บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

แนวความคิดเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร หรือเป็นที่รู้จักในนามของซีเอสอาร์ (CSR : Corporate Social Responsibility) แปลเป็นไทยว่า “ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ” เป็นเรื่องที่ทั่วโลกต่างให้ความสำคัญและตื่นตัวกันอย่างมากในทศวรรษที่ผ่านมาโดย CSR เริ่มมีความชัดเจนในแนวความคิดจากการประชุมระดับโลก (Earth Summit) ที่กรุงริโอเดอจาเนโร ประเทศบราซิล ในปี ค.ศ. 1992 ประเทศสมาชิกทั่วโลกต่างเริ่มตระหนักถึงการพัฒนาที่ผิดทิศทางซึ่งมุ่งเน้นแต่เรื่องการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจโดยละเลยการพัฒนาทางด้านอื่น ๆ ควบคู่กันไป จากที่ประชุมจึงมีความต้องการให้มีการตื่นตัวในเรื่อง “การพัฒนาที่ยั่งยืน” หรือ “Sustainable Development” ด้วยการเรียกร้องให้มีการพัฒนาที่ใส่ใจเรื่องสิ่งแวดล้อมและประเด็นทางสังคมควบคู่กันไป ซึ่งหากองค์กรใดไม่สามารถปฏิบัติตามแนวคิด CSR ได้ ก็จะส่งผลให้บริษัทนั้นไม่สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน ไม่เป็นที่ยอมรับจากบริษัทร่วมลงทุนได้ จึงเป็นเหตุให้ความรับผิดชอบต่อสังคมเริ่มมีความสำคัญกับธุรกิจมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อองค์กรความร่วมมือด้านเศรษฐกิจและการพัฒนา (Organization for Economic Co-operation and Development : OECD) ได้ออก “แนวปฏิบัติสำหรับบรรษัทข้ามชาติ 2000” (Guidelines for MNE’s Revision 2000) รวม 7 เรื่อง ประกอบด้วย (1) การจ้างงานและแรงงานสัมพันธ์ (2) สิทธิมนุษยชน (3) สิ่งแวดล้อม (4) การเปิดเผยข้อมูล (5) การแข่งขัน (6) การเสียภาษีที่ถูกต้อง และ (7) การถ่ายทอดวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (จณิน เอี่ยมสอาด, 2550, น. 3) แนวปฏิบัติดังกล่าวไม่ได้เป็นเพียงข้อเสนอแนะให้บรรษัทข้ามชาติมีความรับผิดชอบต่อสังคมเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการเสนอแนะให้บรรษัทข้ามชาติติดต่อค้าขายกับคู่ค้าอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมด้วย เพราะฉะนั้นธุรกิจที่ไม่มีการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น การสร้างปัญหาต่อสิ่งแวดล้อม มีปัญหาเรื่องการใช้แรงงาน บริษัทเหล่านี้จะไม่สามารถส่งสินค้าไปขายให้บรรษัทข้ามชาติหรือในประเทศ OCED ได้อีกเลย

นอกจากนั้นองค์กรระหว่างประเทศว่าด้วยมาตรฐาน หรือ ISO (International Organization for Standardization) ได้ตั้งคณะกรรมการเพื่อกำหนดมาตรฐานว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งจะมีผลใช้ในปี พ.ศ. 2553 ได้ระบุว่า ISO 26000 จะเป็นเครื่องมือในการ

ช่วยเหลือองค์กรให้ก้าวจากเจตนารมณ์ที่ดีไปสู่การปฏิบัติที่เป็นจริง โดยขั้นตอนดำเนินการ คือ เริ่มแรกนั้นองค์กรจะต้องกำหนดให้การจัดทำ ISO 26000 เป็นนโยบายขององค์กรก่อน เนื่องจากมาตรฐาน ISO 26000 ได้มีการกำหนดสาระสำคัญเกี่ยวกับบริษัทส่งออกว่า จะต้องผลิตสินค้าและการบริการอย่างเป็นธรรมบนพื้นฐานจิตสำนึกของความรับผิดชอบต่อสังคม ตระหนักถึงคุณภาพสินค้า การบริการและสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก จากนั้นจึงได้กำหนดโครงสร้างหน้าที่ของผู้ที่จะมารับผิดชอบในการปฏิบัติตามนโยบายพร้อมทั้งทำความเข้าใจถึงบริบทของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร หลังจากนั้นก็ปรับปรุงให้เข้ากับวิสัยทัศน์ พันธกิจ นโยบาย และกลยุทธ์ขององค์กรแล้วจึงนำไปปฏิบัติให้ตรงตามแผนงานที่กำหนดไว้ ทั้งนี้ในการปฏิบัติงานทุกครั้งจะต้องมีการติดตามและประเมินผลงาน เพื่อให้สามารถนำไปปรับใช้และพัฒนาต่อไป อย่างไรก็ตาม ในการดำเนินงานองค์กรควรจะมีการประสานงานกับคนภายในองค์กร รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้รับทราบถึงแนวนโยบายและกลยุทธ์ในการบริหารงานเพื่อความเข้าใจที่ตรงกัน จึงจะทำให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (วิมล จันทร, 2552, น. 2)

