

การให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม
ในความต้องการของพนักงาน บริษัท ทีพีโอ โพลีน จำกัด (มหาชน)*

The Social Construction of Meanings, Source of Meanings and Corporate Social
Responsibility Practicing Concept to Needs of Staff of TPI Polene Public Company
Limited.

ปริญญา หล่มเหลา (Parinya Lomlao) **

ธีรวัฒน์ พสุศิริโรจน์ (Teerawat Pasusirod) **

สุภาพร ภูไพบูลย์ (Supaporn Phoophaiboon) **

พิทักษ์ ศิริวงศ์ (Phitak Siriwong) ***

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงานบริษัท ทีพีโอ โพลีน จำกัด (มหาชน) โดยใช้วิธีการแบบปรากฏการณ์วิทยา วิเคราะห์เนื้อหาเป็นการมุ่งศึกษาและทำความเข้าใจประสบการณ์การดำเนินชีวิตในแต่ละวันของบุคคลว่าแท้จริงแล้วบุคคลนั้นรับรู้และให้ความหมายกับประสบการณ์ที่กระทำอย่างไร โดยเก็บข้อมูลภาคสนามจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกพนักงานบริษัท ทีพีโอ โพลีน จำกัด (มหาชน) โรงงานปูนซีเมนต์ จังหวัดสระบุรี จำนวน 12 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือ เครื่องบันทึกเสียง ผู้จัดบันทึก และแนวคำถามการสัมภาษณ์ปลายเปิด โดยผู้วิจัยทำหน้าที่เป็นผู้ดำเนินการสนทนา และเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลหลักตอบคำถามที่ผู้วิจัยเตรียมไว้ โดยผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เทคนิคพรรณนาวิเคราะห์เพื่อนำมาเป็นพื้นฐานในการวิจัย

ผลการศึกษา พบว่า พนักงานบริษัท ทีพีโอ โพลีน จำกัด (มหาชน) โรงงานปูนซีเมนต์ จังหวัดสระบุรี ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ คือ การดำเนินกิจกรรมขององค์กร การดูแลเอาใจใส่สังคมและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการดำเนินการตามกลยุทธ์ทางการตลาดขององค์กร และโดยมุ่งเน้นในด้านการตอบสนองประเด็นทางสังคมที่สำคัญเป็นหลัก และการให้ความหมายซึ่งได้มาจากความรู้ ประสบการณ์การดำเนินชีวิตของผู้ให้ข้อมูลของความรับผิดชอบต่อสังคม โดยพนักงานต้องการที่จะให้บริษัทมีรูปแบบการดำเนินกิจกรรมด้าน

* เพื่อศึกษาการให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงานบริษัท ทีพีโอ โพลีน จำกัด (มหาชน)

** นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
Student in Master of Arts Program in Public and Private Management, Faculty of Management Science,
Silpakorn University.

*** รองศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
Assoc. Prof. Dr. faculty of management science, Silpakorn University, THAILAND

ความรับผิดชอบต่อสังคมในรูปแบบ การจัดกิจกรรมหรือโครงการสู่สังคม การบริจาคและสนับสนุนทุนการศึกษา พัฒนาและแก้ไขปัญหาสังคม และการรักษาสิ่งแวดล้อม โดยผู้ให้ข้อมูลหลักต้องการเห็นชุมชน สังคมโดยรวม ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้องได้รับสิ่งที่ดีและเหมาะสมจากบริษัท เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องหรือผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อมสามารถอยู่ร่วมกับบริษัทได้อย่างมีความสุขและเกิดความยั่งยืนตลอดไป

คำสำคัญ : ความรับผิดชอบต่อสังคม / การให้ความหมาย

Abstract

This research is a qualitative research to study The Social Construction of Meanings, Source of Meanings and Corporate Social Responsibility (CSR.) Practicing Concept to Needs of Staff of TPI Polene Public Company Limited (TPIPL). The phenomenology is applied and data analysis is aimed to study and understand living experience of each person and how a person recognizes and defines its experience. The data is compiled from in-depth interviews made with 12 employees of TPIPL Saraburi cement plant. The tools used in this research are recording device, recorder, and open-ended questions. The researcher opens conversation and grant opportunity to data providers to share their information in line with the prepared questions. Subsequently, a descriptive analysis is used for data analysis as a base of research.

The findings indicate that CSR is defined by employees of TPIPL Saraburi cement plant as activities of an organization, society and environment care, marketing strategy implementation mainly focusing on social issues. Definition of CSR derived from living experience of data provider is that they need the company to organize CSR in the patterns of activities or projects for society, donation and education scholarship, social development and social problem solving, and environment care. The main data providers desire to see the neighborhood and stakeholders receive appropriate helps from the company so that the related parties or direct and indirect stakeholders can live happily and sustainably with the company.

Keywords : Corporate Social Responsibility / Construction of Meanings

บทนำ

ในปัจจุบันโลกกำลังประสบปัญหาต่างๆ อันเป็นผลพวงมาจากการพัฒนาภายใต้แรงกดดันของลัทธิทุนนิยมแบบฉาบฉวย ก่อให้เกิดปัญหาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างมากมาย โดยเฉพาะปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อมวลมนุษยชาติ จากภาวะโลกร้อน อากาศแปรปรวน อุทกภัย แผ่นดินไหว ภัยแล้ง ฯลฯ ล้วนแล้วแต่เกิดจากน้ำมือมนุษย์ที่ละเลย เพิกเฉย ต่อการทำกิจกรรมต่าง ๆ ส่งผลร้ายต่อสิ่งแวดล้อมและ

ธรรมชาติทั้งสิ้น เมื่อนุษย์ต้องตระหนักถึงความจริงที่เลวร้ายที่กำลังเผชิญอยู่ทุกวันนี้ และในอนาคตรุ่นลูกหลานต่อไป

