

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ความเปลี่ยนแปลงของโลกในปัจจุบันที่ดำเนินไปอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง โดยปราศจากข้อจำกัด หรือกฎเกณฑ์ทางเศรษฐกิจ มีการแข่งขันด้านอุตสาหกรรม และธุรกิจบริการ ตลอดจนการใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่จากเทคโนโลยีใหม่ๆ อย่างไม่คำนึงถึงผลกระทบในมิติต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นมิติด้านสิ่งแวดล้อม หรือมิติด้านสังคม เป็นไปเพียงเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาคุณภาพ และเป็นการเพิ่มกำลังการผลิตของสินค้า เพื่อให้ได้กำไรสูงสุด อันเป็นผลมาจากลัทธิทุนนิยม จึงทำให้เกิดการแข่งขันกันอย่างเสรีทั้งมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การค้าเสรี การลงทุนข้ามชาติ ทำให้ขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรมเปลี่ยนแปลงไปตามกระแสบริโภคนิยมจากการเลียนแบบประเทศตะวันตกผู้นำลัทธิทุนนิยม โดยอ้างความเป็นประชาธิปไตยที่ประชาชนต้องมีส่วนร่วม จากสภาวะดังกล่าวพลโลกส่วนใหญ่จึงใช้จ่าย และบริโภครายการที่มีอยู่อย่างจำกัดอย่างฟุ่มเฟือยและสุรุ่ยสุร่าย ทำให้เกิดการแข่งขันกันอย่างดุเดือดให้ได้มาซึ่งทรัพยากรเพื่อสร้างความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจแก่ตนเอง โดยไม่ได้สนใจหรือใส่ใจต่อสภาพสังคมและปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่หมดสมรรถภาพไปเรื่อยๆ และความสามารถในการอำนวยความสะดวกของทรัพยากรเหล่านั้นให้กับพลโลกลดลงอย่างรวดเร็ว

ปัญหาสังคมเป็นปรากฏการณ์หนึ่งที่เกิดขึ้นควบคู่กันมากับสังคมมนุษย์ กล่าวได้ว่าในทันทีที่เกิดสังคมมนุษย์ขึ้น สภาพของปัญหาสังคมก็เกิดขึ้นด้วยเช่นกัน แต่สภาพของปัญหาสังคมในอดีตที่ผ่านมาไม่มีสภาพที่ไม่สลบซับซ้อนและเข้มข้น จนส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของสมาชิกในสังคมมากนัก เนื่องจากแต่เดิมสังคมยังมีขนาดเล็ก และมีสมาชิกจำกัด แต่ในปัจจุบันที่โลกมีพลโลกกว่าหกพันล้านคน ประชาคมโลกจึงต้องเผชิญกับปัญหาที่เกิดจากการพัฒนาที่ขาดความสมดุล อันเป็นผลพวงจากการมุ่งพัฒนาในเชิงเดียว โดยให้ความสำคัญต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นหลัก แต่เพียงอย่างเดียว และมุ่งหวังการพัฒนาดังกล่าวให้ปัจจัยทางเศรษฐกิจเป็นพลังขับเคลื่อนให้เกิดการพัฒนาในด้านอื่นๆ ตามมา แต่ในความเป็นจริงกลับปรากฏผลในทางตรงกันข้าม จากสังเกตว่าโลกกำลังอยู่ในภาวะวิกฤติทั้งทางด้านสังคม จริยธรรม หรือแม้แต่วิกฤตการณ์ด้านสิ่งแวดล้อม จากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศโลกที่มีแต่จะทวีความรุนแรงขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ และความเป็นอยู่โดยรวมของของประชากรโลกทั่วทุกภูมิภาค

บทคัดย่อและเพิ่มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)

เป็นเพิ่มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR)

are the thesis authors' files submitted through the Graduate School.

จากสภาพสังคมปัจจุบันเกิดการปรับตัวทำให้เกิดวิวัฒนาการที่นำไปสู่ภาวะความเป็นสังคมเชิงซ้อน สถานะดังกล่าวส่งผลให้ปัญหาสังคมเพิ่มความเข้มข้น และมีความสลับซับซ้อนมากยิ่งขึ้น และจะเกิดปัญหาเช่นนี้เพิ่มมากขึ้นเป็นทวีคูณในอนาคต และจากการที่ประเทศไทยต้องเร่งพัฒนาตนเองเพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงให้สามารถแข่งขันกับนานาประเทศได้ กระแสการเร่งพัฒนา และสภาพเศรษฐกิจที่บีบรัด ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของคนในสังคมไทย ทำให้เกิดการแข่งขันโดยให้ค่านิยมในทางวัตถุสูงกว่าจิตใจ เกิดการเอาเปรียบซึ่งกันและกัน มุ่งแสวงหาผลประโยชน์ให้กับตนเองมากกว่าส่วนรวม ขาดการพัฒนาคุณธรรมและจริยธรรมอย่างจริงจังและต่อเนื่อง จนเกิดภาวะขาดสมดุลระหว่างด้านจิตใจกับด้านวัตถุ ส่งผลให้จิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมลดน้อยลงทุกวัน (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2552)

สัญญาณอันตรายที่บ่งชี้ความเสื่อมถอยของสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมที่ปรากฏในสังคมไทย และมีแนวโน้มรุนแรงมากยิ่งขึ้น และแสดงให้เห็นถึงความจำเป็นที่เร่งด่วนอย่างยิ่งของทุกภาคส่วนรวมทั้งภาคธุรกิจและเอกชน โดยเฉพาะผู้ประกอบการ ในอันที่จะต้องเข้าไปมีบทบาทและส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมให้มีการสร้าง พัฒนา และปลูกฝังในเรื่องของจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมโดยมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องและเป็นความยั่งยืน ได้แก่ ผลการศึกษาของศูนย์วิจัยเอแบค นวัตกรรมทางสังคม มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ (เอแบคโพลล์) เรื่อง “ความต้องการของประชาชนต่อรัฐบาลชุดใหม่ในการสร้างชาติโปร่งใส สร้างไทยชัดตรง” จากประชาชนใน 17 จังหวัด จำนวน 2,559 ตัวอย่าง พบว่า ประชาชนร้อยละ 64.5 ยอมรับได้ ถ้ารัฐบาลทุจริตคอร์รัปชันแล้วทำให้ประเทศชาติรุ่งเรือง ประชาชนกินคืออยู่ดี ตนเองได้รับประโยชน์ด้วย ในขณะที่ร้อยละ 35.5 ยอมรับไม่ได้ และเมื่อจำแนกกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามออกพบว่า ส่วนใหญ่ของทุกเพศ ทุกวัย ระดับรายได้ ทุกสาขาอาชีพ และการศึกษา ต่างก็ยอมรับได้ และที่น่าเป็นห่วงไปอีกคือ ร้อยละ 71.0 ของกลุ่มเยาวชนอายุต่ำกว่า 20 ปี นอกจากนี้ คนยังมีรายได้สูงกลับมีสัดส่วนของจำนวนผู้ยอมรับได้ โดยร้อยละ 71.0 ของผู้มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน ยอมรับได้ เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบที่น่าเป็นห่วงมากขึ้นไปอีก เมื่อพบว่า กลุ่มนักเรียน นักศึกษา ร้อยละ 72.3 ยอมรับได้ รองลงมาคือ พ่อค้า กลุ่มนักธุรกิจ ผู้ประกอบการส่วนตัว ร้อยละ 67.0 พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 64.9 กลุ่มเกษตรกรและผู้ใช้แรงงานทั่วไป ร้อยละ 56.4 และที่น่าสนใจพิจารณาคือ กลุ่มข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ครึ่งต่อครึ่ง คือร้อยละ 50.9 ที่ยอมรับได้ถ้ารัฐบาลทุจริตคอร์รัปชันแล้วทำให้ประเทศชาติรุ่งเรือง ประชาชนกินคืออยู่ดี ตนเองได้รับประโยชน์ด้วย และเมื่อจำแนกระดับการศึกษา ก็ยังพบว่า ร้อยละ 66.7 ของผู้สำเร็จการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และร้อยละ 58.4 ของผู้สำเร็จการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไปยอมรับได้ สำหรับแนวคิดของกลุ่มที่ยอมรับไม่ได้พบว่า กลุ่มคนที่ยอมรับไม่ได้มากที่สุด ร้อยละ 38.3 เป็นคนอายุเกิน 50 ปีขึ้นไป ร้อยละ 36 มาจากประชาชนที่มี

รายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ร้อยละ 49.1 เป็นข้าราชการ และร้อยละ 41.6 มีการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป ขณะที่ความต้องการของประชาชนที่ปฏิเสธการคอร์รัปชันนั้น ร้อยละ 87.5 ระบุให้เพิ่มโทษยึดทรัพย์ นักการเมือง ข้าราชการ และของเครือญาติที่รู้เห็นเป็นใจทุจริตคอร์รัปชัน รองลงมาคือร้อยละ 87.0 ระบุให้ลงโทษทั้งผู้ให้และผู้รับ ร้อยละ 84.2 ระบุไม่ต้องให้โอกาสนักการเมือง และข้าราชการที่ถูกตัดสินลงโทษกลับเข้ามีอำนาจอีก ร้อยละ 73.3 ให้ประกาศบัญชีการใช้จ่ายของหน่วยงานรัฐต่อสาธารณชนผ่านสื่อต่างๆ ร้อยละ 67.5 ตั้งคณะกรรมการรับเรื่องราวร้องทุกข์อิสระภายนอก กระทรวงหรือหน่วยงานของรัฐ (ไม่ให้ตรวจสอบตนเองภายในเท่านั้น) ร้อยละ 62.7 ระบุต้องปลูกจิตสำนึก สร้างความตระหนักให้ประชาชนเห็นผลร้ายของการทุจริตคอร์รัปชัน ร้อยละ 61.8 เปิดเผยที่มาที่ไปของการใช้เงินค่าปรับต่างๆ ให้สาธารณชนรับรู้รับทราบ และร้อยละ 45.3 ระบุอื่นๆ เช่น ให้สื่อมวลชน ภาคประชาชนร่วมตรวจสอบ มีระบบฐานข้อมูลปัญหาคอร์รัปชัน เพิ่มงบประมาณปราบปรามคอร์รัปชัน เป็นต้น (นภคกุล วรรณิการ์, 2554)

ผลการวิจัยนี้เป็นสัญญาณอันหนึ่งซึ่งแสดงให้เห็นว่าสมาชิกส่วนใหญ่ของสังคมไทยเมื่อพิจารณาจากร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เห็นด้วย และยอมรับรัฐบาลที่ทุจริตคอร์รัปชัน ถ้าทำให้ประชาชนอยู่ดีกินดีมากขึ้น มีตัวเลขโดยรวมที่อยู่ในอัตราที่สูงเกินครึ่งหนึ่งของประชาชนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด แสดงให้เห็นว่า สมาชิกส่วนใหญ่ในสังคมไทยปัจจุบันต่างเพิกเฉย และละเลยต่อความรับผิดชอบต่อสังคม การมีจิตสาธารณะ หรือการมีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม ด้วยผลการศึกษาที่ชี้ให้เห็นว่าประชาชนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ หรือผลประโยชน์ส่วนตนมากกว่าความสำคัญหรือประโยชน์ส่วนรวม โดยไม่ใส่ใจต่อความเสียหายที่จะเกิดขึ้นกับสังคมโดยรวม ทั้งด้านนโยบาย และด้านพฤติกรรมการทุจริตคอร์รัปชันของรัฐบาล ตลอดจนนักการเมือง ขาดทั้งคุณธรรม และจริยธรรม คนส่วนใหญ่มองเพียงผลที่สามารถทำให้ประชาชนอยู่ดีกินดีมากขึ้นเท่านั้น

แม้ว่าความมุ่งหมายหลักของการทำธุรกิจ คือการแสวงหากำไรสูงสุด มิใช่เพื่อการช่วยเหลือสังคมแต่อย่างใด แต่ปัจจุบันองค์กรธุรกิจต่างๆ เริ่มให้ความสำคัญ และจัดกิจกรรมที่แสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมที่เรียกว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ (Corporate Social Responsibility หรือ CSR) ขึ้น ซึ่งลักษณะการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่ปรากฏของธุรกิจต่างๆ ในสังคมไทยส่วนใหญ่ยังคงมีเป้าหมายในการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในลักษณะที่เป็นไปในด้านกิจกรรมเพื่อการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เป็นการสร้างภาพลักษณ์ของแต่ละองค์กร อีกทั้งกิจกรรมดังกล่าวแต่ละองค์กรสามารถนำค่าใช้จ่ายไปคำนวณเป็นต้นทุน เพื่อขอรับการลดหย่อนภาษีรายได้ มากกว่าความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะดำเนิน

กิจกรรมในเรื่องของจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างแท้จริง (อโณทัย ไพฑูรย์, 2551) รูปแบบของความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการที่ถูกต้องจำเป็นต้องมีเรื่องของ จิตสำนึก เป็นปัจจัยหรือองค์ประกอบหลัก สามารถดำเนินการไปด้วยความสอดคล้องตามแนวทาง 6 ประการในการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ (Kotler and Lee, 2008) คือ 1) การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม (Cause Promotion) 2) การตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคม (Cause-Related Marketing) 3) การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคม (Corporate Social Marketing) 4) การบริจาคเพื่อการกุศล (Corporate Philanthropy) 5) การอาสาช่วยเหลือชุมชน (Community volunteering) 6) การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Business Practices) และ แนวทางในการปฏิบัติสำหรับการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจโดยแบ่งเป็น 8 หมวด (คณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียน สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.), 2550) คือ หมวดที่ 1 การกำกับดูแลกิจการที่ดี, หมวดที่ 2 การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม, หมวดที่ 3 การเคารพสิทธิและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม, หมวดที่ 4 ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค สินค้า และ/หรือบริการของธุรกิจ, หมวดที่ 5 การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม, หมวดที่ 6 การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม, หมวดที่ 7 การเผยแพร่วัฒนธรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม และหมวดที่ 8 การจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

ในส่วนของ จิตสำนึก อันเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้การขับเคลื่อนความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการไทยขาดความครบถ้วน และความต่อเนื่องเชื่อมโยงในการดำเนินการ ทำให้ไม่สามารถบูรณาการในการปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ และไม่บรรลุวัตถุประสงค์ได้อย่างสมบูรณ์ เมื่อผู้ประกอบการส่วนใหญ่ซึ่งเป็นพลังสำคัญในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศ เฟิกเฉย ละเลย ขาดจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม หรือดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยขาดการบูรณาการอย่างสมบูรณ์ไม่ต่อเนื่อง เมื่อพิจารณาจากผลการสำรวจความรับผิดชอบต่อสังคมไทยในรายงาน CSR ประเทศไทย โดยสถาบันไทยพัฒนา ร่วมกับ บริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) และ บริษัท ไทโยต้า มอเตอร์ จำกัด (ประเทศไทย) ร่วมกันจัดขึ้น เมื่อวันที่ 3 เมษายน 2552 ณ โรงแรม เดอะแกรนด์อูทยาบางกอก กรุงเทพฯ ผลการสำรวจพบว่ามีภาคธุรกิจมีการใช้งบประมาณ CSR เพิ่มขึ้น 32% และมี 21% ที่มีแนวโน้มที่จะใช้งบประมาณในการดำเนินกิจกรรม CSR ลดลง และมี 1% ตอบว่าจะระงับการใช้งบประมาณชั่วคราว และมีทิศทางที่ชัดเจนว่า ในปี 2552 ภาคธุรกิจกว่า 36% ยังคงมีนโยบาย CSR ที่มุ่งเน้นด้านสิ่งแวดล้อม รองลงมาเป็นประเด็นทางด้านสังคม 37%

การศึกษา 19% เศรษฐกิจ 5% และประเด็นทางสังคมอื่นๆ อีก 3% แนวโน้มของการจัดทำรายงาน CSR ขององค์กร พบว่ามีองค์กรธุรกิจ 26% มองว่ากำลังอยู่ในระหว่างการเตรียมการที่จะจัดทำรายงาน CSR ในปี 2552 โดยมีเพียง 7% ที่มีการจัดทำรายงาน CSR ในปี 2551 และ 13% มีการริเริ่มจัดทำรายงานก่อนหน้านี้ และกว่า 54% ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดระบุว่าองค์กรยังไม่มีแนวคิดในการจัดทำรายงาน CSR ซึ่งประเด็นของการสำรวจมุ่งเน้นเฉพาะในส่วนของการดำเนินกิจกรรมเท่านั้น ดังนั้นรูปแบบ CSR ของไทยส่วนใหญ่จึงเป็นไปในรูปแบบของการบริจาคเพื่อการกุศล และการอาสาช่วยเหลือชุมชน เป็นส่วนใหญ่ (สถาบันไทยพัฒนา, 2552)

การศึกษาเรื่องการพัฒนา รูปแบบจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ โดยรูปแบบที่ศึกษาในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นรูปแบบเชิงระบบ (Systematic Approach Model) ซึ่งในกรณีนี้คือรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคม ประกอบด้วย 1) ปัจจัยนำเข้า 2) กระบวนการ และ 3) ผลลัพธ์ สิ่งปรากฏต่อสังคมไทยที่พบเห็นกันคือ กิจกรรมเพื่อสังคม อันเป็นส่วนหนึ่งของผลลัพธ์ แต่ผู้วิจัยเห็นว่าเป็นส่วนที่มีความสำคัญในการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นส่วนที่มีปฏิสัมพันธ์อย่างสำคัญกับผู้บริโภค และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งทางตรงและทางอ้อม อันได้แก่ ชุมชน สังคม กระทั่งในระดับชาติ และนานาชาติ คือ ปัจจัยนำเข้า และกระบวนการ ยังไม่ปรากฏการศึกษาแต่อย่างใด การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม แต่ขาดความตระหนักและการสร้างในส่วนของ “จิตสำนึก” อันเป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างแท้จริง ทำให้การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมไม่ครบวงจร ขาดความต่อเนื่องและไม่เกิดความเป็นระบบ จึงส่งผลกระทบต่อสังคมไทย และในทุกมิติไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และสิ่งแวดล้อม เป็นเหตุให้เกิดเหตุความขัดแย้งระหว่างชุมชนและผู้ประกอบการที่สามารถพบเห็นดังตัวอย่างที่เป็นประเด็นความขัดแย้งที่เป็นที่รับรู้โดยทั่วไป เช่น

1) ความขัดแย้งระหว่างชุมชน (กลุ่มอนุรักษ์แม่รำพึงและกลุ่มพันธมิตรด้านสิ่งแวดล้อม จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ประกอบด้วยกลุ่มอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมบ้านกรูด กลุ่มรักท้องถิ่นบ่อนอก กลุ่มต่อต้านเตาเผาขยะอ่าวน้อย กลุ่มต่อต้านโรงไฟฟ้าทับสะแก) กับบริษัท สหวิริยาสตีลอินดัสทรี (มหาชน) จำกัด เรื่องโครงการโรงถลุงเหล็ก อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และ โรงไฟฟ้าหินกรูด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (ไทยเอ็นจีโอ, 2553)

2) ความขัดแย้งระหว่างประชาชน กับบริษัท จัดการและพัฒนาทรัพยากรน้ำภาคตะวันออก จำกัด (มหาชน) หรือ อีสท์ วอเตอร์ ผู้ได้รับสิทธิบริหารจัดการน้ำในอ่างเก็บน้ำหนอง

ปลาไหล หนองค้อ ดอกกราย และวางโครงข่ายท่อส่งน้ำในพื้นที่จังหวัดชลบุรี ระยอง และปราจีนบุรี กรณีความเหมาะสมในการบริหารจัดการน้ำ (แนวน้ำ, 2548)

3) ความขัดแย้งระหว่างเครือข่ายประชาชนภาคตะวันออก และประชาชนมาบตาพุดกับการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย กรณีปัญหาผลกระทบต่อสุขภาพ ผลกระทบจากอุตสาหกรรมในพื้นที่มาบตาพุดและพื้นที่สังคมจากการขยายอุตสาหกรรมตามแผนแม่บทอุตสาหกรรมปิโตรเคมีระยะที่ 3 พ.ศ. 2547 - 2561 (นิคมอุตสาหกรรมเอเชีย) โดยการยื่นขอใช้สิทธิตามพระราชบัญญัติสุขภาพแห่งชาติ พ.ศ. 2550 มาตรา 3 มาตรา 5 มาตรา 10 มาตรา 11 และมาตรา 40 (นวน้อย ตรีรัตน์, 2552)

เหตุความขัดแย้งที่กล่าวมานั้นเกิดขึ้นทำให้แนวคิดการสร้างความสำเร็จก้าวหน้าในทางเศรษฐกิจและสังคมต้องดำเนินการไปในลักษณะคู่ขนานกับการดูแลรักษาสังคมให้มีความสุขอบอุ่น และมั่นคงอย่างสมดุล เกิดขึ้น เพื่อให้สังคมไทยปัจจุบันมีความรับผิดชอบต่อสังคม จึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญและความจำเป็น จากสาเหตุดังกล่าวในการจัดทำ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ในการพิจารณา ประเด็นการเปลี่ยนแปลงภายในประเทศที่สำคัญ ด้านสังคม ช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ประเทศไทยจะก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุ และจะเป็นสังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ในอีก 15 ปีข้างหน้า ส่งผลให้เกิดการขาดแคลนกำลังคนในอนาคต ขณะที่คุณภาพการศึกษามีปัญหาทำให้การเพิ่มผลิตภาพแรงงานทำได้ยาก สังคมมีความเป็นปัจเจกสูง มีวิถีชีวิตเชื่อมโยงกับความหลากหลายทางวัฒนธรรมจากต่างประเทศมากขึ้น เกิดความเสื่อมถอยด้านคุณธรรมจริยธรรม ขณะที่ชนชั้นกลางมีน้อยไม่เพียงพอในการสร้างกิจกรรมทางเศรษฐกิจ เกิดความเหลื่อมล้ำในสังคมนำไปสู่ความขัดแย้ง และครอบครัวไม่สามารถดูแลสมาชิกได้เต็มศักยภาพ อย่างไรก็ตาม ความรับผิดชอบต่อสังคมที่นำไปสู่การมีธรรมาภิบาลได้รับความสำคัญมากขึ้น และการประเมินความเสี่ยง ในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ประเทศไทยจะเผชิญกับความเสี่ยงที่สำคัญประการหนึ่งคือการที่ค่านิยมที่ดีงามของไทยเสื่อมถอย การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและกระแสโลกาภิวัตน์มีผลกระทบต่อวัฒนธรรมประเพณีดั้งเดิมที่ดีงาม ส่งผลให้สังคมไทยมีความเป็นวัตถุนิยม พฤติกรรมของคนในสังคมเปลี่ยนแปลง ทั้งการดำรงชีวิตประจำวัน การใช้ชีวิตและความสัมพันธ์กับผู้อื่น มุ่งหารายได้เพื่อสนองความต้องการ การช่วยเหลือเกื้อกูลกันลดลง ความมีน้ำใจไมตรีน้อยลง ต่างแก่งแย่งเอาเปรียบกัน ทำให้คนไทยขาดความสามัคคี การเคารพสิทธิผู้อื่น และการยึดถือประโยชน์ส่วนรวม และแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ได้กำหนดประเด็นการพัฒนาประเทศในระยะต่อไป โดยให้ความสำคัญกับประเด็นที่เกี่ยวข้องคือ การพัฒนาคนให้มีคุณภาพเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนา

ประเทศให้มั่นคงและสามารถแข่งขันในเวทีโลกได้ต่อเนื่อง ให้ความสำคัญกับการพัฒนาสุขภาพและศักยภาพ เกิดการเรียนรู้ตลอดช่วงชีวิต พร้อมเผชิญการเปลี่ยนแปลง รู้จักสิทธิหน้าที่ มีจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสังคม และเสริมสร้างความเข้มแข็งของสถาบันทางสังคมและภาคธุรกิจเอกชน โดยเฉพาะตัวผู้ประกอบการ ให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศในทุกมิติมากขึ้น

จากการที่คนในสังคมไทยมักมุ่งคำนึงถึงประโยชน์ส่วนตนเป็นหลัก จึงขาดจิตสำนึกต่อการรักษาผลประโยชน์ของส่วนรวม เห็นได้จากรถหลวง บ้านหลวง สถานที่ราชการ สาธารณสมบัติ จะขาดการดูแลเอาใจใส่อย่างจริงจัง ทำให้สิ่งเหล่านั้นเกิดการเสื่อมสภาพเร็วเกินกว่าที่ควรเป็น หรือบุคคลบางจำพวกยังมีพฤติกรรมเบียดเบียนทรัพยากรธรรมชาติ เช่น การบุกรุกชายหาด ป่าชายเลน พื้นที่ป่าเขาต้นน้ำลำธาร เป็นต้น ทั้งๆ ที่บุคคลเหล่านั้นมิใช่เป็นผู้มีฐานะยากจนแต่ประการใด จิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม จึงเป็นส่วนหนึ่งของลักษณะค้อยของคนไทย ซึ่ง สุชาติ หล่อ โลหการ (2551) สรุปลักษณะค้อยของคนไทยไว้ดังนี้

- 1) ขาดความมุ่งมั่นเอาใจจริงเอาใจในงานและความเป็นอยู่ ไม่มีความตรงต่อเวลา
- 2) ขาดความเป็นเลิศ (Excellence) ทำอะไรแบบจับจด ไม่มีเป้าหมายที่ชัดเจน
- 3) เป็นสังคมที่มีความเกรงอกเกรงใจกันมากเกินไป จึงขาดความหลากหลายทางด้านความคิด เพราะไม่อยากจะโต้แย้งความคิดกลัวว่า จะกระทบกระเทือนจิตใจของผู้อื่นหรือเพื่อนร่วมงานโดยเฉพาะผู้บังคับบัญชา
- 4) ขาดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Creativity)
- 5) ขาดจิตสาธารณะ ขาดความรับผิดชอบต่อส่วนรวม
- 6) ขาดจิตสำนึกในการรักษาคุณธรรม ไม่มีการลงโทษทางสังคมต่อผู้กระทำผิด และสังคมมีลักษณะลี้มง่าย

ด้วยเหตุที่รูปแบบคุณลักษณะของจิตสำนึกเป็นความรู้สึกนึกคิดภายในบุคคล มีความเป็นนามธรรมสูง และเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้โดยการเรียนรู้ จิตสำนึกเมื่อเกิดขึ้นแล้วยากนักที่จะหยุดหรือหมดหายไป คนที่มีจิตสำนึกที่ดีจะประพฤติปฏิบัติอย่างเหมาะสมกับจิตสำนึกนั้น และใช้จิตสำนึกของตน เพื่อประโยชน์ต่อสิ่งต่างๆ ตามมา (สมพงษ์ สิงหะพล, 2542)

ดังนั้นการมีจิตสำนึกที่ดีต้องเริ่มจากการที่เราคิดว่ามนุษย์ทุกคนเป็นคนดี แต่ความดีนั้นมองไม่เห็นประจักษ์ในขณะนี้เพราะมนุษย์เราถูกห่อหุ้มด้วยความกลัวความเกลียดความโกรธความหลงผิด มนุษย์เราสะสมความไม่พอใจเอาไว้ในหลายๆ เรื่องของวงจรชีวิต ปัญหาที่ทับทวีมากขึ้นจนทำให้เกิดจิตสำนึกที่ดีไม่ได้เกิดจาก

1. มนุษย์ไม่เข้าใจมนุษย์
2. มนุษย์ไม่ยอมรับมนุษย์
3. มนุษย์ไม่เห็นอกเห็นใจมนุษย์
4. มนุษย์ไม่รักมนุษย์ มนุษย์เกิดมานั้นมีความแตกต่างกัน

โดยทั่วไปแล้วมนุษย์ทุกคนก็อยากเป็นคนดีกว่าที่เป็นอยู่แล้วแต่เขาไม่รู้วิธีที่จะทำตัวให้ดีขึ้น เป็นหน้าที่ของเพื่อนมนุษย์ด้วยกันจะต้องไม่โกรธเขา หาทางเข้าใจและยอมรับเขา และพยายามช่วยเหลือกันเพื่อพัฒนาเขา (วิทยา นาควัชระ, 2535)

เนื่องจากจิตสำนึกเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของบุคคลที่ส่งผลกระทบต่อสังคม ดังนั้นการอธิบายปรากฏการณ์อันเป็นการปลุกฝังจิตสำนึกให้แก่บุคคล จำเป็นต้องใช้วิธีการเรียนรู้ ทั้งทางตรงและทางอ้อม ด้วยการสร้างเงื่อนไขให้บุคคลประสบด้วยตนเอง หรือการให้แบบอย่างที่ดี ตลอดจนการบอกเล่าอบรมเพื่อให้บุคคลเกิดความเชื่อและตระหนัก เมื่อบุคคลรู้จักเลือกสรร ยึดถือ และนำมาควบคุมพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม และแสดงออกซึ่งพฤติกรรมที่เหมาะสม และพึงปฏิบัติ เท่านั้น จึงมีความสอดคล้องกับทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม ซึ่ง Albert Bandura (1969) ได้อธิบายว่า การเรียนรู้ของบุคคลนั้นส่วนหนึ่งเกิดขึ้นจากการได้รับประสบการณ์โดยตรง และอีกส่วนหนึ่งเกิดขึ้นจากการสังเกตจากตัวแบบ 3 ประเภท คือ

1. ตัวแบบจริง อันได้แก่ ตัวแบบที่แสดงพฤติกรรมให้เห็นจริง
2. ตัวแบบที่เป็นสัญลักษณ์ เช่น ตัวแบบที่ปรากฏในโทรทัศน์ ภาพยนตร์ หรือรูปภาพต่าง ๆ
3. ตัวแบบที่มาจาก คำบอกเล่า หรือการบันทึก ปรากฏในรูปของคำพูด หรือข้อเขียนต่าง ๆ

ผลที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ตรง และการสังเกตตัวแบบทั้ง 3 ประเภททำให้เกิดการเรียนรู้ถึงความสัมพันธ์ระหว่างเหตุและปัจจัยต่างๆ เช่น ความสัมพันธ์ระหว่างเหตุการณ์สอง เหตุการณ์ และความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับผลที่เกิดจากพฤติกรรม ซึ่งสามารถคาดหวังได้ถึงวิธีการในอันที่จะนำผลที่ต้องการมาสู่ตน และสามารถหลีกเลี่ยงผลเสียต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นในเวลาเดียวกัน การคิดในเชิงประเมินนำไปสู่การตัดสินใจที่จะทำหรือไม่กระทำ นำไปสู่การกำหนดมาตรฐานการประพฤติปฏิบัติสำหรับตนเอง กระทั่งความสามารถในการควบคุมตนเองให้ประพฤติปฏิบัติเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดขึ้นนั้น

ในส่วนความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาเอกสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งของไทย และของต่างประเทศ โดยพิจารณาถึง

บริบทของผู้ประกอบการ รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคม และจากการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งหมดที่ได้ทำการรวบรวมมา จึงพิจารณาเลือกแนวทางเหมาะสมและมีความสมบูรณ์ที่สุดมาเป็นแนวทางในการศึกษาได้แก่ แนวทางในการปฏิบัติสำหรับการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ (คณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียน สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (กลต.), 2550) ซึ่งมีรายละเอียดเนื้อหาที่ชัดเจนและมีความสอดคล้องกับบริบทของผู้ประกอบการไทยมากที่สุด ดังนี้

หมวดที่ 1 การกำกับดูแลกิจการที่ดี การกำกับดูแลกิจการที่ดี เป็นการทำให้มีระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ โปร่งใส ตรวจสอบได้ ซึ่งจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความมั่นใจต่อผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน ผู้มีส่วนได้เสีย และผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ซึ่งนำไปสู่ความเติบโตและเสถียรภาพทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนของธุรกิจ

หมวดที่ 2 การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม ย่อมก่อให้เกิดความเชื่อมั่นกับผู้เกี่ยวข้อง อันจะส่งผลดีต่อกิจการในระยะยาว ทั้งนี้ ธุรกิจควรถือปฏิบัติตามแนวทางเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในการดำเนินธุรกิจ โดยไม่เห็นแก่ผลประโยชน์อื่นที่อาจได้มาจากการดำเนินงานที่ไม่ถูกต้องตามทำนองคลองธรรม

หมวดที่ 3 การเคารพสิทธิและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ทรัพยากรบุคคลเป็นปัจจัยสำคัญของธุรกิจ ในการสร้างมูลค่าเพิ่มและเพิ่มผลผลิต ดังนั้น ธุรกิจควรปรับปรุงสภาพแวดล้อมและเงื่อนไขในการทำงาน ให้พนักงานมีคุณภาพชีวิตที่ดี และได้มีโอกาสแสดงศักยภาพ ตลอดจนได้รับโอกาสในการฝึกฝนและเพิ่มพูนทักษะในการทำงาน

หมวดที่ 4 ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค สินค้า และ/หรือบริการของธุรกิจ ไม่ควรก่อให้เกิดความเสี่ยงหรืออันตรายต่อผู้บริโภค ทั้งนี้ ธุรกิจควรปรับปรุงมาตรฐานของสินค้า และ/หรือบริการ ให้มีความเป็นสากลและให้ทุกคนสามารถเข้าถึงได้ รวมทั้งควรพัฒนาสินค้า และ/หรือบริการเพื่อเป็นประโยชน์ในการช่วยแก้ไขปัญหาของสังคมด้วย

หมวดที่ 5 การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม ชุมชนและสังคมที่เข้มแข็งและมีการพัฒนาที่ยั่งยืน มีความสำคัญยิ่งในฐานะเป็นปัจจัยเอื้อต่อการดำเนินงานของธุรกิจ ดังนั้น ธุรกิจควรจัดกิจกรรมทางสังคม และ/หรือ มีส่วนร่วมในการส่งเสริมความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนและสังคมที่ได้รับผลกระทบจากกระบวนการผลิตสินค้า และ/หรือ บริการของธุรกิจโดยการแสดงตัวเป็นพลเมืองที่ดี

ของชุมชนนั้น พร้อมกับคิดค้นวิธีการที่จะลด และหยุดผลกระทบในทางลบต่อชุมชน และสังคมที่เกิดจากกระบวนการดำเนินงานของธุรกิจในที่สุด

หมวดที่ 6 การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม การเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรโลก บวกกับปัจจัยความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ นอกจากเป็นสาเหตุของการบริโภครทรัพยากรธรรมชาติจำนวนมากมหาศาลจนเกินกว่าความจำเป็น ยังก่อให้เกิดมลภาวะทั้งทางน้ำ อากาศ ขยะ สารพิษ ฯลฯ ซึ่งส่งผลให้เกิดภาวะโลกร้อนตามมา โดยภาวะโลกร้อนดังกล่าวจะกระทบต่อมนุษย์ และระบบนิเวศต่อไป ดังนั้น ธุรกิจจึงมีหน้าที่ในการปรับปรุงคุณภาพชีวิตมนุษย์ด้วยการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อม โดยถือว่าการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมเป็นหน้าที่ร่วมกันของทุกคน

หมวดที่ 7 การเผยแพร่นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม ในการดำเนินธุรกิจ สามารถผนวกความคิดเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม กับการวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจได้อย่างกลมกลืน โดยการพัฒนาความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์การดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม และนำมาปรับใช้ คิดค้นให้เกิดนวัตกรรมในธุรกิจที่สามารถสร้างประโยชน์สูงสุด ทั้งต่อธุรกิจและสังคมไปพร้อมๆ กัน (Innovative Business) เช่น การนำแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมไปประยุกต์ผสมผสานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เป็นยุทธศาสตร์ในการดำเนินงาน พร้อมทั้งทำการวิเคราะห์นวัตกรรมในการดำเนินงานที่จะสร้างประโยชน์ให้เกิดขึ้นแก่สังคมโดยรวม สามารถนำเสนอให้สังคมได้นำไปปรับประยุกต์ใช้เพื่อเกิดประโยชน์

หมวดที่ 8 การจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ธุรกิจควรให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูล ที่สะท้อนให้เห็นการปฏิบัติในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมที่กล่าวมาอย่างครบถ้วน โดยข้อมูลที่เปิดเผยนี้ นอกจากจะเป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) ทุกฝ่ายแล้วยังช่วยในการสอบทานให้ธุรกิจทราบได้ว่า ได้ดำเนินการในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมตรงกับเป้าหมายที่วางไว้

จากการศึกษาแนวทางในการปฏิบัติสำหรับการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ตลอดจนสภาพปัญหาสำคัญของสังคมไทยที่ได้กล่าวมาข้างต้น กอปรกับแนวทางในการดำเนินการเพื่อจัดการแก้ไขปัญหาสังคมของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ประกอบกับผลการศึกษาลักษณะแนวคิด และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมในบริบทไทย แม้ว่าองค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐ ภาคประชาชน และภาคเอกชนในประเทศไทย มีการกำหนดทิศทางของการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม แต่ขาดรูปแบบที่มีความชัดเจนในการดำเนินงาน และไม่มี

การกำหนดยุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม แต่ยังไม่ปรากฏว่า มีการนำแนวคิด ทฤษฎี แนวทาง ข้อมูลและเรื่องราวต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง มาทำการศึกษาเพื่อพัฒนารูปแบบการพัฒนาจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผู้ประกอบการอย่างเป็นระบบ ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าผู้ประกอบการเป็นภาคส่วนที่มีบทบาทสำคัญทั้งในฐานะของผู้ประกอบการที่ต้องมีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม และฐานะของผู้ประกอบการที่มีบทบาทและส่วนร่วมในการเสริมสร้างจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมให้มีความเข้มแข็งขึ้นในสังคมไทย

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาการพัฒนารูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมในบริบทไทย และพัฒนายุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีทางการศึกษานอกระบบ โรงเรียน ด้วยการศึกษาสภาพจริงจากกรณีศึกษาที่เป็นที่ยอมรับของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องว่าเป็นผู้ประกอบการที่มีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผู้ประกอบการอันเป็นกลไกที่สำคัญของสังคมในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจโดยรวม เนื่องจากผลจากการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการไทยกระทบต่อสังคมไทยในทุกมิติเป็นวงกว้าง การพัฒนารูปแบบและยุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผู้ประกอบการจึงมีส่วนอย่างสำคัญในการสร้างความเข้าใจในปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น เป็นการพัฒนาความสมานฉันท์ เพิ่มขีดความสามารถในการทำงานเพื่อแก้ไขปัญหาสังคม และนำไปสู่การพัฒนาสภาพสังคมให้ดีขึ้น ด้วยการทำงานร่วมกันทั้งตัวบุคคล ชุมชน องค์กรการกุศล องค์กรธุรกิจ ภาคประชาชน และภาครัฐ ให้สามารถแก้ไขปัญหาต่างๆ ของสังคมในประเทศไทยได้อย่างยั่งยืน เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชนและชุมชนต่างๆ อย่างเป็นรูปธรรมในที่สุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์รูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมในบริบทของผู้ประกอบการไทย
2. เพื่อพัฒนารูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ
3. เพื่อนำเสนอยุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการดำเนินการเพื่อการพัฒนา รูปแบบกิจกรรมทางการศึกษานอกระบบ โรงเรียนเพื่อส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม และนำเสนอยุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตในการวิจัยเป็น 2 ส่วน คือขอบเขตด้านประชากรที่ศึกษา และขอบเขตด้านเนื้อหาสาระ ดังนี้

1. **ขอบเขตด้านประชากรที่ศึกษา** คือศึกษารูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการที่มีการดำเนินกิจกรรมอย่างมีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมและเป็นที่ยอมรับของหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่มีการส่งเสริมกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม และเป็นกรณีศึกษาที่ศูนย์คุณธรรม (องค์กรมหาชน) ในกำกับของกระทรวงวัฒนธรรม ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักในการบริหารจัดการ และพัฒนาองค์ความรู้ ด้านการพัฒนาคุณธรรมจริยธรรม ตลอดจนการเสริมหนุนเชื่อมประสานเพิ่มพลังเครือข่ายในการพัฒนาคุณธรรมจริยธรรมในบริบทต่างๆ ในทุกภาคส่วนของสังคม จำนวน 3 กรณีศึกษา

2. **ขอบเขตด้านเนื้อหาสาระ** คือรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ ตามแนวคิดและทฤษฎีทางการศึกษานอกระบบโรงเรียน ให้เกิดการขับเคลื่อนกิจกรรมการดำเนินการเพื่อแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ตามแนวทางในการปฏิบัติสำหรับการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจของคณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียน สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ได้แก่

หมวดที่ 1 การกำกับดูแลกิจการที่ดี

หมวดที่ 2 การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม

หมวดที่ 3 การเคารพสิทธิและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม

หมวดที่ 4 ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

หมวดที่ 5 การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม

หมวดที่ 6 การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

หมวดที่ 7 การเผยแพร่ข่าวสารจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม

หมวดที่ 8 การจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

นิยามเชิงปฏิบัติการที่ใช้ในการวิจัยนี้

รูปแบบ หมายถึง แบบหรือส่วนของปรากฏการณ์ต่างๆ ที่ผู้เสนอรูปแบบดังกล่าวได้ศึกษาและพัฒนาขึ้นมา เพื่อถ่ายทอดความคิด ความเข้าใจ และจินตนาการ ถึงปรากฏการณ์ หรือเรื่องราว ให้ปรากฏในลักษณะของการสื่อสาร เป็นแบบจำลอง เป็นแบบอย่าง เป็นแผนผังหรือแบบแผนของการดำเนินการอย่างหนึ่งอย่างใด

การพัฒนาารูปแบบ หมายถึง การดำเนินการศึกษาและพัฒนาแบบหรือส่วนของปรากฏการณ์ต่างๆ ตามหลักปรัชญา ทฤษฎี แนวคิด หรือความเชื่อต่างๆ โดยในการศึกษาค้นคว้านี้ ผู้วิจัยใช้แนวคิด และทฤษฎีทางการศึกษานอกระบบโรงเรียน

จิตสำนึก หมายถึง ลักษณะรู้ได้ เข้าใจได้ หยั่งรู้ สามารถแยกแยะสิ่งผิด ชอบ ชั่ว ดี ของแต่ละคน จากหล่อหลอมจากประสบการณ์ที่ผ่าน การสั่งสมด้วยการศึกษา ปลูกฝังมาแต่เยาว์วัย โดยการแยกแยะเกิดจากเหตุและผลของการกระทำ ซึ่งสั่งการได้ด้วยเจตนาอันเป็นปัจจุบัน

รูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึก หมายถึง แบบหรือส่วนของปรากฏการณ์ต่างๆ ที่ได้ศึกษาและพัฒนาขึ้น โดยในการศึกษาค้นคว้านี้เป็นรูปแบบการจัดกระบวนการเพื่อส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม ตามแนวทางการศึกษานอกระบบโรงเรียน เป็นรูปแบบที่ทำให้ผู้ประกอบการมีการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้นจากสภาพเดิมภายหลังจากเรียนรู้ ทำความเข้าใจ กระบวนการส่งเสริมจิตสำนึก ภายใต้รูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกต่อสังคม เพื่อให้เกิดความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีคิด วิธีการปฏิบัติและนำไปใช้ในการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลซึ่งประกอบธุรกิจทางการค้า อุตสาหกรรม การบริการ หรือธุรกิจทางการเงินการธนาคาร และหมายรวมถึงบุคคลซึ่งประกอบธุรกิจอื่นใดในทางเศรษฐกิจครอบคลุมกิจการ 3 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ 1) กิจการการผลิต (Product Sector) ครอบคลุมการผลิตในภาคเกษตรกรรม (Agricultural Processing) ภาคอุตสาหกรรม (Manufacturing) และเหมืองแร่ (Mining) 2) กิจการการค้า (Trading Sector) ครอบคลุมการค้าส่ง (Wholesale) และการค้าปลีก (Retail) 3) กิจการบริการ (Service Sector)

จิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ หมายถึง การที่ผู้ประกอบการ มีความรับผิดชอบต่อสังคม มีความตระหนักรู้ ในการให้ความสำคัญต่อเรื่องต่างๆ ที่มีผลต่อส่วนรวมของสังคม มีสำนึกร่วมต่อประเด็นสาธารณะ

การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง การดำเนินกิจกรรม (Activities) ขององค์กรธุรกิจ เพื่อสร้างให้เกิดประโยชน์แก่สังคมในด้านต่างๆด้วยความจริงใจ และเต็มใจ ไม่ได้เป็นไปเพียงเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์องค์กร เป็นกิจกรรมที่บุคลากรขององค์กรมีส่วนร่วมด้วยความเต็มใจ โดยมีเป้าหมายร่วมกันที่นำองค์กร และบุคลากรในองค์กรเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนและสังคม สร้างความใกล้ชิด ความร่วมมือกันในชุมชนและสังคม เป็นการพัฒนาที่ยั่งยืน ในที่สุด

การทำงานเพื่อสังคม หมายถึง การทำงานเพื่อสังคมด้วยความเสียสละ โดยมีได้มุ่งหวังผลประโยชน์ใดๆ นอกเหนือไปจากความมุ่งมั่น และความตั้งใจในอันที่จะทำให้บริบทของสังคมดีขึ้นในทุกมิติ

สถานประกอบการ หมายถึง สถานที่ทำงาน โรงงาน ห้างสรรพสินค้า บริษัทห้างร้านต่างๆ ในชุมชนจึงสามารถจัดการศึกษาอบรม หรือจัดการศึกษานอกระบบเพื่อเพิ่มพูนความรู้ให้แก่ผู้ที่ทำงาน เกิดการเรียนรู้ขึ้น โดยสามารถประสานประโยชน์ร่วมกับสถานศึกษาและหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ขึ้นในสถานประกอบการดังกล่าว

การเรียนรู้ในสถานประกอบการ หมายถึง การจัดการศึกษาขั้นพื้นฐาน จัดการอบรมวิชาชีพ หลักสูตรระยะสั้น กลุ่มสนใจ และการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มพูนทักษะวิชาชีพอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต ด้วยการจัดการศึกษาในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง หรือทั้ง 3 รูปแบบคือ การศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย ในสถานประกอบการ

อัตลักษณ์ของผู้ประกอบการ หมายถึง คุณลักษณะเฉพาะตัวของผู้ประกอบการ เป็นเครื่องบ่งบอกลักษณะเฉพาะของบุคคล สังคม ชุมชน หรือประเทศ ซึ่งมีความแตกต่างกันไปลักษณะของบุคคล สังคม ชุมชน หรือประเทศอื่นๆ โดยในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาอัตลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม

ความเชื่อพื้นฐานของผู้ประกอบการ หมายถึง การยอมรับอันเกิดอยู่ในจิตสำนึกของผู้ประกอบการ ต่อพลังอำนาจเหนือธรรมชาติ ความเชื่อเป็นธรรมชาติ ซึ่งเป็นพื้นฐานที่ก่อให้เกิดผลในการที่ทำให้เกิดการกระทำต่าง ๆ ทั้งด้านดีและด้านร้าย

การเรียนรู้เพื่อการพัฒนาจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง กระบวนการการเปลี่ยนแปลงศักยภาพแห่งพฤติกรรม อันเป็นผลมาจากการฝึกหรือการปฏิบัติที่ได้รับที่เกื้อหนุนกับมนุษย์ ด้วยการสร้างองค์ความรู้และความเข้าใจในการพัฒนาจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม

การศึกษานอกระบบโรงเรียน หมายถึง กิจกรรมทางการศึกษาซึ่งจัดขึ้นให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้เรียน โดยเน้นการเพิ่มศักยภาพของผู้เรียน มีโอกาสศึกษาหาความรู้ พัฒนาตนเอง หมายรวมถึงประสบการณ์การเรียนรู้ทั้งหมดทั้งมวลทุกชนิดที่บุคคลได้รับจากการเรียนรู้จากการเรียนรู้ตามธรรมชาติการเรียนรู้จากสังคม และ โปรแกรมการศึกษาที่จัดขึ้นนอกเหนือไปจากการศึกษาในโรงเรียนตามปกติ เป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อเปิด โอกาสให้บุคคลที่มีได้อยู่ในระบบโรงเรียนปกติ ได้มีโอกาสแสวงหาความรู้ ทักษะ ทักษะคิด เพื่อมุ่งแก้ปัญหาในชีวิตประจำวัน ฝึกฝนอาชีพ หรือการพัฒนาความรู้เฉพาะเรื่องตามที่ตนสนใจ

การศึกษาแบบพหุกรณี หมายถึง การศึกษาเฉพาะกรณีตั้งแต่สองกรณีขึ้นไป เพื่อให้ได้ผลการวิจัยรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ โดยศึกษาจากผู้ประกอบการรายกรณีศึกษาที่มีการดำเนินการอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ตั้งแต่มีโน้ตส์ที่ปรับเปลี่ยนก่อให้เกิดรูปแบบของการมีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม การดำเนินกิจกรรมในองค์กร เช่น การถ่ายทอด การเผยแพร่ นำไปสู่การปรับเปลี่ยนมโนทัศน์ของสมาชิกส่วนใหญ่ในองค์กร และนำไปสู่การดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของกรณีศึกษา สำหรับการศึกษาคณะพหุกรณีในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษา 3 กรณีศึกษา

ยุทธศาสตร์ หมายถึง การวางแผนการปฏิบัติ โดยใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ ในการรวบรวมความพยายามทั้งหลายตลอดจนพลังอำนาจที่มีอยู่ไปสู่การปฏิบัติ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ภายใต้การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่เหมาะสม ในกรอบระยะเวลาที่ต้องการ ทั้งนี้เพื่อประกอบการวางแผนการในการกำหนด หรือสร้าง และใช้วิธีการ ตลอดจนทรัพยากรที่มีอยู่อย่างเหมาะสม เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์อันเป็นเป้าหมายสูงสุด

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลของการวิจัยจะทำให้ได้องค์ความรู้ใหม่ในการพัฒนารูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมในบริบทของผู้ประกอบการไทย สำหรับองค์กรธุรกิจ ผู้ประกอบการสามารถนำไปปรับประยุกต์ใช้ในการพัฒนาจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม และการพัฒนา กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

2. ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องสามารถนำยุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการจากการวิจัย ไปปรับประยุกต์ใช้ในการพัฒนายุทธศาสตร์การแก้ไขปัญหาทางสังคม และการพัฒนารูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมที่ได้พัฒนาจากการศึกษา เป็นการพัฒนาการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องและมีส่วนได้ส่วนเสียให้เกิดความความเข้าใจอันดีต่อกัน เพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข ในทุกภาคส่วนและทุกพื้นที่ของประเทศไทย

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเอกสารทั้งหลายที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาการพัฒนา รูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึก เพื่อพัฒนาจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผู้ประกอบการผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยในเรื่องต่างๆ ดังนี้

