วนร่วม คือ การดำเนินการของบุคคล โดยดำเนินกิจกรรมตามวัตถุประสงค์ของบุคคล ของกลุ่มหรือองค์กร เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมทางความคิด การตัดสินใจ การวางแผน การปฏิบัติ การรับผลประโยชน์ และการติดตามประเมินผล จนสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ได้ตั้งเป้าหมาย

4.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมมี 5 ทฤษฎี ซึ่ง อคิน รพีพัฒน์ (อ้างถึงใน ยุพาพร รูปงาม 2545 : 7-9) ได้สรุปไว้ดังนี้

1. ทฤษฎีการเกลี้ยกล่อมมวลชน (Mass Persuasion)

Maslow (อ้างถึงใน อคิน รพีพัฒน์ 2527 : 7-8) กล่าวว่า การเกลี้ยกล่อม หมายถึง การใช้คำพูดหรือการเขียน เพื่อบังคับให้เกิดความเชื่อถือและการกระทำ ซึ่งการ เกลี้ยกล่อมมีประโยชน์ในการแก้ไขปัญหาความขัดแย้งในการปฏิบัติงานและถ้าจะให้ เกิดผลดีผู้เกลี้ยกล่อมจะต้องมีศิลปะในการสร้างความสนใจในเรื่องที่จะเกลี้ยกล่อม โดยเฉพาะในเรื่อง ความต้องการของคนตามหลักทฤษฎีของ Maslow ที่เรียกว่าลำดับขั้น ความต้องการ (hierarchy of needs) คือ ความต้องการของคนจะเป็นไปตามลำดับจาก น้อยไปมาก มีทั้งหมด 5 ระดับ ดังนี้

1.1 ความต้องการทางด้านสรีระวิทยา (physiological needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ (survival need) ได้แก่ ความต้องการทางด้านอาหาร ยา เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่ อาศัย ยารักษาโรค และความต้องการทางเพศ

1.2 ความต้องการความมั่นคงปลอดภัยของชีวิต (safety and security needs) ได้แก่ ความต้องการที่อยู่อาศัยอย่างมีความปลอดภัยจากการถูกทำร้ายร่างกาย หรือถูกขโมยทรัพย์สิน หรือความมั่นคงในการทำงานและการมีชีวิตอยู่อย่างมั่นคงในสังคม

1.3 ความต้องการทางด้านสังคม (social needs) ได้แก่ ความต้องการความรัก ความต้องการที่จะให้สังคมยอมรับว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

1.4 ความต้องการที่จะมีเกียรติยศชื่อเสียง (self-esteem needs) ได้แก่ ความภาคภูมิใจ ความต้องการดีเด่นในเรื่องหนึ่งที่จะให้ได้รับการยกย่องจากบุคคลอื่น ความต้องการ ด้านนี้เป็นความต้องการระดับสูงที่เกี่ยวกับความมั่นใจในตัวเองในเรื่องความสามารถ และความสำคัญของบุคคล

1.5 ความต้องการความสำเร็จแห่งตน (self-actualization needs) เป็นความต้องการในระบบสูงสุด ที่อยากจะให้เกิดความสำเร็จในทุกสิ่งทุกอย่างตามความนึกคิด ของตนเอง เพื่อจะพัฒนาตนเองให้ดีที่สุดเท่าที่จะทำได้ความต้องการนี้จึงเป็นความต้องการ พิเศษของบุคคลที่จะพยายามผลักดันชีวิตของตนเองให้เป็นแนวทางที่ดีที่สุด

2. ทฤษฎีการระดมสร้างขวัญของคนในชาติ (National Morale)

คนเรามีความต้องการทางกายและใจถ้าคนมีขวัญดีพอ ผลของการทำงานจะสูง ตามไปด้วย แต่ถ้าขวัญไม่ดีผลงานก็ต่ำไปด้วย ทั้งนี้เนื่องจากว่าขวัญเป็นสถานการณ์ทาง จิตใจที่แสดงออกในรูปพฤติกรรมต่าง ๆ นั่นเอง การจะสร้างขวัญให้ดีต้องพยายามสร้าง ทศนคติที่ดีต่อผู้ร่วมงาน เช่น การไม่เอารัดเอาเปรียบ การให้ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับงาน การเปิด โอกาสให้แสดงความคิดเห็น เป็นต้น และเมื่อใดก็ตามถ้าคนทำงานมีขวัญดีจะเกิดสำนึกในความรับผิดชอบ อันจะเกิดผลดีแก่หน่วยงานทั้งในส่วนที่เป็นขวัญส่วนบุคคล และขวัญของกลุ่ม ดังนั้น จะเป็นไปได้ว่าขวัญของคนเราโดยเฉพาะคนมีขวัญที่ดีย่อมเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะนำไปสู่การมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ได้เช่นกัน (ยุพาพร รูปงาม 2545 : 8)

3. ทฤษฎีสร้างความรู้รักชาตินิยม (Nationalism)

ปัจจัยประการหนึ่งที่น่าสู่การมีส่วนร่วมคือ การสร้างความรู้รักชาตินิยมให้เกิดขึ้น หมายถึง ความรู้สึกเป็นตัวของตัวเองที่จะอุทิศหรือเน้นค่านิยมเรื่องผลประโยชน์ส่วนรวมของชาติ มีความพอใจในชาติของตัวเอง พอใจเกียรติภูมิ จงรักภักดี ผูกพันต่อท้องถิ่น (ยุพาพร รูปงาม 2545 : 8)

4. ทฤษฎีการสร้างผู้นำ (Leadership)

การสร้างผู้นำจะช่วยจูงใจให้ประชาชนทำงานด้วยความเต็มใจเพื่อบรรลุ เป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ร่วมกัน ทั้งนี้เพราะผู้นำเป็นปัจจัยสำคัญของการรวมกลุ่มคน จูงใจไปยังเป้าประสงค์โดยทั่วไปแล้วผู้นำอาจจะมีทั้งผู้นำที่ดีเรียกว่า ผู้นำปฏิฐาน (positive leader) ผู้นำพลวัต คือ เคลื่อนไหวทำงานอยู่เสมอ (dynamic leader) และผู้นำไม่มีกิจ ไม่มีผลงานสร้างสรรค์ ที่เรียกว่า ผู้นำนินเษ (negative leader) ผลของการให้ทฤษฎีการสร้างผู้นำ จึงทำให้เกิดการระดมความร่วมมือปฏิบัติงานอย่างมีขวัญกำลังใจ งานมีคุณภาพ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และร่วมรับผิดชอบ ดังนั้น การสร้างผู้นำที่ดี ย่อมจะนำไปสู่ การมีส่วนร่วมใน กิจกรรมต่าง ๆ ด้วยดีนั่นเอง (ยุพาพร รูปงาม 2545 : 8)

5. ทฤษฎีการใช้วิธีและระบบทางการบริหาร (Administration and Method)

การใช้ระบบบริหารในการระดมความร่วมมือเป็นวิธีหนึ่งที่ย่อยเพราะใช้กฎหมายระเบียบ แบบแผน เป็นเครื่องมือในการดำเนินการ แต่อย่างไรก็ตามผลของความร่วมมือยังไม่มีระบบใดที่ดีที่สุดในเรื่องการใช้บริหาร เพราะธรรมชาติของคน ถ้าทำงานตามความสมัครใจอย่าง

ตั้งใจไม่มีใครบังคับก็จะทำงานด้วยความรัก แต่ถ้าไม่ควบคุมเลยก็ไม่เป็นไปตามนโยบายและความจำเป็นของรัฐ เพราะการใช้ระบบบริหาร เป็นการให้ปฏิบัติตามนโยบายเพื่อให้บรรลุเป้าหมายเพิ่มความคาดหวังผลประโยชน์ (ยุพาพร รูปงาม 2545 : 8-9)

Rose (อ้างถึงใน สานิตย์ บุญชู 2527 : 7) ได้กล่าวถึงการมีส่วนร่วมของ ประชาชนไว้ กล่าวคือ ชุมชนใดที่ได้เปิดโอกาสให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมมากเท่าใด ก็จะทำให้การพัฒนาชุมชนนั้นสามารถเป็นไปได้โดยสะดวกและสามารถดำเนิน ไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ได้ ทั้งนี้โดยมีความเชื่อพื้นฐานที่ว่า คนมีศักยภาพในการเปลี่ยนแปลง คุณค่าของความคิดและสมรรถภาพของคนเรานั้นจะไม่มี ความหมาย ถ้าหากขาดการมีส่วนร่วมกับบุคคลอื่น

4.3 ลักษณะรูปแบบการมีส่วนร่วม

มนัส สุวรรณ (2549 : 65-66) กล่าวโดยสรุปเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนว่า สามารถกระทำได้ใน 5 รูปแบบ ดังนี้

1. การรับรู้ข่าวสาร (Public information) การมีส่วนร่วมในรูปแบบนี้ ประชาชนในพื้นที่โครงการและผู้จะได้รับผลกระทบ จะต้องได้รับแจ้งให้ทราบถึงรายละเอียดของโครงการที่จะดำเนินการ และผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ทั้งนี้การได้รับข่าวสารดังกล่าวต้องได้รับก่อนการตัดสินใจดำเนินโครงการ

2. การปรึกษาหารือ (Public consultation) เป็นรูปแบบของการมีส่วนร่วมในลักษณะของการปรึกษาหารือระหว่างผู้ดำเนินโครงการกับประชาชนที่มีส่วนได้-ส่วนเสียโดยตรง ทั้งนี้เพื่อการรับฟังความคิดเห็นและตรวจสอบข้อมูลเพิ่มเติม นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการให้ประชาชนได้ทราบ และรับข้อเสนอแนะเพื่อประกอบการตัดสินใจ

3. การประชุมรับฟังความคิดเห็น (Public meeting) เป็นรูปแบบการมีส่วนร่วมที่ผู้ดำเนินโครงการกับประชาชน ผู้มีส่วนได้-ส่วนเสีย จะได้ทำความเข้าใจร่วมกันด้วยเหตุผลซึ่งการมีส่วนร่วมของประชาชนในรูปแบบนี้สามารถทำได้ใน 2 ลักษณะ คือ

- 3.1 การประชุมในระดับชุมชน (Community meeting) ซึ่งจัดประชุมในชุมชนที่จะได้รับผลกระทบจากโครงการ โดยผู้ดำเนินการจะส่งผู้แทนเข้าร่วมประชุม

- 3.2 การประชุมรับฟังความคิดเห็นทางวิชาการ (Public Hearing) การประชุมลักษณะนี้จำเป็นสำหรับโครงการขนาดใหญ่ที่มีเรื่องของเทคนิค และวิชาการที่เกี่ยวข้อง การประชุมลักษณะนี้ต้องเปิดกว้างสำหรับสาธารณะ

4. การร่วมในการตัดสินใจ (Decision making) การมีส่วนร่วมในรูปแบบนี้ถือเป็นเป้าหมายสูงสุดของการมีส่วนร่วมของประชาชน ในทางปฏิบัติจริง การดำเนินโครงการซึ่งมักดำเนินการในรูปของคณะกรรมการจะต้องมีตัวแทนของประชาชนร่วมเป็นคณะกรรมการด้วย

5. การใช้กลไกทางกฎหมาย รูปแบบนี้แม้จะไม่ใช่วิธีแบบการมีส่วนร่วมของประชาชนโดยตรง แต่เป็นลักษณะของการเรียกร้องสิทธิหรือการใช้สิทธิของประชาชนเมื่อเห็นว่าเกิดความโปร่งใสหรือความไม่เป็นธรรมเกิดขึ้นในการดำเนินโครงการ

ปาริชาติ วลัยเสถียร และคณะ (2543 : 143) ได้สรุปกระบวนการมีส่วนร่วมในการพัฒนาไว้ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมในการศึกษาชุมชน จะเป็นการกระตุ้นให้ประชาชนเรียนรู้สภาพชุมชน การดำเนินชีวิต ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการทำงานร่วมกันปัญหา ตลอดจนจัดลำดับความสำคัญของปัญหา

2. การมีส่วนร่วมในการวางแผน เพื่อกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ วิธีการ แนวทางการดำเนินงาน และทรัพยากรที่ใช้

3. การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานพัฒนา โดยการสนับสนุนด้านวัสดุอุปกรณ์ แรงงาน เงินทุน หรือเข้าร่วมบริหารงาน

4. การมีส่วนร่วมในการติดตาม และประเมินผลการพัฒนาเพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น
สุนิตย์ มะลิวัลย์ (2541 : 20) ได้สรุปการมีส่วนร่วมของประชาชน 3 ระดับ

1. ประชาชนมีระดับการมีส่วนร่วมสูง คือ ประชาชนได้มีส่วนร่วมตั้งแต่เริ่มหาปัญหา ตัดสินใจเลือกแนวทางแก้ปัญหา ปฏิบัติกิจกรรม และประเมินกิจกรรมที่ทำ กล่าวคือ ประชาชนผู้ดำเนินกิจกรรมเอง

2. ประชาชนมีระดับการมีส่วนร่วมปานกลาง คือ ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการปฏิบัติกิจกรรมบางส่วน เช่น ได้รับการบอกเล่า หรือปรึกษาในกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง ซึ่งอาจจะไม่ได้มีส่วนร่วมตั้งแต่ต้น

3. ประชาชนมีระดับการมีส่วนร่วมน้อย หรือไม่มีส่วนร่วมเลย คือ กิจกรรมต่างๆ ที่จัดทำขึ้น ประชาชนไม่มีส่วนร่วมเลย ประชาชนเป็นผู้รับฟัง รอรับคำสั่ง เป็นผู้รับบริการเท่านั้น รายละเอียดของกิจกรรมในขั้นตอนต่างๆ ประชาชนไม่มีส่วนร่วม

ทศพล กฤตยพิสิฐ (2538 : 13-14) ศึกษาลักษณะการมีส่วนร่วม 5 ลักษณะ ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมขั้นริเริ่มการพัฒนา
2. การมีส่วนร่วมในขั้นการวางแผนการพัฒนา
3. การมีส่วนร่วมในขั้นดำเนินการพัฒนา
4. การมีส่วนร่วมในขั้นรับผลประโยชน์
5. การมีส่วนร่วมในขั้นประเมินผลการพัฒนา

โกวิท พวงงาม (2545 : 8) ได้สรุปถึงการมีส่วนร่วมที่แท้จริงของประชาชน ในการพัฒนา ควรจะมี 4 ขั้นตอน คือ

1. การมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหาของแต่ละท้องถิ่น กล่าวคือ ถ้าหากชาวชนบทยังไม่สามารถทราบถึงปัญหาและเข้าใจถึงสาเหตุของปัญหา ในท้องถิ่นของตนเป็นอย่างดีแล้ว การดำเนินงานต่าง ๆ เพื่อแก้ปัญหาของท้องถิ่นย่อมไร้ประโยชน์ เพราะชาวชนบทจะไม่เข้าใจและมองไม่เห็นถึงความสำคัญของการดำเนินงานเหล่านั้น
2. การมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินกิจกรรม เพราะการวางแผนดำเนินงาน เป็นขั้นตอนที่จะช่วยให้ชาวชนบทรู้จักวิธีการคิด การตัดสินใจอย่างมีเหตุผล รู้จักการ นำเอาปัจจัยข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ มาใช้ในการวางแผน
3. การมีส่วนร่วมในการลงทุนและการปฏิบัติงาน แม้ชาวชนบทส่วนใหญ่จะมีฐานะยากจน แต่ก็มีความสามารถที่สามารถใช้เข้าร่วมได้ การร่วมลงทุนและปฏิบัติงาน จะทำให้ชาวชนบทสามารถคิดต้นทุนดำเนินงานได้ด้วยตนเอง ทำให้ได้เรียนรู้การดำเนินกิจกรรมอย่างใกล้ชิด
4. การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลงาน ถ้าหากการติดตามงานและประเมินผลงานขาดการมีส่วนร่วมแล้วชาวชนบทย่อมจะไม่ทราบด้วยตนเองว่างานที่ทำ ไปนั้น ได้รับผลดีได้รับประโยชน์หรือไม่อย่างไร การดำเนินกิจกรรมอย่างเดียวกันใน โอกาสต่อไป จึงอาจจะประสบความสำเร็จยากลำบาก

นอกจากนี้ สำนักมาตรฐานการศึกษา, สำนักงานสภาพัฒนาการศึกษาระดับสูง, กระทรวงศึกษาธิการ, สำนักมาตรฐานอุดมศึกษา และทบวงมหาวิทยาลัย (2545 : 116) ยังได้ กล่าวถึง การมีส่วนร่วมในขั้นตอนของการพัฒนา 5 ขั้น ดังนี้

