

ศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบ หลักการ และแนวคิดของการทำความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อผู้สูงอายุ

กรณีศึกษา : บริษัทเอสซีจี เคมิคอลส์ จำกัด

Study and analyze steps, principles, and concepts of Corporate Social Responsibility,
regarding Aging Society. Case study : SCG Chemicals Co.,LTD.

ธนัชพร ไตรวาริรัตน์* และธนพัฒน์ อินทวิ

บทคัดย่อ

วิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบ หลักการ และแนวคิดของการทำความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อผู้สูงอายุ ในปัจจุบันว่า องค์กรมีการให้ความหมายเกี่ยวกับการทำความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ว่าอย่างไร มีหลักการและรูปแบบกระบวนการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อผู้สูงอายุอย่างไร โดยการวิจัยครั้งนี้มีกรณีศึกษาคือ บริษัท เอสซีจี เคมิคอลส์ จำกัด งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยมีผู้ให้ข้อมูล คือผู้ช่วยผู้จัดการ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ บริษัทเอสซีจี เคมิคอลส์ จำกัด

ผลการศึกษาพบว่า บริษัทเอสซีจี เคมิคอลส์ จำกัด มีการให้ความสำคัญและดำเนินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อผู้สูงอายุอย่างสม่ำเสมอ มุ่งเน้นการเข้าไปมีส่วนร่วม ให้องค์ความรู้และสร้างยั่งยืนให้กับกลุ่มชุมชนในพื้นที่นั้นๆ โดยการวิจัยในครั้งนี้ได้สรุปผลรูปแบบกระบวนการจัดทำโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมออกมาในรูปแบบของโมเดล โดยเริ่มจาก 1. การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย 2. ติดต่อประสานงาน 3. วางแผนเลือกโครงการ 4. ดำเนินโครงการ 5. ประเมินผล

คำสำคัญ :

Abstract

The purposes of this research were study and to analyze step, principles, and concepts of Corporate Social Responsibility, regarding of Aging Society, in order to know the real definition of Corporate Social Responsibility or CSR of the organization and all the procedures to run CSR activities efficiently. This research was a qualitative research and case study is SCG Chemicals Co.,LTD. The essential key informant was Public Relations Assistant Manager of SCG Chemicals Co.,LTD. and integrated information by an in-depth interviewing.

Research resulted as SCG Chemicals Co.,LTD. always recognize the importance of Corporate Social Responsibility or CSR for Aging Society and always do a participation in terms of providing sustainable knowledge for local people. Thus, this research concludes concepts and process of Corporate Social Responsibility, regarding of Aging Society, with a form of model. First steps is set a target group. 2. Contact liaison. 3. Plan a project Selection. 4. Evaluation.

Keywords :

*ผู้นิพนธ์ประสานงาน janntwr1@gmail.com

1. บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

องค์การสหประชาชาติ (United Nations:UN) ได้ให้นิยาม ผู้สูงอายุ (Older person) หมายถึงประชากรทั้งเพศชายและหญิงที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไปและได้แบ่งระดับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ เป็น 3 ระดับ ได้แก่ ระดับแรก คือ ระดับการก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging society) หมายถึง สังคมหรือประเทศที่มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 10 ของประชากรทั้งประเทศหรือมีประชากรอายุตั้งแต่ 65 ปีมากกว่าร้อยละ 7 ของประชากรทั้งประเทศ แสดงว่าประเทศนั้นกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ระดับที่สองคือระดับสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged society) หมายถึงสังคมหรือประเทศที่มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งประเทศหรือมีประชากรอายุตั้งแต่ 65 ปี มากกว่าร้อยละ 14 ของประชากรทั้งประเทศ แสดงว่าประเทศนั้นเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ และระดับสุดท้ายคือ ระดับสังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มที่ (Super-aged society) หมายถึงสังคมหรือประเทศที่มีประชากรอายุ 65 ปีขึ้นไปมากกว่า ร้อยละ 20 ของประชากรทั้งประเทศ แสดงว่าประเทศนั้นเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มที่ (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2557)

การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรของไทยที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วง 3 - 4 ทศวรรษที่ผ่านมาทำให้ประเทศเข้าสู่การเป็นสังคมผู้สูงวัย ระหว่างปี 2543 - 2544 มีประชากรอายุ 60 ปีคิดเป็นสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 10 ของประชากรทั้งหมด นอกจากสัดส่วนผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นแล้ว ยังมีอีกตัวบ่งชี้หนึ่งซึ่งแสดงถึงการก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงวัยแล้ว นั่นคือ “ดัชนีการสูงวัย” (Aging index) ซึ่งแสดงถึงการเปรียบเทียบโครงสร้างการทดแทนกันของประชากรกลุ่มผู้สูงอายุ (อายุ 60 ปี ขึ้นไป) กับกลุ่มประชากรวัยเด็ก (อายุต่ำกว่า 15 ปี) โดยดัชนีการสูงวัยมีค่าต่ำกว่า 100 แสดงว่าจำนวนประชากรสูงอายุน้อยกว่าจำนวนเด็ก แต่ในทางตรงข้ามถ้าดัชนีมีค่ามากกว่า 100 แสดงว่าจำนวนประชากรสูงอายุนั้นมีมากกว่าจำนวนประชากรเด็ก (เอกสารประมวลสถิติด้านสังคม, 1/2558)

ในปัจจุบันประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางอายุเป็นประชากรสูงวัย จากสถิติ พบว่าในช่วง 20-30 ปีที่ผ่านมาทั้งจำนวนและสัดส่วนของประชากรไทยในวัยเด็ก (อายุต่ำกว่า 15 ปี) ลดลง ในขณะที่จำนวนของประชากรในวัยแรงงาน (อายุ 15-29 ปี) ยังคงเพิ่มขึ้น สำหรับประชากรสูงอายุหรือประชากรที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป มีจำนวนและสัดส่วนเพิ่มขึ้น และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในอนาคต กล่าวคือ ประชากรสูงอายุจาก 5 ล้านคนโดยประมาณในปัจจุบันจะเพิ่มเป็น 10 ล้านคนโดยประมาณในอีก 20 ปีข้างหน้า สาเหตุของการเพิ่มจำนวนประชากรสูงอายุอย่างรวดเร็วในประเทศไทย มีสาเหตุมาจากภาวะเจริญพันธุ์ที่เคยสูงในอดีต และภาวะการตายที่ลดลงเป็นลำดับอย่างต่อเนื่องตั้งแต่หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ทำให้ประชากรที่เคยเป็นเด็ก ซึ่งเกิดมาเป็นจำนวนมากในอดีต ทอยอายุเข้าสู่วัยแรงงานและวัยสูงอายุ (สำนักส่งเสริมสุขภาพ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข, 2542)

ประเทศไทยก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุในปี พ.ศ. 2547-2548 โดยมีจำนวนประชากรสูงอายุ 60 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 10.2-10.4 ของประชากรไทยทั้งประเทศ และคาดว่าจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ ประมาณปี พ.ศ. 2567-2568

ในปี 2558 ผู้สูงวัยอายุ 65 ปีขึ้นไปมีจำนวนประมาณร้อยละ 10 หรือมากกว่า 7 ล้านคน และคาดการณ์ว่าจำนวนจะเพิ่มขึ้นถึง 17 ล้านคน ภายในปี 2583 ซึ่งมากกว่า 1 ใน 4 ของประชากรไทยทั้งหมด เมื่อรวมกับประเทศจีนแล้วนั้น ประเทศไทยจะมีสัดส่วนของประชากรผู้สูงอายุมากที่สุดในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาในภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก และคาดว่าจะมีสัดส่วนประชากรผู้สูงอายุมากเป็นลำดับแรกของภูมิภาคภายในปี 2583

การก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของประเทศไทยในปัจจุบันและอัตราการเพิ่มขึ้นของประชากรผู้สูงอายุในอนาคตนั้นส่งผลให้กลุ่มผู้ประกอบการในหลายๆ กิจกรรมหันมาให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้สูงอายุ และให้ความสนใจในการจัดทำโครงการ “ความรับผิดชอบต่อสังคม” หรือ “Corporate Social Responsibility” (CSR) เพื่อผู้สูงอายุมากขึ้น ด้วยเหตุผลและบริบทต่างๆ ที่กล่าวมาทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับ รูปแบบ หลักการ และแนวคิดของการทำความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อผู้สูงอายุ เพื่อให้เข้าใจถึงกรอบความคิด ขั้นตอนกระบวนการต่างๆ ในการทำความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อผู้สูงอายุ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาหลักการและแนวคิดของการทำความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อผู้สูงอายุ

2. เพื่อวิเคราะห์รูปแบบการทำความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อผู้สูงอายุ

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ ผู้ทำการศึกษาวิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา : การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมุ่งศึกษาถึงกระบวนการและรูปแบบของการทำโครงการ CSR เพื่อผู้สูงอายุขององค์การภาคเอกชน กรณีศึกษาคือ บริษัทเอสซีจี เคมิคอลส์ จำกัด

2. ขอบเขตด้านระยะเวลา: การวิจัยครั้งนี้เป็นการดำเนินการระหว่างเดือน มกราคม 2560 – มิถุนายน 2560

3. ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูล: ผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยครั้งนี้ คือบุคลากรในองค์กรที่เกี่ยวข้อง

นิยามศัพท์

ผู้สูงอายุ หรือ ผู้สูงวัย เป็นคำที่บ่งบอกถึงตัวเลขของอายุว่า มีอายุมาก โดยนิยามนับตามอายุตั้งแต่แรกเกิด (Chronological age) หรือ ทั่วไป เรียกว่า คนแก่ หรือ คนชรา โดยพจนานุกรมฉบับ ราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ให้ความหมายของคำว่า คนแก่ คือ มีอายุมาก หรือ อยู่ในวัยชรา และ ให้ความ หมายของคำว่า ชรา คือ แก่ด้วยอายุ ชำรุดทรุดโทรม นอกจากนั้น ยังมีการเรียกผู้สูงอายุว่า ราษฎรอาวุโส (Senior citizen) ส่วนองค์การอนามัยโลก (World Health Organization, WHO) และองค์การสหประชาชาติ (United Nations,UN) ใช้คำในภาษาอังกฤษของผู้สูงอายุว่า Older person or elderly person

ความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ Corporate Social Responsibility (CSR) หมายถึง ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ขององค์กร ซึ่งคือการดำเนินกิจการภายใต้หลักจริยธรรมและการจัดการที่ดี โดยรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

สังคม หมายถึง กลุ่มคนตั้งแต่สองคนขึ้นไป อาศัยอยู่ร่วมกันเป็นระยะเวลายาวนานอย่างต่อเนื่อง ในบริเวณหรือพื้นที่แห่งใดแห่งหนึ่งมีอาณาเขตที่ชัดเจน และมีการปฏิสัมพันธ์ต่อกันอย่างมีระเบียบและแบบแผน ภายใต้วิถีชีวิตและขนบธรรมเนียมที่สอดคล้องกัน ตลอดจนสามารถเลี้ยงตนเองได้ตามสมควรแก่สภาพ (พิชัย ผกกอง, 2547 : 10)

สังคม หรือ สังคมมนุษย์ คือการอยู่ร่วมกันของมนุษย์โดยมีลักษณะความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันหลายรูปแบบ เช่น อาชีพ อายุ เพศ ศาสนา ฐานะ ที่อยู่อาศัย ฯลฯ สำหรับระบบสังคมที่รวมถึงสิ่งมีชีวิตประเภทอื่นนอกเหนือจากมนุษย์อาจใช้คำว่าระบบนิเวศ ซึ่งมีความหมายเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของสิ่งมีชีวิตต่างๆ กับสภาพแวดล้อม สังคมของมนุษย์เกิดจากกลุ่มบุคคลที่มีความสนใจร่วมกันไม่ว่าจะในด้านใด เช่น ประเทศ จังหวัด และอื่นๆ และมักจะมีวัฒนธรรมหรือประเพณีรวมถึงภาษา การละเล่นและอาหารการกินของตนเองในแต่ละสังคม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงรูปแบบการทำ CSR เพื่อผู้สูงอายุขององค์กรอย่างเป็นขั้นตอน
2. ทำให้ทราบถึงประโยชน์ต่างๆ ที่ผู้สูงอายุจะได้รับจากโครงการ CSR

2. ทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษาเรื่อง ศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบ หลักการ และแนวคิดของการทำความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อผู้สูงอายุ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิจัย ดังนี้

1. นิยามและความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม
2. แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม
3. ระดับของความรับผิดชอบต่อสังคม
4. ประเภทของความรับผิดชอบต่อสังคม
5. งานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้อง

1. นิยาม และความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSR

CSR เป็นคำย่อจากภาษาอังกฤษว่า Corporate Social Responsibility (CSR) หรือ เรียกอีกชื่อว่าบรรษัทภิบาล หมายถึง กิจกรรมทั้งภายในและภายนอกองค์กรที่ดำเนินขึ้นโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมในองค์กรและในสังคมระดับใกล้และสังคมระดับไกล โดยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ทั้งจากภายในและนอกองค์กร ที่จะส่งผลให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข

สังคมในความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ จะพิจารณาตั้งแต่ผู้มีส่วนได้เสียในและนอกองค์กร ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนอกองค์กรสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ระดับ ได้แก่ สังคมใกล้ และสังคมไกล

สังคมใกล้ คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับใกล้ชิดกับองค์กรโดยตรง ได้แก่ คู่ค้า ลูกค้าพนักงาน ครอบครัวของพนักงาน ชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่ รวมถึงสิ่งแวดล้อมรอบข้าง

สังคมไกล คือ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรโดยอ้อม ได้แก่ คู่แข่งขันทางธุรกิจ ประชาชนทั่วไป ระบบนิเวศโดยรวม เป็นต้น

โดยสรุปได้ว่า CSR หมายถึงการทำกิจกรรมใดๆ ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อทั้งสังคมใกล้และไกล เพื่ออยู่ร่วมกันได้อย่างปกติสุข (สถาบันไทยพัฒนา,2555)

นิยามของความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSRNิยามของคำว่า CSR มีอธิบายไว้จากหลายแหล่งที่มา ยกตัวอย่างเช่น

CSR หมายถึง “ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจนั้น หมายถึง การดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการใส่ใจและดูแลรักษา สังคมสิ่งแวดล้อมภายใต้หลักจริยธรรม การกำกับดูแลที่ดี และการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาบูรณาการ เพื่อนำไปสู่ความประสพผลสำเร็จอย่างยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้การปฏิบัติตามนิยาม CSR ยังสามารถยกระดับตนเองไปสู่ความยั่งยืน ได้เป็นผลสำเร็จโดยไม่ผิดศีลธรรม ไม่เบียดเบียนทุกฝ่ายย่อมเป็นการสร้างสรรค์ความสุขที่แท้จริงให้กับตนเอง ธุรกิจ รวมทั้งสังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม”(Kotler and Lee,2005อ้างอิงถึงความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมกับภาพลักษณ์ขององค์กรเครือข่ายซีเมนต์ไทยในมุมมองผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร)

World Business Council on Sustainable Development ได้ให้คำนิยามไว้ว่า “ CSRหมายถึงการดำเนินธุรกิจภายใต้หลักจริยธรรมและการกำกับที่ดี ควบคู่ไปกับการใส่ใจดูแลรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อนำพาธุรกิจไปสู่ความยั่งยืน”

ISO 26000 ได้ให้คำนิยามไว้ว่า การทำความรับผิดชอบต่อสังคม คือการดำเนินกิจกรรมทั้งภายในและนอกองค์กรโดยคำนึงถึงผลที่จะเกิดขึ้นต่อสังคม ทั้งในระดับใกล้ และระดับไกล โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรหรือทรัพยากรจากภายนอกองค์กร ในอันที่จะทำให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข

สถาบันไทยพัฒนา ภายใต้มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ ได้ตีความไว้ว่า “CSR เป็นกิจกรรมที่รวมทั้งการคิด การพูด และการกระทำซึ่งครอบคลุมตั้งแต่การวางแผน การตัดสินใจ การสื่อสารประชาสัมพันธ์ การบริหารจัดการและการดำเนินงานขององค์กรที่ดำเนินการในพื้นที่ของสังคม โดยที่สังคมใกล้ ซึ่งหมายถึง ลูกค้า คู่ค้า ครอบครัวพนักงาน ชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่ ซึ่งรวมถึงสิ่งแวดล้อมหรือระบบนิเวศน์ และสังคมไกล ซึ่งหมายถึง ผู้เกี่ยวข้องกับองค์กรโดยอ้อม ได้แก่ คู่แข่งขันทางธุรกิจ ประชาชนทั่วไป เป็นต้น ในนิยามข้างต้น ยังได้อธิบายถึงความเกี่ยวข้องกับผู้คนในมิติต่างๆ ประกอบด้วย ลูกค้า คู่ค้า ชุมชนและสภาพแวดล้อม ประชาสังคม และคู่แข่งขันธุรกิจ” (ความหมายของ CSR คืออะไร, เข้าถึงวันที่ 14 พฤษภาคม พ.ศ. 2560)

โดยสรุปได้ว่า CSR หรือความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ หมายถึง การดำเนินธุรกิจภายใต้หลักจริยธรรมและการกำกับดูแลกิจการที่ดีพร้อมกับการใส่ใจรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน กล่าวได้ว่าเป็นการดำเนินกิจกรรมภายในและภายนอกองค์กรที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม ทั้งในระดับใกล้และไกล โดยไม่ไปเบียดเบียนฝ่ายใด องค์กรที่มี CSR ย่อมไม่เอาเปรียบลูกจ้าง ลูกค้า และคู่ค้า ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมหรือทำร้ายชุมชนโดยรอบ ทั้งหมดก็เพื่อประโยชน์สุขแก่องค์กรและสังคม อันนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

2. แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR)

สภาธุรกิจโลกเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน (CSR: Meeting Changing Expectations, 1999) พูดถึงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรว่าเป็นความมุ่งมั่นหรือความมั่นใจที่องค์กรจะประพฤติปฏิบัติการทำงานอย่างมีจริยธรรมจรรยา ใสใจและให้การ

ปรับปรุงคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของแรงงานลูกจ้างรวมถึงสมาชิกในครอบครัวของแรงงานลูกจ้างด้วย และมีส่วนร่วมพัฒนาเศรษฐกิจ พัฒนาชุมชนท้องถิ่นและสังคมในวงกว้าง

คณะกรรมการยุโรป (European Commission Green Paper) ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจคือ การที่บริษัทมีแนวคิดจะดำเนินการเพื่อบูรณาการ งานทั้งด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมเข้าไปในกิจการของประเทศ และการปฏิสัมพันธ์ของผู้เกี่ยวข้อง (Stakeholder) โดยสมัครใจ

องค์การระหว่างประเทศ ว่าด้วยการมาตรฐาน (ISO) กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (CSR) คือ การที่องค์กรมีการเคลื่อนไหวกับประเด็น ด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม มุ่งเน้นที่การให้ประโยชน์กับ คน ชุมชน และสังคมเป็นหลักและในด้านการเข้ามามีส่วนร่วมขององค์กรธุรกิจในด้านสังคมและความคาดหวังของสังคมที่มีต่อองค์กรธุรกิจ โดยองค์กรจะต้องทำด้วยความสมัครใจ และผู้บริหารจะต้องมีบทบาทเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่าง ๆ นำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

ไพบูลย์ วัฒนศิริธรรม (2549, หน้า 3) กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (CSR)อาจสรุปได้ดังนี้คือ

1. ไม่สร้างผลเสียต่อสังคมทั้งทางตรงและทางอ้อม
2. สร้างคุณประโยชน์ต่อสังคมทั้งทางตรงและทางอ้อม
3. พัฒนางค์กรให้ดำเนินกิจการอย่างมีคุณธรรม คุณภาพ และประสิทธิภาพ อย่างดีที่สุด

สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (2551, หน้า 5) กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (Corporate Social Responsibility) คือ การดำเนินธุรกิจพร้อมกับการให้ความสำคัญและดูแลรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อมภายใต้หลักจริยธรรม การกำกับดูแลกิจการที่ดี และนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาบูรณาการในการดำเนินงาน เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืน

สรุปได้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมธุรกิจ คือ การดำเนินธุรกิจ โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของทุกด้านในสังคมไม่ว่าจะเป็นคน ชุมชนและสิ่งแวดล้อม กล่าวคือทั้งสังคมใกล้และสังคมไกล ภายใต้หลักจริยธรรมและการบริหารที่ดีในการดำเนินกิจการ เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจ

3. ระดับของความรับผิดชอบต่อสังคม

ระดับที่1 คือ Mandatory Level: ปฏิบัติตามข้อกำหนดตามกฎหมาย หมายถึง การที่องค์กรมีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามงาน ให้เป็นไปตามข้อกำหนดและกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง ยกตัวอย่างเช่น กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค, กฎหมายแรงงาน, การจ่ายภาษี เป็นต้น

ระดับที่2 คือ Elementary Level: ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ หมายถึง การที่องค์กรธุรกิจคำนึงถึงความสามารถในการอยู่รอดขององค์กรและให้ผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้น ซึ่งถ้าไรที่ได้นั้นต้องมีค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการเบียดเบียนสังคม

ระดับที่3 คือ Preemptive Level: จรรยาบรรณทางธุรกิจ หมายถึง การที่ธุรกิจสามารถสร้างผลกำไรแก่ผู้ถือหุ้นได้ในอัตราที่เหมาะสมหรืออยู่ตัวและผู้ประกอบธุรกิจได้ใส่ใจให้ความสำคัญในด้านการให้ประโยชน์ตอบแทนแก่สังคมมากขึ้น โดยเฉพาะสังคมใกล้ที่อยู่รอบข้างที่คาดหวังว่าจะได้รับการดูแล หรือเอาใจใส่จากผู้ประกอบธุรกิจ

ระดับที่4 คือ Voluntary Level: ทำด้วยความสมัครใจ หมายถึง การดำเนินธุรกิจพร้อมไปกับการปฏิบัติตามแนวทางของการทำCSR ด้วยความสมัครใจไม่ได้ถูกบังคับหรือถูกเรียกร้องจากสังคม การประกอบธุรกิจจะอยู่บนพื้นฐานของการมุ่งประโยชน์ของสังคมเป็นสำคัญ(CSR คือ?, เข้าถึงเมื่อวันที่ 14 พฤษภาคม พ.ศ.2560)

ทั้งนี้ ธุรกิจต้องดำเนินการตามเกณฑ์ในระดับ 1 เป็นอย่างน้อย ส่วนการดำเนินการในระดับต่อไปให้ขึ้นกับความพร้อมของแต่ละองค์กร โดยหลักสำคัญของการปฏิบัติตามแนวทางCSR ควรอยู่บนหลักพอประมาณที่ธุรกิจต้องไม่เบียดเบียนตนเอง และขณะเดียวกันก็ต้องไม่เบียดเบียนสังคม

4. ประเภทของความรับผิดชอบต่อสังคม

เมื่อจำแนกโดยกระบวนการทางธุรกิจ (process) โดยพิจารณาด้วยเกณฑ์เรื่องกระบวนการในองค์การ สามารถจำแนกกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมได้เป็น 3 จำพวก ดังนี้

4.1 In process หมายถึง กิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่อยู่ในกระบวนการทำงานหลักของกิจการซึ่งหมายถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและสิ่งแวดล้อมขององค์กร เช่น การดูแลสวัสดิการพนักงาน การผลิตที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และความรับผิดชอบต่อลูกค้า

4.2 After process หมายถึง กิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมที่ไม่เกี่ยวกับการดำเนินงานขององค์กรโดยตรง เช่น การปลูกป่า การบริจาคทุนการศึกษา การรณรงค์สร้างจิตสำนึก และการช่วยเหลือผู้ประสบภัย

4.3 As Process หมายถึง องค์กรที่จัดตั้งขึ้นเพื่อช่วยเหลือสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยไม่มุ่งหวังผลกำไร กล่าวอีกนัยคือ เป็นหน่วยงานที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อยังประโยชน์ให้แก่สังคมในทุกกระบวนการของกิจการ เช่น มูลนิธิ หรือ สมาคมการกุศลต่างๆ

โดยสรุปได้ว่า ประเภทของการทำความรับผิดชอบต่อสังคมแบ่งได้เป็น 3 ประเภทคือ in process after process และ as process โดยแต่ละประเภทจะมีความเข้มข้นของวัตถุประสงค์ในการทำความรับผิดชอบต่อสังคมที่ต่างกัน (CSR คือ?, เข้าถึงเมื่อวันที่ 14 พฤษภาคม พ.ศ.2560)

5. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โชตรัตน์ ศรีสุข (2554). ได้ทำการศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสาร และการรับรู้รูปแบบโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)” การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบ กลยุทธ์การสื่อสาร และการรับรู้รูปแบบโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ของบริษัทไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)

