

การให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของนักศึกษา
ระดับบัณฑิตศึกษา สาขาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

The Social Construction of Meanings, Source of Meanings and Corporate Social
Responsibility Practicing Concept from Desire of Master of Business Administration
Graduate Students from Silpakorn University.

จิรวัดน์ ภูวรกิจ*
ธิดารัตน์ ทุนบัวทอง*
กัญญารัตน์ พันธ์ม่วง*
พิทักษ์ ศิริวงศ์**

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม โดยใช้วิธีวิทยาการแบบปรากฏการวิทยา วิเคราะห์เนื้อหา เป็นการมุ่งศึกษาและทำความเข้าใจประสบการณ์การดำเนินชีวิตในแต่ละวันของบุคคลว่าแท้จริงแล้วบุคคลนั้นรับรู้ และให้ความหมายกับประสบการณ์ที่กระทำอย่างไร โดยผู้วิจัยเก็บข้อมูลภาคสนามจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาการประกอบการมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม จำนวน 15 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือเครื่องอัดเสียง ผู้จัดบันทึก และแนวคำถามการสัมภาษณ์ปลายเปิด โดยผู้วิจัยทำหน้าที่เป็นผู้ดำเนินการสนทนา และเปิดโอกาสให้ผู้ให้สัมภาษณ์ตอบคำถามที่ผู้วิจัยเตรียมไว้ โดยผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การใช้เทคนิคพรรณนาวิเคราะห์เพื่อนำมาเป็นพื้นฐานในการวิจัย

ผลการศึกษา พบว่า นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ 6 ความหมาย คือ 1) การพัฒนาสังคมทั้งทางตรงและทางอ้อม 2) การดูแลเอาใจใส่สังคมและสิ่งแวดล้อม 3) กลยุทธ์ทางการตลาดขององค์กร 4) การกระทำที่มีประโยชน์ ต่อคนหมู่มาก 5) การตอบสนองประเด็นทางสังคม 6) การฟื้นฟูสภาพสังคมและสิ่งแวดล้อมรอบด้านองค์กร โดยที่มาของความหมายได้มาจากประสบการณ์ในการดำเนินชีวิตในแต่ละวัน ไม่ว่าจะจากการศึกษา จากการติดตามข่าวสารทางภาคธุรกิจหรือบันเทิง จากการพูดคุยพบปะกับเพื่อนร่วมงาน จากการเข้าร่วมในโครงการอาสาสมัครต่างๆ และจากหน้าที่การงานที่รับผิดชอบ

คำสำคัญ : ความรับผิดชอบต่อสังคม / การให้ความหมาย

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ สาขาวิชาการจัดการชุมชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Abstract

This research is a qualitative research which aims to study the social construction of meanings, source of meanings and the corporate social responsibility practicing concept from desire of Master of Business Administration graduate students, Silpakorn University. Phenomenology method was used in content analysis expecting an understanding and definition of daily life experiences. The researcher performed In-Depth interview to 15 master degree students from Master of Business Administration in field of Entrepreneurship Management, Silpakorn University. The researcher paid role as a moderator, using voice recorder and note taker as the evidence from the interview. The sample group was liberated to describe their ideas about the topic plainly and contain was later interpreted by Descriptive Analysis method.

The result from this study shown that MBA graduate students, Silpakorn University, defined the meanings of Corporate Social Responsibility to 6 meanings which are 1) Social development, direct and indirect practices 2) Environmental Caring 3) Organizational managerial strategies 4) General practices to society 5) Social issue response 6) Organization environment restoration. The source of meanings came from daily life experiences, news, business conversation, CSR activities participation and responsible working role.

Keywords : Corporate Social Responsibility / Construction of Meanings

บทนำ

องค์กรธุรกิจที่มีทัศนวิสัยกว้างไกลหลายองค์กรในปัจจุบัน เริ่มหันมาดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมกันอย่างพร้อมหน้า แนวความคิดเรื่องการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CRS) ซึ่ง Rio Summit เป็นผู้ริเริ่มนำประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อมให้อยู่ในกระแสสังคมโลกตั้งแต่ปี พ.ศ. 2503 (ค.ศ. 1960) ต่อมากระแสสังคมเริ่มมีความรุนแรงขึ้นเนื่องจากปัญหาทางสังคมต่างๆ ทำให้แนวคิด การบริหารจัดการที่ใส่ใจ “ผลกำไร สิ่งแวดล้อม และสังคม” ไปพร้อมๆกัน ได้เกิดขึ้นมา เนื่องจากองค์กรยังคงต้องรักษาผลกำไรขององค์กรไว้ท่ามกลางแรงกดดันจากกระแสสังคมและสิ่งแวดล้อม ดังนั้น การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมจึงเป็นทางเลือกที่ดีที่สุด ที่จะประสานผลประโยชน์ทั้ง 3 อย่าง เข้าด้วยกันได้ (สฤณี อาชวานันทกุล. 2552)