1. ขั้นมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหาในชุมชนตลอดจนกำหนดความต้องการของชุมชน และมีส่วนร่วมในการจัดลำดับความสำคัญของความต้องการ
2. ขั้นมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนา โดยประชาชนมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายและวัตถุประสงค์ของโครงการ กำหนดวิธีการและแนวทางการดำเนินงาน ตลอดจนกำหนดทรัพยากรและแหล่งทรัพยากรที่ใช้
3. ขั้นมีส่วนร่วมในการดำเนินงานพัฒนา เป็นขั้นตอนที่ประชาชนมีส่วนร่วม ในการสร้างประโยชน์โดยการสนับสนุนทรัพยากร วัสดุอุปกรณ์และแรงงาน หรือเข้าร่วม บริหารงานประสานงานและดำเนินการขอความช่วยเหลือจากภายนอก
4. ขั้นการมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์จากการพัฒนา เป็นขั้นตอนที่ ประชาชนมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ที่พึงได้จากการพัฒนาหรือยอมรับ ผลประโยชน์อันเกิดจากการพัฒนาทั้งด้านวัตถุและจิตใจ

5. ขั้นการมีส่วนร่วมในการประเมินผลการพัฒนา เป็นขั้นที่ประชาชนเข้าร่วม ประเมินว่าการพัฒนาที่ได้กระทำไปนั้นสำเร็จตามวัตถุประสงค์เพียงใด

4.4 ขั้นตอนการมีส่วนร่วม

โกวิท พวงงาม (2545 : 8) ได้สรุปถึงการมีส่วนร่วมที่แท้จริงของประชาชนในการพัฒนา ควรจะมี 4 ขั้นตอน คือ

1. การมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหาของแต่ละท้องถิ่น กล่าวคือ ถ้าหากชาวบ้านบ่นยังไม่สามารถทราบถึงปัญหาและเข้าใจถึงสาเหตุของปัญหา ในท้องถิ่นของตน เป็นอย่างดีแล้ว การดำเนินงานต่าง ๆ เพื่อแก้ปัญหาของท้องถิ่นย่อมไร้ประโยชน์ เพราะชาวบ้านจะไม่เข้าใจและมองไม่เห็นถึงความสำคัญของการ ดำเนินงานเหล่านั้น

2. การมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินกิจกรรม เพราะการวางแผนดำเนินงาน เป็นขั้นตอนที่จะช่วยให้ชาวบ้านรู้จักวิธีการคิด การตัดสินใจอย่างมีเหตุผล รู้จักการ นำเอาปัจจัย ข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ มาใช้ในการวางแผน

3. การมีส่วนร่วมในการลงทุนและการปฏิบัติงาน แม้ชาวบ้านส่วนใหญ่จะมี ฐานะยากจน แต่ก็มีแรงงานของตนเองที่สามารถใช้เข้าร่วมได้ การร่วมลงทุนและปฏิบัติงาน จะทำให้ชาวบ้านสามารถคิดค้นทุนดำเนินงานได้ด้วยตนเอง ทำให้ได้เรียนรู้การดำเนิน กิจกรรมอย่างใกล้ชิด

4. การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลงาน ถ้าหากการติดตามงานและ ประเมินผลงานขาดการมีส่วนร่วมแล้วชาวบ้านย่อมจะไม่ทราบด้วยตนเองว่างานที่ทำ ไปนั้น ได้รับผลดี ได้รับประโยชน์หรือไม่อย่างไร การดำเนินกิจกรรมอย่างเดียวกันใน โอกาสต่อไป จึง อาจประสบความยากลำบาก

นอกจากนี้ สำนักมาตรฐานการศึกษา, สำนักงานสภาพัฒนาการศึกษาระดับสูง, กระทรวง ศึกษาธิการ, สำนักมาตรฐานอุดมศึกษา และทบวงมหาวิทยาลัย (2545 : 116) ยังได้ กล่าวถึง การมี ส่วนร่วมในขั้นตอนของการพัฒนา 5 ขั้น ดังนี้

1. ขั้นมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหาในชุมชนตลอดจน กำหนด ความต้องการของชุมชน และมีส่วนร่วมในการจัดลำดับความสำคัญของความ ต้องการ

2. ขั้นมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนา โดยประชาชนมีส่วนร่วมในการกำหนด นโยบาย และวัตถุประสงค์ของโครงการ กำหนดวิธีการและแนวทางการดำเนินงาน ตลอดจนกำหนด ทรัพยากรและแหล่งทรัพยากรที่ใช้

3. ขั้นมีส่วนร่วมในการดำเนินงานพัฒนา เป็นขั้นตอนที่ประชาชนมีส่วนร่วม ในการ สร้างประโยชน์โดยการสนับสนุนทรัพยากร วัสดุอุปกรณ์และแรงงาน หรือเข้าร่วม บริหารงาน ประสานงานและดำเนินการขอความช่วยเหลือจากภายนอก

4. ขั้นการมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์จากการพัฒนา เป็นขั้นตอนที่ ประชาชนมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ที่พึงได้รับจากการพัฒนาหรือยอมรับ ผลประโยชน์อันเกิดจากการพัฒนาทั้งด้านวัตถุและจิตใจ

5. ขั้นการมีส่วนร่วมในการประเมินผลการพัฒนา เป็นขั้นที่ประชาชนเข้าร่วม ประเมินว่าการพัฒนาที่ได้กระทำไปนั้นสำเร็จตามวัตถุประสงค์เพียงใด

Szentendre (อ้างถึงใน สถาบันพระปกเกล้า 2545 : 30-31) กล่าวถึงการแบ่งกระบวนการการมีส่วนร่วมออกเป็น 4 ขั้นตอน คือ

1. การมีส่วนร่วมด้านการวางแผน
2. การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ
3. การมีส่วนร่วมในการจัดสรรผลประโยชน์
4. การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล

การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบไม่ใช่เพียงแต่องค์กรเท่านั้นที่มีหน้าที่ดำเนินการแต่ องค์กรประกอบในการมีส่วนร่วมช่วยให้การดำเนินกิจกรรมบรรลุผลสูงสุดคือ การมีส่วนร่วมของผู้บริหาร และพนักงานทุกคน โดยการมีส่วนร่วมนั้นควรเริ่มจากการศึกษารูปแบบของกิจกรรมที่มีส่วน ช่วยเหลือหรือบรรเทาความเดือดร้อนอันเกิดจากผลกระทบของการดำเนินธุรกิจ คือเริ่มจากการ ค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหา การวางแผนและพัฒนา การดำเนินกิจกรรมและหลังจากดำเนิน กิจกรรมความรับผิดชอบแล้วต้องมีการประเมินผลเพื่อให้ทราบถึงผลสำเร็จจากการทำกิจกรรมว่ามี ส่วนช่วยเหลือหรือบรรเทาความเดือดร้อนได้อย่างถูกต้อง

5. ข้อมูลบริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด

ปัจจุบันการคมนาคมทางอากาศ ได้เป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวซึ่งกำลังเจริญเติบโตอย่างมาก จน กลายเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ทำรายได้เป็นอันดับหนึ่งของประเทศ บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด (Bangkok Airways) เริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2511 ในแผนการบินสหกลแอร์ ของบริษัท กรุงเทพ สหกล จำกัด โดยประธานคณะผู้บริหาร นายแพทย์ปราเสริฐ ปราสาททองโอสถ ซึ่งใน ระยะเวลาแรกได้ดำเนินการเดินอากาศประเภทเช่าเหมาลำ เครื่องบินลำแรกของบริษัทฯ เป็น เครื่องบินแบบ “Trade Wind” 2 เครื่องยนต์ ขนาด 9 ที่นั่งโดยสาร ทำการบินตามสัญญาว่าจ้างจาก หน่วยงานก่อสร้างทางทหารของสหรัฐอเมริกา (OICC) ในการก่อสร้างสนามบินอุตะเถาและทำการ บินโดยเครื่องบินและเฮลิคอปเตอร์ สนับสนุนการขุดเจาะน้ำมันและก๊าซในอ่าวไทย

ต่อมาบริษัทฯ ได้นำเข้าเครื่องบิน ISLANDER BN2 เพื่อทำการบินให้กับหน่วยงาน OICC และ USOM เพิ่มเติมนับจากนั้นบริษัทฯ ก็ได้มีการพัฒนาการจัดหาเครื่องบินและธุรกิจการ

บินมาตลอด โดยการนำเครื่องบินที่มีสมรรถนะการใช้น้ำมันดีเข้ามาเสริมการบริการ และเมื่อประเทศไทยเริ่มมีโครงการขุดเจาะน้ำมันในอ่าวไทยจระตะเลอันดามัน บริษัทฯ ได้รับการว่าจ้างจากบริษัทสำรวจหลายแห่งให้ทำการบินด้วยเครื่องบินและเฮลิคอปเตอร์ สนับสนุนการขุดเจาะน้ำมันและก๊าซในอ่าวไทย หลังจากโครงการขุดเจาะก๊าซธรรมชาติของอ่าวไทยสำเร็จเรียบร้อย บริษัทฯ จึงมีความภาคภูมิใจเป็นอย่างยิ่งได้มีส่วนร่วมในงานครั้งนี้

บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด มีกิจกรรมการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด ตัวอย่างเช่น

4.1 โครงการแบ่งปันปันยิ้ม เป็นโครงการที่ริเริ่มจากผู้บริหารท่านหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

4.1.1 ส่งเสริมให้พนักงานสละเวลาของตนเองเพื่อช่วยเหลือกิจกรรมชุมชนและสนองตอบต่อประเด็นสังคม

4.1.2 เพื่อให้การสนับสนุนแก่เด็กและผู้ด้อยโอกาสตามสถานที่ต่างๆ

4.1.3 กิจกรรมสนับสนุนการทำวิจัยพลังงานทดแทน “Love earth Save earth” โดยเชิญชวนผู้โดยสารที่เดินทางกับบางกอกแอร์เวย์ส ร่วมบริจาคเงินเพื่อสนับสนุนโครงการวิจัยพลังงานทดแทน ของมูลนิธิชัยพัฒนา โดยบริจาคได้ที่ห้องรับรองผู้โดยสาร (Passenger Lounge) ทุกที่ของบริษัทฯ เมื่อผู้โดยสารบริจาคเงินแล้ว จะได้เขียนชื่อลงบนกระดาดรูปใบไม้ เพื่อนำไปติดไว้ที่ต้นไม้จำลอง เพื่อเป็นสัญลักษณ์ของการร่วมกันทำให้โลกน่าอยู่ เริ่มกิจกรรมในเดือนมีนาคม 2551 ส่วนในองค์กรจะเน้นในเรื่องการสร้างจิตสำนึกให้กับพนักงาน ด้วยการจัดโครงการ PG Smart รมรงค์ให้พนักงานร่วมกันลดปัญหาภาวะโลกร้อน เช่น การประหยัดน้ำ ประหยัดไฟ การขึ้นลงอาคารไม่เกิน 3 ชั้นควรใช้บันไดแทนลิฟท์ ใช้ถุงผ้าแทนถุงพลาสติก ใช้กระดาษทั้ง 2 หน้า แยกประเภทขยะก่อนทิ้ง

4.1.4 เข้าร่วมโครงการอนุรักษ์พลังงานแบบมีส่วนร่วมกับกรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน เพื่อลดค่าใช้จ่ายไฟฟ้าในอาคารรวม 3 มาตรการคือ 1) มาตรการปรับปรุงชุดห่อฉนวนเพื่อลดอุณหภูมิ น้ำหล่อเย็น 2) มาตรการจัดการรางเดินปั๊มน้ำหล่อเย็นให้เหมาะสม 3) มาตรการปรับปรุงระบบลมกลับเครื่องปรับอากาศ โดยภายหลังการดำเนินงานตามมาตรการดังกล่าว บริษัทฯสามารถประหยัดเงินค่าไฟฟ้าได้ปีละ 318,926.88 บาท

4.1.5 อาคารผู้โดยสารในสนามบินบริษัทฯ ทั้ง 3 แห่ง (สมุย สุโขทัย ตราด) ได้ถูกวางแผนก่อสร้างให้กลมกลืนสอดคล้องกับสิ่งแวดล้อม และธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่แล้ว ซึ่งสนามบินสุโขทัยได้รับรางวัลการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมดีเด่นสาขาคมนาคมประจำปี 2550 และได้รับรางวัลติดต่อกันเป็นปีที่ 6 จากสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากร ธรรมชาติและ

สิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทุกสนามบินยัง ไร้เชื้อเพลิงที่ใช้แล้ว นำกลับมาใช้ประโยชน์เช่น รดต้นไม้บริเวณสนามบิน ในขณะเดียวกัน พาหนะของบริษัทที่ใช้ใน สนามบินจะใช้พลังงานจากก๊าซธรรมชาติ ไม่ใช้น้ำมัน เพื่อลดการใช้น้ำมัน

4.1.6 กิจกรรม รักษาป่า รักษา น้ำ ที่เกาะสมุย เพื่ออนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยสายการบินบางกอกแอร์เวย์สพร้อมด้วย ผู้บริหาร ศิลปินดารานำ ปุณอินทรินาการเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร เทศทินันท์ บีช รีสอร์ท แอนด์ สปา (Destination Beach Resort & Spa Koh Samui) ร่วมกันทำกิจกรรมนำร่อง รักษาป่า รักษา น้ำ ที่เกาะสมุย โดยร่วมกันทำฝายเก็บกักชะลอน้ำและเปิดโครงการสร้างฝายถวายพ่อหลวง ประเดิมต้นน้ำจุดแรก บริเวณสวนพฤกษศาสตร์ เขาป้อม ที่หน่วยจัดการต้นน้ำ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช และ The Green Island เทศบาลเมืองเกาะสมุย สนับสนุนโครงการก่อสร้างฝายต้นน้ำลำธาร (Check Dam) ตามแนวพระราชดำริและวางเป้าหมาย ก่อสร้างฝายต้นน้ำลำธารแบบผสมผสาน 700 ฝาย ฝายต้นน้ำลำธารแบบกึ่งถาวร 100 ฝาย ก่อสร้างฝายต้นน้ำลำธารแบบถาวร 39 ฝาย รวมทั้งสิ้น 839 ฝาย เพื่อน้อมเกล้าถวายเป็นพระราชกุศล ในโอกาสครบรอบ 82 พรรษา พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว 5 ธันวาคม 2552 เพื่อบริการสิ่งดีๆ ให้สังคม สร้างการรับรู้ กระตุ้นเตือนให้ประชาชน และทุกส่วนภาคหันมาใส่ใจ อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อลดปัญหาโลกร้อนกัน อย่างจริงจังนอกจากกิจกรรม รักษาป่า รักษา น้ำ จะมีการสร้างฝายชะลอน้ำ เพื่อป้องกันการพังทลาย และสร้างชุมชนยั่งยืนให้กับผืนป่าแล้ว ยังมีการปลูกต้นไม้ทางเพื่อฟื้นฟูสภาพป่าชายเลนการปล่อยปู ปล่อยปลา คืนสู่ท้องทะเล เพื่อเป็นการแพร่ขยายพันธุ์อีกด้วย คาดหวังกิจกรรมนำร่องครั้งนี้ จะได้สร้างการรับรู้ กระตุ้นจิตสำนึกแก่ชาวสมุยและชาวไทยทุกคนต่างมีความสำคัญเป็นส่วนหนึ่งในการร่วมรักษาโลก รักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้มีความยั่งยืน

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บัณฑิต ทรัพย์กมล (2544 : 78-79) ได้ศึกษาเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ภาคธุรกิจ : ศึกษาเฉพาะกรณีโรงงานอุตสาหกรรมเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครพบว่า ในด้านลักษณะกิจกรรมขององค์กร พบว่า ส่วนใหญ่มีการดำเนินการในด้านการผลิตสินค้าที่ดีและมีคุณภาพมากที่สุด รองลงมา คือ การรักษาสภาพแวดล้อม การบริจาคเงินหรือสิ่งของในงานสาธารณะกุศลต่างๆ ส่วนปัจจัยจูงใจในการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่า ส่วนใหญ่ ผู้บริหารใช้จริยธรรมในการบริหารงานอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ การตระหนักถึงจรรยาบรรณขององค์กร และการสร้างภาพที่ดีต่อองค์กร ส่วนทัศนคติต่อแนวโน้มของการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่า ส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่ผู้บริหารจะจัดกิจกรรมในด้านการผลิตสินค้าที่ดี