- ตอนที่ 1 แนวคิดและแนวทางการพัฒนา รูปแบบทางการศึกษานอกระบบ โรงเรียน
- ตอนที่ 2 แนวคิดการเรียนรู้ในสถานประกอบการ
- ตอนที่ 3 แนวคิดเกี่ยวกับจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม
 - 3.1 จิตสำนึก
 - 3.2 จิตสำนึกสาธารณะ
 - 3.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับการเรียนรู้ด้วยการรับใช้สังคม
 - 3.4 แนวคิดและทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม
 - 3.5 แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการหรือองค์กรธุรกิจ
- ตอนที่ 4 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับชาวไทยเชื้อสายจีน
- ตอนที่ 5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 5.1 งานวิจัยในประเทศ
 - 5.2 งานวิจัยในต่างประเทศ
- ตอนที่ 6 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์

ตอนที่ 1 แนวคิดและแนวทางการพัฒนา รูปแบบทางการศึกษานอกระบบโรงเรียน

ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 หมวด 3 ว่าด้วยระบบการศึกษามาตรา 15 กล่าวถึงการจัดการศึกษามี 3 รูปแบบ ได้แก่ การศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย

1. การศึกษาในระบบ เป็นการศึกษาที่กำหนดจุดมุ่งหมาย วิธีการศึกษาหลักสูตร ระยะเวลาของการศึกษา การวัดและประเมินผล ซึ่งเป็นเงื่อนไขของการศึกษาที่แน่นอน
2. การศึกษานอกระบบ เป็นการศึกษาที่มีความยืดหยุ่นในการกำหนดจุดมุ่งหมาย รูปแบบระยะเวลาของการศึกษา การวัดและประเมินผล ซึ่งเป็นเงื่อนไขสำคัญของการศึกษาโดยเนื้อหาและหลักสูตรต้องมีความเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพปัญหาและความต้องการของบุคคลแต่ละกลุ่ม

3. การศึกษาตามอัธยาศัย เป็นการศึกษานอกโรงเรียนที่ให้ผู้เรียนศึกษาด้วยตนเองความสนใจ ศักยภาพ ความพร้อมและโอกาส โดยศึกษาบุคคล ประสบการณ์ สังคม สภาพแวดล้อม สื่อหรือ แหล่งการเรียนรู้

พระราชบัญญัติส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย พ.ศ. 2551 หมวด 4 กำหนดความหมายของการศึกษาว่าเป็นกิจกรรมการศึกษาที่มีกลุ่มเป้าหมายผู้รับบริการและ วัตถุประสงค์ของการเรียนรู้ที่ชัดเจน มีรูปแบบ หลักสูตร วิธีการจัดและระยะเวลาเรียนหรือ ฝึกอบรมที่ยืดหยุ่นและหลากหลายตามสภาพความต้องการและศักยภาพในการเรียนรู้ของกลุ่มเป้าหมายนั้นและมีวิธีการวัดผลและประเมินผลการเรียนรู้ที่มีมาตรฐานเพื่อรับคุณวุฒิทาง การศึกษาหรือเพื่อจัดระบบผลการเรียนรู้

นอกจากนี้ยังมีนักการศึกษาหลายท่านให้คำนิยามของการศึกษานอกระบบโรงเรียนไว้ แตกต่างกัน ดังนี้

เกียรติวรรณ อมาตยกุล (2533) ได้ให้ความหมายของ “การศึกษานอกระบบโรงเรียน” ว่าเป็นกิจกรรมการศึกษาที่จัดขึ้นได้ทั้งในและนอกระบบโรงเรียน โดยไม่มีรูปแบบที่แน่นอนจัดขึ้น ตามความเหมาะสมและความต้องการของผู้เรียน ยึดหลักปรัชญาที่ว่า “การศึกษาคือชีวิต ชีวิตคือ การศึกษา” มีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาคนให้รู้จักความคิดตัดสินใจ รู้จักการเรียนรู้ด้วยตนเอง มีอิสรภาพจากสิ่งแวดล้อมมากที่สุด โดยมีวิธีการเป็นส่วนประกอบที่ทำให้คนสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ดังนั้น จึงเป็นกิจกรรมการศึกษาที่จัดเพื่อคนทุกคนในสังคม ปฐม นิคมานนท์ (2528) ได้ให้ความหมายของ คำว่า การศึกษานอกระบบโรงเรียน หมายถึงกิจกรรมทางสังคมจงใจจัดขึ้น เพื่อประโยชน์ทาง การศึกษาโดยเฉพาะ นอกเหนือจากการเรียนตามปกติในโรงเรียน กิจกรรมดังกล่าวอาจจัดเป็น กิจกรรมเฉพาะหรือเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมอื่นใด ทั้งนี้เพื่อมุ่งสนองความต้องการด้านการเรียนรู้ ตามแต่ละบุคคลจะสนใจ

รัตนา พุ่มไพศาล (2530) ได้ให้ความหมายของ “การศึกษานอกระบบโรงเรียน” ไว้ว่า เป็น การศึกษาสำหรับผู้ที่ยขาดโอกาสที่จะศึกษาเล่าเรียนในโรงเรียนปกติ เป็นการศึกษาที่จัดให้ประชาชน ได้ศึกษาเล่าเรียนสิ่งต่างๆ ตามที่เขาต้องการเรียน สุวัฒน์ วัฒนวงศ์ (2529) ได้ให้ความหมายของ “การศึกษานอกระบบ” ว่าเป็นกิจกรรมทางการศึกษาใดๆ ที่จัดขึ้นอย่างมีระบบ แต่จัดขึ้น นอกเหนือจากระบบโรงเรียนภาคปกติ ทั้งนี้ไม่ว่าจะแยกออกมาเป็นกิจกรรมหนึ่งต่างหากหรือเป็น ส่วนสำคัญของกิจกรรมหลักก็ตาม โดยมีความมุ่งหมายที่จะให้บริการต่อประชากรให้ได้รับการ เรียนรู้ ทั้งเยาวชนและผู้ใหญ่

อาชญญา รัตนอุบล (2542) ได้ให้ความหมายของ “การศึกษานอกระบบโรงเรียน” ว่า หมายถึง การศึกษาและประมวลประสบการณ์ความรู้ใดๆ ก็ตามที่เกิดขึ้นโดยบุคคลหน่วยงานและสถาบันต่างๆ ในสังคม โดยได้จัดขึ้นนอกเหนือจากการศึกษาในระบบโรงเรียนภาคปกติ เพื่อพัฒนาความรู้ ความสามารถ ทักษะและทัศนคติที่พึงประสงค์ของบุคคลต่างๆ ในสังคม โดยยึดหลักการที่ว่า กิจกรรมการศึกษานอกระบบโรงเรียนนั้นๆ จะสนองต่อความต้องการความสนใจและประยุกต์ใช้แก้ปัญหาให้แก่บุคคลนั้นด้วย

อุดม เขวกิ่ง (2544) ได้ให้ความหมายของ “การศึกษานอกระบบโรงเรียน” ว่า เป็นการศึกษาที่มีความยืดหยุ่นในการกำหนดจุดมุ่งหมาย รูปแบบ วิธีการศึกษา ระยะเวลาของการศึกษา การวัดและประเมินผล ซึ่งเป็นเงื่อนไขสำคัญของการศึกษาโดยเนื้อหาและหลักสูตรจะต้องมีความเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพปัญหาและความต้องการของบุคคลแต่ละกลุ่ม

อุณา นพคุณ (2546) ได้ให้ความหมายของ “การศึกษานอกระบบโรงเรียน” ว่า กิจกรรมหรือโครงการใดๆ ที่สถาบันต่างๆ ในสังคมจัดขึ้น โดยมีเจตนาและวัตถุประสงค์ที่จะให้การเรียนรู้แก่ประชาชนที่สามารถกำหนดเป้าหมายได้ ผู้รับการศึกษาเองก็มีเจตนาหรือวัตถุประสงค์ที่จะให้การเรียนรู้แก่ประชาชนที่สามารถกำหนดเป้าหมายได้ ผู้รับการศึกษาเองก็มีเจตนาหรือวัตถุประสงค์ในการที่จะรับการเรียนรู้ กิจกรรมดังกล่าวจัดให้แก่ประชาชนทุกเพศ ทุกวัย ทุกชุมชนและทุกระดับการศึกษา เพื่อให้บุคคลดังกล่าวมีความรู้ทักษะและทัศนคติค่านิยมที่ดี กิจกรรมทางการศึกษาที่เรียกว่าเป็นการศึกษานอกระบบโรงเรียนจะต้องจัดขึ้นในระยะเวลาอันสั้นหลักสูตรยืดหยุ่น ประหยัดและตอบสนองความต้องการความสนใจของผู้เรียนและปัญหาของชุมชน

Knowles (1984) นักการศึกษาผู้ใหญ่ได้อธิบายความหมายของการศึกษานอกระบบโรงเรียนว่าเป็นการที่ผู้ใหญ่ได้เรียนรู้ หลังจากพ้นจากการศึกษาภาคปกติไปแล้ว และเป็นกิจกรรมที่จัดสำหรับผู้ใหญ่ โดยสถาบันต่างๆ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ

ดังนั้นความหมายของการศึกษานอกระบบโรงเรียนที่นักการศึกษาได้ให้คำนิยามไว้ต่างกัันในหลายๆ ทัศนะนั้น สามารถสรุปความหมายของการศึกษานอกระบบโรงเรียนหมายถึง ประสบการณ์การเรียนรู้ใดๆ ที่จัดขึ้นนอกเหนือจากการศึกษาในระบบโรงเรียน เพื่อเปิดโอกาสให้บุคคลทุกกลุ่มในสังคม ได้รับการพัฒนาทางด้านความรู้ ทักษะและทัศนคติอย่างทั่วถึงตลอดชีวิต

การศึกษานอกระบบโรงเรียนอาจจัดในรูปแบบของ โปรแกรม โครงการหรือกิจกรรมทางการศึกษาทั้งกิจกรรมที่มีลักษณะเฉพาะและส่วนหนึ่งของกิจกรรมหลักก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขการตอบสนองความต้องการของผู้เรียนและการแก้ไขสภาพปัญหาปัจจุบันเป็นสำคัญ

แนวคิดและแนวทางของการศึกษานอกระบบโรงเรียน ผู้เชี่ยวชาญหลายท่านได้ให้ข้อบทยเกี่ยวกับแนวคิดการศึกษานอกระบบโรงเรียนไว้ต่างๆ ดังต่อไปนี้

ปฐุม นิคมานนท์ และคณะ (2543) กล่าวว่า “กิจกรรมการศึกษานอกระบบโรงเรียน” มีความเป็นทางการน้อยกว่าหรือมีความยืดหยุ่นมากกว่าการศึกษาในระบบโรงเรียน ด้วยเหตุนี้การศึกษานอกระบบโรงเรียนจึงมีโครงสร้างที่ไม่ตายตัว มีความอ่อนตัวและคล่องตัวมากกว่าการศึกษาในระบบโรงเรียน ซึ่งลักษณะที่เป็นทางการน้อยกว่าหรือมีความยืดหยุ่นมากขึ้นเองถือว่าเป็นข้อได้เปรียบของการศึกษานอกระบบ โดยลักษณะแห่งความยืดหยุ่นของการศึกษานอกระบบที่สำคัญในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ความยืดหยุ่นด้านเวลาเรียน เนื้อหาส่วนใหญ่จะถูกแบ่งออกเป็นหน่วยย่อยๆ ให้เหมาะสมกับเวลาความต้องการและความจำเป็นของผู้เรียน โดยอาจจัดหลักสูตรสั้นหรือยาวก็ได้ ซึ่งคำนึงถึงผู้เรียนเป็นหลักสำคัญ นอกจากนี้การศึกษานอกระบบยังสามารถเปิดสอนในเวลาที่แตกต่างกัน เช่น เวลาเช้า กลางคืน หรือเปิดสอนวันหยุดเพื่อเอื้อต่อผู้เรียน

2. ความยืดหยุ่นด้านสถานที่เรียน การศึกษานอกระบบไม่ได้เจาะจงแน่นอนว่าจะต้องทำการสอนในโรงเรียนเสมอไปอาจจัดกิจกรรมขึ้นในโรงเรียนหรือจัดสถานที่อื่นก็ได้ตามความเหมาะสมหรือแล้วแต่ความสะดวกเท่าที่สามารถหาได้ ทำให้สถานที่เรียนของการศึกษานอกระบบจึงจัดได้หลายสภาพ ตามความสะดวกและตามลักษณะของกิจกรรม

3. ความยืดหยุ่นด้านตัวผู้เรียน การศึกษานอกระบบเป็นการจัดบริการให้แก่บุคคลหลายช่วงวัย ทั้งเด็ก ผู้ใหญ่ และผู้สูงอายุ โดยอาจจัดขึ้นเพื่อบุคคลช่วงวัยใดช่วงวัยหนึ่งเฉพาะหรืออาจจะไม่จำกัดช่วงวัยก็ได้

4. ความยืดหยุ่นด้านตัวผู้สอน การเรียนการสอนในกิจกรรมการศึกษานอกระบบส่วนใหญ่จะใช้วิทยากรที่หลากหลาย อาจเป็นผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์ในอาชีพแขนงต่างๆ ซึ่งไม่จำเป็นต้องเป็นครูที่สอนเป็นประจำในหน่วยงานนั้น

5. ความยืดหยุ่นด้านวิธีเรียน การศึกษานอกระบบมีการใช้วิธีการสอน วิธีการเรียนที่แตกต่างกันไม่จำเป็นต้องเรียนในห้องเท่านั้น อาจเรียนผ่านสื่อต่างๆ หรือเรียนที่บ้านก็ได้

6. ความยืดหยุ่นด้านผู้จัดบริการ องค์กรหรือหน่วยงานที่ให้บริการการศึกษานอกระบบมีความหลากหลาย นับตั้งแต่องค์กรที่รับผิดชอบการศึกษาโดยตรง หน่วยงานอื่นหรือเอกชนก็สามารถจัดได้

7. ความยืดหยุ่นด้านระเบียบและกฎเกณฑ์ต่างๆ กิจกรรมการศึกษานอกระบบจะมีการกำหนดกฎเกณฑ์และระเบียบการปฏิบัติอย่างหลวมๆ ไม่ตายตัว ซึ่งสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามสมควรด้วยและเหตุผล นอกจากนี้ยังต้องอยู่บนพื้นฐานที่ให้เกียรติซึ่งกันและกัน

อาชัญญา รัตนอุบล (2544) ได้อธิบายถึง “ลักษณะของการศึกษานอกระบบโรงเรียน” ซึ่งประกอบด้วยลักษณะต่างๆ ดังนี้

1. ประชากรเป้าหมาย จัดให้แก่ผู้ที่อยู่นอกโรงเรียน โดยไม่คำนึงถึงอายุของผู้เรียน ผู้เรียนมาจากทุกกลุ่มอายุ ซึ่งส่วนใหญ่แล้วเป็นวัยที่อยู่ในวัยผู้ใหญ่มีภารกิจด้านการประกอบอาชีพอยู่แล้ว รวมทั้งผู้ที่พลาดโอกาสจากการศึกษาภาคปกติอีกด้วย กิจกรรมที่จัดโดยทั่วไปแล้วจะไม่มีกำหนดพื้นความรู้เดิมของผู้เรียน

2. โครงสร้างและการบริหารงาน มีโครงสร้างที่ยืดหยุ่นได้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ที่จัดขึ้นของแต่ละหน่วยงานและจะมีลักษณะที่เป็นอิสระต่อกันเนื่องจากมาจากหลายสังกัด การบริหารระดับท้องถิ่นจะมีบทบาทมากขึ้นและส่วนใหญ่จะดำเนินการภายใต้หน่วยงานของรัฐบาล หน่วยงานธุรกิจ องค์กร สมาคม และมูลนิธิต่างๆ ที่ให้ความสำคัญต่องานการศึกษานอกระบบโรงเรียน

3. ปรัชญาการศึกษา มีปรัชญาการจัดการศึกษาที่ยึดหลักการเรียนรู้เพื่อชีวิตจริง ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นการเรียนรู้จากการทำงาน เน้นการศึกษาที่เน้นให้คนรู้จักคิด รู้จักตัดสินใจและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงในชีวิตประจำวัน

4. วัตถุประสงค์ เป็นวัตถุประสงค์ทางการศึกษาที่มีลักษณะเฉพาะเจาะจงได้ ภายใต้ระยะเวลาที่กำหนดไว้แน่นอน โดยมุ่งหวังให้เห็นผลของการเปลี่ยนแปลงโดยทันทีและมีความสมบูรณ์ในตนเองสนองความต้องการเรียนรู้ที่เป็นปัจจุบันหรือในอนาคตอันใกล้ของบุคคลและสังคม

5. หลักสูตรและเนื้อหาวิชา หลักสูตรมีลักษณะที่เป็นเนื้อหาตรงกับความต้องการของส่วนบุคคลส่วนใหญ่แล้วมักเป็นหลักสูตรระยะสั้น เพื่อมุ่งสนับสนุนให้ผู้เรียนสามารถนำความรู้ที่ได้ได้อย่างเหมาะสม ด้วยเหตุนี้ทำให้ส่วนใหญ่แล้วผู้ที่เรียนจะร่วมกับผู้สอนกำหนดหลักสูตรตามที่ตนสนใจและเนื้อหาวิชานั้นการลงมือปฏิบัติ

6. การเรียนการสอนและวิธีการ เน้นให้ผู้เรียนเป็นศูนย์กลางและสนับสนุนแหล่งวิทยาการและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนอย่างเต็มที่ด้วยเหตุนี้คุณสมบัติของผู้สอนจึงไม่จำกัดคุณวุฒิ หากอาศัยบุคคลากรที่มีความชำนาญด้านต่างๆ มาเป็นผู้สอนในลักษณะของวิทยากรผู้ให้ความเฉพาะเรื่อง

กิจกรรมการเรียนการสอนจะจัดในสภาพแวดล้อมที่มีความสัมพันธ์กับการดำรงชีวิตประจำวันของผู้เรียนและเป็นกิจกรรมที่มีลักษณะยืดหยุ่นและสอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียนเป็นสำคัญ สำหรับวิธีการเรียนการสอนและวิธีการจัดกลุ่มผู้เรียนก็จะจัดให้สนับสนุน

บรรยากาศที่จะสามารถเอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้ได้ดี เปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่และไม่เน้นแบบแผนที่เคร่งครัดมากเกินไป

7. การลงทุนและค่าใช้จ่าย เป็นการลงทุนที่ประหยัดโดยใช้ทรัพยากรและบุคลากรที่มีอยู่ในชุมชนมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน ด้วยเหตุนี้จึงไม่มีการกำหนดค่าใช้จ่ายในการเรียนการสอนไว้อย่างแน่นอน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะของกิจกรรมการศึกษานอกระบบโรงเรียนนั้นๆ

8. ระยะเวลา เวลาของการเรียนการสอนจะมีความยืดหยุ่นเป็นไปตามลักษณะของเรื่องที่จะศึกษาและลักษณะของกิจกรรมการศึกษานอกระบบโรงเรียนที่จัดขึ้น ซึ่งสามารถเรียนได้ในเวลา ตอนเย็น ตอนกลางคืนหรือช่วงใดช่วงหนึ่งก็ตามความสะดวกและความเหมาะสมของผู้เรียน โดยไม่กำหนดเวลาไว้แน่นอน สามารถเรียนได้ตลอดชีวิต สำหรับระยะเวลาที่ใช้เรียนจะเป็นระยะเวลาช่วงสั้น โดยขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรมการศึกษาระบบนอกโรงเรียน

9. สถานที่ ไม่มีสถานที่หรือเป็นสถาบันอย่างเป็นทางการแน่นอนตายตัว โดยสามารถใช้สถานที่ที่เหมาะสมกับสภาพชุมชนตามความสะดวกและโอกาสของผู้สอนและผู้เรียน เช่น บ้าน ศาลาวัด ไร่ ไร่ ไร่ เป็นต้น

10. ผลที่ได้รับ ผู้เรียนอาจจะได้รับใบประกาศ วุฒิบัตร หรือประกาศนียบัตร แต่อย่างไรก็ดีสิ่งต่างๆเหล่านี้ก็ไม่ใช่สิ่งจำเป็นหรือเป็นสิ่งสำคัญเท่ากับการได้รับและนำความรู้ไปใช้ประโยชน์เพื่อแก้ปัญหาในชีวิตประจำวันของตนเองต่อไป

สุมาลี สังข์ศรี (2545) กล่าวว่า “การศึกษานอกระบบ” เป็นการศึกษาที่นำปรัชญาหลายปรัชญามาประยุกต์ผสมผสาน ซึ่งปรัชญาต่างๆที่นำมาเป็นหลักได้แก่ การศึกษาตลอดชีวิต พัฒนา การนิยม มนุษย์นิยม คิดเป็นและปรัชญาทางพระพุทธศาสนา โดยหลักการจัดการศึกษานอกระบบยึดหลักการ ดังต่อไปนี้

1. ความครอบคลุมทั่วถึงทุกกลุ่มเป้าหมาย
2. ความเท่าเทียมและเสมอภาคในโอกาสทางการศึกษา
3. การเปิดโอกาส สร้างโอกาสและขยายโอกาสทางการศึกษา
4. สนองความต้องการของบุคคลในสังคม
5. การจัดกิจกรรมที่หลากหลายให้กลุ่มเป้าหมายมีสิทธิเลือก
6. มีความยืดหยุ่นและเข้าถึงได้ง่าย ลดกฎระเบียบ ขั้นตอนและการเปิดโอกาสสำหรับทุกกลุ่มเป้าหมาย
7. จัดบริการให้ใกล้ชิดตัว เข้าถึงตัวผู้เรียน เช่น การใช้สื่อประเภทต่างๆ แหล่งการเรียนรู้ในชุมชน
8. จัดกิจกรรมให้ผสมกลมกลืนกับวิถีชีวิตไม่ให้แปลกแยกไปจากการดำเนินชีวิต

9. จัดกิจกรรมให้มีความต่อเนื่อง

10. สร้างแรงจูงใจ สร้างนิสัยใฝ่เรียน ใฝ่รู้ให้เครื่องมือในการแสวงหาความรู้แก่กลุ่มเป้าหมาย

11. ให้ทุกฝ่ายมีส่วนร่วมทั้งภาครัฐ เอกชน โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมของประชาชน

12. ให้ชุมชนเป็นฐานการเรียนรู้ โดยเริ่มที่ชุมชนและชุมชนเป็นหลักในการดำเนินการ

13. เน้นการเรียนรู้ตามสภาพปัญหา

14. เปลี่ยนภาพของการศึกษาจากห้องเรียน การท่องจำ การบอกความรู้มาเป็นภาพของการร่วมเรียนรู้จากการดำเนินชีวิตและสภาพปัญหาจริง

อาจสรุปได้ว่า “แนวคิดของการศึกษานอกระบบโรงเรียน” เป็นการศึกษาที่มีลักษณะยืดหยุ่น ไม่มีความหมายตายตัวในทุกๆด้าน ได้แก่ ผู้สอน ผู้เรียน สถานที่ ระยะเวลา หลักสูตรเนื้อหา ตลอดจนระเบียบกฎเกณฑ์ต่างๆ เป็นต้น ทั้งนี้ก็เพื่อตอบสนองความต้องการ ความพร้อมของผู้เรียน รวมทั้งความสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จำเป็นต้องคำนึงถึงตามปรัชญาของการศึกษานอกระบบโรงเรียนที่เน้นการให้ศึกษาที่สามารถนำไปใช้ได้จริง เพราะกลุ่มเป้าหมายของการศึกษานอกระบบโรงเรียนมีความหลากหลายไม่เฉพาะเจาะจงว่าเป็นการจัดการศึกษาสำหรับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง

การจัดกิจกรรมการศึกษานอกระบบโรงเรียนสำหรับผู้ใหญ่ เนื่องจากผู้ใหญ่เป็นวัยที่มีลักษณะแตกต่างจากเด็ก ส่งผลให้การจัดกิจกรรมการศึกษานอกระบบโรงเรียนที่จัดสำหรับผู้ใหญ่นั้นมีลักษณะเฉพาะ ซึ่งมีผู้เชี่ยวชาญให้เสนอแนวทางการจัดกิจกรรมการศึกษานอกระบบโรงเรียนสำหรับผู้ใหญ่ไว้ต่างๆ ดังต่อไปนี้

Kidd (1973) กล่าวว่า การเรียนรู้ของผู้ใหญ่มักเกี่ยวข้องกับการงานความเป็นอยู่บทบาทและภารกิจของบุคคล ทำให้ลักษณะกิจกรรมที่เหมาะสม สามารถเสนอความต้องการของผู้ใหญ่และส่งเสริมการเรียนรู้ได้เป็นอย่างดีได้แก่

- 1) เป็นกิจกรรมการเรียนรู้ที่สามารถสนองความต้องการของผู้ใหญ่โดยตรง
- 2) เป็นกิจกรรมการเรียนรู้ที่มีเป้าหมายและวัตถุประสงค์ชัดเจน ซึ่งจะทำให้ผู้เรียนรู้สึกได้ว่าตนเองประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว
- 3) เป็นกิจกรรมที่ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องเวลาให้เหมาะสมกับวัยเพราะการเร่งในเรื่องเวลาทำให้ประสิทธิภาพของการเรียนรู้ของผู้ใหญ่ลดน้อยลง
- 4) เป็นกิจกรรมการเรียนรู้ที่เกี่ยวกับปัญหาแวดล้อมในชีวิตประจำวัน ซึ่งผู้ใหญ่เห็นว่าจำเป็นและสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้
- 5) เป็นกิจกรรมการเรียนรู้ที่ใช้เหตุผลมากขึ้น

- 6) เป็นกิจกรรมการเรียนรู้ที่ไม่ต้องใช้พลังกำลังมาก โดยเฉพาะผู้ใหญ่ในวัยกลางคน
- 7) เป็นกิจกรรมการเรียนรู้ที่เกี่ยวกับปัญหาและการเปลี่ยนแปลงของชีวิตในแต่ละวัย (ภารกิจตามวัย)

Knowles (1980) ได้เสนอขั้นตอนการจัดกิจกรรมการศึกษานอกระบบโรงเรียนสำหรับผู้ใหญ่ดังนี้

1. สร้างบรรยากาศความเป็นกันเองเป็นการแสดงการยอมรับ ในเอกลักษณ์ของผู้เรียนผู้ใหญ่ในแต่ละบุคคล แสดงความยินดีที่ได้รู้จักและยอมรับในความแตกต่างและความเป็นคนของแต่ละบุคคล ซึ่งเป็นการเคารพในศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของแต่ละบุคคลความรู้สึกละเอียดจะพัฒนาต่อไปเป็นความรู้สึกเคารพซึ่งกันและกัน เป็นความรู้สึกไว้วางใจซึ่งกันและกัน ซึ่งจะเป็นผลดีต่อไปคือกล้าแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

2. จัดโครงสร้างทางกายภาพ ห้องเรียนมีบรรยากาศที่ไม่เป็นทางการ ขนาดของโต๊ะและเก้าอี้เหมาะกับผู้ใหญ่ นั่งสบาย การจัดโต๊ะและเก้าอี้หลีกเลี่ยงการจัดแบบห้องบรรยาย ต้องจัดอยู่ในลักษณะล้อมวงคุยกัน เพื่อเอื้อต่อการสื่อสารแบบสองทางของสมาชิกทุกคน ขณะพูดทุกคนได้มองการพูดทั้งนี้เพื่อมุ่งกระตุ้นให้มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ที่ผู้เรียนผู้ใหญ่สะสมติดตัวมา

3. ผู้สอนอำนวยความสะดวกให้ผู้เรียนวิเคราะห์ความต้องการของตนเองตามความเชื่อเบื้องต้นของ ทฤษฎีการเรียนรู้ของผู้ใหญ่ (Andragogy) ที่ผู้ใหญ่มีความต้องการที่จะนำตนเอง นั่นคือ ผู้เรียนผู้ใหญ่บอกความต้องการสิ่งใดได้และถ้าหากคิดขัดผู้สอนต้องช่วยแนะนำวิธีการหรือเครื่องมือในการวิเคราะห์ความต้องการของผู้เรียน การที่ผู้เรียนระบุความต้องการของตนเอง มีข้อดีแรกคือ ศักดิ์ศรีของมนุษย์ที่ได้ระบุความต้องการของตนเอง ข้อดีต่อมาคือ เกิดความมุ่งมั่นผูกพันต่อเป้าหมายที่ตนเองเป็นผู้กำหนด

4. ผู้สอนช่วยให้ผู้เรียนกำหนดวัตถุประสงค์ที่เป็นจริงได้ในทางการศึกษาในการเขียนความต้องการให้ผู้เรียนในรูปของวัตถุประสงค์ทางการศึกษาที่เหมาะสม ผู้เรียนผู้ใหญ่บางคนสามารถเขียนเองได้ หากคิดขัดผู้สอนต้องช่วยแนะนำและให้ความสะดวก ข้อดีของการที่ผู้เรียนเป็นผู้กำหนดวัตถุประสงค์ของการศึกษาของตนเองก็เช่นเดียวกับข้อดีของการวิเคราะห์ความต้องการของตนเอง คือ ภูมิใจในศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของตนเองและความผูกพันมุ่งมั่นและการยอมรับในสิ่งที่ตนเองระบุ

5. การเปิดโอกาสให้ผู้เรียนเลือกวิธีการเรียนรู้ เลือกกิจกรรมการเรียนรู้ที่ผู้เรียนชอบและมั่นใจที่จะกระทำหากคิดขัดผู้สอนต้องแนะนำทางเลือก ช่วยบอกข้อดีข้อจำกัดของแต่ละวิธีการเรียนรู้ มอบการตัดสินใจให้อยู่ในความรับผิดชอบของผู้เรียนสอดคล้องกับการรับรู้ของตนเองที่จะนำตนเองของผู้ใหญ่และเปิดโอกาสให้ได้ใช้ประสบการณ์เดิมมาใช้ในการเรียนรู้อย่างเต็มที่

6. ผู้เรียนจะดำเนินกิจกรรมการเรียนรู้ โดยมีผู้สอนเป็นพี่เลี้ยงเพื่อให้เกิดความมั่นใจ เมื่อติดขัดหรือต้องการความช่วยเหลือ ผู้เรียนกับผู้สอนมีโอกาสเรียนรู้จากกันและกัน

7. ประเมินความก้าวหน้าของการเรียนรู้ด้วยตนเองเป็นระยะ โดยร่วมมือกับผู้ร่วมกิจกรรมกำหนดวิธีการประเมินผลการเรียนรู้ไว้ก่อนและใช้วิธีที่ได้ตกลงไว้ใช้ประเมินผลการเรียนรู้ของผู้ร่วมกิจกรรม

Maslow (1970) เสนอหลักการพื้นฐานของการสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้สำหรับใช้ในการสอนผู้ใหญ่

1. บรรยากาศถือเป็นสิ่งสำคัญในการดึงดูดความสนใจของผู้เรียนและสิ่งที่คุณเรียนต้องเรียน โดยผู้สอนต้องสร้างบรรยากาศที่อบอุ่นและยอมรับผู้เรียนจะช่วยส่งเสริมให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการเรียนรู้ การใช้วัสดุทัศนูปกรณ์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นโปสเตอร์ เอกสาร หรืออุปกรณ์ต่างๆ จะช่วยดึงดูดความสนใจและความอยากรู้อยากเห็นผู้เรียนได้ดี

2. เนื่องจากแรงจูงใจ (Incentives) เป็นสิ่งกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ได้ดี ผู้สอนจึงจำเป็นต้องรู้ว่าอะไรจะช่วยผู้เรียน ซึ่งผู้เรียนจะต้องมีความพึงพอใจจากการเรียนรู้นั้นๆ โดยมองเห็นว่าเป้าหมายของการเรียนรู้นั้นเป็นประโยชน์อย่างไรต่อเขาหรืออาจเป็นการเรียนรู้เพียงเพื่อค้นพบสิ่งใหม่ๆ ก็ได้

3. การเรียนรู้จะเกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพถ้าผู้เรียนมีความพึงพอใจ (แรงจูงใจภายใน) เพราะจะส่งผลต่อการเรียนรู้ได้ยาวนานและช่วยให้บุคคลสามารถชี้นำตนเองได้มากกว่า

4. การเรียนรู้มีประสิทธิภาพสูงสุดเมื่อผู้เรียนพร้อมที่จะเรียนหรือต้องการที่จะเรียนรู้ในสิ่งนั้นอย่างแท้จริง ซึ่งความพร้อมในการเรียนของแต่ละคนไม่เหมือนกันบางคนอาจต้องอาศัยระยะเวลามากกว่า ดังนั้นบทบาทของผู้สอนจึงจำเป็นต้องช่วยชี้แนะ และช่วยให้เกิดการเรียนรู้

5. ผู้สอนต้องมีการวางแผนกระบวนการเรียนการสอนที่ดี เพื่อเพิ่มและพัฒนาแรงจูงใจในการเรียนให้กับผู้เรียน ซึ่งผู้สอนต้องมีลำดับขั้นตอนการเรียนการสอนที่ดี

สมคิด อิศระวัฒน์ (2543) ได้เสนอแนวทางการจัดการศึกษาสำหรับวัยผู้ใหญ่ไว้ ดังนี้

1. การสอนผู้ใหญ่ ควรกำหนดเป้าหมายการเรียนรู้ที่เกิดขึ้น 3 ด้าน คือ ด้านความรู้ ความคิด ด้านความรู้สึกและการปฏิบัติ การดำเนินการให้ผู้เรียนบรรลุเป้าหมายทั้ง 3 ด้าน เป็นสิ่งที่ทำให้ผู้เรียนเกิดความเรียนรู้อย่างแท้จริง

2. การเน้นเป้าหมายในแต่ละด้านในแต่ละวิชาไม่เหมือนกันทำให้เป้าหมายในการสอนอาจเน้นกิจกรรมแตกต่างกัน เช่น การฝึกปฏิบัติ เจตคติหรือด้านความรู้ ความเข้าใจ เป็นต้น

3. เป้าหมายด้านความรู้ควรทำให้ผู้เรียนเรียนรู้ในระดับลึก กล่าวคือ ในระดับที่ผู้เรียนสามารถนำความรู้นั้นไปใช้ได้

4. การจัดฝึกอบรมทุกครั้ง ผู้สอนต้องเน้นเรื่องการสร้างเจตคติเป็นอันดับแรก ผู้สอนต้องปรับเจตคติของผู้เรียนให้มีความสนใจ เพราะความรู้สึกที่ดีจะเป็นสิ่งจูงใจให้ผู้เรียนเกิดความอยากเรียนต่อไป
5. การสอนซึ่งเน้นเจตคติเป็นสิ่งที่อาศัยเวลามากกว่าการสอนที่เน้นความรู้
6. การสอนผู้ใหญ่ให้ได้ผลดีต้องใช้วิธีที่หลากหลายวิธี ความหลากหลายของการสอนจะช่วยให้ผู้เรียนเกิดความเข้าใจ
7. ผู้สอนควรเปลี่ยนวิธีการสอนทุกครั้งเมื่อสอนไม่ควรสอนด้วยวิธีเดิมทุกครั้ง
8. เทคนิคที่ใช้สอนผู้ใหญ่แต่ละกลุ่มอาชีพมีจุดเน้นต่างกัน
9. การวางแผนจะช่วยให้ผู้สอนนำเสนอวิธีการสอนได้หลายแบบ
10. การวิเคราะห์วิธีการสอนแบบในมุมมองต่างๆ ทำให้ผู้สอนรู้จักอ่อนของวิธีการสอนแต่ละแบบคืออะไร ทำให้สามารถเลือกวิธีการสอนได้เหมาะกับวัตถุประสงค์และผู้เรียน

หลักการจัดการศึกษานอกระบบโรงเรียน อุ่นตา นพคุณ (2533) ได้กล่าวถึงหลักการของ การศึกษานอกระบบ ดังนี้

1. ประชากรของประเทศคือทรัพยากรที่มีศักยภาพ บุคคลทุกคนมีพลังและศักยภาพ ซ่อนเร้นอยู่ มีพลังการเป็นผู้นำ ความนึกคิด และความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ถ้าหากพลังซ่อนเร้นเหล่านี้ได้รับการพัฒนา ได้รับการส่งเสริมจะเกิดแก่ตัวบุคคลและสังคม บุคคลโดยทั่วไป ที่ไม่ผิดปกติมีความสามารถในการเรียนรู้ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและทัศนคติ มีความสามารถที่จะใคร่ครวญ ตัดสินปัญหาต่างๆ และมีความสามารถที่จะพัฒนาตนเองและสังคมได้
2. คนเป็นที่พึ่งแห่งตน การจัดการศึกษานอกระบบจะต้องให้บุคคลเป็นอิสระ เป็นผู้ที่สามารถช่วยเหลือตนเองได้ ไม่ใช่ ผู้ที่คอยให้ผู้อื่นอุ้มชูอยู่ตลอดเวลา ถ้าหากบุคคลไม่เรียนรู้ที่จะพึ่งตนเอง มีอิสรภาพที่แท้จริง เขาก็จะกลายเป็นผู้คิดไม่เป็น ไม่มีความสามารถ ขาดความเชื่อมั่นในตนเอง
3. ความต้องการที่แท้จริง โครงการต่างๆ จะต้องเป็นงานหรือ โครงการที่ประชาชนต้องการอย่างแท้จริง นอกจากนี้แล้วบุคคลแต่ละคนก็มีความแตกต่างกันมาก บางคนมีการติดต่อกับบุคคลและชุมชนอื่น ส่วนบางคนและบางชุมชนมีความเป็นอยู่และดั้งเดิมที่ไม่มีการติดต่อกับภายนอกมากนัก ตลอดจนจนระดับความเป็นอยู่ สภาพภูมิหลังทางสังคม เศรษฐกิจ และระดับการศึกษาต่างกันมาก ความต้องการของบุคคลย่อมจะมีความแตกต่างกัน
4. ความคิดริเริ่ม ตามที่กล่าวมาแล้วว่า การศึกษานอกระบบต้องยึดเอาความต้องการที่แท้จริงของประชาชนเป็นหลักของการดำเนินงาน แต่มีใจเพียงเท่านั้น โครงการควรจะเป็นสิ่งที่เขาได้คิดสร้างขึ้นมา อันเกิดจากการลงทุนด้านกำลังความคิด แรงงาน และความสามารถของตัวเอง

เมื่อสิ่งที่เกิดขึ้นจากความคิดริเริ่มของเขาแล้ว เขาย่อมรู้สึกหวงแหน ทะนุถนอม ภาควงมูมิใจ และเห็นประโยชน์โครงการที่เขาได้คิดริเริ่มขึ้นมา

5. ใช้ทรัพยากรภายในชุมชน การศึกษานอกระบบเป็นงานที่จะต้องให้ทรัพยากรของชาวบ้านหรือทรัพยากรภายในชุมชนนั้นๆ ให้มากที่สุด โดยพยายามดัดแปลงแก้ไข และใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในทางที่ประหยัดและมีประสิทธิภาพมากที่สุด

6. วิธีดำเนินการที่มีพื้นฐานของหลักประชาธิปไตย การดำเนินงานการศึกษานอกระบบต้องยึดหลักประชาธิปไตย ไม่คำนึงถึงความแตกต่างในเรื่องฐานะ เพศ หรือวัย ไม่มีการทำงานแต่เฉพาะกลุ่ม เฉพาะพวก ทุกคนในชุมชนจะต้องมีสิทธิมีเสียงเท่าเทียมกัน

7. ปฏิบัติงานร่วมกับผู้นำท้องถิ่น ผู้นำในท้องถิ่นในหลายชุมชน เป็นผู้ที่ประชาชนเคารพนับถือไว้วางใจ และเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิด และการตัดสินใจของประชาชน และบางครั้งก็เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ความรู้ที่จะให้แก่ประชาชนได้ ฉะนั้นจึงมีแนวคิดที่จะดึงผู้นำท้องถิ่นให้เข้าร่วมในกิจกรรมต่างๆ ด้วย

8. ส่งเสริมวัฒนธรรมและจริยธรรมในการดำเนินงาน การศึกษาเป็นการถ่ายทอดทางวัฒนธรรม หรือมรดกทางสังคมอย่างหนึ่ง จึงมีความมุ่งหมายที่จะส่งเสริมและให้การศึกษาคือสอดคล้องกับความเชื่อของชุมชน และวัฒนธรรมประจำท้องถิ่น

9. ความเป็นธรรมในการศึกษา มนุษย์ไม่ว่าจะยากจนหรือมั่งมี ไม่ว่าจะเป็ชชาย หญิง ผู้ใหญ่ หรือเด็ก ควรได้สิทธิเท่าเทียมกันที่จะรับการศึษา การศึกษานอกระบบจะไม่มีกรกิดขวางหรือให้อภิสิทธิ์แก่บุคคลในบางกลุ่มเท่านั้น ที่จะเข้าร่วมกิจกรรมหาความรู้ และพัฒนาทักษะของเขา การศึกษานอกระบบจะให้ความเป็นธรรมในการศึกษาแก่ประชาชนทั่วไป ไม่เลือกเพศหรือวัย ไม่เลือกท้องที่หรือชุมชน

10. ให้การศึกษาเด็กและผู้ใหญ่พร้อมๆ กัน การศึกษาของเด็กและผู้ใหญ่นั้น สามารถจัดขึ้นได้พร้อมกันในขณะที่จะสนับสนุนส่งเสริมซึ่งกันและกัน ครอบครัวที่มีการศึกษาคือยอมสร้างบรรยากาศที่ทำให้เด็กเจริญเติบโตและมีพัฒนาการ เด็กจะเรียนรู้ดีขึ้นถ้าหากผู้ใหญ่เรียนรู้ไปด้วย

11. การศึกษาที่สัมพันธ์กับชีวิตประจำวัน การศึกษาที่จะสัมพันธ์กับชีวิตของผู้เรียนจะต้องมีรากฐานอยู่ในเรื่องปัญหาและการแสวงหาวิธีแก้ปัญหาดังๆ ประชาชนย่อมจะรู้ว่าชุมชนที่ตนอยู่นั้นมีปัญหาอะไรบ้าง เพราะฉะนั้นเนื้อหาวิชาที่สอนควรจะให้สัมพันธ์กับปัญหาในชีวิตประจำวันของประชาชน และวิธีที่เขาอาจนำไปใช้เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว

12. การศึกษาโดยการลงมือปฏิบัติ การลงมือปฏิบัติย่อมเป็นการเรียนรู้ที่ดีที่สุดอีกวิธีหนึ่ง การเรียนแต่ในด้านเนื้อหาวิชาหรือภาคทฤษฎีย่อมทำได้ แต่เด็กจะขาดประสบการณ์และอาจไม่เข้าใจปัญหาต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นได้ การลงมือปฏิบัติทำกิจกรรมจะช่วยให้เขาได้รับประสบการณ์ และความรู้ที่แท้จริง

13. ให้การศึกษาในเรื่องที่อยู่ในขีดความสามารถ และระดับการศึกษาของประชาชน มนุษย์เราถ้าหากเรียนรู้และสามารถบรรลุเป้าหมายสิ่งที่เขาต้องการแล้ว ย่อมจะเกิดความเชื่อมั่นใน ตัวของเขาเองยิ่งขึ้น เกิดความศรัทธาในการศึกษา ดังนั้นการศึกษานอกระบบต้องให้ความรู้และการ ฝึกอบรมในเรื่องที่ประชาชนสามารถจะเรียนรู้ได้ อยู่ในขีดความสามารถและระดับการศึกษาของเขา

14. การศึกษาที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและปัญหาของบุคคล การศึกษานอก ระบบจะต้องให้ความสำคัญในเรื่องสภาพแวดล้อมและปัญหาที่แตกต่างกันของบุคคลและชุมชน การศึกษานอกระบบจึงต้องมีความยืดหยุ่น ที่สัมพันธ์กับชีวิตในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันไป

การพัฒนา รูปแบบการจัดกิจกรรมการศึกษานอกระบบ โรงเรียน ตามแนวคิดของ Tyler (1986) มีการกำหนดหลักการพัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรมการศึกษานอกระบบโรงเรียนไว้ 4 ขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดวัตถุประสงค์ทางการศึกษา (Choose Education Objective) การกำหนด วัตถุประสงค์นี้พิจารณาจากความต้องการและความสนใจของผู้เรียน สภาพชีวิตของผู้เรียนในด้าน ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านสังคม การเมือง หรือเศรษฐกิจ และจากแนวคิด ทฤษฎี หลักการหรือ ข้อเท็จจริงด้านเนื้อหา

2. การเลือกประสบการณ์การเรียนรู้ (Select Learning Experience) หลักในการเลือก ประสบการณ์การเรียนรู้นั้นควรจะทำให้ผู้เรียนมีโอกาสฝึกฝนและนำไปใช้ได้จริง เกิดความพึง พอใจ ทำให้มีปฏิกิริยาตอบโต้ ทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ได้ และทำให้เกิดผลอย่างต่อเนื่อง

3. การจัดประสบการณ์การเรียนรู้ (Organize Learning Experience) การจัด ประสบการณ์การเรียนรู้จะต้องมีความต่อเนื่อง เป็นขั้นตอน และสามารถบูรณาการได้ โดยจัดทั้งใน รูปแบบของการให้ข้อมูลความรู้ แนวคิด ค่านิยม และทักษะ

4. การประเมินผลการเรียนรู้ (Evaluation Learning Experience) จะให้ความสำคัญ ของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมโดยประเมินจากการกำหนดเป็นวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม ระบุ สถานการณ์ที่ทำให้ผู้เรียนสามารถแสดงพฤติกรรมได้เลือกและออกแบบวิธีสำหรับรวบรวมข้อมูล หลักฐาน การกำหนดตัวอย่าง การสรุปและการจัดทำข้อมูล

จากแนวคิดการจัดกิจกรรมการศึกษานอกระบบโรงเรียนสำหรับผู้ใหญ่ สามารถสรุปได้ว่า เนื่องจากลักษณะเฉพาะของวัยผู้ใหญ่ส่งผลให้กิจกรรมการศึกษาที่จัดต้องมีความแตกต่างไปจาก หลักการการจัดการศึกษานอกระบบโรงเรียนสำหรับวัยอื่นๆ โดยหัวใจของการจัดกิจกรรม การศึกษานอกระบบโรงเรียนสำหรับผู้ใหญ่ต้องมีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน เป็นสำคัญ

การออกแบบกิจกรรมจำเป็นต้องกำหนดวัตถุประสงค์อย่างชัดเจน เพื่อมองเห็นถึงเป้าหมายของการเรียนรู้ได้ เนื้อหาที่ใช้จัดกิจกรรมนั้นต้องเป็นประโยชน์นำไปใช้ได้จริงในการดำเนินชีวิตการประกอบอาชีพและมีความทันสมัยสอดคล้องกับปัญหาหรือการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสังคม สำหรับเทคนิคที่ใช้สนับสนุนให้ผู้ใหญ่มีแรงจูงใจในการเรียนมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ผู้สอนผู้เรียนวัยผู้ใหญ่ต้องทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยความสะดวกที่ดีสร้างบรรยากาศและความพร้อมในทุกๆ ด้านให้กับผู้เรียน เพื่อช่วยส่งเสริมให้ผู้ใหญ่เกิดการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ

การศึกษานอกระบบมีการใช้วิธีการสอน วิธีการเรียนที่แตกต่างกันไม่จำเป็นต้องเรียนในห้องเท่านั้น อาจเรียนผ่านสื่อต่างๆหรือเรียนที่บ้านก็ได้ หลักสูตรและเนื้อหาวิชา มีลักษณะที่เป็นเนื้อหาตรงกับความต้องการของส่วนบุคคลส่วนใหญ่แล้วมักเป็นหลักสูตรระยะสั้น เพื่อมุ่งสนับสนุนให้ผู้เรียนสามารถนำความรู้ที่ได้ไปอย่างเหมาะสม ด้วยเหตุนี้ทำให้ส่วนใหญ่แล้วผู้ที่เรียนจะร่วมกับผู้สอนกำหนดหลักสูตรตามที่ตนสนใจและเนื้อหาวิชาเน้นการลงมือปฏิบัติ

การศึกษานอกระบบจัดขึ้นตามความเหมาะสมและความต้องการของผู้เรียน อาจจัดในรูปแบบของโปรแกรม โครงการหรือกิจกรรมทางการศึกษาทั้งกิจกรรมที่มีลักษณะเฉพาะและส่วนหนึ่งของกิจกรรมหลักก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขการตอบสนองความต้องการของผู้เรียน และการแก้ไขปัญหาปัญหาปัจจุบันเป็นสำคัญ

กล่าวโดยสรุปได้ว่า แนวคิดและแนวทางการจัดกิจกรรมการศึกษานอกระบบ โรงเรียน หมายถึง กิจกรรมทางการศึกษาใดๆ ที่จัดขึ้นอย่างมีระบบ ตามความเหมาะสมและความต้องการของผู้เรียน และจัดขึ้นนอกเหนือจากระบบโรงเรียนภาคปกติ เป็นการจัดบริการให้แก่บุคคลหลายช่วงวัย ทั้งเด็ก ผู้ใหญ่ และผู้สูงอายุ มีการออกแบบกิจกรรมที่กำหนดวัตถุประสงค์อย่างชัดเจนให้เห็นถึงเป้าหมายของการเรียนรู้ได้ มีเนื้อหาที่เป็นประโยชน์นำไปใช้ได้จริงทั้งในการดำเนินชีวิตและการประกอบอาชีพ มีความทันสมัยสอดคล้องกับปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคม ผู้สอนทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยความสะดวกในการสร้างบรรยากาศและความพร้อมในทุกๆ ด้าน กิจกรรมที่จัดขึ้นเป็นประโยชน์ทางการศึกษาโดยเฉพาะ มุ่งสนองความต้องการด้านการเรียนรู้ เปิดโอกาสให้บุคคลทุกกลุ่มในสังคมได้รับการพัฒนาทางด้านความรู้ ทักษะและทัศนคติ รู้จักการเรียนรู้ด้วยตนเอง รู้จักตัดสินใจและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงในชีวิตประจำวัน มีอิสรภาพจากสิ่งแวดล้อมมากที่สุด และมุ่งแก้ไขปัญหาปัจจุบันเป็นสำคัญ

ตอนที่ 2 แนวคิดการเรียนรู้ในสถานประกอบการ

การจัดการเรียนรู้และฝึกอบรมแก่ผู้ใช้แรงงาน ที่เป็นคนงานหรือลูกจ้างในสถานประกอบการมีความสำคัญและจำเป็นทั้งยังเป็นวิธีการที่ดีที่สุด โดย Estrada (1995) ได้ให้เหตุผลว่า

การฝึกอบรมในสถานประกอบการเป็นวิธีการที่ดีที่สุดเพราะเน้นเฉพาะความรู้ที่เกี่ยวกับงานที่ทำอยู่ โดยคนงานได้เรียนรู้งาน โดยการทำงาน ในสภาพแวดล้อมของงานที่แท้จริง การฝึกอบรมจึงจะ ได้ผลและเกิดประโยชน์ ซึ่งเป็นวิธีการที่ดีกว่าวิธีอื่นๆ เช่น การเรียนในชั้นเรียน การใช้คนงาน อาวุโสสอนงานซึ่งอาจฝึกนิสัยและทักษะผิดๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับงานได้ และการให้ผู้ขายเครื่องมือ เครื่องจักรกลสอนหรือฝึกให้ซึ่งมักเป็นเพียงความรู้กว้างๆ ไม่สัมพันธ์กับงานเฉพาะด้านที่สถาน ประกอบการต้องการ อีกทั้งในสถานประกอบการแต่ละแห่งย่อมมีบริบทสภาพแวดล้อมและ พื้นฐานด้านอื่นๆ แตกต่างกันด้วย

