



วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง "กลยุทธ์การบริหารจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ" ผู้ศึกษาวิจัยได้เลือกใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Methodology) มีขั้นตอนและรายละเอียดของระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
2. การกำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย
4. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
5. การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอข้อมูลวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการคัดเลือกบริษัทที่ได้ทำการศึกษาจากการให้คะแนนตามแนวคิด "สัญญาโลกขององค์การสหประชาชาติ" หรือ The UN Global Compact ที่ให้กับแก่องค์กรธุรกิจในเรื่องของการบริหารงานองค์กรอย่างมีจริยธรรมในด้านสิทธิมนุษยชน มาตรฐานแรงงานและเรื่องสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับหลักเกณฑ์ในการให้รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน Corporate Social Responsibility ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR: Corporate Social Responsibility Awards เป็นรางวัลที่จะมอบให้แก่บริษัทจดทะเบียนที่มีความโดดเด่นในการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อส่งเสริมสนับสนุนและเผยแพร่เกียรติคุณขององค์กรที่ได้รับพิจารณาคัดเลือกให้แพร่หลายเป็นแบบอย่างสำหรับภาคธุรกิจอื่นๆ พร้อมทั้งเพื่อส่งเสริมให้มีการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง โดยการพิจารณาคัดเลือกจะพิจารณาจากข้อมูลการปฏิบัติงานที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กรทุกฝ่ายทั้งพนักงาน ผู้บริโภค ผู้ถือหุ้น สังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อม โดยการแก้ไขป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้น

จากการดำเนินธุรกิจหรือเกี่ยวข้องโดยตรงกับกระบวนการในการดำเนินธุรกิจขององค์กรหรือการที่องค์กรได้ดำเนินการเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มคุณภาพของสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งคุณภาพของสังคมภายใน อาทิ สวัสดิการของแรงงาน ความสัมพันธ์ที่ดีของแรงงาน นอกจากนี้ยังพิจารณาข้อมูลการปฏิบัติงานของบริษัทที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม สิ่งแวดล้อมและพนักงานหรือความสัมพันธ์กับแรงงาน ชุมชนและสังคมแต่ไม่เกี่ยวข้องกับกระบวนการในการดำเนินธุรกิจปกติของบริษัทอีกด้วย (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2550: 27)

รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR: Corporate Social Responsibility Awards มีเกณฑ์พิจารณาคัดเลือกดังนี้

1. นโยบายและการดำเนินธุรกิจที่มีการประยุกต์กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อมเข้ากับภารกิจและการดำเนินงานปกติของกิจการ อาทิเช่น

- 1.1 การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม
- 1.2 การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม
- 1.3 การเคารพสิทธิและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม
- 1.4 ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค
- 1.5 การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม

2. พิจารณาถึงการดำเนินกิจกรรมหรือโครงการด้านสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อม ที่มีได้อยู่ในกระบวนการดำเนินธุรกิจหลักขององค์กร เช่น การดำเนินกิจกรรมอาสาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชน การร่วมกันรักษาสภาพแวดล้อมในชุมชนให้น่าอยู่ การสนับสนุนให้ชุมชนมีระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานต่างๆ อย่างพอเพียง เป็นต้น

3. พิจารณาถึงความต่อเนื่องและยั่งยืนทั้งการดำเนินนโยบายและกระบวนการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อมและการดำเนินกิจกรรมหรือโครงการด้านสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมที่มีได้อยู่ในกระบวนการดำเนินธุรกิจหลักขององค์กร

4. พิจารณาถึงนวัตกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาชุมชน สังคม และการรักษาสิ่งแวดล้อมอันเป็นผลมาจากการดำเนินนโยบายและกระบวนการดำเนินธุรกิจด้วยความ

รับผิดชอบต่อสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนผลของการดำเนินกิจกรรมหรือโครงการด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่มีได้อยู่ในกระบวนการดำเนินธุรกิจหลักของบริษัท

5. ความเป็นรูปธรรม โดยพิจารณาจากการเยี่ยมชมโครงการ

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าวข้างต้นทั้ง 2 หลักเกณฑ์ ผู้วิจัยได้นำมาจัดสร้างเป็นตารางที่ใช้ในการตรวจสอบและบันทึกกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ โดยคัดเลือกองค์กรธุรกิจที่ดำเนินธุรกิจในประเทศไทยจำแนกตามการแบ่งกลุ่มของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยซึ่งได้จำแนกกลุ่มอุตสาหกรรมขององค์กรธุรกิจในประเทศไทยเป็นทั้งสิ้น 35 กลุ่มอุตสาหกรรมและได้แบ่งเป็นเครือข่ายอุตสาหกรรมทั้งสิ้นรวม 9 เครือข่ายอุตสาหกรรม ได้แก่

1. อุตสาหกรรมอาหารและยา
2. อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน
3. อุตสาหกรรมแฟชั่น
4. อุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องปรับอากาศ
5. อุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้าง
6. อุตสาหกรรมปิโตรเลียม
7. อุตสาหกรรมเครื่องจักรกลและโลหะการ
8. อุตสาหกรรมเยื่อกระดาษและการพิมพ์
9. อุตสาหกรรมวัสดุและผลิตภัณฑ์สับสนุน

