

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ปัจจุบันการดำเนินธุรกิจกับการรับผิดชอบต่อสังคม หรือ Corporate Social Responsibility : CSR มีบทบาทสำคัญต่อการสื่อสารขององค์กรเป็นอย่างยิ่งเพราะแนวคิดการรับผิดชอบต่อสังคมเป็นการทำธุรกิจอย่างยั่งยืน ซึ่งเกิดจากแนวคิดให้องค์กรธุรกิจยุคใหม่ไม่เพียง แต่ขายสินค้าหรือบริการเพียงอย่างเดียว แต่ควรจะต้องมีภาพลักษณ์ที่ดีในการรับผิดชอบต่อสังคม ทำธุรกิจที่ไม่ส่งผลกระทบต่อหรือทำลายสิ่งแวดล้อม รวมถึงการมอบสิ่งที่ดีให้กับสังคมอีกด้วย

การรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) มีบทบาทเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งพนักงาน ลูกค้า คู่ค้า ผู้ร่วมลงทุน ผู้ถือหุ้น ชุมชน และสังคม ทำให้คนในสังคมมีความเชื่อถือและยอมรับต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กร โดยยึดหลักการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง จริงใจ และจริงใจเพื่อให้กลายเป็นจุดยืนที่ชัดเจนขององค์กร การดำเนินงานตามแนวคิดการรับผิดชอบต่อสังคมอย่างมีกลยุทธ์และสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยมองค์กร สามารถทำให้แนวคิดการรับผิดชอบต่อสังคมเข้าไปเชื่อมโยงเป็นเนื้อเดียวกับธุรกิจได้ ซึ่งแนวคิดการรับผิดชอบต่อสังคมจะเป็นเครื่องมือหรือกลไกหนึ่งในการบริหารจัดการด้านต่าง ๆ ขององค์กร ได้แก่ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน รวมถึงการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ การสร้างพันธมิตรที่ดีกับคู่ค้า และยังเป็นเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจ ในที่สุดการดำเนินธุรกิจที่มีการรับผิดชอบต่อสังคมอย่างชัดเจนต่อเนื่องและยาวนาน จะกลายเป็นความแตกต่างที่โดดเด่นสามารถผูกพันกับสังคมได้อย่างเป็นรูปธรรม จนกลายเป็นตราสินค้า (Brand) ที่แข็งแกร่งขององค์กรได้

การดำเนินธุรกิจกับการรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSR (Corporate Social Responsibility) เป็นหนึ่งในภารกิจสำคัญขององค์กร ซึ่งเป็นการดำเนินงานตามแผนธุรกิจของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) หรือ CAT TELECOM เพื่อให้แนวคิดการรับผิดชอบต่อสังคมเป็นกลยุทธ์ในการสื่อสารภาพลักษณ์ขององค์กร เป็นช่องทางการสื่อสารความดีขององค์กรสู่สังคม อันจะส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อผู้บริโภคและประชาชน ทั้งยังเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กรอย่างยั่งยืนในระยะยาว กสท โทรคมนาคม ตระหนักถึงความสำคัญของการดำเนินโครงการตามแนวคิดการรับผิดชอบต่อสังคม เพราะเชื่อมั่นว่าธุรกิจสามารถดำรงอยู่ได้ในสังคมที่ยั่งยืน จึงได้พยายามผลักดันการรับผิดชอบต่อสังคมไว้เป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงาน

การดำเนินธุรกิจกับการรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) เริ่มเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อองค์กรในปี พ.ศ. 2550 โดย กสท โทรคมนาคม ได้มีการแต่งตั้งคณะทำงานโครงการดำเนินธุรกิจกับการรับผิดชอบต่อสังคมขึ้น เพื่อดำเนินโครงการให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยในขั้นแรกคณะทำงานโครงการได้สร้างการรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจกับการรับผิดชอบต่อสังคมแก่พนักงานภายในองค์กร เพื่อให้พนักงานเข้าใจการดำเนินกิจกรรมการรับผิดชอบต่อสังคมให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพราะความสำเร็จของการดำเนินโครงการหรือกิจกรรมเกี่ยวกับการรับผิดชอบต่อสังคมนั้น จะต้องเกิดจากจิตสำนึกภายในของพนักงานทุกคนเป็นอันดับแรก เนื่องจากการดำเนินธุรกิจกับการรับผิดชอบต่อสังคมเป็นเป้าหมายในการดำเนินงานขององค์กร นั้นหมายความว่า ไม่ว่าใครจะหน้าที่อะไรจะต้องไม่ส่งผลกระทบเชิงลบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และยังคงคำนึงถึงประโยชน์ต่อสังคมและองค์กรโดยรวมเป็นสำคัญ ซึ่งในหน่วยงานภายในหลายแห่งได้มีการดำเนินธุรกิจกับการรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการธุรกิจอยู่แล้ว แต่ยังขาดการสื่อสารออกมาในรูปแบบการดำเนินธุรกิจกับการรับผิดชอบต่อสังคม คณะทำงานโครงการจึงได้ส่งเสริมให้มีการสื่อสารเรื่องราวของการดำเนินธุรกิจกับการรับผิดชอบต่อสังคมนดังกล่าว เพื่อให้พนักงานภายในองค์กรได้รับรู้และมองเห็นต้นแบบของการดำเนินธุรกิจกับการรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการธุรกิจของ กสท โทรคมนาคม อันส่งผลดีต่อการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กรและสังคม

