

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง “การศึกษาภาพลักษณ์ของบริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน) ในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเรื่องสิ่งแวดล้อม” โดยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) จากการศึกษาเอกสารและการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้นำชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานภายในชุมชน จำนวน 5 คน ในเขตพื้นที่ หมู่ 2 ต.ท่าตูม อ.ศรีมหาโพธิ จ.ปราจีนบุรี ที่ตั้งของโรงงานผลิตเยื่อและกระดาษ รวมทั้งโรงไฟฟ้า ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์และสินค้าของบริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน) และเป็นพื้นที่ที่อาจได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานของบริษัทฯ โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษานโยบายการดำเนินงานตามแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อม ของบริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของบริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน) ในส่วนความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมในความคิดเห็นของประชาชนซึ่งอาศัยอยู่ในชุมชน

ผลการวิจัยที่ได้จากการศึกษาเอกสารและการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานภายในชุมชน ผู้ศึกษาจะนำเสนอข้อมูลโดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 ส่วน ตามวัตถุประสงค์การศึกษา โดยในแต่ละส่วนจะมีประเด็นในการศึกษา ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. นโยบายการดำเนินงานตามแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อม ของบริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน)

จากการค้นคว้าเอกสารเพื่อศึกษาเกี่ยวกับนโยบายและแนวทางการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเรื่องสิ่งแวดล้อม พบว่าบริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน) จัดตั้งขึ้นเป็นบริษัทมหาชนจำกัดตามกฎหมายไทยและประกอบกิจการในประเทศไทย ตั้งอยู่ในเขตอุตสาหกรรม 304 อินดัสเตรียล ปาร์ค มีที่อยู่จดทะเบียนตั้งอยู่ เลขที่ 1 หมู่ 2 ต.ท่าตูม อ.ศรีมหาโพธิ จังหวัดปราจีนบุรี โดยธุรกิจหลักคือการผลิตเยื่อกระดาษและกระดาษพิมพ์เขียน โดยในปัจจุบันมีโรงงานผลิตกระดาษ 2 โรง กำลังการผลิตรวม 580,000 ตัน/ปี และมีกำลังผลิตเยื่อกระดาษ 1,400 ตันต่อวัน มีโรงงานผลิตเยื่อกระดาษใยสั้น จำนวน 2 โรง กำลังการผลิตรวม

580,000 ตัน/ปี จะผลิตเยื่อกระดาษใยสั้น ฟอกขาว จากไม้ยูคาลิปตัส เพื่อเป็นวัตถุดิบสำหรับ กระดาษพิมพ์เขียนของบริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน) และบริษัท ไฮ-เทค เปเปอร์ โดยมี บริษัท 99 กรุปเซ็นเตอร์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยอีกบริษัทหนึ่งเป็นตัวแทนจำหน่ายกระดาษ นอกจากนี้ยังมีการผลิตเพื่อการส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศด้วย

1.1 ลักษณะการประกอบธุรกิจ

จากการศึกษาพบว่าบริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน) มีผลิตภัณฑ์และบริการ 3 ชนิดได้แก่ กระดาษ เยื่อกระดาษ และ ไฟฟ้า ทั้งนี้สามารถสรุปผลการศึกษาลักษณะการประกอบธุรกิจได้ดังนี้

1.1.1 ผลิตภัณฑ์กระดาษ (Paper Product) ผลิตภัณฑ์หลักของบริษัทฯ คือ กระดาษสำหรับใช้ในงานพิมพ์และเขียน ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 2 ชนิดดังนี้

- กระดาษชนิดไม่เคลือบผิว หรือกระดาษปอนด์ (Uncoated Paper)
- กระดาษชนิดเคลือบผิว หรือกระดาษอาร์ต (Coated Paper)

1.1.2 เยื่อกระดาษฟอกขาวใยสั้นจากยูคาลิปตัส (Bleached Eucalyptus Kraft Pulp-BEKP) แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะดังนี้

- เยื่อน้ำ (Slurry Pulp)
- เยื่อแผ่นเปียก (Wet Lap Pulp)
- เยื่อแผ่นแห้ง (Dry Pulp)

1.1.3 ไฟฟ้า บริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน) มีโรงงานผลิตไฟฟ้าอยู่ 3 แห่ง เริ่มการผลิตตั้งแต่ เดือนเมษายน พ.ศ.2539 โดยโรงไฟฟ้า 2 แห่งแรกใช้เชื้อเพลิงชีวมวล และน้ำมันยางดำเป็นเชื้อเพลิงในการผลิตไฟฟ้า และโรงไฟฟ้าแห่งที่ 3 ใช้้ำมันยางดำเป็นเชื้อเพลิงในการผลิตไฟฟ้า

1.2 นโยบายในการประกอบธุรกิจด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเรื่องสิ่งแวดล้อมของบริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน)

เนื่องจากบริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ประกอบธุรกิจอุตสาหกรรมที่สามารถส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและคนในชุมชนใกล้เคียง ดังนั้น บริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน) จึงวางนโยบายการบริหารงานและแนวทางการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ดังนี้

1.2.1 นโยบายการบริหารงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม มีดังนี้

- การรักษาสภาพแวดล้อมให้ยั่งยืนและการพัฒนาเศรษฐกิจเป็นเรื่องที่ต้องประสานให้เกื้อกูลซึ่งกันและกันได้
- ตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อใส่ใจดูแลสภาพแวดล้อมทั้งภายในและบริเวณรอบ ๆ สถานที่ประกอบการของบริษัทฯ

ดำเนินการตามกระบวนการด้านสิ่งแวดล้อมในทุกขั้นตอนของการดำเนินงาน

1.2.2 แนวทางในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม มีดังนี้

- เลือกใช้กระบวนการ อุปกรณ์ และระบบการผลิตที่มีผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมน้อยที่สุด

- ใช้วัตถุดิบและพลังงานในกระบวนการผลิตเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

- ดูแลให้การผลิตและการดำเนินงานเป็นไปตามกฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อมของรัฐอย่างเคร่งครัด

- ส่งเสริมและสนับสนุนผู้จัดหาวัตถุดิบและบริการที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในการดำเนินงานตามมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม

- สนับสนุนหน่วยราชการด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างเต็มที่
- ดำเนินการป้องกันมลพิษทางสิ่งแวดล้อม โดยจัดโครงการสนับสนุนการปลูกจิตสำนึกทางด้านสิ่งแวดล้อมให้พนักงานและฝึกอบรมให้พนักงานมีความเข้าใจทั้งในเรื่องผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นได้ในกระบวนการผลิต และจัดหามาตรการต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ลดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมให้เหลือน้อยที่สุด

- ปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง โดยการติดตามตรวจสอบผลกระทบสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินงานและเพิ่มประสิทธิภาพ โดยการกำหนดและตรวจสอบการดำเนินงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายทางสิ่งแวดล้อมตลอดเวลา

- แจ้งสมาชิกชุมชน ผู้แทนของหน่วยงานต่าง ๆ รวมถึงลูกค้าให้ทราบถึงมาตรการดำเนินงานและแผนการด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทฯ

- จัดทำและเผยแพร่กิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมประจำปี

1.3 ลักษณะของกระบวนการผลิตที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อม

จากนโยบายการบริหารงานและแนวทางการดำเนินงานของบริษัทฯ ส่งผลให้ลักษณะของกระบวนการผลิตสินค้าต่าง ๆ โดยผ่านขั้นตอนที่มีการใช้วัตถุดิบรวมทั้งเทคโนโลยีที่จะสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด ดังนี้

1.3.1 วัตถุดิบจากไม้ปลูกของเกษตรกร ไม่ใช่ไม้จากป่าธรรมชาติ โดยใช้ไม้ยูคาลิปตัส ที่ผ่านการวิจัยและพัฒนาพันธุ์เพื่อให้มีคุณภาพและให้เกษตรกรนำไปปลูก เพื่อนำมาทำเป็นวัตถุดิบในการผลิต โดยไม่ต้องใช้ไม้จากป่าธรรมชาติและยังสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรด้วย

1.3.2 กระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (State-of-the-art-technology) บริษัทฯ ได้วางแผนการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมควบคู่กับการเลือกสรรเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีความปลอดภัย และมีประสิทธิภาพสูงสุด ดังนี้

ตารางที่ 5.1

แสดงกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (State-of-the-art-technology)

กระบวนการผลิต	คุณสมบัติ
ระบบปกเปลือกไม้แบบแห้ง	ไม่ต้องแช่ไม้ในน้ำ ทำให้ไม่มีน้ำเสียจากกระบวนการนี้
หม้อต้มเยื่อที่มีคุณภาพสูง	สามารถดึงลิกนิน (น้ำมันยางดำ) ออกจากเยื่อไม้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้การใช้สารเคมีน้อยลง
การนำสารเคมีกลับมาใช้ใหม่	สารละลายลิกนินจากการต้มเยื่อที่ผ่านการเผาไหม้ในกระบวนการผลิตไฟฟ้าแล้ว จะได้สารละลายหลอมเหลวนำมาทำปฏิกิริยากับน้ำปูนขาวทำให้ได้น้ำยาต้มเยื่อกลับมาใช้ในการต้มเยื่อครั้งต่อไปได้
หินปูนสังเคราะห์	ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่เกิดขึ้นจากการเผาไหม้ในการผลิตไฟฟ้า จะถูกนำมาผลิตเป็นหินปูนสังเคราะห์ (PCC) เพื่อใช้ในการผลิตกระดาษ เพื่อเพิ่มคุณภาพให้กระดาษมีความทึบแสงและขาวขึ้น นับเป็นการลดภาวะปฏิกิริยาเรือนกระจกในชั้นบรรยากาศ

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

กระบวนการผลิต	คุณสมบัติ
ระบบฟอกเยื่อ ECF	ใช้ระบบฟอกเยื่อแบบ Elemental Chlorine Free ไม่ใช้ก๊าซคลอรีนในการฟอกเยื่อ ทำให้ไม่เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
ใช้น้ำน้อย	การฟอกเยื่อของบริษัท เป็นกระบวนการใช้น้ำอย่างคุ้มค่า สามารถหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ ทำให้การผลิตใช้น้ำน้อยในการฟอกเยื่อเพียง 6-7 ลบ.ม. ต่อดันเยื่อ
การดั่งสารละลายลิกนินออกจากริ	โดยการใช้ออกซิเจน ทำให้สารเคมีในการฟอกเยื่อลดลง ทำให้ไม่เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

1.3.3 การใช้ทรัพยากรน้ำ ทั้งนี้ น้ำที่ใช้ในการผลิตมาจากอ่างเก็บน้ำที่ขุดขึ้นเอง เพื่อกักเก็บน้ำหลาก น้ำล้นในช่วงฤดูฝน ความจุรวม 30 ล้านลบ.ม. ทำให้ไม่รบกวนแหล่งน้ำของชุมชน น้ำที่ใช้แล้วจากทุกขั้นตอนการผลิตจะไหลเข้าสู่ระบบบำบัดน้ำทิ้งเพื่อบำบัดด้วยระบบตะกอนเร่ง “Activated Sludge” ที่มีคุณภาพสูงตามมาตรฐานสากล โดยน้ำที่ผ่านการบำบัด และ มีคุณภาพมาตรฐานอุตสาหกรรมแล้ว จะนำหมุนเวียนกลับไปรดต้นไม้ในแปลงปลูกของบริษัท ซึ่งทำให้ต้นไม้เจริญเติบโตขึ้นถึง 2 เท่า นอกจากนี้สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ในระบบ Cooling Tower ของโรงไฟฟ้า

1.3.4 สร้างพลังงานหมุนเวียน มีการสร้างพลังงานหมุนเวียนจากวัสดุเหลือใช้จากการผลิตอีก โดยจะถูกนำมาเป็นเชื้อเพลิงผลิตกระแสไฟฟ้า เพื่อใช้ในกลุ่มโรงงานและเหลือจำหน่ายให้กับการไฟฟ้าการผลิตแห่งประเทศไทย โดยสามารถผลิตไฟฟ้าได้ 100 เมกะวัตต์ เท่ากับเป็นการประหยัดน้ำมันดีเซลในการผลิตไฟฟ้าได้ 200 ล้านลิตรต่อปี

1.3.5 การจัดการกากของเสีย กากของเสียต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากกระบวนการผลิต จะถูกนำไปแยกจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ โดยกากของเสียที่จะนำไปเข้าระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่

ตารางที่ 5.2
แสดงการจัดการกากของเสีย

ของเสียที่เกิดขึ้น	วิธีการจัดการ
ซีเมนต์ดำ (PB AHS)	จะนำไปใช้ในการปรับปรุงดิน (Soil Condition) ในแปลงไม้ปลูกของกลุ่มบริษัท
ซีเมนต์ขาว (RB AHS) / โคลนปูน (Lime Mud) / กากปูนขาว (Dreg & Grit)	จะถูกส่งไปฝังในหลุมฝังกลบที่ได้มาตรฐานการจัดการแบบ Secured Landfill นอกจากนี้ยังมีการติดตามตรวจสอบจากเจ้าหน้าที่สิ่งแวดล้อมเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง
ตาไม้ที่ต้มไม่สุก (Reject)	ถูกส่งไปใช้ในกระบวนการไฟเบอร์บอร์ด
กากตะกอนจุลินทรีย์ (Sludge)	ถูกส่งไปกำจัดเป็นเชื้อเพลิงในโรงไฟฟ้า
กากของเสียที่เป็นวัตถุอันตราย	จะถูกนำไปกำจัดที่ บริษัท เจนโก้ ซึ่งเป็นบริษัทที่รับกำจัดกากของเสีย

1.3.6 การจัดการเพื่อควบคุมคุณภาพด้านอากาศ ในกระบวนการผลิตจะมีของเสียเกิดขึ้นหลายประเภท ของเสียด้านอากาศเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่จะเกิดขึ้น จึงจำเป็นต้องมีการจัดการเพื่อควบคุมคุณภาพด้านอากาศภายในชุมชน

ตารางที่ 5.3
แสดงการจัดการเพื่อควบคุมคุณภาพด้านอากาศ

ของเสียที่เกิดขึ้น	วิธีการจัดการ
ฝุ่น	- ติดตั้งระบบบำบัดฝุ่นแบบไฟฟ้าสถิต (Electro Static Precipitator /ESP) โดยมีหลักการทำงาน คือ ใช้กระแสไฟฟ้าในการดักจับอนุภาคฝุ่น เมื่อดักจับอนุภาคฝุ่นได้ในปริมาณมากพอแล้วจะมีค้อนเคาะ เพื่อให้ฝุ่นที่ติดที่แผ่นเก็บหล่นไปสู่ถังพัก - ฝุ่นที่ได้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในแปลงสวนไม้ยูคาลิปตัส

ตารางที่ 5.3 (ต่อ)

ของเสียที่เกิดขึ้น	วิธีการจัดการ
กลิ่น	- เกิดจากกระบวนการผลิตเยื่อ จัดการโดยนำก๊าซที่มีกลิ่นเข้าเผาในเตาเผาหลักหรือเตาเผาล้างรอง ในกรณีที่เตาเผาหลักไม่สามารถทำงานได้ - มีการปรับปรุงและพัฒนาประสิทธิภาพการจัดการกลิ่นเหม็นเพิ่มขึ้นโดยใช้เทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพ - จัดโครงการการติดตั้ง Back up scrubber เพื่อใช้ในกรณีฉุกเฉิน คือไม่สามารถทำการกำจัดก๊าซที่มีกลิ่นได้ทั้งที่เตาเผาปูนและ Torch ก๊าซ จะถูกนำไปกำจัดที่ Back up scrubber - มีการปรับปรุงและพัฒนาหน่วยทำระเหย (Evaporation) ให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น เพื่อให้มีการจับดิ่งกลิ่นกลับมาเผาให้หมดจดยิ่งขึ้น - โครงการนำก๊าซมีกลิ่นจาก SD Tank และ Mixing Tank gas เผากำจัดใน Recovery Boiler - โครงการนำ Dissolving Gas กลับเข้าไปเผาใน Recovery Boiler - โครงการ Back up Alkaline scrubber - โครงการปรับปรุงระบบ Preheated เพื่อไม่ให้เกิดการระบายก๊าซในระหว่างการทำความสะดวก Preheated - โครงการลดกลิ่นด้วยวาล์วอัตโนมัติ ซึ่งเป็นอุปกรณ์เสริมที่ช่วยในการดักจับกลิ่นในทันที หากเกิดไฟดับหรือพัดลมไม่ดูดก๊าซ

จากการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทฯ ทำให้สามารถได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 14001 เป็นรายแรกของอุตสาหกรรมเยื่อกระดาษและกระดาษในเอเชียอาคเนย์ และได้รับรางวัลระดับจังหวัดด้านการจัดการและดูแลสภาพแวดล้อมในการทำงาน ปี 2546

1.4 โครงการและกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสิ่งแวดล้อม

บริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน) ได้สร้างสรรค์กิจกรรมด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยมีการจัดโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ ดังนี้

- โครงการอนุรักษ์พันธุ์ปลา
- โครงการรณรงค์ใช้กระดาษสองหน้าร่วมกับส่วนราชการใน จ.ปราจีนบุรี
- โครงการรักษ้ำแม่น้ำปราจีนบุรี
- โครงการเพิ่มศักยภาพในการรักษาสิ่งแวดล้อม
- กิจกรรมร่วมอนุรักษ์ช้างไทย
- โครงการบ้าน โรงงาน ประสานใจ ห่วงใยสิ่งแวดล้อม
- โครงการสนับสนุนกากตะกอนจากระบบบำบัดและชี้เ้าจากโรงไฟฟ้าชีวมวล

นำไปใช้บำรุงรักษาต้นไม้และพืชผล

- สนับสนุนกิจกรรมโครงการ “TBCSD AWARD” เพื่อกระตุ้นให้ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ดำเนินธุรกิจควบคู่กับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

2. ภาพลักษณ์ของบริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน) ในส่วนความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมในความคิดเห็นของประชาชนซึ่งอาศัยอยู่ในชุมชน

การศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของบริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเรื่องสิ่งแวดล้อมในความคิดเห็นของประชาชนซึ่งอาศัยอยู่ในชุมชน ได้ทำการศึกษาโดยการสัมภาษณ์และมีแนวคำถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล จึงทำการสรุปตามแนวคำถามเพื่อตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ของการศึกษาได้ ดังนี้

2.1 ประเภทข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากบริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน)

ผู้นำชุมชนทั้ง 5 คน ได้รับข้อมูลข่าวสารจากทางบริษัทที่เหมือนกัน โดยเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลภายในองค์กร คือ ข่าวการรับสมัครงานของบริษัท รวมทั้งกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทางบริษัทดำเนินการอยู่ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับชุมชน ทั้งนี้ยังมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมืองที่เกิดขึ้นในปัจจุบันด้วย

2.2 ปริมาณการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมเรื่องสิ่งแวดล้อมของบริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน)

จากการศึกษาพบว่า ผู้นำชุมชนทั้ง 5 คนมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันในเรื่องของปริมาณการนำเสนอ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมเรื่องสิ่งแวดล้อมของบริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน) โดยเห็นตรงกันว่า จะมีการเผยแพร่ข่าวสารด้านความ

รับผิดชอบต่อสังคมเรื่องสิ่งแวดล้อม เมื่อทางบริษัทมีการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับชุมชน เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้คนในชุมชนได้รับรู้

2.3 สื่อที่ใช้ในการรับรู้ข่าวสารของบริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน)

ผู้นำชุมชนทั้ง 5 คน รับรู้ข้อมูลข่าวสารของทางบริษัทฯ ผ่านสื่อต่าง ๆ ดังนี้

2.3.1 สื่อมวลชน ประกอบด้วย

- สื่อสิ่งพิมพ์ คือ เอกสารราชการ ใบปลิว ป้ายโฆษณา เพื่อแจ้งข่าวสารและการดำเนินกิจกรรมของบริษัทฯ ล่วงหน้ากับทางส่วนราชการ และสามารถเผยแพร่ไปสู่ชาวบ้านผ่านทางผู้นำชุมชนได้

- สื่อวิทยุกระจายเสียง คือ หอกระจายข่าวเสียงตามสายของหมู่บ้าน ซึ่งถือว่าเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงชาวบ้านได้เป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นกิจกรรมในโครงการ aA สื่อสร้างสรรค์ชุมชนขึ้น ซึ่งใช้ช่องทางนี้ในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ไปสู่ชุมชน

2.3.2 สื่อบุคคล คือ พนักงานฝ่ายประชาสัมพันธ์ของบริษัทฯ ถือเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงชาวบ้านได้อย่างใกล้ชิดและสามารถสร้างความคุ้นเคย สนับสนุนจนทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบริษัทฯ กับชาวบ้าน เป็นที่น่าไว้วางใจและทำให้ชาวบ้านเกิดการยอมรับได้ดี โดยสื่อที่สามารถเข้าถึงผู้นำชุมชนทั้ง 5 คน คือ สื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่อบุคคล

2.4 โครงการหรือการดำเนินงานของบริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในสิ่งแวดล้อม

โครงการและการดำเนินงานเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมที่ผู้นำชุมชนรู้จักเป็นอย่างดี คือ

2.4.1 โครงการ aA เปิดบ้าน เป็นโครงการที่เปิดโอกาสให้ผู้สนใจเข้าเยี่ยมชมกระบวนการผลิตเอือกระดาศและกระดาศด้วยเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย เพื่อให้เห็นถึงการจัดการดูแลสิ่งแวดล้อมและการทำงานของพนักงานภายในโรงงาน

2.4.2 มีการดำเนินงานปรับปรุงกระบวนการผลิตเพื่อไม่ให้ทำลายสิ่งแวดล้อมเพื่อแก้ไขปัญหาที่เคยเกิดขึ้นในชุมชน

2.4.3 การเป็นสมาชิกไตรภาคีด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐ กลุ่มผู้ประกอบการ และชุมชน จัดตั้งขึ้นเพื่อคอยควบคุมดูแลไม่ให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมในชุมชน

2.4.4 การจัดกิจกรรมตามสถานศึกษา เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการผลิตกระดาศที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมแก่นักเรียนในชุมชนด้วย

ทั้งนี้โครงการที่ผู้นำชุมชนทั้ง 5 คนรู้จักมากที่สุด คือ โครงการ aA เปิดบ้าน การร่วมเป็นสมาชิกไตรภาคีด้านสิ่งแวดล้อมและการดำเนินงานปรับปรุงกระบวนการผลิตไม่ให้เกิดสิ่งแวดลอม

2.5 ภาพลักษณ์ของบริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน) ในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในเรื่องสิ่งแวดล้อม

ผู้นำชุมชนมีภาพลักษณ์ต่อบริษัทในประเด็นต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

2.5.1 เป็นบริษัทฯ ที่ปฏิบัติงานโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมเนื่องจากได้มีการรับทราบการดำเนินงานจากการประชาสัมพันธ์ของบริษัทฯ เกี่ยวกับความห่วงใยในสิ่งแวดล้อมของชุมชน โดยมีการควบคุมกระบวนการผลิตให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

2.5.2 การมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีและเป็นกันเอง จากการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายประชาสัมพันธ์ที่จะลงพื้นที่เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชาวบ้าน และทางบริษัทจะให้ความร่วมมือในการเข้าร่วมกิจกรรมที่ชุมชนจัดขึ้น เป็นงานประจำปี รวมไปถึงการเข้าร่วมกับชาวบ้านที่จัดงานเลี้ยงเนื่องในโอกาสต่าง ๆ เช่น งานศพ งานบวช งานแต่งงาน เป็นต้น ทำให้เกิดความเป็นกันเอง รวมทั้งเมื่อมีปัญหา พนักงานของบริษัทฯ ก็เข้ามาร่วมเจรจาด้วยตนเอง ไม่ผ่านทางผู้นำชุมชนเพียงอย่างเดียวทำให้ชาวบ้านเกิดความพอใจ

2.5.3 มีความรับผิดชอบต่อในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น และยังมีการชดเชยค่าเสียหายให้กับผู้ที่เดือดร้อนได้อย่างเป็นธรรมจนเป็นที่น่าพอใจ

2.5.4 เป็นบริษัทฯ ที่มีความน่าเชื่อถือและได้รับความไว้วางใจ เป็นที่ยอมรับจากคนในชุมชน เมื่อจัดกิจกรรมใดก็มักได้รับความร่วมมือจากชาวบ้านเป็นอย่างดี

2.5.5 รับฟังปัญหาและให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน มีความใส่ใจในปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานบริษัท ยินดีรับฟังปัญหารวมทั้งความคิดเห็นและความต้องการของชาวบ้าน

2.5.6 มีมาตรการในการป้องกันและแก้ไขปัญหาอย่างจริงจัง

2.5.7 ช่วยสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน เนื่องจากมีการจ้างงานคนในชุมชน โดยผู้นำชุมชนทั้ง 5 คนมีความคิดเห็นตรงกันเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของบริษัทฯ ในเรื่องการมีความรับผิดชอบต่อในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น และยังมีการชดเชยค่าเสียหายให้กับผู้ที่เดือดร้อนได้อย่างเป็นธรรมจนเป็นที่น่าพอใจ

2.6 ข้อเสนอแนะเพื่อการแก้ไขปรับปรุงภาพลักษณ์ของบริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน)ให้ดียิ่งขึ้น

ผู้นำชุมชนมีความคิดเห็นด้านข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

2.6.1 ด้านการดำเนินงานของบริษัท คือ

- ควรแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว
- อาจมีลดขั้นตอนการทำงานบางอย่างที่ไม่จำเป็นเพื่อไม่ให้ล่าช้า
- ในกรณีที่เคยมีปัญหาร้องเรียนเกิดขึ้นแล้วควรมีมาตรการป้องกัน

ปัญหาไม่ให้เกิดขึ้นซ้ำอีก

- ดูแลและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- หาทางป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้นดีกว่าการแก้ไข

2.6.2 ด้านการสื่อสารระหว่างเจ้าหน้าที่ของบริษัทกับชาวบ้าน

พบว่าในบางครั้งเจ้าหน้าที่ที่มีการดำเนินงานโดยไม่ได้ชี้แจง ทำความเข้าใจกับชาวบ้านในพื้นที่อย่างชัดเจน แต่จะใช้หลักฐาน เอกสารทางราชการโดยไม่ได้สำรวจพื้นที่จริง ทำให้อาจเกิดความเสียหายกับชาวบ้าน ซึ่งหากมีการทำความเข้าใจกันก่อน ก็จะเป็นประโยชน์ทั้งกับชาวบ้านที่ไม่ต้องเดือดร้อนและบริษัทฯ เองก็จะต้องเสียเวลาและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานลดลง

การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีถือเป็นสิ่งจำเป็นที่ทุก ๆ องค์กรให้ความสำคัญ เนื่องจากภาพลักษณ์นั้นสามารถส่งผลกระทบต่อชื่อเสียง ความน่าเชื่อถือ และความไว้วางใจจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับธุรกิจ ได้แก่ ลูกค้า ผู้ถือหุ้น พนักงาน และชุมชน ซึ่งมีส่วนสำคัญในการทำให้ธุรกิจดำเนินต่อไปได้ สิ่งหนึ่งที่องค์กรในปัจจุบันให้ความสำคัญมากขึ้นและนำมาเป็นเครื่องมือในการสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กร คือ การดำเนินงานตามแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งไม่ว่าองค์กรจะมีขนาดเล็กหรือใหญ่ก็สามารถทำได้ และควรทำควบคู่ไปกับการแสวงหาผลกำไรให้กับองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนชุมชน เพราะหากมีความสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรและชุมชนได้ ก็จะทำให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างราบรื่น ซึ่งผู้ที่ดำเนินธุรกิจจำเป็นต้องสร้างภาพลักษณ์และความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นกับชุมชน

อภิปรายผลการวิจัย

การดำเนินงานตามแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมในเรื่องสิ่งแวดล้อมของบริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน) เป็นผลมาจากการวางนโยบายในการบริหารงานของบริษัทฯ เนื่องจากเป็นองค์กรที่ประกอบธุรกิจอุตสาหกรรม ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อมภายในชุมชนที่โรงงานตั้งอยู่ เพราะกระบวนการผลิต ผลิตภัณฑ์ของบริษัท ฯ ทั้งใน

ส่วนของเยื่อกระดาษ กระดาษ และโรงไฟฟ้า ที่อาจมีของเสียเกิดขึ้นจนส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และจากงานวิจัยของ จิรภัทร์ จันทรเรืองพิญ เรื่อง “การดำเนินงานกิจกรรมสาธารณะของ บ.เทเลคอมเอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)” พบว่าองค์กรที่ดูเหมือนว่าจะมีความเกี่ยวข้องกับทรัพยากรของชาติที่มีอยู่อย่างจำกัด เช่น ทรัพยากรป่าไม้ ทรัพยากรน้ำ คลื่นความถี่ เป็นต้น จะทำให้ภาพลักษณ์ขององค์กรถูกมองว่ามาแสวงหาผลประโยชน์จากทรัพยากรของชาติ ซึ่งอุตสาหกรรมกระดาษ ก็นับว่าเป็นองค์กรที่ต้องเกี่ยวข้องกับการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ทำให้มีความจำเป็นต้องดำเนินงานตามแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร และในฐานะที่เป็นบริษัทที่มีชื่อจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ จึงต้องสร้างชื่อเสียงที่ดีทำให้เกิดความเชื่อถือและไว้วางใจจากผู้ลงทุน เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างราบรื่น

จากการศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนนโยบายการบริหารงานและแนวทางในการดำเนินงานผลิตของบริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน) พบว่า มาจากลักษณะการประกอบธุรกิจ ที่ทำให้จำเป็นต้องมีการวางแผนนโยบายการบริหารงานในลักษณะที่เป็นการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการใส่ใจสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้แนวทางในการดำเนินธุรกิจ เป็นไปในลักษณะเช่นเดียวกัน คือ มีการเลือกใช้วัตถุดิบ และเทคโนโลยีที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและมีประสิทธิภาพสูงสุด โดยตั้งอยู่บนมาตรฐานและข้อกำหนดของรัฐ ควบคู่ไปกับการเอาใจใส่ต่อสิ่งแวดล้อมทั้งภายนอกและภายในองค์กร โดยมีการปรับปรุงตรวจสอบพร้อมทั้งสื่อสารไปยังบุคคลทั้งในและนอกชุมชนเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ถึงการปฏิบัติงานให้กับบุคคลที่เกี่ยวข้องได้รับทราบ ซึ่งในความคิดเห็นของผู้ศึกษานั้นเห็นว่า การวางแผนนโยบายการบริหารนั้นมีการคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ ควรเพิ่มเติม ในส่วนของการวางแผนนโยบายในการดำเนินงานเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากกระบวนการผลิต โดยใช้มาตรการในการควบคุมการผลิตอย่างจริงจังและเข้มงวด จะเป็นผลให้ลักษณะของกระบวนการผลิตมีการใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ ที่เหมาะสม ทั้งเพื่อควบคุมคุณภาพของการผลิตและเป็นการป้องกันปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมไม่ให้เกิดขึ้นในอนาคตได้อีกทางหนึ่ง และจากการวางแผนนโยบายการดำเนินงานในลักษณะนี้ ถือว่าเป็นการดำเนินงานตามแนวคิดการตลาดเพื่อสังคม ที่ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ได้กล่าวว่า แนวคิดการตลาดเพื่อสังคม เป็นแนวความคิดที่ยึดหลักว่า งานขององค์กรคือ การพิจารณาความจำเป็น ความต้องการ และความสนใจของตลาดเป้าหมาย การสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพและ

ประสิทธิผลเหนือคู่แข่งขึ้น โดยยังคงรักษาการอยู่ดีกินดีของผู้บริโภคและสังคม¹ แนวความคิดนี้ประกอบด้วยตลาดที่ต้องรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้จะต้องมุ่งความสำคัญที่ความต้องการและความสนใจของตลาดเป้าหมายหรือผู้บริโภคแล้วยังต้องรักษาหรืออนุรักษ์การกินดีอยู่ดีของผู้บริโภค สังคม และภาระความรับผิดชอบต่อสังคมในการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม เพิ่มเติมนอกเหนือจากการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคอย่างเดียว

ลักษณะของกระบวนการผลิตที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมมีความสอดคล้องกับนโยบายและแนวทางในการดำเนินงาน โดยในกระบวนการผลิตมีการใช้วัตถุดิบและเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพเพื่อควบคุมให้เกิดผลกระทบกับสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด รวมทั้งยังใช้วัตถุดิบที่ไม่ทำลายทรัพยากรที่มีอยู่ในธรรมชาติ ได้แก่ การใช้ไม้ยูคาลิปตัสเป็นวัตถุดิบในการผลิตซึ่งได้จากการปลูกของเกษตรกรไม่ใช่จากป่าธรรมชาติ จึงไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติและยังสามารถสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรได้อีกทางหนึ่งด้วย ในส่วนของกระบวนการผลิตก็ผ่านขั้นตอนต่าง ๆ ที่สามารถนำวัตถุดิบไปใช้ในกระบวนการผลิต ผลิตภัณฑ์ได้อย่างคุ้มค่า ของเสียหรือส่วนที่ไม่สามารถเป็นวัตถุดิบได้ก็จะถูกนำมาใช้เป็นเชื้อเพลิงหรือแปรสภาพให้เป็นสิ่งที่มีประโยชน์ในกระบวนการผลิตสินค้าประเภทอื่น เช่น หินปูนสังเคราะห์ ซึ่งเป็นก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่เกิดขึ้นจากการเผาไหม้ในการผลิตไฟฟ้า จะถูกนำมาผลิตเป็นหินปูนสังเคราะห์ (PCC) เพื่อใช้ในการผลิตกระดาษ เพื่อเพิ่มคุณภาพให้กระดาษมีความทึบแสงและขาวขึ้น นับเป็นการลดภาวะปฏิกิริยาเรือนกระจกในชั้นบรรยากาศ กากตะกอนจุลินทรีย์ (Sludge) ถูกส่งไปกำจัดเป็นเชื้อเพลิงในโรงไฟฟ้า นับได้ว่าเป็นการสร้างพลังงานหมุนเวียนให้เกิดขึ้น และช่วยลดต้นทุนการผลิตในการหาวัตถุดิบไปใช้ในกระบวนการผลิตได้เป็นอย่างดี ถือได้ว่าเป็นการใช้ทรัพยากรที่คุ้มค่าและยังมีผลทางด้านต้นทุนที่ต่ำลง ยอดขายและกำไรเพิ่มขึ้น ซึ่งถือว่าเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมที่มีประสิทธิภาพ ตามแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ที่กล่าวว่า การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมจึงต้องเริ่มต้นที่การวิเคราะห์ปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดกับผู้บริโภค การค้นหาถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภคที่คำนึงถึงผลิตภัณฑ์ที่สามารถอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม รวมทั้งค้นหาหรือวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดจากปัญหาสิ่งแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตและสวัสดิภาพของสังคม แล้วทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการนั้น

โครงการและกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสิ่งแวดล้อมของ บริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน) จัดขึ้นเพื่อเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร ให้เกิดขึ้นในสายตาของชุมชน

¹ศิริวรรณ เสรีรัตน์, การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม, (กรุงเทพมหานคร: พัฒนาศึกษา, 2538),

และบุคคลทั่วไป โดยมีการจัดกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของคนในชุมชน โดยถือว่าชุมชนก็เป็นกลุ่มเป้าหมายหนึ่งที่จะต้องมีการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้น ในฐานะที่องค์กรเป็นสมาชิกหนึ่งของชุมชน ซึ่งตามแนวคิดการสร้างภาพลักษณ์ของ สุทธิลักษณ์ หวังสันติธรรม ที่กล่าวถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมายกับการสร้างภาพลักษณ์ โดยกล่าวถึงชุมชนว่า ชุมชน ต้องการความรับผิดชอบต่อ องค์กรมีต่อชุมชนรอบข้าง ทั้งทางด้านสังคม สิ่งแวดล้อม โดยองค์กรที่มีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของชุมชนนั้นมัก เป็นองค์กรที่ให้การสนับสนุนกิจกรรมทางสังคม ห่วงใยสิ่งแวดล้อม มีส่วนร่วมกับพนักงาน ซึ่งส่วนใหญ่มักอาศัยอยู่ในชุมชนโดยรอบองค์กร นอกจากนี้ชุมชนยังเป็นกลุ่มบุคคลที่มีความสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์องค์กร เนื่องจากชุมชนในปัจจุบันเป็นชุมชนที่มีความตื่นตัว (Active Communities) ไม่ใช่ชุมชนที่นิ่งเฉย (Passive Communities) หรือชุมชนที่ไม่มีการต่อต้านกับการดำเนินงานของธุรกิจ จึงมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจใด ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมและความเป็นอยู่ของ ดังนั้น องค์กรจึงต้องสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนและคนในชุมชน จะเห็นว่าการจัดขึ้น อาทิ โครงการอนุรักษ์พันธุ์ปลา โครงการรักษแม่น้ำปราจีนบุรี โครงการเพิ่มศักยภาพในการรักษาสีน้ำจืด โครงการบ้าน โรงงาน ประสานใจ ห่วงใยสิ่งแวดล้อม เป็นโครงการที่เกี่ยวข้องกับปัญหาด้านทรัพยากรน้ำ ซึ่งจากการศึกษาโดยการสัมภาษณ์ผู้นำในชุมชน พบว่า ปัญหาที่ชาวบ้านได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานของบริษัท ฯ คือปัญหาน้ำเสีย ทำให้มีผลต่อสัตว์น้ำที่อาศัยอยู่ในแหล่งน้ำสาธารณะต่างๆ รวมทั้งชาวบ้านก็ไม่สามารถใช้ประโยชน์จากแหล่งน้ำเหล่านั้นได้ ทำให้เกิดความเดือดร้อน จึงสอดคล้องกับการดำเนินโครงการต่าง ๆ ภายในชุมชนที่จะเกี่ยวข้องกับการร่วมอนุรักษ์และรักษาความสมบูรณ์ของแหล่งน้ำสาธารณะต่าง ๆ ไว้ ซึ่งถือได้ว่าเป็นการตอบสนองความต้องการของคนในชุมชนได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดงานชุมชนสัมพันธ์ในเรื่อง หลักการดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์ ที่ต้องศึกษาความต้องการของชุมชน โดยทำการสำรวจสภาพปัญหาที่เกิดขึ้น แล้วจัดทำโครงการประชาสัมพันธ์กับชุมชน เพื่อแสดงความเอาใจใส่ต่อชุมชน ซึ่งจะเป็นการสร้างความรู้สึกที่ดีให้เกิดขึ้นและแสดงความรับผิดชอบต่อองค์กร โดยโครงการที่จัดขึ้นต้องสอดคล้องกับความต้องการของชุมชน

การศึกษาถึงภาพลักษณ์ของ บริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน) ในส่วนความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมในความคิดเห็นของชุมชน โดยศึกษาถึงรูปแบบการติดต่อสื่อสารระหว่างบริษัท ฯ และชุมชน พบว่าข้อมูลข่าวสารที่ชุมชนได้รับจะมีทั้งข้อมูลภายในองค์กร เช่น ข่าวการรับสมัครงาน กิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้น และข้อมูลภายนอกองค์กร ได้แก่ ข่าวสารบ้านเมือง โดยไม่มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเรื่องสิ่งแวดล้อมอย่างชัดเจน เนื่องจากขึ้นอยู่กับกิจกรรมที่บริษัท ฯ ได้จัดขึ้น หากมีการจัดกิจกรรมที่

เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ต่อสังคมที่มีต่อชุมชนก็จะแจ้งให้ทราบ ทั้งนี้อาจวิเคราะห์ได้ว่า เนื่องจากข่าวสารเรื่องความสัมพันธ์ต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมอาจไม่ได้มีความสำคัญกับชีวิต และความเป็นอยู่กับชุมชนอย่างเป็นรูปธรรมในแง่ของรายได้ เมื่อเปรียบเทียบกับข่าวสารด้านการรับสมัครงาน ซึ่งเป็นเรื่องที่ใกล้ตัวเพราะเกี่ยวข้องกับอนาคตหรือรายได้ของลูกหลาน ชาวบ้านจึงให้ความสนใจและรับรู้รวมทั้งจดจำได้มากกว่า ประกอบกับแนวคิดของจินตนา บุญบงการ ที่กล่าวถึงระดับของความสัมพันธ์ที่ผู้บริหารควรมี ที่ได้แบ่งไว้เป็น 4 ระดับ และกล่าวถึงความรับผิดชอบต่อจริยธรรม ว่าเป็นการกระทำที่ไม่มีกฎหมายบังคับ แต่เลือกทำเพราะเห็นว่าเป็น ความรับผิดชอบต่อจริยธรรม ซึ่งความสัมพันธ์ต่อสังคมถือเป็นเรื่องการบริหารงานอย่างมี คุณธรรม ที่ไม่ได้มีข้อกำหนดบังคับ การจะกระทำหรือไม่ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้บริหาร ดังนั้น การประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวด้านความสัมพันธ์ต่อสังคมจึงไม่ได้เป็นข้อบังคับที่จะต้องกระทำ อย่างสม่ำเสมอ แต่ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและกิจกรรมที่จัดขึ้นเป็นหลัก

สื่อที่ใช้ในการรับรู้ข่าวสารของบริษัท มีทั้งสื่อมวลชนและสื่อบุคคล โดยสื่อที่สามารถ เข้าถึงชุมชนได้ดีคือ สื่อบุคคลและการใช้หอกระจายข่าวของชุมชน จะเห็นได้ว่าสื่อทั้ง 2 ชนิดมี คุณสมบัติเฉพาะตัวที่แตกต่างกันออกไป โดยสื่อบุคคลนั้น คือ พนักงานของบริษัท จะลงพื้นที่เพื่อ พบปะพูดคุยกับชาวบ้าน หรือทำการประชุมย่อย ๆ ในเรื่องที่ต้องการประชาสัมพันธ์ ทำให้เกิดการ สื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารกลุ่มเล็ก² โดยส่วนใหญ่เป็นการสื่อสารกันแบบเผชิญหน้า หรืออาจมีสื่อเป็นตัวกันก็ได้ แต่จะเกิดขึ้นในการสื่อสารระหว่างคนสองคน โดยการสื่อสารวิธีนี้จะ ทำให้สามารถเห็นปฏิกิริยาตอบกลับของแต่ละฝ่ายได้ ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการได้ อย่างเหมาะสม รวมทั้งรูปแบบการสื่อสารที่มีความเป็นส่วนตัวจึงสามารถพูดคุยได้ในเรื่องราวที่ ต้องการให้รับรู้ในคนจำนวนน้อย รวมทั้งยังเป็นรูปแบบการสื่อสารที่ทำให้ผู้รับและผู้ส่งสารมีความ สนับสนุนและสร้างสัมพันธ์ที่ดีต่อกันได้มากขึ้น เนื่องจากมีความใกล้ชิดกันในแต่ละระยะทางการ สื่อสาร ในส่วนคุณสมบัติของหอกระจายข่าวหรือวิทยุกระจายเสียง³ ถือได้ว่าเป็นสื่อที่มีอิทธิพล ต่อประชาชนเป็นอย่างมาก เนื่องจากสามารถเข้าถึงผู้รับได้อย่างกว้างขวาง รวมทั้งมีราคาถูกไม่มี ข้อจำกัดด้านการศึกษาของผู้ฟัง ทำให้ชาวบ้านในชุมชนสามารถรับฟังได้โดยที่ยังสามารถทำ กิจกรรมอื่น ๆ ไปด้วย ซึ่งเหมาะสมกับวิถีชีวิตของคนในชุมชนที่ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นเกษตรกร ซึ่ง อาจไม่มีเวลาที่จะรับฟังข่าวสารจากสื่อที่ต้องอาศัยความตั้งใจมากนัก

²กิตติมา สุรสนธิ, ความรู้ทางการสื่อสาร (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์, 2547), น. 29 – 30.

³เรื่องเดียวกัน, น. 177.

โครงการหรือการดำเนินงานของบริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน)ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในเรื่องสิ่งแวดล้อมที่เป็นที่รู้จักกันเป็นอย่างดี คือ

โครงการ aA เปิดบ้าน ซึ่งเป็นกิจกรรมที่บริษัทจัดขึ้น เพื่อให้ผู้ที่สนใจสามารถเข้าเยี่ยมชมการดำเนินงานของโรงงานได้อย่างใกล้ชิด นับว่าเป็นโครงการที่ประสบความสำเร็จในแง่ที่ชาวบ้านสามารถจดจำการดำเนินกิจกรรมได้เป็นอย่างดี เนื่องจากเป็นโครงการที่เปิดโอกาสให้มีการติดต่อสื่อสารอย่างใกล้ชิดระหว่างพนักงานและชุมชน ดังที่กล่าวไปแล้วถึงคุณสมบัติของการสื่อสารแบบเผชิญหน้าที่ช่วยให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้รับและผู้ส่งสาร รวมทั้งกิจกรรมนี้ยังเป็นกิจกรรมที่มีจุดเด่นและแตกต่างจากโรงงานอื่น เนื่องจาก บริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน) เป็นโรงงานเดียวในชุมชนที่เปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกที่สนใจสามารถเข้าเยี่ยมชมโรงงานได้ จึงทำให้เกิดความสนใจและจดจำได้

การเป็นสมาชิกไตรภาคีด้านสิ่งแวดล้อม เป็นอีกกิจกรรมหนึ่งที่ชุมชนรู้จัก จากที่กล่าวไปแล้วว่าในปัจจุบันชุมชนเป็นชุมชนที่มีความตื่นตัวไม่นิ่งเฉยต่อการดำเนินธุรกิจที่อยู่ในชุมชน เนื่องจากแนวคิดของนิเวศวิทยา พบว่า ลักษณะการดำรงชีพและการอยู่รอดของชีวิตกับสภาพแวดล้อมของชุมชนมนุษย์นั้น ต้องมีความพยายามที่จะอยู่ให้รอดได้ในสภาพสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ถ้าชุมชนใดมีความอ่อนแอทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม และกายภาพ ก็จะถูกกลืนไปกับชุมชนที่มีความมั่นคงและแข็งแรงกว่า ดังนั้นจึงเกิดไตรภาคีด้านสิ่งแวดล้อมขึ้น โดยเป็นความร่วมมือกันจาก 3 ส่วน คือ ภาครัฐ ผู้ประกอบการและชุมชน และเนื่องจาก ต.ท่าตูมถือได้ว่าเป็นเมืองอุตสาหกรรมเพราะมีผู้ประกอบการเข้ามาดำเนินธุรกิจภายในนิคมอุตสาหกรรมต่าง ๆ จึงทำให้ต้องมีการดูแล เฝ้าระวังปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อความเป็นอยู่และคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในชุมชน เพราะจากแนวคิดด้านนิเวศวิทยาชุมชน กล่าวว่าเมื่อสิ่งแวดล้อมเปลี่ยนไป สิ่งมีชีวิตเหล่านั้นก็ต้องปรับตัวและเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขของตนให้รับกับความผันแปรของสิ่งแวดล้อมด้วย กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ ชีวิตนั้นจะต้องมีความพอดีกับสิ่งแวดล้อม ดังนั้นจึงต้องคอยสอดส่องดูแลการทำงานของบริษัทฯ ที่มาประกอบธุรกิจอุตสาหกรรมในพื้นที่ให้มีการดำเนินงานอย่างเหมาะสมกับสิ่งแวดล้อม รวมทั้งมีการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างจริงจัง และเป็นหน่วยงานหนึ่งที่ทำกรประสานงานระหว่างชาวบ้านและบริษัทฯ ซึ่งในส่วนนี้ทำให้องค์กรที่จะเข้ามาดำเนินการในพื้นที่ จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับสิทธิเสรีภาพรวมทั้งต้องยอมรับฟังความคิดเห็นของชุมชนมากยิ่งขึ้น เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างเรียบร้อยและสามารถเป็นสมาชิกที่ดีของชุมชนได้

การดำเนินงานปรับปรุงกระบวนการผลิตเพื่อไม่ให้ทำลายสิ่งแวดล้อม เพื่อแก้ไขปัญหาที่เคยเกิดขึ้นในชุมชน ก็เป็นอีกสิ่งที่ชุมชนรับทราบ ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะ การเคยมีโอกาส

เข้าเยี่ยมชมโรงงานจากกิจกรรม aA เปิดบ้าน รวมทั้งเห็นถึงการดำเนินงานที่เป็นรูปธรรม ในการปรับปรุงแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างจริงจัง

การจัดกิจกรรมตามสถานศึกษา เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการผลิตกระดาษที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมแก่นักเรียนในชุมชน เป็นกิจกรรมที่ให้ความรู้รวมทั้งสามารถประชาสัมพันธ์การดำเนินงานขององค์กรให้กับเยาวชน เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีกับกลุ่มเป้าหมายในอนาคต รวมทั้งยังสามารถเป็นช่องทางเผยแพร่ข่าวสารผ่านเด็กและเยาวชนในสถานศึกษาไปยังผู้ปกครองได้

ทั้งนี้จากการศึกษาพบว่าผู้นำชุมชนไม่สามารถระบุชื่อโครงการได้อย่างชัดเจนโดยให้ข้อมูลในลักษณะการอธิบายถึงกิจกรรมที่ทำมากกว่า ทำให้เห็นได้ว่าผู้ให้สัมภาษณ์ไม่สามารถจดจำหรือเห็นจุดเด่นของโครงการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมได้อย่างชัดเจน สอดคล้องกับการศึกษาของ ธารินทร์ พิศุทธิพงษ์ภิญโญ เรื่อง ศึกษาภาพลักษณ์กระดาษพิมพ์เขียนตรา “ด๊ิบเบิ้ล เอ” ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์ของตราสินค้า “ด๊ิบเบิ้ล เอ” ในส่วนของการสร้างสาธารณประโยชน์ต่อสังคมและภาพลักษณ์ด้านเทคโนโลยีการผลิตและการรักษาสิ่งแวดล้อมนั้น อยู่ในระดับปานกลาง อาจเป็นเพราะการรับรู้ข่าวสารและข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นเหล่านี้ยังไม่ชัดเจนและเพียงพอ รวมทั้งการเผยแพร่โฆษณาประชาสัมพันธ์จะเน้นเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าเท่านั้น และเป็นการสร้างการจดจำของตราสินค้า “ด๊ิบเบิ้ล เอ”

การศึกษาด้านภาพลักษณ์ของบริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน) ในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในเรื่องสิ่งแวดล้อม จากการดำเนินงานตามแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมในเรื่องสิ่งแวดล้อมของ บริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน) นี้มีส่วนสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับบริษัทฯ ในความคิดเห็นของคนในชุมชนได้ ซึ่งจากนิยามของคำว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร⁴ (Corporate Social Responsibility) ที่มาจาก World Business Council for Sustainable Development ใน พ.ศ. 2543 ระบุว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร คือ “คำมั่นสัญญาต่อเนืองของธุรกิจที่จะประพฤติอย่างมีจริยธรรม และอุทิศตัวให้กับการพัฒนาพร้อมไปกับการยกระดับคุณภาพชีวิตของพนักงานและครอบครัวเช่นเดียวกันกับต่อชุมชนและสังคมโดยรวม” ซึ่งถือว่าธุรกิจมีลักษณะเสมือนหนึ่งองค์กรที่เป็นหุ้นส่วนกับชุมชนของตนเองมากกว่าที่จะมองเห็นธุรกิจอย่างจำกัดว่าเป็นแค่องค์กรที่ทำหน้าที่สร้างกำไรและรักษาเฉพาะผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นเพียงอย่างเดียว ทำให้องค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมสามารถรวมเป็นหนึ่งเดียวกับชุมชน

⁴ วิชาญ โชติตกุล และคณะ, “Top CSR Company บริษัทคุณธรรมเพื่อสังคม,”

ข่าวหุ้นธุรกิจ (23 มีนาคม 2550):4.

ทั้งนี้ผู้นำชุมชนทั้ง 5 คน มีความคิดเห็นที่ตรงกัน เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของบริษัทฯ คือ มีความรับผิดชอบในการแก้ไขปัญหาและชดเชยความเสียหายให้ชาวบ้านได้อย่างน่าพอใจ เนื่องจากชุมชน เป็นกลุ่มเป้าหมายหนึ่งที่มีความสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร ดังนั้น เมื่อการดำเนินงานขององค์กรสร้างปัญหาหรือทำให้เกิดความเสียหายกับชุมชน จึงจำเป็นอย่างยิ่ง ที่ต้องมีการรับเข้าแก้ไขปัญหา นั้น รวมทั้งทำให้ชุมชนเกิดความรู้สึกที่มีความพอใจในการแก้ปัญหา โดยมีความรับผิดชอบในการประเมินและชดเชยค่าเสียหายอย่างเป็นธรรม

มีปฏิสัมพันธ์ที่ดีและเป็นกันเอง จากการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายประชาสัมพันธ์ จะลงพื้นที่เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชาวบ้าน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ผดุงศักดิ์ ปรานอุดมรัตน์ เรื่อง การประเมินผลแผนงานชุมชนสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ ของบริษัท เดอะ โคเจนอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เฉพาะที่โรงไฟฟ้าถ่านหินระบบไฮบริดโคเจนอเรชั่น นิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด จ.ระยอง พบว่า ปัจจัยในการดำเนินงานให้ประสบผลสำเร็จ คือ การศึกษาความต้องการของชุมชน จัดกิจกรรมและใช้สื่อที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ได้แก่ สื่อ บุคคล ซึ่งจะสามารถโน้มน้าวใจมากกว่าสื่อมวลชน เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบริษัทฯ

เป็นบริษัทฯ ที่มีความน่าเชื่อถือและได้รับความไว้วางใจ เป็นที่ยอมรับจากคนในชุมชน รับฟังปัญหาและให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน มีความใส่ใจในปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานบริษัทฯ ยินดีรับฟังปัญหารวมทั้งความคิดเห็นและความต้องการของชาวบ้าน จัดกิจกรรมใดก็มักได้รับความร่วมมือจากชาวบ้านเป็นอย่างดี รวมทั้งมีมาตรการในการป้องกันและแก้ไขปัญหาอย่างจริงจัง และช่วยสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน เนื่องจากมีการจ้างงานคนในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บัณฑิตา ทรัพย์กมล ที่ศึกษาเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : ศึกษาเฉพาะกรณีโรงงานอุตสาหกรรม เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่า ทุกองค์กรต่างมีนโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีนโยบายด้านการส่งเสริมอาชีพ การผลิตสินค้าและมีบริการที่มีคุณภาพมากที่สุด ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ชุมชนมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กรและมีความสัมพันธ์กันแบบถ้อยทีถ้อยอาศัย เนื่องจากมีความเกี่ยวเนื่องกันอยู่ทั้ง 2 ฝ่าย

ด้านข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงภาพลักษณ์ของบริษัทฯให้ดีขึ้นในความคิดเห็นของชุมชนนั้น โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างได้มีข้อเสนอแนะเรื่องการดำเนินงานว่า ควรปรับปรุงเรื่องการดำเนินงานของบริษัทฯ ให้มีความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาและลดขั้นตอนการทำงานเพื่อให้เกิดความสะดวกในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ ทำให้การทำงานเป็นไปอย่างสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ซึ่งในส่วนนี้อาจเป็นผลมาจากการที่บริษัทฯ แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน) เป็นองค์กรที่มีขนาดใหญ่ มีหน่วยงานในความรับผิดชอบอยู่หลายส่วน รวมทั้งมี