และมีคุณภาพมากที่สุด รองลงมา คือ การศึกษาสภาพแวดล้อม การบริจาคเงินหรือ สิ่งของในงาน สาธารณะกุศลต่างๆ

พัชรี นิวัฒน์เจริญชัยกุล (2546 น. บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานบริษัท เทเลคอมเอเชียคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือ โดยศึกษารูปแบบกิจกรรมเพื่อสังคมที่พนักงานบริษัทฯ เข้าร่วม พบว่า ระดับการศึกษาและอายุงานมีความสัมพันธ์กับรูปแบบกิจกรรมเพื่อสังคมที่พนักงานบริษัทฯ เข้าร่วม ในขณะที่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ตำแหน่งงาน และรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบกิจกรรมเพื่อสังคม จากการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน อายุ และรายได้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่ส่งเสริมต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคม รองลงมา คือ ต้องการช่วยเหลือสังคม และต้องการช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์ และในด้านแนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคม พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส ตำแหน่งงาน อายุงาน และรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคม ซึ่งพนักงานส่วนใหญ่เห็นด้วยกับแนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมด้านนโยบายขององค์กรด้านกลวิธีและด้านการเปิดโอกาสให้พนักงานแสดงความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

กุลนัฏดา สุวรรณศรี (2551) ได้ศึกษาเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ที่มีอิทธิพลต่อคุณค่าตราสินค้า “ฮอนด้า” และแนวโน้มนวัตกรรมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และจำนวนรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในครอบครัวยุทธศาสตร์บุคลิกภาพรูปแบบการดำรงชีวิต และความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ที่มีต่อคุณค่าตราสินค้า “ฮอนด้า” ตลอดจนความสัมพันธ์ระหว่างคุณค่าตราสินค้า “ฮอนด้า” กับ แนวโน้มนวัตกรรมของผู้บริโภคของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ กลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไปเป็นผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลยี่ห้อฮอนด้า และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 420 คน ผลการวิจัยพบว่าความรับผิดชอบต่อสังคมมีผลทำให้ผู้บริโภคมีการรับรู้คุณค่าตราสินค้าด้านความซาบซึ้งถึงคุณค่าตราสินค้า คือการทำให้ลูกค้ามีความพอใจที่เกิดจากการที่ลูกค้าได้รับสินค้าหรือบริการที่เหนือความคาดหมายของเขา มีผลทำให้ลูกค้าซื้อสินค้าของบริษัท ดังนั้นในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม จะต้องดำเนินการและทำให้ผู้บริโภคได้รับรู้ให้มากที่สุด โดยเน้นการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น เพื่อภาพลักษณ์ที่ดีของสินค้าและองค์กร

จณิน เอี่ยมสะอาด (2551 : 1-3) ศึกษาเรื่องรูปแบบและการสื่อสารการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจไทย และกระบวนการสื่อสารกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อให้เกิดการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ธุรกิจไทย ตลอดจนศึกษากระบวนการสื่อสารการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ธุรกิจไทยไปสู่สาธารณะ พบว่า องค์กรธุรกิจไทยทั้ง 3 องค์กร ได้แก่ บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) และบริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) มีนโยบายที่สอดคล้องกับแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม โดยกำหนดไว้เป็ยลายลักษณ์อักษรอย่างชัดเจนและยึดถือปฏิบัติตั้งแต่ก่อตั้งกิจการ แม้จะมีความแตกต่างกันในการกำหนดชื่อเรียกและรายละเอียดปลีกย่อย แต่เมื่อพิจารณาถึงเนื้อหาสาระแล้ว พบว่ามีความหมายสอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม ที่ให้ความสำคัญทั้งด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนทั้งต่อองค์กรและสังคมส่วนรวม โดยนโยบายดังกล่าวมีมีสอดคล้องกับความเป็นมาขององค์กร

พัชร นิวัฒน์เจริญชัยกุล (2546 : 96-101) ได้ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานบริษัท เทเลคอมเอเชียคอร์ปอเรชัน จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบกิจกรรมที่พนักงานเข้าร่วม ปัจจัยที่ส่งเสริมและเป็นอุปสรรคต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมและศึกษาทัศนคติของพนักงานต่อแนวทางการมีส่วนร่วม จากการศึกษาพบว่า พนักงานในบริษัทได้เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคม อันได้แก่ โครงการบริจาคเงินหรือสิ่งของเพื่อช่วยเหลือแก่สถานสงเคราะห์มากที่สุด รองลงมาได้แก่ โครงการบริจาคเงินหรือสิ่งของเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัย ปัจจัยที่เข้าร่วมกิจกรรมของพนักงานส่วนใหญ่เข้าร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคม เพราะต้องการให้สังคมดีขึ้นและอุปสรรคในที่ชัดเจนต่อกิจกรรม ด้านกลวิธี ผู้บริหารควรเข้าร่วมกิจกรรมกับพนักงาน ด้านการประชาสัมพันธ์เข้าร่วมกิจกรรม เพราะพนักงานไม่เห็นประโยชน์ของการทำกิจกรรมและไม่เห็นความสำคัญของการทำกิจกรรม ส่วนในเรื่องแนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในกิจกรรม พนักงานบริษัทส่วนใหญ่มีทัศนคติเห็นด้วยต่อการมีส่วนร่วม ซึ่งแบ่งได้เป็น 5 ด้าน คือ ด้านนโยบายขององค์กร บริษัทควรมีนโยบายสัมพันธ์ บริษัทควรมีการเผยแพร่ข่าวสาร/การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการจัดกิจกรรมเพื่อสังคมเป็นระยะๆ ด้านการเปิดโอกาสให้พนักงานแสดงความคิดเห็น โดยพนักงานส่วนใหญ่เห็นควรให้พนักงานแสดงความคิดเห็นและด้านรางวัล จูงใจ พนักงานส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วยกับแนวทางส่งเสริมด้านรางวัลจูงใจที่ทำให้พนักงานตัดสินใจเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคม

นฤมล หาญเชิงชัย (2544 : 109-111) ได้ศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมของพนักงานธนาคาร : ศึกษาเฉพาะกรณี ธนาคารในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า อายุ สถานภาพสมรส และตำแหน่งงานแตกต่างกันมีผลกับลักษณะในการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ในขณะที่เพศ และธนาคารที่สังกัดไม่มีผลกับการเข้ามามีส่วนร่วม ลักษณะกิจกรรมต่างๆ ที่

พนักงานธนาคารได้เข้ามามีส่วนร่วมนั้น พบว่า กิจกรรมด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ โครงการบริจาคเงินหรือสิ่งของเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัยต่างๆ มีพนักงานธนาคารเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านนี้มากที่สุด รองลงมา คือ โครงการจัดบรรยายทางวิชาการให้แก่สถานศึกษาในรูปแบบต่างๆ สำหรับเหตุผลในการเข้ามามีส่วนร่วม จากการศึกษาพบว่า เหตุผลในการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมเพราะจิตสำนึกของตนเองที่ต้องการทำประโยชน์แก่สังคมส่วนรวมมากที่สุด รองลงมาคือต้องการการยอมรับ นับถือ ยกย่อง ชมเชย ในเรื่องของแนวทางการส่งเสริมการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคม พบว่าพนักงานมีทัศนคติต่อแนวทางการส่งเสริมในระดับมากที่สุด มากในด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านนโยบายขององค์กร ด้านการเปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงความคิดเห็น ส่วนแนวทางการส่งเสริมโดยการให้รางวัลจิตใจต่างๆ เป็นเรื่องรองลงมา

จากการทบทวนวรรณกรรมและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง บทบาทหน้าที่ของบุคคลหรือองค์กรที่ต้องตระหนักถึงความสำคัญในการดำเนินธุรกิจขององค์กร โดยไม่สร้างปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยพยายามหลีกเลี่ยงไม่กระทำการใดๆ ให้บุคคลอื่นและสังคมต้องเสียหาย รวมทั้งช่วยส่งเสริมและรักษาผลประโยชน์ของสังคมโดยรวมเพื่อให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นด้วย ซึ่งการมีความรับผิดชอบต่อสังคมของบุคคลและองค์กรจะเกิดขึ้นจากการใช้จริยธรรม และการมีจิตสำนึกที่มีความคิดเข้าไปยอมรับและรับผิดชอบต่อผลของการกระทำที่นำไปไม่ว่าจะในแง่บวกหรือลบ โดยความรับผิดชอบต่อสังคมที่เกิดขึ้นขององค์กรส่วนใหญ่ผู้บริหารจะพิจารณาจากระดับของการตระหนักถึงปัญหาสังคมที่เกิดขึ้นว่าอยู่ในระดับใด สำหรับกิจกรรมเพื่อสังคมที่องค์กรเข้าไปมีส่วนร่วมจัดขึ้นมักจะครอบคลุมในด้านความเป็นอยู่ของชุมชน การศึกษา สิ่งแวดล้อม สุขภาพอนามัย วัฒนธรรม และสิทธิของผู้บริโภค ซึ่งมักจะได้รับการสนับสนุนจากพนักงานและคนในพื้นที่เป็นอย่างดี

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องการให้ความหมาย รูปแบบ และกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงานบริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ วิธีวิทยาการสร้างทฤษฎีฐานราก (Methodology of Grounded Theory) ซึ่งลักษณะของวิธีวิทยานี้เป็นการวิจัยที่ดำเนินการแบบอุปนัย โดยการเก็บข้อมูลภาคสนามจากมุมมอง และการให้ความหมายของคนที่อยู่ในปรากฏการณ์ แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ โดยการตีความและแปลความหมาย เพื่อสร้างมโนทัศน์ และหาความเชื่อมโยงมโนทัศน์ต่างๆ ให้ได้ข้อสรุปเชิงทฤษฎีสำหรับอธิบายและทำความเข้าใจเกี่ยวกับปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น ดังนั้นผู้ศึกษาจึงต้องเก็บข้อมูล คำอธิบาย ตลอดจนทำความเข้าใจ และอาศัยการตีความในคำว่าความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด เพื่อสรุปผลและนำไปสร้างแนวคิดหรือมโนทัศน์ของความหมายที่พนักงานมีความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากร
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ประชากร

การเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีเลือกเชิงทฤษฎี (theoretical sampling) ซึ่งเป็นวิธีที่ไม่ได้กำหนดลักษณะเฉพาะของผู้ให้ข้อมูลหลักไว้ล่วงหน้า เริ่มต้นจากการเข้าถึงปรากฏการณ์ด้วยการสัมภาษณ์ระดับลึกผู้ให้ข้อมูลหลักรายแรกซึ่งเป็นบุคคลที่มีส่วนร่วมอยู่ในปรากฏการณ์นั้นๆ การสัมภาษณ์ทำไปพร้อมๆ กับการสังเกตปรากฏการณ์ที่เกี่ยวข้องด้วย ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นระหว่างการเก็บข้อมูล เพื่อให้ได้มโนทัศน์ (concept) ในเรื่องที่ต้องการศึกษาแล้วจัดหมวดหมู่ (categorize) มโนทัศน์ต่างๆ ข้อสรุปเบื้องต้นเกี่ยวกับลักษณะปรากฏการณ์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเกิดขึ้นของปรากฏการณ์ ยุทธศาสตร์ และเงื่อนไขที่นำมาใช้ ตลอดจนผลสืบเนื่องที่เกิดจากการเกิดปรากฏการณ์นั้น ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดว่า ยังต้องการข้อมูลจากแหล่งใดหรือจากใครเพื่อนำมาใช้ในการปรับเปลี่ยนหรือยืนยันข้อสรุปที่ได้ในครั้งแรก จากนั้นผู้วิจัยจึงเลือก

ผู้ให้ข้อมูลหลักเพื่อสัมภาษณ์เป็นรายต่อไปโดยเชื่อว่าจะเป็นผู้ให้ข้อมูลที่แตกต่างไปจากมิติ (dimensions) และคุณสมบัติ (properties) ของกลุ่มมโนทัศน์ที่พบจากการสัมภาษณ์ระดับลึกที่ผ่านมา (negative case) ส่วนการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักเพื่อสัมภาษณ์ระดับลึกรายต่อไป ผู้วิจัยเลือกโดยคำนึงถึงความแตกต่างของความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มมโนทัศน์ การเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักในลักษณะเช่นนี้ดำเนินการต่อไปเรื่อยๆ เมื่อผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลแล้วและมีความมั่นใจว่าแบบแผนต่างๆ ของกลุ่มมโนทัศน์ที่เกิดขึ้นนั้นซ้ำกันจนเป็นแบบแผนที่แน่นอน แม้ว่าจะสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักรายอื่นๆ ต่อไปก็ไม่ได้ข้อมูลใหม่เพิ่มเติมอีก (theoretical saturation) ผู้วิจัยจึงหยุดศึกษาข้อมูลการสัมภาษณ์ระดับลึก สำหรับผู้ให้ข้อมูลหลักนั้น ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางเลือกไว้อย่างกว้างๆ ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับปรากฏการณ์ของการวิจัยครั้งนี้ โดยมีรายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

ลำดับ ที่	ตำแหน่ง/แผนก	จำนวน ผู้ให้ข้อมูล
1	ผู้บริหาร	2
2	พนักงานฝ่ายการเงินและบัญชี	4
3	พนักงานฝ่ายบริหารสำนักงาน	4
4	พนักงานฝ่ายขาย	2
5	พนักงานฝ่ายประชาสัมพันธ์	3
6	พนักงานฝ่ายสำรองที่นั่งและบัตรโดยสาร	4
7	พนักงานฝ่ายช่าง	5
8	พนักงานฝ่ายปฏิบัติการ	3
	รวมทั้งสิ้น	27

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยเลือกใช้เครื่องมือต่างๆ ที่สำคัญเพื่อช่วยให้ผู้วิจัยสามารถเก็บข้อมูลได้ครบถ้วนถูกต้องตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ประกอบด้วย สมุดบันทึกข้อมูล เครื่องบันทึกเสียง แนวคำถามสัมภาษณ์ และตัวผู้วิจัย

สมุดบันทึกข้อมูลในภาคสนาม (Field Notebook) ใช้บันทึกข้อมูลทั่วไปเพื่อนำไปใช้ประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ที่มีได้ถูกบันทึกอยู่ในเครื่องบันทึกเสียงของผู้วิจัย เพื่อนำรายละเอียดที่ผู้วิจัยสังเกต เช่น สีหน้า อารมณ์และความรู้สึกทั้งหมดไปวิเคราะห์ข้อมูลจากการ

สัมภาษณ์ นอกจากนี้สมุดบันทึกภาคสนามยังช่วยบันทึกรายละเอียดของการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักในแต่ละวันเพื่อช่วยเตือนความจำ

เครื่องบันทึกเสียง (Recorder) ใช้บันทึกข้อมูลเสียงสัมภาษณ์และถอดข้อมูลเสียงที่ได้ให้อยู่ในรูปข้อความตัวอักษร แล้วจะนำมาใช้ร่วมกับข้อมูลที่ได้จากสมุดบันทึกเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

แนวคำถามสัมภาษณ์ ผู้วิจัยใช้แนวคำถามสัมภาษณ์ในกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 2 กลุ่ม โดยแนวคำถามนั้นเป็นแบบกึ่งโครงสร้างแบบปลายเปิด ซึ่งผู้วิจัยกำหนดแนวทางในการตั้งคำถามจากแนวคิดและทฤษฎีที่ได้ศึกษามาประกอบกับใช้วิธีการตะล่อม (Probe) ซึ่งจะช่วยให้การสัมภาษณ์เป็นไปอย่างราบรื่นไม่ถูกขัดจังหวะ ผู้วิจัยสามารถรู้คำตอบในแง่ต่างๆ ที่ผู้วิจัยมิได้คาดเดาไว้ โดยผู้ให้ข้อมูลยังสามารถตอบคำถามนั้น ๆ ได้อย่างละเอียดเท่าที่ผู้ให้ข้อมูลต้องการ แนวคำถามที่ผู้วิจัยกำหนดขึ้นเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. แนวคำถามเรื่องการให้ความหมายความรับผิดชอบของสังคม โดยใช้คำถามนี้กับผู้บริหารและพนักงานแผนกต่างๆ ตลอดจนทัศนคติที่มีต่อ บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด ในเรื่องของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมต่างๆ ของ บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด ซึ่งแนวคำถามมีความครอบคลุมในประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. แนวคำถามเรื่องแนวคิดและการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมของ บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด โดยแนวคำถามถูกพัฒนาจากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และใช้คำถามในส่วนนี้กับผู้แทนองค์กร โดยกำหนดกรอบแนวคำถามอย่างกว้างๆ เพื่อถามถึงทัศนะว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมคืออะไร บริษัทมีนโยบายต่อความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างไร แนวทางการส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในลักษณะใด รูปแบบการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมที่พนักงานต้องการเป็นอย่างไร และอนาคตจะมีการพัฒนานโยบายอย่างไร เป็นต้น