ทาง กสท โทรคมนาคม เห็นว่าการดำเนินธุรกิจกับการรับผิดชอบต่อสังคมนั้นเป็นเรื่องใหม่สำหรับองค์กร ฉะนั้น จึงได้ประสานความร่วมมือกับสถาบันไทยพัฒน์ มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีความเชี่ยวชาญในการทำงานด้านการรับผิดชอบต่อสังคมโดยตรง เพื่อเข้าร่วมกันศึกษาและพัฒนาการดำเนินธุรกิจกับการรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการธุรกิจของ กสท โทรคมนาคม โดยการวางยุทธศาสตร์โครงการหลักที่สำคัญคือ “โครงการ CAT DNA สำนึกต่อสังคม” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างการตระหนักรู้และความตื่นตัวเรื่องการใส่ใจต่อสังคม ส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมดำเนินงานบนพื้นฐานของการรับผิดชอบต่อสังคม เพราะเชื่อมั่นว่าพนักงานเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าขององค์กร โดยได้มีการวางยุทธศาสตร์หลัก ๆ ของโครงการไว้ 3 ยุทธศาสตร์ภายใต้โครงการที่ชื่อ โครงการ CAT DNA สำนึกต่อสังคมคือ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้าง DNA สำนึกดีต่อสังคมให้เติบโตในองค์กร (Grow DNA) ยุทธศาสตร์ที่ 2 การแพร่ขยาย DNA สำนึกดีต่อสังคมสู่ภายนอก (Spread DNA) ยุทธศาสตร์ที่ 3 การเชื่อมร้อย DNA สำนึกดีต่อสังคมให้ยั่งยืน (Connect DNA) นอกจากนี้ ยังได้มีการจัดตั้งเครือข่ายการรับผิดชอบต่อสังคมจากจิตสำนึกภายในสู่ภายนอก ซึ่ง กสท โทรคมนาคม หวังว่าการดำเนินงานโครงการตามแนวคิดการรับผิดชอบต่อสังคมนั้น จะมีส่วนช่วยพัฒนาสังคมและองค์กรให้ยั่งยืน สามารถตอบสนองความต้องการของสังคมได้อย่างแท้จริง

การที่ กสท โทรคมนาคม เป็นองค์กรของรัฐที่มีการดำเนินกิจการอย่างต่อเนื่องยาวนาน นั้น ทำให้ กสท โทรคมนาคม เป็นที่เชื่อถือจากสาธารณชน บุคลากรภายในองค์กรทุกคนจะต้องมีความเข้าใจในนโยบาย ทิศทางการดำเนินงาน วัตถุประสงค์ เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจกับการรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน เพื่อให้ทุกหน่วยงานในองค์กรสามารถผลักดันให้องค์กรก้าวไปสู่เป้าหมายได้ รวมทั้งสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค และประชาชนทั่วไปได้ การดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมของ กสท โทรคมนาคม ที่ผ่านมามีจำนวนมาก หากต้องดำเนินทุกกิจกรรมก็คงไม่สามารถทำได้ คณะทำงานโครงการจึงเห็นความจำเป็นที่ต้องดำเนินโครงการด้านการรับผิดชอบต่อสังคมอย่างมีกลยุทธ์ ซึ่งนอกจากการมุ่งเน้นการดำเนินงานจากจิตสำนึกภายในแล้ว ยังต้องกำหนดทิศทางการดำเนินธุรกิจกับการรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร และจัดทำแผนแม่บทการรับผิดชอบต่อสังคมเชิงกลยุทธ์ เพื่อประโยชน์ในการดำเนินโครงการ และเตรียมรองรับการดำเนินธุรกิจตามแนวทางของ ISO 26000 ซึ่งเน้นเรื่องการรับผิดชอบต่อสังคมเป็นหลักต่อไป