จากข้อสรุปผลการศึกษาของ Dumphy (1997) Smith (1998) และ Fulmer (1998) เห็นว่า เป็นยุคที่องค์กรต่างๆ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานประกอบการ ซึ่งจะต้องทำการเรียนรู้เพื่อให้ องค์กรสามารถตอบสนอง และอยู่รอดได้อย่างมั่นคงท่ามกลางกระแสความเปลี่ยนแปลงดังกล่าว โดยสถานประกอบการต้องสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้เกิดขึ้น ซึ่งอาจเป็นการเรียนรู้จากแหล่ง ทรัพยากรความรู้ทั้งภายนอกและภายในองค์กรได้ รวมทั้งการส่งเสริมและการกระตุ้นให้พนักงาน ทุกคนในองค์กร ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการเรียนรู้ของตนอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นจึงเกิด แรงผลักดันให้สถานประกอบการต่างๆ จำเป็นต้องสร้างสรรค์พัฒนาแนวทางการดำเนินงาน เพื่อให้ เกิดกระบวนการเรียนรู้ขึ้นภายในองค์กรของตน โดยให้สอดคล้องกับเป้าหมายและความต้องการ ร่วมกันระหว่างองค์กรและพนักงานร่วมกัน นอกจากนี้ Senge (1990) มองว่าการพัฒนาที่แท้จริง ของพนักงานในสถานประกอบการจะต้องเกิดจากการพัฒนาตนเอง โดยเรียนรู้ในสิ่งที่ตนต้องการ และใช้ได้จริงในการปฏิบัติงาน

ในปี 2008 สำนักงานแรงงานระหว่างชาติ (International Labour Office: ILO) ได้แสดงความเห็นต่อการจัดการเรียนรู้ในสถานประกอบการในอนาคต สรุปประเด็นสำคัญได้ดังนี้

1. สภาพและนายจ้างจะจ้างต้องมีบทบาท 2 ประการคือ ตอบสนองต่อการ เปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมในสถานประกอบการ รวมทั้งเทคโนโลยี และการให้การช่วยเหลือ คนงานเพื่อให้ได้รับการศึกษาเพื่อพัฒนาทักษะและความสามารถที่ต่ำกว่าเกณฑ์ให้ทันต่อความ ต้องการในอนาคต

2. นายจ้างและลูกจ้างต้องมีบทบาทต่อการสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ในสถาน ประกอบการ โดยการจัดสถานประกอบการให้มีสภาพเอื้อต่อการฝึกอบรม และการเรียนรู้ด้วย ข้อมูล และเทคโนโลยีการสื่อสารในการพัฒนาความสามารถในการทำงานเป็นทีมและบุคคลอย่างมี ประสิทธิภาพ จำเป็นต้องใช้นวัตกรรมเป็นรูปแบบในการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ที่ สัมพันธ์กับองค์กรฝึกอบรมจะเป็นทางเลือกหนึ่งในการพัฒนาการเรียนรู้ผู้เรียนจะเป็นศูนย์กลาง

เรียนรู้มากขึ้น จึงอาจจำเป็นต้องฝึกอบรมบุคลากรให้เป็นผู้อำนวยความสะดวกเพื่อสนับสนุนการเรียนรู้

3. การเรียนรู้ในสถานประกอบการที่นายจ้างจัดขึ้น อาจแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ การฝึกอบรมภายใน (In-service training) สำหรับลูกจ้างที่เป็นผู้ใหญ่ และการฝึกอบรมก่อนการทำงาน (Pre-employment training) สำหรับเยาวชนเพื่อการฝึกงานมากกว่าการจ้างงาน สำหรับการฝึกอบรมภายในจะเน้นเฉพาะทักษะที่สัมพันธ์กับลักษณะของงานอย่างแท้จริง รวมทั้งการฝึกอบรมเพื่อยกระดับให้ก้าวหน้าขึ้น และการฝึกอบรมใหม่เพื่อการย้ายโอน

4. การตัดสินใจของนายจ้างต่อการจัดการเรียนรู้ในสถานประกอบการ เนื่องจากอิทธิพลของสภาวะทางเศรษฐกิจ ทำให้นายจ้างตัดสินใจจัดการฝึกอบรมและการเรียนรู้ในสถานประกอบการโดยเฉพาะการพัฒนาทักษะต่างๆ จากการสำรวจการฝึกอบรมในประเทศนิวซีแลนด์ โดยสหพันธ์นายจ้างแห่งประเทศนิวซีแลนด์ (The New Zealand Employers' Federation) 1997 พบว่านายจ้างสนใจในเรื่องการฝึกอบรม ถ้าการฝึกอบรมนั้นจัดขึ้นในเรื่องการพัฒนาทักษะที่ขาดหายไป และเพื่อหาคำตอบให้กับปัญหาทางธุรกิจ เช่น การแนะนำเทคโนโลยีใหม่ๆ การเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิต หรือการบริหารงาน เป็นต้น และผลการสำรวจของ Dench (1993) พบว่าลูกจ้างจะเข้ารับการฝึกอบรม ถ้าการฝึกอบรมนั้นสัมพันธ์กับเทคโนโลยี โดยเฉพาะการผลิตผลิตภัณฑ์ที่ใช้เทคโนโลยีระดับสูง

Ashton และ Sung (2002) ได้อธิบายถึงเหตุผลสำคัญที่ทำให้การเรียนรู้เกิดขึ้นในสถานประกอบการ 3 ประการคือ

1. ความเติบโตของเศรษฐกิจบนฐานความรู้ เศรษฐกิจที่อยู่บนฐานความรู้นั้น ต้องใช้ความรู้เป็นกุญแจไปสู่ความสำเร็จของเศรษฐกิจด้วยการใช้ทักษะและการเรียนรู้ในการเพิ่มคุณค่าและการผลิต ซึ่งหมายถึงผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนา มีการวิจัยและพัฒนาในระดับสูง โดยเฉพาะเทคโนโลยีใหม่ การให้คุณค่ากับการเรียนรู้ตลอดชีวิต การศึกษาระบบเปิดและตลาดแรงงาน จุดสำคัญของเศรษฐกิจบนฐานความรู้ก็คือแรงงานที่มีความรู้และทักษะสูง

2. ผลกระทบจากเศรษฐกิจใหม่และเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information and Communication Technology: ICT) ในการแก้ไขผลิตภาพแนวคิดในเรื่องเศรษฐกิจใหม่จะมุ่งความสนใจไปที่บทบาทของ ICT และผลกระทบของความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี นั่นคือการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากแรงขับของเทคโนโลยีจะนำไปสู่เศรษฐกิจบนฐานความรู้

3. การเติบโตของการใช้องค์กรที่มีประสิทธิภาพสูงในการปฏิบัติงาน (High Performance Working Organization: HPWO) ซึ่งเปลี่ยนวิธีการจัดการการทำงานโดยใช้ ICT ในการทำงาน สาเหตุนี้เป็นเหตุผลให้การเรียนรู้ในสถานประกอบการมีความสำคัญมากขึ้น การขยาย

องค์กรในรูปแบบนี้บังคับให้องค์กรเปิดโอกาสแก่ลูกจ้างหรือพนักงาน ได้พัฒนาทักษะ ไม่ว่าจะ เป็นทักษะในสายอาชีพของเขา หรือทางด้านการจัดการ หรือวิชาชีพทางช่างฝีมือ ความเติบโตขององค์กรนี้ก็เกิดมาจากทั้งการขยายตัวของเศรษฐกิจฐานความรู้และการใช้ ICT ร่วมกับเศรษฐกิจใหม่

จากงานวิจัยของ Eraut และคณะ (1998) พบว่าการเรียนรู้ในสายวิชาชีพและเทคนิคทั้งหมด จะเป็นการเรียนรู้แบบนอกระบบหรือไม่มีรูปแบบ โดยส่วนใหญ่เกิดจากการได้ปะทะสังสรรค์ ตลอดทั้งวันในสถานประกอบการ และกลุ่มพนักงานที่เป็นช่างฝีมือ โดยเฉพาะในช่วงปีแรกๆ ของการทำงาน จะมีการเรียนรู้ผสมผสานทั้ง การเรียนรู้ภาคทฤษฎีนอกเวลาทำงาน (Off-the-job theoretical learning) กับการเรียนรู้ภาคปฏิบัติในเวลาทำงาน (On-the-job practical learning) (Ashton and Sung, 2002) เป็นการยืนยันว่าสถานประกอบการเป็นแหล่งการเรียนรู้อย่างแท้จริงและสำคัญที่สุด

สิ่งที่มองเห็นได้อย่างชัดเจนจากการเรียนรู้ในสถานประกอบการคือ การมุ่งพัฒนาการปฏิบัติงานด้านวิชาชีพให้เกิดความเชี่ยวชาญโดยผ่านการทำงานและชีวิตการทำงาน คนงานส่วนใหญ่ได้เรียนรู้วิชาชีบบ้างแต่ไม่เพียงพอหรือเหมาะสม การได้เรียนรู้และมีประสบการณ์โดยได้รับการส่งเสริมจากสถานประกอบการจึงเป็นจุดเริ่มต้นของการเรียนรู้เพื่อการทำงานและการพัฒนาการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องต่อไปตลอดช่วงชีวิตการทำงานของเขา ซึ่ง Billett (2002) ได้เสนอแนะขั้นตอนที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ในสถานประกอบการไว้ 3 ประการดังนี้

1. การเข้าร่วมกิจกรรมการทำงานจะทำให้เกิดการเรียนรู้ โดยผ่านกิจกรรมการทำงานทุกวัน ลำดับขั้นตอนการทำการกิจของงาน (จากความรับผิดชอบน้อยที่สุดไปถึงมากที่สุด และจากการมีส่วนร่วมกระทำน้อยที่สุดไปถึงการมีส่วนร่วมกระทำมากที่สุด) โอกาสในการเข้าร่วมสังเกตและรับฟัง และโอกาสไปถึงเป้าหมายที่ต้องการสำหรับการทำงานนั้นๆ
2. การแนะนำการเรียนรู้ขณะทำงานทำให้เกิดการเรียนรู้ด้วยการแนะนำอย่างใกล้ชิด โดยคนงานที่มีประสบการณ์ การใช้ตัวแบบการสอนแนะ และการใช้รูปโครงร่าง (Scaffolding)
3. การแนะนำการเรียนรู้เพื่อนำไปปรับใช้ ทำให้เกิดการเรียนรู้ด้วยการใช้คำถาม การแก้ปัญหาและการสร้างสถานการณ์ที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริง เพื่อนำความรู้ที่ได้รับไปปรับใช้ในสถานการณ์ใหม่ที่แตกต่างออกไป ซึ่งผลของการนำไปใช้จะช่วยทำให้เกิดการพัฒนาต่อไป

คณัย เทียนพุด (2537) แบ่งรูปการเรียนรู้ในที่ทำงาน หรือ สถานประกอบการออกเป็น 3 รูปแบบคือ รูปแบบที่เป็นทางการ รูปแบบที่ไม่เป็นทางการ และรูปแบบตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น รูปแบบที่ไม่เป็นทางการและรูปแบบตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น โดยทั้งสองรูปแบบสามารถใช้ได้ในระดับบุคคล ระดับกลุ่มและระดับองค์กร

การเรียนรู้ที่เกิดขึ้นในสถานประกอบการนั้น นอกจากในรูปแบบต่างๆ ที่กล่าวมาอาจต้องมีการปรับเปลี่ยนให้เหมาะสม ได้มีการอภิปรายถึงเรื่องนี้ว่า อาจเป็นไปได้ที่จะให้ความรู้และทักษะที่จำเป็นเพื่อเป็นพื้นฐานแก่ผู้เริ่มต้นประกอบอาชีพ แต่เมื่อทำงานแล้ว ความรู้และทักษะที่มีอยู่ก็อาจไม่เพียงพออีกต่อไป เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและเศรษฐกิจที่เป็นไปอย่างรวดเร็วและเพิ่มขึ้นทุกขณะ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลกระทบจาก ICT พร้อมกับการปฏิบัติงานในรูปแบบใหม่ การเรียนรู้อย่างต่อเนื่องไปตลอดชีวิตการทำงานจะเป็นสิ่งหนึ่งที่จะช่วยให้ลูกจ้างหรือพนักงานในองค์กร ได้พัฒนาความรู้และทักษะของเขา เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานนั้นๆ ได้ต่อไป รัฐบาลทุกประเทศทั่วโลกในปัจจุบันจึงได้หันมาปฏิรูประบบการศึกษา และส่งเสริมสนับสนุนให้ใช้สถานประกอบการเป็นแหล่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต

ประเทศไทยได้ออกพระราชบัญญัติส่งเสริมการพัฒนาฝีมือแรงงาน พ.ศ. 2545 ขึ้น (พระราชบัญญัติส่งเสริมการพัฒนาฝีมือแรงงาน พ.ศ. 2545) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้ สถานประกอบการภาคเอกชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาฝีมือแรงงานให้มากยิ่งขึ้น โดยการใช้มาตรการจูงใจด้านการยกเว้นและลดหย่อนภาษีอากร รวมทั้งการให้สิทธิและประโยชน์ในด้านต่างๆ โดยปรับปรุงสิทธิและประโยชน์ในกรณีที่นายจ้างและสถานประกอบการดำเนินการฝึกอบรมฝีมือแรงงานให้กับบุคคลที่จะเข้าทำงานและลูกจ้างของตนเอง ให้มีความเหมาะสมและเพิ่มมากยิ่งขึ้น และให้มีการจัดตั้งกองทุนพัฒนาฝีมือแรงงานเพื่อเป็นทุนหมุนเวียนในการใช้จ่ายเกี่ยวกับการส่งเสริมการพัฒนาฝีมือแรงงาน นอกจากนี้ยังกำหนดให้มีการส่งเสริมในเรื่องมาตรฐานฝีมือแรงงาน พระราชบัญญัติฉบับนี้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 29 มกราคม 2546 เป็นต้นมา ซึ่งมีสาระสำคัญดังนี้

1. การฝึกอบรมฝีมือแรงงาน ประเภทของการฝึก แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1.1 การฝึกเตรียมเข้าทำงาน หมายถึงการฝึกอบรมฝีมือแรงงานก่อนเข้าทำงาน เพื่อให้สามารถทำงานได้ตามมาตรฐานฝีมือแรงงาน

1.2 การฝึกยกระดับฝีมือแรงงาน หมายถึงการที่ผู้ประกอบการซึ่งเป็นนายจ้าง จัดให้ลูกจ้างได้ฝึกอบรมฝีมือแรงงานเพิ่มเติมในสาขาอาชีพที่ลูกจ้างปฏิบัติงานอยู่ตามปกติ เพื่อให้ลูกจ้างได้มีความรู้ความสามารถที่จะทำงานในสาขาอาชีพนั้นสูงขึ้น

1.3 การฝึกเปลี่ยนสาขาอาชีพ หมายถึงการที่ผู้ประกอบการซึ่งเป็นนายจ้างจัดให้ลูกจ้างได้ฝึกอบรมฝีมือแรงงานเพิ่มเติมในสาขาอาชีพอื่นที่ลูกจ้างมิได้ปฏิบัติงานอยู่ตามปกติ เพื่อให้ลูกจ้างได้มีความรู้ความสามารถที่จะทำงานในสาขาอาชีพอื่นนั้นได้ด้วย

การฝึกอบรมทั้ง 3 ประเภทดังกล่าว หากนายจ้างหรือสถานประกอบการดำเนินการตามหลักเกณฑ์และหน้าที่การเป็นผู้ดำเนินการฝึกตามพระราชบัญญัติฉบับนี้ ก็จะได้สิทธิและประโยชน์ตามที่กฎหมายกำหนด

2. หลักเกณฑ์และหน้าที่ของผู้ดำเนินการฝึก ในกรณีการฝึกยกระดับฝีมือแรงงาน และการฝึกเปลี่ยนสาขาอาชีพ

2.1 ให้นายจ้างส่งหลักสูตร รายละเอียดที่เกี่ยวข้องและรายการค่าใช้จ่ายในการฝึก เสนอต่อนายทะเบียนเพื่อให้ความเห็นชอบ

2.2 ผู้ดำเนินการฝึกซึ่งเป็นนายจ้างและผู้รับการฝึกซึ่งเป็นลูกจ้างยังมีหน้าที่ต่อกัน ตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองแรงงานและกฎหมายแรงงานสัมพันธ์ ในเรื่องต่างๆ เช่น การจ่าย ค่าจ้าง สัญญาจ้าง ข้อบังคับเกี่ยวกับการทำงานและข้อตกลงเกี่ยวกับสภาพการจ้าง เป็นต้น

2.3 หากการฝึกเกิดจากลูกจ้างร้องขอ และมีข้อตกลงเป็นหนังสือ ถ้าฝึกนอกเวลา ปกติหรือวันหยุด ให้นายจ้างจ่ายค่าจ้างไม่น้อยกว่าค่าจ้างในเวลาทำงานปกติ ตามจำนวนชั่วโมงที่ฝึก

ในการฝึกอบรมทั้ง 3 ประเภท ถ้าผู้ดำเนินการฝึกเป็นผู้ฝึกอบรมเอง ผู้ดำเนินการฝึกอาจ ดำเนินการฝึกในหน่วยประกอบกิจการ หรือดำเนินการฝึกในศูนย์ฝึกอบรมฝีมือแรงงานที่จัดตั้งขึ้น โดยแยกสัดส่วนออกจากหน่วยประกอบกิจการ และต้องได้รับการอนุญาตจากนายทะเบียนก็ได้ ซึ่ง ในกรณีการฝึกอบรมในศูนย์ฝึกอบรมฝีมือแรงงาน ผู้ดำเนินการฝึกจะได้รับสิทธิประโยชน์เพิ่มมากขึ้นกว่าการฝึกกรณีปกติ กรณีที่ผู้ดำเนินการฝึกไม่ได้ฝึกอบรมเอง ก็อาจส่งผู้รับการฝึกไปฝึกใน สถานศึกษา หรือสถานฝึกอบรมฝีมือแรงงานของทางราชการ หรือสถานฝึกอบรมฝีมือแรงงานอื่นที่ นายทะเบียนเห็นชอบก็ได้

พระราชบัญญัติฉบับนี้เอื้อต่อการจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะแก่พนักงานในสถาน ประกอบการเป็นอย่างยิ่ง เพราะสถานประกอบการนั้นๆ สามารถจัดฝึกอบรมได้ในสถาน ประกอบการของตนเอง ไม่ว่าจะเป็นในโรงงานที่ปฏิบัติงานอยู่จริง หรืออาจจะจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ และฝึกอบรมของตนเองขึ้น ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อพนักงานและสถานประกอบการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสถานประกอบการจะได้สิทธิและประโยชน์ เช่น ลดภาษีอากร ลดค่าใช้จ่ายใน เรื่องค่าน้ำ ค่าไฟ เป็นต้น แต่สถานประกอบไม่ได้ดำเนินการใดๆ สถานประกอบการนั้นๆ จะต้อง ส่งเงินเข้าสมทบกองทุนพัฒนาฝีมือแรงงานต่อไปนี้ ภาระหน้าที่ของการเรียนรู้ในสถาน ประกอบการจะตกอยู่กับนายจ้างหรือเจ้าของเป็นส่วนใหญ่แต่มีใช้ทั้งหมด ในอนาคตน่าอยู่ในรูป ของความร่วมมือกันระหว่างนายจ้างและลูกจ้างในการมีส่วนร่วมกันดำเนินการเพื่อให้บรรลุ เป้าหมายทั้งสองฝ่าย

การออกพระราชบัญญัติเช่นนี้สอดคล้องกับการพัฒนาองค์กรในรูปแบบที่เป็นองค์กรที่มี ประสิทธิภาพสูงในการปฏิบัติงาน (High Performance Working Organization: HPWO) ซึ่ง ภาพรวมของ HPWO คือ สถานประกอบการหรือองค์กรที่กลายเป็นแหล่งของการศึกษาเรียนรู้อย่าง

ต่อเนื่องสำหรับพนักงานทุกคน โดยพนักงานสามารถเรียนรู้และพัฒนาทักษะในการทำงานของเขา และทักษะอื่นๆ เช่น การแก้ปัญหาซึ่งพวกเขาต้องประสบอยู่ทุกวันในการทำงานสายการผลิต การทำงานเป็นทีมที่องค์กรแบบใหม่นี้เน้นการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ กล่าวคือจะต้องสื่อสารวิธีการทำงานให้เพื่อนร่วมทีมได้รู้และเข้าใจรวมทั้งต่อลูกค้าอีกด้วย ลักษณะการทำงานในองค์กรแบบใหม่ที่กล่าวมาจึงต่างกับองค์กรแบบเก่าที่พนักงานมองว่าปัญหาที่เกิดขึ้นไม่ใช่ความรับผิดชอบของเขา เพราะนอกเหนือจากหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย

อาชัญญา รัตนอุบล (2551) กล่าวว่า การเรียนรู้ในสถานประกอบการ ได้มีแนวคิดหลายแนวคิดเข้ามา ได้แก่ แนวคิดองค์กรแห่งการเรียนรู้ หรือ Learning Organization แนวคิดการเรียนรู้ด้วยการนำตนเอง หรือ Self-Directed Learning และแนวคิดการเรียนรู้ร่วมกันหรือ Collaborative Learning โดยมีกลวิธีในการประสานประโยชน์เพื่อเสริมสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้ ได้แก่

1. การสนับสนุนส่งเสริมให้ผู้ทำงานในสถานประกอบการได้รู้จักวิธีการเรียนรู้ (Learning how to learn)
2. การส่งเสริมให้เกิดความรู้สึกร่วมกันต่อการเรียนรู้ของผู้ทำงานในสถานประกอบการ
3. การสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดการทำงานร่วมกันของทุกคนในสถานประกอบการ เพื่อนำไปสู่การเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ และการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับบริบทของสถานประกอบการในสังคมไทย ไม่ว่าจะเป็นแนวคิดขององค์กรแห่งการเรียนรู้ แนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้ด้วยการนำตนเอง และแนวคิดการเรียนรู้ร่วมกัน เพื่อนำไปสู่การเรียนรู้ที่เป็น “การเรียนรู้เพื่อรู้ ปฏิบัติ ได้จริง การเรียนรู้เพื่อที่จะอยู่ร่วมกัน และการเรียนรู้เพื่อชีวิต”

ปัจจัยของการเรียนรู้ในสถานประกอบการมี 2 ส่วนคือ

- 1) ความรู้ในสถานประกอบการ
- 2) การจัดการเรียนรู้ในสถานประกอบการ

1) ความรู้ในสถานประกอบการ

Prahalad and Hamel (1990) ได้กล่าวว่าความรู้เป็นขีดความสามารถหลักขององค์กรที่นำมาใช้ในการแข่งขัน โดยตรง ดังนั้นองค์กรจึงต้องแสวงหาวิธีการที่จะทำให้เกิดความรู้ในองค์กร ซึ่ง Nonaka and Takeuchi (1995) ได้นำเสนอถึงวิธีการต่างๆ ที่องค์กรจะได้ความรู้มาคือ

1. การควบคุมกิจการอื่นซึ่งจะทำให้ได้รับความรู้พื้นฐานในการดำเนินธุรกิจต่างๆ ขององค์กรนั้นติดตัวมาด้วย แต่ก็อาจจะต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบของความรู้พอสมควร

2. การจัดตั้งศูนย์พัฒนาความรู้ของตนเองขึ้นมา ซึ่งเป็นความรู้ที่จะมาตอบสนองความต้องการในด้านต่างๆ เพื่อให้เกิดความสามารถในการดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. การใช้บริการความรู้ของผู้ให้คำปรึกษาจากองค์กรหรือบุคคลภายนอกซึ่งจะเป็นวิธีการที่รวดเร็วกว่าการสร้างหรือค้นหาเอาเอง แต่จะมีต้นทุนสูงและไม่สามารถครอบคลุมความต้องการขององค์กรได้ รวมทั้งอาจจะไม่สามารถถ่ายโอนความรู้มาสู่องค์กรได้อย่างแท้จริง
4. การรวมกลุ่มสร้างเครือข่ายระหว่างบุคคลภายในหรือภายนอกองค์กร เพื่อร่วมกันในการแก้ปัญหาใดๆ ซึ่งสามารถดำเนินการทั้งในรูปแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ เป็นการผสมผสานความรู้เดิมของบุคคล เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ที่เป็นประโยชน์มากยิ่งขึ้น และใช้ประโยชน์ในการแก้ปัญหาต่างๆ ขององค์กร ซึ่ง Allee (1997) ว่าเป็นวิธีการที่สอดคล้องกับแนวทางการจัดการความรู้ที่ดำเนินการอยู่ในองค์กรต่างๆ

Rogers (1983) และ Winter (1987) แบ่งความรู้ในสถานประกอบการเป็น 2 ประเภทคือ

1. ความรู้ที่ปรากฏชัดแจ้ง สามารถแปลความระบุได้ชัดเจน มีเอกสารอ้างอิง ยืนยันความถูกต้องของความรู้นั้นๆ (Explicit or Codified Knowledge)
2. ความรู้ที่ซ่อนเร้น เป็นความรู้ที่พนักงานแต่ละคนมีอยู่ในตัวแล้ว แต่ไม่ได้ระบุปรากฏออกมาชัดเจนในรูปของเอกสารหรือขั้นตอนปฏิบัติงานใดๆ เช่น ประสบการณ์ทำงาน (Tacit Knowledge) ซึ่งจากผลการวิจัยของ William (1991) เรื่องความรู้ที่ซ่อนเร้น (Tacit Knowledge) พบว่าจะสามารถสังเกตได้จากพฤติกรรมการปฏิบัติงานในประจำวันของแต่ละบุคคล และจะมีความสัมพันธ์โดยตรงกับปัจจัยต่างๆ ทางด้านพื้นฐานทางการศึกษา ประสบการณ์ของบุคคล

นอกจากนี้ Allee (1997) ยังพบว่าความรู้ส่วนใหญ่ของผู้ประกอบการจะอยู่ในรูปแบบของความรู้ที่ซ่อนเร้น (Tacit Knowledge) มากกว่าความรู้ที่ปรากฏชัดแจ้ง (Codified Knowledge) ซึ่งต้องอาศัยการประมวลและแปลออกมาให้อยู่ในรูปแบบที่สามารถสื่อสารเผยแพร่ไปยังบุคคลอื่นในองค์กรต่อไป

Weick (1995) ได้นำเสนอถึงลักษณะที่ซ่อนเร้น ซึ่งเกิดขึ้น โดยการเรียนรู้ของบุคคลในองค์กรว่า สามารถแบ่งออกเป็นลักษณะต่างๆ ได้ดังนี้คือ

1. ความรู้จากประสบการณ์ที่บุคคลได้สั่งสมมากขึ้น ตามเวลาของการปฏิบัติงานมาตั้งแต่ในอดีต เป็นความจริงพื้นฐานจากการทำงานในแต่ละวัน
2. ความรู้พื้นฐานที่มาจากกระบวนการเรียนการสอนที่บุคคลได้รับ ทั้งจากภายในและภายนอกองค์กร และบุคคลได้นำมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานมาโดยตลอด

3. ความรู้ที่เกิดจากกระบวนการตัดสินใจภายใต้ทางเลือกต่างๆ ของบุคคลเมื่อต้องพบกับภาวะความยุ่งยากสลับซับซ้อน
4. ความรู้ที่เกิดจากการทดลองเรียนผิดเรียนถูก ซึ่งเป็นการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันด้วยตนเองของแต่ละบุคคล
5. ความรู้ที่เกิดจากกรอบความคิดภายใต้ค่านิยมและความเชื่อของบุคคล ซึ่งทำให้เกิดการรับรู้ที่แตกต่างกันไปด้วย

ดังนั้นประเภทของความรู้ที่มีอยู่ในสถานประกอบการสรุปได้เป็น 2 ประเภทที่สำคัญคือ

- 1) ความรู้ซึ่งองค์กรได้รวบรวมจัดทำอยู่ในรูปของเอกสารที่ชัดเจน
- 2) ความรู้ที่เป็นประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ไม่ได้ปรากฏหรือจัดทำไว้เป็นเอกสาร แต่มีคุณค่าต่อองค์กรที่จะนำมาให้พนักงานได้เรียนรู้เพื่อสร้างขีดความสามารถในการปฏิบัติงาน

นอกจากนี้ยังมีแหล่งทรัพยากรความรู้จากภายนอกองค์กรที่สามารถนำมาใช้ในการเรียนรู้ได้เช่นกัน ซึ่งสถานประกอบการจะต้องสร้างระบบในการเข้าถึง การจัดให้อยู่ในรูปของสื่อความรู้ และการสื่อสารส่งมอบความรู้นั้นไปสู่พนักงานทุกคนอย่างทั่วถึง

2) การจัดการเรียนรู้ในสถานประกอบการ

Kinney (1998) ศึกษาการจัดการเรียนรู้ในสถานประกอบการได้รับอิทธิพลโดยตรงมาจากกระแสความต้องการในการพัฒนาความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ โดยการใช้ทุนความรู้หรือทุนสติปัญญา (Intellectual Capital) เป็นปัจจัยในการพัฒนาซึ่งหมายถึงการนำเอาชุดของความรู้ใดๆ ในองค์กร ที่สามารถส่งผลให้เกิดคุณค่าสำหรับองค์กรนั้นๆ มาเป็นทรัพยากรในการแข่งขันทางธุรกิจ โดย Cumming ham (1993) ศึกษากระบวนการจัดการเรียนรู้ในองค์กรพบว่ามีลักษณะความมุ่งหมายที่ต้องการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องในเรื่องที่ต้องการเรียนรู้ โดยเป็นการเรียนรู้เพื่อแก้ปัญหาหรือตอบสนองความต้องการขององค์กรนั้นๆ

นอกจากนี้แล้ว การจัดการเรียนรู้ในสถานประกอบการยังประกอบด้วยขั้นตอนในการแสวงหาข้อมูลความรู้ในองค์กร ซึ่ง Argyris and Schon (1978) และ Mayo (1998) เห็นว่าสอดคล้องกับหลักการพื้นฐานขององค์กรแห่งการเรียนรู้อีกด้วย เพราะการจัดการเรียนรู้เป็นกระบวนการภายในองค์กรที่ใช้ในการคิดริเริ่ม การแสวงหา การได้มา และการใช้ความรู้นั้นเพื่อสนับสนุนและพัฒนาปรับปรุงผลงานขององค์กรนั้นๆ เช่นเดียวกับ Sargant (1997) และ Van der Krogt (1998) ว่าแนวคิดการจัดการเรียนรู้สอดคล้องกับแนวโน้มการเกิดขึ้นของสังคมแห่งการเรียนรู้ในองค์กรอีกด้วย

อรุณ รักธรรม (2534) ได้จำแนกรูปแบบการเรียนรู้ในสถานประกอบการ ได้ดังนี้คือ

1. การเรียนรู้โดยการจำเป็นการเรียนรู้ที่ผู้เรียนพยายามจะรวบรวมหรือเก็บเนื้อหาสาระจากสิ่งที่ต้องการจะเรียนรู้ให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ เช่น การเรียนรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบ แนวปฏิบัติต่างๆ ซึ่งเป็นสิ่งที่กำหนดไว้ตายตัวชัดเจนอยู่แล้ว แต่อย่างไรก็ตาม วิธีการเรียนรู้โดยการจำจะมีข้อจำกัดที่อาจจะทำให้ผู้เรียนไม่เกิดการประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ต่างๆ และไม่เกิดความคิดริเริ่มได้อีกด้วย ทั้งนี้วิธีการสอบเพื่อให้เกิดการเรียนรู้โดยการจำนั้น สามารถทำได้ ดังนี้คือ

- 1.1 พยายามให้ผู้เรียนได้กระทำซ้ำๆ เพราะจะทำให้เรียนรู้โดยอัตโนมัติ
- 1.2 พยายามให้ผู้เรียนได้เกิดความเข้าใจและนำไปใช้บ่อยๆ
- 1.3 พยายามให้ผู้เรียนได้เชื่อมโยงความรู้ใหม่ๆ เข้ากับความจำเดิม

2. การเรียนรู้จากการเลียนแบบ เป็นการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นโดยที่ผู้เรียนพยายามลอกเลียน หรือกระทำตามต้นแบบที่ตนเห็นว่าดีเป็นประโยชน์แก่ตน ซึ่งหากได้ต้นแบบที่ดีก็จะทำให้การเรียนรู้ดีตามไปด้วย เช่น การเลียนแบบจากหัวหน้างาน ผู้ที่ทำงานได้ดีมีคุณภาพ แต่อย่างไรก็ตามบุคคลแต่ละคนนั้นมีความแตกต่างกันในหลายๆ ด้าน จึงเป็นไปได้ยากที่บุคคลจะพยายามทำให้มีพฤติกรรมเหมือนต้นแบบได้ง่าย รวมทั้งสถานการณ์และสิ่งแวดล้อมต่างๆ มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา พฤติกรรมที่เกิดจากการเลียนแบบอาจจะนำไปใช้ในบริบทอื่นๆ ไม่ได้ผลก็ได้

3. การเรียนรู้โดยการหยั่งรู้ เป็นการเรียนรู้ที่เกิดจากการที่พนักงานมองเห็นความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบย่อยของเหตุการณ์ว่าเชื่อมโยงเกี่ยวข้องกันอย่างไร และนำไปสู่การทำความเข้าใจถึงสถานการณ์หรือภาพรวมได้ทั้งหมด เช่น การเรียนรู้จากการวิเคราะห์เพื่อแก้ปัญหาและตัดสินใจในการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ ซึ่งจำเป็นต้องเรียนรู้จากความสัมพันธ์ของสาเหตุต่างๆ อย่างเป็นเหตุเป็นผล

4. การเรียนรู้แบบลองผิดลองถูก เป็นการเรียนรู้ที่ผู้เรียนพยายามใช้ทางเลือกหลายๆ ทางเพื่อแก้ไขปัญหา หรือสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในการปฏิบัติ โดยการแก้ปัญหานั้นไม่ได้ใช้เกณฑ์หรือเหตุผลใดๆ ประกอบการตัดสินใจ แต่จะเป็นการลองผิดถูกไปจนกว่าจะพบวิธีการที่แก้ปัญหานั้นได้ ซึ่งเป็นวิธีการเรียนรู้ที่ผู้เรียนมักจะเลือกใช้เป็นวิธีสุดท้ายเมื่อไม่มีวิธีการอื่นที่ดีกว่านี้ จึงจำเป็นต้องเสี่ยงเลือกเอาวิธีใดวิธีหนึ่ง หากใช้ไม่ได้ผลก็ปล่อยต่อไปเรื่อยๆ

5. การเรียนรู้โดยการสร้างมโนคติ เป็นการเรียนรู้ที่ผู้เรียนสร้างลักษณะความคิดรวบยอดของสิ่งหนึ่งสิ่งใดขึ้นมาก่อนจากนั้นจึงพิจารณาลักษณะเฉพาะของสิ่งนั้นต่อไป เช่น การที่ผู้เรียนเริ่มต้นแยกแยะมองคุณภาพของชิ้นงานว่าแตกต่างกันอย่างไร ชิ้นใดมีหรือไม่มีคุณภาพ แล้วพิจารณาถึงคุณลักษณะที่แตกต่างระหว่างคุณภาพของชิ้นงานทั้งสอง

Schein (1993) แบ่งรูปแบบการเรียนรู้ของพนักงานในสถานประกอบการเป็น 4 แบบ คือ

1. การเรียนรู้จากประสบการณ์จริงที่เกิดขึ้นในการทำงาน แล้วจึงเกิดความคิดพิจารณาไตร่ตรองอย่างรอบคอบเป็นความรู้ใหม่ของพนักงาน เช่น การเรียนรู้จากการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นในการปฏิบัติงานของแต่ละคน (Adaptive Learning)

2. การเรียนรู้ที่เกิดจากการกำหนดภาพความสำเร็จที่มุ่งหวังในอนาคต โดยการใช้ความคิดเชิงวิสัยทัศน์ขึ้นมาก่อน แล้วจึงใช้ความคิดไตร่ตรองเพื่อสรุปความเป็นไปได้ของภาพนั้นไปสู่การปฏิบัติและเกิดเป็นความรู้ใหม่ขึ้นมา เช่น การเรียนรู้จากการดำเนินงานในโครงการต่างๆ ที่กำหนดขึ้นมาในองค์กร (Anticipatory Learning)

3. การเรียนรู้จากผลของความรู้ที่ผู้อื่นได้เรียนรู้มาก่อนแล้ว ทั้งนี้อาจจะเป็นการเรียนรู้จากแหล่งความรู้และเครือข่ายที่เกิดขึ้นภายในหรือภายนอกองค์กรก็ได้ เช่น การจัดหลักสูตรฝึกอบรม หรือการจัดศูนย์การเรียนรู้ให้แก่พนักงาน (Deuteron Learning)

4. การเรียนรู้ที่เกิดจากการที่ผู้เรียนได้มีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน เพื่อจะตอบสนองความต้องการหรือแก้ไขปัญหาใดๆ ของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลนั้นๆ เช่น การเรียนรู้จากการปฏิบัติเพื่อแก้ปัญหาคำถามความต้องการของลูกค้าโดยใช้ข้อมูลต่างๆ ที่เกิดขึ้น (Action Learning)
Learning = Knowledge+Questioning or Acting

Van der Krogt and Warmerdam (1993) และ McGill & Beaty (1992) เชื่อว่าแนวคิดการจัดการเรียนรู้ในสถานประกอบการนั้น เป็นกระบวนการเรียนรู้จากผลของความรู้ที่ผู้อื่นได้เรียนรู้มาก่อน รวมทั้งเชื่อมโยงสิ่งที่บุคคลได้เรียนรู้กับการนำไปใช้จริง ซึ่งมีองค์ประกอบสำคัญคือ

1. การเรียนรู้สามารถเกิดขึ้นภายใต้สถานการณ์จริงที่เป็นปัญหาทั้งงานและองค์กร
2. การเรียนรู้จะเกิดขึ้นจากการเชื่อมโยงสิ่งที่เรียนรู้เข้ากับงานที่ปฏิบัติจริง
3. การเรียนรู้ดำเนินการได้ทั้งส่วนบุคคลและเรียนรู้ร่วมกับบุคคลอื่นเป็นกลุ่ม
4. ต้องเชื่อมโยงระบบการเรียนรู้ให้เข้ากับโครงการปฏิบัติงาน
5. การเรียนรู้เกิดจากความต้องการของบุคคลเพื่อพัฒนาผลการปฏิบัติงานให้ดีขึ้น

Hansen, Nohria และ Tierney (1999) ศึกษารูปแบบการจัดการเรียนรู้ของสถานประกอบการในอุตสาหกรรมต่างๆ พบว่า ส่วนใหญ่ได้ใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้ในสถานประกอบการของตนออกเป็น 2 รูปแบบ

1. วิธีการจัดการเรียนรู้ให้อยู่ในระบบฐานข้อมูลกลางขององค์กรซึ่งผู้เรียนสามารถ จะเข้าถึงข้อมูลได้โดยตรงจากระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ได้จัดไว้ (Codification Approach) หรือรูปแบบบุคคลสู่เอกสาร (People to Document) เช่น วิธีการถ่ายทอดความรู้ต่างของ

องค์กรไปสู่พนักงานซึ่งปฏิบัติงานประจำอยู่ในสาขาต่างๆ โดยใช้ความรู้ที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ขององค์กร

2. วิธีการใช้บุคคลเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ นั้น ซึ่งเป็นความรู้ที่มีลักษณะเป็นประสบการณ์ตรงของแต่ละบุคคล (Personalization Approach) หรือรูปแบบจากบุคคลสู่บุคคล (People to People) เช่น การฝึกอบรม การประชุมสัมมนาระหว่างพนักงานโดยตรง ซึ่งเป็นการให้ความรู้ ความเข้าใจที่ชัดเจนและมีความกว้างขวางลึกซึ้งยิ่งขึ้น ซึ่งสามารถเปรียบเทียบรูปแบบดังกล่าวได้ดังในตาราง คือ

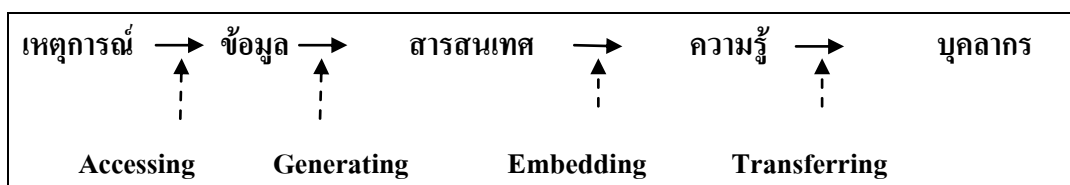
ตารางที่ 1 เปรียบเทียบรูปแบบการเรียนรู้จากระบบฐานข้อมูลความรู้ขององค์กรและการเรียนรู้จากการถ่ายทอดระหว่างบุคคล

ประเด็นที่แตกต่าง	การเรียนรู้จากระบบฐานข้อมูลความรู้ขององค์กร	การเรียนรู้จากการถ่ายทอดระหว่างบุคคล
1. คุณลักษณะ	ให้ความรู้ได้รวดเร็วมีคุณภาพน่าเชื่อถือ โดยใช้ความรู้ที่เตรียมไว้อย่างเป็นระบบ	ช่วยให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และได้รับคำแนะนำในการแก้ปัญหาได้อย่างมีวิจรรย์จากผู้มีความรู้
2. คุณค่าทางเศรษฐกิจ	ลงทุนครั้งเดียวแต่สามารถใช้จ่ายๆ ได้ตลอดไป และใช้กับคนจำนวนมากในเวลาเดียวกัน	สามารถให้ความรู้เฉพาะในระดับกลุ่มเล็กๆ เท่านั้น แต่ได้ผลตอบแทนคุ้มค่าจากความรู้ที่ลึกซึ้งกว่า
3.วิธีการจัดการความรู้	ใช้ระบบการจัดการความรู้จากบุคคลไปสู่สารสนเทศ โดยการจัดการระบบ เก็บรักษา เผยแพร่	จะใช้ระบบการจัดการความรู้จากบุคคลไปสู่บุคคล เป็นเครือข่ายของผู้ปฏิบัติงานในองค์กร
4. เทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้	คือใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพเพียงพอและต้องให้เหมาะสมกับความรู้ต่างๆ	ใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศน้อยมาก เพราะว่าจะเป็นเพียงแค่การสนทนาระหว่างกันเท่านั้น

จากแนวโน้มของสถานประกอบการซึ่งให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ของพนักงาน เพื่อตอบสนองการเปลี่ยนแปลงขององค์กร ทำให้สรุปรูปแบบการเรียนรู้ในสถานประกอบการได้ว่า ผู้เรียนสามารถจะเรียนเป็นรายบุคคลหรือกลุ่มได้ โดยเรียนจากประสบการณ์ตรงของตนเอง หรือจากผลของการเรียนรู้ที่มีอยู่แล้วในองค์กรก็ได้ ซึ่งอาจจะเป็นการเรียนรู้โดยตรงจากสภาพแวดล้อมในการทำงาน หรือจากสื่อการเรียนที่องค์กรได้กำหนด โดยให้ผู้เรียนเป็นผู้กำหนดกระบวนการ

เรียนรู้ของตนตามความพร้อม และให้เหมาะสมกับระดับความสามารถของตน ซึ่งกำหนดให้ผู้เรียน ได้มีโอกาสในการแสวงหาและแสดงศักยภาพของตนเองอย่างเต็มที่ โดยองค์กรจะต้องทำหน้าที่ในการจัดเตรียมความพร้อมทางด้านทรัพยากรการเรียนรู้ และกระตุ้นให้พนักงานเข้ามาเรียนรู้ พร้อมทั้งนำความรู้ที่ได้นั้นไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการปฏิบัติงานของตนเอง

ดังนั้นอาจสรุปกรอบความคิดในการจัดการเรียนรู้ในสถานประกอบการได้ว่า ประกอบขึ้น ด้วยองค์ประกอบต่างๆ โดยนำเอาประสบการณ์หรือข้อมูลข่าวสารต่างๆ ในองค์กรมาดำเนินการจัด ให้อยู่ในรูปของความรู้ เพื่อถ่ายทอดสื่อสารให้แก่พนักงานให้เกิดการเรียนรู้และนำเอาความรู้ที่ เกิดขึ้นไปใช้ในการปฏิบัติงานปรากฏดังแผนภาพ คือ



ภาพที่ 1 กรอบความคิดในการจัดการเรียนรู้ในสถานประกอบการ

1. การเข้าถึงและเก็บรวบรวมข้อมูลจากเหตุการณ์ (Accessing)
2. การแปลและประมวลผลข้อมูลให้อยู่ในรูปของสารสนเทศ (Generating)
3. การถอดความจากสารสนเทศให้ไปอยู่ในรูปของความรู้ (Embedding)
4. ถ่ายทอดเผยแพร่ออกไปให้แก่พนักงานในองค์กรให้เกิดการเรียนรู้ โดยการ จัดเตรียมพื้นฐานความพร้อมที่ช่วยสนับสนุนส่งเสริมให้บุคคลได้เรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดเวลา เช่น วัฒนธรรมการเรียนรู้ โครงสร้างและระบบการบริหารงานภายในองค์กร ระบบการจัดการ ความรู้และเทคโนโลยีสารสนเทศ (Transferring)

กล่าวโดยสรุปได้ว่า การเรียนรู้ในสถานประกอบการหมายถึง การจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้เพื่อ จัดการศึกษาขั้นพื้นฐาน จัดการอบรมวิชาชีพหลักสูตรระยะสั้น กลุ่มสนใจ และการฝึกอบรมเพื่อ เพิ่มพูนทักษะวิชาชีพอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต ด้วยการจัดการศึกษาในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง หรือ ทั้ง 3 รูปแบบคือ การศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย

การศึกษาในระบบเป็นการศึกษาที่กำหนดจุดมุ่งหมายวิธีการศึกษาหลักสูตรระยะเวลาของ การศึกษาการวัดและประเมินผล ซึ่งเป็นเงื่อนไขของการสำเร็จการศึกษาที่แน่นอน

การศึกษานอกระบบเป็นการศึกษาที่มีความยืดหยุ่นในการกำหนดจุดมุ่งหมาย รูปแบบ วิธีการจัดการศึกษา ระยะเวลาของการศึกษา การวัดและประเมินผล ซึ่งเป็นเงื่อนไขสำคัญของการ

สำเร็จการศึกษา โดยเนื้อหาและหลักสูตรจะต้อง มีความเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพปัญหาและความต้องการของแต่ละบุคคล

การศึกษาตามอัธยาศัย เป็นการศึกษาที่ให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ด้วยตนเองตามความสนใจ ศักยภาพ ความพร้อมและโอกาส โดยศึกษาจากบุคคล ประสบการณ์ สังคม สภาพแวดล้อม สื่อ หรือ แหล่งความรู้ อื่นๆ

ตอนที่ 3 แนวคิดเกี่ยวกับจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม

จิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility Consciousness : CSR) มีองค์ประกอบที่มีความเชื่อมโยงเกี่ยวข้องกันดังนี้

- 3.1 จิตสำนึก
- 3.2 จิตสำนึกสาธารณะ
- 3.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับการเรียนรู้ด้วยการรับใช้สังคม
- 3.4 แนวคิดและทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม
- 3.5 แนวคิดตามทฤษฎีการกระจายอำนาจ
- 3.6 แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการหรือองค์กรธุรกิจ (CSR)

3.1 จิตสำนึก เป็นสมบัติที่เกิดมาพร้อมความเป็นมนุษย์ แต่สามารถพัฒนาอบรมกล่อมเกล่าได้ด้วยกระบวนการปลูกฝังทางวัฒนธรรมหรือผ่านกระบวนการเรียนรู้ (ชญาสินี เจริญมาก, 2547)

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2524) ให้ความหมายของจิตสำนึกว่า หมายถึงภาวะที่จิตตื่นและรู้ตัว สามารถตอบสนองต่อสิ่งเร้าจากประสาทสัมผัสทั้งห้า คือ รูป เสียง กลิ่น รส และสิ่งที่สัมผัสได้ด้วยกาย

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2532) ได้ให้ความหมายของ “จิตสำนึก” ในเชิงสังคมวิทยาว่าหมายถึงความรู้สึกละอายตนเอง (Self Consciousness) หรือมีความรู้สึกละอายต่อสังคมหรือกลุ่ม (Social or Group Consciousness)

พจนานุกรมทางการศึกษา ได้อธิบายว่า “จิตสำนึก” และ “ความตระหนัก” นั้นมีความหมายคล้ายกัน ซึ่ง ความตระหนัก (Awareness) หมายถึงการกระทำที่รู้ตัวหรือแสดงออกอย่างรู้ตัว ส่วนจิตสำนึก (Consciousness) หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงถึงการเกิดการรับรู้ของบุคคล หรือการที่บุคคลแสดงความรู้สึกรับผิดชอบต่อปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น (Good, ed., 1973)

เกียรติวรรณ อมาตยกุล (2539) ได้ให้ความหมายว่าจิตสำนึก หมายถึงส่วนของจิตใจที่ควบคุมการทำงานของร่างกาย

กาญจนา แก้วเทพ (2527) ได้ให้ความหมายของคำว่า จิตสำนึก (Consciousness) ไว้ว่าคำนี้มีความหมายหลายนัย ในสาขาทางจิตวิทยา หมายถึงสภาวะรู้ตัวทางจิต เช่น คนที่รู้สึกตัวที่กำลังกินข้าว กำลังคิดอะไร เป็นภาวะที่ตรงกันข้ามกับจิตไร้สำนึก (Unconscious) หรือจิตใต้สำนึก (Subconscious) จิตสำนึกใช้อธิบายลักษณะทางจิตวิทยาของปัจเจกบุคคล ส่วนในทางการเมืองจิตสำนึกหมายถึง ความคิด ความรู้สึก และการกระทำของคนกำลังสอดคล้องปรับใช้ประโยชน์ของชนชั้นตนเองหรือชนชั้นอื่น จิตสำนึกในความหมายนี้มีลักษณะทางชนชั้นเป็นตัวกำหนด และส่วนมากเป็นความหมายทั่วๆ ไปที่ใช้ในภาษาไทยว่า คนๆ นั้นมีจิตสำนึกหรือไม่มีจิตสำนึก ซึ่งอาจจะสอดคล้องหรือไม่สอดคล้องกับความหมายทางจิตวิทยาก็ได้