ก่อนเริ่มการสัมภาษณ์ผู้วิจัยขออนุญาตผู้ให้ข้อมูลหลักเพื่อใช้เครื่องบันทึกเสียง และแจ้งให้ผู้ให้ข้อมูลหลักทราบว่าข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์ใช้ในการศึกษาวิจัยในระดับปริญญาโทเท่านั้น และเริ่มคำถามสัมภาษณ์ด้วยการถามประวัติส่วนตัว จากนั้นจึงเริ่มถามถึงชื่อเสียงของบริษัท กิจกรรมของบริษัทที่เข้ามาดำเนินกิจกรรมในชุมชน เปรียบเทียบถึงความแตกต่างก่อนที่บริษัทเข้ามากับภายหลังจากที่บริษัทเข้ามาดำเนินการแล้ว ประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อการดำเนินกิจกรรมในชุมชน ทั้งนี้ผู้วิจัยอาจต้องเลือกใช้ถ้อยคำตลอดระยะเวลาการสัมภาษณ์ที่ผู้ให้ข้อมูลสามารถเข้าใจได้ง่าย

ผู้วิจัยถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการเก็บข้อมูล เป็นผู้ดำเนินการสัมภาษณ์ ซึ่งตัวผู้วิจัยเองจึงต้องมีความรู้และความสามารถในการถามคำถาม ความสามารถในการฟัง และสิ่งสำคัญที่สุดคือผู้วิจัยต้องมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้ให้ข้อมูลด้วย

3.การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลนั้นผู้วิจัยพิจารณาเลือกพื้นที่ที่บริษัทดำเนินโครงการกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยวางแผนกำหนดระยะเวลาเก็บข้อมูลเป็นเวลา 3 เดือน ผู้วิจัยเก็บข้อมูลปฐมภูมิด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกพร้อมกับวิธีการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และวิธีการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร จากผู้ให้ข้อมูลซึ่งสะท้อนถึงทัศนะ ความรู้สึกนึกคิด มุมมองและความหมายอย่างแท้จริง ประกอบกับการเก็บข้อมูลทุติยภูมิโดยรวบรวมจากเอกสาร วารสาร เว็บไซต์และแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในการสรุปและวิเคราะห์ผลการวิจัย

4. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบ 3 เสา (Triangulation) ในการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่น่ามาวิเคราะห์ โดยนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และวิธีการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร มาพิจารณาร่วมกันว่าข้อมูลที่ได้มานั้นมีความสอดคล้องกันหรือไม่ การตรวจสอบด้านข้อมูล (Data Triangulation) โดยพิจารณาว่าข้อมูลที่ได้มานั้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลที่ผู้วิจัยสังเกตได้และจดบันทึกไว้หรือไม่ ทั้งนี้ผู้วิจัยสังเกตพฤติกรรมระหว่างการสัมภาษณ์ว่าสอดคล้องกับข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์หรือไม่และนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์นั้นไปตรวจสอบกับผู้รู้จักคุ้นเคยกับผู้ให้สัมภาษณ์เพื่อประเมินผลและพิจารณาถึงน้ำหนักของความน่าเชื่อถือจากข้อมูลที่จะนำไปใช้

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

โดยใช้แนวทางวิเคราะห์ข้อมูลการสร้างทฤษฎีฐานรากด้วยการนำมโนทัศน์ที่ผ่านการเชื่อมโยง และมีคำอธิบายที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยมาพัฒนาเป็นข้อสรุปเชิงทฤษฎีแล้วนำเสนอในรูปแบบ (Pattern) ของการให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมเฉพาะของ บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด มีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การลงรหัสข้อมูล

โดยลงรหัสข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ตามลำดับสะดวกต่อการนำไปใช้

ขั้นตอนที่ 2 การพิมพ์บทสัมภาษณ์

ถอดเทปสัมภาษณ์แบบคำต่อคำ (Verbatim) นำมาพิมพ์เป็นบทสัมภาษณ์ (Transcript) และนำบทสัมภาษณ์มาตรวจสอบกับข้อมูลดิบจากเครื่องบันทึกเสียงโดยใช้วิธีการอย่างนี้ทุกครั้งเมื่อสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักทุกราย

ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยอาศัยการตีความ (Interpret) และวิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบ 3 เสาและลดทอนข้อมูลให้เหลือเพียงมโนทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย เจาะจงเฉพาะข้อมูลที่ต้องการโดยทำควบคู่ไปกับการวิเคราะห์หาประเด็นในการเชื่อมโยงมโนทัศน์ทั้งหมดให้มีลักษณะเป็นข้อสรุปเชิงทฤษฎีและทำหน้าที่เป็นสมมติฐานชั่วคราวซึ่งจะใช้เป็นแนวทางในการเลือกสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักรายต่อไป หากค้นพบมโนทัศน์ใหม่ในบทสัมภาษณ์ก็จะกำหนดให้เป็นมโนทัศน์กลุ่มใหม่ขึ้นต่อไปจนกว่าจะยุติการสัมภาษณ์ซึ่งใช้เกณฑ์คำตอบเป็นตัวกำหนด กล่าวคือไม่ว่าจะสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักรายต่อไปใดๆก็จะไม่ได้รับคำตอบที่มีความแตกต่างจากคำตอบเดิมที่มีจากนั้นทำการจัดกลุ่มของมโนทัศน์โดยอาศัยความไวต่อทฤษฎี (Theoretical Sensitivity) จนนำไปสู่การสร้างมโนทัศน์และทฤษฎีเพื่อใช้ในการนำเสนอต่อไป

การยุติการสัมภาษณ์นั้น ผู้วิจัยใช้เกณฑ์คำตอบเป็นตัวกำหนด กล่าวคือ หากผู้วิจัยยังได้คำตอบจากผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีความแตกต่าง ผู้วิจัยยังคงสัมภาษณ์ต่อไปจนกระทั่งคำตอบที่ผู้วิจัยได้จากการสัมภาษณ์นั้นซ้ำๆ กัน ผู้วิจัยจึงหยุดการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักทันที กล่าวได้ว่าไม่ว่าผู้วิจัยจะสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักรายต่อไปใดๆ ผู้วิจัยก็จะไม่ได้รับคำตอบที่มีความแตกต่างจากคำตอบเดิมที่มี ทั้งนี้ผู้วิจัยจะต้องมีความมั่นใจว่าข้อมูลที่ได้นั้นไม่สามารถนำมาปรับเปลี่ยนข้อสรุปที่มีอยู่ก่อนหน้านี้

มโนทัศน์ทั้งหมดที่ผู้วิจัยสร้างถูกบันทึก และรวบรวมขึ้น มโนทัศน์หลักถูกรวบรวมกับมโนทัศน์สนับสนุนกลุ่มย่อยจนกลายเป็นกลุ่มของมโนทัศน์ ที่มีคำอธิบายต่อชุดมโนทัศน์นั้นๆ โดยกลุ่มของมโนทัศน์ที่ผ่านการเชื่อมโยงสัมพันธ์ให้อยู่ในรูปของเงื่อนไขต่างๆ และอธิบายจนมีความสอดคล้องกับสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการ แล้วนำไปพัฒนาเป็นข้อสรุปเชิงทฤษฎีในการนำเสนอรูปแบบของการให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด ต่อไป

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบ และกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงานบริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด ครั้งนี้ ผู้วิจัยอาศัยกรอบแนวคิดที่ได้ศึกษาเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ แนวคิดเกี่ยวกับจริยธรรม แนวคิดเรื่องบรรษัทภิบาล การมีส่วนร่วม เป็นแนวคิดในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยผู้วิจัยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือ

- 1.การให้ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด ตามทัศนะของพนักงาน
2. รูปแบบและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงาน บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด

1.การให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด

การให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม จากการวิเคราะห์ข้อมูลตามวิธีวิทยาการสร้างทฤษฎีฐานราก พบว่าข้อมูลคำตอบของความหมายที่เกิดขึ้นจากทัศนะของพนักงานถูกสร้างและให้ความหมายจากปัจจัยหลายด้าน ได้แก่ ความรู้พื้นฐาน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม อิทธิพลทางความคิดขององค์กร เป็นต้น ทั้งนี้ความหมายที่เกิดขึ้นมีความคล้ายคลึงกับความหมายที่ได้จากการศึกษาตามแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของต่างประเทศ เช่น การคืนผลประโยชน์หรือผลกำไรให้แก่ชุมชน เป็นต้น

การให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด ที่ได้จากการวิเคราะห์มี 4 ความหมาย ได้แก่ 1) ความมีมนุษยธรรม และการมีจิตสำนึกที่ดี 2) การคืนผลประโยชน์หรือผลกำไร 3) การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม และ 4) การสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1 ความมีมนุษยธรรม และการมีจิตสำนึกที่ดี

จากการสอบถามผู้บริหารและพนักงานได้ให้ความหมายถึงกิจกรรมเพื่อสังคมของบริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด ว่าเป็นไปตามหลัก ด้านมนุษยสัมพันธ์และการมีจิตสำนึกที่ดีต่อสังคม เพราะถ้าบริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด ขาดความมีมนุษยสัมพันธ์ในการดำเนินธุรกิจแล้วย่อมก่อให้เกิด

ความเดือดร้อนต่อสังคม ชุมชนได้ ประกอบกับองค์กรได้ตระหนักถึงการมีจิตสำนึก การอยู่ร่วมกัน ในการดำเนินธุรกิจกับสังคมและชุมชนทั้งโดยรอบองค์กร และบริเวณห่างไกล ด้วยความปรารถนาที่จะเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยเหลือสังคม

ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารและพนักงานในบริษัทที่มีลักษณะสอดคล้องกับประเด็นนี้ ดังนี้

“ การดำเนินธุรกิจของบริษัท การบินกรุงเทพเป็นลักษณะ การดำเนินธุรกิจแบบคู่ขนาน เพราะว่ามันนอกจากบริษัททำกำไรจากการดำเนินงานแล้ว บริษัทยังมีการคืนกำไรสู่สังคม ในลักษณะของการจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคมและชุมชน ในรูปแบบต่างๆ โดยส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมใน กิจกรรมเพื่อสร้างจิตสำนึกที่ดีต่อชุมชนต่อสังคมร่วมกัน ของบริษัท ” (นภภรณ์ แก้วอยู่ 2554)

“ เมื่อเรามีโอกาส มีความสามารถ มีกำลังที่จะช่วยเหลือผู้อื่น ได้ไม่มากนักน้อยแต่เราพร้อมและเต็มใจที่จะช่วยเหลือเพียงเท่านี้ก็แสดงถึงความมีมนุษยธรรมต่อเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน ” (นันทวัน เจริญสุข 2554)

“ เวลาเราไปทำกิจกรรมกับบริษัท เรารู้สึกสนุก และมีความสุขกับการให้ บริษัท การบินกรุงเทพ ก็เน้นและให้ความสำคัญให้กับการตอบแทนสังคมเช่นเดียวกัน ” (ปติตตา โสธิธรรม 2554)

“ ผมคิดว่ากิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่ บริษัท จัดทำขึ้น เช่น โครงการแบ่งปันปันยิ้ม กิจกรรมวันเด็กแห่งชาติ เป็นการช่วยเหลือและแบ่งปันโอกาสให้กับ เด็กๆ และชุมชนในถิ่นทุรกันดารเพราะพวกเขาเหล่านั้น ยังขาดแคลนสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆเป็นการหยิบยื่นโอกาสให้กับพวกเขาเหล่านั้น ” (รุ่งโรจน์ ไชโย 2554)

จากการสัมภาษณ์พบว่า บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด เป็นธุรกิจขนาดใหญ่มีลักษณะการดำเนินธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับสังคมและชุมชน จะเห็นได้จากกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด จัดทำขึ้น ซึ่งแสดงถึงความมีมนุษยธรรม และการสร้างจิตสำนึกที่ดีให้กับทุกคนในองค์กร

1.2 การคืนผลประโยชน์หรือผลกำไร

ผู้บริหารและพนักงานให้ความหมายว่า เป็นการคืนผลประโยชน์และกำไรของบริษัทให้กับชุมชน ทั้งนี้พนักงานมีความตระหนักดีว่า ธุรกิจการบินเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีผลกำไรจากการประกอบการ บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด ได้รับผลประโยชน์จากสังคม ดังนั้นบริษัทควรสละกำไรบางส่วนคืนสู่สังคมทั้งทางตรงและทางอ้อม

ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารและพนักงานที่มีลักษณะสอดคล้องกับประเด็นนี้ ได้แก่

“ ธุรกิจไม่ใช่เพียงสร้างกำไรให้กับบริษัทของตัวเอง
แต่นึกถึงชุมชน นึกถึงสังคม ด้วยการคืนกำไรหรือ
คืนผลประโยชน์ให้กับชุมชนที่ไม่ได้เป็นหุ้นส่วน ”
(เกรียงไกร พิฤทธอง 2554)

“ ความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท การบิน
กรุงเทพ จำกัด คือ เป็นบริษัทชั้นนำที่ดำเนินธุรกิจ
สายการบินที่สร้างผลตอบแทนทางธุรกิจที่เป็นธรรม
อย่างยั่งยืน มีสำนึกต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม
โดยการจัดการที่ทันสมัยและมีธรรมาภิบาล ”
(กชพร มีมงคล 2554)

“ บริษัท มีการดำเนินธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับสังคม
ภายนอก ด้วยการนำเงินจากผลประกอบการของ
บริษัท แบ่งปันสู่สังคม สู่ชุมชนที่ได้รับผลกระทบ
โดยตรงหรือไม่ได้รับผลกระทบก็ตาม เพื่อเป็นการ
พัฒนาคุณภาพชีวิต พัฒนาสังคมให้ดีขึ้น ”
(อานนท์ ประทุมวี 2554)

จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารและพนักงาน ส่วนใหญ่มองว่าธุรกิจสายการบินย่อมมีกำไรจากการดำเนินงานมาก และเพื่อเป็นการตอบแทนให้กับชุมชนและสังคมที่ไม่ได้มีส่วนใด ๆ กับบริษัท แต่ในขณะเดียวกัน ชุมชนโดยรอบสนามบินซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยตรง พนักงานมีความเห็นว่าควรเข้ามาให้การช่วยเหลือและสนับสนุนสิ่งที่ชุมชนขาดแคลนเพื่อเป็นการตอบแทนโดยบทบาทของบริษัทแสดงออกมาในลักษณะการเข้าไปมีส่วนร่วมทั้งด้านความรู้ความสามารถและด้านงบประมาณซึ่งตรงกับความหมายของการคืนประโยชน์หรือผลกำไรสู่สังคม

1.3 การแสดงความรับผิดชอบ

ผู้บริหารและพนักงานทราบดีว่าการดำเนินธุรกิจมีผลกระทบกับสังคมโดยรอบไม่ทางตรงก็ทางอ้อม และเพื่อเป็นการแสดงออกถึงความมีจริยธรรมและพร้อมที่จะแสดงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย บริษัทจึงต้องมีส่วนช่วยเหลือต่อชุมชนและสังคม

ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารและพนักงานในบริษัทที่มีลักษณะสอดคล้องกับประเด็นนี้ได้แก่

“ มันเป็นความรับผิดชอบต่อบริษัทจะต้องแสดงให้เห็นว่าเราใส่ใจถึงความเดือดร้อนของพวกเขาล่ะนั่น”

(นิจพัฒน์ ปิยะพันธ์ 2554)

“ ผมคิดว่าหากบริษัทแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมถึงแม้พวกเขาล่ะนั่นจะไม่ได้เรียกร้องกับผลกระทบที่เกิดจากเสียงรบกวนของเครื่องบิน แต่ถ้าเราเข้าไปเยียวยาความเดือดร้อนได้ไม่มากนักน้อยมันก็เป็นสิ่งที่ดีกับทั้งบริษัทและชุมชนโดยรอบ ”