องค์กรอาจให้การสนับสนุนได้ในหลายรูปแบบ รวมถึงการบริจาคเป็นเงินสด การให้ทุนการออกเงิน โฆษณา การประชาสัมพันธ์ การเป็นสปอนเซอร์ ให้ความช่วยเหลือด้านเทคโนโลยีการมีส่วนร่วมรูปแบบอื่น (การบริจาคเป็นสินค้า เช่น อุปกรณ์คอมพิวเตอร์) บุคลากรอาสา และการช่วยเหลือผ่านช่องทางจัดจำหน่าย การบริจาคเป็นเงินสดอาจเป็นการให้โดยตรงผ่านองค์กร หรือให้ทางอ้อมผ่านมูลนิธิซึ่งองค์กรนั้นตั้งขึ้นเพื่อทำการกุศลในนามขององค์กร (Phillip Kotler and Nancy Lee. 2551)

มหาวิทยาลัยศิลปากรเป็นแหล่งค้นคว้าวิจัย รวบรวม ถ่ายทอดความรู้และศิลปะวิทยาการชั้นสูง วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยมีเป้าหมายในการผลิตบัณฑิตทุกระดับปริญญาให้มีภูมิปัญญาสูง มีความคิด

สร้างสรรค์ ยึดมั่นในคุณธรรม เพื่อพร้อมด้วยจรรยาบรรณ และจิตสำนึกในความรับผิดชอบต่อสังคม มหาวิทยาลัยศิลปากรเป็นศูนย์กลางทางวิชาการ บนพื้นฐานการอนุรักษ์ พัฒนาภูมิปัญญาและวัฒนธรรมไทย ตามหลักเสรีภาพทางวิชาการเพื่อประโยชน์ของชุมชนในภูมิภาคตะวันตก ประเทศชาติ และมนุษยชาติทั้งหมด ปัจจุบัน มหาวิทยาลัยศิลปากรมีนักศึกษาในระดับปริญญาบัณฑิต ประมาณ 17,400 คน และนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา ประมาณ 2,800 คน (กองบริการการศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร. 2556)

ตามที่ได้กล่าวมาข้างต้น จะเห็นถึงความสำคัญของการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในการประกอบธุรกิจขององค์กรต่างๆ ไม่เว้นแม้แต่สถาบันการศึกษา ซึ่งการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันศึกษานั้นจำเป็นต้องใช้นักศึกษาเป็นกำลังหลักในการขับเคลื่อนให้กิจกรรมนั้นๆ สำเร็จ ลุล่วงไปได้ ทางผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาทัศนคติ และรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของนักศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการจัดทำโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมเสนอต่อทางมหาวิทยาลัยต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการให้ความหมาย ที่มาของความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมในทัศนคติของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
2. เพื่อศึกษาถึงรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมที่นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ต้องการให้มหาวิทยาลัยศิลปากรจัดทำโครงการขึ้น
3. เพื่อศึกษาทัศนคติของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ในการจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม
4. เพื่อนำเสนอแนวทางในการจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร ได้แก่ นักศึกษาสาขาการประกอบการ ระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีการศึกษา 2555 จำนวน 15 คน
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้
 - 2.1 ศึกษาความหมายหรือคำจำกัดความคำว่าความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
 - 2.2 ศึกษาที่มาของความหมายคำว่าความรับผิดชอบต่อสังคม ของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
 - 2.3 ศึกษารูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
3. ขอบเขตด้านระยะเวลา ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยการทำแบบสำรวจถึงสัมภาษณ์ข้อมูลจากนักกลุ่มศึกษา ระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม 2556 ถึง 15 ตุลาคม 2556

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดการตลาดเพื่อสังคม ของ Kotler, Roberto and Lee (2002 : 5) กล่าวว่าไว้ว่าการตลาดเพื่อสังคมเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่น่ามาใช้ในการแก้ปัญหาสังคมต่างๆ ดังคำนิยามว่า การตลาดเพื่อสังคม คือ การใช้หลักการและเทคนิคทางการตลาดต่างๆ เพื่อผลักดันกลุ่มเป้าหมายกลุ่มหนึ่งให้ยอมรับ ปฏิเสธ ปรับเปลี่ยน หรือเลิกปฏิบัติพฤติกรรมหนึ่งอย่างสมัครใจ เพื่อประโยชน์ของปัจเจกบุคคล กลุ่ม หรือสังคมโดยรวม

2. แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ ของ Claude Robinson และ Walter Barlow (วิช ฤทธิรัตนกุล , 2546 : 77) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของบุคคลตามความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อองค์กร สถาบัน บุคคล หรือการดำเนินงาน อันเป็นผลมาจากการได้รับประสบการณ์ทางตรงหรือทางอ้อมของบุคคลนั้นๆ

3. แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ของสถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (2009 : 5) กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (Corporate Social Responsibility) คือ การดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการใส่ใจและดูแลรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อมภายใต้หลักจริยธรรม การกำกับดูแลกิจการที่ดี และการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมา บูรณาการ เพื่อนำไปสู่การดำเนินธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน

4. แนวคิดการตลาดเพื่อสังคม (Societal Marketing) ของสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย (2556) คือ กลยุทธ์ทางการตลาดที่ว่าด้วยการใช้เทคนิคทางการตลาดเข้ามาสอดแทรกและเกี่ยว หนุนวิธีการนำเสนอสินค้าหรือบริการที่มีประเด็นทางสังคมเป็นสำคัญ ด้วยการแข่งขันที่รุนแรง กลยุทธ์ต่างๆในตลาดสินค้าและบริการในปัจจุบันเริ่มหันมาสนใจกระบวนการส่งเสริมแนวคิดด้านสังคมต่อผู้บริโภคในเรื่องที่กำลังเป็นกระแสมากยิ่งขึ้น การดำเนินธุรกิจขนาดย่อมก็สามารถสอดแทรกวิถีการตลาดเพื่อสังคมได้เช่นเดียวกัน ทั้งในรูปแบบของ Social Enterprise หรือ องค์กรธุรกิจเพื่อสังคมนี้ เป็นรูปแบบที่ลงตัวสำหรับผู้ประกอบการที่มีจิตสาธารณะต้องการทำความดี เพื่อสังคม เพราะเป็นรูปแบบที่สามารถทำได้อย่างยั่งยืนซึ่งใช้เครื่องมือทางการตลาดเพื่อสังคมเป็นกลยุทธ์หลักในการดำเนินงานเช่นกัน

5. แนวคิดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ Phillips Kotler and Nancy Lee (2005 : 23) ได้จำแนกกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ 7 ชนิด คือ 1) การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นทางสังคม 2) การตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคม 3) การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขประเด็นทางสังคม 4) การบริจาคเพื่อการกุศล 5) การอาสาช่วยเหลือชุมชน 6) การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม 7) การพัฒนาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์และบริการตามกำลังซื้อของคนในระดับฐานราก

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาการให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของของนักศึกษา โดยใช้วิธีวิทยาการแบบปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) เพื่อหาคำอธิบายสำหรับปรากฏการณ์ที่ศึกษา โดยผู้วิจัยเก็บข้อมูลภาคสนามและวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกโดยใช้วิธีการพรรณนาวิเคราะห์เพื่อนำมาเป็นพื้นฐานในการวิจัย รายละเอียดการดำเนินการวิจัย มีดังนี้

1. พื้นที่ศึกษา

มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม

2. ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลักในงานวิจัยครั้งนี้คือ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาการประกอบการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม จำนวน 15 คน โดยแต่ละคนมีช่วงอายุ หน้าที่การงาน และชีวิตประจำวันแตกต่างกันออกไป

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การเก็บข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยเลือกใช้เครื่องมือต่าง ๆ ที่สำคัญเพื่อช่วยให้ผู้วิจัยสามารถเก็บข้อมูลได้ครบถ้วนถูกต้องตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ประกอบไปด้วย

3.1 สมุดบันทึกข้อมูลในภาคสนาม (Field Notebook) ใช้บันทึกชื่อผู้ให้ข้อมูล สถานที่ทำงาน เพศ อายุ ที่อยู่ และหมายเลขโทรศัพท์ เพื่อใช้ในการอ้างอิงและนำข้อมูลที่จดไว้มาวิเคราะห์ต่อไป

3.2 เครื่องบันทึกเสียง (Recorder) ใช้บันทึกข้อมูลเสียงสัมภาษณ์จากการสนทนาระหว่างผู้วิจัยกับผู้ให้สัมภาษณ์ และนำมาใช้ร่วมกับข้อมูลที่ได้จากสมุดบันทึกเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

3.3 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก หรือแนวคำถามสัมภาษณ์ ผู้วิจัยใช้แนวคำถามสัมภาษณ์แบบปลายเปิดโดยผู้ให้ข้อมูลสามารถตอบคำถามได้อย่างละเอียดเท่าที่ผู้ให้ข้อมูลต้องการ โดยแนวคำถามที่ผู้วิจัยถามคือ เรื่อง การให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของนักศึกษา ซึ่งแนวคำถามมีความครอบคลุมในประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ก่อนเริ่มการสัมภาษณ์ผู้วิจัยขออนุญาตผู้ให้ข้อมูลหลักเพื่อใช้เครื่องบันทึกเสียง และแจ้งให้ผู้ให้ข้อมูลหลักทราบว่าข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ใช้ในการศึกษาวิจัยในระดับปริญญาโทเท่านั้น และเริ่มคำถามสัมภาษณ์ด้วยการถามประวัติส่วนตัว จากนั้นจึงเริ่มถามถึงแนวทางการปฏิบัติตนเป็นพลเมืองดี

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีขั้นตอนดังนี้

4.1 ศึกษาข้อมูลในระดับปฐมภูมิโดยการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหัวข้องานวิจัย

4.2 เก็บข้อมูลภาคสนามด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกและข้อคำถามแบบปลายเปิด ผู้ให้ข้อมูลสามารถตอบคำถามได้อย่างไม่มีข้อจำกัด โดยการสัมภาษณ์จะดำเนินต่อไปเรื่อยๆ จนกว่าคำตอบที่ได้จากการสัมภาษณ์เริ่มไม่มีความแตกต่าง ผู้วิจัยจึงยุติการสัมภาษณ์

5. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบ 3 เสา (Triangulation) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือ

5.1 การตรวจสอบสามเสาด้านข้อมูล (Data Triangulation) ผู้วิจัยตรวจสอบแหล่งข้อมูลทางเวลาและบุคคล โดยเก็บข้อมูลในเวลาที่แตกต่างกันเพื่อดูว่าถ้าข้อมูลต่างเวลากันจะมีความเปลี่ยนแปลงหรือไม่ และตรวจสอบแหล่งบุคคลโดยการสัมภาษณ์นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา ที่มีเกณฑ์อายุ และอาชีพแตกต่างกันว่า ข้อมูลต่างกันหรือไม่อย่างไร

5.2 การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation) ในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยเปลี่ยนตัวผู้เก็บข้อมูลหลายคนเพื่อลดความลำเอียงด้านทัศนคติและความไม่แน่ใจในคุณภาพของผู้รวบรวมข้อมูลภาคสนาม

5.3 การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) นอกจากการสัมภาษณ์แล้ว ผู้วิจัยยังใช้การสังเกตพฤติกรรมของผู้ให้ข้อมูลควบคู่กับการซักถาม

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้แนวทางวิเคราะห์ข้อมูลโดยพรรณนาวิเคราะห์โดยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ตามขั้นตอนดังนี้

6.1 สรุปประเด็นสำคัญด้วยการถอดเทปการสนทนาแบบคำต่อคำ (Verbatim) และอ่านบนสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลหลักทุกราย

6.2 เรียบเรียงข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลภาคสนาม จัดกลุ่มคำตอบที่มีลักษณะใกล้เคียงกันไว้ด้วยกันเพื่อเป็นการลดทอนข้อมูลให้เหลือเป็นมโนทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับจุดประสงค์งานวิจัย

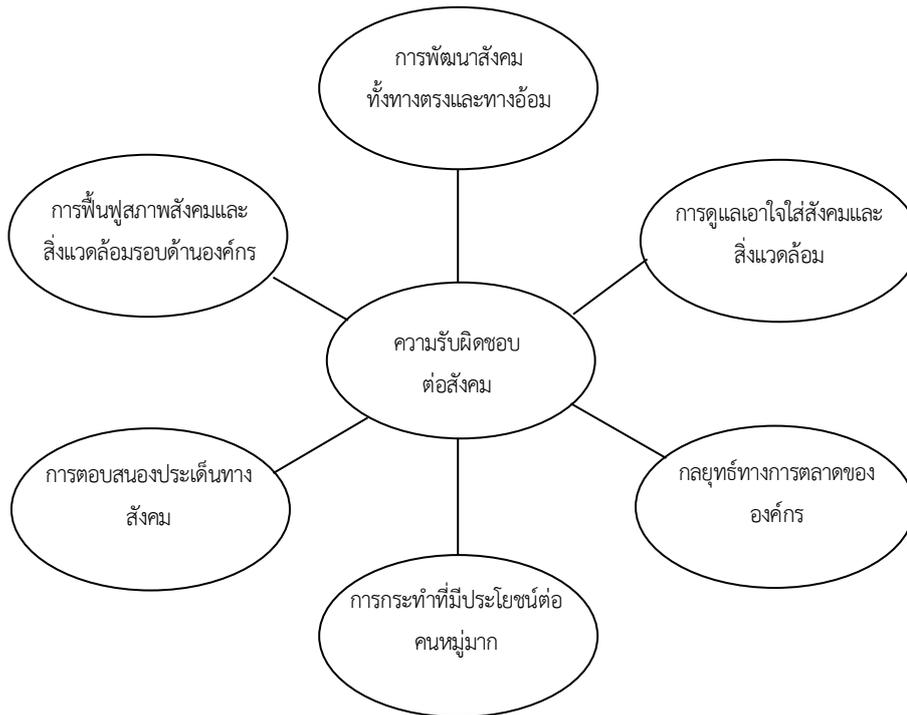
6.3 สรุปผลงานวิจัยแล้วนำไปพัฒนาเป็นข้อสรุปเชิงทฤษฎีในการนำเสนอรูปแบบของการให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาการประกอบการ คณะวิทยาการการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ผลการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาถึงการให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Methodology) ด้วยวิธีการวิจัยแบบปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) เป็นการมุ่งศึกษาการตีความประสบการณ์การดำเนินชีวิตประจำวันของบุคคลว่าแท้จริงแล้วบุคคลนั้นรับรู้ และให้ความหมายกับประสบการณ์ที่กระทำอย่างไรบ้าง โดยผู้วิจัยได้สัมภาษณ์นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม จำนวน 15 คน และนำผลการสัมภาษณ์มาศึกษาตามวัตถุประสงค์ต่อไปนี้

1. การให้ความหมาย ที่มาของความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม

การให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม ของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม มี 6 ความหมาย ได้แก่



รูปที่ 4.1 ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม

1.1 การพัฒนาสังคมทั้งทางตรงและทางอ้อม เป็นการมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือสังคมให้ดีขึ้น ไม่ว่าจะเป็นทางตรง เช่น การเป็นตัวกลางในการรวบรวมสิ่งของบริจาคแก่ชุมชน หรือจะเป็นทางอ้อมเช่น นำสิ่งของไปบริจาคแก่ศูนย์รับบริจาค เป็นต้น เหตุที่ผู้ให้ข้อมูลหลักได้ให้ความหมายตามที่กล่าวไว้ข้างต้น เนื่องจากผู้ให้ข้อมูลหลักได้มีโอกาสเข้าร่วมเป็นตัวกลางในการรวบรวมสิ่งของบริจาคเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัย

1.2 การดูแลเอาใจใส่สังคมและสิ่งแวดล้อม เป็นการทำให้สังคมและสิ่งแวดล้อมนั้นๆรู้ว่าตนเองไม่ได้ถูกทอดทิ้งจากสังคมส่วนใหญ่ โดยอาจอยู่ในรูปแบบของกิจกรรมสนับสนุนต่างๆ ซึ่งผู้ให้ข้อมูลหลักได้มีโอกาสเข้าร่วมค่ายอาสาสมัครต่างๆจึงได้ให้ความหมายไว้ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น

1.3 กลยุทธ์ทางการตลาดขององค์กร เป็นการใช้กลยุทธ์ควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจโดยการช่วยเหลือสังคมและสิ่งแวดล้อมรอบด้านองค์กรโดยยึดหลักจริยธรรม ทำให้สามารถจัดปัญหาในการดำเนินธุรกิจบางประการและทำให้ภาพลักษณ์ขององค์กรดีขึ้นได้ ซึ่งปัจจุบันผู้ให้ข้อมูลหลักทำงานอยู่ในฝ่ายการตลาดขององค์กร จึงได้ให้ความหมายตามที่กล่าวมาข้างต้น

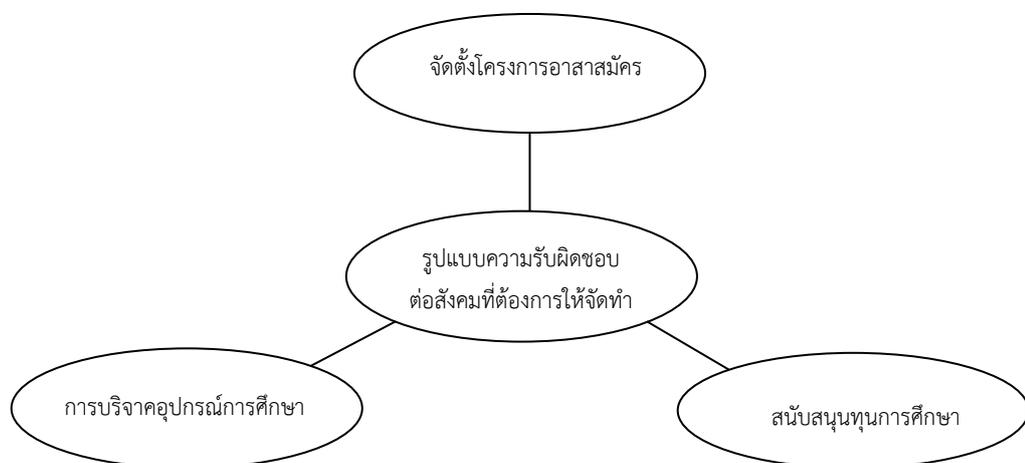
1.4 การกระทำที่มีประโยชน์ ต่อคนหมู่มาก เป็นการทำประโยชน์ให้แก่บุคคลเป็นกลุ่มๆโดยมีเงื่อนไขว่าต้องทำด้วยความสมัครใจ และทำอย่างต่อเนื่อง ผู้ให้ข้อมูลหลักสังเกต การปฏิบัติงานส่วนใหญ่ของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรต่างๆ จึงได้ให้ความหมายไว้ตามที่กล่าวมาข้างต้น

1.5 การตอบสนองประเด็นทางสังคม เป็นการมองหาความต้องการของสังคม จากประเด็นทางสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมที่สำคัญ แล้วนำมาสร้างกิจกรรมหรือจัดตั้งโครงการเพื่อตอบสนองต่อประเด็นๆ ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของสังคมได้อย่างตรงจุด โดยผู้ให้ข้อมูลหลักได้ศึกษากิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรต่างๆ และได้พบจุดเชื่อมโยงกับประเด็นทางสังคมที่สำคัญจึงได้ให้ความหมายไว้ตามที่กล่าวมาข้างต้น

1.6 การฟื้นฟูสภาพสังคมและสิ่งแวดล้อมรอบด้านองค์กร เป็นการชดเชยให้แก่สังคมและสิ่งแวดล้อมรอบด้านขององค์กรซึ่งอาจอยู่ในรูปแบบของการฟื้นฟูสภาพ หรือการสร้างใหม่ เพื่อให้องค์กรสามารถดำรงอยู่กับสังคมและสิ่งแวดล้อมต่อไปได้ ความหมายดังกล่าวผู้ให้ข้อมูลหลักได้มาจากประสบการณ์ในการทำงานส่วนตัวของผู้ให้ข้อมูลหลัก

2. รูปแบบและแนวทางการกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่นักศึกษาต้องการให้มหาวิทยาลัยศิลปากรจัดทำโครงการ

รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมที่นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม ต้องการให้ มหาวิทยาลัยศิลปากร จัดทำโครงการขึ้นมีทั้งหมด 3 รูปแบบ ได้แก่



รูปที่ 4.2 รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมที่ต้องการให้มหาวิทยาลัยจัดทำโครงการ

2.1 จัดตั้งโครงการอาสาสมัคร เป็นรูปแบบในการจัดตั้งโครงการเพื่อรวบรวมผู้มีจิตอาสาเพื่อก่อตั้งเป็นทีมในการรับบริจาคสิ่งของหรือเงินทุนเพื่อนำไปพัฒนาสังคมในชนบทที่ยากไร้ห่างไกลความเจริญและพัฒนาสิ่งแวดล้อมในสถานที่ต่างๆ ซึ่งอาจอยู่ในรูปแบบของค่ายต่างๆ ซึ่งมีจุดประสงค์หลักในการพัฒนาและฟื้นฟูสภาพของสังคมและสิ่งแวดล้อมนั้นๆให้ดีขึ้น หรืออาจจัดตั้งทีมอาสาเพื่อเข้าไปช่วยเหลือผู้ประสบภัยหรือขาดแคลนต่างๆ

2.2 การบริจาคอุปกรณ์การศึกษา เป็นรูปแบบในการนำงบประมาณจากรัฐบาลและรายได้ส่วนหนึ่งของมหาวิทยาลัยศิลปากรเปลี่ยนเป็นอุปกรณ์การศึกษาเพื่อนำไปบริจาคให้กับผู้ขาดแคลน หรือมูลนิธิเพื่อการศึกษาเพื่อเป็นกำลังให้แก่นักเรียนที่ใฝ่เรียนรู้แต่ด้อยโอกาส

2.3 สนับสนุนทุนการศึกษา เป็นรูปแบบในการสนับสนุนเงินทุนในการเรียนต่อในระดับอุดมศึกษา และระดับบัณฑิตศึกษา ให้แก่นักเรียนที่ด้อยโอกาส

3. ทักษะของนักศึกษานักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ในการจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม ได้กล่าวแสดงทักษะในการจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยแบ่งได้ตามโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมที่จัดขึ้น 3 รูปแบบดังนี้

3.1 ด้านการจัดตั้งโครงการอาสาสมัคร โดยนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักได้กล่าวแสดงทักษะในการจัดกิจกรรมด้านนี้ว่า การทำโครงการอาสาสมัครของมหาวิทยาลัยศิลปากรนั้นกำลังหลักที่จะขับเคลื่อนโครงการคือ นักศึกษาทุกคน จึงเป็นการดีที่มหาวิทยาลัยจะสนับสนุนโครงการประเภทนี้ เพราะจะเป็นการปลูกฝังจิตอาสา การช่วยเหลือผู้อื่น และจิตใต้สำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมให้แก่นักศึกษาซึ่งเป็นรากฐานในการพัฒนาประเทศในภายภาคหน้า อีกทั้งยังเป็นการสร้างความรู้สึกร่วมกันและในสังคมซึ่งทำให้สังคมที่ได้รับการช่วยเหลือรู้สึกว่าคุณค่าตนเองไม่ได้ถูกทอดทิ้งได้อีกด้วย

3.2 การบริจาคอุปกรณ์การศึกษา โดยนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักได้กล่าวแสดงทักษะในการจัดกิจกรรมด้านนี้ว่า ปัจจุบันนักเรียนที่ใฝ่การเรียนรู้แต่ด้วยโอกาสในด้านของอุปกรณ์การเรียนนั้นมีอยู่มากทำให้ระดับของการเรียนรู้ที่เติบโตได้ไม่เต็มประสิทธิภาพ หากมีอุปกรณ์การเรียนที่ครบสมบูรณ์จะช่วยให้เปิดโอกาสในการเรียนรู้ของเด็กได้อย่างเต็มประสิทธิภาพได้

3.3 สนับสนุนทุนการศึกษา โดยนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักได้กล่าวแสดงทักษะในการจัดกิจกรรมด้านนี้ว่า มหาวิทยาลัยนั้นมีเป้าหมายในการผลิตนักศึกษาที่มีคุณภาพ ซึ่งปัจจุบันมีนักเรียนและนักศึกษาจำนวนไม่น้อยที่ขาดเงินทุนในการเรียนต่อทำให้ขาดโอกาสทางการศึกษา หากมหาวิทยาลัยสนับสนุนทางด้านทุนการศึกษาจะสามารถทำให้มหาวิทยาลัยผลิตนักศึกษาที่มีคุณภาพได้เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการมอบโอกาสในการดำเนินชีวิตที่สำคัญอีกด้วย เพราะการศึกษาเป็นพื้นฐานที่ทำให้เกิดทักษะในการดำรงชีพเพื่อเลี้ยงดูตนเอง มีหน้าที่การงานที่ดีได้อย่างแน่นอน

4. แนวทางในการจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษานักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

แนวทางในการจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม มีด้วยกัน 3 แนวทางโดยแบ่งตามรูปแบบของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมดังนี้

4.1 จัดตั้งโครงการอาสาสมัคร มีแนวทางโดยอาจจัดตั้งค่ายอาสาในการรวบรวมจิตอาสา ทั้งร่างกายและการบริจาคเงินจุนจวมไปถึงสิ่งของต่างๆ เพื่อไปช่วยเหลือและพัฒนาชุมชนในชนบทที่อยู่ห่างไกล ความเจริญที่ได้รับความเดือดร้อน รวมไปถึงการจัดตั้งค่ายอาสาพัฒนาชุมชนที่จะเข้าไปปรับปรุงและฟื้นฟูชุมชนนั้นๆให้มีวิถีชีวิตที่ดีขึ้น

4.2 การบริจาคอุปกรณ์การศึกษา มีแนวทางในการจัดกิจกรรมโดยอาจจัดตั้งเป็นมูลนิธิหรือกองทุนเพื่อการศึกษาสำหรับเด็กที่เรียนดีแต่ขาดโอกาส ให้นักศึกษาและบุคลากรในมหาวิทยาลัยมีส่วนร่วมใน

การบริจาคอุปกรณ์การศึกษาโดยเก็บเป็นค่าธรรมเนียมรายปีต่อคนในจำนวนเงินที่ไม่มากรวมไปถึงการของบประมาณจากรัฐบาลและแบ่งปันรายได้ส่วนหนึ่งจากมหาวิทยาลัยให้กับมูลนิธิก็ได้

4.3 สนับสนุนทุนการศึกษา มีแนวทางในการจัดกิจกรรมโดยอาจจะอยู่ในรูปแบบของการคัดเลือกเด็กนักเรียนที่มีผลการเรียนดี เพื่อรับโอกาสในการเข้าเรียนต่อในระดับที่สูงขึ้นโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย โดยทางมหาวิทยาลัยจะมีกองทุนในการสนับสนุนทุนการศึกษาให้ตลอดการศึกษา

สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากบทสัมภาษณ์ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม พบว่า การให้ความหมายซึ่งได้มาจากการประกอบการดำเนินชีวิตของผู้ให้ข้อมูล ของความรับผิดชอบต่อสังคมคือ การดูแลเอาใจใส่ พัฒนาช่วยเหลือสังคม และสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นไปที่การตอบสนองประเด็นทางสังคมที่สำคัญเป็นหลัก โดยนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐมต้องการที่จะให้มหาวิทยาลัยศิลปากรจัดทำโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมในรูปแบบของ โครงการอาสาสมัคร การบริจาคอุปกรณ์การศึกษา และการสนับสนุนทุนเรียนต่อในระดับที่สูงขึ้น โดยผู้ให้ข้อมูลหลักได้กล่าวแสดงทัศนะต่อการจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเหล่านี้ว่า การสนับสนุนทุนการศึกษาเป็นจุดเริ่มต้นในการพัฒนาสังคมดีขึ้นและทำให้สิ่งแวดล้อมให้ยั่งยืนต่อไป และมีแนวทางในการจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยการจัดตั้งค่ายอาสาพัฒนาชุมชน การจัดตั้งมูลนิธิและกองทุนเพื่อการศึกษา การจัดตั้งกองทุนเพื่อสนับสนุนทุนการศึกษา

อภิปรายผล

จากผลการศึกษา ผู้วิจัยจึงสามารถอภิปรายผลได้ว่า ในปัจจุบันการประกอบธุรกิจต่างๆนั้นจะต้องคำนึงสิ่งต่างๆรอบด้านขององค์กรด้วย ไม่ว่าจะเป็น สังคม หรือสิ่งแวดล้อม องค์กรจะต้องให้ความสำคัญ โดยการจัดตั้งโครงการหรือกิจกรรมต่างๆ เพื่อช่วยเหลือ สนับสนุน หรือฟื้นฟูสภาพให้แก่ สังคมและสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับองค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกกาญจน์ บุญยืน และคณะ (2556) ที่ได้ศึกษา การให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของลูกค้า ธนาคารไทยพาณิชย์ โดยอาจจะอยู่ในรูปแบบของ การอาสาสมัคร การรณรงค์ เป็นต้น และหากองค์กรติดตามประเด็นทางสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ที่สำคัญ อยู่ตลอดเวลา จะทำให้องค์กรสามารถตอบสนองความต้องการทางสังคมและสิ่งแวดล้อมได้อย่างตรงจุด ทั้งนี้เพื่อเป็นการชดเชย ตอบแทน และคืนผลประโยชน์ให้กับสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งอาจถือได้ว่าเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ของธุรกิจสมัยใหม่ที่ต้องให้ความสำคัญและทำอย่างสม่ำเสมอ จะส่งผลให้สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กรทำให้องค์กรสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชมพูนุท เกียวกิ่งแก้ว และคณะ (2556) ซึ่งได้ศึกษา การให้ความหมาย ที่มาของความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของมูลนิธิอาสาสมัครเพื่อสังคม (มอส.)

ในส่วนขอรูปแบบของความรับผิดชอบต่อสังคมที่นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม ต้องการให้มหาวิทยาลัยศิลปากรจัดทำขึ้นนั้น จะมุ่งเน้นไปที่การสนับสนุนทางการศึกษา ซึ่งมีรูปแบบการดำเนินกิจกรรมโดย การบริจาคอุปกรณ์การศึกษา การ

สนับสนุนทุนการศึกษา และการจัดตั้งโครงการอาสาสมัคร ผู้วิจัยพบว่านักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม มีทัศนคติในการมุ่งเน้นความสำคัญทางการศึกษาอันเป็นพื้นฐานในการเริ่มต้นพัฒนาสังคมต่อไป อีกทั้งยังมีแนวทางในการจัดกิจกรรม โดยการขอความร่วมมือจากหลายๆฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นนักศึกษา บุคลากร รวมไปถึงภาครัฐด้วย ซึ่งสอดคล้องกับชนิดของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ชนิดการส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม ชนิดการบริจาคเพื่อการกุศล และชนิดการอาสาช่วยเหลือชุมชน ตามแนวคิดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ Phillip Kotler and Nancy Lee (2005) ทั้งนี้เพราะการศึกษาที่ดีเป็นรากฐานสู่สังคมที่ดีและยั่งยืน อีกทั้งยังต้องการให้มหาวิทยาลัยศิลปากรจัดทำโครงการที่มุ่งเน้นในด้านของการช่วยเหลือสังคมไม่ว่าจะเป็นผู้ยากไร้ในชนบทที่ห่างไกลความเจริญหรือผู้ที่ขาดแคลนหรือประสบภัยต่างๆ เพื่อสร้างความรู้สึกเท่าเทียมกันให้เกิดในจิตใจของคนเหล่านั้น ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของสังคมที่ดีและอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

การศึกษา “การให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมในความ ต้องการของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร” เป็นการเก็บข้อมูลจากนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากรเพียงเท่านั้น ทำให้ทราบถึงทัศนคติ และรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมที่ต้องการของนักศึกษาเพียงกลุ่มเดียว ในการวิจัยครั้งต่อไปหากสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลกลุ่มอื่นจะทำให้สามารถรับรู้ถึงข้อมูลได้กว้างมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะเป็นข้อมูลที่สำคัญในการ นำเสนอการจัดทำโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมให้แก่มหาวิทยาลัยศิลปากรต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ผู้วิจัยได้สังเกตเห็นถึงประเด็นที่น่าสนใจในการทำวิจัย อยู่ 3 ประเด็นคือ 1) ความแตกต่างระหว่างการจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษา กับองค์กรธุรกิจเอกชน 2) กระแสตอบรับจากสังคมรอบด้าน องค์กรในการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม และ 3) ภาพลักษณ์ขององค์กรหลังทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

กนกกาญจน์ บุญยืน และคณะ. (2556). “การให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความ ต้องการของลูกค้า ธนาคารไทยพาณิชย์.”วารสารวิชาการ Veridian E-Journal ปีที่ 6, ฉบับที่ 3 (เดือนกันยายน-ธันวาคม) : 153.

กองบริการการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร. (2556). ประวัติความเป็นมามหาวิทยาลัยศิลปากร. เข้าถึงเมื่อ 18 ตุลาคม 2556. เข้าถึงได้จาก <http://www.eds.su.ac.th/suhistory.htm>

ชมพูนุท เกี่ยวกิ่งแก้ว และคณะ. (2556). “การให้ความหมาย ที่มาของความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์ การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของมูลนิธิอาสาสมัครเพื่อสังคม (มอศ.).”วารสารวิชาการ Veridian E-Journal ปีที่ 6, ฉบับที่ 3 (เดือนกันยายน-ธันวาคม) : 153.

- เขมิกา ทับทิมใส. (2551). การศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รับรางวัลบริษัท จดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR ประจำปี 2551. สารนิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ณัฐชรินทร์ อภิวิษณุชลชาติ. (2551). การศึกษาการให้ความหมายรูปแบบและกลยุทธ์การดำเนิน กิจกรรม ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน). สารนิพนธ์ มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ดุจตะวัน วิไลวงษ์. (2551). การศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนอุตสาหกรรมและเครื่องจักร. สารนิพนธ์ มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ภัชภิษา เกิดโมลี. (2551). การศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์ ความรับผิดชอบต่อสังคม ของ บริษัทไทยเพอร์ซิเดนท์ ฟุตส์ จำกัด (มหาชน). สารนิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สฤณี อาชวานันทกุล. (2552). Triple Bottom Line แนวคิด ประโยชน์ และเครื่องมือในการประเมิน 25 กุมภาพันธ์ 2552. เข้าถึงเมื่อ 20 ตุลาคม 2556. สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย. CSR กับการตลาดเพื่อสังคม (Societal Marketing). เข้าถึงเมื่อ 18 ตุลาคม 2556. เข้าถึงได้จาก <http://www.thaichamber.org/scripts/detail.asp?nNEWSID=4703>
- สิทธิพร เทียงถาวร. (2552). การให้ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : ศึกษาเฉพาะกรณีชุมชนเป้าหมายของบริษัทสยามกลการ จำกัด ชุมชนไทยวน อำเภอเส้าไห้ จังหวัดสระบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทเศรษฐศาสตร์ มหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. 2552.
- ภาษาต่างประเทศ**
- Kotler, Roberto and. (2005). *Marketing for Corporate Social Responsibility*. New Jersey, John Wiley & Sons.
- Philip Kotler and Nancy Lee. (2005). *Corporate Social Responsibility*. New Jersey, John Wiley & Sons.