ไตรรงค์ เถวียงหงส์ (2544) ได้สรุปความหมายของจิตสำนึกในทางจิตวิทยาและในทางสังคมว่า จิตสำนึกคือ ลักษณะของจิตใจที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ ความคิด และความรู้สึกของเราต่อสิ่งเร้าที่เกิดขึ้น และมีแนวโน้มเชิงทางด้านจิตใจที่ตระหนักหรือมีความสนใจ ตั้งใจที่จะเลือกปฏิบัติต่อสิ่งเร้าเหล่านั้นอย่างไร

นิภา สุขพิทักษ์ (2537) ได้รวบรวมและสรุปความหมายของจิตสำนึกว่าความหมายของจิตสำนึกทางจิตวิทยาคือหลักการและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการอธิบายภาวะทางจิตใจของมนุษย์ที่มีองค์ประกอบด้านความรู้ (Cognitive) ความรู้สึกทางจิตใจ (Affective) และพฤติกรรม (Behavior) ส่วนจิตสำนึกในความหมายเชิงสังคมศาสตร์จะอธิบายถึงสภาวะทางจิตใจที่เกี่ยวกับ ความรู้สึก ความคิดเห็น ความรู้ เจตคติ และพฤติกรรมที่มีต่อสิ่งต่างๆ

พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว (2523) ได้ให้ความหมายของจิตสำนึกไว้อย่างกว้างๆ ว่า จิตสำนึกเป็นผลที่ได้มาจากการประเมินค่า การเห็นความสำคัญเป็นสิ่งที่ได้มาจากความสนใจ (Interest) ความเห็น (Opinion) ค่านิยม (Values) ความเชื่อ (Beliefs) และทัศนคติ (Attitude) ซึ่งความแตกต่างของสิ่งเหล่านี้อยู่ที่ระดับความรู้สึกเป็นสำคัญ ความสำนึกมีความหมายใกล้เคียงที่สุดกับความเชื่อ (Beliefs) ซึ่งเป็นสิ่งที่เกิดจากการรวบรวมและสัมพันธ์กันของประสบการณ์ของคนทำหน้าที่ประเมินค่าของจิตใจว่าสิ่งใดเป็นสิ่งสำคัญ หากปราศจากความเชื่อ ประสบการณ์ต่างๆ ที่ตนมีอยู่นั้นก็จะอยู่ในเพียงความทรงจำไม่มีส่วนใดมีความสำคัญเด่นชัดขึ้นมา แต่หากว่าประเมินค่าแล้วตระหนักถึงความสำคัญที่มีต่อตนนั้นแสดงว่าเกิดความสำนึกต่อสิ่งนั้น

สุพจน์ ทราชแก้ว (2546) ได้ให้ความหมายของจิตสำนึกว่า เป็นสภาวะจิตใจที่เกี่ยวกับความรู้สึก ความคิด ความปรารถนาต่างๆ เป็นสภาวะจิตใจก่อนการแสดงออกเชิงพฤติกรรม

สันตนิย์ ผาสุก (2534) ได้รวบรวมและสรุปความหมายของจิตสำนึกว่า เป็นความรู้สึกที่แสดงถึงความตระหนัก การรับรู้ คิดได้ และสำนึกได้ต่อสิ่งต่างๆ

Farthing (1992) อธิบายว่า จิตสำนึก มีความหมายเดียวกับ ความตระหนัก จิตสำนึกเป็นเรื่องของการรับรู้สิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นโดยทั่วไป กล่าวคือ เป็นการรับรู้หรือมีความตระหนักต่อการรับรู้หรือความรู้ความเข้าใจ

Kafka (1978) อธิบายว่า จิตสำนึก เป็นสภาวะที่ต้นตัวของจิตใจต่อสถานการณ์หนึ่งๆ ซึ่งปัจจัยที่ทำให้บุคคลเกิดจิตสำนึกก็คือ ประสบการณ์การรับรู้ที่มีความหมาย หรือสภาพการณ์แวดล้อมรอบตัวบุคคล

Oxford English Dictionary ให้ความหมายว่าจิตสำนึก หมายถึง สภาพการรับรู้สิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นโดยรอบ ผ่านทางประสาทสัมผัสและพลังจิต (Cowie, ed., 1991)

จากคำนิยามของจิตสำนึก (Conscious) ดังกล่าวข้างต้น อาจสรุปได้ว่า จิตสำนึกเป็นสิ่งที่เกิดจากประสบการณ์ต่างๆ ของมนุษย์ที่รวมตัวกันขึ้นแล้วมีความสัมพันธ์กันระหว่างประสบการณ์ต่างๆ เหล่านั้น และประเมินค่าสิ่งเหล่านั้นออกมาเป็นสิ่งสำนึก ดังนั้นจิตสำนึกจึงเป็นพฤติกรรมภายในอย่างหนึ่งของมนุษย์ที่แสดงออกถึงภาวะทางจิตใจเกี่ยวกับความรู้สึก ความคิด และความปรารถนาต่างๆ ในลักษณะที่ต้นตัวต่อบุคคล ต่อหลักการหรือต่อสิ่งใดอันเกิดจากการรับรู้

ชัยพร วิชชาวุธ (2530) ได้กล่าวถึงพฤติกรรมภายในมนุษย์ไว้ว่า พฤติกรรมที่เป็นการตีความตามข่าวสารที่ได้รับจากความรู้สึก เพื่อให้รู้ว่าสิ่งที่กำลังเกิดขึ้นนั้นคืออะไร เรียกว่าการรับรู้ การรับรู้จึงเป็นกระบวนการที่ประกอบด้วยความรู้สึกและการตีความ ดังนั้นจิตสำนึกจึงหมายถึงความตื่นตัวหรือความตระหนักในบทบาทและหน้าที่ของตนในเรื่องที่เกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ อยู่ตลอดเวลา

จิตสำนึกมีองค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้

1. ส่วนที่เป็นองค์ประกอบด้านความคิด (Cognition) เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็นที่เป็นส่วนของการรับรู้ หรือเกิดความรู้ของสำนึกเป็นหลัก เช่น การรับรู้ (Perception) ความทรงจำ (Memory) ความมีเหตุผล (Reasoning) และการใช้ปัญญา (Intellect) เป็นต้น

2. ส่วนที่เป็นองค์ประกอบด้านท่าที ความรู้สึก (Affection) เป็นส่วนประกอบทางด้านอารมณ์ ความรู้สึก ซึ่งจะเป็่ณสิ่งกระตุ้น “ความคิด” อีกต่อหนึ่ง เป็นส่วนของความรู้สึกทางใจของความสำนึกที่รวมเอาความรู้สึกของบุคคลในด้านบวกหรือด้านลบ เป็นต้น

3. ส่วนที่เป็นองค์ประกอบด้านการปฏิบัติหรือการกระทำ เป็นองค์ประกอบที่ทำให้เกิดแนวโน้มทางปฏิบัติหรือปฏิกิริยาตอบสนองเมื่อมีสิ่งเร้าที่เหมาะสม ซึ่งส่วนนี้ต้องอาศัยความเข้าใจหรือความคิดรวบยอด (Concept) เกี่ยวกับสิ่งนั้นเป็นพื้นฐาน

กล่าวโดยสรุปได้ว่า “จิตสำนึก” เป็นส่วนหนึ่งของจิตใจซึ่งมีความสัมพันธ์กับระบบประสาทกลาง กล่าวคือ เมื่อระบบประสาทกลางสร้างวิธีประสาทที่เกิดความซับซ้อนเพิ่มขึ้นเมื่อใดย่อมหมายถึงจิตสำนึก จึงมักเข้าใจว่าจิตสำนึกเป็นความรู้สึกสำนึกตัวหรือรู้สึกมีสติ เป็นพฤติกรรมที่แสดงถึงการเกิดการรับรู้ของบุคคล หรือการที่บุคคลแสดงความรู้สึกรับพิศชอบต่อปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น เป็นภาวะที่จิตตื่นและรู้ตัว สามารถตอบสนองต่อสิ่งเร้าจากประสาทสัมผัสทั้งห้า คือ รูป เสียง กลิ่น รส และสิ่งที่สัมผัสได้ด้วยกาย การที่มนุษย์สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้เป็นปกติสามารถทำกิจกรรมต่างๆ ได้ด้วยดี เกิดจากที่มันสมองส่วนสูงเป็นศูนย์กลางบังคับให้ปฏิบัติงานด้วยดี ซึ่งยังต้องอาศัยความรู้สึกตัวที่เรียกว่า “จิตสำนึก” เป็นเครื่องมือบังคับให้สามารถทำงานได้ด้วยความถูกต้องและด้วยความมีสติ

หากปราศจากจิตสำนึกร่างกายจะไม่สามารถทำกิจกรรมไปด้วยดีตามความมุ่งหมาย ผู้รู้ในเรื่องนี้ได้ให้ความหมายของจิตสำนึกว่าเป็นสิ่งที่มนุษย์และสัตว์จะต้องมีอยู่เสมอ ขาดเสียมิได้ โดยเฉพาะในทางสังคมศาสตร์มีผู้รู้ในเรื่องนี้เคยกล่าวว่า จิตสำนึกนี้ เป็นสมบัติที่เกิดมาพร้อมความเป็นมนุษย์ แต่สามารถพัฒนาอบรมกล่อมเกล้าได้ด้วยกระบวนการปลูกฝังทางวัฒนธรรมหรือผ่านกระบวนการเรียนรู้ เป็นสภาวะทางจิตใจที่เกี่ยวกับ ความรู้สึก ความคิดเห็น ความรู้ เจตคติ และพฤติกรรมที่มีต่อสิ่งต่างๆ

สำหรับด้านจิตวิทยา จิตสำนึก คือ หลักการและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการอธิบายภาวะทางจิตใจของมนุษย์ที่มีองค์ประกอบด้านความรู้ (Cognitive) ความรู้สึกทางจิตใจ (Affective) และพฤติกรรม (Behavior)

สรุปได้ว่า จิตสำนึกเป็นสิ่งที่เกิดจากประสบการณ์ต่างๆ ของมนุษย์ที่รวมตัวกันขึ้นแล้วมีความสัมพันธ์กันระหว่างประสบการณ์ต่างๆ เหล่านั้น และประเมินค่าสิ่งเหล่านั้นออกมาเป็นสิ่งที่สำนึก ดังนั้นความสำนึกจึงเป็นพฤติกรรมภายในอย่างหนึ่งของมนุษย์ที่แสดงออกถึงภาวะทางจิตใจเกี่ยวกับความรู้สึก ความคิดและความปรารถนาต่างๆ ในลักษณะที่ตื่นตัวต่อบุคคล ต่อหลักการหรือต่อสิ่งใดอันเกิดจากการรับรู้

3.2 จิตสำนึกสาธารณะ ผู้กล่าวถึงจิตสำนึกสาธารณะโดยมีคำใช้เรียกแตกต่างกัน อาทิ เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2543) เรียกว่า จิตสาธารณะ ไพฑูรย์ สินลารัตน์ (2543) เรียกว่า สำนึกทางสังคม จิตสำนึกทางสังคม (Social Consciousness) หรือจิตสำนึกสาธารณะ (Public Consciousness) คือ การตระหนักรู้ และคำนึงถึงส่วนรวมร่วมกัน หรือคำนึงถึงผู้อื่นที่ร่วมความสัมพันธ์เป็นกลุ่มเดียวกันกับตน (ราชบัณฑิตยสถาน, 2524)

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2532) ได้ให้ความหมายของ ความสำนึกทางสังคม หรือจิตสำนึกสาธารณะ (Public Consciousness) คือการรู้และคำนึงถึงสิ่งที่เป็นส่วนรวมร่วมกัน และคำนึงถึงผู้อื่นที่ร่วมสัมพันธ์เป็นกลุ่มเดียวกับตน

โกมาตร จึงเสถียรทรัพย์ (2544) ได้ให้ความหมายของจิตสำนึกประชาสังคมซึ่งมีความหมายที่คล้ายคลึงกับจิตสำนึกสาธารณะไว้ว่า จิตสำนึกประชาสังคมหรือ Civil Consciousness หมายถึงความตื่นตัวของสังคมและการยอมรับในสาธาณชนถึงความสำคัญของคุณธรรมแห่งประชาสังคม โดยการเห็นความสำคัญและเคารพในคุณค่าของความคิดริเริ่มอิสระของปัจเจกบุคคลที่จะทำงานเพื่อสังคมส่วนรวม โดยไม่ต้องอยู่ใต้อาณัติของอำนาจการเมืองที่เป็นทางการ และเน้นการมีส่วนร่วมโดยสมัครใจในการสร้างสรรค์สังคม

จुरี วิจิตรวาทการ (2543) ได้กล่าวถึงจิตสำนึกสาธารณะไว้ว่า จิตสำนึกสาธารณะคือการมองเห็นประโยชน์ของส่วนรวมเป็นประโยชน์ของคนส่วนใหญ่ ไม่ใช่เฉพาะตัวเราครอบครัวเราองค์กรเรา นอกเหนือจากสิ่งที่เกี่ยวข้องพันด้วย อะไรคือส่วนรวม จิตสำนึกสาธารณะมักจะโยงถึงเรื่องผลประโยชน์ของสาธารณะ การตรวจสอบสาธารณะ ความรับผิดชอบสาธารณะ

ชวาลา เวชยันต์ (2544) ได้ให้ความหมายของคำว่าความตระหนักในการรับใช้สังคม หมายถึงสภาวะที่บุคคลมีความรู้ ความรู้สึกทางจิตใจ และพฤติกรรมที่สอดคล้องกับแนวคิดการรับใช้สังคม โดยมองเห็นว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของสังคมหรือชุมชนที่เป็นสมาชิกอยู่ เห็นคุณค่าและศักยภาพของชุมชน และใส่ใจต่อปัญหา และลงมือกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพื่อร่วมรับผิดชอบต่อชุมชน หรือสังคมนั้นๆ

พระไพศาล วิสาโล (2544) ได้กล่าวว่าประชาสังคม และพุทธศาสนาสามารถเป็นส่วนเสริมของกันและกันได้ เมื่อประชาสังคมมีจิตจำกัคบางส่วน ในขณะที่ประชาสังคมมีพื้นที่ที่น่าเรียนรู้ โดยนำหลักศาสนาเข้าไปมีบทบาทในสังคมมากขึ้น โดยจิตสำนึกสาธารณะ (Civic Mind) หมายถึงความใส่ใจ และพร้อมที่จะมีส่วนร่วมในกิจกรรมสาธารณะ รวมถึงความเคารพหวงแหนในสมบัติ “ส่วนรวม” ในจิตสำนึกดังกล่าว ไม่ใช่เพียงแค่ ครอบครัว ญาติมิตรคนรอบข้าง หรือชุมชนละแวก

บ้านคนเท่านั้น หากครอบคลุมไปถึงคนอื่นๆ อีกมากมายซึ่งอยู่ห่างไกลออกไป แม้จะไม่รู้จัก ไม่เคยเห็น แต่ก็รู้้อยู่ว่าเป็นส่วนหนึ่งของ “สังคม” ที่ตนสังกัด

สยามรัฐ เรื่องนาม (2542) ได้ใช้คำที่มีความหมายใกล้เคียงคือความสำนึกเชิงสังคม หมายถึงการตื่นตัว ความรู้สึกนึกคิด และความปรารถนาต่างๆ ของบุคคลในสังคมที่ต้องการเข้าไปแก้วิกฤตการณ์หรือสภาพปัญหาของสังคม และก่อให้เกิดพฤติกรรมความร่วมมือกันเป็นกลุ่มหรือองค์กร ทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจ หรือภาคสังคม (ประชาชน) ในลักษณะที่เป็นหุ้นส่วนกัน ก่อให้เกิดจิตสำนึกร่วมกันโดยมีวัตถุประสงค์หลัก คือ การพัฒนาความเข้มแข็งให้กับชุมชน และเป็นการให้ความสำคัญกับเรื่องจริยธรรม บางครั้งปัจเจกต้องเสียสละความสุขส่วนตนเพื่อประโยชน์ส่วนรวม เป็นความรู้สึกที่คนในสังคมตระหนักว่าเรื่องส่วนรวมเป็นเรื่องของตนเอง

สุพจน์ ทราญแก้ว (2546) ให้ความหมายของความสำนึกทางสังคมหรือความสำนึกสาธารณะ หมายถึงคุณลักษณะทางจิตใจของบุคคลเกี่ยวกับการมองเห็นคุณค่าหรือการให้คุณค่าแก่การมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และสิ่งต่างๆ ที่มีอยู่ในสังคมที่ไม่มีผู้ใดผู้หนึ่งเป็นเจ้าของร่วมกัน เป็นสิ่งที่สามารถสังเกตได้จากความรู้สึกนึกคิดที่แสดงออกมา

หฤทัย อาจปรุ (2544) ให้ความหมายของจิตสำนึกสาธารณะไว้ว่า “จิตสำนึกสาธารณะ” หมายถึงความตระหนักของบุคคลถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคม ทำให้เกิดความรู้สึกปรารถนาที่จะช่วยเหลือสังคม ต้องการเข้าไปแก้วิกฤตการณ์ โดยรับรู้สิทธิควบคู่ไปกับหน้าที่และความรับผิดชอบสำนึกถึงพลังของตนว่าสามารถร่วมแก้ปัญหาคได้ และลงมือกระทำเพื่อให้เกิดการแก้ปัญหาด้วยวิธีการต่างๆ โดยการเรียนรู้และแก้ไขร่วมกันกับคนในสังคม”

จิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมหรือจิตสำนึกสาธารณะในความหมายของผู้ศึกษา หมายถึงการที่คนหรือชุมชน มีความรับผิดชอบต่อสังคม มีความตระหนักรู้ ในการให้ความสำคัญต่อเรื่องส่วนรวมของสังคม รวมทั้งประโยชน์ของส่วนรวม มีสำนึกร่วมต่อประเด็นสาธารณะ ตลอดจนมีความโอบอ้อมแผ่อ่อน มีความรู้สึกรัก และมีความรู้สึกหวงแหนสาธารณสมบัติต่างๆ ของส่วนรวม คุณลักษณะของผู้มีจิตสำนึกสาธารณะ

ยุทธนา วรณปิติ (2542) กล่าวถึงบุคคลที่มีจิตสาธารณะว่าต้องมีคุณลักษณะดังนี้

1) การทุ่มเทและอุทิศตน สิทธิของพลเมืองจะต้องสอดคล้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม บุคคลไม่เพียงแต่ปฏิบัติตามสิทธิเท่านั้น แต่ต้องปฏิบัติเพื่อช่วยเหลือให้บริการแก่บุคคลอื่น เพื่อพัฒนาสังคมด้วย

2) เคารพความแตกต่างระหว่างบุคคล จากกระแสปัจเจกชนนิยม ส่งผลให้คนในสังคมมีลักษณะปิดกั้นตนเอง ไม่ไว้วางใจผู้อื่น เลือคบเฉพาะกลุ่มที่มีความเหมือนกัน ไม่สนใจการเมือง ทำให้ไม่สามารถปฏิบัติภารกิจของสังคมเพื่อผลประโยชน์ของส่วนรวม เกิดข้อขัดแย้ง การยุติข้อขัดแย้งโดยการฟังเสียงข้างมาก ไม่นำไปสู่ประโยชน์ของส่วนรวม ดังนั้นผู้มีจิตสำนึกสาธารณะต้องเป็นพลเมืองในฐานะที่เป็นเอกลักษณ์ทางการเมืองสมัยใหม่ มีความอดทนตระหนักว่าการมีส่วนร่วมไม่ทำให้ได้ไม่ได้อย่างที่ต้องการเสมอไป ต้องเคารพและยอมรับความแตกต่างที่หลากหลาย และหาวิธีอยู่ร่วมกับความขัดแย้งโดยการแสวงหาทางออกร่วมกัน การจำแนกประเด็นปัญหา การใช้เหตุผลในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การตัดสินใจ ต้องมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกันให้ได้มากที่สุด เพื่อหาข้อยุติ สร้างการเข้าร่วมรับรู้ ตัดสินใจและผนึกกำลังเพื่อให้เกิดการยอมรับจากทุกฝ่าย

3) คำนึงถึงผลประโยชน์ส่วนตนและส่วนรวม คนในสังคมต้องคิดถึงการเมืองในฐานะกิจการเพื่อส่วนรวมและเพื่อคุณธรรม

4) การลงมือกระทำ การวิพากษ์วิจารณ์ปัญหาที่เกิดขึ้นเพียงอย่างเดียวไม่สามารถทำให้สถานการณ์ดีขึ้น ต้องลงมือทำ โดยเริ่มจากครอบครัวในการวางพื้นฐานให้การอบรมด้านจริยธรรมของพลเมือง สถาบันการศึกษาไม่เพียงเป็นสถานที่ฝึกทักษะและให้ความรู้ต้องรับช่วงต่อในการสร้างค่านิยมที่เหมาะสมต่อจากครอบครัว รวมทั้งเครือข่ายสังคมที่เกิดขึ้น ระหว่างเพื่อนบ้าน ที่ทำงาน สโมสร สมาคมต่างๆ เชื่อมโยงบุคคลที่สนใจเรื่องของตนเข้าเป็นกลุ่มที่ใส่ใจผู้อื่น ช่วยดำรงรักษาประชาสังคม สังคม และกฎจริยธรรม รวมทั้งสถาบันที่มีอิทธิพลสูงต่อสังคมคือ สถาบันศาสนาและสื่อมวลชน นับว่ามีบทบาทสำคัญในการร่วมสร้างให้สังคมเข้มแข็งปัจจัยที่เป็นรูปธรรมอันจะนำไปสู่การพัฒนาจิตวิญญาณสาธารณะ

สถาบันการเรียนรู้และการพัฒนาประชาสังคม (CIVICNET) สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา (TDRI) และมหาวิทยาลัยมหิดล ได้จัดการประชุมทางวิชาการประชาสังคมครั้งที่ 1 ในการประชุมได้มีการเปิดเวทีอภิปรายกลุ่มย่อยในหัวข้อเรื่อง สิทธิพลเมืองความรับผิดชอบของรัฐ โดย ดร.ศรีประภา เพ็ชรมิศรี เป็นผู้ดำเนินรายการ และได้ตั้งคำถามในการอภิปรายถึงความหมายของคำว่า “จิตวิญญาณสาธารณะ” ซึ่งให้ผู้เข้าร่วมประชุมได้อภิปรายร่วมกัน ได้ข้อสรุปว่า “สาธารณะ” มีหลายมุมมองด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่เป็นรูปธรรม เช่น สิ่งของ สถานที่ และนามธรรม อันได้แก่ ศาสนา วัฒนธรรมประเพณี ความเชื่อ หรือในเชิงนามธรรม เป็นเรื่องของส่วนรวม การมีส่วนร่วม มีกฎเกณฑ์รองรับพร้อมกับการอนุรักษ์และพัฒนา คำว่า “สาธารณะ” อาจจะเป็นเรื่องของวิถีชีวิต ซึ่งประกอบด้วยปัจเจก หรืออาจจะเป็นการใดๆ ตามแต่ที่มีความเปิดเผย โปร่งใส ตรวจสอบได้ หรือการมีสิทธิ มีความเสมอภาค มีขอบเขตสิทธิ มีการใช้ประโยชน์และรับผิดชอบร่วมกัน การที่

สังคมและชุมชนมีส่วนร่วมกัน มีความเป็นเจ้าของร่วมกัน รวมไปถึงทรัพย์สินของราชการที่รัฐมีหน้าที่ดูแลรักษา ตลอดจนนโยบายต่างๆ ด้วย (จามะรี เชียงทอง, 2543)

นอกจากนี้ ในการอภิปรายดังกล่าว ได้มีการนิยามความหมายของ “จิตวิญญาณสาธารณะ” ในบริบทของสังคมไทยไว้ ดังนี้

1) สิ่งที่ต้องสร้างปฏิบัติ โดยมีการสร้างตัวอย่างที่ดี มีกิจกรรมต่อเนื่อง และสิ่งที่ทำลงไปจะมีผลกระทบร่วมกันทั้งในแง่บวก และแง่ลบ มีการทำกิจกรรมที่หลากหลาย กระจายหรืออื่น มีการปรับเปลี่ยนและมีการติดตามประเมินผล

2) ประเพณีและความเชื่อ การมีทุนทางวัฒนธรรม เช่น ศาสนา ประเพณี ความเชื่อ จริยธรรม ความเอื้อเฟื้อต่อกัน

3) ความรับผิดชอบทั้งต่อตนเอง และความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม

4) มีความเข้าใจในสถานการณ์ โดยการทบทวนสิ่งที่ผ่านมา สิ่งที่กำลังดำรงอยู่ และมองการณ์ไกลในอนาคต

5) การมีความเข้าใจและวิธีคิดค้นที่พ้นจากตัวเองโดยมีความรัก เอื้ออาทรต่อผู้อื่น มีความจริงใจ เสียสละ มีคุณธรรม มีวิธีคิดในเรื่องของสังคม การเคลื่อนไหวใดๆ ที่เกิดขึ้นเพื่อประโยชน์ของพลเมือง (จามะรี เชียงทอง, 2543)

เงื่อนไขหรือกระบวนการไปสู่ “การมีจิตสำนึกต่อสังคมหรือจิตสำนึกสาธารณะ” ได้แก่

1) การสร้างองค์กร ผู้นำ สื่อ และสร้างวัฒนธรรมใหม่ มีการสร้างประโยชน์ร่วมกัน ทำให้เกิดกลุ่มทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ มีการเข้าร่วมกลุ่ม มีกิจกรรมสาธารณะอย่างต่อเนื่อง

2) มีทุนประชาคม อันได้แก่ ความรู้ ภูมิปัญญา และเงิน

3) มีการได้รับข้อมูลข่าวสารความรู้ต่างๆ ทั้งในระบบและนอกระบบการศึกษา

4) มีการสร้างเครือข่ายทุกเพศทุกวัย มีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างโดยเริ่มจากตัวเองมีระบบคิดที่จะยอมรับผู้อื่น สามารถแยกแยะดีเลวได้ มีอิทธิบาท 4 มีการสร้างศักดิ์ศรี เกียรติยศสร้างกฎระเบียบร่วมกัน

5) มีความตระหนักในสิทธิส่วนบุคคล และส่วนรวม สร้างจิตสำนึกในการเป็นเจ้าของร่วมกัน โดยเริ่มปลูกฝังจากครอบครัว ในขณะที่เดียวกันต้องมีการนำสื่อเข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างให้เกิดความคิดอันหลากหลาย ทำให้เห็นคุณหรือโทษต่างๆ รวมไปถึงการเรียนรู้มีส่วนร่วม มีชุมชนแห่งการเรียนรู้

6) มีการสร้างทักษะการมีส่วนร่วม รวมไปถึงการเข้าไปมีส่วนร่วมในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการเปิดโอกาสให้แสดงออก มีประเด็นที่จะเคลื่อนไหวร่วมกัน มีการเสียดสีทู่ทู่ เถียงเห็นประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าส่วนตน เอาจริงเอาจังอย่างต่อเนื่องในขณะที่เดียวกันก็ไม่ยึดติดกับรูปแบบ มีการสร้างเครือข่าย และมาตรการหรือกฎหมายบังคับ

7) มีผู้นำ/บุคคลสาธารณะที่เป็นแบบอย่าง มีจิตสำนึกต่อสังคม มีคุณธรรม และสร้างระบบผู้นำร่วมได้ (จามะรี เชียงทอง, 2543)

พัฒนาการของจิตสำนึกสาธารณะมาจากทฤษฎีประชาสังคม ด้วยเหตุผลของการอยู่ร่วมกันเป็นสังคมย่อมต้องลดเสรีภาพและส่วนตัวลง หน้าที่ของพลเมืองหรือคนที่อยู่ในสังคมต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยต้องมีวินัยที่เคร่งครัดในอันที่จะทำให้สังคมเกิดความสงบสุข หากมีการละเมิดสิทธิประโยชน์ของผู้อื่นหรือส่วนรวม ต้องรับผิดชอบร่วมกัน ทฤษฎีประชาสังคมเกิดขึ้นในโลกตะวันตกให้ความสำคัญเกี่ยวกับกระบวนการช่วยเหลือสังคม โดยองค์กรพัฒนาเอกชนที่ไม่มีวัตถุประสงค์แสวงหากำไร (Non Government Organizations or NGOs) อาทิ แนวคิดของ Keane (1988) กล่าวว่าประชาสังคม เป็นแนวคิดของการมีส่วนร่วมของสมาชิกในองค์กรนอกภาครัฐ เพื่อทำกิจกรรมด้านเศรษฐกิจและวัฒนธรรมกระทำจนเป็นกิจวัตรและด้วยความเต็มใจ โดยผู้ที่อยู่ในองค์กรจะร่วมกันปกป้องและเปลี่ยนแปลงบทบาทของตนเองโดยการกดดันสถาบันในภาครัฐ แต่ในประเทศไทยให้ความสำคัญกับความร่วมมือของบุคคลในสังคม เพื่อพัฒนาสังคมด้วยความเสมอภาคและเท่าเทียม ให้ความสำคัญต่อความสามัคคี เนื่องจากลักษณะทางสังคม ขนบธรรมเนียม ประเพณีและวัฒนธรรมแตกต่างกับโลกตะวันตก ดังนั้นจึงนำเสนอแนวคิดประชาสังคมในบริบทของประเทศไทยเท่านั้น โดยมีแนวคิดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องดังนี้ (หฤทัย อาจปรุ, 2544)

ชูชัย ศุภวงศ์ (2540) ให้ความหมายของคำว่า ประชาสังคมว่าเป็นการที่ผู้คนในสังคมเห็นวิกฤตการณ์หรือสภาพปัญหาในสังคมที่สลับซับซ้อนยากแก่การแก้ไข มีวัตถุประสงค์ร่วมกันซึ่งนำไปสู่การก่อจิตสำนึก ร่วมกันมารวมตัวกันเป็นกลุ่มหรือองค์กรไม่ว่าจะเป็นภาครัฐภาคธุรกิจหรือภาคสังคม ในลักษณะที่เป็นหุ้นส่วนกันเพื่อร่วมกันแก้ปัญหาหรือกระทำการบางอย่างให้บรรลุวัตถุประสงค์ทั้งนี้ ด้วยความรัก ความสามัคคี ความเอื้ออาทรต่อกันภายใต้ระบบการจัดการโดยมีการเชื่อมโยงเป็นเครือข่าย

ชัยอนันต์ สมุทวณิช (2539) ประชาสังคม เป็นการทำงานร่วมกันของทุกๆ ส่วนในสังคม ภาครัฐ ภาคประชาชน เข้ามาเป็นหุ้นส่วนกันและให้ความสำคัญกับวิถีประชา ที่เป็นกิจกรรมของกลุ่มองค์กรต่างๆ โดยยึดกิจกรรมเป็นศูนย์กลาง ปราศจากการจัดตั้ง เน้นกระบวนการและการมี

ส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมการพัฒนาทุกฝ่ายร่วมกันในระดับพื้นที่ ซึ่งอาจเป็นพื้นที่จังหวัด อำเภอ ตำบล หมู่บ้าน

ประเวศ วะสี (2536) ประชาสังคม เป็นแนวคิดที่ต้องการทำให้ชุมชนหรือภาคสังคมเข้มแข็ง เพราะสภาพของสังคมไทยในปัจจุบัน ภาคส่วนหลักประกอบด้วยภาครัฐ และภาคธุรกิจเอกชน มีความเข้มแข็งและมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันอย่างมาก ปรากฏการณ์เช่นนี้ส่งผลทำให้สังคมขาดคุณภาพและเกิดความล่าช้าในการพัฒนาของฝ่ายประชาชนหรือ ภาคสังคมซึ่งเรียกว่า สังคมสมานภาพ การสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนจำเป็นต้องมีการร่วมมือกันของทุกส่วนในสังคม

ไพบูลย์ วัฒนศิริธรรม (2543) ประชาสังคม หมายถึงสังคมที่ประชาชนโดยทั่วไปต่างมีบทบาทสำคัญในการจัดการเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวกับวิถีชีวิตของประชาชน โดยอาศัยองค์กรกลไก กระบวนการ และกิจกรรมอันหลากหลาย ที่ประชาชนจัดขึ้น โดยนัยยะของความหลากหลายขององค์กรนี้ไม่ว่าจะเป็นกลุ่ม องค์กร ชมรม สมาคม ซึ่งล้วนแต่มีบทบาทสำคัญต่อการผลักดันการเปลี่ยนแปลงทางสังคมทั้งสิ้น จึงเป็นเสมือนสังคมของประชา และประชาสังคมในแง่ที่ไม่มีภาครัฐเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยอาศัยอำนาจตามกฎหมายและไม่ใช้ภาครัฐกิจ ซึ่งดำเนินงานโดยมุ่งหวังผลกำไรเป็นสำคัญ

ธีรยุทธ บุญมี (2536) แนวคิดเรื่องประชาสังคมเป็นแนวความคิดที่ให้ความสำคัญกับพลังที่สามหรือพลังสังคม ที่มีลักษณะกระจัดกระจาย (Diffuse) เป็นพลังทางสังคมที่มาจากทุกส่วนของสังคม เช่น พลังของนักธุรกิจ นักวิชาชีพ นักศึกษา ปัญญาชน ชาวบ้าน สามารถร่วมแรงร่วมใจกันผลักดันสังคม ปัญหาต่างๆก็จะสามารถเปลี่ยนแปลงได้

อนек เหล่าธรรมทัศน์ (2539) ประชาสังคมเป็นแนวความคิดที่เน้นเรื่องความสมานฉันท์ ความกลมเกลียว การมีส่วนร่วม ความผูกพัน ความสำนึกของความเป็นพลเมืองของคนในสังคม ประชาสังคมโดยนัยยะนี้ ไม่ได้หมายถึงความเป็นชุมชนของสังคมชนบทเท่านั้น แต่รวมไปถึงคนชั้นกลาง ที่ไม่จำเป็นต้องมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดเป็นเครือญาติหรือเป็นแบบค้ำหน้าแต่เป็นความผูกพันของผู้คนที่หลากหลายต่อกันบนพื้นฐานแห่งความร่วมมือ และการแสวงหาการมีส่วนร่วม และด้วยสำนึกที่มีต่อความเป็นพลเมือง

ตัวอย่างประชาสังคมในประเทศไทย อาทิ การที่ครูชบ ยอดแก้ว และพระสุบินปณีโต จังหวัดตราด ก่อตั้งมหาวิทยาลัยชาวบ้าน อาศัยกิจกรรมทางการเงินให้เกิดการปฏิบัติธรรมและยกระดับความคิดความรู้ในการบริหารจัดการของชุมชน ทำให้คนรู้จักการทำงานรวมกลุ่มพบ

ศักยภาพของการพึ่งตนเอง อันเป็นจิตวิญญาณชุมชนที่แท้จริง (สื่อพลัง, 2543) หรือตัวอย่างประชาสังคมในกรุงเทพ คือ จ.ส. 100 ชุมชนทางอากาศ จากปัญหาจราจรวิกฤติของกรุงเทพ ทำให้รายการวิทยุที่รายงานสภาพจราจรตลอด 24 ชั่วโมงกลายเป็นชุมชนขึ้นมาได้ และเป็นชุมชนที่เปลี่ยนแปลงจากการที่บุคคลไม่เห็นหน้าได้ยินแต่เสียง มาเป็นสนทนาแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ให้กำลังใจเอื้ออาทรกัน นำไปสู่กิจกรรมในรูปแบบอื่น อาทิ การบริการการแพทย์ฉุกเฉินทางอากาศ การชี้เบาะแสอาชญากรรม

จากนิยามข้างต้นที่มีผู้ให้ความหมายและมีแนวคิดเกี่ยวกับประชาสังคมที่แตกต่างกัน สำหรับแนวคิดโดยสรุปที่นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กระบวนการที่เกิดขึ้นจากการมีปฏิสัมพันธ์ของคน ทำให้สังคมตื่นตัว มีความรู้สึกนึกคิดและปรารถนาเข้าไปแก้วิกฤตการณ์หรือปัญหาของสังคม มีความรู้สึกเป็นเจ้าของส่วนรวมร่วมกันซึ่งก่อให้เกิดพฤติกรรมความร่วมมือกันให้เกิดจิตสำนึกร่วมกันโดยมีวัตถุประสงค์หลักคือ การพัฒนาความเข้มแข็งให้กับชุมชนและมีความเสียสละเพื่อประโยชน์ของส่วนรวม

องค์ประกอบของประชาสังคม กิจกรรมหรือกระบวนการที่เรียกว่าเป็นประชาสังคมต้องประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ (ชูชัย ศุภวงศ์ และคณะ, 2540) ดังนี้

1. จิตสำนึกประชาสังคม (Civic Consciousness) หรือ จิตสำนึกสาธารณะ (Public Consciousness) หมายถึงความคิดและความยอมรับในเรื่องการรวมตัวกันอย่างอิสระด้วยความรัก ความเอื้ออาทร การยอมรับในความคิดเห็นของกันและกันในการเรียนรู้ร่วมกัน หรือการแก้ไขปัญหาที่เผชิญอยู่ การรวมตัวกันเป็นลักษณะของการมีส่วนร่วม มีอิสระและมีการเรียนรู้ร่วมกัน

2. โครงสร้างองค์กรประชาสังคม (Civic Organization) หมายถึง กลุ่มการรวมตัวซึ่งอาจเป็นองค์กรที่เป็นทางการ หรือไม่เป็นทางการก็ได้ เป็นกลุ่มที่รวมตัวกันเฉพาะกรณี เฉพาะเรื่อง หรือต่อเนื่อง สมาชิกของกลุ่มอาจจะเป็นบุคคลในภาครัฐ ภาคธุรกิจ หรือประชาชน หรือรวมกันอยู่ได้ จำนวนสมาชิกไม่จำกัด มีสมาชิกเพียง 2 -3 คนก็ได้ ประเด็นสำคัญคือการรวมกลุ่มต้องมีจิตสำนึกประชาสังคมครบถ้วน

3. เครือข่ายประชาสังคม (Civic Network) หมายถึง โครงสร้างและกระบวนการซึ่งเชื่อมโยงสมาชิกในกลุ่ม หรือเชื่อมโยงองค์กรประชาสังคมต่างๆ เข้าด้วยกัน ปัจจัยสำคัญของเครือข่ายประชาสังคม คือ ระบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และการสัมพันธ์ด้วยความสมานฉันท์

องค์ประกอบทั้ง 3 องค์ประกอบก่อให้เกิดประชาสังคม แต่กระบวนการประชาสังคมจะไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้ ถ้าบุคคลในสังคมขาดจิตสำนึกสาธารณะ ซึ่งเป็นแหล่งกำเนิดที่มีผลต่อพฤติกรรมความร่วมมือของบุคคลในสังคม ทุกองค์ประกอบทั้งในด้านความคิดเห็น ความรู้สึก และการปฏิบัติต้องมีจิตสำนึกสาธารณะเป็นส่วนประกอบ

กระบวนการเกิดประชาสังคม ขั้นตอนการก่อตัวของสังคมเข้มแข็ง (ธีรยุทธ บุญมี, 2536) แบ่งเป็น 4 ขั้นตอนคือ

ขั้นที่ 1 การเกิดจิตสำนึกสังคม

ขั้นที่ 2 การเกิดกลุ่มองค์กรทางเศรษฐกิจสังคมต่างๆ ที่มีจิตสำนึกในการดูแลประโยชน์ซึ่งกันและกัน

ขั้นที่ 3 การก่อรูปของอุดมการณ์ร่วมของสังคมที่ยึดเหนี่ยวให้สังคมเป็นสังคมที่เข้มแข็งและมีคุณธรรม

ขั้นที่ 4 การที่อุดมการณ์แห่งสังคมเข้มแข็งตกผลึกเป็นเสมือนสถาบันที่ทุกคนยอมรับเป็นกฎเกณฑ์แห่งวิถีชีวิต

ความเป็นมาเกี่ยวกับจิตสำนึกสาธารณะ การศึกษาเกี่ยวกับจิตสำนึก มีการศึกษากันมาเป็นระยะเวลายาวนาน โดยมีการศึกษาทั้งในเชิงปรัชญา จิตวิทยา และสังคมศาสตร์ ทางด้านจิตวิทยามีการกล่าวถึงจิตสำนึกในช่วงปี ค.ศ. 1950 (Ristau, 1991) ซึ่ง Freud (1932) นักทฤษฎีจิตวิเคราะห์ ได้กล่าวถึงจิตสำนึกในด้านเกี่ยวกับการแบ่งภาคของจิต (Regions of mind) กล่าวถึงหน้าที่ของจิตในการก่อให้เกิดพฤติกรรมทั้งที่รู้ตัวและไม่รู้ตัว ในด้านสังคมศาสตร์เริ่มมีการกล่าวถึงในช่วงศตวรรษที่ 17 ใช้ในกลุ่มทฤษฎีแนวของ Maxist และ Fugo กล่าวถึงจิตสำนึกสาธารณะด้านการเมือง ซึ่งกล่าวว่าสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคมทั้งหมดคือ การเมือง โดยเริ่มมีการกล่าวถึงในซีกโลกตะวันตก (ชัยวัฒน์ ธีระพันธุ์ (2542))

ในประเทศไทยเริ่มมีการกล่าวถึงจิตสำนึกสาธารณะช่วงหลังพุทธศักราช 2500 (ธีรยุทธ บุญมี, 2536) คือ ช่วงเริ่มมีการใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แต่เริ่มเห็นเป็นรูปธรรมมากขึ้นหลังจากเหตุการณ์ 14 ตุลาคม 2516 ก่อนหน้านั้นกิจกรรมการช่วยเหลือสังคมซึ่งเสริมงานบำบัตทุกข์บำรุงสุขของรัฐ กระทำโดยสถาบันทางศาสนา มูลนิธิ ซึ่งจัดโดยเอกชนจัดตั้งช่วยเหลือคนในเชื้อชาติหรือจากภูมิภาคเดียวกัน เป็นลักษณะผู้ให้กับผู้รับ แต่หลังเหตุการณ์ 14 ตุลาคม 2516 ประชาชนที่มีฐานะยากจนเริ่มตระหนักถึงพลังของตนเองและสำนึกต่อสังคมของชนชั้นกลางถูกยกระดับสูงขึ้น (วิภาพันธุ์ ก่อเกียรติเจริญ, 2541) และต่อมาการพัฒนามุ่งเน้นคนเป็นศูนย์กลางในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540-2544) และเริ่มส่งเสริมประชาคมจังหวัดให้เกิดขึ้นในทุกจังหวัด ควบคู่กับการเตรียมขยายประชาคมตำบล (สื่อพลัง, 2543) เพราะผลจากการใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ผ่านมาพบว่า การพัฒนาเศรษฐกิจเพียงด้านเดียวไม่สามารถนำพาประเทศไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนได้ การพัฒนาต้องควบคู่ไปด้วยกันทุกด้าน ซึ่งไม่สามารถเกิดขึ้นได้ถ้าปราศจากความร่วมมือของคนในชาติ

จิตสำนึกสาธารณะ เป็นเรื่องใหม่ที่ปรากฏในสังคมไทย (สื่อพลัง, 2542) เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ก่อให้เกิดประชาสังคม จึงเป็นส่วนหนึ่งของทฤษฎีประชาสังคม (Civil Society) ซึ่งแตกต่างจากซีกโลกตะวันตกที่มีการกล่าวถึงเรื่องนี้มาเป็นเวลายาวนาน ทั้งนี้เนื่องจากความแตกต่างของระบบสังคม เศรษฐกิจ การเมือง ประเพณีและวัฒนธรรมโลกตะวันตกมีพื้นฐานการปกครองประเทศจากประชาชน เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนในการแก้ไขปัญหาสังคม เน้นบทบาทของกลุ่มคนองค์กรนอกภาครัฐ แต่ในประเทศไทยเริ่มจากการปกครองในระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์ เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงการปกครองอย่างฉับพลัน โดยไม่มีการเตรียมความพร้อมให้แก่ประชาชน ทำให้ประชาชนยึดติดต่อระบอบเดิม คือ ต้องการผู้ปกครองประกอบกับในหลักสูตรการศึกษา มักกล่าวถึงแต่หน้าที่ของพลเมือง แต่ไม่ได้สอนสิทธิของพลเมืองทำให้นิสิตนักศึกษาไม่รู้สิทธิของตนซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาประเทศ ดังนั้นประเทศไทยจึงปกครองด้วยชนชั้นผู้นำ เมื่อเกิดวิกฤตต่างๆ ประชาชนจึงคิดว่าเป็นหน้าที่ของผู้นำในการแก้ไขปัญหา เมื่อเป็นเช่นนี้จึงมีผู้แก้ปัญหาของประเทศเพียงกลุ่มเล็กๆ เท่านั้นปัญหาทั้งหมดจึงไม่สามารถแก้ไขได้ จิตสำนึกสาธารณะจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญที่จะทำให้พลเมืองสำนึกในสิทธิและหน้าที่ โดยร่วมคิดและเข้าไปมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น

แนวคิดจิตสำนึกต่อสังคมหรือจิตสำนึกสาธารณะสามารถอธิบายผ่านปรากฏการณ์ที่ชุมชนได้สะท้อนจิตสำนึกสาธารณะออกมาในรูปแบบของการรวมตัวของกลุ่มกิจกรรม ในรูปแบบการทำกิจกรรมเพื่อสังคม หรือการสร้างสรรค์ประโยชน์ให้กับส่วนรวม ดังนั้นการศึกษาจิตสำนึกต่อสังคมหรือจิตสำนึกสาธารณะผู้ศึกษาจึงต้องดูถึงบริบททางสังคม ประกอบกับเงื่อนไขที่ก่อให้เกิดบุคคลหรือกลุ่มดังกล่าว เช่น การมีผู้นำหรือบุคคลสาธารณะที่เป็นแบบอย่างจิตสำนึกสาธารณะปัจเจกบุคคล ทุนทางวัฒนธรรม (ในรูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ธรรมเนียมประเพณีและพิธีกรรม) ผลประโยชน์ การสนับสนุนจากเครือข่ายการทำงานหน่วยงานภายนอกทั้งรัฐ เอกชน และประชาชน ฯลฯ โดยพิจารณาความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงที่ก่อให้เกิดจิตสำนึกต่อสังคมหรือจิตสำนึกสาธารณะขึ้น

จิตสำนึกทางสังคมหรือจิตสำนึกสาธารณะ (Public Consciousness) คือการรู้ การตื่นตัว ความรู้สึกนึกคิด คุณลักษณะทางจิตใจของบุคคลและความปรารถนาต่างๆ การรู้และคำนึงถึงสิ่งที่เป็นส่วนรวมร่วมกัน และคำนึงถึงผู้อื่นที่ร่วมสัมพันธ์เป็นกลุ่มเดียวกับตน ของบุคคลในสังคมที่ต้องการเข้าไปแก้วิกฤตการณ์หรือสภาพปัญหาของสังคม เป็นสิ่งที่สามารถสังเกตได้จากความรู้สึกนึกคิดที่แสดงออกมา และก่อให้เกิดพฤติกรรมการรวมตัวกันเป็นกลุ่มหรือองค์กร ทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจ หรือภาคสังคม (ประชาชน) ในลักษณะที่เป็นหุ้นส่วนกัน ก่อให้เกิดจิตสำนึกร่วมกันโดยมีวัตถุประสงค์หลัก คือ การพัฒนาความเข้มแข็งให้กับชุมชน และเป็นการให้ความสำคัญกับเรื่อง

จริยธรรม บางครั้งปัจเจกต้องเสียสละความสุขส่วนตัวเพื่อประโยชน์ส่วนรวม เป็นความรู้สึกที่คนในสังคมตระหนักว่าเรื่องส่วนรวมเป็นเรื่องของตนเอง

จิตสำนึกสาธารณะ (Civic Mind) คือ ความใส่ใจ และพร้อมที่จะมีส่วนร่วมในกิจกรรมสาธารณะ รวมถึงความเคารพหวงแหนในสมบัติส่วนรวม “ส่วนรวม” ความตระหนักของบุคคลถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคม การมองเห็นประโยชน์ของส่วนรวมเป็นประโยชน์ของคนส่วนใหญ่ ไม่ใช่เฉพาะตัวเราครอบครัวเรา องค์กรเรา นอกเหนือจากสิ่งที่เกี่ยวข้องด้วย อะไรคือส่วนรวม จิตสำนึกสาธารณะมักจะโยงถึงเรื่องผลประโยชน์ของสาธารณะ การตรวจสอบสาธารณะ ความรับผิดชอบสาธารณะ การแก้ปัญหาด้วยวิธีการต่างๆ โดยการเรียนรู้และแก้ไขร่วมกันกับคนในสังคม

จิตสำนึกประชาสังคมซึ่งมีความหมายที่คล้ายคลึงกับจิตสำนึกสาธารณะว่า จิตสำนึกประชาสังคมหรือ Civil Consciousness หมายถึงความตื่นตัวของสังคมและการยอมรับในสาธาณชนถึงความสำคัญของคุณธรรมแห่งประชาสังคม โดยการเห็นความสำคัญและเคารพในคุณค่าของความคิดริเริ่มอิสระของปัจเจกบุคคลที่จะทำงานเพื่อสังคมส่วนรวม โดยไม่ต้องอยู่ใต้อาณัติของอำนาจการเมืองที่เป็นทางการ และเน้นการมีส่วนร่วมโดยสมัครใจในการสร้างสรรค์สังคม

จิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมหรือจิตสำนึกสาธารณะในความหมายของผู้ศึกษา หมายถึงการที่บุคคลมีความรับผิดชอบต่อสังคม มีความตระหนักรู้ ในการให้ความสำคัญต่อเรื่องส่วนรวมของสังคม รวมทั้งประโยชน์ของส่วนรวม มีสำนึกร่วมต่อประเด็นสาธารณะ ตลอดจนมีความโอบอ้อมเพื่อนฝูง มีความรู้สึกรัก และมีความรู้สึกหวงแหนสาธาณสมบัติต่างๆ ของส่วนรวม

ทฤษฎีประชาสังคม เกิดขึ้นในโลกตะวันตกให้ความสำคัญเกี่ยวกับกระบวนการช่วยเหลือสังคมโดยองค์กรพัฒนาเอกชนที่ไม่แสวงหากำไร (Non Governance Organizations or NGOs) อาทิ แนวคิดของ Keane (1988) กล่าวว่า ประชาสังคม เป็นแนวคิดของการมีส่วนร่วมของสมาชิกในองค์กรนอกภาครัฐ เพื่อทำกิจกรรมด้านเศรษฐกิจและวัฒนธรรมกระทำจนเป็นกิจวัตรและด้วยความเต็มใจ โดยผู้ที่อยู่ในองค์กรจะร่วมกันปกป้องและเปลี่ยนแปลงบทบาทของตนเองโดยการกดดันสถาบันในภาครัฐ แต่ในประเทศไทยให้ความสำคัญกับความร่วมมือของบุคคลในสังคม เพื่อพัฒนาสังคมด้วยความเสมอภาคและเท่าเทียม ให้ความสำคัญต่อความสามัคคี เนื่องจากลักษณะทางสังคมขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมแตกต่างกับโลกตะวันตก

ประชาสังคม คือ กระบวนการที่เกิดขึ้นจากการมีปฏิสัมพันธ์ของคนในชุมชน ทำให้คนในสังคมตื่นตัว มีความรู้สึกนึกคิดและปรารถนาเข้าไปแก้วิกฤตการณ์หรือปัญหาของสังคม มีความรู้สึกเป็นเจ้าของส่วนรวมร่วมกันซึ่งก่อให้เกิดพฤติกรรมความร่วมมือกันทำให้เกิดจิตสำนึกร่วมกัน

โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือ การพัฒนาความเข้มแข็งให้กับชุมชนและมีความเสถียรเพื่อประโยชน์ของส่วนรวม

ตัวอย่างประชาสังคมในประเทศไทย อาทิ ประชาสังคมในกรุงเทพฯ คือ จ.ส. 100 ชุมชนทางอากาศ จากปัญหาจราจรวิกฤตของกรุงเทพฯ ทำให้รายการวิทยุที่รายงานสภาพจราจรตลอด 24 ชั่วโมงกลายเป็นชุมชนขึ้นมาได้ และเป็นชุมชนที่เปลี่ยนแปลงจากการที่บุคคลไม่เห็นหน้าได้ยินแต่เสียง มาเป็นสนทนาแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ให้กำลังใจเอื้ออาทรกัน นำไปสู่กิจกรรมในรูปแบบอื่น อาทิ การบริการการแพทย์ฉุกเฉินทางอากาศ การชี้เบาะแสาอาชญากรรม

กล่าวโดยสรุปได้ว่า จิตสำนึกสาธารณะหรือจิตสำนึกทางสังคม โดยมีคำใช้เรียกแตกต่างกัน อาทิ จิตสาธารณะ ความสำนึกทางสังคม ความสำนึกสาธารณะ จิตสำนึกทางสังคม (Social Consciousness) จิตสำนึกประชาสังคม หรือจิตสำนึกสาธารณะ (Public Consciousness) คือ การตระหนักรู้ และคำนึงถึงส่วนรวมร่วมกัน หรือคำนึงถึงผู้อื่นที่ร่วมความสัมพันธ์เป็นกลุ่มเดียวกันกับตน จิตสำนึกต่อสังคมหรือสำนึกสาธารณะคือปรากฏการณ์ที่บุคคล ชุมชน องค์กร สะท้อนจิตสำนึกสาธารณะออกมาในรูปแบบของการทำงานเพื่อสังคม หรือการสร้างสรรค์ประโยชน์ให้กับส่วนรวม

ดังนั้นการศึกษาจิตสำนึกต่อสังคมจึงต้องพิจารณาในบริบททางสังคม ประกอบกับเงื่อนไขที่ก่อให้เกิดบุคคลหรือกลุ่มดังกล่าว เช่น การมีผู้นำหรือบุคคลสาธารณะที่เป็นแบบอย่างจิตสำนึกสาธารณะปัจเจกบุคคล ทunesทางวัฒนธรรม (ในรูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคม วิธีชีวิตความเป็นอยู่ ธรรมเนียมประเพณีและพิธีกรรม) ผลประโยชน์ การสนับสนุนจากเครือข่ายการทำงานหน่วยงานภายนอกทั้งรัฐ เอกชน และประชาชน ฯลฯ โดยพิจารณาความสัมพันธ์ที่เกี่ยวเนื่องเชื่อมโยงที่ก่อให้เกิดจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมขึ้น

3.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับการเรียนรู้ด้วยการรับใช้สังคม ความหมายของการเรียนรู้ด้วยการรับใช้สังคม กระบวนการการเรียนรู้ด้วยการรับใช้สังคม เป็นการสะท้อนความเชื่อที่ว่า การศึกษาต้องเชื่อมโยงกับสำนึกทางสังคม และการเรียนการสอนที่มีประสิทธิผลมากที่สุด คือ การปฏิบัติด้วยตนเองและเชื่อมโยงกับประสบการณ์ที่มีจุดมุ่งหมาย (ชวลา เวชยันต์, 2544) สอดคล้องกับแนวคิดของ Freire (1979) ในการสร้างจิตสำนึกหรือความตระหนักรู้ต่อปัญหาต่างๆ ในสังคม ตลอดจนแนวคิดปรัชญาพัฒนานิยม (Progressivism) หรือปรัชญาปฏิบัตินิยม (Pragmatism) ของ Dewey ที่เน้นให้ผู้เรียนได้เรียนจากการลงมือกระทำ (Learning by doing) หรือได้รับประสบการณ์จริง (Experience)

ทิสนา เขมมณี (2545) กล่าวไว้ในศาสตร์การสอนว่า การจัดการเรียนรู้ด้วยการรับใช้สังคม (Service Learning) เป็นการดำเนินการช่วยให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ โดยการให้ผู้เรียนเข้าไปมีประสบการณ์ในการรับใช้สังคม ทั้งนี้ผู้เรียนจะต้องมีการสำรวจความต้องการของชุมชนที่มีความเกี่ยวข้องกับเรื่องที่เรียน และวางแผนการเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ลงมือปฏิบัติการรับใช้สังคมตามแผน และนำประสบการณ์ทั้งหลายที่ได้รับมาคิดพิจารณา ไตร่ตรอง จนกระทั่งเกิดความคิดรวบยอด หลักการหรือสมมติฐานต่างๆ ซึ่งสามารถนำไปทดลอง หรือประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ต่างๆ ได้

นันทยา ต้นศรีเจริญ (2546) กล่าวถึงการเรียนรู้ด้วยการรับใช้สังคมว่า เป็นการจัดการเรียนรู้ที่เปิดโอกาสให้เด็กนักเรียนได้ทำความรู้จักกับชุมชน วิเคราะห์ถึงความต้องการของชุมชนที่นักเรียนสามารถช่วยเหลือได้ โดยนำความรู้ในห้องเรียนมาประยุกต์ใช้ พร้อมทั้งได้เรียนรู้จากการลงมือช่วยเหลือชุมชนด้วย หัวใจสำคัญของ Service Learning คือ การที่นักเรียนและชุมชนต่างได้รับประโยชน์จากกิจกรรมนั้นๆ เท่ากัน ไม่ใช่เกิดประโยชน์เพียงฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง

ศักดิ์ชัย นิรัญทวี และคณะ (2544) อธิบายความหมายของ การเรียนรู้ด้วยการรับใช้สังคมว่า คือ การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ให้แก่ผู้เรียนด้วยการประยุกต์ หรือออกแบบให้นำเนื้อหาของบทเรียนมาจัดโครงการที่เชื่อมโยงกับปัญหาในชีวิตจริงของชุมชน หรือในทางกลับกันเป็นการเชื่อมโยงปัญหาในชุมชนเข้ามาสู่บทเรียน และในบางโอกาสอาจเป็นการนำนักเรียนออกไปทำกิจกรรมในชุมชน โดยถือว่ากิจกรรมนั้นเป็นส่วนหนึ่งของการเรียนในหลักสูตร

นอกจากนี้ ศักดิ์ชัย นิรัญทวี ยังกล่าวถึงการเรียนรู้ด้วยการรับใช้สังคม ไว้ด้วยว่า การเรียนรู้ด้วยการรับใช้สังคม จัดขึ้นเพื่อสร้างความเป็นคนดีหรือคนที่มีลักษณะที่พึงประสงค์ของสังคมแต่ละแห่ง กล่าวคือ ต้องมีความตระหนักสำนึกถึงคุณค่าของการอยู่ร่วมกัน การร่วมมือร่วมใจ แก้ปัญหาสังคม การตระหนักถึงผลกระทบร่วมกัน การเคารพกฎกติกาของสังคมและอื่น ๆ ตามสถานะของพลเมืองคนหนึ่งพึงมีปฏิบัติ

Anderson (1998) อธิบายว่า การเรียนรู้ด้วยการรับใช้สังคมสามารถอธิบายได้ทั้งในเชิงปรัชญาการศึกษาและวิธีการสอน ในเชิงปรัชญาการศึกษา การเรียนรู้ด้วยการรับใช้สังคมสะท้อนความเชื่อที่ว่า การศึกษาควรจะพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคม และเตรียมผู้เรียนให้เป็นพลเมืองในวิถีชีวิตแบบประชาธิปไตย ในเชิงวิธีการสอน การเรียนรู้ด้วยการรับใช้สังคมเป็นการผสมผสานหลักสูตรทางวิชาการตามความต้องการของสังคม โดยที่ผู้เรียนได้เรียนรู้ผ่านการทำกิจกรรมรับใช้สังคม

Coverdell (2002) ให้ความหมายของการเรียนรู้ด้วยการรับใช้สังคมว่า หมายถึง วิธีสอนที่รวมการให้ความรู้ทางวิชาการ การช่วยเหลือสังคมอย่างมีความหมาย มีการคิดสะท้อนกลับในเชิงวิเคราะห์ อันจะช่วยส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้และเกิดความรับผิดชอบในความเป็นพลเมือง

Weigert (1998) กล่าวว่า การเรียนรู้ด้วยการรับใช้สังคม หมายถึงการเรียนการสอนที่ผู้เรียนทำกิจกรรมการรับใช้สังคม อันเนื่องมาจากความต้องการหรือปัญหาของชุมชนอย่างมีความหมาย สอดคล้องกับจุดประสงค์ของรายวิชา ซึ่งมีการเตรียมการอย่างเป็นระบบ และบูรณาการในรายวิชาด้วยการไต่ตรองจากการกระทำและการเรียนรู้ และงานที่ต้องทำนี้ต้องได้รับการวัดและประเมินทั้งด้านวิชาการและการรับใช้สังคม

สรุปได้ว่า การเรียนรู้ด้วยการรับใช้สังคม (Service Learning) คือ เป็นการดำเนินการช่วยให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ โดยการให้ผู้เรียนเข้าไปมีประสบการณ์ในการรับใช้สังคม ทั้งนี้ผู้เรียนจะต้องมีการสำรวจความต้องการของชุมชน การเชื่อมโยงปัญหาในชุมชนเข้ามาสู่บทเรียนที่มีความเกี่ยวข้องกับเรื่องที่เรียน และวางแผนการเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ลงมือปฏิบัติการรับใช้สังคมตามแผน รวมถึงต้องมีความตระหนักสำนึกถึงคุณค่าของการอยู่ร่วมกัน การร่วมมือร่วมใจแก้ปัญหาสังคม การตระหนักถึงผลกระทบร่วมกัน การเคารพกฎกติกาของสังคม และนำประสบการณ์ทั้งหลายที่ได้รับมาคิดพิจารณา ไต่ตรอง จนกระทั่งเกิดความคิดรวบยอด หลักการหรือสมมติฐานต่างๆ ซึ่งสามารถนำไปทดลอง หรือประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ต่างๆ ได้

จิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง สิ่งที่เกิดจากประสบการณ์ต่างๆ ของมนุษย์ที่รวมตัวกันขึ้นแล้วมีความสัมพันธ์กันระหว่างประสบการณ์ต่างๆ เหล่านั้น และประเมินค่าสิ่งเหล่านั้นออกมาเป็นสิ่งสำนึก ดังนั้นความสำนึกจึงเป็นพฤติกรรมภายในอย่างหนึ่งของมนุษย์ที่แสดงออกถึงภาวะทางจิตใจเกี่ยวกับความรู้สึก ความคิด และความปรารถนาต่างๆ ในลักษณะที่ตื่นตัวต่อบุคคล ต่อหลักการหรือต่อสิ่งใดอันเกิดจากการรับรู้ การตระหนักรู้ และคำนึงถึงส่วนรวมร่วมกัน หรือคำนึงถึงผู้อื่นที่ร่วมความสัมพันธ์เป็นกลุ่มเดียวกันกับตน เป็นปรากฏการณ์ที่บุคคลชุมชน องค์กร ได้เรียนรู้ และวางแผนการเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ลงมือปฏิบัติการทำงานเพื่อสังคมตามแผน สะท้อนจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม โดยตระหนักสำนึกถึงคุณค่าของการอยู่ร่วมกัน เกิดความร่วมมือร่วมใจในการแก้ปัญหาสังคม ตระหนักถึงผลกระทบร่วมกัน เคารพกฎกติกาของสังคม และนำประสบการณ์ทั้งหลายที่ได้รับมาคิด พิจารณา ไต่ตรอง จนกระทั่งเกิดความคิดรวบยอด หลักการหรือสมมติฐานต่างๆ ซึ่งสามารถนำไปทดลอง หรือประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ต่างๆ ในรูปแบบของการทำงานเพื่อสังคม หรือการสร้างสรรค์ประโยชน์ให้กับส่วนรวม

3.4 แนวคิดและทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม

ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม Bandura (1977) กล่าวว่า การแสดงออกทางพฤติกรรม กิจกรรม หรือข้อมูลข่าวสาร ของบุคคลแต่ละคนเกิดจากการสังเกตเห็นบุคคลอื่นได้กระทำก่อน แล้วนำเอาพฤติกรรม กิจกรรม หรือข้อมูลข่าวสาร ที่พบเห็นดังกล่าวมาเป็นต้นแบบในการกระทำ พฤติกรรม กิจกรรม หรือข้อมูลข่าวสาร ของบุคคลที่กระทำ แล้วเป็นต้นแบบให้บุคคลอื่นนำไปเป็นแนวทางปฏิบัติเรียกว่า พฤติกรรมต้นแบบหรือพฤติกรรมแม่แบบ (Modeling) และบันทึกจดจำไว้ จากนั้นจึงบูรณาการความรู้ใหม่เข้ากับความรู้และประสบการณ์ที่มีอยู่เดิม และเชื่อว่า บุคคลส่วนมากเรียนรู้จากการสังเกตตัวแบบหรือการเลียนแบบ เนื่องจากการเรียนรู้ของบุคคลมีการปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมในสังคม ดังนั้นบุคคลและสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อกัน นีออน พิน ประดิษฐ์ (2545)

หลักการตามแนวคิดและทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม

1. ระดับการเรียนรู้ผ่านการสังเกตเกิดขึ้นได้ด้วยความรู้ และความเข้าใจในการจัดระเบียบ และชักจูงพฤติกรรมเลียนแบบอย่างมีนัยยะ และนำไปปฏิบัติอย่างเปิดเผย การแปลงพฤติกรรมเลียนแบบในลักษณะของคำพูด ตรา หรือภาพ และบันทึกจดจำในสมองได้ดีกว่าการสังเกตเพียงอย่างเดียว

2. บุคคลมีแนวโน้มที่จะยอมรับพฤติกรรมเลียนแบบ หากพฤติกรรม กิจกรรม หรือข้อมูลข่าวสารนั้น ๆ ให้ผลที่บุคคลเห็นว่ามีความคุ้มค่า

3. บุคคลมีแนวโน้มยอมรับพฤติกรรมเลียนแบบ หากต้นแบบแห่งพฤติกรรม กิจกรรม หรือข้อมูลข่าวสาร มีความคล้ายคลึงกับบุคคล และนับถือสถานภาพตลอดพฤติกรรมซึ่งมีความคุ้มค่าที่จะนำไปปฏิบัติ

ซึ่ง Bandura เชื่อว่าพฤติกรรม กิจกรรม หรือข้อมูลข่าวสาร หลายชนิดที่บุคคลแสดงออกมาจากการสังเกต และการแสดงอันเป็นต้นแบบของคนอื่น

ต้นแบบหรือแบบอย่างตามแนวคิดและทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมมี 3 ลักษณะ คือ

1. ต้นแบบหรือแบบอย่างที่มีชีวิต เป็นบุคคลจริง และแสดงออกซึ่งพฤติกรรมบางชนิด

2. ต้นแบบหรือแบบอย่างที่เป็นสัญลักษณ์ บุคคล หรือตัวละครในภาพยนตร์ โทรทัศน์ หนังสือ หรือสื่ออื่น ๆ

3. การเรียนรู้ผ่าน วิจารณ์ การพรรณนา หลักความประพฤติ โดยไม่มีต้นแบบที่เป็นบุคคลจริง หรือสัญลักษณ์ใด ๆ

แนวคิดและทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมมีการแบ่งลำดับชั้นการเรียนรู้ออกเป็น 4 ขั้นตอนคือ

1) ความสนใจหรือความเอาใจใส่ (Attention) เป็นความสนใจในสิ่งเร้าหรือพฤติกรรมของต้นแบบ ซึ่งการเรียนรู้ในลักษณะนี้จะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลมีความสนใจ และใส่ใจในต้นแบบ ตลอดจนพฤติกรรมที่ต้นแบบแสดงออก นำไปสู่แบบแผนสำหรับการเลียนแบบต้นแบบขึ้น

2) การบันทึกจดจำหรือการคงไว้ (Retention) เป็นการบันทึกจดจำพฤติกรรม กิจกรรม หรือข้อมูลข่าวสาร อันเป็นต้นแบบไว้ในระบบความจำหรือสมองของผู้เลียนแบบ ซึ่งต้องบันทึกจดจำ และการบันทึกจดจำนั้นอาจอยู่ในรูปของรหัสหรือจินตนาการ และแสดงเป็นพฤติกรรมเมื่อคาดหวังว่า ปฏิบัติแล้วจะได้รับความพึงพอใจหรือการเสริมแรงบวกเช่นเดียวกับต้นแบบ โดยบุคคลจะสามารถแสดงพฤติกรรม กิจกรรม หรือข้อมูลข่าวสาร ที่เป็นการเลียนแบบที่แสดงออกได้ดีแม้ว่าเวลาจะผ่านไปนานแล้วก็ตาม

3) การปฏิบัติตามต้นแบบ (Reproduction) เป็นการแสดงพฤติกรรม กิจกรรม หรือข้อมูลข่าวสาร อันเป็นต้นแบบที่ถูกบันทึกจดจำไว้ในระบบความจำหรือสมองของบุคคลผู้เลียนแบบ ซึ่งพฤติกรรมที่แสดงออกไม่ได้เป็นการลอกแบบโดยตรง แต่เป็นการเลียนแบบที่มีการบูรณาการความรู้และความจำจากการบันทึกจดจำในขั้นตอนที่ 2 เข้ากับความรู้ ความเข้าใจ ความพร้อม และประสบการณ์ที่บุคคลผู้เลียนแบบมีอยู่ ดังนั้นพฤติกรรมเลียนแบบของแต่ละบุคคลจึงอาจมีความแตกต่างกันไป แม้ว่าจะมาจากต้นแบบเดียวกัน เป็นไปได้ทั้งดีกว่า หรือแย่กว่า หรือเท่าเทียมกันกับต้นแบบ

4) การจูงใจ (Motivation) เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้เกิดการแสดงพฤติกรรม กิจกรรม หรือข้อมูลข่าวสาร อันเป็นการเลียนแบบ บุคคลผู้สังเกตจะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมเลียนแบบที่ให้ผลดีเมื่อเกิดแรงเสริม (Incentives) กระตุ้น ด้วยคาดหวังจะได้รับความพึงพอใจ เช่น การได้รับ แรงเสริมรางวัล หรือคำชมเชย มากกว่าที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรม กิจกรรม หรือข้อมูลข่าวสาร เลียนแบบในสิ่งที่ให้โทษ และมีแนวโน้มเลียนแบบพฤติกรรมที่พอใจ มากกว่าพฤติกรรมที่ปฏิบัติแล้วไม่สบายใจ ดังนั้นการจูงใจ หรือการเสริมแรงจะมีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อการเรียนรู้ Bandura (1977) แบ่งการเสริมแรงออกเป็น 3 ลักษณะ คือ 1) การเสริมแรงโดยตรง 2) การเสริมแรงที่ได้รับอิทธิพลจากผู้อื่น และ 3) การเสริมแรงตนเอง ซึ่งเป็นการเสริมแรงที่สำคัญ เพราะเป็นตัวควบคุมการแสดงพฤติกรรมได้ดี การเสริมแรงในลักษณะนี้เป็นการสร้างความสำเร็จให้กับตัวบุคคลเองเพื่อเป็นแรงจูงใจหรือการเสริมแรงในการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมต่าง ๆ เป็นตัวแปรที่ทำให้บุคคลผู้เลียนแบบเกิดแรงจูงใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมตามเกณฑ์ของความสัมฤทธิ์ผลที่ตั้งไว้



ภาพที่ 2 ลำดับขั้นการเรียนรู้ตามทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม Bandura (1977)

ผลที่เกิดจากการเรียนรู้ตามทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม

- (1) ทำให้เกิดพฤติกรรมใหม่ๆ เช่น การดูตัวอย่างการถักเสื้อไหมพรม แล้วสามารถถักเสื้อไหมพรมได้ หรือตัวอย่างทักษะต่างๆ เช่น การขับขีรถยนต์บนท้องถนน การดูและสังเกตวิธีการจับขี้ของครูฝึกก่อให้เกิดการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพทำให้ผู้ฝึกหัดขับรถสามารถขับขีรถยนต์ได้ดียิ่งขึ้นด้วยเช่นกัน
- (2) เป็นตัวกระตุ้นในพฤติกรรมที่แม้ว่าสามารถปฏิบัติได้แล้วก็ตาม เช่น ทักษะการสอน หากนิสิตผู้ฝึกสอนได้ดูและสังเกตบุคคลต้นแบบที่สอนเก่งแล้ว จะส่งผลให้ทำให้นิสิตผู้ฝึกสอนมีความสามารถในการสอนเพิ่มขึ้นด้วย
- (3) ทำให้เกิดการเพิ่มหรือลดการไตร่ตรอง ในการแสดงออกซึ่งพฤติกรรม แม้พฤติกรรมที่ไม่ดีบางอย่าง หากต้นแบบซึ่งเป็นบุคคลที่สำคัญเป็นผู้ปฏิบัติ ย่อมมีการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมเลียนแบบตามอย่าง
- (4) เป็นการดึงความสนใจในสิ่งต่างๆ ที่เกี่ยวข้องๆ กับเรื่องราวต่างๆ เพราะการสังเกตต้นแบบนั้น การสังเกตไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะการเพียงพฤติกรรม กิจกรรม หรือข้อมูลข่าวสาร เท่านั้น แต่จะสังเกตรวมถึงสภาพแวดล้อมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอีกด้วย
- (5) ทำให้เกิดการเร้าอารมณ์ การสังเกตพฤติกรรมของบุคคลต้นแบบอาจก่อให้เกิดการมีลักษณะอารมณ์ร่วมกับต้นแบบตามที่แสดงออกด้วย

กล่าวโดยสรุป การเรียนรู้ทางสังคม เป็นการการแสดงออกทางพฤติกรรมของมนุษย์แต่ละคนเกิดจากการสังเกตเห็นบุคคลอื่นได้กระทำก่อน แล้วนำเอาพฤติกรรมที่พบเห็นดังกล่าวมาเป็นต้นแบบในการปฏิบัติ โดยพฤติกรรมของบุคคลที่ปฏิบัติเป็นต้นแบบให้บุคคลอื่นนำไปเป็นแนวทางปฏิบัติเรียกว่า พฤติกรรมต้นแบบหรือพฤติกรรมแม่แบบ (Modeling) และบันทึกจดจำ บูรณาการความรู้ใหม่เข้ากับความรู้และประสบการณ์เดิม มีขั้นตอนการเรียนรู้ 4 ขั้นตอนคือ 1) ความสนใจหรือความเอาใจใส่ (Attention) 2) การบันทึกจดจำหรือการคงไว้ (Retention) 3) การปฏิบัติตามต้นแบบ (Reproduction) และ 4) การจูงใจ (Motivation) จากแรงเสริม (Incentives)

3.5 แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการหรือองค์กรธุรกิจ (CSR)

แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการหรือองค์กรธุรกิจ หรือ CSR เป็นคำย่อจากภาษาอังกฤษว่า **Corporate Social Responsibility** หรือ บริษัทบริหาร หมายถึง การดำเนินกิจกรรมภายในและภายนอกองค์กร ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมทั้งในระดับใกล้และไกล ด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรหรือทรัพยากรจากภายนอกองค์กร ในอันที่จะทำให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข หากพิจารณาแยกเป็นรายคำศัพท์ คำว่า **Corporate** หมายถึง กิจกรรมที่ดำเนินไปเพื่อแสวงหาผลกำไร คำว่า **Social** หมายถึงกลุ่มคนที่มีความสัมพันธ์กันหรือมีวิถีร่วมกันทั้งโดยธรรมชาติ หรือโดยเจตนา รวมถึงสิ่งมีชีวิตอื่นและสิ่งแวดล้อมที่อยู่รอบประกอบ และคำว่า **Responsibility** หมายถึงการยอมรับทั้งผลที่ไม่ดีและผลที่ดีในกิจการที่ได้ทำลงไปหรือที่อยู่ ในความดูแลของกิจการนั้นๆ ตลอดจนการรับภาระหรือเป็นธุระดำเนินการป้องกันและปรับปรุงแก้ไขผลที่ไม่ดี รวมถึงการสร้างสรรคและบำรุงรักษาผลที่ดีซึ่งส่งกระทบไปยังผู้มีส่วนได้เสีย กลุ่มต่างๆ

คำว่า กิจกรรม ในความหมายข้างต้น หมายถึงการคิด การพูด และการกระทำ ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่ การวางแผน การตัดสินใจ การสื่อสารประชาสัมพันธ์ การบริหารจัดการ และการดำเนินงานขององค์กร

สังคม ในความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ จะมุ่งไปที่ผู้มีส่วนได้เสีย นอกองค์กร ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ระดับ ได้แก่ สังคมใกล้ และสังคมไกล

สังคมใกล้ คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับใกล้ชิดกับองค์กรโดยตรง ได้แก่ ลูกค้า คู่ค้า ครอบครัวของพนักงาน ชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่ ซึ่งรวมถึงสิ่งแวดล้อมหรือระบบนิเวศ

สังคมไกล คือ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรโดยอ้อม ได้แก่ คู่แข่งขันทางธุรกิจ ประชาชนทั่วไป เป็นต้น

ในระดับของลูกค้า ตัวอย่าง CSR ของกิจการ ได้แก่ การสร้างผลิตภัณฑ์ที่เน้นคุณค่ามากกว่ามูลค่า ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค การให้ข้อมูลขององค์กรและตัวผลิตภัณฑ์อย่างเพียงพอและอย่างถูกต้องเที่ยงตรง มีการให้บริการลูกค้าอย่างตรงไปตรงมา เป็นต้น

ในระดับของคู่ค้า ตัวอย่าง CSR ของกิจการ ได้แก่ การแบ่งปันหรือการใช้ทรัพยากรร่วมกัน หรือการรวมกลุ่มในแนวคิ่งตามสายอุปทาน ความรอบคอบระมัดระวังในการประสานประโยชน์อย่างเป็นธรรม ไม่เอาัดเอาเปรียบต่อคู่ค้า เป็นต้น

ในระดับของชุมชนและสภาพแวดล้อม ตัวอย่าง CSR ของกิจการ ได้แก่ การสงเคราะห์แก่กลุ่มชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่ การส่งเสริมแรงงานท้องถิ่นให้มีโอกาสในตำแหน่งงานต่างๆ ใน

องค์กร การสนับสนุนแนวทางการระแวงระวังในการดำเนินงานที่อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การเปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานที่อาจส่งผลกระทบต่อชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่ และการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างปกติสุข เป็นต้น

ในระดับของประชาสังคม ตัวอย่าง CSR ของกิจการ ได้แก่ การสร้างความร่วมมือระหว่างกลุ่มหรือเครือข่ายอื่นๆ ในการพัฒนาสังคม การตรวจตราดูแลมิให้กิจการเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับการล่วงละเมิดสิทธิมนุษยชน การรับฟังข้อมูลหรือทำประชาพิจารณ์ต่อการดำเนินกิจการที่ส่งผลกระทบต่อสังคมโดยรวม และการทำหน้าที่ในการเสียภาษีอากรให้รัฐอย่างตรงไปตรงมา เป็นต้น

ในระดับของกลุ่มแข่งขันทางธุรกิจ ตัวอย่าง CSR ของกิจการ ได้แก่ การดูแลกิจการมิให้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการแข่งขันด้วยวิธีการทุ่มตลาด การดำเนินงานในทางต่อต้านการทุจริต รวมทั้งการกรรโชก และการให้สินบนในทุกรูปแบบ เป็นต้น (สถาบันไทยพัฒนา, 2551)

องค์กรเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมแห่งสหประชาชาติ (UNIDO) ให้ความหมายของ CSR ว่าเป็นแนวคิดการจัดการ ที่มุ่งให้วิสาหกิจพิจารณาการดำเนินธุรกิจกับความห่วงใยด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหลาย

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี ให้คำจำกัดความว่า CSR เป็นแนวคิดที่องค์กรแสดงความรับผิดชอบผลกระทบจากการประกอบ กิจการของตนต่อผู้ถือหุ้น ลูกจ้าง ลูกค้า คู่ค้า ชุมชน และผู้ที่มีส่วนได้ ส่วนเสียอื่น รวมทั้งสิ่งแวดล้อม และพันธกิจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนี้ อาจเกินเลยกว่าที่กฎหมายกำหนด คือหมายรวมถึงการทำดีตามใจสมัครด้วยก็ได้ (แต่ต้องไม่ละเลยการปฏิบัติตามกฎหมาย)

องค์กร CSR Network ให้ความหมายที่ใกล้เคียงกันว่าหมายถึงการที่องค์กรธุรกิจดำเนินการตามความ ต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยเคร่งครัด การมี CSR ย่อมแสดงถึงความรับผิดชอบต่อ โปร่ง-ใสและเชื่อถือได้ไม่เพียงต่อลูกค้านักลงทุน แต่ยังรวมถึงลูกจ้าง คู่-ค้า ชุมชน ราชการที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมวิสาหกิจที่เกี่ยวข้อง และสังคมโดยรวม

รัฐบาลแห่งสหราชอาณาจักร เห็นว่า CSR เป็นความร่วมมือของภาคธุรกิจต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อธุรกิจเองและป้องกันความสูญเสีย CSR อาจเป็นกิจกรรมด้านอาสาสมัคร แต่อย่างน้อยต้องปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด (ไม่ใช่ละเมิดกฎหมายแต่มาทำบุญหรือเป็นอาสาสมัคร)

สำหรับองค์กร CSR ของสิงคโปร์ ซึ่งภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคองค์กรการกุศล ร่วมกันจัดตั้งขึ้น ให้ความหมายของ CSR ว่าเป็นการดำเนินการที่ดีและมีมาตรฐานของวิชาชีพในด้านการประกอบการ สังคมและสิ่งแวดล้อม (โสภณ พรโชคชัย, 2552)

การเจริญเติบโต (Growth) ของธุรกิจหนึ่งๆ มาจากการพัฒนาองค์กรให้มีความ “เก่ง” อยู่ในตัว ในขณะที่การพัฒนาองค์กรให้มีความ “ดี” อยู่ในตัว จะก่อให้เกิดความยั่งยืน (Sustainability) ของธุรกิจนั้นๆ แนวคิดและทฤษฎีทางธุรกิจที่ได้รับการปลูกฝังและถ่ายทอดสู่องค์กรโดยส่วนใหญ่ ล้วนมุ่งไปที่การพัฒนาให้เป็นองค์กรที่ “เก่ง” ตัวอย่างทฤษฎีที่รู้จักกันดี ได้แก่ SWOT Analysis (Ansoff, 1965) สำหรับการกำหนดตำแหน่งและการสร้างความสำเร็จขององค์กร หรือ Boston Matrix (BCG, 1970) สำหรับการกำหนดความสำคัญและการสร้างความสำเร็จในผลิตภัณฑ์ หรือ Five Forces และ Diamond Model (Porter, 1990) สำหรับการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน เป็นต้น

แนวคิดในเรื่อง CSR จะมุ่งไปที่การสร้างให้องค์กรมีความ “ดี” ที่ ก่อให้เกิดความยั่งยืนของกิจการ เป็นแนวคิดที่มีรากฐานมาจากหลักคุณธรรมทางศาสนา CSR จึงมิใช่เรื่องใหม่ เพียงแต่เพิ่งจะมีการบัญญัติศัพท์นี้ขึ้นใช้ในวงการธุรกิจ

ในประเทศไทย แนวคิดเรื่อง CSR ได้ถือกำเนิดขึ้นพร้อมกับการสถาปนาธุรกิจในประเทศไทยมาเป็นเวลายาวนาน ในรูปของการทำบุญ การบริจาคเพื่อการกุศล หรือการอาสาช่วยเหลืองานส่วนรวมที่เรียกว่า “การลงแขก” เป็นต้น เพียงแต่คนไทยยังมิได้เรียกกิจกรรมเหล่านี้ด้วยคำว่า CSR อย่างไรก็ตาม กระแส CSR ในเมืองไทย ได้ถูกจุดประกายขึ้นอย่างเป็นทางการในปี 2549 และได้ถูกบรรจุเป็นแนวปฏิบัติที่ผนวกเข้ากับการดำเนินธุรกิจ นอกเหนือไปจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมในรูปแบบที่อยู่นอกกระบวนการ ทางธุรกิจ เช่น การบริจาค หรือการอาสาช่วยเหลือสังคม และควรดำเนินการให้ครอบคลุม 4 ด้านหลัก (สถาบันไทยพัฒนา, 2551) ดังนี้

- 1) ด้านเศรษฐกิจ
- 2) ด้านสังคม
- 3) ด้านสิ่งแวดล้อม
- 4) ด้านการศึกษา

ประโยชน์ของ CSR องค์กรที่นำแนวคิด CSR ไปปฏิบัติ จะเกิดผลลัพธ์ทั้งในส่วนรูปธรรมที่จับต้องได้ (Tangible) และในส่วนนามธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible) จากผู้ที่อยู่ในองค์กร ได้แก่ ผู้ถือหุ้นและพนักงาน และจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กรโดยตรงและโดยอ้อม ดังนี้ ประโยชน์ที่เป็นรูปธรรม

1) ในแง่ของผู้ถือหุ้นหรือเจ้าของกิจการ ราคาหุ้นมีเสถียรภาพและมีมูลค่าหุ้นในอัตราที่สูงกว่าเกณฑ์เฉลี่ย เนื่องจากเป็นที่ต้องการของนักลงทุน ปัจจุบัน เม็ดเงินลงทุนในธุรกิจที่มี CSR ซึ่งเรียกกันเฉพาะว่า SRI (Social Responsibility Investing) นั้น มีมูลค่าเกิน 2 ล้านเหรียญ และมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ เป็นโอกาสที่องค์กรสามารถเข้าถึงแหล่งทุนได้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะช่วยให้ต้นทุนทางการเงินมีแนวโน้มที่ต่ำกว่าเกณฑ์ปกติของตลาด

2) ในแง่ของพนักงาน เกิดความภาคภูมิใจในการทำงานร่วมกับองค์กร ได้รับความสุขจากการปฏิบัติงานในหน้าที่ นอกเหนือจากผลตอบแทนในรูปแบบตัวเงิน ทำให้องค์กรสามารถที่จะรักษานักงานที่มีความสามารถไว้ และในขณะเดียวกัน ก็สามารถที่จะชักชวนบุคลากรที่มีคุณภาพและเป็นที่ต้องการ ให้เข้ามาทำงานกับองค์กรได้

องค์กรสามารถสร้างรายได้และส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น จากการที่ลูกค้าพิจารณาเลือกซื้อสินค้าและบริการจากองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม และไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น การส่งเสริมการขายด้วยการบริจาครายได้ส่วนหนึ่งต่อทุกๆ การซื้อผลิตภัณฑ์ในแต่ละครั้ง ให้แก่หน่วยงานหรือมูลนิธิที่ช่วยเหลือสังคมในด้านต่างๆ ฯลฯ

นอกจากนั้นองค์กรยังสามารถที่จะลดรายจ่ายของกิจการ จากการดำเนินกิจกรรม CSR ตัวอย่างเช่น โรงไฟฟ้าแรงจูงใจให้ประชาชนประหยัดพลังงานเพื่อที่จะได้ไม่ต้องลงทุนสร้างโรงไฟฟ้าหรือหาแหล่งพลังงานทดแทนแห่งใหม่ หรือ การลดงบประมาณใช้จ่ายด้านโฆษณาในการเปิดตัวสินค้าแปรรูปของบริษัทแห่งหนึ่ง ที่มีส่วนช่วยเหลือเกษตรกรที่ได้รับความเดือดร้อนจากผลผลิตที่ล้นตลาด โดยได้รับการสนับสนุนด้านประชาสัมพันธ์จากหลายภาคส่วนในสังคม เปรียบเทียบกับงบประมาณสินค้าที่ไม่มีส่วนประสมของ CSR ของบริษัทแห่งเดียวกัน

ประโยชน์ที่เป็นนามธรรม องค์กรสามารถได้รับประโยชน์จากการวางตำแหน่งตราผลิตภัณฑ์ (Brand Positioning) ในใจของลูกค้าเป็นอันดับต้นๆ ในประเภทสินค้าหรือบริการนั้นๆ โดยการดำเนินกิจกรรม CSR ร่วมกับการทำตลาดผลิตภัณฑ์ เช่น ร้านกาแฟที่รับซื้อเมล็ดกาแฟในท้องถิ่นหรือจากไร่กาแฟที่ใช้เกษตรกรอินทรีย์ เป็นต้น ในองค์กรที่มีได้ใช้ตราผลิตภัณฑ์เป็นชื่อขององค์กร หรือเป็นองค์กรที่มีหลายตราผลิตภัณฑ์ สามารถดำเนินกิจกรรม CSR ที่เสริมภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image) นอกเหนือจากการวางตำแหน่งตราผลิตภัณฑ์ โดยการสร้างธรรมเนียมปฏิบัติทางธุรกิจที่อำนวยการประโยชน์ต่อสังคมโดยสมัครใจ มากกว่าเป็นเพียงการปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับในอุตสาหกรรมหรือกฎหมายบ้านเมืองในด้านต่างๆ เช่น การจัดหาและดูแลระบบบำบัดของเสียจากโรงงานให้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ มากกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำของกฎระเบียบ

ที่เกี่ยวข้อง หรือมากกว่าการมีระบบไว้เพียงเพื่อให้ผ่านการตรวจสอบตามเกณฑ์ แต่มิได้เปิดใช้งานเป็นต้น

องค์กรสามารถจัดทำรายงานของกิจการที่เรียกว่า Sustainability Report ซึ่งหน่วยงาน Global Reporting Initiative (GRI) เป็นผู้วางกรอบและแนวทางไว้ เพื่อใช้เผยแพร่กิจกรรมทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมขององค์กร โดยในปัจจุบัน มีองค์กรธุรกิจที่จัดทำรายงานดังกล่าวนี้แล้วนับพันแห่งทั่วโลก (สถาบันไทยพัฒนา, 2551)

จำพวกของ CSR การดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ มิได้จำกัดว่ากิจการที่กล่าวถึงจะต้องเป็นองค์กรหรือหน่วยงานที่อยู่ในภาคธุรกิจเท่านั้น ในอดีตที่ผ่านมา ภาครัฐเองได้ตราพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี ซึ่งทำให้ส่วนราชการต่างๆ ต้องพัฒนาการปฏิบัติราชการ โดยใช้วิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี เพื่อให้เกิดประโยชน์สุขแก่ประชาชน

ดังนั้นถือว่าส่วนราชการต่างๆ มีพันธกิจหลักในการบริหารกิจการบ้านเมืองด้วยความรับผิดชอบต่อสิ่งที่ตั้งอยู่แล้ว ทั้งยังเป็นหน่วยงานที่ตั้งขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้บริการสาธารณะแก่ประชาชนโดยไม่แสวงหาผลกำไร CSR ในภาครัฐจึงมิใช่เรื่องใหม่หรือหลักการบริหารบ้านเมืองแนวใหม่แต่ประการใด แต่เป็นเรื่องที่ข้าราชการทุกคนต้องตระหนักและสำนึกได้เองว่าตนเองมีบทบาท และความรับผิดชอบต่อสังคมในการปฏิบัติหน้าที่อยู่ตลอดเวลา

ดังนั้นหน่วยราชการที่ประกาศถึงการนำหลักการ CSR มาใช้ในการปฏิบัติงาน แสดงว่าหน่วยงานนั้นขาดความเข้าใจเรื่องของ CSR ด้วยไม่ตระหนักถึงบทบาทขั้นพื้นฐานของตนเองในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม ที่พึงมีนับตั้งแต่วันแรกของการก่อตั้งหน่วยงานอีกด้วย เมื่อพิจารณา CSR ตามบทบาทและความเกี่ยวข้องของหน่วยงาน จะสามารถจำแนกออกได้เป็น 3 จำพวก (Division) โดย

จำพวกแรกเป็น CSR-after-process ที่มักใช้คำในภาษาไทยว่า "กิจกรรมเพื่อสังคม" คือ การดำเนินกิจกรรม (Activities) ของหน่วยงาน ซึ่งโดยมากเป็นองค์กรธุรกิจที่แสวงหากำไร เพื่อสร้างให้เกิดประโยชน์แก่สังคมในด้านต่างๆ โดยกิจกรรมที่ดำเนินการนั้นมักแตกต่างหากจากการดำเนินธุรกิจที่เป็นกระบวนการ (Process) หลักของกิจการและเกิดขึ้นภายหลัง เช่น การแก้ไขเยียวยาชุมชนที่ได้รับผลกระทบทางมลพิษจากการประกอบการ การแจกจ่ายสิ่งของช่วยเหลือบรรเทาสาธารณภัย การเป็นอาสาสมัครช่วยบำเพ็ญสาธารณประโยชน์ ซึ่งกิจกรรมเพื่อสังคมเหล่านี้มักเป็นกิจกรรมที่อยู่นอกเหนือเวลาทำงานตามปกติ

จำพวกที่สองเป็น CSR-in-process ซึ่งปัจจุบันมักเรียกกันว่า "ธุรกิจเพื่อสังคม" คือ การดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมที่อยู่ในกระบวนการทำงานหลักของกิจการ หรือเป็นการทำธุรกิจที่หากำไรอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น การป้องกันหรือกำจัดมลพิษในกระบวนการผลิตเพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อชุมชน การผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานตามข้อกำหนดในฉลากผลิตภัณฑ์ การเปิดเผยข้อมูลผลิตภัณฑ์อย่างถูกต้องครบถ้วนต่อผู้บริโภค การชดเชยความเสียหายให้แก่ลูกค้าที่เกิดจากความผิดพลาดและความบกพร่องของพนักงาน ซึ่งการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมเหล่านี้ถือเป็นกิจกรรมที่อยู่ในเวลาทำงานปกติ ของกิจการ

จำพวกที่สามเป็น CSR-as-process ซึ่งอาจเรียกว่าเป็น "กิจการเพื่อสังคม" เพื่อให้แตกต่างจากสองจำพวกข้างต้นที่เป็นบทบาทขององค์กรธุรกิจโดยตรง กิจการในจำพวกที่สามนี้ มักเป็นองค์กรที่ดำเนินงานโดยไม่แสวงหากำไรให้แก่ตนเอง กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ เป็นหน่วยงานที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อยังประโยชน์ให้แก่สังคมในทุกกระบวนการของกิจการ ตัวอย่างของกิจการที่อาจจัดอยู่ในข่ายนี้ได้แก่ มูลนิธิ องค์กรสาธารณประโยชน์ องค์กรประชาชน และส่วนราชการต่างๆ (สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (2554))

กิจการเพื่อสังคมในความหมายเต็มของ CSR-as-process มีข้อแตกต่างจากหน่วยงานที่เรียกตัวเองว่า องค์กรพัฒนาเอกชนที่ไม่มีวัตถุประสงค์แสวงหากำไร (Non-Profit Organization) ตรงที่หน่วยงานที่ไม่หากำไร อาจอยู่ในสภาพที่ไม่มีกำไรให้ทั้งแก่ตนเองและแก่สังคม อันเนื่องมาจากการขาดกระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพ แต่สถานะของกิจการเพื่อสังคมเกิดจากการผสมผสานอุดมการณ์ในแบบนักพัฒนาสังคมเข้ากับการบริหารจัดการในแบบผู้ประกอบการ ซึ่งเป็น “การผนวกจุดแข็งระหว่างแผนงานของภาคประชาสังคมกับกระบวนการที่มีประสิทธิภาพของภาคธุรกิจ” ในอันที่จะสร้างให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่สังคมโดยรวม ขณะเดียวกันกิจการก็สามารถอยู่รอดได้ด้วยการพึ่งพาการดำเนินงานของตนเอง แทนการสนับสนุนจากแหล่งทุนภายนอกหรือได้รับการอุดหนุนจากภาษีของประชาชน เรียกว่า เป็นองค์กรที่หากำไรให้แก่สังคม (Social Profit Organization) โดยที่เจ้าของกิจการเหล่านี้ มักเรียกตัวเองว่า เป็นผู้ประกอบการทางสังคม (Social Entrepreneur)

การที่องค์กรพัฒนาเอกชนที่ไม่มีวัตถุประสงค์แสวงหากำไรในรูปแบบเดิม อาศัยทุนสนับสนุนจากการบริจาคที่ดี หรืออาศัยทุนอุดหนุนจากเม็ดเงินภาษีที่ดี ถือว่าเป็นการใช้ทรัพยากรจากสังคมทางหนึ่ง ซึ่งหากดำเนินงานโดยขาดประสิทธิภาพหรือขาดความรับผิดชอบต่อสังคมแล้ว ยังต้องได้รับการตำหนิมากกว่าองค์กรที่หากำไรให้แก่ตนเองเป็นเท่าตัว เพราะนอกจากจะเป็นการถือครองทรัพยากรทางสังคมโดยไม่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่สังคมแล้ว ยังเท่ากับเป็นการปิดโอกาสองค์กรที่ไม่หากำไรแห่งอื่นๆ ในการเข้าถึงแหล่งทรัพยากรเหล่านี้เพื่อทำประโยชน์ให้แก่สังคมด้วย ถือเป็น

ค่าเสียโอกาส (Opportunity Cost) ที่คนในสังคมต้องร่วมกันจ่ายโดยที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์อันใด กลับคืนมาเลย (สถาบันไทยพัฒน์, 2551)

ระดับชั้นของ CSR ขององค์กรธุรกิจหลายแห่งในปัจจุบันได้นำเรื่อง CSR มาเป็นประเด็นสื่อสารทางการตลาด บางองค์กรขยายผลเพื่อใช้ CSR เป็นรูปแบบในการกีดกันการแข่งขันการค้า จนทำให้ CSR กลายเป็นเครื่องมือที่ใช้สนองประโยชน์ทางธุรกิจ แทนที่จะใช้เพื่อเจตนาธรรมของการมีสำนึกรับผิดชอบต่อสังคมอย่างแท้จริง การดำเนินกิจกรรม CSR ของกิจการในทุกวันนี้ จึงมีทั้งที่เกิดขึ้น โดยความเต็มใจและเกิดขึ้นจากความจำเป็นทางธุรกิจ

การดำเนินกิจกรรม CSR ขององค์กรธุรกิจที่ประกอบด้วย ความสำนึกรับผิดชอบต่อสังคม ก็ยังมีข้อถกเถียงเพิ่มเติมอีกว่า ควรเป็นการดำเนินตามหน้าที่ ตามกฎหมาย ที่ไม่สร้างให้เกิดความเดือดร้อนแก่สังคมก็เพียงพอแล้ว หรือว่าต้องเกิดขึ้นจากการอาสาหรือสมัครใจยินดีในการดำเนินกิจกรรมดูแลรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งอยู่เหนือการปฏิบัติตามหน้าที่หรือตามกฎหมายเท่านั้น การดำเนินกิจกรรม CSR ไม่ว่าจะเกิดจากการปฏิบัติตามความจำเป็นหรือตามความสมัครใจ ถือเป็นการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งสองกรณี แตกต่างกันที่ระดับความเข้มข้นของการดำเนินกิจกรรมและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจาก กิจกรรมนั้นๆ

กิจกรรม CSR ที่เกิดจากความจำเป็นที่จะต้องปฏิบัติตามหน้าที่ หรือตามระเบียบข้อบังคับทางกฎหมาย จัดอยู่ในชั้น (Class) ของ CSR ระดับพื้นฐาน

ขณะที่ กิจกรรม CSR ที่เกิดจากการอาสาหรือสมัครใจยินดีในการดำเนินกิจกรรม CSR นั้น ด้วยตัวเอง มิใช่เกิดจากความจำเป็นที่จะต้องปฏิบัติตามหน้าที่หรือตามกฎหมาย จัดอยู่ในชั้นของ CSR ระดับก้าวหน้า

กิจกรรม CSR ยังสามารถแบ่งออกตามทรัพยากรที่ใช้ในการดำเนินกิจกรรม หากเป็นการดำเนินกิจกรรมโดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ภายในองค์กรเป็นหลัก จะจัดอยู่ในตระกูล (Order) ที่เป็น Corporate-driven CSR เช่น การที่องค์กรบริจาคเงินที่ได้จากกำไรในกิจการ หรือบริจาคสินค้าและบริการของบริษัทเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัยสึนามิ ถือเป็นการเสียสละทรัพยากรที่เป็นสิ่งของหรือเป็นการลงเงินอย่างหนึ่ง หรือการที่องค์กรนำพนักงานลงพื้นที่เพื่อเป็นอาสาสมัครช่วยเหลือผู้ประสบภัย ถือเป็นการเสียสละทรัพยากรด้านเวลา หรือเป็นการลงแรงอย่างหนึ่ง

หากเป็นการดำเนินกิจกรรมโดยใช้ทรัพยากรนอกองค์กรเป็นหลัก จะจัดอยู่ในตระกูลที่เป็น Social-driven CSR เช่น การเชิญชวนให้ลูกค้าซื้อสินค้าและบริการของบริษัทในช่วงเวลาการรณรงค์ โดยบริจากรายได้จากการขายสินค้าและบริการส่วนหนึ่งต่อทุกๆ การซื้อแต่ละครั้งให้แก่

หน่วยงานหรือมูลนิธิที่ช่วยเหลือผู้ประสบภัยสึนามิ ถือเป็นภาระคณเงินบริจาคจากการซื้อของถูกค่า และมอบหมายให้ผู้อื่นที่มีใช้พนักงานในองค์กร ลงแรงช่วยเหลือในพื้นที่

การจำแนกกิจกรรม CSR ข้างต้น หากพิจารณาตามตระกูล (Order) ของCSR จะพบว่ามีกิจกรรม 3 ชนิดแรก เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทางการพูด หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าเป็นการสื่อสารการตลาดที่เข้าข่ายการดำเนินกิจกรรม โดยใช้ทรัพยากรนอกองค์กรเป็นหลัก (Social-driven CSR) ส่วนกิจกรรม 3 ชนิดหลัง เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทางการกระทำ หรือเป็นการดำเนินกิจกรรมขององค์กร โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ภายในองค์กรเป็นหลัก (Corporate-driven CSR) และหากพิจารณา โดยยึดที่ตัวกระบวนการทางธุรกิจ (Business process) CSR ในตระกูล Corporate-driven CSR ยังสามารถจำแนกออกเป็น CSR จำพวก (Division) ที่อยู่ในกระบวนการทางธุรกิจ (CSR in process) กับ CSR จำพวกที่อยู่นอกกระบวนการทางธุรกิจ หรือเกิดขึ้นภายหลัง โดยแยกต่างหากจากกระบวนการทางธุรกิจ (CSR after process) (สถาบันไทยพัฒนา, 2551)