(ไพรัช ฤกษ์กานนท์ 2554)

“ ดิฉันว่ามันเป็นความรับผิดชอบต่อองค์กรนะ บริษัทที่เข้ามาอยู่ใกล้ของชุมชนนี้มันก็น่าจะมีส่วนของการพัฒนาชุมชนหรือช่วยเหลือชุมชนให้เกิดขึ้น” (นิภารัตน์ หลวงวัง 2554)

ผู้บริหารและพนักงานให้ความหมายของการแสดงความรับผิดชอบว่าเป็นการ แสดงซึ่งถือได้ว่าเป็นหน้าที่ที่พึงกระทำของทุกคน ดังนั้นการแสดงความรับผิดชอบของบริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด ช่วยสร้างคุณค่าและแสดงถึงการเป็นองค์กรที่ดีและเป็นที่ยอมรับของ ชุมชน ทั้งนี้การแสดงความรับผิดชอบเป็นไปตามหน้าที่ที่เป็นภารกิจและแสดงความรับผิดชอบต่อ ด้วยจิตสำนึกของความถูกต้องเหมาะสม

1.4 การสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร

ผู้บริหารและพนักงานให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท การบิน กรุงเทพ จำกัด ว่าเป็นการแสดงถึงภาพลักษณ์ที่ดี ดังนั้นบริษัทจึงต้องการความยอมรับจากชุมชน โดยรอบเพื่อไม่ให้เกิดการประท้วงต่อต้านซึ่งถือเป็นอุปสรรคขัดขวางการดำเนินงานของสายการบิน

ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารและพนักงานที่มีลักษณะสอดคล้องกับ ประเด็นนี้ ได้แก่

“ การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ช่วย
หลีกเลี่ยงการต่อต้านจากชุมชนหรือผู้ที่ได้รับ
ผลกระทบ และยังได้สร้างภาพลักษณ์ที่ดีด้วย ”
(จิตรธีรา ปิยะศิริกาญจน์ 2554)

“ ลดปัญหากระทบกระทั่งกัน เพราะถ้าเป็นเรา
ได้รับความเดือดร้อนก็คงไม่อยู่เฉยคงต้อง
ออกมาเรียกร้องหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้แสดง
รับผิดชอบ ” (อรนัฏร อยู่ทรัพย์ 2554)

“ คนภายนอกมองเข้ามาก็เป็นผลดี เป็นผลพลอยได้
บริษัทแสดงถึงความรับผิดชอบต่อชุมชนก็พอใจ ลูกค้า
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียก็ชื่นชมบริษัท ”
(ศิริ ศิริสุวรรณ 2554)

ตามทัศนะของผู้บริหารและพนักงาน การดำเนินธุรกิจสายการบินนั้นถือเป็นเรื่องที่มี ความสำคัญเพราะผู้ที่ได้รับผลกระทบโดยตรงคือชาวบ้านและชุมชนโดยรอบสนามบิน ซึ่ง ได้รับผลกระทบคือ มลภาวะทางเสียงจากการขึ้นลงของเครื่องบิน มลภาวะทางอากาศจากการ

ปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด จึงเข้ามาดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม เพื่อให้ชุมชนยอมรับ เกิดความพึงพอใจและยินดีให้บริษัทสามารถดำเนินการได้อย่างราบรื่น และเป็นการลดกระแสการต่อต้านของชุมชนบางส่วนที่ไม่พอใจ ผู้บริหารและพนักงานตระหนักดีว่าหากเกิดการประท้วงหรือข้อขัดแย้งกับชุมชนจะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์การดำเนินธุรกิจและเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการดำเนินงานของบริษัท แต่ความหมายของภาพลักษณ์ที่ผู้บริหารและพนักงานให้นั้นเกิดจากทัศนคติทั้งด้านบวกและด้านลบ ผู้ที่มีทัศนคติด้านบวกมีความเข้าใจและยอมรับในการดำเนินงานของบริษัทว่าการอยู่ร่วมกัน โดยไม่มีการประท้วงต่อต้านย่อมส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัท ในขณะที่ผู้ที่มีทัศนคติด้านลบจะเข้าใจว่าการสร้างภาพลักษณ์นั้นเป็นการสร้างภาพและทำเพียงฉาบฉวยไม่ได้ก่อให้เกิดประโยชน์กับชุมชนอย่างแท้จริง

2. รูปแบบและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงาน บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด

จากการวิจัยรูปแบบการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด ที่ดำเนินธุรกิจไปพร้อมๆ กับตระหนักถึงความสำคัญของผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับการประกอบธุรกิจ จึงได้มีแนวทางการดำเนินงานไปในลักษณะสอดคล้องกับสภาวะแวดล้อมในปัจจุบันที่เล็งเห็นถึงความสำคัญกับปัญหาที่ส่งผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจ

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารและพนักงานที่มีลักษณะสอดคล้องกับประเด็นนี้ได้แก่

“ในสังคมไทย การอยู่ร่วมกันในสังคมเสมือนเป็นครอบครัวใหญ่ที่มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เห็นอกเห็นใจกัน เป็นความสำคัญที่เงินทองก็หาซื้อไม่ได้ นี่เป็นลักษณะของสังคมไทย” (สมภพ มั่นที่สุด 2554)

“ถ้าเรามองเห็นความเดือดร้อนของคนอื่นแล้วเรายื่นมือเข้ามาช่วยเหลือ คิดเสียว่าเอาใจเขามาใส่ใจเรา แค่นี้เราก็มีส่วนช่วยเหลือสังคมช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์แล้ว ”

(จินตนา เหลือบริบูรณ์ 2554)

จากข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์พบว่า บริษัทจัดโครงการกิจกรรมเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่องมาเป็นเวลานาน ประกอบด้วยโครงการประจำปีหลักๆ ดังนี้ โครงการจัดงานวันเด็กแห่งชาติซึ่งจัดขึ้นบริเวณสนามบินในหลายๆ จังหวัด โครงการค่ายยุวะศิลป์เด็กเกาะสมุยเพื่อระลึกถึงพระราชกรณียกิจของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ที่ทรงปฏิบัติมาเพื่อความสุขสมบูรณ์ของพสกนิกรชาวไทย โครงการรักโลก ดูแลโลกเพื่อสะท้อนให้เห็นถึงผลกระทบจากภาวะโลกร้อนที่ทำให้น้ำแข็งละลาย โครงการหน่วยแพทย์เคลื่อนที่และทันตกรรมประจำปีเพื่ออำนวยความสะดวกและเปิดโอกาสให้ผู้มีรายได้น้อยได้ตรวจสุขภาพและรักษาโรคฟรี โครงการวิจัยพลังงานทดแทนของมูลนิธิชัยพัฒนา โครงการแบ่งปันปันยิ้ม นอกจากนี้บริษัทยังมีการบริจาคสนับสนุนให้กับโครงการกิจกรรมของชุมชนหรือองค์กรสาธารณะกุศลต่างๆ ตามสมควร โดยโครงการหลักประจำปีที่จะดำเนินการในชุมชนนั้นจะถูกนำเสนอแก่ผู้บริหารขององค์กรเพื่อพิจารณาอนุมัติงบประมาณประจำปี ทั้งนี้ก่อนการเสนอโครงการแก่ผู้บริหาร บริษัทและชุมชนจะมีการประชุมหารือสรุปร่วมกันถึงความจำเป็นของกิจกรรมที่ทำในปีนั้น ข้อดีข้อเสียที่ต้องปรับปรุงเพื่อให้โครงการที่จะจัดเกิดขึ้นในปีถัดไปนั้นสามารถตอบสนองความต้องการของชุมชนได้ถูกต้องตรงตามโครงการหรือกิจกรรมที่จัดทำนั้นสามารถตอบสนองความต้องการของชุมชนได้ตรงตามวัตถุประสงค์ ดังนั้นผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นย่อมเกิดกับชุมชนโดยตรง ยกตัวอย่างเช่น โครงการหน่วยแพทย์เคลื่อนที่ซึ่งแต่เดิมจัดให้มีแพทย์ให้คำปรึกษาและแจกยาสามัญประจำบ้านให้แก่ชุมชน แต่เมื่อชุมชนเสนอความเห็นว่าย ชุมชนต้องการให้มีบริการด้านทันตกรรมด้วยเนื่องจากว่าการเดินทางไปโรงพยาบาลเพื่อรับบริการนั้นต้องเสียเวลาคอยคิวอีกทั้งผู้สูงอายุไม่สะดวกในการเดินทาง บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด จึงดำเนินการติดต่อขอความร่วมมือจากโรงพยาบาลในเครือเพื่อจัดบริการด้านทันตกรรมเคลื่อนที่ให้บริการแก่ชุมชนในพื้นที่ เป็นต้น

งบประมาณในการจัดทำกิจกรรมเพื่อสังคมเป็นสิ่งสำคัญซึ่งบริษัทจำเป็นต้องใช้ในการจัดทำโครงการต่างๆ แต่การทำกิจกรรมเพื่อสังคมของบริษัทก็มิได้เน้นที่การบริจาคเพื่อการสาธารณกุศลเท่านั้น บริษัทเน้นการสนับสนุนด้านองค์ความรู้เพื่อการวางรากฐานการพัฒนาที่ยั่งยืนให้แก่ สังคมและชุมชน โดยบริษัทให้การสนับสนุนด้านสิ่งปลูกสร้างซึ่งมองว่าเป็นประโยชน์ในระยะยาว เช่น อาคารเรียน โรงอาหาร สนามเด็กเล่น ห้องน้ำ สถานที่เพื่อการศึกษาดูงานแก่ชุมชนอีกด้วย

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารและพนักงานที่มีลักษณะสอดคล้องกับประเด็นนี้
ได้แก่

“ ส่วนใหญ่รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมจะเป็นเรื่องของการบริจาคสิ่งของ ซึ่งมันอาจจะช่วยได้นะแต่คงช่วยได้ไม่นาน เพราะมันจะทำให้เกิดความเคยชินว่าเดี๋ยวก็มีคนนำสิ่งของมามอบให้เมื่อขาดแคลน ถ้าอยากจะช่วยเหลือควรจะไปทำความเข้าใจ ศึกษาปัญหา ร่วมคิดร่วมแก้ไขปัญหากับชุมชนจะทำให้ประสบความสำเร็จอย่างแท้จริง ” (ทวีศักดิ์ เผือกแก้ว 2554)

“ ดิฉันได้เข้าร่วมกิจกรรมช่วยเหลือสังคมกับบริษัทแทบทุกครั้ง รูปแบบกิจกรรมจะส่งเสริมให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมร่วมกับพนักงาน เช่น สร้างห้องน้ำ สร้างสนามเด็กเล่น ฯลฯ และมีกิจกรรมให้เด็กๆ ได้ร่วมเล่นเกมสัปดาห์ของรางวัล ทุนการศึกษา เสื้อผ้าที่พนักงานร่วมสมทบทุนบริจาค บริษัทควรเสริมให้พนักงานได้มีเวลาอยู่ร่วมกับชุมชนให้มากกว่านี้เพื่อศึกษาปัญหาหรือความต้องการของชุมชนในด้านต่างๆ” (ปิยะรัตน์ นวมงาม)

“หากจะได้การดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมประสบความสำเร็จ หลังจากที่บริษัทเข้าไปพัฒนาชุมชนแล้วก็ต้องติดตาม ประเมินผลการดำเนินงานว่าชุมชนนั้นได้พัฒนาตามแนวทางที่บริษัทวางไว้หรือไม่ และชุมชนได้รับประโยชน์สูงสุดหรือไม่ จึงจะเรียกว่าประสบความสำเร็จ” (วชิราภรณ์ ศรีตงกิม)

จากกรอบแนวคิดที่ได้ศึกษา พบว่า บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัดมีรูปแบบการดำเนินกิจกรรมตามหลักการของฟิลลิป คอตเลอร์ และ แนนซี ลี 4 รูปแบบ ได้แก่

1. การส่งเสริมประเด็นทางสังคม (Cause Promotion) โดยบริษัทจัดหาเงินทุน วัสดุสิ่งของ ตลอดจนทรัพยากรบุคคลผู้ที่มีความชำนาญออกให้บริการให้กับชุมชน โดยมีโครงการที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

โครงการแบ่งปันปันยิ้ม เป็นโครงการที่ริเริ่มขึ้นโดยพนักงานฝ่ายบริหาร และสำนักผู้อำนวยการใหญ่ โดยมีวัตถุประสงค์คือ เพื่อให้พนักงานภายในบริษัทฯ ได้มีโอกาสทำกิจกรรมร่วมกัน เพื่อเป็นการเปิดแนวทางทางความคิดโดยเป็นการคืนกำไรให้กับสังคมให้กับพนักงานและเพื่อให้การสนับสนุนแก่เด็กและผู้ด้อยโอกาสตามสถานที่ต่างๆ โดยการสนับสนุนต่างๆ นั้นล้วนเป็นการสนับสนุนจากพนักงานในบริษัทบางกอกแอร์เวย์ส โดยบริษัทมีเป้าหมายที่จะช่วยเหลือโรงเรียนให้ครบทุกจังหวัดของประเทศไทย



ภาพที่ 2 กิจกรรมแบ่งปันปันยิ้ม

โครงการวันเด็กแห่งชาติ โดยวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้เด็กและเยาวชนในพื้นที่รอบสนามบิน เปิดโลกทัศน์ของการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ มีกิจกรรมหลากหลายและน่าสนใจ เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ของเด็กในชุมชน ทั้งนี้เด็กๆ ในละแวกใกล้เคียงถึงแม้ไม่ได้อาศัยอยู่ในพื้นที่รอบสนามบินก็สามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้เช่นกัน



ภาพที่ 3 กิจกรรมวันเด็กแห่งชาติ

สนามบินสมุย ร่วมกับเทศบาลอำเภอเกาะสมุย จัดโครงการค่ายยุวศิลป์ปีที่ 12 ภายใต้หัวข้อ “ในหลวง 84 พรรษา” เพื่อระลึกถึงพระราชกรณียกิจของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ที่ทรงปฏิบัติมาเพื่อความสุขสมบูรณ์ของพสกนิกรชาวไทย โครงการอบรมศิลปะแก่เด็กนักเรียนบนเกาะสมุย ก่อตั้งมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 และจัดขึ้นเป็นประจำทุกปี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้เยาวชนในวัยเรียนมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ สติปัญญา อารมณ์ และสังคม ตลอดจนนำไปสู่การพัฒนาสิ่งแวดล้อมและค้นพบศักยภาพของตนเอง นอกจากนี้ยังเป็นการขยายผลการจัดการเรียนการสอนศิลปะการวาดภาพให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น และช่วยพัฒนาศักยภาพในด้านศิลปะการวาดภาพของนักเรียนที่มีความถนัดให้พัฒนาได้อย่างต่อเนื่อง ทั้งยังเป็นการสร้างพื้นฐานให้เยาวชนรัก ชื่นชม และสามารถสร้างสรรค์งานศิลปะการวาดภาพ



ภาพที่ 4 กิจกรรมอบรมศิลปะแก่เด็กบนเกาะสมุย

2. การบริจาคเพื่อการกุศล (Corporate Philanthropy) บริษัทบริจาคเงิน สิ่งของ และปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตโดยตรงให้กับชุมชน เพื่อช่วยบรรเทาปัญหาความขาดแคลน โดยมีโครงการที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

จากโครงการแบ่งปันปันยิ้ม บริษัทฯ ให้ความสำคัญให้พนักงานมีส่วนร่วมในกิจกรรมด้วยการร่วมกันบริจาคเงิน สิ่งของเครื่องใช้ หนังสือเรียน เสื้อผ้ามือสองที่ยังใช้งานได้ หรืออุปกรณ์การเรียนต่างๆ ให้กับเด็กๆ ที่อยู่ตามถิ่นทุรกันดาร ซึ่งขาดแคลนปัจจัยเหล่านี้

โครงการบริจาคโลหิต บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด ร่วมกับโรงพยาบาลกรุงเทพ ให้การสนับสนุนในการรณรงค์หาโลหิตเพื่อใช้ในการรักษาผู้ป่วย โดยจัดรถรับบริจาคโลหิตไปยังสำนักงานใหญ่และสาขา เพื่อให้บริการกับผู้บริหารและพนักงานที่สนใจ

โครงการช่วยผู้ประสบภัยน้ำท่วม บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด ร่วมกับโรงพยาบาลกรุงเทพ บรรเทาทุกข์ผู้ประสบภัย ด้วยเฮลิคอปเตอร์การแพทย์ฉุกเฉิน SKY ICU และหน่วยแพทย์เคลื่อนที่เข้าสู่พื้นที่ประสบภัย จัดส่งอาหารกล่องพร้อมรับประทานจำนวน 2,000 ชุดต่อวัน และยาสามัญประจำบ้าน ให้แก่โรงพยาบาลและประชาชนในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากน้ำท่วม เช่น รพ.อยุธยา เทศบาลบางบาล ศูนย์อพยพประชาชนที่อยุธยาปาร์ค ใน จ.พระนครศรีอยุธยา เทศบาลตำบลโพธิ์ชัย อ.อินทร์บุรี จ.สิงห์บุรี สนับสนุนการเคลื่อนย้ายผู้ป่วยหนักของรพ.อยุธยา ร่วมกับสถาบันการแพทย์ฉุกเฉินแห่งชาติ(สพฉ.)โดยเฮลิคอปเตอร์การแพทย์ฉุกเฉิน (SKY ICU)

ตลอดจนช่วยเหลืออาหาร น้ำดื่ม เวชภัณฑ์ ยา รักษาโรค เป็นประจำทุกวันและเปิดรับบริจาคเงิน และสิ่งของบริเวณตึกสำนักงานใหญ่และโรงพยาบาลกรุงเทพ



ภาพที่ 5 กิจกรรมช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม

กิจกรรมสนับสนุนการทำวิจัยพลังงานทดแทน โดย เชิญชวนผู้โดยสารที่เดินทางกับ บางกอกแอร์เวย์ส ร่วมบริจาคเงินเพื่อสนับสนุนโครงการวิจัยพลังงานทดแทนของมูลนิธิชัยพัฒนา โดยบริจาคได้ที่ห้องรับรองผู้โดยสาร (Passenger Lounge) ทุกที่ของบริษัทฯ เมื่อผู้โดยสารบริจาคเงินแล้ว จะได้เขียนชื่อลงบนกระดวยรูปใบไม้ เพื่อนำไปติดไว้ที่ต้นไม้จำลอง เพื่อเป็นสัญลักษณ์ของการร่วมกันทำให้โลกน่าอยู่

3. อาสาสมัครช่วยเหลือชุมชน (Community Volunteering) บริษัทส่งเสริมให้ทุกคนในองค์กรลงพื้นที่เพื่อบำเพ็ญประโยชน์ โดยกิจกรรมอาสาช่วยเหลือชุมชน ดังนี้

โครงการทะเลอ่าวไทยใครๆ ก็รัก ตอน รักนะปะการัง เป็นการสร้างสรรค์กิจกรรมเพื่อให้เกิดการอนุรักษ์และรักษาสมดุลทางธรรมชาติโดยเชิญชวนผู้ที่มีใจรักสิ่งแวดล้อมร่วมเดินทางท่องเที่ยว ภายใต้แคมเปญ “เที่ยวหัวใจใหม่ เมืองไทยยั่งยืน” ด้วยกิจกรรมเพื่อสังคม เช่น ทัศนศึกษา ณ พิพิธภัณฑ์ธรรมชาติวิทยาเกาะและทะเลไทย ปลูกปะการัง เก็บขยะชายหาด ฟื้นฟูสภาพแวดล้อมทางทะเล เพื่อร่วมอนุรักษ์และฟื้นฟูแนวปะการังให้กลับมามีชีวิตเพิ่มปริมาณมากขึ้นให้เกิดการสร้างสมดุลทางธรรมชาติ ทั้งยังช่วยปลูกจิตสำนึกและปลูกฝังให้เกิดการเรียนรู้นอกห้องเรียนด้วยการร่วมมือปลูกปะการัง รักษาป่าชายเลน คีนสมดุลให้กับระบบนิเวศชายทะเล และช่วยบรรเทาให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างรู้ค่า รักษาแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ ยังเป็นการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์และสร้างสรรค์ให้แก่ประชาชนทั่วไปที่อาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดชลบุรี และจังหวัดใกล้เคียงอีกด้วย

โครงการบางกอกแอร์เวย์สร่วมใจปลูกป่าชายเลน เป็นการร่วมมือกันระหว่างบางกอกแอร์เวย์ส และองค์การบริหารส่วนตำบลท่าโสม อำเภอเขาสมิง จังหวัดตราด ร่วมกันจัดโครงการขึ้น

เพื่อเป็นการอนุรักษ์พื้นที่สีเขียวบริเวณชายฝั่ง และป้องกันปัญหาน้ำกัดเซาะริมตลิ่ง โดยมีพนักงาน และชาวบ้านกว่า 100 คน ช่วยกันปลูกต้นไม้ 100 ต้น ริมแนวชายฝั่งทะเล จ.ตราด



ภาพที่ 6 กิจกรรมปลูกป่าชายเลน จ.ตราด

4. การตลาดเพื่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Marketing) โดยเกิดจากการรณรงค์ให้ผู้บริหารและพนักงานเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมให้สอดคล้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม อาทิเช่น กิจกรรมรักษ์ป่า รักน้ำ ที่เกาะสมุย เพื่อมอบสิ่งดีๆ ให้สังคม สร้างการรับรู้ กระตุ้นเตือนให้ประชาชน และทุกส่วนภาคหันมาใส่ใจ อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อลดปัญหาโลกร้อนกันอย่างจริงจัง โดยร่วมกันทำฝายเก็บกักชะลอน้ำและเปิดโครงการสร้างฝายถาวร พื่อหลวง ประเดิมต้นน้ำจุดแรกบริเวณสวนพฤกษศาสตร์ดำนัม เขาป้อม ที่หน่วยจัดการต้นน้ำ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช และ The Green Island เทศบาลเมืองเกาะสมุยสนับสนุน โครงการก่อสร้างฝายต้นน้ำลำธาร (Check Dam) ตามแนวพระราชดำริการปลูกต้นโกงกาง เพื่อฟื้นฟูสภาพป่าชายเลน การปล่อยปู ปล่อยปลา คืนสู่ท้องทะเล เพื่อเป็นการแพร่ขยายพันธุ์อีกด้วย คาดหวังกิจกรรมนำร่องครั้งนี้ จะได้สร้างการรับรู้ กระตุ้นจิตสำนึกแก่ชาวสมุยและชาวไทยทุกคนต่างมีความสำคัญ เป็นส่วนหนึ่งในการร่วมรักษ์โลก รักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้มีความยั่งยืน

กิจกรรม RE-EARTH ECO-MUSIC FESTIVAL งานดังกล่าวสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีจิตอาสา รักธรรมชาติจากสวีเดนมาร่วมกิจกรรมได้เกือบ 3,000 คน ซึ่งไม่เพียงแต่นักท่องเที่ยว คนตรีที่มีชื่อเสียงเท่านั้นที่ทำกิจกรรมด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น สร้างฝาย ปลูกมะพร้าว ปลูกหญ้าแฝกให้เกาะสมุย แต่มีนักท่องเที่ยวแจ้งความประสงค์ที่จะเข้าร่วมทำกิจกรรมดังกล่าวเข้ามาในการจองแพคเกจทัวร์ด้วย ซึ่งนับว่าการรณรงค์ใน 2 ปี ที่ผ่านมามีประสบความสำเร็จ นักท่องเที่ยวที่ชวนกันมาร่วมกิจกรรมนี้จะร่วมเป็นหนึ่งในมือที่ทำให้เกาะสมุยเขียว



ภาพที่ 7 กิจกรรม RE-EARTH ECO-MUSIC FESTIVAL

ส่วนในองค์กรก็จะเน้นในเรื่องการสร้างจิตสำนึกให้กับพนักงาน ด้วยการจัดโครงการ PG Smart รณรงค์ให้พนักงานร่วมกันลดปัญหาภาวะโลกร้อน เช่นการประหยัดน้ำ ประหยัดไฟ การขึ้นลงอาคารไม่เกิน 3 ชั้นควรใช้บันไดแทนลิฟท์ ใช้ถุงผ้าแทนถุงพลาสติก ใช้กระดาษทั้ง 2 หน้า แยกประเภทขยะก่อนทิ้ง

นอกจากนี้หน่วยงานต่างๆของบริษัทฯ ยังมีการนำแนวคิดเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมมาใช้ ในกิจกรรมต่างๆ อาทิเช่น แผนกอาคารของบริษัทฯ ได้เข้าร่วมโครงการอนุรักษ์พลังงานแบบมีส่วนร่วมกับกรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน เพื่อลดค่าใช้จ่ายไฟฟ้าในอาคาร รวม 3 มาตรการ คือ 1) มาตรการปรับปรุงชุดหอผึ่งน้ำเพื่อลดอุณหภูมิน้ำหล่อเย็น 2) มาตรการจัดตารางเดินปั้มน้ำหล่อเย็นให้เหมาะสม 3) มาตรการปรับปรุงระบบลมกลับเครื่องปรับอากาศ โดยภายหลังจากการดำเนินงานตามมาตรการดังกล่าว บริษัทฯสามารถประหยัดเงินค่าไฟฟ้าได้ ปีละ 318,926.88 บาท

ก่อนหน้านี้อาคารผู้โดยสารในสนามบินบริษัทฯ ทั้ง 3 แห่ง (สมุย สุโขทัย ตราด) ได้ถูกวางแผนก่อสร้างให้กลมกลืนสอดคล้องกับสิ่งแวดล้อม และธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่แล้ว ซึ่งสนามบินสุโขทัยได้รับรางวัลการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมดีเด่นสาขาคมนาคมประจำปี 2550 และได้รับรางวัลติดต่อกันเป็นปีที่ 6 จากสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทุกสนามบินยังรีไซเคิลน้ำที่ใช้แล้ว นำ

กลับมาใช้ประโยชน์เช่น รดต้นไม้บริเวณสนามบิน ในขณะเดียวกัน พาหนะของบริษัทที่ใช้ใน สนามบิน จะใช้พลังงานจากก๊าซธรรมชาติ ไม่ใช่ใช้น้ำมัน เพื่อลดการใช้น้ำมัน

การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด ครอบคลุมการรับผิดชอบต่อทั้งด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการศึกษา ด้านกีฬา ด้านศิลปะและวัฒนธรรม ด้านชุมชนและสังคม ซึ่งมีการดำเนินการในรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป

กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่ดี ควรสามารถประสานประโยชน์ที่เกิดขึ้น ให้แก่ ทั้งสังคมและองค์กรไป พร้อมๆ กัน จากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป้าหมายและประเด็นสังคมที่ได้มา แล้ว การเลือกรูปแบบกิจกรรมที่เหมาะสมจะเป็นส่วนผสมของการสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นทั้งสองฝ่าย ซึ่งองค์กรควรกำหนดคุณค่าเป้าหมายที่จะได้ไม่ว่าจะเป็น คุณค่าภายในองค์กร ตั้งแต่การสร้าง จิตสำนึกที่ดี มีความรับผิดชอบต่อสังคมให้แก่ผู้บริหารและพนักงาน เพื่อก่อให้เกิดความภาคภูมิใจ จงรักภักดี ต่อองค์กร การสร้างคุณค่าให้แก่องค์กร สำหรับผู้ถือหุ้น และเป็นค่านิยมหลักขององค์กร เพื่อนำไปสู่การสื่อสารในการสร้างแบรนด์ การส่งเสริมการตลาดหรือแม้แต่การลดต้นทุนให้กับ องค์กรซึ่งแนวทางการปฏิบัติ (Initiatives) สำหรับความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นมีหลายรูปแบบ เช่น ความรับผิดชอบต่อสังคมภายในกระบวนการ (In-process) ก็คือความรับผิดชอบต่อสังคมที่อยู่ใน กระบวนการดำเนินธุรกิจของบริษัท

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การให้ความหมาย รูปแบบและและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงานบริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด” ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษาการให้ความหมายของการรับผิดชอบต่อสังคม รูปแบบและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงาน บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด

การศึกษาวิจัยดังกล่าว เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวิธีการสร้างทฤษฎีฐานรากเป็นแนวทางการวิจัย เพื่อศึกษาปรากฏการณ์ทางสังคมในการเรียนรู้ และทำความเข้าใจถึงการรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด ตามทัศนะของผู้บริหารและพนักงาน ทั้งนี้ผู้วิจัยใช้เรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ แนวคิดเกี่ยวกับจริยธรรม แนวคิดเรื่องบรรษัทภิบาล การมีส่วนร่วม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เป็นแนวทางเพื่อกำหนดกรอบในการศึกษาวิจัย

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก วิธีการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นพนักงานของบริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด จำนวน 27 ราย แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) ระดับผู้บริหารของบริษัท 2 คน และ 2) พนักงานของบริษัทแบ่งตามแผนกคือ ฝ่ายการเงินและบัญชี 4 คน ฝ่ายบริหารสำนักงาน 4 คน ฝ่ายขาย 2 คน ฝ่ายประชาสัมพันธ์ 3 คน ฝ่ายสำรองที่นั่งและบัตรโดยสาร 4 คน ฝ่ายช่าง 5 คน และฝ่ายปฏิบัติการ 3 คน โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย สมุดบันทึกข้อมูลในภาคสนาม เครื่องบันทึกเสียง แนวคำถามสัมภาษณ์ และตัวผู้วิจัยซึ่งถือว่าเป็นเครื่องมือสำคัญที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

แนวคำถามที่ผู้วิจัยใช้ในการสัมภาษณ์เป็นแนวคำถามกึ่งปลายเปิดที่พัฒนาจากแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้รับการตรวจสอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาและกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อให้ผู้วิจัยได้รับคำตอบที่ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยใช้แนวคำถามเรื่องการให้ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคม โดยใช้คำถามนี้กับผู้บริหารและพนักงานแผนกต่างๆ ตลอดจนทัศนคติที่มีต่อ บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด ในเรื่องของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมต่างๆ ของ บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด ซึ่งแนวคำถามมีความครอบคลุมในประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และแนวคำถามเรื่องแนวคิดและการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม

ของ บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด โดยแนวคำถามถูกพัฒนาจากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และใช้คำถามในส่วนนี้กับผู้แทนองค์กร โดยกำหนดกรอบแนวคำถามอย่างกว้างๆ เพื่อถามถึงทัศนะว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมคืออะไร บริษัทมีนโยบายต่อความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างไร แนวทางในการส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในลักษณะใด รูปแบบการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมที่พนักงานต้องการเป็นอย่างไร และอนาคตจะมีการพัฒนานโยบายอย่างไร เป็นต้น ทั้งนี้ การดำเนินการสัมภาษณ์เปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลหลักมีอิสระในการแสดงทัศนะความคิดเห็น ประกอบกับวิธีการตะล่อมเพื่อให้การสนทนามีความเป็นกันเองและบรรยากาศการสัมภาษณ์เป็นไปอย่างราบรื่น

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ลงรหัสข้อมูล เพื่อป้องกันมิให้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ปะปนกัน จากนั้นผู้วิจัยถอดเทปสัมภาษณ์แบบคำต่อคำแล้วพิมพ์เป็นบทสัมภาษณ์ และนำข้อมูลที่ได้มาทำการตีความ ศึกษา และวิเคราะห์เพื่อกำหนดเป็นมโนทัศน์ จัดกลุ่มของมโนทัศน์ จากนั้นเชื่อมโยงมโนทัศน์ต่างๆ ที่ปรากฏในข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ให้มีลักษณะเป็นข้อสรุปเชิงทฤษฎี และใช้เป็นสมมติฐานชั่วคราวเพื่อเลือกสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักรายถัดไป จากนั้นผู้วิจัยนำคำตอบที่ได้มาศึกษาความเหมือน หรือความแตกต่างจากกลุ่มมโนทัศน์เดิมที่ได้สร้างไว้ กล่าวคือ หากกลุ่มมโนทัศน์ที่พบมีความแตกต่างไปจากกลุ่มมโนทัศน์เดิมที่มีอยู่ ผู้วิจัยกำหนดให้เป็นมโนทัศน์กลุ่มใหม่ ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาและสัมภาษณ์จนยุติการสัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยยุติการสัมภาษณ์เมื่อผู้วิจัยได้รับคำตอบซ้ำๆ จากแนวคำถามซึ่งตามวิธีวิทยาของการสร้างทฤษฎีฐานรากเรียกว่า ทฤษฎีชนเพดาน ทั้งนี้ผู้วิจัยต้องอาศัยความไวต่อทฤษฎีในทุกขั้นตอนของการศึกษาวิจัย และความไวต่อทฤษฎีช่วยให้ผู้วิจัยสามารถเชื่อมโยงมโนทัศน์ และช่วยให้ทราบว่าผู้วิจัยยังต้องการข้อมูลในเรื่องใดอีก และสามารถเก็บข้อมูลได้จากที่ใด จากนั้นผู้วิจัยจัดกลุ่มมโนทัศน์แล้วนำมาเชื่อมโยงสัมพันธ์ในรูปแบบของเงื่อนไขต่างๆ และพัฒนามโนทัศน์ให้เป็นข้อสรุปเชิงทฤษฎี และนำข้อสรุปเชิงทฤษฎีที่ได้มานำเสนอในรูปแบบของแบบแผนที่เรียกว่า ทฤษฎีฐานราก (พิทักษ์ ศิริวงศ์ 2547)