สำหรับประโยชน์ที่จะได้รับจากการดำเนินการตามมาตรฐาน ISO 26000 ในมุมมองด้านธุรกิจนั้นคือ เพิ่มยอดขายและสัดส่วนทางการตลาด สร้างจุดแข็งให้กับตราสินค้า ส่งเสริมภาพลักษณ์และความร่วมมือในการบริหารองค์กรและกระตุ้นให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติการของพนักงานด้วย นอกจากนั้นยังก่อให้เกิดการพัฒนาทางธุรกิจอย่างยั่งยืน เนื่องจากองค์กรเติบโตด้วยรากฐานของ “ความดี” ที่มีรากฐานที่แข็งแกร่งสนับสนุนจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อองค์กร ไม่ได้เติบโตอย่างรวดเร็วด้วย “กำไร” เนื่องจากความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรจะนำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้าและส่งเสริมทัศนคติที่ดีของผู้บริโภคที่มีต่อองค์กรที่รับผิดชอบต่อสังคม เพราะผู้บริโภคมีคาดหวังและมีความประทับใจต่อบริษัทที่มีปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมากกว่าการสร้างแบรนด์หรือความสำเร็จที่มองเห็นจากตัวเงินขององค์กร

ปัจจุบันผู้ประกอบการภาคธุรกิจภายในประเทศไทยหลายองค์กรพยายามร่วมกันผลักดันดำเนินธุรกิจและกิจกรรมโดยให้ความสำคัญกับแนวคิด CSR อย่างแพร่หลายเพื่อสอดคล้องกับกระแสสังคมโลกและสอดรับกับระบบมาตรฐานโลก (ISO 26000) โดยการทำ CSR เป็นการปฏิบัติภายใต้จิตสำนึกในเรื่องคุณธรรมและจริยธรรมของผู้ประกอบการ ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งสำคัญอันจะพึงปฏิบัติบนพื้นฐานตามความสมัครใจของผู้ประกอบการ โดยหลักการปฏิบัติตามกฎหมาย ตามธรรมเนียมสากลที่ให้การยอมรับกับ CSR ในเรื่องการใส่ใจในสิ่งแวดล้อมโดยไม่กระทำการอันเป็นผลกระทบ หรือ ทำลายสิ่งแวดล้อม เนื่องจากในภาวะปัจจุบันที่มีผลกระทบของ “ภาวะโลกร้อน” (Global Warming) ที่ส่งปัญหาผลกระทบไปทั่วโลกกลายเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญสร้างความตื่นตัวในองค์กรรวมถึงองค์กรธุรกิจที่เป็นส่วนหนึ่งในสังคมโลกในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม

เพราะการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรโลกผนวกเข้ากับความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ส่งผลให้มีการบริโภคทรัพยากรธรรมชาติจำนวนมหาศาล ก่อให้เกิดมลภาวะเป็นพิษที่ส่งผลให้โลกร้อนตามมา ดังนั้นองค์กรธุรกิจจึงต้องใส่ใจร่วมกันดูแลแก้ไขปัญหาภาวะโลกร้อน โดยถือว่าเป็นหน้าที่ที่ต้องช่วยกันดูแลเพื่อสร้างการพัฒนาที่ยั่งยืนอย่างแท้จริง

สำหรับในประเทศไทยได้มีการก่อตั้งสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย (Thailand Business Council for Sustainable Development : TBCSD) ขึ้นเพื่อดำเนินงานด้านการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นศูนย์กลางการแลกเปลี่ยน หรือในความรู้มาแบ่งปันในหมู่สมาชิก TBCSD โดยมีบริษัทนำร่อง จำนวน 7 บริษัท ประกอบด้วย บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน), บริษัท บางจาก จำกัด (มหาชน), บริษัท เอเชี่ยนฮอนด้า มอเตอร์ จำกัด, บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน), ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน), ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) และบริษัทน้ำตาลมิตรผล (สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย, 2552) เป็นองค์กรที่ริเริ่มและดำเนินการเพื่อการร่วมกันแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมเนื่องจากองค์กรส่วนใหญ่อยู่ในภาคอุตสาหกรรมซึ่งผลผลิตส่วนใหญ่มีกระบวนการที่จะต้องใช้ต้นทุนทางทรัพยากรธรรมชาติรวมถึงหากไม่ระมัดระวังในกระบวนการผลิตก็อาจจะก่อให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมขึ้นอีกด้วย