ผลการวิจัยพบว่า (1)การให้ความหมาย : บริษัทได้กำหนดความรับผิดชอบต่อสังคมไว้เป็นลายลักษณ์อักษร โดยให้ความสำคัญกับการสร้างสรรค์สิ่งที่ดีให้กับสังคมและสิ่งแวดล้อม ปลูกฝังพนักงานและประชาชนทั่วไปให้ใส่ใจและรักษาสิ่งแวดล้อม (2) รูปแบบโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม : บริษัทจะมุ่งเน้นรูปแบบของการให้บริจาคเป็นส่วนมาก (CSR-after process) (3) กลยุทธ์การสื่อสาร : แบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ การสื่อสารภายในจากบนสู่ล่าง คือการถ่ายทอดจากผู้บริหารระดับสูงลงมา และการสื่อสารภายนอกผ่านเครื่องมือทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) (4) การรับรู้รูปแบบโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม : ผู้บริโภคเห็นว่าการทำโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับบริษัท ซึ่งผู้บริโภครับรู้ถึงการดำเนินงานในแต่ละโครงการผ่านทางสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์

สุเมธ กาญจนพันธ์ (2551) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การบริหารจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ พบว่า ปัจจุบันองค์กรธุรกิจในประเทศไทยมีการบริหารจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในลักษณะเชิงกลยุทธ์มากขึ้น โดยใช้การวิเคราะห์ปัจจัยทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กรประกอบการวางแผนการดำเนินงานเพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพสูงที่สุด นอกจากนี้ องค์กรธุรกิจยังมีแนวคิดว่าการทำความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นเป็นวิธีการขับเคลื่อนให้องค์กรมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน แต่ในบางองค์กรยังไม่ได้มีการดำเนินงานในด้านที่ครอบคลุมทั้ง 3 มิติ ได้แก่ มิติด้านเศรษฐกิจ มิติด้านสังคม และมิติด้านสิ่งแวดล้อม โดยจะมุ่งเน้นไปที่ มิติด้านเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม สำหรับแนวโน้มในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น ในอนาคตองค์กรธุรกิจจะให้ความสำคัญในการดำเนินงานมากยิ่งขึ้น มีการจัดตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบการดำเนินงานด้านนี้โดยเฉพาะ มุ่งเน้นการเข้ามามีส่วนร่วมของพนักงาน คู่ค้า มากขึ้น และมีการจัดทำรายงานแสดงผลการดำเนินงานในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร โดยเฉพาะ

3.วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบ หลักการ และแนวคิดของการทำความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อผู้สูงอายุ” เป็น การศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาวิเคราะห์รูปแบบ หลักการและแนวคิดต่อผู้สูงอายุในปัจจุบัน โดยศึกษารวบรวมข้อมูลจากเอกสาร และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) โดยมีขั้นตอนการศึกษาดังนี้

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นแหล่งข้อมูลประเภทบุคคล โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยตรงจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องหรือผู้มีความรับผิดชอบโดยตรงด้านการจัดทำโครงการกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทเอสซีจี เคมิคอลส์ จำกัด โดยการจดบันทึกและการบันทึกเสียง

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลประเภทสื่อและเอกสารต่างๆ โดยการรวบรวมจากการค้นคว้าหนังสือ บทความ วารสาร และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบ หลักการและแนวคิดของการทำความเข้าใจความรับผิดชอบต่อสังคม รวมทั้งวิทยานิพนธ์ งานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เพื่อนำมาศึกษาและวิเคราะห์เป็นแนวคิดพื้นฐานในการดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยผู้วิจัยได้สร้างแนวคำถามในการวิจัยขึ้น เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยที่สอดคล้องและครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. ตัวผู้วิจัย เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการศึกษา รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ และวิธีการต่างๆ เช่น การจดบันทึก และการบันทึกเสียง

2. เครื่องบันทึกเสียง ใช้สำหรับบันทึกเสียงระหว่างการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล เพื่อให้ได้เนื้อหาที่ละเอียดครบถ้วน สะดวกแก่การนำมาถอดคำกล่าวของผู้ให้สัมภาษณ์ เพื่อนำมาใช้ประกอบการวิเคราะห์แปลผลและทำการสรุปผล

3. การจดบันทึก เพื่อบันทึกประเด็นต่างๆในการสัมภาษณ์ เน้นประเด็นหัวข้อที่สำคัญและน่าสนใจนำมาประกอบข้อมูลที่ได้จากเครื่องบันทึกเสียง

4. แนวคำถามการวิจัยที่ใช้สัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In – Depth Interview) โดยมีการออกแบบโครงสร้างของคำถามที่สามารถนำไปใช้สัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง หรือการสัมภาษณ์แบบชี้นำ (Guided Interview) กล่าวคือ เป็นการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างหรือเป็นการสัมภาษณ์ปลายเปิด ซึ่งเป็นกระบวนการวิจัยที่มีความยืดหยุ่นและเปิดกว้าง อันทำให้มาได้ซึ่งข้อมูลที่มีความหลากหลายในมิติต่างๆ และข้อเท็จจริงของรูปแบบ หลักการและแนวคิดของการทำความเข้าใจความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนั้นๆ

การเลือกผู้ให้ข้อมูล

โดยเลือกผู้ให้ข้อมูลที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมในบริษัทขนาดใหญ่ที่ประสบผลสำเร็จทำ ความรับผิดชอบต่อสังคม ได้รับการยอมรับทั้งจากในประเทศและต่างประเทศ โดยผู้ให้ข้อมูลการวิจัยในครั้งนี้คือ นาย ธนัท นันทนาการณ์ ตำแหน่งผู้ช่วยผู้จัดการ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ บริษัทเอสซีจี เคมิคอลส์ จำกัด

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

การวิจัยเชิงคุณภาพมีความยืดหยุ่นค่อนข้างสูง ดังนั้นผู้วิจัยจึงจำเป็นต้องใช้วิธีการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลหลังจากที่เก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้วก่อนนำไปวิเคราะห์และสรุปผลการวิจัย ซึ่งการตรวจสอบข้อมูลที่ใช้กันมากในการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า โดยการตรวจสอบข้อมูลสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล เป็นขั้นตอนการตรวจสอบข้อมูลในการเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่แตกต่างกันไม่ว่าจะเป็นการสัมภาษณ์ การใช้เอกสารประกอบ และการศึกษาบทสัมภาษณ์ในอดีต เพื่อพิจารณาว่าเมื่อวิธีเก็บรวบรวมข้อมูลต่างกันแล้ว ข้อมูลที่ได้จะมีความสอดคล้องเป็นไปในแนวทางเดียวกัน

การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล

จากการศึกษาเรื่อง “ศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบ หลักการ และแนวคิดของการทำความเข้าใจความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อผู้สูงอายุ” ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลที่เป็นเอกสาร และข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ในแต่ละประเด็น แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้ออกมาทำการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) และวิเคราะห์รูปแบบกระบวนการทำความเข้าใจความรับผิดชอบต่อสังคมให้ออกมาเป็นต้นแบบ (Model) โดยนำข้อมูลที่วิเคราะห์ทั้งหมดมาเขียนเป็นรายงานสรุปผลการวิจัยต่อไป

4. ผลการศึกษาวิจัยข้อมูล

การศึกษาเรื่อง “ศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบ หลักการ และแนวคิดของการทำความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อผู้สูงอายุ : กรณีศึกษา บริษัทเอสซีจี เซมิคอนสตรัค จำกัด” ในครั้งนี้ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมศึกษาข้อมูลโดยใช้วิธีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ โดยศึกษา ค้นคว้าจาก เอกสาร บทความ สื่อวิดีโอ เว็บไซต์ของบริษัทเอสซีจี เซมิคอนสตรัค จำกัด ประกอบกับการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทำความรับผิดชอบต่อสังคมในบริษัท โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาหลักการและแนวคิดของการทำความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อผู้สูงอายุ
2. เพื่อวิเคราะห์รูปแบบการทำความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อผู้สูงอายุ

ข้อมูลทั่วไปของบริษัทเอสซีจี เซมิคอนสตรัค จำกัด

บริษัทเอสซีจี เซมิคอนสตรัค จำกัด เป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจทางด้านเคมีภัณฑ์ ในเครือของบริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) หรือ Siam Cement Group (SCG) ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาได้มีการพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่องจนได้รับการยอมรับเป็นองค์กรต้นแบบ ชี้นำในภูมิภาคอาเซียน

1. หลักการและแนวคิดของการทำความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อผู้สูงอายุ อุดมการณ์ของบริษัทปูนซีเมนต์ไทย จำกัด(มหาชน)
 - 1.1 ตั้งมั่นในความเป็นธรรม หมายถึงผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับบริษัททุกคนจะต้องได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรม ขณะประกอบธุรกิจหรือทำงานร่วมกับเครือบริษัทปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)
 - 1.2 มุ่งมั่นในความเป็นเลิศ หมายถึงบริษัทมุ่งมั่นในการพัฒนาการประกอบธุรกิจอย่างเต็มที่ และต่อเนื่อง
 - 1.3 เชื่อมมั่นในคุณค่าของคน หมายถึงบริษัทให้ความสำคัญต่อพนักงานในองค์กร ดูแลในด้านสวัสดิการของพนักงานและส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพบุคคลในองค์กรอย่างสม่ำเสมอ
 - 1.4 ถ้อยมั่นในความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึงดำเนินธุรกิจโดยมีความตั้งมั่นที่จะรับผิดชอบต่อประเทศชาติและสังคมเป็นสำคัญ โดยทำประโยชน์ให้กับสังคมและทุกชุมชนที่บริษัทดำเนินธุรกิจอยู่

จากการสัมภาษณ์โดยมุ่งเน้นในอุดมการณ์หัวข้อ ถ้อยมั่นในความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่า บริษัทเอสซีจี เซมิคอนสตรัค จำกัด ให้ความสำคัญกับชุมชนและสังคมบริเวณโดยรอบที่บริษัทดำเนินธุรกิจอยู่ โดยบริษัทเอสซีจี เซมิคอนสตรัค จำกัดมีตำแหน่งที่ตั้งอยู่ที่เขตเทศบาลเมืองมาบตาพุด จังหวัดระยอง มีชุมชนละแวกใกล้เคียงทั้งสิ้น 58 กลุ่มในเขตเทศบาลเมืองมาบตาพุดที่บริษัทเอสซีจีเซมิคอนสตรัค จำกัดได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการทำความรับผิดชอบต่อสังคม โดยที่องค์กรจะเน้นการเข้าไปมีส่วนร่วม การให้องค์ความรู้มากกว่าการให้เงินสนับสนุนแต่ในช่วงเริ่มแรกนั้นการทำความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทเป็นเพียงแค่บริจาค (Donation) ในลำดับต่อมาองค์กรได้หันมาเน้นในเรื่องการเข้าไปมีส่วนร่วมในการให้องค์ความรู้กับชุมชนมากขึ้น และในลำดับต่อมาองค์กรจะทำความรับผิดชอบต่อสังคม โดยคำนึงถึง Create Shared Value (CSV) มากขึ้นกล่าวคือ นอกจากองค์กรจะยื่นมือเข้าไปให้ความช่วยเหลือชุมชนเพื่อให้ชุมชนคิดเองได้อยู่ได้ในส่วนขององค์กรจะต้องได้มูลค่าเพิ่มจากการทำความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นๆ ตัวอย่างเช่น องค์กรนำของเสียภายในสิ่งแวดล้อมที่ไม่มีอันตรายไปให้ชาวบ้านสร้างมูลค่าเพิ่ม องค์กรก็ได้ประโยชน์โดยการไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการกำจัดของเสีย ซึ่งถือเป็นการลดค่าใช้จ่ายภายในองค์กรและเพิ่มรายได้ให้กับคนในชุมชน

จากบทความข้างต้นสามารถทำให้เห็นเป็นลำดับการทำความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทเอสซีจี เซมิคอนสตรัค จำกัด ได้ดังนี้



2. รูปแบบการทำความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อผู้สูงอายุ

จากการศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบการทำความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทเอสซีจี เซมิคอนสตรัค จำกัด พบว่า บริษัทมีรูปแบบการทำความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อผู้สูงอายุ ดังนี้



จากรูปอธิบายได้ดังนี้

ขั้นตอนแรกของการดำเนินงานเริ่มต้นจากการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย จากการสัมภาษณ์พบว่า การทำความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทเอสซีจี เคมิคอลส์ จำกัด บริษัทจะเน้นไปที่กลุ่มของ เยาวชน ประชาชนทั่วไป และผู้สูงอายุ ในบริเวณโดยรอบที่ตั้งของบริษัท โดยจะเห็นได้จากการที่บริษัทเอสซีจีเคมิคอลส์จำกัด ได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการทำความรับผิดชอบต่อสังคมกับ 58 ชุมชนโดยรอบเทศบาลเมืองมาบตาพุด จังหวัดระยอง อย่างสม่ำเสมอ

ขั้นตอนต่อไปเป็นขั้นตอนของการติดต่อประสานงาน เนื่องจากบริษัทมีการทำความรับผิดชอบต่อสังคมกับกลุ่มประชากรที่เป็นผู้สูงอายุและเยาวชนอยู่แล้ว ในการจัดทำโครงการบริษัทจึงต้องติดต่อประสานงานกับหน่วยงานทางภาครัฐ และผู้นำชุมชนว่าทางภาครัฐมีโครงการประจำปีอะไรและชุมชนมีกิจกรรมอะไร เพราะการทำความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทเอสซีจี เคมิคอลส์ จำกัด ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของ 3 ภาคส่วน ก็คือ เอสซีจีภาครัฐ และชุมชน เมื่อขาดด้านใดด้านหนึ่งไปบริษัทจะไม่หยิบยกนำโครงการนั้นๆขึ้นมาดำเนินการ

หลังจากติดต่อประสานงานเรียบร้อยแล้วต่อไปจึงเป็นขั้นตอนของการวางแผนการดำเนินงาน เมื่อโครงการนั้นๆเข้าเงื่อนไขในการทำร่วมกันทั้ง 3 ฝ่ายแล้วถึงจะมีการหยิบยกนำโครงการนั้นๆออกมาประชุมกันถึงรายละเอียดเบื้องต้นว่า หน่วยงานทางภาครัฐจะมีวิธีการดำเนินการอย่างไร ชุมชนจะทำอะไร และบริษัทจะเข้าไปช่วยสนับสนุนได้ตรงจุดไหน

ขั้นตอนต่อไป เป็นส่วนของการดำเนินโครงการ ในการดำเนินโครงการบริษัทเอสซีจี เคมิคอลส์ จำกัด จะเข้าไปให้ความร่วมมือสนับสนุนโดยให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมขององค์กร ตัวอย่างเช่น ในชุมชนมีกลุ่มชมรมผู้สูงอายุที่มีกิจกรรมในการออกกำลังกาย หน่วยงานทางภาครัฐมีโครงการส่งเสริมสุขภาพ โดยทางเทศบาลเมืองมีผู้นำในการออกกำลังกายให้แก่ผู้สูงอายุ ทางบริษัทก็จะมีส่วนร่วมในการให้องค์ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพหรือการสนับสนุนเรื่องอาหารเครื่องดื่ม กล่าวคือบริษัทเอสซีจี เคมิคอลส์ จำกัด จะเน้นไปในเรื่องของมีส่วนร่วมมากกว่าการให้เงินในการสนับสนุน หรือหากภาคส่วนอื่นมีการเรียกร้องการสนับสนุนในด้านงบประมาณทางบริษัทก็จะพิจารณาตามสมควร

ขั้นตอนสุดท้ายคือการประเมินผล ทางบริษัทเอสซีจี เคมิคอลส์ จำกัดจะมีการประเมินผลประจำปี โดยคำนึงถึง การรับรู้ (Awareness) และความพึงพอใจ (Satisfaction) ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแต่ละโครงการ และมีการประเมินผลโดยให้องค์กรภายนอก (Third Party) เข้ามามีส่วนร่วมในการประเมินให้เห็นเกี่ยวกับโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมหรือการดำเนินกิจกรรมต่างๆที่อยู่ในพื้นที่ โดยมีหลักในการประเมินอยู่ทั้งหมด 5 หัวข้อคือเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อมความปลอดภัยชุมชนสัมพันธ์และบรรษัทภิบาลการสื่อสาร โดยที่ผ่านมามีผลการประเมินของบริษัทอยู่ในระดับสูงมาโดยตลอด

ทั้งนี้เมื่อกระบวนการการทำโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งหมดเสร็จสิ้นลงถ้าโครงการนั้นๆ ประสบผลสำเร็จทางบริษัทถือว่าโครงการนั้นเป็นโครงการนำร่องเพื่อให้หน่วยงานอื่นที่สนใจนำเอาโครงการนี้ไปเป็นต้นแบบทำความรับผิดชอบต่อสังคมในพื้นที่อื่น หรือหากมีการดำเนินโครงการเดิมในครั้งต่อไปโดยส่วนมากทางบริษัทจะให้ทางส่วนภาครัฐเป็นผู้ดูแลการดำเนินการต่อสำหรับกลุ่มเป้าหมายเดิม

การทำโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อผู้สูงอายุจะแตกต่างจากการจัดทำโครงการเพื่อเยาวชนในเรื่องของตัวโครงการ อย่างเช่น โครงการฝึกทักษะฟุตบอลให้กับกลุ่มเยาวชนซึ่งบริษัทจะจำกัดอายุตั้งแต่ 5-15 ปี ดังนั้นกลุ่มผู้เข้าร่วมจะมีการเปลี่ยนแปลง

อยู่เสมอจึงทำให้ทางบริษัทสามารถนำโครงการเดิมขึ้นมาดำเนินการซ้ำได้ในทุกๆปี แต่การทำกิจกรรมต่างๆกับผู้สูงอายุ กลุ่มผู้เข้าร่วมมักจะเป็นกลุ่มเดิมเพราะฉะนั้นเมื่อกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มเดิมสิ่งที่ต้องเปลี่ยนแปลงคือตัวโครงการ เช่น โครงการส่งเสริมอาชีพผู้สูงอายุ โครงการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชน เป็นต้น

6.อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

อภิปรายผล

จากการสรุปการวิจัยในบทที่ 4 สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

จากการศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบ หลักการ และแนวคิด ของการทำความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อผู้สูงอายุของบริษัทเอสซีจี เคมิคอลส์ จำกัด พบว่า บริษัทให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นอย่างมากมีแนวคิดในการดำเนินธุรกิจโดยมีความมุ่งมั่นที่



