



กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ
: กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ
THE CREATION PROCESS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF
BUSINESS ORGANIZATION : A CASE STUDY OF WAT ASOKARAM,
MUANG DISTRICT, SAMUTPRAKAN PROVINCE

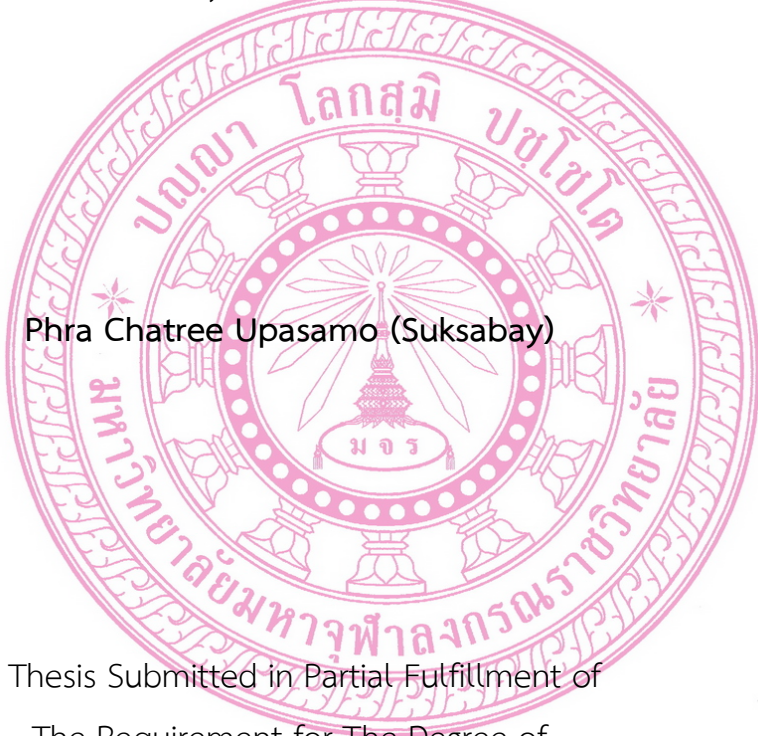


วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาพุทธศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาการพัฒนสังคม

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
พุทธศักราช ๒๕๕๖



THE CREATION PROCESS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF
BUSINESS ORGANIZATION : A CASE STUDY OF WAT ASOKARAM,
MUANG DISTRICT, SAMUTPRAKAN PROVINCE



Phra Chatree Upasamo (Suksabay)

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of
The Requirement for The Degree of

Master of Arts

(Social Development)

Graduate School

Mahachulalongkorntajavidyalaya University

Bangkok, Thailand

C.E.2013

(Copyright by Mahachulalongkornrajavidyalaya University)



กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ
: กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาพุทธศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาการพัฒนาสังคม

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
พุทธศักราช ๒๕๕๖

(ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย)



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์เรื่อง
“กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม
อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ” เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตรปริญญาพุทธศาสตร
มหาบัณฑิต สาขาการพัฒนาสังคม

(พระสุธีธรรมานันท์, ผศ.ดร.)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์

ประธานกรรมการ

(พระครูปริมาณุรักษ์, รศ.ดร.)

กรรมการ

(รศ.พิเศษ ดร.วิชุดา หุ่นวิไล)

กรรมการ

(พระมหาสุทนต์ อากาศโร, ดร.)

กรรมการ

(ผศ.ดร.โกนิษฐ์ ศรีทอง)

คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์

พระมหาสุทนต์ อากาศโร, ดร.

ประธานกรรมการ

ผศ.ดร.โกนิษฐ์ ศรีทอง

กรรมการ

ชื่อผู้วิจัย

(พระชาติรี อุปสโม)

ชื่อวิทยานิพนธ์	: กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ
	: กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ
ผู้วิจัย	: พระชาตรี อุปสโม (สุขสบาย)
ปริญญา	: พุทธศาสตรมหาบัณฑิต (การพัฒนาสังคม)
คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์	: พระมหาสุทิตย์ อาภากรโ, ป.ธ.๗, ดร., ร.บ., พช.ม., พธ.ด. (พระพุทธรศาสนา)
	: ผศ.ดร.โกนิฐ์ ศรีทอง, ป.ธ.๗, พธ.บ., M.A., Ph.D. (Sociology)
วันสำเร็จการศึกษา	: ๒๕ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๕๗

บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ ๓ ประการ คือ ๑) เพื่อศึกษากระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในเขตพื้นที่วัดอโศการาม ๒) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในการพัฒนาพื้นที่วัดอโศการามตามแนว CSR (Corporate Social Responsibility) และ ๓) เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรค ในการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ

การศึกษาครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม (Mixed Method) โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ประชาชนที่อยู่ในพื้นที่บริเวณรอบวัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ องค์กรธุรกิจ และพระสงฆ์ที่สังกัดวัดอโศการาม ซึ่งได้แก่ เจ้าอาวาส พระลูกวัดรวม ๒๐๔ รูป รวมถึงประชาชนที่เข้าร่วมทำกิจกรรมในการดำเนินกิจกรรมการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจใน การดูแลรักษาป่าชายเลนในโครงการศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อมวัดอโศการาม จำนวน ๑,๐๐๐ คน รวม ๑,๒๐๔ รูป/คน โดยวิธีการเปิดตารางสุ่มตัวอย่างตารางสูตร ทาโร่ ยามาเน่ ปรากฏได้กลุ่มตัวอย่างตัวอย่าง ๓๐๐ รูป/คน และทำการสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน ๕ รูป/คน ที่เกี่ยวข้องกับโครงการพัฒนาป่าชายเลนให้เป็นศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อม วัดอโศการาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ สถิติที่ใช้คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานโดยการทดสอบค่าเอฟ (F-test) ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) และการ สัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาประกอบบริบท

ผลการวิจัยพบว่า

๑) กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ประชาชนมีความคิดเห็น โดยภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ๓.๗๕ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ตามลำดับ คือด้านการวางแผน ๓.๘๖ ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ๓.๘๖ ด้านการมีส่วนร่วม ๓.๗๑ ด้านการดำเนินการ ๓.๗๐ ด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผนให้บรรลุเป้าหมาย ๓.๖๖

๒) ผลวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานการเปรียบเทียบพบว่า ความคิดเห็นของ ประชาชนต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ สรุปได้ว่า ความคิดเห็นของประชาชนต่อ กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านระดับการศึกษา และด้านจำนวนความถี่ในการเข้าร่วม โครงการ แตกต่างกันอย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๑ และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕ ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้าน เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ตำแหน่งงาน การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และการมีส่วนร่วมในการพัฒนาป่าชายเลน ไม่แตกต่างกัน ซึ่งปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

๓) ปัญหา อุปสรรค เกี่ยวกับกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมของ องค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ ๑. ด้านการ วางแผน การวางแผนการประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึง ๒. ด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผนให้บรรลุเป้าหมาย กล ยุทธ์ในการทำตามแผนที่วางเอาไว้ขององค์กรธุรกิจขาดเป้าหมายและไม่ชัดเจน ๓. ด้านการมีส่วน ร่วม ประชาชนร่วมแสดงความคิดเห็นได้ไม่มากเท่าที่ควร ๔. ด้านการดำเนินการ ลำดับขั้นตอนใน การดูแลรักษาและฟื้นฟูป่าชายเลนไม่มีความชัดเจน ๕. ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ต้นกล้าบาง ชนิดไม่เพียงพอต่อจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม

Thesis Title : The Creation Process of Corporate Social Responsibility of
Business Organization : A Case Study of Wat Asokaram, Muang
District, Samutprakan Province

Researcher : Phra Chatree Upasamo (Suksabay)

Degree : Master of Arts (Social Development)

Thesis Supervisory Committee:

Phramaha Suthit Abhakaro, Pali VII, B.A., M.A., Ph.D.(Buddhism)

Asst.Prof.Dr.Konit Srithong Pali VII, B.A., M.A., Ph.D.(Sociology)

Date of Graduation: March 25, 2014

ABSTRACT

The study consisted of three main objectives, namely, i) to study the creation process of corporate social responsibility of business organization in area of Wat Asokaram; ii) to study the factors influencing the creation process of corporate social responsibility of business organization in area of Wat Asokaram, Muang District, Samutprakan Province; and iii) to study the problems and obstacles the creation process of corporate social responsibility of business organization in area of Wat Asokaram, Muang District, Samutprakan Province. This study employed mixed method. The sample used in this study consisted of 300 residents and Buddhist monks living in Wat Asokaram who took part in activities for creating corporate social responsibility of business organization in area of Mangrove forest. There are five key informants being interviewed in this study. The tools used for data collection were questionnaire and interview schedule. The gathered data were analyzed by using statistical techniques such as frequencies, percentage, mean and standard deviation. To test the hypotheses, t-test and F-Test (One Way Analysis of Variance). The data collected from in-depth interview were analyzed by Content Analysis technique.

The findings of this study are concluded as follows:

1. The overall opinions of respondents relating to the creation process of corporate social responsibility of business organization in area of Wat Asokaram, Muang District, Samutprakan Province, were found at the high level. When considered into each aspect, it was noticed at the high levels in all aspects, ranging from the most to the least: planning, environment protection, participation, performance, and goal achievement strategies, respectively.

2. To compare opinions relating to the creation process of corporate social responsibility of business organization in area of Wat Asokaram, Muang District, Samutprakan Province, classified by personal factors, it was found that level of education and frequencies of Project participation have significant differences at 0.01 level of confidence, thus accepting formulated hypotheses, whereas sex, age, occupation, monthly income, working position, information perception and participation of Mangrove forest development were found no significant differences, therefore rejecting set hypothesis.

3. The problems and obstacles the creation process of corporate social responsibility of business organization in area of Wat Asokaram, Muang District, Samutprakan Province, revealed that i) for planning: there is no covering public relations, ii) for goal achievement strategies: strategies to carry out according to the plan of Business organization lack of clear goals, iii) for participation: people have little chance to participate in activities, iv) for performance, there were no clear steps of conserving and revitalizing Mangrove forest, and v) for environment protection: there is no enough number of young plant sprouts to numbers of people who take part in activities.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความเมตตาของคณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ได้แก่ พระมหาสุทิตย์ อาภากร ดร., และ ผศ.ดร.โกนิฐ์ ศรีทอง ที่เมตตาอนุเคราะห์ให้คำปรึกษาแนะนำ ช่วยเหลือในการปรับปรุง แก้ไขวิทยานิพนธ์จนสำเร็จด้วยดี

ขอขอบพระคุณ พระมหาสม กลยาโณ ดร., ผศ.ดร.ณัฐพงศ์ สังวรวรรณ, ดร.บัว พลรัมย์, ผศ.ดร.สุวิญ รักษิตย์ จากมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย, ดร.วุฒินันท์ กันทะเตียน จากมหาวิทยาลัยมหิดล ที่ได้อนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย พร้อมแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้สมบูรณ์และสำเร็จได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณ พระประเสริฐ พลวโร, พระสุพล ตีสโร, พระธนากร รติโก, นายชรินทร์ แปรน้อย, นายสนั่นเกรียง ญาติประทุม, ที่ได้อนุเคราะห์ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ในการทำวิทยานิพนธ์โดยเฉพาะ พระธนากร รติโก เจ้าหน้าที่สำนักงานวัดอโศการาม ที่ได้ให้ความช่วยเหลือในการให้ข้อมูลด้านสถานที่ที่ใช้ในการทำวิจัย และได้ให้ความช่วยเหลือตั้งแต่เริ่มทำการวิจัย จนจบการทำวิจัยในครั้งนี้

สุดท้ายนี้ คุณค่าและประโยชน์ใด ๆ อันจะพึงมีจากวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยขอน้อมถวายเป็นพุทธานุชา ธรรมบูชา สังฆบูชา และมอญบูชาเป็นกตเวทิตาคุณ แก่บิดามารดา ครูบาอาจารย์ พี่ ๆ น้อง ๆ รวมทั้งคณะ ผู้มีอุปการคุณทุกท่าน ซึ่งไม่สามารถจะเอ่ยนามได้ทั้งหมด ผู้ให้กำลังใจ ผู้ให้กำลังสนับสนุน และผู้ถวายข้าวทุกทัพพีตลอดระยะเวลาที่ได้ดำรงเพศสมณะมาตราบปัจจุบัน

พระชาตรี อุปสโม
๒๕/มีนาคม/๒๕๕๗

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญแผนภูมิ	ญ
 บทที่ ๑ บทนำ	
๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	๑
๑.๒ วัตถุประสงค์ของการวิจัย	๕
๑.๓ ปัญหาของการวิจัย	๕
๑.๔ ขอบเขตของการวิจัย	๕
๑.๕ สมมติฐานการวิจัย	๖
๑.๖ นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย	๗
๑.๗ ประโยชน์ที่รับจากการวิจัย	๘
 บทที่ ๒ ทบทวนเอกสารและรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
๒.๑ แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม	๙
๒.๒ แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม	๕๒
๒.๓ แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม	๖๑
๒.๔ แนวคิดเกี่ยวกับพระพุทธศาสนาในการพัฒนาสังคม	๗๑
๒.๕ ประวัติวัดอโศการาม	๙๑
๒.๖ ทบทวนเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	๙๔
๒.๗ กรอบแนวคิดในการวิจัย	๑๐๓
 บทที่ ๓ วิธีดำเนินการศึกษา	
๓.๑ วิธีการศึกษา	๑๐๔
๓.๒ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	๑๐๕

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
๓.๓ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	๑๐๖
๓.๔ การทดสอบเครื่องมือ	๑๐๗
๓.๕ การเก็บรวบรวมข้อมูล	๑๐๘
๓.๖ การวิเคราะห์ข้อมูล	๑๐๙
๓.๗ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	๑๐๙
บทที่ ๔ ผลการวิจัย	
๔.๑ ผลการวิเคราะห์สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	๑๑๒
๔.๒ ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ตามทัศนะของประชาชน	๑๑๖
๔.๓ ผลการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามกับกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ	๑๒๕
๔.๔ ผลการทดสอบสมมติฐานของกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคม ขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการามอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ	๑๓๗
๔.๕ ปัญหา และอุปสรรค ของกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ	๑๕๓
๔.๖ บทสัมภาษณ์เรื่อง กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ กรณีศึกษา : วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ	๑๕๖
๔.๗ สรุปองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย	๑๖๑
บทที่ ๕ สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
๕.๑ สรุปผลการวิจัย	๑๖๔
๕.๒ อภิปรายผล	๑๖๙

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
๕.๓ ข้อเสนอแนะ	๑๗๓
บรรณานุกรม	๑๗๕
ภาคผนวก	๑๘๓
ภาคผนวก ก หนังสือขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ	๑๘๔
ภาคผนวก ข ผลการหาดัชนีความสอดคล้อง (IOC)	๑๙๐
ภาคผนวก ค ค่าสัมประสิทธิ์ อัลฟา (Alpha coefficient)	๑๙๔
ภาคผนวก ง หนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย	๑๙๖
ภาคผนวก จ แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	๒๐๒
ภาคผนวก ฉ แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย	๒๑๑
ประวัติผู้วิจัย	๒๑๔

สารบัญตาราง

เรื่อง	หน้า
๔.๑ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	๑๑๒
๔.๒ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการ เสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ	๑๑๖
๔.๓ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมายของกระบวนการ เสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการวางแผน	๑๑๗
๔.๔ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมายของกระบวนการ เสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผนให้บรรลุเป้าหมาย	๑๑๙
๔.๕ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมายของกระบวนการ เสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการมีส่วนร่วม	๑๒๐
๔.๖ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมายของกระบวนการ เสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการดำเนินการ	๑๒๒
๔.๗ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมายของกระบวนการ เสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม	๑๒๓
๔.๘ ผลการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (องค์ประกอบส่วนบุคคล) กับกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคม ขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ	๑๒๕
๔.๙ ผลการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ปัจจัยทางด้านสังคม) กับกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคม ขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการาม	๑๓๑

สารบัญตาราง (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
๔.๑๐ ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อกระบวนการ เสริมสร้าง ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ จำแนกตามเพศ	๑๓๗
๔.๑๑ ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อกระบวนการ เสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ จำแนกตามอายุ	๑๓๘
๔.๑๒ ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อกระบวนการ เสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ จำแนกตาม ระดับการศึกษา	๑๓๙
๔.๑๓ ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อกระบวนการ เสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ จำแนกตามอาชีพ	๑๔๑
๔.๑๔ ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อกระบวนการ เสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ จำแนกตามรายได้	๑๔๓
๔.๑๕ ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อกระบวนการ เสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ จำแนกตามตำแหน่งงาน	๑๔๕
๔.๑๖ ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อกระบวนการ เสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ จำแนกตามการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	๑๔๗
๔.๑๗ ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อกระบวนการ เสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ จำแนกตามการมีส่วนร่วม ในการพัฒนาป่าชายเลนให้เป็นศูนย์ศึกษาระบบชาติป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อม	๑๔๙
๔.๑๘ ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อกระบวนการ เสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ จำแนกตามจำนวนความถี่ในการเข้าร่วมโครงการ	๑๕๑
๔.๑๙ สรุปโดยรวมการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อกระบวนการเสริมสร้าง ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ โดยภาพรวมตามสมมติฐานที่ ๑ - ๙	๑๕๒

สารบัญตาราง (ต่อ)

เรื่อง

หน้า

๔.๒๐ ปัญหา และอุปสรรค กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อ
สังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง
จังหวัดสมุทรปราการ

๑๕๓

๔.๒๑ สรุปองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

๑๖๒



สารบัญแผนภูมิ

เรื่อง

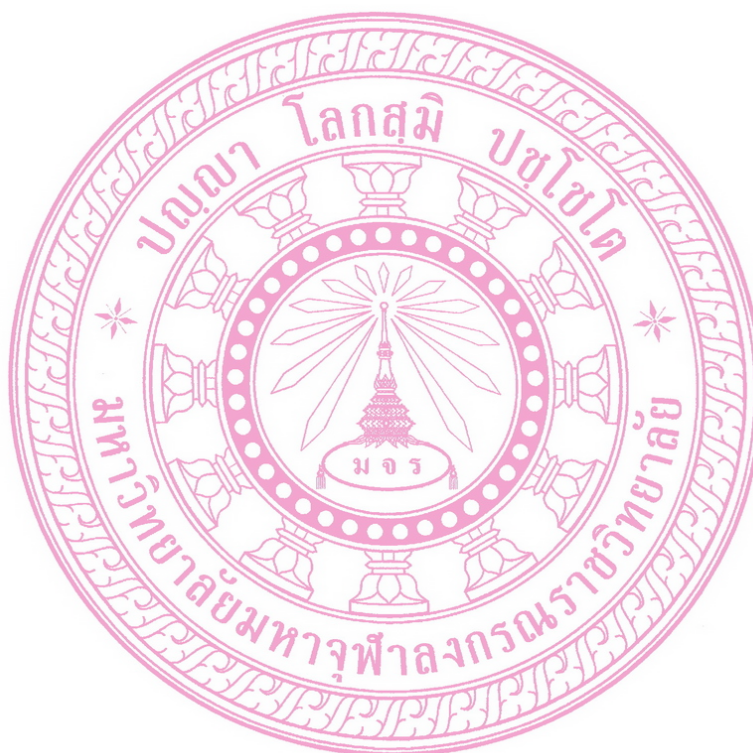
หน้า

แผนภูมิกรอบแนวคิดในการวิจัย

๑๐๓

แผนภูมิสรุปองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

๑๖๒



บทที่ ๑

บทนำ

๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจและกิจการ Corporate Social Responsibility (CSR) ได้ถูกหยิบยกขึ้นเป็นวาระการดำเนินงานที่มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าการดำเนินธุรกิจซึ่งมีเป้าหมายในการมุ่งแสวงหาผลกำไรและความมั่นคงให้แก่ผู้ถือหุ้นหรือเจ้าของธุรกิจ และกิจการแนวความคิดเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมในมาตรฐาน ISO ๒๖๐๐๐^๑ ได้ระบุไว้ว่า การดำเนินการความรับผิดชอบต่อสังคม มีเป้าหมายยอสุดอยู่ที่ผลได้สูงสุด ในการหุ้มเทของกิจการอันนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันมีความซับซ้อนและมีการแข่งขันที่รุนแรงเพิ่มมากขึ้นเป็นผลอันเนื่องมาจากการขยายตัวของเศรษฐกิจโลกตามแนวโน้ม ดังนั้นการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ จึงต้องมีการปรับตัวเรียนรู้และพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง และตลอดเวลา เพื่อให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทางสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งในขณะนี้ได้เกิดวิกฤตเศรษฐกิจโดยเริ่มจากวิกฤตการณ์ทางการเงินของประเทศสหรัฐอเมริกา และแผ่ไปยังประเทศต่างๆทั่วโลก ทำให้ธุรกิจแทบทุกอย่างต้องเผชิญกับวิกฤตอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ แม้แต่ธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีความก้าวหน้าและมีประวัติการดำเนินงานที่แข็งแกร่งมาตลอด ก็ต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอด

แนวทางที่จะช่วยให้องค์กรธุรกิจฝ่าวิกฤตเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นไว้ก็คือ ความรับผิดชอบต่อพื้นฐานขององค์กรธุรกิจที่มีต่อสังคม เช่น ความรับผิดชอบต่อคุณภาพสินค้าหรือบริการที่จำหน่ายให้กับผู้บริโภค ความรับผิดชอบต่อผลตอบแทนสวัสดิการและความปลอดภัยของพนักงาน ความรับผิดชอบต่อความเสียหายของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอันเป็นผลเนื่องมาจากการผลิตสินค้าหรือการให้บริการ^๒ ซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคมดังกล่าวเป็นปัจจัยที่จะทำให้องค์กรธุรกิจประสบความสำเร็จและในขณะเดียวกันก็ตอบสนองความต้องการของสังคมที่เรียกร้องให้องค์กรธุรกิจดำเนินงานโดยยึดหลักธรรมาภิบาลในการประกอบกิจการต่างๆ โดยมีแนวคิดเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นองค์ประกอบสำคัญในการดำเนินงาน แนวคิดขององค์กรธุรกิจกับความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นจะต้อง

^๑ กองบรรณาธิการ, “ISO ๒๖๐๐๐ มาตรฐานเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคม”, Engineering Today, ปีที่ ๖ ฉบับที่ ๖๕ (พฤษภาคม ๒๕๕๑): ๗.

^๒ รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง. ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.elearning2.utcc.ac.th> [๗ ม.ค. ๒๕๕๖].

ตั้งอยู่บนพื้นฐานความเชื่อถือว่า สังคมจะต้องอยู่ร่วมกันอย่างช่วยเหลือเกื้อกูลเอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกันไม่สามารถแบ่งแยกการดำเนินการออกจากกันได้อย่างสิ้นเชิง สังคมจะต้องได้รับการสนับสนุนจากองค์กรธุรกิจ องค์กรธุรกิจจะต้องประกอบการอยู่ภายใต้ความคาดหวังของสังคม ดังนั้นองค์กรธุรกิจจึงต้องปรับตัวตามความคาดหวังของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบัน กระแสการดำเนินธุรกิจได้ให้ความสำคัญกับหลักคุณธรรมและจริยธรรม มีการเรียกร้องให้องค์กรธุรกิจแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มมากขึ้น

ความสำคัญของซีเอสอาร์ เป็นแนวคิดและทฤษฎีทางธุรกิจที่ได้รับการปลูกฝังและถ่ายทอดสู่องค์กรโดยส่วนใหญ่ ล้วนมุ่งไปที่การพัฒนาให้เป็นองค์กรที่ “เก่ง” แต่สำหรับแนวคิดในเรื่องซีเอสอาร์ จะมุ่งไปที่การสร้างให้องค์กรมีความ “ดี” ที่ก่อให้เกิดความยั่งยืนของกิจการ เป็นแนวคิดที่มีรากฐานมาจากหลักคุณธรรมทางศาสนา ซีเอสอาร์ จึงมีใช้เรื่องใหม่ เพียงแต่เพิ่งได้มีการบัญญัติคำนี้ขึ้นใช้ในวงการธุรกิจเมื่อไม่กี่สิบปีที่ผ่านมาเอง สำหรับในประเทศไทย แนวคิดเรื่องซีเอสอาร์ได้ถือกำเนิดขึ้นพร้อมกับการสถาปนาธุรกิจในประเทศไทยมาเป็นเวลายาวนาน ในรูปของการทำบุญ การบริจาคเพื่อการกุศล หรือการอาสาช่วยเหลืองานส่วนรวมที่เรียกว่า “การลงแขก” เป็นต้น เพียงแต่คนไทยยังมิได้เรียกกิจกรรมเหล่านี้ด้วยคำว่าซีเอสอาร์อย่างใดก็ดี กระแสซีเอสอาร์ในเมืองไทยก็ได้ถูกจุดประกายขึ้นอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรมในปี ๒๕๔๙ และได้ถูกบรรจุเป็นแนวปฏิบัติที่ผนวกเข้ากับการดำเนินธุรกิจ นอกเหนือไปจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมในรูปแบบที่อยู่นอกกระบวนการทางธุรกิจ เช่น การบริจาค หรือการอาสาช่วยเหลือสังคมเช่นที่ผ่านมา

นับตั้งแต่มีการประชุมระดับโลกครั้งแรกที่เมืองรีโอเดจาเนโร ประเทศบราซิล ในปี พ.ศ. ๒๕๓๕ ได้มีการกล่าวถึงทิศทางใหม่ของการพัฒนาที่เรียกว่า “การพัฒนาที่ยั่งยืน” (Sustainable Development)^๓ ซึ่งเป็นการเรียกร้องที่ให้เกิดการพัฒนาโดยรวมความเอาใจใส่ในด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม นอกเหนือจากมุ่งเน้นแต่การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว การพัฒนาที่รวมถึง “ความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ” Corporate Social Responsibility (CSR) ได้ทวีความเข้มข้นและจริงจังขึ้น เมื่อ นายโคฟี อันนัน เลขาธิการสหประชาชาติในขณะนั้น ได้ออกมาเรียกร้องให้องค์กรธุรกิจทั่วโลกแสดงความเป็นพลเมืองที่ดีของโลก รวมทั้งประกาศ “The UN Global Compact” ในปี พ.ศ. ๒๕๔๒ เพื่อใช้เป็นกรอบการดำเนินการพัฒนาที่ยั่งยืนสำหรับองค์กรธุรกิจ และในปีถัดมา องค์กรความร่วมมือด้านเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD) ก็ได้บรรจุ เรื่อง ซีเอสอาร์ ไว้ในแนวทางปฏิบัติสำหรับบริษัทข้ามชาติ ในปี พ.ศ. ๒๕๕๕ นี้ การประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการพัฒนาที่ยั่งยืน (United Nations Conference on Sustainable Development – UNCSO) หรือเรียกว่า Rio+๒๐ ถูกจัดขึ้นที่เมืองรีโอเดจาเนโร ประเทศบราซิล อีกครั้ง โดนมี

^๓ พิพัฒน์ ยอดพฤติการ, “CSR กับการพัฒนาที่ยั่งยืน”, วารสารเศรษฐศาสตร์สุโขทัยธรรมาธิราช, ปีที่ ๖ ฉบับที่ ๒ (มีนาคม ๒๕๕๕), หน้า ๑.

วัตถุประสงค์ในการสานต่อพันธกิจของประเทศต่างๆ ต่อการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยที่ประชุมจะมีการประเมินความก้าวหน้าและช่องว่างในการนำผลลัพธ์จากการประชุมหลักที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาที่ยั่งยืนครั้งก่อนๆ ไปปฏิบัติให้เกิดผล รวมทั้งการนำเสนอประเด็นความท้าทายใหม่ที่ส่งผลต่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

การพัฒนาประเทศทั่วโลกทำให้วิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของประชาชนเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ผลจากการพัฒนาทำให้เกิดการขยายตัวทางการลงทุนในประเทศ การอุปโภคและบริโภคของประชาชนรวมถึงการใช้ทรัพยากรธรรมชาติต่างๆ ในปริมาณที่สูงขึ้น จนทำให้เกิดปัญหาต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เช่น ปัญหาการใช้แรงงานเด็ก ปัญหาความปลอดภัยของผู้บริโภค ปัญหาโลกร้อน ปัญหาการขาดแคลนน้ำมัน ปัญหาการขาดสารอาหารเป็นต้น ซึ่งปัญหาเหล่านี้ผลักดันให้ผู้คนในสังคมทุกกลุ่มเกิดความตระหนัก และหันมาสนใจถึงคุณธรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม^๔ กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของทุกองค์กรจะต้องปฏิบัติด้วยความจริงจัง ไม่ทำกิจกรรมเพียงเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์องค์กรหรือกิจกรรมที่พนักงานขององค์กรไม่ได้มีส่วนร่วมเลย หรือทำด้วยความไม่เต็มใจ แต่ต้องเป็นการร่วมกันดำเนินการโดยมีเป้าหมายร่วมกันเป็นกิจกรรมที่น้อมนำองค์กร และสมาชิกในองค์กร เป็นส่วนหนึ่งของชุมชนและสังคม เกิดความใกล้ชิดความร่วมมือกันในกิจกรรมของชุมชนและสังคม เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน เน้นการพัฒนาที่รากฐานของสังคม ความรับผิดชอบต่อสังคมนี้ไม่ได้เป็นเพียงกระแสความตื่นตัวต่อความเปลี่ยนแปลงของสถานะภูมิอากาศของโลก ไม่ได้เป็นเพียงกระแสความเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจและสังคม แต่เป็นแนวทางที่จะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ที่จะต้องประกอบไปด้วย ความสมดุลของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

หลักปรัชญา “เศรษฐกิจพอเพียง” ที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงมีพระราชดำรัสแก่พสกนิกรชาวไทยมาตั้งแต่ปี พ.ศ.๒๕๑๗ ได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในภาคของธุรกิจอย่างกว้างขวาง โดยอยู่ภายใต้หลักความพอประมาณ ความระมัดระวัง มีเหตุผลและการบริหารความเสี่ยง ภายใต้ความรู้และคุณธรรมในการประกอบธุรกิจ ซึ่งมีเป้าหมายคือความสมดุลมั่นคงและยั่งยืนของชีวิตและสังคม ดังนั้น “การดำเนินธุรกิจตามปรัชญานี้” จึงอยู่บนพื้นฐานของการไม่เอาัดเอาเปรียบผู้อื่นหรือแสวงหาผลกำไรจนเกินควร จากการเบียดเบียนประโยชน์ของสังคม โดยไม่คำนึงถึงผลกระทบที่อาจทำให้เกิดวิกฤตตามมา ตลอดจนให้คำนึงถึงการใช้ทรัพยากรในภาคธุรกิจอย่างประหยัดและมี

^๔ กลุ่มพัฒนาระบบบริการ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. ความรับผิดชอบต่อสังคม CSR: Corporate Social Responsibility, (กรุงเทพมหานคร:โรงพิมพ์ ก.พลพิมพ์(๑๙๙๖),๒๕๕๒), หน้า ๑.

คุณภาพ^๕ การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมผ่านกิจกรรมหรือโครงการต่างๆสะท้อนให้เห็นถึงผลลัพธ์ที่ได้ โดยอย่างแรกที่ได้เห็นได้ชัดเจนคือ ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรธุรกิจในด้านสังคม กระแสการต่อต้านจากคนในพื้นที่ลดน้อยลง พนักงานได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆซึ่งก่อให้เกิดความสามัคคี ซึ่งเป็นผลดีกับองค์กรธุรกิจ และจะได้รับคำชื่นชมจากหน่วยงานต่างๆในทางที่เป็นการสร้างสรรค์ในการทำกิจกรรมเพื่อตอบแทนสังคม

ทั้งนี้การขับเคลื่อนแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ รวมถึงหน่วยงานต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ และรัฐวิสาหกิจ ทำให้เรื่องปัญหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมเป็นที่น่าสนใจและเป็นปัญหาหนึ่งที่องค์กรและหน่วยงานต่างๆให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก อีกทั้งจากสภาพแวดล้อมในปัจจุบันที่กำลังเป็นที่น่าสนใจ จนเกิดกระแสการตื่นตัว ทำให้องค์กรธุรกิจและหน่วยงานต่างๆตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ซึ่งวัดอโศการาม ตำบลท้ายบ้าน อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ได้รับผลกระทบจากมีโรงงานลักลอบปล่อยน้ำเสียลงในคลองระบายน้ำชายทะเล ซึ่งเป็นป่าชายเลนอยู่บริเวณด้านหลังของวัด ทำให้เกิดกลิ่นเหม็นของสารเคมีทำให้พระและแม่ชีในวัดรวมถึงชาวบ้านที่อยู่ในชุมชนและในละแวกใกล้เคียงป่วยเป็นโรคมุมิแพ้ โรคปอด โรคผิวหนัง เกิดอาการผื่นคัน และส่งผลกระทบต่อระบบทางเดินหายใจจำนวนมาก นอกจากนี้ระบบนิเวศรอบๆวัดยังเสื่อมโทรม สัตว์น้ำที่เคยอยู่อาศัยในบริเวณป่าชายเลนจำนวนมากได้หายและตายไปเป็นจำนวนมากจากการสำรวจพื้นที่ป่าชายเลนบริเวณพื้นที่ด้านหลังของวัด พบว่าเป็นป่าชายเลนที่มีน้ำขึ้นลงตลอดเวลา มีกลิ่นเน่าเหม็นฟุ้งกระจายไปทั่วบริเวณ และบริเวณป่าชายเลนมีลักษณะดินที่เป็นดินเลนมีลักษณะสีดำ จึงทำให้เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ป่าชายเลนและสัตว์น้ำที่อาศัยอยู่เสื่อมโทรมลง ดังนั้นกระแสความรับผิดชอบต่อสังคมกับองค์กรธุรกิจนั้น ได้มีการพัฒนาพื้นที่ป่าชายเลนที่มีลักษณะเสื่อมโทรม โดยมีการร่วมกันพัฒนาระหว่างวัด ชุมชน และองค์กรธุรกิจเพื่อร่วมกันพัฒนา จึงได้มีการพัฒนาพื้นที่ป่าชายเลนให้กลับมาสมบูรณ์เหมือนอย่างที่เคยเป็นมา โดยมีการพัฒนาร่วมกันอย่างต่อเนื่อง จากการเอาใจใส่ของวัด ชุมชน และองค์กรธุรกิจได้มีการทำโครงการพัฒนาป่าชายเลนให้เป็นศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อมวัดอโศการาม และปัจจุบันนี้ได้มีการพัฒนาให้ป่าชายเลนนั้นกลับมาอุดมสมบูรณ์และร่มรื่นมีการพบเห็นสัตว์น้ำเข้ามาอยู่อาศัยเป็นจำนวนเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการมีพื้นที่ร่มรื่นมีบรรยากาศที่ดีขึ้น และเหมาะแก่การมาปฏิบัติธรรมของพุทธศาสนิกชนอีกด้วย

จากความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีจุดประสงค์ที่จะศึกษากระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในเขตพื้นที่

^๕ คณะกรรมการกลุ่มความร่วมมือทางวิชาการเพื่อพัฒนามาตรฐานการเรียนการสอนและการวิจัยด้านบริหารธุรกิจแห่งประเทศไทย, แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์เมจิเพรส, ๒๕๕๔), หน้า ๒๗-๒๘.

ของ วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อศึกษาว่าปัจจัยอะไรบ้างที่มีผลต่อการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในการพัฒนาพื้นที่วัดโศการามตามแนว CSR (Corporate Social Responsibility) รวมถึงศึกษารูปแบบของปัญหา และอุปสรรคในการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ว่าการจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจที่เริ่มดำเนินงานหรือคิดจะดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมจะได้เห็นข้อดีและปัญหาในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

๑.๒ วัตถุประสงค์ของการวิจัย

๑.๒.๑ เพื่อศึกษากระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในเขตพื้นที่วัดโศการาม

๑.๒.๒ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในการพัฒนาพื้นที่วัดโศการามตามแนว CSR (Corporate Social Responsibility)

๑.๒.๓ เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรคในการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ

๑.๓ ปัญหาของการวิจัย

๑.๓.๑ ต้องการทราบว่า กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในเขตวัดโศการาม นั้นเป็นอย่างไร

๑.๓.๒ ต้องการทราบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในการพัฒนาพื้นที่วัดโศการาม ตามแนว CSR (Corporate Social Responsibility) เป็นอย่างไร

๑.๓.๓ ต้องการทราบว่าอะไรคือปัญหา และอุปสรรคในการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ว่ามีปัญหอะไรบ้าง

๑.๔ ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ได้กำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ ดังนี้

๑.๔.๑ ขอบเขตด้านเนื้อหา

ทำการศึกษาความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจใน ๕ ด้านคือ ด้านการวางแผน ด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผนให้บรรลุเป้าหมาย ด้านการมีส่วนร่วม ด้านการดำเนินการ ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ตำแหน่งงาน

และปัจจัยด้านสังคมประกอบด้วย การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การมีส่วนร่วมในการพัฒนาป่าชายเลน ความถี่ที่เข้าร่วมโครงการ

๑.๔.๒ ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ประกอบด้วยประชาชนที่อยู่ในพื้นที่บริเวณรอบ วัดอโศการาม อ.เมือง จ.สมุทรปราการ องค์การธุรกิจ และพระสงฆ์ที่สังกัดวัดอโศการาม ซึ่งได้แก่เจ้าอาวาส พระลูกวัดรวม ๒๐๔^๖ รูป รวมถึงประชาชนที่เข้าร่วมทำกิจกรรมในการดำเนินกิจกรรมการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในการดูแลรักษาป่าชายเลนในโครงการศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อมวัดอโศการาม จำนวน ๑,๐๐๐^๗ คน รวม ๑,๒๐๔ รูป/คน โดยวิธีการเปิดตารางสุ่มตัวอย่างตารางสูตร ทาโร่ ยามาเน่ ปรากฏได้กลุ่มตัวอย่างตัวอย่าง ๓๐๐ รูป/คน และทำการสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน ๕ รูป/คน ที่เกี่ยวข้องกับโครงการพัฒนาป่าชายเลนให้เป็นศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อมวัดอโศการาม

๑.๔.๓ ขอบเขตด้านพื้นที่

กำหนดพื้นที่ในการศึกษาไว้ เฉพาะเขตวัดอโศการาม ตำบลท้ายบ้าน อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

๑.๔.๔ ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือตั้งแต่เดือนเมษายน พ.ศ. ๒๕๕๖ ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. ๒๕๕๖ รวมระยะเวลา ๙ เดือน

๑.๕ สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ ๑ กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ ๒ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ ๓ กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ ๔ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ ๕ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ แตกต่างกัน

^๖ สำนักงานวัดอโศการาม เมื่อ วันที่ ๒๒ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๕๖

^๗ สำนักงานวัดอโศการาม

สมมติฐานที่ ๖ กลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งงานต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ ๗ กลุ่มตัวอย่างที่มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ ๘ กลุ่มตัวอย่างที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาป่าชายเลนให้เป็นศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อมต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ ๙ กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนความถี่ในการเข้าร่วมโครงการต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ แตกต่างกัน

๑.๖ นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

๑.๖.๑ กระบวนการ หมายถึง ลำดับขั้นตอนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจของวัดอโศการาม เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล

๑.๖.๒ ความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง การตระหนักในสิทธิและหน้าที่ความสำคัญในความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร ซึ่งคือการดำเนินธุรกิจภายใต้หลักจริยธรรมและการจัดการที่ดี โดยมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

๑.๖.๓ องค์กรธุรกิจ หมายถึง องค์กรที่จัดตั้งขึ้นเพื่อช่วยเหลือสังคมและสิ่งแวดล้อมโดยไม่มุ่งหวังผลกำไร เช่น องค์กรต่างๆ ที่ให้การสนับสนุนงบประมาณในการดูแลรักษาป่าชายเลนบริเวณ วัดอโศการาม

๑.๖.๔ การวางแผน หมายถึง การกำหนดความคาดหวังว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต โดยกำหนดแนวทางปฏิบัติเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางเอาไว้ในการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ

๑.๖.๕ กลยุทธ์เพื่อวางแผนให้บรรลุเป้าหมาย หมายถึง แผนการปฏิบัติซึ่งวางไว้เพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์จำเพาะคือการดูแลรักษาและปลูกป่าชายเลนบริเวณวัดอโศการาม

๑.๖.๖ การมีส่วนร่วม หมายถึง การที่วัดเปิดโอกาสให้ประชาชนไม่ว่าจะเป็นบุคคลหรือกลุ่มบุคคลและองค์กรธุรกิจ เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการดูแลรักษาและปลูกป่าชายเลนบริเวณวัดอโศการาม

๑.๖.๗ การดำเนินการ หมายถึง ลำดับขั้นตอนในการดูแลรักษาและปลูกป่าชายเลนบริเวณวัดอโศการาม

๑.๖.๘ การดูแลรักษาสีเขียว หมายถึง การพัฒนาพื้นที่ป่าชายเลนตามโครงการพัฒนาป่าชายเลนให้เป็นศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อม วัดอโศการาม

๑.๖.๙ กิจกรรมองค์กร หมายถึง กิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ที่ไม่เกี่ยวกับการดำเนินงานขององค์กรโดยตรง เช่น การปลูกป่า และดูแลรักษาป่าชายเลนภายในบริเวณวัดโศการาม

๑.๖.๑๐ วัด หมายถึง ศาสนสถานในพระพุทธศาสนา มีฐานะเป็นนิติบุคคลตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ และมีฐานะเป็นนิติบุคคลตามพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. ๒๕๐๕ และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๓๕ ประกอบด้วยเสนาสนะและอาคารถาวรวัตถุต่างๆ อันเป็นที่พำนักของพระสงฆ์สามเณร เพื่อศึกษาปฏิบัติตามพระธรรมวินัย และประกอบศาสนกิจตลอดจนเป็นที่บำเพ็ญกุศลของพุทธศาสนิกชน โดยมีเจ้าอาวาสเป็นผู้บริหารตามอำนาจหน้าที่เป็นไปตามพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. ๒๕๐๕ ในที่นี้หมายถึงวัดโศการาม ตำบลท้ายบ้าน อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

๑.๖.๑๑ การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร หมายถึง การสื่อสารของมนุษย์กระทำเพื่อแบ่งปันข่าวสาร ซึ่งจะก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันและนำไปสู่การตัดสินใจ และกระทำกิจกรรมที่ประสานสอดคล้องกัน ในที่นี้หมายถึงการได้รับข้อมูลข่าวสารของ โครงการการพัฒนาป่าชายเลนให้เป็นศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อมวัดโศการาม จากสื่อต่างๆ อันได้แก่ ข้อมูลข่าวสารจากเพื่อนบ้านแนะนำ แผ่นพับของวัด สื่อมวลชนต่างๆ เสียงตามสายของวัด ป้ายประชาสัมพันธ์ของทางวัด การรับรู้ด้วยตัวเอง สื่อในชุมชน ผู้ใหญ่บ้านแนะนำ

๑.๗ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

๑.๗.๑ ทราบกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจของวัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

๑.๗.๒ ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในการพัฒนาพื้นที่ วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ตามแนว CSR (Corporate Social Responsibility)

๑.๗.๓ ทราบปัญหา และอุปสรรคในการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ

๑.๗.๔ ทราบข้อเสนอแนะและแนวทางปฏิบัติที่เหมาะสมสำหรับนำมาปรับใช้ในการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในเขตพื้นที่ วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

บทที่ ๒

ทบทวนเอกสารและรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ผู้ศึกษาได้ศึกษาและค้นคว้าเอกสาร และรายงานการวิจัย ทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้านำเสนอเนื้อหาตามลำดับ ดังต่อไปนี้

๒.๑ แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม

๒.๒ แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม

๒.๓ แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

๒.๔ แนวคิดเกี่ยวกับพระพุทธศาสนากับการพัฒนา

๒.๕ ประวัติวัดอโศการาม

๒.๖ ทบทวนเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

๒.๗ กรอบแนวคิดในการวิจัย

๒.๑ แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม

จากการศึกษาค้นคว้าเอกสารที่เกี่ยวข้องได้มีผู้ให้ความหมายเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ดังนี้

๒.๑.๑ ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม

พระราชดำรัสพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวในพิธีพระราชทานปริญญาบัตรแก่ผู้สำเร็จการศึกษาของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ณ หอประชุมมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วันที่ ๑๖ กรกฎาคม ๒๕๑๘

“การจะทำงานให้มีประสิทธิภาพและให้ดำเนินการไปได้โดยราบรื่นนั้นจำเป็นอย่างยิ่งจะต้องทำด้วยความรับผิดชอบต่ออย่างสูงไม่บิดเบือนข้อเท็จจริงไม่บิดเบือนจุดประสงค์ที่แท้จริงของงานสำคัญที่สุดต้องเข้าใจความหมายของคำว่า “ความรับผิดชอบต่อ” ให้ถูกต้อง ขอให้เข้าใจว่า “รับผิดชอบ” ไม่ใช่การรับโทษหรือถูกลงโทษ “รับชอบ” ไม่ใช่รับรางวัล หรือรับคำชมเชย การรู้จักรับผิดชอบหรือยอมรับรู้ว่าอะไรผิดพลาดเสียหาย และเสียหายเพราะอะไรเพียงใดนั้นมีประโยชน์ทำให้บุคคลรู้จักพิจารณาตนเอง ยอมรับความผิดของตนเองโดยใจจริงเป็นทางที่ช่วยให้แก้ไขความผิดได้และให้รู้ว่าอะไรถูก อันได้แก่ถูกตามความมุ่งหมายถูกต้องตามหลักวิชา ถูกตามวิธีการนั้น มีประโยชน์ทำให้ทราบแจ้ง

ว่า จะทำให้งานสำเร็จสมบูรณ์ได้อย่างไร จักได้ถือปฏิบัติต่อไป นอกจากนั้น เมื่อเข้าใจความหมายของคำว่า “รับผิดชอบ” ตามนัยดังกล่าวแล้ว ผู้ที่เข้าใจซึ่งในความรับผิดชอบต่อสังคมจะสำนึกตระหนักทันทีว่า รับผิดชอบต่อสังคม คือหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายไว้ให้ จะหลีกเลี่ยงไม่ได้”^๘

พระมหาสุทิตย์ อาภากรโ (อบอูน) ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมว่า รับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ หรือ CSR ก็คือการทำธุรกิจที่ไม่เอาเปรียบหรือเบียดเบียนผู้อื่นในสังคม ไม่ว่าจะเป็นใครหรือเมื่อใด ทั้งในปัจจุบันและอนาคต ซึ่งหลักการของ CSR ไม่สนับสนุนการรีบเร่งสร้างความเติบโตของธุรกิจ หรือการมุ่งแสวงหาผลกำไรสูงสุดโดยไม่คำนึงถึงผลกระทบต่อผู้อื่นแต่ CSR เป็นเครื่องมือในการบริหารที่ได้รับความเชื่อมั่นว่า จะสามารถช่วยให้องค์กรธุรกิจดำเนินกิจการให้เจริญเติบโตได้อย่างมั่นคงไปพร้อมๆ กับความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของผู้คน ชุมชน และความยั่งยืนของสังคม ซึ่งสอดคล้องกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่ปรากฏเด่นชัดขึ้นในประเทศไทย โดยเป็นทั้งกระบวนการ และเป้าหมายที่จะทำให้เกิดดุลยภาพทั้งทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม”^๙

โสภณ พรโชคชัย ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมว่า รับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ หมายถึง หน้าที่ที่องค์กรธุรกิจจะต้องมีต่อสังคมในฐานะหน่วยงานหนึ่งของสังคมที่ต้องอยู่ภายใต้กฎหมาย ปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด รวมถึงมีจรรยาบรรณทางธุรกิจ และมาตรฐานวิชาชีพที่แน่นอน ส่วนการบำเพ็ญประโยชน์แม้เป็นสำนึกที่สำคัญของธุรกิจ แต่ก็ไม่ใช่ รับผิดชอบต่อสังคมทั้งหมด^{๑๐}

ยุรน เฮียววัน แพลโดย อรัญญา ภคภัทร ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจว่า รับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ หรือ CSR มิได้หมายความว่า การทำกิจกรรมให้สังคมได้เป็นครั้งเป็นคราวเพียงอย่างเดียว แต่ต้องมองลึกไปถึงการพัฒนาที่ยั่งยืน แล้วนำมาตรฐานแรงงานเข้ามาชี้วัด หมายความว่า รับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจควรพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่าง นายจ้าง และลูกจ้าง เป็นอันดับแรกแรก เช่นนายจ้างมีความรับผิดชอบต่อลูกจ้างมากน้อยเพียงใด^{๑๑}

^๘ พระราชดำรัสพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวในพิธีพระราชทานปริญญาบัตรแก่ผู้สำเร็จการศึกษาของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ณ หอประชุมมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วันที่ ๑๖ กรกฎาคม ๒๕๑๘

^๙ พระมหาสุทิตย์ อาภากรโ (อบอูน), การพัฒนาชุมชนประยุกต์ : แนวคิดและการบูรณาการ, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร: จัดพิมพ์โดยสถาบันเสริมสร้างการเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข, ๒๕๕๕), หน้า ๑๗๓.

^{๑๐} โสภณ พรโชคชัย, CSR Thailand 2012, วารสารเศรษฐกิจ ฉบับพิเศษ, เดือนพฤศจิกายน ๒๕๕๕, หน้า ๑๖.

^{๑๑} ยุรน เฮียววัน, CSR กับแรงงานสัมพันธ์ที่สร้างสรรค์ตามหลักมาตรฐานสากล, แพลโดย อรัญญา ภคภัทร, พิมพ์ครั้งที่ ๑ (กรุงเทพมหานคร: พิมพ์โดยศูนย์ศึกษาแรงงาน, ๒๕๕๒), หน้า ๑๐.

สุทธิศักดิ์ ไกรสรสุธาสิณี ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ หมายถึง ทิศทางใหม่ในการดำเนินธุรกิจที่จะส่งผลในระยะยาวต่อวงการธุรกิจ เนื่องจากบทบาทของรัฐบาลเริ่มไม่เพียงพอต่อการแก้ปัญหาสังคมที่มีมากขึ้น องค์กรธุรกิจจึงถูกมองว่าเป็นองค์กรที่มีศักยภาพในการเข้ามาร่วมดูแลและแก้ไขปัญหาสังคมให้เกิดเป็นรูปธรรมในระยะยาวได้ รวมถึงความต้องการตอบสนองสังคมที่มีต่อการเรียกร้องให้องค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีผลกำไรมากควรมีความรับผิดชอบต่อสังคม และมีความเป็นไปได้ที่จะต้องแสดงผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมและสังคมให้มากขึ้นด้วย^{๑๒}

พัชรี นิวัฒน์เจริญชัยกุล ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจว่า เป็นเรื่องบทบาท ภาระหน้าที่ ตลอดจนคุณธรรมและจริยธรรมของบุคคล กลุ่มบุคคล สมาชิกของสังคม หรือของประเทศ รวมถึงนโยบาย กิจกรรมที่องค์กรภาคธุรกิจได้จัดขึ้น เพื่อให้ความช่วยเหลือ ปรับปรุง และส่งเสริมให้สภาพสังคมโดยรวมดีขึ้น ขณะเดียวกันประชาชนเองก็มีความเป็นอยู่ดีขึ้น^{๑๓}

มนตรี เลิศสกุลเจริญ ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจว่า เป็นการ แสดงออกของพฤติกรรมองค์กรต่อสังคมภายนอก เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร ทำให้เกิดการยอมรับจากสังคม การปฏิบัติขององค์กรจะต้องอยู่ในความรับผิดชอบต่อทางเศรษฐกิจ กฎหมาย จริยธรรม และการใช้ดุลยพินิจขององค์กรที่พึงเห็นสมควร ซึ่งการจัดกิจกรรมหรือการบริการ สามารถกระทำได้หลายรูปแบบ ทั้งทางด้านพัฒนาชุมชน สุขภาพอนามัย การศึกษา สิ่งแวดล้อม สิทธิผู้บริโภค และวัฒนธรรม^{๑๔}

บัณฑิตา ทรัพย์กมล ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจว่า เป็นเรื่องของจริยธรรม คุณธรรม บทบาท และหน้าที่ รวมถึงนโยบาย กิจกรรม ที่องค์กรภาคธุรกิจได้จัดขึ้น เพื่อให้ความช่วยเหลือ ปรับปรุงและส่งเสริมให้สังคมและประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น^{๑๕}

^{๑๒} สุทธิศักดิ์ ไกรสรสุธาสิณี, “CSR มิติใหม่ในการบริหารธุรกิจ”, วารสารสื่อพลัง, ปีที่ ๑๕ ฉบับที่ ๑ (กุมภาพันธ์ ๒๕๕๐): ๘.

^{๑๓} พัทธ นิวัฒน์เจริญชัยกุล, อ้างใน โกวิทย์ สวัสดิ์มงคล, “ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการแก้ไขปัญหาสิทธิสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการรถเอกซเรย์ร่วมบริการ ชสมก”, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๐), หน้า ๑๖.

^{๑๔} มนตรี เลิศสกุลเจริญ, “แนวทางการพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจภาคอุตสาหกรรมในจังหวัดจันทบุรี”, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๗), หน้า ๑๑.

^{๑๕} บัณฑิตา ทรัพย์กมล, “ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : ศึกษาเฉพาะกรณีโรงงานอุตสาหกรรมเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร”, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๔), หน้า ๑๕.

พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์ ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจว่า การดำเนินกิจกรรมภายในและภายนอกองค์กร ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมทั้งในระดับใกล้และไกล ด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรหรือทรัพยากรจากภายนอกองค์กร ในอันที่จะทำให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข^{๑๖}

คณะกรรมการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียน ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ หมายถึง การดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการใส่ใจและดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อมภายใต้หลักจริยธรรม การกำกับกิจกรรมที่ดี และการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาบูรณาการ เพื่อนำไปสู่การดำเนินธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน โดยไม่ผิดศีลธรรมจรรยา ไม่เบียดเบียนทุกฝ่าย สร้างสรรค์ความสุขที่แท้จริงให้กับตนเอง ธุรกิจ รวมทั้งสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม^{๑๗}

ISO ๒๖๐๐๐ มาตรฐานว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ หมายถึง ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ เป็นเรื่องของการที่องค์กรตอบสนองต่อประเด็น เศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งที่การใช้ประโยชน์กับคน ชุมชน และสังคม นอกจากนั้น ยังเป็นเรื่องของบทบาทขององค์กรธุรกิจในสังคมและความคาดหวังของสังคมที่มีต่อองค์กรธุรกิจ โดยจะต้องทำด้วยความสมัครใจ และผู้บริหารจะต้องมีบทบาทเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่างๆโดยสามารถวัดผลได้ทั้ง ๓ มิติ คือ การวัดผลทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม อันจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน^{๑๘}

คณะกรรมการยุโรป (European Commission) ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ หมายถึง CSR เป็นแนวคิดที่บริษัทจะบูรณาการด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมเข้าไปในกิจการ และการปฏิสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้เสียโดยสมัครใจ^{๑๙}

^{๑๖} พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์, “CSR กับการพัฒนาที่ยั่งยืน”, วารสารเศรษฐศาสตร์สุโขทัยธรรมาธิราช, ปีที่ ๖ ฉบับที่ ๒ (มีนาคม ๒๕๕๕): ๓.

^{๑๗} คณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียน, **เข็มทิศธุรกิจเพื่อสังคม**, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ไคคอนพริ้นติ้ง, ๒๕๕๑), หน้า ๖.

^{๑๘} ISO ๒๖๐๐๐ มาตรฐานว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ, อ้างใน. สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม, **ก้าวแรกสู่ CSR การสร้างความแตกต่างที่ยั่งยืน**, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (ตลาดหลักทรัพย์สนับสนุนการพิมพ์ ๒๕๕๑), หน้า ๑๐.

^{๑๙} คณะกรรมาธิการยุโรป, อ้างใน. สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม, **ก้าวแรกสู่ CSR การสร้างความแตกต่างที่ยั่งยืน**, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (ตลาดหลักทรัพย์สนับสนุนการพิมพ์ ๒๕๕๑), หน้า ๑๐.

สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (Corporate Social Responsibility) คือ การดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการใส่ใจและดูแลรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อมภายใต้หลักจริยธรรม การกำกับดูแลกิจการที่ดี และการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาบูรณาการ เพื่อนำไปสู่การดำเนินธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน กล่าวโดยสรุป ความรับผิดชอบต่อสังคมธุรกิจ (CSR) หมายถึง การดำเนินธุรกิจ โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของคน ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม ภายใต้หลักจริยธรรมและการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อนำไปสู่การดำเนินธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน^{๒๐}

การประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา (UNCTAD) ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ หมายถึง การที่บริษัทเข้าไปเกี่ยวข้องและมีผลกระทบเชิงบวกต่อความต้องการและเป้าหมายของสังคม^{๒๑}

องค์กรเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมแห่งสหประชาชาติ (UNIDO) ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ หมายถึง แนวทางการจัดการที่มุ่งให้องค์กรธุรกิจผสานการดำเนินธุรกิจกับความห่วงใยด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียทั้งหลาย^{๒๒}

คณะกรรมการกลุ่มความร่วมมือทางวิชาการเพื่อพัฒนามาตรฐานการเรียนการสอนและการวิจัยด้านบริหารธุรกิจแห่งประเทศไทย ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม ไม่ใช่การทำกิจการให้ถูกกฎหมายหรือถูกต้องแต่เพียงอย่างเดียว แต่เป็นการลงทุนในมนุษย์ ผู้มีส่วนได้เสียของกิจการ สังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งทั้งหมดนำไปสู่ความอยู่รอดโดยรวมและรายได้ที่มั่นคงนั่นเอง ดังนั้น วิธมองความรับผิดชอบต่อสังคมจึงคล้ายกับการมองการลงทุนด้านวิจัยและพัฒนา ซึ่งไม่สามารถลงทุนอย่างไร้ทิศทางได้ และยังต้องใช้เวลาพอสมควรก่อนที่จะผลิตออกดอกผลได้ เป็นการลงทุนระยะกลางถึงยาว และเพื่อขยายความเข้าใจเราอาจพิจารณาว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมหรือ CSR ไม่ใช่เรื่องอะไรบ้าง ดังนี้คือ

CSR ไม่ใช่เป็นเพียงกิจกรรมเพื่อสังคมที่ทำแล้วก็จบไป ไม่ได้มีผลที่ยั่งยืนทั้งต่อสังคมและกิจการ

^{๒๐} สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม, **เข็มทิศธุรกิจเพื่อสังคม**, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ไคคอนพริ้นติ้ง, ๒๕๕๒), หน้า ๕.

^{๒๑} การประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา, อ้างใน. **สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม, ก้าวแรกสู่ CSR การสร้างความแตกต่างที่ยั่งยืน**, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (ตลาดหลักทรัพย์สนับสนุนการพิมพ์ ๒๕๕๑), หน้า ๑๑.

^{๒๒} โสภณ พรโชคชัย, **CSR ที่แท้**, พิมพ์ครั้งที่ ๕, (กรุงเทพมหานคร: ส.วิรัช การพิมพ์ (๑๙๙๖) , ๒๕๕๓), หน้า ๑๒.

CSR ไม่ใช่เป็นเพียงกิจกรรมประชาสัมพันธ์ทางการตลาด หรือการประชาสัมพันธ์ว่า
กิจการได้ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมอะไรบ้าง

CSR ไม่ใช่เป็นเพียงการสร้างภาพของกิจการที่บริจาคช่วยเหลือสังคมแล้วปิดท้าย
ด้วยการถ่ายภาพพร้อมกับผู้บริหาร

CSR ไม่ใช่การลงทุนระยะสั้นๆ ไม่ใช่กิจกรรมนอกการดำเนินงานของกิจการ (Out-of-
Business Process)

CSR ไม่ใช่รายจ่ายของกิจการแต่อย่างเดียว แต่เป็นการลงทุนที่นำไปสู่ผลประโยชน์ที่
เพิ่มขึ้นอย่างมั่นคงได้^{๒๓}

กล่าวโดยสรุป ความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นบทบาทหน้าที่ ที่องค์กรธุรกิจต้องตระหนัก
และให้ความสำคัญนอกการดำเนินการทางธุรกิจเพื่อเป้าหมายสูงสุดขององค์กรคือผลกำไร ไม่
สร้างความเดือดร้อนเสียหายแก่สังคม และสิ่งแวดล้อม จะต้องไม่ประกอบกิจการใดๆ ให้บุคคลอื่น
และสังคมต้องเสียหายไปด้วย รวมทั้งต้องเอื้อประโยชน์ให้แก่สังคมโดยรวม เพื่อให้ประชาชนมี
คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น การแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมยังเป็นการแสดงออกถึงพฤติกรรม
องค์กรต่อสังคมภายนอก อันเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กรธุรกิจเอง จึงทำให้เกิดทัศนคติที่ดี
ต่อองค์กรจนเป็นผลทำให้เกิดการยอมรับจากสังคมเอง อันจะส่งผลถึงการดำเนินการที่ยั่งยืน และอยู่
รวมกันในสังคมได้อย่างปกติสุข

๒.๑.๒ พัฒนาการความเป็นมาของซีเอสอาร์

กระแสที่ผลักดันให้เกิด CSR

๑. โลกาภิวัตน์

องค์กรธุรกิจแผ่ขยายไปทั่วโลก ถ้าไม่มีหลักการควบคุมด้านมนุษยธรรม หรือมาตรฐานที่
เท่าเทียมกัน ก็จะทำให้เกิดกรณี อย่าง NIKE ที่ไปผลิตสินค้าในประเทศยากจน กดราคาแรงงานให้ต่ำสุดขีด
เพื่อมาขายในประเทศพัฒนาแล้ว ในราคาสูงลิบ ขาดจรรยาบรรณขององค์กรที่ดี ในด้านสิทธิและ
สวัสดิการแรงงาน เป็นต้น หากจะมองในด้านบวก บริษัทข้ามชาติ ต่างก็มีซีพีพลายเออร์ และ/หรือ
สาขาท้องถิ่น อยู่ทั่วโลก หากบริษัทแม่ นำหลักการด้าน CSR ไปใช้กับซีพีพลายเออร์ และ/หรือ สาขา
ท้องถิ่นนั้นๆ ด้วย เศรษฐกิจ และสังคมโลก ก็จะพัฒนาไปพร้อมๆ กัน

^{๒๓} คณะกรรมการกลุ่มความร่วมมือทางวิชาการเพื่อพัฒนามาตรฐานการเรียนการสอนและการวิจัยด้าน
บริหารธุรกิจแห่งประเทศไทย, แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร:
บริษัท เมจิกเพรส จำกัด, ๒๕๕๕), หน้า ๑๒.

๒. การเปิดเสรีการค้า และการปฏิรูปด้านกฎหมายต่างๆ

เนื่องจากปัจจุบัน โลกเปิดเสรีทางการค้า แต่ในแง่ของกฎหมาย กฎระเบียบข้อบังคับต่างๆ อาจยังไม่ครอบคลุม หรือเพียงพอที่จะคุ้มครองให้องค์กรธุรกิจดำเนินการอยู่ภายใต้จรรยาบรรณที่ดี ดังนั้นภาคธุรกิจ มีผู้นำที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ก็จะเป็นตัวสร้างกระแส CSR ให้เกิดขึ้น อุดช่องโหว่ที่ฝ่ายรัฐบาลเข้าไปดูแลไม่ทั่วถึง

๓. กระแสเรื่องสิ่งแวดล้อม และสังคม

นับจาก RIO Summit ในปี พ.ศ.๒๕๐๓ (ค.ศ.๑๙๖๐) ที่นำประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อมให้อยู่ในกระแสสังคมโลก ต่อมากระแสด้านสังคม ก็เพิ่มขึ้นเนื่องจากเกิดปัญหาสังคม ทำให้เกิดแนวคิดเรื่อง Triples Bottom Line กล่าวคือ การบริหารจัดการ ที่ใส่ใจ ผลกำไร สิ่งแวดล้อม และสังคมไปพร้อมๆ กัน เนื่องจากกระแสเรื่องสิ่งแวดล้อม และสังคม เป็นประเด็นร้อน บีบให้องค์กรธุรกิจต้องหันมาใส่ใจ แต่ก็ยังคงต้องรักษาผลกำไรขององค์กรไว้เป็นหลัก ดังนั้นการทำ CSR จึงเป็นทางออกที่ดีที่สุดที่จะประสานประโยชน์ทั้ง ๓ เข้าด้วยกันได้ องค์กรธุรกิจหลายองค์กรที่มีทัศนวิสัย กว้างไกล จึงเริ่มหันมาทำ CSR กันอย่างพร้อมหน้า^{๒๔}

จุดกำเนิด CSR จาก ๔ ทิศทาง

๑. CSR จากกระแสเรียกร้องของประชาชน

อันที่จริงการทำ CSR (Corporate Social Responsibility) มีมานานกว่า ๒๐๐ ปีแล้ว (ประมาณ พ.ศ. ๒๓๓๓) แต่ยังไม่มีการนิยามคำว่า CSR ขึ้นมาอย่างเป็นทางการ ยกตัวอย่างเช่น บริษัท อีสท์ อินเดียน ในประเทศอังกฤษ ถูกคว่ำบาตรจากประชาชนในประเทศ เนื่องจากพบว่าบริษัทใช้แรงงานทาส จึงทำให้บริษัทจำเป็นต้องหันมาใส่ใจกับสวัสดิการแรงงานและสิทธิมนุษยชนมากขึ้น และยังมีตัวอย่างการทำ CSR ในประเทศอื่นๆ ในยุคแรกเริ่ม ได้แก่ บริษัท เบียร์กินเนส ประเทศไอร์แลนด์ บริษัท เฮิร์ชทเลย์ สหรัฐอเมริกา หรือแม้แต่ บริษัท "ทาทา" บริษัทยักษ์ใหญ่ ที่เป็นเจ้าของธุรกิจเกือบทุกประเภทในประเทศอินเดีย

ในปี พ.ศ. ๒๕๒๗ (ค.ศ.๑๙๘๔) Nestle' ผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์นม ได้ออกกิจกรรมรณรงค์ให้เด็กทารกดื่มนม เนสเล่ แทนนมแม่ ก่อให้เกิดความไม่พอใจอย่างมากต่อประชาชน จนคว่ำบาตรสินค้าของเนสเล่ ซึ่งถือว่าเป็นครั้งแรกที่ประชาชนรวมตัวกันเป็นจำนวนมาก เพื่อบีบให้องค์กรยักษ์ใหญ่ อย่าง เนสเล่ เปลี่ยนนโยบาย แต่ก็ได้ผลดี

ถึงแม้ว่าการทำ CSR ในยุคแรกๆ นั้น ไม่ได้เกิดขึ้นจากเจตนารมณ์ที่ดีขององค์กรเอง (มักก่อให้เกิดปัญหา แล้วค่อยมาแก้ไขด้วยการทำ CSR ที่หลัง) แต่นั่นก็เป็นการจุดประกายการทำ

^{๒๔} CSR History. กระแสที่ผลักดันให้เกิด CSR. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

http://www.csr.imageplus.co.th/csr_history.php?id=03cSbzyUsWOeEvmt [๒๓ ก.พ.๒๕๕๖].