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility: CSR) ได้ถูกหยิบยกขึ้นเป็นวาระการดำเนินงานที่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ เป้าหมายไม่ใช่เพียงเพื่อมุ่งแสวงหากำไรและความมั่นคงให้แก่ผู้ถือหุ้นหรือเจ้าของกิจการ แต่มุ่งให้องค์กรธุรกิจตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อผลกระทบทางสังคม และสิ่งแวดล้อมจากการตัดสินใจ รวมถึงการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร เพื่อความเป็นอยู่ที่ดีของคนในสังคม และการพัฒนาที่ยั่งยืนทางธุรกิจ โดยในปี 2542 ได้มีเวทีประชุมเศรษฐกิจโลก (World Economic Forum: WEF) เรียกร้องให้องค์กรธุรกิจทุกประเทศแสดงความเป็นพลเมืองที่ดีของโลก ให้ดำเนินธุรกิจเพื่อมุ่งหวังกำไรสูงสุดและเน้นการเจริญเติบโตขององค์กรแล้ว องค์กรควรแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมยึดหลักการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส ยุติธรรม และคำนึงถึงสังคมส่วนรวม ทำให้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ (Corporate Social Responsibility) หรือที่เรียกว่า CSR เริ่มเป็นที่รู้จักและได้รับความสนใจจากองค์กรในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ต่อมาในปี 2543 องค์กรเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา ได้กำหนดข้อปฏิบัติสำหรับบริษัทข้ามชาติ ประกอบด้วยหลักความรับผิดชอบต่อสังคม 8 หมวดที่ว่าด้วย การเปิดเผยข้อมูล การจ้างงาน อุตุสาหกรรมสัมพันธ์สิ่งแวดล้อม การต่อต้านการให้สินบน การรักษาประโยชน์ของผู้บริโภค วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การแข่งขัน และการเสียภาษี เพื่อมุ่งให้บริษัทข้ามชาติทั่วโลกยึดถือปฏิบัติและเป็นพันธะผูกพันในการดำเนินธุรกิจร่วมกัน โดยผลักดันให้บริษัทข้ามชาติติดต่อกับนายเฉพาะกับคู่ค้าที่ดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเท่านั้น (ผลิน ภูเจริญ, 2547) และต่อมาในปี 2553 องค์กรมาตรฐานสากลระหว่างประเทศ (International Organization for Standardization) ได้รวบรวมแนวคิด วิธีการ และขอบเขตของเนื้อหาความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร จึงได้มีการประกาศใช้มาตรฐาน ISO 26000 ซึ่งเป็นทิศทางและขอบเขตขององค์กรให้ถือปฏิบัติร่วมกัน โดยหลักการ ISO ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ได้กำหนดประเด็นไว้ 7 ประการ ประกอบด้วย ธรรมชาติขององค์กร สิทธิมนุษยชน การปฏิบัติในด้านแรงงาน สิ่งแวดล้อม การดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม ใส่ใจผู้บริโภค ความมีส่วนร่วมและพัฒนาชุมชน (โกศล ดีศีลธรรม, 2554)

การตื่นตัวและตระหนักเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจไทย สืบเนื่องจากองค์กรทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรอิสระ ได้ผลักดันและสนับสนุนให้บริษัทในประเทศไทยนำแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมมาดำเนินการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจให้เชิงบวกและให้ความสำคัญกับการพัฒนาตามหลักธรรมาภิบาลในกลุ่มผู้ประกอบการ และดำเนินงานในลักษณะที่เป็นเชิงกลยุทธ์มากขึ้น มีการพัฒนาและวางแนวนโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมตรวจสอบสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร กำหนดพันธกิจ จัดทำวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้กลยุทธ์การดำเนินงาน และมีการประเมินติดตามผลเป็นขั้นตอน เพื่อประโยชน์แก่เศรษฐกิจและสังคมของไทยในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสื่อมวลชนที่กล่าวถึงแนวโน้มด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจไทย ว่ามีการพัฒนาปรับเปลี่ยนไปในรูปแบบที่มีความชัดเจน คำนึงถึงปัญหาของสังคมมากขึ้น มีการวางแผนเชิงกลยุทธ์ และมีการทำกิจกรรมสู่สังคมอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดความยั่งยืนตลอดไป (วิทยา ชีวรุณทัต, 2554)

บริษัท ทีพีโอ โพลีน จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายปูนซีเมนต์เม็ดพลาสติก LDPE & EVA และกระเบื้องคอนกรีต บริษัท ทีพีโอ โพลีน จำกัด (มหาชน) เป็นองค์กรหนึ่งที่ผู้บริหารได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม โดยกำหนดกลยุทธ์หรือพันธกิจด้านความรับผิดชอบต่อสังคม วางแนวทางนโยบายการทำการกิจกรรมเพื่อตอบสนองสิ่งที่ดีกลับคืนสู่ชุมชน สังคม อีกทั้งส่งเสริมให้บุคลากรได้มีส่วนร่วมในการทำการกิจกรรมและตระหนักถึงการดูแลสิ่งแวดล้อมให้อยู่คู่กับสังคม ด้วยเหตุนี้คณะผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาในมุมมองของพนักงาน บริษัท ทีพีโอ โพลีน จำกัด (มหาชน) ในการให้ความหมายที่มาของความหมาย และรูปแบบของกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงานเพื่อข้อสรุปนี้อาจแนวทางให้บริษัทสามารถนำไปบูรณาการจัดกิจกรรมส่งมอบต่อสังคมให้เกิดประโยชน์สูงสุดตรงประเด็น และเกิดความยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการให้ความหมาย และที่มาของความหมายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในมุมมองของพนักงานบริษัท ทีพีโอ โพลีน จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงานบริษัท ทีพีโอ โพลีน จำกัด (มหาชน)