ผลการศึกษาพบว่า บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด มีการให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม ผ่านนโยบายของบริษัท ซึ่งได้แก่ วิสัยทัศน์ ภารกิจ และจุดมุ่งหมายและหลักจริยธรรมในการจัดการธุรกิจของบริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ความมีมนุษยธรรม และการมีจิตสำนึกที่ดี

ผู้บริหารและพนักงานมีความเห็นว่า บริษัทมีความปรารถนาดี เป็นไปตามหลัก ด้านมนุษยธรรมและการมีจิตสำนึกที่ดีต่อสังคม องค์กรได้ตระหนักถึงการมีจิตสำนึก การอยู่ร่วมกันในการดำเนินธุรกิจกับสังคมและชุมชนทั้งโดยรอบองค์กร และบริเวณห่างไกล ด้วยความปรารถนาที่จะเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยเหลือสังคม

2. การคืนผลประโยชน์หรือผลกำไร

ผู้บริหารและพนักงานให้ความหมายว่า เป็นการคืนผลประโยชน์และกำไรของบริษัทให้กับชุมชน ทั้งนี้พนักงานมีความตระหนักดีว่า ธุรกิจการบินเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีผลกำไรจากการประกอบการ บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด ได้รับผลประโยชน์จากสังคม ดังนั้นบริษัทควรสละกำไรบางส่วนคืนสู่สังคมทั้งทางตรงและทางอ้อม

3. การแสดงความรับผิดชอบ

ผู้บริหารและพนักงานให้ความหมายของการแสดงความรับผิดชอบว่าเป็นการแสดงซึ่งถือได้ว่าเป็นหน้าที่ที่พึงกระทำของทุกคน ดังนั้นการแสดงความรับผิดชอบของบริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด ช่วยสร้างคุณค่าและแสดงถึงการเป็นองค์กรที่ดีและเป็นที่ยอมรับของชุมชน ทั้งนี้การแสดงความรับผิดชอบเป็นไปตามหน้าที่ที่เป็นภารกิจและแสดงความรับผิดชอบด้วยจิตสำนึกของความถูกต้องเหมาะสม

4. การสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร

การดำเนินธุรกิจสายการบินนั้นถือเป็นเรื่องที่มีความสำคัญเพราะผู้ที่ได้รับผลกระทบโดยตรงคือชาวบ้านและชุมชนโดยรอบสนามบิน เพื่อเป็นการลดกระแสการต่อต้านของชุมชนบางส่วนที่ไม่พอใจ ดังนั้นบริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด จึงเข้ามาดำเนินโครงการกิจกรรมเพื่อสังคมซึ่งจะส่งผลดีต่อการดำเนินงานและภาพลักษณ์ของบริษัท

ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด คือ มินิโยบายคืนประโยชน์ต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม โดยปรับกลยุทธ์พัฒนาในทุกๆด้าน ซึ่งมาจากความร่วมมือร่วมใจของพนักงานทุกคน บริษัทเล็งเห็นถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคม ตลอดจนโอกาสทางการศึกษาของเยาวชนไทย เช่น โครงการสหกิจศึกษา การรับนักศึกษาเข้าฝึกงาน ซึ่งจะต้องเติบโตขึ้นเป็นทรัพยากรบุคคลอันมีค่า และเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศ

จากกรอบแนวคิดที่ได้ศึกษารูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมตามรูปแบบของฟิลลิป คอตเลอร์ และแนนซี ลี สามารถนำมาใช้วิเคราะห์รูปแบบของกิจกรรมการรับผิดชอบต่อสังคม 4 รูปแบบ ดังนี้

1. การส่งเสริมประเด็นทางสังคม (Cause Promotion)
2. การบริจาคเพื่อการกุศล (Corporate Philanthropy)
3. อาสาสมัครช่วยเหลือชุมชน (Community Volunteering)
4. การตลาดเพื่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Marketing)

ข้อสรุปเชิงทฤษฎีจากผลการศึกษา

เนื่องจากการศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงาน บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด เป็นการศึกษาเพื่อหาข้อสรุปจากปรากฏการณ์ย่อยของสังคม เพื่อเรียนรู้และทำความเข้าใจเรื่องที่เกิดขึ้น ณ ช่วงเวลาขณะหนึ่ง ดังนั้นการให้ความหมาย รูปแบบและกิจกรรมเพื่อสังคม ที่ได้ศึกษาไปนั้นอาจมีการเปลี่ยนแปลงไป หากมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายและรูปแบบของการดำเนินโครงการกิจกรรมต่างๆ ของบริษัท จากการศึกษาดังกล่าวผู้วิจัยได้ข้อสรุปเชิงทฤษฎี ดังนี้

1. การสร้างความรับรู้เรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมแก่ผู้บริหารและพนักงานนำมาซึ่งความสำเร็จในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม
2. องค์กรใช้วิธีการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม เป็นเครื่องมือชนิดหนึ่งในการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรกับชุมชน ทั้งนี้ไม่ว่าองค์กรจะเข้ามาดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมด้วยความมีมนุษยธรรม และการมีสำนึกที่ดี ย่อมส่งผลประโยชน์ต่อทั้งองค์กรและชุมชน
3. การเปิดรับฟังความคิดเห็นของพนักงานถึงรูปแบบและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถนำไปสู่การจัดทำโครงการกิจกรรมเพื่อสังคมที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กรได้ตรงตามวัตถุประสงค์ และองค์กรยังเปิดโอกาสให้ชุมชนซึ่งเป็นผู้ได้รับผลกระทบโดยตรงมีส่วนร่วมในการเลือกโครงการที่เห็นว่าเหมาะสมกับตน
4. เมื่อใดก็ตามที่องค์กรและชุมชนมีผลประโยชน์ร่วมกันเมื่อนั้นจะเกิดความสำเร็จในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม
5. การดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมเชิงบูรณาการอย่างรอบด้านนำมาซึ่งความสำเร็จ ในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม
6. วิสัยทัศน์ขององค์กร และการตระหนักถึงความสำคัญของกิจกรรมเพื่อสังคมของผู้บริหารนำมาซึ่งรูปแบบ แนวทาง และกลยุทธ์ในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมขององค์กรนั้น

ข้อสรุปเชิงทฤษฎีจากผลการศึกษา ผู้วิจัยเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของมโนทัศน์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ผู้บริหารและพนักงานบริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด ชุมชนรอบสนามบิน ชุมชนที่บริษัทเข้าไปทำกิจกรรมเพื่อสังคม ปัญหาด้านต่างๆของชุมชน ตลอดจนโครงการกิจกรรมเพื่อสังคม สรุปดังนี้

เมื่อ บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด นั้นเริ่มเข้ามาดำเนินการก่อตั้ง ผู้บริหารของบริษัทตระหนักถึงการอยู่ร่วมกับชุมชนในลักษณะเพื่อนบ้านที่ดี ดังนั้นผู้บริหารจึงกำหนดแนวทางปฏิบัติของบริษัทให้เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อ ประกอบกับการปลูกจิตสำนึก

รับผิดชอบต่อสังคมให้พนักงานทุกคนในองค์กร ทั้งนี้โครงการกิจกรรมเพื่อสังคมถูกดำเนินการภายใต้การกำกับดูแลที่ดี โดยผู้บริหารและพนักงานร่วมกันกำหนดแนวทางการดำเนินงานที่สอดคล้องกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ตั้งแต่เริ่มก่อสร้างสนามบินที่กินเนื้อที่กว่าพันไร่ แต่เดิมเป็นพื้นที่ทำมาหากินของชาวบ้านบริเวณใกล้เคียง บริษัทเล็งเห็นถึงปัญหาที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ทั้งปัญหาสภาพอากาศที่แห้งแล้ง มลภาวะเป็นพิษ ได้ถูกวางแผนก่อสร้างสนามบินให้กลมกลืนสอดคล้องกับสิ่งแวดล้อม และธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่แล้วโดยใช้วัตถุดิบที่มาจากธรรมชาติในการสร้างห้องพักรับรองผู้โดยสาร ทุกสนามบินยัง ริเริ่มใช้น้ำที่ใสแล้ว นำกลับมาใช้ประโยชน์ เช่น รดต้นไม้บริเวณสนามบิน ในขณะเดียวกัน พาหนะของบริษัทที่ใช้ในสนามบิน จะใช้พลังงานจากก๊าซธรรมชาติ ไม่ใช่น้ำมัน เพื่อลดการใช้น้ำมัน

ก่อนที่สนามบินจะก่อสร้างขึ้น บริษัท เข้ามาดำเนินการในชุมชนพบว่า ชุมชนประสบปัญหาด้านความเป็นอยู่ ได้แก่ ขาดแคลนสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน และปัญหาความยากจน เป็นต้น นอกจากนี้ชุมชนยังประสบปัญหาทางด้านสภาพแวดล้อม ได้แก่ ดิน น้ำ อากาศ เป็นต้น สภาพปัญหาดังกล่าวนั้นเกิดขึ้นมาเป็นเวลาช้านาน

ภายหลังจากที่บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด เข้ามาดำเนินการโครงการกิจกรรมเพื่อสังคมในพื้นที่ของชุมชน ประกอบกับสภาพปัญหาด้านต่างๆ ของชุมชนที่จำเป็นต้องได้รับการแก้ไข อีกทั้งนโยบายของบริษัทที่ต้องการยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนในพื้นที่รอบสนามบิน และเพื่อเป็นการลดภาระของคนในชุมชน ด้วยการฝึกอบรมและจ้างงานให้ชาวบ้านโดยรอบมีงานทำและยังส่งเสริมให้บุตรหลานสามารถเข้ามาเรียนรู้งานที่สนใจ เพื่อเป็นความรู้และสร้างจินตนาการให้กับเด็กและเยาวชน เป็นการสร้างผลประโยชน์ให้ได้รับทั้งชุมชนและบริษัท ทั้งนี้ การดำเนินการของบริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด ในการสร้างทัศนคติที่ดีของชุมชน เน้นกระบวนการสื่อสารสองทาง ประกอบด้วย การสร้างความสัมพันธ์ กระบวนการมีส่วนร่วม และการทำความเข้าใจ การเชื่อมโยงความต้องการ และความสัมพันธ์อันดีระหว่างบริษัทและชุมชน

หากมีการเปลี่ยนแปลงแนวคิด นโยบายของผู้บริหาร แนวคิดของผู้นำชุมชน อาจส่งผลให้รูปแบบกิจกรรมเปลี่ยนแปลงไป ดังนั้นควรพัฒนาวิธีการศึกษาในเรื่องกิจกรรมเพื่อสังคมอยู่เสมอ เพื่อได้รับข้อมูลที่ทันสมัยให้ก้าวทันต่อโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน

อภิปรายผลการวิจัย

วิธีการสร้างทฤษฎีฐานราก ที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่าข้อดีของวิธีวิทยานี้คือ ช่วยให้ผู้วิจัยอธิบายความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมตามทัศนะของผู้บริหารและพนักงาน และอธิบายปรากฏการณ์ดังกล่าวได้อย่างชัดเจน ตลอดจนผู้วิจัยสามารถศึกษาถึงรูปแบบ

และกิจกรรมเพื่อสังคมที่บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด ทำให้กับชุมชนและสังคม ตลอดจนเชื่อมโยงความสัมพันธ์ที่ได้จากผลการศึกษาจนกระทั่งสามารถสร้างเป็นข้อสรุปเชิงทฤษฎีแล้วนั้น ผู้วิจัยพบข้อจำกัด คือ ข้อสรุปเชิงทฤษฎีนี้ใช้อย่างอิงได้เฉพาะผู้บริหารและพนักงานของบริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด ในช่วงระยะเวลาที่ศึกษาวิจัยเท่านั้น หากมีการเปลี่ยนแปลงแนวคิด นโยบายของผู้บริหาร ตลอดจนรูปแบบของโครงการกิจกรรมเพื่อสังคม อาจส่งผลให้ การให้ความหมาย รูปแบบและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ พนักงานบริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด เปลี่ยนแปลงไปด้วย

ความหมาย รูปแบบและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงานที่ได้จากการศึกษาวิจัย เป็นความหมายที่เกิดขึ้นเฉพาะในองค์กร ดังนั้นความหมายและรูปแบบความต้องการของการรับผิดชอบต่อสังคมสามารถเปลี่ยนแปลงไปตามปัจจัยที่แตกต่างกันของแต่ละองค์กร ได้แก่ นโยบายบริษัท วิสัยทัศน์ การสนับสนุนจากผู้บริหาร ความรู้พื้นฐานของพนักงาน สภาพแวดล้อม วัฒนธรรมและประเพณี รวมถึงรูปแบบของโครงการกิจกรรมเพื่อสังคมที่บริษัทจัดทำให้แก่ชุมชน

รูปแบบและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่ศึกษา พบว่าสอดคล้องตามรูปแบบกิจกรรมเพื่อสังคมตามแนวคิดของ ฟิลลิป คอตเลอร์ และแนนซี ลี 4 รูปแบบ ได้แก่ การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม การบริจาคเพื่อการกุศล การอาสาช่วยเหลือชุมชน และการประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งรูปแบบที่พบมีความคล้ายคลึงกับรูปแบบการทำกิจกรรมเพื่อสังคมในกลุ่มธุรกิจขนส่งและโลจิสติกส์ทั่วไปเพราะธุรกิจสายการบินก็เหมือนกับธุรกิจอื่นๆ ที่ต้องใช้ทรัพยากรทางสังคมร่วมกับชุมชนที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ อีกทั้งของเสียจากการขึ้นลงของเครื่องบินการผลิตที่ส่งผลกระทบต่อชุมชนโดยตรง ดังนั้นรูปแบบของกิจกรรมเพื่อสังคมจึงเป็นรูปแบบของการพัฒนาชุมชนและสิ่งแวดล้อม การบริจาค การอาสาสมัคร และการปฏิบัติตามวิธีการประกอบธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมโดยเคร่งครัด เพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนาชุมชนในพื้นที่ของตนให้มีชีวิตความเป็นอยู่เป็นอยู่ที่ดีขึ้น

ผลตอบรับของสังคมต่อการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด ในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมของบริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด บริษัทได้รับผลตอบรับของสังคมเป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็น พนักงาน ลูกค้า สังคมและสิ่งแวดล้อม ในการเข้าร่วมกิจกรรมในโครงการต่างๆ เช่น พนักงานได้รับการฝึกอบรมความรู้ให้แก่พนักงานอย่างสม่ำเสมอ โดยจะเน้นความสำเร็จ มาจากความร่วมมือร่วมใจของพนักงานทุกคน เพื่อบริการที่มีคุณภาพ จึงมีแนวทางที่จะคืนประโยชน์สู่สังคมในทุกๆ ด้าน โดยมุ่งเน้นประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยไม่ขาดตกบกพร่อง ทั้งผู้ถือหุ้น ลูกจ้าง ลูกค้า ชุมชน และสังคมโดยรวม นี่มีนัยสำคัญในการสร้าง

ความยั่งยืนให้กันเอง และให้กับองค์กร และการสื่อสารที่ดีให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ให้เข้าใจและให้นำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมไปสู่ภาคปฏิบัติเป็นการเข้าสร้างมูลค่าเพิ่มต่อองค์กร ก่อให้เกิดชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร สามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้า นอกจากนี้ จุดเด่นในเรื่องของการไม่โฆษณาตนเองเกี่ยวกับกิจกรรมที่ทำให้สังคมโดยถือว่า การทำดีแล้วโฆษณาจะไม่ได้บุญ ซึ่งนักธุรกิจมักมองการตอบแทนสู่สังคมเป็นเรื่องการตลาด แต่บริษัทกลับมองว่า การให้ก็คือ การให้ไม่ใช่การตลาดและได้รับการยอมรับและเข้าร่วมกิจกรรมจากสังคมล้วนมีประโยชน์ต่อทั้งองค์กรและสังคม ในระยะยาว ทำให้บริษัทสามารถดำรงอยู่ร่วมกับสังคมได้ราบรื่นและก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนแก่สังคม และประเทศชาติต่อไป

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การประกอบธุรกิจในปัจจุบันนั้นมิได้วัดผลประกอบการจากผลกำไรหรือปริมาณของสินทรัพย์ขององค์กรธุรกิจเพียงอย่างเดียว โดยเฉพาะธุรกิจสายการบินที่ถูกมองว่าเป็นธุรกิจที่มีการลงทุนมหาศาล และมีการใช้ทรัพยากรต่างๆ ที่เป็นปัจจัยในการผลิตอย่างสิ้นเปลือง ดังนั้นผู้วิจัยขอเสนอข้อเสนอแนะดังนี้

1. ผู้บริหารของบริษัทควรจัดตั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมให้กับชุมชนพื้นที่ใกล้เคียงโดยเฉพาะ เพื่อให้สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้การปฏิบัติงานด้านกิจกรรมเพื่อสังคมนั้นมีความจำเป็นที่องค์กรต้องใช้บุคลากรผู้เชี่ยวชาญจำนวนมากในการพัฒนาชุมชนอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาการดำเนินงาน เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนในพื้นที่ให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นกว่าเดิม และเพื่อเป็นการเสริมสร้างธุรกิจให้มีความยั่งยืนตลอดไป

2. ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับนโยบายในการสนับสนุนให้พนักงานทุกคนในองค์กรลงมือปฏิบัติกิจกรรมเพื่อสังคมอย่างจริงจัง เพื่อเป็นการปลูกฝังจิตสำนึกที่ดีให้กับพนักงานเพราะหากพนักงานมีการตระหนัก และเกิดจิตสำนึกอย่างแท้จริงแล้ว ก็จะส่งผลดีทั้งในทางตรงและทางอ้อม เนื่องจากว่าพนักงานทุกคนมีการดำเนินงานด้วยจิตสำนึกต่อการรับผิดชอบต่อสังคมอย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1. ชุมชนที่บริษัทเข้าไปดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมมีความพอใจต่อรูปแบบของกิจกรรมเพื่อสังคมอยู่ในขณะนี้ แต่เนื่องจากสภาพแวดล้อมและสภาพสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ดังนั้นบริษัทควรมีรูปแบบโครงการในลักษณะอื่นๆ เช่น วางแนวทางการพัฒนาชุมชน

อย่างยั่งยืนด้วยการสร้างอาชีพ ให้การอบรมและพัฒนาความรู้ในด้านต่างๆ ทำความเข้าใจและปรับตัวที่จะอยู่กับสิ่งแวดล้อมใหม่ๆ เป็นต้น รวมถึงการเพิ่มงบประมาณให้กับการจัดกิจกรรมต่างๆ ในพื้นที่ ผู้วิจัยมีความเห็นว่า เรื่องงบประมาณนั้นเป็นเรื่องที่จำเป็นต้องพิจารณาให้รอบคอบ ดังนั้นผู้วิจัยขอเสนอให้ผู้บริหารของบริษัทควรพิจารณาถึงความเป็นไปได้เพื่อเพิ่มงบประมาณเพื่อนำไปช่วยเหลือและพัฒนาชุมชนและสังคมอย่างจริงจัง ทั้งนี้การพิจารณาเพิ่มงบประมาณให้กับชุมชนอาจส่งผลกระทบต่อกำไรของบริษัท แต่หากบริษัทมีนโยบายให้พนักงานทุกคนช่วยกันประหยัดค่าใช้จ่ายฟุ่มเฟือยต่างๆ ของบริษัท แล้วนำจำนวนเงินที่ประหยัดได้เหล่านั้นมาใช้ในการพัฒนาโครงการกิจกรรมของชุมชนแทน

2. บริษัท ควรมีนโยบายในการพัฒนา การปรับเปลี่ยนรูปแบบของโครงการกิจกรรมเพื่อสังคมให้มีความเหมาะสม และทันสมัยอย่างต่อเนื่องซึ่งการปรับเปลี่ยนรูปแบบโครงการส่งผลให้สามารถรองรับปัญหาและความต้องการของชุมชนหรือสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังส่งผลต่อภาพลักษณ์ของบริษัทให้มีภาพลักษณ์ที่ทันสมัยอีกด้วย ทั้งนี้บริษัทไม่จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนโครงการให้ทันตามกระแสนิยม และไม่จำเป็นต้องดำเนินโครงการกิจกรรมตามผู้อื่น เพราะอาจส่งผลเสียมากกว่าผลดี อีกทั้งยังเป็นการสิ้นเปลืองงบประมาณโดยเปล่าประโยชน์ เพียงแต่บริษัทควรดำเนินโครงการให้อยู่ในกรอบและดำรงไว้ซึ่งความมีเอกลักษณ์ของบริษัทเพื่อให้ผู้พบเห็นจดจำและระลึกถึง

3. บริษัทควรมีการจัดตั้งผู้ดูแลรับผิดชอบโครงการหรือผู้ที่มีความชำนาญในการจัดและดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างจริงจัง โดยมีการกำหนดงบประมาณ นโยบายอย่างชัดเจน พนักงานที่เกี่ยวข้องหลังจากที่ได้จัดกิจกรรมไปแล้วนั้น ควรมีการสรุปและประเมินผลโครงการ หรือติดตามโครงการที่บริษัทจัดทำขึ้นว่ามีการปรับปรุงและพัฒนาจากคนในชุมชนหรือไม่อย่างไร เพื่อให้โครงการที่จัดทำขึ้นเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

1.บทบาทของภาครัฐที่มีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น ผู้ศึกษาเห็นว่ารัฐจะต้องมาเกี่ยวข้องกับเรื่องนี้ 2 บทบาท ด้วยกัน คือ การเป็นศูนย์กลางของการรณรงค์ ทั้งในงานเชิงนโยบายและภาคปฏิบัติ เช่น ที่หลายๆ ประเทศถือปฏิบัติอยู่ แต่อีกด้านหนึ่งกับภาครัฐก็ยังมีส่วนรับผิดชอบต่อสังคมที่อิงกับความสำเร็จเป็นองค์ประกอบด้วย ไม่ใช่มองความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นเพียงเรื่องของการช่วยเหลือแบบสงเคราะห์ห้แต่อย่างเดียว

2.การดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมผู้บริหารมีความสำคัญในการกำหนดทิศทางและนำพาองค์กรไปสู่เป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ ดังนั้นผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์ในเรื่องของความ

รับผิดชอบต่อสังคม ช่อมปากหล่อหลอมค่านิยมให้แก่พนักงานทุกคนในองค์กรให้เข้าใจและมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบต่อสังคมร่วมกัน

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยในอนาคต

1. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบและกิจกรรม ความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงานบริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัท ประกอบธุรกิจ ด้านการบินแต่เป็นการศึกษาเฉพาะเพียงองค์กรธุรกิจเดียว จึงไม่สามารถครอบคลุม ถึง รูปแบบและกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมของกลุ่มธุรกิจด้านสายการบินได้อย่างชัดเจน ซึ่ง ผู้สนใจสามารถศึกษาวิจัยเปรียบเทียบ รูปแบบและกลยุทธ์ในกลุ่มธุรกิจประเภทเดียวกันว่ามีความ เหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร

2. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นเพียงการศึกษา ถึงการให้ความหมาย รูปแบบและกิจกรรม ความ ต้องการ ความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานเท่านั้น แต่การดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อ สังคมขององค์กรต้องอาศัยการสื่อสารในการสร้างการรับรู้ให้แก่สังคมอย่างทั่วถึง ผู้สนใจศึกษาวิจัย ในอนาคตสามารถศึกษาในเรื่องของ การสื่อสาร การดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมของ องค์กรว่ามีรูปแบบสื่อสารให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มและสังคมรับรู้ได้อย่างไร

3. ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาในเรื่องการประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม โดยละเอียด เพื่อให้ผู้ที่มีความสนใจทางด้านรูปแบบของการดำเนินงานนี้ได้รับทราบข้อมูลต่างๆ โดยละเอียด อีกทั้งยังช่วยสนับสนุนข้อมูลเรื่องของการให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และ รูปแบบของการรับผิดชอบต่อสังคมที่ได้ศึกษาในครั้งนี้

บรรณานุกรม

- กุลธิดา สุวรรณศรี. “ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่มีอิทธิพลต่อคุณค่าตราสินค้า ฮอนด้า และแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.” สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2551.
- โกวิทย์ สวัสดิ์มงคล. “ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการแก้ไขปัญหาลพิษสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการรถเอกชนร่วมบริการ ขสมก.” วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาการบริหารและนโยบายสวัสดิการสังคม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550.
- โกวิทย์ พวงงาม. การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน. ม.ป.ท. , 2545.
- การรับผิดชอบต่อธุรกิจต่อสังคม [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 28 กรกฎาคม 2554. เข้าถึงได้จาก <http://www.rightway.co.th>
- จิราพัชร ศักดิ์ดาสาพร. “บรรษัทภิบาลในรัฐวิสาหกิจที่แปลงสภาพเป็นบริษัทมหาชน : กรณีศึกษา บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)” วิทยานิพนธ์ ปริญญามหาบัณฑิต สาขารัฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2550.
- เจริญ ภัสระ. “การมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานภาครัฐ.” วารสารสมาคมรัฐประศาสนศาสตร์แห่งประเทศไทย 12 (พฤษภาคม 2540) : 1,3
- ชินโอสถ หัสบำเรอ. “หลักการและกลวิธีการพัฒนาจริยธรรมตามแนวพุทธศาสนา.” ม.ป.ป. (อัคราณา)
- จิต นิลพานิช และกุลชน ธนาพงศธร. การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชนบท. ในเอกสารการสอนชุดวิชาความรู้ทั่วไปสำหรับการพัฒนาระดับตำบล หมู่บ้าน (พิมพ์ครั้งที่ 3, หน่วยที่ 8) .นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, (2532)
- ชัยวรรณ สมศรีรัตน์. “การเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของพนักงานเชื่อนภูมิพลในการจัดการสิ่งแวดล้อมของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย.” วิทยานิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548.
- ณพรชัยรัตน์ เสมสันต์. “บทบาทของเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนในการส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการสิ่งแวดล้อมกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์สังคมศาสตร์ มหาบัณฑิต บัณฑิต สาขาวิชาสิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล, 2550.

นิชาพัฒน์ เพิ่มทองอินทร์. “สิ่งแวดล้อมศึกษาเพื่อการจัดการสภาพแวดล้อมบริเวณตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม.” วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสิ่งแวดล้อมศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล, 2550.

ณัฐชรินทร์ อภิวิชญ์ชลชาติ. การศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการภาครัฐและเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2551.

ดวงเดือน พันธุมนาวิน. จิตวิทยาจริยธรรมและจิตวิทยาภาษา. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิชย์, 2540.

พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์ และคณะ. ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 10 สิงหาคม 2554. เข้าถึงได้จาก <http://www.thaicssr.com>

สถาบันไทยพัฒน์. ความรับผิดชอบต่อสังคม [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 10 สิงหาคม 2554. เข้าถึงได้จาก <http://www.thaicssr.com>

สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์. คณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียน. เข็มทิศธุรกิจเพื่อสังคม. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ไอออนพรินติ้ง, 2550.

European Commission. คู่มือให้ที่แตกต่างกัน : การศึกษาวิจัยรูปแบบ ลักษณะ และกลไกของการให้เพื่อสังคม[ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 20 มิถุนายน 2554. เข้าถึงได้จาก http://www.give2call.com/data_file/givevijai.doc

นรินทร์ชัย พัฒนพงศา. การมีส่วนร่วม หลักการพื้นฐาน เทคนิคและกรณีตัวอย่าง. กรุงเทพมหานคร: อมรินทร์ พริ้งดิ่ง, 2546

นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์. การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยมหิดล, 2527.

ธีรศักดิ์ กำปรรณารักษ์ และ เทพฤทธิ์ วิชญศิริ. “การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การขาดจริยธรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบการกับระดับความเครียด.” รายงานการวิจัยสถาบันทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.

ธีระพร อุวรรณโณ. จริยธรรมกับการศึกษา. กรุงเทพมหานคร : คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530.

- นฤมล หาญเริงชัย. “การมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมของพนักงานธนาคาร : ศึกษาเฉพาะกรณีธนาคารในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.
- บัณฑิตา ทรัพย์กมล. “ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรภาคธุรกิจ : ศึกษาเฉพาะกรณีโรงงานอุตสาหกรรมเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาการบริหารและนโยบายสวัสดิการสังคม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.
- ประเวศ วะสี. การปกครองท้องถิ่นที่ประชาสังคมมีส่วนร่วม : ข้อเสนอต่อศูนย์ศึกษาและพัฒนาการปกครองท้องถิ่นและมูลนิธิส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น. กรุงเทพฯ : ม.ป.ท., 2541.
- พัชร นิวัฒน์เจริญชัยกุล. “การมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานบริษัทเทเลคอมเอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด(มหาชน) และบริษัทในเครือ.” วิทยานิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.
- ฟิลลิป คอตเลอร์ และ แนนซี ลี. บรรษัทภิบาล (ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร) ทำการกุศลเพื่อภาพลักษณ์องค์กรและตอบสนองประเด็นสังคม. แปลโดย หม่อมราชวงศ์ รมณียฉัตร แก้วกิริยา. กรุงเทพมหานคร : ยูนิเวอร์แซล พับลิชิ่ง, 2551.
- ภักขิภา เกิดโมลี. การศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบและกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท ไทยเพริคเนทฟู้ดส์ จำกัด(มหาชน). วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการภาครัฐและเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2552.
- มนัส สุวรรณ. การจัดการสิ่งแวดล้อม : หลักการและแนวคิด. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, 2549.
- ยุพาพร รูปงาม. การมีส่วนร่วมของข้าราชการสำนักงานประมาณในการปฏิรูประบบราชการ. ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2545.
- ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542. กรุงเทพมหานคร : ศิริวัฒนาอินเตอร์พริ้นท์, 2546.
- วันรักษ์ มิ่งมณีนากิน. (2531). การพัฒนาชนบทไทย. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สถานิตย์ บุญชู. การพัฒนาชุมชน: การมีส่วนร่วมของประชาชน. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2527.
- อकिन รพีพัฒน์. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาชนบทในสภาพสังคมและวัฒนธรรมไทย. กรุงเทพมหานคร: ศักดิ์โสภารพิมพ์, 2527.

แนวคำถามในการสัมภาษณ์

1. พนักงานได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม CSR อย่างไร
2. ในปัจจุบันองค์กรมีกลยุทธ์ในการทำ CSR เป็นอย่างไร มีอะไรบ้าง
3. ท่านมีแนวทางการทำCSR อย่างไรในอนาคตที่องค์กรคาดหวังจะใช้
4. ท่านคิดว่ากิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ขององค์กรที่โดดเด่นมีอะไรบ้าง เพราะอะไร
5. องค์กรมีแผนการทำกิจกรรมใหม่ๆ อย่างไรในการพัฒนาองค์กรเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม
6. ท่านคิดอย่างไรกับรูปแบบและปัจจัยที่มีผลต่อองค์กรในการทำกิจกรรมต่างๆที่รับผิดชอบต่อ เช่น การขาดทรัพยากร เงิน เวลา ผู้บริหารไม่สนับสนุน

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นางสาวสุนทรี ศรีพล
ที่อยู่	25/5 หมู่ 13 ตำบลพระแท่น อำเภอนาแก จังหวัดกาฬสินธุ์
ที่ทำงาน	องค์การบริหารส่วนจังหวัดกาฬสินธุ์
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2551	สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาบัญชีการเงิน คณะบัญชี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
พ.ศ. 2553	ศึกษาต่อระดับปริญญาบริหารมหาบัณฑิต สาขาการประกอบการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ.2551 – 2554	พนักงานสหกรณ์ออมทรัพย์การบินกรุงเทพ จำกัด บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด จังหวัดกรุงเทพมหานคร
พ.ศ.2555 – ปัจจุบัน	ผู้ช่วยเจ้าหน้าที่พัสดุ องค์การบริหารส่วนจังหวัดกาฬสินธุ์ จังหวัดกาฬสินธุ์