เหตุผลที่ กสท โทรคมนาคม มีแนวความคิดริเริ่มโครงการสร้าง DNA สำนึกดีต่อสังคม นั้น เป็นผลมาจากการที่ช่วงเวลานั้น (ปี พ.ศ. 2546) กสท โทรคมนาคม เองมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบโครงสร้างองค์กรครั้งใหญ่ขึ้น แต่เดิมที่เป็นการสื่อสารแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นองค์กรที่ดำเนินการไปรษณีย์และโทรคมนาคมทั้งในและระหว่างประเทศ เป็นหนึ่งในรัฐวิสาหกิจที่ต้องดำเนินการตามนโยบายของรัฐ ดังนั้น เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้เทียบเท่าภาคเอกชน จึงแยกกิจการเป็น 2 บริษัท (ตามแผนแม่บทพัฒนากิจการโทรคมนาคมและพระราชบัญญัติทุนรัฐวิสาหกิจ พ.ศ. 2542) คือ บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) และบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด มีการดำเนินงานในรูปบริษัทจำกัด (มหาชน) ที่ยังคงสถานะเป็นรัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยกระทรวงการคลังถือหุ้น 100% และได้ปรับเปลี่ยนการบริหารงานให้เป็นเชิงพาณิชย์ที่มีความทันสมัยและการทำงานรวดเร็วมากขึ้น มีรูปแบบการทำงานใหม่ให้เหมือนกับบริษัทเอกชนทั่วไป นอกจาก กสท โทรคมนาคม มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบโครงสร้างองค์กรแล้ว ยังมีการปรับเปลี่ยนตราสัญลักษณ์องค์กรและชื่อเรียกองค์กรไปพร้อม ๆ กัน การปรับเปลี่ยนครั้งสำคัญนี้เองที่ทำให้องค์กรต้องเร่งสื่อสารกับประชาชนในการรับรู้ภาพลักษณ์ใหม่ขององค์กร ส่งผลให้ทางองค์กรต้องดำเนินการต่าง ๆ เพื่อให้ประชาชนรับรู้ถึงการปรับเปลี่ยนภาพองค์กรให้เร็วที่สุด ดังนั้นทางผู้บริหารจึงได้นำแนวคิดการรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) มาใช้เป็นหนึ่งในนโยบายในการขับเคลื่อนการสื่อสารภาพลักษณ์ขององค์กร โดยยุทธศาสตร์ที่ กสท โทรคมนาคม เลือกลงมาดำเนินงานด้านการรับผิดชอบต่อสังคม คือ “การสร้างสำนึกดีต่อสังคม” ภายใต้ชื่อว่า “โครงการ CAT DNA สำนึกดีต่อสังคม” มีแนวคิดหลักคือ การสร้างสำนึกดีต่อสังคมจากภายในองค์กรแล้ว

ขยายสู่สังคมภายนอก ซึ่งถือว่าการดำเนินธุรกิจกับการรับผิดชอบต่อสังคมที่ไม่ใช่การดำเนินงาน แต่เพียงผิวเผินเท่านั้น แต่จะเป็นการปลูกฝังและสร้างรากฐานสำนึกดีเข้าไปภายในจิตใจของบุคคล คือ พนักงาน และเมื่อพนักงานมีสำนึกดีต่อสังคมแล้วก็จะแผ่ขยายการมีสำนึกดีออกไปสู่สังคม ภายนอก ดังนั้น จุดสำคัญของโครงการสร้าง DNA สำนึกดีต่อสังคมที่จะทำให้โครงการประสบความสำเร็จคือ พนักงาน ทาง กสท โทรคมนาคมจึงต้องมีกระบวนการ หรือวิธีการในการจัดการ การสื่อสารกับพนักงานเกี่ยวกับโครงการ CAT DNA สำนึกดีต่อสังคมอย่างไร ที่จะทำให้พนักงาน เกิดสำนึกดีต่อการรับผิดชอบต่อสังคมแล้วแผ่ขยายการมีสำนึกดีออกไปสู่สังคมภายนอก

ปัญหาคำถามวิจัย

1. โครงการ CAT DNA สำนึกดีต่อสังคมของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) เป็นอย่างไร
2. การจัดการการสื่อสารโครงการ CAT DNA สำนึกดีต่อสังคมของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) เป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาโครงการ CAT DNA สำนึกดีต่อสังคมของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อศึกษาการจัดการสื่อสารภายในของโครงการ CAT DNA สำนึกดีต่อสังคมของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “การจัดการสื่อสารความรับผิดชอบต่อสังคม : กรณีศึกษา โครงการ CAT DNA สำนึกดีต่อสังคมของ บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่ใช้วิธีการวิจัยโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ CAT DNA สำนึกดีต่อสังคมและการจัดการสื่อสารของโครงการ โดยใช้แบบคำถามเป็นเครื่องมือ ในการสัมภาษณ์บุคลากรที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผู้ศึกษาได้เลือกใช้คำถามแบบมีโครงสร้างในรูปแบบของ

คำถามแบบปลายเปิดเป็นหลักร่วมกับคำถามปลายปิด ทั้งนี้ ระยะเวลาในการศึกษาตั้งแต่เดือนมกราคม-มีนาคม 2553 เป็นระยะเวลา 3 เดือน

นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) หมายถึง องค์การรัฐวิสาหกิจที่สังกัดกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มีทิศทางและเป้าหมายพัฒนาและผลิตสื่อในด้านการรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อถ่ายทอดความรู้ และสร้างจิตสำนึกด้านการรับผิดชอบต่อสังคม ประสานการดำเนินงานร่วมกันอย่างเป็นระบบ และต่อเนื่อง ตลอดจนเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ เพื่อกระตุ้นจิตสำนึกด้านการรับผิดชอบต่อสังคม

รัฐวิสาหกิจ หมายถึง องค์การของรัฐบาลหรือหน่วยงานของธุรกิจที่รัฐบาลเป็นเจ้าของ รวมทั้งบริษัท จำกัด และห้างหุ้นส่วน ส่วนนิติบุคคลที่ส่วนราชการหรือรัฐวิสาหกิจมีหุ้นอยู่ด้วยเกินร้อยละ 50 แต่ไม่รวมถึงองค์การหรือกิจการที่มีวัตถุประสงค์ เฉพาะเพื่อสงเคราะห์หรือส่งเสริมการใด ๆ ที่มีใช้ธุรกิจ รัฐวิสาหกิจ จะแยกส่วนของการบริหารงานออกจากส่วนราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจจะแยกส่วนของการบริหารงานออกจากส่วนราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จึงไม่ใช่ข้าราชการแต่ระเบียบการปฏิบัติงานต่าง ๆ ใช้หลักเดียวกัน

การจัดการการสื่อสาร หมายถึง การใช้การสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็น เทคนิค รูปแบบ หรือวิธีการต่าง ๆ ในกระบวนการสื่อสาร อาทิเช่น สื่อ กิจกรรม ทั้งการสื่อสารภายในและการสื่อสารภายนอก เพื่อช่วยให้โครงการสร้าง DNA สำนึกดีต่อสังคมบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ บริษัท กสท โทรคมนาคม ได้ตั้งเป้าไว้ โดยการสื่อสารภายในเป็นการสื่อสารที่ใช้กิจกรรม โครงการ และการสื่อสารต่าง ๆ กับบุคลากรหรือพนักงานของ กสท โทรคมนาคม การสื่อสารภายนอกเป็นการสื่อสารที่ใช้กิจกรรม โครงการ และการสื่อสารต่าง ๆ กับลูกค้า คู่ค้า สังคม และชุมชน ของ กสท โทรคมนาคม เพื่อแสดงถึงการรับผิดชอบต่อสังคม และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีกับองค์กรในสายตาของคนภายนอก

การรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง การดำเนินกิจกรรมภายในและภายนอกองค์กรของ กสท โทรคมนาคม ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมทั้งในระดับใกล้และไกล ด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรหรือทรัพยากรจากภายนอกองค์กร ในอันที่จะจะทำให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข และมีส่วนช่วยเหลือและส่งเสริมสังคมให้ดีขึ้น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงกระบวนการจัดการการสื่อสารขององค์กรที่เป็นองค์กรในรูปแบบของรัฐวิสาหกิจ
2. เพื่อแสดงให้เห็นถึงประโยชน์ของการใช้แนวคิดการรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี
3. เพื่อเป็นตัวอย่างให้กับองค์กรรัฐวิสาหกิจอื่น ๆ ที่ควรจะหันมาให้ความสำคัญกับการแสดงถึงการรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร และสนับสนุนให้องค์กรรัฐวิสาหกิจมุ่งเน้นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดกับประชาชนในสังคม
4. เพื่อเป็นประโยชน์วงการศึกษาในการนำไปต่อยอดองค์ความรู้และวงการธุรกิจทางด้านการบริหารธุรกิจและการบริหารสังคม ทางด้านการดำเนินการจัดการสื่อสารการรับผิดชอบต่อสังคม