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงานบริษัท ทีพีโอ โพลีน จำกัด (มหาชน)” ใช้วิธีวิทยาการแบบปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) เป็นแนวทางการวิจัยโดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ มีขอบเขตการศึกษาวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษานี้มุ่งศึกษาการให้ความหมาย ที่มาของความหมายและรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงานบริษัท ทีพีโอ โพลีน จำกัด (มหาชน) โดยศึกษาเฉพาะพนักงานบริษัท ทีพีโอ โพลีน จำกัด (มหาชน) โรงงานปูนซีเมนต์ จังหวัดสระบุรี ที่มีความรับรู้รับทราบเกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ทีพีโอ โพลีน จำกัด (มหาชน)

2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ พนักงานบริษัท ทีพีโอ โพลีน จำกัด (มหาชน) โรงงานปูนซีเมนต์ จังหวัดสระบุรี ที่มีความรับรู้รับทราบเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม หรือมีประสบการณ์ในการร่วมกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ทีพีโอ โพลีน จำกัด (มหาชน) จำนวน 12 คน

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย คือ บริษัท ทีพีโอ โพลีน จำกัด (มหาชน) โรงงานปูนซีเมนต์ จังหวัดสระบุรี

4. ขอบเขตด้านเวลา

ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาตั้งแต่เดือน ตุลาคม 2558 ถึงเดือน ธันวาคม 2558 รวมระยะเวลา 3 เดือน

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร สถาบันไทยพัฒน์ (2550) ให้ความหมายไว้ว่า การกำกับดูแลกิจการให้เจริญรุดหน้าอย่างมีประสิทธิภาพด้วยเงื่อนไขความถูกต้อง โปร่งใส การมีจริยธรรมที่ดี โดยมุ่งคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกิจการและสังคมโดยรวม

แนวคิดความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม(2555)ให้ความหมายไว้ว่า เป็นการประกอบกิจการด้วยความดูแลเอาใจใส่ต่อผู้มีส่วนได้เสียเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างมีคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณ ตลอดจนธรรมาภิบาล เป็นเครื่องกำกับในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เป็นไปด้วยความซื่อสัตย์สุจริต โปร่งใสและยุติธรรม มีความตระหนักถึงผลกระทบทางลบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยพร้อมจะแก้ไขเพื่อลดผลกระทบดังกล่าว

แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ฟิลลิป คอตเลอร์ และแนนซี ลี (Khotler and Lee 2005 : 23) แบ่งรูปแบบของกิจกรรมทางสังคมไว้ 7 รูปแบบดังนี้ 1).การส่งเสริมประเด็นสังคม (Cause Promotion) 2).การตลาดเกี่ยวเนื่องกับประเด็นสังคม (Cause-Related Marketing) 3).การตลาดเพื่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Marketing) 4).การบริจาคตรง (Corporate Philanthropy) 5).การอาสาช่วยเหลือชุมชน (Community Volunteering) 6).การประกอบธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Business Practices) 7).การพัฒนาและส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการตามกำลังซื้อของคนในระดับฐานราก (Developing and Delivering Affordable Products and Services)

กนกกาญจน์ บุญยืน และคณะ (2556) ได้ศึกษาพบว่า ลูกค้าของธนาคารไทยพาณิชย์ ให้ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจไว้ดังนี้ 1).การดูแลสิ่งแวดล้อม 2).การสร้างสัมพันธภาพที่ดีกับชุมชนและสังคม 3).การดูแลและช่วยเหลือสังคม 4).การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร โดยกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่จากการสำรวจได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมไปในทางการดูแลและช่วยเหลือสังคม โดยรูปแบบการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ ใช้รูปแบบแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของ ฟิลลิป คอตเลอร์ และแนนซี ลี โดยแบ่งรูปแบบของกิจกรรมทางสังคมไว้ 7 รูปแบบ ผลการศึกษาพบว่ารูปแบบการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์มีเพียง 5 แนวทาง คือ 1).การส่งเสริมสังคมจากการทำการตลาด 2).การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคม 3).การบริจาคเพื่อการกุศล 4).การอาสาช่วยเหลือชุมชน 5).การประกอบธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม จีรวัฒน์ ภูวกรกิจ และคณะ (2557) ได้ศึกษาพบว่า 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

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ วิธีวิทยาการแบบปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) (ชาย โพธิ์สีตา, 2549) ซึ่งลักษณะของวิธีวิทยานี้ มุ่งเน้นการศึกษาว่าคนเรารับรู้หรือบรรยายเกี่ยวกับปรากฏการณ์ต่างๆ ที่ตนประสบได้ด้วยการวิเคราะห์ รับรู้ และความหมายของสิ่งที่เราประสบ ซึ่งเป็นตัวกระตุ้นความตระหนักรู้ของเรา ประสบการณ์ที่ได้สัมผัสต้องถูกบรรยาย อธิบาย และตีความ จึงเกิดความเข้าใจ ประสบการณ์เดียวกันย่อมมีแก่นแท้เหมือนกัน แก่นแท้เหล่านี้ก็คือ ความหมายที่คนเข้าใจร่วมกัน ในการวิเคราะห์ นักวิจัยจะเปรียบเทียบวิเคราะห์ประสบการณ์ของหลายๆคน เพื่อหาลักษณะร่วมกันของประสบการณ์ โดยได้ดำเนินการศึกษาวิจัยโดยเก็บข้อมูลจากพนักงานบริษัท ทีพีโอ โพลีน จำกัด (มหาชน) โรงงานปูนซีเมนต์ จังหวัดสระบุรี จำนวน 12 คน เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การเก็บข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยเลือกใช้เครื่องมือต่าง ๆ ที่สำคัญเพื่อช่วยให้ผู้วิจัยสามารถเก็บข้อมูลได้ครบถ้วนถูกต้องตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ประกอบไปด้วย