เป็นที่รับทราบกันทั่วไปว่าการดำเนินธุรกิจในระดับอุตสาหกรรมหนักทั้งในและต่างประเทศจะต้องมีส่วนในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติของโลก ในกรณีของ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) มีการประกอบธุรกิจที่สำคัญ 4 กลุ่ม ได้แก่ ธุรกิจน้ำมัน ธุรกิจก๊าซธรรมชาติ ธุรกิจปิโตรเคมีและการกลั่น ธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ จะเห็นได้ว่าธุรกิจที่ดำเนินการอยู่ก็มีส่วนเกี่ยวเนื่องกับการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ การดำเนินธุรกิจของ ปตท. เองก็อยู่ในระดับนานาชาติจึงต้องมีการแข่งขันและการสร้างความน่าเชื่อถือในระดับนานาชาติเช่นเดียวกับบริษัทน้ำมันในต่างประเทศอาทิ เช่น บริษัทเชฟรอนซึ่งอยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน เชฟรอนได้เข้ามาลงทุนในประเทศไทย และเป็นบริษัทด้านพลังงานที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมน้ำมันและก๊าซธรรมชาติ มีการสำรวจและขุดเจาะที่ก่อให้เกิดการทำลายสภาพแวดล้อม ดังนั้นแนวทางการทำ CSR ของเชฟรอนจึงมุ่งเน้นการเข้าไปดูแลและร่วมสร้างสรรค์สังคมไทยในแง่ของการทำให้สังคมอยู่ดีกินดีมากขึ้นด้วยการปรับสภาพสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติให้กลับมาเหมือนเดิม ปตท. จึงต้องมีการปรับเปลี่ยนองค์กรในทุก ๆ ด้านให้สามารถมีความน่าเชื่อถือเช่นเดียวกันกับบริษัทที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันในระดับนานาชาติ ทางบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) จึงให้ความสำคัญกับการแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อให้เป็นที่ยอมรับและมีมาตรฐานในระดับนานาชาติ

บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งในปี พ.ศ. 2544 หลังการแปลงสภาพตามพระราชบัญญัติทุนรัฐวิสาหกิจ พ.ศ. 2542 โดยรับโอนกิจการและพนักงานทั้งหมดจากการ

ปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย (ปตท.) และยังคงยึดถือนโยบายเดิมตั้งแต่ก่อตั้งการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 29 ธันวาคม 2521 ตามเจตนารมณ์ของรัฐบาลในขณะนั้นที่ต้องการจัดตั้งองค์กรพลังงานที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจปิโตรเลียมอย่างครบวงจร เพื่อเป็นหลักประกันความมั่นคงด้านพลังงานของประเทศ ด้วยจุดประสงค์ที่ต้องการให้การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย (ปตท.) เป็นรัฐวิสาหกิจที่รับผิดชอบดูแลและแก้ไขปัญหาทางด้านพลังงานของประเทศอย่างมีประสิทธิภาพและมีเอกภาพแม้จะมีการแปรรูปแล้วก็ตาม โดย บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ได้กำหนดวิสัยทัศน์และพันธกิจที่สอดคล้องกับองค์กรความร่วมมือด้านเศรษฐกิจและการพัฒนา หรือ OECD ที่ระบุเรื่อง “แนวปฏิบัติสำหรับบรรษัทข้ามชาติ 2000” รวมถึงการปฏิบัติตาม มาตรฐาน ISO 26000 เพื่อกำหนดทิศทางและนโยบายในการบริหารองค์กร ดังต่อไปนี้ (บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน), 2552)

คำขวัญ พลังที่ยั่งยืน เพื่อไทย

วิสัยทัศน์ เป็นบริษัทพลังงานไทยข้ามชาติชั้นนำ ที่ประกอบธุรกิจก๊าซธรรมชาติและน้ำมันครบวงจร และธุรกิจปิโตรเลียมที่เน้นการใช้ก๊าซธรรมชาติเป็นหลัก รวมทั้งธุรกิจต่อเนื่อง มุ่งไปสู่องค์กรแห่งความเป็นเลิศ (High Performance Organization) และเป็นผู้นำในภูมิภาค ด้วยความรับผิดชอบ เป็นธรรม และให้ผลประโยชน์ตอบแทนที่เหมาะสมต่อผู้มีส่วนได้เสีย

พันธกิจ

ต่อประเทศ จะดำเนินการสร้างความมั่นคงทางพลังงานในระยะยาว โดยการจัดหาปริมาณที่เพียงพอ มีคุณภาพได้มาตรฐานและราคาที่เป็นธรรม

ต่อสังคมชุมชน จะเป็นองค์กรที่ดีของสังคมในการดำเนินกิจการ โดยปกป้องผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมภายใต้มาตรฐานสากลและมีส่วนร่วมในการพัฒนาสิ่งแวดล้อมและคุณภาพชีวิตที่ดีแก่สังคมชุมชน

ต่อผู้ถือหุ้น จะดำเนินธุรกิจเชิงพาณิชย์ สามารถสร้างผลกำไร เพื่อให้ผลตอบแทนที่ดีและให้มีการเจริญเติบโตต่อเนื่องอย่างยั่งยืน

ต่อลูกค้า จะสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า โดยผ่านการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพสูงในระดับมาตรฐานสากลด้วยราคาเป็นธรรม

ต่อคู่ค้า จะดำเนินธุรกิจร่วมกันโดยพื้นฐานของการแข่งขันอย่างเป็นธรรม มุ่งสร้างความสัมพันธ์และความร่วมมือที่ดี เพื่อพัฒนาศักยภาพและประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจร่วมกันในระยะยาว

ต่อพนักงาน จะสนับสนุนพัฒนาความสามารถทำงานระดับมืออาชีพอย่างต่อเนื่อง ให้ความมั่นใจในคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานทัดเทียมบริษัทชั้นนำ

ค่านิยม (PTT Group Values) ปตท. ได้กำหนด ค่านิยมสำหรับองค์กรไว้ด้วยคำว่า “SPIRIT” ซึ่งเป็นการถือหลักร่วมกันในการบริหารดังต่อไปนี้

Synergy การสร้างพลังงานร่วม

Performance Excellence ความเป็นเลิศของผลงาน

Innovation การส่งเสริมนวัตกรรม

Responsibility ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

Integrity & Ethics ความสัตย์ซื่อถือมั่น และ จริยธรรม

Trust & Respect ความไว้วางใจและการนับถือซึ่งกันและกัน

จากวิสัยทัศน์และพันธกิจที่ทาง ปตท. กำหนดไว้เป็นแนวนโยบายปฏิบัติเพื่อการเป็นองค์กรพลังงานไทยข้ามชาติชั้นนำเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ทาง ปตท. จึงเห็นว่าความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องใหญ่มีขอบข่ายงานที่กว้างขวางและหลากหลาย จึงได้มีการปรับโครงสร้างองค์กรในปี พ.ศ. 2551 ด้วยการแยกกิจการเพื่อสังคม ซึ่งเดิมอยู่ในฝ่ายประชาสัมพันธ์ออกมาเป็นฝ่ายกิจการเพื่อสังคมโดยเฉพาะ และแต่งตั้งคณะกรรมการจำนวน 2 ชุด ซึ่งคณะกรรมการชุดแรกมีหน้าที่ดูแลเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมภายในบริษัท ส่วนคณะกรรมการชุดที่สองทำหน้าที่ดูแลภาพรวมการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทในกลุ่ม ปตท. เพื่อให้มีการทำงานทั้งภายในและภายนอกองค์กรอย่างมีทิศทางที่ชัดเจนยิ่งขึ้น โดยมีการดำเนินแนวทางการทำงานที่ครอบคลุม 3 ระดับ (“ยุทธศาสตร์ CSR ปตท. พลังไทยที่พร้อมจะตอบสนองคืนสู่สังคมอย่างยั่งยืน,” 2552, น. 175) ดังต่อไปนี้ คือ

ระดับที่หนึ่ง คือ การปฏิบัติตามกฎหมายหรือข้อบังคับต่าง ๆ อย่างเคร่งครัด โดยให้ความสำคัญต่อความเป็นธรรม ไม่คิดเอาเปรียบหรือเบียดเบียนผู้อื่นทั้งชุมชน ลูกค้า คู่ค้า เพื่อที่จะสร้างความเติบโตของธุรกิจ

ระดับที่สอง คือ ปตท. บริหาร โครงการเพื่อให้ได้มาตรฐานสากล ที่เป็นที่ยอมรับในระดับโลก โดยมุ่งหวังลดผลกระทบจากการดำเนินงานของ ปตท. ให้น้อยที่สุดหรือไม่เกิดเลย แต่เกิดประโยชน์สูงสุดต่อสังคมและชุมชน

ระดับที่สาม คือ ยึดหลักทำด้วยใจ ทำอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ทำอย่างเข้าใจกิจกรรมบนพื้นฐานธุรกิจตนเองและเข้าใจสังคมชุมชน เน้นการมีส่วนร่วมทุกระดับเพื่อให้เกิดความเข้าใจอย่างแท้จริง ทั้งร่วมสร้างและแก้ปัญหาในชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม

โครงการที่บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) จัดทำขึ้นเพื่อเป็นประโยชน์แก่สังคมโดยรวมมีทั้งสิ้น 3 ระดับ คือ สถาบันวิจัยและเทคโนโลยี ปตท., ความมั่นคงความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาชุมชนและสังคมโดยในหมวดนี้ได้จัดแบ่งเป็นหมวดหมู่ 4 หมวด

ได้แก่ การศึกษา กีฬา ศิลปวัฒนธรรม สังคมและสิ่งแวดล้อม ในที่นี้มีโครงการและกิจกรรมที่ทางบริษัทจัดทำขึ้นอย่างต่อเนื่อง และเป็นที่รู้จักของประชาชนโดยทั่วไปทั้งทางสื่อประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ในเว็บไซต์ www.pttplc.com

ตารางที่ 1.1

โครงการและกิจกรรมที่ทางบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) จัดทำขึ้นอย่างต่อเนื่อง

การพัฒนาชุมชนและสังคม	**โครงการที่ดำเนินการ**
หมวดการศึกษา	โรงเรียนในฝัน, มอบทุนการศึกษา, อาคารเรียนและห้องสมุด, 5ส. สู่เยาวชน, ค่ายเยาวชน, รถนิทรรศการเคลื่อนที่, ร่วมสร้างฝันนักประดิษฐ์, วันเด็ก
หมวดกีฬา	กองทุนพัฒนาการกีฬา, เทนนิส, เจ็ทสกี, ขอนแก่นมาราธอน
หมวดศิลปวัฒนธรรม	ประกวดศิลปกรรม ปตท., Gallery ศิลปกรรม, กลองปูจา เขลางค์นคร
หมวดสังคมและสิ่งแวดล้อม	โครงการปลูกป่าถาวรเฉลิมพระเกียรติ 1 ล้านไร่, โครงการรางวัลลูกโลกสีเขียว, โครงการพัฒนาและรณรงค์การใช้หญ้าแฝกอันเนื่องมาจากพระราชดำริ, โครงการศูนย์เรียนรู้ระบบนิเวศป่าชายเลนสิรินาถราชินี, โครงการรักษ์ป่า สร้างคน 84 ตำบล วิถีพอเพียง, สวนสมุนไพรสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ, โครงการจัดการทรัพยากรชีวภาพ, โครงการช่วยเหลือในภาวะฉุกเฉิน, โครงการแก้ไขปัญหาจราจร

จากการที่ทางบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและให้ความสำคัญต่อโครงการในหมวดสังคมและสิ่งแวดล้อมมากที่สุดในระดับนโยบาย ผู้ศึกษาได้เลือกทำการศึกษาวิจัยโครงการที่อยู่ในหมวดสังคมและสิ่งแวดล้อมที่มีกระบวนการ

ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เป็นระยะเวลากว่า 3 ปี ขึ้นไป เป็นจำนวน 3 โครงการ ได้แก่โครงการดังต่อไปนี้คือ โครงการรางวัลลูกโลกสีเขียว, โครงการพัฒนาและรณรงค์การใช้หญ้าแฝกอันเนื่องมาจากพระราชดำริ และ โครงการรักษ์ป่า สร้างคน 84 ตำบล วิถีพอเพียง เนื่องจากทั้ง 3 โครงการเป็นโครงการที่ดำเนินงานในมิติความสัมพันธ์ในเรื่องสิ่งแวดล้อมที่ปฏิบัติโดยตรงต่อชุมชนทั่วประเทศ โดยมีรายละเอียดในเบื้องต้น ดังต่อไปนี้

1. **โครงการรางวัลลูกโลกสีเขียว** ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 รางวัลลูกโลกสีเขียว เป็นโครงการต่อเนื่อง จากโครงการปลูกป่าถาวรเฉลิมพระเกียรติฯ ปตท. เพื่อถวายเป็นราชสักการะแด่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในวโรกาสทรงเจริญพระชนมายุ 72 พรรษา ด้วยความร่วมมือของผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาต่าง ๆ โดยมีเป้าหมายสนับสนุนและให้กำลังใจ แก่ผลงานการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมของบุคคลและกลุ่มบุคคล ที่ทำด้วยแรงกาย แรงใจ และด้วยความมุ่งมั่น เป็นความดีที่สมควรได้รับการยกย่องและเผยแพร่เป็นแบบอย่างต่อไป นับจากปีแรกจนถึงปัจจุบัน รางวัลลูกโลกสีเขียว มีผลงานประเภทชุมชน บุคคล กลุ่มเยาวชน งานเขียน ความเรียงเยาวชน สื่อมวลชน และรางวัล “สิปปนนท์ เกตุทัต 5 ปี แห่งความยั่งยืน” ได้รับรางวัลลูกโลกสีเขียว ไปแล้วทั้งสิ้น 249 รางวัล โดยผู้ได้รับรางวัลยังคงมุ่นมั่นสร้างสรรค์ผลงาน ในการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง และขยายเครือข่ายแห่งการอนุรักษ์ออกไปมากขึ้นกว่าเดิม และนอกจากการค้นหาผลงานอนุรักษ์ ที่ควรค่าแก่การยกย่องเชิดชูแล้ว รางวัลลูกโลกสีเขียว ยังสนับสนุนให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ด้วยการจัดเวที “เครือข่ายลูกโลกสีเขียว” ทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค และกิจกรรม “เพื่อนลูกโลกสีเขียว” ที่สัญจรเผยแพร่องค์ความรู้ในการจัดการป่า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนภายในปี พ.ศ. 2552 ที่ผ่านมา รางวัลลูกโลกสีเขียว ได้ดำเนินการโครงการเข้าสู่ปีที่ 10 เป็นทศวรรษแรก

2. **“โครงการพัฒนาและรณรงค์การใช้หญ้าแฝกอันเนื่องมาจากพระราชดำริ”** (พ.ศ. 2550-2554) ในปี พ.ศ. 2550 ได้มีการปรับเปลี่ยนการดำเนินงานเกี่ยวกับโครงการปลูกหญ้าแฝกของ ปตท. โดยรวมโครงการปลูกหญ้าแฝกร่วมกับมูลนิธิโครงการหลวง และโครงการปลูกหญ้าแฝกเฉลิมพระเกียรติฯ เข้าด้วยกันภายใต้ชื่อ “โครงการพัฒนาและรณรงค์การใช้หญ้าแฝกอันเนื่องมาจากพระราชดำริ” เพื่อให้สอดคล้องกับแผนแม่บทการพัฒนาและรณรงค์การใช้หญ้าแฝกอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2550-2554) ของสำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ (สำนักงาน กปร.) โดยเป็นโครงการต่อเนื่อง ที่ ปตท. ยังคงมุ่งเน้นการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับหญ้าแฝก การปลูกและส่งเสริมการปลูกหญ้าแฝก ตลอดจนจัดประกวดการปลูกหญ้าแฝก ซึ่งจะช่วยส่งเสริมให้การสนองพระราชดำริในการพัฒนาและรณรงค์

การใช้หญ้าแฝกเพื่อการอนุรักษ์ดินและน้ำเป็นไปอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสภาพผืนดินและแหล่งน้ำของประเทศไทยโดยรวม

3. **โครงการ "รักษ์ป่า สร้างคน 84 ตำบล วิถีพอเพียง"** เพื่อเป็นการเทิดพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในปี 2550 ปีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษาครบ 80 พรรษา แห่งองค์พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ปตท. จึงมีการเปิดตัวโครงการ "รักษ์ป่า สร้างคน 54 ตำบล วิถีพอเพียง" ด้วยการน้อมนำแนวพระราชดำริเรื่องปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาปฏิบัติให้เป็นรูปธรรมในตำบลต่าง ๆ โดยมีเป้าหมาย 84 ตำบลทั่วประเทศ เพื่อน้อมเกล้าถวายในปี 2554 ในวโรกาสที่จะทรงเจริญพระชนมายุครบ 7 รอบ หรือ 84 พรรษา โครงการนี้เป็นการสานต่อจากโครงการปลูกป่าถาวรเฉลิม พระเกียรติฯ 1 ล้านไร่ ที่ได้น้อมเกล้าถวายแด่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเมื่อปี 2545 ที่ผ่านมา เป็นโครงการที่ดูแลรักษาป่าอย่างต่อเนื่อง พร้อม ๆ ไปกับการพัฒนาที่จิตใจของชุมชนให้รักษ์ป่าและพัฒนาตนเองได้อย่างเข้มแข็งภายใต้วิถีพอเพียง

โครงการที่ ปตท. ดำเนินการทั้ง 3 โครงการจัดอยู่ในหมวดสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นประเภทของการทำ CSR-after-process ที่มักใช้คำในภาษาไทยว่า "กิจกรรมเพื่อสังคม" คือ การดำเนินกิจกรรม (Activities) ของหน่วยงาน ซึ่งโดยมากเป็นองค์กรธุรกิจที่แสวงหากำไรเพื่อสร้างให้เกิดประโยชน์แก่สังคมในด้านต่าง ๆ โดยกิจกรรมที่ดำเนินการนั้นมักแยกต่างหากจากการดำเนินธุรกิจที่เป็นกระบวนการ (Process) หลักของกิจการและเกิดขึ้นภายหลัง เช่น การแก้ไขเยียวยาชุมชนที่ได้รับผลกระทบทางมลพิษจากการประกอบการ การเป็นอาสาสมัครช่วยบำเพ็ญสาธารณะประโยชน์ ซึ่งทั้ง 3 โครงการ เป็นการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับชุมชนด้วยหลักการดำเนินงานด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการดำเนินงานทำสื่อประชาสัมพันธ์โครงการกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรให้มองเห็นการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรม ปตท. มีวิธีการสื่อสารกับสังคมและกลุ่มเป้าหมายหลายรูปแบบทั้งที่สามารถเข้าถึงในวงกว้างและกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม อาทิเช่น สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ อินเตอร์เน็ต และสื่อเฉพาะกิจที่ ปตท. เข้าไปดำเนินธุรกิจกับชุมชนนั้น ๆ โดยทำวารสารประชาสัมพันธ์เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจเป็นการเฉพาะ รวมทั้งสื่ออีกหลายรูปแบบที่เกี่ยวข้องกับโครงการทั้ง 3 โครงการ

การดำเนินธุรกิจของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) มีความเกี่ยวข้องและมีผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมทั้งทางตรงและทางอ้อม ผู้ศึกษาวิจัยจึงสนใจว่า ปตท. บริหารโครงการกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมด้วยวิธีการบริหารด้วยกลยุทธ์ใดในการบริหารโครงการ ซึ่งหมายความรวมถึงการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน-ภายนอก วิสัยทัศน์และภารกิจ เป้าหมาย การพัฒนากลยุทธ์ นโยบาย โครงการ งบประมาณรวมถึงการพิจารณาหลักเกณฑ์ในการคัดเลือก

กลุ่มเป้าหมายหรือชุมชนที่มีส่วนได้ส่วนเสีย สื่อประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนความร่วมมือของพนักงานที่เกี่ยวข้อง ปัญหาและอุปสรรค การประเมินผลการดำเนินงาน ทั้งนี้เพื่อเป็นการศึกษาถึงกลยุทธ์ในการบริหารโครงการการดำเนินงานโครงการกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) รวมถึงรูปแบบและกิจกรรมของโครงการทั้งกระบวนการโดยเลือกโครงการที่ศึกษาอยู่ในหมวดสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อจะได้นำข้อมูลมาเป็นประโยชน์ต่อองค์กรธุรกิจที่ต้องการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมต่อไป รวมทั้งในกลุ่มบริษัท ปตท. เองจะได้นำผลวิจัยครั้งนี้มาดำเนินการให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง ทั้งในระดับองค์กร ผู้ถือหุ้น สังคมชุมชน ลูกค้า คู่ค้าและพนักงาน รวมถึงประชาชนทั่วไป

วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์การบริหารโครงการกิจกรรมเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อศึกษาถึงรูปแบบและกิจกรรมของโครงการกิจกรรมเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)
3. เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของโครงการกิจกรรมเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในการสร้างภาพลักษณ์ของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การบริหารโครงการกิจกรรมเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในการสร้างภาพลักษณ์ของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)” มุ่งศึกษาถึงกลยุทธ์การบริหารรวมถึงรูปแบบและกิจกรรมโครงการกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) พร้อมกับศึกษาถึงผลกระทบของโครงการฯ ที่มีต่อภาพลักษณ์ของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) โดยทำศึกษาครอบคลุมเฉพาะโครงการหมวดสังคมและสิ่งแวดล้อม 3 โครงการที่ทางบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ดำเนินงานนานในระยะเวลามากกว่า 3 ปีขึ้นไป มีด้วยกัน 3 โครงการ คือ โครงการรางวัลลูกโลกสีเขียว, โครงการพัฒนาและรณรงค์การใช้หญ้าแฝกอันเนื่องมาจากพระราชดำริ และโครงการรักษ์ป่า สร้างคน 84 ตำบล วิถีพอเพียง พร้อมกับเก็บข้อมูลและสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรในระดับผู้บริหารโครงการระดับสูง, พนักงานระดับผู้ปฏิบัติการใน

ฝ่ายกิจการเพื่อสังคม และพนักงานทั่วไปที่เข้ามามีส่วนร่วมในโครงการ รวมถึง ผู้นำชุมชนใน 3 ชุมชน ของโครงการที่จะทำการศึกษา และสื่อมวลชนที่เกี่ยวข้อง โดยศึกษาในช่วงระยะเวลา 1 มีนาคม-30 เมษายน พ.ศ. 2553

นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

กลยุทธ์การบริหาร หมายถึงแผนงานระยะยาวขององค์กรที่ถูกกำหนดขึ้นมา เพื่อการบรรลุภารกิจและเป้าหมายขององค์กร กลยุทธ์จะต้องใช้ข้อได้เปรียบจากการแข่งขันให้มากที่สุดและข้อเสียเปรียบทางการแข่งขันน้อยที่สุดที่มีต่อโครงการกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) โดยรวมครอบคลุมถึง การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก ภารกิจ เป้าหมาย การพัฒนากลยุทธ์ นโยบาย โครงการ งบประมาณ ระเบียบวิธีปฏิบัติงานและการประเมินผลโครงการ

รูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Corporate Social Responsibility : CSR) หมายถึง วิธีการดำเนินธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนทั้งต่อองค์กรและต่อสังคมส่วนรวม เป็นการระบุถึงวิธีการดำเนินโครงการในหมวดสังคมและสิ่งแวดล้อม 3 โครงการ คือ โครงการรางวัลลูกโลกสีเขียว, โครงการพัฒนาและรณรงค์การใช้หญ้าแฝกอันเนื่องมาจากพระราชดำริ และโครงการรักษ์ป่า สร้างคน 84 ตำบล วิถีพอเพียง

กิจกรรมเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม หมายถึง กิจกรรมหรือโครงการที่บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) จัดทำขึ้นเพื่อเป็นประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ในที่นี้ระบุการศึกษาโครงการในหมวดสังคมและสิ่งแวดล้อม 3 โครงการที่มีระยะเวลาการดำเนินงานมากกว่า 3 ปีขึ้นไป ได้แก่ โครงการรางวัลลูกโลกสีเขียว, โครงการพัฒนาและรณรงค์การใช้หญ้าแฝกอันเนื่องมาจากพระราชดำริ และโครงการรักษ์ป่า สร้างคน 84 ตำบล วิถีพอเพียง

สิ่งแวดล้อม หมายถึง สิ่งที่อยู่รอบตัวและมีบทบาทต่อองค์กร ชุมชนและสังคม โดยการศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาถึงสิ่งแวดล้อมที่ไม่มีชีวิต อาทิ อากาศ บรรยากาศ น้ำ ทรัพยากร พลังงาน หรือ สิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ได้แก่ ป่าไม้ ภูเขา ดิน น้ำ อากาศ ทรัพยากร พลังงาน

การพัฒนาอย่างยั่งยืน หมายถึง การพัฒนาที่ต้องคำนึงถึงความเป็นองค์รวมของทุก ๆ ด้านอย่างสมดุลบนพื้นฐานของทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิปัญญาและการมีส่วนร่วมของประชาชนทุกกลุ่มเพื่อให้มีความสามารถในการพึ่งพาตนเองและคุณภาพชีวิตที่ดีอย่างเท่าเทียมกัน ในที่นี้

เป็นการพัฒนาองค์กรของ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ที่เป็นบริษัทพลังงานจึงได้กำหนดคำขวัญของ ปตท. ไว้ว่า “พลังที่ยั่งยืน เพื่อไทย”

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในองค์กร หมายถึง ผู้บริหารและพนักงานขององค์กรภายในบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกองค์กร หมายถึง ผู้ที่มีผลหรือได้รับผลจากการดำเนินธุรกิจของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) เช่น ชุมชนที่เข้าร่วมโครงการ สื่อมวลชน เป็นต้น

ผลกระทบ หมายถึง ผลที่จะเกิดขึ้นจากการรับรู้โครงการทั้ง 3 โครงการทั้งในด้านบวกและด้านลบของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกองค์กร ซึ่งส่งผลถึงภาพลักษณ์ของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ที่ต้องการให้ประชาชนรู้จักและเข้าใจ และ/หรือ ได้มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับกิจกรรมประชาสัมพันธ์เพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทฯ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงกลยุทธ์การบริหารโครงการกิจกรรมเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

2. ได้ทราบถึงรูปแบบและกิจกรรมของโครงการกิจกรรมเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

3. ได้ทราบถึงผลกระทบของโครงการกิจกรรมเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในการสร้างภาพลักษณ์ของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

4. สามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาโครงการกิจกรรมเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ในโอกาสต่อไปได้

5. สามารถใช้เป็นกรณีศึกษาสำหรับองค์กรที่ต้องการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสมและเกิดประโยชน์ต่อชุมชนและสังคมโดยรวม