CSR ในประเทศไทย เริ่มขึ้นอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรมในปี 2549 และได้ถูกบรรจุเป็นแนวปฏิบัติที่ผนวกเข้ากับการดำเนินธุรกิจ นอกเหนือไปจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมในรูปแบบที่อยู่นอกกระบวนการ ทางธุรกิจ เช่น การบริจาค หรือการอาสาช่วยเหลือสังคมซึ่งดำเนินการครอบคลุม 4 ด้าน (สถาบันไทยพัฒนา, 2551) คือ

- 1) ด้านเศรษฐกิจ
- 2) สังคม
- 3) ด้านสิ่งแวดล้อม
- 4) ด้านการศึกษา

ประโยชน์ของ CSR ในองค์กรที่น่าแนวคิด CSR ไปปฏิบัติจะเกิดผลลัพธ์ทั้งในส่วนรูปธรรมที่จับต้องได้ (Tangible) และในส่วนนามธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible) จากผู้ที่อยู่ในองค์กร ได้แก่ ผู้ถือหุ้นและพนักงาน และจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กร โดยตรงและโดยอ้อม CSR มุ่งไปที่การพัฒนาองค์กรให้มีความ “เก่ง” อยู่ในตัว ในขณะที่การพัฒนาองค์กรให้มีความ “ดี” อยู่ในตัว จะก่อให้เกิดความยั่งยืน (Sustainability) ของธุรกิจนั้นๆ

แนวทางในการปฏิบัติสำหรับการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจเข้มทิศธุรกิจเพื่อสังคม (CSR Guidelines) มีแนวทางในการปฏิบัติสำหรับการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจโดยแบ่งเป็น 8 หมวด (คณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียน สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.), 2550) ดังนี้

หมวดที่ 1 การกำกับดูแลกิจการที่ดี การกำกับดูแลกิจการที่ดี เป็นการทำให้มีระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ โปร่งใส ตรวจสอบได้ ซึ่งจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความมั่นใจต่อผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน ผู้มีส่วนได้เสีย และผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ซึ่งนำไปสู่ความเติบโตและเสถียรภาพทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนของธุรกิจ

หมวดที่ 2 การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรมย่อมก่อให้เกิดความเชื่อมั่นกับผู้เกี่ยวข้อง อันจะส่งผลดีต่อกิจการในระยะยาว ทั้งนี้ ธุรกิจควรถือปฏิบัติตามแนวทางเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในการดำเนินธุรกิจ โดยไม่เห็นแก่ผลประโยชน์อื่นที่อาจได้มาจากการดำเนินงานที่ไม่ถูกต้องตามทำนองคลองธรรม

หมวดที่ 3 การเคารพสิทธิและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ทรัพยากรบุคคลเป็นปัจจัยสำคัญของธุรกิจ ในการสร้างมูลค่าเพิ่มและเพิ่มผลผลิต ดังนั้น ธุรกิจควรปรับปรุงสภาพแวดล้อมและเงื่อนไขในการทำงาน ให้พนักงานมีคุณภาพชีวิตที่ดี และได้มีโอกาสแสดงศักยภาพ ตลอดจนได้รับโอกาสในการฝึกฝนและเพิ่มพูนทักษะในการทำงาน

หมวดที่ 4 ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคสินค้า และ/หรือบริการของธุรกิจ ไม่ควรก่อให้เกิดความเสี่ยงหรืออันตรายต่อผู้บริโภค ทั้งนี้ ธุรกิจควรปรับปรุงมาตรฐานของสินค้า และ/หรือบริการให้มีความเป็นสากลและให้ทุกคนสามารถเข้าถึงได้ รวมทั้งควรพัฒนาสินค้า และ/หรือบริการเพื่อเป็นประโยชน์ในการช่วยแก้ไขปัญหาของสังคมด้วย

หมวดที่ 5 การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม ชุมชนและสังคมที่เข้มแข็งและมีการพัฒนาที่ยั่งยืนนั้น มีความสำคัญยิ่งในฐานะเป็นปัจจัยเอื้อต่อการดำเนินงานของธุรกิจ ดังนั้น ธุรกิจควรจัดกิจกรรมทางสังคม และ/หรือ มีส่วนร่วมในการส่งเสริมความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนและสังคมที่ได้รับผลกระทบจากกระบวนการผลิตสินค้า และ/หรือบริการของธุรกิจโดยการแสดงตัวเป็นพลเมืองที่ดีของชุมชนนั้น พร้อมกับคิดค้นวิธีการที่จะลด และหยุดผลกระทบในทางลบต่อชุมชนและสังคมที่เกิดจากกระบวนการดำเนินงานของธุรกิจในที่สุด

หมวดที่ 6 การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม การเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรโลก บวกกับปัจจัยความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ นอกจากเป็นสาเหตุของการบริโภคทรัพยากรธรรมชาติ จำนวนมหาศาลจนเกินกว่าความจำเป็น ยังก่อให้เกิดมลภาวะทั้งทางน้ำ อากาศ ขยะ สารพิษ ฯลฯ ซึ่งส่งผลให้เกิดภาวะโลกร้อนตามมา โดยภาวะโลกร้อนดังกล่าวจะกระทบต่อมนุษย์ และระบบนิเวศต่อไป ดังนั้น ธุรกิจจึงมีหน้าที่ในการปรับปรุงคุณภาพชีวิตมนุษย์ด้วยการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อม โดยถือว่าการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมเป็นหน้าที่ร่วมกันของทุกคน

หมวดที่ 7 การเผยแพร่วัฒนธรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม ในการดำเนินธุรกิจ สามารถผนวกความคิดเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม กับการวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจได้อย่างกลมกลืน โดยการพัฒนาความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์การดำเนินความรับผิดชอบต่อ

สังคมและนำมาปรับใช้ คิดค้นให้เกิดนวัตกรรมในธุรกิจที่สามารถสร้างประโยชน์สูงสุด ทั้งต่อธุรกิจและสังคมไปพร้อมๆ กัน (Innovative Business)

หมวดที่ 8 การจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ธุรกิจควรรู้ให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูล ที่สะท้อนให้เห็นการปฏิบัติในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมที่กล่าวมาอย่างครบถ้วน โดยข้อมูลที่เปิดเผยนี้ นอกจากจะเป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) ทุกฝ่ายแล้ว ยังช่วยในการสอบทานให้ธุรกิจทราบได้ว่า ได้ดำเนินการในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมตรงกับเป้าหมายที่วางไว้

สำหรับรูปแบบของ CSR ที่มีการศึกษาในระดับนานาชาติ Philip Kotler, Nancy R. Lee (2005) ได้ทำการจำแนกรูปแบบของ CSR ไว้เป็น 6 ชนิด (Type) กิจกรรม ได้แก่

1. การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม (Cause Promotion) เป็นการจัดหาเงินทุน วัสดุสิ่งของ หรือทรัพยากรอื่นขององค์กร เพื่อขยายการรับรู้และความห่วงใยต่อประเด็นปัญหาทางสังคมนั้น ตลอดจนสนับสนุนการระดมทุน การมีส่วนร่วม หรือการเฟ้นหาอาสาสมัครเพื่อการดังกล่าว องค์กรธุรกิจอาจริเริ่มและบริหารงานส่งเสริมด้วยตนเอง หรือร่วมมือกับองค์กรหนึ่งองค์กรใด หรือกับหลายๆ องค์กรก็ได้

2. การตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคม (Cause-Related Marketing) เป็นการอุดหนุนหรือการบริจาครายได้ส่วนหนึ่งจากการขายผลิตภัณฑ์เพื่อช่วยเหลือ หรือร่วมแก้ไขประเด็นปัญหาทางสังคมจำเพาะหนึ่งๆ ซึ่งมักมีช่วงเวลาจำกัดแน่นอน หรือดำเนินการแบบจำเพาะผลิตภัณฑ์ หรือให้แก่การกุศลที่ระบุไว้เท่านั้น กิจกรรม CSR ชนิดนี้ องค์กรธุรกิจมักร่วมมือกับองค์กรที่ไม่มีวัตถุประสงค์หากำไรเพื่อสร้าง สัมพันธภาพในประโยชน์ร่วมกัน ด้วยวิธีการเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์ เพื่อนำเงินรายได้ไปสนับสนุนกิจกรรมการกุศลนั้นๆ ในขณะที่เดียวกันก็เป็นการเปิดโอกาสให้แก่ผู้บริโภคได้มีส่วนร่วมในการช่วยเหลือการกุศลผ่านทาง การซื้อผลิตภัณฑ์โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายอื่นใดเพิ่มเติม

3. การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคม (Corporate Social Marketing) เป็นการสนับสนุนการพัฒนาหรือการทำให้เกิดผลจากการณรงค์เพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในด้านสาธารณสุข ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งแวดล้อม หรือด้านสุขภาพ ความแตกต่างสำคัญระหว่างการตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคมกับการส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม คือ การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคมจะเน้นที่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Behavior Change) เป็นหลัก ในขณะที่การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคมจะเน้นที่การสร้างตระหนักรู้ (Awareness) ตลอดจนการสนับสนุนทรัพยากรด้านทุนและอาสาสมัครเพื่อให้รับรู้ถึงประเด็นปัญหาดังกล่าว

4. การบริจาคเพื่อการกุศล (Corporate Philanthropy) เป็นการช่วยเหลือไปที่ประเด็นปัญหาทางสังคมโดยตรง ในรูปของการบริจาคเงินหรือวัตถุสิ่งของ เป็นกิจกรรม CSR ที่พบเห็นในแทบทุกองค์กรธุรกิจ และโดยมากมักจะจะเป็นไปตามกระแสความต้องการจากภายนอกหรือมีผู้เสนอให้ทำมากกว่าจะเกิดจากการวางแผนหรือออกแบบกิจกรรมจากภายในองค์กรเอง ทำให้ไม่เกิดการเชื่อมโยงเข้ากับเป้าหมายหรือพันธกิจขององค์กรเท่าใดนัก

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

6. การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Business Practices) เป็น การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจอย่างพินิจพิเคราะห์ทั้งในเชิงป้องกันด้วยการหลีกเลี่ยงการก่อให้เกิดปัญหาทางสังคม หรือในเชิงร่วมกันแก้ไขด้วยการช่วยเหลือเยียวยาปัญหาทางสังคมนั้นๆ ด้วยกระบวนการทางธุรกิจ เพื่อการยกระดับคุณภาพของชุมชนและการพิทักษ์สิ่งแวดล้อม โดยที่องค์กรธุรกิจสามารถที่จะดำเนินการเอง หรือเลือกที่จะร่วมมือกับพันธมิตรภายนอกก็ได้

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการหรือองค์กรธุรกิจ (Corporate Social Responsibility : CSR) หรือบรรษัทภิบาล หมายถึงการดำเนินกิจกรรม ซึ่งประกอบด้วย การคิด การพูด และการกระทำ ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่ การวางแผน การตัดสินใจ การสื่อสารประชาสัมพันธ์ การบริหารจัดการ และการดำเนินงานขององค์กรทั้งภายในและภายนอก โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม โดยความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการมุ่งเน้นไปที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกองค์กร ทั้งในระดับใกล้ชิดกับองค์กรโดยตรง ได้แก่ ลูกค้า คู่ค้า ครอบครัวของพนักงาน ชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่ ซึ่งรวมถึงสิ่งแวดล้อมหรือระบบนิเวศ และระดับโลก ได้แก่ คู่แข่งขันทางธุรกิจ ประชาชนทั่วไป เป็นต้น ด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กร หรือทรัพยากรจากภายนอกองค์กร ในอันที่จะทำให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข

ตอนที่ 4 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับชาวไทยเชื้อสายจีน

ชาวไทยเชื้อสายจีนเป็นผู้สืบทอดเชื้อสายจาก ชาวจีนโพ้นทะเล*ที่อพยพเข้ามาอาศัยและประกอบอาชีพในประเทศไทย ชาวจีนโพ้นทะเลได้อพยพออกจากประเทศจีนไปอาศัยอยู่ในประเทศต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องยาวนาน สามารถสรุปสาเหตุของการอพยพของชาวจีนโพ้นทะเลซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อพฤติกรรมประกอบอาชีพและดำรงชีวิตของชาวไทยเชื้อสายจีนในประเทศไทยได้ดังนี้ (1) ประเทศจีนในอดีตมีประชากรจำนวนมาก ในขณะที่ทรัพยากรในประเทศมีอย่างจำกัด ประกอบกับมีภัยพิบัติตามธรรมชาติเกิดขึ้นบ่อยครั้ง ชาวจีนสามัญชนในยุคก่อนการเปลี่ยนแปลงเป็นสาธารณรัฐจึงมีสภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่แร้นแค้นเป็นอย่างยิ่ง ระบบการเมืองและเศรษฐกิจของราชวงศ์แมนจูไม่เอื้อให้ชาวจีนสามัญชนดำรงชีวิตได้อย่างมีศักดิ์ศรี ชาวจีนที่ยากจนจำนวนมากจึงเดินทางออกนอกประเทศเพื่อแสวงหาชีวิตใหม่ที่ดีกว่า (2) เกิดสงครามทั้งสงครามกลางเมืองและสงครามกับต่างชาติต่อเนื่อง เช่น สงครามฝิ่นกับอังกฤษ และสงครามที่มีการรบอย่างยืดเยื้อกับญี่ปุ่น (3) การคมนาคมทางทะเลมีความสะดวกและปลอดภัยมากขึ้นตามลำดับ (4) ชาวจีนโพ้นทะเลที่อพยพมาอยู่ในประเทศไทยและประสบความสำเร็จในชีวิต ได้ชักชวนญาติพี่น้องให้อพยพมาอยู่และประกอบอาชีพ ทำให้สังคมชาวจีนจึงมีความเกี่ยวดองเป็นญาติพี่น้องและเพื่อนฝูงที่ใกล้ชิด (5) ระบบสังคมศักดินาของไทยในอดีตทำให้ชาวจีนที่เป็นพ่อค้าวานิชสามารถปรับตัวเข้ากับระบบเศรษฐกิจของไทยได้เป็นอย่างดี (6) ภายหลังการเสียกรุงศรีอยุธยาในปี พ.ศ. 2310 การสถาปนากรุงธนบุรีและกรุงรัตนโกสินทร์ต้องการแรงงานทั้งแรงงานฝีมือและแรงงานต่าง ๆ ที่เป็นชาวจีนจำนวนมากในการก่อสร้าง (7) ในยุคต้นของกรุงรัตนโกสินทร์ความเจริญรุ่งเรืองทางการเศรษฐกิจและการค้าทางทะเลของประเทศไทยสมัยนั้นต้องการชาวจีนที่มีความรู้ ความสามารถทางการค้า และการเดินเรือมาทำงานเป็นจำนวนมาก (8) ภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 1 เกิดวิกฤตทางเศรษฐกิจทั่วโลก ปัญหาต่าง ๆ ภายในประเทศจีนทำให้ชาวจีนอดอยากและแร้นแค้นอย่างมากมาย เป็นเหตุให้ชาวจีนจำนวนมากอพยพออกนอกประเทศ และ (9) ภายหลังจากพรรคคอมมิวนิสต์จีนสามารถยึดกุมการปกครองประเทศจีนได้อย่างเด็ดขาดในปี พ.ศ. 2492 จึงมีชาวจีนอพยพเข้ามาสู่ประเทศไทยจำนวนมากอีกครั้งหนึ่ง (ภาววัฒน์ พันธุ์แพ, 2550)

*ชาวจีนโพ้นทะเล คำเรียก คนเชื้อสายจีนที่อพยพไปอยู่อย่างกระจัดกระจายอยู่ตามทวีปต่าง ๆ ทั่วโลก ในลักษณะที่เรียกว่า ชัมเหมฬพเนจร หรือแบบเสื่อผืนหมอนใบ ดินทางแบบตัวเปล่า เมื่อเข้ามาอยู่ในประเทศไหนก็ต้องเริ่มต้นชีวิตใหม่ ตั้งใจทำมาหากิน สร้างเนื้อสร้างตัวกันตามความสามารถและโอกาสของแต่ละคน ซึ่งอาจได้รับการช่วยเหลือบ้างจากญาติพี่น้องหรือคนรู้จักที่เข้ามาอาศัยอยู่ก่อนแล้วบ้าง (ลูติร์ตัน มินซันนัท, 2552)

ชาวจีนโพ้นทะเลส่วนใหญ่ประสบความสำเร็จในชีวิต เนื่องจากการประกอบอาชีพตามที่ตนเองมีความถนัดคือการทำธุรกิจการค้า อีกทั้งอุปนิสัยของชาวจีนโพ้นทะเลที่ประกอบด้วย ความขยัน ความมัธยัสถ์ ความอดทน ความประหยัดและอดออม ทำให้สามารถเก็บออมทรัพย์สินเพื่อสะสมเป็นทุนในการสร้างธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว ทำให้มีความเจริญรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจอย่างมาก สามารถเลื่อนชั้นทางสังคมเห็นได้อย่างเด่นชัด

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการของนักธุรกิจชาวไทยเชื้อสายจีนโดย ภาวิวัฒน์ พันธุ์แพ (2550) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อวิถีชีวิตของชาวจีนซึ่งสืบทอดมามีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตของชาวไทยเชื้อสายจีนด้วยเช่นกัน ได้แก่ (1) มีรากฐานมาจากปรัชญาของขงจื้อและปราชญ์ในยุคโบราณ อาทิ นักปราชญ์จีนที่มีอิทธิพลต่อการบริหาร การจัดการตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันคือ ขงจื้อ และฮัน เฟย จื้อ โดยขงจื้อได้ให้แนวคิดของขงจื้อ และ ฮัน เฟย จื้อ ให้แนวคิดที่เกี่ยวกับกฎหมาย เล่าจื้อ ผู้นำแห่งลัทธิเต๋า และ ม่อจื้อ เป็นต้น (2) การให้ความสำคัญกับกลุ่ม และระบบเครือข่าย การเน้นกลุ่ม ซึ่งแตกต่างจากวัฒนธรรมของประเทศตะวันตกคือ ความเป็นปัจเจกบุคคล (3) อิทธิพลจากศาสนา พุทธ ลัทธิขงจื้อ และลัทธิเต๋า ซึ่งทำให้เกิดลักษณะสำคัญ 3 ประการที่มีผลต่อการทำธุรกิจของชาวไทยเชื้อสายจีน คือ (3.1) ความต่อเนื่องของความสัมพันธ์ (Roundness) (3.2) ความปรองดอง กลมเกลียวซึ่งกันและกัน (Harmony) และ (3.3) ความสามารถในการปรับเปลี่ยนตัวเองให้เข้ากับสภาพแวดล้อม โดยยังคงความเป็นเอกลักษณ์ของตนเองได้อย่างเข้มแข็ง (Fluidity) (4) ระบบความสัมพันธ์ทางสังคม การทำธุรกิจของชาวไทยเชื้อสายจีนจึงต้องทำผ่านบุคคลที่รู้จักหรือสร้างความเชื่อถือให้เกิดขึ้นก่อนเป็นประการแรก และ (5) การให้ความสำคัญต่อผู้นำ

ลักษณะการประกอบธุรกิจของชาวจีนโพ้นทะเลดั้งเดิมนั้นเป็นการทำธุรกิจแบบครอบครัว ซึ่งเรียกกันโดยทั่วไปว่า “กงสี” กงสีแบบดั้งเดิม มีหัวหน้าครอบครัวเป็นผู้นำ และสมาชิกในครอบครัวทุกคนมีส่วนร่วมในการผลิตหรือซื้อขาย รายได้ที่ได้รับเข้าเป็นของส่วนกลาง ค่าใช้จ่ายของสมาชิกในครอบครัวแต่ละคนและต้นทุนต่าง ๆ มาจากเงินส่วนกลาง หากสมาชิกในครอบครัวมีจำนวนน้อย ปัญหาที่จะเกิดขึ้นน้อย หากมีสมาชิกมากก็จะเกิดปัญหาความยุ่งยาก และรุนแรงขึ้นเมื่อขาดผู้นำครอบครัวจนนำไปสู่ความขัดแย้งเกิดการทะเลาะเบาะแว้งกัน สมาชิกในครอบครัวอาจออกไปทำธุรกิจประเภทเดียวกัน กลายเป็นคู่แข่งกันจนองค์กรล่มสลายไปในที่สุด ในปัจจุบันธุรกิจของผู้ประกอบการชาวไทยเชื้อสายจีนเห็นปัญหาของกงสีแบบเก่า จึงจัดทำโครงสร้างของธุรกิจอย่างเป็นระบบ มีการจดทะเบียนจัดตั้งเป็นบริษัทและมีการแบ่งสัดส่วนของผู้ถือหุ้นให้กับสมาชิกในครอบครัวอย่างชัดเจนและทั่วถึง อาจแบ่งออกเป็นหลายบริษัท โดยให้สมาชิกที่มีความสามารถเป็นผู้บริหารในแต่ละบริษัท ซึ่งสมาชิกในครอบครัวทุกคนยังคงมี

ผลประโยชน์ร่วมกัน ไม่เกิดความรู้สึกได้เปรียบเสียเปรียบกัน ทำให้เกิดความรักสามัคคี ดีกว่าระบบกงสีแบบเก่า และหากประสบความสำเร็จสามารถแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนที่มีการกระจายหุ้นให้กับประชาชนทั่วไป ทำให้กิจการสามารถขยายตัวได้มากยิ่งขึ้นและมีความมั่นคงการเงินที่เข้มแข็งมากขึ้นด้วย (ก๋อศักดิ์ ชัยรัสมิศักดิ์, 2547)

จิตติรัตน์ มินชัยนันท์, 2552 ได้สรุปรูปแบบในการดำเนินชีวิตของนักธุรกิจชาวไทยเชื้อสายจีนที่ประสบความสำเร็จซึ่งประกอบด้วย (1) ความขยัน มุมานะ อดทน ไม่ย่อท้อต่อความยากลำบาก (2) ความซื่อสัตย์ สุจริต (3) ความประหยัดและความพอเพียงในการดำรงชีวิต (4) เป็นคนดี และมีความรับผิดชอบ และ (5) รู้จักแบ่งปัน และทำคุณประโยชน์เพื่อส่วนรวม

จากการศึกษาสภาพทั่วไปของผู้ประกอบการที่มีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งพบว่า ผู้ประกอบการที่มีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมในทุกายมาจากครอบครัวชาวไทยเชื้อสายจีน ดังนั้นทัศนคติ ความเชื่อ คำสอนทางศาสนา คำสอนของบิดา มารดา และครอบครัว จึงมีความสอดคล้องและเป็นไปตามทัศนคติ ความเชื่อ คำสอนทางศาสนา คำสอนของบิดา มารดา และครอบครัวของชาวไทยเชื้อสายจีนส่วนใหญ่ จากผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อลักษณะการจัดการแบบเงินของภาววัฒน์ พันธุ์แพ (2550) ที่กล่าวถึงส่วนของทัศนคติ ความเชื่อ คำสอนทางศาสนา คำสอนของบิดา มารดา และครอบครัวของนักธุรกิจชาวไทยเชื้อสายจีน ประกอบด้วย

(1) รากฐานมาจากปรัชญาของขงจื้อและปราชญ์ในยุคโบราณ ได้แก่

(1.1) ขงจื้อ เน้นแนวคิดในเรื่อง โดยสอนถึงคุณความดี 5 ประการไว้ดังนี้

(1.1.1) Jen คือความรักในการช่วยเหลือเกื้อกูลผู้อื่น **(1.1.2) Li** คือความประพฤติที่เหมาะสม **(1.1.3) I** คือความชอบธรรม **(1.1.4) Chih** คือภูมิปัญญา และ **(1.1.5) Hsin** คือความซื่อสัตย์จงรักภักดี

(1.2) เม่งจื้อ มีแนวคิดที่เชื่อว่า ธรรมชาติดั้งเดิม โดยแท้ของมนุษย์นั้นดีงาม แต่เปลี่ยนแปลงด้วยสิ่งแวดล้อมชักนำ

(1.3) ชุนจื้อ ซึ่งมีแนวคิดที่ตรงกันข้ามกับเม่งจื้อ โดยเชื่อว่าธรรมชาติของมนุษย์นั้นชั่วร้าย จึงต้องใช้การศึกษาช่วยขัดเกลา

(1.4) ฮัน เฟย จื้อ มีแนวคิดที่ว่า จริยธรรมและจารีตประเพณีนั้นไม่เพียงพอที่จะทำให้สังคมสงบสุข จึงต้องใช้กฎหมายเป็นหลักในการปกครอง โดยเน้นการปูนบำเหน็จและการลงโทษ เพื่อเป็นการควบคุมความประพฤติของข้าราชการและประชาชน

(1.5) เล่าจื้อ ผู้นำลัทธิ “เต๋า” ซึ่งมีแนวคิดสอนให้คนปฏิบัติตนให้สอดคล้องกับธรรมชาติ โดยปล่อยให้สรรพสิ่งดำเนินไปตามวิถีของตน และใช้ความอ่อนพิศิตความแข็งปรัชญาของเต๋ากล่าวถึง “หวู่เหวย” หรือ “อกรรม” คือ “การไม่กระทำ” จึงเกิดความเข้าใจผิดว่า

ปรัชญาของเต๋าสอนให้บุคคล เลือยซาและเกียจคร้าน แต่ข้อเท็จจริงคือ ปรัชญาของเต๋าสอนให้ทำน้อย แต่ได้ผลมาก เพราะเมื่อไม่ทำอะไรใด ๆ ฟืนธรรมชาติ ย่อมไม่ต้องเปลืองแรง เมื่อไม่กระทำตามกิเลสตัณหา จึงไม่ต้องเหนื่อยล้าจนเกินไปโดยไม่จำเป็น “หวู่เหวย” จึงหมายถึงการสงวนพลัง โดยการเตรียมรับมือกับปัญหาตั้งแต่เริ่มต้น จนถึงขั้นที่ไม่มีปัญหาเกิดขึ้น แต่กลับถูกมองว่าไม่ได้ทำอะไร เพราะไม่มีปัญหามาแก้ ทั้งๆ วิธีปฏิบัติตามแนวคิดนี้ได้จัดการทุกสิ่งให้เรียบร้อยลงตัวมาแล้วแต่ต้น ปรัชญานิพนธ์ของเล่าจื้อที่มีชื่อเสียงมากที่สุดคือคัมภีร์ เต๋าเต็กเก็ง ซึ่งมีรูปแบบการเขียนคล้ายกวีนิพนธ์ที่ไม่มีสัมผัส

(1.6) จวงจื้อ ปราชญ์ผู้ นิยมใช้ชีวิตอย่างสันโดษ คำสอนมักอยู่ในรูปนิทาน ภายใต้อารมณ์ขันและเห็นภาพเปรียบเทียบอย่างชัดเจน ช่วยขยายความหมายของปรัชญาในคัมภีร์เต๋า เต็กเก็งของเล่าจื้อ ให้เป็นรูปธรรม ง่ายแก่การทำความเข้าใจมากยิ่งขึ้น

(1.7) ม่อจื้อ ที่มีคำสอนเน้นในหลักความเสมอภาค ความรักอันเป็นสากล ยอมเสียสละทุกอย่างแม้กระทั่งชีวิต เพื่อผลของความยุติธรรม หากจำเป็นต้องทำสงครามเพื่อรักษาความยุติธรรมก็ต้องทำ เป็นการยอมเสียสันติภาพชั่วคราว เพื่อรักษาสันติภาพถาวร

(2) อิทธิพลจากศาสนาพุทธ ลัทธิขงจื้อ และลัทธิเต๋า

แท่นบูชาบรรพบุรุษ เทพเจ้า และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งหลาย ในบ้านของชาวไทยเชื้อสายจีนส่วนใหญ่แสดงให้เห็นอิทธิพลของศาสนาพุทธ ลัทธิขงจื้อและเต๋าที่มีผลต่อ ทัศนคติ ความเชื่อ คำสอนทางศาสนา คำสอนของบิดา มารดา และครอบครัว อันเป็นผลต่อความต่อเนื่องของความสัมพันธ์ของคนในรุ่นต่าง ๆ ของครอบครัว ความปรองดอง และความสามารถในการปรับตัวเองให้เข้ากับสภาพแวดล้อม ทั้งยังคงความเป็นเอกลักษณ์ของตนเองได้อย่างเข้มแข็ง แท่นบูชาเพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในศาสนาพุทธ ขงจื้อ เต๋า และเทพเจ้าต่าง ๆ ตลอดจนป้ายบูชาบรรพบุรุษทำให้เกิดลักษณะสำคัญ 3 ประการที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจได้แก่

(2.1) ความต่อเนื่องของความสัมพันธ์ (Roundness) ทำหน้าที่เป็นตัวเชื่อมที่ทำความสัมพันธ์ในครอบครัวมีความต่อเนื่องและสมบูรณ์แบบโดยเป็นตัวกลางระหว่างโลกนี้และโลกที่เหนือธรรมชาติ ความคิดแบบความต่อเนื่องของความสัมพันธ์นี้ อธิบายหลักการของกวานซี (Guanxi) หมายถึงความสัมพันธ์หรือสายสัมพันธ์ส่วนบุคคลที่แฝงนัยของความสัมพันธ์เชิงสถาบันและเชิงอำนาจ มีการพัฒนาความสัมพันธ์ด้วยการสร้างความไว้วางใจต่อกัน และคาดหวังการแลกเปลี่ยนความช่วยเหลือระหว่างกันในอนาคต โดยระบบนี้จะแบ่งลักษณะความสัมพันธ์เป็นขั้นๆ ขั้นแรกเป็นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและบรรพบุรุษ ขั้นต่อมาเป็นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลจากหมู่บ้านเดียวกัน จากนั้นเป็นความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในครอบครัว และความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวและมิตรสหายที่สนิทชิดเชื้อมีความไว้วางใจกันเช่น นักบริหารมีอาชีพที่มีความสามารถ ซึ่งถูกจ้างมาบริหารงาน ความสัมพันธ์ เช่นนี้จะดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง และมีการ

ตอบแทนซึ่งกันและกัน เช่น นักธุรกิจอาจช่วยพนักงานหรือคนงานที่มีความซื่อสัตย์ ักกดี และทำงานให้กับครอบครัวเป็นเวลานานให้มีโอกาสในการสร้างธุรกิจของตนเองขึ้น

(2.2) ความปรองดอง กลมเกลียวซึ่งกันและกัน (Harmony) ถือเป็นอุดมคติที่สำคัญประการหนึ่งของชาวจีน ซึ่งแตกต่างจากชาวตะวันตก ในครอบครัวชาวจีนหากเกิดความไม่ปรองดองขึ้นในครอบครัว บางครอบครัวอาจเห็นว่า เป็นการถูกลงโทษจากสิ่งเหนือธรรมชาติ จึงต้องไหว้บรรพบุรุษและเทพเจ้า เพื่อช่วยคลี่คลายให้ความปรองดองกลับคืนมาสู่ครอบครัว นอกจากนี้การไหว้เจ้าของคนจีนยังมีวัตถุประสงค์เพื่อขอให้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ช่วยเหลือบุตร หลานในเรื่องต่าง ๆ เช่น การสอบ การเจ็บป่วย การงาน และไม่ว่าคำร้องขอจะได้ผลหรือไม่ก็ตาม ผู้สวดอ้อนวอนมักจะเกิดความหวังและรู้สึกสบายใจขึ้นมาในระดับหนึ่ง เป็นการสร้างความผูกพัน หรือความสัมพันธ์กับ บรรพบุรุษผู้ล่วงลับไปแล้ว และเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ชาวจีนเชื่อในเรื่องโชคลาง เนื่องจากเชื่อว่า มนุษย์ไม่มีความสามารถที่จะควบคุมสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง ในวัดพุทธต่าง ๆ ในประเทศจีนจึงมีกระบอกเซียมซี พร้อมคำทำนายให้กับคนที่เข้าไปทำบุญ ความเชื่อดังกล่าว ส่งผลต่อพฤติกรรมบางอย่างของชาวจีนบางคน เช่น การไม่คาดเข็มขัดนิรภัยขณะขับรถ ด้วยเชื่อว่าสิ่งศักดิ์สิทธิ์จะช่วยปกป้องคุ้มครองตนเอง นอกจากนี้ยังมีผลให้ชาวจีนชอบเล่นการพนันอย่างเป็นชีวิตจิตใจ เนื่องจากการประกอบธุรกิจจะต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนประกอบกับความเชื่อเรื่องโชคลาง นอกจากนี้ชาวจีนยังใช้การพนันเพื่อเป็นการรักษาความสัมพันธ์และความปรองดองกันในหมู่ญาติมิตรอีกด้วย

(2.3) ความสามารถในการปรับเปลี่ยนตัวเองให้เข้ากับสภาพแวดล้อมโดยยังคงความเป็นเอกลักษณ์ของตนเองได้อย่างเข้มแข็ง (Fluidity) แม้ว่าชาวจีนจะถูกมองว่า มีลักษณะอนุรักษ์นิยมอยู่สูง แต่ขณะเดียวกันก็มีความคิดสร้างสรรค์ สามารถออกแบบและสร้าง นวัตกรรมต่าง ๆ มากมาย อาทิ สะพานแขวน รอกของเบ็ดตกปลา หางเสื่อเรือ เครื่องบดแป้ง ร่มชูชีพ ประทัด แลกเกอร์ วอล์คเปอร์ กระดาษ กราะที่ทำด้วยกระดาษ ซีลอร์ด และเครื่องจักรไอน้ำ ฯลฯ อีกทั้งเป็นผู้ประกอบการทางธุรกิจได้ดี มีความสามารถในการสร้างอาณาจักรทางธุรกิจได้ยิ่งใหญ่กว่าชนชาติใดในโลก แม้ว่าจะมีความเชื่อในเทพเจ้าซึ่งส่วนใหญ่มาจากวีรบุรุษในพงศาวดารจีน และตำนานต่าง ๆ ซึ่งความศักดิ์สิทธิ์อาจมาจากการยอมรับนับถือของเหล่ากษัตริย์ในอดีต หรือเกิดจากศรัทธาของประชาชนชาวจีน เทพเจ้าที่ช่วยปกป้องคุ้มครองบ้านเมือง หรือแสดงปาฏิหาริย์ด้านต่าง ๆ จะได้รับการนับถือติดต่อกันมาหลายชั่วอายุคน ด้วยลักษณะสำคัญ 3 ประการดังกล่าว เป็นวิถีชีวิตของประชาชนชาวจีนผ่านแท่นบูชาภายในบ้าน อันเกิดเป็นผลจากอิทธิพลของศาสนาพุทธ ลัทธิขงจื้อ และเต๋า ซึ่งถือเป็นจุดเด่นที่ทำให้เห็นว่า ประชาชนชาวจีนสามารถรักษาอารยธรรมของตนเองไว้ในโลกอย่างมั่นคง มีผลต่อวิถีชีวิตและระบบการจัดการธุรกิจของชาวจีนโพ้นทะเล และชาวไทยเชื้อสายจีน

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ชาวไทยเชื้อสายจีนรับอิทธิพลทางความคิดจากบรรพบุรุษสืบทอดกันมา อันมาจากแนวคิดแบบเต๋าและขงจื้อถือเป็นแนวคิดที่มีลักษณะเป็นคู่ขนาน แนวคิดของเต๋าคือ สอดคล้องกับธรรมชาติเพื่อสงวนพลัง มีแนวคิดที่จะปลีกวิเวกตัวออกไปอยู่อย่างสันโดษ หากแต่ไม่ได้ทอดทิ้งสังคม จะปรากฏตัวเพื่อช่วยกอบกู้สังคมใน จังหวะที่เหมาะสม ขณะที่ขงจื้อเรียกร้องให้ทุกคนปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มที่เพื่อสังคม ลักษณะความแตกต่างของแนวคิดนี้จะเห็นว่า แนวคิดแบบเต๋า เน้นถอย ส่วนแนวคิดของขงจื้อเน้นรุก ซึ่งชาวจีนได้ซึมซับหลักการของสองสำนักอย่างซาบซึ้ง ที่ต่างมีอิทธิพลทางความคิดอย่างสูงต่อประชาชาติจีนที่สืบทอดกันมานับพันปี โดยในภาวะปกติก็จะโหมทำงานตามความคิดของขงจื้อ แต่เมื่อเกิดวิกฤตก็จะใช้แนวทางของเต๋านำทางชีวิตของตน แนวคิดแบบเต๋าและขงจื้อ ตลอดจนปราชญ์ชาวจีนท่านอื่น ๆ ที่ได้กล่าวมาต่างมีอิทธิพลทางความคิดอย่างสูงต่อประชาชาติจีนที่สืบทอดกันมานับพันปี และสืบทอดต่อกันมายังชาวไทยเชื้อสายจีนในปัจจุบัน

ตอนที่ 5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

5.1 งานวิจัยในประเทศ

กนิษฐา นิตส์พัฒนา และคณะ (2541) ทำการศึกษาจิตสำนึกทางสังคมของนักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล ในมิติทางสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ การเมืองและสุขภาพ กับสิ่งแวดล้อม ในประเด็นของความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อปรากฏการณ์ต่างๆ ทางสังคมและการตระหนักถึงความสำคัญของปัญหาที่มีผลกระทบต่อตัวเอง ครอบครัว และสังคม โดยรวมตลอดจนแนวทางแก้ไขสถานการณ์นั้นๆ ภายใต้การวิเคราะห์ปรากฏการณ์แนวเศรษฐศาสตร์การเมือง กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาระดับบัณฑิตวิทยาลัยของมหาวิทยาลัยมหิดลระดับปริญญาโท ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2539 โดยการใช้อย่าง Focus Group Discussion ผลการศึกษาพบว่าด้านเศรษฐกิจและด้านการเมือง นักศึกษาเห็นปัญหาที่เกิดขึ้นและตระหนักว่าเป็นปัญหาที่มีความรุนแรงต้องแก้ไข แต่การแก้ไขยังอยู่ในระดับบุคคลมากกว่าการเคลื่อนไหวให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับโครงสร้างหรือนโยบาย นักศึกษาสามารถเสนอแนวทางแก้ไขได้อย่างรอบด้าน แต่การมีส่วนร่วมของนักศึกษาต่อการแก้ไขปัญหา เกือบทั้งหมดไม่เห็นพลังของตนเองที่จะร่วมแก้ไขในด้านสังคม สุขภาพ สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม นักศึกษาสามารถเสนอแนวทางและเห็นว่าตนเองสามารถร่วมแก้ไขปัญหาใน 4 ด้าน

จันทร์จิรา มูลเมือง (2535) ศึกษาเปรียบเทียบความรับผิดชอบต่อสังคมของนิสิตนักศึกษา ระดับปริญญาบัณฑิต จำนวน 949 คน ที่ศึกษาในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พบว่า นิสิตนักศึกษาหญิงมีความรับผิดชอบสูงกว่านิสิตชายและไม่พบความแตกต่างของระดับความรับผิดชอบต่อสังคม

ของนิสิตนักศึกษา ที่เรียนต่างสาขา ต่างระดับชั้นปี ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน การศึกษาของบิดา มารดาต่างกัน และนิสิตที่จบมัธยมศึกษาตอนปลายจากโรงเรียนในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด

วิรัตน์ คำศรีจันทร์ (2544) ทำการศึกษาจิตสำนึกพลเมือง/สาธารณะในบริบทประชา สังคมไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเงื่อนไขการก่อเกิดและปัจจัยเกื้อหนุนหรือเป็นอุปสรรคต่อการ มีจิตสำนึกพลเมือง/สาธารณะในบริบทประชาสังคมไทย เป็นการวิจัยเชิงพัฒนาการและ สังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่องใน 2 ชุมชน คือ ชมรมชีวเกษม ประชาคมสุขภาพองค์กรรวม พุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม สำหรับชุมชนเมือง และชุมชนบ้านหนองขาว อำเภอท่าม่วง จังหวัด กาญจนบุรี สำหรับชุมชนชนบท และได้ทำการวิจัยเชิงสำรวจกับกลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศที่เลือกสรร ว่าเป็นผู้ที่มีจิตสำนึกพลเมือง และ/หรืออยู่ในกระบวนการพัฒนาสังคมในแนวทางประชาสังคม อย่างต่อเนื่อง จำนวน 127 คน ผลการศึกษาพบว่า คุณลักษณะของการมีจิตสำนึกพลเมือง/สาธารณะ มีหลายมิติ ได้แก่ การมีวินัยในตน ทั้งในเรื่องส่วนตัวและส่วนรวม เคารพกติกาที่ร่วมกันสร้าง ปฏิบัติสิทธิและหน้าที่อย่างเต็มความสามารถด้วยจิตใจอาสา ให้ความสำคัญต่อผลประโยชน์ของ ส่วนรวมมากกว่าส่วนตน ใส่ใจกิจสาธารณะ การมีส่วนร่วมและให้ความร่วมมือเพื่อประโยชน์สุข ของชุมชน ทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง การมีความกล้าหาญทางจริยธรรม ปกป้อง ความถูกต้อง เพื่อความดี ความยุติธรรมและสันติภาพของสังคม การมีความผูกพันยึดมั่นใน อุดมการณ์ ประชาธิปไตย ปฏิบัติต่อผู้อื่นอย่างเท่าเทียม เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เงื่อนไขการก่อเกิดจิตสำนึก พลเมืองคือ การมีชีวิตของชุมชนที่ทำให้สมาชิกความสัมพันธ์กันในฐานะที่เท่าเทียม การปฏิบัติ สำนึกพลเมืองอยู่ในวิถีชีวิต ความเป็นชุมชนที่สมาชิกเชื่อมโยงกันในฐานะพลเมือง มีความเท่าเทียม และเสมอภาคในเชิงการเมือง ความเป็นเอกภาพและสมานสามัคคี เชื่อถือและไว้วางใจกัน ผูกมัด ตนเองกับหมู่คณะ การมีทุนทางสังคม การมีส่วนร่วมทางการเมือง และกระบวนการหล่อหลอมทาง การเมือง

รัตนวรรณ รุณภัย และคณะ (2542) ศึกษาจิตสำนึกของนิสิตนักศึกษาที่มีต่อสภาพการณ์ทาง เศรษฐกิจ สังคม และการเมือง กลุ่มตัวอย่างเป็นนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตบางเขน และวิทยาเขตกำแพงแสน จำนวน 744 คน ผลการศึกษาพบว่าจิตสำนึกของนิสิตในภาพรวมมี จิตสำนึกค่อนข้างไปทางเสรีนิยม นิสิตที่แตกต่างกันในเรื่อง เพศ การเข้าร่วมกิจกรรมการรับข้อมูล ข่าวสาร ชั้นปี ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ภูมิลำเนา ที่พักอาศัย อาชีพบิดามารดา และการนับถือศาสนา มีจิตสำนึกต่อสภาพการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองไม่แตกต่างกัน ยกเว้นนิสิตที่เรียนต่าง วิทยาเขตและต่างคณะ จะมีจิตสำนึกที่มีต่อสภาพการณ์แตกต่างกัน

สยามรัฐ เรื่องนาม (2542) ทำการศึกษาความรู้ทางการเมืองและการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองกับความสำนึกเชิงสังคมของประชาชนในองค์กรบริหารส่วนตำบล จ.กาญจนบุรี กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการ และกลุ่มประชาชนที่อาศัยอยู่ใน องค์กรบริหารส่วนตำบลท่ามะขาม องค์กรบริหารส่วนตำบลวังขนาย และ องค์กรบริหารส่วนตำบลท่าไม้ จำนวน 237 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการ เป็นกลุ่มที่มีการรับรู้ข่าวสารทางการเมือง มีความสนใจข่าวสารทางการเมืองและมีความรู้ทางการเมือง มากกว่ากลุ่มของประชาชนในองค์กรบริหารส่วนตำบล และความรู้ทางการเมือง มีความสัมพันธ์ด้านบวก กับการเข้าถึงอำนาจทางการเมืองและความสำนึกเชิงสังคม

ศุวิมล ว่องวานิช และนงลักษณ์ วิรัชชัย (2543) ศึกษาปัจจัยและกระบวนการที่เอื้อต่อการพัฒนาคุณธรรมระดับบุคคลเพื่อมุ่งความสำเร็จของส่วนรวมของนักศึกษามหาวิทยาลัย ใช้วิธีการเก็บข้อมูลหลายวิธี (Multi - methods) ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ได้จากการสำรวจด้วยแบบสอบถาม การศึกษากรณีตัวอย่าง การจัดประชุมระดมความคิดโดยใช้เทคนิคกลุ่มสมมติใน การศึกษาวิธีเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร ชั้นปีที่ 4 สังกัดรัฐบาลและเอกชนจำนวน 3,011 คน และอาจารย์มหาวิทยาลัยสังกัดรัฐบาลและเอกชน จำนวน 933 คน การศึกษาจากกรณีตัวอย่างได้ทำการศึกษาแก่นิสิตนักศึกษาจำนวน 27 คน เป็น นิสิตนักศึกษาที่มีคุณธรรมอยู่ในกลุ่มสูง 10 คน กลุ่มปานกลาง 14 คนและกลุ่มต่ำ 3 คน การศึกษา กับกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิโดยการประชุมสัมมนา ประกอบด้วยกลุ่มอาจารย์ที่มีประสบการณ์ในการสอน และมีโอกาสพัฒนาคุณธรรมแก่นิสิตนักศึกษาจำนวน 16 คนเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ประกอบด้วยแบบวัดคุณธรรม ผลการวิจัยพบว่า ระดับคุณธรรมจากการรายงานตนเองของนักศึกษาไม่ค่อยสอดคล้องกับความคิดเห็นของกลุ่มอาจารย์ ภูมิลำเนาใน กรุงเทพมหานครและสังกัดทบวงมหาวิทยาลัยมีแนวโน้มจะมีคุณธรรมต่ำกว่าเมื่อปัจจัยอื่นคงที่ คุณธรรมด้านความรับผิดชอบและความไม่เห็นแก่ตัว นักศึกษาสาขาวิทยาศาสตร์การแพทย์มีน้อย ที่สุดในจำนวนสาขาวิชาทั้งหมด ตัวแปรที่สัมพันธ์ทางบวกกับการมีคุณธรรมคือ การพัฒนาปรับปรุงตนเอง การบำเพ็ญประโยชน์ การได้รับการอบรมเอาใจใส่จากครู ความอบอุ่นของครอบครัว การฟังธรรมะ การได้รับการอบรมความเป็นคนดีจากพ่อแม่ การมีเพื่อนที่ดี การทำบุญทำทาน การเข้าวัดฟังธรรม เพศ เกรดเฉลี่ยสะสม และจำนวนพี่น้อง และตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางลบคือ ภูมิลำเนา สาขาวิชาที่ศึกษา สังกัดของมหาวิทยาลัย และสถานภาพของครอบครัว

อัจฉรา โฉมแจ่ม (2544) ศึกษาจิตสำนึกของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ต่อการรวมกลุ่มกิจกรรมเพื่อสังคม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะกิจกรรมที่ทำเพื่อสังคมซึ่งนักศึกษา

ปฏิบัติในปัจจุบัน เหตุผลที่นักศึกษาเข้าร่วมกลุ่มกิจกรรมเพื่อสังคม หน้าที่ที่ปฏิบัติในกลุ่มกิจกรรมเพื่อสังคม ปัจจัยผลักดันให้เกิดจิตสำนึก และปัญหาอุปสรรคและความต้องการแรงเสริมในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ที่เข้าร่วมกลุ่มกิจกรรมเพื่อสังคมของมหาวิทยาลัยและได้รับแต่งตั้งให้ทำหน้าที่ใดหน้าที่หนึ่งในคณะกรรมการบริหารกิจกรรมนักศึกษาของมหาวิทยาลัยและของคณะต่างๆ จำนวน 344 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล พบว่า ปัจจัยด้านความรักที่มีต่อผู้อื่นกลุ่มเพื่อนและสภาพแวดล้อมเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดจิตสำนึกของนักศึกษาไม่แตกต่างกัน เพศและคะแนนเฉลี่ยสะสมมีความสัมพันธ์กับความต้องการแรงเสริมในการทำกิจกรรมเพื่อสังคม คณะมีความสัมพันธ์กับลักษณะกิจกรรมเพื่อสังคม

ส่วนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยและกระบวนการในการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมสังคม จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยและกระบวนการในการส่งเสริมจิตสำนึกต่อสังคม พบว่ามีตัวแปรหลายตัวที่มีความเกี่ยวข้องกันดังนี้

ประพล มลิณฑินดา (2542) ศึกษาความตระหนักในปัญหาสิ่งแวดล้อมของสมาชิกองค์กรบริหารส่วนตำบล ในจังหวัดเพชรบุรี พบว่า ระดับความตระหนักในปัญหาสิ่งแวดล้อมของสมาชิกองค์กรบริหารส่วนตำบล อยู่ในระดับสูง อายุ การศึกษา ตำแหน่ง อาชีพ การรับรู้ข่าวสาร และความรู้ความเข้าใจในปัญหาสิ่งแวดล้อม มีผลต่อความตระหนักอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนเพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ และประสบการณ์ในปัญหาสิ่งแวดล้อม ไม่มีผลต่อความตระหนัก

มัลลิกา มัติโก (บรรณาธิการ: 2541) ได้ศึกษาเรื่อง จิตสำนึกทางสังคมของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพโดยการศึกษาจิตสำนึกในมิติทางสังคม วัฒนธรรม เศรษฐศาสตร์ และสุขภาพกับสิ่งแวดล้อม ในประเด็นของความรู้สึกรู้สึกนึกคิดที่มีต่อปรากฏการณ์ต่างๆ ทางสังคม ตลอดจนแนวทางการแก้ไขสภาพการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม พบว่า จิตสำนึกทางสังคมของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยมหิดลที่มีต่อตนเองและสังคม มีทั้งด้านบวกและด้านลบ ซึ่งนักศึกษาส่วนใหญ่มีจิตสำนึกที่ดีต่อการให้คุณค่าของสถาบันทางสังคมวัฒนธรรมไทย ที่มีศาสนาพุทธเป็นแกนหลักคำจูนสังคม โดยพิจารณาว่าสถาบันครอบครัว โรงเรียน และวัดเป็นตัวกำเนิดให้กับจิตสำนึกของบุคคล

วรรณิ จงศักดิ์สวัสดิ์ (2536) ศึกษาผลของสื่อมวลชนในการส่งเสริมจิตสำนึกของประชาชนต่อปัญหามลพิษทางน้ำ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสนใจในปัญหามลพิษทางน้ำ ใน