1. สมุดบันทึกข้อมูลในภาคสนาม (Field Notebook) ใช้บันทึกชื่อผู้ให้ข้อมูล เพื่อใช้ในการอ้างอิงและนำข้อมูลที่จดไว้มาวิเคราะห์ต่อไป
2. เครื่องบันทึกเสียง (Recorder) ใช้บันทึกข้อมูลเสียงสัมภาษณ์จากการสนทนาระหว่างผู้วิจัยกับผู้ให้สัมภาษณ์ และนำมาใช้ร่วมกับข้อมูลที่ได้จากสมุดบันทึกเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป
3. แบบสัมภาษณ์เชิงลึก หรือแนวคำถามสัมภาษณ์ ผู้วิจัยใช้แนวคำถามสัมภาษณ์แบบปลายเปิด โดยผู้ให้ข้อมูลสามารถตอบคำถามได้อย่างละเอียดเท่าที่ผู้ให้ข้อมูลต้องการ โดยแนวคำถามที่ผู้วิจัยถามคือ เรื่องการให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงานบริษัท ทีพีโอ โพลีน จำกัด (มหาชน) โรงงานปูนซีเมนต์ จังหวัดสระบุรี ซึ่งแนวคำถามมีความครอบคลุมในประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

ในการวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ใช้วิธีตรวจสอบข้อมูลสามเส้า (Triangulation) (Denzin, 1970) โดยแบ่งออกเป็น 3 ประเภท

1. การตรวจสอบด้านข้อมูล (Data Triangulation) ตรวจสอบข้อมูลที่ได้มาจากแหล่งต่างๆ นั้นมีความเหมือนกันหรือไม่ซึ่งถ้าทุกแหล่งข้อมูลพบว่าได้ข้อค้นพบมาเหมือนกัน แสดงว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มามีความถูกต้อง
2. การตรวจสอบด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation) ในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยเปลี่ยนตัวผู้เก็บข้อมูลหลายคนเพื่อลดความลำเอียงด้านทัศนคติและความไม่แน่ใจในคุณภาพของผู้รวบรวมข้อมูลภาคสนาม ซึ่งถ้าผู้วิจัยหรือผู้เก็บข้อมูลทุกคนพบว่าข้อค้นพบที่ได้มามีความเหมือนกัน แสดงว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มามีความถูกต้อง

3. การตรวจสอบด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) ตรวจสอบการใช้ทฤษฎีที่หลากหลายว่า ข้อมูลที่ได้มาเป็นไปในทิศทางเดียวกันหรือไม่ ถ้าพบว่าไม่ให้นำทฤษฎีใดมาใช้ได้ข้อค้นพบที่เหมือนกัน แสดงว่า ข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มามีความถูกต้อง

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของผลการวิเคราะห์โดยวิธีการตรวจสอบหลายทาง สำหรับความน่าเชื่อถือของแนวคำถามสัมภาษณ์ ความน่าเชื่อถือในการวิเคราะห์ข้อมูลได้รับการตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบว่าเนื้อหาดังกล่าวเกี่ยวข้องกับประเด็นในการวิจัยหรือไม่

การวิเคราะห์ข้อมูล

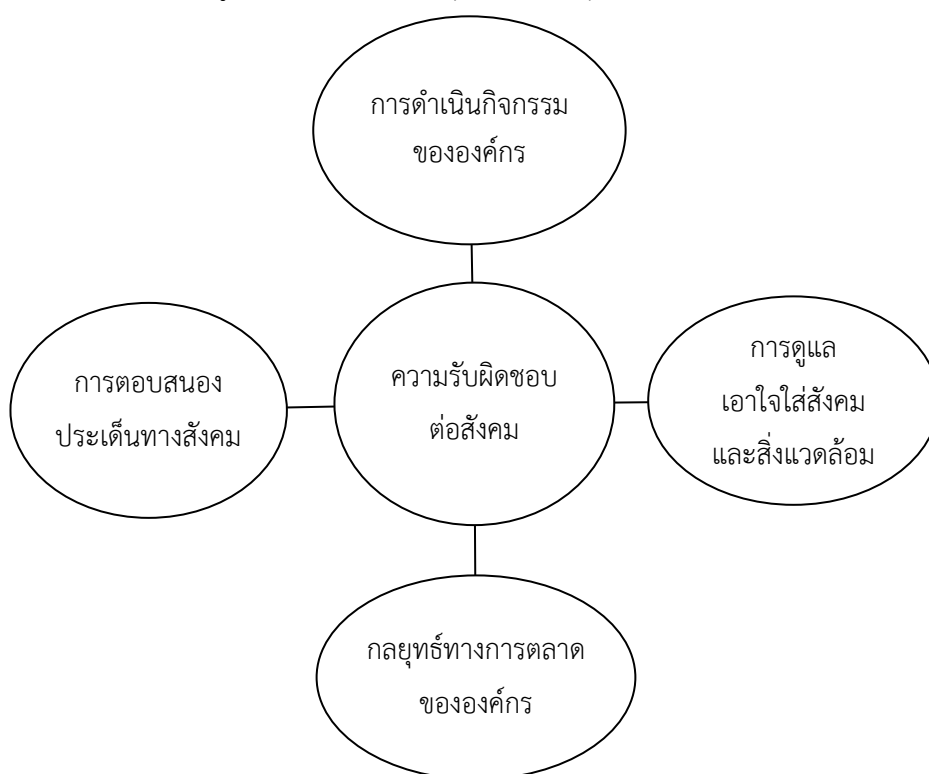
การศึกษาการให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงานบริษัท ทีพีไอ โพลีน จำกัด (มหาชน) โรงงานปูนซีเมนต์ จังหวัดสระบุรี ได้ใช้วิธีการวิเคราะห์แบบพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Analytical Description) จากการสัมภาษณ์ เมื่อผู้วิจัยสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักเสร็จแล้ว ผู้วิจัยลงรหัสของข้อมูลเพื่อมิให้ปะปนกันเนื่องจากมีผู้ให้ข้อมูลหลักหลายคน โดยใช้ตัวเลขลำดับที่ของข้อมูลและคนให้สัมภาษณ์ จากนั้นผู้วิจัยถอดเทปบทสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลหลักแบบคำต่อคำ และนำมาพิมพ์เป็นบทสัมภาษณ์ และทำการสำรวจภายในตัวเองของผู้วิจัย เพื่อดูว่าตนเองมีอคติหรือมีข้อสรุปที่คิดไว้ก่อนเกี่ยวกับปรากฏการณ์ที่ศึกษานั้นหรือไม่ โดยผู้วิจัยต้องขจัดอคติและความเอนเอียงออกไปก่อนเริ่มวิเคราะห์ข้อมูล หลังจากนั้นผู้วิจัยแตกข้อมูลที่ศึกษาทั้งหมดออกเป็นส่วนย่อยๆ ตามความหมายที่ปรากฏอยู่ในแต่ละส่วนแล้ว คัดแยกข้อมูลออกเป็นเรื่องๆ ต่อจากนั้นนำส่วนต่างๆ มาจัดรวมกันเป็นกลุ่มๆ ตามความหมายที่เชื่อมโยงกัน โดยผู้วิจัยต้องให้คำบรรยาย แต่ละเรื่องโดยเป็นข้อความที่สรุปและเรียบเรียงมาจากประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูลหลักแต่ละคน แล้วจึงนำมาวิเคราะห์ว่า แต่ละกิจกรรมที่มีลักษณะความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในความต้องการของพนักงานบริษัท ทีพีไอ โพลีน จำกัด (มหาชน) โรงงานปูนซีเมนต์ จังหวัดสระบุรี มีความพึงพอใจและมีความต้องการให้องค์กรมีกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมไปในแนวทางลักษณะใด และเป็นกิจกรรมที่เป็นไปตามหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมหรือไม่ เพื่อเป็นพื้นฐานในการวางแผนทางในการพัฒนารูปแบบการกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรต่อไป

ผลการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาถึงการให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงานบริษัท ทีพีไอ โพลีน จำกัด (มหาชน) โรงงานปูนซีเมนต์ จังหวัดสระบุรี โดยผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Methodology) ด้วยวิธีวิทยาการแบบปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) เป็นการมุ่งศึกษาการตีความจากการรับรู้ รับทราบของพนักงานเกี่ยวกับกิจกรรมหรือประสบการณ์ในการร่วมกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมกับบริษัท ทีพีไอ โพลีน จำกัด (มหาชน) ว่ามีความรู้สึก มีความคิดเห็นอย่างไร ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์พนักงานบริษัท ทีพีไอ โพลีน จำกัด (มหาชน) โรงงานปูนซีเมนต์ จังหวัดสระบุรี จำนวน 12 คน และนำผลการสัมภาษณ์มาศึกษาตามวัตถุประสงค์ต่อไป

1. การให้ความหมาย ที่มาของความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม

การให้ความหมาย ที่มาของความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานบริษัท ทีพีโอ โพลีน จำกัด (มหาชน) โรงงานปูนซีเมนต์ จังหวัดสระบุรี สามารถสรุปได้ 4 ความหมาย ดังนี้



รูปที่ 4.1 ความหมาย และที่มาของความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม

1.1 การดำเนินกิจกรรมขององค์กร เป็นการดำเนินกิจกรรมทั้งภายในและภายนอกองค์กร ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม อีกทั้ง องค์กรมีการบริหารจัดการทรัพยากรที่อยู่หรือทรัพยากรจากภายนอกเพื่อเป็นการสร้างประโยชน์ให้กับสังคม และยังสามารถทำให้องค์กรและสังคมอยู่ร่วมกันได้อย่างมีความสุข ความหมายดังกล่าวผู้ให้ข้อมูลหลักได้มาจากศึกษาเรียนรู้ และประสบการณ์ที่ได้เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่ทำให้กับสังคม

1.2 การดูแลเอาใจใส่สังคมและสิ่งแวดล้อม เป็นการสร้างประโยชน์ ช่วยเหลือรวมถึงการแก้ไขปัญหาทางสังคม และสิ่งแวดล้อม โดยรูปแบบกิจกรรมที่องค์กรทำนั้นยังส่งผลให้สังคมและสิ่งแวดล้อมได้รับรู้ว่าเป็นของตนเองไม่ได้ถูกทอดทิ้งจากสังคมส่วนใหญ่ ผู้ให้ข้อมูลหลักได้สังเกตจากหลาย ๆ องค์กร ในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

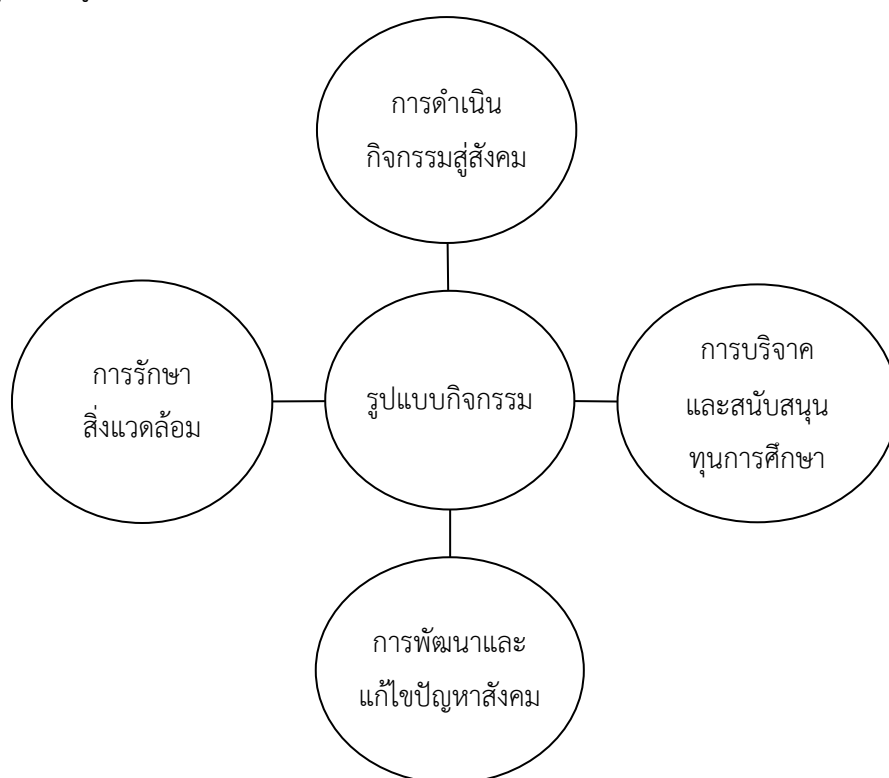
1.3 กลยุทธ์ทางการตลาดขององค์กร เป็นการนำกลยุทธ์หรือพันธกิจด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมาดำเนินการควบคู่กับการทำธุรกิจ โดยการจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคมและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่บริเวณรอบองค์กร ทั้งนี้ องค์กรต้องยึดหลักการดำเนินงานตามหลักจริยธรรม หลักความโปร่งใส และความยุติธรรมกับผู้ที่เกี่ยวข้ององค์กรอย่างเสมอภาคกัน เพื่อให้สามารถขจัดปัญหาในการดำเนินธุรกิจบางประการและ

ส่งผลต่อภาพลักษณ์ขององค์กรที่ดีขึ้นได้อีกด้วย ผู้ให้ข้อมูลหลักมีประสบการณ์โดยตรงจากทำงานในด้านการตลาดขององค์กร จึงได้ให้ความหมายตามที่กล่าวมาข้างต้น

1.4 การตอบสนองประเด็นทางสังคม เป็นการมองหาประเด็นความต้องการของสังคม โดยองค์กรต้องให้บุคลากรไปลงพื้นที่จริงในการศึกษาและวิเคราะห์ประเด็นที่สังคมต้องการ ทั้งจากประเด็นทางสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม แล้วนำมาสร้างกิจกรรมหรือจัดตั้งโครงการเพื่อตอบสนองต่อประเด็น ๆ นั้น วิธีการดังกล่าวนี้เป็นการช่วยเหลือ แก้ไขปัญหา หรือตอบสนองความต้องการของสังคมได้อย่างตรงประเด็นมากที่สุด โดยผู้ให้ข้อมูลหลักได้ศึกษากิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรต่าง ๆ รวมทั้ง ได้มีประสบการณ์จากการเข้าร่วมกิจกรรมหลายครั้งขององค์กร จึงให้ความหมายและที่มาของความหมายข้างต้นจากวิเคราะห์สรุปผลความรู้และประสบการณ์ดังกล่าว

2. รูปแบบการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงานบริษัท ทีพีโอ โพลีน จำกัด (มหาชน)

รูปแบบการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงานบริษัท ทีพีโอ โพลีน จำกัด (มหาชน) โรงงานปูนซีเมนต์ จังหวัดสระบุรี ต้องการให้บริษัทจัดทำกิจกรรมหรือโครงการขึ้นสามารถสรุปได้ 4 รูปแบบ ดังนี้



รูปที่ 4.2 รูปแบบการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงานบริษัท ทีพีโอ โพลีน จำกัด (มหาชน)

2.1 การดำเนินกิจกรรมสู่สังคม เป็นการทำกิจกรรมให้กับชุมชน สังคม โดยกิจกรรมหรือโครงการที่องค์กรควรดำเนินการ เช่น โครงการสืบสานตามประเพณีและวัฒนธรรมไทย (งานปีใหม่ งานรดน้ำดำ

หัวข้อพหุใหญ่เนื่องในวันสงกรานต์) กิจกรรมฝึกอาชีพ งานฝีมือหัตถกรรม เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้ช่วยให้องค์กร ชุมชนได้มีความใกล้ชิดกันมากขึ้น เป็นการสร้างอาชีพ สร้างรายได้ และใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ของผู้นในชุมชนต่อยอดจากการทำกิจกรรม อีกทั้ง ยังเป็นการปลูกจิตสำนึกการทำความดี ช่วยเหลือสังคมให้กับบุคลากรภายในองค์กรได้อีกด้วย

2.2 การบริจาคและสนับสนุนทุนการศึกษา เป็นหนึ่งกิจกรรมที่ต้องการให้องค์กรมอบสิ่งดี ๆ กลับคืนสู่สังคม โดยการบริจาคสิ่งของที่องค์กรมีอยู่แล้ว เช่น บริษัท ทีพีโอ โพลีน จำกัด (มหาชน) เป็นโรงงานปูนซีเมนต์ มีผลิตภัณฑ์ส่วนหนึ่ง จากการผลิตกระเบื้องมุงหลังคา บริษัทสามารถบริจาคกระเบื้องให้แก่วัด โรงเรียน ชุมชน หรือหน่วยงานราชการในพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อจะได้นำกระเบื้องไปใช้ประโยชน์ในการก่อสร้างซ่อมแซมอาคาร สถานที่สำคัญของชุมชน ตลอดจนต้องการให้บริษัทมีการสนับสนุนทุนการศึกษาให้กับลูกหลานในชุมชนบริเวณพื้นที่โดยรอบที่ตั้งบริษัทและโรงงานผลิต ผลักดันชุมชนให้ผู้ปกครองส่งเสริมลูกหลานให้ได้เรียนหนังสือ และช่วยเหลือวางแผนหรือเปิดช่องทางการเข้ามาทำงานกับบริษัทหลังจากลูกหลานสำเร็จการศึกษาในอนาคต

2.3 การพัฒนาและแก้ไขปัญหาสังคม เป็นการใส่ใจขององค์กรในการมุ่งพัฒนาสิ่งแวดล้อมบริเวณพื้นที่รอบบริษัท มุ่งปรับปรุงธรรมชาติให้น่ามอง และบริษัทต้องคำนึงถึงการแก้ไขปัญหาให้กับชุมชนซึ่งเป็นพื้นที่ตั้งของบริษัทและโรงงาน โดยเรื่องที่ต้องปรับปรุง มีด้วยกัน 3 ประเด็นหลัก คือ 1) ปรับปรุงเส้นทางการคมนาคม เพราะถนนที่ใช้สัญจรในหมู่บ้านเป็นเส้นทางเดียวกันกับการขนส่งบรรทุกของโรงงานที่มีรถบรรทุกน้ำหนักมากวิ่งเข้าออก จึงทำให้ถนนเป็นหลุมเป็นบ่อ ดังนั้น บริษัทควรต้องเร่งปรับปรุงเส้นทางสัญจรเพื่อให้การเดินทางของผู้คนในชุมชนกลับมาเป็นปกติ 2) ปรับปรุงแหล่งน้ำ บริษัทต้องให้ความเข้มงวดตรวจสอบคุณภาพของแม่น้ำ ลำคลอง หรือแหล่งที่กักเก็บน้ำของชุมชนเพื่อใช้อุปโภคและบริโภค รวมทั้งแหล่งกักเก็บน้ำของตัวโรงงาน ที่ต้องมีมาตรฐานที่เหมาะสมสำหรับไว้ดื่มและใช้ของผู้คนทั่วทั้งชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้องกับโรงงาน 3) ปรับปรุงหรือจัดการปัญหาขยะ ซึ่งเป็นแหล่งที่สะสมแพร่ระบาดของเชื้อโรค โดยบริษัทต้องมุ่งปลูกจิตสำนึกให้บุคลากร หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้ง ผู้คนในชุมชนตระหนักและช่วยกันจัดการขยะ ส่งเสริมให้มีการคัดแยกขยะและนำขยะที่สามารถนำกลับมาใช้ได้ อีก เพื่อเป็นการช่วยลดจำนวนของขยะและเป็นการกำจัดเชื้อโรคของกองขยะได้อีกด้วย ทั้งนี้ บริษัทอาจจัดกิจกรรมที่มอบรางวัลให้กับครอบครัวในชุมชน ที่มีแนวทางดำเนินการคัดแยกขยะ ประดิษฐ์หรือนำขยะกลับมารีไซเคิลใช้ได้อีกครั้ง

2.4 การรักษาสิ่งแวดล้อม เป็นการส่งเสริมให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับบริษัทได้ตระหนักถึงการลดโลกร้อน โดยปัจจุบันบริษัทได้มีแนวทางรักษาสิ่งแวดล้อมให้เป็นพื้นที่สีเขียวบริเวณโดยรอบบริษัทและโรงงาน ทั้งนี้ ต้องการให้บริษัทเพิ่มพื้นที่ปลูกป่าในพื้นที่บริเวณทางไกล เช่น พื้นที่ภาคเหนือ ภาคใต้ หรือพื้นที่ที่เหมาะสม เพื่อเป็นการช่วยลดภาวะโลกร้อนได้เป็นอย่างดี อีกทั้ง บริษัทควรผลิตผลิตภัณฑ์หรือนวัตกรรมใหม่ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สามารถตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนหรือผู้ที่เกี่ยวข้องได้ และเป็นการเพิ่มช่องทางในการรักษาสิ่งแวดล้อมให้อยู่คู่กับสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข

สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากบทสัมภาษณ์ พนักงานบริษัท ทีพีไอ โพลีน จำกัด (มหาชน) โรงงานปูนซีเมนต์ จังหวัดสระบุรี พบว่า การให้ความหมายซึ่งได้มาจากความรู้ ประสบการณ์การดำเนินชีวิตของผู้ให้ข้อมูลของความรับผิดชอบต่อสังคม คือ การดำเนินกิจกรรมขององค์กร การดูแลเอาใจใส่สังคมและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการดำเนินการตามกลยุทธ์ทางการตลาดขององค์กร และโดยมุ่งเน้นในด้านการตอบสนองประเด็นทางสังคมที่สำคัญเป็นหลัก โดยพนักงานต้องการที่จะให้บริษัทและโรงงานมีรูปแบบการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในรูปแบบ การจัดกิจกรรมหรือโครงการสู่สังคม การบริจาคและสนับสนุนทุนการศึกษา พัฒนาและแก้ไขปัญหาสังคม และการรักษาสภาพสิ่งแวดล้อม โดยผู้ให้ข้อมูลหลักต้องการเห็นชุมชน สังคมโดยรอบ ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้องได้รับสิ่งที่ดีและเหมาะสมจากบริษัท เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องหรือผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อมสามารถอยู่ร่วมกับบริษัทได้อย่างมีความสุขและเกิดความยั่งยืนตลอดไป

อภิปรายผล

จากผลการศึกษา ผู้วิจัยจึงสามารถอภิปรายผลได้ว่า ในปัจจุบันการประกอบธุรกิจต่าง ๆ นั้นจะต้องคำนึงสิ่งต่าง ๆ รอบด้านขององค์กรด้วย ไม่ว่าจะเป็น สังคม หรือสิ่งแวดล้อม องค์กรจะต้องให้ความสำคัญ โดยการจัดตั้งโครงการหรือกิจกรรมต่างๆ เพื่อช่วยเหลือ สนับสนุน หรือฟื้นฟูสภาพให้แก่ สังคมและสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับองค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ จีรวรรณ ภูวกรกิจ และคณะ (2557) ที่ได้ศึกษา การให้ความหมายที่มาของความหมาย และรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้ศึกษาพบว่า นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม โดยให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ 6 ความหมาย คือ 1) การพัฒนาสังคมทั้งทางตรงและทางอ้อม 2) การดูแลเอาใจใส่สังคมและสิ่งแวดล้อม 3) กลยุทธ์ทางการตลาดขององค์กร 4) การกระทำที่มีประโยชน์ ต่อคนหมู่มาก 5) การตอบสนองประเด็นทางสังคม 6) การฟื้นฟูสภาพสังคมและสิ่งแวดล้อมรอบด้านองค์กร โดยที่มาของความหมายได้มาจากประสบการณ์ในการดำเนินชีวิตในแต่ละวัน ไม่ว่าจะเป็นจากการศึกษา จากการติดตามข่าวสารทางภาคธุรกิจหรือบันเทิง จากการพูดคุยพบปะกับเพื่อนร่วมงาน จากการเข้าร่วมในโครงการอาสาสมัครต่างๆ และจากหน้าที่การทำงานที่รับผิดชอบ สอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกกาญจน์ บุญยืน และคณะ (2556) ที่ได้ศึกษา การให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของลูกค้า ธนาคารไทยพาณิชย์

ในส่วนของรูปแบบของความรับผิดชอบต่อสังคมที่พนักงานบริษัท ทีพีไอ โพลีน จำกัด (มหาชน) โรงงานปูนซีเมนต์ จังหวัดสระบุรี ต้องการให้บริษัท ทีพีไอ โพลีน จำกัด (มหาชน) จัดทำขึ้นนั้น จะมุ่งเน้นไปที่การดำเนินกิจกรรมสู่สังคม การบริจาคและสนับสนุนทุนการศึกษา การพัฒนาและแก้ไขปัญหาสังคม การรักษาสภาพสิ่งแวดล้อม การบริจาคและสนับสนุนทุนการศึกษา พัฒนาและแก้ไขปัญหาสังคม และการรักษาสภาพสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับชนิดของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ชนิดการส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม ชนิดการบริจาคเพื่อการกุศล ชนิดการอาสาช่วยเหลือชุมชน การตลาดเพื่อสังคมขององค์กร และการประกอบ

ธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม ตามแนวคิดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ Phillip Kotler and Nancy Lee (2005) ทั้งนี้เพราะต้องการเห็นชุมชน และสังคมโดยรอบ ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้องได้รับสิ่งที่ดีและเหมาะสมจากบริษัท เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องหรือผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อมสามารถอยู่ร่วมกับบริษัทได้อย่างมีความสุขและเกิดความยั่งยืน

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษา เรื่อง “การให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ทีพีโอ โพลีน จำกัด (มหาชน) โรงงานปูนซีเมนต์ จังหวัดสระบุรี” เป็นการเก็บข้อมูลจากพนักงานบริษัท ทีพีโอ โพลีน จำกัด (มหาชน) โรงงานปูนซีเมนต์ จังหวัดสระบุรีเพียงเท่านั้น ทำให้ทราบถึงทัศนคติและรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมที่ต้องการของพนักงานเพียงกลุ่มเดียว ในการวิจัยครั้งต่อไปหากสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลกลุ่มอื่น ที่มีส่วนได้ส่วนเสียต่อองค์กร จะทำให้สามารถรับรู้ถึงข้อมูลได้กว้างมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะเป็นข้อมูลที่สำคัญในการนำเสนอการจัดทำโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อสังคมและองค์กรเอง เพื่อให้เกิดความรักความผูกพันระหว่างชุมชนและพนักงานในองค์กร ทั้งยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรเกิดประโยชน์สูงสุดและยั่งยืนต่อไป

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษา “การให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงานบริษัท ทีพีโอ โพลีน จำกัด (มหาชน) โรงงานปูนซีเมนต์ จังหวัดสระบุรี” ในมุมมองของพนักงานบริษัท ทีพีโอ โพลีน จำกัด (มหาชน) โรงงานปูนซีเมนต์ จังหวัดสระบุรี ผู้วิจัยครั้งต่อไปอาจจะศึกษาเปรียบเทียบกับความต้องการของพนักงานในภาคธุรกิจอื่นๆ รวมถึงวิจัยในส่วนของการให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในมุมมองของพนักงานหรือองค์กรนั้นๆเอง แล้วนำมาเปรียบเทียบ ปรับประยุกต์ให้เกิดความกลมกลืน ในการกำหนดรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรใดองค์กรหนึ่ง เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อสังคมและองค์กรเอง

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

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

โกศล ดีศีลธรรม. (2554). ความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อผลิตภาพที่ยั่งยืน. [Online]. เข้าถึงเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2558 เข้าถึงได้จาก <http://thailandindustry.com/guru/view.php?id=14463§ion=9&rcount=Y>

- จิรวัดน์ ภูวกรกิจ และคณะ. (2557). “การให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และรูปแบบความรับผิดชอบ ต่อสังคมในความต้องการของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาการประกอบการ มหาวิทยาลัย ศิลปากร.”วารสารวิชาการ Veridian E-Journal ปีที่ 7, ฉบับที่ 1 (เดือนมกราคม-เมษายน) :154
- ชาย โพธิ์สีตา. (2549). ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ. สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ผลิน ภูเจริญ. (2547). การจัดการร่วมสมัย กรอบแนวคิดใหม่ทางการจัดการในการสร้างและพัฒนาพลวัตใน การแข่งขัน. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: เอกพิมพ์ไทย.
- วิทยา ชีวโรจน์ทัย. (2553). **พลัง CSR สู่อำนาจเป็นเลิศ ฉบับ ADVANCED**. กรุงเทพฯ: ฐานการพิมพ์.
- สถาบันไทยพัฒน์. การศึกษาและพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ในกระบวนการบริหาร จัดการองค์การธุรกิจ. กรุงเทพฯ: สถาบันไทยพัฒน์, 2550.
- สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม. **แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ**. [Online]. เข้าถึงเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2558 เข้าถึงได้จาก http://www.set.or.th/setlearningcenter/files/CSRI_195.pdf

ภาษาต่างประเทศ

- Denzin, N. K. (1970). **Sociological Methods: A source Book**. Chicago: Aldine.
- Philip Kotler and Nancy Lee. (2005). **Corporate Social Responsibility**. New Jersey, John Wiley & Sons.