จะรับผิดชอบต่อประเทศชาติและสังคมเป็นสิ่งสำคัญ โดยทำประโยชน์ให้กับสังคมและทุกชุมชนที่บริษัทดำเนินธุรกิจอยู่ มีรูปแบบการทำความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อผู้สูงอายุที่ให้ความสำคัญกับความร่วมมือของ 3 ภาคส่วนคือ บริษัทเอสซีจี เคมิคอลส์ จำกัด ภาครัฐ และชุมชน โดยระดับของการทำความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทเอสซีจี เคมิคอลส์ จำกัดเป็นระดับ Voluntary Level กล่าวคือคือบริษัทเข้าไปดำเนินโครงการด้วยความสมัครใจไม่ได้ถูกเรียกร้องจากสังคม มีกระบวนการดำเนินงานในประเภท After process คือเป็นการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมที่ไม่เกี่ยวกับการดำเนินงานขององค์กรโดยตรงโดยกิจกรรมที่จัดขึ้นองค์กรมุ่งเน้นการเข้าไปมีส่วนร่วมไม่ว่าจะเป็นด้านแรงงาน ด้านสวัสดิการ หรือการเข้าไปห้องค์ความรู้ และกิจกรรมที่จัดนั้นจะเป็นส่วนช่วยสร้างความยั่งยืนให้กับองค์กรและพื้นที่นั้นๆ อีกด้วยโดยผลของงานวิจัยนั้นทำให้ได้ข้อสรุปเป็นรูปแบบโมเดลเพื่อใช้เป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนี้

7.ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่า บริษัทเอสซีจี เคมิคอลส์ จำกัด เป็นบริษัทที่ประสบผลสำเร็จเป็นอย่างมากในด้านของการทำโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีการให้ความสำคัญในทุกๆ ด้านกับความเป็นอยู่ของชุมชนบริเวณโดยรอบที่ตั้งขององค์กรเป็นอย่างมากไม่ว่าจะเป็น สภาพแวดล้อม สุขภาพของประชาชนในชุมชน การสร้างอาชีพ โดยในทุกๆ โครงการที่บริษัทดำเนินงานขึ้นล้วนส่งผลต่อความยั่งยืนในระยะยาวทั้งต่อชุมชน สิ่งแวดล้อม และองค์กร ดังนั้นหน่วยงานอื่นไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานภาคเอกชนสามารถนำรูปแบบ หลักการ และแนวคิดของการทำความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทเอสซีจี เคมิคอลส์ จำกัดมาเป็นต้นแบบในการจัดทำโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อเพิ่มความยั่งยืนให้กับองค์กรและชุมชนโดยรอบได้มากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาต่อ

1. ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาในขั้นตอนการประเมินผลของโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อผู้สูงอายุแบบเจาะลึกมากขึ้นโดยศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโครงการเป็นวิจัยเชิงปริมาณ

2. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาไปถึงรูปแบบ หลักการและแนวคิดของการทำโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อผู้สูงอายุ ในขั้นของ Create Share Value ว่าองค์กรจะสร้างมูลค่าเพิ่มจากโครงการเหล่านี้ได้ในแนวทางใดบ้างและมีกระบวนการดำเนินการอย่างไร

3. ในการวิจัยครั้งนี้เป็นเพียงการศึกษาเกี่ยวกับการทำโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อผู้สูงอายุเพียงอย่างเดียว ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบหลักการและแนวคิดในการทำโครงการกับกลุ่มเป้าหมายอื่น เช่น เยาวชน สิ่งแวดล้อม เป็นต้น เพื่อให้มีความครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

8.เอกสารอ้างอิง

- [1] กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2557). ประชากรผู้สูงอายุไทย : ปัจจุบันและอนาคต. [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 6 พฤษภาคม 2560. เข้าถึงได้จาก https://www.m-society.go.th/article_attach/13225/17347.pdf
- [2] โชติรัตน์ ศรีสุข. (2554). “กลยุทธ์การสื่อสาร และการรับรู้รูปแบบ โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ไทยเบฟ เวอ เรจ จำกัด (มหาชน)”วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย ศิลปากร
- [3] พัทธศรีภูภาค ศรีสวัสดิ์. (2554). “ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) กับภาพลักษณ์ขององค์กรเครือซีเมนต์ไทย (SCG) ในมุมมองผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร”วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด คณะ บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- [4] ไพบูลย์ วัฒนศิริธรรม. (2549). ความรับผิดชอบต่อสังคมและการบริจาคช่วยสังคมโดยบริษัทธุรกิจ. [ออนไลน์]. [14 พฤษภาคม 2560]. เข้าถึงได้จาก <https://www.gotoknow.org/posts/20194>
- [5] พิลิปคอตเลอร์และแนนซี ลี. (2551). บรรษัทภิบาล(ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร)ทำการกุศลเพื่อภาพลักษณ์ของ องค์กรและตอบสนองประเด็นสังคม. แปลโดย ม.ร.ว.รมณีฉัตร แก้วกิริยา.กรุงเทพฯ : บริษัทยูนิเวอร์แซล พับลิชชิง จำกัด
- [6] มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2557). สังคมผู้สูงอายุ : นัยต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ.[ออนไลน์]. [6 พฤษภาคม 2560]. เข้าถึง ได้จาก <http://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sec/Lom12/05-01.html>
- [7] สถาบันไทยพัฒน์. (2557).ซีเอสอาร์คืออะไร.[ออนไลน์]. [14 พฤษภาคม 2560].เข้าถึงได้จาก http://www.thaicr.com/2006/03/blog-post_20.html
- [8] สถาบันไทยพัฒน์. (2557). รูปแบบของซีเอสอาร์.[ออนไลน์]. [14 พฤษภาคม 2560].เข้าถึงได้จาก <http://thaicr.blogspot.com/>
- [9]สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม. (2557). รู้จัก CSR.[ออนไลน์]. [12 พฤษภาคม 2560].เข้าถึงได้จาก <http://csri.or.th/knowledge-csr-howto>
- [10] European Commission. (2011). Corporate Social Responsibility (CSR).[ออนไลน์]. [14 พฤษภาคม 2560]. เข้าถึงได้จาก http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/corporate-social-responsibility/index_en.htm.
- [11] Kotler, P. and Nancy, L. (2005). Corporate Social Responsibility. New York: The Prentice Hall
- [12] Michael E. Porter ;& Mark R. Kramer (2006). Strategy and Society The link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. Harvard Business Review.