ระดับปานกลาง และมาก และมีการเปิดรับข่าวสารด้านปัญหามลพิษทางน้ำจากสื่อมวลชนด้วยความถี่พอสมควรและบ่อยมาก และยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมา คือ หนังสือพิมพ์และวิทยุ สำหรับประเภทของรายการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับทราบข่าวจากโฆษณาทางโทรทัศน์เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ บทความในหน้าหนังสือพิมพ์และจากรายการสารคดีทางโทรทัศน์และนอกจากนี้ยังได้ทราบข่าวจากสื่ออื่นๆ อีกเช่น โปสเตอร์ ป้ายประกาศ งานนิทรรศการ แผ่นพับสติ๊กเกอร์ งานสัมมนา และเพื่อนบอก การรับรู้ในสถานการณ์และจิตสำนึกที่มีต่อปัญหามลพิษทางน้ำ พบว่า ด้อยอยู่แล้ว และจากสมมติฐาน พบว่า เพศ สาขาที่ศึกษา และการเข้าร่วมกิจกรรมในมหาวิทยาลัยของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับความสนใจในปัญหามลพิษทางน้ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนการวิเคราะห์ถึงผลของสื่อมวลชน พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านปัญหามลพิษทางน้ำไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ในสถานการณ์และระดับจิตสำนึกที่มีต่อปัญหามลพิษ ทางน้ำ และยังพบว่าพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการปฏิบัติตนในการช่วยป้องกันและแก้ไขปัญหามลพิษทางน้ำ โดยที่ไม่มีความสัมพันธ์ต่อเนื่องไปถึงความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับปัญหามลพิษทางน้ำของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย และการทดสอบสมมติฐานยังพบว่าความสนใจในปัญหามลพิษทางน้ำเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านปัญหามลพิษทางน้ำ กล่าวคือ ผู้ที่มีความสนใจปัญหามลพิษทางน้ำมากมีแนวโน้มที่จะเปิดรับข่าวสารด้านปัญหามลพิษทางน้ำมากกว่าผู้ที่มีความสนใจในปัญหามลพิษทางน้ำน้อย

วรรณิ งามขจรกุลกิจ (2538) ได้ศึกษาเรื่อง การรณรงค์ประชาสัมพันธ์สิ่งแวดล้อมของสื่อมวลชนเพื่อสร้างจิตสำนึกต่อนักศึกษานิเทศศาสตร์ พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการรณรงค์ประชาสัมพันธ์สิ่งแวดล้อมศึกษาจากสื่อโทรทัศน์เท่านั้นที่มีความสัมพันธ์กับจิตสำนึกเรื่องสิ่งแวดล้อมของนักศึกษานิเทศศาสตร์โดยมีทิศทางความสัมพันธ์ไปในทางบวก และโทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่นักศึกษานิเทศศาสตร์นิยมสนใจเปิดรับสูงที่สุดพร้อมทั้งมีบทบาทและความน่าเชื่อถือในการสร้างจิตสำนึกเรื่องสิ่งแวดล้อมสูงกว่าหนังสือพิมพ์และวิทยุ ในส่วนของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านลักษณะประชากร สังคม และเศรษฐกิจกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทั่วไปและข่าวสารรณรงค์ประชาสัมพันธ์สิ่งแวดล้อมศึกษาจากสื่อมวลชนของนักศึกษานิเทศศาสตร์พบว่านักศึกษานิเทศศาสตร์ที่มีภูมิลำเนาเดิมต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทั่วไปและข่าวสารการรณรงค์ประชาสัมพันธ์สิ่งแวดล้อมศึกษาจากหนังสือพิมพ์แตกต่างกัน อีกทั้งนักศึกษานในชั้นปีที่ต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากวิทยุแตกต่างกัน

ลดาวัลย์ พอใจ (2536) ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนักและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตอำเภอ พิบูล จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม แต่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ส่วนความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมก็มีความสัมพันธ์กับความตระหนักและความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมก็มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ศุมนทา หลบภัย (2543) ได้ศึกษาเรื่อง จิตสำนึกในการอนุรักษ์ตลาดน้ำดำเนินสะดวกของผู้ประกอบการค้าบริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี พบว่า ผู้ประกอบการค้ามีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ตลาดน้ำดำเนินสะดวกในระดับปานกลาง โดยมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ตลาดน้ำดำเนินสะดวกแตกต่างกันเนื่องจากตัวแปร อายุ ระดับการศึกษา ประเภทของผู้ประกอบการ เมื่อพิจารณาจิตสำนึกในการอนุรักษ์ตลาดน้ำดำเนินสะดวกด้านความรู้แล้วพบว่า ผู้ประกอบการค้ามีความรู้ในการอนุรักษ์ตลาดน้ำดำเนินสะดวกในระดับปานกลาง และมีความรู้แตกต่างกันเนื่องจากตัวแปรอายุ ระดับการศึกษา รายได้ ระยะเวลาที่ประกอบการค้า บริเวณที่ขายสินค้า และประเภทของผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการมีเจตคติในการอนุรักษ์ตลาดน้ำดำเนินสะดวกในระดับสูง โดยมีเจตคติในการอนุรักษ์ตลาดน้ำดำเนินสะดวกแตกต่างกันเนื่องจากตัวแปรภูมิฐานะเดิม และประเภทของผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการค้ามีการปฏิบัติในการอนุรักษ์ตลาดน้ำดำเนินสะดวกในระดับต่ำ โดยมีการปฏิบัติในการอนุรักษ์ตลาดน้ำดำเนินสะดวกแตกต่างกันเนื่องมาจากตัวแปรเพศ ระดับการศึกษา ภูมิฐานะเดิม บริเวณที่ขายสินค้า ประเภทของผู้ประกอบการ และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการอนุรักษ์ตลาดน้ำดำเนินสะดวก

วิรัตน์ คำศรีจันทร์ (2544) ได้ศึกษาเรื่อง จิตสำนึกพลเมืองในบริบทประชาสังคมไทย พบว่า คุณลักษณะของการมีจิตสำนึกพลเมืองนั้น มีอยู่หลายมิติ ได้แก่ การมีวินัยในตน ทั้งในเรื่องส่วนตัวและส่วนรวม เคารพกติกาที่ร่วมกันสร้างขึ้น ปฏิบัติสิทธิ และหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ ด้วยจิตใจอาสา ให้ความสำคัญต่อผลประโยชน์ของส่วนรวมมากกว่าส่วนตน ใส่ใจกิจสาธารณะ การมีส่วนร่วมและให้ความร่วมมือเพื่อประโยชน์สุขของชุมชน ทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง การมีความกล้าหาญทางจริยธรรม ปกป้องความถูกต้อง เพื่อความดี ความยุติธรรม และสันติภาพของสังคม การมีความผูกพันและยึดมั่นในอุดมการณ์ ประชาธิปไตย ปฏิบัติต่อผู้อื่นเยี่ยงกัลยาณมิตร เท่าเทียม และเอื้อเฟื้อเกื้อกูลกัน และเงื่อนไขการก่อเกิดจิตสำนึกพลเมืองที่สำคัญในบริบทประชาสังคมไทยคือ การมีชีวิตของชุมชน ซึ่งทำให้สมาชิกมีความสัมพันธ์กันในแนวราบ การปฏิบัติจิตสำนึกพลเมืองอยู่ในวิถีชีวิต ความเป็นชุมชนซึ่งสมาชิกเชื่อมโยงกันในฐานะพลเมือง

มีความเท่าเทียมและเสมอภาคในเชิงการเมือง มีความเป็นเอกภาพและสมานสามัคคี เชื่อถือและไว้วางใจกันผูกมัดตนกับความเป็นหมู่คณะ การมีทุนทางสังคม การมีส่วนร่วมทางการเมือง และกระบวนการหล่อหลอมทางการเมือง ลักษณะดั้งเดิมบางประการของระบบเครือญาติและระบบอุปถัมภ์ อาจส่งผลเชิงบวกในแง่ ต่อความ เป็นประชาสังคมและการก่อเกิดจิตสำนึกพลเมือง โดยระบบเครือญาติอาจเป็นพื้นฐานในการหล่อหลอมสำนึกในความเป็นเรา และการรักษาผลประโยชน์พวกพ้องก็อาจพัฒนาสู่การสร้างความสัมพันธ์แบบต่างตอบแทน ส่วนระบบอุปถัมภ์ซึ่งก่อให้เกิดสำนึกเกี่ยวกับอำนาจที่เกิดจากการให้ ก็อาจยกระดับไปสู่สำนึกในการเสียสละและให้แก่ผู้อื่นมากกว่ารับ

หฤทัย อาจปฐ (2544) ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ภาวะผู้นำ รูปแบบการดำเนินชีวิต และความสามารถในการเรียนรู้ด้วยตนเอง กับการมีจิตสำนึกสาธารณะของนักศึกษาพยาบาล เขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ตัวแปรที่สามารถร่วมกันพยากรณ์การมีจิตสำนึกสาธารณะของนักศึกษาพยาบาล ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีความสำคัญตามลำดับ ดังนี้ ภาวะผู้นำ รูปแบบ การดำเนินชีวิตกลุ่มก้าวหน้า รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มกิจกรรม และความสามารถในการเรียนรู้ด้วยตนเอง โดยร่วมกันพยากรณ์ได้ร้อยละ 45.60

องค์กรเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (Organization for Economic Cooperation and Development: OECD) (2009) ได้มอบให้สถาบันไทยพัฒนา มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ ดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่อง “การดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบในประเทศไทย” (Responsible Business Conduct in Thailand) และมีผลการศึกษาดังนี้

1. การสำรวจระดับของพัฒนาการ CSR โดยแยกเป็นภาคธุรกิจในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล กับในส่วนภูมิภาค เมื่อต้นปี 2552 ผลการสำรวจ พบว่า ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้อยละ 27 เพิ่งเรียนรู้และทำความเข้าใจ ร้อยละ 53 ปฏิบัติได้ดีระดับหนึ่ง และร้อยละ 16 มีความก้าวหน้าดีมาก ขณะที่ในส่วนภูมิภาค ร้อยละ 45 เพิ่งเรียนรู้และทำความเข้าใจ ร้อยละ 40 ปฏิบัติได้ดีระดับหนึ่ง และร้อยละ 12 มีความก้าวหน้าดีมาก ที่เหลือตอบว่าไม่แน่ใจ

2. การสำรวจ “การดำเนินธุรกิจอย่าง รับผิดชอบต่อประเทศไทย” (Responsible Business Conduct in Thailand) ใน 4 ด้านหลัก ได้แก่ ด้านการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ CSR ที่ถูกต้องและทั่วถึง ด้านการบูรณาการเรื่อง CSR ให้เกิดขึ้นทั่วทั้งองค์กร ด้านการสื่อสารเรื่อง CSR ที่สอดคล้องตรงตามความเป็นจริงและทันเวลา และด้านการส่งเสริมความริเริ่มรายสาขา (Sectorled Initiatives) ในกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยมีรายละเอียดของสิ่ง

ที่ควรดำเนินการ ทั้งที่เป็นบทบาทของภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน ภาคการศึกษา และสื่อมวลชน พบว่า

1) ด้านการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ CSR ที่ถูกต้องและทั่วถึง ภาครัฐควรส่งเสริมให้มีการเผยแพร่องค์ความรู้เรื่อง CSR ทางสื่อต่างๆ เพื่อให้เกิดการรับรู้อย่างทั่วถึง รวมทั้งสนับสนุนการจัดอบรมให้แก่ผู้ประกอบการ โดยเฉพาะ SMEs เอกชน ควรจะมีการรวมตัวกันเป็นเครือข่ายแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้าน CSR โดยมีองค์กรอย่างเช่น สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย หอการค้าไทย ทำหน้าที่เป็น Facilitator เนื่องจากมีเครือข่ายสมาชิกกระจายอยู่ทั่วประเทศ ส่งเสริมให้ภาคการศึกษาโดยเฉพาะสถาบันอุดมศึกษาผลิตตำราและสื่อการเรียนรู้ด้าน CSR อย่างเป็นระบบ และสร้างให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางวิชาการ รวมทั้งการผลิตงานวิจัยด้าน CSR ร่วมกับนักวิชาการต่างประเทศ

2) ด้านการบูรณาการเรื่อง CSR ให้เกิดขึ้นทั่วทั้งองค์กร ภาครัฐควรสร้างให้เกิดบรรยากาศการดำเนินงาน CSR ด้วยการสร้างสิ่งจูงใจหรือมาตรการทางการเงินการคลังที่สนับสนุนให้องค์กรธุรกิจผนวกเรื่อง CSR ไว้ในกระบวนการทางธุรกิจ ทั้งนี้ เพื่อยกระดับให้เกิดเป็นขบวนการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบอย่างกว้างขวาง โดยกิจการควรมีการกำหนดยุทธศาสตร์การดำเนินงานด้าน CSR ที่เหมาะสมกับองค์กร รวมทั้งการเสริมสร้างสมรรถภาพการดำเนินงาน CSR อย่างเป็นระบบ และสอดคล้องกับศักยภาพที่มีอยู่ขององค์กร และควรมีการพัฒนากระบวนการและมาตรการทั้งในระดับองค์กร ระดับสายงาน และระดับบุคคลเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดการดำเนินงานด้าน CSR ให้เกิดขึ้นทั่วทั้งองค์กร

3) ด้านการสื่อสารเรื่อง CSR ที่สอดคล้องตรงตามความเป็นจริงและทันเวลา ภาครัฐควรสร้างเครื่องมือในการเฝ้าสังเกต (Monitor) และควบคุมสื่อที่เข้าข่ายการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่เกินจริง การนำเสนอกิจกรรมเพื่อสังคมที่สร้างให้เกิดความเข้าใจที่คลาดเคลื่อน โดยเฉพาะกิจการที่ดำเนินธุรกิจอบายมุข และที่ก่อให้เกิดผลกระทบทางลบต่อสังคมอย่างร้ายแรง โดยธุรกิจควรมีการประเมินผลการสื่อสารเรื่อง CSR ที่ไม่ก่อให้เกิดผลในทางลดทอนคุณค่าการดำเนินงาน CSR ที่แท้จริงลง และคำนึงถึงการสื่อสารที่ตอบสนองและครอบคลุมถึงความสนใจของผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง และสื่อมวลชนควรทำหน้าที่เป็นหน้าด่านในการเป็นผู้นำเสนอตัวอย่างที่ดีแก่ สังคม และคัดกรองเนื้อหาที่ไม่ถูกต้อง โดยไม่วางเฉย รวมทั้งต้องไม่ให้อิทธิพลของธุรกิจอยู่เหนือสำนึกรับผิดชอบในทางที่ปรับใช้ หรือให้บริการโดยคำนึงถึงเพียงเม็ดเงินโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่จะได้รับ

4) การส่งเสริมความริเริ่มรายสาขาในกลุ่มอุตสาหกรรมที่สำคัญ ภาครัฐควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการในกลุ่มธุรกิจส่งออก โดยเฉพาะเครื่องจักร อุปกรณ์ไฟฟ้า และยานยนต์ ได้ศึกษาเตรียมความพร้อมหรือเข้าร่วมในความริเริ่มในรายสาขาดังกล่าว ซึ่ง SMEs ในกลุ่มธุรกิจส่งออกที่

อาจได้รับผลกระทบจากมาตรการด้าน CSR ของคู่ค้าในต่างประเทศ ควรจะให้ความสำคัญกับมาตรฐานและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะกลุ่มอัญมณี พลาสติก และยาง โดยหน่วยงานอย่างสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย หรือหอการค้าไทย ควรทำงานเชิงรุกในการสร้างความรู้ความเข้าใจในบริบทการค้าโลกยุคใหม่ที่มีการนำเรื่อง CSR มาเป็นเงื่อนไขทางการค้าระหว่างประเทศให้แก่สมาชิกอย่างทั่วถึง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับจิตสำนึก/จิตสาธารณะ/คุณธรรมและจริยธรรม/ความรับผิดชอบต่อสังคมในประเทศที่ทำการทบทวนสามารถแบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับจิตสำนึก/จิตสาธารณะ/คุณธรรมและจริยธรรม/ความรับผิดชอบต่อสังคมของบุคลากรทางการศึกษา (ครู อาจารย์ นักเรียน นิสิต และนักศึกษา) ได้แก่ กนิษฐา นิตน์พัฒนา และคณะ (2541) ศึกษาจิตสำนึกทางสังคมของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล ในมิติทางสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ การเมืองและสุขภาพกับสิ่งแวดล้อม จันทร์จิรา มูลเมือง (2535) ศึกษาเปรียบเทียบความรับผิดชอบต่อสังคมของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาบัณฑิต ศาณี สุวรรณพัฒน์ (2537) วิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ทางสังคมและการเมืองของนิสิตนักศึกษาเกี่ยวกับภาวะวิกฤตในประเทศไทย รัตนวรรณ รุณภัย และคณะ (2542) ศึกษาจิตสำนึกของนิสิตนักศึกษามีต่อสภาวะการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง สุวิมล ว่องวานิช และนงลักษณ์ วิรัชชัย (2543) ศึกษาปัจจัยและกระบวนการที่เอื้อต่อการพัฒนาคุณธรรมระดับบุคคลเพื่อมุ่งความสำเร็จของส่วนรวมของนักศึกษามหาวิทยาลัย มัลลิกา มดีโก (บรรณาธิการ: 2541) ได้ศึกษาเรื่อง จิตสำนึกทางสังคมของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพโดยการศึกษาจิตสำนึกในมิติทางสังคม วัฒนธรรม เศรษฐศาสตร์ และสุขภาพกับสิ่งแวดล้อม วรรณิ งามขจรกุลกิจ (2538) ได้ศึกษาเรื่อง การรณรงค์ประชาสัมพันธ์สิ่งแวดล้อมของสื่อมวลชนเพื่อสร้างจิตสำนึกต่อนักศึกษานิเทศศาสตร์ หฤทัย อาจปรุ (2544) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลภาวะผู้นำ รูปแบบการดำเนินชีวิต และความสามารถในการเรียนรู้ด้วยตนเอง กับการมีจิตสำนึกสาธารณะของนักศึกษาพยาบาล เขตกรุงเทพมหานคร และอัญญา โนมแลถัม (2544) ศึกษาจิตสำนึกของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ต่อการรวมกลุ่มกิจกรรมเพื่อสังคม

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับจิตสำนึก/จิตสาธารณะ/คุณธรรมและจริยธรรม/ความรับผิดชอบต่อสังคมของประชาชนทั่วไป ได้แก่ วิรัตน์ คำศรีจันทร์ (2544) ทำการศึกษาจิตสำนึกพลเมือง/สาธารณะในบริบทประชาสังคมไทย วรรณิ จงศักดิ์สวัสดิ์ (2536) ศึกษาผลของสื่อมวลชนในการส่งเสริมจิตสำนึกของประชาชนต่อปัญหามลพิษทางน้ำ ลดาวัลย์ พอใจ (2536) ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขต

อำเภอ พิบูล จังหวัดนครศรีธรรมราช สุমনทา หลบภัย (2543) ได้ศึกษาเรื่อง จิตสำนึกในการอนุรักษ์ตลาดน้ำดำเนินสะดวกของผู้ประกอบการค้าบริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี วิจารณ์ คำศรีจันทร์ (2544) ได้ศึกษาเรื่อง จิตสำนึกพลเมืองในบริบทประชาสังคมไทย

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับจิตสำนึก/จิตสาธารณะ/คุณธรรมและจริยธรรม/ความรับผิดชอบต่อสังคมของนักการเมือง ได้แก่ ประพล มลิณฑินดา (2542) ศึกษาความตระหนักในปัญหาสิ่งแวดล้อมของสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล ในจังหวัดเพชรบุรี

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับจิตสำนึก/จิตสาธารณะ/คุณธรรมและจริยธรรม/ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจเอกชน ได้แก่ องค์กรเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (Organization for Economic Co-operation and Development: OECD) (2009) โดย สถาบันไทยพัฒนา มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ ศึกษาวิจัย การดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมในประเทศไทย (Responsible Business Conduct in Thailand)

จากผลการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับจิตสำนึก จิตสาธารณะ คุณธรรมและจริยธรรม ความรับผิดชอบต่อสังคมในประเทศ จะพบว่า กระบวนการมีส่วนร่วม การให้ความรู้ การเรียนรู้ร่วมกัน และการสร้างความตระหนัก เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการพัฒนา จิตสำนึก จิตสาธารณะ คุณธรรมและจริยธรรม ความรับผิดชอบต่อสังคม ในบริบทของสังคมไทย ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าว จะเป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อการศึกษาการพัฒนา รูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผู้ประกอบการอันเป็นเป้าหมายของการวิจัยครั้งนี้

5.2 งานวิจัยในต่างประเทศ

สุนทร คุณชัยมั่ง (2551) ทำการศึกษาเรื่อง CSR ของทวีปอเมริกาเหนือ ประกอบด้วย สหรัฐอเมริกา แคนาดา ลาตินอเมริกา และกลุ่มคาริบเบียน สรุปได้ดังนี้

สหรัฐอเมริกา มีพัฒนาการงานด้าน CSR มาก่อนอังกฤษและยุโรปมากกว่า 25 ปี ในขณะที่ยุโรปมีพัฒนาการจากการดำเนินงานตามนัยยะที่กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ กำหนดให้ปฏิบัติ นำไปสร้างเป็นพันธะแห่งความร่วมมือทางสังคม (Company – Social Engagement) แต่ในอเมริกา คงรูปแบบของงาน CSR ตามนัยยะ (Implicit CSR) เช่นเมื่อ 100 ปีที่ผ่านมา โดยยังคงให้ความสำคัญกับเรื่องของ การประกันสุขภาพ การจัดให้มีสวัสดิการบำนาญและกิจกรรมอื่นๆทางสังคม งานด้าน CSR ในสหรัฐอเมริกา เป็นปรากฏการณ์ที่อยู่บนพื้นฐานของการพึ่งตนเองและการมีส่วนร่วมโดยปกติของผู้ประกอบการที่นิยมสร้างผลกำไรแบบสูงสุดบนพื้นฐานของการมีส่วนร่วม

ร่วมและการมีเสรีภาพ Self-regulating และความเกี่ยวข้องแบบจำกัดในบทบาทของรัฐ ดังนั้น งานด้าน CSR จึงเป็นงานกิจกรรมอาสาสมัครสำหรับกิจการเอกชน (Initiatives are purely voluntary for corporations) จึงมักจะเห็นตัวอย่างของการทำกิจกรรมเพื่อสังคมในรูปแบบของกองทุน โดยรัฐบาลไม่มีบทบาทในการกระตุ้นให้ภาคเอกชนเข้ามารณรงค์กิจกรรมเพื่อสังคมในรูปแบบของกองทุนและมูลนิธิ เช่น มูลนิธิร็อกกี้เฟลเลอร์* เป็นต้น

มูลนิธิร็อกกี้เฟลเลอร์ ก่อตั้งโดย จอห์น ดี ร็อกกี้เฟลเลอร์ ในปี พ.ศ. 2456 ให้การสนับสนุนการวิจัยในด้านการแพทย์ทั่วโลก และมุ่งเน้นเรื่องแหล่งพลังงานทั้งห้า ได้แก่ 1. พื้นฐานการอยู่รอด เช่น อาหาร น้ำและที่อยู่อาศัย 2. สุขภาพ ในเรื่องของ ความเหมาะสมและความเป็นธรรมในด้านระบบหรือการบริหารด้านสุขภาพ 3. ภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม 4. การเจริญเติบโตของเมืองอย่างรวดเร็ว 5. การประกันสังคมและเศรษฐกิจ

แคนาดา กลุ่มผู้ประกอบการอุตสาหกรรม เป็นสนับสนุนหลักการและแนวปฏิบัติสำหรับ CSR เพราะมีความเชื่อว่าเป็นการสนับสนุนการสร้างนวัตกรรม ผลิตภาพและการแข่งขัน (Productive and Competitive) อันเป็นผลที่ทำให้ได้รับผลตอบแทนที่มากกว่า เป็นการป้องกันความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างนักลงทุนกับการใช้ทุนอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นการยกระดับความสัมพันธ์ระหว่างพนักงาน ชุมชน และ Reputation & Branding อย่างไรก็ตามในแคนาดาได้แบ่งแนวทางการรณรงค์เป็น 2 สายทางเช่นเดียวกับแนวความคิดและการรณรงค์ทั่วโลก คือ The Conference Board of Canada เป็นองค์กรที่มุ่งจัดความสัมพันธ์ระหว่างเศรษฐกิจ กับพันธมิตรที่ต้องรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม เป็นองค์ประกอบของความยั่งยืน และเน้นไปยังการตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียและความต้องการของผู้ถือหุ้น การให้ความสำคัญตามแนวทางของ The Conference Board of Canada มุ่งให้ความสำคัญไปยังองค์ประกอบ 5 ประการ ประกอบด้วย การมีบรรษัทภิบาลและการจัดการภาคปฏิบัติ การมีส่วนร่วมของชุมชน การจัดการภาคปฏิบัติของทรัพยากรมนุษย์การจัดการสิ่งแวดล้อม สุขภาพและความปลอดภัย และสุดท้ายคือสิทธิมนุษยชน ในขณะที่ Canadian Business for Social Responsibility : CBSR ให้นิยามสำหรับงาน CSR ว่าเป็นพันธมิตรของกิจการบริษัทเอกชนที่ต้องรับผิดชอบระหว่างการจัดการด้านธุรกิจกับสิ่งแวดล้อมที่มีความยั่งยืน โดยการยอมรับในผลประโยชน์ของ Stakeholders ซึ่งรวมนักลงทุน ลูกจ้าง พนักงาน หุ้นส่วนธุรกิจ ชุมชนท้องถิ่น สิ่งแวดล้อมและสังคม โดยแสดงออกผ่านงานอาสาสมัครและการกุศล เป็นกิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องตามแนวทางนี้ เช่น พนักงานสัมพันธ์การพัฒนาชุมชน การดูแลด้านสิ่งแวดล้อม การจัดการความสัมพันธ์ระหว่างประเทศการจัดการด้านตลาดในภาคปฏิบัติ ตลอดจนความรับผิดชอบต่อสังคมและการตรวจสอบทางการเงิน ซึ่งธุรกิจภาคเอกชน (Private Sector) มีความสำคัญต่อการรณรงค์เรื่อง CSR เป็นอย่างมาก และถือ

เป็นงานควบคู่ที่ต้องดำเนินไปด้วยกัน โดยจะมีการจัดตั้งเป็นองค์กรอิสระที่แตกต่างหากจากนิติบุคคลกิจการบริษัท โดยจัดตั้งเป็น Independent Organizations By Business Promoting CSR เช่น กรณีการดำเนินงานของสมาคมอุตสาหกรรม (IC.CA) เป็นต้น

ลาตินอเมริกาและกลุ่มแคริบเบียน จากสำรวจข้อมูลพบว่า ภาคเอกชนมีส่วนสำคัญในการผลักดันด้าน CSR ในลาตินอเมริกา อาร์เจนตินา ชิลี เม็กซิโก และรวมความถึงบราซิล และอูรุกวัย บทบาทของเอกชนรวมเอากิจกรรมที่ภาคเอกชนดำเนินผ่านสมาคมอุตสาหกรรม องค์กรอิสระ ชมรมผู้ประกอบการ (Business and Industry NGO : B/INGO) และมีการเรียกชื่อองค์กรภาคประชาสังคมที่กว้างออกไปมากกว่า NGOs โดยจะให้ความสำคัญไปยัง Civil Society Organizations : CSOs โดยจะเรียกรวมกัน เป็น CSOs & NGOs ตัวอย่างเช่น เม็กซิโกได้จัดตั้งวิทยาลัยจัดการธุรกิจ เพื่อทำหน้าที่ในการสร้างความรู้ความเข้าใจแก่สาธารณะ สร้างความร่วมมือกับ North American business practices และการฝึกอบรม ตามผลของการจัดทำข้อตกลงการค้าเสรีอเมริกาเหนือ (North American Free Trade Agreement : NAFTA) รวมทั้งทำหน้าที่เป็น National Contact Points (NCPs) ในการรณรงค์ Guidelines for Multinational Enterprises (and in Mexico in particular) ร่วมกับ OECD การรณรงค์ในรูปแบบความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยกับองค์กรระหว่างประเทศข้างต้น แตกต่างไปจากการดำเนินการสนับสนุนแบบ CSR promotion ของกระทรวงวางแผนและพัฒนาของเม็กซิโก ในโบลิเวีย โคลัมเบีย ปารากวัย เปรู และเวเนซุเอลา ซึ่งเป็นโซนของอเมริกาใต้ มีกิจกรรม CSR น้อยมาก อาจเป็นเพราะประเทศเหล่านี้ บทบาทของเอกชนและบทบาทของรัฐบาลมีต่ำ และพบว่ารัฐบาลของประเทศเหล่านี้พยายามที่จะดำเนินร่วมกับ Multilateral Organizations โดยเฉพาะอย่างยิ่ง UNDP ที่มีการรณรงค์ Global Compact สำหรับประเด็นการสร้างความรู้แก่สาธารณะมี NGOs บางองค์กรและบางมหาวิทยาลัยกำลังดำเนินการ ในอเมริกากลาง และกลุ่มแคริบเบียน (คิวบา สาธารณรัฐโดมินิกัน จาไมกา ตรินิแดด คอสตาริกา และนิการากัว) มีกิจกรรม CSR ไม่มากนัก แม้ว่าบางประเทศจะมีการดำเนินกิจการเหล่านี้อยู่บ้าง แต่กลับเป็นการสนับสนุนจากรัฐบาลของประเทศที่มีประชาชนเข้าไปใช้บริการการท่องเที่ยวในประเทศนั้นๆ เช่น กรณีของจาไมกา ที่ได้รับการสนับสนุนจากแคนาดา ในโครงการ ENACT Environment Programme หรือ บทบาทของภาครัฐกิจ (สมาคมอุตสาหกรรม) ในตรินิแดด และคอสตาริกา และที่เอลซัลวาดอร์ และปานามา ก็พบว่า ภาคเอกชน โดยรูปแบบ B/INGO เข้ามาทำหน้าที่ส่งเสริม CSR เช่นกัน โดยภาพรวม CSR ในลาตินอเมริกาและแคริบเบียน จะพบแนวโน้ม 3 ประการ ดังนี้

(1) ภาคธุรกิจมีความสัมพันธ์โดยตรงกับงานด้าน CSR น้อย และโดยมากเป็นงานที่ดำเนินโดยรูปแบบ B/INGO ทำหน้าที่ส่งเสริม CSR มิใช่การดำเนินงานที่มีความรับผิดชอบแบบผูกพันตามพันธกิจที่จะต้องรับผิดชอบ (CSR Obligations)

(2) บทบาทของรัฐบาลมีส่วนร่วมน้อยและไม่มีความเชื่อมโยงในเรื่อง CSR ไม่มีการจัดตั้งหน่วยงานในลักษณะที่เป็น NCPs และบทบาทขององค์กรระหว่างประเทศ เช่นกรณีของ UNDP ในการรณรงค์ UN Global Compact ที่ดำเนินการรณรงค์ในอาร์เจนตินา ชิลี โคลัมเบีย และเวเนซุเอลา

(3) การให้ความรู้เรื่อง CSR แก่สาธารณชนรับอิทธิพลและองค์ความรู้จากภายนอกมากกว่าการพัฒนาองค์ความรู้จากภายในประเทศ

Berkowitz and Luterman (1968) ศึกษาเกี่ยวกับบุคลิกภาพด้านความรับผิดชอบต่อสังคมกับกลุ่มตัวอย่างวัยผู้ใหญ่จำนวน 766 คน ในมหาวิทยาลัยวิสคอนซิน โดยเปรียบเทียบระหว่างชนชั้นกลางและชนชั้นกรรมกรพบว่า ชนชั้นกลางมีความรับผิดชอบต่อสังคมสูงกว่าชนชั้นกรรมกร และความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับระดับการศึกษา อายุไม่มีความสัมพันธ์ต่อความรับผิดชอบต่อสังคม เพศหญิงมีระดับความรับผิดชอบต่อสังคมสูงกว่าเพศชาย

CSR Asia (2009) ทำการศึกษาผลการสำรวจความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญด้าน CSR ในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก 70 คน ถึงทิศทาง การขับเคลื่อน CSR ในอนาคต สรุปผลการเปลี่ยนแปลงกับองค์กรธุรกิจ ในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิกที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้แก่

1. การสร้างการมีส่วนร่วมจากผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Engagement) กลยุทธ์การสร้างการมีส่วนร่วมจากผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียจะขยายวงมากขึ้นในอนาคต เพราะการสื่อสารกับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร ด้วยความซื่อสัตย์และความจริงใจ จะเป็นศูนย์กลางในการสร้างความเชื่อมั่นระหว่างผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร ส่งผลถึงการลดความเสี่ยงและการสร้างการยอมรับในแบรนด์มากขึ้น ในอนาคตกิจกรรม CSR จะมีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียร่วมกำหนดมากขึ้น

2. โมเดลธุรกิจใหม่ใหม่ภายหลังจากเหตุการณ์วิกฤตเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น โลกกำลังเคลื่อนเข้าสู่ยุคของการพัฒนาอย่างยั่งยืน จากเดิมที่ธุรกิจมองประเด็นทางการเงินเป็นศูนย์กลาง หากแต่การเดินทางบนถนนสายการพัฒนาอย่างยั่งยืนนั้นจะทำให้เริ่มมองเห็นบริษัทจำนวนไม่น้อยที่กำลังอยู่ในระหว่างการปรับปรุงนโยบาย กรอบการทำงาน รวมถึงวิสัยทัศน์เพื่อสอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งจะเห็นได้ว่าบริษัทกำลังพยายามอย่างมากที่จะบรรจุเรื่องสิ่งแวดล้อม ปกป้องและลดผลกระทบที่มีต่อชุมชน และในอนาคตกลยุทธ์ CSR จะกลายเป็นศูนย์กลางในโมเดลธุรกิจ

3. การบริหารจัดการความเชื่อ บรรยากาศในห้องประชุมคณะกรรมการบริษัทและวัฒนธรรมขององค์กรจะเปลี่ยนไปในอนาคต เมื่อมิติทางสังคมและสิ่งแวดล้อมเข้ามามีบทบาทในการตัดสินใจ การฟังผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียและแรงกดดันให้ธุรกิจต้องเพิ่มความรับผิดชอบต่อสังคม

ในอนาคตจะเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารจัดการความเชื่อในรูปแบบใหม่ขององค์กรธุรกิจใ
ภูมิภาค

4. การสร้างขีดความสามารถ ผลสำรวจครั้งนี้ยังเชื่อว่าในอนาคตจะยังมีโอกาสเห็นความ
พยายามขององค์กรธุรกิจที่จะพัฒนาความรู้ความเข้าใจและความสามารถให้กับพนักงานในองค์กร
ในเรื่อง CSR โดยเรื่องนี้จะป็นศูนย์กลางในการพัฒนาองค์กรให้สามารถเดินทางไปในทิศทางของ
การพัฒนาที่ยั่งยืน และคนที่อยู่ในตำแหน่ง CSR Manager ก็จะได้รับ การยอมรับมากขึ้นในอนาคต

5. การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ ความรู้สึกรักของพนักงานในองค์กรมีแนวโน้มที่จะให้
ความสำคัญและยอมรับ CSR มากขึ้น โดยเฉพาะบทบาทของความรับผิดชอบต่อสังคมในหน้าที่ที่
พวกเขาทำ และยังคงหวังให้องค์กรสนับสนุนและเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการทำงานด้าน
สังคมและสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งต้องการสถานที่ทำงานที่ปราศจากการคุกคามทางเพศ และการ
ยอมรับในความหลากหลาย

6. วิถีปฏิบัติต่อปัญหาโลกร้อน ปัญหาโลกร้อนจะเพิ่มความสำคัญมากขึ้นสำหรับธุรกิจใ
อนาคต บริษัทจะถูกถามถึงรายงานการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และการสร้างผลกระทบต่อให้กับ
สิ่งแวดล้อม นับจากนี้ธุรกิจจึงไม่เพียงต้องมีพันธสัญญาและมีเป้าหมายที่ชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นการใช้
พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ การใช้พลังงานทางเลือก รวมถึงการเข้าไปทำงานกับชุมชน เพื่อ
ป้องกันและบรรเทาผลกระทบจากภาวะโลกร้อนด้วย

7. ธรรมชาติของ ประเด็นธรรมชาติสำหรับองค์กรธุรกิจจะยิ่งทวีความสำคัญเพิ่มมากขึ้น
โดยเฉพาะเมื่อต้องการได้รับความไว้วางใจจากภาครัฐและผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย และเป็นประเด็นที่
ผู้บริหารองค์กรต้องปฏิบัติตามมาตรฐาน และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับเรื่องนี้ เพื่อให้ได้รับการยอมรับ

8. การบริหารจัดการซัพพลายเชน คู่ค้าหรือซัพพลายเชนตลอดห่วงโซ่ของการดำเนินธุรกิจ
จะกลายเป็นความเสี่ยงมากขึ้นขององค์กร ทั้งในเรื่องของความปลอดภัยในผลิตภัณฑ์ รวมไปถึง
ประเด็นสิทธิมนุษยชน ในอนาคตองค์กรจึงจำเป็นต้องบริหาร ความเสี่ยง และให้ความสำคัญต่อ
เรื่องนี้มากขึ้น

9. การลงทุนในชุมชน จากการให้สัมภาษณ์ขององค์กรจะเปลี่ยนไปในทิศทางที่ก้าวหน้ามก
ขึ้น โดยเฉพาะการลงทุนในชุมชนอย่างมีกลยุทธ์ ซึ่งจะเกิดประโยชน์ต่อทั้งองค์กรและชุมชน โดย
จะเห็นภาพการทำงานร่วมกันระหว่างธุรกิจกับพันธมิตรที่เป็นเอ็นจีโอและชุมชนมากขึ้น ซึ่งจะเป็น
ส่วนหนึ่งที่สำคัญในก้าวเดินไปสู่เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร

10. รายงานและการเปิดเผยข้อมูล ในอนาคตจะมีความต้องการให้องค์กรเปิดเผยข้อมูลมก
ขึ้น ทำให้้องค์กรต้องเพิ่มความโปร่งใสและรายงาน ไม่เพียงแต่เนื้อหาที่จะเปลี่ยนไป แต่เทคโนโลยี
จะเข้ามามีผลต่อการจัดทำรายงาน เช่น การมีรายงานทางออนไลน์ ซึ่งสามารถให้มีการสื่อสาร 2

ทางได้ เพื่อให้ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กรสามารถแสดงความคิดเห็น ซึ่งจะถือเป็นมิติของการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ

Kraft (1992) ทำการศึกษาเกี่ยวกับการอบรมด้านการมีจิตสำนึกทางสังคม โดยการศึกษาทางคริสตศาสนา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการอบรมด้านจิตสังคม ระหว่างประชาชนชาวอเมริกาเหนือที่นับถือศาสนาคริสต์นิกายโปแตสแตนท์ ศึกษาในเชิงจริยธรรม สังคมวิทยาและใช้กรอบแนวคิดของ Neibuhr (1951) เกี่ยวกับศาสนาและวัฒนธรรม ซึ่งเชื่อว่ากระบวนการทางวัฒนธรรมทำให้เกิดความเชื่อ ความศรัทธาร่วมกัน และโครงสร้างของประสบการณ์การเรียนรู้จะกระตุ้นความคิดอย่างมีวิจารณญาณ พบว่า ศาสนามีสัมพันธ์กับคุณลักษณะทางจิตสังคมและสิ่งที่มีผลต่อจิตสำนึกทางสังคมคือ การอบรมเกี่ยวกับภาวะผู้นำ การให้ความสำคัญกับศาสนาการพัฒนาชุมชนให้นับกระบวนการคิด การมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น และการมุ่งมั่นในการกระทำ

คณะผู้แทนไทยประจำประชาคมสหภาพยุโรป (2009) ทำการศึกษานโยบาย Corporate Social Responsibility (CSR) ของประเทศสมาชิกสหภาพยุโรป(European Union: EU) สรุปได้ว่า Corporate Social Responsibility (CSR) ของสหภาพยุโรปเป็นแนวความคิดที่บริษัทและองค์กรธุรกิจแสดงความตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและมีส่วนร่วมทางด้านสังคม และสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับการดำเนินการทางธุรกิจบนพื้นฐานของความสมัครใจ สหภาพยุโรปพยายามผลักดันกระแสแนวคิด CSR แบบของสหภาพยุโรปให้เป็นที่ยอมรับและแพร่หลายมากขึ้นในเวทีโลก กล่าวคือ การเป็น Trend Setter เน้นความรับผิดชอบต่อของบริษัทและองค์กรธุรกิจต่อประเด็นด้านสังคม อาทิ สวัสดิภาพแรงงาน ความเท่าเทียมกัน การคุ้มครองแรงงานเด็ก สิทธิมนุษยชน และประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมอื่นๆ ปัจจุบันยังไม่มีมาตรฐานหรือกฎระเบียบในระดับสหภาพยุโรป เป็นตัวบทกฎหมายเฉพาะในการกำหนดการมีส่วนร่วมและความรับผิดชอบต่อบริษัทและ องค์กรธุรกิจต่อสังคม แต่ EU โดยผ่านคณะกรรมการสหภาพยุโรปก็มีบทบาทหลักในกำหนดยุทธศาสตร์ภาพกว้างในระดับ EU เพื่อส่งเสริมความร่วมมือของประเทศสมาชิกในเรื่อง CSR และประเทศสมาชิก EU เองก็ให้เห็นชอบในหลักการเกี่ยวกับคำจำกัดความ แนวความคิด และวิธีการปรับใช้ CSR ให้สอดคล้องกันทั่วสหภาพยุโรป อย่างไรก็ตาม การดำเนินนโยบายในระดับชาติของประเทศสมาชิก EU ยังมีความแตกต่างกัน กันยายน 2007 คณะกรรมการสหภาพยุโรปได้ออกเอกสาร Compendium ที่รวบรวมนโยบายระดับชาติของประเทศสมาชิก EU 27 ประเทศ ในการดำเนินนโยบาย CSR โดยเน้น 3 กรอบนโยบายหลัก ได้แก่

1) นโยบายและกิจกรรมเพื่อการส่งเสริมแนวคิด CSR อาทิ กิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์และสร้างความตระหนัก การวิจัย ความร่วมมือภาครัฐ-เอกชน ฯลฯ

2) นโยบายเพื่อส่งเสริมการใช้เครื่องมือและแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับ CSR ที่มีความโปร่งใส อาทิ หลักเกณฑ์และ Codes of conduct การรายงานผล การผลิตฉลากและระบบการบริหารจัดการและการออกไปรับรอง ฯลฯ

3) นโยบายในสาขาอื่นๆ ที่จะส่งผลในเชิงส่งเสริมและสนับสนุนแนวคิด CSR อาทิ ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน นโยบายด้านสังคม นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม นโยบายเพื่อส่งเสริมการค้าและการส่งออก ฯลฯ แนวทางนโยบายและความคืบหน้าของการดำเนินการเรื่อง CSR ของประเทศสมาชิก EU สรุปโดยย่อ ได้ดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงแนวทางนโยบายและความคืบหน้าของการดำเนินการเรื่อง CSR ของประเทศสมาชิก EU

ประเทศ	หน่วยงานหลักและความรับผิดชอบ	นโยบาย / ยุทธศาสตร์ / โครงการ	หมายเหตุ
1. เบลเยียม	<p>1.1 Federal Council for Sustainable Development (FCSD) มีหน้าที่รับผิดชอบให้คำแนะนำนโยบายต่างๆ และสนับสนุนการพัฒนาอย่างยั่งยืนของรัฐ</p> <p>1.2 Belgian Investment Company for Developing Countries (BIO) มีหน้าที่รับผิดชอบส่งเสริมการลงทุนใน SMEs และ Micro-Firm ในประเทศกำลังพัฒนา โดยการลงทุนต้องเคารพสิทธิด้านสังคมขั้นพื้นฐาน</p>	- ออกฉลากต่างๆ เช่น Social Label, Ecology Label เพื่อส่งเสริมการผลิตที่เคารพสิทธิแรงงานและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	- FCSD ออกเอกสาร CSR Action Plan และ CSR Framework (2006)
2. บัลแกเรีย	คณะกรรมการที่ปรึกษาสำหรับรัฐบาล มีหน้าที่รับผิดชอบประสานกิจกรรมต่างๆ ที่มุ่งสนับสนุน National Sustainable Development Strategy	- กำหนดให้นโยบายส่งเสริม CSR เป็นแนวนโยบายหลักของรัฐบาล และเน้นให้เป็นการพัฒนาอย่างยั่งยืน การพัฒนาด้านเศรษฐกิจและสังคม และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	- ภาครัฐให้ความสำคัญกับเรื่อง CSR เป็นอย่างมาก
3. สาธารณรัฐเช็ก	National Contact Point (NCT) for the Implementation of the OECD Directive for Supranational Companies (2006) ภายใต้กระทรวงการคลัง มีหน้าที่รับผิดชอบแก้ไขปัญหาคความขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้นจากการจ้างงานและการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค	- นำระบบ Eco-Label มาใช้โดย National Programme for the Labelling of Environmentally Friendly Products (2004) - จัดตั้งโครงการ Responsible Care in the Chemical Industry เพื่อลดความเสี่ยงจากการดำเนินการของโรงงานเคมีภัณฑ์	- ส่งเสริมแนวคิด CSR ได้รับความช่วยเหลือผ่านการดำเนินความร่วมมือกับ ILO (International Labour Organization) และ OECD (Organization for Economic Cooperation and Development) - มีการนำเอาหลักการพื้นฐาน ILO โดยเฉพาะประเด็นสิทธิในสถานที่ทำงานมาปรับใช้ในกฎหมายจ้างงานฉบับใหม่

ตารางที่ 2 แสดงแนวทางนโยบายและความคืบหน้าของการดำเนินการเรื่อง CSR ของประเทศสมาชิก EU (ต่อ)

ประเทศ	หน่วยงานหลักและความรับผิดชอบ	นโยบาย / ยุทธศาสตร์ / โครงการ	หมายเหตุ
4. เดนมาร์ก	กระทรวงเศรษฐกิจและธุรกิจ มีหน้าที่รับผิดชอบจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนการฝึกอบรมด้าน CSR เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของบริษัท	<ul style="list-style-type: none"> - จัดตั้งโครงการ CSR Compass เพื่อให้คำแนะนำแก่บริษัทในการจัดทำ Code of Conduct และการดำเนินตามมาตรฐาน CSR ใน Supply Chain - จัดตั้งโครงการ Public - Private Partnership (PPP) เพื่อส่งเสริมการดำเนินโครงการด้าน CSR ของบริษัทและองค์กรต่างๆ ในประเทศกำลังพัฒนา 	-
5.เยอรมนี	-	<ul style="list-style-type: none"> - มีกรอบกฎหมายและกฎระเบียบเกี่ยวกับ CSR ที่ค่อนข้างครอบคลุม - มีนโยบายและจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้เสียเรื่อง CSR อย่างกว้างขวาง - ริเริ่มโครงการ เพื่อส่งเสริมมาตรฐานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมในประเทศกำลังพัฒนา โดยช่วยเหลือผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดทำเครื่องมือใช้โดยสมัครใจ เพื่อปรับปรุงมาตรฐานดังกล่าว 	- เยอรมนีให้การสนับสนุนข้อริเริ่มเรื่อง CSR ในเวทีระหว่างประเทศและภาคธุรกิจของเยอรมนีมีความตื่นตัวในเรื่องดังกล่าวมาก โดยมีการลงนามแถลงการณ์ร่วม International Protection of Human Rights and Business ระหว่างตัวแทนภาครัฐ สภาอุตสาหกรรม สมาคมผู้จ้างงานและสหภาพแรงงาน และ NGOs ของเยอรมนี และจัดทำ Code of Conduct เพื่อดูแลปรับปรุงสภาพการทำงานในประเทศที่ผลิตสินค้า ให้แก่ธุรกิจค้าปลีกในเยอรมนี
6. เอสโตเนีย	องค์กร Responsible Business Forum มีหน้าที่รับผิดชอบส่งเสริมการพัฒนา CSR และให้คำแนะนำ	<ul style="list-style-type: none"> - จัดกิจกรรมการส่งเสริม CSR โดยการนำขององค์กรประชาสังคมเป็นหลัก - ภาครัฐส่งเสริมนโยบาย CSR ตามความสมัครใจของภาคเอกชน 	-

ตารางที่ 2 แสดงแนวทางนโยบายและความคืบหน้าของการดำเนินการเรื่อง CSR ของประเทศสมาชิก EU (ต่อ)

ประเทศ	หน่วยงานหลักและความรับผิดชอบ	นโยบาย / ยุทธศาสตร์ / โครงการ	หมายเหตุ
7. กรีซ	7.1 กระทรวงสิ่งแวดล้อมและปกป้องทางสังคม มีหน้าที่รับผิดชอบประสานงานเรื่อง CSR 7.2 ภาครัฐกิจได้จัดตั้ง Hellenic Network for CSR เพื่อทำหน้าที่ส่งเสริมแนวคิด CSR และ Social Cohesion	- รวบรวมประเด็น CSR ไว้ในกฎหมาย โครงการ กิจกรรม และแผนปฏิบัติการระดับชาติ สนับสนุน การปรับใช้ CSR ตามความสมัครใจ	- รัฐบาลสนับสนุนแนวคิด CSR ว่าเป็นเรื่องความ สมัครใจ แต่ไม่เห็นด้วยกับการที่จะออกกฎระเบียบ เรื่อง CSR ในระดับ EU
8. สเปน	Technical Advisory Committee of Experts on CSR (2005) ภายใต้กระทรวงแรงงานและ สวัสดิการสังคม มีหน้าที่รับผิดชอบให้คำแนะนำ เกี่ยวกับการเดินหน้านโยบายเพื่อส่งเสริม CSR ของรัฐบาล	- ริเริ่มสร้าง Dialogue ระหว่างองค์กรทางสังคม เพื่อช่วยกำหนดนโยบายส่งเสริม CSR ของภาครัฐ ซึ่งอาจจะมีขึ้นในอนาคต (2007)	-
9. ฝรั่งเศส	-	- กำหนดนโยบายการพัฒนาอย่างยั่งยืนผ่าน ยุทธศาสตร์ที่เรียกว่า National Sustainable Development Strategy - กำหนดให้บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ จะต้องให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบต่อสังคมและ สิ่งแวดล้อมในรายงานประจำปี	-
10. อิตาลี	กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม	- จัดตั้งโครงการ CSR – SC เพื่อส่งเสริม CSR ทั้ง ในภาครัฐและภาคเอกชน โดยเฉพาะ SMEs และ เน้นเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภค	-

ตารางที่ 2 แสดงแนวทางนโยบายและความคืบหน้าของการดำเนินการเรื่อง CSR ของประเทศสมาชิก EU (ต่อ)

ประเทศ	หน่วยงานหลักและความรับผิดชอบ	นโยบาย / ยุทธศาสตร์ / โครงการ	หมายเหตุ
11. ไชปรัส	<p>11.1 Planning Bureau ภายใต้กระทรวงการคลัง เป็น National Contact Point มีหน้าที่รับผิดชอบประสานการดำเนินกิจกรรมด้าน CSR</p> <p>11.2 องค์กรนายจ้างและอุตสาหกรรมไชปรัส มีหน้าที่รับผิดชอบส่งเสริม CSR และให้คำแนะนำแก่สมาชิกองค์กรด้านการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์และสิ่งแวดล้อม</p>	-	-
12. ลัตเวีย	-	- มีนโยบายที่เน้นเรื่องความเท่าเทียมกัน ความเป็นธรรมและประชาธิปไตย	-
13. ลิทัวเนีย	กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม	- ออกเอกสาร Measures Encouraging the Development of CSR in Lithuania in 2006 - 2008 เพื่อเน้นการวางนโยบายและเป้าหมายของ CSR	-
14. ลักเซมเบิร์ก	กระทรวงแรงงานและการจ้างงาน มีหน้าที่รับผิดชอบส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐ แรงงานและธุรกิจ โดยจัดการสัมมนา / หรือ เพื่อให้ความรู้และส่งเสริม CSR	-	- SMEs ได้นำแนวคิด CSR มาปรับใช้แล้ว และ NGOs มีความตื่นตัวกันมาก