จากเครือข่ายกลุ่มอุตสาหกรรมเหล่านี้ ผู้วิจัยได้คัดเลือกบริษัทและองค์กรธุรกิจต่างๆ ที่จะทำให้การศึกษาโดยใช้เกณฑ์การคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยคัดเลือกจากขนาดขององค์กรที่มีพนักงานตั้งแต่ 200 คนขึ้นไปและองค์กรที่มีฝ่ายสื่อสารองค์กรหรือฝ่ายประชาสัมพันธ์มาเป็นตัวแทนของกลุ่มในการศึกษาวิจัย โดยเลือกตัวแทนองค์กรธุรกิจของแต่ละเครือข่ายอุตสาหกรรมแล้วนำมาจดบันทึกตามตารางจดบันทึกการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจเพื่อศึกษาดูว่าบริษัทหรือองค์กรธุรกิจมีคุณลักษณะการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจเกินกว่ากึ่งหนึ่งซึ่งถ้าหากมีการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจมากกว่ากึ่งหนึ่งก็ได้นำมาเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัย

ตารางที่ 1 ตารางจัดบันทึกการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ

ลำดับที่	กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ	ดำเนินงาน	ไม่ได้ดำเนินงาน
มิติภายในองค์กร			
1	สนับสนุนและเคารพหลักสิทธิและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม		
2	ไม่ใช้แรงงานเด็ก		
3	กำจัดการเลือกปฏิบัติในการว่าจ้างแรงงานและอาชีพ		
มิติภายนอกองค์กร			
4	การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม		
5	ประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม		
6	ต่อต้านการคอร์รัปชัน		
7	ร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม		
8	จัดกิจกรรมโครงการด้านสังคมที่มีได้อยู่ในกระบวนการดำเนินธุรกิจขององค์กร		
อื่น ๆ			
9	ความต่อเนื่องของการดำเนินงานด้าน CSR		
10	ความเป็นรูปธรรมของโครงการ		

หลังจากนั้นจึงนำเอาบริษัทหรือองค์กรที่มีการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเท่ากับหรือมากกว่ากึ่งหนึ่งมาทั้งสิ้น 6 องค์กรจากเครือข่ายอุตสาหกรรมทั้งสิ้น 9 เครือข่ายเพื่อเป็นตัวแทนขององค์กรธุรกิจในประเทศไทยที่จะนำมาศึกษาถึงกลยุทธ์และลักษณะการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย โดยได้้องค์กรธุรกิจที่ทำการศึกษาดังนี้

1. บริษัท สตาร์บัคส์ คอฟฟี่ (ประเทศไทย) จำกัด
2. บริษัท พานาโซนิค ซิว เซลส์ (ประเทศไทย) จำกัด
3. บริษัท นิชิเวิร์ล จำกัด
4. บริษัท เซฟรอนประเทศไทยสำรวจและผลิต จำกัด
5. ศูนย์การเซ็นทรัลเวิลด์
6. บริษัท เต็ดตรา แพ้ค (ไทย) จำกัด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) มีการกำหนดแนวทางของคำถามที่ต้องการสัมภาษณ์ (Interview Guide) ไว้ล่วงหน้า ซึ่งเป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open – Ended Question) เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดประเด็นให้ได้ข้อมูลที่ต้องการโดยได้ใช้คำถามเดียวกันในการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทุกกลุ่มที่ศึกษา

การกำหนดแนวคำถามได้พิจารณาจากข้อมูลต่างๆ ที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากข่าวประชาสัมพันธ์ที่เผยแพร่ขององค์กร รายงานประจำปี เอกสาร บทความ งานวิจัยและหนังสือต่างๆ ตลอดจนกรอบแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2 โดยประเด็นคำถามจะมุ่งไปที่การบริหารจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจและการจัดการเชิงกลยุทธ์ของแต่ละองค์กร โดยใช้กรอบแนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเชิงกลยุทธ์และแนวคิดเกี่ยวกับสัญญาโลกขององค์การสหประชาชาติ โดยนำแนวคิดและข้อมูลเหล่านี้มากำหนดแนวคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผู้ศึกษาได้ใช้เครื่องบันทึกเทปเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลพร้อมสมุดจดบันทึกเฉพาะประเด็นสำคัญในขณะสัมภาษณ์เพื่อความละเอียดและสมบูรณ์ในการสรุปข้อมูลภายหลัง

ผู้ศึกษามีวิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทั้ง 2 ประเภท ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ข้อมูลประเภทบุคคล ใช้วิธีการสัมภาษณ์เจาะลึก (In depth Interview) ทำการสัมภาษณ์บุคคลอย่างเป็นทางการ โดยมีชุดคำถามสำหรับสัมภาษณ์บุคคลต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1.1 ผู้บริหารที่กำกับดูแลและกำหนดนโยบายด้านการบริหารจัดการเรื่องการรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจและ/หรือฝ่ายประชาสัมพันธ์องค์กรหรือตัวแทนที่ปรึกษาทางประชาสัมพันธ์ (PR Agency) จำนวน 6 องค์กร ได้แก่