สำนักงานอยู่ในหลายพื้นที่ และอาจทำให้ส่วนการบริหารและการปฏิบัติงานไม่ได้อยู่ในที่เดียวกัน ดังนั้นการดำเนินงานบางอย่าง จึงต้องอาศัยระยะเวลาในการรอคำสั่งจากผู้บริหารพิจารณาอนุมัติ และสั่งการจากฝ่ายบริหารซึ่งอาจไม่ได้อยู่ในพื้นที่ที่เกิดปัญหา ทำให้การอนุมัติการดำเนินงาน บางอย่างมีความล่าช้าในความคิดเห็นของชุมชน ซึ่งอาจไม่เป็นที่พอใจกับผู้เสียหายได้ ดังนั้นจึง ควรมีการกระจายอำนาจในการทำงานให้กับผู้ที่ปฏิบัติงานในพื้นที่ให้มากขึ้นตามความเหมาะสม รวมทั้งให้ความสำคัญกับการประสานงานในฝ่ายต่าง ๆ ภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยอาศัยการสื่อสารภายในองค์กรที่มีความเหมาะสม เพื่อให้เกิดความเข้าใจอันดีต่อกันในการ ปฏิบัติงาน ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความรวดเร็วในการทำงานและเป็นที่พึงพอใจของชุมชน ทำให้เกิด ภาพลักษณ์ที่ดีต่อชุมชนมากขึ้น

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่าง ยังได้มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมว่า ควรมีมาตรการในการป้องกัน ปัญหาต่าง ๆ ที่เคยเกิดขึ้นแล้วไม่ให้เกิดขึ้นอีก เนื่องจากปัญหาบางอย่างนั้นเคยสร้างความเสียหายให้กับชุมชนมาก่อน และแม้ว่าจะได้รับการแก้ไขจากทางบริษัทฯ แล้ว แต่ในเวลาต่อมา ปัญหานั้น ก็กลับเกิดขึ้นอีก รวมไปถึงควรให้ความสำคัญกับการหาทางป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้น ในอนาคตมากกว่าการแก้ไขปัญหา เพราะสิ่งที่คนในชุมชนต้องการ คือ สภาพแวดล้อมที่ดีของ ชุมชน ที่มีความปลอดภัยไม่มีปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะส่งผลให้คนในชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี สุขภาพร่างกายแข็งแรง ดังนั้นหากบริษัทฯ สามารถหาแนวทางและมาตรการในการป้องกันปัญหา ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้ก็จะเป็นการดีกว่าการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นแล้ว ส่งผลให้ชุมชนเกิดการ ยอมรับและบริษัทฯ ก็จะสามารถอยู่ร่วมกันกับชุมชนได้อย่างสงบสุข

ข้อเสนอแนะ

จากการผลศึกษาพบว่า การดำเนินงานตามแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมเรื่องสิ่งแวดล้อม มีประโยชน์ต่อสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กรในความคิดเห็นของชุมชนได้ เนื่องจากการดำเนินงานตามแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมเรื่องสิ่งแวดล้อม เนื่องจากเรื่องของสิ่งแวดล้อมสามารถสร้างผลกระทบให้เกิดกับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนได้ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ซึ่งหากมีการจัดการด้านการดำเนินงานโดยคำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม ไม่ก่อปัญหาในชุมชน ก็จะทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี ส่งผลดีต่อการดำเนินงานขององค์กรได้ในระยะยาวผู้ศึกษาจึงมีข้อเสนอแนะที่คาดว่าจะประโยชน์ต่อการดำเนินงานของหน่วยงานอื่น ๆ และต่อการศึกษาในอนาคต ดังนี้

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ข้อเสนอแนะด้านภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเรื่องสิ่งแวดล้อมสามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1. ภาพลักษณ์ที่ดี

1.1 หน่วยงานควรยอมรับและมีความรับผิดชอบต่อในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของตนเองโดยไม่ปิดความรับผิดชอบต่อหรือหลีกเลี่ยงปัญหา มีการชี้แจงข้อเท็จจริงให้กับบุคคลภายนอกได้ทราบ เพื่อเป็นการแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อการปฏิบัติงานของตน ส่งผลให้เป็นที่ยอมรับและทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีมากขึ้น

1.2 ควรให้ความสำคัญในการรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากชุมชน เพราะชุมชนถือเป็นกลุ่มหนึ่งที่มีความสำคัญในการดำเนินงาน หากสามารถสร้างความสัมพันธ์และมีภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นกับชุมชนได้ก็จะสามารถดำเนินงานต่าง ๆ ได้อย่างราบรื่น

1.3 เมื่อจะเข้าไปประกอบกิจการในชุมชน ควรมีการสร้างเสริมและพัฒนาความเป็นอยู่และสภาพแวดล้อมภายในชุมชนให้ดีขึ้นควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจโดยใช้ทรัพยากรจากชุมชนนั้น ๆ เพียงฝ่ายเดียว เพราะเมื่อสร้างความเจริญและคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับชุมชนได้ ปัญหาต่าง ๆ เช่น อาชญากรรม สุขภาพ ก็จะไม่เกิดขึ้น ทำให้อยู่สภาพแวดล้อมที่ดี ดังนั้นภาพลักษณ์ขององค์กรและการทำงานก็จะเป็นไปด้วยดียิ่งขึ้น

2. ภาพลักษณ์ที่ควรปรับปรุง

2.1 องค์กรควรให้ความสำคัญในการหามาตรการแก้ไขปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นอยู่ในปัจจุบันให้หมดไปอย่างรวดเร็วให้เกิดความเดือดร้อนน้อยที่สุด โดยมีการใช้มาตรการนั้นอย่างจริงจังและต่อเนื่อง และป้องกันไม่ให้เกิดความเดือดร้อนกับชุมชนซ้ำขึ้นอีก

2.2 ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่แจ้งกับชุมชน ควรเป็นข้อเท็จจริงที่บอกทั้งด้านดีและด้อย รวมทั้งวิธีการแก้ปัญหาที่อาจเกิดขึ้น เพื่อให้ชุมชนได้รับทราบข้อมูลที่แท้จริง โดยไม่ประชาสัมพันธ์เพียงด้านดีขององค์กรเพียงอย่างเดียว และควรควบคุมให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างที่ได้แจ้งไว้อย่างเคร่งครัดเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาขึ้นในภายหลัง

2.3 ควรทำการประเมินผลงานเกี่ยวกับภาพลักษณ์ขององค์กรในปัจจุบันที่มีต่อกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มที่ดำเนินการสร้างภาพลักษณ์ไปแล้วว่าสอดคล้องกับภาพลักษณ์ที่องค์กรตั้งเอาไว้หรือไม่ เพื่อเป็นการปรับปรุงและพัฒนาภาพลักษณ์ขององค์กรให้เป็นอย่างที่ตั้งไว้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเฉพาะในเรื่องสิ่งแวดล้อมเท่านั้น จึงควรทำการศึกษาด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในเรื่องอื่น ๆ อาทิ สังคม การศึกษา พนักงาน เป็นต้น เพื่อจะได้ทราบข้อมูลที่มีความหลากหลายและเป็นประโยชน์มากยิ่งขึ้น

2. ควรศึกษาถึงผลของการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ว่ามีผลต่อยอดขายสินค้าหรือไม่ เพื่อทำให้ทราบว่าผลการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมนี้มีส่วนช่วยในการสนับสนุนหรือเป็นภาระกับผู้ประกอบการ

3. ควรศึกษาเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจของบุคคลทั่วไป ที่มีต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการพัฒนาแนวทางการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมต่อไป

4. ควรทำการศึกษาเพื่อสำรวจความคิดเห็นจากบุคคลทั่วไปที่ไม่ใช่ผู้นำชุมชน โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลที่มีความหลากหลายและน่าสนใจมากยิ่งขึ้นและเป็นประโยชน์สำหรับการนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมต่อไป

ข้อจำกัดในการวิจัยครั้งนี้

เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาจากความคิดเห็นของคนในชุมชนเพียงด้านเดียว โดยไม่ได้มีโอกาสศึกษาอย่างเจาะลึก เกี่ยวกับการบริหารและดำเนินงานของบริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน) ในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเรื่องสิ่งแวดล้อมที่มีในชุมชน จึงทำให้ไม่สามารถนำมาประเมินผลการปฏิบัติงานของบริษัทฯ ในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อชุมชนได้ว่าประสบความสำเร็จตามองค์กรที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้หรือไม่