CSR ขึ้นในสังคม เพราะหลายบริษัทจะพบว่า การรอให้เกิดปัญหา การประท้วงเรื่องแรงงาน สิ่งแวดล้อม ฯลฯ ก่อน แล้วจึงค่อยหันมาใส่ใจประเด็นเหล่านี้ ไม่เป็นผลดีอีกต่อไป ทำให้ไม่เป็นฝ่ายรุก หันมาดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม แสดงตนว่าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม และมีความปรารถนาที่ดีที่จะทำสิ่งดีตอบแทนสังคมที่ตนอยู่ (Corporate Citizenship)

แต่อย่างไร ธุรกิจก็คือธุรกิจ การรักษาผลประโยชน์ (กำไร) เป็นสิ่งสำคัญที่สุดในสายตาของผู้ถือหุ้น ซึ่งการนำส่วนหนึ่งของผลกำไรที่ผู้ถือหุ้นควรจะได้รับแบบเต็มเม็ดเต็มหน่วย ไปลงทุนในการทำ CSR ซึ่งเป็นอะไรที่ไม่สามารถเห็นผลได้ชัดเจนในระยะสั้นๆ ย่อมเกิดความไม่พอใจต่อหลายฝ่ายที่รู้สึกว่าคุณเสียผลประโยชน์ การทำ CSR จึงจำเป็นจะต้องผสมผสานประโยชน์ทั้งภายนอกและภายในองค์กร เพราะถึงแม้ว่าองค์กรจะต้องใช้งบประมาณจำนวนไม่น้อยในการทำ CSR แต่ในขณะเดียวกัน องค์กรที่ทำ CSR จะทำให้ประชาชน รู้สึกดีต่อองค์กร และเลือกที่จะบริโภคผลิตภัณฑ์ และ/หรือ บริการขององค์กรนั้นๆ แทนที่จะไปใช้ของคู่แข่ง ที่ไม่ได้ทำ CSR หรือเกิดความจงรักภักดีในตราสินค้า (Brand Royalty) ซึ่งทำให้รายได้ขององค์กรเพิ่มขึ้นมาก และยังยืนอีกด้วย และนั่นก็เปรียบเสมือน "License to Operate" ในเชิงสัญลักษณ์ เมื่อประชาชนสนับสนุนองค์กร ก็เปรียบเสมือนการอนุญาตให้องค์กรนั้นๆ ดำเนินธุรกิจอยู่ในสังคมของพวกเขา ในทางกลับกัน หากองค์กรที่ไร้จรรยาบรรณ ถึงจะเปิดกิจการอย่างถูกต้องตามกฎหมาย หากประชาชนไม่สนับสนุน หรือคว่ำบาตรสินค้าขององค์กรนั้นๆ ธุรกิจก็คงดำเนินต่อไปไม่ได้

จากการทำ CSR แบบตกกระไดพลอยโจนในอดีต พัฒนามาสู่ แนวคิดที่ว่า "ทุกองค์กรควรมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือและพัฒนาสังคม" โดยเฉพาะภาคธุรกิจ ที่เป็นที่มาของความกินดีอยู่ดีในสังคม เพราะมีทั้งกำลังทรัพย์และความสามารถในการจัดการบริหารต่างๆ จนเกิดข้อถกเถียงขึ้นในปัจจุบันว่า อันที่จริงแล้ว "ใคร" กันแน่ที่มีหน้าที่ในการทำ CSR โดยตรง เพราะแต่เดิมนี่นี้เป็นของภาครัฐบาลและ NGO แต่ในความเห็นส่วนตัวของผู้เขียน "มันเป็นหน้าที่ของทุกคน ทุกองค์กร ที่จะต้องช่วยเหลือซึ่งกันและกัน"

๒. CSR จากกลุ่มนักลงทุน

ประมาณปี พ.ศ. ๒๕๓๑ เริ่มมีแนวทางการลงทุนทางธุรกิจเพื่อสังคมแนวใหม่ขึ้น หรือที่เรียกว่า "Social Responsibility Investment" ในปัจจุบัน คือการจัดตั้งกองทุนเพื่อไปลงทุนในบริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งถือว่าเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการทำ CSR ซึ่งมีนัยยะที่สำคัญ เพราะนักลงทุนนั้นมีบทบาทอย่างยิ่งต่อการผลักดันให้ธุรกิจที่ตนเองถือหุ้นหรือลงทุนอยู่นั้นมีความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น โดยมีพัฒนาการตามลำดับดังนี้

๑. Pioneer Fund จัดตั้งขึ้นโดยกลุ่มนักลงทุนผู้นับถือศาสนาคริสต์นิกายโปรเทสแตนท์ โดยใช้หลักคำสอนของศาสนาเข้ามาวัดความชอบธรรมในการดำเนินธุรกิจ โดยจะนำทุนไปลงทุนใน

กลุ่มธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมไม่ดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอบายมุขทั้งหลาย เช่น สุรา นารี ยาเสพติด ฯลฯ

๒. Green Fund กองทุนที่เน้นลงทุนในธุรกิจที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

๓. Social Responsible Investment หรือ Social Responsible Funds เป็นกองทุนที่ลงทุนในองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในหลายๆ ด้านในขอบเขตที่ไกลออกไป ตั้งแต่เรื่องสิทธิมนุษยชน แรงงาน สวัสดิการของคนและสัตว์ ห่วงใยชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นกลุ่มธุรกิจที่มีอัตราเติบโตสูงมากในช่วงปี ๒๕๔๒-๒๕๔๔ มีอัตราเติบโตสูงถึง ๓๖% มีมูลค่าการลงทุนในสหรัฐอเมริกามากถึง ๑๗.๙ หมื่นล้านเหรียญสหรัฐฯ นับว่าเป็นตลาดที่น่าจับตามองอย่างมาก

๓. CSR จากมุมมองของนักวิชาการ

ในวงการ วิชาการต่างประเทศ ก็มีการพัฒนางานเขียนที่มีแนวคิดเรื่อง CSR ขึ้นมาเรื่อยๆ ดังนี้

ปี พ.ศ.๒๔๘๓ (ค.ศ.๑๙๔๐) ศาสตราจารย์ ธีโอดอร์ เครปส์ Professor Theodor Kreps จากสแตนฟอร์ด บิสซิเนส สคูล ใช้คำว่า “Social Audit” เป็นครั้งแรก ซึ่งกล่าวว่างค์กรธุรกิจควรมีการทำการรายงานการกระทำที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม แต่ทว่ากระแสเรื่อง CSR ก็ยังไม่เป็นที่สนใจอยู่ดี

ปี พ.ศ.๒๔๙๖ (ค.ศ.๑๙๕๓) หนังสือเรื่อง “Social Responsibilities of Business Man” โดย โฮเวิร์ด โบเวนส์ Howard Bowend กล่าวถึง ความรับผิดชอบต่อสังคมของนักธุรกิจ

ปี พ.ศ.๒๕๐๓ (ค.ศ.๑๙๖๐) หนังสือเรื่อง “The Responsible Corporation” หรือ ความรับผิดชอบต่อสังคมโดยนักธุรกิจ โดย จอร์จ กอยเดอร์ George Goyder ได้พัฒนาแนวคิดการทำ CSR อย่างชัดเจนขึ้นมาในปีเดียวกัน เป็นช่วงที่ผลพวงจากการใช้ “DDT” ซึ่งอเมริกาเป็นผู้ผลิตและส่งออก อย่างไม่คำนึงถึงผลกระทบต่อด้านลบที่เกิดจากการใช้ DDT เป็นผลให้สภาพแวดล้อมปนเปื้อนสารพิษ นำไปสู่กระแสเรียกร้องด้าน “สิ่งแวดล้อม” ขึ้น

๔. CSR กับสถาบันและกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศ

หลังจากกระแสด้านสิ่งแวดล้อม เป็นประเด็นที่ทั่วโลกจับตามองจากเรื่อง DDT ในช่วงปี พ.ศ.๒๕๐๓ (ค.ศ.๑๙๖๐) ก็เกิดการประชุมที่มุ่งช่วยแก้ไขปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมขึ้นเรื่อยๆ

ปี พ.ศ.๒๕๑๕ (ค.ศ.๑๙๗๒) มีการประชุม UN Conference on the Human Environment ที่ Stockholm Sweden ที่นำมาสู่ “Stockholm Declaration on the Human Environment” ซึ่งเป็นที่มาของการก่อตั้ง UNEP: United Nation Environment Program ขึ้น โดยเป็นหน่วยงานที่ดูแลสิ่งแวดล้อม ในภาคต่างๆ รวมถึงภาคธุรกิจ

ปี พ.ศ.๒๕๑๙ (ค.ศ.๑๙๗๖) กลุ่มประเทศพัฒนา OECD ตั้ง Guideline for Multinational Enterprises เพื่อเป็นแนวทางการดำเนินธุรกิจของบริษัทที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนระหว่างประเทศ ให้ดำเนินธุรกิจโดยมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งได้รับการตอบรับจากบริษัทต่างๆ ดีมาก แต่ก็ยังจำกัดอยู่เฉพาะในกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว นำไปสู่การปรับปรุง Guideline อีกครั้งในปี พ.ศ. ๒๕๔๓ (ค.ศ.๒๐๐๐) เกิดเป็นกระแสการทำ CSR ระหว่างประเทศ เพราะเน้นการนำไปปฏิบัติจริง ในทุกประเทศ ไม่จำกัดเฉพาะในกลุ่มประเทศสมาชิก OECD

ปี พ.ศ.๒๕๓๐ (ค.ศ.๑๙๘๗) UN Brundtland Commission ผลิตเอกสารสำคัญสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน โดยนิยามคำว่า “การพัฒนาที่ยั่งยืน คือ การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของคนยุคปัจจุบันได้ โดยไม่ทำให้ความต้องการของคนยุคต่อมาเกิดปัญหา” โดยตั้งชื่อให้กับเอกสารนี้ว่า “Our Common Future”

ปี พ.ศ.๒๕๓๒ (ค.ศ.๑๙๘๙) หลังจากเหตุการณ์ เรือบรรทุกน้ำมันดิบของ Exxon Valdez ล่มบริเวณทะเลอลาสก้า ซึ่งก่อผลกระทบอย่างรุนแรงต่อสิ่งแวดล้อม และสัตว์น้ำแถบทะเลอลาสก้า เป็นวงกว้าง กลุ่มธุรกิจ SRI (social Responsible Investment) ซึ่ง Exxon เป็นหนึ่งในนั้น จึงร่วมกันบัญญัติกฎ ๑๐ ประการที่เรียกว่า “Waldez Principle” ซึ่งกำหนดความประพฤติ ขององค์กรให้มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ต่อมาได้เปลี่ยนชื่อบัญญัติ เป็น CERES Principle

ปี พ.ศ.๒๕๓๕ (ค.ศ.๑๙๙๒) มีการประชุม UN Earth Summit ที่ ริโอ เดอ จาเนโร ประเทศบราซิล เกิด RIO Declaration ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาที่ยั่งยืน

ปี พ.ศ.๒๕๓๘ (ค.ศ.๑๙๙๕) มีการประชุม UN World Summit for Social Development ที่ โคเปนเฮเกน ประเทศเดนมาร์ก ซึ่งสาระสำคัญของการประชุมเน้น การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมควบคู่กันไป โดยเฉพาะประเด็นเรื่องแรงงาน ที่ควรได้รับการจ้างงานเต็มอัตรา มีการพัฒนาคุณภาพชีวิตพนักงาน ตามกฎขององค์กรแรงงานระหว่างประเทศแห่งสหประชาชาติ (ILO)

ปี พ.ศ.๒๕๓๙ (ค.ศ.๑๙๙๖) ผลจาก Rio Summit นำมาสู่การเกิดมาตรฐาน ISO ๑๔๐๐๐ ซึ่งเน้นด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม ซึ่งทั่วโลกนำไปใช้ เพื่อให้เกิดมาตรฐานของธุรกิจร่วมกัน ปัจจุบัน มีองค์กรธุรกิจ กว่า ๕๐,๐๐๐ องค์กร ทั่วโลกที่ได้รับมาตรฐาน ISO ๑๔๐๐๐ แล้ว และกว่า ๕๐๐,๐๐๐ รายที่ได้รับมาตรฐาน ISO ๙๐๐๑ ซึ่งเน้นด้านสิทธิและสวัสดิการแรงงาน

ช่วงปลายทศวรรษ ๙๐ (ประมาณ พ.ศ. ๒๕๒๔-๒๕๓๔) เกิด GRI: Global Reporting Initiative ซึ่งมุ่งหามาตรฐานการรายงานผลการดำเนินงานของธุรกิจ ทั้ง ๓ มิติ คือ การวัดผลทางด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อมและสังคม เพื่อที่จะให้แต่ละองค์กรธุรกิจรายงานผล ที่เป็นจริงในทุกมิติ ไม่ใช่ นั่งเทียนเขียนลอยๆ โดยไม่ได้ทำจริง ซึ่งขณะนี้มีบริษัทขนาดใหญ่กว่า ๔๐๐ บริษัทที่นำหลักการนี้ไปใช้

ปี พ.ศ.๒๕๔๒ (ค.ศ.๑๙๙๙) ผู้คนเริ่มให้ความสนใจเรื่อง CSR เป็นที่สนใจอย่างมาก มีการประชุม World Economic Forum นำโดยนายโคฟี อันนัน เลขาธิการองค์การสหประชาชาติ (UN) ร่วมกับ ๕ หน่วยงานของ UN (ILO, UNDP, UNEP, UNCHR, UNIDO) และภาคธุรกิจ ได้ออก “UN Global Compact” หรือหลัก ๙ ประการที่บริษัทในโลก โดยเฉพาะธุรกิจข้ามชาติ ให้ทำ CSR ในหลักการทั้ง ๙ นี้ ได้รวมเอาแนวคิดเรื่อง Corporate Citizenship, สิทธิมนุษยชน สิทธิแรงงาน การพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม ที่กระจัดกระจายจากหลายๆ แนวคิดเข้าด้วยกัน เป็นบรรทัดฐาน การทำ CSR ขององค์กรธุรกิจที่ชัดเจนที่สุด ต่อมา OECD จึงได้ปรับผลการดำเนินงานในกลุ่ม ประเทศสมาชิกของตนให้สอดคล้องกับ “UN Global Compact”

ปี พ.ศ.๒๕๔๕ (ค.ศ.๒๐๐๒) UN World Summit on Sustainable Development ที่เมืองโจฮันเนสเบิร์กนั้น ก็เป็นจุดที่เกิดความเชื่อมโยงอย่างชัดเจนของความรับผิดชอบของภาค ธุรกิจต่อสังคม และการพัฒนาที่ยั่งยืนที่มีหลักการที่ว่า การตอบสนองความต้องการของคนยุคนี้ต้องไม่ ไปทำลายโอกาสของคนรุ่นหลังในการตอบสนองความต้องการของตน

CSR ในมุมมองของนักธุรกิจ แต่ละยุคสมัย

เราได้พิจารณาประเด็นด้านวิวัฒนาการของ CSR ในมุมมองเชิงมหภาคมาแล้วไม่ว่าจะเป็น การเรียกร้องของประชาชน นักลงทุน รัฐบาลหรือองค์กรระหว่างประเทศ อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จของ CSR จะเกิดขึ้นได้จริงก็ต่อเมื่อนักธุรกิจนั้นเห็นประโยชน์และความจำเป็นที่จะต้อง ประยุกต์ CSR เข้ากับธุรกิจของตน ดังนั้นความเข้าใจพัฒนาการของ CSR จากมุมมองของนักธุรกิจ เองจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งยวด

เมื่อหลายศตวรรษมาแล้ว ในยุคที่อังกฤษ ทำการปฏิวัติอุตสาหกรรม วิถีชีวิตของคน เปลี่ยนไป อุตสาหกรรมนำมาซึ่งการผลิตสินค้าจำนวนมากแต่ราคาถูก ซึ่งยิ่งลดต้นทุนได้มากเท่าไร นั้นหมายถึงผลกำไรที่เพิ่มขึ้น ดังนั้นจึงไม่มีใครคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม ประชาชน รวมถึงรัฐบาลก็ไม่ใส่ใจกับปัญหามลพิษที่เป็นผลพลอยได้จากการทำอุตสาหกรรมเพราะว่า ข้อดีของการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมมีมากกว่า จนกระทั่งเกิดประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อมขึ้น ในปีช่วงทศวรรษที่ ๗๐ จึงนำมาสู่ยุคเริ่มของการทำธุรกิจที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและชุมชน จากนั้น การทำธุรกิจกับ CSR จึงค่อยๆ พัฒนาขึ้นต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งสามารถแบ่งยุคของ ธุรกิจกับการทำ CSR ออกเป็น ๓ ช่วง ได้ดังต่อไปนี้

๑. ยุค “ได้อย่างเสียอย่าง” หรือขยายความได้ว่า “อยากช่วยสิ่งแวดล้อมและชุมชน ก็ ต้องยอมเสียผลกำไร” ซึ่งเป็นยุคแรกเริ่ม ตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๓๔๓ (ค.ศ.๑๘๐๐) ตามที่ได้กล่าวไปแล้ว ข้างต้น ถึงสถานการณ์ช่วงปฏิวัติอุตสาหกรรมที่นำมาสู่ปัญหาสิ่งแวดล้อมอย่างรุนแรง มลพิษทางน้ำ และอากาศแผ่ขยายไปทั่ว เพราะนักธุรกิจมุ่งแต่แสวงผลกำไร ยึดหลัก “เอา สร้าง เสีย” (Take, Make, Waste)” เป็นแนวคิดในการจัดการโรงงาน จนกระทั่งปี ๑๙๗๐ ปัญหาสิ่งแวดล้อม จากของ

เสียและมลพิษอุตสาหกรรมส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทางรัฐบาล จึงต้องออกมาตรการมา บังคับภาคธุรกิจเกี่ยวกับมาตรฐานโรงงาน และการปล่อยสารพิษต่างๆ ดังนั้นองค์กรธุรกิจจึงจำต้องทำ ตามเพื่อความอยู่รอด นำไปสู่การคอร์รัปชัน ให้สินบนแก่เจ้าหน้าที่รัฐบาล ดังนั้นการดำเนินธุรกิจโดย คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและสังคมในยุคแรกๆ นี้ จึงเป็นไปอย่างจำยอม ขาดการจัดการที่ดี ทำให้ธุรกิจ เองต้องลงทุนสูงแต่ได้ผลตอบแทนต่ำบรรดานักธุรกิจจึงฝังค่านิยมที่ว่า “อยากช่วยสิ่งแวดล้อมและชุมชน ก็ต้องยอมเสียผลกำไร” ได้อย่างเสียอย่าง สืบต่อแนวคิดอย่างนี้เรื่อยมาเป็น ๑๐ ปี แต่ในสังคมก็ ยังมีองค์กรธุรกิจที่มีจรรยาบรรณอยู่บ้าง แต่ในยุคนี้ก็จะเน้นไปที่การบริจาคมกกว่าจะมาทำ CSR อย่างจริงจังในระดับนโยบาย

๒. ยุคปฏิวัติการจัดการเชิงคุณภาพ ในช่วงทศวรรษที่ ๘๐ เกิดการเปลี่ยนแปลงใน ภาคอุตสาหกรรมครั้งใหญ่ เมื่อวงการอุตสาหกรรมในประเทศญี่ปุ่น พัฒนาแนวคิดเรื่อง “ปฏิบัติการ จัดการเชิงคุณภาพ Qualities Management” คือ การจัดการ การใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์ สูงสุด เกิดของเสีย (Muda หรือ Waste) น้อยที่สุดหรือไม่มีเลย โดยจะมีกระบวนการตรวจสอบทุก ขั้นตอนซึ่งชาวญี่ปุ่นเรียกว่ากระบวนการจัดการการผลิตแบบนี้ว่า KAIZEN Process เพื่อให้เกิด คุณภาพการจัดการ ๑๐๐% (Total Quality Management (TQM)) เมื่อใช้ทรัพยากรได้อย่าง คุ่มค่าที่สุด เกิดของเสียและความผิดพลาดน้อยที่สุด ยอมนำมาสู่การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูง ใน ต้นทุนที่ต่ำกว่าเดิมและไม่เพียงแค่นั้นผลพลอยได้ที่เกิดขึ้นคือการไม่ทิ้งขยะ/สารพิษกลับสู่สิ่งแวดล้อม เพราะทรัพยากรถูกนำมาใช้อย่างเกิดประโยชน์สูงสุด ใช้แล้วนำกลับมาใช้อีก Reuse, Recycle และนี่ คือเหตุผลให้ในทศวรรษนั้น เศรษฐกิจญี่ปุ่นเจริญเติบโตอย่างมาก เอาชนะสหรัฐอเมริกา และยุโรป อย่างขาดลอย อีกทั้งยังได้ภาพลักษณ์ขององค์กรที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมและสังคมที่เป็นผลพลอยได้ แต่ สร้างชื่อเสียงและแรงสนับสนุนจากประชาชนอย่างมาก

การประสบความสำเร็จอย่างงดงามในอุตสาหกรรมญี่ปุ่น ทำให้ทั่วโลก เปลี่ยนมุมมอง ด้านการทำ CSR จาก “ได้อย่างเสียอย่าง” เป็น “การดำเนินธุรกิจกับกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมเป็น สิ่งที่ดำเนินไปด้วยกันได้” และทำให้องค์กรธุรกิจทั่วโลกหันมาพัฒนาการจัดการเชิงคุณภาพตาม แบบอย่างญี่ปุ่น ซึ่งต่อมาได้พัฒนามาถึง มาตรฐานอุตสาหกรรมอย่าง ISO ๑๔๐๐๐ นั่นเอง

ในขณะเดียวกันหน่วยงานรัฐบาลหรือประชาสังคมในประเทศต่างๆ ก็เปลี่ยนมุมมอง จากการเข้าไปควบคุมด้วยกฎระเบียบต่างๆ มาเป็นการร่วมมือด้วยความสมัครใจหรืออาสาสมัคร เช่น ใช้ระบบการวัดผลที่เรียกว่า “Toxic Release Inventory” ในปี ๑๙๘๘ คือองค์กรธุรกิจที่สมัครใจจะ ทำรายงานการปล่อยสารพิษออกสู่สิ่งแวดล้อมประจำปี แล้วจะมีการจัดลำดับองค์กรที่ปล่อยสารพิษสู่ สิ่งแวดล้อมน้อยไปมาก ออกสู่สายตาสาธารณชน ซึ่งเป็นเสมือนการประชาสัมพันธ์และ/หรือประจาน ตนเอง ให้โลกรับรู้ ซึ่งองค์กรที่ให้ความใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมมาก ก็จะได้แรงสนับสนุนจากประชาชน ด้วยการใช้น้ำ/บริการของพวกเขา ทำให้เกิดการแข่งขันและพยายามที่จะลดการทำลาย

สิ่งแวดล้อมโดยองค์กรให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ นับเป็นครั้งแรกที่ภาคธุรกิจมีการจัดการประเด็นเชิงสิ่งแวดล้อมที่วัดผลและเปรียบเทียบได้ แต่จะอย่างไรก็ดี ในยุคที่ ๒ นี้ ประเด็นด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อองค์กรธุรกิจ ยังคงจำกัดอยู่ในวงของ “สิ่งแวดล้อม” เท่านั้น

ในปี ๑๙๘๐ ในกลุ่มประเทศยุโรป ก็เกิดแนวคิด “Extended Producer Responsibility” ริเริ่มโดยประเทศเยอรมัน เป็นแนวคิดที่เน้นความรับผิดชอบต่อสินค้าต่างๆ ที่ผลิตขึ้น ตลอดอายุสินค้า (Product Life Cycle) หรือตั้งแต่จุดเริ่มต้นการผลิต จนถึงการทิ้งสินค้านั้นหรือถูกใช้หมดไป โดยจะมีการตีมูลค่าของผลเสียที่อาจจะเกิดขึ้นตลอด อายุสินค้านั้นๆ ว่ามีมูลค่าเท่าไร ซึ่งหมายถึงบริษัทต้องพร้อมที่จะรับมือกับผลเสียนั้นๆ ได้ ซึ่งการที่จะลดความเป็นไปได้ที่จะเกิดผลเสียจากสินค้าของตนสู่สังคมนั้น ทำให้บริษัทพยายามออกแบบกระบวนการผลิตสินค้าที่ CLEAN ที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ (คล้ายๆ กับแนวคิดของประเทศญี่ปุ่น)

ยกตัวอย่าง เช่น บริษัท ซีรอกซ์ ผู้ผลิตเครื่องถ่ายเอกสาร พัฒนาสายการผลิตรูปแบบใหม่ เอาเครื่องเก่ามาแลกเครื่องใหม่ ผู้ใช้ก็จะได้ใช้ของคุณภาพดี ราคาประหยัดขึ้น ในขณะที่บริษัทฯ ก็สามารถนำอุปกรณ์ อะไหล่จากเครื่องเก่า มาใช้ใหม่ หรือดัดแปลง นำกลับไปใช้แล้วใช้อีกให้คุ้มค่าอย่างที่สุด ลดต้นทุน ลดขยะสู่สิ่งแวดล้อม แนวคิดนี้ ทำให้ ซีรอกซ์ ลดค่าใช้จ่ายได้ถึง ๕๐๐ ล้านดอลลาร์ ต่อปี ซึ่งถือเป็น ๒.๕% ของยอดขายของบริษัท และด้วยแนวคิดนี้ทำให้ ซีรอกซ์สามารถดำรงอยู่รอดมาได้จนถึงทุกวันนี้ ทั้งๆ ที่นวัตกรรมเครื่องพิมพ์ ออกมาแย่งส่วนแบ่งตลาดไปมาก (ซึ่งถ้ายังใช้วิธี ใช้แล้วทิ้ง เก่าแล้วเลิกใช้ ไม่รับเปลี่ยนหรือคืน ประชาชนคงเลิกใช้ และบริษัท ซีรอกซ์คงล้มละลายไปนานแล้ว)

จากกรณี ซีรอกซ์ พบว่า การที่บริษัทเกื้อประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เป็นจุดขายที่พิเศษ Unique Advantage ของบริษัทที่ยากจะมีใครมาโจมตี หรือแข่งขัน เพราะ การเน้นที่คุณภาพสินค้าอย่างเดียวเมื่อถูกพัฒนามาจนถึงที่สุดแล้ว ก็ต้องมาแข่งขันกับบริษัทอื่นๆ ด้วยราคา Pricing แต่ถ้าเราแข่งที่ “นวัตกรรม” ซึ่งยากที่คู่แข่งจะตามได้

๓. ยุคแห่งการรับผิดชอบต่อสังคมที่มากกว่าด้านสิ่งแวดล้อม หลังทศวรรษที่ ๙๐ จนถึงปัจจุบัน บริษัทต่างๆ แข่งขันกันทั้งด้านคุณภาพและนวัตกรรม แต่ก็มีปัญหาเพราะตลาดเดิมมีการแข่งขันที่สูงอย่างมาก ทั้งนี้เป็นเพราะตลาดหรือกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อมีจำนวนจำกัดประมาณ ๘๐๐ ล้านคนจากประชากรทั้งสิ้นกว่า ๖,๕๐๐ ล้านคนทั่วโลก ทำให้ธุรกิจเริ่มเบนทิศทางไปสู่กลุ่มลูกค้าใหม่ นั่นคือกลุ่มประชากรยากจนที่เป็นคนส่วนใหญ่ของโลก หรือประมาณ ๔,๐๐๐ ล้านคน ซึ่งถึงแม้ว่าตลาดกลุ่มนี้ จะมีกำลังซื้อน้อย(หรือยังไม่มีเลย) แต่ก็เป็นตลาดกลุ่มใหญ่มาก ที่พร้อมจะเพิ่มกำลังซื้อได้มากขึ้นในอนาคต ดังนั้นองค์กรธุรกิจจึงเริ่มหันมาองและพัฒนาลาดฐานปิรามิดหรือที่เรียกว่าแนวคิดการขยายฐานลูกค้าแบบ BOP Strategy หรือ Bottom Up Strategy หรือกลยุทธ์เจาะกลุ่มตลาดล่างนั่นเอง

โดยเป็นกลยุทธ์ที่มุ่งพัฒนาให้คนกลุ่มนี้พร้อมที่จะเป็นลูกค้าของพวกเขาในอนาคต แต่ทว่าการที่จะเจาะตลาดกลุ่มนี้ไม่ใช่เรื่องง่าย เพราะเป็นตลาดใหม่ที่ค่อนข้างล้าหลัง ยึดติดกับประเพณีค่านิยมท้องถิ่น ไม่ไว้วางใจนักธุรกิจ ดังนั้น การที่จะเข้าไปทำความรู้จักคุ้นเคย หรือสร้างความไว้วางใจใจ จึงต้องอาศัย CSR เป็นการแสดงความปรารถนาดีต่อพวกเขา พัฒนาพวกเขาให้มีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น จนพร้อมที่จะเป็นลูกค้าของบริษัทพวกเขาในอนาคต

ดังนั้นนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหญ่จึงเป็นสิ่งสำคัญ ที่นอกจากจะต้องใช้ทุนมหาศาลแล้วยังต้องพัฒนารูปแบบการจัดการการเงินที่ต่างไปเดิม โดยเฉพาะการใช้ “สินเชื่อ” ตัวอย่างที่น่าสนใจอันหนึ่งก็คือ ยูนิลีเวอร์ อินเดีย พัฒนาระบบธุรกิจใหม่ในการขายผงซักฟอกให้กับคนจนในอินเดีย ซึ่งไม่นาน กลับทำส่วนแบ่งตลาดจากคนหลายร้อยล้านในกลุ่มใหม่ได้ถึง ๓๘% Grameen Bank บังกลาเทศ สามารถพัฒนาสินเชื่อขนาดเล็กเพื่อคนยากจน ซึ่งดำเนินมากกว่า 20 ปีแล้ว และสามารถขยายฐานลูกค้าได้กว่า ๒๕ ล้านคนทั่วโลก

อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จนี้สามารถเกิดขึ้นได้ต่อเมื่อบริษัทต่างๆ สามารถร่วมมือกับองค์กรต่างๆ ในพื้นที่เป้าหมายได้อย่างจริงจัง ทั้งนี้เป็นเพราะในพื้นที่ตลาดกลุ่มนี้มักจะอยู่ในหมู่บ้านที่ห่างไกล การจะเข้าถึงนั้น ต้องได้รับความไว้วางใจจากชาวบ้านในฐานะบริษัทที่เข้ามาร่วมพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน มิได้หวังแต่ประโยชน์ส่วนตัว บริษัทฯ จึงไม่สามารถดำเนินการแต่ลำพัง เพราะขาดความน่าเชื่อถือ และไม่รู้วิธีเข้าถึงชาวบ้าน นอก จากนั้นการเจริญเติบโตของตลาดกลุ่มนี้โดยเฉพาะด้านกำลังซื้อ ย่อมขึ้นกับพัฒนาการของรายได้ของชุมชนนั้นๆ ดังนั้น บริษัทฯ จึงต้องเข้ามามีส่วนร่วม (ร่วมกับองค์กรท้องถิ่น) เพื่อช่วยส่งเสริมให้ชุมชน มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น เป็นการสร้างฐานลูกค้าของตนในอนาคตให้มีความยั่งยืนในการพัฒนาคุณภาพชีวิต^{๒๕}

CSR ในประเทศไทย

เมื่อมองกลับมาที่ประเทศไทย ณ ปี ๒๕๔๘ นี้ คำว่า CSR ยังถือว่าเป็นเรื่องที่ใหม่มากสำหรับคนไทย เพราะเพิ่งจะเข้ามาในช่วง ๑๐ กว่าปีที่ผ่านมาเอง โดยหลายๆ องค์กร ทำเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

ธรรมาภิบาล ในขณะที่อีกหลายๆ องค์กร ทำเพราะถูกบีบจากกำแพงทางเศรษฐกิจโลก ที่บริษัทต่างชาติจะดำเนินธุรกิจกับบริษัทที่มาตรฐานด้านแรงงาน สวัสดิการ และสิ่งแวดล้อมฯ เท่านั้น จึงทำให้บริษัทไทยโดยเฉพาะธุรกิจส่งออก จำเป็นต้องพัฒนาแนวทางการทำ CSR เข้ามาใช้ในบริษัทของตน

ซึ่งถึงแม้ว่าการทำ CSR จะเป็นเรื่องใหม่ต่อคนส่วนใหญ่ของประเทศ แต่บริษัท และองค์กรด้านการพัฒนาหลายองค์กรที่เป็นผู้บุกเบิกก็เริ่มทำ CSR ก็มีไม่น้อย ดังนั้นในส่วนนี้ จะขอ

^{๒๕} CSR History. จุดกำเนิด CSR จาก ๔ ทิศทาง. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

http://www.csr.imageplus.co.th/csr_history.php?id=eGzsSV7yfv4udH5J [๒๓ ก.พ.๒๕๕๖].

ยกตัวอย่างที่น่าสนใจขององค์กรที่ทำกิจกรรมเพื่อสังคมจากหลายๆ สถาบัน เพื่อให้เห็นภาพรวมของการทำ CSR ในประเทศไทย ณ ปัจจุบัน

CSR ครั้งยิ่งใหญ่ของบริษัทข้ามชาติอเมริกันในประเทศไทย ACT: American Corporations for Thailand Program

หลังจากที่ประเทศไทยประสบปัญหา “วิกฤตเศรษฐกิจ ปี ๒๕๔๐” รัฐบาลและองค์กรเอกชนต่างก็ตั้งงบประมาณเพื่อความอยู่รอด คนไทยนับแสนต้องถูกเลิกจ้าง งบประมาณด้านการอบรมพัฒนาบุคลากรถูกตัด นายอานันท์ ปันยารชุน ประธานสถาบันคีนันเอเชีย อดีตนายกรัฐมนตรี ร่วมกับ Dr. Henry Kissinger อดีตเลขาธิการสหรัฐอเมริกา จึงร่วมกันก่อตั้ง ACT: American Corporations for Thailand Program ขึ้นในปี ๒๕๔๑ เพื่อระดมทุนจากกลุ่มนักธุรกิจข้ามชาติอเมริกันที่มีความห่วงใยต่อสถานการณ์ในประเทศไทย และต้องการช่วยเหลือ ในขณะเดียวกัน เป็นการทำ CSR สร้างภาพลักษณ์ให้แก่องค์กรของตน โดยมีองค์กรต่างๆ ที่ร่วมให้ทุนรวมทั้งสิ้น ๑๐ องค์กร รวมเป็นเงินทั้งสิ้นกว่า ๑.๑ ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ ๔๔ ล้านบาท คือ Unocal, AIG, Motorola, Raytheon, Chase Manhattan Bank, GE, Union Carbide, American Express, The American Chamber of Commerce in Thailand, and Continental Grain

โครงการระยะแรก (๒๕๔๑-๒๕๔๔) ทุน ๑.๑ ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ ๔๔ ล้านบาท มีระยะ ๓ ปี โดยมุ่งเน้นที่จะช่วยคนไทยที่ไม่มีงานทำให้ได้กลับเข้าไปทำงานอย่างรวดเร็วที่สุด ซึ่งผลที่ได้รับจากโครงการในระยะแรกนี้ดีเกินความคาดหมาย จนทาง ACT เพิ่มโครงการระยะที่ ๒

โครงการระยะที่ ๒ (๒๕๔๔-๒๕๔๘) ด้วยทุนกว่า ๖๓๐,๐๐๐ ดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ ๒๕ ล้านบาท โดยมุ่งเน้นที่การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในสองส่วน คือ ความรู้ นวัตกรรม และการพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อม โดยขยายวงกว้างออกไปกว่าเดิม คือมุ่งเน้นการพัฒนาขีดความสามารถของเยาวชนที่ด้อยโอกาส กลุ่มแม่บ้าน และคนพิการ ทั้งนี้ด้วยเล็งเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนารากฐานที่มั่นคง เมื่อประชาชนพึ่งตนเองได้ จะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนกว่า

กระแสเรื่อง CSR เป็นประเด็นที่มาแรงมากโดยเฉพาะในต่างประเทศ ซึ่งประเทศไทยก็พยายามถีบตัว เร่งฝีเท้าตามให้ทันอยู่ เนื่องจากการทำ CSR เป็นส่วนหนึ่ง que แสดงให้เห็นว่าองค์กรเป็นองค์กรที่ดี มีศีลธรรม คำนึงถึง คน ชุมชน และสิ่งแวดล้อม และองค์กรชั้นนำทั่วโลกต่างก็ต้องการทำธุรกิจกับองค์กรที่มีศีลธรรมทั้งนั้น

CSR กับองค์กรในประเทศไทย (Corporate Social Responsibility in Thai Companies)

ในภาคองค์กรธุรกิจ ภาพความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในสังคมไทยวันนี้เริ่มปรากฏภาพชัดแต่ขึ้นอยู่กับองค์กรจะนำไปตีความแบบใด บางคนช่วยเหลือในเรื่องการศึกษา ผู้หญิง

เด็ก เพราะการช่วยเหลือในการบริจาคเงินถือเป็นคุณธรรมขั้นพื้นฐาน วิธีที่เห็นมากที่สุดก็คือการที่บริษัทนำกำไรคืนกลับไปให้สังคม แต่ตอนในปัจจุบันยังมีระดับที่เข้มข้นขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการสร้างส่วนร่วมในองค์กร ส่งพนักงานไปอบรมเรื่องนี้ จัดกองทุนเล็กๆ ให้พนักงาน และเป็นวิธีการที่นำไปสู่เป้าหมายสูงสุดของ CSR ในการเปลี่ยนแปลงนโยบายขององค์กรธุรกิจ การมีพันธกิจกับสังคมตราไว้ในวิสัยทัศน์ขององค์กร รวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในองค์กรด้วย เช่น ถ้าเป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมจะต้องไม่ผลิตสินค้าที่เป็นอันตราย ถ้าเป็นโรงงานของเด็กเล่นก็จะไม่ผลิตของเล่นประเภทอาวุธที่ส่งเสริมให้เกิดการใช้ความรุนแรง หรือหากเป็นรีสอร์ท ริมหาดเล็กก็ต้องรู้ว่าไม่ควรปล่อยน้ำเสียลงทะเล เป็นต้น

ตัวอย่างในต่างประเทศมีให้เห็น หลายองค์กรที่ทบทวนตัวเอง ยกเลิกกิจการที่เป็นภัยกับสังคม หรือประกาศที่จะไม่ขยายการเติบโตใน ๒๐ ปี อย่างบริษัทผลิตบุหรี่ การล้มเลิกไม่ทำกิจการนับเป็นส่วนหนึ่งที่เข้าใจสาระัตถะของชีวิต ซึ่งเป็นคำถามในเชิงปรัชญาพื้นฐานชีวิตที่ว่า "เราเกิดมาทำไม เราจะร่ายรำพิงแบบนี้เพื่ออะไร" เพราะลึกๆ แล้วเชื่อว่าทุกคนมีธรรมชาติข้างในที่มีคุณธรรมของการใฝ่ดี ที่สุดแล้ว CSR ก็จะเปลี่ยนตัวเราข้างในด้วย

การเปลี่ยนแปลงในระดับจิตสำนึกจะทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ คือ การสร้างความหมายให้กับชีวิต การสร้างให้องค์กรเกิดสิ่งนี้จะทำให้เกิดพลังมหาศาลกับคนในองค์กร เมื่อเปรียบเทียบกับบริษัทที่ไม่ทำอะไรเลย นั่นหมายถึง ท้ายที่สุด ผลประโยชน์จากการทำ CSR ก็จะสามารถย้อนกลับมาสู่องค์กรในทางอ้อม

"การให้" ในสังคมไทยว่า ยึดรูปแบบ "ให้ยามฉุกเฉิน" มากกว่า "ให้ยามปกติและไม่ปกติ" และไม่ตรงกับความต้องการของ "ผู้เดือดร้อน" ไม่เป็นระบบเท่าที่ควร ขาดความต่อเนื่อง แต่ข้อดีของคนไทยที่ทั่วโลกยอมรับคือ "ความมีน้ำใจ" ฉะนั้น ภาคธุรกิจต้องปรับทัศนคติในเรื่อง "การให้" ไม่ต้องสนใจว่า "ใครจะเป็นผู้รับ" รวมทั้งต้องสร้างระบบ "การให้ตามหลักธรรมาภิบาล" ซึ่งมีความยั่งยืนมากกว่า^{๒๖}

CSR และนวัตกรรมการลงทุนทางสังคมของภาคธุรกิจในประเทศไทย

ปาริณา ประยุกต์วงศ์ ได้อธิบายไว้ว่าภาคธุรกิจมีอิทธิพลที่สำคัญต่อการขับเคลื่อนภาคเศรษฐกิจในสังคมโลก การเติบโตของภาคธุรกิจก็ยังคงเป็นดัชนีชี้วัดที่สำคัญต่อทิศทางการพัฒนาประเทศ เมื่อกระแสผลักดันเรื่องธุรกิจกับความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility - CSR) เข้าสู่สังคมไทย สิ่งที่ทำลายของภาคธุรกิจคือการทำความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในหลักการนี้และนำสู่การพัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจโดยมีมิติทาง

^{๒๖} สารคดีดี.คอม, บทความทางวิชาการ CSR กับองค์กรในประเทศไทย (Corporate Social Responsibility in Thai Companies), [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: WWW.SARA-DD.COM [๒๕ ก.พ.๒๕๕๖].

สังคมและสิ่งแวดล้อมร่วมกำกับอย่างสมดุล เพื่อนำสู่การพัฒนาสังคมที่ยั่งยืน อันเกิดจากความยั่งยืนของหน่วยย่อยคือ บริษัทที่ประกอบไปด้วย ลูกค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น คู่ค้า องค์กรภาคประชาสังคม และคู่แข่ง ที่มีสุขภาวะที่ดีทั้งกาย พหุติกรรม จิตใจและปัญญา แต่ทั้งนี้กระบวนการในการขับเคลื่อนภาคธุรกิจให้บรรลุหลักคิดดังกล่าวนี้ ยังเป็นประเด็นที่สำคัญในด้านความเป็นไปได้และแนวทางการดำเนินงาน

๑. การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ ธุรกิจเพื่อสังคม (Corporate Social Responsibility)

ในประเทศไทย ได้มีการแสดงความหมายของ Corporate Social Responsibility (CSR) ออกเป็นสองทาง คือ ๑) ธุรกิจกับความรับผิดชอบต่อสังคม และ ๒) ธุรกิจเพื่อสังคม ซึ่ง มีการนำไปใช้ต่างทิศทางกัน ไม่ว่าจะเป็นความหมายอย่างไร ทั้งบริษัทเมื่อสนใจ เรื่อง CSR ทั้งสองส่วนนั้นมีความสำคัญเท่าๆ กัน ผู้นำบริษัทต้องทำความเข้าใจอย่างลึกซึ้งว่าทั้งสองส่วนนั้นๆ อยู่ในกลไกการดำเนินธุรกิจในทุกๆ แผนก ทั้งโครงสร้างของบริษัทอย่างไร ซึ่งเมื่อผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจที่มี CSR ทั้งสองความหมายแล้ว เกิดความสมดุล ทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินไปได้อย่างไม่เบียดเบียน ธรรมชาติ ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และสังคม และทำให้ธุรกิจเข้าสู่จุดแห่งความยั่งยืนได้อย่างมีความสุข

“การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility)” หมายถึงการดำเนินกิจกรรมทางสังคม และการบริหารองค์กร ของทั้งธุรกิจและ องค์กรภาคประชาสังคมที่พึ่งพาอาศัยกัน (สามารถอยู่รวมกันได้) อย่างมีส่วนร่วมต่อกัน เพื่อนำไปสู่การอยู่รอดของทั้งตนเอง องค์กร และสังคมซึ่งรวมถึงเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม

“ธุรกิจเพื่อสังคม (Corporate Social Responsibility)” หมายถึง การทำกิจกรรมเพื่อสังคม การบริจาค หรือการพัฒนากิจกรรมด้านสังคมของธุรกิจ ที่เป็นกิจกรรมที่เพิ่มขึ้นมา หรืออาจมีหน่วยงานใหม่ที่เป็นผู้พัฒนากิจกรรมเพื่อสังคมเฉพาะในองค์กร ซึ่งส่วนใหญ่บริษัทต่างๆจะมอบหมายเพิ่มเติมให้ผู้ดูแลงานประชาสัมพันธ์ หรือ งานกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ เป็นผู้รับผิดชอบต่างหาก

๒. สถานการณ์ปัจจุบัน

- การมองเรื่อง CSR เป็นเพียงการบริจาค

จากการสำรวจของสมาคมจดทะเบียนไทยเมื่อเดือน กรกฎาคม ๒๕๕๐ ภายใต้คำจำกัดความ CSR ว่าคือ การทำกิจกรรมเพื่อสังคม พบว่า บริษัทในตลาดหลักทรัพย์ประมาณ กว่า ๑๑๐ บริษัทมีการทำกิจกรรมเพื่อสังคม โดยเฉลี่ยต่อบริษัท ประมาณ ปีละ ๑,๕๐๐,๐๐๐ บาท ยอดรวมงบประมาณทั้งหมดโดยเฉลี่ยมากกว่า ๑๐๐ ล้านบาท โดยมีงบประมาณประมาณ ๘๐ ล้านบาท บริจาคแด่องค์กรสังคมสงเคราะห์ นอกจากนั้นได้บริจาคให้กับโรงเรียน องค์กรพัฒนาด้านสังคม และ สิ่งแวดล้อมตามลำดับ หากพิจารณาข้อมูลเบื้องต้นดังกล่าว สามารถสรุปในเบื้องต้นได้ว่า ภาคธุรกิจมีความเข้าใจในเรื่อง CSR ว่าเป็นเพียงการทำกิจกรรมเพื่อสังคม

- แนวโน้มการสร้างความร่วมมือในการดำเนินกิจการอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจและองค์กรภาคประชาสังคม

เมื่อภาคธุรกิจอันเป็นองค์กรที่มีการพัฒนาความสามารถในการบริหารจัดการเริ่มนำหลักการ CSR สู่การพัฒนาองค์กรที่มีมิติความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ในขณะที่ภาคประชาสังคมเป็นองค์กรที่มีประสบการณ์และฐานความรู้ความเข้าใจในประเด็นทางสังคมและสิ่งแวดล้อม แต่อาจมีข้อจำกัดต่อการเข้าถึงแหล่งทุนและการพัฒนาขีดความสามารถในการบริหารจัดการองค์กร และเมื่อความต้องการในการดำเนินองค์กรสู่การพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อมของทั้งสองภาคส่วนนั้นที่มีความคล้ายกัน หากเกิดความร่วมมือระหว่างภาคธุรกิจและภาคประชาสังคม บนฐานของการทำงานจากภาคประชาสังคมที่มีความเข้าใจสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างดี ภายใต้การสนับสนุนจากภาคธุรกิจทั้งในด้านทรัพยากรและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในความสามารถเชิงการบริหาร การจัดการ การเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ การเข้าถึงฐานลูกค้า ย่อมนำไปสู่การแก้ไขปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพเพิ่มมากขึ้น หากเกิดความร่วมมือดังกล่าว

๓. นวัตกรรมการลงทุนทางสังคมของภาคธุรกิจโดย CSR จากความร่วมมือของภาคธุรกิจและภาคประชาสังคม

CSR ขององค์กรธุรกิจอาจเป็นเพียงเรื่องการบริหารจัดการและ การทำกิจกรรมเพื่อสังคมเป็นเพียงกิจกรรมเป็นครั้งๆ เท่านั้นหรือ?

การพัฒนาเรื่อง CSR ในประชาคมโลก จากรายงานวิจัยเรื่อง Employee Volunteering and the Creation of Social Capital โดย Judy Muthuri, Jeremy Moon and Dirk Matten นั้นมิได้จำกัดเฉพาะความหมายที่เข้าใจกันในสังคมไทยปัจจุบัน แต่ได้ครอบคลุมถึง การสร้างความเข้าใจเรื่องการสร้างการมีส่วนร่วมขององค์กรธุรกิจต่อภาคส่วนอื่นๆ ในสังคม การประสานทรัพยากรในองค์กรของตนเองอย่างมีประสิทธิภาพ นั้นหมายถึงการนำสู่ความเข้าใจความต้องการของสังคมหรือชุมชนรอบด้านของตนเอง และ พัฒนาสู่รูปแบบกิจกรรมของตนเองอย่างมีกลยุทธ์และสร้างสรรค์ ภายใต้ แนวคิดเรื่อง การลงทุนร่วมพัฒนาในชุมชน (Corporate Community Investment) ที่ไม่ได้เน้นเรื่องเงินเป็นหลัก แต่กลับมองการประสานทรัพยากรของตนเองกับสังคมที่มีความหมายของแต่ละบริษัท ตัวอย่างกิจกรรมภายใต้แนวคิดนี้ เช่น การค้นหาวัตถุติบของการผลิตจากชุมชนที่ห่างไกล (Local Sourcing) นำไปสู่ การพัฒนาวิสาหกิจชุมชน การค้าขายแบบยุติธรรม (Fair Trade) การประสานทรัพยากรด้านการสื่อสาร ที่ภาคธุรกิจมีศักยภาพนำสู่การพัฒนาสื่อรณรงค์อย่างสร้างสรรค์ในประเด็นที่สังคมประสบปัญหาอยู่ หรือการเชื่อมโยงสู่ลูกค้าของบริษัทเพื่อช่วยเหลือองค์กรพัฒนา หรือชุมชนพัฒนาในพื้นที่เป้าหมายของบริษัทตนเอง ตลอดจนการช่วยระดมทุนผ่านกลยุทธ์การตลาด และประชาสัมพันธ์ต่างๆของภาคธุรกิจ หรือการเชิญองค์กรพัฒนามาเป็นพี่ปรึกษาในการให้ความรู้กับพนักงานบริษัท ในเรื่องการเลี้ยงดูบุตรของพนักงานอย่างไร หรือการจ้าง

องค์กรพัฒนาให้เป็นที่ยอมรับในการตั้งสถานเลี้ยงเด็กเล็กเพื่อเป็นสวัสดิการให้พนักงานที่มีบุตร ทั้งนี้รูปแบบการทำงานของภาคธุรกิจดังกล่าวกลับไม่ต้องใช้เงินทุนที่สูงมาก ในทางกลับกัน วิธีการดังที่กล่าวมานี้ เป็นการสร้างเหตุปัจจัยในเชิงภูมิคุ้มกันสังคม ที่สร้างความเป็นสุขภาวะให้กับลูกหลาน และการสร้างสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยที่ดีที่สุดไปพร้อมกัน

ดังนั้นการผลักดันให้ภาคธุรกิจให้เกิดความเข้าใจถึงความหมายที่ลึกซึ้งของธุรกิจกับความรับผิดชอบต่อสังคมอันเป็นมิติ ต่างๆ เช่น การเพิ่มศักยภาพการทำงานที่มีคุณภาพ ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม และ สิ่งแวดล้อมจากภายในตัวองค์กร และ ทำงานอย่างมีการประสานทรัพยากรกับภาคประชาสังคม ส่งการพัฒนาและนำไปสู่การแก้ปัญหาเชิงประเด็นหรือในพื้นที่ที่ยังยืนมากกว่าการให้ภาคธุรกิจจัดสรรงบประมาณและบริจาคให้สังคม อย่างไรก็ตาม อันเป็นหนทางที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสู่ความยั่งยืนและสร้างสุขภาวะที่แท้จริงในสังคม และได้มีการถอดบทเรียนเรื่อง การทำธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นมีความสัมพันธ์กับการสร้างคุณธรรมและจริยธรรม ในบริบทสังคมไทยอย่างไร^{๒๗}

๖ ทิศทาง CSR ปี ๒๕๕๕

สถาบันไทยพัฒน์ ได้ทำการประเมินทิศทางความรับผิดชอบต่อสังคมและแนวโน้มด้านความยั่งยืน เพื่อเป็นข้อมูลแก่ธุรกิจที่สนใจสำหรับใช้เป็นแนวทางในการเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางกลยุทธ์ CSR และ Sustainability ขององค์กร ให้สอดคล้องกับสภาพการณ์ปัจจุบัน ท่ามกลางความไม่แน่นอนจากความเสี่ยง วิฤต และภัยพิบัติในด้านต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นในปี ๒๕๕๕ ภายใต้ทีม Reinforcing your CSR โดยมีทิศทาง CSR และ Sustainability ที่น่าสนใจดังนี้

๑. More Publicity on CSR

โฆษณาประชาสัมพันธ์ในเชิง CSR จะปรากฏให้เห็นเพิ่มมากขึ้น

หลังสถานการณ์อุทกภัยผ่านพ้นไป การประมวลผลภาพความช่วยเหลือและกิจกรรมเพื่อสังคมในรูปแบบต่างๆ ทั้งในเชิงของการนำเสนอช่วงเวลาแห่งการร่วมทุกข์ร่วมสุข การให้กำลังใจผู้ประสบภัย การแสดงความขอบคุณ และการสื่อถึงความเป็นองค์กรที่พร้อมร่วมเดินเคียงข้างในภาวะวิฤต จะมีปรากฏในหลากหลายสื่อเพิ่มมากขึ้น โดยหากประมาณการสัดส่วนโฆษณาที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมและการฟื้นฟูหลังอุทกภัยไว้ขั้นต่ำที่ร้อยละ ๑๐ ของมูลค่าตลาดโฆษณาที่มีอยู่ราว ๑ แสนล้านบาท โฆษณา CSR ก็จะมีมูลค่ารวมกันไม่ต่ำกว่าหลักหมื่นล้านบาทในปี ๒๕๕๕

^{๒๗} ปาริณา ประยุกต์วงศ์, (9 ก.ย. 51) “Business Guide : CSR และนวัตกรรมการลงทุนทางสังคมของภาคธุรกิจในประเทศไทย.” OK nation, [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.oknation.net/blog/guidelife/2008/09/09/entry-2> [25กุมภาพันธ์ 2556].

๒. Reinforcing CSR for Recovery

แผนงาน CSR จะถูกปรับเพื่อเสริมกำลังสำหรับกิจกรรมการฟื้นฟู

ในปี ๒๕๕๕ สถานการณ์หลังอุทกภัยที่ได้สร้างความเสียหายทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม คิดเป็นมูลค่านับแสนล้านบาท จะนำไปสู่กระบวนการฟื้นฟูอย่างขนานใหญ่ องค์กรธุรกิจในทุกขนาดจะมีส่วนเข้าร่วมในกระบวนการฟื้นฟูตามแต่คุณลักษณะ ถิ่นที่ตั้ง และความเกี่ยวเนื่องของธุรกิจนั้นๆ โดยกลยุทธ์การฟื้นฟูของภาคธุรกิจ จะจำแนกได้เป็น ๓ รูปแบบด้วยกัน คือ รูปแบบของการดำเนินงานฟื้นฟูผ่านกระบวนการหลักทางธุรกิจ รูปแบบของการให้และกิจกรรมเพื่อสังคมในชุมชนที่ได้รับผลกระทบ และรูปแบบของการเข้าร่วมหารือและผลักดันนโยบายสาธารณะต่างๆ ร่วมกับภาคีที่เกี่ยวข้อง

๓. Societal Marketing over CSR

CSR จะถูกนำมาพัฒนาเป็นกลยุทธ์การตลาดทางสังคม เพื่อตอบโจทย์ทางธุรกิจ

หลังสถานการณ์ภัยพิบัติ ธุรกิจยังคงต้องดำเนินต่อไป การพัฒนารูปแบบทางการตลาดที่คำนึงถึงอารมณ์และความเป็นอยู่ของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายที่ได้รับผลกระทบจะมีเพิ่มมากขึ้น กลยุทธ์การตลาดที่หลายองค์กรจะนำมาใช้ในช่วงเวลานี้ คือ “การตลาดทางสังคม” หรือ Societal Marketing ซึ่งเป็นการใช้ประเด็นทางสังคม หรือความรับผิดชอบต่อสังคม มาออกแบบกลยุทธ์การตลาดที่ก่อให้เกิดประโยชน์โดยตรงต่อองค์กร พร้อมกันกับการคำนึงถึงประโยชน์ที่มีต่อลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้ได้รับความพึงพอใจในสินค้าและบริการ และคุณภาพชีวิตของผู้บริโภคในระยะยาว

๔. Release of the new BCM standard

มาตรฐานการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCM) ฉบับใหม่ จะถูกประกาศใช้

ธุรกิจในประเทศไทยได้มีความตื่นตัวอย่างจริงจังที่จะจัดทำแผนรองรับภัยพิบัตินับตั้งแต่การเกิดวินาศภัยจากเหตุการณ์จลาจลเมื่อปี ๒๕๕๓ และมาถึงอุทกภัยปี ๒๕๕๔ หลายองค์กรได้มีการนำแผนเหล่านั้นมาใช้ในการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ เพื่อมิให้การดำเนินงานหยุดชะงักจากเหตุการณ์หรือภัยที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ ในปีนี้ มาตรฐานการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ ISO ๒๒๓๐๑ ซึ่งเป็นมาตรฐานระหว่างประเทศจะถูกประกาศใช้เป็นภาษากลางในการสื่อสารถึงวิธีการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจระหว่างองค์กรในห่วงโซ่อุปทานเพื่อให้เกิดความเข้าใจและให้มีความเข้ากันได้

๕. The new chapter of sustainable development in Rio+๒๐

การพัฒนาที่ยั่งยืนบทใหม่ จะเผยโฉมในเวทีประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการพัฒนาที่ยั่งยืน ในปีนี้ การประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการพัฒนาที่ยั่งยืน (United Nations Conference on Sustainable Development - UNCSD) หรือที่เรียกว่า Rio+๒๐ จะถูกจัดขึ้นในเดือนมิถุนายนที่เมืองรีโอเดจาเนโร ประเทศบราซิล โดยมีวัตถุประสงค์ในการสานต่อพันธกิจของประเทศต่างๆ ต่อ

การพัฒนาที่ยั่งยืน และจะหารือกันภายใต้ ๒ ทิศหลัก ได้แก่ เรื่องเศรษฐกิจสีเขียวในบริบทของการพัฒนาที่ยั่งยืนและการจัดความยากจน และเรื่องกรอบการทำงานในเชิงสถาบันเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งเป็นที่คาดหวังว่า การพัฒนาที่ยั่งยืนบทใหม่ จะเผยโฉมในเวทีประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการพัฒนาที่ยั่งยืนครั้งนี้

๖. Green Growth Gap

ช่องว่างแห่งการพัฒนาสู่การเติบโตสีเขียวจะยังเป็นประเด็นท้าทายสำหรับประเทศไทยและธุรกิจไทย ยุทธศาสตร์การพัฒนาสู่การเติบโตสีเขียว (Green Growth) หรือการเตรียมประเทศให้ก้าวสู่ยุคเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) ของไทยเมื่อเทียบกับเพื่อนบ้านในแถบเอเชีย ยังมีความห่างชั้นกันมาก ขณะที่แบบแผนการผลิตและการบริการอย่างยั่งยืนและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมระหว่างบริษัทขนาดใหญ่กับเอสเอ็มอี ก็ยังมีช่วงห่างระหว่างกันมาก จนส่งผลต่อการพัฒนาและยกระดับสายอุปทานในห่วงโซ่ธุรกิจของแต่ละอุตสาหกรรม ช่องว่างแห่งการพัฒนาสู่การเติบโตสีเขียว หรือการมุ่งสู่เศรษฐกิจสีเขียว จะยังเป็นประเด็นท้าทายสำหรับประเทศไทยและธุรกิจไทยในปี ๒๕๕๕^{๒๘}

อุปสรรคการสร้าง CSR ของเอกชนไทย

สังคมในยุคปัจจุบันประสบกับปัญหาทางเศรษฐกิจและสังคมหลากหลายประการ ทั้งปัญหาในระดับบุคคลหรือปัญหาในระดับภาพรวมของสังคม เช่น ปัญหาการว่างงาน ปัญหาหนี้สินครัวเรือน การเข้าถึงบริการสาธารณสุขที่มีคุณภาพ ความยากจน ฯลฯ ในอดีตการแก้ปัญหาเหล่านี้ถูกมองว่าเป็นหน้าที่ของรัฐบาล แต่ด้วยปัญหาที่มีมากขึ้นและซับซ้อนขึ้น ทำให้ภาคส่วนต่าง ๆ มีความสำคัญมากขึ้นในการมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมมากกว่าขึ้น โดยเฉพาะภาคเอกชน

อย่างไรก็ตามสำหรับประเทศไทยการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมของภาคเอกชนยังมีอุปสรรคหลายประการที่ทำให้การดำเนินกิจกรรมดังกล่าวยังไม่ก้าวหน้าอย่างที่ควรจะเป็น จากประเด็นปัญหาดังกล่าวผมได้ทำวิจัยเพื่อศึกษาว่า อะไรคืออุปสรรคต่อการทำกิจกรรมเพื่อสังคมในประเทศไทย โดยการสำรวจเอกสารที่เกี่ยวข้องกับ CSR และการสัมภาษณ์ผู้บริหารของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบอุปสรรคหลายด้าน อาทิ

ความเข้าใจความหมายของ CSR มีความคับแคบ การนิยามความหมายของ CSR ของบริษัทในประเทศไทยยังมีความเข้าใจไม่ตรงกันว่า CSR คืออะไร แต่ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่จะมองว่า CSR คือ การมีส่วนร่วมทางสังคมในแง่ของการทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ ช่วยเหลือสังคมในเชิงงานสังคมสงเคราะห์ ให้กับผู้ยากไร้หรือด้อยโอกาส ในขณะที่นิยามของ CSR ที่ได้รับการยอมรับสากล คือ

^{๒๘} พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์, ๖ ทิศทาง CSR ปี ๒๕๕๕. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<http://pipatory.blogspot.com/2012/02/6-csr-2555.html> [๒๖ ก.พ.๒๕๕๖].

นิยามที่พหุสสารเรื่องสิ่งแวดล้อมและสังคม เข้ากับการดำเนินธุรกิจ โดยกินความรวมถึงสิ่งที่ทำภายนอก และองค์ประกอบภายในองค์กรควบคู่กันไปจากความเข้าใจ CSR ในมุมแคบทำให้การดำเนินงานด้าน CSR ของบริษัทส่วนใหญ่จะเน้นการช่วยเหลือสังคม ซึ่งเป็นเรื่องภายนอกองค์กร แต่ละเลยเรื่องภายในองค์กร เช่น การเสียภาษีอย่างถูกต้อง หรือการจัดระบบที่มีธรรมาภิบาล และการปรับกระบวนการผลิตที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น การไม่ปล่อยน้ำเสียลงในแม่น้ำ

ผู้บริหารขาดความเข้าใจประโยชน์ของ CSR ผู้บริหารส่วนหนึ่งยังมองงาน CSR จากกรอบความคิดเรื่อง ต้นทุน-ผลประโยชน์ระยะสั้น ขาดความรู้และความเข้าใจว่า CSR จะทำให้บริษัทได้รับประโยชน์ตอบแทนอย่างไรในแง่ของการเพิ่มผลกำไรหรือยอดขาย ยิ่งไปกว่านั้น บางส่วนยังต่อต้านงาน CSR เพราะเห็นว่าเป็นการเพิ่มต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งอาจส่งผลทำให้ไม่สามารถแข่งขันกับบริษัทอื่นได้ ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการบรรลุจุดประสงค์ในการทำธุรกิจที่ต้องการผลตอบแทนสูงสุดให้กับเจ้าของกิจการ

ทั้งที่ในความเป็นจริงแล้ว การดำเนินการด้าน CSR มีนัยของสิ่งที่บริษัทต้องยินดีจ่ายออกไปว่าเป็น การลงทุนที่อาจไม่ได้สร้างผลตอบแทนระยะสั้นที่เห็นได้ชัดเจน แต่เป็นการสร้างความเชื่อมั่นและความ ศรัทธาของผู้บริโภคต่อธุรกิจนั้น ผู้บริหารจึงควรมองเรื่อง CSR เป็นเรื่องของการลงทุนมิใช่เรื่องของ ค่าใช้จ่ายอาจเปรียบเทียบเหมือนกับ สมัยหนึ่งที่มองเรื่องของการศึกษาและการฝึกอบรมบุคลากร เป็นเรื่องของค่าใช้จ่ายที่มองไม่เห็นผลตอบแทนในระยะสั้นชัดเจน แต่ในยุคปัจจุบัน กลับกลายเป็นเรื่องของการลงทุนที่เก็บเกี่ยวผลในระยะยาว ซึ่งหากผู้บริหารมีวิสัยทัศน์คับแคบก็อาจจะไม่ลงทุนกับเรื่องนี้

ทรัพยากรที่สนับสนุนงาน CSR ไม่เพียงพอ โดยเฉพาะเรื่องงบประมาณและบุคลากร ข้อมูลจากการศึกษาพบว่า หากบริษัทใดผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญกับงาน CSR มาก งานในส่วนนี้ก็จะได้รับการสนับสนุนอย่างเต็มที่ ทั้งในเรื่องบุคลากรและงบประมาณ ขณะที่บางบริษัทให้ข้อมูลว่า แม้ผู้บริหารระดับสูงจะให้การสนับสนุน แต่ในภาวะที่ผลประกอบการของบริษัทไม่เป็นไปตามเป้าหมาย งบประมาณที่จะถูกตัดออกในลำดับต้น ๆ คือ งบประมาณในโครงการด้าน CSR นอกจากนี้ ในหลายบริษัท งาน CSR ถูกจัดให้รวมไว้เป็นส่วนหนึ่งของงานประชาสัมพันธ์หรืองานการตลาด แทนที่จะมีส่วนงานรับผิดชอบโดยตรง ทำให้ต้องแบ่งบุคลากรที่ทำงานด้านประชาสัมพันธ์หรือการตลาดมารับผิดชอบงาน CSR ซึ่งบุคลากรเหล่านี้ส่วนใหญ่จะไม่เข้าใจในเนื้องาน CSR จริง ส่งผลให้กิจกรรมด้าน CSR ออกมาในเชิงของการตลาดและการประชาสัมพันธ์มากกว่าจะเป็นการเข้าไปช่วยแก้ไขบรรเทาปัญหาในสังคมอย่างจริงจัง

การเข้าถึงและตอบสนองความต้องการของชุมชน ในหลายบริษัท การดำเนินการด้าน CSR ถูกผลักดันมาจากผู้บริหารระดับสูงดังที่ได้กล่าวไปแล้ว ซึ่งมักจะเป็นเพียงการให้ทิศทางหรือภาพกว้าง ๆ ถึงประเด็นที่ผู้บริหารสนใจ เช่น เรื่องการศึกษาของเด็กในชนบท หรือเรื่องสิ่งแวดล้อม แต่สิ่ง

เหล่านี้ไม่ได้เกิดจากการศึกษา วิเคราะห์ หาความต้องการของชุมชนหรือกลุ่มเป้าหมาย เช่น ปัญหาสำคัญของชุมชนในช่วงเวลานั้นเป็นปัญหาภัยแล้ง แต่นโยบาย CSR ของบริษัทต้องการทำเรื่องการศึกษา ทำให้ผู้ปฏิบัติด้าน CSR ของบริษัทจึงไม่สามารถจัดสรรงบประมาณส่วนนี้ให้กับชุมชนได้

อุปสรรคสำคัญอีกประการหนึ่งของการทำโครงการ CSR ที่พนักงานบริษัทต้องลงไปทำกิจกรรมร่วมกับคนในชุมชน คือ ความยากลำบากในการสื่อสารให้ชุมชนเข้าใจว่าบริษัทมีเจตนาที่ดีที่ต้องการเข้ามาช่วยเหลือ ไม่ใช่ต้องการทำเพื่อหวังผลประโยชน์แอบแฝง ดังนั้น การเข้าถึงชุมชนและการสร้างการยอมรับของชุมชนต่อกิจกรรม CSR จึงเป็นประเด็นที่ละเอียดอ่อนและต้องการผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจเรื่องนี้มาก

ผู้บริโภค พนักงาน และภาครัฐไม่ได้ให้การสนับสนุนอย่างจริงจัง ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ระบุว่า ถึงแม้ว่าบางบริษัทอยากจะปรับปรุงการดำเนินงานของบริษัทให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น เช่น การเปลี่ยนไปใช้ถุงพลาสติกที่ย่อยสลายได้ จะทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น ซึ่งส่งผลทำให้บริษัทต้องตั้งราคาสินค้าและบริการสูงขึ้นเพื่อให้อยู่ได้ ซึ่งหากเป็นเช่นนั้น บริษัทเกรงว่า ผู้บริโภคจะไม่ยินดีจ่ายเงินเพิ่มเพื่อซื้อสินค้าและบริการของบริษัทที่แพงกว่าคู่แข่ง ดังนั้น บริษัทเกรงว่า บริษัทหนึ่งที่จะเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์โดยใช้วัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ ซึ่งส่งผลให้ราคาสินค้าสูงขึ้น แต่ลูกค้าจึงไม่ยินดีที่จะจ่ายเงินเพิ่ม ทำให้บริษัทดังกล่าวแข่งขันไม่ได้ ยอดขายลดลง บริษัทจำเป็นต้องกลับมาใช้บรรจุภัณฑ์เดิม เพราะแบกรับต้นทุนไม่ไหว

ปัญหาอีกส่วนเกิดจากความเข้าใจผิดของพนักงานต่อกิจกรรม CSR และไม่ให้ความร่วมมือ เพราะบ่อยครั้งที่กิจกรรมด้าน CSR ของบริษัทต้องขออาศัยความร่วมมือจากพนักงานในบริษัท แต่พนักงานส่วนหนึ่งมักมองว่าเป็นการเพิ่มภาระงานโดยไม่ได้ผลตอบแทนเพิ่ม เพราะสิ่งขอให้ทำไม่ใช่หน้าที่หลักของเขา จึงไม่ได้รับความร่วมมือจากพนักงาน เว้นแต่จะถูกเกณฑ์ไปร่วมงาน

นอกจากนี้แล้ว บริษัทที่ดำเนินการด้าน CSR ส่วนหนึ่งมองว่า รัฐบาลยังไม่ได้ให้การสนับสนุนงานด้าน CSR มากนัก แม้จะได้มีการเริ่มตั้งสถาบันที่สนับสนุนเรื่องนี้ที่ตลาดหลักทรัพย์และกระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ แต่โดยโครงสร้างเชิงกฎหมายแล้ว ยังไม่เพียงพอจะสร้างแรงจูงใจให้ธุรกิจทุกแห่งอยากดำเนินงาน CSR มาตรการของภาครัฐที่มีอยู่ในปัจจุบันก็ยังไม่จูงใจพอ อาทิ เงินบริจาคของนิติบุคคลที่สามารถลดหย่อนภาษีได้เพียง ๑๐% ซึ่งผู้ให้การสัมภาษณ์เห็นว่ายังไม่จูงใจให้บริษัทต่างๆ บริจาคเงินเพื่อช่วยเหลือสังคม

ความไม่พร้อมของหน่วยงานสาธารณสุข ดังที่ได้กล่าวไปแล้วว่า บริษัทส่วนใหญ่จะเน้นกิจกรรม CSR ในเชิงสังคมสงเคราะห์ ซึ่งมักออกมาในรูปของการบริจาคเงินสนับสนุนองค์กร สาธารณกุศลหรือองค์กรพัฒนาเอกชนที่ทำงานเพื่อสังคม แต่กระนั้นปัญหาที่สะท้อนมาจากการสัมภาษณ์คือ บริษัทส่วนมากมองว่า องค์กรพัฒนาเอกชนในประเทศไทยจำนวนมากยังขาดความพร้อมและความ

โปร่งใสในการดำเนินงาน ทำให้บริษัทไม่ไวใจที่จะให้เงินสนับสนุนเพื่อไปช่วยเหลือสังคม ด้วยเหตุนี้
เงินบริจาคของบริษัทจึงวนเวียนอยู่ในมูลนิธิหรือหน่วยงานการกุศลไม่กี่แห่ง

จากปัญหาที่กล่าวถึง ถึงเวลาที่ภาครัฐควรเร่งสร้างความเข้าใจให้กับภาคเอกชน เพื่อ
สร้างให้มาตรฐานภาคเอกชนไทย ได้ก้าวไกลไปอีกระดับหนึ่ง^{๒๙}

๒.๑.๓ ขอบเขตความรับผิดชอบต่อสังคม

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ ได้กล่าวถึงขอบเขตความรับผิดชอบต่อสังคม (Areas of Social Responsibility) มีทั้งหมด ๗ ด้าน ประกอบด้วยดังนี้คือ

๑. ด้านชุมชน (The Community) องค์กรที่รับผิดชอบต่อสังคมจะต้องสร้างจุดเด่นขึ้น
ใน ชุมชน เช่น การเป็นผู้นำในการช่วยเหลือและแก้ปัญหาสังคม

๒. ด้านสุขภาพและสวัสดิการ (Health and Welfare) องค์กรมีความเชื่อว่า การลงทุน
ใน สุขภาพและการจัดสวัสดิการให้กับชุมชน เป็นความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีคุณค่าและจำเป็นต่อ
พนักงาน บริษัท และชุมชนขนาดใหญ่ ตัวอย่างโครงการด้านสุขภาพและสังคมจะสร้างค่านิยมใน
ชุมชน ซึ่งจะทำให้บริษัทมีอิทธิพลต่อผู้ลงทุนและสร้างภาพที่ดีให้กับบริษัทด้วย

๓. ด้านการศึกษา (Education) องค์กรจำนวนมากมีความสนใจความรับผิดชอบต่อ
การศึกษา ผู้บริหารมีความตระหนักว่าจำเป็นต้องปรับปรุงการศึกษาทั้งระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา
วิทยาลัย และมหาวิทยาลัย ทั้งในด้านการบริจาคเงินด้านการศึกษา การประชาสัมพันธ์ และด้าน
อื่น ๆ

๔. ด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights) บางองค์กรมุ่งความรับผิดชอบต่อสังคมใน
การรณรงค์สิทธิมนุษยชน เช่น ความเท่าเทียมกันของเพศชายและเพศหญิงในการได้รับการจ้างงาน

๕. ด้านสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ (The Natural Environment) องค์กรจำนวนมาก
ได้ ตัดสินใจเลือก การแก้ปัญหาด้านสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ
และ การสร้างจิตสำนึกในการรักษาสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ เช่น ผลผลิตสินค้าไม่เป็นอันตรายต่อ
สิ่งแวดล้อม ได้แก่ การไม่ใช้สาร CFC ในเครื่องปรับอากาศและตู้เย็น

๖. ด้านสิทธิของผู้บริโภค (Consumer Rights) บางองค์กรได้เน้นในเรื่องสิทธิของ
ผู้บริโภค โดยคำนึงถึงผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีความปลอดภัย และการโฆษณาที่เป็นความจริง
(Truthful advertising)

๗. ด้านวัฒนธรรม (Culture) เป็นการเรียนรู้และการคิดร่วมกัน ตลอดจนการแสดงออก
ระหว่างกลุ่มบุคคลหรือสังคม ธุรกิจที่ให้การสนับสนุนด้านศิลปวัฒนธรรมเชื่อว่าเป็นรูปแบบหนึ่ง ของ

^{๒๙} เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, อุปสรรคการสร้าง CSR ของเอกชนไทย, [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:
<http://www.kriengsak.com/tags/csr> [๒๖ ก.พ.๒๕๕๖].

ความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งสามารถส่งเสริมการรู้จักบริษัท ตลอดจนสร้างความรู้สึกละ และ ทัศนคติที่ดีให้กับบริษัทได้ แนวคิดที่ให้การสนับสนุนด้านวัฒนธรรมถือว่าเป็นการลงทุนด้าน คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นสำหรับลูกค้าชุมชนในท้องถิ่น บุคลากร และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กร ^{๓๐}

๒.๑.๔ ระดับความรับผิดชอบต่อสังคม

จินตนา บุญบงการ กล่าวถึงระดับความรับผิดชอบต่อสังคมว่า องค์กรจะต้องพิจารณาว่าควรมีความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างไร มากน้อยเพียงใด ซึ่งต้อง ขึ้นอยู่กับรายได้และผลกำไรที่เพียงพอ อันจะนำไปสู่การดำเนินการต่อไป หลักการเหล่านี้สามารถ จัดแบ่งความรับผิดชอบต่อผู้บริหารควรมีต่อสังคมได้เป็น ๔ ระดับ ดังนี้

๑. ความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ (Economic Responsibility) เพื่อผลิตสินค้าและบริการ ตามที่ประชาชนต้องการ และนำมาขายเพื่อให้เกิดกำไรแก่เจ้าของกิจการ (ในกรณีที่เป็ องค์กรเพื่อทำกำไร) นับได้ว่าเป็นความรับผิดชอบหลักและความรับผิดชอบดั้งเดิม ของการดำเนินการ จนอาจ กล่าวได้ว่านอกจากความรับผิดชอบด้านเศรษฐกิจแล้ว ผู้บริหารในอดีตบางคนไม่เคยคำนึงถึง ความ รับผิดชอบต่อด้านอื่นเลย

๒. ความรับผิดชอบต่อด้านกฎหมาย (Legal Responsibility) เพื่อดำเนินกิจการไป ตามครรลองของกฎหมายและกฎข้อบังคับต่าง ๆ อย่างใดก็ตามกฎหมายและกฎข้อบังคับไม่สามารถ จะ ครอบคลุมการกระทำทุกอย่างที่องค์กรกระทำได้ การกระทำบางอย่างไม่ผิดกฎหมายแต่องค์กร ควร กระทำหรือไม่นั้น ขึ้นอยู่กับความรับผิดชอบของผู้บริหารองค์กรนั้นๆ

๓. ความรับผิดชอบต่อจริยธรรม (Ethical Responsibility) การกระทำบางอย่างไม่ใช่ สิ่งที่ กฎหมายบังคับ ถ้าองค์กรไม่ทำ ก็ไม่ผิดกฎหมาย แต่องค์กรเลือกกระทำเพราะเห็นว่าเป็นความ รับผิดชอบต่อจริยธรรม เช่น การให้สวัสดิการด้านเสื้อผ้า ที่อยู่อาศัย เงินกู้ยืม อาหารกลางวัน รถ รับส่งพนักงาน การจัดงานเลี้ยง เป็นต้น

๔. ความรับผิดชอบในการใช้ดุลยพินิจ (Discretionary Responsibility) ความ รับผิดชอบต่อ ใน ระดับนี้เป็นความสมัครใจของผู้บริหารองค์กรโดยตรง และขึ้นอยู่กับ การตัดสินใจเลือก กระทำของ ผู้บริหารแต่ละคน ความรับผิดชอบนี้ไม่ได้บังคับไว้เป็นกฎหมายหรือเป็นสิ่งที่พนักงานคิด ว่าควรได้รับตามหลักจริยธรรม เช่น ผู้บริหารไม่สนับสนุนให้พนักงานทำงานล่วงเวลาแต่กลับจ้าง

^{๓๐} ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, องค์กรและการจัดการ, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ ดวงกมลสมัย, ๒๕๓๙), หน้า ๙๕.

พนักงานเพิ่ม เพิ่มเครื่องจักร เพิ่มเงินเดือน ทั้งนี้เพราะผู้บริหารพินิจพิจารณาอย่างสุขุมแล้วว่า การทำงานล่วงเวลาทำให้สุขภาพของพนักงานเสื่อมโทรม และเป็นการบั่นทอนคุณภาพชีวิต^{๓๑}

จะเห็นได้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม อาจแบ่งเป็นระดับขั้นได้ จากขั้นที่ ๑ อันเป็นสิ่งที่ผู้บริหารหรือนักธุรกิจต้องทำเพื่อความอยู่รอดของตนเอง นั่นคือ ความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ แต่ผู้บริหารหรือนักธุรกิจบางคนอาจจะรับผิดชอบในขั้นสูงต่อไป คือ จะเลือกทำสิ่งที่ได้ผลประโยชน์ได้กำไร แต่ต้องไม่ผิดกฎหมาย ถ้ามีความรับผิดชอบขึ้นไปอีกก็จะเป็นความรับผิดชอบต่อค่านึงถึงจริยธรรม หลังจากนั้นเป็นขั้นการพินิจพิจารณาการกระทำเพื่อความรับผิดชอบต่อสุขุม รมัตถะวังจริงจึงขึ้นไปกว่าแค่เพียงค่านึงถึงจริยธรรม และการที่ผู้บริหารหรือนักธุรกิจคนใดจะตัดสินใจดำเนินการโดยมีความรับผิดชอบมากน้อยประการใดย่อมขึ้นอยู่กับจริยธรรมของผู้บริหาร หรือนักธุรกิจนั้น

สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม ได้กำหนดการปฏิบัติตามหลัก CSR ที่นำมา ประยุกต์ใช้ควบคู่กับธุรกิจ แบ่งได้เป็น ๔ ขั้น ดังนี้

ขั้นที่ ๑ mandatory level: ข้อกำหนดตามกฎหมาย (legislation) หมายถึง การที่ธุรกิจมีหน้าที่ต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมายและกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง เช่น กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค กฎหมายแรงงาน การจ่ายภาษี เป็นต้น

ขั้นที่ ๒ elementary levels: ประโยชน์ทางเศรษฐกิจ (economic profit) หมายถึง การที่ธุรกิจคำนึงถึงความสามารถในการอยู่รอดและให้ผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้น ซึ่งในขั้นนี้ธุรกิจควรหมั่นตรวจตราว่า กำไรที่ได้นั้นต้องมีใช้กำไรซึ่งเกิดจากการเบียดเบียนสังคม

ขั้นที่ ๓ preemptive levels: จรรยาบรรณทางธุรกิจ (business code of conduct) หมายถึง การที่ธุรกิจสามารถสร้างกำไรแก่ผู้ถือหุ้นได้ในอัตราที่เหมาะสม และผู้ประกอบการได้ใส่ใจเพื่อให้ประโยชน์ตอบแทนแก่สังคมมากขึ้น โดยเฉพาะสังคมใกล้ที่อยู่รอบข้างที่มีความคาดหวังว่าจะได้รับการดูแลหรือเอาใจใส่จากผู้ประกอบการ

ขั้นที่ ๔ voluntary level: ความสมัครใจ (voluntary action) หมายถึง การดำเนินธุรกิจควบคู่กับการปฏิบัติตามแนวทาง CSR ด้วยความสมัครใจ โดยไม่ได้ถูกเรียกร้องจากสังคมแต่อย่างใด ซึ่งในขั้นนี้ การประกอบธุรกิจจะอยู่บนพื้นฐานของการมุ่งประโยชน์ของสังคมเป็นสำคัญ และการดำเนินการ CSR ในส่วนนี้สมควรได้รับความยกย่องชื่นชมจากสังคมอย่างแท้จริง^{๓๒}

^{๓๑} จินตนา บุญบงการ, จริยธรรมทางธุรกิจ, พิมพ์ครั้งที่ ๓, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๗), หน้า ๔๖.

^{๓๒} สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม, เข้มทิศธุรกิจเพื่อสังคม, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ไอคอนพรินติ้ง, ๒๕๕๑), หน้า ๗.

ทั้งนี้ ธุรกิจต้องดำเนินการตามเกณฑ์ในชั้นที่ ๑ เป็นอย่างน้อย ส่วนการดำเนินการในชั้นต่อไป ให้ขึ้นกับความพร้อมของธุรกิจแต่ละแห่งที่แตกต่างกันโดยหลักสำคัญของการปฏิบัติตามแนวทาง CSR ครอบคลุมบนหลักพอประมาณที่ธุรกิจต้องไม่เบียดเบียนตนเอง และขณะเดียวกันก็ต้องไม่เบียดเบียนสังคม

๒.๑.๕ เหตุผลที่ธุรกิจต้องรับผิดชอบต่อสังคม

David (เดวิด) ได้เสนอประเด็นที่ว่า ทำไมนักธุรกิจต้องรับผิดชอบต่อสังคม และจะรับผิดชอบต่ออย่างไร ดังนี้

๑. ความรับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มขึ้นเนื่องจากอิทธิพลของธุรกิจ มาจากแนวคิดที่ว่าธุรกิจมีอิทธิพลอย่างมากในเรื่องของเศรษฐกิจ การว่าจ้างแรงงาน การสร้างความน่าเชื่อถือในสิ่งแวดล้อม ธุรกิจจะก่อให้เกิดปัญหาหรือป้องกันปัญหาไม่ให้เกิดได้ในสังคม ที่ทุกคนต้องอยู่ร่วมกัน และต้องพึ่งพาอาศัยกัน ดังนั้นธุรกิจต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมในการป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาแก่สังคม หรือถ้า เกิดปัญหาขึ้นแล้วต้องช่วยแก้ไขปัญหานั้น

๒. ธุรกิจจะดำเนินการเป็นระบบเปิดสองทาง โดยเปิดรับสิ่งที่เป็นแนวความต้องการจากสังคมและเปิด เผยวิธีการดำเนินงานให้สังคมได้รับรู้ ข้อเสนอแนะนี้ทำให้นักธุรกิจมีความปรารถนาปรับปรุงตัวแทนของสังคมในเรื่องที่เกี่ยวกับปัญหาต่างๆ ของสังคม และการปรับปรุงสวัสดิการในสังคม ในทางกลับกัน สังคมต้องมีความปรารถนาจะรับฟังการรายงานจากธุรกิจว่า ได้ทำอะไรไป อันเป็นการแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งทั้ง ๒ ฝ่ายต้องรายงานต่อกันอย่างเปิดเผย

๓. การบริการ ผลผลิต หรือกิจกรรมที่จะเป็นผลเสียและผลดีต่อสังคม ต้องมีการคิดคำนวณ อย่างถี่ถ้วนในการตัดสินใจจะดำเนินการ โดยเน้นว่าการพิจารณาแต่ในแง่ความเป็นไปได้ทางเทคนิคหรือได้กำไรทางเศรษฐกิจยังไม่เพียงพอในการพิจารณา แต่ต้องคิดถึงสังคมที่ได้รับผลกระทบต่อไปทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

๔. ผลเสียต่อสังคมที่เกี่ยวกับแต่ละกิจกรรม ผลผลิตหรือบริการจะต้องมีผลถึงผู้บริโภค ผลเสียที่เกิดขึ้นจากธุรกิจที่มีต่อสังคมจริง ๆ จะตกอยู่กับผู้บริโภค ในต้นทุนที่สูงกว่ามากเกินกว่าที่สังคมจะคาดคิดได้ ธุรกิจจำเป็นต้องคำนึงถึงประเด็นนี้และต้องดำเนินการไม่ให้เกิดผลเสียตกอยู่กับผู้บริโภค

๕. สถาบันทางธุรกิจในฐานะที่เป็นสมาชิกของสังคมมีความรับผิดชอบต่อปัญหาของสังคมที่อยู่นอกเหนือจากการดำเนินงานปกติ ถ้าธุรกิจจัดจ้างผู้เชี่ยวชาญมาแก้ไขปัญหาของสังคมที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับธุรกิจโดยตรง จะเป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อการแก้ปัญหาสังคม เหตุผลคือ ใน

ที่สุดธุรกิจจะได้รับกำไรเพิ่มขึ้นจากการที่ช่วยปรับปรุงสังคมโดยทั่วไป ธุรกิจจึงควรมีความรับผิดชอบต่อ
กับสมาชิกของสังคมทั้งหมดเพื่อปรับปรุงสังคมทั่วไปให้ดีขึ้น^{๓๓}

๒.๑.๖ ชนิดของกิจกรรมซีเอสอาร์

ศาสตราจารย์ ฟิลิป คอตเลอร์ แห่งมหาวิทยาลัยนอร์ทเวสเทิร์น และ แนนซี ลี อาจารย์
สมทบแห่งมหาวิทยาลัยวอชิงตัน และมหาวิทยาลัยซีแอตเติล ได้จำแนกซีเอสอาร์ไว้เป็น ๗ ชนิด
กิจกรรม^{๓๔} ได้แก่

๑. การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม (Cause Promotion) เป็นการจัดหา
เงินทุน วัสดุสิ่งของ หรือทรัพยากรอื่นขององค์กร เพื่อขยายการรับรู้และความห่วงใยต่อประเด็น
ปัญหาทางสังคมนั้น ตลอดจนสนับสนุนการระดมทุน การมีส่วนร่วม หรือการเพิกถอนอาสาสมัครเพื่อ
การดั่งกล่าว องค์กรธุรกิจอาจริเริ่มและบริหารงานส่งเสริมด้วยตนเอง หรือร่วมมือกับองค์กรหนึ่ง
องค์กรใด หรือกับหลายๆ องค์กรก็ได้

๒. การตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคม (Cause-Related Marketing) เป็นการ
อุดหนุนหรือการบริจาครายได้ส่วนหนึ่งจากการขายผลิตภัณฑ์เพื่อช่วยเหลือหรือร่วมแก้ไขประเด็น
ปัญหาทางสังคมจำเพาะหนึ่งๆ ซึ่งมักมีช่วงเวลาที่จำกัดแน่นอน หรือดำเนินการแบบจำเพาะผลิตภัณฑ์
หรือให้แก่การกุศลที่ระบุไว้เท่านั้น กิจกรรมซีเอสอาร์ชนิดนี้ องค์กรธุรกิจมักร่วมมือกับองค์กรที่ไม่มี
วัตถุประสงค์หากำไรเพื่อสร้างสัมพันธ์ภาพในประโยชน์ร่วมกัน ด้วยวิธีการเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์
เพื่อนำเงินรายได้ไปสนับสนุนกิจกรรมการกุศลนั้นๆ ในขณะเดียวกันก็เป็นการเปิดโอกาสให้แก่
ผู้บริโภคได้มีส่วนร่วมในการช่วยเหลือการกุศลผ่านทาง การซื้อผลิตภัณฑ์โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายอื่นใด
เพิ่มเติม

๓. การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคม (Corporate Social Marketing) เป็นการ
สนับสนุนการพัฒนาหรือการทำให้เกิดผลจากการณรงค์เพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในด้าน
สาธารณสุข ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งแวดล้อม หรือด้านสุขภาวะ ความแตกต่างสำคัญระหว่าง
การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคมกับการส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม คือ การตลาดเพื่อ
มุ่งแก้ไขปัญหาสังคมจะเน้นที่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Behavior Change) เป็นหลัก ในขณะที่

^{๓๓} David, อังโน, จิรัชญา โยธาทิกรักษ์, “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อ
สังคมของ บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) และผลของภาพลักษณ์ต่อทัศนคติที่มีต่อตราสินค้า ปตท.” ,วิทยานิพนธ์
ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, ๒๕๕๑), หน้า ๒๑.