บริษัท สตาร์บักส์ คอฟฟี่ (ประเทศไทย) จำกัด

1. คุณสุนนพินท์ โชติกะพุกกณะ ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดและสื่อสารองค์กร
2. คุณพระวี สุระมล ผู้จัดการประชาสัมพันธ์ ฮิลล์ แอนด์ นอลตัน

3. คุณกระวี ทรัพย์มณี ที่ปรึกษางานประชาสัมพันธ์ ฮิลล์ แอนด์ นอลตัน ไทย

บริษัท พานาโซนิค ชิว เซลส์ (ประเทศไทย) จำกัด

1. คุณแสงจันทร์ เจริญศึกษา Assistant Manager

บริษัท นิซิเวอร์ล จำกัด

1. คุณศิริพรรณ แจ่มศรี ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์และการตลาด
2. คุณณภัทร จินดาสงวน Business Group Director, JWT Public Relations
3. คุณวัลภา สุขไชย Senior Consultant, JWT Public Relations

บริษัท เซฟรอนประเทศไทยสำรวจและผลิต จำกัด

1. คุณวิริยาภรณ์ ตันตินิพันธุ์กุล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์อาวุโส
2. คุณภรณ์ กองอมรภิญโญ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์อาวุโส

ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์

1. คุณภัทรวรรณ จันทราพรหม เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์อาวุโส
2. คุณวรรัตน์ ชีวะวิชवालกุล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์

บริษัท เต็ดตรา แพ้ค (ไทย) จำกัด

1. คุณฐาปนี จันทร์หอม ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร
2. คุณพรรณราย ทวีโชติกิจเจริญ Business Director, JWT Public Relations
3. คุณจรรุรัตน์ มั่นเจริญศิริ PR Executive, JWT Public Relations

1.2 สื่อมวลชนที่รายงานข่าวด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ 5
สำนักพิมพ์ สำนักพิมพ์ละ 1 ท่าน ได้แก่

หนังสือพิมพ์มติชน

คุณสิรินาฏ ศิริสุนทร

หัวหน้าข่าวคุณภาพชีวิต-สิ่งแวดล้อม

หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์

คุณญาณพล มุสิตเกตุ

ผู้สื่อข่าว Outlook

หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ

คุณวรัญญา ศรีเสวก

ผู้สื่อข่าวซีเอสอาร์

นิตยสารโพลีซันนิง

คุณอรุณสิทธิ์ เหมือนมาตย์

ผู้สื่อข่าว

นิตยสารแบรนด์เอจ

คุณวุฒิกกร สิ้นธุวาทีน

บรรณาธิการ

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ข้อมูลประเภทเอกสาร ใช้วิธีการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) ที่ได้จากการค้นคว้า และรวบรวมจากแหล่งต่างๆ ดังนี้

2.1 ข่าวประชาสัมพันธ์ที่เผยแพร่ในสื่อต่างๆ (News Clipping) ได้แก่ข่าวหนังสือพิมพ์และนิตยสารที่รายงานข่าวความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ

2.2 รายงานประจำปี (Annual Report) เพื่อศึกษาถึงรูปแบบ แนวทางการบริหารจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ นอกจากนี้ยังศึกษาถึงการจัดการเชิงกลยุทธ์ของแต่ละองค์กร

2.3 หนังสือและบทความวิชาการ ที่นักวิชาการด้านสังคมได้ศึกษาและเขียนรวบรวมไว้เกี่ยวกับด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจเพื่อศึกษาสถานการณ์การบริหารจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในปัจจุบัน

2.4 งานวิจัยและวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำผลการวิจัยมาเป็นแนวทางในการศึกษาและอ้างอิง

การวิเคราะห์และสรุปผลข้อมูล

ในขั้นตอนการวิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลที่ได้จากการศึกษา ผู้ศึกษาได้นำข้อมูลจากเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้องที่มีบทบาทในการ

กำหนดนโยบาย การวางแผนด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์ขององค์กรและผู้รับผิดชอบที่มีบทบาทในการกำหนดนโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจมาประมวลและทำการวิเคราะห์ถึงการจัดการเชิงกลยุทธ์ขององค์กรและการบริหารจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจด้วยการวิเคราะห์ที่ความโดยอาศัยทฤษฎี แนวคิด งานวิจัยที่เกี่ยวข้องประกอบ

การนำเสนอข้อมูล

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้นำเสนอโดยการเขียนบรรยายเกี่ยวกับการดำเนินงานกลยุทธ์การบริหารจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจซึ่งเป็นการวิเคราะห์ถึงแนวทางในการจัดการเชิงกลยุทธ์และการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจของแต่ละองค์กรแล้วนำมาสังเคราะห์เพื่อให้เกิดกรอบแนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในประเทศไทยเพื่อให้องค์กรอื่นๆ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการบริหารงานองค์กรอันจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป