

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

องค์กรทั้งของภาครัฐและเอกชนในปัจจุบันมีการแข่งขันจำนวนมาก และมีลักษณะการดำเนินงานที่แตกต่างกันออกไป รวมไปถึงนโยบายของการบริหารงานมีความแตกต่างกัน ถึงแม้เป้าหมายขององค์กรจะอยู่ที่ผลกำไรเป็นที่ตั้ง แต่องค์กรหลายองค์กรยังมีความคำนึงถึงส่วนรวม สิ่งแวดล้อม และความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยส่วนหนึ่ง เปรียบเสมือนเป็นการคืนกำไรสู่สังคม ส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรที่ประชาชนหรือสังคมตระหนักรู้ เกิดการยอมรับสนับสนุน ไม่ต่อต้าน การดำเนินงานขององค์กรนั้น ๆ

องค์กรทั้งรัฐบาลและเอกชนเหล่านั้น ต่างดำเนินงานที่จะต้องเข้าไปเกี่ยวข้องกับสังคม เพราะองค์กรนั้นก็คือส่วนหนึ่งของสังคม องค์กรของภาครัฐบาลนั้นความเกี่ยวข้องคือการดำเนินงานเพื่อสังคมโดยส่วนรวม แต่ในขณะที่องค์กรของเอกชนหรือบริษัท การดำเนินกิจการหรือการทำธุรกิจต่าง ๆ ก็เพื่อเป็นไปเพื่อการได้ผลกำไรสูงสุดขององค์กรเป็นที่ตั้ง และการดำเนินธุรกิจในบางครั้งบางองค์กร ต้นทุนในการดำเนินงานคือทรัพยากรส่วนรวมของประชาชนนั่นเอง รวมถึงผลกระทบในการดำเนินธุรกิจนั้น บางครั้งส่งผลถึงชุมชนในบริเวณที่องค์กรเข้าไปตั้งสถานประกอบการหรือหน่วยธุรกิจ ตลอดจนอาจจะส่งผลกระทบถึงสังคมในระดับใหญ่กว่านั้นทั้งทางตรงและทางอ้อม เกิดความไม่เข้าใจเกี่ยวกับตัวขององค์กร ไม่เกิดการยอมรับในสังคม จนถึงไม่ได้รับความร่วมมือจากประชาชนอีกด้วย และในปัจจุบันการดำเนินธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นองค์กรเอกชน หน่วยงานรัฐบาล รัฐวิสาหกิจ หรือแม้แต่องค์กรที่ไม่หวังผลกำไรนั้น จะประสบความสำเร็จบรรลุวัตถุประสงค์ได้ องค์กรหรือหน่วยงานนั้น ๆ จะต้องได้รับการยอมรับจากประชาชนเสียก่อน เนื่องจากการยอมรับของประชาชนเป็นเครื่องหมายแสดงให้เห็นว่า ประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับองค์กรดีพอแล้ว จึงได้ให้การยอมรับ และเมื่อเกิดการยอมรับ ก็จะนำมาซึ่งการสนับสนุนและการร่วมมือในที่สุด สิ่งเหล่านี้จะเกิดขึ้นได้ก็ด้วยการติดต่อสื่อสารระหว่างองค์กรและประชาชน การจัดการดังกล่าวนี้เป็นสิ่งที่องค์กรจะต้องทำนอกเหนือจากการดำเนินกิจการให้มีผลกำไรแล้ว นั่นก็คือการเป็นสมาชิกของสังคมที่ดี เพราะหลายองค์กรจะพบว่า การรอให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อม ความขัดแย้งกับชุมชนที่เข้าไปดำเนินธุรกิจ แล้วจึงค่อยหันมาใส่ใจประเด็นเหล่านี้ ไม่เป็นผลดีอีกต่อไป ปัญหาเหล่านั้นอาจลุกลามใหญ่โต และสายไปเกินกว่าจะแก้ไข หรืออาจจะต้องใช้ทรัพยากรมาก ดังตัวอย่างในประเทศไทย เช่น

กรณีเผาโรงงานไทยแลนด์แทนทาลัมที่จังหวัดภูเก็ต หรือกรณีความขัดแย้งของประชาชนในพื้นที่กับราชการ ในโครงการวางท่อก๊าซและโรงแยกก๊าซที่ อำเภอจะนะ จังหวัดสงขลา หลายองค์กรจึงหันมาดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม แสดงตนว่าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม และมีความปรารถนาที่ดีที่จะทำสิ่งดีตอบแทนสังคมที่ตนอยู่ (Corporate Citizenship) องค์กรจึงต้องเข้ามามีส่วนร่วมกับองค์กรท้องถิ่น เพื่อช่วยส่งเสริมให้ชุมชน มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ลักษณะของการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อให้ชุมชนสามารถยืนต่อไป

ผนวกกับแนวคิดที่สำคัญอย่างหนึ่งในการเป็นสมาชิกที่ดีของสังคมที่ผสมผสานการบริหารจัดการที่ใส่ใจ ผลกำไร สิ่งแวดล้อม และสังคมไปพร้อม ๆ กัน หรือกล่าวอีกนัยว่า 3 P (People Planet Profit) เนื่องจากกระแสเรื่องสิ่งแวดล้อม และสังคม เป็นกระแสหลักในปัจจุบัน ทำให้องค์กรต้องหันมาใส่ใจ แต่ก็ยังคงต้องรักษาผลกำไรขององค์กรไว้เป็นหลัก จึงเป็นที่มาของคำว่า Corporate Social Responsibility หรือ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร นั่นคือการประสานประโยชน์ของผลกำไร สิ่งแวดล้อมและสังคมเข้าด้วยกัน สมควรที่ทุกองค์กรที่ดำเนินธุรกิจในชุมชนหรือสังคมนั้น ๆ ควรมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือและพัฒนาสังคม เพราะมีทั้งกำลังทรัพย์และความสามารถในการจัดการบริหารต่าง ๆ และเมื่อประชาชนสนับสนุนองค์กร ก็เปรียบเสมือนการอนุญาตให้องค์กรนั้น ๆ ดำเนินธุรกิจอยู่ในสังคมของพวกเขา ในทางกลับกัน หากองค์กรหวังแต่เพียงจะกอบโกยผลกำไร แต่ไม่ได้มีส่วนในการช่วยเหลือสังคมในด้านใดเลย หรือพยายามจะดำเนินกิจการอย่างไร้จริยธรรม ถึงจะเปิดกิจการอย่างถูกต้องตามกฎหมาย หากประชาชนไม่สนับสนุนหรือคว่ำบาตรสินค้าขององค์กรนั้น ๆ ธุรกิจก็คงดำเนินต่อไปไม่ได้

บริษัท เชฟรอนประเทศไทยสำรวจและผลิต จำกัด เข้ามาดำเนินธุรกิจในการสำรวจและผลิตปิโตรเลียมในประเทศไทยเป็นระยะเวลา 40 ปี ซึ่งก่อนหน้านี้ประเทศไทยต้องพึ่งพาปิโตรเลียมจากต่างประเทศเกือบทั้งสิ้น ในปีพ.ศ.2507 ประเทศไทยเริ่มสนใจค้นหาแหล่งปิโตรเลียมในอ่าวไทย และจนถึงปี 2511 ก็ได้มีการเชิญชวนบริษัทต่าง ๆ เข้ามาทำการลงทุนสำรวจปิโตรเลียมและได้มีบริษัทยื่นขอสิทธิในการสำรวจและผลิตจำนวน 6 บริษัท หนึ่งในนั้นคือ Union Oil Company of Thailand (ต่อมารู้จักกันในนาม บริษัท ยูโนแคล ไทยแลนด์ จำกัด) ซึ่งในปลายปี 2515 ได้ทำการเจาะสำรวจหลุมแรก และได้ค้นพบแหล่งก๊าซแหล่งแรกซึ่งตั้งชื่อต่อมาว่า “แหล่งเอราวัณ” นับจากนั้นเป็นต้นมา บริษัทได้ดำเนินธุรกิจในประเทศไทยในฐานะ “ผู้บุกเบิกการสำรวจและผลิตปิโตรเลียม” ในประเทศไทยและยังเป็น “ผู้ผลิตปิโตรเลียมรายใหญ่ที่สุดของประเทศ” จากแหล่งในประเทศ นำเอาทรัพยากรธรรมชาติในประเทศมาเป็นพลังขับเคลื่อนที่สำคัญของประเทศไทย จนถึงปี พ.ศ.2547 บริษัท เชฟรอน ออฟชอร์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้ควบ

รวมกิจการกับ บริษัท ยูโนแคลไทยแลนด์ จำกัดจึงได้ดำเนินงานในชื่อใหม่คือ “บริษัท เซฟรอน ประเทศไทย จำกัด”

จากการที่บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการนำเอาทรัพยากรธรรมชาติของประเทศ ซึ่งเป็นของคนไทยขึ้นมาใช้เพื่อสร้างความเจริญให้กับประเทศ การดำเนินงานนั้นก็ต้องเข้าไปเกี่ยวข้องกับผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมและการดำเนินชีวิตของประชาชนในพื้นที่ที่บริษัทฯ เข้าไป ดำเนินธุรกิจอีกด้วย แต่ด้วยความรับผิดชอบในการผลิตพลังงานของประเทศ รวมทั้งการปกป้องรักษาสิ่งแวดล้อมในอ่าวไทย และด้วยสำนึกของการเป็นสมาชิกที่ดีในสังคม บริษัทจำเป็นต้องดำเนินตามแนวทางนี้ควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทอย่างเต็มที่และสอดคล้องซึ่งกันและกัน และผลจากการควบคุมกิจการดังกล่าว ต้องเป็นที่ยอมรับว่าการรับรู้ของประชาชนในประเทศต่อการเป็นสมาชิกที่ดีของสังคม และดำเนินตามแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรอย่างยาวนานและจริงจัง

ดังนั้นจึงเลือกที่จะศึกษาวิจัยการสนับสนุนโครงการพระดาบสบริษัท เซฟรอนประเทศไทย จำกัด และผลิต จำกัด ซึ่งโครงการพระดาบสเป็นโครงการตามกระแสพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวตั้งขึ้นเมื่อปี 2518 โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อสนับสนุนผู้ด้อยโอกาสทางการศึกษาที่ขาดแคลนทุนทรัพย์ยังไม่มีอาชีพ และยังขาดความรู้พื้นฐานที่เข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาชั้นสูงสุด หากแต่มีความยินดีสนใจใฝ่ศึกษา และเพียรอย่างจริงจังให้ได้รับโอกาสฝึกวิชาชีพและฝึกอบรมคุณธรรม ศีลธรรมโดยมุ่งหมายเพื่อให้ออกไปประกอบสัมมาอาชีพ สร้างตนเอง ช่วยเหลือครอบครัว สังคม และ ประเทศชาติ นับว่าเป็นโครงการพระดาบสเป็นโครงการที่ดำเนินการมาเป็นระยะเวลา 32 ปี โครงการยังไม่มีที่รู้จักต่อประชาชนว่าโครงการพระดาบสดำเนินงานเพื่อสังคมอย่างไร

และในปี พ.ศ. 2549 เป็นปีมหามงคลเนื่องในวโรกาสฉลองสิริราชสมบัติครบรอบ 60 ปีของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว นับว่าเป็นโอกาสที่ดีบริษัท เซฟรอนประเทศไทย จำกัด และผลิต จำกัด และปวงชนชาวไทย ได้ร่วมสร้างความดีถวายในหลวงเป็นพระราชกุศล แต่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว โดย บริษัท เซฟรอนประเทศไทย จำกัด ได้จัดสรรงบประมาณรวมจำนวนทั้งสิ้น 40 ล้านบาท สำหรับโครงการดังกล่าว ซึ่งแบ่งไป 25 ล้านบาท มอบทุนการศึกษาให้กับศิษย์พระดาบส จำนวน 6 รุ่น รุ่นละ 60 ทุน เพื่อสนองพระราชปณิธานของพระองค์ท่านในการสร้างชาติ และอีก 15 ล้านบาทกำหนดวงเงินเพื่อใช้สมทบเพิ่มอีกหนึ่งเท่าของทุก ๆ ยอดที่ได้นับจากประชาชนและพนักงานบริษัท เพื่อให้สังคมในประเทศไทยเกิดการพัฒนาย่างยั่งยืนต่อไป ดังนั้นจากการที่บริษัทฯ เข้ามามีส่วนร่วมและใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในการสนับสนุนกิจกรรมโครงการพระดาบส ตั้งแต่เริ่มสนับสนุนจนกระทั่งส่งมอบเงินสนับสนุน เพื่อให้เกิดการทำงานด้านประชาสัมพันธ์ของโครงการพระดาบส ภายใต้การสนับสนุนของบริษัท เซฟรอน

ประเทศไทย สํารวจและผลิต จํากัด ซึ่งสื่อที่เลือกใช้ได้แก่ กิจกรรมเดินสายประชาสัมพันธ์ตามสำนักงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร วิทยุ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ เพื่อเป็นการศึกษาถึงผลจากการเลือกใช้สื่อเกิดก่อให้เกิดประสิทธิภาพในโครงการนี้หรือไม่ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และตรงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างไร ผลสรุปที่ได้จะได้นำไปปรับปรุงแก้ไขให้เป็นแนวทางการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในโครงการและโครงการอื่นต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์โครงการพระดาบส อาทิเช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้
2. เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวข้องด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัท เซฟรอนประเทศไทย สํารวจและผลิต จํากัด ในภารกิจรณสนับสนุนโครงการพระดาบส
3. เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวข้องด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัท เซฟรอนประเทศไทย สํารวจและผลิต จํากัด ในภารกิจรณสนับสนุนโครงการพระดาบส
4. เพื่อศึกษาถึงนโยบายองค์การการทำงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท เซฟรอนประเทศไทย สํารวจและผลิต จํากัด ในภารกิจรณสนับสนุนโครงการพระดาบส
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับข้อมูลข่าวสารและความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวข้องด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัท เซฟรอนประเทศไทย สํารวจและผลิต จํากัด ในภารกิจรณสนับสนุนโครงการพระดาบส

สมมติฐานการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท เซฟรอนประเทศไทย สํารวจและผลิต จํากัด ในกิจกรรมสนับสนุนโครงการพระดาบสแตกต่างกัน
2. กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท เซฟรอนประเทศไทย สํารวจและผลิต จํากัด ในกิจกรรมสนับสนุนโครงการพระดาบสแตกต่างกัน

3. การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เกี่ยวข้องต่อการประชาสัมพันธ์ในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท เซฟรอนประเทศไทย สํารวจและผลิต จำกัด ในกิจกรรมสนับสนุนโครงการพระดาบส

ขอบเขตการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนทั่วไปในกรุงเทพมหานคร การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงการเปิดรับข้อมูลจากสื่อประชาสัมพันธ์และความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท เซฟรอนประเทศไทย สํารวจและผลิต จำกัด ที่มีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจต่อสังคม ในกิจกรรมสนับสนุนโครงการพระดาบสโดยการศึกษาครั้งนี้จะเป็นการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนจากการใช้สื่อประชาสัมพันธ์โครงการฯ ในช่วงระยะเวลา มิถุนายน 2549-มีนาคม 2550 เท่านั้น

นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate social responsibility) หมายถึง แนวทางการบริหารจัดการ ที่ใส่ใจ ผลกำไร สิ่งแวดล้อม และสังคมไปพร้อม ๆ กัน นั่นคือความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท เซฟรอนประเทศไทย สํารวจและผลิต จำกัด มุ่งเน้นความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งด้านเยาวชน ชุมชน การช่วยเหลือสังคม การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และกิจกรรมอื่น ๆ ที่บริษัทฯ เข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคม

การเปิดรับสื่อ หมายถึง การได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับการทำงานหรือกิจกรรมในความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท เซฟรอนประเทศไทย สํารวจและผลิต ในโครงการพระดาบสจำกัดผ่านสื่อประชาสัมพันธ์เช่นสิ่งพิมพ์ อีเล็กทรอนิกส์ เฉพาะกิจ และอื่น ๆ

ความคิดเห็น หมายถึง ความรู้สึกชอบ ฟังพอใจ ชื่นชมยินดี กับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์และการทำงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท เซฟรอนประเทศไทย สํารวจและผลิต จำกัด ต่อการสนับสนุนโครงการพระดาบส

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึง องค์ประกอบทางด้านเพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์โครงการพระดาบส

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่เกี่ยวข้องต่อการประชาสัมพันธ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัท เซฟรอนประเทศไทย สํารวจและผลิต จำกัด ในการกิจกรรมสนับสนุนโครงการพระดาบส
2. ทราบความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครของบริษัท เซฟรอนประเทศไทยสํารวจและผลิต จำกัด ในการกิจกรรมสนับสนุนโครงการพระดาบส
3. ทราบนโยบายการทำงานกิจกรรมส่วนความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท เซฟรอนประเทศไทย สํารวจและผลิต
4. ผลจากการศึกษาสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการดำเนินกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท เซฟรอนประเทศไทย สํารวจและผลิต จำกัด
5. ผลจากการวิจัยสามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อการปรับปรุงเพิ่มเติมสื่อที่ใช้ประชาสัมพันธ์ในการเข้าถึงประชาชนครั้งต่อ ๆ ไป