^{๓๔} Philip Kotler and Nancy Lee, **Corporate Social Responsibility**, (New Jersey, John
Wiley & Sons, 2005), p.23.

การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคมจะเน้นที่การสร้างตระหนักรู้ (Awareness) ตลอดจนการสนับสนุนทรัพยากรด้านทุนและอาสาสมัครเพื่อให้รับรู้ถึงประเด็นปัญหาดังกล่าว

๔. การบริจาคเพื่อการกุศล (Corporate Philanthropy) เป็นการช่วยเหลือไปที่ประเด็นปัญหาทางสังคมโดยตรง ในรูปของการบริจาคเงินหรือวัสดุสิ่งของ เป็นกิจกรรมซีเอสอาร์ที่พบเห็นในแทบทุกองค์กรธุรกิจ และโดยมากมักจะปฏิบัติตามกระแสความต้องการจากภายนอกหรือมีผู้เสนอให้ทำ มากกว่าจะเกิดจากการวางแผนหรือออกแบบกิจกรรมจากภายในองค์กรเอง ทำให้ไม่เกิดการเชื่อมโยงเข้ากับเป้าหมายหรือพันธกิจขององค์กรเท่าใดนัก

๕. การอาสาช่วยเหลือชุมชน (Community Volunteering) เป็นการสนับสนุนหรือจูงใจให้พนักงาน คู่ค้าร่วมสละเวลาและแรงงานในการทำงานให้แก่ชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่และเพื่อตอบสนองต่อประเด็นปัญหาทางสังคมที่องค์กรให้ความสนใจหรือห่วงใย องค์กรธุรกิจอาจเป็นผู้ดำเนินการเองโดยลำพัง หรือร่วมมือกับองค์กรหนึ่งองค์กรใด และอาจเป็นผู้กำหนดกิจกรรมอาสา ดังกล่าวนั้นเอง หรือให้พนักงานเป็นผู้คัดเลือกกิจกรรมแล้วนำเสนอต่อองค์กรเพื่อพิจารณาให้การสนับสนุน โดยที่พนักงานสามารถได้รับการชดเชยในรูปของวันหยุดหรือวันลาเพิ่มเติม

๖. การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Business Practices) เป็นการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจอย่างพินิจพิเคราะห์ทั้งในเชิงป้องกันด้วยการหลีกเลี่ยงการก่อให้เกิดปัญหาทางสังคม หรือในเชิงร่วมกันแก้ไขด้วยการช่วยเหลือเยียวยาปัญหาทางสังคมนั้นๆ ด้วยกระบวนการทางธุรกิจ เพื่อการยกระดับสุขภาวะของชุมชนและการพิทักษ์สิ่งแวดล้อม โดยที่องค์กรธุรกิจสามารถที่จะดำเนินการเอง หรือเลือกที่จะร่วมมือกับพันธมิตรภายนอกก็ได้

๗. การพัฒนาและส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการตามกำลังซื้อของคนในระดับฐานราก (Developing and Delivering Affordable Products and Services) เป็นการใช้กระบวนการทางธุรกิจในการผลิตและจำหน่ายสินค้าและบริการสู่ตลาดที่เรียกว่า The Bottom of the Pyramid ในราคาที่ไม่แพง เหมาะกับกำลังซื้อของผู้บริโภคในระดับฐานราก ให้สามารถเข้าถึงสินค้าและบริการเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต พร้อมกันกับเป็นโอกาสสำหรับธุรกิจในการเข้าถึงตลาดปริมาณมหาศาล^{๓๕}

ความหลากหลายของ ซีเอสอาร์

พัฒนาการแนวความคิดของซีเอสอาร์ จะเห็นได้อย่างชัดเจนถึงการขยายขอบเขตความรับผิดชอบจากที่เคยมุ่งเน้นอยู่เฉพาะภายในองค์กร ขยายครอบคลุมออกไปยังสังคมในวงกว้างและก็หมายถึงประเด็นของ ซีเอสอาร์ ก็ไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะภายในองค์กรเท่านั้น

ประเด็นของ ซีเอสอาร์ โดยเฟรดเดอริก และเดวิส (Frederick and Daais) กล่าวไว้ มีดังนี้คือ

^{๓๕} Philip Kotler and Nancy Lee, *Up and Out of Poverty*, (Wharton School Publishing, 2009), p.294.

- การพัฒนาทางเศรษฐกิจ
- การศึกษา
- การอบรมและการพัฒนาศักยภาพพนักงาน
- สิทธิ ความเท่าเทียมในโอกาสของพลเมือง
- การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
- การแก้ไขมลภาวะ
- การส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม
- การส่งเสริมสุขภาพอนามัยชุมชน
- การสนับสนุนภาคีรัฐบาล^{๓๖}
-

๒.๑.๗ องค์ประกอบของ CSR ที่ยอมรับในปัจจุบัน

แม้วิวัฒนาการของ CSR นั้นจะเป็นเรื่องที่ค่อนข้างซับซ้อนและไม่มีมาตรฐานตายตัว อย่างไรก็ตามในการประยุกต์ CSR เข้ากับธุรกิจอย่างเป็นรูปธรรมในทุกขนาดไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดเล็ก กลาง ใหญ่ หรือระหว่างประเทศนั้น ก็ได้มีการรวบรวมลักษณะรูปธรรมในการดำเนินการด้าน CSR ไว้ โดยเฉพาะจาก European commission on CSR ซึ่งกล่าวว่า CSR นั้นมีอยู่สองมิติหลักๆ ก็คือมิติภายในอันเป็นการดูแลกิจกรรมต่างๆที่ธุรกิจนั้นดำเนินการอยู่และจัดการได้โดยตรงเช่นการจัดการแรงงาน กระบวนการผลิต หรือการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม และมิติกภายนอกซึ่งเกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางธุรกิจที่บริษัทอาจจะควบคุมไม่ได้โดยตรงเช่นการดูแลลูกค้า การรับผิดชอบต่อ supplier และการสนับสนุนกิจกรรมด้านการพัฒนาสังคม เป็นต้น ดังนี้

มิติภายใน

๑. การจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม

องค์กรต่างๆ ปัจจุบันมีความท้าทายที่จะต้องดึงพนักงานที่มีความสามารถ ดังนั้นธุรกิจฯ จึงควรส่งเสริมการจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น ด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต Life-long learning การให้ข้อมูลที่โปร่งใสกับพนักงานในทุกๆ ด้าน การให้ความสมดุลระหว่างงาน ชีวิตครอบครัว และการพักผ่อน การปฏิบัติอย่างเท่าเทียมทั้งด้าน การคัดเลือกเข้าทำงาน รายได้ และความก้าวหน้าทางการทำงานโดยเฉพาะกับผู้หญิงและผู้พิการ การดูแลเอาใจใส่พนักงานโดยเฉพาะที่ได้รับบาดเจ็บ และ/หรือ เกิดปัญหาสุขภาพจากการทำงาน นอกจากนั้นในด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต ธุรกิจควรที่จะให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมในระดับต่างๆ หรือแม้แต่การมีนโยบายส่งเสริมการเรียนรู้ที่สร้างสรรค์ เช่น การสนับสนุน ช่วงต่อระหว่าง โรงเรียนมาสู่พนักงานสำหรับคนรุ่นใหม่ โดย

^{๓๖} Post W.C Federick and J.E.K. Davis, **Business and Society : Corporate Strategy, PublicPolicy and Ethics**, (Zew York : McGraw-hill Inc, 1992), p.63.

การให้การฝึกอบรมพิเศษสำหรับคนกลุ่มนี้ นอกจากนั้นที่สำคัญที่สุดคือการสร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นในที่ทำงานให้ได้

๒. สุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน

ถึงแม้ว่าจะมีกฎหมายควบคุมดูแลด้าน สุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน แต่กระแสการกระจายงานไปสู่ Supplier ทำให้บริษัทควบคุมไม่ทั่วถึง จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจที่ควรจะช่วยกันดูแล หรือตั้งเป็นนโยบายขององค์กรฯ เช่น เลือกร่วมทำธุรกิจ หรือเลือกใช้ Supplier ที่มีคุณธรรม จรรยาบรรณ ต่อพนักงาน เพื่อเป็นการควบคุมดูแลอีกทางหนึ่ง อีกทั้งยังเป็นการบีบให้บริษัทอื่นๆ ที่ต้องการจะทำธุรกิจกับเราต้องพัฒนาตนเองตามไปด้วย เพราะมีเช่นนั้น หากเกิดผลร้ายจากการที่ใช้ Supplier ที่ไม่ใส่ใจสุขภาพ และความปลอดภัยในการทำงานของลูกจ้าง เมื่อเกิดกรณีขึ้นมา ภาพลักษณ์ที่ไม่ดีก็จะกลับขึ้นมาถึง บริษัทแม่บริษัทผู้ว่าจ้างด้วย

ในต่างประเทศ ได้มีการพัฒนามาตรฐานความปลอดภัยของอุปกรณ์ในการดำเนินงาน ทั้งในออฟฟิศ และโรงงาน ตั้งแต่เครื่องเขียนไปจนถึงเครื่องจักร เพื่อลด และป้องกันอันตรายที่อาจเกิดขึ้นกับพนักงานให้ได้มากที่สุด ซึ่งประเทศไทยน่าจะนำมาประยุกต์ใช้

๓. การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง

การบริหารองค์กร ที่มีนโยบายที่จะรับผิดชอบพนักงานในกรณีที่เกิดวิกฤตทางเศรษฐกิจ สังคม หรือการเมือง หรือแม้แต่การปรับโครงสร้างภายในขององค์กรเอง โดยเฉพาะการควบรวมกิจการต่างๆซึ่งมักจะนำมาสู่การเลิกจ้างพนักงานจำนวนมาก ซึ่งไม่ส่งผลดีต่อองค์กรเอง นอกเสียจากจะสุดวิสัยจริงๆ เพราะทำให้ความเชื่อถือนั้น ว่างเปล่า และความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับองค์กร ๓ ต้องเสียไป ทั้งนี้ในช่วงที่เกิดวิกฤตในองค์กรฯ นั้นๆ การปรึกษาหารือ และสร้างความร่วมมือกันในกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ไม่ว่าจะเป็นนักลงทุน ผู้บริหาร พนักงาน หรือแม้แต่ลูกค้า ย่อมนำมาซึ่งการแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนมากกว่า

๔. การจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในองค์กร

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

๕. บรรษัทภิบาลและความโปร่งใสในการดำเนินกิจการ

ปัจจุบัน ความเชื่อมั่น ที่มีต่อบริษัทฯ เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด โดยเฉพาะบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ดังนั้นความโปร่งใส และขั้นตอนการตัดสินใจต่างๆ ของบริษัทที่มีความชัดเจน ตรวจสอบได้ จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งยวดทั้งต่อความมั่นคงของบริษัท ในมุมมองของนัก

ลงทุน และความมั่นคงในสังคม ทั้งนี้เป็นเพราะว่าการบริหารจัดการที่มีความโปร่งใส ทางบัญชี และกระบวนการตัดสินใจในทุกระดับนั้นย่อมนำไปสู่ ข้อมูลที่มีความชัดเจน ซึ่งสามารถเข้าถึงได้โดยนักลงทุนและผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งทำให้เกิดระบบการลงทุนในสังคมโดยรวมที่มีประสิทธิภาพ ความผิปกติทางการเงิน หรือกระบวนการตัดสินใจต่างๆ ย่อมจะสามารถถูกพบและจัดการได้โดยองค์กรที่เกี่ยวข้อง และลดโอกาสของความสูญเสียทั้งในด้านการเงินและทรัพยากรต่างๆ ที่ต้องเสียไปกับการคอร์รัปชันอีกด้วย ซึ่งนำไปสู่สังคมที่มีความยั่งยืนและแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจในที่สุด

มิติภายนอก

๑. การจัดการกับ Supplier และหุ้นส่วนทางธุรกิจ (Partners) ที่รับผิดชอบต่อสังคม

กล่าวคือการเลือก Supplier และหุ้นส่วนทางธุรกิจ (Partners) ควรคำนึงถึงบทบาทการรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนั้นๆ เพื่อเป็นการขยายความรับผิดชอบต่อสังคม จากองค์กรของตนไปสู่องค์กรอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง และป้องกันปัญหาที่อาจจะตามมาจากความซับซ้อนของระบบธุรกิจสมัยใหม่ ที่ยากต่อการควบคุมให้ครอบคลุมไปทั้ง Supply Chain ซึ่งอาจจะมีนโยบายหรือกิจกรรมที่ส่งเสริมประเด็นเหล่านี้ อาทิ ส่งเสริมผู้ประกอบการใหม่ๆ ที่จะเข้ามาเป็น Supplier ด้วยการส่งที่ปรึกษาไปช่วยพัฒนาระบบการทำงานให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นต้น

๒. การดูแลผู้บริโภค

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

๓. ความรับผิดชอบต่อชุมชนใกล้เคียง (Local Communities)

บริษัทฯ ต่างๆ ตามปกติจะให้ประโยชน์ต่อชุมชนอยู่แล้ว เช่น จ้างแรงงานชุมชน ซึ่งนำสู่รายได้สู่ชุมชน และรายได้ภาษีของพื้นที่ ซึ่งนำไปสู่ทุนสาธารณะที่สามารถนำมาสร้างประโยชน์แก่ชุมชนได้อีก นอกจากนั้น บริษัทฯ ยังต้องพึ่งชุมชนรอบข้าง ในรูปแบบของ แรงงาน และอื่นๆ ดังนั้นบริษัทฯ จึงควรมีส่วนช่วยเหลือทั้งด้านสุขภาพ และสิ่งแวดล้อมชุมชน (และใกล้เคียง) ผ่านการบริจาค หรือกิจกรรมสาธารณประโยชน์ใดๆ ที่จะช่วยพัฒนาชุมชน และนำไปสู่ความแข็งแรงของชุมชนนั้นๆ ซึ่งผลตอบแทนที่บริษัทจะได้รับ คือภาพลักษณ์ที่ดี นำไปสู่ความร่วมมือและพร้อมจะช่วยเหลือบริษัทฯ

๔. ความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม

บริษัทต่างๆ ที่อยู่ในเมืองหรือ บริษัทใหญ่ อาจไม่ได้เกี่ยวข้องโดยตรงกับพื้นที่ในบริเวณนั้นๆ มากนัก หรือ เป็นบริษัทที่มีสาขามากมายทั่วประเทศ ดังนั้นบริษัทเหล่านี้จึงควรแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในวงกว้าง โดยการบริจาค ทำกิจกรรม หรือสนับสนุนในรูปแบบต่างๆ เพื่อแก้ไขและพัฒนาสังคม ในประเด็นที่ บริษัทเกี่ยวข้องสนใจ ซึ่งถือเป็นการแสดงบทบาทผู้นำทางธุรกิจ ต่อการสร้างการเปลี่ยนแปลงต่อสังคมอย่างชัดเจนและควรเป็นอย่างยิ่งที่จะวัดผลได้ จึงจำเป็นที่จะต้องมีการวางแผน และการหาพันธมิตรในการปฏิบัติงานที่ดี ซึ่งจะนำมาสู่ภาพลักษณ์ที่ดี Corporate Citizenship ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างความไว้วางใจและคุณค่าของบริษัทในมุมมองของผู้บริโภคและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

๕. การรับผิดชอบต่อโลก

ในมิติต่างๆ เช่น สิ่งแวดล้อม สิทธิมนุษยชน และประเด็นสำคัญอื่นๆ ในระดับภูมิภาค และ/หรือ ระดับโลก ตามความเหมาะสม และศักยภาพขององค์กร บริษัทสามารถร่วมมือกับ องค์กรต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น รัฐบาล NGO สถาบันการศึกษา องค์กรธุรกิจอื่นๆ เพื่อร่วมมือกัน^{๓๗}

๒.๑.๘ ซีเอสอาร์ กับ ธัมมิกสังคมนิยม

ท่านพุทธทาสภิกขุ ได้กล่าวไว้ในหนังสือชื่อ ธัมมิกสังคมนิยม ว่า คำว่า "ธัมมิก" แปลว่า ประกอบอยู่ด้วยธรรม "สังคม" คือ คนหมู่มาก "นิยม" คือ เพ่งเล็งในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง "ธัมมิกสังคมนิยม" จึงเป็นการเพ่งเล็งเรื่องที่เกี่ยวข้องกับคนหมู่มากที่ประกอบอยู่ด้วยธรรม เป็นธรรมชาติเดิมที่มีการจัดสรรให้ถือเอาส่วนกันแต่พอดี อาศัยใช้ร่วมกันอยู่ได้ ไม่มีการกอบโกยอย่างเสรี เสรีภาพในการกอบโกยส่วนเกินถูกควบคุมไว้โดยธรรมชาติอย่างเสียขาด เป็นสังคมนิยมโดยอัตโนมัติของธรรมชาติ เป็นความถูกต้องที่จุนเจือให้มนุษย์อยู่รอดมาได้ทุกวันนี้

ปัญหาเกิดเมื่อมนุษย์เริ่มรู้จัก "เอาส่วนเกิน" เริ่มเก็บสะสม กักตุนเอาไว้มากขึ้นๆ จนเกิดการไม่พอ มีการแย่งกันสะสมส่วนเกินจนต้องมีหัวหน้าที่จะแสวงหากอบโกยส่วนเกิน ต้องทะเลาะเบาะแว้ง รบพุ่งกัน

ธรรมชาติได้มีกฎวางไว้ให้ทุกคนเอาแต่เท่าที่จำเป็น แต่เมื่อมนุษย์ไม่เชื่อฟังธรรมชาติ แข่งกันกอบโกยส่วนเกิน จิตใจขยายไปในทางที่ต้องการส่วนเกินนั้น จนเป็นการริบเอาประโยชน์ของสังคมมาเป็นของตน ปัญหาที่เกิดขึ้นเรื่อยมาจนถึงปัจจุบันนี้ หากมนุษย์เอาแต่เพียงพอดี ปัญหาเหล่านี้ก็จะไม่เกิด การเบียดเบียนก็จะไม่เกิด การเอาเปรียบกันก็จะไม่มี

^{๓๗} พระมหาสุทิตย์ อาภากรโร (อปอฺณ), การพัฒนาชุมชนประยุกต์ : แนวคิดและการบูรณาการ, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร: จัดพิมพ์โดยสถาบันเสริมสร้างการเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข, ๒๕๕๕), หน้า ๑๘๔-๑๘๘.

มีปัญหาต่อว่า แค่ไหนจึงเรียกว่า พอดี แค่ไหนจึงไม่เรียกว่า ส่วนเกิน คำว่า ส่วนเกิน นี้ ยึดหยุ่นได้มาก ที่เราเข้าใจว่าไม่เป็นส่วนเกินนั้น ก็ยังเป็นส่วนเกินได้ เช่น เราจะเจียดประโยชน์ขององค์กรที่มีกำไรทุกๆ ป้อออกไปสัก ๕% ก็ยังอยู่ได้และไม่ทำให้ธุรกิจถึงกับต้องล้มละลาย ดังนั้น การรู้จักเจียดออกให้เป็นส่วนเกิน จากสิ่งที่เราไม่เห็นว่าเป็นส่วนเกิน นั่นคือ ศีลธรรมที่ช่วยดำรงสังคม

สี่-ละ ตามความหมายเดิมแปลว่า ปกติ ถ้าสิ่งใดเป็นไปเพื่อความปกติ ไม่วุ่นวาย ก็เรียกว่า สี่-ละ และธรรมที่ทำให้มีความเป็นอย่างนั้น จึงเรียกว่า ศีลธรรม คำว่าปกติตามความหมายของศีลธรรม หมายความว่า ไม่กระทบกระทั่งใครหรือไม่ทำให้ผู้อื่นเดือดร้อน และไม่กระทบกระทั่งตัวเองหรือไม่ทำให้ตัวเองเดือดร้อน

องค์กรธุรกิจในสังคม จึงควรยึดหลักปฏิบัติตามธรรมชาติ คือ พยายามอย่ากอบโกยส่วนเกิน พยายามเจียดส่วนเกินออกไปเป็นประโยชน์แก่ผู้อื่นให้ได้ และอย่าเข้าใจผิดว่าธรรมชาติห้ามธุรกิจผลิตส่วนเกิน ทุกคนมีสิทธิและสมควรอย่างยิ่งที่จะผลิตส่วนเกินขึ้นมา แต่ว่าส่วนเกินนั้น ควรจะเป็นไปเพื่อประโยชน์แก่สังคม และควรระมัดระวังอย่างยิ่งว่า ที่เราเข้าใจว่าไม่เกินไป นี้ ก็ยังเกิน ยังเจียดได้

องค์กรธุรกิจที่มั่งคั่ง นักธุรกิจที่ร่ำรวย ซึ่งเรียกว่า เศรษฐี ในความหมายของทุนนิยมเสรี คือ การกอบโกยส่วนเกินเข้ามาเรื่อยๆ สะสมทุนไว้ แล้วใช้ทุนต่อกำไรเรื่อยไปไม่มีที่สิ้นสุด ในขณะที่เศรษฐกิจดั้งเดิม ในความหมายของธัมมิกสังคมนิยม วัดกันด้วยโรงงาน โรงมีไว้สำหรับให้ทานแก่คนอนาถา ถ้ายังมีโรงงานมากก็ยิ่งเป็นมหาเศรษฐี ดังนั้น เศรษฐีจึงผลิตส่วนเกินได้ แต่เอามาตั้งโรงงานเพื่อการสังคสมสงเคราะห์

คำว่าสังคสมนิยมตามทัศนะของท่านพุทธทาสฯ จึงเป็นเรื่องตรงกันข้ามกับเสรีนิยมที่เล็งถึงบุคคล บัจเจกชน ต่างคนต่างมีเสรี สังคสมนิยมจะเล็งถึงประโยชน์ของสังคม คำนึงถึงปัญหาของสังคม แล้วก็ทำสิ่งต่างๆ ที่เป็นการแก้ปัญหาของสังคม ในขณะที่เสรีนิยมทำไม่ได้ เนื่องด้วยความเห็นแก่ตัว มีช่องโหว่ตรงที่เปิดโอกาสให้ตามใจกิเลส ชักจูงไปสู่การกอบโกย การเบียดเบียนผู้อื่น ศีลธรรมหายไป ปัญหาเกิดขึ้นแก่สังคม แล้วในที่สุดก็ย้อนกลับมาเบียดเบียนตนเอง จนกลายเป็นปัญหาของตัวเองด้วย

ชีเอสอาร์ จึงเป็นวิถีปฏิบัติทางธุรกิจที่สอดคล้องกับหลักปฏิบัติตามธรรมชาติ เป็นเรื่องของการบริหาร "ส่วนเกิน" ซึ่งเป็นผลิตผลจากการดำเนินธุรกิจ และการจัดการ "ผลกระทบ" ที่เกิดจากกระบวนการและของเสียจากการดำเนินงาน ตามศีลธรรม เพื่อมิให้ทั้งตัวเองและผู้อื่นเดือดร้อน ดำรงอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างเป็นปกติสุข ไม่แตกต่างจากวิถีของธัมมิกสังคมนิยม^{๓๘}

^{๓๘} พุทธทาสภิกขุ “สังคสมนิยมตามหลักแห่งพระศาสนา” ธัมมิกสังคมนิยม, โดนัลด์ เค.สแวนเนอร์ บรรณาธิการ, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มูลนิธิโกมลคีมทอง, ๒๕๒๙), หน้า.๔๗-๔๙.

๒.๑.๙ ซีเอสอาร์ กับ สังคหวัตถุ ๔

การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ (Corporate Social Responsibility) สำหรับองค์กรธุรกิจที่เห็นความสำคัญของซีเอสอาร์ และต้องการดำเนินกิจกรรมซีเอสอาร์อย่างสัมฤทธิ์ผล ที่มีการกล่าวถึงกันมากในขณะนี้ คือ เรื่องของการพัฒนาวิธีการหรือตัวแบบ (Model) ในการดำเนินกิจกรรมซีเอสอาร์ขององค์กร

เมื่อกล่าวถึงตัวแบบ หรือ Model ในการดำเนินการทางธุรกิจ ความคิดแรกของนักบริหารหลายคน จะนึกไปถึงตำราธุรกิจต่างประเทศ ตัวแบบที่คิดค้นจากสำนักวิชาการธุรกิจ หรือ Business School ในตะวันตก เนื่องจากความเคยชินที่สั่งสมมาเป็นเวลานาน โดยไม่เคยมีการตรวจสอบหรือทบทวนความคิดเป็นครั้งที่สองว่า มีอะไรที่รับรองว่าความคิดแรกนั้นถูกต้องและเหมาะสมดีแล้ว ยิ่งพอกกล่าวถึงเรื่องซีเอสอาร์ ซึ่งเป็นคำที่ประดิษฐ์ขึ้นจากตะวันตก ก็เลยยิ่งแน่ใจอีกว่าองค์ความรู้ด้านนี้ ต้องศึกษาจากภายนอกทางเดียว

แนวคิดดั้งเดิมในเรื่องซีเอสอาร์ มีรากฐานมาจากหลักทางศาสนา และดำรงอยู่ในสังคมตะวันออกมาช้านาน การพิจารณาถึงบริบทของเรื่องมีความสำคัญมากกว่าล้อยคำที่เรียก ในการศึกษาหลายต่อหลายครั้งค้นพบว่า สังคมไทยในยุคสมัยที่ผ่านมาได้มีการดำเนินกิจกรรมซีเอสอาร์ที่มีความเข้มข้นมากกว่าสังคมในตะวันตกเสียอีก อย่างกรณีของการช่วยเหลือเอื้อเฟื้อกันในงานที่ทำ จนกลายเป็นประเพณีที่เรียกว่า “การลงแขก” ก็เป็นตัวอย่างหนึ่ง ที่เมื่อเปรียบเทียบกับวัฒนธรรมตะวันตกซึ่งค่อนข้างไปทางต่างคนต่างอยู่ ตัวใครตัวมัน ต้องแข่งขันกันเอาตัวรอด จึงด้อยในเรื่องความสนิทสนมเกื้อกูลกันทางสังคม ด้วยเหตุนี้ สังคมตะวันตกหรือกระทั่งสังคมในประเทศตะวันออกหลายประเทศที่ได้รับเอาวัฒนธรรมการแข่งขัน การชิงดีชิงเด่นอย่างเอาเป็นเอาตาย จนเกิดความเครียดเกิดปัญหาทางจิตใจ กำลังถวิลหาวิธีการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อผู้อื่นมากขึ้น คำนึงถึงสังคมส่วนรวมมากขึ้น

เป็นที่สังเกตได้มากขึ้นเรื่อยๆ ว่า มีปริมาณของกลุ่มคนชั้นปัญญาชนชาติตะวันตกได้เดินทางเข้ามาศึกษาและปฏิบัติธรรมเพื่อค้นหาวิธีแก้ปัญหาด้านจิตใจเพิ่มมากขึ้น มีเหล่าบรรดานักคิดชาวตะวันตกที่มีชื่อเสียงในวงการธุรกิจได้เขียนตำราการบริหารจัดการซึ่งมีองค์ประกอบของการบริหารเชิงพุทธอยู่อย่างชัดเจน ฉะนั้น องค์กรธุรกิจในประเทศไทย แทนที่จะไปค้นหาตัวแบบจากตะวันตก ซึ่งในที่สุดแล้ว ก็คือภูมิปัญญาที่เรามีอยู่มาแต่เดิม ไม่ต้องไปร่ำเรียนจากตำราของนักคิดตะวันตกเหล่านี้ก็พอทดหนึ่ง แต่ใช้วิธีศึกษาโดยตรงจากสิ่งที่เรามีอยู่ เพียงแต่ต้องมองข้ามข้อจำกัดในเรื่องของล้อยคำที่ใช้ ซึ่งอาจจะไม่ร่วมสมัย โดยเล็งไปที่เนื้อหาหรือแก่นของเรื่องแทน

สังคหวัตถุ ๔ คือ หลักอันเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวบุคคล ซึ่งในที่นี้รวมถึง พลเมือง บริษัท (Corporate Citizen) ให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างปกติสุข สามารถใช้เป็นตัวแบบหรือ

วิธีการในการดำเนินกิจกรรมซีเอสอาร์ขององค์กร โดยมีความสอดคล้องกับบริบทของสังคมไทยที่มีอุปนิสัยของการสงเคราะห์เกื้อกูลเป็นพื้นฐาน ประกอบด้วย

๑. Corporate Philanthropy คือ การให้ หรือการบริจาคในสิ่งที่ควรให้แก่ผู้ยากไร้ หรือแก่ผู้ที่ขาดแคลนกว่า ทั้งในรูปของวัตถุสิ่งของ เช่น การนำสิ่งของเครื่องใช้ไปแจกแก่ผู้ประสบภัย การทำบุญตามหลักศาสนา การให้โอกาสทางธุรกิจ การแบ่งปันตลาด หรือการให้อภัย ตลอดจนการให้ความรู้ คำแนะนำต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ เปรียบได้กับ ทาน

๒. Corporate Communication คือ การสื่อสารในสิ่งที่เป็นคนประโยชน์ สิ่งที่เป็นสาระข้อเท็จจริง ประกอบด้วยเหตุผล และความจริงใจ โดยไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิด เช่น การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้องครบถ้วนแก่ผู้บริโภค การไม่โฆษณาประชาสัมพันธ์คุณลักษณะของสินค้าเกินจริง หรือการไม่หลอกลวงมอมเมาประชาชน เปรียบได้กับ ปิยวาจา

๓. Community Volunteering คือการเสียสละแรงงาน แรงใจและ เวลา เพื่อบำเพ็ญสาธารณประโยชน์ เช่น การเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครช่วยเหลือสังคมในโอกาสต่างๆ การระดมระดมกำลังในการดำเนินงานที่อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เป็นไปโดยสมัครใจ เป็นการแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมในรูปแบบหนึ่ง เปรียบได้กับ อุตถจริยา

๔. Equitable Treatment คือ การปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน ซึ่งเป็นหนึ่งในหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) ไม่ถือว่าองค์กรตนเป็นใหญ่ เอาใจใส่ในสุขทุกข์ของผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ และร่วมแก้ไขโดยไม่เลือกปฏิบัติ ซึ่งหมายถึง การมีส่วนร่วม (Participation) ขององค์กรในการดูแลสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่น การดูแลสิทธิประโยชน์ของผู้ถือหุ้น รายใหญ่รายย่อยอย่างเสมอภาค การบริการลูกค้าอย่างเสมอต้นเสมอปลายโดยไม่เลือกกว่าเป็นรายใหญ่หรือรายย่อย การทำหน้าที่ในการเสียภาษีอากรให้รัฐอย่างตรงไปตรงมา เปรียบได้กับ สมนัตตตา^{๓๔}

ตัวแบบสังคหวัตถุ ๔ นี้ พิสูจน์ให้เห็นว่า สามารถนำมาอธิบายและพัฒนาเป็นวิธีการในการดำเนินกิจกรรมซีเอสอาร์ขององค์กร โดยไม่ได้มีความล้าสมัยเลยแม้แต่น้อย

๒.๑.๑๐ ประเภทของงานซีเอสอาร์

ธุรกิจเพื่อสังคม CRRRI ได้แบ่งประเภทของงานซีเอสอาร์ ออกเป็น ๓ กลุ่มด้วยกัน ประกอบด้วย

CSR-after-process เป็นการดำเนินกิจกรรมที่แยกต่างหากจากการดำเนินธุรกิจที่เป็นกระบวนการหลักของกิจการ (รวมความถึงกิจกรรมที่เกิดจากผลต่อเนื่องของกระบวนการดำเนินการ

^{๓๔} สถาบันไทยพัฒนา มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์, ซีเอสอาร์กับสังคหวัตถุ ๔, [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: www.thaicssr.com [๒๕ ก.พ. ๒๕๕๖].

ธุรกิจ) เช่น การแจกจ่ายสิ่งของบรรเทาสาธารณภัย การบำเพ็ญประโยชน์ต่อสาธารณะ และการเยียวยาชุมชนที่ได้รับผลกระทบทางมลพิษจากการประกอบการ

CSR-in-process เป็นการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมที่อยู่ในกระบวนการหลักของกิจการหรือเป็นการทำธุรกิจที่หากำไรอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น การป้องกัน หรือกำจัดมลพิษในกระบวนการผลิตเพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อชุมชน การผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานตามข้อกำหนดในฉลากผลิตภัณฑ์ การเปิดเผยข้อมูลผลิตภัณฑ์ต่อผู้บริโภคอย่างถูกต้อง ครบถ้วน การชดเชยความเสียหายให้แก่ลูกค้าที่เกิดจากความผิดพลาดและความบกพร่องของพนักงาน ซึ่งการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมเหล่านี้ ถือเป็นกิจกรรมที่อยู่เวลาทำงานปกติของกิจการ

CSR-as-process เป็นกิจกรรมที่ดำเนินงานโดยองค์กรที่ไม่แสวงหากำไรให้กับตนเอง เป็นหน่วยงานที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อมุ่งสร้างประโยชน์ต่อสังคมเป็นด้านหลัก เช่น มูลนิธิ / สมาคมการกุศล ที่เป็นองค์กรสาธารณประโยชน์ องค์กรประชาชนและส่วนราชการ^{๔๐}

๒.๑.๑๑ ซีเอสอาร์มีประโยชน์อย่างไร

สถาบันไทยพัฒน์ มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ ได้กล่าวถึงประโยชน์ของ ซีเอสอาร์ ไว้ว่า องค์กรธุรกิจคงเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องพิจารณาการดำเนินกิจกรรมทางซีเอสอาร์อย่างเป็นระบบและเป็นรูปธรรมที่จับต้องวัดผลได้ การผนวกซีเอสอาร์เข้ากับกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อตอบสนองทั้งโจทย์ของสังคมและขององค์กร ให้เป็นไปในลักษณะ win-win นั้นเป็นแนวโน้มสำคัญที่องค์กรหลายแห่งได้นำไปปฏิบัติใช้และก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่น่าพึงพอใจ ในบทความตอนนี้ จะได้กล่าวถึงประโยชน์ทั้งในส่วนรูปธรรมที่จับต้องได้ (Tangible) และในส่วนนามธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible) จากการดำเนินกิจกรรมซีเอสอาร์ต่อองค์กรโดยรวม

ประโยชน์ที่เป็นรูปธรรม

ในแง่ของผู้ถือหุ้นหรือเจ้าของกิจการ ราคาหุ้นมีเสถียรภาพและมีส่วนล้ามูลค่าหุ้นในอัตราที่สูงกว่าเกณฑ์เฉลี่ย เนื่องจากเป็นที่ต้องการของนักลงทุน ปัจจุบัน เม็ดเงินลงทุนในธุรกิจที่มีซีเอสอาร์ ซึ่งเรียกกันเฉพาะว่า SRI (Social Responsibility Investing) นั้น มีมูลค่าเกิน 2 ล้านล้านเหรียญ และมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ เป็นโอกาสที่องค์กรสามารถเข้าถึงแหล่งทุนได้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะทำให้ต้นทุนทางการเงินมีแนวโน้มที่ต่ำกว่าเกณฑ์ปกติของตลาด

ในแง่ของพนักงาน เกิดความภาคภูมิใจในการทำงานร่วมกับองค์กร ได้รับความสุขจากการปฏิบัติงานในหน้าที่ นอกเหนือจากผลตอบแทนในรูปตัวเงิน ทำให้องค์กรสามารถที่จะรักษา

^{๔๐} ธุรกิจเพื่อสังคม CSRI, ประเภทของงานซีเอสอาร์, [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.csri.or.th> [๒๗ ก.พ. ๒๕๕๖].

พนักงานที่มีความสามารถไว้ และในขณะเดียวกัน ก็สามารถที่จะชักชวนบุคลากรที่มีคุณภาพและเป็นที่ต้องการ ให้เข้ามาทำงานกับองค์กรได้

องค์กรสามารถสร้างรายได้และส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น จากการที่ลูกค้าพิจารณาเลือกซื้อสินค้าและบริการจากองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม และไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น การส่งเสริมการขายด้วยการบริจาครายได้ส่วนหนึ่งต่อทุกๆ การซื้อผลิตภัณฑ์ในแต่ละครั้ง ให้แก่หน่วยงานหรือมูลนิธิที่ช่วยเหลือสังคมในด้านต่างๆ

องค์กรยังสามารถที่จะลดรายจ่ายของกิจการ จากการดำเนินกิจกรรมซีเอสอาร์ ตัวอย่างเช่น โรงไฟฟ้าพลังงานน้ำให้ประชาชนประหยัดพลังงานเพื่อที่จะได้ไม่ต้องลงทุนสร้างโรงไฟฟ้าหรือหาแหล่งพลังงานทดแทนแห่งใหม่ หรือ การลดงบประมาณใช้จ่ายด้านโฆษณาในการเปิดตัวสินค้าแปรรูปของบริษัทแห่งหนึ่ง ที่มีส่วนช่วยเหลือเกษตรกรที่ได้รับความเดือดร้อนจากผลผลิตที่ล้นตลาด โดยได้รับการสนับสนุนด้านประชาสัมพันธ์จากหลายภาคส่วนในสังคม เปรียบเทียบกับงบประมาณสินค้าที่ไม่มีส่วนประสมของซีเอสอาร์ของบริษัทแห่งเดียวกัน

ประโยชน์ที่เป็นนามธรรม

องค์กรสามารถได้รับประโยชน์จากการวางตำแหน่งตราผลิตภัณฑ์ (Brand Positioning) ให้อยู่ในใจของลูกค้าเป็นอันดับต้นๆ ในประเภทสินค้าหรือบริการนั้นๆ โดยการดำเนินกิจกรรมซีเอสอาร์ ร่วมกับการทำตลาดผลิตภัณฑ์ เช่น ร้านกาแฟที่รับซื้อเมล็ดกาแฟในท้องถิ่นหรือจากไร่กาแฟที่ใช้เกษตรกรอินทรีย์ เป็นต้น

สำหรับองค์กรที่มีได้ใช้ตราผลิตภัณฑ์เป็นชื่อขององค์กร หรือเป็นองค์กรที่มีหลายตราผลิตภัณฑ์ สามารถดำเนินกิจกรรมซีเอสอาร์ที่เสริมภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image) นอกเหนือจากการวางตำแหน่งตราผลิตภัณฑ์ โดยการสร้างธรรมเนียมปฏิบัติทางธุรกิจที่อำนวยความสะดวกต่อสังคมโดยสมัครใจมากกว่าเป็นเพียงการปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับในอุตสาหกรรมหรือกฎหมายบ้านเมืองในด้านต่างๆ เช่น การจัดหาและดูแลระบบบำบัดของเสียจากโรงงานให้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ มากกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำของกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง หรือมากกว่าการมีระบบไว้เพียงเพื่อให้ผ่านการตรวจสอบตามเกณฑ์ แต่มีได้เปิดใช้งาน เป็นต้น

นอกจากนี้ องค์กรยังสามารถจัดทำรายงานของกิจการที่เรียกว่า Sustainability Report ซึ่งหน่วยงาน Global Reporting Initiative (GRI) เป็นผู้วางกรอบและแนวทางไว้ เพื่อใช้เผยแพร่กิจกรรมทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมขององค์กร โดยในปัจจุบัน มีองค์กรธุรกิจที่จัดทำรายงานดังกล่าวนี้แล้วนับพันแห่งทั่วโลก^{๔๑}

^{๔๑} สถาบันไทยพัฒน์ มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์, ซีเอสอาร์มีประโยชน์อย่างไร, [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: www.thaicssr.com [๒๘ ก.พ.๒๕๕๖].

๒.๑.๑๒ ซีเอสอาร์ กลยุทธ์ทำความดี

บัญญัติ คำณวนวัฒน์ ได้เขียนไว้ในคอลัมน์เล่าสู่กันฟัง หนังสือพิมพ์คมชัดลึกว่า สภาพแวดล้อมและเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจทั้งรายเล็กและรายใหญ่ต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นความสามารถในการมองภาพรวมของธุรกิจที่ต้องชัดเจน การบริหารงานในเชิงรุก

ปัจจุบันการแข่งขันทางธุรกิจเพื่อที่จะเป็นบริษัทที่เก่งไม่เพียงพออีกต่อไปแล้ว ยังต้องแข่งขันกันเป็นบริษัทที่ดีควบคู่กันไปอีกด้วย แล้วทำอย่างไรถึงจะเป็นบริษัทที่ดี? คำตอบง่ายๆ ก็คือ "ทำซีเอสอาร์" ดังเห็นได้จากกิจกรรมต่างๆ ที่บริษัทใหญ่ๆ ทำกัน เช่น ด้านพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนและสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม ฯลฯ เพื่อเป็นการแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธุรกิจ เช่น ผู้ถือหุ้น พนักงาน คู่ค้า คู่แข่ง ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้ ยังเป็นสัญลักษณ์ที่บ่งบอกว่า เป็นบริษัทที่มีความโปร่งใส มีคุณธรรม จริยธรรม ไม่ซูดรีดแรงงานลูกจ้าง ไม่น้อโกงลูกค้า ไม่เอาเปรียบคู่ค้า ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม หรือทำร้ายชุมชนโดยรอบที่ตั้งด้วยการก่อมลพิษ เป็นต้น ทำให้เป็นที่ยอมรับและชื่นชมของคนในสังคม แต่จะทำได้อย่างยั่งยืนหรือไม่ ต้องดูกันไปยาวๆ

การทำซีเอสอาร์ ถือเป็นกลยุทธ์อย่างหนึ่งของธุรกิจ เป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมที่ต้องดูแลควบคู่กันไปทั้ง ๓ ด้าน คือกำไร สังคม และสิ่งแวดล้อม ด้วยเหตุนี้ องค์กรต่างๆ จึงเล็งเห็นถึงความสำคัญของการทำซีเอสอาร์มากยิ่งขึ้น โดยคำนึงถึงการรักษาผลประโยชน์ (กำไร) เป็นสิ่งสำคัญที่สุด ซึ่งในสายตาของผู้ถือหุ้นส่วนใหญ่การนำส่วนหนึ่งของผลกำไรที่ผู้ถือหุ้นควรจะได้รับไปทำซีเอสอาร์ ย่อมเกิดความไม่พอใจต่อผู้เสียผลประโยชน์ เพราะไม่สามารถเห็นผลได้ชัดเจนในระยะสั้น จึงต้องมีการสื่อสารทั้งภายนอกและภายในองค์กร

ถึงแม้ว่าองค์กรจะต้องใช้งบประมาณจำนวนไม่น้อยในการทำซีเอสอาร์ แต่องค์กรที่ทำซีเอสอาร์จะทำให้ประชาชนรู้สึกดีต่อองค์กร เลือกที่จะซื้อสินค้าหรือใช้บริการขององค์กรนั้นๆ แทนที่จะไปซื้อสินค้าของคู่แข่งที่ไม่ได้ทำซีเอสอาร์ ทำให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีในตราสินค้า ส่งผลให้รายได้ขององค์กรเพิ่มขึ้นอย่างยั่งยืนอีกด้วย หรือมองอีกมุมหนึ่งก็คือธุรกิจนั้นได้รับอนุญาตจากสังคมเพื่อดำเนินกิจการ เมื่อประชาชนสนับสนุนองค์กรก็เปรียบเสมือนอนุญาตให้องค์กรนั้นๆ ดำเนินธุรกิจอยู่ในสังคม ในทางกลับกันหากองค์กรธุรกิจไร้จรรยาบรรณ ถึงจะเปิดกิจการถูกต้องตามกฎหมาย เมื่อประชาชนไม่สนับสนุน หรือคว่ำบาตรสินค้าขององค์กรนั้นๆ ธุรกิจก็คงไม่สามารถดำเนินการได้

ไม่เพียงแค่นั้น ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธุรกิจไม่ว่าจะเป็นผู้ถือหุ้นก็อยากจะเข้ามาลงทุนด้วย คู่ค้าก็อยากจะมาค้าขายด้วย และพนักงานก็อยากจะเข้ามาทำงานด้วย ทำให้บริษัทมีเงินลงทุนมากขึ้น มีโอกาสเลือกคู่ค้าดีๆ พนักงานเก่งๆ เป็นจำนวนมาก ส่งผลให้องค์กรเติบโตอย่างยั่งยืน ที่

สำคัญเมื่อเกิดความเข้าใจผิดขึ้นกับองค์กร ชุมชนและสังคมรอบข้างก็จะออกมาปกป้องและเป็นกระบอกเสียงให้แก่องค์กร

ต่อจากนี้ไป การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจต่างๆ จากเดิมที่เคยเป็นกลยุทธ์แบบทะเลสีน้ำเงิน กำลังจะเปลี่ยนเป็นทะเลสีแดงที่ธุรกิจต่างๆ กำลังเริ่มแข่งขันกันทำซีเอสอาร์กันมากขึ้น เพราะนอกจากจะช่วยลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้แก่ธุรกิจในระยะยาวแล้ว ยังช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร สร้างความได้เปรียบให้แก่ธุรกิจในท่ามกลางการแข่งขันในด้านการทำความดีกันอีกด้วย^{๔๒}

๒.๑.๑๓ ขนาดของความรับผิดชอบต่อสังคม

การพิจารณาเกี่ยวกับระดับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรว่าควรมีนาน้อยเพียงใด และอย่างไรนั้น จะใช้วิธีพิจารณา ระดับของการตระหนักถึงปัญหาทางสังคม (Social Responsibility) หรือระดับความมากน้อยในการตระหนักถึงพันธะข้อผูกพันขององค์กรที่พึงมีต่อสังคม โดยการติดตามว่าธุรกิจได้ดำเนินการแก้ไขปัญหาดัง ๆ เพื่อปลดปล่อยข้อปัญหาทางสังคมที่ธุรกิจมีภาระผูกพันอยู่ และควรต้องเข้าช่วยเหลือแก้ไขได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพียงใด โดยสามารถจำแนกได้ ๓ แบบ ดังนี้

๑. การรับผิดชอบต่อสังคมตามข้อผูกพัน (Social Obligation Approach) หรือว่าการรับผิดชอบต่อเฉพาะเท่าที่เป็นขั้นต่ำสุดตามบังคับของกฎหมายเท่านั้น กิจกรรมที่มีแนวคิดแบบนี้จะเสียสละทรัพยากรขององค์กรเฉพาะเท่าที่กฎหมายบังคับให้ต้องทำเท่านั้น แต่ไม่ได้มีการเสียสละโดยสมัครใจเพื่อเข้าช่วยเหลือแก้ไขปัญหาสังคมนั้น

๒. การรับผิดชอบต่อสังคมตามหน้าที่ (Social Responsibility Approach) คือ การยอมรับว่า ธุรกิจมีความรับผิดชอบต่อทั้งสองทางคู่กัน คือ การทำกำไรทางเศรษฐกิจ และการรับผิดชอบต่อสังคม ในแง่ของความรับผิดชอบต่อสังคมในทางเศรษฐกิจนั้น คือการมุ่งทำกำไร และเพิ่มส่วนทุนของผู้ถือหุ้นให้สูงขึ้น ส่วนอีกทางหนึ่งคือ ความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งหมายถึงการมุ่งสนใจต่อปัญหาทางสังคมที่กำลังเกิดขึ้นในขณะนั้น แต่ขอบเขตการเข้าไปช่วยเหลือแก้ไขปัญหาทางสังคมนี้จะถูกจำกัดโดยมีเฉพาะภายในกรอบที่จะไม่ทำให้องค์กรต้องสูญเสียประโยชน์ทางเศรษฐกิจจนเกิดความเสียหายขึ้นตามรูปแบบนี้ องค์กรจะยอมรับในบทบาทของกลุ่มต่างๆ ที่ทำกิจกรรมทางสังคมหรืออาจเข้าไปสนับสนุนโดยตรง พร้อมกับการส่งเสริมให้ทั้งผู้บริหารและพนักงานของตนออกไปร่วมมี บทบาทช่วยสังคมในทำนองเดียวกันด้วย

^{๔๒} บัญญัติ คำณวนวัฒน์, (8 ก.พ. 56). “ซีเอสอาร์กลยุทธ์ทำความดีที่สร้างรายได้อย่างยั่งยืน”, **คมชัดลึก หมวดเศรษฐกิจ**, [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.komchadluek.net> [8 กุมภาพันธ์ 2556].

๓. การระงับระไวต่อปัญหาในทางสังคม (Social Responsiveness Approach) โดยเน้นที่ว่าธุรกิจมิใช่จะมีความรับผิดชอบในทางเศรษฐกิจและทางสังคมคู่กันเท่านั้น แต่จะต้องมองการณ์ไกลออกไป โดยคาดหวังถึงปัญหาในด้านสังคมที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตด้วย วิธีการลักษณะแบบนี้ จะเป็นการกระทำแบบ “กันไว้ดีกว่าแก้” โดยคาดหวังปัญหาที่จะเกิดขึ้นในอนาคต แล้วรีบเข้าไปลงมือแก้ไขในทันที^{๔๓}

๒.๑.๑๔ ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม

อนันตชัย ยुरประภม ได้สรุปเกี่ยวกับทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ในนิตยสาร Productivity World ดังนี้คือ

๑. ความชอบธรรมทางสังคม (Legitimacy Theory)

Donaldson, 1983; Balabanis et al, 1997 “สังคมเป็นผู้อนุญาตให้บริษัทใช้ทรัพยากรทางสังคม”

Walden and Schwartz, 1997 “สังคมเป็นผู้ออกใบอนุญาตชั่วคราวให้กับบริษัท”

มุมมองของ CSR จากแนวคิดนี้ เป็นการมองในประเด็นของความชอบธรรมในการดำเนินธุรกิจที่เชื่อว่า อำนาจในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรบุคคลขององค์กรนั้นไม่เกิดจากความต้องการขององค์กรเอง แต่แท้ที่จริงอำนาจและสิทธิเหล่านี้ได้มาจากการยอมรับของสังคมที่จะเป็นผู้พิจารณาว่า การดำเนินธุรกิจขององค์กรนั้นๆ เป็นไปตามความคาดหวังของสังคมโดยรวมหรือไม่ และสิทธิในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่ได้รับอนุญาตจากสังคมนี้นี้เป็นการยอมรับชั่วคราวเท่านั้น เนื่องจากสังคมเองจะทำการตรวจสอบการดำเนินธุรกิจขององค์กรอยู่เสมอ เมื่อใดที่สังคมเห็นว่าการกระทำขององค์กรไม่สอดคล้องกับประการทั้งปวงแล้ว ก็พร้อมที่จะเพิกถอนอำนาจและสิทธินั้นได้ทุกเมื่อ ความอยู่รอดหรือความเจริญเติบโตขององค์กรธุรกิจเอง จึงขึ้นอยู่กับว่าการดำเนินธุรกิจขององค์กรตรงตามความหวังของสังคมหรือไม่เพียงใด ดังนั้นเมื่อพิจารณา CSR จากมุมมองของความชอบธรรมทางสังคมนี้นี้ จึงเป็นเสมือนกับการตระหนักและความสัมพันธ์ของธุรกิจกับชุมชน ที่ฝ่ายหนึ่งปฏิบัติ อีกฝ่ายหนึ่งทำการตรวจสอบ โดยที่ฝ่ายธุรกิจซึ่งเป็นผู้ปฏิบัติต้องทำการตรวจสอบประเมินตนเองอยู่อย่างสม่ำเสมอเพื่อให้แน่ใจว่าการปฏิบัติของตนเองเป็นที่ยอมรับและบรรลุความคาดหวังของสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นและขยายขอบเขตออกไปในวงกว้างอยู่ตลอดเวลา จากมุมมองแนวคิดนี้จะเห็นได้ว่าแท้ที่จริงแล้วสังคมต่างหากเป็นผู้กำหนดสิ่งที่องค์กรธุรกิจควรจะทำ

^{๔๓} บัณฑิตา ทรัพย์กมล, “ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : ศึกษาเฉพาะกรณีโรงงานอุตสาหกรรมเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร”, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๔), หน้า ๑๕.

๒. ความรับผิดชอบต่อสาธารณะ (Public Responsibility)

Wood, 1991; Kolk, 2000 “ธุรกิจต้องรับผิดชอบต่อผลกระทบที่เกิดขึ้นกับพื้นที่สาธารณะโดยรอบและในวงกว้าง”

Bowen, 1953 “พฤติกรรมและกระบวนการทางธุรกิจต้องอยู่ภายใต้แนวทางที่สังคมเป็นผู้กำหนด”

แนวความคิดนี้เป็นการกำหนดให้องค์กรต้องรับผิดชอบต่อผลที่ได้ (Outcome) จากการดำเนินธุรกิจที่เกิดขึ้นในพื้นที่โดยตรงและพื้นที่ต่อเนื่อง ซึ่งกลายเป็นประเด็นทางสังคม (Social Issues) ต่างๆ ในเวลาต่อมา ทั้งนี้สังคมจะเป็นผู้กำหนดแนวทางการปฏิบัติให้กับองค์กรเอง

ซึ่งต่อจากนั้นองค์กรมีหน้าที่จะต้องวางนโยบายและแนวทางการตัดสินใจให้ตรงตามวัตถุประสงค์และคุณค่าที่สังคมปรารถนา

๓. ผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder)

Yakovleva, 2005 “CSR คือการจัดการผู้มีส่วนได้เสีย”

ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้เสียนี้เชื่อมโยงอย่างเหนียวแน่นกับเรื่องของความชอบธรรม (Legitimacy) โดยมุมมองจากทฤษฎีนี้มุ่งไปยังนโยบายขององค์กรธุรกิจ ที่สร้างผลกระทบให้เกิดกับผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับองค์กร ไม่ว่าจะเป็น ลูกค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น คู่ค้า คู่แข่ง ภาครัฐและชุมชน เป็นต้น โดยองค์กรมีภาระรับผิดชอบที่จะต้องตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียของตนเอง หรืออีกนัยหนึ่ง ทฤษฎีนี้เป็นเรื่องของการบริหารจัดการผู้ที่มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Management) ขององค์กรธุรกิจ โดยพิจารณาถึงความจำเป็น (need) ความสนใจ (Interest) และผลกระทบ (effect) ที่เกิดขึ้นจากนโยบายและการดำเนินงานขององค์กร เพราะการที่องค์กรจะสามารถดำรงอยู่ ดำเนินการ เจริญก้าวหน้า หรือล่มสลาย ถือเป็นความชอบธรรมของผู้ที่มีส่วนได้เสียขององค์กรที่จะเป็นผู้กำหนดนั่นเอง

๔. จริยธรรมทางธุรกิจ (Business Ethics)

Maignan and Ferrell, 2004 “การปฏิบัติของบริษัทไม่เพียงทำเพื่อความต้องการของตนเองภายใต้กฎระเบียบข้อบังคับของสังคมและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเท่านั้น แต่เพื่อคุณค่าทางจริยธรรม เช่น เสรีภาพ ความเท่าเทียมและความยุติธรรม ด้วยเช่นกัน”

จริยธรรมทางธุรกิจขององค์กรจะเกี่ยวพันถึงทฤษฎีปทัสถานหรือ Norm theory ซึ่งหมายถึง การที่ผู้นำขององค์กรธุรกิจเป็นผู้รับผิดชอบในการใช้ศีลธรรม (Moral) เป็นเครื่องมือ ในการตัดสินใจกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ขององค์กร หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ การมีผู้นำที่มีศีลธรรม (Moral leadership) เป็นผู้กำหนดแนวทางการปฏิบัติขององค์กรที่ก่อให้เกิดคุณค่ามากกว่าข้อกำหนดขององค์กร หรือตามความต้องการของผู้ที่มีส่วนได้เสีย โดยคำนึงถึงคุณค่าทางจริยธรรมอื่นๆ เช่น ความเสมอภาค เสรีภาพและความเป็นธรรม อีกด้วย

๕. การเป็นพลเมืองที่ดีของสังคม (Corporate Citizenship)

Logan, 1998 “บริษัทได้รับการคาดหวังถึงการอาสาและความสมัครใจในการช่วยกันดูแลรักษาสังคมให้มีความเป็นอยู่ที่ดีในฐานะพลเมืองที่ดีเช่นเดียวกับบุคคล”

แนวความคิดนี้มองว่าองค์กรธุรกิจเป็นหน่วยหนึ่งหรือเทียบเท่ากับบุคคล และต้องมีหน้าที่เป็นพลเมืองที่ดีของสังคมนั้นๆ เช่นเดียวกัน จากแนวคิดของ Carroll และ Buchholz (1999) ความรับผิดชอบอย่างใด ๔ ของพลเมืองที่ดี (Economic, Legal, Ethical และ Philanthropic responsibilities) ก็คือความรับผิดชอบด้านการให้เพื่อสังคม (Philanthropic Responsibility) เพื่อช่วยให้สังคมเกิดการพัฒนา โดยเป็นการมององค์กรในระดับเดียวกับบุคคลนั่นก็คือ องค์กรควรมีการบริจาค สนับสนุน ช่วยเหลือด้วยความสมัครใจ เพื่อช่วยให้สังคมดีขึ้นอย่างยั่งยืนนั่นเอง^{๔๔}

๒.๑.๑๕ การจัดการสิ่งแวดล้อมในบริบทของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในปี พ.ศ. ๒๕๕๖

การจัดการสิ่งแวดล้อมในบริบทของความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นการคำนึงถึงผลกระทบที่เกิดจากการตัดสินใจและการดำเนินงานขององค์กรทั้งในแง่ของการใช้ทรัพยากร ถิ่นที่ตั้งของสถานประกอบการ มลภาวะและของเสีย รวมถึงผลกระทบจากการดำเนินงานขององค์กรต่อแหล่งที่อยู่อาศัยตามธรรมชาติของพืชและสิ่งมีชีวิตต่างๆ ทั้งนี้ การลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมควรดำเนินการในลักษณะบูรณาการโดยพิจารณาทั้งในทางเศรษฐกิจ สังคม สุขภาพ สิ่งแวดล้อม ทั้งทางตรงและทางอ้อม

๑. บริษัทควรรายงานข้อมูลปริมาณการใช้วัสดุ วัสดุรีไซเคิล พลังงาน และน้ำ ข้อมูลปริมาณการปล่อยมลพิษทางอากาศ น้ำทิ้ง และของเสีย รวมถึงการรั่วไหลที่มีนัยสำคัญ

๒. บริษัทควรเปิดเผยข้อมูลการบรรเทาผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมอันเกิดจากผลิตภัณฑ์และบริการ รวมถึงสัดส่วนของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายและวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่นำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ตามประเภทผลิตภัณฑ์

๓. บริษัทควรเปิดเผยรายละเอียด ที่ตั้งและขนาดของที่ดินในกรรมสิทธิ์หรือในครอบครองที่ตั้งอยู่ภายในหรือใกล้เคียงกับพื้นที่คุ้มครอง ผลกระทบที่สำคัญจากการดำเนินงานผลิตภัณฑ์และบริการที่มีต่อความหลากหลายทางชีวภาพในพื้นที่คุ้มครอง รวมทั้งอาณาบริเวณที่มีคุณค่าเชิงความหลากหลายทางชีวภาพสูงนอกพื้นที่คุ้มครอง

^{๔๔} อนันตชัย ยุธประถม, “CSR จากแนวคิดสู่การปฏิบัติ”, Productivity World, (November - December 2007): หน้า ๒๖-๒๘.

๔. บริษัทควรเปิดเผยมูลค่าของโทเชปรับ ที่มีนัยสำคัญ และจำนวนครั้งของการถูก บังคับโทษที่ไม่เป็นตัวเงินจากการละเมิดกฎหมายและข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อม^{๔๕}

๒.๒ แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม

๒.๒.๑ ความหมายของสิ่งแวดล้อม

คำว่า “สิ่งแวดล้อม ” (Environment) มีความหมายกว้างขวางมากมายตามสาขาวิชา มีผู้ให้ ความหมายของสิ่งแวดล้อมไว้อย่างต่าง ๆ ดังนี้คือ

พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๓๕ มาตรา ๔ ได้ให้ความหมายของสิ่งแวดล้อมไว้ว่า สิ่งแวดล้อมหมายความว่า สิ่งต่างๆ ที่มีลักษณะทาง กายภาพและชีวภาพที่อยู่รอบตัวมนุษย์ซึ่งเกิดขึ้นโดยธรรมชาติและสิ่งที่มนุษย์ได้ทำขึ้น^{๔๖}

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ ได้ให้ความหมายของสิ่งแวดล้อมไว้ว่า สิ่งแวดล้อม หมายถึง สิ่งต่างๆ ที่อยู่ ล้อมรอบตัวเรา คำที่มีความหมายใกล้เคียงกับคำว่าสิ่งแวดล้อม คือ ทรัพยากร (Resources) ซึ่ง หมายถึงสิ่งที่มีคุณค่าและมนุษย์สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ ทรัพยากรจึงถือว่าเป็น สิ่งแวดล้อม ประเภทที่มีมูลค่าและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ ทรัพยากรที่เกิดจากธรรมชาติเรา เรียกว่า ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resources) ทรัพยากรธรรมชาติประกอบด้วย ทรัพยากร มนุษย์ (Human Resources) และทรัพยากรที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ (Natural Resources) สิ่งแวดล้อม สามารถแบ่งออกเป็น ๒ ประเภทใหญ่ ๆ คือ สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมที่ มนุษย์ สร้างขึ้นมา สิ่งแวดล้อมกับมนุษย์ย่อมมีความสัมพันธ์กัน ถือว่าอยู่ในระบบนิเวศเดียวกัน ใน ระบบนิเวศจะเชื่อว่าสิ่งที่มีชีวิตมีความสัมพันธ์และพึ่งพาอาศัยกันจึงจะมีชีวิตอยู่ได้^{๔๗}

วินัย วีระพัฒนานนท์ ได้ให้ความหมายของสิ่งแวดล้อมไว้ว่า สิ่งแวดล้อม หมายถึง ทุก สิ่งที่อยู่ รอบตัวมนุษย์ เพราะการดำรงชีวิตของมนุษย์นั้นมีวิชาวิทยาศาสตร์ สังคมศาสตร์

^{๔๕} สถาบันไทยพัฒนา สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (CSRI) ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสำนักงาน คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.), “รายงานประจำปี “ทิศทาง CSR & Sustainability ปี ๒๕๕๖, หน้า ๒๐.

^{๔๖} พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ.๒๕๓๕ กฎ ประกาศ และ ระเบียบที่เกี่ยวกับมลพิษ, พิมพ์ครั้งที่ ๕ (แก้ไขเพิ่มเติม), (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่าน ศึก, ๒๕๕๕), หน้า ๒.

^{๔๗} ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, องค์การและการจัดการ, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ ดวงกมลสมัย, ๒๕๓๙), หน้า ๑๕.

มนุษยศาสตร์ และ วิชาอื่น ๆ มาผสมผสานกันทั้งหมด รวมทั้งหมด รวมทั้งปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นในปัจจุบันล้วนเกิดจากสาเหตุ ที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม^{๔๘}

โกวิท สวัศตมิ่งคล ได้ให้ความหมายของสิ่งแวดล้อมไว้ว่า สิ่งแวดล้อม หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นโดย ธรรมชาติและมนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งให้ประโยชน์และโทษ เห็นและไม่เห็นด้วยตาเปล่า เป็นรูปธรรม และนามธรรม และสิ่งเป็นพืชและไม่เป็นพืช โดยสรุปก็คือ สิ่งต่าง ๆ ที่อยู่รอบ ๆ ตัวเรานั่นเอง^{๔๙}

เกษม จันทรแก้ว ได้ให้ความหมายของสิ่งแวดล้อมไว้ว่า สิ่งแวดล้อม หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ และที่มนุษย์สร้างขึ้น อยู่รอบ ๆ ตัวเราทั้งที่มีชีวิตและไม่มีชีวิตทั้งที่เป็นรูปธรรมมีลักษณะทางกายภาพที่เห็นได้และไม่สามารถมองเห็นได้^{๕๐}

กล่าวโดยสรุปได้ว่า สิ่งแวดล้อม หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวเรา ทั้งสิ่งที่มีชีวิต สิ่งไม่มีชีวิต เห็นได้ด้วยตาเปล่า และไม่สามารถเห็นได้ด้วยตาเปล่า รวมทั้งสิ่งที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ และสิ่งที่มีมนุษย์เป็นผู้สร้างขึ้น หรืออาจจะกล่าวได้ว่า สิ่งแวดล้อมจะประกอบด้วยทรัพยากรธรรมชาติ และทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้นในช่วงเวลาหนึ่งเพื่อสนองความ ต้องการของมนุษย์นั่นเอง

๒.๒.๒ ประเภทของสิ่งแวดล้อม

เกษม จันทรแก้ว กล่าวว่า ประเภทของสิ่งแวดล้อม มี ๒ ประเภทใหญ่ๆ คือ

๑. สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ

สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ (Natural Environment) เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เช่น ดิน น้ำ อากาศ ป่าไม้ สัตว์ป่า ฯลฯ สิ่งแวดล้อมประเภทนี้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติอาจใช้เวลาเร็วหรือช้าเพียงใดขึ้นอยู่กับชนิดและประเภท

สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติสามารถแบ่งออกเป็น ๒ ประเภท ได้แก่

๑) สิ่งมีชีวิต (Biotic Environment) เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ มีลักษณะและคุณสมบัติเฉพาะตัวของสิ่งมีชีวิตเช่น พืช สัตว์และมนุษย์เราอาจจะเรียกว่าสิ่งแวดล้อมทางชีวภาพ (Biological Environment) ก็ได้

^{๔๘} วินัย วีระพัฒนานนท์, สิ่งแวดล้อมและการพัฒนา : ความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมผลกระทบที่เกิดจากการพัฒนาและแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน. (นครปฐม: สถาบันพัฒนาการสาธารณสุขอาเซียน), หน้า ๑๓๙.

^{๔๙} โกวิท สวัศตมิ่งคล, “ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการแก้ไขปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการรถเอกชนร่วมบริการ ขสมก”, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๑), หน้า ๑๗.

^{๕๐} เกษม จันทรแก้ว, วิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ตำรวจ, ๒๕๒๕), หน้า ๑.

๒) สิ่งไม่มีชีวิต (Abiotic Environment) เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติที่ไม่มีชีวิต อาจจะมองเห็นหรือไม่ก็ได้ เช่น ดิน น้ำ ก๊าซ อากาศ ควัน แร่ธาตุ เมฆ รังสีความร้อน เสียง ฯลฯ เราอาจเรียกว่า สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) ได้เช่นกัน

๒. สิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น

สิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man-Make Environment) เป็นสิ่งที่มนุษย์ใช้ความรู้ความสามารถที่ได้รับการสั่งสอน สืบทอด และพัฒนากันมาตลอด ซึ่ง ได้แบ่งไว้ ๒ ประเภทคือ

๑) สิ่งแวดล้อมทางวัตถุ หรือสิ่งแวดล้อมที่สามารถมองเห็นได้ เช่น บ้านเรือน เครื่องบิน โทรศัพท์ ฯลฯ สิ่งเหล่านี้สร้างขึ้นเพื่อบำบัดความสะดวก หรือตอบสนองความต้องการในการดำรงชีวิต บางอย่างอาจมีความจำเป็น แต่บางอย่างเป็นเพียงสิ่งฟุ่มเฟือย

๒) สิ่งแวดล้อมทางสังคม หรือสิ่งแวดล้อมที่เป็นนามธรรม (Social Environment) หรือ (Abstract Environment) เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อความเป็นระเบียบสำหรับอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข สิ่งแวดล้อมทางสังคมได้แก่ระบอบการปกครอง ศาสนา การศึกษา อาชีพ ความเชื่อ เจตคติ กฎหมาย ขนบธรรมเนียมประเพณี ระเบียบข้อบังคับ ฯลฯ สิ่งแวดล้อมที่มองไม่เห็นจะแสดงออกมาในรูปพฤติกรรม^{๕๑}

๒.๒.๓ ความสำคัญของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

พระพุทธเจ้าตรัสเกี่ยวกับความสำคัญของสิ่งแวดล้อมไว้ว่า “ปฏิรูปเทสวาโส เอตมมจกมุตตมัม การอยู่ในประเทศหรือสิ่งแวดล้อมเหมาะสมเป็นอุดมมงคล”^{๕๒}

พระพุทธเจ้าตรัสว่า การปลูกป่า และการรักษาต้นน้ำลำธาร เป็นบุญเป็นกุศล พระองค์ตรัสไว้ใน วนโรปสูตร ว่า “ชนเหล่าใด ปลูกป่า ปลูกสวน สร้างสะพาน สร้างโรงน้ำ ขุดบ่อน้ำ บริจาคอาหารที่พัก ชนเหล่านั้น ได้บุญตลอดเวลาทั้งกลางวันและการคืน”^{๕๓}

สารานุกรมไทย สำหรับเยาวชน มนุษย์เรามีความสัมพันธ์กับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างใกล้ชิด ทั้งในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติ และในขณะเดียวกัน ก็เป็นผู้ใช้ประโยชน์จากธรรมชาติในการดำรงชีวิต จึงอาจกล่าวถึงความสำคัญของทรัพยากรธรรมชาติได้เป็น ๔ ประการ ดังนี้ คือ

๑. เป็นแหล่งที่มาของวัตถุดิบ และผลิตผล

^{๕๑} เกษม จันทรแก้ว, วิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ตำรวจ, ๒๕๒๕), หน้า ๑-๒.

^{๕๒} พระธรรมโกศาจารย์ (ประยูร ธมฺมจิตฺโต), ธรรมะและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม, พิมพ์ครั้งที่ ๓, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๔), หน้า ๖๙.

^{๕๓} พระธรรมโกศาจารย์ (ประยูร ธมฺมจิตฺโต), ธรรมะและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม, หน้า ๖๔.

๒. เป็นที่รองรับกิจกรรมต่างๆ ของมนุษย์ และช่วยเกื้อกูลให้ชีวิตดำรงอยู่ได้
๓. เป็นแหล่งรองรับของเสีย และของเหลือเศษจากขบวนการผลิตและการบริโภค
๔. ให้ความรื่นรมย์แก่จิตใจของมนุษย์ เช่น ทิวทัศน์ ภูมิประเทศ ความงามของธรรมชาติ

ดังนั้น บริการต่างๆ ที่มนุษย์เราได้รับจากทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม จึงช่วยให้มีชีวิตรอดอยู่ได้ และสามารถทำให้คุณภาพชีวิตของมนุษย์ดีขึ้น แต่ทั้งนี้ จะต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขของการรู้จักใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติอย่างชาญฉลาด (Wise Use) และมีการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้เป็นระบบ อย่างเหมาะสม โดยจะต้องคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับ (Carrying Capacity) เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างยั่งยืน (Sustainable Utilization) เพราะหากมีการตัดวงใช้ประโยชน์ที่มากเกินไป และขาดความ รับผิดชอบในการใช้ ก็ย่อมจะก่อให้เกิดความเสื่อมโทรมของทรัพยากร และสิ่งแวดล้อม จนกลายเป็นปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ย้อนกลับมาส่งผลกระทบต่อชีวิต และความเป็นอยู่ของมนุษย์ ในที่สุด^{๕๔}

๒.๒.๔ ป่าชายเลน

ป่าชายเลน เป็นระบบนิเวศของป่าชายฝั่งที่ทนต่อสภาพความเค็มได้และเป็นกลุ่มแรกของสิ่งมีชีวิตที่บุกเบิกชีวิตความเป็นอยู่ลงไปสู่ทะเลพร้อม ๆ กับการชักนำพื้นแผ่นดินให้รูก้าตามลงไปในทะเล จึงนับเป็นปราการด่านแรกระหว่างบกกับทะเล โดยจะประกอบด้วยพันธุ์ไม้ สัตว์นานาชนิด ตลอดจนสภาพแวดล้อมอื่น ๆ เช่น การขึ้นลงของน้ำทะเล ดินเลนที่มีอินทรีย์สารเป็นจำนวนมาก ฯลฯ อยู่รวมกันเป็นระบบ

ป่าชายเลน เป็นกลุ่มของสังคมพืช ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นไม้ไม่ผลัดใบ มีลักษณะทางสรีรวิทยาและการปรับตัวทางโครงสร้าง ที่คล้ายคลึงกันและการขึ้นของพรรณไม้ในป่าชายเลน จะขึ้นอยู่กับแนวเขต ซึ่งผิดแปลกไปจากสังคมพืชป่าบก ทั้งนี้เพราะอิทธิพลจากลักษณะของดิน ความเค็มของน้ำทะเลและการขึ้นลงของน้ำทะเลเป็นสำคัญสำหรับแนวเขตที่เด่นชัด ของป่าชายเลน ได้แก่

โก่งกาง ทั้งโก่งกางใบเล็กและโก่งกางใบใหญ่ จะขึ้นอยู่หนาแน่นบนพื้นที่ใกล้ฝั่งทะเล

ไม้แสมและประสัก จะอยู่ถัดจากแนวเขตของโก่งกาง

ไม้ตะบูน จะอยู่ลึกเข้าไปจากแนวเขตของไม้แสมและประสัก เป็นพื้นที่ที่มีดินเลน แต่มักจะแข็ง ส่วนบนพื้นที่ดินเลนที่ไม่แข็งมากนักและมีน้ำทะเลท่วมถึงเสมอ จะมีไม้โปรง รังกะเท้ และผาด ขึ้นอยู่อย่างหนาแน่น

^{๕๔} สารานุกรมไทย สำหรับเยาวชน โดยพระราชประสงค์ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว, เล่มที่ ๒๑ เรื่องที่ ๘ การอนุรักษ์ และการพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติ, ความสำคัญของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://kanchanapisek.or.th/kp6/New/sub/book/book.php?book=21&chap=8&page=t21-8-infodetail02.html> [๒๖ ก.พ. ๒๕๕๖].

ไม้เสม็ด จะขึ้นอยู่แนวเขตสุดท้าย ซึ่งเป็นพื้นที่เลนแข็งที่มีน้ำทะเลท่วมถึงเป็นครั้งคราว เมื่อระดับน้ำทะเลขึ้นสูงสุดเท่านั้น และแนวเขตนี้ถือว่าเป็นแนวติดต่อระหว่างป่าชายเลนกับป่าบก สำหรับพวกปรัง จะพบทั่ว ๆ ไปในป่าชายเลน แต่จะขึ้นอย่างหนาแน่นในพื้นที่ถูกถาง

๒.๒.๕ ความหมายของป่าชายเลน

ได้มีผู้ให้ความหมายของป่าชายเลน mangrove forest ไว้หลากหลายความหมาย ดังนี้คือ

สนิท อักษรแก้ว ได้ให้ความหมายของป่าชายเลนว่า คือกลุ่มของสังคมพืชซึ่งขึ้นอยู่ในเขตน้ำล่งต่ำสุด และน้ำขึ้นสูงสุดบริเวณชายฝั่งทะเล ปากแม่น้ำ หรืออ่าว ป่าชายเลนเป็นบริเวณที่อยู่อาศัยของสิ่งมีชีวิตหลายชนิด ทั้งพืชและสัตว์^{๕๕}

เสาวภา สวัสดิ์พีระ ได้ให้ความหมายว่า ป่าชายเลน เป็นส่วนหนึ่งของเขตบริเวณน้ำกร่อยซึ่งจะพบบริเวณปากแม่น้ำเท่านั้น ที่เรียกว่าป่าชายเลนก็เพราะ ดินบริเวณปากแม่น้ำเป็นดินเลน ไม้ยืนต้นที่อยู่ในบริเวณป่าชายเลนจะมีคุณสมบัติพิเศษต่างจากไม้ยืนต้นอื่นๆ คือ มีการปรับตัวด้านสรีรวิทยาจนสามารถอยู่ได้ในบริเวณที่มีความเค็มโดยไม่มีการสูญเสีย น้ำจากตัวตน และสามารถทนอยู่ได้ในบริเวณที่มีอิทธิพลของน้ำขึ้นน้ำลง จนยากที่จะกล่าวว่า เป็นบริเวณป่าไม้หรือแหล่งประมง เพราะเวลาน้ำล่งจะมีลักษณะเป็นป่าไม้ และเวลาน้ำขึ้นจะกลายเป็นแหล่งประมง^{๕๖}

บุญเรียม ชมเมฆ ได้ให้ความหมายว่า ป่าชายเลน เป็นทรัพยากรที่สำคัญ และมีคุณค่ามหาศาลของมนุษย์ ทั้งในด้านการศึกษา เศรษฐกิจและสังคม การประมง การป่าไม้ รวมทั้งการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ป่าชายเลนและห่วงโซ่อาหารของสัตว์น้ำเค็มที่อาศัยอยู่ริมชายฝั่งและในทะเล โดยเป็นแหล่งอาศัย แหล่งอาหาร และที่อนุบาลสัตว์น้ำ นอกจากนี้ ป่าชายเลนยังช่วยป้องกันภัยธรรมชาติ เป็นเกาะกำบังและชะลอความรุนแรงของพายุและคลื่นลมชายฝั่ง ช่วยดักจับและกรองตะกอนสารพิษ มิให้ไหลลงสู่ทะเลในบริเวณชายฝั่งทะเล^{๕๗}

พิเชษฐ์ เปียกกลิ่น ได้ให้ความหมายว่า ป่าชายเลนเป็นกลุ่มสังคมพืชที่ขึ้นอยู่บริเวณชายฝั่งทะเล ปากแม่น้ำ หรืออ่าวที่มีน้ำทะเลท่วมถึงในช่วงที่น้ำทะเลขึ้นสูงสุด เป็นบริเวณที่มีดินปนเลนมีไม้เสม็ด และไม้สกุลอื่นๆ ปะปนอยู่ ด้วยพันธุ์ไม้ชายเลนเหล่านี้จะขึ้นเป็นแนวเขต หรือ เป็นโซนที่แน่นอนคือ จากบริเวณชายฝั่งลึกเข้าไปเป็นป่าดงใน ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลาย

^{๕๕} สนิท อักษรแก้ว, “แนวนโยบายและการพัฒนาป่าชายเลน”, วารสารเทคโนโลยีที่เหมาะสม, (มีนาคม-เมษายน ๒๕๓๓): ๖๖.

^{๕๖} เสาวภา สวัสดิ์พีระ, “ป่าชายเลน”, จุลสารสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์ทางทะเล, ปีที่ ๕ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มีนาคม ๒๕๓๕): ๑๒-๑๓.

^{๕๗} บุญเรียม ชมเมฆ, ป่าชายเลน mangrove forest กองผลิตและเผยแพร่สารนิเทศ, ศูนย์บริการเอกสารการวิจัยแห่งประเทศไทย, สถาบันวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (๒๕๓๙), หน้า ๗๕.

ประการคือ ความถี่ของการท่วมถึงของน้ำทะเล ชนิดและคุณสมบัติของดิน ความเค็มของน้ำและการระบายน้ำ ตลอดจนความชื้นของดินจากความหมายดังกล่าวสรุปได้ว่า ป่าชายเลนสามารถพบได้บริเวณใกล้ปากแม่น้ำตามชายฝั่งทะเล พืชที่พบมาก ได้แก่ ไม้สกุลโกงกาง ไม้สกุลแสม ป่าชายเลนเป็นทรัพยากรป่าไม้ประเภทหนึ่ง ที่สำคัญต่อมนุษย์เป็นอย่างมาก เพราะเป็นแหล่งอาหาร แหล่งประมง แหล่งให้การศึกษา และเป็นเกราะป้องกันภัยธรรมชาติ ดังนั้นจึงควรมีการอนุรักษ์พื้นที่ป่าชายเลนไว้ให้คงอยู่เพื่อเป็นแหล่งข้อมูล ให้ความรู้ทางการศึกษา^{๕๘}

สำนักอนุรักษ์ทรัพยากรป่าชายเลน กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ได้ให้ความหมายว่า ป่าชายเลนเป็นระบบนิเวศที่มีลักษณะพิเศษเฉพาะตัวของพื้นที่ในเขตร้อน มีความหลากหลายทางชีวภาพ ทั้งพืช สัตว์ และจุลินทรีย์ชนิดต่างๆ มีบทบาทสำคัญให้สัตว์น้ำหลากหลายชนิดได้เข้ามาอาศัย หลบภัย ขยายพันธุ์ และอนุบาลตัวอ่อน เป็นแหล่งผลิตสัตว์น้ำ อาหารโปรตีนที่สำคัญ^{๕๙}

กรมป่าไม้ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ได้ให้ความหมายว่า ป่าชายเลนหรือ mangrove forest เป็นสังคมพืชที่ขึ้นอยู่ตามบริเวณชายฝั่งทะเล ปากแม่น้ำหรืออ่าว ซึ่งเป็น บริเวณที่มีระดับน้ำทะเลท่วมถึงในช่วงที่น้ำทะเลขึ้นสูงสุด หรือหมายถึง สังคมพืชที่ประกอบด้วยพันธุ์ไม้หลายชนิดหลายตระกูล และเป็นพวกที่มี ใบเขียวตลอดปี (evergreen species) ซึ่งมีลักษณะทางสรีรวิทยาและความต้องการสิ่งแวดล้อมที่คล้ายกัน ซึ่งส่วนใหญ่ประกอบด้วยพันธุ์ไม้สกุลโกงกาง (Rhizophora) เป็นไม้สำคัญและมีไม้ตระกูลอื่นปะปนอยู่บ้าง^{๖๐}

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ป่าชายเลนเป็นระบบนิเวศที่ประกอบด้วยพืชและสัตว์นานาชนิดดำรงชีวิตร่วมกันในสภาพแวดล้อมที่เป็นดินเลน น้ำกร่อย หรือมีน้ำทะเลท่วมถึงสม่ำเสมอ พบทั่วไปตามที่ราบปากแม่น้ำ อ่าว บริเวณชายฝั่งทะเลในเขตน้ำขึ้นน้ำลง ทะเลสาบ และบริเวณรอบเกาะแก่งต่างๆ

^{๕๘} พิเชษฐ เปี้ยกลีน, “วันฟ้าเปิดที่ป่าชายเลน”, วารสารสงขลาครินทร์, ปีที่ ๑๙ ฉบับที่ ๓ (กันยายน-ธันวาคม): ๗๙-๘๐.

^{๕๙} สำนักอนุรักษ์ทรัพยากรป่าชายเลน กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, ร้อยเรียง เรื่องเล่าป่าชายเลนและทะเล, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร: พิมพ์ที่ ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด ,๒๕๕๓), หน้า คำนำ

^{๖๐} กรมป่าไม้ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับป่าชายเลน, [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.forest.go.th/index.php?option=com_content&view=article&id=313&Itemid=&lang=en [๒๗ ก.พ.๒๕๕๖].

๒.๒.๖ ประเภทของป่าชายเลนที่พบแพร่กระจายในประเทศไทย

ประเทศไทยมี ๒๒ จังหวัด ที่มีพื้นที่ป่าชายเลนตามชายฝั่งทะเลแม่น้ำลำคลอง ทะเลสาบและเกาะต่างๆ ตั้งแต่ภาคกลางตอนล่าง ภาคตะวันออกตลอดไปจนถึงภาคใต้ทั้งสองฝั่ง โดยมีพื้นที่รวม ๑,๐๔๗,๓๙๐ ไร่ พื้นที่ป่าชายเลนลดลงเนื่องจากการบุกรุกพื้นที่ป่าชายเลนเพื่อการเพาะเลี้ยงกุ้งรวมทั้งการใช้ประโยชน์จากพื้นที่ป่าชายเลนเพื่อกิจกรรมอื่น เช่น การทำเหมืองแร่ การทำนาเกลือ การทำเกษตรกรรม การขยายชุมชนการสร้างท่าเทียบเรือ การสร้างถนนและสายส่งไฟฟ้า การสร้างโรงงานอุตสาหกรรมและการขุดลอกร่องน้ำ

ป่าชายเลนสามารถแบ่งตามลักษณะกายภาพของพื้นที่และการท่วมถึงของน้ำทะเลมี ๔ ชนิด คือ

Basin forest เป็นชนิดป่าชายเลนที่ขึ้นติดกับพื้นแผ่นดินใหญ่ (main land) ตามลำแม่น้ำเล็กๆ จะได้รับอิทธิพลจากน้ำทะเลน้อยมาก กล่าวคือ น้ำทะเลจะท่วมถึงเฉพาะเวลาที่น้ำทะเลขึ้นสูงสุด (extreme high tide) เท่านั้น และมีอิทธิพลจากน้ำจืดมาก ลักษณะพันธุ์ไม้จะเป็นต้นเดี่ยวและพวกเถาวัลย์

Riverine forest เป็นชนิดป่าชายเลนที่ขึ้นอยู่บริเวณชายฝั่งแม่น้ำใหญ่ๆ ที่ติดต่อกับอ่าวทะเล และทะเลสาบ ป่าประเภทนี้ได้รับอิทธิพลจากน้ำทะเลอยู่อย่างสม่ำเสมอ คือจะมีกระแสน้ำท่วมอยู่เป็นประจำวัน โดยพันธุ์ไม้จะเจริญเติบโตค่อนข้างสมบูรณ์ดี

Fringe forest เป็นชนิดป่าชายเลนที่ขึ้นตามชายฝั่งทะเลติดกับพื้นแผ่นดินใหญ่ หรือบริเวณชายฝั่งที่เป็นเกาะใหญ่ๆ ได้รับอิทธิพลจากน้ำทะเลอยู่สม่ำเสมอ คือน้ำทะเลจะท่วมถึงอยู่เป็นประจำวัน พันธุ์ไม้ของป่าจะเจริญเติบโตได้ดี และเป็นป่าที่ค่อนข้างอุดมสมบูรณ์

Overwash forest เป็นชนิดป่าชายเลนที่ขึ้นอยู่บนเกาะเล็กๆ จะถูกน้ำทะเลท่วมทั้งหมดเมื่อระดับน้ำทะเลขึ้นสูงสุด การเจริญเติบโตของป่าชนิดนี้ต่ำ เนื่องจากได้รับอิทธิพลจากลมและน้ำทะเลมาก อีกประการหนึ่งคือ พวกปุ๋ยและธาตุอาหารในป่าชนิดนี้จะถูกชะไปโดยกระแสน้ำออกจากป่าเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้การเจริญเติบโตของป่าชนิดนี้ไม่ดีและป่าจะมีลักษณะเตี้ย^{๖๑}

๒.๒.๗ ปัญหาสาเหตุ และผลกระทบจากการทำลายป่าชายเลน

ปัญหา พื้นที่ป่าชายเลนลดลงอย่างต่อเนื่องเกิดจากสาเหตุหลายประการร่วมกัน ที่สำคัญคือ การขยายตัวของประชากร ทำให้มีการพัฒนากิจกรรมต่างๆ มากมาย ที่สำคัญคือ การประมงและการเพาะเลี้ยง สัตว์น้ำ โดยเฉพาะการทำนากุ้ง การทำเหมืองแร่ การเกษตรกรรม การ

^{๖๑} ฐานข้อมูลความรู้ทางทะเล, ป่าชายเลนในประเทศไทย, [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<http://www.mkh.in.th/index.php/2010-03-22-18-04-43/2010-03-25-13-46-26> [๒๗ ก.พ. ๒๕๕๖]

ขยายตัวของแหล่งชุมชน การสร้าง ท่าเทียบเรือ การสร้างถนนและสายส่งไฟฟ้า การอุตสาหกรรมและโรงงานไฟฟ้า การขุดลอกร่องน้ำ การทำนาเกลือ การตัดไม้เกินกำลังการผลิตของป่า และกิจกรรมอื่น

สาเหตุ หลายกิจกรรมเกิดขึ้นในพื้นที่ป่าชายเลนเป็นเพราะเห็นว่าการใช้ประโยชน์ในพื้นที่ป่าชายเลน ทำให้ช่วยลดต้นทุนในการประกอบการ เพราะป่าชายเลนเป็นพื้นที่ป่าสงวนมีกฎหมายและระเบียบ ข้อบังคับไม่รัดกุม ทำให้มีผู้บุกรุกจำนวนมาก และการจับกุมทำได้ไม่ทั่วถึง สิ่งที่เกิดขึ้นนี้ สืบเนื่องมาจาก ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับป่าชายเลนยังไม่เพียงพอและยังไม่ถูกต้องนักในกลุ่มบุคคลระดับต่างๆ ทำให้ไม่เห็นความสำคัญของป่าชายเลน เป็นผลให้การใช้ประโยชน์ป่าชายเลนเป็นไปอย่างไม่เหมาะสม

ผลกระทบ การเปลี่ยนแปลงพื้นที่ป่าชายเลนดังกล่าวทำให้เกิดผลกระทบต่อระบบนิเวศป่าชายเลน หลายประการ เช่น อุณหภูมิน้ำสูงขึ้น ปริมาณธาตุอาหารลดลง ความเค็มเพิ่มขึ้น น้ำขุ่นขึ้น มีปริมาณสารพิษ ในน้ำ เกิดการพังทลายของดิน มีการเปลี่ยนแปลงชนิด ปริมาณและลักษณะโครงสร้างของพืชและสัตว์น้ำ ที่สำคัญคือมีผลกระทบต่อความสมดุลของระบบนิเวศในป่าชายเลน และระบบนิเวศอื่นในบริเวณชายฝั่งและ ใกล้เคียงป่าชายเลน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและประชาชนและของประเทศโดยรวม และยากที่จะ ฟื้นฟูให้กลับเป็นป่าชายเลนที่อุดมสมบูรณ์เหมือนเดิมได้แม้จะต้องใช้เงินลงทุนมหาศาล^{๖๒}

๒.๒.๘ การอนุรักษ์ป่าชายเลน

โดยที่ป่าชายเลน เป็นทรัพยากรที่สำคัญและให้ประโยชน์ทั้งในด้านป่าไม้ ประมง และรักษาสภาพสิ่งแวดล้อม แต่ในสถานการณ์ปัจจุบัน ป่าชายเลนได้ถูกทำลายลงด้วยกิจกรรมต่างๆ อยู่เป็นประจำ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องหาแนวทางในการอนุรักษ์และใช้ประโยชน์ทรัพยากรป่าชายเลนให้ได้ผลเต็มที่ตลอดไป และในขณะเดียวกันก็ไม่เป็นการทำลายระบบนิเวศด้วย หรืออีกนัยหนึ่ง ก็คือการจัดการทรัพยากรป่าชายเลนเพื่อให้สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ยั่งยืนต่อไปการอนุรักษ์ป่าชายเลน ได้แก่

๑. การรักษาพื้นที่ป่าชายเลนที่มีอยู่ให้คงไว้ซึ่งเป็นเรื่องที่ยากพอสมควร และจะต้องช่วยกันหลายๆ ฝ่าย ลำพังกรมป่าไม้แต่เพียงหน่วยงานเดียว ย่อมทำได้ยาก การป้องกันอย่างจริงจังรวมทั้งการจัดการวางแผนการใช้ที่ดินชายฝั่งทะเลให้เหมาะสม จะเป็นทางหนึ่งที่จะรักษาพื้นที่ป่าชายเลนไว้ได้ นอกจากนี้กฎระเบียบต่างๆ ตลอดจนมติคณะรัฐมนตรี เกี่ยวกับการใช้พื้นที่ป่าชายเลนควรจะใช้ปฏิบัติอย่างเคร่งครัด

^{๖๒} กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, ปัญหาสาเหตุและผลกระทบจากการทำลายป่าชายเลน, [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.dmcg.go.th/marinecenter/mangrove-lesson6.php> [๒๗ ก.พ.๒๕๕๖].

๒. การเพิ่มพื้นที่ป่าชายเลน โดยการปลูกป่า ปัจจุบันกรมป่าไม้มีนโยบายที่จะขยายและสนับสนุนการปลูกป่าชายเลนเพิ่มขึ้น ทั้งในส่วนของการราชการ และส่วนของเอกชน ตามพื้นที่ว่างเปล่า บริเวณชายฝั่งทะเล ทั้งที่ผ่านการทำเหมืองแร่ หรือพื้นที่นาุ้ง หรือนาข้าวที่เลิกไปแล้ว ซึ่งมีอยู่มากมาย และมีโอกาสที่จะฟื้นฟูให้เป็นป่าชายเลนขึ้นมาได้ นอกจากนี้พื้นที่ดินงอกตามชายฝั่งทะเลก็เป็นพื้นที่ที่จะสามารถปลูกป่าชายเลนขึ้นมาได้

๓. การใช้ประโยชน์ทรัพยากรป่าชายเลนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยการศึกษาวิจัยเพื่อหาวิธีการและเทคโนโลยีที่เหมาะสมที่จะนำมาใช้ในการใช้ประโยชน์ทั้งทางด้านป่าไม้ ประมงและวิธีการผสมผสานระหว่างป่าไม้กับประมงให้มากขึ้น ซึ่งในเรื่องนี้ หากทางด้านผู้ปฏิบัติการเจ้าหน้าที่ควบคุม และนักวิชาการ ได้ร่วมมือกันอย่างจริงจังแล้ว เชื่อว่าการใช้ประโยชน์ทรัพยากรป่าชายเลนจะประสบผลสำเร็จมากขึ้น โดยได้ผลิตผลสูงขึ้น และปราศจากการทำลายระบบนิเวศของตัวเอง

ระเบียบกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งว่าด้วยการปลูกและบำรุงป่าชายเลน พ.ศ. ๒๕๔๙ ประกาศ ณ วันที่ ๒๑ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๔๙

ด้วยกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งพิจารณาเห็นเป็นการสมควรที่ให้มีระเบียบกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง ว่าด้วยการปลูกและบำรุงป่าชายเลนให้มีความเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบันที่มีการโอนกิจการบริหารและอำนาจหน้าที่ส่วนราชการให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. ๒๕๔๕ และมีภารกิจในการสงวน อนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรป่าชายเลนให้มีสภาพที่อุดมสมบูรณ์ต่อไป กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งจึงออกระเบียบไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑. ระเบียบนี้เรียกว่า “ระเบียบกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง ว่าด้วยการปลูกและบำรุงป่าชายเลน พ.ศ. ๒๕๔๙”

ข้อ ๒. ระเบียบนี้ใช้บังคับตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

ข้อ ๓. บรรดาระเบียบ ข้อบังคับ และคำสั่งอื่นใดที่ขัดหรือแย้งกับระเบียบนี้ให้ใช้ระเบียบนี้แทน

ข้อ ๔. พื้นที่ที่กำหนดเป็นแปลงปลูกและบำรุงป่าต้องเป็นพื้นที่ป่าชายเลนตามมติคณะรัฐมนตรีและได้รับความเห็นชอบจากอธิบดีกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง

ข้อ ๕. การปลูกและบำรุงป่าให้ดำเนินการโดยพนักงานเจ้าหน้าที่ของกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งเว้นแต่มีความจำเป็นต้องจ้างบุคคลอื่นทำการปลูกและบำรุงป่า ให้ดำเนินการจ้างตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ. ๒๕๓๕ และที่แก้ไขเพิ่มเติม

ข้อ ๖. วิธีการปลูกและบำรุงป่าให้ดำเนินการตามแนวทางปฏิบัติตามระเบียบกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง ว่าด้วยการปลูกและบำรุงป่าชายเลน พ.ศ. ๒๕๔๙ แนบท้ายระเบียบนี้

ข้อ ๗. ให้อธิบดีกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งเป็นผู้รักษาการตามระเบียบนี้และให้มีอำนาจวินิจฉัยปัญหาเกี่ยวกับการปฏิบัติตามระเบียบนี้คำวินิจฉัยของอธิบดีกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งให้ถือเป็นที่สุด^{๖๓}

๒.๓ แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

๒.๓.๑ ความหมายของการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วม หมายถึง กระบวนการส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามีบทบาทร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมแก้ปัญหา โดยอาจจะเกี่ยวข้องในลักษณะของการทำงานร่วมกัน การดำเนินงานร่วมกันในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ

การมีส่วนร่วมของประชาชน คือ การที่ประชาชนที่อยู่ร่วมกันในชุมชนแสดงออกถึงความประสงค์ที่จะมีส่วนร่วมในการให้ความร่วมมือเพื่อให้กิจกรรมที่ส่งผลกระทบต่อสังคมได้รับการแก้ไขหรือปรับปรุงให้เหมาะสมกับสภาพชุมชนที่ต้องดำเนินชีวิตอยู่ร่วมกันโดยปกติสุข ปัจจุบันวิถีชีวิตของประชาชนถูกกระทบจากสิ่งต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นไม่ว่าจะเป็นสภาพเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่เสื่อมโทรม ทำให้เกิดสภาพต่างคนต่างอยู่มุ่งหวังที่จะแก้ไขปัญหาของตนเองให้อยู่รอดในแต่ละวัน ไม่มีความสนใจสังคมรอบข้างทำให้เกิดปัญหาตามมาหลายด้านที่นับวันจะเพิ่มมากขึ้น จึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมซึ่งกันและกัน ช่วยแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นให้ตรงกับความต้องการของทุกคน

จากการศึกษาได้มีผู้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วม ไว้ดังนี้

พระเทพสาครมุนี (แก้ว สุวณฺณโชโต) ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมไว้ว่า การมีส่วนร่วมหมายความว่าพร้อมเพรียง หรือ “พร้อม” เป็นตัวก่อให้เกิดความสามัคคี คือพร้อมที่จะประสาน พร้อมที่จะร่วมมือ พร้อมที่จะสมัครสมาน พร้อมที่จะรับฟังผู้อื่น พร้อมที่จะรับฟังความคิดเห็นจากผู้อื่น ความพร้อมอย่างนี้เปรียบเหมือนดินเหนียว พร้อมที่จะประสานซึ่งกันและกันติดเป็นแผ่นเป็นก้อน หน้าแล้งถูกแดดเผาจนแตกกระแหงเป็นชิ้นเล็กชิ้นน้อย ถึงอย่างนั้นก็พร้อมที่จะประสานงานกันเป็นก้อนๆ พร้อมที่จะประสานกันในเมื่อฝนตกลงมา พร้อมที่จะประสานเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน พร้อมที่จะประสาน ไม่พร้อมที่จะแตก ไม่พร้อมที่จะแยก เพราะฉะนั้นในหมู่ใดคณะใดหากมีความพร้อมเพียงกัน หนูนั่น คณะนั้นจะมีก็คนก็ตาม เหมือนมีคนเดียว เพราะพร้อมที่จะช่วย

^{๖๓} สำนักอนุรักษ์ทรัพยากรป่าชายเลน กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, ระเบียบกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร: พิมพ์ที่ ชุมชนสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด ,๒๕๕๐), หน้า ๒๔-๒๕.

พร้อมที่จะจัด พร้อมที่จะทำ พร้อมที่จะรับฟัง พร้อมที่จะประชุม พร้อมทุกสิ่งทุกประการ พร้อมที่จะร่วมพร้อมที่จะทำตาม^{๖๔}

อาภรณ์พันธ์ จันทรสว่าง ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมไว้ว่า การมีส่วนร่วม (Participations) เป็นผลมาจากการเห็นพ้องต้องกันในเรื่องของความต้องการและทิศทางของการเปลี่ยนแปลงและความคิดเห็นพ้องต้องกันนั้นจะต้องมีมากพอจะเกิดการริเริ่มโครงการเพื่อการปฏิบัติการณ์นั้น ๆ เหตุผล เบื้องแรกที่คนมารวมกันจะต้องตระหนักว่าทั้งหมดหรือการกระทำทั้งหมดที่ทำได้หรือทำในกลุ่มนั้นๆ กระทำผ่านองค์กร ดังนั้น องค์กรจะต้องเป็นเสมือนตัวนำให้บรรลุถึงความเปลี่ยนแปลงที่ต้องการ^{๖๕}

ปาริชาติ วลัยเสถียร และคณะ ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมไว้ว่า การมีส่วนร่วมคือการที่ ประชาชนสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในลักษณะของการเสียสละแรงงาน บริจาคเงิน วัสดุ สิ่งของบำรุงรักษาสาธารณะประโยชน์ ร่วมประชุม ร่วมออกเงิน ร่วมเป็นกรรมการ ร่วมเป็นผู้นำ ร่วมชักชวน ร่วมบริโภคร่วมเป็นผู้คิดริเริ่ม ร่วมเป็นสมาชิก เป็นต้น สอดคล้องกับแนวคิดตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช ๒๕๔๐ มาตรา ๗๙ ที่บัญญัติไว้ว่า รัฐต้องส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสงวนบำรุงรักษา ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและหลากหลายทางชีวภาพอย่างสมดุล รวมทั้งมีส่วนร่วมในการส่งเสริมในการส่งเสริม บำรุงรักษา และคุ้มครองคุณภาพสิ่งแวดล้อม ตามหลักการพัฒนาที่ยั่งยืนตลอดจนควบคุมและกำจัดการมลพิษที่มีผลกระทบต่อสุขภาพ^{๖๖}

พัฒน์ บุญยรัตน์พันธ์ ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมไว้ว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนเริ่มจากการวางแผนโครงการ การเสียสละกำลังแรงงาน วัตถุ เงิน หรือทรัพยากรใด ๆ ที่มีอยู่ในชุมชน^{๖๗}

อนุรักษ์ นิยมเวช ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมไว้ว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนถือเป็นรากฐานสำคัญของหลักการปกครองแบบประชาธิปไตย ประชาชนก็มีความสำคัญอย่างมาก

^{๖๔} พระเทพสาครมุนี (สมบุรณ์ ปญฺญชฺโธ), โอวาทพระเทพสาครมุนี (แก้ว สุวณฺโณโชโต), พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร: ตันบุญพิมพ์ดี, ๒๕๕๕), หน้า ๑๐-๑๒.

^{๖๕} อาภรณ์พันธ์ จันทรสว่าง, “การมีส่วนร่วมของคณะกรรมการหมู่บ้านฝ่ายกิจการป้องกันและรักษาความสงบเรียบร้อยต่อการป้องกันอาชญากรรม : ศึกษากรณีอำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี”, วิทยานิพนธ์พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์๒๕๓๙).

^{๖๖} ปาริชาติ วลัยเสถียร และคณะ, กระบวนการและเทคนิคการทำงานของนักพัฒนา, (กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, ๒๕๔๑), หน้า ๑๔๘.

^{๖๗} พัฒน์ บุญยรัตน์พันธ์, การสร้างพลังชุมชนโดยขบวนการพัฒนาชุมชน, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, ๒๕๒๗), หน้า ๑๔๕.

เช่นกัน รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. ๒๕๕๐ จึงได้วางบทบัญญัติที่สนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมการเมือง และสิ่งแวดล้อม^{๖๘}

ไพรัตน์ เตชะรินทร์ ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชนว่า หมายถึง กระบวนการที่รัฐบาลทำการส่งเสริม ชักนำ สนับสนุนและสร้างโอกาสให้ประชาชนในชุมชนทั้งในส่วนบุคคล กลุ่มคน ชุมชน สมาคม มูลนิธิและองค์กรอาสาสมัครรูปแบบต่าง ๆ ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือหลายเรื่องร่วมกัน เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์และนโยบายการพัฒนาที่กำหนดไว้ คือ

- ๑) ร่วมทำการศึกษาค้นคว้าปัญหาและสาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน
 - ๒) ร่วมคิดสร้างรูปแบบและวิธีการพัฒนาเพื่อแก้ไขและลดปัญหาของชุมชน
 - ๓) ร่วมวางนโยบายหรือแผนงานหรือโครงการหรือกิจกรรมเพื่อจัดแก้ไขปัญหาและสนองความต้องการของชุมชน
 - ๔) ร่วมตัดสินใจในการใช้ทรัพยากรที่มีจำกัดให้เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม
 - ๕) ร่วมจัดหรือปรับปรุงระบบการบริหารงานพัฒนาให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
 - ๖) ร่วมการลงทุนในกิจกรรมของชุมชนตามขีดความสามารถของตนเอง
 - ๗) ร่วมปฏิบัติตามนโยบาย แผนงานโครงการและกิจกรรมให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้
 - ๘) ร่วมควบคุม ติดตาม ประเมินผล และร่วมบำรุงรักษาโครงการและกิจกรรมที่ได้ทำได้
- จากบุคคลภายนอกหรือองค์กรต่าง ๆ ให้สามารถใช้ประโยชน์ได้ต่อไป^{๖๙}

วิลเลียม ดับบลิว รีเดอร์ (William W. Reeder) ได้กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึง การมีส่วนร่วมในการปะทะสังสรรค์ทางสังคม ซึ่งรวมทั้งการมีส่วนร่วมของปัจเจกบุคคลและการมีส่วนร่วมของกลุ่ม^{๗๐}

องค์การสหประชาชาติ (United Nation) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชนในฐานะที่เป็นกระบวนการพัฒนาว่า คือการเข้าร่วมอย่างกระตือรือร้น และมีพลังของ

^{๖๘} อนุรักษ์ นิยมเวช ประธานคณะกรรมการพัฒนาการเมืองและการมีส่วนร่วมของประชาชน วุฒิสภา, บทความเกี่ยวกับการพัฒนาการเมืองและการมีส่วนร่วมของประชาชน, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร: สำนักการพิมพ์สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา, ๒๕๕๔), หน้า ๑๒.

^{๖๙} ไพรัตน์ เตชะรินทร์, นโยบายและกลวิธีการมีส่วนร่วมของชุมชนในยุทธศาสตร์การพัฒนาปัจจุบัน, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร: ศักดิ์โสการพิมพ์, ๒๕๒๗), หน้า ๑๓.

^{๗๐} Reeder, William W., Some Aspects of the Information Social Participation of Farm Families in New York State, (New York : Cornell University, 1978), p.39

ประชาชนในการตัดสินใจ เพื่อกำหนดเป้าหมายของสังคม และการจัดทรัพยากรเพื่อบรรลุเป้าหมายนั้น และเป็นการปฏิบัติตามแผนการหรือโครงการต่าง ๆ โดยสมัครใจ^{๗๑}

สรุป ได้ว่าการมีส่วนร่วม คือ กระบวนการส่งเสริมให้บุคคลในสังคมเข้าไปมีบทบาท ในการระดมความคิด วางแผน กำหนดนโยบาย ร่วมตัดสินใจ และแก้ปัญหาร่วมกัน รวมถึงการจัดตั้งโครงการที่เป็นความต้องการและสอดคล้องกับสภาพของชุมชนอย่างแท้จริงเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพ และบรรลุเป้าหมายร่วมกัน

๒.๓.๒ ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชน

ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนจะเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความยั่งยืนของการมีส่วนร่วมของประชาชน และจะนำมาซึ่งการจัดการตลอดจนการบำรุงรักษาและการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืน ทั้งนี้ได้มี ผู้แบ่งระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินกิจกรรม ซึ่งอาจพิจารณาได้ดังต่อไปนี้คือ

วิธี วิชานิภาวรรณ เห็นว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารและการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ อาจเข้ามามีส่วนร่วมตั้งแต่เริ่มต้นจนสิ้นสุดโครงการโดยการเข้ามามีส่วนร่วม ในการคิด (Thinking) การตัดสินใจ (Decision-Making) การวางแผน (Planning) การลงมือปฏิบัติงาน (Action) หรือเข้ามามีส่วนร่วม ในการกำหนดปัญหา (Identify Problem) การวางแผน (Planning) การดำเนินงาน (Implementation) การประเมินผล (Evaluation) และการบำรุงรักษา (Maintenance) โดยการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารและจัดการทรัพยากรธรรมชาติอาจอยู่ในระดับหนึ่ง หรือหลายระดับดังนี้

- ๑) การตัดสินใจ (Decision-Making Participation)
- ๒) การกลั่นกรอง (Screening Participation)
- ๓) การรวบรวมข้อมูล (Data-Collection Participation)^{๗๒}

สุนีย์ มัลลิกะมาลย์ ได้แบ่งการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็น ๖ ระดับ คือ

- ๑) ร่วมรับรู้ หมายถึง รัฐได้ให้ข้อมูลข่าวสาร ที่เกี่ยวข้องกับโครงการหรือกิจกรรมแก่ประชาชน เมื่อรัฐมีความคิดริเริ่มหรือมีนโยบายที่จะให้มีโครงการหรือกิจกรรมนั้น ๆ แล้วเปิดโอกาสให้ประชาชนได้รับรู้ โดยการให้ข้อมูลข่าวสาร ซึ่งการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของทางราชการที่มอบให้แก่ประชาชนนั้น นับว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการให้ประชาชนได้มีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมด้วย

^{๗๑} บุญชัย เกิดปัญญาวัตน์, “การศึกษาความเหมาะสมในการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อกระบวนการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม,” วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต: (มหาวิทยาลัยมหิดล, ๒๕๓๕).

^{๗๒} วิธี วิชานิภาวรรณ, การบริหารและการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ : บทบาทขององค์กรในท้องถิ่น, พิมพ์ครั้งที่ ๑ , (กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์, ๒๕๓๕), หน้า ๑๒๑-๑๒๔.

๒) ร่วมคิด ร่วมแสดงความคิดเห็น หมายถึง เมื่อประชาชนได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากรัฐแล้ว ประชาชนก็จะร่วมค้นหาปัญหา สาเหตุของปัญหา ความจำเป็นและความต้องการที่ต้องให้มีโครงการหรือกิจกรรมนั้น พร้อมร่วมแสดงความคิดเห็นเพื่อหน่วยงานเจ้าของโครงการหรือกิจกรรมหรือหน่วยงาน หรือผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจจะได้นำไปใช้ประกอบการพิจารณาต่อไป

๓) ร่วมพิจารณา ร่วมตัดสินใจ หมายถึง ร่วมพิจารณาเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยกับโครงการหรือกิจกรรม การเลือกพื้นที่ตั้งโครงการ โดยเฉพาะประชาชนที่อยู่ในพื้นที่ที่จะตั้งโครงการจะมีส่วนร่วมพิจารณาหรือปฏิเสธไม่ให้โครงการตั้งในพื้นที่ หากเห็นว่ามาตรการที่จะใช้ในการลดผลกระทบสิ่งแวดล้อม และมาตรการการติดตามตรวจสอบไม่ชัดเจนและไม่เปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมตรวจสอบได้

๔) ร่วมดำเนินการ หมายถึง ร่วมในการลงทุน ร่วมในการคัดเลือกผู้ปฏิบัติงาน หรือร่วมปฏิบัติงานเอง ในระดับการมีส่วนร่วมนี้ อาจจะทำไม่ได้ทุกประเภทของโครงการ เช่น หากเป็นโครงการที่จำเป็นต้องใช้ผู้เชี่ยวชาญด้าน ผู้ชำนาญการ หรือใช้เทคโนโลยีขั้นสูงแล้ว บางครั้ง เป็นความยุ่งยากที่จะให้ประชาชน เข้ามามีส่วนร่วมปฏิบัติงานได้ แต่หากเป็นโครงการหรือกิจกรรมระดับท้องถิ่น เช่น การจัดการป่าลุ่มน้ำ หรือทรัพยากรอื่นที่ใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านได้ ชาวบ้านหรือประชาชนในท้องถิ่นก็เข้าร่วมดำเนินการได้ หรือเป็นการร่วมดำเนินการด้วยการลงทุนถือหุ้น ก็ย่อมถือว่ามีกรร่วมดำเนินการได้

๕) ร่วมติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล หมายถึง การร่วมตรวจสอบและติดตามการดำเนินการตามโครงการ หรือกิจกรรมนั้น ๆ ว่าเป็นไปตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์หรือไม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หากเป็นโครงการหรือกิจกรรมที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ได้มีการนำมาตรการลดผลกระทบมาใช้หรือไม่ มีการใช้ระบบการติดตามตรวจสอบเพื่อป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้นหรือไม่ การมีส่วนร่วมของประชาชนในระดับนี้จะเน้นต่อการพิทักษ์รักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างมาก เพราะประชาชนจะทำหน้าที่คอยเฝ้าระวัง และเตือนภัย (Watch Dog) การดำเนินงานโครงการเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาได้ทัน่วงทีก่อนที่จะมีผลร้ายเกิดขึ้น และเมื่อมีการดำเนินการตามโครงการหรือกิจกรรมแล้ว ก็ต้องมีการประเมินผลว่าการดำเนินการนั้น ๆ บรรลุตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์มากน้อยเพียงใด มีการนำมาตรการป้องกันแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมมาใช้หรือไม่ และผลของการดำเนินการเป็นอย่างไร เพื่อจะได้เป็นแนวทางในการพิจารณานำเอามาตรการที่เหมาะสมมาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๖) ร่วมรับผล หมายถึง การดำเนินการโครงการหรือกิจกรรมที่ดำเนินไปแล้ว ย่อมได้มาซึ่งประโยชน์และผลกระทบ ทั้งที่เป็นผลกระทบด้านบวกและผลกระทบด้านลบ ทั้งต่อประชาชนและต่อสิ่งแวดล้อม โดยที่ประชาชนหลีกเลี่ยงไม่พ้นที่จะต้องรับเอาผลที่เกิดขึ้นมานั้น ซึ่งการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจะมีระดับใดและร่วมในกิจกรรมใดนั้น

ขึ้นอยู่กับรัฐหรือรัฐบาลจะให้สิทธิหรือให้การสนับสนุน รวมถึงการเปิดโอกาสให้ประชาชนหรือชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในทุก ๆ ระดับของการดำเนินกิจกรรม โดยเริ่มตั้งแต่การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเพื่อนำมาสู่การมีส่วนร่วมในระดับต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมดำเนินการ ร่วมติดตามและตรวจสอบ และร่วมรับผลกระทบที่จะเกิดขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมีส่วนร่วมต้องเกิดจากการริเริ่มของประชาชน และชุมชนเอง รัฐเป็นเพียงผู้สนับสนุนช่วยเหลือจึงจะถือว่าเป็นการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างแท้จริง ซึ่งจะทำให้ประชาชนสามารถใช้ภูมิปัญญาในการแก้ไขปัญหาและเรียนรู้ในการปกครองตนเองในระบอบประชาธิปไตย^{๗๓}

สรุปได้ว่าระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนนั้นเริ่มตั้งแต่การ การคิด (Thinking) การตัดสินใจ (Decision-Making) การวางแผน (Planning) การลงมือปฏิบัติงาน (Action) หรือเข้ามามีส่วนร่วม ในการกำหนดปัญหา (Identify Problem) การวางแผน (Planning) การดำเนินงาน (Implementation) การประเมินผล (Evaluation) ร่วมรับผลและการบำรุงรักษา เพื่อการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืน

๒.๓.๓ การมีส่วนร่วมของประชาชนกับปัญหาด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ในปัจจุบัน ปัญหาด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องที่สำคัญและมีผลกระทบต่อประชาชนส่วนรวมตัวอย่างปัญหาที่เกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่สามารถพบเห็นได้บ่อยครั้งนั้น โดยส่วนใหญ่ก็มีความเกี่ยวข้องกับโครงการหรือกิจการต่างๆของรัฐที่มักจะมีเหตุการณ์การรวมตัวกันของประชาชนหรือชาวบ้าน เพื่อเรียกร้องให้รัฐบาลแก้ไขปัญหาความไม่เป็นธรรมที่ได้รับจากการดำเนินการ ปัญหาหลักที่ก่อให้เกิดการรวมตัวประท้วงต่อโครงการต่างๆของรัฐนั้น ส่วนใหญ่สืบเนื่องมาจากการที่รัฐมิได้เปิดเผยข้อมูลข่าวสารและขอให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ หรืออาจกล่าวได้ว่ารัฐขาดการให้การสนับสนุนให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินแผนงานของโครงการต่างๆที่เกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อชาวบ้านเหล่านั้น ในปัจจุบันมีบทบัญญัติที่ส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในเรื่องที่เกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมหลายบทด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช ๒๕๕๐ มาตรา ๖๗ และมาตรา ๘๕ (๕) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๐ และ พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพและสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๓๕ มาตรา ๖ มาตรา ๗ และมาตรา ๘

^{๗๓} สุณีย์ มัลลิกะมาลย์, รัฐธรรมนูญกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพิทักษ์รักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๕), หน้า ๕๘-๖๑.

ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช ๒๕๕๐ มาตรา ๖๗ ได้บัญญัติให้มีการจัดตั้งองค์กรอิสระด้านสิ่งแวดล้อมและสุขภาพขึ้น ซึ่งเป็นองค์กรที่ประกอบไปด้วยผู้แทนองค์กรเอกชนด้านสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ และผู้แทนสถาบันอุดมศึกษาที่จัดการการศึกษาด้านสิ่งแวดล้อมหรือทรัพยากรธรรมชาติหรือด้านสุขภาพ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้เป็นกลไกหนึ่งที่จะช่วยในการจัดการสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ภายใต้บทบัญญัติดังกล่าวยังบัญญัติกำหนดแนวทางในการดำเนินโครงการของรัฐที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อชุมชน สิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติหรือสุขภาพจะกระทำได้อีกต่อเมื่อผ่านการดำเนินการในสามขั้นตอนดังต่อไปนี้

๑. มีศึกษาและประเมินผลกระทบต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อม (EIA) และการประเมินผลกระทบต่อสุขภาพ (HIA)

๒. จัดให้มีกระบวนการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนและผู้มีส่วนได้เสียและ

๓. องค์กรอิสระซึ่งประกอบด้วยผู้แทนองค์กรเอกชนด้านสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ และผู้แทนสถาบันอุดมศึกษาที่จัดการการศึกษาด้านสิ่งแวดล้อมหรือทรัพยากรธรรมชาติหรือด้านสุขภาพให้ความเห็นประกอบ

นอกจากนี้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช ๒๕๕๐ มาตรา ๘๕ (๕) ได้กำหนดให้รัฐต้องดำเนินการตามแนวนโยบายด้านที่ดิน ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยจะต้องมีการส่งเสริม บำรุงรักษาและคุ้มครองคุณภาพสิ่งแวดล้อมตามหลักการพัฒนาที่ยั่งยืนตลอดจนควบคุมและกำจัดการสะสมพิษที่มีผลต่อสุขภาพอนามัย สวัสดิภาพ และคุณภาพชีวิตของประชาชน โดยให้ประชาชน ชุมชนท้องถิ่น และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ต้องมีส่วนร่วมในการกำหนดแนวทางการดำเนินงานด้วย

ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๐ (พ.ศ. ๒๕๕๐ – ๒๕๕๔) ได้เน้นให้มีการพัฒนากลไกและกระบวนการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในเชิงบูรณาการที่เน้นการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายสนับสนุนท้องถิ่นและประชาชนให้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาทุกขั้นตอน นอกจากนี้ยังเสริมสร้างการทำงานร่วมกันขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น องค์กรพัฒนาเอกชน องค์กรชุมชน และประชาชนในท้องถิ่น รวมทั้งให้มีเวทีประชาคมเพื่อรับฟังความคิดเห็น พร้อมกับเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและแนวคิด

ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติพ.ศ. ๒๕๓๕ มาตรา ๖ มาตรา ๗ และมาตรา ๘ ได้บัญญัติให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมโดยในมาตรา ๖ บัญญัติให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการรับทราบข้อมูลข่าวสารทางราชการในเรื่องเกี่ยวกับการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมเว้นแต่ข้อมูลข่าวสารที่เป็นความลับเกี่ยวกับการรักษาความมั่นคงของชาติสิทธิส่วนบุคคลสิทธิในทรัพย์สินหรือสิทธิทางการค้าหรือกิจการของบุคคลที่ได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายมาตรา ๗ ได้บัญญัติให้องค์กรเอกชนที่ได้มีการจดทะเบียน

เป็นองค์กรคุ้มครองสิ่งแวดล้อมและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติมีส่วนในการดำเนินการเพื่อการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมโดยให้การสนับสนุนสิ่งแวดล้อมในกิจกรรมต่างๆ มาตรา ๘ องค์กรเอกชนที่จดทะเบียนแล้วอาจเสนอชื่อผู้แทนภาคเอกชนเพื่อรับการแต่งตั้งเป็นกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติได้^{๗๔}

๒.๓.๔ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการพัฒนา

แนวคิดการมีส่วนร่วม กล่าวถึง การมีส่วนร่วมว่าเป็นหัวใจที่สำคัญของการพัฒนาในทุก ระดับตั้งแต่องค์กรชุมชนในชุมชนเล็กๆ ในชนบท องค์กรชุมชนในบริษัทเอกชน เครือข่ายทางสังคม จนถึงการพัฒนาประเทศที่ต้องใช้มิติของประชาชนในการจัดการและการแก้ไขปัญหา ร่วมกัน กระบวนการมีส่วนร่วมก่อให้เกิดพลังของทุกฝ่ายในการร่วมกันคิด ร่วมกันทำ และร่วมกันรับ ผลตอบแทนจากการที่ได้ทำงานร่วมกัน และผลจากการร่วมกันคิด ร่วมกันทำ นำไปสู่การพัฒนาที่มี ประสิทธิภาพ

แนวคิดการมีส่วนร่วมโดยทั่วไปจะมีความหมายกว้าง คือ การที่ประชาชนพัฒนาขีด ความสามารถของตนในการจัดการควบคุมการใช้ และกระจายทรัพยากรตลอดจนปัจจัยการผลิตที่มี อยู่ในสังคม เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการดำรงชีพทางเศรษฐกิจและสังคม การมีส่วนร่วมในความหมาย นี้เป็นการมีส่วนร่วมของประชาชนตามแนวทางการปกครองในระบอบประชาธิปไตย ซึ่งเปิดโอกาสให้ ประชาชนพัฒนาการรับรู้ สติปัญญา และความสามารถในการตัดสินใจ กำหนดชีวิตด้วยตนเอง ดังนั้น การมีส่วนร่วมของประชาชนจึงเป็นทั้งวิธีการ (Means) และเป้าหมาย (Ends) ในเวลาเดียวกัน

ปัจจุบัน แนวคิดการมีส่วนร่วมของประชาชนในงานพัฒนา (People Participation for Development) ได้รับการยอมรับและใช้เป็นแนวทางปฏิบัติในงานพัฒนา กระบวนการในการมีส่วนร่วม นั้นมิได้ขึ้นอยู่กับการริเริ่มหรือการวางแผนโดยรัฐ แต่ความสำเร็จนั้น อยู่ที่ประชาชนในชุมชนหรือ ในท้องถิ่นต่างๆ ต้องเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการอย่างเป็นอิสระ เน้นการทำงานในรูปกลุ่มหรือ องค์กรชุมชนที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าร่วมอย่างชัดเจน พลังกลุ่มจะเป็นปัจจัยสำคัญทำให้งานพัฒนา ต่าง ๆ บรรลุผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย โดยการมีส่วนร่วมในการพัฒนานั้นมีความหมายใน ๒ ลักษณะ คือ

๑. การมีส่วนร่วมในลักษณะที่เป็นกระบวนการของการพัฒนา โดยให้ประชาชนเข้ามามี ส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา ตั้งแต่เริ่มจนถึงสิ้นสุดโครงการ ได้แก่ การร่วมกันค้นหาปัญหา การ วางแผน การตัดสินใจ การระดมทรัพยากร และเทคโนโลยีในท้องถิ่นการบริหารจัดการ การติดตาม

^{๗๔} อนุรักษ์ นิยมเวช ประธานคณะกรรมการการพัฒนาการเมืองและการมีส่วนร่วมของประชาชน วุฒิสภา, บทความเกี่ยวกับการพัฒนาการเมืองและการมีส่วนร่วมของประชาชน, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร: สำนักการพิมพ์สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา, ๒๕๕๔), หน้า ๘๓-๘๔.

ประเมินผล รวมทั้งการรับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากโครงการ โดยโครงการพัฒนาดังกล่าว จะต้องมีความสอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชน

๒. การมีส่วนร่วมในนัยทางการเมือง ซึ่งนัย ๒ ประการ คือ การส่งเสริมสิทธิและพลังอำนาจของพลเมืองโดยประชาชน หรือชุมชนพัฒนาขีดความสามารถของตนในการจัดการ เพื่อรักษาผลประโยชน์ของกลุ่ม ควบคุมการใช้และการกระจายทรัพยากรของชุมชน อันจะก่อให้เกิดกระบวนการ และโครงสร้างที่ประชาชนในชนบทสามารถแสดงออกซึ่งความสามารถของตน และได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนา และการเปลี่ยนแปลงกลไกการพัฒนาโดยรัฐ มาเป็นการพัฒนาที่ประชาชนมีบทบาทหลัก โดยการกระจายอำนาจในการวางแผนจากส่วนกลางมาเป็นส่วนภูมิภาค เพื่อให้ภูมิภาคมีลักษณะเป็นเอกเทศ ให้มีอำนาจทางการเมือง การบริหาร มีอำนาจต่อรองในการจัดสรรทรัพยากรอยู่ในมาตรฐานเดียวกัน โดยประชาชนสามารถตรวจสอบได้ หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นการคืนอำนาจ (Empowerment) ในการพัฒนาให้แก่ประชาชนให้มีส่วนร่วมในการกำหนดอนาคตของตนเอง ทั้งนี้ ต้องคำนึงถึงการพัฒนาที่เท่าเทียมกันของชายและหญิง (Gender) ในการดำเนินงานพัฒนาด้วย

การมีส่วนร่วมนั้นมีกระบวนการที่หลากหลาย โดยมีขั้นตอนที่สำคัญดังต่อไปนี้

๑. การมีส่วนร่วมในการศึกษาชุมชน ซึ่งจะเป็นการกระตุ้นให้ประชาชนได้ร่วมกันเรียนรู้สภาพของชุมชน การดำเนินชีวิต ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม เพื่อใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการทำงาน และร่วมกันค้นหาปัญหา และสาเหตุของปัญหา ตลอดจนการจัดลำดับความสำคัญของปัญหา

๒. การมีส่วนร่วมในการวางแผน โดยจะมีการรวมกลุ่มอภิปรายและแสดงความคิดเห็นเพื่อกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ วิธีการ แนวทางการดำเนินงาน และทรัพยากรที่จะต้องใช้

๓. การมีส่วนร่วมในการดำเนินการพัฒนา โดยการสนับสนุนด้านวัสดุอุปกรณ์ แรงงาน เงินทุน หรือเข้าร่วมบริหารงาน การใช้ทรัพยากร การประสานงาน และดำเนินการขอความช่วยเหลือจากภายนอก

๔. การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์จากการพัฒนา เป็นการนำเอากิจกรรมมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ทั้งด้านวัตถุ และจิตใจ โดยอยู่บนพื้นฐานของความเท่าเทียมกันของบุคคลและสังคม

๕. การมีส่วนร่วมในการติดตาม และประเมินผลการพัฒนา เพื่อที่จะแก้ไขปัญหาดังกล่าวที่เกิดขึ้นได้ทันที

โดยลักษณะที่สำคัญของการมีส่วนร่วม คือ การให้ข้อมูล ความคิดเห็น การสนับสนุน ทรัพยากร เช่น การสนับสนุนเงิน วัสดุอุปกรณ์ แรงงาน หรือการช่วยทำกิจกรรม คือ การเข้าร่วมในการวางแผน การประชุมแสดงความคิดเห็น การดำเนินการ การติดตามและประเมินผล และการมีส่วนร่วมในเชิงอำนาจหน้าที่ของผู้เข้าร่วม คือ การเป็นผู้นำในการพัฒนา เป็นกรรมการ เป็นสมาชิก ซึ่งลักษณะการมีส่วนร่วมนี้ แสดงถึงระดับอำนาจของผู้เข้าร่วม จึงมีการโต้แย้งว่าการมีส่วนร่วมโดยใช้

วิธีการพัฒนาความสามารถของประชาชน เป็นเพียงการเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าร่วมเพียงบางส่วน เพราะในหลายกรณีประชาชนไม่มีโอกาสเข้าร่วมในการตัดสินใจทางออกที่ควรเป็น คือ การเสริมสร้างพลังอำนาจ (Empowerment) แก่ประชาชน

นรินทร์ชัย พัฒนพงศา ได้กล่าวถึงระดับของการมีส่วนร่วมตามหลักการทั่วไปแบ่งเป็น ๕ ระดับ คือ

๑. การมีส่วนร่วมในการเป็นผู้ให้ข้อมูลความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับบุคคลและชุมชน
๒. การมีส่วนร่วมในการรับ-แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร
๓. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ โดยเฉพาะในโครงการ/กิจกรรมที่ตนมีส่วนได้เสีย
๔. การมีส่วนร่วมในการดำเนินการ คือมีส่วนร่วมในขั้นตอนการดำเนินงานทั้งหมด
๕. การมีส่วนร่วมในการสนับสนุน โดยการสนับสนุนกิจกรรมที่ฝ่ายต่างๆ จัดขึ้น

กล่าวโดยสรุป แนวคิดการมีส่วนร่วมของประชาชนในความหมายกว้าง คือ การให้โอกาสประชาชนเป็นฝ่ายการตัดสินใจ กำหนดปัญหาความต้องการของตนเองอย่างแท้จริง เป็นการเสริมพลังอำนาจ ให้แก่ประชาชน/กลุ่ม/องค์กรชุมชนให้สามารถระดมขีดความสามารถในการจัดการทรัพยากร การตัดสินใจ และควบคุมดูแลกิจกรรมต่าง ๆ ในชุมชนมากกว่าที่จะเป็นฝ่ายตั้งรับ สามารถกำหนดการดำรงชีวิตได้ด้วยตนเองให้มีชีวิตมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นตามความจำเป็นอย่างมีศักดิ์ศรีและสามารถพัฒนาศักยภาพของประชาชน/ชุมชนในด้านภูมิปัญญา ทักษะ ความรู้ ความสามารถ และการจัดการและรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของโลกได้ และประชาชนจะต้องเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการอย่างมีอิสระ การทำงานต้องเน้นในรูปกลุ่มหรือองค์กรชุมชน เป็นเครือข่ายที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าร่วมอย่างชัดเจนเนื่องจากพลังกลุ่มจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้งานพัฒนาต่าง ๆ บรรลุผลสำเร็จตามความมุ่งหมายได้ ทั้งนี้ การจะเกิดสภาพของการมีส่วนร่วมของประชาชนตามความหมายที่กล่าวถึงข้างต้น จะต้องเกิดสภาพการณ์หรือเงื่อนไขสำคัญ คือ การมีความตระหนักและความเห็นพ้องต้องกันของประชาชนที่มีจำนวนมากพอต่อการริเริ่มโครงการ/กิจกรรมหนึ่งกิจกรรมใดที่เป็นความต้องการของส่วนรวม โดยความร่วมมือของประชาชนไม่ว่าของบุคคลหรือกลุ่มคนที่เห็นพ้องต้องกันและเข้ามารับผิดชอบเพื่อการดำเนินการพัฒนา และการเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ต้องการ โดยมีลักษณะเป็นการกระทำผ่านกลุ่มหรือองค์กรเพื่อให้บรรลุถึงความเปลี่ยนแปลงที่พึงประสงค์ ^{๗๕}

^{๗๕} พระมหาสุทิตย์ อาภาโร (อบอูน), การพัฒนาชุมชนประยุกต์ : แนวคิดและการบูรณาการ, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร: จัดพิมพ์โดยสถาบันเสริมสร้างการเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข, ๒๕๕๕), หน้า ๗๖-๘๑.

๒.๔ แนวคิดเกี่ยวกับพระพุทธศาสนาในการพัฒนาสังคม

“...คำว่า “พัฒนา” ก็หมายถึงทำให้มั่นคง ทำให้ก้าวหน้า
การพัฒนาประเทศก็ทำให้บ้านเมืองมั่นคงมีความเจริญ
ความหมายของการพัฒนาประเทศนี้ก็เท่ากับ
ตั้งใจที่จะทำให้ชีวิตของแต่ละคนมีความปลอดภัย
มีความสุข มีความเจริญ มีความสุข
ฉะนั้น จึงเข้าใจได้ว่า การพัฒนาทุกอย่างเป็นสิ่งที่ดี
เพราะว่าจะนำมาซึ่งความสุขความเจริญ
และความพอใจของแต่ละบุคคลในประเทศ...”^{๗๖}

๒.๔.๑ พุทธศาสนาในการพัฒนาสังคมไทย

คำว่า “พัฒนา” ตามความหมายของพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๒๕ หมายถึง “ทำให้เจริญ” ดังนั้น การพัฒนา ก็คือ การทำให้เจริญก้าวหน้า เช่น การพัฒนาชุมชน การพัฒนาประเทศ หมายถึง การทำสิ่งเหล่านั้นให้ดีขึ้น เจริญขึ้น สนองความต้องการของประชาชนส่วนใหญ่ให้ได้ยิ่งขึ้นการพัฒนาเป็นกระบวนการของการเคลื่อนไหวจากสภาพที่ไม่น่าพอใจไปสู่สภาพที่น่าพอใจ การพัฒนาเป็นกระบวนการที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ไม่หยุดนิ่งและมีความสัมพันธ์โดยตรงกับความเปลี่ยนแปลง กล่าวคือ การพัฒนาเป็นกระบวนการของการเปลี่ยนแปลงที่มีการวางแผนไว้แล้ว คือ การทำให้ลักษณะเดิมเปลี่ยนไป โดยมีมุ่งหมายว่าลักษณะใหม่ที่เข้ามาแทนที่นั้นจะดีกว่าลักษณะเก่าหรือสภาพเก่า แต่โดยธรรมชาติแล้วการเปลี่ยนแปลง ย่อมเกิดปัญหาในตัวเอง เพียงแต่ว่าจะมีปัญหามากหรือปัญหาน้อย การพัฒนาสามารถตีความหมายได้ ๒ นัย

๑. การพัฒนาในความเข้าใจแบบสมัยใหม่ หมายถึง การทำให้เจริญในด้านวัตถุ รูปแบบ และในเชิงปริมาณ เช่น ถนน บ้าน ดัชนีชี้วัดทางเศรษฐกิจ เป็นต้น

๒. การพัฒนาในแง่ของพุทธศาสนา หมายถึง การพัฒนาคนทั้งในด้านร่างกายและจิตใจ โดยเน้นในด้านคุณภาพชีวิตและหลักของความถูกต้องพอดีซึ่ง ให้ผลประโยชน์สูงสุด ความกลมกลืน และความเกื้อกูลแก่สรรพชีวิต โดยไม่เบียดเบียนทำลายธรรมชาติและสภาพแวดล้อม

^{๗๖} พระบรมราชาบาท พระราชทานแก่คณะที่ปรึกษาเยาวชนและเยาวชนดีเด่น ณ ศาลาภาภิรมย์

๗ พฤษภาคม ๒๕๑๓.

ความสำคัญของพุทธศาสนาในการพัฒนาสังคมไทย

สุภาพรณ ฌ บางช้าง ได้กล่าวถึงความสำคัญของพุทธศาสนาในการพัฒนาว่า พุทธศาสนามีความเหมาะสมกับการพัฒนาสังคมไทยเป็นอย่างยิ่ง เพราะหลักพุทธธรรมเป็นการสร้างคนที่มีคุณภาพชีวิต ทำให้คนในสังคมดำเนินชีวิตบนฐานแห่งความจริง รู้จักพึ่งพาตนเอง ขยัน ประหยัด เรียบง่าย ใฝ่สันติ มีศีลธรรม เพื่อแผ่ความรักและปราศจากความเห็นแก่ตัวตั้งนั้น ในการแก้ปัญหาด้านศีลธรรมของชาวชนบท จึงจำเป็นต้องมีการ นำหลักพุทธศาสนาซึ่งมีหลักการและแนวทางแห่งการพัฒนาอย่างเหมาะสม เข้าไปเผยแพร่ ฟื้นฟูให้แก่ชาวชนบท เพื่อให้สังคมชนบทสามารถประสานการพัฒนาทางด้านวัตถุและจิตใจให้สอดคล้องกลมกลืนกันเพื่อเป้าหมายแห่งความพ้นทุกข์ได้อย่างหมดจด ทั้งนี้ต้องเน้นว่า การที่จะมีการพัฒนาทางด้านจิตใจมิได้หมายความว่า จะต้องเลิกการพัฒนาทางด้านวัตถุและสังคมซึ่งเปลี่ยนแปลงไปด้วย เพื่อที่จะให้การพัฒนาทางใจนั้นไม่ขัดแย้งกับการพัฒนาทางด้านวัตถุและสังคม ทั้งกลับเป็นเครื่องหนุนให้มีการพัฒนาในแนวทางที่เหมาะสม เป็นการนำให้ส่วนความต้องการของชีวิตทั้ง ๓ ด้านของคนเราประสานกลมกลืนกันได้อย่างเหมาะสมในยามที่ประเทศไทยเกิดวิกฤตทางเศรษฐกิจ พุทธศาสนามีบทบาทสำคัญในการแก้ไขปัญหาของประชาชนให้อยู่อย่างสงบสุข ที่เป็นเช่นนี้เพราะว่าประเทศไทยเรามีพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมที่ดี คือมี “ทุนทางสังคม” ได้แก่ มีฐานทางเศรษฐกิจที่มั่นคงโดยเฉพาะการเกษตรฐานทางทรัพยากรธรรมชาติที่มั่นคง โดยมีทรัพยากรของประเทศมากมาย มีดินดี น้ำดี เหมาะแก่การเพาะปลูก และฐานทางวัฒนธรรมแข็งแกร่ง คือ มีพระพุทธศาสนาเป็นวัฒนธรรมทางด้านจิตใจสามารถแก้ปัญหาในยามวิกฤตได้ วัฒนธรรมแบบพุทธได้โอบอุ้มสังคมไทยให้สงบร่มเย็นได้ด้วยองค์ประกอบ ๓ ประการ

ประการที่ ๑ องค์การทางพุทธศาสนาเป็นที่พึ่งของสังคมในยามวิกฤต ดังเช่นปัจจุบันวัดหลายๆ แห่ง กลายเป็นศูนย์กลางในการช่วยเหลือชาวบ้าน ด้วยการใช้วัดเป็นสถานสงเคราะห์ฝึกอาชีพ และกิจกรรมต่าง ๆ แก่ผู้ตกงาน วัดในชนบทหลายแห่งกลายเป็นที่พึ่งสำหรับผู้ตกงานเป็นสนามกีฬาสำหรับเยาวชน (ในโครงการลานวัด ลานใจ ลานกีฬา) โดยมีพระสงฆ์เป็นผู้นำในการส่งเสริมอาชีพแก่ประชาชน

ประการที่ ๒ หลักธรรมทางพุทธศาสนาที่แทรกซึมอยู่ในจิตใจของผู้คนที่สามารถประยุกต์ใช้กับสถานการณ์ปัจจุบันได้อย่างเหมาะสม จะโดยรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม แต่ก็มีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตของคนไทย ทำให้ไม่เกิดความวุ่นวายระส่ำระสายเกิดขึ้น หลักธรรมเหล่านั้น ได้แก่

๑. ความเมตตาปราณี เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน มีการช่วยเหลือคนตกงานด้วยวิธีการต่าง ๆ ไม่ดูถูกซ้ำเติม เช่น ช่วยจัดหางานให้จัดโรงทานอาหารฟรีให้ และให้กำลังใจในการต่อสู้ชีวิต ทั้งจากการแนะนำของผู้ใกล้ชิดและจากสื่อมวลชนต่าง ๆ

๒. ให้อภัยและโอนอ่อนผ่อนตาม เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้น เช่น ปัญหาระหว่างลูกจ้างกับนายจ้าง หรือระหว่างหน่วยงานเอกชนกับรัฐที่ต้องปิดกิจการ ก็ไม่มีเหตุการณ์รุนแรงเกิดขึ้นด้วยการใช้ถ้อยทีถ้อยอาศัย ผ่อนปรนต่อกันได้

๓. ความสันโดษ แม้จะถูกออกจากงานที่ทำก็ยินดีเต็มใจที่จะทำงานอื่น แม้จะมีรายได้น้อยกว่าก็ยินดีทำ เคยเป็นผู้จัดการบริษัทมาก่อนแต่มาขับรถแท็กซี่ก็ทำได้ เคยเป็นพนักงานธนาคารแล้วมาขายกล้วยทอดก็ทำได้ อีกประการหนึ่งคือการรู้ประมาณในการบริโภคในการใช้จ่ายมุ่งให้ประหยัดทำให้เกิดเศรษฐกิจแบบพอเพียง

๔. ความสมานสามัคคี ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของประชาชนในชาติในอันที่จะพร้อมใจกันกอบกู้เศรษฐกิจให้กลับมาอยู่ดีกินดี แม้จะเสียสละเงินทองบริจาคช่วยชาติก็เต็มใจที่จะบริจาคการนำหลักธรรมของพุทธศาสนามาใช้ในการพัฒนาสังคมไทย เพื่อให้คนรู้จักคิด พิจารณา ไตร่ตรอง ไม่เชื่องมง่าย แก้ไขปัญหาให้ดำรงชีวิตอย่างมีความสุข มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อเพื่อนมนุษย์ ดังนี้

(๑.) การพิจารณาให้เกิดความเข้าใจถึงลักษณะของชีวิตและสังคมที่ถูกต้อง โดยเฉพาะลักษณะที่เป็นปัญหา สาเหตุของปัญหาความเป็นไปได้ของการแก้ไขปัญหาและแนวทางของการดำเนินชีวิตไปสู่เป้าหมายอย่างไม่มีปัญหาด้วยความเข้าใจทุกขั้นตอน ในหลักพุทธธรรมจะต้องเป็นความเข้าใจที่มาจากการพิจารณาไตร่ตรองตลอดจนการทดลองปฏิบัติด้วยตนเอง มิใช่จากความเชื่อในธรรมเนียมที่มีมาแต่โบราณ หรือเชื่อในตำรา หรือเชื่อในบุคคล หรือเชื่อเพราะการนึกคาดเดาหรือเพราะเห็นว่าตรงกับความเชื่อเก่าของตน เป็นต้น การที่หลักพุทธธรรมเน้นการสร้าง ความเข้าใจเป็นพื้นฐานตั้งแต่ตอนต้นนั้นก่อให้เกิดผลดีหลายประการ คือ

๑.๑ ทำให้คนดำรงชีวิตอยู่บนรากฐานแห่งสัจจะหรือความเป็นจริง ไม่หลงมกมาย

๑.๒ การที่ต้องเรียนรู้และทดลองปฏิบัติด้วยตนเอง จะทำให้คนรู้จักการพึ่งพาตนเอง เพราะพุทธเจ้าก็ทรงย้ำว่า “อตตาทิ อตตานิ นาโถ” ตนนั้นแลเป็นที่พึ่งแห่งตน

๑.๓ ความเข้าใจนี้จะเป็กรากฐานแห่งศรัทธาที่มั่นคง คือ มีความเชื่อมั่นและความชัดเจนถึงแนวทางการพัฒนาตนเอง และสังคมไปสู่ชีวิตที่ลุล่วงความทุกข์ ศรัทธาที่มั่นคงนี้จะก่อให้เกิดความวิริยะอุตสาหะที่จะพัฒนาไปให้ถึงเป้าหมายอย่างไม่มีย่อท้อ มีความปิติในการพัฒนา ฉะนั้น จึงทำให้คนในสังคมเป็นคนพากเพียรทำดี มีความกระตือรือร้นที่จะพัฒนาความดีงามทั้งแก่ตนและสังคมส่วนรวม

(๒.) แนวทางการดำเนินชีวิตตามหลักพุทธธรรมนั้น เน้นความเป็นอยู่ที่เป็นสุขกับความเรียบง่าย สอดคล้องสัมพันธ์กับธรรมชาติ ข้อนี้จะนำตนให้รู้จักการดำรงอยู่อย่างประหยัดไม่ฟุ้งเฟ้อจนเกินเหตุ ทั้งไม่ทำลายธรรมชาติ เพื่อสนองความเห็นแก่ตัวและความอยากในทางวัตถุของตน

(๓.) หลักพุทธธรรมยังเน้นถึงการดำรงชีวิตที่สงบ น้อมนำให้เกิดความใฝ่ในสันติ

(๔.) หลักพุทธธรรมสอนให้คนรู้จักเพื่อแผ่ความรัก^{๗๗}

พระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตโต) กล่าวว่า การพัฒนาสังคมไทยหรือพัฒนาชุมชนนั้น จะต้องมีการพัฒนาคนก่อน เพื่อสร้างคนให้มีความเข้มแข็ง ๓ ประการ คือ

๑. ความเข้มแข็งทางพฤติกรรม ได้แก่ ความขยันขันแข็งจริงจังในการทำงาน

๒. ความเข้มแข็งทางจิตใจ ได้แก่ การช่วยเหลือตนเอง ไม่รอคอยความช่วยเหลือจากภายนอก

๓. ความเข้มแข็งทางปัญญา ได้แก่ ความพยายามทำด้วยตัวเอง ใช้ปัญญาเป็นเครื่องมือในการแก้ปัญหา ก่อให้เกิดภาวะผู้นำทางปัญญา ซึ่งเป็นผู้นำที่แท้จริงนั่นเองเมื่อสร้างคนให้มีความเข้มแข็งแล้วก็จะสามารถแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นในสังคมได้ อีกทั้งยังส่งผลให้ชุมชนเข้มแข็ง โดยยึดหลักธรรมเป็นแนวทางในการพัฒนา ดังนี้

(๑.) ถือหลักทำการให้สำเร็จด้วยความเพียรพยายาม ที่เรียกว่า “หลักกรรม”

(๒.) ถือหลักเรียนรู้ฝึกฝนพัฒนาชีวิตให้ดียิ่งขึ้นเรื่อยไป ทั้งทางพฤติกรรม ทางจิตใจ และทางปัญญา ที่เรียกว่า “ไตรสิกขา”

(๓.) ถือหลักทำการทั้งหลายอย่างเร่งรัดไม่รอเวลาด้วยความไม่ประมาทที่เรียกว่า “หลักอัปปมาทะ”

(๔.) ถือหลักทำตนให้เป็นที่พึ่งเพื่อพึ่งตนเองได้และเป็นอิสระ ที่เรียกว่า “หลักอิสรภาพแห่งการพึ่งตนได้”^{๗๘}

พุทธนโยบายกับการสร้างสังคมให้เข้มแข็ง

จรถ ภิกขเว จาริกัม พุชชนหิตาย พุชชนสุขาย โลกานุกมปาย อตถาย หิตาย สุขาย เทวมนุสสานัม เทเสถ ฌมมัม อาทิกุลยาณัม มชฌเมกกุลยาณัม ปรีโยสานกกุลยาณัม สาดถัม สพยุถุชนัม เกวลปริบุญณัม ปรีสุทฺธิม ปุรหมจจริยัม ปกาเสถ

ภิกษุทั้งหลาย เธอจงจาริกไปเพื่อประโยชน์และความสุขแก่คนหมู่มาก เพื่ออนุเคราะห์โลก เพื่อประโยชน์เกื้อกูลและความสุขแก่ทวยเทพและมนุษย์ จงแสดงธรรมงามในเบื้องต้น งามใน

^{๗๗} สุภาพรรณ ณ บางช้าง, พระสงฆ์กับการพัฒนาชนบทในการแสวงหาเส้นทางพัฒนาชนบทของพระสงฆ์ไทย, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร: กองแผนงาน กรมการศาสนากระทรวงศึกษาธิการ, ๒๕๒๖), หน้า ๒๘-๓๑.

^{๗๘} พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต), ธรรมกับไทย ในสถานการณ์ปัจจุบัน, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว, ๒๕๔๑), หน้า ๒๙-๓๐.

ท่ามกลาง งามในที่สุด จงประกาศพรหมจรรย์พร้อมทั้งอรรถทั้งพยัญชนะ อันบริสุทธิ์บริบูรณ์โดยสิ้นเชิง

จากพุทธพจน์ดังกล่าว เป็นนโยบายที่มาจากพุทธอุดมการณ์ที่มีจุดมุ่งหมายอันสูงสุดคือ สัพพทุกข นิสสรณนิพพาน กล่าวคือ ความดับทุกข์ทั้งปวง

กระบวนการสร้างสังคมให้เข้มแข็งตามแนวพุทธ

๑. ปฏิวัติตนเอง

การปฏิวัติตนเอง พระพุทธเจ้าทรงปฏิบัติกับตนเองสมัยครั้งเป็นเจ้าชายสิทธัตถะ เสด็จออกแสวงหาความดับทุกข์ ดังนั้น บุคคลผู้มีความมุ่งหวังให้สังคมเข้มแข็งและสงบสุขต้องมีความกล้าพอที่จะปฏิวัติตนเองทั้งภิกษุและฆราวาส หลักของการปฏิบัติเพื่อการพัฒนาตนเองเพื่อความรู้เท่าทันกับสภาพความเปลี่ยนแปลงของโลกยุคโลกาภิวัตน์ กล่าวคือ ภิกษุ สามเณร ปฏิบัติโดยยึดหลักของอินทริยสังวร การปฏิบัติสมถะและวิปัสสนากรรมฐาน ส่วนฆราวาส ปฏิบัติโดยยึดหลักของศีล ๕ โลกธรรม ๘

๒. สร้างสรรค์ครอบครัว

ครอบครัวถือเป็นสถาบันพื้นฐานของสังคม ดังนั้นการสร้างสรรค์ครอบครัวให้มีความอบอุ่น หากปฏิวัติตนเองเพื่อการพัฒนาจิตใจให้เข้มแข็งแล้วสามารถสร้างสรรค์ได้โดยหลักของฆราวาสธรรม ๔ อคติ ๔

๓. อุทิศตัวเพื่อสังคม

การอุทิศตัวเพื่อสังคมนั้นเป็นการสานสัมพันธ์ให้สังคมมีความสำคัญในแง่ของโครงสร้างที่ยั่งยืน โดยยึดหลักของ สังคหวัตถุ ๔ อปริหานิยธรรม ๗ ทศพิธราชธรรม ๑๐

กระบวนการสร้างชุมชนและสังคมให้เข้มแข็งดังกล่าว ถือเป็นการสร้างคุณธรรมให้เกิดขึ้นในความคิดจนเป็นอุดมการณ์ของมนุษย์ว่าจะประกอบกิจกรรมใดๆ ต้องมีคุณธรรมควบคู่ด้วยเสมอ ดังนั้นด้วยนโยบายที่พระพุทธเจ้าทรงวางไว้แก่พุทธบริษัท เชื่อแน่ว่าเป็นการสร้างชุมชนและสังคมให้เข้มแข็งได้โดยใช้หลักการของพุทธธรรมาภิบาล คือ

๑. ศีล คือ กฎหมายหรือข้อบัญญัติ
๒. สมာธิ คือ การพัฒนาตนเองเพื่อให้เกิดคุณธรรมและจริยธรรม
๓. ปัญญา คือ สติปัญญาและความรู้จริง

นั่นก็หมายความว่า การสร้างสังคมที่เข้มแข็ง การทำให้มนุษย์มีความมั่นคง ทั้งด้านกายภาพ จิตใจ และวัฒนธรรม จะบรรลุได้นั้นต้องมี “หลักคิด” บนพื้นฐานของศีลและธรรม

จากนโยบายทางพระพุทธศาสนา ที่มุ่งเพื่อประโยชน์สุขของสังคมทั้ง ๓ ระดับ กล่าวคือ ระดับต้น ระดับกลาง และระดับสูงสุด ในการพัฒนาตนและสังคม สรุปลงที่

หลักการ ๓

๑. การไม่ทำบาปทั้งปวง ได้แก่ การงดเว้น การลด ละเลิก ทำบาปทั้งปวงซึ่งได้แก่
อกุศลกรรมบถ ๑๐ ทางแห่งความชั่ว อันเป็นความชั่วทางกาย ทางวาจา และทางใจ ประกอบด้วย

๑.๑ ความชั่วทางกาย ได้แก่ การฆ่าสัตว์ การลักทรัพย์ การประพฤติดิฉินในกาม

๑.๒ ความชั่วทางวาจา ได้แก่ การพูดเท็จ การพูดส่อเสียด การพูดเพ้อเจ้อ

๑.๓ ความชั่วทางใจ ได้แก่ การอยากได้สมบัติของผู้อื่น การผูกพยาบาท และความเห็นผิดจากทำนองคลองธรรม

๒. การทำกุศลให้ถึงพร้อม ได้แก่ การทำความดี ทุกอย่างซึ่งได้แก่ กุศลกรรมบถ ๑๐ อย่าง อันเป็นความดีทางกาย ทางวาจาและทางใจ ประกอบด้วย

๒.๑ การทำความดีทางกาย ได้แก่ การไม่ฆ่าสัตว์ ไม่ทำร้ายเบียดเบียน ผู้อื่นมิแต่ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน การไม่ถือเอาสิ่งของที่เจ้าของเขาไม่ได้ให้ มาเป็นของตน มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ และการไม่ประพฤติดิฉินในกาม

๒.๒ การทำความดีทางวาจา ได้แก่ การไม่พูดเท็จ ไม่พูดส่อเสียดไม่พูดคำหยาบและไม่พูดเพ้อเจ้อ พูดแต่คำจริง พูดคำอ่อนหวาน พูดคำให้เกิดความสามัคคีและพูดถูกกาลเทศะ

การทำความดีทางใจ ได้แก่ การไม่โลภอยากได้ของของผู้อื่นมิแต่คิดเสียสละการไม่ผูกอาฆาตพยาบาทมิแต่คิดเมตตาและปรารถนาดีและมีความเห็นความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องตามทำนองคลองธรรม เช่น เห็นว่าทำดีได้ดี ทำชั่วได้ชั่ว

๓. การทำจิตให้ผ่องใส ได้แก่ การทำจิตของตนให้ผ่องใส ปราศจากนิวรณ์ซึ่งเป็นเครื่องขัดขวางจิตไม่ให้เข้าถึงความสงบ มี ๕ ประการ ได้แก่

๓.๑ ความพอใจในกาม (กามฉันทะ)

๓.๒ ความอาฆาตพยาบาท (พยาบาท)

๓.๓ ความหดหู่ท้อแท้ ง่วงเหงาหาวนอน (ถีนะมิทธะ)

๓.๔ ความฟุ้งซ่าน รำคาญ (อุทธัจจะกุกกุจจะ)

๓.๕ ความลังเลสงสัย (วิกิจจา) เช่น สงสัยในการทำความดี ความเชื่อว่ามิมีผลจริงหรือไม่ วิธีการทำจิตให้ผ่องใส ที่แท้จริงเกิดขึ้นจากการละบาปทั้งปวงด้วยการถือศีลและบำเพ็ญกุศล ให้ถึงพร้อมด้วยการปฏิบัติสมณะและวิปัสสนา จนได้บรรลุอรหัตผล อันเป็นความผ่องใสที่แท้จริง

อุดมการณ์ ๔

๑. ความอดทน ได้แก่ ความอดกลั้น ไม่ทำบาปทั้งทางกายวาจา ใจ

๒. ความไม่เบียดเบียน ได้แก่ การงดเว้นจากการทำร้ายรบกวน หรือ เบียดเบียนผู้อื่น

๓. ความสงบ ได้แก่ ปฏิบัติตนให้สงบทั้งทางกาย ทางวาจาและทางใจ

๔. นิพพาน ได้แก่ การดับทุกข์ ซึ่งเป็นเป้าหมายสูงสุดในพระพุทธศาสนาเกิดขึ้นได้จากการดำเนินชีวิตตามมรรคมีองค์ ๘

วิธีการ ๖

๑. ไม่ว่าร้าย ได้แก่ ไม่กล่าวให้ร้ายหรือ กล่าวโจมตีใคร
๒. ไม่ทำร้าย ได้แก่ ไม่เบียดเบียนผู้อื่น
๓. สำรวมในปาติโมกข์ ได้แก่ ความเคารพระเบียบวินัย กฎ กติกา กฎหมาย รวมทั้งขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีของสังคม
๔. รู้จักประมาณ ได้แก่ รู้จักความพอดีในการบริโภคอาหาร หรือการใช้สอยสิ่งต่าง ๆ
๕. อยู่ในสถานที่ที่สงัด ได้แก่ อยู่ในสถานที่สงบมีสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม
๖. ผีกลัดจิตใจให้สงบ ได้แก่ ผีกลัดชำระจิตให้สงบมีสุขภาพ คุณภาพและประสิทธิภาพ

ที่ดี^{๗๙}

๒.๔.๒ การพัฒนาตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง

“...เศรษฐกิจพอเพียง
เป็นเสมือนรากฐานของชีวิต
รากฐานความมั่นคงของแผ่นดิน
เปรียบเสมือนเสาเข็ม
ที่ถูกรองรับบ้านเรือนตัวอาคารไว้นั่นเอง
สิ่งก่อสร้างจะมั่นคงได้ก็อยู่ที่เสาเข็ม
แต่คนส่วนมากมองไม่เห็นเสาเข็ม
และลืมเสาเข็มเสียด้วยซ้ำไป...”^{๘๐}

“...ให้พอเพียงนี้ก็หมายความว่า
มีกินมีอยู่ไม่ฟุ้งเฟ้อ ไม่หรูหราก็ได้ แต่ว่าพอ.
แม้บางอย่างอาจจะดูฟุ้งเฟ้อ แต่ถ้าทำให้มีความสุข
ถ้าทำได้ก็สมควรที่จะทำ สมควรที่จะปฏิบัติ.
อันนี้ก็ความหมายอีกอย่างของเศรษฐกิจ
หรือระบบพอเพียง...พอเพียงนี้อาจจะมีมาก
อาจจะมีของหรูหราก็ได้ แต่ว่าต้องไม่ไปเบียดเบียนคนอื่น.

^{๗๙} กิตติพงศ์ ดารักษ์, พุทธนโยบายเพื่อสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง, [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<http://www.polmcu.com/index.php/2012-10-08-05-16-7/15-4> [๔ มี.ค. ๒๕๕๖].

^{๘๐} พระราชดำรัสพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว จาการวสารชัยพัฒนา ฉบับประจำเดือนสิงหาคม ๒๕๔๒.

ต้องให้พอประมาณตามอัตภาพ
พูดจาก็พอเพียง ทำอะไรก็พอเพียง ปฏิบัติตนก็พอเพียง...”^{๘๑}

เศรษฐกิจพอเพียง เป็นแนวทางการดำเนินชีวิตและวิถีปฏิบัติที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมีพระราชดำรัสชี้แนะแก่พสกนิกรชาวไทยมาโดยตลอดนานกว่า ๓๐ ปี และได้ทรงเน้นย้ำแนวทางพัฒนาที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของทางสายกลางและความไม่ประมาทโดยคำนึงถึงความพอประมาณ ความมีเหตุผล การสร้างภูมิคุ้มกันในตัวเองที่ตลอดจนใช้ความรู้และคุณธรรมเป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิตการป้องกันให้รอดพ้นจากวิกฤตและให้สามารถดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์และความเปลี่ยนแปลงต่างๆ

“เศรษฐกิจพอเพียง” เป็นปรัชญาชี้ถึงแนวการดำรงอยู่และปฏิบัติตนของประชาชนในทุกระดับตั้งแต่ระดับครอบครัวระดับชุมชน จนถึงระดับรัฐ ทั้งในการพัฒนาและบริหารประเทศให้ดำเนินไปใน ทางสายกลางโดยเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อให้ก้าวทันต่อยุคโลกาภิวัตน์ ความพอเพียงหมายถึง ความพอประมาณ ความมีเหตุผลรวมถึงความจำเป็นที่จะต้องมีระบบภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีพอสมควรต่อการมีผลกระทบใดๆ อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายนอกและภายใน ทั้งนี้จะต้องอาศัยความรอบรู้ ความรอบคอบ และความระมัดระวังอย่างยิ่งในการนำวิชาการต่างๆมาใช้ในการวางแผนและการดำเนินการทุกขั้นตอน และขณะเดียวกันจะต้องเสริมสร้างพื้นฐานจิตใจของคนในชาติ โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ของรัฐ นักทฤษฎีและนักธุรกิจในทุกระดับ ให้มีสำนึกในคุณธรรม ความซื่อสัตย์สุจริต และให้มีความรอบรู้ที่เหมาะสมดำเนินชีวิตด้วยความอดทน ความเพียรมีสติ ปัญญา และความรอบคอบ เพื่อให้สมดุลและพร้อมต่อการรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและกว้างขวางทั้งด้านวัตถุ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมจากโลก ภายนอกได้เป็นอย่างดี^{๘๒}

๒.๔.๓ ความหมายของเศรษฐกิจพอเพียง

สุเมธ ตันติเวชกุล เลขาธิการมูลนิธิชัยพัฒนา ได้สรุปความหมายของเศรษฐกิจพอเพียง หรือระบบเศรษฐกิจที่พึ่งตนเองได้ว่า หมายถึง ความสามารถของชุมชนเมือง รัฐประเทศหรือภูมิภาคหนึ่งๆ ในการผลิตสินค้าและบริการทุกชนิดเพื่อเลี้ยงสังคมนั้นๆ ได้โดยพยายามหลีกเลี่ยงที่จะต้องพึ่งพาปัจจัยต่างๆ ที่เรามิได้เป็นเจ้าของ และเศรษฐกิจพอเพียงในระดับบุคคลนั้นคือ ความสามารถในการ

^{๘๑} พระราชดำรัสเนื่องในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา ๔ ธันวาคม ๒๕๔๑.

^{๘๒} สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร: พิมพ์ที่ โรงพิมพ์ ๒๑ เซ็นจูรี, ๒๕๕๐), หน้า ๖-๙.

การดำรงชีวิตได้โดยไม่เดือดร้อน กำหนดความเป็นอยู่อย่างประมาณตนตามฐานะ ตามอัตภาพ และที่สำคัญไม่หลงไหลไปตามกระแสของวัตถุนิยม มีอิสรภาพ เสรีภาพไม่พ้นจากการอยู่กับสิ่งใด^{๘๓}

คำว่า เศรษฐกิจ (Economy) ตามความหมายที่เข้าใจกันโดยทั่วไปนั้น หมายถึงการจัดการครอบครัวยุคใหม่ คือ มีความชำนาญในการจัดการเรื่องครอบครัว โดยที่เศรษฐกิจนั้นเป็นส่วนหนึ่งของวิชาเศรษฐศาสตร์ พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๕๒ ได้ให้ความหมายของเศรษฐกิจไว้ว่า งานอันเกี่ยวกับการผลิต การจำหน่ายจ่ายแจก และการบริโภคใช้สอยสิ่งต่างๆ ของชุมชน ด้านพระพุทธศาสนา เศรษฐกิจตามความหมาย แห่งศัพท์เดิมแล้วหมายถึงกิจกรรมที่ทำให้เกิดความประเสริฐ เพราะคำว่า เศรษฐ ในภาษาสันสกฤต และ เสฏฐ ในภาษาบาลีหมายถึงประเสริฐ เลิศ ดี ส่วนคำว่า กิจ หมายถึงกิจกรรมหรืออาชีพ การงาน ดังที่พุทธทาสภิกขุ ได้กล่าวไว้ว่า “เศรษฐกิจ ก็คือ กิจที่ประเสริฐที่สุด ในฐานะที่จะทำให้มนุษย์เป็นอยู่กันอย่างผาสุก นี้เรียกว่าโดยตัวหนังสือ”

แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง เป็นแนวปฏิบัติ โดยยึดหลักความพอดีกับศักยภาพของตนเอง บนพื้นฐานของการพึ่งตนเอง รวมทั้งมีความเอื้ออาทรต่อคนอื่น ๆ ในสังคมเป็นประการสำคัญ ถึงแม้ว่าแนวคิดนี้จะมุ่งเน้นไปสู่กลุ่มเกษตรกร หรือผู้มีที่ดินทั้งหลายแต่ก็ไม่ได้หมายความว่าทุกคนจะต้องกลับไปสู่ภาคเกษตรทั้งหมด ซึ่งเป็นไปไม่ได้ ในสภาพความเป็นจริง สำหรับคนอยู่นอกภาคเกษตรนั้น เศรษฐกิจพอเพียงก็ต้องถูกนำมาใช้เป็นหลักในการดำเนินชีวิตเพราะเศรษฐกิจพอเพียงเป็นปรัชญา เป็นแนวปฏิบัติตน ไม่ว่าจะอยู่ในกิจกรรมใด อาชีพใดก็ต้องยึดวิถีชีวิตไทย อยู่แต่พอดีอย่าฟุ้งเฟ้ออย่างไร้ประโยชน์ อย่ายึดวัตถุเป็นที่ตั้ง ให้ยึดเส้นทางสายกลาง อยู่กินตามฐานะ ใช้สติปัญญาในการดำรงชีวิต เจริญเติบโตอย่างค่อยเป็นค่อยไปอย่าใช้หลักการลงทุนเชิงการพนัน ซึ่งตั้งอยู่บนความเสี่ยง ต้องตั้งอยู่บนหลักของ “รู้ รัก สามัคคี” ใช้สติปัญญาปกป้องตนเองไม่ให้หลงกระแสนิยมวัตถุนิยม โดยให้รู้ถึงเหตุและผลตามสภาพแวดล้อมหรือบริบทของสังคมไทย ให้รู้จักแยกแยะสิ่งดี หรือสิ่งเลว สิ่งที่เป็นประโยชน์ และไม่เป็นประโยชน์ ตามสภาพความเป็นจริงของบ้านเมืองของเราเป็นที่ตั้ง ให้มีความรัก ความเมตตาที่จะช่วยเหลือสังคมให้รอดพ้นจากภัยพิบัติและรวมพลังกันด้วยความสามัคคีเป็นหมู่เหล่าขจัดข้อขัดแย้งไปสู่ความประนีประนอม รักษาผลประโยชน์ของส่วนรวมเป็นที่ตั้ง เศรษฐกิจพอเพียงคือการดำรงชีวิตในความพอดี มีชีวิตใหม่ คือ หวนกลับมาสู่วิถีชีวิตไทยที่จะทำให้ชาติบ้านเมือง และตัวเราหลุดพ้นจากความทุกข์ ด้านเศรษฐกิจและมีความสุขในที่สุด

เศรษฐกิจพอเพียง คือ เป้าหมายหนึ่งของการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคม และจัดเป็นเป้าหมายหลักที่สามารถคงอยู่ตลอดไปได้เคียงคู่กับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมเพื่อเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ด้านอื่นๆ ดังเช่นที่กระทรวงศึกษาธิการของประเทศไทยได้กำหนดไว้ใน

^{๘๓} สุเมธ ตันติเวชกุล, การดำเนินชีวิตในระบบเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริ, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์กรมพัฒนาชุมชน, ๒๕๕๒), หน้า ๕๓.

หลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐานหมวดสังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม สาระที่ ๓ ว่าด้วยเรื่อง เศรษฐศาสตร์ มาตรฐาน ส.๓.๑ ว่า “เข้าใจและสามารถบริหารจัดการทรัพยากรในการผลิตและการ บริโภคการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดได้อย่างมีประสิทธิภาพ และคุ้มค่ารวมทั้งเศรษฐกิจอย่าง พอเพียงเพื่อการดำรงชีวิตอย่างมีคุณภาพ”^{๘๔}

ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงนับเป็นแนวทางปฏิบัติเพื่อให้ชีวิตดำเนินไปในทางสาย กลางที่เหมาะสมสอดคล้องกับวิถีความเป็นอยู่อันเรียบง่ายของคนไทยซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้ให้ เหมาะสมกับประชาชนทุกระดับ ทั้งระดับ บุคคล ครอบครัว ชุมชน องค์กร และระดับประเทศ ได้ โดยมีคุณลักษณะที่สำคัญดังนี้

ความพอประมาณ หมายถึง ความพอดีต่อความจำเป็นและเหมาะสมกับฐานะของ ตนเอง สังคม สิ่งแวดล้อมรวมทั้งวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่นไม่มากเกินไป ไม่น้อยเกินไปและต้อง ไม่ เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น

ความมีเหตุผล หมายถึง การตัดสินใจ ดำเนินการเรื่องต่างๆอย่างมีเหตุผลตามหลัก วิชาการหลักกฎหมายหลักศีลธรรม จริยธรรมและวัฒนธรรมที่พึงมาคิดถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องอย่างถ่วง ถ่วง โดยคำนึงถึงผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการกระทำนั้นๆอย่างรอบคอบ

ภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี หมายถึง การเตรียมตัวให้พร้อมรับผลกระทบและการเปลี่ยนแปลง ในด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมเพื่อสามารถปรับตัวและรับมือได้อย่างทันที่ทันที่ เจื่อนใจสำคัญเพื่อให้เกิดความพอเพียงการตัดสินใจและดำเนินกิจกรรมต่างๆ ต้องอาศัยทั้งเงื่อนไข คุณธรรม หลักวิชา และเงื่อนไขชีวิตเป็นพื้นฐาน

เงื่อนไขคุณธรรม เสริมสร้างพื้นฐานจิตใจของคนในชาติให้มีความซื่อสัตย์สุจริต รู้ รัก สามัคคี ไม่โลภ ไม่ตระหนี่ และรู้จักแบ่งปันให้ผู้อื่น

เงื่อนไขหลักวิชา อาศัยความรู้รอบรู้ รอบคอบและระมัดระวังอย่างยิ่ง ในการนำวิชาการ ต่างๆมาใช้วางแผนและดำเนินการทุกขั้นตอน

เงื่อนไขชีวิต ดำเนินชีวิตด้วยความอดทนมีความเพียร มีสติ และปัญญาบริหารจัดการ การใช้ชีวิตโดยใช้หลักวิชาและคุณธรรมเป็นแนวทางพื้นฐาน^{๘๕}

การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงในด้านต่างๆ

^{๘๔} กระทรวงศึกษาธิการ, หลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช ๒๕๕๔, (กรุงเทพมหานคร: โรง พิมพ์องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์, ๒๕๕๕), หน้า ๔๑.

^{๘๕} สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง, หน้า ๑๓-๑๖.

ด้านเศรษฐกิจ ไม่ใช้จ่ายเกินตัวไม่ลงทุนเกินขนาดคิดและวางแผนอย่างรอบคอบมีภูมิคุ้มกันไม่เสี่ยงเกินไป

ด้านจิตใจมีจิตใจเข้มแข็ง มีจิตสำนึกที่ดี เอื้ออาทรเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตัว

ด้านสังคมและวัฒนธรรม ช่วยเหลือเกื้อกูลกันรู้จักสามัคคีสร้างความเข้มแข็งให้ครอบครัวและชุมชนรักษาเอกลักษณ์ภาษาภูมิปัญญาและวัฒนธรรมไทย

ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รู้จักใช้และจัดการอย่างฉลาดและรอบคอบฟื้นฟูทรัพยากรเพื่อให้เกิดความยั่งยืนและคงอยู่ชั่วลูกหลาน

ด้านเทคโนโลยี รู้จักใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการและสภาพแวดล้อมพัฒนาเทคโนโลยีจากภูมิปัญญาชาวบ้าน^{๘๖}

๒.๔.๔ เศรษฐกิจพอเพียงกับการพัฒนาคน

การพัฒนาคนตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง คือ การพัฒนาให้แต่ละคนมีหลักคิดและหลักปฏิบัติในการดำเนินชีวิตอย่างพอเพียง โดยใช้คุณธรรมนำความรู้ เพื่อพัฒนาตนเอง/ครอบครัว/ชุมชน/ชาติ ให้สามารถพึ่งตนเองได้และก้าวหน้าไปพร้อมกับความสมดุล ตลอดจนพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ

แนวทางการพัฒนาคนตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง เป็นการฝึกให้คิด พูด-ทำ อย่างพอดีพอเหมาะ พอควร บนหลักเหตุผล ไม่ประมาท โดยใช้สติและปัญญาในทางที่ถูกต้อง เพื่อเพิ่มทางเลือก และพัฒนาศักยภาพของแต่ละคน ให้สามารถอุ้มชูตัวเองและครอบครัวได้โดยไม่เบียดเบียนตัวเองและผู้อื่น และอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้อย่างสงบสุข-รู้จักสามัคคีอยู่ร่วมกับธรรมชาติได้อย่างสมดุลและยั่งยืน และมีค่านิยมที่ดีงาม ร่วมรักษาคูณค่าของความเป็นไทย

สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการการขับเคลื่อนหลักเศรษฐกิจพอเพียงให้เป็นวัฒนธรรมหลักในการใช้ชีวิตของคนในสังคม ต้องมีกระบวนการหล่อหลอมให้ทุกคนมีความเชื่อมั่นและสามารถนำหลักการนี้ไปประยุกต์ใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน และการศึกษาเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะทำให้เกิดกระบวนการดังกล่าว^{๘๗}

โครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (UNDP) ประจำประเทศไทย ได้กล่าวถึงเศรษฐกิจพอเพียงกับการพัฒนาคนว่า เป็นพันธมิตรตามธรรมชาติกับการพัฒนาคน เพราะเศรษฐกิจพอเพียง

^{๘๖} สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, **ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง**, หน้า ๒๒-๒๓.

^{๘๗} โครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (UNDP) ประจำประเทศไทย, **รายงานการพัฒนาคนของประเทศไทย ปี ๒๕๕๐**, (กรุงเทพมหานคร: ๒๕๕๐), หน้า ๓๘, อัดสำเนา.

กำหนดให้คนเป็นศูนย์กลาง โดยมีจุดเน้นอยู่ที่การมีชีวิตที่ดี มีใช้ความมั่งคั่ง มีเรื่องของความยั่งยืนเป็นความคิดแกนกลาง เข้าใจถึงความจำเป็นในความมั่นคงของคนและการเพิ่มขีดความสามารถให้คนสามารถพัฒนาศักยภาพของตนเองได้ อย่างไรก็ตาม เศรษฐกิจพอเพียงนั้นเป็นเพียงพันธมิตรมิใช่คู่แข่งของการพัฒนาคน ทั้งนี้เพราะเศรษฐกิจพอเพียงยังมีประเด็นเพิ่มเติมอีกสองเรื่อง ประการแรก เศรษฐกิจพอเพียงให้ความสำคัญต่อการพัฒนาพื้นฐานจิตใจและจิตวิญญาณมากกว่าโดยเฉพาะอย่างยิ่งเศรษฐกิจพอเพียงถือว่าการพัฒนาพื้นฐานจิตใจนั้นต้องเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาทุกชนิดโดยไม่อายแยกออกจากกันได้ ประการที่สอง เศรษฐกิจพอเพียงได้เสนอแนวทางในการตัดสินใจเกี่ยวข้องกับ การใช้ทรัพยากรเพื่อการพัฒนา ที่สามารถนำมาใช้ได้ทั้งในระดับองค์กรหรือหน่วยงานหรือรัฐบาลตลอดไปจนถึงปัจเจกบุคคล โดยที่เศรษฐกิจพอเพียงได้เสนอว่า จะตัดสินใจอย่างไร เศรษฐกิจพอเพียงของบุคคลหลาย ๆ ท่านที่กล่าวแล้วข้างต้นนั้น อาจสรุปแนวคิด เรื่องเศรษฐกิจพอเพียงได้ ดังนี้

เศรษฐกิจพอเพียง คือ เศรษฐกิจที่ต้งบนพื้นฐานของความพอดี พออยู่พอกิน พอใช้ ยึดหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา คือ มัชฌิมาปฏิปทาในการดำเนินกิจกรรมเศรษฐกิจ มีคุณภาพระหว่างชีวิตกับสิ่งต่างๆ ที่ชีวิตเข้าไปสัมพันธ์มีการจัดการหรือการดำเนินด้านต่างๆ ในสังคม ที่ตั้งอยู่บนความมีเหตุมีผล ยึดหลักพุทธธรรมเป็นแนวดำเนินชีวิต มีความเข้าใจสิ่งต่างๆ อย่างเป็นบูรณาการหรือเป็นองค์รวม ไม่มองสิ่งต่างๆ อย่างแยกส่วนดำเนินชีวิตแบบพอมีพอกินพอใช้ และสุจริตเป็นสัมมาอาชีวะก่อนเป็นเบื้องต้นแล้วค่อยพัฒนาไปสู่การกินดี อยู่ดี เป็นลำดับต่อไป

ผู้วิจัยได้สรุปว่า เศรษฐกิจพอเพียง เป็นปรัชญาหรือแนวคิด โดยมีหลักการและอุดมการณ์ที่จะช่วยพัฒนาชีวิตมนุษย์ และสังคมโลกให้มุ่งไปสู่ความยั่งยืนด้วยความรู้ตนเองพึ่งตนเองพอเพียง ไม่โลภมาก มีเหตุผลและพอประมาณ คุณภาพที่เกิดจากเศรษฐกิจพอเพียงจะทำให้สังคมประสบกับสันติสุขอย่างแท้จริงได้ในที่สุด

๒.๔.๕ หลักการทรงงาน ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ตามแนวปรัชญา

เศรษฐกิจพอเพียง

การทรงงานของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเป็นการดำเนินงานในลักษณะทางสายกลางที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของสังคมไทย และสามารถปฏิบัติได้จริง โดยทรงเน้น “การพัฒนาคน” เป็นตัวตั้ง และยึดหลักผลประโยชน์ของปวงชน และการมีส่วนร่วมตัดสินใจของประชาชน ตลอดจนภูมิสังคมที่คำนึงถึงความแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่และการพึ่งตนเอง โดยรู้จักประมาณตนและดำเนินการด้วยความรอบคอบ ระมัดระวัง และ “ทำตามลำดับขั้น” อย่างบูรณาการ ซึ่งอาศัยความ “เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา” และการ “รู้ รัก สามัคคี” ของทุกฝ่ายส่งผลให้ประชาชนและชุมชนในชนบทที่ได้ดำเนินการตามแนวพระราชดำริมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น สามารถพึ่งตนเองได้ ทั้งเรื่องเศรษฐกิจ สังคม

มีเทคโนโลยีที่เหมาะสม ดำเนินการได้อย่างประหยัด และใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน อันนำไปสู่ชุมชนและสังคมที่เข้มแข็ง และอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข “หลักการทรงงาน ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว” ที่สำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ (สำนักงาน กปร.) รวบรวมไว้มีความหลากหลายถึง ๒๓ หลักการ ซึ่งปวงชนชาวไทยสามารถน้อมนำมาปฏิบัติในวาระและโอกาสต่างๆ ตามความเหมาะสม ดังนี้

๑. ศึกษาข้อมูลอย่างเป็นระบบ

การที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงเล็งเห็นความสำคัญของการศึกษาข้อมูลรายละเอียดอย่างเป็นระบบทั้งจากข้อมูลเบื้องต้นจากเอกสาร แผนที่ สอบถามจากเจ้าหน้าที่นักวิชาการ และราษฎรในพื้นที่ให้ได้รายละเอียดที่ถูกต้อง เพื่อที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวจะช่วยเหลือได้อย่างถูกต้อง รวดเร็วตรงตามความต้องการของประชาชน

๒. ระเบิดจากข้างใน

พระองค์ทรงมุ่งเน้น เรื่องการพัฒนาคน โดยตรัสว่า “ต้องระเบิดจากข้างใน” หมายความว่า ต้องสร้างความเข้มแข็งให้คนในชุมชนที่เราเข้าไปพัฒนาให้มีสภาพพร้อมที่จะรับการพัฒนาล่วงหน้า แล้วจึงค่อยออกมาสู่สังคมภายนอก มิใช่การนำเอาความเจริญหรือบุคคลจากสังคมภายนอกเข้าไปหาชุมชนหรือหมู่บ้านที่ยังไม่ทันได้มีโอกาสเตรียมตัวหรือตั้งตัว

๓. แก้ปัญหาที่จุดเล็ก

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงเปี่ยมไปด้วยพระอัจฉริยภาพในการแก้ไขปัญหา ทรงมองปัญหาในภาพรวม (Macro) ก่อนเสมอ แต่การแก้ปัญหานั้นจะเริ่มจากจุดเล็กๆ (Micro) คือ การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่คนมักจะมองข้ามดังพระราชดำรัสความตอนหนึ่งว่า

“...ถ้าปวดหัวก็คิดอะไรไม่ออก เป็นอย่างนั้นต้องแก้ไขการปวดหัวนี้ก่อน... มันไม่ได้เป็นการแก้อาการจริง แต่ต้องแก้ปวดหัวก่อน เพื่อที่จะให้อยู่ในสภาพที่คิดได้... แบบ (Macro) นี้ เขาจะทำแบบรีดทั้งหมด ฉันไม่เห็นด้วย...อย่างบ้านคนอยู่ เรียบอกบ้านนี้มันผุตรงนั้น ผุตรงนี้ ไม่คุ้มที่จะไปซ่อม...เอาตกลองรื้อบ้านนี้ ระเบิดเลย เราจะไปอยู่ที่ไหน ไม่มีที่อยู่...วิธีทำต้องค่อยๆ ทำ จะไประเบิดหมดไม่ได้...”

๔. ทำตามลำดับขั้น

ในการทรงงานพระองค์จะทรงเริ่มต้นจากสิ่งที่เป็นของประชาชนที่สุดก่อน ได้แก่ สาธารณสุข เมื่อมีร่างกายสมบูรณ์แข็งแรงแล้วก็จะสามารถทำประโยชน์ด้านอื่นๆ ต่อไปได้ จากนั้นจะเป็นเรื่องสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานและสิ่งจำเป็นในการประกอบอาชีพ อาทิ ถนน แหล่งน้ำเพื่อการเกษตร การอุปโภคบริโภค ที่เอื้อประโยชน์ต่อประชาชนโดยไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติ รวมถึงการให้ความรู้ทางวิชาการและเทคโนโลยีที่เรียบง่ายเน้นการปรับใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ราษฎรสามารถ

นำไปปฏิบัติได้และเกิดประโยชน์สูงสุด ดังพระบรมราโชวาทเมื่อวันที่ ๑๘ กรกฎาคม ๒๕๑๗ ความตอนหนึ่งว่า

“...การพัฒนาประเทศจำเป็นต้องทำตามลำดับขั้น ต้องสร้างพื้นฐานคือความพอมีพอกิน พอใช้ของประชาชนส่วนใหญ่เป็นเบื้องต้นก่อน ใช้วิธีการและอุปกรณ์ที่ประหยัด แต่ถูกต้องตามหลักวิชาการ เมื่อได้พื้นฐานที่มั่นคงพร้อมพอสมควรและปฏิบัติได้แล้ว จึงค่อยสร้างค่อยเสริมความเจริญ และฐานะเศรษฐกิจขั้นที่สูงขึ้นโดยลำดับต่อไป หากมุ่งแต่จะทุ่มเทสร้างความเจริญยกเศรษฐกิจให้รวดเร็วแต่ประการเดียว โดยไม่ให้แผนปฏิบัติการสัมพันธ์กับสภาวะของประเทศและของประชาชน โดยสอดคล้องด้วย ก็จะเกิดความไม่สมดุลในเรื่องต่างๆ ขึ้น ซึ่งอาจกลายเป็นความยุ่งยากล้มเหลวได้ในที่สุด ดังเห็นได้ที่อารยประเทศกำลังประสบปัญหาทางเศรษฐกิจอย่างรุนแรงในเวลานี้การช่วยเหลือ สนับสนุนประชาชนในการประกอบอาชีพ และตั้งตัวให้มีความพอกิน พอใช้ก่อนอื่นเป็นพื้นฐานนั้น เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งยวด เพราะผู้ที่มีอาชีพและฐานะเพียงพอที่จะพึ่งตนเองย่อมสามารถสร้างความเจริญก้าวหน้าระดับที่สูงได้ต่อไปโดยแน่นอน ส่วนการถือหลักที่จะส่งเสริมความเจริญให้ค่อยเป็นไปตามลำดับ ด้วยความรอบคอบระมัดระวังและประหยัดนั้น ก็เพื่อป้องกันความผิดพลาดล้มเหลว และเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จได้แน่นอนบริบูรณ์...”

๕. ภูมิสังคม

การพัฒนาใดๆ ต้องคำนึงถึงสภาพภูมิประเทศของบริเวณนั้นว่าเป็นอย่างไร และสังคมวิทยา เกี่ยวกับลักษณะนิสัยใจคอของคน ตลอดจนวัฒนธรรมประเพณีในแต่ละท้องถิ่นที่มีความแตกต่างกันดังพระราชดำรัส ความตอนหนึ่งว่า

“...การพัฒนาจะต้องเป็นไปตามภูมิประเทศทางภูมิศาสตร์ และภูมิประเทศทางสังคมศาสตร์ในสังคมวิทยา คือ นิสัยใจคอของคนเราจะไปบังคับให้คนอื่นคิดอย่างอื่นไม่ได้ เราต้องแนะนำ เราเข้าไปช่วยโดยที่จะคิดให้เขาเข้ากับเราไม่ได้ แต่ถ้าเราเข้าไปแล้ว เราเข้าไปดูว่าเขาต้องการอะไรจริงๆ แล้วก็อธิบายให้เขาเข้าใจหลักการของการพัฒนานี้ก็จะเกิดประโยชน์อย่างยิ่ง...”

๖. องค์กรรวม

ทรงมีวิธีคิดอย่างองค์รวม (Holistic) หรือมองอย่างครบวงจร ในการที่จะพระราชทานพระราชดำริเกี่ยวกับโครงการหนึ่งนั้น จะทรงมองเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นและแนวทางแก้ไขอย่างเชื่อมโยง ดังเช่น กรณีของ “ทฤษฎีใหม่” ที่พระราชทานให้แก่ปวงชนชาวไทย เป็นแนวทางในการประกอบอาชีพแนวทางหนึ่งที่พระองค์ทรงมองอย่างองค์รวม ตั้งแต่การถือครองที่ดินโดยเฉลี่ยของประชาชนคนไทย ประมาณ ๑๐-๑๕ ไร่ การบริหารจัดการที่ดินและแหล่งน้ำ อันเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญในการประกอบอาชีพ เมื่อมีน้ำในการทำเกษตรแล้วจะส่งผลให้ผลผลิตดีขึ้น และหากมีผลผลิตเพิ่มมากขึ้น เกษตรกรจะต้องรู้จักวิธีการจัดการและการตลาด รวมถึงการรวมกลุ่มรวมพลังชุมชนให้

ความเข้มแข็ง เพื่อพร้อมที่จะออกสู่การเปลี่ยนแปลงของสังคมภายนอกได้อย่างครบวงจรนั้นคือ ทฤษฎีใหม่ ชั้นที่ ๑, ๒ และ ๓

๗. ไม่ติดตำรา

การพัฒนาตามแนวพระราชดำริ ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว มีลักษณะของการพัฒนาที่อนุโลม และรวมชอมกับสภาพธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และสภาพของสังคมจิตวิทยาแห่งชุมชน คือ “ไม่ติดตำรา” ไม่ผูกมัดติดกับวิชาการและเทคโนโลยีที่ไม่เหมาะสมกับสภาพชีวิตความเป็นอยู่ ที่แท้จริงของคนไทย

๘. ประหยัด เรียบง่าย ได้ประโยชน์สูงสุด

ในเรื่องของความประหยัดนี้ประชาชนชาวไทยทราบกันดีว่าเรื่องส่วนพระองค์ก็ทรงประหยัดมากดังที่เราเคยเห็นว่า หลอดยาสีพระทนต์นั้นทรงใช้อย่างคุ้มค่าอย่างไร หรือฉลองพระองค์ แต่ฉลองทรงใช้อยู่เป็นเวลานาน ดังที่นายสุเมธ ตันติเวชกุลเลขาธิการมูลนิธิชัยพัฒนา เคยเล่าว่า

“...กองงานในพระองค์โดยท่านผู้หญิงบุตรี วีระไวทยะ บอกว่าปีหนึ่งพระองค์เบิกดินสอ ๑๒ แท่ง เดือนละแท่ง ใช้จนกระทั่งกุด ใครอย่าไปทิ้งของท่านนะ จะกริ้วเลย ประหยัดทุกอย่างเป็นต้นแบบทุกอย่าง ทุกอย่างนี้มีค่าสำหรับพระองค์หมด ทุกบาททุกสตางค์จะใช้อย่างระมัดระวังจะสั่งให้เราปฏิบัติงานด้วยความรอบคอบ...” ขณะเดียวกันการพัฒนาและช่วยเหลือราษฎร ทรงใช้หลักในการแก้ไขปัญหาด้วยความเรียบง่ายและประหยัด ราษฎรสามารถทำได้เอง หาได้ในท้องถิ่นและประยุกต์ใช้สิ่งที่อยู่ในภูมิภาคนั้นๆมาแก้ไขปัญหาโดยไม่ต้องลงทุนสูงหรือใช้เทคโนโลยีที่ไม่ยุ่งยากนัก ดังพระราชดำรัสความตอนหนึ่งว่า

“...ให้ปลูกป่า โดยไม่ต้องปลูก โดยปล่อยให้ขึ้นเองตามธรรมชาติ จะได้ประหยัดงบประมาณ...”

๙. ทำให้ง่าย

ด้วยพระอัจฉริยภาพและพระปรีชาสามารถในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทำให้การคิดค้นดัดแปลง ปรับปรุง และแก้ไขงานการพัฒนาประเทศตามแนวพระราชดำรินั้นดำเนินไปได้โดยง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อน และที่สำคัญอย่างยิ่ง คือ สอดคล้องกับสภาพความเป็นอยู่และระบบนิเวศโดยส่วนรวม ตลอดจนสภาพทางสังคมของชุมชนนั้นๆ ทรงโปรดที่จะทำสิ่งที่ยากให้กลายเป็นง่าย ทำสิ่งที่สลับซับซ้อนให้เข้าใจง่ายอันเป็นการแก้ปัญหาด้วยการใช้กฎแห่งธรรมชาติเป็นแนวทางนั่นเอง แต่การทำสิ่งที่ยากให้กลายเป็นง่ายนั้นเป็นของยาก ฉะนั้นคำว่า “ทำให้ง่าย” หรือ “Simplicity” จึงเป็นหลักคิดสำคัญที่สุดของการพัฒนาประเทศในรูปแบบของโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ

๑๐. การมีส่วนร่วม

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงเป็นนักประชาธิปไตย จึงทรงนำ “ประชาพิจารณ์” มาใช้ในการบริหารเพื่อเปิดโอกาสให้สาธารณชน ประชาชนหรือเจ้าหน้าที่ทุกระดับ ได้มาร่วมกันแสดง

ความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องที่จะต้องคำนึงถึงความคิดเห็นของประชาชนหรือความต้องการของสาธารณชน ดังพระราชดำรัสความตอนหนึ่งว่า

“...สำคัญที่สุดจะต้องหัดทำให้กว้างขวางหนักแน่น รู้จักรับฟังความคิดเห็น แม้กระทั่งความวิพากษ์วิจารณ์จากผู้อื่นอย่างฉลาดเพราะการรู้จักรับฟังอย่างฉลาดนั้นแท้จริงคือ การระดมสติปัญญาและประสบการณ์อันหลากหลายมาอำนวยความสะดวกการปฏิบัติบริหารงานให้ประสบความสำเร็จที่สมบูรณ์นั่นเอง...”

๑๑. ประโยชน์ส่วนรวม

การปฏิบัติพระราชกรณียกิจ และการพระราชทานพระราชดำริในการพัฒนาและช่วยเหลือพสกนิกร พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงระลึกถึงประโยชน์ของส่วนรวมเป็นสำคัญ ดังพระราชดำรัสความตอนหนึ่งว่า

“...ใครต่อใครบอกว่าขอให้เสียสละส่วนตัวเพื่อส่วนรวมอันนี้ฟังจนเบื่ออาจจะรำคาญด้วยซ้ำว่า ใครต่อใครมาก็บอกว่าขอให้คิดถึงประโยชน์ส่วนรวม อาจมานึกในใจว่า ให้อะไรอยู่เรื่อยแล้วส่วนตัวจะได้อะไร ขอให้คิดว่าคนที่ให้เพื่อส่วนรวมนั้นมีได้ให้ส่วนรวมแต่อย่างเดียว เป็นการให้เพื่อตัวเองสามารถที่จะมีส่วนรวมที่จะอาศัยได้...”

๑๒. บริการรวมที่จุดเดียว

การบริการรวมที่จุดเดียวเป็นรูปแบบการบริการแบบเบ็ดเสร็จ หรือ One Stop Services ที่เกิดขึ้นเป็นครั้งแรกในระบบบริหารราชการแผ่นดินของประเทศไทย โดยทรงให้ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริเป็นต้นแบบในการบริการรวมที่จุดเดียว เพื่อประโยชน์ต่อประชาชนที่มาขอใช้บริการ จะประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย โดยมีหน่วยงานราชการต่างๆ มาร่วมดำเนินการและให้บริการประชาชน ณ ที่แห่งเดียว ดังพระราชดำรัสความตอนหนึ่งว่า

“...กรม กองต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประชาชนทุกด้านได้สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประองตองกัน ประสานกัน ตามธรรมดาแต่ละฝ่ายต้องมีศูนย์ของตน แต่ว่าอาจจะมึนงานถือว่าเป็นศูนย์ของตัวเองคนอื่นไม่เกี่ยวข้อง และศูนย์ศึกษาการพัฒนาเป็นศูนย์ที่รวบรวมกำลังทั้งหมดของเจ้าหน้าที่ทุกกรม กอง ทั้งในด้านเกษตรหรือในด้านสังคม ทั้งในด้านหางาน การส่งเสริมการศึกษาที่อยู่ด้วยกัน ก็หมายความว่าประชาชน ซึ่งจะต้องใช้วิชาการทั้งหลายก็สามารถที่จะมาดูส่วนเจ้าหน้าที่จะให้ความอนุเคราะห์แก่ประชาชนก็มาอยู่พร้อมกันในที่เดียวกันเหมือนกัน ซึ่งเป็นสองด้าน ก็หมายถึงว่า ที่สำคัญปลายทางคือประชาชนจะได้รับประโยชน์ และต้นทางของผู้เป็นเจ้าหน้าที่จะให้ประโยชน์...”

๑๓. ทรงใช้ธรรมชาติช่วยธรรมชาติ

ทรงเข้าใจถึงธรรมชาติและต้องการให้ประชาชนใกล้ชิดกับธรรมชาติ ทรงมองอย่างละเอียดถึงปัญหาธรรมชาติ หากเราต้องการแก้ไขธรรมชาติจะต้องใช้ธรรมชาติเข้าช่วยเหลือ อาทิ การ

แก้ไขปัญหาลำเลียงน้ำ ได้พระราชทานพระราชดำริ การปลูกป่า โดยไม่ต้องปลูก ปล่อยให้ธรรมชาติช่วยในการฟื้นฟูธรรมชาติ หรือแม้กระทั่ง การปลูกป่า ๓ อย่าง ประโยชน์ ๔ อย่าง ได้แก่ ปลูกไม้เศรษฐกิจ ไม้ผล และไม้พืชนอกจากได้ประโยชน์ตามชื่อของไม้แล้วยังช่วยรักษาความชุ่มชื้นให้แก่พื้นดินด้วย เห็นได้ว่าทรงเข้าใจธรรมชาติ และมนุษย์อย่างเกื้อกูลกัน ทำให้คนอยู่ร่วมกับป่าได้อย่างยั่งยืน

๑๔. ใช้ธรรมปราบอธรรม

ทรงนำความจริงในเรื่องความเป็นไปแห่งธรรมชาติและกฎเกณฑ์ของธรรมชาติมาเป็นหลักการ แนวปฏิบัติที่สำคัญในการแก้ปัญหาและปรับปรุงเปลี่ยนแปลงสภาพที่ไม่ปกติเข้าสู่ระบบที่เป็นปกติ เช่น การนำน้ำดี ขังน้ำเสีย หรือเจือจางน้ำเสียให้กลับเป็นน้ำดี ตามจังหวะการขึ้นลงตามธรรมชาติของน้ำ การบำบัดน้ำเน่าเสียโดยใช้ผักตบชวาซึ่งมีตามธรรมชาติให้ดูดซึมสิ่งสกปรกปนเปื้อนในน้ำ ดังพระราชดำรัสความว่า “ใช้ธรรมปราบอธรรม”

๑๕. ปลูกป่าในใจคน

เป็นการปลูกป่าลงบนแผ่นดินด้วยความต้องการอยู่รอดของมนุษย์ ทำให้ต้องมีการบริโภคและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างสิ้นเปลือง เพื่อประโยชน์ของตนเองและสร้างความเสียหายให้แก่สิ่งแวดล้อม ปัญหาความไม่สมดุลจึงบังเกิดขึ้น ดังนั้น ในการที่จะฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติให้กลับคืนมาจะต้องปลูกจิตสำนึกในการรักผืนป่าให้แก่คนเสียก่อน ดังพระราชดำรัสความตอนหนึ่งว่า

“...เจ้าหน้าที่ป่าไม้ควรจะต้องปลูกต้นไม้ ลงในใจคนเสียก่อน แล้วคนเหล่านั้นก็จะพากันปลูกต้นไม้ลงบนแผ่นดินและรักษาต้นไม้ด้วยตนเอง...”

๑๖. ขาดทุนคือกำไร

“...ขาดทุน คือ กำไร Our loss is our gain...การเสียคือ การได้ ประเทศชาติก็จะก้าวหน้า และการที่คนอยู่ดีมีสุขนั้น เป็นการนับที่เป็นมูลค่าเงินไม่ได้...”

จากพระราชดำรัสดังกล่าว คือ หลักการในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวที่มีต่อพสกนิกรไทย “การให้” และ “การเสียสละ” เป็นการกระทำอันมีผลเป็นกำไร คือความอยู่ดีมีสุขของราษฎร ซึ่งสามารถสะท้อนให้เห็นเป็นรูปธรรมชัดเจนได้ ดังพระราชดำรัสที่ได้พระราชทานแก่ตัวแทนของปวงชนชาวไทยที่ได้เข้าเฝ้าถวายพระพรเนื่องในวโรกาสเฉลิมพระชนมพรรษา เมื่อวันที่ ๔ ธันวาคม ๒๕๓๔ ณ ศาลาดุสิตาลัย พระตำหนักจิตรลดารโหฐาน ความตอนหนึ่งว่า

“...ประเทศต่างๆในโลก ในระยะ ๓ ปี มาแล้ว คนที่ก่อตั้งประเทศที่มีหลักทฤษฎีในอุดมคติที่ใช้ในการปกครองประเทศล้วนแต่ล่มสลายลงไปแล้วเมืองไทยของเราจะสลายลงไปหรือ เมืองไทยนับว่าอยู่ได้มาอย่างดีเมื่อประมาณ ๑๐ วันก่อน มีชาวต่างประเทศมาขอพบ เพื่อขอโอวาทเกี่ยวกับการปกครองประเทศว่าจะทำอย่างไร จึงได้แนะนำว่าให้ปกครองแบบคนจน แบบที่ไม่ติดตำรามากเกินไป ทำอย่างมีสามัคคี มีเมตตา กัน ก็จะอยู่ได้ตลอดไม่เหมือนกับคนที่ทำตามวิชาการ ที่เวลาปิด

ตำราแล้วไม่รู้จะทำอย่างไร ลงท้ายก็ต้องเปิดหน้าแรกเริ่มใหม่ถอยหลังเข้าคลอง ถ้าเราใช้ตำราแบบ อะลุ่มอล่วยกันในที่สุดได้ก็เป็นการดี ให้โอวาทเขาไปว่าขาดทุนเป็นการได้กำไรของเรา นัก เศรษฐศาสตร์คงค้านว่าไม่ใช่ แต่เราอธิบายได้ว่า ถ้าเราทำอะไรที่เราเสียแต่ในที่สุดเราเสียนั้น เป็นการ ได้ทางอ้อม ตรงกับงานของรัฐบาลโดยตรง เงินของรัฐบาลหรืออีกนัยหนึ่งคือเงินของประชาชน ถ้า อยากรู้ให้ประชาชนอยู่ดี กินดี ก็ต้องลงทุน ต้องสร้างโครงสร้าง ซึ่งต้องใช้เงินเป็นร้อยพัน หมื่นล้าน ถ้า ทำไปเป็นการจ่ายเงินของรัฐบาลแต่ไม่เข้าประชาชนจะได้รับผล ราษฎรอยู่ดีกินดี ราษฎรได้กำไรไป ถ้าราษฎรมีรายได้ รัฐบาลก็เก็บภาษีได้สะดวก เพื่อให้รัฐบาลได้ทำโครงการต่อไปเพื่อความก้าวหน้า ของประเทศชาติ ถ้ารู้จัก สามัคคี รู้เสียสละ คือการได้ ประเทศชาติก็จะก้าวหน้าและการที่คนอยู่ดีมี สุขนั้น เป็นการนับที่เป็นมูลค่าเงินไม่ได้...”

๑๗. การพึ่งตนเอง

การพัฒนาตามแนวพระราชดำรัสเพื่อแก้ไขปัญหาในเบื้องต้นด้วยการแก้ไขปัญหาเฉพาะ หน้าเพื่อให้มีความแข็งแรงพอที่จะดำรงชีวิตได้ต่อไป แล้วขั้นต่อไปก็คือ การพัฒนาให้ประชาชน สามารถอยู่ในสังคมได้ตามสภาพแวดล้อมและสามารถ “พึ่งตนเองได้” ในที่สุด ดังพระราชดำรัสความ ตอนหนึ่งว่า

“...การช่วยเหลือสนับสนุนประชาชนในการประกอบอาชีพและตั้งตัวให้มีความพอกิน พอใช้ก่อนอื่นเป็นสิ่งสำคัญยิ่งยวดเพราะผู้มีอาชีพ และฐานะเพียงพอที่จะพึ่งพาตนเองได้ ย่อมสามารถ สร้างความเจริญในระดับสูงขึ้นต่อไป...”

๑๘. พออยู่พอกิน

การพัฒนาเพื่อให้พสกนิกรทั้งหลายประสบความสุขสมบูรณ์ในชีวิตได้เริ่มจากการเสด็จฯ ไปเยี่ยมประชาชนทุกหมู่เหล่าในทุกภูมิภาคของประเทศไทย ได้ทอดพระเนตรความเป็นอยู่ของราษฎร ด้วยพระองค์เอง จึงทรงสามารถเข้าพระราชหฤทัยในสภาพปัญหาได้อย่างลึกซึ้งว่า มีเหตุผลมากมายที่ ทำให้ราษฎรตกอยู่ในวงจรแห่งทุกข์เข็ญ จากนั้นได้พระราชทานความช่วยเหลือให้พสกนิกรมีความกิน ดียู่ดี มีชีวิตอยู่ในขั้น “พออยู่พอกิน” ก่อน แล้วจึงขยายให้มีความอุดมสมบูรณ์ที่ก้าวหน้าต่อไปในการ พัฒนานั้น หากมองในภาพรวมของประเทศไทยเวลานี้เล็กน้อย แต่ต้องใช้ความคิดและกำลังของคนทั้ง ชาติ จึงจะบรรลุผลสำเร็จด้วยพระปรีชาญาณในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว จึงทำให้คนทั้งหลายได้ ประจักษ์ว่าแนวพระราชดำริในพระองค์นั้น “เรียบง่าย ปฏิบัติได้ผล” เป็นที่ยอมรับโดยทั่วกัน ดังพระ ราชดำรัสความตอนหนึ่งว่า “...ถ้าโครงการดี ในไม่ช้า ประชาชนก็ได้กำไร จะได้ผล ราษฎรจะอยู่ดีกิน ดีขึ้น จะได้ประโยชน์ไป...”

๑๙. เศรษฐกิจพอเพียง

เศรษฐกิจพอเพียงเป็นปรัชญาที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงมีพระราชดำริชี้แนะ แนวทางการดำเนินชีวิตแก่พสกนิกรชาวไทยมาโดยตลอดนานกว่า ๓๐ ปีตั้งแต่ก่อนเกิดวิกฤตการณ์

ทางเศรษฐกิจและเมื่อภายหลังได้ทรงย้ำแนวทางการแก้ไขเพื่อให้รอดพ้นและสามารถดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์และความเปลี่ยนแปลงต่างๆ ดังปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่ได้พระราชทานไว้ดังนี้“เศรษฐกิจพอเพียง เป็นปรัชญาชี้ถึงแนวการดำรงอยู่และปฏิบัติตนของประชาชนในทุกระดับตั้งแต่ระดับครอบครัว ระดับชุมชนจนถึงระดับรัฐ ทั้งในการพัฒนาและบริหารประเทศให้ดำเนินไปใน ทางสายกลาง โดยเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อให้ก้าวทันต่อโลกยุคโลกาภิวัตน์ ความพอเพียง หมายถึง ความพอประมาณ ความมีเหตุผล รวมถึงความจำเป็นที่จะต้องมีระบบภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีพอสมควรต่อการมีผลกระทบใดๆ อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายนอกและภายใน ทั้งนี้ จะต้องอาศัยความรอบรู้ ความรอบคอบ และความระมัดระวังอย่างยิ่ง ในการนำวิชาการต่างๆ มาใช้ในการวางแผนและการดำเนินการทุกขั้นตอน และขณะเดียวกันจะต้องเสริมสร้างพื้นฐานจิตใจของคนในชาติ โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ของรัฐ นักทฤษฎี และนักธุรกิจในทุกระดับให้มีสำนึกในคุณธรรม ความซื่อสัตย์ สุจริต และให้มีความรอบรู้ที่เหมาะสม ดำเนินชีวิตด้วยความอดทน ความเพียร มีสติ ปัญญา และความรอบคอบเพื่อให้สมดุลและพร้อมต่อการรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและกว้างขวางทั้งด้านวัตถุ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมจากโลกภายนอกได้เป็นอย่างดี”

๒๐. ความซื่อสัตย์ สุจริต จริงใจต่อกัน

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว พระราชทานพระราชดำรัส เรื่องความซื่อสัตย์ สุจริต จริงใจต่อกันอย่างต่อเนื่องตลอดมา เพราะเห็นว่า หากคนไทยทุกคนได้ร่วมมือกันช่วยชาติ พัฒนาชาติด้วยความซื่อสัตย์สุจริต จริงใจต่อกันแล้ว ประเทศไทยจะเจริญก้าวหน้าอย่างมาก ดังพระราชดำรัสดังนี้

“...คนที่ไม่มีความสุจริต คนที่ไม่มีความมั่นคงชอบแต่ makkelijk ไม่มีวันจะสร้างสรรค์ประโยชน์ส่วนรวมที่สำคัญอันใดได้ ผู้ที่มีความสุจริตและความมุ่งมั่นเท่านั้น จึงจะทำงานสำคัญยิ่งใหญ่ที่เป็นคุณเป็นประโยชน์แท้จริงได้สำเร็จ...”

พระราชดำรัส เมื่อวันที่ ๑๒ กรกฎาคม ๒๕๒๒

“...ผู้ที่มีความสุจริตและบริสุทธิ์ใจ แม้จะมีความรู้น้อยก็ย่อมทำประโยชน์ให้แก่ส่วนรวมได้มากกว่าผู้มีความรู้มากแต่ไม่มีความสุจริตไม่มีความบริสุทธิ์ใจ...”

พระราชดำรัส เมื่อวันที่ ๑๘ มีนาคม ๒๕๓๓

“...ผู้ว่า CEO ต้องเป็นคนทีสุจริต หุจริตไม่ได้ ถ้าหุจริตแม้แต่นิดเดียวก็ขอแข่งให้มีอันเป็นไป...”

“...ข้าราชการหรือประชาชนมีการหุจริต ถ้ามีหุจริตแล้ว บ้านเมืองพัง ที่เมืองไทยพังมาเพราะมีหุจริต...”

พระราชดำรัส เมื่อวันที่ ๓ ตุลาคม ๒๕๔๖

๒๑. ทำงานอย่างมีความสุข

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงพระเกษมสำราญและทรงมีความสุขทุกคราที่จะช่วยเหลือประชาชน ซึ่งเคยมีพระราชดำรัสครั้งหนึ่งความว่า

“...ทำงานกับฉัน ฉันไม่มีอะไรจะให้ นอกจากการมีความสุขร่วมกัน ในการทำประโยชน์ให้กับผู้อื่น...”

๒๒. ความเพียร : พระมหาชนก

จากพระราชนิพนธ์“พระมหาชนก” เป็นพระราชนิพนธ์ที่พระองค์ทรงใช้เวลาค่อนข้างนานในการคิดประดิษฐ์ ทำให้เข้าใจง่ายและปรับเปลี่ยนให้เข้ากับสภาพสังคมปัจจุบัน อีกทั้งภาพประกอบและคติธรรมต่างๆ ได้ส่งเสริมให้หนังสือเล่มนี้ มีความศักดิ์สิทธิ์ที่หากคนไทยน้อยรับมาศึกษาวิเคราะห์ และปฏิบัติตามรอยพระมหาชนกผู้เพียรพยายามแม้จะไม่เห็นฝั่ง ก็ยังว่ายน้ำต่อไป เพราะถ้าไม่เพียรว่ายก็จะตกเป็นอาหาร ปู ปลา และไม่ได้พบกับเทวดาที่มาช่วยเหลือมิให้จมน้ำไป เช่นเดียวกับพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ที่ทรงริเริ่มทำโครงการต่างๆ ในระยะแรก ที่ไม่มีความพร้อมในการทำงานมากนัก และทรงใช้พระราชทรัพย์ส่วนพระองค์ทั้งสิ้น แต่พระองค์ก็ได้ท้อพระราชหฤทัย มุ่งมั่นพัฒนาบ้านเมืองให้บังเกิดความร่มเย็นเป็นสุข

๒๓. รู้ รัก สามัคคี

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว มีพระราชดำรัสในเรื่อง “รู้ รัก สามัคคี” มาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นคำสามคำ ที่มีค่าและมีความหมายลึกซึ้ง พร้อมทั้งสามารถปรับใช้ได้กับทุกยุคทุกสมัย

รู้ : การที่เราจะลงมือทำสิ่งใดนั้น จะต้องรู้เสียก่อน รู้ถึงปัจจัยทั้งหมด รู้ถึงปัญหาและรู้ถึงวิธีการแก้ปัญหา

รัก : คือความรัก เมื่อเรารู้ครบถ้วนกระบวนความแล้ว จะต้องมีความรักการพิจารณาที่จะเข้าไปลงมือปฏิบัติแก้ไขปัญหานั้นๆ

สามัคคี : การที่จะลงมือปฏิบัตินั้น ควรคำนึงเสมอว่า เราจะทำงานคนเดียวไม่ได้ ต้องทำงานร่วมมือร่วมใจเป็นองค์กรเป็นหมู่คณะ จึงจะมีพลังเข้าไปแก้ปัญหาให้ลุล่วงไปได้ด้วยดี^{๘๘}

๒.๔.๖ หน้าที่และวิธีการของนักพัฒนา

งานที่เป็นกระบวนการ “หน้าที่” คือช่วยให้บุคคล พื้นที่เป้าหมาย หรือกิจการที่ตนรับผิดชอบมีความเจริญก้าวหน้าขึ้น ส่วน “วิธีการของนักพัฒนา” มีหลายขั้นตอนและหลายลักษณะ ขึ้นอยู่กับงานพัฒนาที่ทำจะขอยกตัวอย่างการทำงานพัฒนาชุมชนอย่างง่ายๆ ที่เคยปฏิบัติกันอื่นจะต้องหาข้อมูล รวบรวมปัญหาสภาพทั่วไปของท้องถิ่นและชุมชน ทั้งในด้านภูมิศาสตร์และสังคม ซึ่ง

^{๘๘} สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, พระมหากษัตริย์นักพัฒนา เพื่อประโยชน์สุขสู่ปวงประชา, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ ศูนย์การพิมพ์เพชรรุ่ง, ๒๕๕๔), หน้า ๑๒-๒๔.

ควรดูทั้งข้อมูลจากเอกสารการออกสำรวจ และข้อมูลจากบุคคล โดยเฉพาะอย่างยิ่งบุคคลในพื้นที่และบุคคลที่เคยปฏิบัติงานมาแล้วทั้งนี้ การมีความรู้ด้านภูมิศาสตร์และแผนที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการกำหนดพื้นที่ทางการเกษตรอุตสาหกรรม การตั้งถิ่นฐาน จะทำให้ทราบระยะทาง ลักษณะพื้นที่ รวมทั้งข้อมูลอื่นๆ ที่จะนำมาใช้เป็นฐานความรู้ในการปฏิบัติงานจากนั้น จะต้องเขียนโครงการ บ่งให้เห็นชัดถึงสภาพทั่วไปของพื้นที่ สภาพปัญหา วิธีการแก้ปัญหา ช่วงเวลาปฏิบัติงาน งบประมาณที่จำเป็นต้องใช้และแหล่งงบประมาณ (อาจต้องหาตนเอง) และเมื่อเริ่มดำเนินโครงการแล้ว จะต้องให้ความสนใจ ไปดูและคอยแนะนำ รวมทั้งแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้ ระหว่างการทำงาน เพื่อให้สามารถทำงานในขั้นต่อไปได้ตามเป้าหมายที่วางไว้เมื่อโครงการประสบความสำเร็จแล้ว ควรจะมีการถ่ายทอดเทคโนโลยี เช่น การจัดการอบรม (Training) การจัดการดูงานแก่เจ้าหน้าที่และบุคคลเป้าหมายซึ่งจะช่วยให้มีความรู้ในงานที่ทำ และความรู้อื่นๆ ที่เกี่ยวเนื่องดีขึ้น รวมทั้งเกิดความตื่นตัวต่อการใฝ่รู้ได้ แนวความคิดใหม่ๆ เช่น อาจนำคนที่เคยทำงานที่แห่งหนึ่งไปดูงานอีกแห่ง และที่สำคัญจะต้องมีการประเมินผลโครงการ (Monitoring) เพื่อแก้ไขข้อบกพร่องที่เกิดขึ้น ทั้งในระหว่างดำเนินโครงการและเป็นบทเรียนสำหรับการจัดทำโครงการใหม่ครั้งต่อไป^{๘๘}

๒.๕ ประวัติวัดอโศการาม

วัดอโศการาม เดิมมีพื้นที่ประมาณ ๕๓ ไร่ เมื่อปีพ.ศ. ๒๔๗๙ – ๒๔๘๘ ซึ่งเป็นบริเวณที่ท่านพ่อลีได้เริ่มก่อตั้งสำนักสงฆ์และชายเลนที่มีความสมบูรณ์เนื่องด้วยภิกษุวัดอโศการาม ได้ถือการอยู่ป่าเป็นแนววัตรปฏิบัติของท่านหลวงพ่ลี จึงให้ความสำคัญกับป่าโดยเฉพาะป่าชายเลนที่มีความสงบ มีความสมบูรณ์ตามธรรมชาติ ส่วนตอนบนของพื้นที่ซึ่งเป็นที่บกทางวัดก็ได้พยายามสร้างป่าบกด้วยพรรณไม้นานาชนิด

ประวัติวัดอโศการาม

นาแม่ขาว เป็นชื่อตำบล เป็นที่ตั้งของวัดอโศการามปัจจุบัน ตามประวัติที่กล่าวไว้ในหนังสือชีวประวัติ พระสุทธธรรมรังสีคัมภีรเมธาจารย์ (พระอาจารย์ลี ธมฺมธโร) ความว่า ที่ตั้งวัดอโศการามปัจจุบันนี้ เดิมเรียกว่า "นาแม่ขาว" เจ้าของที่ดินคือ นางกิมหงษ์ และนายสุเมธ ไกรกาญจน์ ได้ถวายที่ดินให้สร้างวัดเนื้อที่ประมาณ ๕๓ ไร่ เมื่อ ปี พ.ศ. ๒๔๗๗ จนกระทั่งปี พ.ศ. ๒๔๘๘ จึงได้เริ่มตั้งสำนักขึ้นเป็นครั้งแรก โดยให้พระลูกศิษย์ คือพระครูใบฎีกาทศน์ มาเฝ้าสำนักแทน พร้อมกับลูกศิษย์อีก ๕ รูป รวมมีพระที่สำนักนี้ในครั้งแรกตั้ง จำนวน ๖ รูป" เมื่อออกพรรษาและได้จัดงานพระราชทานเพลิงศพสมเด็จฯ เรียบร้อยแล้ว เป็นปี พ.ศ. ๒๔๘๘ ท่านพ่อลี จึงได้ออกไปจำพรรษาที่วัดอโศการาม

^{๘๘} สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 24 พระมหากษัตริย์นักพัฒนา เพื่อประโยชน์สุขสู่ปวงประชา, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ ศูนย์การพิมพ์เพชรรุ้ง, ๒๕๕๔), หน้า ๔๗-๔๘.

ในระหว่างนี้ได้เริ่มคิดดำริจัดงานฉลองสมโภช ๒๕ พุทธศตวรรษ ในปีพ.ศ.๒๕๐๐ การดำริในเรื่องนี้ ท่านได้ดำริมานานปีแล้ว คือเริ่มดำริตั้งแต่ปีที่ได้เดินทาง ออกมาจากดงบ้านผาแต่นแสนกันดาร (เชียงใหม่) วัดอโศการาม ได้รับการพัฒนาสืบเนื่องมาโดยลำดับ แม้หลังท่านพ่อลีได้มรณภาพไปแล้ว

(ปี พ.ศ.๒๕๐๔) ได้มีการขยายพื้นที่ออกไป ทางด้านทิศตะวันออก ซึ่งเป็นสถานที่ตั้งของวิหารสุทธธรรมรังสีในปัจจุบัน พร้อมกันนั้นก็ได้ทำการสร้างพระอุรังคเจดีย์ ที่ท่านพ่อได้วางแบบเอาไว้ให้สำเร็จจุล่งไปด้วยดี เป็นปูชนียสถานประดิษฐานพระบรมสารีริกธาตุ ไว้เป็นที่สักการะของเหล่าเทวดา และมนุษย์ทั้งหลายชื่อว่า “อุรังคเจดีย์” เป็นเจดีย์หมู่ ๑๓ องค์ วัดอโศการาม เป็นสถานที่ปฏิบัติธรรมกัมมัฏฐานภาวนา ที่ท่านพ่อลี ได้วางรากฐานไว้ เหล่าศิษยานุศิษย์ได้ปฏิบัติสืบต่อกันมา

ชื่อวัดอโศการาม

คำว่า “อโศการาม” เป็นคำสนธิเป็นคำ ๒ คำ คือ “อโศก” ที่แปลว่า “ไร้ความเศร้า” กับคำว่า “อาราม” ที่มีความหมายว่า “แหล่งรื่นรมย์” เมื่อนำรวมกันแล้วจะมีความหมายที่ดีคือ แหล่งรื่นรมย์ที่ไร้ความเศร้าหมอง ซึ่งเมื่อก้าวเท้าเข้าสู่ประตูแห่งธรรมะที่มีชื่ออย่าง “วัดอโศการาม” แห่งนี้แล้ว ก็คงต้องยอมรับว่าแหล่งนี้เป็น “แหล่งรื่นรมย์” และ “ร่มรื่น” ไปด้วยพรรณไม้นานาชนิด ไม่ว่าจะเป็นป่าโกงกาง ไม้ลำพู หรือปลงทอง แต่ถึงอย่างไรก็ดี วัดอโศการามนี้ยังแสดงให้เห็นความแตกต่างจากคำว่า “อาราม” จากวัดทั่วไป

ปัจจุบัน วัดอโศการามมีเนื้อที่ทั้งหมดรวม ๑๕๕ ไร่ ๑ งาน ๕๖ ตารางวา โดยทั้งหมดของเนื้อที่เป็นพื้นที่ป่าชายเลน ๘๐ ไร่เศษ ทิศเหนือ มีถนนออกไปสู่ถนนสุขุมวิท ทิศใต้ จรดชายทะเล ซึ่งมีบริเวณพื้นที่เป็นป่าชายเลน ทิศตะวันออก ติดกับบริเวณสถานพักฟื้นคนชราสว่างคนิवास ทิศตะวันตก ติดกับเขตโรงงานต่างๆซึ่งมีพระญาณวิศิษฐ์ (หลวงพ่อดอง จันทสิริ) เป็นเจ้าอาวาส

โครงการศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อมวัดอโศการาม

ป่าชายเลนวัดอโศการาม เป็นป่าที่ขึ้นอยู่ระหว่างเขตน้ำขึ้นสูงสุดกับระดับน้ำทะเล เป็นพื้นที่มีน้ำทะเลท่วมถึง หรือได้รับอิทธิพลของน้ำทะเล ดินบริเวณป่าชายเลนเป็นดินเลนสีดำ หรือดินปนทราย พืชที่ขึ้นในป่าชายเลนเป็นพืชที่มีระบบรากซับซ้อน บางชนิดเป็นรากหายใจ เช่น รากแสม บางชนิดเป็นรากค้ำจุน เช่น รากโกงกาง รากของพืชป่าชายเลนจะช่วยให้ตะกอนดินต่างๆ ตกทับถมกัน เป็นการเพิ่มเนื้อที่ชายหาดและเพิ่มความอุดมสมบูรณ์ให้แก่ดิน สัตว์น้ำที่พบในป่าชายเลนของวัดอโศการาม มีหลายชนิดและมีจำนวนมาก เพราะลักษณะป่าชายเลนเหมาะสำหรับเป็นที่อาศัยของสัตว์ทั้งด้านสภาพพื้นที่และความอุดมสมบูรณ์ของอาหาร เป็นแหล่งขยายพันธุ์และอนุบาลตัวอ่อน สัตว์ที่

พบในป่าชายเลนบริเวณวัดอโศการาม ได้แก่ นกต่างๆ ลิง ปลาตีน ปลากระบอก ปลากะพง ปูต่างๆ หอยแมลงภู่ หอยนางรม กุ้ง

ปลูกป่าปลูกความดี

ความเป็นมาของโครงการ

ด้วยเหตุที่ท่านพ่อลี ธมฺมธโร ถืออยู่ป่า ท่านได้มาจำพรรษาอยู่ที่นาแม่ขาวที่เรียกว่า วัดอโศการามแห่งนี้ ได้ตั้งขึ้นเป็นสำนักสงฆ์ขึ้นเป็นครั้งแรกเมื่อ พ.ศ.๒๔๙๘ พื้นที่ป่าชายเลนบริเวณวัดอโศการามนี้จึงได้มีสภาพเป็นป่าชายเลนที่สมบูรณ์โดดเด่น นับเป็นแบบอย่างของการอนุรักษ์ให้ดำรงไว้ซึ่งความสงบ ร่มรื่นร่มเย็น เป็นป่าให้บรรดาศิษย์ท่านพ่อลีได้เจริญในอุดมคติ และด้วยการที่เป็นเขตอาราม ป่าชายเลนนี้จึงเป็นเขตอภัยทานที่คงความสำคัญในเรื่องดินแดนปฐมภูมิของสัตว์น้ำชายเลนและสัตว์ทะเลนานาชนิด ให้ได้อาศัยเป็นที่เพิ่มประชากรสัตว์น้ำและออกไปเจริญเติบโตในทะเลเป็นสินในน้ำต่อไป

ปัจจุบันนี้กระแสการรักธรรมชาติกำลังได้รับความนิยมและเอาใจใส่ หลากหลายคนเมื่อมีเวลาว่างก็จะไปต่างจังหวัด ไปดูธรรมชาติ ไปปลูกป่า มีกิจกรรมต่างๆเกี่ยวกับธรรมชาติมากมาย โดยเฉพาะป่าชายเลนจะมีโครงการคนไปปลูกป่าชายเลนอยู่บ่อยๆ แต่ป่าชายเลนใกล้เมืองหลวงมีอยู่ไม่กี่ที่ แต่ละแห่งล้วนเริ่มเสื่อมโทรมลง นอกเหนือจากการปลูกป่าและการท่องเที่ยวดูสัตว์ธรรมชาติแล้ว คงมีไม่กี่คนที่จะทราบว่ายังมีป่าชายเลนที่อยู่ใกล้กันกับวัด สถานที่ปฏิบัติธรรมที่เงียบสงบ ซึ่งที่แห่งนั้นก็คือป่าชายเลนวัดอโศการาม ตำบลท้ายบ้าน อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งจะเป็นการดีถ้าการได้ไปเที่ยวธรรมชาติใกล้เมืองหลวงแล้วยังได้ไปไหว้พระปฏิบัติธรรมอีกด้วย

โดยมีการจัดทำโครงการการพัฒนาป่าชายเลนให้เป็นศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อมวัดอโศการาม โดยการสนับสนุนของวัดอโศการาม ซึ่งมีพระภิกษุวิศิษฐ์ เจ้าอาวาสและพระครูปลัดมงคลวัฒน์ (พระอาจารย์บุญญ์) โรงเรียนต่างๆ รวมถึงองค์กรธุรกิจต่างๆ นายกเทศมนตรีตำบลบางปู นายสมชาติ มีกลิ่นหอม หัวหน้าหน่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมท้องถิ่น จังหวัดสมุทรปราการ นางสุมาลย์ มีกลิ่นหอม หัวหน้าสำนักงานหน่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมท้องถิ่น จังหวัดสมุทรปราการ

วัตถุประสงค์ของโครงการ

เพื่อเป็นการสร้างแหล่งเรียนรู้ธรรมะท่ามกลางธรรมชาติให้ผู้คนเข้าวัดมากขึ้น และปลูกจิตสำนึกให้คนในสังคมรักธรรมชาติ

เป้าหมายของโครงการ

๑. ต้องการฟื้นฟูสภาพป่าชายเลน โดยการเก็บขยะ ทำความสะอาดศาลาที่พัก
๒. ปลูกต้นไม้ในป่าชายเลนให้ได้หลายๆชนิด

๓. มีคนในชุมชนหรือบุคคลอื่นที่สนใจมาร่วมปลูกป่าจำนวน ๑,๐๐๐ คน

กลุ่มเป้าหมาย : คนในชุมชนหรือบุคคลอื่นที่สนใจ และองค์กรธุรกิจที่เข้าร่วม

โครงการ

สถานที่ทำโครงการ : วัดโศการาม ซอยสุขาภิบาล ๕๘ ถ. สุขุมวิท (กม.๓๑) ต.ท้ายบ้าน อ.เมือง จ. สมุทรปราการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับจากการดำเนินโครงการ

๑. ป่าชายเลนสะอาด น่าเที่ยว มีต้นไม้เพิ่มขึ้น
๒. คนในชุมชนและทุกคนรักธรรมชาติ และร่วมกันอนุรักษ์ป่าชายเลนมากขึ้น
๓. คนได้รู้จักและมาท่องเที่ยวป่าชายเลนวัดโศการามมากขึ้น
๔. คนเข้าวัดทำบุญ ปฏิบัติธรรมมากขึ้น
๕. เพื่อให้มนุษย์ตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อม และสร้างจิตสำนึกในการหวงแหนทรัพยากรธรรมชาติ รวมถึงการสร้างความรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในด้านสิ่งแวดล้อม

รายละเอียดกิจกรรมและการดำเนินงาน

๑. จัดหาต้นกล้า
๒. โปรโมทโครงการตามสื่ออินเทอร์เน็ต และประชาสัมพันธ์ชุมชนรอบๆวัด
๓. ลงพื้นที่ปฏิบัติการ

๒.๖ ทบทวนเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

๒.๖.๑ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ

จากการทบทวนเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ พบว่ามีผู้ทำการศึกษาวิจัยไว้ดังนี้

จิรัชญา โยธาทิรักษ์ ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) และผลของภาพลักษณ์ต่อทัศนคติที่มีต่อตราสินค้า ปตท. ด้วยวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยศึกษาประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำนวน ๔๐๒ ตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารโดยรวมเกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมของ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) อยู่ในระดับน้อย ซึ่งเป็นการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ในระดับมาก จากสื่อสิ่งพิมพ์ในระดับปานกลาง และจากเว็บไซต์ของ ปตท. ในระดับน้อยที่สุด โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้และความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมของ บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) อยู่ในระดับปานกลาง

กลาง สำหรับภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวมของ บริษัท ปตท.จำกัด(มหาชน) ในสายตาของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับดีหรือเป็นเชิงบวก^{๙๐}

กุลนัดดา สุวรรณศรี ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ที่มีอิทธิพลต่อคุณค่าตราสินค้า “ฮอนด้า” และแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และจำนวนรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในครอบครัวลักษณะบุคลิกภาพรูปแบบการดำรงชีวิต และความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ที่มีต่อคุณค่าตราสินค้า “ฮอนด้า” ตลอดจนความสัมพันธ์ระหว่างคุณค่าตราสินค้า “ฮอนด้า” กับ แนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ กลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุ ๑๘ ปีขึ้นไปเป็นผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลยี่ห้อฮอนด้า และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน ๔๒๐ คน ผลการวิจัยพบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมมีผลทำให้ผู้บริโภคมีการรับรู้คุณค่าตราสินค้าด้านความซื่อสัตย์ซึ่งถึงคุณค่าตราสินค้า คือการทำให้ลูกค้ามีความพอใจที่เกิดจากการที่ลูกค้าได้รับสินค้าหรือบริการที่เหนือความคาดหมายของเขา มีผลทำให้ลูกค้าซื้อสินค้าของบริษัท ดังนั้นในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม จะต้องดำเนินการและทำให้ผู้บริโภคได้รับรู้ให้มากที่สุด โดยเน้นการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น เพื่อภาพลักษณ์ที่ดีของสินค้าและองค์กร^{๙๑}

ณัฐดนัย พงศ์สถาพร ได้ทำการศึกษาเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม และ คุณค่าตราสินค้า ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อกองทุนรวม LTF ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษา ความรับผิดชอบต่อสังคมและคุณค่าตราสินค้า ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อกองทุนรวม LTF ของธนาคารกรุงไทยของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาครที่เคยซื้อ กองทุนรวม LTF ของธนาคารกรุงไทย ที่มีอายุตั้งแต่ ๑๘ ปี ขึ้นไป จำนวน ๔๐๑ คน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการซื้อ ได้แก่ ความถี่ในการลงทุนเพิ่มเติม แนวโน้มการลงทุนในอนาคต และการแนะนำให้ผู้อื่นเข้ามาลงทุน มีความสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจในการซื้อในระดับสูง และ

^{๙๐} จิรัชญา โยธาทิกรักษ์. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) และผลของภาพลักษณ์ต่อทัศนคติที่มีต่อตราสินค้า ปตท.”, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ (มหาวิทยาัยหอการค้าไทย, ๒๕๕๑).

^{๙๑} กุลนัดดา สุวรรณศรี, “ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ที่มีอิทธิพลต่อคุณค่าตราสินค้า ฮอนด้า และแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร”, สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต(การจัดการ), (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ๒๕๕๑).

สามารถทำนายได้โดย ความรับผิดชอบทางสังคมขององค์กร ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ และคุณค่าตราสินค้า ได้แก่ การรู้จักตราสินค้าและ ความภักดีต่อตราสินค้า^{๙๒}

พัชร นิวัฒน์เจริญชัยกุล ได้ทำการศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานบริษัท เทเลคอมเอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยทำการศึกษาพนักงานบริษัทฯ และบริษัทในเครือ รวม ๓ บริษัท จำนวน ๓๕๔ ตัวอย่าง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบกิจกรรมเพื่อสังคมที่พนักงานบริษัทฯ เข้าร่วม รวมถึงปัจจัยที่ส่งเสริมและเป็นอุปสรรคต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคม ตลอดจนแนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมของพนักงาน ผลการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษา และอายุงานมีความสัมพันธ์กับรูปแบบกิจกรรมเพื่อสังคมที่พนักงานบริษัทฯ เข้าร่วม ในขณะที่เพศ อายุ สถานภาพสมรส ตำแหน่งงาน และรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบกิจกรรมเพื่อสังคมที่ พนักงานบริษัทฯ เข้าร่วม ในด้านปัจจัยที่ส่งเสริมและเป็นอุปสรรคต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรม เพื่อสังคม พบว่าระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน อายุงาน และรายได้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่ ส่งเสริมต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคม ส่วนเพศ อายุ และสถานภาพสมรสไม่มี ความสัมพันธ์กับปัจจัยที่ส่งเสริมต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคม ในขณะที่ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคม คือเพศ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคม ส่วนอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส ตำแหน่งงาน อายุงาน และรายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคม ในด้านแนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคม พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส ตำแหน่งงาน อายุงาน และรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคม^{๙๓}

อนิรุจน์ เอี่ยมกิจการ ได้ทำการศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยในสายตาของประชากรชาวกรุงเทพมหานคร ด้วยวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยทำการศึกษา กลุ่มตัวอย่างจำนวน ๔๐๐ ตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า ผู้ที่เปิดรับข่าวสารของ กฟผ. แตกต่างกันมีทัศนคติที่แตกต่างกัน กล่าวคือผู้ที่เปิดรับข่าวสารสูงมีทัศนคติต่อ กฟผ. สูงกว่าผู้ที่เปิดรับข่าวสารต่ำ ผู้ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีทัศนคติไม่แตกต่างกัน กล่าวคือผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงมีทัศนคติ ที่ดีต่อ กฟผ. และผู้ที่มีการศึกษาดำก็มีทัศนคติที่ดีต่อ กฟผ. ด้วย ผู้ที่มีทัศนคติที่ดีต่อ กฟผ. มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานของ กฟผ. สูงเช่นกัน รวมทั้งมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อ กฟผ. โดยภาพรวม ทั้งใน

^{๙๒} ฐิตนัย พงศ์สถาพร, “ความรับผิดชอบต่อสังคม และ คุณค่าตราสินค้า ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อกองทุนรวม LTF ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร”, **คณะสังคมศาสตร์**, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ๒๕๕๓),

^{๙๓} พัชร นิวัฒน์เจริญชัยกุล, “การมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานบริษัท เทเลคอม เอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือ”, **วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ**, (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๖).

เรื่องของประสิทธิภาพการดำเนินงาน การช่วยเหลือสังคม ผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม และผลกระทบทางสังคมจากการดำเนินงานของ กฟผ. ทั้งนี้เพราะทั้ง ๔ ตัวแปร ต่างก็เป็นทัศนคติเชิงบวกหรือเป็นภาพลักษณ์ที่ดีของ กฟผ.^{๙๔}

ธารินทร์ พิศุทธิพงษ์ภิญโญ ได้ทำการศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์กระดาศพิมพ์เขียนตรา “ด๊ีบเบิ้ล เอ” ด้วยวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยทำการศึกษากลุ่มตัวอย่าง ๒ กลุ่ม คือ ประชาชนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน ๔๐๐ ตัวอย่าง และกลุ่มที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อสินค้าขององค์กร จำนวน ๑๐๐ ตัวอย่าง รวมทั้งสิ้น ๕๐๐ ตัวอย่าง เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และภาพลักษณ์ของตราสินค้า “ด๊ีบเบิ้ล เอ” ของผู้บริโภคกระดาศพิมพ์เขียน จากการสื่อสารการตลาด ของ บริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน) จากการศึกษาพบว่าภาพลักษณ์ของตราสินค้า “ด๊ีบเบิ้ล เอ” ในส่วนของการสร้างสาธารณประโยชน์ต่อสังคมและภาพลักษณ์ด้านเทคโนโลยีการผลิตและการรักษาสิ่งแวดล้อมนั้น ผลการวิจัยโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเป็นเพราะการรับรู้ข่าวสารและข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นเหล่านี้ยังไม่ชัดเจนและเพียงพอ รวมทั้งการเผยแพร่โฆษณาประชาสัมพันธ์จะเน้นเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าเหล่านั้น และเป็นการสร้างการจดจำของตราสินค้า “ด๊ีบเบิ้ล เอ”^{๙๕}

ธันย์ รวีสวัสดิ์ ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการนำระบบมาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO ๑๔๐๐๑ ไปประยุกต์ใช้กับอุตสาหกรรมการผลิตอาหารในกลุ่มธุรกิจ SMEs ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล พบว่า อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่อยู่ในอุตสาหกรรม ความรู้ของผู้ประกอบการต่อระบบ ISO ๑๔๐๐๑ เงินทุนจดทะเบียน จำนวนพนักงาน มูลค่าทรัพย์สินถาวร การบังคับของลูกค้าให้จัดทำ ISO ๑๔๐๐๑ ความพร้อมในการจัดทำระบบ ค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม มาตรฐานอื่นๆที่โรงงานได้รับการรับรอง การสัมมนา การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ ISO ๑๔๐๐๑ และการลดหย่อนภาษีจากภาครัฐ มีความสัมพันธ์กับการยอมรับและนำระบบมาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO ๑๔๐๐๑ ไปประยุกต์ใช้กับอุตสาหกรรมการผลิตอาหารในกลุ่มธุรกิจ SMEs^{๙๖}

จณิน เอี่ยมสะอาด ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบและการสื่อสารการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจไทย พบว่าองค์กรธุรกิจไทยมีนโยบายที่สอดคล้องกับแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม โดยกำหนดไว้เป็นลายลักษณ์อักษรอย่างชัดเจน และ

^{๙๔} นิรุจน์ เอี่ยมกิจการ, “ภาพลักษณ์การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยในสายตาของ ประชากรชาวกรุงเทพมหานคร”, *วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ*, (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๓๙).

^{๙๕} ธารินทร์ พิศุทธิพงษ์ภิญโญ, “ศึกษาภาพลักษณ์กระดาศพิมพ์เขียนตรา ด๊ีบเบิ้ล เอ”, *วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ*, (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๘).

^{๙๖} ธันย์ รวีสวัสดิ์, “ปัจจัยที่มีผลต่อการนำระบบมาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO ๑๔๐๐๑ ไปประยุกต์ใช้กับอุตสาหกรรมการผลิตอาหารในกลุ่มธุรกิจ SMEs ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล”, *วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ*, (มหาวิทยาลัยมหิดล, ๒๕๔๘).

ยึดถือปฏิบัติตั้งแต่ก่อตั้งกิจการแม้จะแตกต่างกันในการกำหนดชื่อเรียก และรายละเอียดปลีกย่อย แต่เมื่อพิจารณาเนื้อหาสาระแล้ว พบว่า มีการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม ที่ให้ความสำคัญทั้งด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน ทั้งต่อองค์กรและสังคมส่วนรวม^{๙๗}

โกวิทย์ สวัสดิ์มงคล ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการแก้ไขปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการรถเอกซเรย์ร่วมบริการ ขสมก. เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อม ลักษณะการดำเนินธุรกิจร่วมนี่เป็นการแก้ปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อม ปัญหาที่เกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจร่วมนี่และความต้องการ การสนับสนุนเพื่อเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมกรณีการแก้ไขปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อม พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อม ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนลักษณะการดำเนินธุรกิจร่วมนี่เป็นการแก้ไขปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจร่วมนี่ ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และความต้องการสนับสนุนเพื่อเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมกรณีการแก้ไขปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อม ภาพรวมอยู่ในระดับมาก^{๙๘}

สุเมธ กาญจนพันธุ์ ได้ทำการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การบริหารจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ พบว่าปัจจุบันองค์กรธุรกิจมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจว่าจะเป็นวิธีการที่จะขับเคลื่อนให้องค์กรมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน แต่อย่างไรก็ตามองค์กรธุรกิจบางองค์กรก็ยังไม่ได้มีการดำเนินงานในด้านที่ครอบคลุมทั้ง ๓ มิติ ได้แก่ มิติด้านเศรษฐกิจ มิติด้านสังคม และมิติด้านสิ่งแวดล้อม โดยจะมุ่งเน้นใน ๒ มิติเป็นหลัก คือมิติด้านสังคม และสิ่งแวดล้อม และถึงแม้ว่าองค์กรธุรกิจจะมีความรู้ความเข้าใจด้านการรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจแล้วก็ตาม แต่ในด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์การดำเนินงานนั้น องค์กรธุรกิจยังมีความรู้ความเข้าใจที่ไม่ถูกต้อง สำหรับแนวโน้มในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นในอนาคต องค์กรธุรกิจจะให้ความสำคัญในการดำเนินงานมากยิ่งขึ้น โดยจะมีการจัดการที่เป็นเชิงกลยุทธ์มากยิ่งขึ้น มีการจัดตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบการดำเนินงานด้านนี้โดยเฉพาะ มีการมุ่งเน้นการเข้ามามีส่วนร่วมของพนักงาน คู่ค้า มากขึ้น และจะมีการจัดทำรายงานผลการดำเนินงานในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจโดยเฉพาะ^{๙๙}

^{๙๗} จณิน เอี่ยมสะอาด, “รูปแบบและการสื่อสารการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจไทย”. *วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ*, (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๐).

^{๙๘} โกวิทย์ สวัสดิ์มงคล, “ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการ แก้ไขปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการรถเอกซเรย์ร่วมบริการ ขสมก”, *วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ*, (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๐).

^{๙๙} สุเมธ กาญจนพันธุ์, “กลยุทธ์การบริหารจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ”, *วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ*, (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๑).

ภารณ วงศ์จันทร์ ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความรับผิดชอบต่อของภาคธุรกิจด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม : กรณีศึกษา เครือซีเมนต์ไทยจากการศึกษา พบว่าเครือซีเมนต์ไทยมีแนวการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในชื่อว่า “การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน” ซึ่งเป็นการดำเนินธุรกิจควบคู่กับการเสริมสร้างความเจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืนให้กับชุมชน ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวทางปฏิบัติความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO ๒๖๐๐๐) สรุปได้ตามประเด็นหลัก ๖ ประเด็น คือ การกำกับดูแลกิจการที่ดี การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม การเคารพสิทธิและ การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม และนวัตกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์ครอบคลุมต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร นั่นคือ การกำกับดูแลกิจการที่ดี การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม และการเคารพสิทธิและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม นั้นเป็นการเคารพสิทธิมนุษยชน การดูแลความปลอดภัย ทุกข์สุข ความก้าวหน้าของพนักงาน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในกิจกรรมขององค์กร เช่น ผู้ถือหุ้น พนักงาน และแรงงานภายในองค์กร ในขณะเดียวกัน การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและการสร้างนวัตกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเปิดเผยสู่สาธารณะ ก็เป็น การปฏิบัติที่ครอบคลุมในส่วนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกองค์กร นั่นคือเป็นการดูแลรักษา ชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อมต่างๆ ที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินกิจกรรมต่างๆขององค์กร และสร้างประโยชน์ต่อองค์กรอื่นๆ ในการเป็นแบบอย่างในการปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม^{๑๐๐}

บนนรา ขวนอาจ ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการส่งเสริมการแสดงความรับผิดชอบต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อสังคม (CSR-DIW) การศึกษาเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในการเข้าร่วมโครงการส่งเสริมการแสดงความรับผิดชอบต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อสังคม (CSR-DIW) พ.ศ.๒๕๕๑ และ พ.ศ.๒๕๕๒ โดยศึกษาถึงตัวแปรที่มีนัยสำคัญในการจำแนกกลุ่มผู้เข้าร่วมโครงการ CSR-DIW กับผู้ไม่ได้เข้าร่วมโครงการ CSR-DIW ออกจากกัน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามโดยมีกลุ่มสถานประกอบการอุตสาหกรรมจำนวน ๑๗๐ โรงงาน เป็นกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งแบ่งเป็นกลุ่มที่เข้าร่วมโครงการ CSR-DIW พ.ศ.๒๕๕๑ และ พ.ศ.๒๕๕๒ จำนวน ๘๕ โรงงานและกลุ่มที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการ CSR-DIW พ.ศ.๒๕๕๑ และ พ.ศ.๒๕๕๒ จำนวน ๘๕ โรงงาน วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้วยสถิติเชิงพรรณนา และใช้เทคนิคการวิเคราะห์จำแนกประเภท (Discriminant Analysis) เพื่อวิเคราะห์ความสำคัญของตัวแปรต่างๆที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ CSR-DIW พ.ศ.๒๕๕๑ และ พ.ศ. ๒๕๕๒ นอกจากนี้ได้ดำเนินการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่กรมโรงงานอุตสาหกรรมที่ดูแลรับผิดชอบ

^{๑๐๐} ภารณ วงศ์จันทร์, “ความรับผิดชอบต่อของภาคธุรกิจด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม : กรณีศึกษาเครือซีเมนต์ไทย”, สารนิพนธ์คณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม, (สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ๒๕๕๒).

โครงการ CSR-DIW จำนวน ๑ ราย และเจ้าหน้าที่ที่ดูแลโครงการ CSR-DIW ของบริษัทที่เข้าร่วมโครงการจำนวน ๕ ราย

ผลการศึกษาพบว่าสมการที่ได้สามารถทำนายการเข้ากลุ่มของกลุ่มตัวอย่างได้ถึง ๘๑.๒% โดยปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการส่งเสริมการแสดงความรับผิดชอบต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อสังคม (CSR-DIW) พ.ศ.๒๕๕๑ และ พ.ศ.๒๕๕๒ ตามลำดับ จากมากไปน้อย ๔ อันดับแรกได้แก่ ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ปัจจัยด้านการส่งออกไปต่างประเทศ ปัจจัยด้านวิสัยทัศน์ของผู้บริหาร และปัจจัยด้านลักษณะของการลงทุนเป็นบริษัทของคนไทย จากการศึกษายังพบอีกว่าสถานประกอบการที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการส่วนใหญ่จะได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงการในระดับน้อยและบางส่วนรับรู้ข้อมูลหลังจากที่โครงการดำเนินการเสร็จสิ้นไปแล้ว ผลจากการสัมภาษณ์พบว่ามีความสอดคล้องกับข้อมูลจากการตอบแบบสอบถาม โดยพบว่าปัจจัยที่ทำให้สถานประกอบการเข้าร่วมโครงการ CSR-DIW คือด้านวิสัยทัศน์และนโยบายของผู้บริหาร และด้านประโยชน์จากการเข้าร่วมโครงการ^{๑๐๑}

บัณฑิตา ทรัพย์กมล ได้ทำการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การบริหารจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ศึกษาเฉพาะกรณีโรงงานอุตสาหกรรมเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่าทัศนะของประชากรในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมภายในองค์กรประกอบด้วย การจัดสวัสดิการ การเลื่อนตำแหน่งอย่างยุติธรรม การให้เงินเดือนที่เหมาะสม การส่งเสริมด้านการฝึกอบรมให้แก่พนักงาน ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนในด้านทัศนคติต่อขอบเขตความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งรวมถึงขอบเขตด้านชุมชนและสวัสดิการ การศึกษา สิทธิผู้บริโภค และด้านศิลปวัฒนธรรม พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับมาก นโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่ามีนโยบายด้านการส่งเสริมการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพมากที่สุด ในส่วนของกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่าองค์กรจัดให้มีกิจกรรมในการผลิตสินค้าที่ดีและมีคุณภาพมากที่สุด สำหรับปัจจัยสนใจในการจัดกิจกรรมอันประกอบไปด้วย การใช้จริยธรรมในการบริหาร การตระหนักถึงจรรยาบรรณขององค์กร และการสร้างภาพพจน์ที่ดีต่อองค์กร สำหรับแนวโน้มในการจัดกิจกรรมในอนาคต พบว่าองค์กรคิดที่จะจัดกิจกรรมในด้านการผลิตสินค้าที่ดีและบริการที่มีคุณภาพมากที่สุดรองลงมาคือการรักษาสภาพแวดล้อม และการบริจาคเงินหรือสิ่งของในงานสาธารณะกุศล ซึ่งกิจกรรมจะเกิดขึ้นในระยะยาว^{๑๐๒}

^{๑๐๑} บณนรา ชวนอาจ, “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการส่งเสริมการแสดงความรับผิดชอบต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อสังคม (CSR-DIW)”, วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต คณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม, (สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ๒๕๕๓).

^{๑๐๒} บัณฑิตา ทรัพย์กมล, “กลยุทธ์การบริหารจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ”, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๔).

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ หรือ CSR ก็คือการทำธุรกิจที่ไม่เอาเปรียบหรือเบียดเบียนผู้อื่นในสังคม ไม่ว่าจะเป็นใครหรือเมื่อใด ทั้งในปัจจุบันและอนาคต ซึ่งหลักการของ CSR ไม่สนับสนุนการรีบเร่งสร้างความเติบโตของธุรกิจ หรือการมุ่งแสวงหาผลกำไรสูงสุดโดยไม่คำนึงถึงผลกระทบต่อผู้อื่น แต่ CSR เป็นเครื่องมือในการบริหารที่ได้รับความเชื่อมั่นว่า จะสามารถช่วยให้องค์กรธุรกิจดำเนินกิจการให้เจริญเติบโตได้อย่างมั่นคงไปพร้อมๆ กับความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของผู้คน ชุมชน และความยั่งยืนของสังคม ซึ่งสอดคล้องกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่ปรากฏเด่นชัดขึ้นในประเทศไทย โดยเป็นทั้งกระบวนการและเป้าหมายที่จะทำให้เกิดดุลยภาพทั้งทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม

๒.๖.๒ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องสิ่งแวดล้อม

จากการทบทวนเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสิ่งแวดล้อม พบว่ามีผู้ทำการศึกษาวิจัยไว้ดังนี้

สาริต ตันติกฤตยา ได้ทำการศึกษาเรื่อง สภาพทางเศรษฐกิจ สังคม ที่มีผลต่อความคิดเห็นของราษฎรต่อการปลูกฟื้นฟูป่าชายเลน ในเขตป่าสงวนแห่งชาติ ป่าดอกสัก อำเภอดอนสัก จังหวัดสุราษฎร์ธานี การศึกษาได้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ทำการสำรวจหัวหน้าครัวเรือนหรือผู้แทนครัวเรือน จำนวน ๓๖๔ คน พบว่า ราษฎรส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ปัญหาส่วนใหญ่ของโครงการเกิดจากที่ราษฎรบุกรุกพื้นที่ป่าเข้าไปทำนาทำไร่ไม่ยอมออกจากพื้นที่ป่า คัดค้านการปลูกฟื้นฟูสภาพป่า และขาดความรู้ความเข้าใจวัตถุประสงค์ของโครงการ ขาดแรงจูงใจในการอนุรักษ์ป่าชายเลน ในอีกทางหนึ่งราษฎรบางกลุ่มเห็นด้วยกับโครงการปลูกป่าฟื้นฟูป่าชายเลน ป่าดอนสัก เนื่องจากเห็นว่าเป็นโครงการที่ทำให้ทรัพยากรป่าไม้ดีขึ้น สัตว์น้ำ มีปริมาณเพิ่มขึ้น ดังนั้นจึงควรดำเนินโครงการนี้ต่อไปอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ป่าชายเลนแห่งนี้เกิดความยั่งยืน^{๑๐๓}

เพลินทิพย์ โกเมศโสภณ ได้ทำการศึกษาเรื่อง การจัดการด้านการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมของบริษัทสินค้าอุปโภคบริโภคชั้นนำในประเทศไทย พบว่า ผลที่ได้รับจากการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมนั้น ผู้บริหารการตลาดส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมทำให้ภาพพจน์ของสินค้าดีขึ้น ช่วยสร้างจิตสำนึกให้แก่สังคมและทำให้ลูกค้ามีความพอใจมากขึ้น ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการบรรลุเป้าหมายของธุรกิจที่ใช้การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างภาพพจน์ของสินค้าและองค์กรเป็นอันดับที่ ๑ และเพื่อสร้างจิตสำนึกในสังคมเป็นอันดับที่ ๒ แต่อย่างไรก็ตาม ผู้บริหารการตลาดส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมยังไม่มี

^{๑๐๓} สาริต ตันติกฤตยา, “ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม ที่มีผลต่อความคิดเห็นของราษฎรต่อการฟื้นฟูป่าชายเลนในเขตป่าสงวนแห่งชาติ ป่าดอนสัก อำเภอดอนสักจังหวัดสุราษฎร์ธานี”, วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๔๖).

ความสัมพันธ์กับประเภทสินค้าและไม่มีความสัมพันธ์กับระดับของการใช้การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมอีกด้วย^{๑๐๔}

สุรพันธ์ สวัสดิ์พรรค ได้ทำการศึกษาเรื่อง ทักษะของผู้บริโภคที่มีต่อองค์กรธุรกิจที่ใช้นโยบายการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม พบว่าทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับบางประเด็นของนโยบายการตลาดเพื่อสังคม และเมื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าพบว่า มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อองค์กรธุรกิจผู้บริโภคที่มีอายุมาก จะมีทัศนคติต่อองค์กรที่ใช้นโยบายการตลาดเพื่อสังคมสูง ผู้บริโภคที่เป็นเพศหญิงมีทัศนคติต่อองค์กรธุรกิจที่ใช้นโยบายทางการตลาดเพื่อสังคมสูงกว่าเพศชาย ผู้บริโภคที่มีรายได้สูงจะมีทัศนคติต่อองค์กรธุรกิจที่ใช้นโยบายทางการตลาดเพื่อสังคมสูงตามไปด้วย และพบว่าปัจจัยด้านอาชีพ การศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อองค์กรธุรกิจที่ใช้นโยบายทางการตลาดเพื่อสังคม^{๑๐๕}

สันติ สุขเย็น ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ อุทยานแห่งชาติหาดวนกร อำเภอทับสะแก จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กลุ่มตัวอย่างจำนวน ๓๔๙ คน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในกิจกรรมทางเดินเท้าพักผ่อน อยู่ในระดับมาก ส่วนความพอใจในกิจกรรมอื่นๆอยู่ในระดับปานกลาง จากสมมุติฐาน พบว่าเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ของนักท่องเที่ยว มีความเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และกิจกรรมต่างๆบางประเด็น^{๑๐๖}

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ว่า การจัดการด้านการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมของบริษัทสินค้าอุปโภคบริโภคชั้นนำในประเทศไทย พบว่า ผลที่ได้รับจากการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมนั้น ผู้บริหารการตลาดส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมทำให้ภาพพจน์ของสินค้าดีขึ้น ช่วยสร้างจิตสำนึกให้แก่สังคมและทำให้ลูกค้ามีความพอใจมากขึ้น ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการบรรลุเป้าหมายของธุรกิจที่ใช้การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม

^{๑๐๔} เพลินทิพย์ โกเมศโสภา, “สรุปผลการวิจัยการจัดการด้านการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมของบริษัทสินค้าอุปโภคบริโภคชั้นนำในประเทศไทย”, (กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์, ๒๕๔๑), หน้า ๒๑.

^{๑๐๕} สุรพันธ์ สวัสดิ์พรรค, “ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อองค์กรธุรกิจที่ใช้นโยบายการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม”, *บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การบริหารทั่วไป)*, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยบูรพา, ๒๕๔๕).

^{๑๐๖} สันติ สุขเย็น, “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในพื้นที่อุทยานแห่งชาติหาดวนกร อำเภอทับสะแก จังหวัดประจวบคีรีขันธ์”, *วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต*, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๔๖).

๒.๗ กรอบแนวคิดในการวิจัย

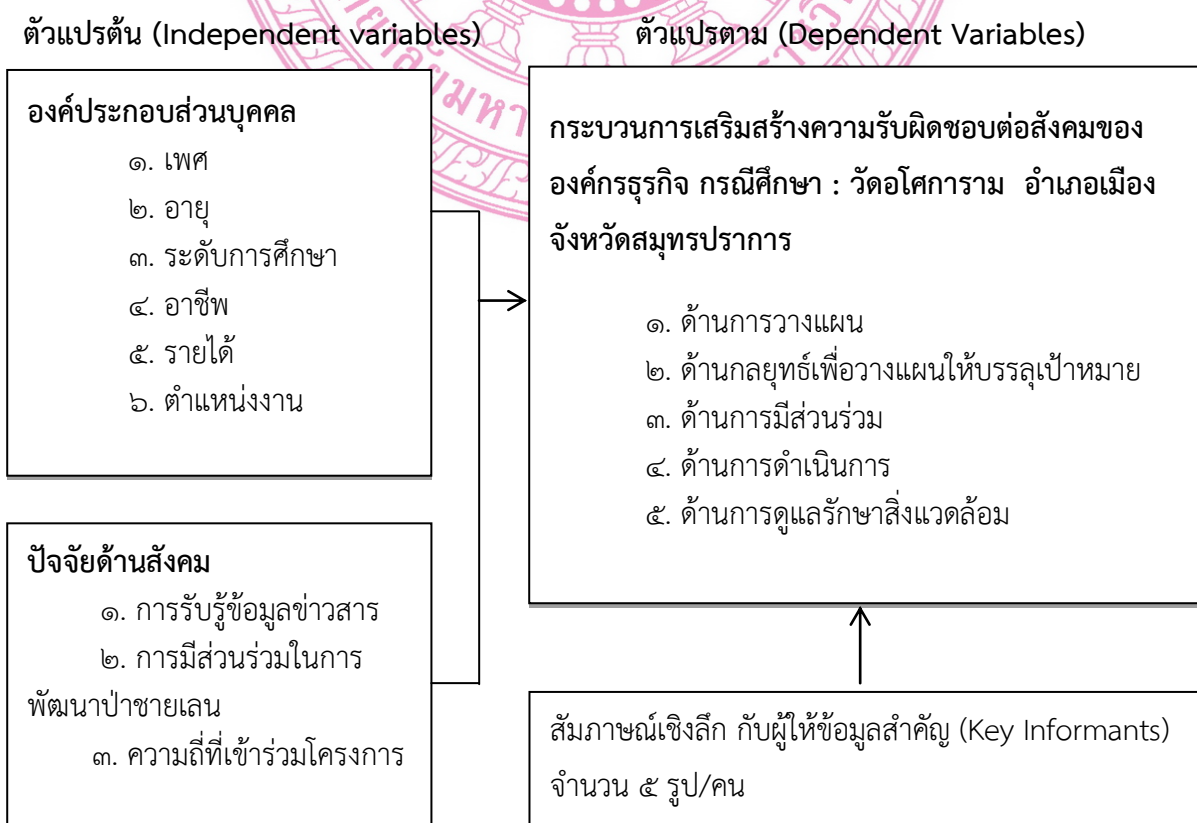
งานวิจัยเรื่อง กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework) ประกอบด้วย ตัวแปรต้น (Independent variable) และตัวแปรตาม (Dependent Variable) ดังนี้

๑.๖.๑ ตัวแปรต้น (Independent variables) คือองค์ประกอบส่วนบุคคลผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ตำแหน่งงาน

ปัจจัยด้านสังคมประกอบด้วย การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การมีส่วนร่วมในการพัฒนาป่าชายเลนและความถี่ที่เข้าร่วมโครงการ

๑.๖.๒ ตัวแปรตาม (Dependent Variables) คือกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ กรณีศึกษา : วัดอโศการาม ตำบลท้ายบ้าน อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ คือ ด้านการวางแผน ด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผนให้บรรลุเป้าหมาย ด้านการมีส่วนร่วม ด้านการดำเนินการด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้ง ๒ ตามรูป



บทที่ ๓

วิธีดำเนินการวิจัย

ในบทนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับการวิจัยเรื่อง “กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ” เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย ๓ ประการ คือ ๑) เพื่อศึกษากระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในเขตพื้นที่วัดอโศการาม ๒) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในการพัฒนาพื้นที่วัดอโศการาม ตามแนว CSR (Corporate Social Responsibility) ๓) เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรค ในการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ทั้งนี้โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีการดำเนินวิจัย ดังนี้

- ๓.๑ วิธีการศึกษา
- ๓.๒ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- ๓.๓ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- ๓.๔ การทดสอบเครื่องมือ
- ๓.๕ การเก็บรวบรวมข้อมูล
- ๓.๖ การวิเคราะห์ข้อมูล
- ๓.๗ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

๓.๑ วิธีการศึกษา

๓.๑.๑ ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย (ปฐมภูมิและทุติยภูมิ) ประกอบด้วยเอกสารแบ่งออกเป็น ๒ ประเภทดังนี้

- ๑) ข้อมูลปฐมภูมิ ได้มาจากพระไตรปิฎก อรรถกถา ฎีกา อนุฎีกา
- ๒) ข้อมูลทุติยภูมิ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร ได้แก่ การศึกษาดำรงเอกสาร ผลงานทางวิชาการ สิ่งตีพิมพ์ วารสาร เว็บไซต์ วิทยานิพนธ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

๓.๑.๒ การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม

ข้อมูลที่รวบรวมเพื่อการศึกษา แบ่งออกเป็น ๒ ประเภทดังนี้

- ๑) การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม เป็นการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ เจ้าอาวาส พระลูกวัด รวมถึงประชาชนที่เข้าร่วมทำกิจกรรมในการดำเนินกิจกรรมการเสริมสร้าง

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในการดูแลรักษาป่าชายเลนในโครงการศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อมวัดอโศการาม โดยวิธีการเปิดตารางสุ่มตัวอย่างตารางสุทธามาเน่ และทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่เกี่ยวข้องกับโครงการพัฒนาป่าชายเลนให้เป็นศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อมวัดอโศการาม

๒) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร ได้แก่ การเก็บข้อมูลจากหนังสือ ตำรา ผลงานทางวิชาการ สิ่งตีพิมพ์ วารสาร เว็บไซต์ วิทยานิพนธ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

๓.๑.๓ พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษา กำหนดพื้นที่ในการศึกษาไว้เฉพาะเขตวัดอโศการามอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ เพราะเป็นพื้นที่ในการดำเนินกิจกรรมการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในการดูแลรักษาป่าชายเลนในโครงการศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อมวัดอโศการาม โดยเป็นพื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาวิจัยโดยตรง

๓.๒ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

๓.๒.๑ ประชากร ประชากรในการวิจัยในครั้งนี้ ประกอบด้วยประชาชนที่อยู่ในพื้นที่บริเวณรอบวัดอโศการาม ต.ท้ายบ้าน อ.เมือง จ.สมุทรปราการ องค์กรธุรกิจ และพระสงฆ์ที่สังกัดวัดอโศการาม ซึ่งได้แก่เจ้าอาวาส พระลูกวัดรวม ๒๐๔ รูป รวมถึงประชาชนที่เข้าร่วมทำกิจกรรมในการดำเนินกิจกรรมการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในการดูแลรักษาป่าชายเลนในโครงการศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อมวัดอโศการาม จำนวน ๑,๐๐๐ คน รวม ๑,๒๐๔ รูป/คน โดยวิธีการเปิดตารางสุ่มตัวอย่างตารางสุทธ ทาโร่ ยามาเน่ ปรากฏได้กลุ่มตัวอย่างตัวอย่าง ๓๐๐ รูป/คน และทำการสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน ๕ รูป/คน ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาป่าชายเลนให้เป็นศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อมวัดอโศการาม

๓.๒.๒ กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างกลุ่มแรก คือ ประกอบด้วยประชาชนที่อยู่ในพื้นที่บริเวณรอบวัดอโศการาม ต.ท้ายบ้าน อ.เมือง จ.สมุทรปราการ องค์กรธุรกิจ และพระสงฆ์ที่สังกัดวัดอโศการาม ซึ่งได้แก่เจ้าอาวาส พระลูกวัดรวม ๒๐๔ รูป รวมถึงประชาชนที่เข้าร่วมทำกิจกรรมในการดำเนินกิจกรรมการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในการดูแลรักษาป่าชายเลนในโครงการศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อมวัดอโศการาม จำนวน ๑,๐๐๐ คน รวม ๑,๒๐๔ รูป/คน โดยวิธีการเปิดตารางสุ่มตัวอย่างตารางสุทธ ทาโร่ ยามาเน่ ปรากฏได้กลุ่มตัวอย่างตัวอย่าง ๓๐๐ รูป/คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง อย่างง่ายจนกระทั่งได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างประชากรครบตามที่กำหนด โดยการใช้สูตรของ TARO YAMANE

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{1,204}{1 + 1,204(0.05)}$$

$$n = \frac{1,204}{1 + 1,204(0.0025)}$$

$$n = \frac{1,204}{4.01}$$

$$n = 300 \text{ คน}$$

n = ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากรทั้งหมด

Ne = ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน ๐.๐๕ ของกลุ่มตัวอย่าง

๓.๓ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามแบ่งเป็น ๓ ตอน

ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับ กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ กรณีศึกษา : วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ มี ๒ แบบคือ

แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น ๓ ตอน ดังนี้

ตอนที่ ๑ แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ตำแหน่งงาน และปัจจัยด้านสังคมประกอบด้วย การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การมีส่วนร่วมในการพัฒนาป่าชายเลน ความถี่ที่เข้าร่วมโครงการ

ตอนที่ ๒ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ กรณีศึกษา : วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ใน ๕ ด้านคือ ด้านการวางแผน ด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผนให้บรรลุเป้าหมาย ด้านการมีส่วนร่วม ด้านการดำเนินการ ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)^{๑๐๗} ๕ ระดับคือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ตอนที่ ๓ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหา และอุปสรรค ในการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ

^{๑๐๗} ชูติระ ระบอบ และคณะ, *ระเบียบวิธีวิจัย*, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, ๒๕๕๒), หน้า ๑๐๘.

แบบสัมภาษณ์ เป็นคำถามปลายเปิด (Open Ended) จำนวน ๓ ตอน ดังนี้คือ

ตอนที่ ๑ กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในพื้นที่วัดโศการาม เป็นอย่างไร

ตอนที่ ๒ ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในการพัฒนาพื้นที่วัดโศการาม ตามแนว CSR (Corporate Social Responsibility) เป็นอย่างไร

ตอนที่ ๓ ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะทั่วไป ในการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ

๓.๔ การทดสอบเครื่องมือ

เพื่อให้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ สามารถวัดสิ่งที่ต้องการวัดและมีความแม่นยำในการวัด ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบเครื่องมือ ดังนี้

๓.๔.๑ ศึกษาค้นคว้าเอกสาร ข้อมูลวิทยุภูมิเชิงวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ

๓.๔.๒ กำหนดกรอบแนวคิดที่เป็นตัวชี้วัดระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

๓.๔.๓ รวบรวมข้อมูลที่ได้จากการศึกษาประมวลผล เพื่อสร้างเป็นแบบสอบถามให้ครอบคลุมประเด็นที่ต้องการศึกษาวิจัยทั้งหมด

๓.๔.๔ นำแบบสอบถามฉบับร่างเสนอต่อที่ปรึกษาโครงการ เพื่อขอรับคำแนะนำและปรับปรุงแก้ไข แล้วส่งให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Validity) จำนวน ๕ ท่าน คือ

๑) พระมหาสม กลยาโณ, Ph.D. ตำแหน่งอาจารย์ประจำภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

๒) ผศ.ดร.ณัฐพงศ์ สังวรธรรม ตำแหน่งอาจารย์ประจำภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

๓) ดร.บัว พลรัมย์ ตำแหน่งอาจารย์ประจำภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

๔) ผศ.ดร.สุวิญ รักษ์สัตย์ ตำแหน่งอาจารย์ประจำหลักสูตรศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพุทธศาสนศึกษา มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย

๕) ดร.วุฒินันท์ กันทะเตียน ตำแหน่งประธานหลักสูตรปริญญาโท สาขาสาสนากับการพัฒนา ภาควิชามนุษยศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

ผู้เชี่ยวชาญทดสอบหาค่าความสอดคล้องกับเนื้อหา มีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

- +๑ เมื่อผู้เชี่ยวชาญมีความแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับเนื้อหา
- ๐ เมื่อผู้เชี่ยวชาญมีความไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับเนื้อหา
- ๑ เมื่อผู้เชี่ยวชาญมีความแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นไม่สอดคล้องกับเนื้อหา

นำแบบสอบถามที่ได้รับจากผู้เชี่ยวชาญ หาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) Index of concurrence

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

$\sum R$ = ผลรวมคะแนนของผู้เชี่ยวชาญ
 N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญ
 IOC = ค่าดัชนีความสอดคล้องหรือความตรงเชิงเนื้อหา

ค่าดัชนีความสอดคล้องหรือความตรงเชิงเนื้อหา มีค่าเท่ากับ ๐.๕ หรือมากกว่าหมายความว่า ข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับเนื้อหา ส่วนค่าดัชนีความสอดคล้องหรือความตรงเชิงเนื้อหา มีค่าน้อยกว่า ๐.๕ หมายความว่า ข้อคำถามนั้นต้องดำเนินการปรับปรุงแก้ไขหรือตัดทิ้งไปเพราะถือว่าเป็นข้อคำถามที่ขาดความตรงตามเนื้อหาหรือมีความตรงตามเนื้อหาต่ำเกินไปโดยนำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขเพื่อเกิดความเที่ยงตรงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ (Expert) และเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่น จากการทดสอบเครื่องมือกับกลุ่มตัวอย่าง รวมทั้งผ่านความเห็นชอบจากที่ปรึกษา แล้วจึงนำไปเก็บข้อมูลจากประชากรที่กำหนดไว้

๓.๔.๕ นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองไปหาความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ (แอลฟา) ของครอนบาค (Cronbach) โดยใช้สถิติทางสังคมศาสตร์ จึงได้ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่นเท่ากับ ๐.๙๐ ซึ่งนับว่าเป็นแบบสอบถามที่มีความเชื่อมั่นสูง

๓.๕ การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองโดยวิธีการ ดังนี้

- ๑) ทำการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ จำนวน ๓๐๐ ชุด ตามจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้
- ๒) ติดตามและจัดเก็บแบบสอบถามเองทั้งหมด และได้รับแบบสอบถามคืนมาครบตามจำนวนที่แจกไป จำนวน ๓๐๐ ชุด
- ๓) เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน ๕ รูป/คน ที่เกี่ยวข้องกับโครงการพัฒนาป่าชายเลนให้เป็นศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อมวัดอโศการาม ได้แก่

๑. พระประเสริฐ พลวโล

๒. พระสุพล ติสโล
๓. พระธนากร รติโก
๔. นายชินทร์ แปรน้อย
๕. นายสนั่นเกรียง ญาติประทุม

๓.๖ การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

- ๓.๖.๑ นำแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วนในการกรอก
- ๓.๖.๒ นำแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ครบถ้วนทั้งหมด จำนวน ๓๐๐ ชุด นำมาวิเคราะห์ประมวลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ และคำนวณค่าสถิติต่างๆ ได้แก่ ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
- ๓.๖.๓ นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์โดยการแปลความหมายของคะแนนที่เป็นตัวเลข ให้อยู่ในลักษณะของการอธิบาย ดังนี้
 - ๔.๕๑-๕.๐๐ หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด
 - ๓.๕๑-๔.๕๐ หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก
 - ๒.๕๑-๓.๕๐ หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับความคิดเห็นปานกลาง
 - ๑.๕๑-๒.๕๐ หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับความคิดเห็นน้อย
 - ๑.๐๐-๑.๕๐ หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด
- ๓.๖.๔ นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ และบันทึกภาคสนาม มาวิเคราะห์เนื้อหาและเรียบเรียงประเด็นให้เป็นไปตามเนื้อหาที่ต้องการศึกษา

๓.๗ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผล ดังนี้

- ๓.๗.๑ วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage)
- ๓.๗.๒ วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของประชาชนต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในพื้นที่วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ทั้งหมด ๕ ด้านคือ
 - ๑) ด้านการวางแผน
 - ๒) ด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผนให้บรรลุเป้าหมาย
 - ๓) ด้านการมีส่วนร่วม

๔) ด้านการดำเนินการ

๕) ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์หมีดังนี้

สถิติที่ใช้ในการวิจัย การวิจัยเรื่องนี้ มีสถิติที่ใช้ในการทำวิจัย ๒ ประเภท ได้แก่

๑) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่อบรรยายข้อมูลทั่วไป

๒) สถิติอนุมานหรืออ้างอิง (Inferential Statistics) ได้แก่ การทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA or F-test) ถ้าพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ เชฟเฟ (Scheffé)

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูป วิเคราะห์ข้อมูล แล้วนำมาสร้างเป็นตาราง เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ตามหลักและวิธีการทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสัมภาษณ์ (In-Depth Interview) และจากแบบสอบถามปลายเปิด (Open-ended Questionnaire) เกี่ยวกับกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ วิเคราะห์โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาประกอบบริบท (Content Analysis Techniques)

บทที่ ๔

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ” ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่รวบรวมจากประชาชนที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาป่าชายเลนให้เป็นศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อม วัดอโศการาม จำนวน ๓๐๐ คน มาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น ๕ ขั้นตอน มีรายละเอียดดังนี้

๔.๑ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

๔.๒ ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

๔.๓ ผลการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม กับกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม

๔.๔ ผลการทดสอบสมมติฐานกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ตามทัศนของประชาชนโดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางสังคม

๔.๕ ปัญหา และอุปสรรค ของกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

๔.๖ บทสัมภาษณ์เกี่ยวกับกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

๔.๗ สรุปองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

๔.๑ ผลการวิเคราะห์สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัยศึกษาสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นประชาชนที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาป่าชายเลนให้เป็นศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อม วัดโอศุการาม จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ตำแหน่งงาน การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การมีส่วนร่วมในการพัฒนาป่าชายเลน ความถี่ที่เข้าร่วมโครงการ แสดงด้วยความถี่และร้อยละ ผลการศึกษาสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามมีรายละเอียดดัง ตารางที่ ๔.๑

ตารางที่ ๔.๑ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม (n=๓๐๐)

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
๑. เพศ		
ชาย	๑๗๖	๕๘.๗
หญิง	๑๒๔	๔๑.๓
รวม	๓๐๐	๑๐๐.๐
๒. อายุ		
ต่ำกว่า ๒๐ ปี	๓๐	๑๐.๐
๒๑ - ๓๐ ปี	๑๕๗	๕๒.๓
๓๑ - ๔๐ ปี	๖๑	๒๐.๓
๔๑ - ๕๐ ปี	๒๖	๘.๗
๕๑ - ๖๐ ปี	๒๑	๗.๐
๖๑ - ๗๐ ปี	๕	๑.๗
รวม	๓๐๐	๑๐๐.๐
๓. การศึกษา		
ประถมศึกษา	๖	๒.๐
มัธยมศึกษาตอนต้น/ตอนปลาย	๔๗	๑๕.๗
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ/วิชาชีพชั้นสูง	๓๘	๑๒.๗
ปริญญาตรี	๑๖๑	๕๓.๗
ปริญญาโท	๔๑	๑๓.๗
สูงกว่าปริญญาโทขึ้นไป	๗	๒.๗
รวม	๓๐๐	๑๐๐.๐

ตารางที่ ๔.๑ ต่อ

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
๔. อาชีพ		
เกษตรกรรวม	๔๙	๑๖.๓
รับจ้าง	๔๔	๑๔.๗
ค้าขาย	๔๙	๑๖.๓
ข้าราชการ	๕๕	๑๘.๓
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	๔๑	๑๓.๗
พนักงานบริษัทเอกชน	๕๐	๑๖.๗
อื่นๆ	๑๒	๔.๐
รวม	๓๐๐	๑๐๐.๐
๕. รายได้ต่อเดือน		
๓,๐๐๐ – ๖,๐๐๐ บาท	๕๕	๑๘.๓
๖,๐๐๑ – ๙,๐๐๐ บาท	๓๔	๑๑.๓
๙,๐๐๑ – ๑๒,๐๐๐ บาท	๒๕	๘.๓
๑๒,๐๐๑ – ๑๕,๐๐๐ บาท	๕๘	๑๙.๓
๑๕,๐๐๑ – ๑๖,๐๐๐ บาท	๖๑	๒๐.๓
มีรายได้ต่อเดือนเกินกว่า ๑๖,๐๐๐ บาท	๖๗	๒๒.๓
ขึ้นไป		
รวม	๓๐๐	๑๐๐.๐
๕. ตำแหน่งงานในชุมชน		
ผู้ใหญ่บ้าน	๑	๐.๓
กำนัน	๑	๐.๓
สมาชิก อบต.	๒	๐.๗
ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน	๒	๐.๗
สมาชิกชุมชน	๗๗	๒๕.๓
ไม่ได้เป็น	๒๒๑	๗๓.๗
รวม	๓๐๐	๑๐๐.๐

ตารางที่ ๔.๑ ต่อ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม

(n=๓๐๐)

ปัจจัยปัจจัยทางสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
๑. การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร		
เพื่อนบ้านแนะนำ	๓๘	๑๒.๗
แผ่นพับของวัด	๑๕	๕.๗
สื่อมวลชนต่างๆ	๕๔	๑๘.๐
เสียงตามสายของวัด	๒๕	๘.๓
ป้ายประชาสัมพันธ์ของทางวัด	๔๓	๑๔.๓
รับรู้ด้วยตัวเอง	๓๓	๑๑.๐
สื่อในชุมชน	๓๖	๑๒.๐
ผู้ใหญ่บ้านแนะนำ	๕๔	๑๘.๐
รวม	๓๐๐	๑๐๐.๐
๒. การมีส่วนร่วมในการพัฒนา		
ร่วมปลูกป่า	๑๒๒	๔๐.๗
ร่วมรณรงค์รักษาสิ่งแวดล้อมป่าชายเลน	๘๒	๒๗.๓
ช่วยเก็บขยะมูลฝอย	๕๘	๑๙.๓
ร่วมประชุมหารือ	๓๘	๑๒.๗
รวม	๓๐๐	๑๐๐.๐
๓. ความถี่ที่ท่านมีส่วนร่วมในโครงการ		
เป็นประจำทุกเดือน	๗๐	๒๓
นานๆครั้ง (๓-๖ เดือน)	๑๔๔	๔๘
ปีละครั้ง	๘๒	๒๗
อื่นๆ	๔	๑.๓
รวม	๓๐๐	๑๐๐.๐

จากตารางที่ ๔.๑ แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถอธิบายในแต่ละประเด็น ดังต่อไปนี้

ด้านปัจจัยส่วนบุคคล

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน ๑๓๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๘.๗ รองลงมาเป็นเพศหญิง จำนวน ๑๒๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๑.๓

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ ผู้ที่มีอายุอยู่ระหว่าง ๒๑ – ๓๐ จำนวน ๑๕๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๒.๓ รองลงมาก็คือ ผู้ที่มีอายุอยู่ระหว่าง ๓๑ – ๔๐ ปี จำนวน ๖๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๐.๓ และน้อยที่สุดคือ ผู้ที่มีอายุ ๖๑ – ๗๐ ปี จำนวน ๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๑.๗

การศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ ผู้ที่มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน ๑๖๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๓.๗ รองลงมาก็คือ ผู้ที่มีวุฒิการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น/ตอนปลาย จำนวน ๔๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๕.๗ และน้อยที่สุดคือ ผู้ที่มีวุฒิการศึกษาที่สูงกว่าปริญญาโทขึ้นไป จำนวน ๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๒.๓

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการ จำนวน ๕๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๘.๓ รองลงมาก็คือ เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน ๕๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๖.๗ และน้อยที่สุดคือ ความคิดเห็นอื่นๆ คือนักเรียน จำนวน ๑๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๔.๐

รายได้ต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนเกินกว่า ๑๖,๐๐๐ บาทขึ้นไป จำนวน ๖๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๐.๓ รองลงมาก็คือ มีรายได้ ๑๒,๐๐๑ – ๑๔,๐๐๐ บาท จำนวน ๕๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๙.๓ และน้อยที่สุดคือ มีรายได้ต่อเดือนที่ ๙,๐๐๑ – ๑๒,๐๐๐ บาท จำนวน ๒๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๘.๓

ตำแหน่งงานในชุมชน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ได้มีตำแหน่งอะไรในชุมชน จำนวน ๒๒๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๗๓.๗ รองลงมาก็คือ เป็นสมาชิกชุมชน จำนวน ๗๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๔.๓ และน้อยที่สุดคือ เป็นผู้ใหญ่บ้าน ๑ คน เป็นกำนัน ๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๐.๓

ด้านปัจจัยทางสังคม

การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับรู้ข่าวสารจากผู้ใหญ่บ้าน แนะนำ มีจำนวน ๕๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๘.๐ และรับรู้ข่าวสารจากสื่อมวลชนต่างๆ มีจำนวน ๕๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๘.๐ รองลงมาก็คือรับรู้ข่าวสารจากป้ายประชาสัมพันธ์ของทางวัดมี จำนวน ๔๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๔.๓ และน้อยที่สุดคือ มีการรับรู้ข่าวสารจากแผ่นพับของวัด จำนวน ๑๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๕.๗

การมีส่วนร่วมในการพัฒนา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีส่วนร่วมในการพัฒนา ด้านการร่วมปลูกป่าชายเลน จำนวน ๑๒๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๐.๗ รองลงมาก็คือมีส่วนร่วมในการพัฒนาด้านร่วมรณรงค์รักษาสิ่งแวดล้อมป่าชายเลน จำนวน ๘๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๗.๓ และน้อย

ที่สุดคือมีส่วนร่วมในการพัฒนาในด้านการเข้าร่วมประชุมหารือ จำนวน ๓๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๒.๗

ความถี่ที่ท่านมีส่วนร่วมในโครงการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ที่เข้าร่วมในโครงการนานๆครั้ง (๓-๖ เดือน) จำนวน ๑๔๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๘.๐ รองลงมาคือมีความถี่ที่เข้าร่วมในโครงการปีละครั้ง จำนวน ๘๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๗.๓ และน้อยที่สุดคือมีความถี่ที่เข้าร่วมในโครงการอื่นๆ หรือทำเป็นประจำมีจำนวน ๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๑.๓

๔.๒ ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ตามทัศนะของประชาชน

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมและรายด้าน ได้แก่ด้านการวางแผน ด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผนให้บรรลุเป้าหมาย ด้านการมีส่วนร่วม ด้านการดำเนินการ ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม แต่ละด้านมี ๕ ข้อ รวม ๒๕ ข้อ แสดงด้วยค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานโดยภาพรวมรายละเอียดดังแสดงในตารางที่ ๔.๒ - ๔.๗

ตารางที่ ๔.๒ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล
๑. ด้านการวางแผน	๓.๘๖	๐.๘๒	มาก
๒. ด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผนให้บรรลุเป้าหมาย	๓.๖๖	๐.๙๒	มาก
๓. ด้านการมีส่วนร่วม	๓.๗๑	๐.๘๙	มาก
๔. ด้านการดำเนินการ	๓.๗๐	๐.๘๓	มาก
๕. ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม	๓.๘๖	๐.๘๒	มาก
ภาพรวมของกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ	๓.๗๕	๐.๘๕	มาก

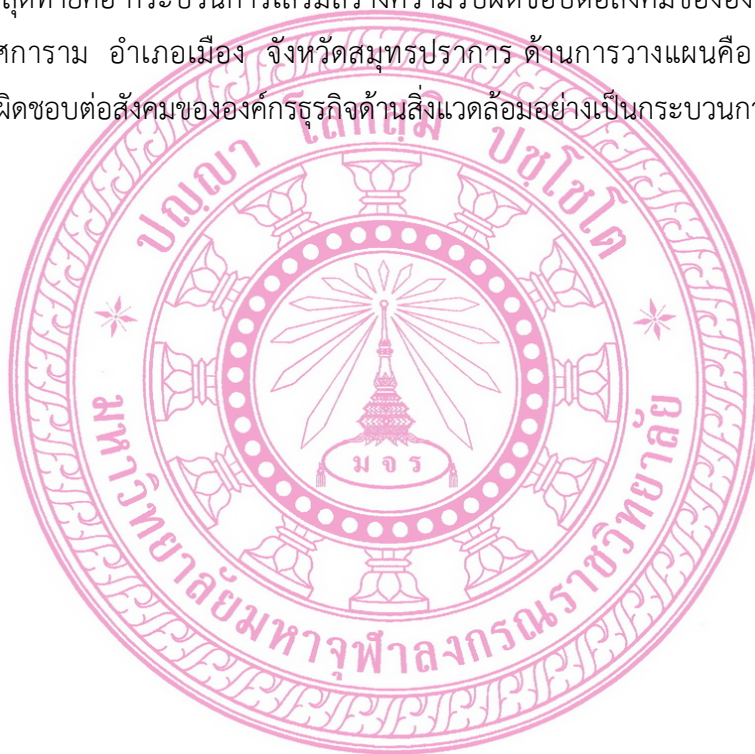
จากตารางที่ ๔.๒ ประชาชนมีความคิดเห็นว่ากระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบ ต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ โดย ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ๓.๗๕ เมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละด้านพบว่า กระบวนการเสริมสร้าง ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัด สมุทรปราการ อยู่ในระดับมากทุกด้าน ตามลำดับ คือด้านการวางแผน ด้านการดูแลรักษา สิ่งแวดล้อม ด้านการมีส่วนร่วม ด้านการดำเนินการ ด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผนให้บรรลุเป้าหมาย

ตารางที่ ๔.๓ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมายของ กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการวางแผน

ลำดับ	กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมของ องค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอ เมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการวางแผน	ระดับความคิดเห็น		
		$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
๑	มีการจัดการบริหารด้านสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม สะดวก ต่อการเข้าร่วมของประชาชน ชุมชน และหน่วยงาน ต่างๆ	๓.๙๐	๐.๓๒	มาก
๒	มีการวางแผนร่วมกับวัดและองค์กรธุรกิจ ในการดูแล และฟื้นฟูป่าชายเลนอย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่อง	๓.๘๔	๐.๘๒	มาก
๓	มีการวางแผนรองรับเมื่อเกิดผลกระทบ ทั้งด้าน กำลังคน และสิ่งแวดล้อม	๓.๘๒	๐.๘๘	มาก
๔	ทางวัดมีแผนการบริหารและเปิดโอกาสให้บุคคลทั่วไป เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมปลูกป่าชายเลน เป็นอย่างดี	๓.๙๕	๐.๙๐	มาก
๕	มีแผนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมของ องค์กรธุรกิจด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นกระบวนการ	๓.๘๑	๐.๘๒	มาก
	ภาพรวมของกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ	๓.๘๖	๐.๘๒	มาก

จากตารางที่ ๔.๓ ประชาชนมีความคิดเห็นว่า กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบ ต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการ วางแผน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ๓.๘๖

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมของ
องค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการวางแผน คือ
วัดมีแผนการบริหารและเปิดโอกาสให้บุคคลทั่วไปเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมปลูกป่าชาย
เลนเป็นอย่างดี ๓.๙๕ รองลงมาคือ กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร
ธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการวางแผนคือ มีการ
จัดการบริหารด้านสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม สะดวกต่อการเข้าร่วมของประชาชน ชุมชน และหน่วยงาน
ต่างๆ ๓.๙๐, ระดับสุดท้ายคือ กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ :
กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการวางแผนคือ มีแผนการ
เสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นกระบวนการ ๓.๘๑



ตารางที่ ๔.๔ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมายของ กระบวนการเสริมสร้างความ รับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผนให้บรรลุเป้าหมาย

ลำดับ	กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผนให้บรรลุเป้าหมาย	ระดับความคิดเห็น		
		χ	S.D.	การแปลผล
๑	กิจกรรมขององค์กรธุรกิจ หน่วยงานต่างๆมีวัตถุประสงค์ในการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างชัดเจน	๓.๘๗	๐.๗๒	มาก
๒	เปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในเรื่องสิ่งแวดล้อมต่างๆตั้งแต่เริ่มต้นการดำเนินโครงการ	๓.๙๒	๐.๘๓	มาก
๓	องค์กรธุรกิจทั้งหลายมีการวางแผนกลยุทธ์ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านสิ่งแวดล้อม	๓.๖๔	๐.๙๔	มาก
๔	สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมมีความเหมาะสม	๓.๔๑	๑.๑๓	ปานกลาง
๕	มีการประเมินผลการดำเนินการร่วมกันในทุกๆครั้ง	๓.๔๗	๑.๐๒	ปานกลาง
	ภาพรวมของกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ	๓.๖๖	๐.๙๒	มาก

จากตารางที่ ๔.๔ ประชาชนมีความคิดเห็นว่า กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผนให้บรรลุเป้าหมาย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ๓.๖๖

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผนให้บรรลุเป้าหมาย คือเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในเรื่องสิ่งแวดล้อมต่างๆตั้งแต่เริ่มต้นการดำเนินโครงการ ๓.๙๒ รองลงมาคือ กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม

อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผนให้บรรลุเป้าหมายคือ กิจกรรมขององค์กรธุรกิจ หน่วยงานต่างๆมีวัตถุประสงค์ในการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างชัดเจน ๓.๘๗ ระดับสุดท้ายคือ กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผนให้บรรลุเป้าหมายคือ สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมมีความเหมาะสม ๓.๔๑

ตารางที่ ๔.๕ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมายของกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการมีส่วนร่วม

ลำดับ	กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการมีส่วนร่วม	ระดับความคิดเห็น		
		$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล
๑	องค์กรของท่านได้มีส่วนร่วมในการวางแผน เพื่อให้มีการจัดสรรงบประมาณในการสนับสนุนกิจกรรมปลูกป่าชายเลน	๓.๖๖	๐.๙๐	มาก
๒	กิจกรรมการปลูกป่าชายเลนเอื้ออำนวยต่อการเข้าร่วมกิจกรรมของประชาชนทั่วไป และชุมชน อย่างเหมาะสม	๓.๘๕	๐.๘๑	มาก
๓	องค์กรของท่านได้มีส่วนร่วมโดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจให้แก่ผู้ที่มาทำกิจกรรมการปลูกป่าชายเลน	๓.๖๗	๐.๘๐	มาก
๔	องค์กรและชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และฟื้นฟูป่าชายเลนเป็นอย่างดี	๓.๙๖	๐.๘๙	มาก
๕	ท่านได้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นและเสนอแนะในการเข้าร่วมกิจกรรมการปลูกป่าชายเลน	๓.๔๒	๑.๐๕	ปานกลาง
	ภาพรวมของกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ	๓.๗๑	๐.๘๙	มาก

จากตารางที่ ๔.๕ ประชาชนมีความคิดเห็นว่า กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบ
ต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการ
มีส่วนร่วม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ๓.๗๑

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมของ
องค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการมีส่วนร่วม
คือ องค์กรและชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และฟื้นฟูป่าชายเลนเป็นอย่างดี ๓.๘๖ รองลงมา
คือ กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม
อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการมีส่วนร่วมคือ กิจกรรมการปลูกป่าชายเลนเอื้ออำนวยต่อ
การเข้าร่วมกิจกรรมของประชาชนทั่วไป และชุมชน อย่างเหมาะสม ๓.๘๕ ระดับสุดท้ายคือ
กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอ
เมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการมีส่วนร่วมคือ ท่านได้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นและเสนอแนะ
ในการเข้าร่วมกิจกรรมการปลูกป่าชายเลน ๓.๔๒



ตารางที่ ๔.๖ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมายของ กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการดำเนินการ

ลำดับ	กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการดำเนินการ	ระดับความคิดเห็น		
		χ ²	S.D.	การแปลผล
๑	องค์กรธุรกิจ หน่วยงานต่างๆ ที่เข้าร่วมกิจกรรมได้ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นกระบวนการ	๓.๗๔	๐.๘๗	มาก
๒	องค์กรธุรกิจ หน่วยงานต่างๆ มีการดำเนินการเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ	๓.๖๘	๐.๘๔	มาก
๓	องค์กรธุรกิจ หน่วยงานต่างๆ มีการดำเนินการสร้างจิตอาสาเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อม	๓.๘๖	๐.๗๔	มาก
๔	องค์กรธุรกิจ หน่วยงานต่างๆ มีการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจัง	๓.๖๕	๐.๘๒	มาก
๕	มีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้เข้าร่วมโครงการพัฒนาป่าชายเลนให้เป็นศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อมอย่างทั่วถึง	๓.๕๘	๐.๙๑	มาก
	ภาพรวมของกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ	๓.๗๐	๐.๘๓	มาก

จากตารางที่ ๔.๖ ประชาชนมีความคิดเห็นว่า กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการดำเนินการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ๓.๗๐

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการดำเนินการ คือ องค์กรธุรกิจ หน่วยงานต่างๆ มีการดำเนินการสร้างจิตอาสาเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมด้าน

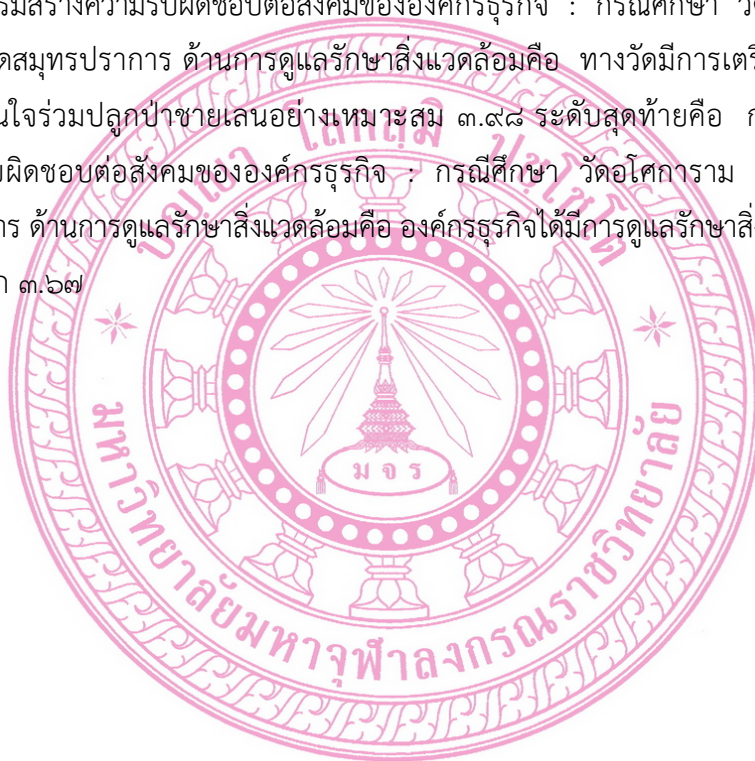
สิ่งแวดล้อม ๓.๘๖ รองลงมาคือ กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการดำเนินการคือ องค์กรธุรกิจ หน่วยงานต่างๆ ที่เข้าร่วมกิจกรรมได้ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นกระบวนการ ๓.๗๔ ระดับสุดท้ายคือ กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการดำเนินการคือ มีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้เข้าร่วมโครงการพัฒนาป่าชายเลนให้เป็นศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อมอย่างทั่วถึง ๓.๕๘

ตารางที่ ๔.๗ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมายของ กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

ลำดับ	กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม	ระดับความคิดเห็น		
		$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
๑	มีการอนุรักษ์พืช-สัตว์ บริเวณป่าชายเลนอย่างถูกต้องและเหมาะสม	๔.๐๑	๐.๘๑	มาก
๒	องค์กรธุรกิจได้มีการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก	๓.๖๗	๐.๗๙	มาก
๓	องค์กรธุรกิจ หน่วยงานต่างๆ รวมถึงวัดและชุมชน มีการพัฒนาพื้นที่ป่าชายเลนเป็นอย่างดี	๓.๘๖	๐.๗๘	มาก
๔	มีผู้สนใจในการเข้าร่วมโครงการพัฒนาป่าชายเลนให้เป็นศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อมเป็นจำนวนมาก	๓.๗๙	๐.๘๒	มาก
๕	ทางวัดมีการเตรียม ต้นกล้าพันธุ์ไม้ ไว้ให้ผู้สนใจร่วมปลูกป่าชายเลนอย่างเหมาะสม	๓.๙๘	๐.๙๐	มาก
	ภาพรวมของกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ	๓.๘๖	๐.๘๒	มาก

จากตารางที่ ๔.๗ ประชาชนมีความคิดเห็นว่า กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบ
ต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการ
ดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ๓.๘๖

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมของ
องค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการดูแลรักษา
สิ่งแวดล้อมคือ มีการอนุรักษ์พืช-สัตว์ บริเวณป่าชายเลนอย่างถูกต้องและเหมาะสม ๔.๐๑ รองลงมา
คือ กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการาม
อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมคือ ทางวัดมีการเตรียม ต้นกล้า
พันธุ์ไม้ ไว้ให้ผู้สนใจร่วมปลูกป่าชายเลนอย่างเหมาะสม ๓.๔๘ ระดับสุดท้ายคือ กระบวนการ
เสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการาม อำเภอเมือง
จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมคือ องค์กรธุรกิจได้มีการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมทั้ง
ภายในและภายนอก ๓.๖๗



๔.๓ ผลการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม(องค์ประกอบส่วนบุคคล)กับกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมของ
องค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ตารางที่ ๔.๘

กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคม ขององค์กรธุรกิจ	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (องค์ประกอบส่วนบุคคล)																	
	เพศ			อายุ			ระดับการศึกษา			อาชีพ			รายได้			ตำแหน่งงาน		
	$\bar{X}$	S.D.	Sig	$\bar{X}$	S.D.	Sig	$\bar{X}$	S.D.	Sig	$\bar{X}$	S.D.	Sig	$\bar{X}$	S.D.	Sig	$\bar{X}$	S.D.	Sig
๑. ด้านการวางแผน																		
มีการจัดการบริหารด้านสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม สะดวกต่อการเข้าร่วมของประชาชน ชุมชน และหน่วยงานต่างๆ							๐.๙๐	๐.๗๒	.๐๑๕*									
มีการวางแผนร่วมกับวัดและองค์กรธุรกิจ ในการดูแลและฟื้นฟูป่าชายเลนอย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่อง				๓.๘๔	๐.๘๒	.๐๐๕**	๓.๘๔	๐.๘๒	.๐๐๗**									
มีการวางแผนรองรับเมื่อเกิดผลกระทบ ทั้งด้านกำลังคนและสิ่งแวดล้อม							๓.๘๒	๐.๘๘	.๐๐๑**	๓.๘๒	๐.๘๘	.๐๐๖**	๓.๘๒	๐.๘๘	.๐๐๔**			
ทางวัดมีแผนการบริหารและเปิดโอกาสให้บุคคลทั่วไปเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมปลูกป่าชายเลนเป็นอย่างดี										๓.๙๕	๐.๙๐	.๐๐๐**	๓.๙๕	๐.๙๐	.๐๐๑**			
มีแผนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นกระบวนการ	๓.๘๑	๐.๘๒	.๐๔๒*	๓.๘๑	๐.๘๒	.๐๔๕*												
๒. ด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผนให้บรรลุเป้าหมาย																		
กิจกรรมขององค์กรธุรกิจ หน่วยงานต่างๆมีวัตถุประสงค์ในการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างชัดเจน										๓.๘๗	๐.๗๒	.๐๐๑**	๓.๘๗	๐.๗๒	.๐๐๑**			

ตารางที่ ๔.๘ ต่อ

กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคม ขององค์กรธุรกิจ	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (องค์ประกอบส่วนบุคคล)																	
	เพศ			อายุ			ระดับการศึกษา			อาชีพ			รายได้			ตำแหน่งงาน		
	$\bar{X}$	S.D.	Sig	$\bar{X}$	S.D.	Sig	$\bar{X}$	S.D.	Sig	$\bar{X}$	S.D.	Sig	$\bar{X}$	S.D.	Sig	$\bar{X}$	S.D.	Sig
เปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม ความรับผิดชอบต่อสังคมในเรื่องสิ่งแวดล้อมต่างๆตั้งแต่เริ่มต้น การดำเนินโครงการ										๓.๙๒	๐.๘๓	.๐๐๐**	๓.๙๒	๐.๘๓	.๐๐๐**			
สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมมีความเหมาะสม	๓.๔๑	๑.๑๓	.๐๐๑**	๓.๔๑	๑.๑๓	.๐๐๖**				๓.๔๑	๑.๑๓	.๐๐๐**	๓.๔๑	๑.๑๓	.๐๐๐**	๓.๔๑	๑.๑๓	.๐๐๕**
มีการประเมินผลการดำเนินการร่วมกันในทุกๆครั้ง										๓.๔๗	๑.๐๒	.๐๑๐**	๓.๔๗	๑.๐๒	.๐๐๓**	๓.๔๗	๑.๐๒	.๐๐๐**
๓. ด้านการมีส่วนร่วม																		
องค์กรของท่านได้มีส่วนร่วมในการวางแผน เพื่อให้มีการ จัดสรรงบประมาณในการสนับสนุนกิจกรรมปลูกป่าชายเลน	๓.๖๖	๐.๙๐	.๐๐๕**	๓.๖๖	๐.๙๐	.๐๐๑**				๓.๖๖	๐.๙๐	.๐๐๐**	๓.๖๖	๐.๙๐	.๐๐๐**			
กิจกรรมการปลูกป่าชายเลนเอื้ออำนวยต่อการเข้าร่วม กิจกรรมของประชาชนทั่วไป และชุมชน อย่างเหมาะสม																		
องค์กรของท่านได้มีส่วนร่วมโดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์เพื่อ สร้างความเข้าใจให้แก่ผู้ที่มาทำกิจกรรมการปลูกป่าชายเลน										๓.๖๗	๐.๘๐	.๐๓๔*				๓.๖๗	๐.๘๐	.๐๓๓*
องค์กรและชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และฟื้นฟูป่า ชายเลนเป็นอย่างดี							๓.๙๖	๐.๘๙	.๐๐๔**									
ท่านได้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นและเสนอแนะในการเข้า ร่วมกิจกรรมการปลูกป่าชายเลน										๓.๔๒	๑.๐๕	.๐๐๑**	๓.๔๒	๑.๐๕	.๐๐๐**			

ตารางที่ ๔.๘ ต่อ

กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคม ขององค์กรธุรกิจ	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (องค์ประกอบส่วนบุคคล)																	
	เพศ			อายุ			ระดับการศึกษา			อาชีพ			รายได้			ตำแหน่งงาน		
	$\bar{x}$	S.D.	Sig	$\bar{x}$	S.D.	Sig	$\bar{x}$	S.D.	Sig	$\bar{x}$	S.D.	Sig	$\bar{x}$	S.D.	Sig	$\bar{x}$	S.D.	Sig
๔. ด้านการดำเนินการ																		
องค์กรธุรกิจ หน่วยงานต่างๆ ที่เข้าร่วมกิจกรรมได้ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นกระบวนการ										๓.๗๔	๐.๘๗	.๐๐๕**				๓.๗๔	๐.๘๗	.๐๐๖**
องค์กรธุรกิจ หน่วยงานต่างๆ มีการดำเนินการเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ							๓.๖๘	๐.๘๔	.๐๔๔*	๓.๖๘	๐.๘๔	.๐๒๔*						
องค์กรธุรกิจ หน่วยงานต่างๆ มีการดำเนินการสร้างจิตอาสาเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อม																		
องค์กรธุรกิจ หน่วยงานต่างๆ มีการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจัง	๓.๖๕	๐.๘๒	.๐๐๕**							๓.๖๕	๐.๘๒	.๐๐๓**	๓.๖๕	๐.๘๒	.๐๐๕**	๓.๖๕	๐.๘๒	.๐๐๕**
มีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้เข้าร่วมโครงการพัฒนาป่าชายเลนให้เป็นศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อมอย่างทั่วถึง	๓.๕๘	๐.๙๑	.๐๐๐**							๓.๕๘	๐.๙๑	.๐๐๐**	๓.๕๘	๐.๙๑	.๐๐๐**			

ตารางที่ ๔.๘ ต่อ

กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคม ขององค์กรธุรกิจ	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (องค์ประกอบส่วนบุคคล)																	
	เพศ			อายุ			ระดับการศึกษา			อาชีพ			รายได้			ตำแหน่งงาน		
	$\bar{X}$	S.D.	Sig	$\bar{X}$	S.D.	Sig	$\bar{X}$	S.D.	Sig	$\bar{X}$	S.D.	Sig	$\bar{X}$	S.D.	Sig	$\bar{X}$	S.D.	Sig
๕. ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม																		
มีการอนุรักษ์พืช-สัตว์ บริเวณป่าชายเลนอย่างถูกต้องและเหมาะสม	๔.๔๑	๐.๘๑	.๐๐๓**							๔.๔๑	๐.๘๑	.๐๐๒**						
องค์กรธุรกิจได้มีการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก	๓.๖๗	๐.๗๙	.๐๔๔*										๓.๖๗	๐.๗๙	.๐๑๒*			
องค์กรธุรกิจ หน่วยงานต่างๆ รวมถึงวัดและชุมชน มีการพัฒนาพื้นที่ป่าชายเลนเป็นอย่างดี							๓.๘๖	๐.๗๘	.๐๑๔*									
มีผู้สนใจในการเข้าร่วมโครงการพัฒนาป่าชายเลนให้เป็นศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อมเป็นจำนวนมาก													๓.๗๙	๐.๘๒	.๐๑๕*	๓.๗๙	๐.๘๒	.๐๑๓*
ทางวัดมีการเตรียม ต้นกล้าพันธุ์ไม้ ไว้ให้ผู้สนใจร่วมปลูกป่าชายเลนอย่างเหมาะสม																๓.๙๘	๐.๙๐	.๐๔๑*

จากตารางที่ ๔.๘ ผลการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม(องค์ประกอบส่วนบุคคล)กับกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม พบว่า

๑. ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์ต่อการมีการจัดการบริหารด้านสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม สะดวกต่อการเข้าร่วมของประชาชน ชุมชน และหน่วยงานต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

๒. อายุและระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์ต่อการมีการวางแผนร่วมกับวัดและองค์กรธุรกิจ ในการดูแลและฟื้นฟูป่าชายเลนอย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่อง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

๓. ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์ต่อการมีการวางแผนรองรับเมื่อเกิดผลกระทบ ทั้งด้านกำลังคน และสิ่งแวดล้อม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

๔. อาชีพและรายได้ มีความสัมพันธ์ต่อ ทางวัดมีแผนการบริหารและเปิดโอกาสให้บุคคลทั่วไปเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมปลูกป่าชายเลนเป็นอย่างดี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

๕. เพศและอายุ รายได้ มีความสัมพันธ์ต่อ การมีแผนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นกระบวนการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

๖. อาชีพและรายได้ มีความสัมพันธ์ต่อ กิจกรรมขององค์กรธุรกิจ หน่วยงานต่างๆมีวัตถุประสงค์ในการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างชัดเจน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

๗. อาชีพและรายได้ มีความสัมพันธ์ต่อ การเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในเรื่องสิ่งแวดล้อมต่างๆตั้งแต่เริ่มต้นการดำเนินโครงการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

๘. เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และตำแหน่งงาน มีความสัมพันธ์ต่อ สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมมีความเหมาะสม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

๙. อาชีพ รายได้ และตำแหน่งงาน มีความสัมพันธ์ต่อ มีการประเมินผลการดำเนินการร่วมกันในทุกๆครั้ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

๑๐. เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์ต่อ องค์กรของท่านได้มีส่วนร่วมในการวางแผน เพื่อให้มีการจัดสรรงบประมาณในการสนับสนุนกิจกรรมปลูกป่าชายเลน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

๑๑. อาชีพ และตำแหน่งงาน มีความสัมพันธ์ต่อ องค์กรของท่านได้มีส่วนร่วม โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจให้แก่ผู้ที่มาทำกิจกรรมการปลูกป่าชายเลน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

๑๒. ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์ต่อ องค์การและชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และฟื้นฟูป่าชายเลนเป็นอย่างดี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

๑๓. อาชีพและรายได้ มีความสัมพันธ์ต่อ ท่านได้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นและเสนอแนะในการเข้าร่วมกิจกรรมการปลูกป่าชายเลน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

๑๔. อาชีพ และตำแหน่งงาน มีความสัมพันธ์ต่อ องค์การธุรกิจ หน่วยงานต่างๆ ที่เข้าร่วมกิจกรรมได้ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นกระบวนการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

๑๕. ระดับการศึกษา และอาชีพ มีความสัมพันธ์ต่อ องค์การธุรกิจ หน่วยงานต่างๆ มีการดำเนินการเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

๑๖. เพศ อาชีพ รายได้ และตำแหน่งงาน มีความสัมพันธ์ต่อ องค์การธุรกิจ หน่วยงานต่างๆ มีการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจัง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

๑๗. เพศ อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์ต่อ มีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้เข้าร่วมโครงการพัฒนาป่าชายเลนให้เป็นศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อมอย่างทั่วถึง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

๑๘. เพศ และอาชีพ มีความสัมพันธ์ต่อ มีการอนุรักษ์พืช-สัตว์ บริเวณป่าชายเลนอย่างถูกต้องและเหมาะสม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

๑๙. เพศ และรายได้ มีความสัมพันธ์ต่อ องค์การธุรกิจได้มีการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

๒๐. ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์ต่อ องค์การธุรกิจ หน่วยงานต่างๆ รวมถึงวัดและชุมชน มีการพัฒนาพื้นที่ป่าชายเลนเป็นอย่างดี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

๒๑. รายได้ และตำแหน่งงาน มีความสัมพันธ์ต่อ มีผู้สนใจในการเข้าร่วมโครงการพัฒนาป่าชายเลนให้เป็นศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อมเป็นจำนวนมาก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

๒๒. ตำแหน่งงาน มีความสัมพันธ์ต่อ ทางวัดมีการเตรียม ต้นกล้าพันธุ์ไม้ ไว้ให้ผู้สนใจร่วมปลูกป่าชายเลนอย่างเหมาะสม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ ๔.๙ ผลการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ปัจจัยทางด้านสังคม) กับกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการาม

กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคม ขององค์กรธุรกิจ	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ปัจจัยทางสังคม)								
	การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร			การมีส่วนร่วมในการพัฒนาป่าชายเลน			ความถี่ที่เข้าร่วมโครงการ		
	$\bar{X}$	S.D.	Sig	$\bar{X}$	S.D.	Sig	$\bar{X}$	S.D.	Sig
๑. ด้านการวางแผน									
มีการจัดการบริหารด้านสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม สะดวกต่อการเข้าร่วมของประชาชน ชุมชน และหน่วยงานต่างๆ									
มีการวางแผนร่วมกับวัดและองค์กรธุรกิจ ในการดูแลและฟื้นฟูป่าชายเลนอย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่อง							๓.๘๔	๐.๘๒	.๐๑๓*
มีการวางแผนรองรับเมื่อเกิดผลกระทบ ทั้งด้านกำลังคน และสิ่งแวดล้อม	๓.๘๒	๐.๘๘	.๐๐๐**						
ทางวัดมีแผนการบริหารและเปิดโอกาสให้บุคคลทั่วไปเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมปลูกป่าชายเลนเป็นอย่างดี	๓.๙๕	๐.๙๐	.๐๐๐**						
มีแผนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นกระบวนการ	๓.๘๑	๐.๘๒	.๐๓๗*						
๒. ด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผนให้บรรลุเป้าหมาย									
กิจกรรมขององค์กรธุรกิจ หน่วยงานต่างๆมีวัตถุประสงค์ในการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างชัดเจน				๓.๘๗	๐.๗๒	.๐๐๓**			

ตารางที่ ๔.๙ ต่อ

กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคม ขององค์กรธุรกิจ	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ปัจจัยทางสังคม)								
	การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร			การมีส่วนร่วมในการพัฒนาป่าชายเลน			ความถี่ที่เข้าร่วมโครงการ		
	$\bar{X}$	S.D.	Sig	$\bar{X}$	S.D.	Sig	$\bar{X}$	S.D.	Sig
เปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในเรื่องสิ่งแวดล้อมต่างๆตั้งแต่เริ่มต้นการดำเนินโครงการ									
สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมมีความเหมาะสม	๓.๔๑	๑.๑๓	.๐๐๐**	๓.๔๑	๑.๑๓	.๐๐๐**	๓.๔๑	๑.๑๓	.๐๐๐**
มีการประเมินผลการดำเนินการร่วมกันในทุกๆครั้ง	๓.๔๗	๑.๐๒	.๐๐๑**	๓.๔๗	๑.๐๒	.๐๐๐**			
๓. ด้านการมีส่วนร่วม									
องค์กรของท่านได้มีส่วนร่วมในการวางแผน เพื่อให้มีการจัดสรรงบประมาณในการสนับสนุนกิจกรรมปลูกป่าชายเลน	๓.๖๖	๐.๙๐	.๐๐๐**	๓.๖๖	๐.๙๐	.๐๐๐**	๓.๖๖	๐.๙๐	.๐๐๐**
กิจกรรมการปลูกป่าชายเลนเอื้ออำนวยต่อการเข้าร่วมกิจกรรมของประชาชนทั่วไป และชุมชน อย่างเหมาะสม									
องค์กรของท่านได้มีส่วนร่วมโดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจให้แก่ผู้ที่มาทำกิจกรรมการปลูกป่าชายเลน	๓.๖๗	๐.๘๐	.๐๐๖**				๓.๖๗	๐.๘๐	.๐๐๑**
องค์กรและชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และฟื้นฟูป่าชายเลนเป็นอย่างดี				๓.๙๖	๐.๘๙	.๐๑๓*			
ท่านได้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นและเสนอแนะในการเข้าร่วมกิจกรรมการปลูกป่าชายเลน	๓.๔๒	๑.๐๕	.๐๐๑**	๓.๔๒	๑.๐๕	.๐๐๘**	๓.๔๒	๑.๐๕	.๐๐๑**

ตารางที่ ๔.๙ ต่อ

กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคม ขององค์กรธุรกิจ	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ปัจจัยทางสังคม)								
	การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร			การมีส่วนร่วมในการพัฒนาป่าชายเลน			ความถี่ที่เข้าร่วมโครงการ		
	$\bar{X}$	S.D.	Sig	$\bar{X}$	S.D.	Sig	$\bar{X}$	S.D	Sig
๔. ด้านการดำเนินการ									
องค์กรธุรกิจ หน่วยงานต่างๆ ที่เข้าร่วมกิจกรรมได้ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นกระบวนการ							๓.๗๔	๐.๘๗	.๐๒๐*
องค์กรธุรกิจ หน่วยงานต่างๆ มีการดำเนินการเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ							๓.๖๘	๐.๘๔	.๐๑๒*
องค์กรธุรกิจ หน่วยงานต่างๆ มีการดำเนินการสร้างจิตอาสาเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อม									
องค์กรธุรกิจ หน่วยงานต่างๆ มีการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจัง	๓.๖๕	๐.๘๒	.๐๓๒*				๓.๖๕	๐.๘๒	.๐๒๙*
มีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้เข้าร่วมโครงการพัฒนาป่าชายเลนให้เป็นศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อมอย่างทั่วถึง	๓.๕๘	๐.๙๑	.๐๐๐**	๓.๕๘	๐.๙๑	.๐๐๐**	๓.๕๘	๐.๙๑	.๐๐๐**
๕. ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม									
มีการอนุรักษ์พืช-สัตว์ บริเวณป่าชายเลนอย่างถูกต้องและเหมาะสม				๔.๐๑	๐.๘๑	.๐๑๔*			

ตารางที่ ๔.๙ ต่อ

กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคม ขององค์กรธุรกิจ	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ปัจจัยทางสังคม)								
	การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร			การมีส่วนร่วมในการพัฒนาป่าชายเลน			ความถี่ที่เข้าร่วมโครงการ		
	$\bar{x}$	S.D.	Sig	$\bar{x}$	S.D.	Sig	$\bar{x}$	S.D	Sig
องค์กรธุรกิจได้มีการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก							๓.๖๗	๐.๗๙	.๐๐๐**
องค์กรธุรกิจ หน่วยงานต่างๆ รวมถึงวัดและชุมชน มีการพัฒนาพื้นที่ป่าชายเลนเป็นอย่างดี									
มีผู้สนใจในการเข้าร่วมโครงการพัฒนาป่าชายเลนให้เป็นศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อมเป็นจำนวนมาก							๓.๗๙	๐.๘๒	.๐๑๗*
ทางวัดมีการเตรียม ต้นกล้าพันธุ์ไม้ ไว้ให้ผู้สนใจร่วมปลูกป่าชายเลนอย่างเหมาะสม							๓.๙๘	๐.๙๐	.๐๒๖*

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

จากตารางที่ ๔.๙ ผลการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ปัจจัยทางด้านสังคม) กับกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม พบว่า

๑. ความถี่ที่เข้าร่วมโครงการ มีความสัมพันธ์ต่อการมีการวางแผนร่วมกับวัดและองค์กรธุรกิจ ในการดูแลและฟื้นฟูป่าชายเลนอย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่อง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

๒. การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มีความสัมพันธ์ต่อการมีการ มีการวางแผนรองรับเมื่อเกิดผลกระทบ ทั้งด้านกำลังคน และสิ่งแวดล้อม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

๓. การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มีความสัมพันธ์ต่อการที่ทางวัดมีแผนการบริหารและเปิดโอกาสให้บุคคลทั่วไปเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมปลูกป่าชายเลนเป็นอย่างดี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

๔. การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มีความสัมพันธ์ต่อการมีแผนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นกระบวนการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

๕. การมีส่วนร่วมในการพัฒนาป่าชายเลน ความสัมพันธ์ต่อกิจกรรมขององค์กรธุรกิจ หน่วยงานต่างๆมีวัตถุประสงค์ในการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างชัดเจน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

๖. การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การมีส่วนร่วมในการพัฒนาป่าชายเลน และความถี่ที่เข้าร่วมโครงการ มีความสัมพันธ์ต่อ สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมมีความเหมาะสม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

๗. การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มีความสัมพันธ์ต่อ การมีส่วนร่วมในการพัฒนาป่าชายเลน มีการประเมินผลการดำเนินการร่วมกันในทุกๆครั้ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

๘. การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การมีส่วนร่วมในการพัฒนาป่าชายเลน และความถี่ที่เข้าร่วมโครงการ มีความสัมพันธ์ต่อ องค์กรของท่านได้มีส่วนร่วมในการวางแผน เพื่อให้มีการจัดสรรงบประมาณในการสนับสนุนกิจกรรมปลูกป่าชายเลน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

๙. การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และความถี่ที่เข้าร่วมโครงการ มีความสัมพันธ์ต่อ องค์กรของท่านได้มีส่วนร่วมโดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจให้แก่ผู้ที่มาทำกิจกรรมการปลูกป่าชายเลน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

๑๐. การมีส่วนร่วมในการพัฒนาป่าชายเลน มีความสัมพันธ์ต่อ องค์กรและชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และฟื้นฟูป่าชายเลนเป็นอย่างดี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

๑๑. การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การมีส่วนร่วมในการพัฒนาป่าชายเลน และความถี่ที่เข้าร่วมโครงการ มีความสัมพันธ์ต่อ ท่านได้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นและเสนอแนะในการเข้าร่วมกิจกรรมการปลูกป่าชายเลน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

๑๒. ความถี่ที่เข้าร่วมโครงการ มีความสัมพันธ์ต่อ องค์การธุรกิจ หน่วยงานต่างๆ ที่เข้าร่วมกิจกรรมได้ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นกระบวนการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

๑๓. ความถี่ที่เข้าร่วมโครงการ มีความสัมพันธ์ต่อ องค์การธุรกิจ หน่วยงานต่างๆ มีการดำเนินการเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

๑๔. การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และความถี่ที่เข้าร่วมโครงการ มีความสัมพันธ์ต่อ องค์การธุรกิจ หน่วยงานต่างๆ มีการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจัง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

๑๕. การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การมีส่วนร่วมในการพัฒนาป่าชายเลน และความถี่ที่เข้าร่วมโครงการ มีความสัมพันธ์ต่อ มีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้เข้าร่วมโครงการพัฒนาป่าชายเลนให้เป็นศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อมอย่างทั่วถึง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

๑๖. การมีส่วนร่วมในการพัฒนาป่าชายเลน มีความสัมพันธ์ต่อ มีการอนุรักษ์พืช-สัตว์บริเวณป่าชายเลนอย่างถูกต้องและเหมาะสม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

๑๗. ความถี่ที่เข้าร่วมโครงการ มีความสัมพันธ์ต่อ องค์การธุรกิจได้มีการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

๑๘. ความถี่ที่เข้าร่วมโครงการ มีความสัมพันธ์ต่อ ผู้สนใจในการเข้าร่วมโครงการพัฒนาป่าชายเลนให้เป็นศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อมเป็นจำนวนมาก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

๑๙. ความถี่ที่เข้าร่วมโครงการ มีความสัมพันธ์ต่อ ทางวัดมีการเตรียม ต้นกล้าพันธุ์ไม้ไว้ให้ผู้สนใจร่วมปลูกป่าชายเลนอย่างเหมาะสม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

๔.๔ ผลการทดสอบสมมติฐานของกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ตามทัศนของประชาชนโดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ การทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างตัวแปร ได้แก่ การจำแนกตาม เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, อาชีพ, รายได้

สมมติฐานที่ ๑ กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ แตกต่างกัน

ตารางที่ ๔.๑๐ ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ
จำแนกตามเพศ

กระบวนการเสริมสร้าง ความรับผิดชอบต่อสังคม ขององค์กรธุรกิจ	เพศ				F	Sig
	ชาย (n=๑๗๖)		หญิง (n=๑๒๔)			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
๑. ด้านการวางแผน	๓.๘๔	.๘๔๔	๓.๘๙	.๘๑๑	๒.๓๗๒	๐.๒๗๕
๒. ด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผน ให้บรรลุเป้าหมาย	๓.๕๘	.๘๕๕	๓.๗๗	.๘๑๔	๓.๓๓๑	๐.๒๐๗
๓. ด้านการมีส่วนร่วม	๓.๖๖	.๙๒๖	๓.๗๘	.๘๓๙	๓.๑๕๘	๐.๑๗๔
๔. ด้านการดำเนินการ	๓.๖๓	.๘๔๓	๓.๘๐	.๘๑๓	๕.๖๑๕	๐.๑๕๙
๕. ด้านการดูแลรักษา สิ่งแวดล้อม	๓.๗๙	.๘๑๘	๓.๙๖	.๘๑๘	๓.๖๙๙	๐.๑๗๙
รวม	๓.๗๐	.๘๕๕	๓.๘๔	.๘๑๙	๓.๖๓๕	๐.๑๙๘

จากตารางที่ ๔.๑๐ กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันทุกด้าน

สมมติฐานที่ ๒ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ แตกต่างกัน

ตารางที่ ๔.๑๑ ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ

จำแนกตามอายุ

กระบวนการเสริมสร้างความ รับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ธุรกิจ	อายุ												F	Sig.
	ต่ำกว่า ๒๐ ปี (n=๓๐)		๒๓ - ๓๐ ปี (n=๑๕๗)		๓๑ - ๔๐ ปี (n=๖๑)		๔๑ - ๕๐ ปี (n=๒๖)		๕๑ - ๖๐ ปี (n=๒๑)		๖๑ - ๗๐ ปี (n=๕)			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
๑. ด้านการวางแผน	๓.๕๗	.๘๘๙	๓.๘๕	.๗๓๖	๓.๘๑	.๘๔๕	๓.๘๓	.๘๓๖	๔.๐๔	.๖๒๔	๔.๔๒	.๕๔๗	๒.๖๐๓	๐.๕๔๖
๒. ด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผนให้ บรรลุเป้าหมาย	๓.๖๕	.๘๑๓	๓.๕๗	.๘๘๐	๓.๖๓	.๗๔๖	๓.๕๓	.๘๙๑	๔.๐๐	.๗๐๗	๔.๖๐	๑.๑๔๐	๒.๐๙๘	๐.๐๗๒
๓. ด้านการมีส่วนร่วม	๓.๓๓	.๙๖๘	๓.๕๙	.๙๓๖	๓.๘๐	.๗๙๖	๓.๘๔	.๗๓๑	๓.๙๐	.๘๘๙	๔.๐๐	.๗๐๗	๒.๓๒๗	๐.๑๔๖
๔. ด้านการดำเนินการ	๓.๘๐	.๘๘๖	๓.๖๐	.๗๒๒	๓.๕๗	.๘๒๖	๓.๗๖	.๗๑๐	๓.๙๕	.๖๒๔	๔.๐๐	๑.๐๙๕	๑.๕๑๑	๐.๓๘๕
๕. ด้านการดูแลรักษา สิ่งแวดล้อม	๓.๖๐	.๙๒๒	๓.๗๐	.๘๑๒	๓.๗๒	.๘๑๓	๓.๘๘	.๘๒๓	๓.๘๕	.๗๖๙	๔.๒๐	.๘๓๖	๑.๑๐๑	๐.๔๕๓
รวม	๓.๕๙	.๘๙๕	๓.๖๖	.๘๑๗	๓.๗๐	.๘๐๕	๓.๗๖	.๗๙๘	๓.๙๔	.๗๒๒	๔.๒๔	.๘๖๕	๑.๙๒๘	๐.๓๒๐

จากตารางที่ ๔.๑๑ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันทุกด้าน

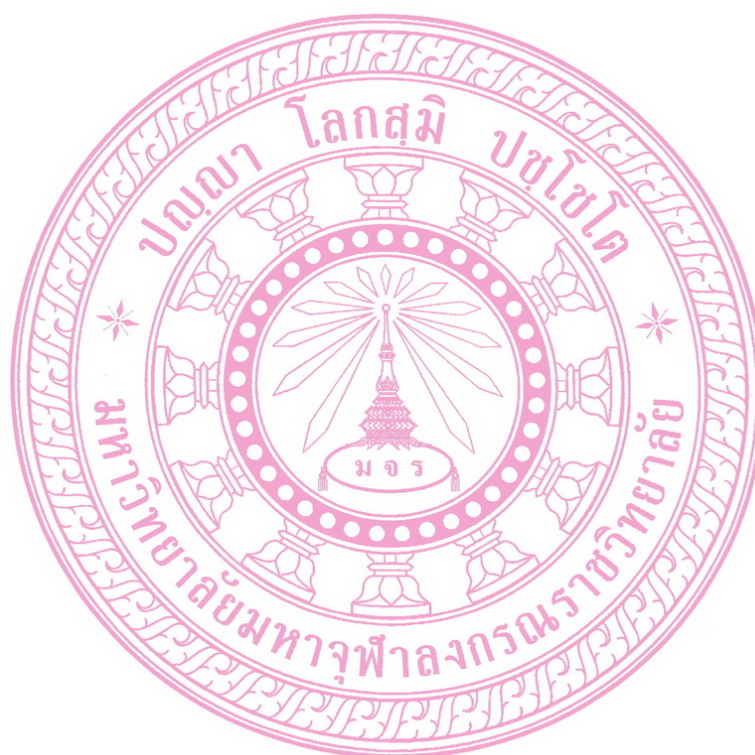
สมมติฐานที่ ๓ กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ แตกต่างกัน
 ตารางที่ ๔.๑๒ ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ
 จำแนกตามระดับการศึกษา

กระบวนการเสริมสร้างความ รับผิดชอบต่อสังคมของ องค์กรธุรกิจ	ระดับการศึกษา												F	Sig.
	ประถมศึกษา (n=๖)		มัธยมศึกษา ตอนต้น/ตอน ปลาย (n=๔๗)		ประกาศนียบัตร วิชาชีพ/วิชาชีพ ชั้นสูง (n=๓๘)		ปริญญาตรี (n=๑๖๑)		ปริญญาโท (n=๔๑)		สูงกว่าปริญญาโท ขึ้นไป (n=๗)			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
๑. ด้านการวางแผน	๓.๓๓	๑.๒๑๑	๓.๖๑	.๘๙๘	๓.๙๔	.๘๖๘	๓.๘๔	.๗๔๖	๔.๐๔	.๘๓๕	๔.๑๔	๑.๐๖๙	๒.๕๗๓*	๐.๐๑๖
๒. ด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผนให้ บรรลุเป้าหมาย	๔.๓๓	.๘๑๖	๓.๕๕	.๘๗๙	๓.๘๕	.๙๑๖	๓.๔๕	.๙๖๑	๔.๐๐	.๗๗๔	๔.๘๕	.๓๗๗	๓.๒๔๐**	๐.๐๐๐
๓. ด้านการมีส่วนร่วม	๓.๖๑	.๙๘๓	๓.๗๔	.๙๒๐	๓.๙๔	.๘๐๓	๓.๙๐	.๗๑๔	๓.๗๕	.๙๙๔	๔.๑๔	.๖๙๐	๒.๒๙๔**	๐.๐๐๒
๔. ด้านการดำเนินการ	๔.๐๐	.๘๙๔	๓.๖๕	.๘๑๔	๓.๖๐	.๙๔๕	๓.๕๘	.๘๐๒	๓.๘๕	.๘๒๓	๔.๑๔	.๓๗๗	๒.๐๖๕**	๐.๐๐๔
๕. ด้านการดูแลรักษา สิ่งแวดล้อม	๓.๖๖	๑.๐๓๒	๓.๘๕	.๙๐๘	๔.๑๐	.๙๘๐	๔.๐๒	.๘๖๕	๓.๘๐	.๙๕๔	๔.๗๑	.๔๘๗	๑.๔๗๑**	๐.๐๐๑
รวม	๓.๖๙	.๙๘๗	๓.๖๘	.๘๘๓	๓.๘๘	.๙๐๒	๓.๗๕	.๘๑๗	๓.๘๘	.๘๗๖	๔.๓๙	.๖๐๐	๒.๓๒๘**	๐.๐๐๔

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๑

จากตารางที่ ๔.๑๒ กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ โดยภาพรวมแตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นแตกต่างกันทุกด้าน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๑ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

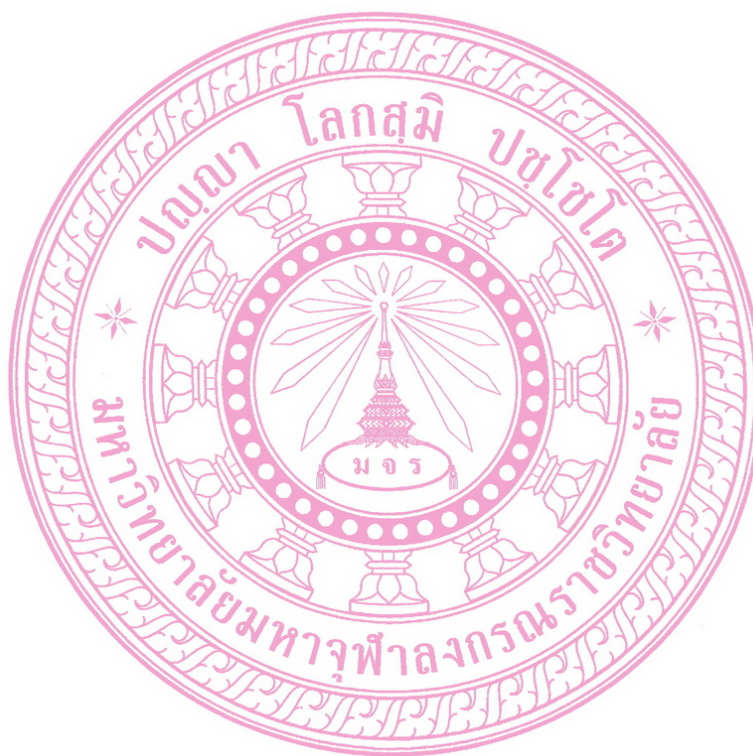


สมมติฐานที่ ๔ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ แตกต่างกัน
 ตารางที่ ๔.๑๓ ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ
 จำแนกตามอาชีพ

กระบวนการเสริมสร้างความ รับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ธุรกิจ	อาชีพ														F	Sig.
	เกษตรกรรวม (n=๔๙)		รับจ้าง (n=๔๔)		ค้าขาย (n=๔๙)		ข้าราชการ (n=๕๕)		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n=๔๑)		พนักงาน บริษัทเอกชน (n=๕๐)		อื่นๆ (n=๑๒)			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
๑. ด้านการวางแผน	๓.๘๙	.๖๘๔	๓.๖๑	.๘๙๔	๓.๘๙	.๗๙๗	๓.๘๙	.๘๐๙	๓.๙๐	.๘๖๐	๔.๐๐	.๘๐๘	๓.๒๕	.๙๖๕	๔.๑๐๗	๐.๑๔๔
๒. ด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผนให้ บรรลุเป้าหมาย	๓.๓๔	.๗๒๓	๓.๙๕	.๘๖๑	๔.๐๒	.๘๕๓	๔.๐๗	.๗๔๑	๔.๐๐	.๘๙๔	๔.๐๘	.๗๕๑	๔.๑๖	.๘๓๔	๙.๕๙๐**	๐.๐๐๐
๓. ด้านการมีส่วนร่วม	๓.๒๘	.๗๓๕	๓.๖๑	.๘๖๘	๓.๘๗	.๙๒๗	๓.๘๓	.๗๓๙	๓.๗๕	.๗๓๔	๓.๗๔	.๗๕๐	๓.๔๑	.๖๖๘	๖.๙๓๖**	๐.๐๐๑
๔. ด้านการดำเนินการ	๓.๓๔	.๗๕๑	๓.๖๕	.๘๐๕	๓.๘๕	.๘๑๖	๓.๗๒	.๘๙๑	๓.๖๕	.๗๙๔	๓.๘๖	.๘๓๓	๓.๖๖	๑.๑๕๔	๕.๐๔๑	๐.๑๘๖
๕. ด้านการดูแลรักษา สิ่งแวดล้อม	๔.๐๔	.๖๑๐	๔.๐๒	.๘๔๘	๓.๗๓	.๙๙๕	๓.๘๐	๑.๐๗๑	๔.๑๙	.๘๗๒	๔.๑๖	.๘๔๑	๔.๐๘	๑.๐๘๓	๒.๐๔๓	๐.๒๒๑
รวม	๓.๕๗	.๗๐๐	๓.๗๖	.๘๕๕	๓.๘๗	.๘๗๗	๓.๘๖	.๘๔๘	๓.๘๙	.๘๓๐	๓.๙๖	.๗๙๖	๓.๗๑	.๙๔๐	๕.๕๔๓	๐.๑๑๐

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๑

จากตารางที่ ๔.๑๓ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผนให้บรรลุเป้าหมาย และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน มีความคิดเห็นแตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๑

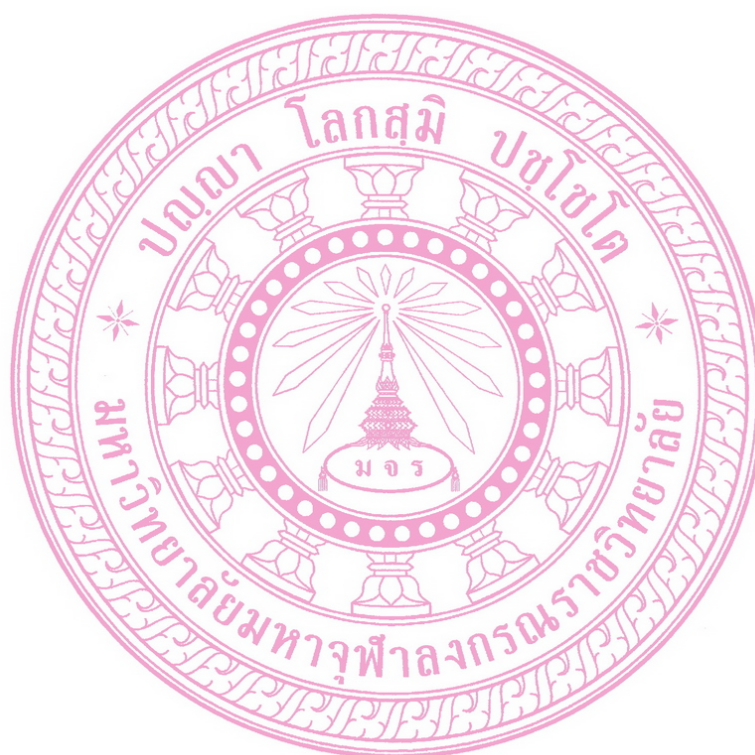


สมมติฐานที่ ๕ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ แตกต่างกัน
 ตารางที่ ๔.๑๔ ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ
 จำแนกตามรายได้

กระบวนการเสริมสร้างความ รับผิดชอบต่อสังคมของ องค์กรธุรกิจ	รายได้												F	Sig.
	๓,๐๐๐ – ๖,๐๐๐ บาท (n=๕๕)		๖,๐๐๑ – ๙,๐๐๐ บาท (n=๓๔)		๙,๐๐๑ – ๑๒,๐๐๐ บาท (n=๒๕)		๑๒,๐๐๑ – ๑๔,๐๐๐ บาท (n=๕๘)		๑๔,๐๐๑ – ๑๖,๐๐๐ บาท (n=๖๑)		มากกว่า ๑๖,๐๐๐ บาทขึ้นไป (n=๖๗)			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
๑. ด้านการวางแผน	๓.๗๖	.๖๐๗	๓.๗๙	๑.๐๙๔	๓.๗๖	.๘๓๐	๓.๙๖	.๗๔๘	๓.๗๕	.๗๔๕	๓.๙๕	.๙๙๔	๑.๘๐๐	๐.๔๑๒
๒. ด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผนให้ บรรลุเป้าหมาย	๒.๗๘	๑.๐๔๘	๓.๙๔	.๙๕๑	๓.๘๔	.๘๐๐	๓.๗๔	.๗๖๒	๓.๗๗	.๘๒๔	๓.๙๔	.๗๕๖	๑๑.๑๘๐**	๐.๐๐๐
๓. ด้านการมีส่วนร่วม	๓.๘๕	.๗๓๐	๓.๘๘	๑.๐๓๗	๓.๗๖	.๖๖๓	๓.๘๒	.๗๗๕	๓.๙๖	.๗๗๓	๓.๘๐	.๘๗๔	๕.๔๓๘	๐.๑๗๗
๔. ด้านการดำเนินการ	๓.๒๙	.๗๓๗	๓.๖๗	.๘๔๒	๓.๘๘	.๙๗๑	๓.๖๕	.๙๐๙	๓.๘๐	.๗๔๘	๓.๗๓	.๗๕๐	๔.๓๗๕	๐.๑๙๓
๕. ด้านการดูแลรักษา สิ่งแวดล้อม	๔.๐๕	.๖๗๘	๓.๙๔	.๙๘๒	๓.๖๐	.๗๖๓	๔.๐๘	.๙๙๖	๔.๐๐	.๙๔๘	๔.๐๐	.๙๓๗	๒.๔๔๘	๐.๒๙๔
รวม	๓.๕๔	.๗๖๐	๓.๘๔	.๙๘๑	๓.๗๐	.๘๐๕	๓.๘๕	.๘๓๘	๓.๘๕	.๘๑๓	๓.๘๘	.๘๒๖	๕.๐๔๘	๐.๒๑๕

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๑

จากตารางที่ ๔.๑๔ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผนให้บรรลุเป้าหมาย มีความคิดเห็นแตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๑



สมมติฐานที่ ๖ กลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งงานในชุมชนแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ แตกต่างกัน
 ตารางที่ ๔.๑๕ ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ
 จำแนกตามตำแหน่งงาน

กระบวนการเสริมสร้างความ รับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ธุรกิจ	ตำแหน่งงานในชุมชน								F	Sig.
	ผู้ใหญ่บ้าน(n=๑)		กำนัน (n=๑)		สมาชิก อบต.(n=๒)		ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน(n=๒)			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
๑. ด้านการวางแผน	๔.๐๐	.๐๐๐	๔.๐๐	.๐๐๐	๓.๕๐	.๗๐๗	๔.๐๐	.๐๐๐	๐.๙๗๐	๐.๔๙๗
๒. ด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผนให้ บรรลุเป้าหมาย	๔.๐๐	.๐๐๐	๓.๐๐	.๐๐๐	๓.๕๐	.๗๐๗	๕.๐๐	.๐๐๐	๒.๘๙๗	๐.๑๕๕
๓. ด้านการมีส่วนร่วม	๓.๐๐	.๐๐๐	๔.๐๐	.๐๐๐	๔.๐๐	๑.๔๑๔	๔.๕๐	.๗๐๗	๑.๗๗๔	๐.๓๕๘
๔. ด้านการดำเนินการ	๕.๐๐	.๐๐๐	๔.๐๐	.๐๐๐	๔.๕๐	.๗๐๗	๔.๐๐	๑.๔๑๔	๑.๘๒๗	๐.๘๑๘
๕. ด้านการดูแลรักษา สิ่งแวดล้อม	๓.๐๐	.๐๐๐	๔.๐๐	.๐๐๐	๓.๕๐	.๗๐๗	๓.๕๐	.๗๐๗	๒.๑๑๙	๐.๑๖๙
รวม	๓.๘๐	.๐๐๐	๓.๘๐	.๐๐๐	๓.๘๐	.๘๔๘	๔.๒๐	.๕๖๕	๑.๙๑๗	๐.๒๗๒

ตารางที่ ๔.๑๕ ต่อ

กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ	ตำแหน่งงานในชุมชน				F	Sig.
	สมาชิกชุมชน (n=๗๓)		ไม่ได้มีตำแหน่งอะไร (n=๒๒๑)			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
๑. ด้านการวางแผน	๓.๙๑	.๙๐๙	๓.๗๙	.๘๘๘	๐.๙๗๐	๐.๔๙๗
๒. ด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผนให้บรรลุเป้าหมาย	๓.๘๙	.๘๐๙	๓.๕๖	.๙๗๘	๒.๘๙๗	๐.๑๕๕
๓. ด้านการมีส่วนร่วม	๓.๙๐	.๙๐๐	๓.๘๓	.๗๘๐	๑.๗๗๔	๐.๓๕๘
๔. ด้านการดำเนินการ	๓.๗๙	.๙๑๒	๓.๕๙	.๗๘๔	๑.๘๒๗	๐.๘๑๘
๕. ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม	๔.๐๕	.๘๑๔	๓.๕๖	.๗๕๘	๒.๑๑๙	๐.๑๖๙
รวม	๓.๙๐	.๘๖๘	๓.๖๖	.๘๓๗	๑.๙๑๗	๐.๒๗๒

จากตารางที่ ๔.๑๕ กลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งงานในชุมชนแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งงานในชุมชนต่างกัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันทุกด้าน

ปัจจัยทางสังคม

สมมติฐานที่ ๗ กลุ่มตัวอย่างที่มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ แตกต่างกัน
ตารางที่ ๔.๑๖ ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ

จำแนกตามการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

กระบวนการเสริมสร้างความ รับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ธุรกิจ	การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร												F	Sig.
	เพื่อนบ้าน แนะนำ (n=๓๘)		แผ่นพับของวัด (n=๑๕)		สื่อมวลชนต่างๆ (n=๕๔)		เสียงตามสายของ วัด (n=๒๕)		ป้ายประชาสัมพันธ์ ของทางวัด (n=๔๓)		รับรู้ด้วยตัวเอง (n=๓๓)			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
๑. ด้านการวางแผน	๓.๘๙	.๘๖๓	๓.๘๘	.๖๙๖	๓.๗๗	.๙๘๔	๓.๙๑	.๘๒๙	๓.๗๖	.๗๐๕	๓.๖๖	.๘๘๙	๒.๓๐๘	๐.๒๗๙
๒. ด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผนให้ บรรลุเป้าหมาย	๓.๘๔	.๖๓๗	๔.๐๐	.๘๖๖	๓.๘๓	.๙๔๖	๔.๒๐	.๗๒๑	๓.๘๘	.๗๖๒	๔.๓๔	.๗๘๗	๖.๘๕๕**	๐.๐๐๐
๓. ด้านการมีส่วนร่วม	๓.๖๘	.๖๖๑	๓.๙๔	.๙๙๖	๓.๙๔	.๘๙๘	๔.๑๖	.๗๐๑	๓.๘๓	.๖๒๗	๓.๗๘	.๘๕๗	๔.๓๘๓	๐.๒๐๑
๔. ด้านการดำเนินการ	๓.๗๘	.๗๔๑	๓.๘๘	.๘๕๗	๓.๖๘	๑.๐๒๔	๓.๗๙	๑.๑๐๒	๓.๘๘	.๗๓๐	๓.๘๔	.๙๗๒	๓.๘๗๙	๐.๑๒๑
๕. ด้านการดูแลรักษา สิ่งแวดล้อม	๓.๙๒	.๙๔๑	๔.๓๕	.๙๓๑	๓.๗๔	๑.๑๐๒	๓.๙๕	.๙๕๔	๓.๙๓	.๙๖๑	๔.๑๒	.๙๙๒	๒.๑๒๖	๐.๑๑๙
รวม	๓.๘๒	.๗๖๘	๔.๐๑	.๘๖๙	๓.๗๙	.๙๙๐	๔.๐๐	.๘๖๑	๓.๘๕	.๗๕๗	๓.๙๔	.๘๙๙	๓.๙๑๐	๐.๑๔๔

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๑

ตารางที่ ๔.๑๖ ต่อ

กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ	การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร				F	Sig.
	สื่อในชุมชน (n=๓๖)		ผู้ใหญ่บ้านแนะนำ (n=๔๕)			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
๑. ด้านการวางแผน	๓.๙๗	.๙๔๐	๓.๙๔	.๕๖๓	๒.๓๐๘	๐.๒๗๙
๒. ด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผนให้บรรลุเป้าหมาย	๓.๙๔	.๖๗๓	๓.๔๐	.๖๓๐	๖.๘๕๕**	๐.๐๐๐
๓. ด้านการมีส่วนร่วม	๓.๘๖	.๖๓๙	๒.๗๗	.๙๖๔	๔.๓๘๓	๐.๒๐๑
๔. ด้านการดำเนินการ	๔.๐๐	.๗๕๕	๓.๓๘	.๗๑๑	๓.๘๗๙	๐.๑๒๑
๕. ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม	๒.๒๗	.๗๐๑	๓.๙๖	.๕๑๒	๒.๑๒๖	๐.๑๑๙
รวม	๔.๐๐	.๗๕๑	๓.๔๙	.๖๗๖	๓.๙๑๐	๐.๑๔๔

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๑

จากตารางที่ ๔.๑๖ กลุ่มตัวอย่างที่มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผนให้บรรลุเป้าหมาย แตกต่างกัน มีความคิดเห็นแตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๑

สมมติฐานที่ ๘ กลุ่มตัวอย่างที่มีการมีส่วนร่วมในการพัฒนาป้าชายเลนให้เป็นศูนย์ศึกษาดูงานป้าชายเลนและสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ แตกต่างกัน

ตารางที่ ๔.๑๗ ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ

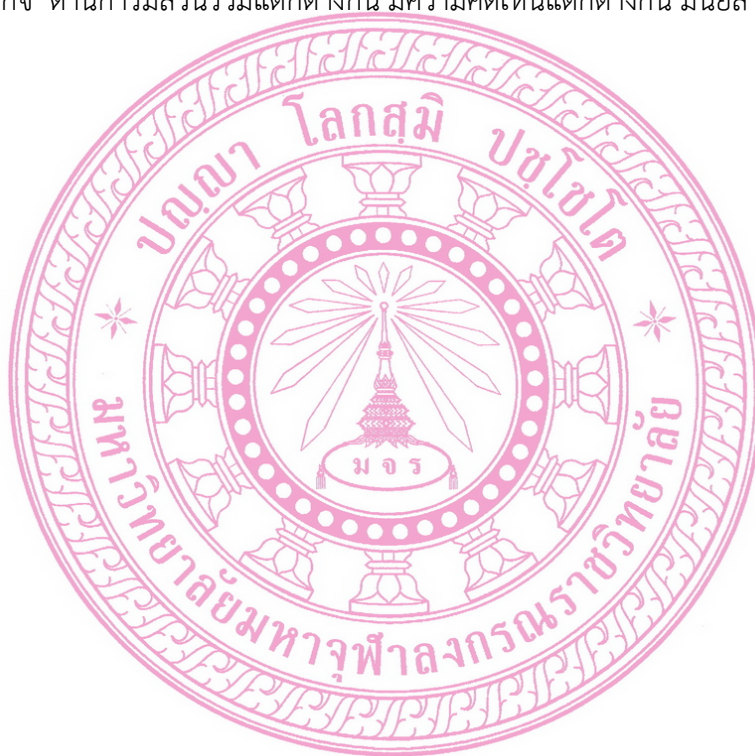
จำแนกตามการมีส่วนร่วมในการพัฒนาป้าชายเลนให้เป็นศูนย์ศึกษาดูงานป้าชายเลนและสิ่งแวดล้อม

กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ	การมีส่วนร่วมในการพัฒนาป่าชายเลนให้เป็นศูนย์ศึกษารวมชาติป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อม								F	Sig.
	ร่วมปลูกป่า (n=๑๒๒)		ร่วมรณรงค์รักษา สิ่งแวดล้อมป่าชายเลน (n=๘๒)		ช่วยเก็บขยะมูลฝอย (n=๕๘)		ร่วมประชมหาหรือ (n=๓๘)			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
๑. ด้านการวางแผน	๓.๙๕	.๙๐๗	๓.๗๓	.๘๖๑	๓.๖๕	.๙๔๗	๓.๘๙	.๗๓๗	๒.๐๓๓	๐.๑๔๕
๒. ด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผนให้บรรลุเป้าหมาย	๓.๖๔	.๘๓๒	๔.๑๐	.๘๐๑	๔.๐๕	.๗๘๑	๔.๑๘	.๗๗๕	๖.๓๑๐**	๐.๐๐๑
๓. ด้านการมีส่วนร่วม	๓.๔๔	.๗๘๓	๓.๖๗	.๘๔๗	๓.๘๒	.๘๑๙	๓.๙๑	.๗๒๑	๔.๐๕๘*	๐.๐๐๕
๔. ด้านการดำเนินการ	๓.๒๖	.๙๖๘	๓.๘๐	.๘๐๗	๓.๖๕	.๘๔๕	๓.๙๗	.๗๒๕	๓.๙๓๓	๐.๐๓๖
๕. ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม	๓.๘๙	.๘๕๐	๔.๐๔	.๙๐๑	๔.๐๕	.๙๐๖	๔.๐๘	๑.๐๖๔	๑.๗๐๐	๐.๓๐๗
รวม	๓.๖๕	.๘๖๘	๓.๘๖	.๘๔๓	๓.๘๔	.๘๕๙	๔.๐๐	.๘๐๔	๓.๖๐๖	๐.๐๙๘

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๑

จากตารางที่ ๔.๑๗ กลุ่มตัวอย่างที่มีการมีส่วนร่วมในการพัฒนาป่าชายเลนให้เป็นศูนย์ศึกษาระบบนิเวศป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผนให้บรรลุเป้าหมายแตกต่างกัน มีความคิดเห็นแตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๑ และกลุ่มตัวอย่างที่มีกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน มีความคิดเห็นแตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕



สมมติฐานที่ ๔ กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนความถี่ในการเข้าร่วมโครงการต่างกันมีความคิดเห็นต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจแตกต่างกัน
 ตารางที่ ๔.๑๘ ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ
 จำแนกตามจำนวนความถี่ในการเข้าร่วมโครงการ (n=๓๐๐)

กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ	จำนวนความถี่ในการเข้าร่วมโครงการ								F	Sig.
	เป็นประจำทุกเดือน (n=๗๐)		นานๆ ครั้ง (๓-๖ เดือน) (n=๑๔๔)		ปีละครั้ง (n=๘๒)		อื่นๆ (n=๔)			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
๑. ด้านการวางแผน	๓.๙๐	.๗๐๕	๓.๙๓	.๘๘๒	๓.๖๔	.๙๐๗	๒.๕๐	๑.๙๑๕	๙.๒๒๒**	๐.๐๐๐
๒. ด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผนให้บรรลุเป้าหมาย	๓.๘๒	.๗๙๘	๓.๔๓	๑.๐๐๑	๓.๘๖	.๘๘๕	๓.๕๐	๑.๒๙๐	๓.๔๔๘*	๐.๐๙๒
๓. ด้านการมีส่วนร่วม	๓.๙๗	.๗๙๘	๓.๘๔	.๗๕๐	๓.๘๒	.๘๘๖	๒.๗๕	.๙๕๗	๔.๘๑๔*	๐.๐๐๙
๔. ด้านการดำเนินการ	๓.๘๔	.๗๕๔	๓.๙๐	.๖๖๘	๓.๘๙	.๗๘๕	๒.๗๕	๑.๒๕๘	๔.๙๘๖*	๐.๐๑๕
๕. ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม	๔.๒๑	.๗๙๖	๔.๐๐	.๘๘๑	๓.๘๕	.๙๐๔	๒.๐๐	.๘๖๑	๖.๑๕๗*	๐.๐๐๕
รวม	๓.๙๔	.๗๗๐	๓.๘๒	.๘๓๖	๓.๘๑	.๘๗๓	๒.๗๐	๑.๒๔๗	๕.๗๒๕*	๐.๐๒๔

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๑

จากตารางที่ ๔.๑๗ กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนความถี่ในการเข้าร่วมโครงการต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ โดยภาพรวมแตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนความถี่ในการเข้าร่วมโครงการต่างกัน มีความคิดเห็นแตกต่างกันทุกด้าน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕ และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๑ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ ๔.๑๙ สรุปโดยรวมการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบ
ต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ โดย
ภาพรวมตามสมมติฐานที่ ๑ - ๙

กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคม ขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ	เป็นไป ตามสมมติฐาน	ไม่เป็นไป ตามสมมติฐาน
๑. เพศ		✓
๒. อายุ		✓
๓. ระดับการศึกษา	✓	
๔. อาชีพ		✓
๕. รายได้		✓
๖. ตำแหน่งงานในชุมชน		✓
๗. การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร		✓
๘. การมีส่วนร่วมในการพัฒนาป่าชายเลนให้เป็น ศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อม		✓
๙. จำนวนความถี่ในการเข้าร่วมโครงการ	✓	

จากตารางที่ ๔.๑๕ กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ :
กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ โดยภาพรวม กลุ่มตัวอย่างที่มี เพศ
อายุ อาชีพรายได้ ตำแหน่งงานในชุมชน การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และการมีส่วนร่วมในการพัฒนา
ป่าชายเลนให้เป็นศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อม ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้
ส่วนระดับการศึกษา และจำนวนความถี่ในการเข้าร่วมโครงการ เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

๔.๕ ปัญหา และ อุปสรรค ของกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

ตารางที่ ๔.๒๐ ปัญหา และอุปสรรค ของกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ สรุปได้ดังนี้

๑. ด้านการวางแผน	๑. ทางวัดและองค์กรธุรกิจไม่มีการเปิดเผยแผนการดำเนินงานให้แก่ประชาชนผู้มาร่วมกิจกรรมอย่างทั่วถึง ทำให้ประชาชนไม่รู้เป้าหมายขององค์กรและเป้าหมายของโครงการว่า เริ่มต้นอย่างไร และสิ้นสุดโครงการอย่างไร เพียงแต่สนับสนุนทุนและพื้นที่ทำโครงการ ทำให้ประชาชนภายนอกที่อยากเข้าร่วมกิจกรรม ไม่รับรู้แผนการดำเนินการที่ชัดเจน ๒. การวางแผนการประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึง ทำให้ประชาชนไม่รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมที่ดำเนินการอย่างทั่วถึงและมากพอ โดยส่วนมากจะเป็นองค์กรธุรกิจที่มีการส่งพนักงานเข้ามาปฏิบัติธรรมที่วัดอโศการามจึงได้รู้ถึงโครงการและได้ลงมือช่วยฟื้นฟูป่าชายเลนและมอบเงินสนับสนุน ๓. แผนที่วางเอาไว้ในการพัฒนาป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อม วัดอโศการามให้เป็นศูนย์ศึกษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ส่วนมากมักจะเป็นองค์กรธุรกิจที่อยู่รอบนอกของวัด โดยองค์กรธุรกิจในพื้นที่รอบข้างยังไม่ให้ความสำคัญเท่าที่ควร ๔. การกำหนดความคาดหวังที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ยังไม่มีความแน่นอนเนื่องจากพื้นที่ที่ทำโครงการขององค์กรธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงไปโดยด้านหลังของวัดฝั่งติดทะเลอ่าวไทยมีการสร้างคนกันน้ำทะเล จึงทำให้ระบบนิเวศป่าชายเลนเปลี่ยนแปลงไป
-------------------------	--

ตารางที่ ๔.๒๐ ต่อ

๒. ด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผนให้บรรลุเป้าหมาย	๑. กลยุทธ์ในการทำตามแผนที่วางเอาไว้ขององค์กรธุรกิจที่จะทำโครงการ ยังมีผลไม่มากพอ เนื่องจากประชาชนทราบแต่เพียงว่าเป็นการปลูกป่าและฟื้นฟูป่าชายเลนเพียงอย่างเดียว ประชาชนยังไม่ทราบถึงกลยุทธ์ที่แน่นอนว่าจะทำอย่างไรบ้าง ๒. เนื่องจากกิจกรรมที่จัดทำขึ้นมีเป็นบางช่วงและบางเวลาเท่านั้น ไม่ได้มีการทำที่ต่อเนื่องทำให้การสานต่อโครงการที่ทำเอาไว้ก่อนหน้านี้ไม่เกิดผลตามเป้าหมายที่ชัดเจน ๓. การทำซีเอสอาร์เป็นกลยุทธ์อย่างหนึ่งขององค์กรธุรกิจ เป็นการแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมก็จริง แต่องค์กรธุรกิจยังไม่ตื่นตัวกับการเข้าร่วมกิจกรรมที่ควบคู่กันทุกๆด้าน ไม่ว่าจะเป็นการคืนกำไรให้แก่สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยองค์กรธุรกิจยังมองเห็นเป้าหมายแต่เพียงว่า การรักษาผลประโยชน์หรือผลกำไรคือเป้าหมายสูงสุด ยังไม่มีการทำซีเอสอาร์อย่างเต็มรูปแบบโดยเพียงเข้าใจว่า เป็นเพียงจิตอาสา หรือจิตสาธารณะ จึงทำให้การทำซีเอสอาร์ไม่บรรลุเป้าหมายเท่าที่ควร
๓. ด้านการมีส่วนร่วม	๑. ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมได้เต็มที่ แต่มีข้อบกพร่องคือไม่ได้เข้าร่วมตั้งแต่เริ่มต้นโครงการ จนถึงสิ้นสุดโครงการ จึงไม่รู้ถึงวัตถุประสงค์ของโครงการ เพียงแต่ได้เข้าร่วมโครงการ ๒. ประชาชนร่วมแสดงความคิดเห็นได้ไม่มากเท่าที่ควร จึงไม่สามารถรับรู้ถึงปัญหาและข้อเสนอแนะของประชาชนที่จะแสดงความคิดเห็นเพื่อที่จะได้รู้ถึงปัญหาได้อย่างรอบด้าน ๓. การร่วมติดตามและประเมินผลของโครงการยังไม่ทั่วถึง องค์กรธุรกิจเพียงแต่สนับสนุนทางด้านทุนทรัพย์เป็นส่วนมากเท่านั้น ๔. การร่วมปฏิบัติงานตามโครงการยังไม่มากพอเป็นแต่เพียงการกระทำเป็นตัวบุคคล

ตารางที่ ๔.๒๐ ต่อ

๔. ด้านการดำเนินการ	๑. ลำดับขั้นตอนในการดูแลรักษาและฟื้นฟูป่าชายเลนไม่มีความชัดเจน เนื่องจากสภาพพื้นที่ที่ดำเนินการในแต่ละจุดมีความแตกต่างกันอยู่พอสมควร ๒. การดำเนินการให้ข้อมูลของการดำเนินการที่ไม่ทั่วถึง ทำให้การติดตามและประเมินผล จึงไม่มีข้อมูลที่เด่นชัด เป็นแต่เพียงข้อมูลที่บอกเล่าโดยการประกาศตามเสียงตามสายของชุมชนเท่านั้น ๓. ขาดการประเมินผลด้านคุณภาพสิ่งแวดล้อมเป็นลายลักษณ์อักษร และนำเสนอต่อสาธารณะให้ทราบถึงผลของการดำเนินโครงการ ๔. ลักษณะวิธีการของการดำเนินการไม่เป็นไปตามแนวทางของวัตถุประสงค์การดำเนินโครงการเท่าที่จะเป็นไปได้
๕. ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม	๑. เนื่องจากมีความหลากหลายทางพรรณไม้ป่าชายเลน ทำให้ต้นกล้าบางชนิดไม่เพียงพอต่อจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม ๒. บางพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ของป่าชายเลนอยู่แล้วจึงไม่ต้องดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมทั้งหมด ๓. เนื่องจากโครงการเป็นโครงการพัฒนาระยะยาวจนกว่าโครงการจะประสบผลสำเร็จจึงมีองค์กรธุรกิจทยอยมาทำกิจกรรมเป็นระยะๆ ทำให้ไม่มีผู้แนะนำวิธีปลูกป่าชายเลนและแนะนำจุดที่จะปลูกได้

๔.๖ บทสัมภาษณ์เรื่อง กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ กรณีศึกษา : วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

ซึ่งบทสัมภาษณ์นั้นเป็นคำถามปลายเปิด (Open Ended) จำนวน ๓ ตอน ดังนี้คือ

ตอนที่ ๑ กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในเขตพื้นที่วัดโศการาม เป็นอย่างไร

ตอนที่ ๒ ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในการพัฒนาพื้นที่วัดโศการาม ตามแนว CSR (Corporate Social Responsibility) เป็นอย่างไร

ตอนที่ ๓ ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะทั่วไป ในการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ

ซึ่งทำการสัมภาษณ์กับบุคคลที่มีหน้าที่เกี่ยวกับโครงการพัฒนาป่าชายเลนให้เป็นศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อมวัดโศการาม จำนวน ๕ รูป/คน ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญซึ่งสรุปบทสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลได้ดังนี้

ตอนที่ ๑ กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในเขตพื้นที่วัดโศการาม เป็นอย่างไร ?

ด้านการวางแผน เริ่มต้นทางวัดได้ประสบปัญหาด้านสภาพพื้นที่บริเวณป่าชายเลนที่มีสภาพเสื่อมโทรมลง มีน้ำเน่าเสียและส่งกลิ่นเน่าเหม็นฟุ้งกระจายไปทั่วบริเวณกว้าง สัตว์น้ำที่เคยอาศัยอยู่ตายไป และลดจำนวนลงเป็นอย่างมาก จึงทำให้เกิดปัญหาทั้งต่อคนและสัตว์ด้วย จึงได้มีการคิดที่จะพัฒนาฟื้นฟูสภาพป่าชายเลนให้กลับมาอุดมสมบูรณ์เหมือนอย่างที่เคยเป็นมา เพื่อให้เป็นสถานที่ที่ร่มรื่นและมีบรรยากาศที่ดีขึ้น ตามแนวทางของพระปสาทยัชฌาย์เทศน์ ที่ยึดหลักที่ว่า วัดโศการามนั้น ถือการอยู่ป่าเป็นวัตร รวมทั้งพื้นที่วัดยังเป็นพื้นที่เขตอภัยทานด้วย เมื่อเกิดปัญหาจึงได้มีการจัดตั้งโครงการพัฒนาป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อมวัดโศการามขึ้น โดยแรกเริ่มนั้นได้มีหน่วยงานที่ให้ความร่วมมือและสนับสนุนทั้งทางภาครัฐและภาคเอกชนรวมถึงชุมชนในพื้นที่ก็ได้มีการจัดทำพื้นที่ที่จะพัฒนาและได้วางแผนร่วมกันจัดตั้งโครงการพัฒนาป่าชายเลนให้เป็นศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อมวัดโศการามขึ้นโดยได้รับการสนับสนุนจากหลายภาคส่วน ทั้งจากสำนักงานอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมท้องถิ่นจังหวัดสมุทรปราการ เทศมนตรีตำบลบางปู โรงเรียนต่างๆ องค์กรธุรกิจต่างๆ รวมทั้งสมาคมสร้างสรรค์ไทยฮอนด้าได้มีการประสานงานกับ พระญาณวิศิษฐ์ ซึ่งเป็นเจ้าอาวาส และพระครูปลัดมงคลวัฒน์ (พระอาจารย์ บุญกู่) ซึ่งเป็นเจ้าของสถานที่ เป็นผู้ดำเนินการ จึงทำให้เกิดการพัฒนาพื้นที่ป่าชายเลนและได้มีการจัดตั้งโครงการพัฒนาป่าชายเลนให้เป็นศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อมวัดโศการามขึ้น^{๑๐๘}

^{๑๐๘} สัมภาษณ์ พระประเสริฐ พลวโร. สำนักงานวัดโศการาม, ๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๗.

ด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผนให้บรรลุเป้าหมาย ในด้านกลยุทธ์นั้นทางวัดได้เปิดโอกาสให้หน่วยงานและองค์กรธุรกิจต่างๆ ได้เข้ามามีส่วนร่วมด้วย ทางด้านหน่วยงานก็จะมีการทำกิจกรรมการรณรงค์รักษาสิ่งแวดล้อมและปลูกป่าชายเลน ไม่ว่าจะเป็นโรงเรียนและหน่วยงานราชการ ส่วนองค์กรธุรกิจนั้น ก็ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินโครงการและจัดการวางแผนเพื่อให้มีกิจกรรมการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและพัฒนาปลูกป่าชายเลนให้มีการดำเนินการไปด้วยดี^{๑๐๙} และยังเป็นการช่วยให้องค์กรธุรกิจได้มีการจัดทำความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ (CSR) อีกด้วย เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ถึงหน่วยงานขององค์กรธุรกิจ และยังส่งเสริมแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในมาตรฐาน ISO ๒๖๐๐๐ ซึ่งได้ระบุว่า การดำเนินการประกอบธุรกิจไม่ได้มีเป้าหมายสูงสุดอยู่ที่ผลกำไรเพียงอย่างเดียว องค์กรธุรกิจจะต้องดำเนินการทางธุรกิจในการทรมุ่งกิจกรรมอันนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน คือสามารถอยู่ร่วมกับชุมชนและสังคมโดยไม่ดำเนินการทางธุรกิจที่เอาเปรียบจนเกินไป จึงได้กำหนดให้องค์กรธุรกิจจะต้องดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมควบคู่ไปกับการดำเนินการด้านธุรกิจไปพร้อมกันด้วย และทำความเข้าใจในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมด้วย เพื่อให้เกิดความเข้าใจและปฏิบัติได้ถูกต้อง^{๑๑๐} ในเมื่อทางวัดได้มีการจัดทำโครงการพัฒนาป่าชายเลนให้เป็นศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อมวัดโคศคารามขึ้น องค์กรธุรกิจก็ได้มีการเข้ามาสนับสนุนโครงการ ไม่ว่าจะเป็นด้านทุนทรัพย์และกำลังคน เพื่อให้เห็นเป้าหมายของโครงการ

ด้านการมีส่วนร่วม ทางวัดได้มีการให้องค์กรธุรกิจและหน่วยงานต่างๆ เข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลทรัพยากรป่าชายเลน ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดโครงการ โดยเข้ามามีส่วนร่วมในการคิด การวางแผน การลงมือปฏิบัติ การประเมินผล รวมทั้งการบำรุงรักษาป่าชายเลนอีกด้วย โดยการมีส่วนร่วมนั้นส่วนใหญ่มักจะเป็นการรวมกลุ่มกันทำกิจกรรมที่เกี่ยวกับโครงการแล้วลงมือปฏิบัติไปพร้อมๆ กัน และเปิดรับฟังข้อคิดเห็นและปัญหาต่างๆ มาดำเนินแก้ไขให้ดียิ่งขึ้น^{๑๑๑} ทางภาคประชาชนสามารถเข้าร่วมได้ตั้งแต่ การจัดสรรเงินทุนเพื่อสนับสนุนโครงการ รวมถึงการร่วมรณรงค์การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและกระทำกิจกรรมการปลูกป่าชายเลนโดยการกระทำด้วยตัวเองอีกด้วย^{๑๑๒}

ด้านการดำเนินการ หลังจากที่หน่วยงาน องค์กรธุรกิจ และประชาชน เข้ามามีส่วนร่วมแล้ว จึงได้มีการดำเนินการตามวัตถุประสงค์ของโครงการ โดยมีการดำเนินการด้านบุคลากรและทรัพยากรที่จะทำให้เกิดผลแก่โครงการสูงสุด โดยมีการทำตามขั้นตอนคือ มีการกำหนดจุดพื้นที่ที่จะพัฒนาและฟื้นฟู รวมทั้งมีการจัดทำการเพาะต้นกล้าสำหรับปลูกในป่าชายเลนโดยเริ่มแรกได้รับการ

^{๑๐๙} สัมภาษณ์ พระสุพล ติสโร. สำนักงานวัดโคศคาราม, ๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๗.

^{๑๑๐} สัมภาษณ์ นายชรินทร์ แปรน้อย. ห้องสมุดวัดโคศคาราม, ๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๗.

^{๑๑๑} สัมภาษณ์ นายสนั่นเกรียง ญาติประทุม. ห้องสมุดวัดโคศคาราม, ๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๗.

^{๑๑๒} สัมภาษณ์ พระธนากร รติโก. สำนักงานวัดโคศคาราม, ๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๗.

สนับสนุนต้นกล้าจากสำนักงานอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมท้องถิ่นจังหวัดสมุทรปราการ และได้มีการสอนการเพาะต้นกล้าขึ้นในภายหลัง และได้ทำความเข้าใจให้แก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรม^{๑๑๓} และอธิบายทำความเข้าใจรูปแบบของการทำซีเอสอาร์ขององค์กรธุรกิจอีกด้วย และจึงได้ดำเนินการฟื้นฟูป่าชายเลนขึ้นตามพื้นที่สภาพที่มีสภาพเสื่อมโทรม เพื่อให้สภาพพื้นที่นั้นกลับมามีสภาพที่ดีขึ้น และทำการพูดคุยและทำความเข้าใจกับองค์กรธุรกิจที่ตั้งอยู่ในพื้นที่รอบๆ วัด ไม่ให้ปล่อยของเสียลงในคลองน้ำด้านหลังของวัด และมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการให้ประชาชนและองค์กรธุรกิจได้รับทราบ^{๑๑๔}

ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม จากการที่มีการจัดตั้งโครงการ ก็ได้มีการให้ความสำคัญกับการพัฒนาป่าชายเลนบริเวณวัดโคศการาม ทำให้มีสภาพเป็นป่าชายเลนที่สมบูรณ์โดดเด่น นับเป็นแบบอย่างของการอนุรักษ์ให้ดำรงไว้ซึ่งความสงบ ร่มรื่นร่มเย็น และด้วยการที่เป็นเขตอาราม ป่าชายเลนนี้จึงเป็นเขตอุทยานที่คงความสำคัญในเรื่องดินแดนปฐมภูมิของสัตว์น้ำชายเลนและสัตว์ทะเลนานาชนิด ให้ได้อาศัยเป็นที่เพิ่มประชากรสัตว์น้ำและออกไปเจริญเติบโตในทะเลต่อไปเป็นอย่างดี โดยมีการจัดทำโครงการเพาะต้นกล้าเพื่อที่จะได้ปลูกในบริเวณป่าชายเลน รวมทั้งการรณรงค์การปลูกป่าชายเลน การเก็บขยะมูลฝอยอีกด้วย และแนะนำการปลูกในแต่ละพื้นที่ให้แก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมตามพื้นที่ว่างเปล่าบริเวณฝั่งชายทะเลเพื่อให้พื้นที่ป่าชายเลนนั้นมีมากขึ้น และให้พื้นที่ดังกล่าวกลับมามีสภาพสมบูรณ์อย่างเดิม โดยโครงการได้มีการพัฒนาไปในทางที่ดี โดยมีการประเมินผล พบว่ามีพื้นที่ป่าชายเลนเพิ่มขึ้นและมีความอุดมสมบูรณ์ ป่าไม้ชายเลนมีการขยายเพิ่มมากขึ้นและพบเห็นสัตว์น้ำมีจำนวนมากเข้ามาอาศัยอยู่ ทำให้ป่าชายเลนมีความอุดมสมบูรณ์มีความร่มรื่นเหมาะแก่การเป็นวัดที่เจริญในอุดมคติ ถือการอยู่ป่าเป็นวัด เป็นเขตอุทยาน เหมาะแก่ผู้ปฏิบัติธรรมและผู้สนใจศึกษาเกี่ยวกับป่าชายเลนอีกด้วย^{๑๑๕}

ตอนที่ ๒ ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในการพัฒนาพื้นที่วัดโคศการาม ตามแนว CSR (Corporate Social Responsibility) เป็นอย่างไร

จากการที่ได้มีการเริ่มจัดตั้งโครงการพัฒนาป่าชายเลนให้เป็นศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อมวัดโคศการามขึ้นมา พบว่าองค์กรธุรกิจและหน่วยงานต่างๆ ที่มีขนาดใหญ่ มีการให้การสนับสนุนไม่ว่าจะเป็นด้านทุนทรัพย์ และกำลังคน รวมถึงการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการ และการร่วมรณรงค์การปลูกป่าชายเลนนั้น มีมากกว่าองค์กรธุรกิจและหน่วยงานต่างๆ ที่มี

^{๑๑๓} สัมภาษณ์ พระประเสริฐ พลวโร. สำนักงานวัดโคศการาม, ๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๗.

^{๑๑๔} สัมภาษณ์ นายสนั่นเกรียง ญาติประทุม. ห้องสมุดวัดโคศการาม, ๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๗.

^{๑๑๕} สัมภาษณ์ พระสุพล ติสโร. สำนักงานวัดโคศการาม, ๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๗.

ขนาดน้อยกว่าทั้ง การให้การสนับสนุนไม่ว่าจะเป็นด้านทุนทรัพย์ และกำลังคน รวมถึงการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการ และการร่วมรณรงค์การปลูกป่าชายเลน นอกจากนั้นทางด้านประชากรที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาป่าชายเลนให้เป็นศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อมส่วนใหญ่เป็นผู้ที่เคยมาปฏิบัติธรรมที่วัดโศการาม และได้รับทราบว่ามีโครงการนี้จึงทำให้ประชาชนที่มาปฏิบัติธรรมส่วนใหญ่ตัดสินใจเข้าร่วมโครงการนี้ด้วย ทางด้านการจัดกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมป่าชายเลนไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานทั้งทางภาครัฐและเอกชน องค์กรธุรกิจต่างๆ รวมถึงโรงเรียนต่างๆ ที่อยู่ใกล้พื้นที่ที่มีการจัดกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมป่าชายเลนพบว่ามียากกว่าหน่วยงานทั้งทางภาครัฐและเอกชน องค์กรธุรกิจต่างๆ รวมถึงโรงเรียนต่างๆ ที่อยู่ไกลออกไป ทางด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการพัฒนาป่าชายเลนให้เป็นศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อมวัดโศการามพบว่าประชาชนที่อยู่ในพื้นที่ที่มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการมากกว่าประชาชนที่อยู่นอกพื้นที่หรืออยู่ไกลออกไป ด้านการรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจพบว่าผู้ที่มิอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนและพนักงานภาครัฐมีการรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจมากกว่าผู้ที่มิอาชีพอื่นๆ และมีความเข้าใจในความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจมากกว่าอีกด้วย^{๑๑๖}

ตอนที่ ๓ ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะทั่วไป ในการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ

จากการทำการสัมภาษณ์บุคคลที่มีหน้าที่เกี่ยวกับโครงการพัฒนาป่าชายเลนให้เป็นศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อมวัดโศการาม พบว่ามี ปัญหา อุปสรรคในการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ มีดังนี้คือ

๑. ควรที่จะทำการปรับปรุงกลยุทธ์และการประชาสัมพันธ์ กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยการให้ความรู้ความเข้าใจ ในความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ เพื่อให้ตระหนักถึงความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคมในการดำเนินธุรกิจให้มากขึ้น โดยให้ประชาชนได้มีความเข้าใจเพิ่มมากยิ่งขึ้น

๒. องค์กรธุรกิจควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์/สื่อที่สามารถเข้าถึงชุมชนได้ง่ายและทั่วถึง องค์กรควรให้ความสนใจในเรื่องสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ องค์กรควรเปิดโอกาสให้ประชาชนทุกชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมมากขึ้น องค์กรควรเข้าร่วมสนับสนุนกิจกรรมของชุมชนให้มากขึ้น องค์กรควรนำเสนองานด้านสิ่งแวดล้อมให้ชุมชนทราบอย่างต่อเนื่อง

๓. กิจกรรมที่จัดขึ้นควรกระจายให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ ควรเพิ่มกิจกรรมการส่งเสริม/พัฒนาสิ่งแวดล้อมให้มากขึ้น ควรจัดกิจกรรมให้ต่อเนื่อง ควรมีการจัดอบรมให้ความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อม

^{๑๑๖} สัมภาษณ์ พระธนากร รัตโก. สำนักงานวัดโศการาม, ๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๗.

แก่ชุมชนให้มากขึ้น กิจกรรมที่จัดขึ้นควรตรงกับความต้องการของชุมชน ควรเพิ่มกิจกรรมที่ก่อให้เกิดประโยชน์กับชุมชนข้างเคียง

๔. ควรมีช่องทางในการติดต่อ สอบถามข้อมูลข่าวสาร เพื่อให้ประชาชนสามารถสอบถามรายละเอียดต่าง ๆ รวมถึงข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่แจ้งกับชุมชน ควรเป็นข้อเท็จจริงเพื่อให้ชุมชนได้รับทราบข้อมูลที่แท้จริง ทำให้ประชาชนเกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง ประชาชนให้ความเชื่อถือและไว้วางใจยิ่งขึ้น

๕. ควรมีการจัดอบรมให้ความรู้แก่ประชาชนทุกกลุ่มทุกระดับ ในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อม ที่ทางวัดอโศการามและองค์กรธุรกิจ กำลังจะดำเนินการ/ได้ดำเนินเนินการ/ดำเนินการเสร็จสิ้นแล้ว เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจที่ดี รวมถึงเพื่อให้การดำเนิน โครงการ ได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากประชาชน

๖. ควรจัดให้มีการพบปะพูดคุยและรับฟังความคิดเห็นและความต้องการของประชาชนอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อจะได้ทราบถึงความคิดเห็นและความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง อันเป็นการแสดงถึงความเอาใจใส่ต่อชุมชนและแสดงความรับผิดชอบต่อองค์กร ซึ่ง จะเป็นการสร้างความรู้สึที่ดีให้เกิดขึ้นรวมทั้งเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี และความคุ้นเคยใกล้ชิดกับประชาชนในชุมชนได้อีกทางหนึ่ง

๗. ควรมีมาตรการที่จะสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ประชาชน เกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเรื่องสิ่งแวดล้อม

๘. ควรทำการประเมินผลงานเกี่ยวกับเป้าหมายที่ดำเนินโครงการไปแล้วว่าสอดคล้องกับภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเรื่องสิ่งแวดล้อมหรือไม่ เพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาภาพลักษณ์ขององค์กร ให้เป็นไปอย่างทั่วถึง

๙. ต้องมีการทำความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจให้บุคคลทั่วไปมีความเข้าใจมากยิ่งขึ้น

๔.๗ องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

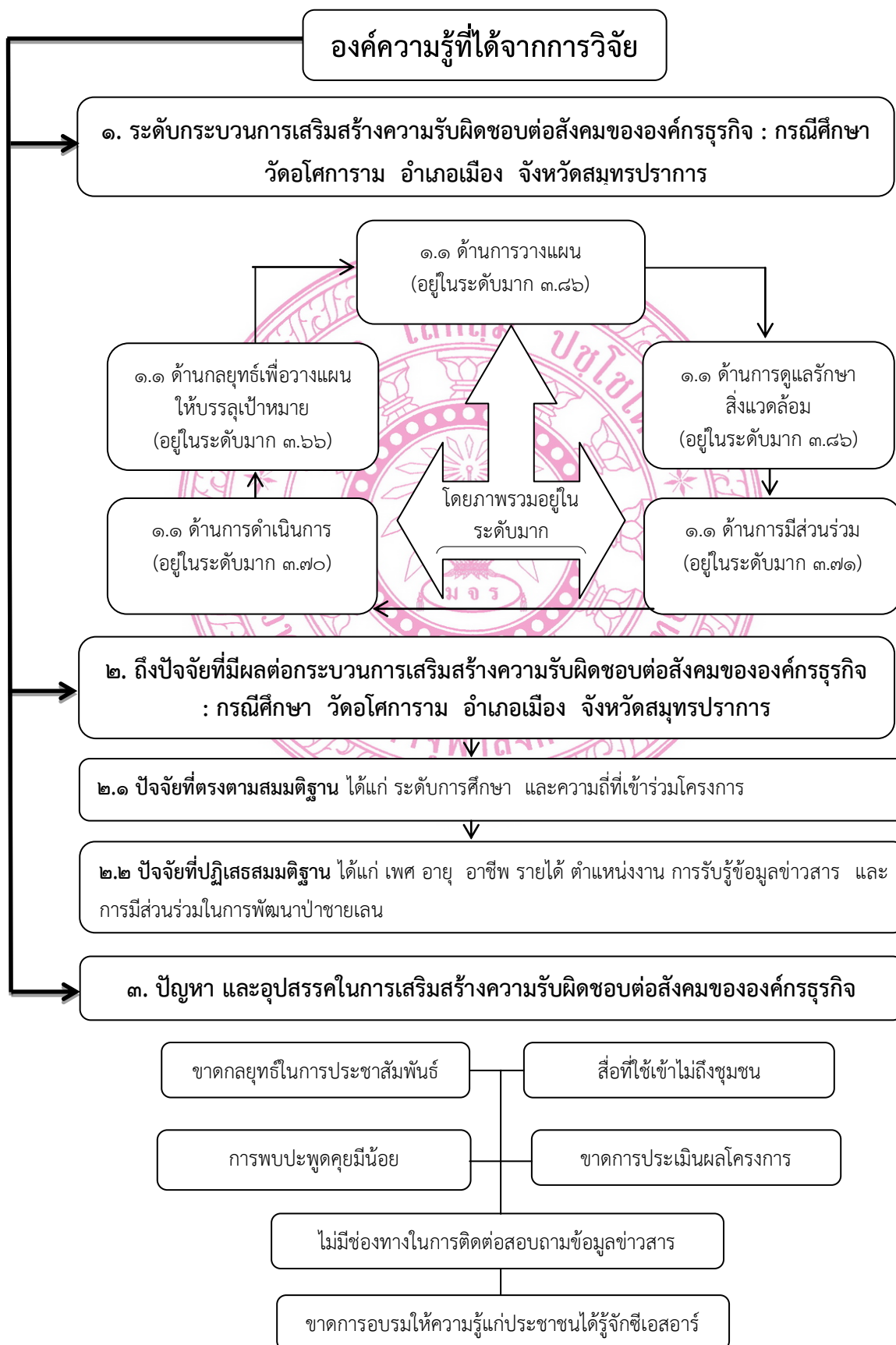
จากการวิจัยเรื่อง “กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ” ผู้วิจัยได้รับองค์ความรู้จากการวิจัยครั้งนี้ คือ

๑. ทำให้ทราบถึง กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ทั้ง ๕ ด้าน ได้แก่ ด้านการวางแผน ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ด้านการมีส่วนร่วม ด้านการดำเนินการ ด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผนให้บรรลุเป้าหมาย จากแบบสอบถาม โดยพิจารณาจากรายด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย

๒. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ จากแบบสอบถาม ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยด้านสังคม ซึ่งเป็นปัจจัยที่ตรงตามสมมติฐาน และปัจจัยที่ปฏิเสธสมมติฐาน โดยพิจารณาจากความถี่และร้อยละที่มีมากที่สุดและน้อยที่สุด

๓. ทำให้ทราบถึง ปัญหา และอุปสรรคในการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ

ผลการวิจัยครั้งนี้ สามารถสรุปเป็นแผนภูมิองค์ความรู้ได้ ดังแผนภูมิที่ ๔.๑ ต่อไปนี้



การวิจัยเรื่อง “กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ” ผู้วิจัยสามารถสรุปองค์ความรู้ที่ได้รับจากการวิจัยครั้งนี้ ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

๑. กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ประชาชนมีความคิดเห็น โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ๓.๗๕ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ตามลำดับ คือด้านการวางแผน ๓.๘๖ ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ๓.๘๖ ด้านการมีส่วนร่วม ๓.๗๑ ด้านการดำเนินการ ๓.๗๐ ด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผนให้บรรลุเป้าหมาย ๓.๖๖

๒. ผลวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานการเปรียบเทียบพบว่า ความคิดเห็นของประชาชนต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ สรุปได้ว่า ความคิดเห็นของประชาชนต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านระดับการศึกษา และด้านจำนวนความถี่ในการเข้าร่วมโครงการ แตกต่างกันอย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๑ และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕ ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้าน เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ตำแหน่งงาน การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และการมีส่วนร่วมในการพัฒนาป่าชายเลน ไม่แตกต่างกัน ซึ่งปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

๓. ปัญหา อุปสรรคเกี่ยวกับกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ ๑. ด้านการวางแผน การวางแผนการประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึง ๒. ด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผนให้บรรลุเป้าหมาย กลยุทธ์ในการทำตามแผนที่วางเอาไว้ขององค์กรธุรกิจขาดเป้าหมายและไม่ชัดเจน ๓. ด้านการมีส่วนร่วม ประชาชนร่วมแสดงความคิดเห็นได้ไม่มากเท่าที่ควร ๔. ด้านการดำเนินการ ลำดับขั้นตอนในการดูแลรักษาและฟื้นฟูป่าชายเลนไม่มีความชัดเจน ๕. ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ต้นกล้าบางชนิดไม่เพียงพอต่อจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม

บทที่ ๕

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ” โดยวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษาดังนี้คือ ๑.) เพื่อศึกษากระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในเขตพื้นที่ วัดโศการาม ๒.) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในการพัฒนาพื้นที่วัดโศการาม ตามแนว CSR (Corporate Social Responsibility) ๓.) เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรค ในการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ทำการวิจัยได้ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากร ๑,๒๐๔ รูป/คน โดยวิธีการเปิดตารางสุ่มตัวอย่างตารางสูตร ทาโร ยามาเน่ ปรากฏได้กลุ่มตัวอย่าง ๓๐๐ รูป/คน ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม (Mix Method Research) เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) การดำเนินการวิจัยโดยวิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามทั้งหมดมาวิเคราะห์และประมวลผล โดยนำข้อมูลไปวิเคราะห์ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ โดยใช้สถิติดังนี้ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยวิธีการทดสอบค่าเอฟ (F-test) มีการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) จากผลการวิจัย สามารถสรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

๕.๑ สรุปผลการวิจัย

๕.๑.๑ สถานภาพทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ด้านปัจจัยส่วนบุคคล

กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน ๑๗๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๘.๗ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง ๒๑ – ๓๐ จำนวน ๑๕๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๒.๓ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน ๑๖๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๓.๗ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการ จำนวน ๕๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๘.๓ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อ

เดือนเกินกว่า ๑๖,๐๐๐ บาทขึ้นไป จำนวน ๖๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๐.๓ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ได้มีตำแหน่งอะไรในชุมชน จำนวน ๒๒๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๗๓.๗

ด้านปัจจัยทางสังคม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับรู้ข่าวสารจากผู้ใหญ่บ้านแนะนำ มีจำนวน ๕๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๘.๐ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีส่วนร่วมในการพัฒนาด้านการร่วมปลูกป่าชายเลน จำนวน ๑๒๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๐.๗ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ที่เข้าร่วมในโครงการนานๆครั้ง (๓-๖ เดือน) จำนวน ๑๔๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๘.๐

๕.๑.๒ ระดับความคิดเห็นต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

ประชาชนมีความคิดเห็นว่าการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ๓.๗๕ เมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละด้านพบว่า กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ อยู่ในระดับมากทุกด้าน ตามลำดับ คือด้านการวางแผน ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ด้านการมีส่วนร่วม ด้านการดำเนินการ ด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผนให้บรรลุเป้าหมาย

๕.๑.๓ สรุปผลการทดสอบสมมติฐานกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ สถานภาพทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนำไปสู่สมมติฐานที่ตั้งไว้ ผลการวิจัยพบว่า

๑. กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันทุกด้าน

๒. กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันทุกด้าน

๓. กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ โดยภาพรวมแตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตาม

สมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นแตกต่างกันทุกด้าน

๔. กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันทุกด้าน

๕. กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันทุกด้าน

๖. กลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งงานในชุมชนแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันทุกด้าน

๗. กลุ่มตัวอย่างที่มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันทุกด้าน

๘. กลุ่มตัวอย่างที่มีการมีส่วนร่วมในการพัฒนาป่าชายเลนให้เป็นศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการมีส่วนร่วมในการพัฒนาป่าชายเลนให้เป็นศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันทุกด้าน

๙. กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนความถี่ในการเข้าร่วมโครงการแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ โดยภาพรวมแตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนความถี่ในการเข้าร่วมโครงการแตกต่างกัน มีความคิดเห็นแตกต่างกันทุกด้าน

๕.๑.๔ ปัญหา และอุปสรรค ของกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

ด้านการวางแผน

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา และอุปสรรค ของกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการวางแผน คือ

๑. การวางแผนการประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึง ทำให้ประชาชนไม่รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมที่ดำเนินการอย่างทั่วถึงและมากพอ โดนส่วนมากจะเป็นองค์กรธุรกิจที่มีการส่งพนักงานเข้ามาปฏิบัติธรรมที่วัดอโศการามจึงได้รู้ถึงโครงการและได้ลงมือช่วยฟื้นฟูป่าชายเลนและมอบเงินสนับสนุน

๒. แผนที่วางเอาไว้ในการพัฒนาป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อมวัดอโศการามให้เป็นศูนย์ศึกษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ส่วนมากมักจะเป็นองค์กรธุรกิจที่อยู่รอบนอกของวัด โดยองค์กรธุรกิจในพื้นที่รอบข้างยังไม่ให้ความสำคัญเท่าที่ควร

๓. การกำหนดความคาดหวังที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ยังไม่มีความแน่นอนเนื่องจากพื้นที่ที่ทำโครงการขององค์กรธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงไป โดยด้านหลังของวัดฝั่งติดทะเลอ่าวไทยมีการสร้างคนกันน้ำทะเล จึงทำให้ระบบนิเวศป่าชายเลนเปลี่ยนแปลงไป

๔. ทางวัดและองค์กรธุรกิจไม่มีการเปิดเผยแผนการดำเนินงานให้แก่ประชาชนผู้มาร่วมกิจกรรมอย่างทั่วถึง ทำให้ประชาชนไม่รู้เป้าหมายขององค์กรและเป้าหมายของโครงการว่า เริ่มต้นอย่างไรและสิ้นสุดโครงการอย่างไร เพียงแต่สนับสนุนทุนและพื้นที่ทำโครงการ ทำให้ประชาชนภายนอกที่อยากเข้าร่วมกิจกรรม ไม่รับรู้แผนการดำเนินการที่ชัดเจน

ด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผนให้บรรลุเป้าหมาย

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา และอุปสรรค ของกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผนให้บรรลุเป้าหมาย คือ

๑. กลยุทธ์ในการทำตามแผนที่วางเอาไว้ขององค์กรธุรกิจที่จะทำโครงการ ยังมีผลไม่มากพอ เนื่องจากประชาชนทราบแต่เพียงว่าเป็นการปลูกป่าและฟื้นฟูป่าชายเลนเพียงอย่างเดียว ประชาชนยังไม่ทราบถึงกลยุทธ์ที่แน่นอนว่าจะทำอย่างไรบ้าง

๒. เนื่องจากกิจกรรมที่จัดทำขึ้นมีเป็นบางช่วงและบางเวลาเท่านั้น ไม่ได้มีการทำอย่างต่อเนื่องทำให้การสานต่อโครงการที่ทำเอาไว้ก่อนหน้านี้ไม่เกิดผลตามเป้าหมายที่ชัดเจน

๓. การทำซีเอสอาร์เป็นกลยุทธ์อย่างหนึ่งขององค์กรธุรกิจ เป็นการแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมก็จริง แต่องค์กรธุรกิจยังไม่ตื่นตัวกับการเข้าร่วมกิจกรรมที่ควบคู่กันทุกๆด้าน ไม่ที่จะเป็นการคืนกำไรให้แก่สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยองค์กรธุรกิจยังมองเห็นเป้าหมายแต่เพียงว่า

เป็นการรักษาผลประโยชน์หรือผลกำไรคือเป้าหมายสูงสุด ยังไม่มีการทำซีเอสอาร์อย่างเต็มรูปแบบ โดยเพียงเข้าใจว่า เป็นเพียงจิตอาสา หรือจิตสาธารณะ จึงทำให้การทำซีเอสอาร์ไม่บรรลุเป้าหมายเท่าที่ควร

ด้านการมีส่วนร่วม

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา และอุปสรรค ของกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการมีส่วนร่วม คือ

๑. ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมได้เต็มที่ แต่มีข้อบกพร่องคือไม่ได้เข้าร่วมตั้งแต่เริ่มต้นโครงการ จนสิ้นสุดโครงการ จึงไม่รู้ถึงวัตถุประสงค์ของโครงการ เพียงแต่ได้เข้าร่วมโครงการ
๒. ประชาชนร่วมแสดงความคิดเห็นได้ไม่มากเท่าที่ควร จึงไม่สามารถรับรู้ถึงปัญหา และข้อเสนอแนะของประชาชนที่จะแสดงความคิดเห็นเพื่อที่จะได้รู้ถึงปัญหาได้อย่างรอบด้าน
๓. การร่วมติดตามและประเมินผลของโครงการยังไม่ทั่วถึง องค์กรธุรกิจเพียงแต่สนับสนุนทางด้านทุนทรัพย์เป็นส่วนมากเท่านั้น
๔. การร่วมปฏิบัติงานตามโครงการยังไม่มากพอเป็นแต่เพียงการกระทำเป็นบุคคล

ด้านการดำเนินการ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา และอุปสรรค ของกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการดำเนินการ คือ

๑. ลำดับขั้นตอนในการดูแลรักษาและฟื้นฟูป่าชายเลนไม่มีความชัดเจน เนื่องจากสภาพพื้นที่ที่ดำเนินการในแต่ละจุดมีความแตกต่างกันอยู่พอสมควร
๒. การดำเนินการให้ข้อมูลของการดำเนินการที่ไม่ทั่วถึง ทำให้การติดตามและประเมินผล จึงไม่มีข้อมูลที่เด่นชัด เป็นแต่เพียงข้อมูลที่บอกเล่าโดยการประกาศตามเสียงตามสายของชุมชนเท่านั้น
๓. ขาดการประเมินผลด้านคุณภาพสิ่งแวดล้อมเป็นลายลักษณ์อักษร และนำเสนอต่อสาธารณะให้ทราบถึงผลของการดำเนินโครงการ
๔. ลักษณะวิธีการของการดำเนินการไม่เป็นไปตามแนวทางของวัตถุประสงค์การดำเนินโครงการเท่าที่จะเป็นไปได้

ด้านการดูแลรักษาสีงแวดล้อม

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา และอุปสรรค ของกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการดูแลรักษาสีงแวดล้อม คือ

๑. เนื่องจากมีความหลากหลายทางพรรณไม้ป่าชายเลน ทำให้ต้นกล้าบางชนิดไม่เพียงพอต่อจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม

๒. บางพื้นที่มีความอุดมสมบูรณ์ของป่าชายเลนอยู่แล้วจึงไม่จำเป็นต้องดำเนินการด้านสีงแวดล้อมทั้งหมด เนื่องจากโครงการเป็นโครงการพัฒนาระยะยาวจนกว่าโครงการจะประสบผลสำเร็จจึงมีองค์กรธุรกิจทยอยมาทำกิจกรรมเป็นระยะๆทำให้ไม่มีผู้แนะนำวิธีปลูกป่าชายเลนและแนะนำจุดที่จะปลูกได้

๕.๒ อภิปรายผล

การอภิปรายผลการวิจัยนี้ กล่าวถึงการศึกษากระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

จากการศึกษากระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่

ด้านปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ตำแหน่งงาน ไม่มีผลต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชร นิวัฒน์เจริญชัยกุล^{๑๑๗} ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานบริษัท เทเลคอมเอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือ พบว่า เพศ อายุ ตำแหน่งงาน ไม่มีผลต่อความสัมพันธ์กับปัจจัยที่ส่งเสริมต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมตามแบบของซีเอสอาร์

ส่วน ระดับการศึกษา มีผลต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชร นิวัฒน์เจริญชัยกุล^{๑๑๘} ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานบริษัท เทเลคอมเอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือ พบว่า ระดับการศึกษา และอายุงานมีความสัมพันธ์กับรูปแบบกิจกรรมเพื่อสังคมที่

^{๑๑๗} พัชร นิวัฒน์เจริญชัยกุล, “การมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานบริษัท เทเลคอม เอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือ”, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๖).

^{๑๑๘} พัชร นิวัฒน์เจริญชัยกุล, อ้างแล้ว

พนักงานบริษัทฯ เข้าร่วม และสอดคล้องกับงานวิจัยของ **ธันย์ รวีสวัสดิ์**^{๑๑๙} ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการนำระบบมาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO ๑๔๐๐๑ ไปประยุกต์ใช้กับ อุตสาหกรรมการผลิตอาหารในกลุ่มธุรกิจ SMEs ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล พบว่า ระดับ การศึกษา มีความสัมพันธ์กับการยอมรับและนำระบบมาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO ๑๔๐๐๑ ไปประยุกต์ใช้กับอุตสาหกรรมการผลิตอาหารในกลุ่มธุรกิจ SMEs

ด้านปัจจัยทางด้านสังคม ได้แก่ ความถี่ที่เข้าร่วมโครงการ มีผลต่อกระบวนการ เสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ **อนิรุจน์ เอี่ยม กิจการ**^{๑๒๐} ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยในสายตาของ ประชากรชาวกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ที่มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของ กฟผ. แตกต่างกันมี ทศนคติที่แตกต่างกัน กล่าวคือผู้ที่เปิดรับข่าวสารสูงมีทัศนคติต่อ กฟผ. สูงกว่าผู้ที่เปิดรับข่าวสารต่ำ

การอภิปรายผลการวิจัย กล่าวถึงการศึกษากระบวนการเสริมสร้างความ รับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัด สมุทรปราการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้ง ๕ ด้าน ตามลำดับ คือ ด้านการวางแผน ด้านการ ดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ด้านการมีส่วนร่วม ด้านการดำเนินการ ด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผนให้บรรลุ เป้าหมาย แสดงให้เห็นว่า ระดับความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อกระบวนการเสริมสร้างความ รับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ให้ทราบว่า กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ธุรกิจ ในหลายๆ ด้านเกิดประสิทธิภาพ ประสิทธิผล จากผลการการศึกษากิจกรรมการเสริมสร้างความ รับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านที่ได้กำหนดไว้มีประเด็นนำมาอภิปราย ได้ดังนี้

๑.) ด้านการวางแผน จากการวิจัยพบว่า กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อ สังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการ วางแผน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ แสดงให้ เห็นว่าความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ธุรกิจ ด้านการวางแผนนั้นอยู่ในระดับมาก ประชาชนตัดสินใจยอมรับในกระบวนการเสริมสร้างความ

^{๑๑๙} ธันย์ รวีสวัสดิ์, “ปัจจัยที่มีผลต่อการนำระบบมาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO ๑๔๐๐๑ไป ประยุกต์ใช้กับอุตสาหกรรมการผลิตอาหารในกลุ่มธุรกิจ SMEs ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล”, **วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ**, (มหาวิทยาลัยมหิดล, ๒๕๔๘).

^{๑๒๐} นิรุจน์ เอี่ยมกิจการ, “ภาพลักษณ์การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยในสายตาของ ประชากรชาว กรุงเทพมหานคร”, **วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ**, (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๓๙).

รับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจอยู่ในระดับมาก ๓.๘๖

๒.) ด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผนให้บรรลุเป้าหมาย จากการวิจัยพบว่า กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผนให้บรรลุเป้าหมาย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากและระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผนให้บรรลุเป้าหมาย นั้นอยู่ในระดับมาก ประชาชนตัดสินใจยอมรับในกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจอยู่ในระดับมาก ๓.๖๖ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ **สุเมธ กาญจนพันธุ์^{๑๒๑}** ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การบริหารจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ พบว่าปัจจุบันองค์กรธุรกิจมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจว่าจะเป็นวิธีการที่จะขับเคลื่อนให้องค์กรมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยจะมีการจัดการที่เป็นเชิงกลยุทธ์มากยิ่งขึ้น มีการจัดตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบการดำเนินงานด้านนี้โดยเฉพาะ มีการมุ่งเน้นการเข้ามามีส่วนร่วมของพนักงาน คู่ค้า มากขึ้น และจะมีการจัดทำรายงานผลการดำเนินงานในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจโดยเฉพาะ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ **บัณฑิตา ทรัพย์กมล^{๑๒๒}** ได้ทำการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การบริหารจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ศึกษาเฉพาะกรณีโรงงานอุตสาหกรรมเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่าทัศนคติของประชากรในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมภายในองค์กรประกอบด้วย การจัดสวัสดิการ การเลื่อนตำแหน่งอย่างยุติธรรม การให้เงินเดือนที่เหมาะสม การส่งเสริมด้านการฝึกอบรมให้แก่พนักงาน ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนในด้านทัศนคติต่อขอบเขตความรับผิดชอบต่อสังคมซึ่งรวมถึงขอบเขตด้านชุมชนและสวัสดิการ การศึกษา สิทธิผู้บริโภค และด้านศิลปวัฒนธรรม พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับมาก

๓.) ด้านการมีส่วนร่วม จากการวิจัยพบว่า กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการมีส่วนร่วม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากและระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ด้านการมีส่วนร่วม นั้นอยู่ในระดับมาก ประชาชนตัดสินใจยอมรับในกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจอยู่ในระดับมาก ๓.๗๑

^{๑๒๑} สุเมธ กาญจนพันธุ์, “กลยุทธ์การบริหารจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ”, **วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ**, (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๑).

^{๑๒๒} บัณฑิตา ทรัพย์กมล, “กลยุทธ์การบริหารจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ”, **วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ**, (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๔).

๔.) ด้านการดำเนินการ จากการวิจัยพบว่า กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการดำเนินการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ด้านการดำเนินการนั้นอยู่ในระดับมาก ประชาชนตัดสินใจยอมรับในกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจอยู่ในระดับมาก ๓.๗๐ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ **ภารณ วงศ์จันทร์**^{๑๒๓} ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความรับผิดชอบต่อของภาคธุรกิจด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม : กรณีศึกษา เครือซีเมนต์ไทยจากการศึกษา พบว่าเครือซีเมนต์ไทยมีแนวทางการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในชื่อว่า “การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน” ซึ่งเป็นการดำเนินธุรกิจควบคู่กับการเสริมสร้างความเจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืนให้กับชุมชน ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวทางปฏิบัติความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO ๒๖๐๐๐) ทำให้เกิดการเป็นแบบอย่างในการปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

๕.) ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม จากการวิจัยพบว่า กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมนั้นอยู่ในระดับมาก ประชาชนตัดสินใจยอมรับในกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจอยู่ในระดับมาก ๓.๘๖ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ **จณิน เอี่ยมสะอาด**^{๑๒๔} ซึ่งได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบและการสื่อสารการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจไทย พบว่ามีการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม ที่ให้ความสำคัญ ทั้งด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน ทั้งต่อองค์กรและสังคมส่วนรวมโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ **โกวิทย์ สวัสดิ์มงคล**^{๑๒๕} ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการแก้ไขปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการรถเอกชนร่วมบริการ ขสมก. พบว่าการสนับสนุนเพื่อเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมกรณีการแก้ไขปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อม พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อม

^{๑๒๓} ภารณ วงศ์จันทร์, “ความรับผิดชอบต่อของภาคธุรกิจด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม : กรณีศึกษาเครือซีเมนต์ไทย”, สารนิพนธ์คณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม, (สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ๒๕๕๒).

^{๑๒๔} จณิน เอี่ยมสะอาด, “รูปแบบและการสื่อสารการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจไทย”, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๐).

^{๑๒๕} โกวิทย์ สวัสดิ์มงคล, “ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการ แก้ไขปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการรถเอกชนร่วมบริการ ขสมก”, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๐).

ภาพรวมอยู่ในระดับมาก

๕.๓ ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร
ธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

๕.๓.๑ ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

๑. ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมเรื่องสิ่งแวดล้อมให้ประชาชนรับทราบอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ และควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ในสื่อวิทยุ โทรทัศน์ และวารสารหน่วยงาน เพื่อให้การประชาสัมพันธ์เข้าถึงประชาชนได้ทั่วถึงมากขึ้น รวมทั้งควรเพิ่มรูปแบบการสื่อสารที่สามารถเข้าถึงชุมชนได้ง่ายมากยิ่งขึ้นและเข้าถึงประชาชนในชุมชน ได้อย่างกว้างขวาง

๒. ควรมีช่องทางในการติดต่อ สอบถามข้อมูลข่าวสาร เพื่อให้ประชาชนสามารถสอบถามรายละเอียดต่าง ๆ รวมถึงข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่แจ้งกับชุมชน ควรเป็นข้อเท็จจริงเพื่อให้ชุมชนได้รับทราบข้อมูลที่แท้จริง ทำให้ประชาชนเกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง ประชาชนให้ความเชื่อถือและไว้วางใจยิ่งขึ้น

๓. ควรมีการจัดอบรมให้ความรู้แก่ประชาชนทุกกลุ่มทุกระดับ ในเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อม ที่ทางวัดอโศการามและองค์กรธุรกิจ กำลังจะดำเนินการ/ได้ดำเนินการ/ดำเนินการเสร็จ สิ้นแล้ว เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจที่ดี รวมถึงเพื่อให้การดำเนินโครงการ ได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากประชาชน

๔. ควรจัดให้มีการพบปะพูดคุยและรับฟังความคิดเห็นและความต้องการของประชาชนอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อจะได้ทราบถึงความคิดเห็นและความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง อันเป็นการแสดงถึงความเอาใจใส่ต่อชุมชนและแสดงความรับผิดชอบต่อองค์กร ซึ่ง จะเป็นการสร้างความรู้สึที่ดีให้เกิดขึ้น รวมทั้งเป็น สร้างความสัมพันธ์ที่ดี และความคุ้นเคยใกล้ชิด กับประชาชนในชุมชนได้อีกทางหนึ่ง

๕. ควรมีมาตรการที่จะสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ประชาชน เกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเรื่องสิ่งแวดล้อม

๖. ควรทำการประเมินผลงานเกี่ยวกับเป้าหมายที่ดำเนินโครงการไปแล้วว่าสอดคล้องกับภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเรื่องสิ่งแวดล้อมหรือไม่ เพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาภาพลักษณ์ขององค์กร ให้เป็นไปอย่างทั่วถึง

๗. ต้องมีการทำความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจให้บุคคลทั่วไปมีความเข้าใจมากยิ่งขึ้น

๘. ควรนำปัญหาที่ได้จากการศึกษามาปรับปรุงแก้ไขในส่วนที่เป็นปัญหาให้มีความชัดเจนมากขึ้น

๕.๓.๒ ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

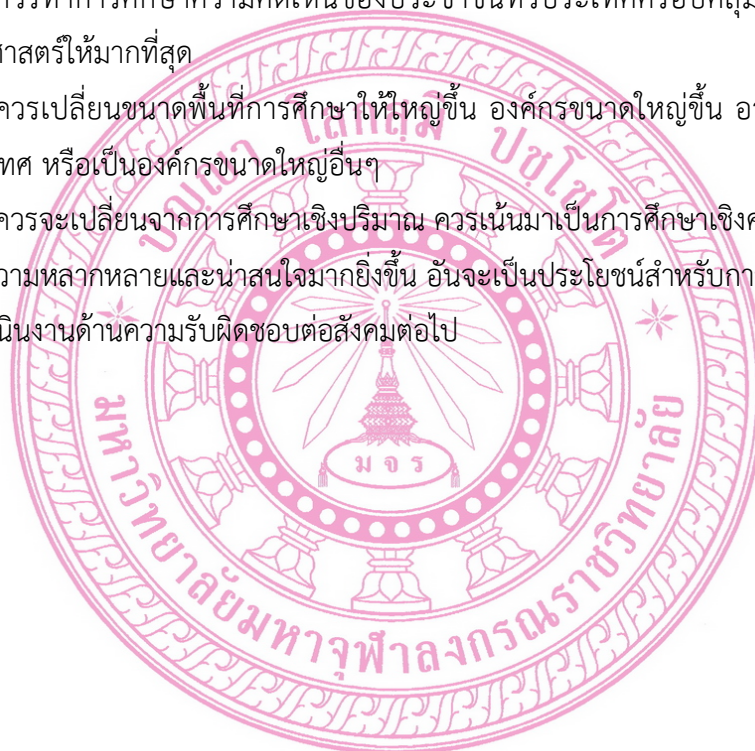
ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาเพิ่มเติม ดังนี้

๑. ควรทำการศึกษากับประชาชนที่อยู่ในพื้นที่และนอกพื้นที่เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

๒. ควรทำการศึกษาความคิดเห็นของประชาชนทั่วประเทศครอบคลุมสัดส่วนของลักษณะประชากรศาสตร์ให้มากที่สุด

๓. ควรเปลี่ยนขนาดพื้นที่การศึกษาให้ใหญ่ขึ้น องค์กรขนาดใหญ่ขึ้น อาจเป็นระดับจังหวัด ระดับประเทศ หรือเป็นองค์กรขนาดใหญ่อื่นๆ

๔. ควรจะเปลี่ยนจากการศึกษาเชิงปริมาณ ควรเน้นมาเป็นการศึกษาเชิงคุณภาพซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลที่มีความหลากหลายและน่าสนใจมากยิ่งขึ้น อันจะเป็นประโยชน์สำหรับการนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมต่อไป



บรรณานุกรม

๑. ภาษาไทย:

ก. ข้อมูลปฐมภูมิ

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. พระไตรปิฎกฉบับภาษาไทย. ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๓๙.

ข. ข้อมูลทุติยภูมิ

(๑) หนังสือ

กลุ่มพัฒนาระบบบริการ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. **ความรับผิดชอบต่อสังคม CSR : Corporate Social Responsibility**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ ก.พลพิมพ์ (๑๙๙๖), ๒๕๕๒.

เกษม จันทรแก้ว. **วิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม**. พิมพ์ครั้งที่ ๑. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ตำรวจ, ๒๕๒๕.

คณะกรรมการกลุ่มความร่วมมือทางวิชาการเพื่อพัฒนามาตรฐานการเรียนการสอนและการวิจัยด้านบริหารธุรกิจแห่งประเทศไทย. **แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ**. พิมพ์ครั้งที่ ๑. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์เมจิกเพรส, ๒๕๕๔.

คณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียน. **เข้มทิศธุรกิจเพื่อสังคม**. พิมพ์ครั้งที่ ๑. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ไอคอนพริ้นติ้ง, ๒๕๕๑.

จินตนา บุญบงการ. **จริยธรรมทางธุรกิจ**. พิมพ์ครั้งที่ ๓. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๗.

ชุดิระ ระบอบ และคณะ. **ระเบียบวิธีวิจัย**. พิมพ์ครั้งที่ ๑. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, ๒๕๕๒.

ปาริชาติ วลัยเสถียร. **กระบวนการและเทคนิคการทำงานของนักพัฒนา**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, ๒๕๔๑.

พัฒน์ บุญรัตน์พันธ์. **การสร้างพลังชุมชนโดยขบวนการพัฒนาชุมชน**. พิมพ์ครั้งที่ ๑. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, ๒๕๒๗.

พระเทพสาครมุนี (สมบุรณ์ ปญฺญชฺโธ). **โอวาทพระเทพสาครมุนี (แก้ว สุวณฺโณโชโต)**. พิมพ์ครั้งที่ ๑. กรุงเทพมหานคร: ตันบุญพิมพ์ดี, ๒๕๕๕.

พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต). **ธรรมกับไทย ในสถานการณ์ปัจจุบัน**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว, ๒๕๔๑.

บรรณานุกรม (ต่อ)

พระธรรมโกศาจารย์ (ประยูร ธมฺมจิตฺโต). ธรรมะและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม. พิมพ์ครั้งที่ ๓.

กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๔.

พระมหาสุทิตย์ อาภากร (อบอู่). การพัฒนาชุมชนประยุกต์ : แนวคิดและการบูรณาการ. พิมพ์ครั้งที่ ๑. กรุงเทพมหานคร: จัดพิมพ์โดยสถาบันเสริมสร้างการเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข, ๒๕๕๕.

พุทธทาสภิกขุ. ธัมมิกสังคณนิม. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มูลนิธิโกมลคีมทอง, ๒๕๒๙.

ไพรัตน์ เตชะรินทร์. นโยบายและกลไกการมีส่วนร่วมของชุมชนในยุทธศาสตร์การพัฒนาปัจจุบัน. พิมพ์ครั้งที่ ๑. กรุงเทพมหานคร: ศักดิ์โสภารพิมพ์, ๒๕๒๗.

พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๓๕. กฎ ประกาศ และระเบียบ ที่เกี่ยวกับมลพิษ. พิมพ์ครั้งที่ ๕ (แก้ไขเพิ่มเติม). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก, ๒๕๕๕.

ยูนิ เอียววัน. csr กับแรงงานสัมพันธ์ที่สร้างสรรค์ตามหลักมาตรฐานสากล. แปลโดยอรุณภา ภาคภัทร. พิมพ์ครั้งที่ ๑. กรุงเทพมหานคร: พิมพ์โดยศูนย์ศึกษาแรงงาน, ๒๕๕๒.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. องค์การและการจัดการ. พิมพ์ครั้งที่ ๑. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ดวงกมลสมัย, ๒๕๓๙.

วิรัช วิรัชนิภาวรรณ. การบริหารและการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ : บทบาทขององค์กรในท้องถิ่น. พิมพ์ครั้งที่ ๑. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์, ๒๕๓๕.

สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม. ก้าวแรกสู่ csr การสร้างความแตกต่างที่ยั่งยืน. พิมพ์ครั้งที่ ๑. ตลาดหลักทรัพย์สนับสนุนการพิมพ์, ๒๕๕๑.

สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม. เข้มทิศธุรกิจเพื่อสังคม. พิมพ์ครั้งที่ ๑. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ไอคอนพรินต์, ๒๕๕๑.

โสภณ พรโชคชัย. csr ที่แท้. พิมพ์ครั้งที่ ๕. กรุงเทพมหานคร: ส.วิรัช การพิมพ์ (๑๙๙๖), ๒๕๕๓.

สำนักอนุรักษ์ทรัพยากรป่าชายเลน กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. ร้อยเรียง เรื่องเล่าป่าชายเลนและทะเล. พิมพ์ครั้งที่ ๑.

กรุงเทพมหานคร: ที่ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด, ๒๕๕๓.

สำนักอนุรักษ์ทรัพยากรป่าชายเลน กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. ระเบียบกรมทรัพยากรทางทะเลชายฝั่ง. พิมพ์ครั้งที่ ๑.

กรุงเทพมหานคร: พิมพ์ที่ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด, ๒๕๕๐.

บรรณานุกรม (ต่อ)

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. **ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง.**

พิมพ์ครั้งที่ ๑. กรุงเทพมหานคร: พิมพ์ที่ โรงพิมพ์ ๒๑ เซ็นจูรี, ๒๕๕๐.

สุนีย์ มัลลิกะมาลย์. **รัฐธรรมนูญกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพิทักษ์รักษาทรัพยากร**

ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม. พิมพ์ครั้งที่ ๑. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๕.

สุภาพรณ ญ บางช้าง. **พระสงฆ์กับการพัฒนาชนบทในการแสวงหาเส้นทางพัฒนาชนบทของ**

พระสงฆ์ไทย. พิมพ์ครั้งที่ ๑. กรุงเทพมหานคร: กองแผนงาน กรมการศาสนา กระทรวงศึกษาธิการ, ๒๕๒๖.

อนุรักษ์ นิยมเวช ประธานคณะกรรมการการพัฒนากองเมืองและการมีส่วนร่วมของประชาชน

วุฒิสภา. **บทความเกี่ยวกับการพัฒนากองเมืองและการมีส่วนร่วมของประชาชน.** พิมพ์ครั้งที่ ๑. กรุงเทพมหานคร: สำนักการพิมพ์สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา, ๒๕๕๔.

(๒) เอกสารและวารสาร

กองบรรณาธิการ. “ISO ๒๖๐๐๐ มาตรฐานเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคม”, **Engineering Today**, ปีที่ ๖ ฉบับที่ ๖๕ (พฤษภาคม ๒๕๕๑).

บุญเรียม ชมเมฆ. “ป่าชายเลน mangrove forest กองผลิตและเผยแพร่สารนิเทศ”, ศูนย์บริการ

เอกสารการวิจัยแห่งประเทศไทย. สถาบันวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (๒๕๓๙).

พิเชษฐ์ เปียกกลิ่น. “วันฟ้าเปิดที่ป่าชายเลน”, **วารสารสงขลานครินทร์.** ปีที่ ๑๙ ฉบับที่ ๓ (กันยายน-ธันวาคม).

พิพัฒน์ ยอดพฤติการ. “CSR กับการพัฒนาที่ยั่งยืน”, **วารสารเศรษฐศาสตร์สุโขทัยธรรมาราช.** ปีที่ ๖ ฉบับที่ ๒ (มีนาคม ๒๕๕๕).

โสภณ พรโชคชัย. “csr Thailand 2012”, **วารสารเศรษฐกิจ ฉบับพิเศษ.** (พฤศจิกายน ๒๕๕๕).

สุทธิศักดิ์ ไกรสรสุธาสนี. “csr มิติใหม่ในการบริหารธุรกิจ”, **วารสารสื่อพลังปีที่ ๑๕ ฉบับที่ ๑.** (กุมภาพันธ์ ๒๕๕๐).

สนธิ อักษรแก้ว. “แนวนโยบายและการพัฒนาป่าชายเลน”, **วารสารเทคโนโลยีที่เหมาะสม.** (มีนาคม-เมษายน ๒๕๓๓).

เสาวภา สวัสดิ์พีระ. “ป่าชายเลน”, **จุลสารสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์ทางทะเล.** ปีที่ ๕ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มีนาคม ๒๕๓๕).

บรรณานุกรม (ต่อ)

สถาบันไทยพัฒน์ สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (CSRI) ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.). “รายงานประจำปี” **ทิศทาง CSR & Sustainability** (ปี ๒๕๕๖).

อนันตชัย ยูรประถม. “CSR จากแนวคิดสู่การปฏิบัติ”, **Productivity World**. (November – December 2007).

(๓) วิทยานิพนธ์

กุลนัดดา สุวรรณศรี. “ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ที่มีอิทธิพลต่อคุณค่าตราสินค้า ฮอนด้า และแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร”. **สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ๒๕๕๑.

โกวิทย์ สวัสดิ์มงคล. “ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการแก้ไขปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการรถเอกซเรย์ร่วมบริการ ชสมก”. **วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต**: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๑.

จิรัชญา โยธาทิรักษ์. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) และผลของภาพลักษณ์ต่อทัศนคติที่มีต่อตราสินค้า ปตท.”. **วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, ๒๕๕๑.

ณัฐนัย พงศ์สภาพร. “ความรับผิดชอบต่อสังคม และ คุณค่าตราสินค้า ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อกองทุนรวม LTF ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร”. **สังคมศาสตร์บัณฑิตวิทยาลัย**: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ๒๕๕๓.

ธารินทร์ พิศุทธิพงษ์ภิญโญ. “ศึกษาภาพลักษณ์กระดาศพิมพ์เขียนตรา “ด๊ิบเปิ้ล เอ”. **วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต**: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๘.

บัณฑิตา ทรัพย์กมล. “ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : ศึกษาเฉพาะกรณีโรงงานอุตสาหกรรมเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร”. **วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต**: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๔.

นิรุจน์ เอี่ยมกิจการ. “ภาพลักษณ์การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยในสายตาของประชากรชาวกรุงเทพมหานคร”. **วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต**: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๓๙.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- บุญชัย เกิดปัญญาวัตน์. “การศึกษาความเหมาะสมในการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อกระบวนการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม”. **วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต**: มหาวิทยาลัยมหิดล, ๒๕๓๕.
- พัชรี นิวัฒน์เจริญชัยกุล. “การมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานบริษัท เทเลคอมเอเชียคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือ”. **วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต**: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๖.
- พัชรี นิวัฒน์เจริญชัยกุล. “ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการแก้ไขปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการรถเอกชนร่วมบริการ ชสมก”. **วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต**: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๐.
- เพลินทิพย์ โกเมศโสภา. “สรุปผลการวิจัยการจัดการด้านการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมของบริษัทสินค้าอุปโภค บริโภคชั้นนำในประเทศไทย”. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์, ๒๕๕๑.
- มนตรี เลิศสกุลเจริญ. “แนวทางการพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจภาคอุตสาหกรรมใน จังหวัดจันทบุรี”. **วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต**: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๗.
- สาธิต ดันติกฤตยา. “ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลต่อความคิดเห็นของราษฎรต่อการฟื้นฟูป่าชายเลนในเขตป่าสงวนแห่งชาติป่าเลนดอนสัก อำเภอดอนสักจังหวัดสุราษฎร์ธานี”. **วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๔๖.
- สุรพันธ์ สวัสดิพรรณ. “ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อองค์กรธุรกิจที่ใช้นโยบายการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม”. **บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การบริหารทั่วไป)**. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยบูรพา, ๒๕๔๕.
- สันติ สุขเย็น. “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในพื้นที่อุทยานแห่งชาติหาดวอกร อำเภอบ้านฉะ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์”. **วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๔๖.
- อาภรณ์พันธ์ จันทร์สว่าง. “การมีส่วนร่วมของคณะกรรมการหมู่บ้านฝ่ายกิจการป้องกันและรักษาความสงบเรียบร้อยต่อการป้องกันอาชญากรรม : ศึกษากรณีอำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี”. **วิทยานิพนธ์พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ๒๕๓๙.

บรรณานุกรม (ต่อ)

(๔) สื่ออิเล็กทรอนิกส์

กรมป่าไม้ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. **ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับป่าชายเลน**

[ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.forest.go.th/index.php?option=comcontent&view=article&id=313&Itemid=&lang=en> [๒๗ ก.พ. ๒๕๕๖].

กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. **ปัญหาสาเหตุ**

และผลกระทบจากการทำลายป่าชายเลน [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<http://www.dmcg.go.th/marinecenter/mangrove-lesson6.php>
[๒๗ ก.พ. ๒๕๕๖].

กิตติพงษ์ ดารักษ์. **พุทธนโยบายเพื่อสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<http://www.polmcu.com/index.php/2012-10-08-05-16-7/15-4> [๔ มี.ค. ๒๕๕๖].

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. **อุปสรรคการสร้าง CSR ของเอกชนไทย** [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<http://www.kriengsak.com/tags/csr> [๒๖ ก.พ. ๒๕๕๖].

ฐานข้อมูลความรู้ทางทะเล. **ป่าชายเลนในประเทศไทย** [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<http://www.mkh.in.th/index.php/2010-03-22-18-04-43/2010-03-25-13-46-26> [๒๗ ก.พ. ๒๕๕๖].

ธุรกิจเพื่อสังคม CSRI. **ประเภทของงานซีเอสอาร์** [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.csri.or.th>

[๒๗ ก.พ. ๒๕๕๖].

บัญญัติ คำณวนวัฒน์ (๘ ก.พ. ๕๖). “ซีเอสอาร์’กลยุทธ์ทำความดีที่สร้างรายได้อย่างยั่งยืน”, **คมชัดลึก**

หมวดเศรษฐกิจ [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.komchadluek.net>

[๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๖].

ปาริณา ประยุกต์วงศ์ (๙ ก.ย. ๕๖). “Business Guide : CSR และนวัตกรรมการลงทุนทางสังคมของภาคธุรกิจในประเทศไทย”, **OK nation** [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<http://www.oknation.net/blog/guidelife/2008/09/09/entry-2> [๒๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๖].

พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์. **๖ ทิศทาง CSR ปี ๒๕๕๕**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://pipatory.blogspot.com/2012/02/6-csr-2555.html>

[๒๖ ก.พ. ๒๕๕๖]

รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ. **ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร** [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<http://www.elearning2.utcc.ac.th> [๗ มี.ค. ๒๕๕๖].

บรรณานุกรม (ต่อ)

สาระดีดี.คอม. **บทความทางวิชาการCSR กับองค์กรในประเทศไทย (Corporate Social Responsibility in Thai Companies)** [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: WWW.SARA-DD.COM [๒๕ ก.พ.๒๕๕๖].

สารานุกรมไทย สำหรับเยาวชน โดยพระราชประสงค์ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว. เล่มที่ ๒๑ เรื่องที่ ๘ การอนุรักษ์ และการพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติ. **ความสำคัญของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม** [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://kanchanapisek.or.th/kp6/New/sub/book/book.php?book=21&chap=8&page=t21-8-infodetail02.html> [๒๖ ก.พ. ๒๕๕๖].

สถาบันไทยพัฒน์ มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์. **ซีเอสอาร์กับสังคมวัตถุ ๔** [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: www.thaicr.com [๒๕ ก.พ. ๒๕๕๖]. สถาบันไทยพัฒน์ มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์. **ซีเอสอาร์มีประโยชน์อย่างไร** [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: www.thaicr.com [๒๘ ก.พ. ๒๕๕๖].

CSR History. **กระแสที่ผลักดันให้เกิด CSR** [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.csr.imageplus.co.th/csr_history.php?id=03cSbzyUsWOeEvmt [๒๓ ก.พ. ๒๕๕๖].

CSR History. **จุดกำเนิด CSR จาก ๔ ทิศทาง** [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.csr.imageplus.co.th/csr_history.php?id=eGzsSV7yfv4udH5J [๒๓ ก.พ.๒๕๕๖].

(๕.) ภาษาอังกฤษ

Arthur D. Little GmbH. **Economic Effects of the EU Substances Policy**. Wiesbaden, 2002.

Husted, B. W., & Salazar, J. Taking Friedman Seriously: **Maximizing Profits and Social Performance**. Journal of Management Studies, 2006.

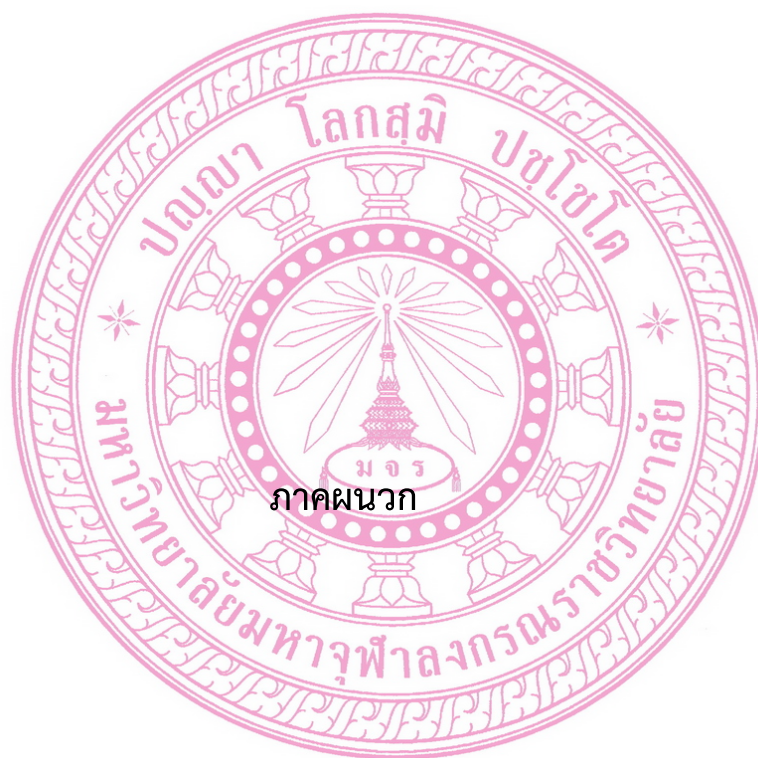
McWilliam, A., Siegel, D. S., & Wright, P. M. **Corporate Social Responsibility: Strategic Implications**. Journal of Management Studies, 2006.

บรรณานุกรม (ต่อ)

Michael E. Porter ;& Mark R. Kramer. **Strategy and Society The link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility.** Harvard Business Review, 2006.

Kotler, P., and Lee, N. **Corporate Social Responsibility.** Doing the most good for your Company and your cause U.S.A. : John Wiley & Sons, Inc., 2004.





ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
หนังสือขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา

โทร. (ภายใน) ๒๑๒๒, ๘๒๗๘, ๘๒๗๙

ที่ ศธ ๖๑๐๕.๔/ว๑๔

วันที่ ๒๙ พฤศจิกายน ๒๕๕๖

เรื่อง ขออนุมัติครุภัณฑ์ตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิทยานิพนธ์

นมัสการ พระมหาสม กลยาโณ, ดร.

ด้วย พระชาติรี ฉายา อุปสมโม รหัสประจำตัวนิสิต ๕๕๐๑๔๐๔๒๐๔ นิสิตปริญญาโท หลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาสังคม มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ” เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้ โครงการหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาสังคม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างยิ่ง จึงใคร่ขอนิมนต์ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิทยานิพนธ์ ดังที่ได้แนบมาพร้อมแล้วนี้ โครงการหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาสังคม มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี จึงขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

จึงน้อมสกรามาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โกนิจ ศรีทอง)

ผู้อำนวยการหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการพัฒนาสังคม

๑๙๑๑/ก/ว/๑๖



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา

โทร. (ภายใน) ๒๑๒๒, ๘๒๗๘, ๘๒๗๙

ที่ ศธ ๖๑๐๕.๔/๑๑๔

วันที่ ๒๙ พฤศจิกายน ๒๕๕๖

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิทยานิพนธ์

เรียน ผศ.ดร.ณัฐพงศ์ สึงวรวรรณ

ด้วย พระราชดำริ ญา ยออุปโม รทสประจำตัวนิสิต ๕๕๐๑๔๐๔๒๐๔ นิสิตปริญญาโท หลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาสังคม มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่องค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ” เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้ โครงการหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาสังคม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิทยานิพนธ์ ดังที่ได้แนบมาพร้อมแล้วนี้ โครงการหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาสังคม มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี จึงขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

๐๙-๑๐-๒๕๕๖/๒๐

ศธ. ณ. ๒๕๕๖. ๒๕๕๖

๒๕๕๖

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โกนิจ ศรีทอง)

ผู้อำนวยการหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการพัฒนาสังคม



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา

โทร. (ภายใน) ๒๑๒๒, ๘๒๗๘, ๘๒๗๙

ที่ ศธ ๖๑๐๕.๔/ว๑๔

วันที่ ๒๙ พฤศจิกายน ๒๕๕๖

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิทยานิพนธ์

เรียน อาจารย์ ดร.บัว พลรัมย์

ด้วย พระราชดำริ ญา ยา อุปลโม รหัสประจำตัวนิสิต ๕๕๐๑๔๐๔๒๐๔ นิสิตปริญญาโท หลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาสังคม มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่องานขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโสภาราม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ” เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้ โครงการหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาสังคม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิทยานิพนธ์ ดังที่ได้แนบมาพร้อมแล้วนี้ โครงการหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาสังคม มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี จึงขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ดร.บัว พลรัมย์
23/12/56

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โกนิจ ศรีทอง)

ผู้อำนวยการหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการพัฒนาสังคม

ที่ ศธ ๖๑๐๕.๔/ว๔



มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอน้อย
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๐๐-๕ โทรสาร ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๓๔
www.mcu.ac.th

๒๖ พฤศจิกายน ๒๕๕๖

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิทยานิพนธ์
เรียน ผศ.ดร.สุวิญ รักษ์ตย์
สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามที่ใช้ในการทำวิทยานิพนธ์ จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วย พระชาติรี ฉายา อุปสมโ รหิสประจําตัวนิต ๕๕๐๑๔๐๔๒๐๔ นิสิตปริญญาโทหลักสูตร
พุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาสังคม มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้
ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา
วัดโสภาราม อำเภอมือง จังหวัดสมุทรปราการ” เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้ โครงการหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนา
สังคม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขอเชิญท่านเป็น
ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิทยานิพนธ์ ดังที่ได้แนบมาพร้อมแล้วนี้

โครงการหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาสังคม มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณ
ราชวิทยาลัย หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี จึงขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อ
ทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนิฐ์ ศรีทอง)
ผู้อำนวยการหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการพัฒนาสังคม

- ร่มทรง

- อ.นิพนธ์ทรงจิต

๕ ธ.ค. ๒๕๕๖

ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา

โทร/โทรสาร ๐-๒๔๓๓-๒๑๓๓ ต่อ ๒๑๒๒

ที่ ศธ ๖๑๐๕.๔/ว๔



มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอน้อย
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๐๐-๕ โทรสาร ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๓๔
www.mcu.ac.th

๒๖ พฤศจิกายน ๒๕๕๖

เรื่อง ขออนุมัติตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิทยานิพนธ์
เรียน ดร.วุฒินันท์ กันทะเตียน
สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามที่ใช้ในการทำวิทยานิพนธ์ จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วย พระชาติรี ฉายา อุปสโม รหัสประจำตัวนิสิต ๕๕๐๑๔๐๔๒๐๔ นิสิตปริญญาโทหลักสูตร
พุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาสังคม มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้
ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา
วัดโสภาราม อำเภอมะนัง จังหวัดสมุทรปราการ” เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรดังกล่าว
ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้ โครงการหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนา
สังคม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขอเชิญท่านเป็น
ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิทยานิพนธ์ ดังที่ได้แนบมาพร้อมแล้วนี้

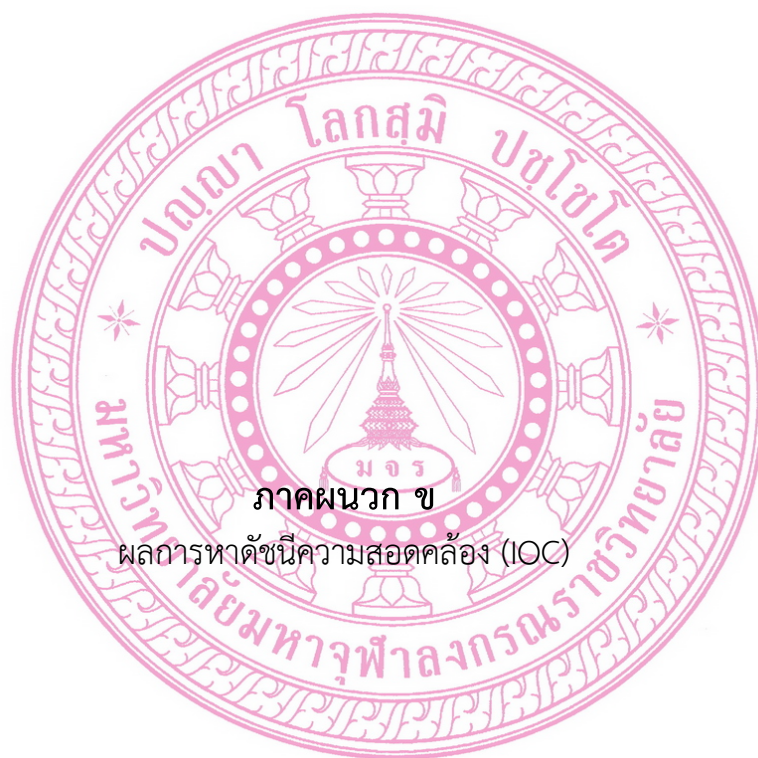
โครงการหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาสังคม มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณ
ราชวิทยาลัย หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี จึงขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อ
ทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โกนิจ ศรีทอง)
ผู้อำนวยการหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการพัฒนาสังคม

ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา
โทร/โทรสาร ๐-๒๔๓๓-๒๑๓๓ ต่อ ๒๑๒๒



ภาคผนวก ข

ผลการตัดสินความสอดคล้อง (IOC)

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง

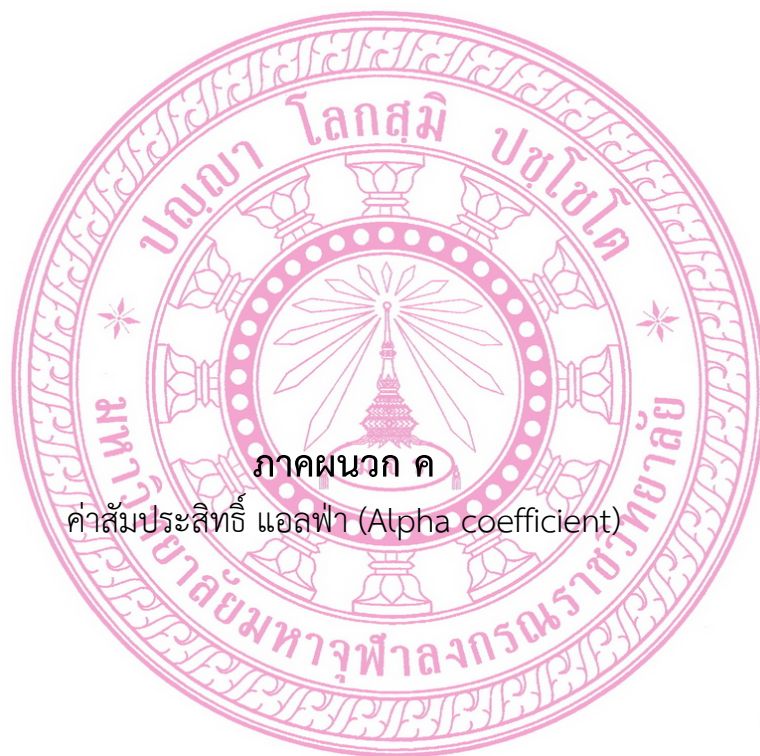
กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดโศการาม

อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

ข้อที่	รายการ	ผู้เชี่ยวชาญ/คนที่					สรุปและแปลผล		
		๑	๒	๓	๔	๕	รวม	ค่า IOC	แปลผล
๑. ด้านการวางแผน									
๑	มีการจัดการบริหารด้านสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม สะดวกต่อการเข้าร่วมของประชาชน ชุมชน และหน่วยงานต่างๆ	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๒	มีการวางแผนร่วมกับวัดและองค์กรธุรกิจในการดูแลและฟื้นฟูป่าชายเลนอย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่อง	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๓	มีการวางแผนรองรับเมื่อเกิดผลกระทบ ทั้งด้านกำลังคน และสิ่งแวดล้อม	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๔	ทางวัดมีแผนการบริหารและเปิดโอกาสให้บุคคลทั่วไปเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมปลูกป่าชายเลนเป็นอย่างดี	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๕	มีแผนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นกระบวนการ	๑	๑	๑	๑	๐	๔	๐.๘๐	ใช้ได้
๒. ด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผนให้บรรลุเป้าหมาย									
๑	กิจกรรมขององค์กรธุรกิจ หน่วยงานต่างๆมีวัตถุประสงค์ในการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างชัดเจน	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๒	เปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในเรื่องสิ่งแวดล้อมต่างๆตั้งแต่เริ่มต้นการดำเนินโครงการ	๑	๑	๑	๑	๐	๔	๐.๘๐	ใช้ได้
๓	องค์กรธุรกิจทั้งหลายมีการวางแผนกลยุทธ์ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านสิ่งแวดล้อม	๑	๑	๑	๑	๐	๔	๐.๘๐	ใช้ได้

ข้อที่	รายการ	ผู้เชี่ยวชาญ/คนที่					สรุปและแปลผล		
		๑	๒	๓	๔	๕	รวม	ค่า IOC	แปลผล
	๒. ด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผนให้บรรลุเป้าหมาย								
๔	สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมมีความเหมาะสม	๑	๐	๑	๑	๑	๔	๑.๐๐	ใช้ได้
๕	มีการประเมินผลการดำเนินการร่วมกันในทุกๆ ครั้ง	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
	๓. ด้านการมีส่วนร่วม								
๑	องค์กรของท่านได้มีส่วนร่วมในการวางแผนเพื่อให้การจัดสรรงบประมาณในการสนับสนุนกิจกรรมปลูกป่าชายเลน	๑	๑	๑	๑	๐	๔	๐.๘๐	ใช้ได้
๒	กิจกรรมการปลูกป่าชายเลนเอื้ออำนวยต่อการเข้าร่วมกิจกรรมของประชาชนทั่วไปและชุมชน อย่างเหมาะสม	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๓	องค์กรของท่านได้มีส่วนร่วมโดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจให้แก่ผู้ที่มาทำกิจกรรมการปลูกป่าชายเลน	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๔	องค์กรและชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และฟื้นฟูป่าชายเลนเป็นอย่างดี	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๕	ท่านได้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นและเสนอแนะในการเข้าร่วมกิจกรรมการปลูกป่าชายเลน	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
	๔. ด้านการดำเนินการ								
๑	องค์กรธุรกิจ หน่วยงานต่างๆ ที่เข้าร่วมกิจกรรมได้ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นกระบวนการ	๑	๑	๑	๑	๐	๔	๐.๘๐	ใช้ได้
๒	องค์กรธุรกิจ หน่วยงานต่างๆ มีการดำเนินการเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ	๑	๑	๑	๑	๐	๔	๐.๘๐	ใช้ได้
๓	องค์กรธุรกิจ หน่วยงานต่างๆ มีการดำเนินการสร้างจิตอาสาเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อม	๑	๑	๑	๑	๐	๔	๐.๘๐	ใช้ได้

ข้อที่	รายการ	ผู้เชี่ยวชาญ/ คนที่				สรุปและแปลผล			
		๑	๒	๓	๔	๕	รวม	ค่า IOC	แปลผล
๔. ด้านการดำเนินการ									
๔	องค์กรธุรกิจ หน่วยงานต่างๆ มีการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจัง	๑	๑	๑	๑	๐	๔	๐.๘๐	ใช้ได้
๕	มีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้เข้าร่วมโครงการพัฒนาป่าชายเลนให้เป็นศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อมอย่างทั่วถึง	๑	๑	๑	๑	๐	๔	๐.๘๐	ใช้ได้
๕. ด้านการวางแผน									
๑	มีการอนุรักษ์พืช-สัตว์ บริเวณป่าชายเลนอย่างถูกต้องและเหมาะสม	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๒	องค์กรธุรกิจได้มีการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๓	องค์กรธุรกิจ หน่วยงานต่างๆ รวมถึงวัดและชุมชน มีการพัฒนาพื้นที่ป่าชายเลนเป็นอย่างดี	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๔	มีผู้สนใจในการเข้าร่วมโครงการพัฒนาป่าชายเลนให้เป็นศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อมเป็นจำนวนมาก	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๕	ทางวัดมีการเตรียม ต้นกล้าพันธุ์ไม้ ไว้ให้ผู้สนใจร่วมปลูกป่าชายเลนอย่างเหมาะสม	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้



RELIABILITY ANALYSIS – SCALE (ALPHA)

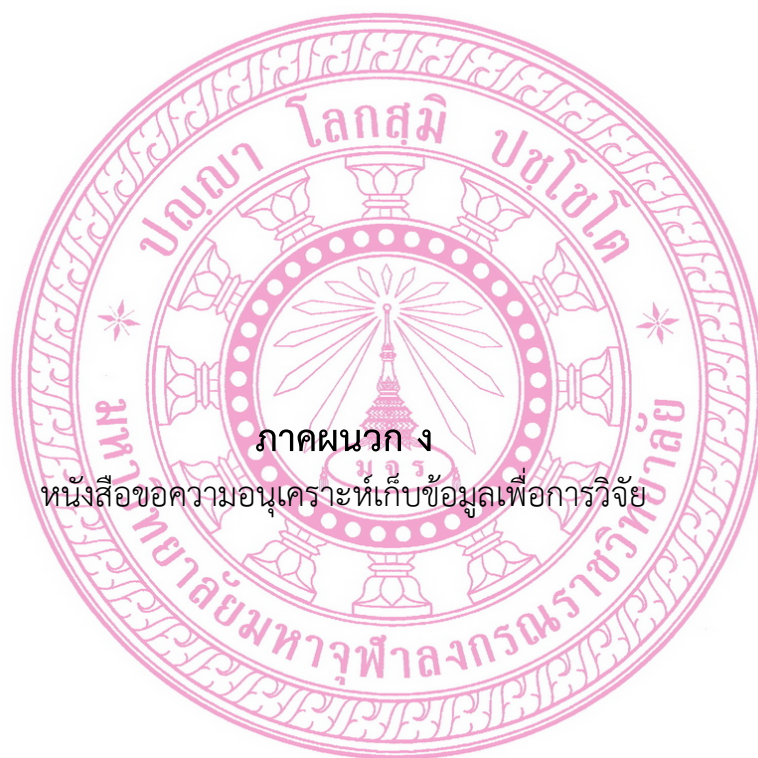
Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1	93.0667	113.513	.559	.905
2	92.9333	116.340	.278	.911
3	92.8333	114.971	.407	.908
4	92.8667	116.671	.340	.909
5	93.0667	113.857	.411	.908
6	93.3000	119.597	.086	.915
7	92.9000	107.955	.817	.899
8	92.9000	107.955	.817	.899
9	92.9000	107.955	.817	.899
10	92.9000	107.955	.817	.899
11	93.0000	112.759	.591	.904
12	93.1000	112.369	.548	.905
13	92.9000	116.645	.306	.910
14	93.0333	112.447	.526	.905
15	93.0333	109.826	.588	.904
16	92.9667	112.516	.510	.906
17	92.7667	113.564	.496	.906
18	92.9000	107.955	.817	.899
19	92.8000	120.303	.144	.911
20	93.0000	118.759	.175	.912
21	92.9000	107.955	.817	.899
22	92.9000	114.714	.615	.905
23	92.6667	117.402	.326	.909
24	92.8667	113.016	.415	.908
25	92.7000	109.941	.620	.903

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 25

Alpha = .909



ภาคผนวก ง

หนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

ที่ ศธ ๖๑๐๕.๔/วส



มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอวังน้อย
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๐๐-๕ โทรสาร ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๓๔
www.mcu.ac.th

๓๑ มกราคม ๒๕๕๗

เรื่อง ขออนุมัติครุภัณฑ์สำนักงานเพื่อใช้ในการทำวิทยานิพนธ์
นมัสการ พระประเสริฐ พลวโร
สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการทำวิทยานิพนธ์ จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วย พระชาติรี ฉายา อุปสมโ รหัสประจำตัวนิสิต ๕๕๐๑๔๐๔๒๐๔ นิสิตปริญญาโทหลักสูตร
พุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาลัทธิ มหาวชิราวุธราชวิทยาลัย ได้
ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา
วัดโสภาราม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ” เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ จึงขอความ
อนุเคราะห์จากท่านเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตให้นิสิตดำเนินการสัมภาษณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการ
ทำวิจัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการต่อไป

โครงการหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาลัทธิ มหาวชิราวุธราชวิทยาลัย
ราชวิทยาลัย หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี จึงขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อ
ทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

จึงน้อมสกราบมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

นมัสการมาความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โกนิจฐ์ ศรีทอง)
ผู้อำนวยการหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการพัฒนาลัทธิ



พระประเสริฐ พลวโร

ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์
โทร/โทรสาร ๐-๒๔๓๓-๒๑๓๓ ต่อ ๒๑๒๒

ที่ ศธ ๖๑๐๕.๔/ว๙



มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอน้อย
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๐๐-๕ โทรสาร ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๓๔
www.mcu.ac.th

๓๑ มกราคม ๒๕๕๗

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่สัณนิษฐานเพื่อใช้ในการทำวิทยานิพนธ์
นมัสการ พระสุพล ตีสโล
สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสัณนิษฐานที่ใช้ในการทำวิทยานิพนธ์ จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วย พระชาติรี ฉายา อุปลโม รหัสประจำตัวนิสิต ๕๕๐๑๔๐๔๒๐๔ นิสิตปริญญาโทหลักสูตร
พุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาสังคม มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้
ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา
วัดโคกไกราม อำเภอน้อย จังหวัดสมุทรปราการ” เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรดังกล่าว
ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ จึงขอความ
อนุเคราะห์จากท่านเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตให้นิสิตดำเนินการสัมภาษณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการ
การทำวิจัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการต่อไป

โครงการหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาสังคม มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณ
ราชวิทยาลัย หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี จึงขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อ
ทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

จึงน้อมส่งมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

นมัสการมาความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนิษฐ ศรีทอง)
ผู้อำนวยการหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการพัฒนาสังคม



พระสุพล ตีสโล

ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์
โทร/โทรสาร ๐-๒๔๓๓-๒๑๓๓ ต่อ ๒๑๒๒

ที่ ศธ ๖๑๐๕.๔/วศ



มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอน้อย
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๐๐-๕ โทรสาร ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๓๔
www.mcu.ac.th

๓๑ มกราคม ๒๕๕๗

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่สัณนิษฐานเพื่อใช้ในการทำวิทยานิพนธ์
นมัสการ พระธนากร รัตโก
สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการทำวิทยานิพนธ์ จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วย พระชาติรี ฉายา อุบลโม รัชสประจักษ์นิสิต ๕๕๐๑๔๐๔๒๐๔ นิสิตปริญญาโทหลักสูตร
พุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาสังคม มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้
ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา
วัดโคกกราม อำเภอน้อย จังหวัดสมุทรปราการ” เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ จึงขอความ
อนุเคราะห์จากท่านเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตให้ นิสิตดำเนินการสัมภาษณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการ
ทำวิจัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการต่อไป

โครงการหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาสังคม มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณ
ราชวิทยาลัย หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี จึงขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อ
ทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

จึงนมัสการมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

นมัสการมาความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โกนิฐ์ ศรีทอง)

ผู้อำนวยการหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการพัฒนาสังคม



พระธนากร รัตโก

ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์

โทร/โทรสาร ๐-๒๔๓๓-๒๑๓๓ ต่อ ๒๑๒๒

ที่ ศธ ๖๑๐๕.๔/วศ



มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอน้อย
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๐๐-๕ โทรสาร ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๓๔
www.mcu.ac.th

๓๑ มกราคม ๒๕๕๗

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่สัณนิษฐานเพื่อใช้ในการทำวิทยานิพนธ์
เรียน นายสนั่นเกรียง ญาติประทุม
สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสัณนิษฐานที่ใช้ในการทำวิทยานิพนธ์ จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วย พระชาติรี ฉายา อุปสโม รหัสประจำตัวนิสิต ๕๕๐๑๔๐๔๒๐๔ นิสิตปริญญาโทหลักสูตร
พุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาสังคม มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้
ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา
วัดโคกไกราม อำเภอน้อย จังหวัดสมุทรปราการ” เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ จึงขอความ
อนุเคราะห์จากท่านเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตให้นิสิตดำเนินการสัมภาษณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการ
การทำวิจัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการต่อไป

โครงการหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาสังคม มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณ
ราชวิทยาลัย หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี จึงขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อ
ทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โกนกร ศรีทอง)
ผู้อำนวยการหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการพัฒนาสังคม

๐๓/๐๒/๕๗

ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์
โทร/โทรสาร ๐-๒๔๓๓-๒๑๓๓ ต่อ ๒๑๒๒





แบบสอบถามวิทยานิพนธ์

เรื่อง

กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม
อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

คำชี้แจง

๑. แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาใน หลักสูตรปริญญาพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการพัฒนาศักยภาพ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย โดยมีจุดมุ่งหมาย เพื่อศึกษาเกี่ยวกับ ความคิดเห็นของประชาชนต่อกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ผู้ศึกษาใคร่ขอความร่วมมือจากท่าน ได้โปรดช่วยตอบแบบสอบถามนี้อย่างเป็นอิสระและตรงกับความคิดเห็นของท่าน

๒. แบบสอบถามมีทั้งหมด ๓ ตอน

ตอนที่ ๑ แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ ๒ แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

ตอนที่ ๓ แบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัญหาและอุปสรรค/ข้อเสนอแนะทั่วไปของกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ

๓. แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์นำมาใช้ในการศึกษาวิจัยเท่านั้น ซึ่งจะไม่มีผลกระทบต่อผู้ตอบแบบสอบถามหรือหน่วยงานของท่าน และจะไม่มีการเปิดเผยข้อมูลเป็นรายบุคคลแต่อย่างใด

ผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่าน และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

พระชาติรี อุปสโม (สุขสบาย)

นิสิตปริญญาโท หลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการพัฒนาศักยภาพ

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

๑. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

๒. อายุ

☐ ต่ำกว่า ๒๐ ปี

☐ ๒๐ - ๓๐ ปี

☐ ๓๑ - ๔๐ ปี

☐ ๔๑ - ๕๐ ปี

☐ ๕๑ - ๖๐ ปี

☐ ๖๑ - ๗๐ ปี

๓. ระดับการศึกษา

☐ ประถมศึกษา

☐ มัธยมศึกษาตอนต้น/ตอนปลาย

☐ ประกาศนียบัตรวิชาชีพ/วิชาชีพชั้นสูง

☐ปริญญาตรี

☐ปริญญาโท

☐ สูงกว่าปริญญาโทขึ้นไป

๔. อาชีพ

☐ เกษตรกรรม

☐ รับจ้าง

☐ ค้าขาย

☐ ข้าราชการ

☐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐ พนักงานบริษัทเอกชน

☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....

๕. รายได้ต่อเดือน

☐ ๓,๐๐๐ - ๖,๐๐๐ บาท

☐ ๖,๐๐๑ - ๙,๐๐๐ บาท

☐ ๙,๐๐๑ - ๑๒,๐๐๐ บาท

☐ ๑๒,๐๐๑ - ๑๔,๐๐๐ บาท

☐ ๑๔,๐๐๑ - ๑๖,๐๐๐ บาท

☐ มีรายได้ต่อเดือนเกินกว่า ๑๖,๐๐๐ บาทขึ้นไป

๖. ท่านมีตำแหน่งอะไรในชุมชน

- | | | |
|---|---------------------------------------|--|
| ☐ ผู้ใหญ่บ้าน | ☐ กำนัน | ☐ สมาชิก อบต. |
| ☐ ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน | ☐ สารวัตรกำนัน | ☐ นายก อบต. |
| ☐ สมาชิกชุมชน | ☐ ไม่ได้เป็น | ☐ อื่นๆ ระบุ..... |

๗. ท่านรับรู้ข้อมูลข่าวสารโครงการพัฒนาป่าชายเลนให้เป็นศูนย์ศึกษาระบบชาติป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อม วัดอโศการาม จากสื่อใดบ้าง

- | | | |
|--|---|---|
| ☐ เพื่อนบ้านแนะนำ | ☐ แผ่นพับของวัด | ☐ สื่อมวลชนต่างๆ |
| ☐ เสียงตามสายของวัด | ☐ ป้ายประชาสัมพันธ์ของทางวัด | ☐ รับรู้ด้วยตัวเอง |
| ☐ สื่อในชุมชน | ☐ ผู้ใหญ่บ้านแนะนำ | ☐ อื่นๆ ระบุ..... |

๘. ท่านมีส่วนร่วมในการพัฒนาป่าชายเลนให้เป็นศูนย์ศึกษาระบบชาติป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อม วัดอโศการามอย่างไร?

- | | |
|--|--|
| ☐ ร่วมปลูกป่า | ☐ ร่วมรณรงค์รักษาสิ่งแวดล้อมป่าชายเลน |
| ☐ ช่วยเก็บขยะมูลฝอย | ☐ ร่วมประชุมหารือ |

๙. ความถี่ที่ท่านมีส่วนร่วมในโครงการ

- | | |
|--|--|
| ☐ เป็นประจำทุกเดือน | ☐ ปีละครั้ง |
| ☐ นานๆครั้ง (๓-๖ เดือน) | ☐ อื่นๆ ระบุ..... |

ตอนที่ ๒ ความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ จากการที่ท่านได้เข้ามามีส่วนร่วมในโครงการพัฒนาป่าชายเลนให้เป็นศูนย์ศึกษาระบบนิเวศป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อม วัดโคไกราราม โดยแยกออกเป็น ๕ ด้านประกอบด้วย

๑. ด้านการวางแผน
๒. ด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผนให้บรรลุเป้าหมาย
๓. ด้านการมีส่วนร่วม
๔. ด้านการดำเนินการ
๕. ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

คำชี้แจง : โปรดอ่านข้อความต่อไปนี้รอบคอบ ว่าตรงกับกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ตามความเป็นจริง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องในตาราง ซึ่งให้เลือกตอบเพียงระดับเดียว

- ๕ หมายถึง มากที่สุด หมายความว่า ปฏิบัติในระดับมากที่สุด
- ๔ หมายถึง มาก หมายความว่า ปฏิบัติในระดับมาก
- ๓ หมายถึง ปานกลาง หมายความว่า ปฏิบัติในระดับปานกลาง
- ๒ หมายถึง น้อย หมายความว่า ปฏิบัติในระดับน้อย
- ๑ หมายถึง น้อยที่สุด หมายความว่า ปฏิบัติในระดับน้อยที่สุด

ข้อที่	รายการ	ระดับการปฏิบัติ				
		๕ มาก ที่สุด	๔ มาก	๓ ปาน กลาง	๒ น้อย	๑ น้อย ที่สุด
๑. ด้านการวางแผน						
๑	มีการจัดการบริหารด้านสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม สะดวกต่อการเข้าร่วมของประชาชน ชุมชน และหน่วยงานต่างๆ					
๒	มีการวางแผนร่วมกับวัดและองค์กรธุรกิจในการดูแลและฟื้นฟูป่าชายเลนอย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่อง					
๓	มีการวางแผนรองรับเมื่อเกิดผลกระทบทั้งด้านกำลังคน และสิ่งแวดล้อม					
๔	ทางวัดมีแผนการบริหารและเปิดโอกาสให้บุคคลทั่วไปเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมปลูกป่าชายเลนเป็นอย่างดี					

ข้อที่	รายการ	ระดับการปฏิบัติ				
		๕ มาก ที่สุด	๔ มาก	๓ ปาน กลาง	๒ น้อย	๑ น้อย ที่สุด
๑. ด้านการวางแผน						
๕	มีแผนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นกระบวนการ					
๒. ด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผนให้บรรลุเป้าหมาย						
๑	กิจกรรมขององค์กรธุรกิจ หน่วยงานต่างๆ มีวัตถุประสงค์ในการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างชัดเจน					
๒	เปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในเรื่องสิ่งแวดล้อมต่างๆตั้งแต่เริ่มต้นการดำเนินโครงการ					
๓	องค์กรธุรกิจทั้งหลายมีการวางแผนกลยุทธ์ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านสิ่งแวดล้อม					
๔	สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมมีความเหมาะสม					
๕	มีการประเมินผลการดำเนินการร่วมกันในทุกๆครั้ง					
๓. ด้านการมีส่วนร่วม						
๑	องค์กรของท่านได้มีส่วนร่วมในการวางแผน เพื่อให้มีการจัดสรรงบประมาณในการสนับสนุนกิจกรรมปลูกป่าชายเลน					
๒	กิจกรรมการปลูกป่าชายเลนเอื้ออำนวยต่อการเข้าร่วมกิจกรรมของประชาชนทั่วไปและชุมชน อย่างเหมาะสม					
๓	องค์กรของท่านได้มีส่วนร่วมโดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจให้แก่ผู้ที่มาทำกิจกรรมการปลูกป่าชายเลน					

ข้อที่	รายการ	ระดับการปฏิบัติ				
		๕ มากที่สุด	๔ มาก	๓ ปานกลาง	๒ น้อย	๑ น้อยที่สุด
๓. ด้านการมีส่วนร่วม						
๔	องค์กรและชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และฟื้นฟูป่าชายเลนเป็นอย่างดี					
๕	ท่านได้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นและเสนอแนะในการเข้าร่วมกิจกรรมการปลูกป่าชายเลน					
๔. ด้านการดำเนินการ						
๑	องค์กรธุรกิจ หน่วยงานต่างๆ ที่เข้าร่วมกิจกรรมได้ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นทางการ					
๒	องค์กรธุรกิจ หน่วยงานต่างๆ มีการดำเนินการเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ					
๓	องค์กรธุรกิจ หน่วยงานต่างๆ มีการดำเนินการสร้างจิตอาสาเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อม					
๔	องค์กรธุรกิจ หน่วยงานต่างๆ มีการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจัง					
๕	มีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้เข้าร่วมโครงการพัฒนาป่าชายเลนให้เป็นศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนและสิ่งแวดล้อมอย่างทั่วถึง					

ข้อที่	รายการ	ระดับการปฏิบัติ				
		๕ มาก ที่สุด	๔ มาก	๓ ปาน กลาง	๒ น้อย	๑ น้อย ที่สุด
๕. ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม						
๑	มีการอนุรักษ์พืช-สัตว์ บริเวณป่าชายเลน อย่างถูกต้องและเหมาะสม					
๒	องค์กรธุรกิจได้มีการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ทั้งภายในและภายนอก					
๓	องค์กรธุรกิจ หน่วยงานต่างๆ รวมถึงวัด และชุมชน มีการพัฒนาพื้นที่ป่าชายเลน เป็นอย่างดี					
๔	มีผู้สนใจในการเข้าร่วมโครงการพัฒนาป่า ชายเลนให้เป็นศูนย์ศึกษารธรรมชาติป่าชาย เลนและสิ่งแวดล้อมเป็นจำนวนมาก					
๕	ทางวัดมีการเตรียม ต้นกล้าพันธุ์ไม้ ไว้ให้ผู้ ที่สนใจร่วมปลูกป่าชายเลนอย่างเหมาะสม					

ตอนที่ ๓ ปัญหาและอุปสรรค/ข้อเสนอแนะทั่วไป

ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะทั่วไปของกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบ
ต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ด้านการวางแผน

.....

.....

.....

.....

.....

ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะทั่วไปของกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบ
ต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผนให้บรรลุเป้าหมาย

.....

.....

.....

ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะทั่วไปของกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบ
ต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ด้านการมีส่วนร่วม

ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะทั่วไปของกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบ
ต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ด้านการดำเนินการ

ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะทั่วไปของกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบ
ต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

*** ขอเจริญพร ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ***



ภาคผนวก ฉ
แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย



แบบสัมภาษณ์

เรื่อง กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ กรณีศึกษา : วัด
โศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

คำแนะนำ : แบบสัมภาษณ์ประกอบด้วยประเด็นการสัมภาษณ์จำนวน ๔ ตอน

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ชื่อ นามสกุล.....

สถานที่สัมภาษณ์.....

วันที่.....เดือน.....พุทธศักราช.....

เวลา.....น.

ตอนที่ ๒ กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในเขตพื้นที่วัดโศการาม
เป็นอย่างไร

ด้านการวางแผน

.....

.....

.....

.....

ด้านกลยุทธ์เพื่อวางแผนให้บรรลุเป้าหมาย

.....

.....

.....

.....

ด้านการมีส่วนร่วม

.....

.....

.....

.....

ด้านการดำเนินการ

.....

.....

.....

ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

.....

.....

.....

ตอนที่ ๓ ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในการพัฒนาพื้นที่
วัดโศการาม ตามแนว CSR (Corporate Social Responsibility) เป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ ๔ ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะทั่วไป ในการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมของ
องค์กรธุรกิจ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ประวัติผู้วิจัย



ชื่อ พระชาตรี อุปสโม (สุขสบาย)
เกิด วันอาทิตย์ ที่ ๔ เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๓๓
ภูมิลำเนา บ้านเลขที่ ๘๐ หมู่ ๑๕ บ้านคลองมิตรสัมพันธ์ ตำบลหนองหัว
 อำเภอเขาฉกรรจ์ จังหวัดสระแก้ว ๒๗๐๐๐
บรรพชา วันที่ ๙ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๔๕
อุปสมบท วันที่ ๓ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๕๓
การศึกษา พ.ศ. ๒๕๔๕ ชั้นประถมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนบ้านคลองนางาม
 ตำบลหนองหัว อำเภอเขาฉกรรจ์ จังหวัดสระแก้ว
 พ.ศ. ๒๕๔๘ นักธรรมชั้นเอกสำนักเรียนวัดสิริกาญจนาราม
 อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี
 พ.ศ. ๒๕๕๑ ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนวัดสิริกาญจนาราม
 อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี
 พ.ศ. ๒๕๕๕ จบหลักสูตรศาสนศาสตรบัณฑิต (ศน.บ.)
 คณะสังคมศาสตร์ สาขาวิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา
 มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย
ที่อยู่ปัจจุบัน วัดพระยายัง ถนนเพชรบุรี เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร ๑๐๔๐๐
ติดต่อ ๐๘๖-๑๗๗-๑๘๖๐
E-mail chatree_suksabay_@hotmail.com