ตารางที่ 2 แสดงแนวทางนโยบายและความคืบหน้าของการดำเนินการเรื่อง CSR ของประเทศสมาชิก EU (ต่อ)

ประเทศ	หน่วยงานหลักและความรับผิดชอบ	นโยบาย / ยุทธศาสตร์ / โครงการ	หมายเหตุ
15. ฮังการี	-	- รัฐบาลกำหนดนโยบาย กฎระเบียบด้านเศรษฐกิจและการเงินที่ส่งเสริม Voluntary CSR และออกมาตรการต่างๆ เพื่อส่งเสริม Good Employment Practices - ภาคธุรกิจเห็นว่า CSR เป็นการเพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ และยินดีให้ความร่วมมือกับภาครัฐในเรื่องดังกล่าว	- แนวคิด CSR เป็นความสมัครใจของภาคธุรกิจ
16. มัลตา	Department of Industrial and Employment Relations (DIER) ของกระทรวงศึกษาธิการเยาวชน และแรงงาน มีหน้าที่รับผิดชอบรวบรวมกิจกรรมและโครงการต่างๆ ในเรื่อง CSR เพื่อจัดทำนโยบายแห่งชาติด้าน CSR	-	- ภาคธุรกิจยอมรับว่า CSR เป็นปัจจัยช่วยส่งเสริมการเจริญเติบโตของธุรกิจ
17. เนเธอร์แลนด์	Dutch Knowledge and Information Centre on CSR มีหน้าที่รับผิดชอบให้ความรู้แก่บริษัท โดยเฉพาะ SMEs	- ส่งเสริม CSR ในสินค้าสิ่งทอ ผลไม้ และกาแฟ โดยกระทรวงการต่างประเทศ - สนับสนุนให้ NGOs และสหภาพแรงงานช่วยหุ้นส่วนของตนในประเทศกำลังพัฒนาให้ได้มีความรู้และตื่นตัวด้าน CSR โดยกระทรวงความร่วมมือด้านการพัฒนาร่วมกับกระทรวงเกษตร - OECD Guidelines for Multinational Corporations เป็นหลักการที่สำคัญที่สุดของการดำเนินการเรื่อง CSR	- รัฐบาลไม่เห็นด้วยกับการกำหนดกฎเกณฑ์และกฎระเบียบเรื่อง CSR แก่ภาคเอกชน แต่เห็นควรให้ใช้เป็นมาตรการสมัครใจ แต่ภาครัฐมีหน้าที่สนับสนุนเท่านั้น

ตารางที่ 2 แสดงแนวทางนโยบายและความคืบหน้าของการดำเนินการเรื่อง CSR ของประเทศสมาชิก EU (ต่อ)

ประเทศ	หน่วยงานหลักและความรับผิดชอบ	นโยบาย / ยุทธศาสตร์ / โครงการ	หมายเหตุ
18. ออสเตรีย	<p>18.1 Austrian Industry Federation กระทรวงเศรษฐกิจและแรงงาน และหอการค้า ได้ร่วมมือกันกำหนด CSR Austrian เพื่อกำหนด Austrian Guideline on CSR</p> <p>18.2 CSR Austrian ได้ร่วมกับ Austrian Business Council for Sustainable Development จัดตั้ง respACT เพื่อเป็นเวทีในการจัดทำโครงการสนับสนุนกิจกรรม CSR และจัดตั้ง Network Social Responsibility เพื่อประสานความร่วมมือระหว่างองค์กรภาคประชาสังคม</p>	-	<p>RESP ACT – Austrian business council for sustainable development is the leading platform for Corporate Social Responsibility (CSR) and Sustainable Development in Austria. This association emerged in October 2007 from the fusion of the Austrian Business council for Sustainable Development (ABCSD) and respACT Austria.</p>
19. โปแลนด์	-	<p>- ดำเนินโครงการพัฒนา CSR โดยการมีส่วนร่วมของภาคธุรกิจสเปน เยอรมนี อังกฤษ ในการแลกเปลี่ยนประสบการณ์แก่ประเทศสมาชิกใหม่ๆ รวมถึงโปแลนด์ด้วย ภายใต้ UNDP (The United Nations Development Programmer)</p> <p>- จัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการส่งเสริม CSR ทั้งในระดับชาติและระดับ EU โดยองค์กรภาคธุรกิจโปแลนด์</p>	-

ตารางที่ 2 แสดงแนวทางนโยบายและความคืบหน้าของการดำเนินการเรื่อง CSR ของประเทศสมาชิก EU (ต่อ)

ประเทศ	หน่วยงานหลักและความรับผิดชอบ	นโยบาย / ยุทธศาสตร์ / โครงการ	หมายเหตุ
20. โปรตุเกส	กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม และ กระทรวงเศรษฐกิจและนวัตกรรม มีหน้าที่รับผิดชอบส่งเสริมเรื่อง CSR	- ให้รางวัลต่างๆ แก่ภาคธุรกิจที่ดำเนินมาตรการที่ดีด้านการจ้างงาน	-
21. โรมาเนีย	-	-	- บริษัทข้ามชาติเป็นแรงผลักดันให้ภาคธุรกิจสหภาพยุโรปนำแนวคิด CSR ของบริษัทตนมาปรับใช้ อย่างไรก็ตาม CSR ในโรมาเนียยังถูกมองว่าเป็นเรื่องการค้าปลีกตามกระแสมากกว่าที่จะตระหนักถึงภาคธุรกิจอย่างแท้จริง
22. สโลวาเนีย	-	- รัฐบาลได้กำหนดแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนา หรือ Development Strategy ที่กำหนดแผนการพัฒนา ด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม การเมือง กฎหมาย และวัฒนธรรม นอกจากนี้มีการจัดตั้ง Inter-Ministerial Group for the Promotion of CSR - ภาคเอกชนได้ออก Code of Practice และกฎหมายเกี่ยวกับบริษัทกำหนดให้รวมข้อมูลดังกล่าวไปไว้ในรายงานประจำปีของบริษัทด้วย	- รัฐบาลเน้นการพัฒนาอย่างยั่งยืน บนพื้นฐานความร่วมมือของทุกภาคส่วน การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และ ประเด็นสิทธิมนุษยชน
23. สโลวาเกีย	-	- ให้รางวัลแก่บริษัทดีเด่นด้านส่งเสริมสภาพการทำงานที่ดีและมีความรับผิดชอบต่อสังคมโดยภาครัฐ	- NGOs เป็นแกนนำหลักในการส่งเสริม CSR

ตารางที่ 2 แสดงแนวทางนโยบายและความคืบหน้าของการดำเนินการเรื่อง CSR ของประเทศสมาชิก EU (ต่อ)

ประเทศ	หน่วยงานหลักและความรับผิดชอบ	นโยบาย / ยุทธศาสตร์ / โครงการ	หมายเหตุ
24. ฟินแลนด์	-	- CSR เป็นยุทธศาสตร์แห่งชาติในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ - ตั้งแต่ปี 1999 บริษัทฟินแลนด์จะต้องรวมข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในรายงานการเงินประจำปีของบริษัทด้วย	-
25. สวีเดน	-	- รัฐบาลสวีเดนสนับสนุนให้ภาคเอกชนปฏิบัติตาม OECD Guideline for Multinational Enterprises และหลักการของ UN Global Compact เกี่ยวกับสิทธิมนุษยชน แรงงาน สิ่งแวดล้อม และการต่อต้านการคอร์รัปชัน	- เน้นการส่งเสริม CSR ในฐานะที่เป็นความรับผิดชอบในระดับโลกและเน้นประเด็นเรื่องสิทธิมนุษยชนและการพัฒนาอย่างยั่งยืน
26. สหราชอาณาจักร	สหราชอาณาจักรได้จัดตั้งกระทรวง CSR ขึ้น โดยภาครัฐมีบทบาทหลักในการสร้างความตระหนักเรื่อง CSR ให้การสนับสนุนให้ดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบทั้งในการดำเนินธุรกิจในประเทศ และในต่างประเทศ ซึ่งเชื่อมโยงกับนโยบายการพัฒนาอย่างยั่งยืน ที่สนับสนุนการพัฒนาการด้านสังคม การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างระมัดระวัง และการสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและการจ้างงานอย่างยั่งยืน	- ปี 2004 ริเริ่ม CSR Academy เพื่อช่วยบริษัทพัฒนาความชำนาญตาม business practices ที่รับผิดชอบต่อสังคม - รัฐบาลสนับสนุนมาตรฐานระหว่างประเทศ อาทิ OECD Guideline for Multinational Enterprises, UN Global Compact และ ILO (Tripartite Declaration of Principles concerning Multinational Enterprises and Social Policy)	-

ตารางที่ 2 แสดงแนวทางนโยบายและความคืบหน้าของการดำเนินการเรื่อง CSR ของประเทศสมาชิก EU (ต่อ)

ประเทศ	หน่วยงานหลักและความรับผิดชอบ	นโยบาย / ยุทธศาสตร์ / โครงการ	หมายเหตุ
27. ไอร์แลนด์	-	-	<ul style="list-style-type: none"> - สนับสนุนแนวความคิดที่ว่า CSR ควรเป็นเรื่องของความสมัครใจ และไม่เห็นด้วยกับการที่จะออกกฎระเบียบเรื่อง CSR ที่มากจนเกินไป จึงทำให้ไอร์แลนด์ไม่เห็นด้วยกับการสร้างกฎระเบียบใหม่ๆ เรื่อง CSR ในระดับ EU - เน้นบทบาทของภาครัฐในการดำเนินนโยบายส่งเสริม CSR ตามความสมัครใจของภาคเอกชนเอง

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมสามารถประมวลสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต่างตระหนักถึงปัญหาอันเกี่ยวเนื่องจากความรับผิดชอบต่อสังคมที่เกิดขึ้น และความตระหนักในปัญหาที่มีความรุนแรงซึ่งต้องรีบดำเนินการแก้ไข แต่การแก้ไขยังจำกัดอยู่ในระดับบุคคลเป็นส่วนใหญ่ และอยู่ระหว่างการกระตุ้นให้เกิดการขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับโครงสร้างหรือนโยบาย ซึ่งสามารถเสนอแนวทางแก้ไขได้อย่างรอบด้าน แต่การเข้าไปมีบทบาทและมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาของกลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมด มีข้อจำกัดในตนเองที่ยังขาดพลังที่จะเข้าไปร่วมแก้ไขปัญหาของสังคมในมิติทั้ง 4 ได้แก่ ด้านสังคม ด้านสุขภาพ ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านวัฒนธรรม

ในขณะที่ปัจจุบันแนวคิดในเรื่อง CSR ของสหภาพยุโรปเป็นแนวความคิดที่บริษัทและองค์กรธุรกิจแสดงความตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและมีส่วนร่วมทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับการดำเนินการทาง ธุรกิจบนพื้นฐานของความสมัครใจ สหภาพยุโรปพยายามผลักดันกระแสแนวคิด CSR แบบของสหภาพยุโรปให้เป็นที่ยอมรับและแพร่หลายมากขึ้นในเวทีโลก เน้นความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจต่อประเด็นด้านสังคม อาทิ สวัสดิภาพแรงงาน ความเท่าเทียมกัน การคุ้มครองแรงงานเด็ก สิทธิมนุษยชน และประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมอื่นๆ และยังไม่มีความมาตรฐานหรือกฎระเบียบในระดับสหภาพยุโรป เป็นตัวบทกฎหมายเฉพาะในการกำหนดการมีส่วนร่วมและความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท และองค์กรธุรกิจต่อสังคมของ EU โดยผ่านคณะกรรมการสหภาพยุโรปได้มีบทบาทหลักในกำหนดยุทธศาสตร์ภาพกว้างในระดับ EU เพื่อส่งเสริมความร่วมมือของประเทศสมาชิกในเรื่อง CSR และประเทศสมาชิก EU เองก็ให้เห็นชอบในหลักการเกี่ยวกับคำจำกัดความ แนวความคิด และวิธีการปรับใช้ CSR ให้สอดคล้องกันทั่วสหภาพยุโรป ซึ่งการดำเนินนโยบาย CSR ในระดับชาติของประเทศสมาชิก EU ยังมีความแตกต่างกัน

ตอนที่ 6 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์

6.1 ความหมายของยุทธศาสตร์ (Strategy)

ยุทธศาสตร์ (Strategy) เป็นคำที่มีความหมายกว้าง และจะใช้ในความหมายที่แตกต่างกันไป ตามวัตถุประสงค์ และบทบาทหน้าที่องค์กร โดยมีความหมายทั่ว ๆ ไป ดังนี้

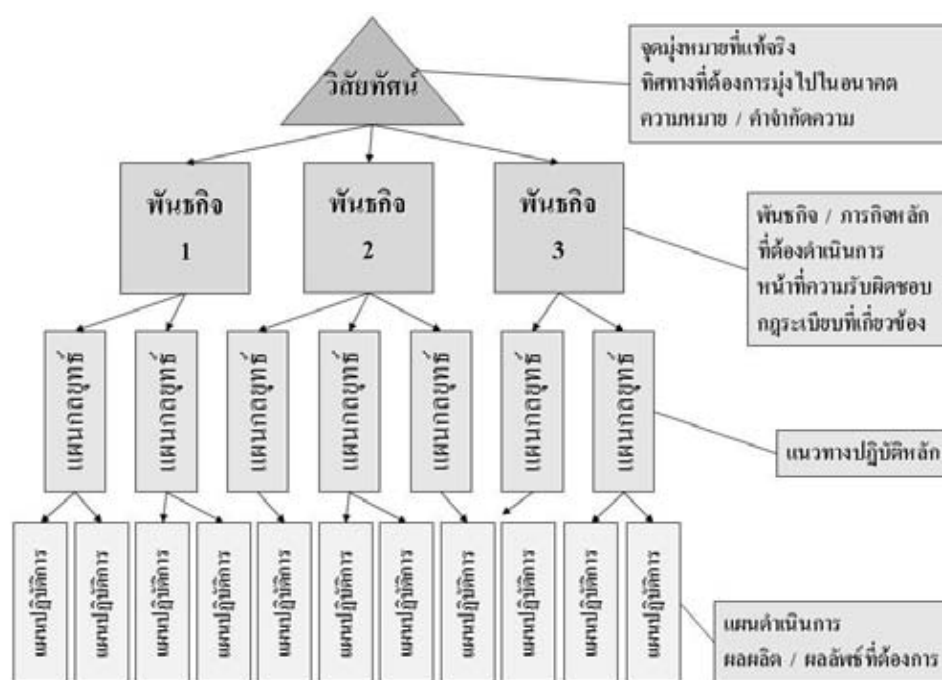
- ยุทธศาสตร์ หมายถึง การมองไปสู่อนาคต ภายใต้การพิจารณาถึงความเป็นไปได้ในการใช้ความสามารถขององค์กรเพื่อระดมทรัพยากรมาใช้ และการพิจารณาถึง

ความเป็นไปได้ในการพิจารณาทางเลือกต่าง ๆ อย่างรอบคอบ และชัดเจนว่าจะสามารถนำองค์กรไปสู่ภารกิจ และเป้าหมายที่วางไว้

- ยุทธศาสตร์ หมายถึง การวิเคราะห์เพื่อวางกลยุทธ์ที่วิเคราะห์ทุกปัจจัยที่เกี่ยวข้องที่คาดว่าจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในอนาคตที่จะมีผลกระทบต่อองค์กรทั้งในแง่โอกาสและอุปสรรค
- ยุทธศาสตร์ หมายถึง ทิศทางที่ชัดเจนขององค์กรกำหนดขึ้นเพื่อชี้้นำการปฏิบัติในอนาคต

การจัดทำยุทธศาสตร์ (Strategies Planning) มีลักษณะดังต่อไปนี้

1. เป็นแผนงานระยะยาว (Long-range plan) ที่ครอบคลุมกิจกรรมต่าง ๆ หรือแผนทั้งหมดขององค์กรเอาไว้ด้วยกัน และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน อันหมายถึงแผนงานระยะยาวที่กำหนดทิศทาง และแนวทางสำหรับแผนงานและโครงการในระยะสั้นอย่างครบถ้วนทั้งหมด ซึ่งในบางสถานการณ์งานด้านหนึ่งอาจมีความสำคัญมากกว่าอีกด้านหนึ่ง และยุทธศาสตร์จะเข้ามาเป็นกลไกกำหนด และจัดลำดับความหมายสำคัญ รวมทั้งการชั่งน้ำหนัก ความเสี่ยงหรือลดความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นต่อองค์กรให้น้อยลง
2. เป็นกระบวนการที่ประสานระหว่างผลการตรวจสอบสิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กร กับผลการตรวจสอบสิ่งแวดล้อมภายในตัวองค์กรเอง เพื่อให้้องค์กรนั้นสามารถใช้จุดเด่นหรือข้อได้เปรียบขององค์กร ลดสิ่งที่เป็นจุดด้อย ใช้ประโยชน์จากโอกาสที่สิ่งแวดล้อมภายนอกอำนวยความสะดวกและกำจัดสิ่งที่เป็นปัญหาอุปสรรค
3. เป็นกระบวนการที่กลุ่มผู้นำในองค์กรร่วมกันกำหนดวิสัยทัศน์ขององค์กรในอนาคต พัฒนาแนวทางในการดำเนินงาน และขั้นตอนการปฏิบัติ เพื่อให้บรรลุตามวิสัยทัศน์ที่กำหนด



ภาพที่ 3 ความเชื่อมโยง : วิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์

การจัดทำยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย

- 1) การกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision)
- 2) การกำหนดพันธกิจ (Mission)
- 3) การกำหนดเป้าประสงค์ เพื่อการพัฒนา (Goal)
- 4) การกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategy Issue)
- 5) กำหนดกลยุทธ์การพัฒนา (Strategy)

1.1 การวิเคราะห์ศักยภาพเพื่อประเมินสถานการณ์การพัฒนา

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT analysis) โดยการวิเคราะห์ 1) จุดแข็ง (Strength-S) และ 2) จุดอ่อน (Weakness-W) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน ส่วนการวิเคราะห์ 3) โอกาส (Opportunity-O) และ 4) อุปสรรค (Threat-T) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

1.2 การจัดทำยุทธศาสตร์ (Strategic Planning)

เป็นการนำข้อมูลจากผลการวิเคราะห์ศักยภาพ เพื่อประเมินสถานการณ์การพัฒนา เป็นข้อมูลในการจัดทำยุทธศาสตร์ (Strategic Planning) เพื่อจัดทำยุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึก ความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ สำหรับเป็นแนวทางในกระบวนการตัดสินใจเพื่อ

กำหนดทิศทางการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการในอนาคต โดยกำหนดสภาพการณ์ในอนาคตที่ต้องการบรรลุ และกำหนดแนวทางในการบรรลุสภาพการณ์ที่กำหนดบนพื้นฐานข้อมูลที่รอบด้านอย่างเป็นระบบ และคำนึงถึงทั้งสภาพการณ์ที่ต้องการให้เกิดศักยภาพ หรือขีดความสามารถ และการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมต่างๆ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และสิ่งแวดล้อม

ดำเนินการตามกระบวนการการวางแผนยุทธศาสตร์ (Strategic Planning Processes) ดังขั้นตอนต่อไปนี้

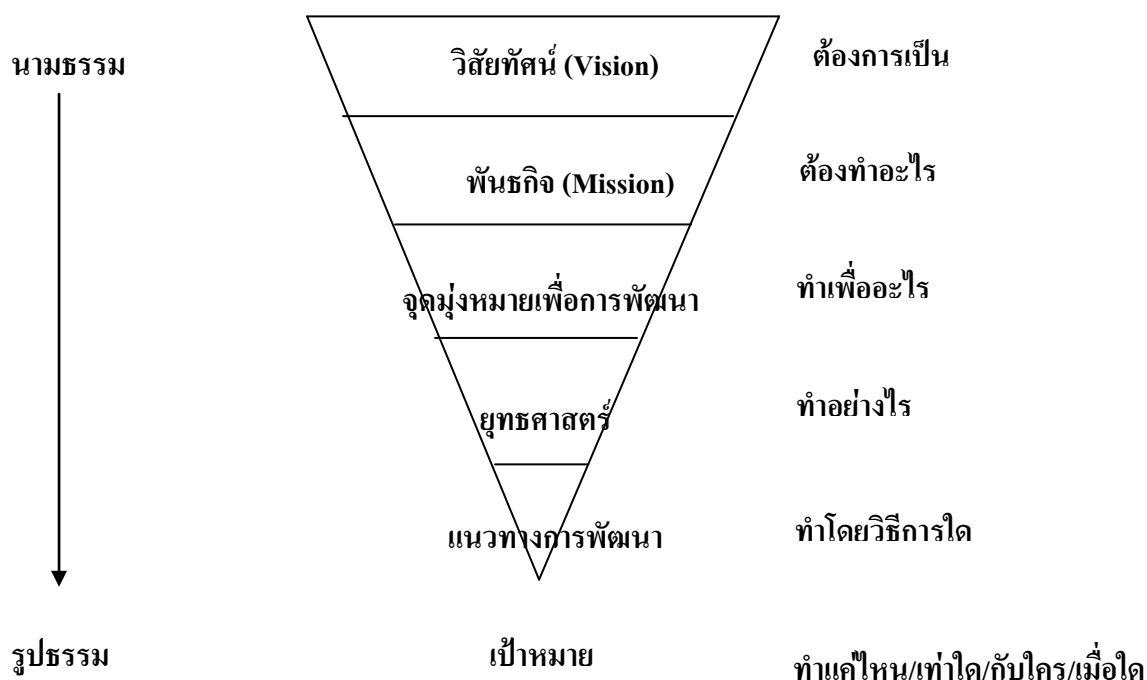
1.2.1 กำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) หมายถึง สภาพการณ์ที่เราปรารถนาให้เกิดขึ้นในอนาคต (ต้องการเป็นอะไร)

1.2.2 กำหนดภารกิจหลัก หรือพันธกิจ (Mission) หมายถึง ขอบเขตของบทบาทหน้าที่หลัก ที่จำเป็นต้องบรรลุวิสัยทัศน์ว่า ต้องทำอะไรถึงจะบรรลุวิสัยทัศน์ การกำหนดพันธกิจสามารถทำได้โดย นำภารกิจ หรือหน้าที่ความรับผิดชอบ มาเป็นแนวทาง ทั้งนี้ ผู้จัดทำต้องกำหนดให้ชัดเจนว่าพันธกิจแต่ละข้อมีความหมายครอบคลุมขอบเขตแค่ไหน และแต่ละข้อมีความแตกต่างกันอย่างไร เพื่อให้การจัดทำแผนยุทธศาสตร์ในขั้นตอนต่อไปเป็นไปอย่างสะดวก และถูกต้อง

1.2.3 กำหนดเป้าประสงค์หรือจุดมุ่งหมายเพื่อการพัฒนา (Goal) หมายถึงการระบุสภาพที่ต้องการให้สำเร็จว่า ทำเพื่อให้เกิดอะไร ถึงจะบรรลุวิสัยทัศน์ ในการกำหนดจุดมุ่งหมายเพื่อการพัฒนาจะต้องกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จของการปฏิบัติงานด้วย

1.2.4 กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategy Issue) หมายถึงประเด็นหลักที่ต้องคำนึงถึง ต้องพัฒนา ต้องมุ่งเน้น ประเด็นยุทธศาสตร์นี้ สามารถทำได้โดยการนำพันธกิจแต่ละข้อมาพิจารณาว่า ในพันธกิจแต่ละข้อนั้น หน่วยงานต้องการดำเนินการในประเด็นใดเป็นพิเศษ และหลังจากได้ดำเนินการดังกล่าวเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ต้องการให้เกิดผลการเปลี่ยนแปลงในทิศทางใด ทั้งนี้ ในการจัดทำประเด็นยุทธศาสตร์ของแต่ละหน่วยงานนั้น

1.2.5 กำหนดกลยุทธ์ (Strategy) หรือแนวทางการพัฒนา สิ่งที่หน่วยงานจะดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ โดยกลยุทธ์นี้ จะกำหนดขึ้นจากการพิจารณาปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Critical Success Factors) เป็นสำคัญ กล่าวคือ ต้องพิจารณาว่าในการที่จะบรรลุเป้าประสงค์ข้อหนึ่งๆ นั้น มีปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อความสำเร็จ และเราจำเป็นต้องทำอย่างไร จึงจะไปสู่จุดนั้นได้



ภาพที่ 4 กระบวนการการจัดทำยุทธศาสตร์ (Strategic Planning Processes)

ยุทธศาสตร์จะเป็นแนวทางในการ 1) การออกแบบแผนงาน/โครงการ 2) การนำแผนงาน/โครงการไปปฏิบัติ 3) การติดตามและการประเมินผล เพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ เป็นการแปลงวิสัยทัศน์อันเป็นนามธรรมไปสู่ความเป็นรูปธรรม โดยแผนงานและโครงการต่างๆ ที่เกิดจากแนวทางกลยุทธ์ที่กำหนด มีกระบวนการปฏิบัติงานและควบคุม เพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมายตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ วัดผลโดยการตั้งค่าเป้าหมาย และกำหนดตัวชี้วัดระดับความสำเร็จ มีกระบวนการควบคุม ติดตามและประเมินผล เพื่อให้การบริหารยุทธศาสตร์เกิดประสิทธิภาพ และให้ประสิทธิผลสูงสุด

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ยุทธศาสตร์หมายถึง การกำหนดทิศทางอย่างชัดเจนขององค์กร ซึ่งกำหนดขึ้นเพื่อชี้นำการปฏิบัติในอนาคตการมองไปสู่อนาคต ภายใต้การพิจารณาถึงความเป็นไปได้ในการใช้ความสามารถขององค์กร เพื่อระดมทรัพยากรมาใช้ และการพิจารณาถึงความเป็นไปได้ในการพิจารณาทางเลือกต่าง ๆ อย่างรอบคอบ และชัดเจน ในการนำองค์กรไปสู่ภารกิจ และเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตามขั้นตอนกระบวนการการวางแผนยุทธศาสตร์ประกอบด้วย (1) การกำหนดวิสัยทัศน์ (2) การกำหนดภารกิจหลัก หรือพันธกิจ (3) การกำหนดเป้าประสงค์หรือจุดมุ่งหมายเพื่อการพัฒนา (4) การกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ และ (5) การกำหนดกลยุทธ์ (Strategy)

สรุปกรอบแนวคิดในการวิจัย

เมื่อวิเคราะห์ตัวแปรและปัจจัยต่าง ๆ ในงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับจิตสำนึกต่อสังคมดังกล่าว รวมถึง แนวคิดทฤษฎีที่กล่าวมา สามารถนำมาเป็นกรอบแนวคิดในการกำหนดตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนารูปแบบรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกเพื่อพัฒนาจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงได้สังเคราะห์เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

1. ปัจจัยนำเข้า โดยการศึกษารวบรวมข้อมูล แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยบูรณาการแนวคิดทางการศึกษานอกระบบ โรงเรียน แนวคิดการเรียนรู้จากสถานประกอบการ ดังนี้

1.1 แนวคิดทางการศึกษานอกระบบโรงเรียน

1.2 แนวคิดการเรียนรู้ในสถานประกอบการ (อาชญญา รัตนอุบล, 2551)

1) การสนับสนุนส่งเสริมให้ผู้ที่ทำงานในสถานประกอบการได้รู้จักเรียนรู้วิธีการเรียนรู้

2) การส่งเสริมให้เกิดความรู้สึกร่วมกันต่อการเรียนรู้ของผู้ที่ทำงานในสถานประกอบการ

3) การสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดการทำงานร่วมกัน ของทุกคนในสถานประกอบการ

1.3 แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ (คณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียน สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2550)

1) การกำกับดูแลกิจการที่ดี

2) การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม

3) การเคารพสิทธิและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม

4) ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค สินค้า และ/หรือบริการของธุรกิจ

5) การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม

6) การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

7) การเผยแพร่ข่าวสารจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม

8) การจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

เมื่อบูรณาการเข้าด้วยกันแล้ว จึงทำการสังเคราะห์ให้เป็นแนวทางที่ใช้ในการดำเนินการตามกระบวนการฯ

2. กระบวนการ เป็นขั้นตอนในการนำเอาปัจจัยนำเข้ามากำหนดเป็นรูปแบบและยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมตามแนวคิดทางการศึกษานอกระบบโรงเรียนโดย

2.1 การศึกษาแบบพหุกรณี : สภาพทั่วไปประวัติความเป็นมา ตามแต่ละรายการกรณีศึกษาในส่วนของผู้ประกอบการและสถานประกอบการ

3. ผลลัพธ์

3.1 รูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมในบริบทของผู้ประกอบการไทย

3.2 รูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผู้ประกอบการ

3.3 ยุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม

โดยมีองค์ประกอบคือ

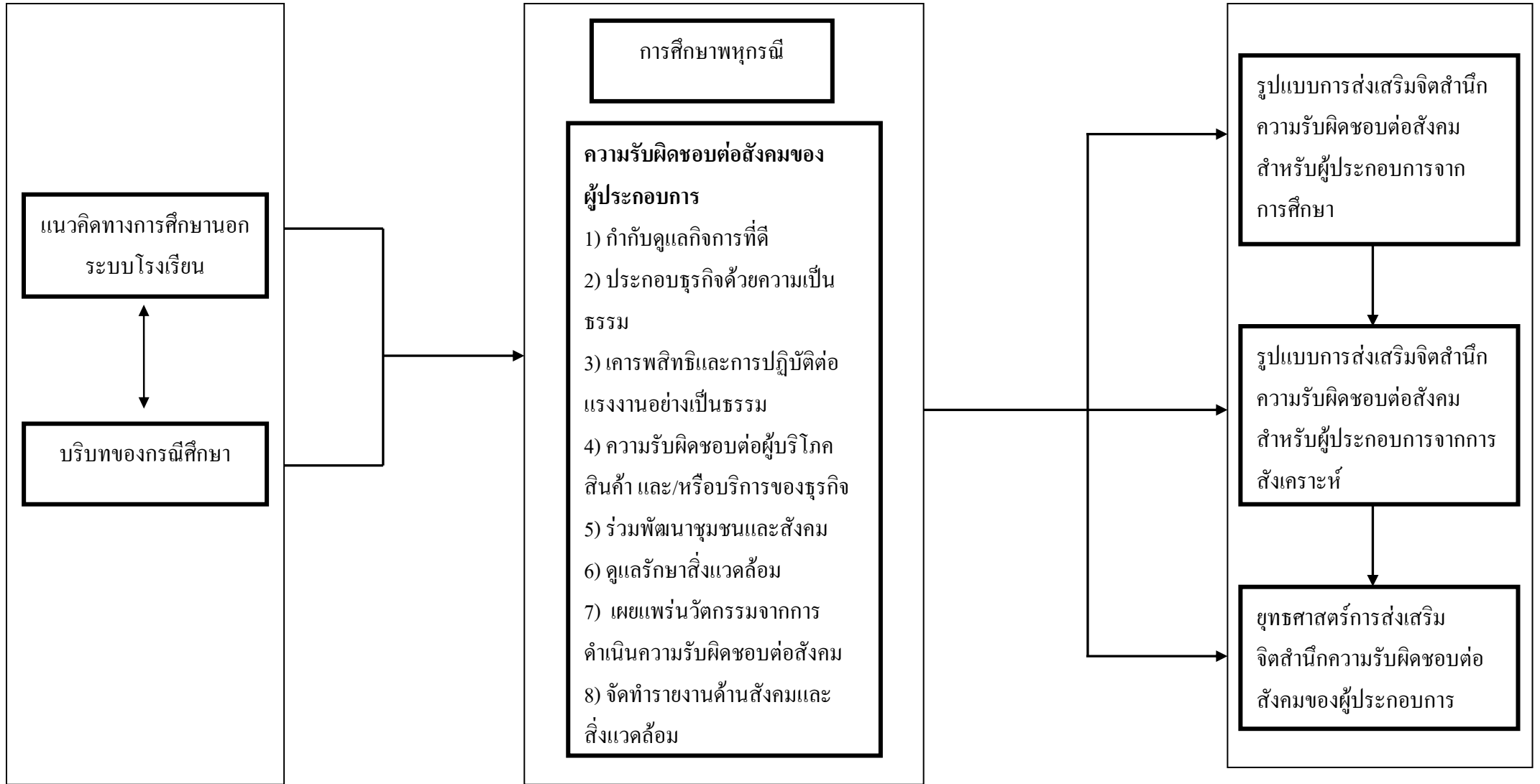
- 1) วิสัยทัศน์
- 2) พันธกิจ
- 3) เป้าประสงค์
- 4) ประเด็นยุทธศาสตร์
- 5) กลยุทธ์

สามารถนำมาสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

ปัจจัยนำเข้า

กระบวนการ

ผลลัพธ์



ภาพที่ 5 กรอบแนวคิดในการพัฒนารูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผู้ประกอบการ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Method) แบบพหุกรณีศึกษา (Multi-case Studies) เพื่อศึกษากระบวนการของปรากฏการณ์ (Phenomenon) ทางสังคม และพัฒนาการของการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม ศึกษาการก่อเกิดการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม ขึ้น ศึกษาวิเคราะห์วิจัยสภาพทั่วไปของรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม และเพื่อศึกษาวิเคราะห์กระบวนการที่แสดงถึงการก่อเกิดจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นการวิจัยเพื่อศึกษาหาองค์ความรู้มาใช้ในการพัฒนารูปแบบ และยุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม ด้วยกระบวนการทางการศึกษานอกระบบ โรงเรียน โดยศึกษาผ่านกระบวนการปฏิสัมพันธ์ภายในบริบททางสังคม และวัฒนธรรมของกลุ่มประชากรในกลุ่มตัวอย่าง เมื่อพิจารณาถึงลักษณะของการดำเนินการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งเป็นการศึกษาถึงปรากฏการณ์ทางสังคมเชิงประจักษ์ หรือเป็นการศึกษาความจริงโดยการพิจารณาปรากฏการณ์จากสภาพแวดล้อมตามความจริงในทุกมิติ กระบวนการหาความสัมพันธ์ของปรากฏการณ์กับสภาพแวดล้อมนั้น มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อวิเคราะห์รูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการในบริบทไทย 2. เพื่อพัฒนารูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ 3. เพื่อนำเสนอยุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ ผู้วิจัยแบ่งวิธีการดำเนินการวิจัยเป็น 3 ระยะตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

การวิจัยในระยะที่ 1 วิเคราะห์รูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการในบริบทไทย

การวิจัยในระยะที่ 2 พัฒนารูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการจากการศึกษาภาคสนาม

การวิจัยในระยะที่ 3 นำเสนอยุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ

การวิจัยในระยะที่ 1 วิเคราะห์รูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการในบริบทไทย

การวิจัยในระยะนี้เป็นการศึกษาเอกสาร (Documentary Study) ได้แก่ ตำรา บทความ ข้อมูลงานวิจัย และสื่อวีดิทัศน์ที่มีผู้จัดทำไว้แล้ว โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อทำการศึกษาวิเคราะห์ สังเคราะห์องค์ประกอบ และ

รูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ เพื่อนำผลการศึกษาวិจัยสำหรับ ออกแบบจัดทำรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ ต่อไป

1.1 วิธีการวิจัย และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1.1.1 วิธีการวิจัย

1.1.1.1 การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อเป็นกรณีศึกษา

การวิจัยแบบกรณีศึกษาเป็นการศึกษาเชิงคุณภาพรูปแบบหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา กระบวนการของพฤติกรรม ผู้วิจัยได้เลือกกรณีศึกษาจากผู้ประกอบการที่ได้รับการยกย่อง หรือยอมรับว่า เป็นผู้มีพฤติกรรมประพฤติปฏิบัติอย่างมีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งข้อมูลปรากฏต่อสาธารณะ หรือสามารถสืบค้นข้อมูลได้จากสื่อสาธารณะ ศึกษาจากเอกสาร งานวิจัย และข้อมูลที่มีผู้เก็บรวบรวมไว้ แล้ว โดยใช้เกณฑ์การเลือกทั่วไป และพิจารณาประกอบจากข้อมูลแหล่งต่างๆ ที่สามารถเชื่อถือและอ้างอิง กลุ่มตัวอย่างที่เป็นไปตามเกณฑ์การคัดเลือกทั่วไปข้างต้น ในทางเนื้อหาของการวิจัย โดยมีจุดเน้นในเรื่อง การพัฒนารูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยกระบวนการทางการศึกษานอกระบบ โรงเรียน และการพัฒนาสู่ความยั่งยืนที่มีความแตกต่างกันไป เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจ สังคม และ วัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มตัวอย่างมีความแตกต่างกัน

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด แนวทาง และผลการคัดเลือกผู้ประกอบการและองค์กรธุรกิจ ที่ได้รับรางวัลที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมจากองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนในประเทศไทย ซึ่งทำ หน้าที่และมีบทบาทเกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการและองค์กรธุรกิจ เป็นที่รู้จัก แพร่หลายและยอมรับโดยทั่วไป แม้ว่ามีผู้ประกอบการและองค์กรธุรกิจที่ได้รับรางวัล และมีชื่อเสียงเป็นที่ ยอมรับในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม แต่ประเด็นที่ผู้วิจัยนำมาพิจารณาคัดเลือกอีกส่วนหนึ่งคือ ผลกระทบทางลบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินงานที่เกิดขึ้นของผู้ประกอบการและองค์กรธุรกิจ นั้น แม้ข้อเท็จจริงจะปรากฏว่า ผู้ประกอบการและองค์กรธุรกิจที่ได้รับรางวัลและเป็นที่ยอมรับในด้าน กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม แต่การประกอบกิจการของผู้ประกอบการและองค์กรธุรกิจเหล่านั้นมีการ สร้างผลกระทบทางลบต่อสังคม เช่น ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม การเกิดข้อพิพาทกับชุมชนโดยรอบ ความ ไม่โปร่งใสในการบริหารและขาดธรรมาภิบาล หรือการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นไปเพื่อมุ่งเน้นในการส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กร หรือเบี่ยงเบนประเด็นปัญหาผลกระทบทางลบต่อ สังคมในด้านอื่นที่องค์กรนั้นมีส่วนเกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยจึงคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาโดยพิจารณาตามแนวคิดและผลการคัดเลือก ผู้ประกอบการและองค์กรธุรกิจที่ได้รับรางวัลที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรต่างๆ ดังต่อไปนี้

1) ศูนย์คุณธรรม (องค์การมหาชน) ในกำกับของกระทรวงวัฒนธรรม เดิมเป็นหน่วยงานเฉพาะด้านของสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) ในกำกับของสำนักนายกรัฐมนตรี ทำหน้าที่ในการบริหารจัดการ และพัฒนาองค์ความรู้ ด้านการพัฒนาคุณธรรมจริยธรรม ตลอดจนการเสริมหนุนเชื่อมประสานเพิ่มพลังเครือข่ายในการพัฒนาคุณธรรมจริยธรรมในบริบทต่าง ๆ ในทุกภาคส่วนของสังคม ปัจจุบันศูนย์คุณธรรมได้รับอนุมัติตามมติคณะรัฐมนตรีให้เป็นองค์การมหาชน และโอนย้ายจากสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (สปร.) มาสังกัด กระทรวงวัฒนธรรม โดยกำหนดให้ศูนย์คุณธรรม มีบทบาทและภารกิจดังนี้

(1) ส่งเสริมการรวมพลังและกระบวนการทางสังคม รวมถึงการจัดประชุมสมัชชาคุณธรรมภายใต้กรอบของคณะกรรมการส่งเสริมคุณธรรมแห่งชาติ เพื่อพัฒนาคุณธรรมความดีที่เหมาะสมกับบริบทของสังคม

(2) ส่งเสริมสนับสนุนการศึกษา วิจัย ค้นคว้า สร้างองค์ความรู้ใหม่ รวบรวมองค์ความรู้ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ บริหารจัดการความรู้และเป็นศูนย์ข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาคุณธรรมความดีรูปแบบต่างๆ

(3) สนับสนุนให้เกิดความเข้มแข็งทางวิชาการและนวัตกรรมในกระบวนการ พัฒนาคุณธรรมความดีในรูปแบบต่างๆ โดยสนับสนุนให้มีการดำเนินการทั้งในภาครัฐ ภาคธุรกิจ ภาคประชาสังคมและภาคประชาชน

(4) ส่งเสริมกิจกรรมอื่นๆ เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาคุณธรรมความดีรวมถึงการใช้กระบวนการกล่อมเกลாத่างสังคม โดยร่วมมือกับองค์กรอื่นๆ

โดยได้คัดเลือกผู้ประกอบการเป็นกรณีศึกษาใน 2 เรื่อง ได้แก่

1. บริษัทต้นแบบคุณธรรมคู่กำไร

2. บริษัทต้นแบบธุรกิจคุณธรรม

ตามรายชื่อผู้ประกอบการดังนี้

ผู้ประกอบการที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นกรณีศึกษาโดยศูนย์คุณธรรม (องค์การมหาชน)	
บริษัทต้นแบบคุณธรรมคู่กำไร	1) บริษัท เอเชีย พรซิชั่น จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี
บริษัท ต้นแบบธุรกิจคุณธรรม	1)บริษัท ไทยคาเนตะ จำกัด เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร 2)บริษัท บาธรูม ดีไซน์ จำกัด เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร 3)บริษัท ไคเนติกส์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด เขต

	จตุจักร กรุงเทพมหานคร 4)บริษัท โยธกา อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด เขต สาทร กรุงเทพมหานคร 5)บริษัท สีไดโน จำกัด อำเภอบางพลี จังหวัด สมุทรปราการ 6)บริษัท แพนเอเชีย อุตสาหกรรม จำกัด เขต ลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร 7)บริษัท สยามแฮนด์ส จำกัด อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

2) โครงการส่งเสริมสถานประกอบการรวมพลังสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นสุขอย่างยั่งยืน (CSR-DIW) โดยกรมโรงงานอุตสาหกรรม จากความสำคัญ และความจำเป็นในการส่งเสริมให้โรงงานอุตสาหกรรมมีการแสดงถึงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและสังคม ควบคู่ไปกับการเสริมสร้างประสิทธิภาพและการเติบโตทางธุรกิจ โดยได้ดำเนินการจัดทำโครงการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมมีความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR-DIW) มาตั้งแต่ปี 2551-2553 มีโรงงานอุตสาหกรรมสนใจและเข้าร่วมโครงการกว่า 251 แห่ง โดยที่การส่งเสริมการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อเตรียมความพร้อมให้กับภาคอุตสาหกรรมปรับตัวเข้าสู่มาตรฐานระหว่างประเทศว่าด้วยการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างเป็นระบบจำเป็นต้องทำอย่างต่อเนื่อง กรมโรงงานอุตสาหกรรมจึงได้จัดทำโครงการส่งเสริมให้เป็นผู้ประกอบการอุตสาหกรรมที่สังคมยอมรับอย่างยั่งยืน: (ภายใต้ค่าใช้จ่ายในการศึกษาและพัฒนา ระบบการบริหารจัดการโรงงาน) ต่อเนื่องตามแต่ละปีงบประมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อ

(1) ส่งเสริมการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) แก่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม ไปปฏิบัติและได้รับเกียรติบัตร เพื่อมุ่งสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน ทั้งการประกอบกิจการ โรงงานและชุมชน

(2) สถานประกอบการอุตสาหกรรมสามารถนำมามาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อสังคม (CSR-DIW) ไปประยุกต์ใช้ในเรื่องของความรับผิดชอบต่อสังคมในมิติต่างๆ ได้แก่ การจัดการครุอย่างมีธรรมาภิบาล สิทธิมนุษยชนการปฏิบัติด้านแรงงาน การดำเนินงานอย่างเป็นธรรม ผู้บริโภคจัดการสิ่งแวดล้อม และการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนใกล้เคียงได้อย่างยั่งยืน

(3) ให้สถานประกอบการสามารถดำเนินกิจการร่วมกับชุมชนและได้การยอมรับอย่างยั่งยืน (License to Operate)

(4) ให้มีแบบรายงานที่เป็นไปตามมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมของกรมโรงงานอุตสาหกรรม (CSR-DIW Reporting Initiative) ที่สอดคล้องกับบริบทของอุตสาหกรรมในประเทศไทย และเป็นที่ยอมรับของสากล

โดยมีผู้ประกอบการได้รับรางวัลในด้านต่างๆ จากโครงการฯ ดังนี้

ผู้ประกอบการที่ได้รับรางวัลจากโครงการส่งเสริมสถานประกอบการรวมพลังสร้างรับผิดชอบต่อสังคมเป็นสุขอย่างยั่งยืน (CSR-DIW) โดยกรมโรงงานอุตสาหกรรม	
1. มีการกำกับดูแลองค์กรที่ดี	1.1 บริษัท ไทยน้ำทิพย์ จำกัด 1.2 บริษัท ปตท. อะโรเมติกส์และการกลั่น จำกัด (มหาชน) 1.3 บริษัท สมบูรณ์แอนด์วานซ์ เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน)
2. เคารพหลักสิทธิมนุษยชน	1.1 บริษัท กรุงเทพ ซินธิติกส์ จำกัด และ บริษัท บีเอสที อีลาสโตเมอร์ส จำกัด 1.2 บริษัท แซมป์กบิรินทร์ จำกัด
3. มีความรับผิดชอบต่อด้านแรงงาน	3.1 บริษัท เอเชียพีซีซี จำกัด 3.2 บริษัท ไทยคอนเทนเนอร์ (ทีซีซี) จำกัด โรงงานปทุมธานี 3.3 บริษัท เซ็นทรัล มอเตอร์วีล (ประเทศไทย) จำกัด 3.4 บริษัท ไทยน้ำทิพย์ จำกัด (โรงงานขอนแก่น)
4. เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	4.1 บริษัท คาร์เปท อินเตอร์เนชั่นแนล ไทยแลนด์ จำกัด (มหาชน) 4.2 บริษัท ไทยออยล์ จำกัด (มหาชน) 4.3 บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) โรงงานผลิตอาหารสัตว์น้ำมหาชัย 4.4 บริษัท โตชิบา คอนซูมเมอร์ โปรดักส์ (ประเทศไทย) จำกัด 4.5 บริษัท แพลนทีเอช จำกัด 4.6 บริษัท สยาม มิตรชัย พีทีเอ จำกัด

	4.7 บริษัท เอ็นเอ็มบี-มินิแบ ไทย จำกัด (โรงงานลพบุรี)
5. การดำเนินงานอย่างเป็นธรรม	5.1 บริษัท เอชเอ็มซี โปลิเมอส์ จำกัด 5.2 บริษัท ไทยเคนเปเปอร์ จำกัด (มหาชน) โรงงานกาญจนบุรี
6. ใส่ใจผู้บริโภค	6.1 บริษัท ไบเออร์ไทย จำกัด โรงงานมาบตาพุด 6.2 กลุ่มน้ำตาลมิตรผล 6.3 บริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด โรงงานบางชัน
7. มีส่วนร่วมและพัฒนาชุมชน	7.1 กลุ่มบริษัท ผลิตไฟฟ้า จำกัด (มหาชน) 7.2 บริษัท ฟินิกซ์ พัลพ แอนด์เพเพอร์ จำกัด 7.3 บริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน) โรงงานสระบุรี 7.4 กลุ่มบริษัท บางกอกโพลี (BFC Group) 7.5 บริษัท แป้งมันเอี่ยมเฮงอุตสาหกรรม จำกัด 7.6 บริษัท พีทีที ฟีนอล จำกัด

3) สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (Corporate Social Responsibility Institute : CSRI) ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จัดตั้งขึ้นภายใต้เจตนารมณ์ในการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของภาคธุรกิจ โดยสถาบันจะทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการส่งเสริมแนวคิดและวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมแก่หน่วยงานในภาคธุรกิจ ดำเนินการภายใต้สถาบันกองทุนเพื่อพัฒนาตลาดทุน ศูนย์พัฒนาธุรกิจตลาดทุน ซึ่งมีหน่วยงานย่อยอื่นๆ ได้แก่ ศูนย์พัฒนาการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน (CG Center) ศูนย์ส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อตลาดทุน (Enterprise Development Center) ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่ดำเนินงานประสานอย่างบูรณาการ เพื่อพันธกิจในการพัฒนาความเข้มแข็งของตลาดทุนไทยให้สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล โดยการดำเนินงานในด้านต่างๆ ได้แก่

(1) ส่งเสริมองค์กรตัวแทนต่างๆ ในตลาดทุนไทยให้มีมาตรฐานและเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจไทยอย่างมีนัยยะเพื่อสนับสนุนให้การพัฒนาตลาดทุนไทยเป็นวาระแห่งชาติ

(2) พัฒนาตลาดทุนไทยให้เป็นแหล่งเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ โดยการพัฒนามูลค่าเพิ่มในรูปแบบของความชำนาญและมาตรฐานที่เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

(3) ส่งเสริมความเข้าใจของสังคม ผู้ประกอบการและนักลงทุนต่อการมีส่วนร่วมในตลาดทุนอย่างเหมาะสม โดยเน้นในเรื่องของประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจและหลักธรรมาภิบาล

ผู้ประกอบการที่ได้รับการพิจารณาคัดเลือกเป็น CSR Show case โดยสถาบันธุรกิจเพื่อสังคม

- 1) บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) กับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
- 2) บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด
- 3) บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)
- 4) บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)
- 5) บริษัท สยามแฮนด์ส จำกัด
- 6) บริษัท บารูมดีไซน์ จำกัด
- 7) บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)
- 8) โครงการพัฒนาออยตุง มูลนิธิแม่ฟ้าหลวง ในพระบรมราชูปถัมภ์ฯ

3) รางวัลชมเชยวิสาหกิจดีเด่นแห่งปี เป็นรางวัลที่สถาบันปวช. อิงภากรณ์ สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และสมาคมธนาคารไทย ร่วมกันได้ร่วมกันเผยแพร่หลัก ธรรมาภิบาล ที่เหมาะสมอย่างต่อเนื่อง ได้จัดให้มีการเลือกผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่มีธรรมาภิบาลดีเด่นในด้านต่างๆ และประสบผลสำเร็จในธุรกิจเป็นอย่างดี เพื่อเป็นตัวอย่างแก่ SMEs ทั่วประเทศมาเป็นเวลา 8 ปีแล้ว ได้ประสบกับ SMEs จำนวนมากรายที่มีธรรมาภิบาลดีในด้านต่างๆ ซึ่งจะเป็นตัวอย่างในการโน้มน้าวให้ SMEs ทั่วประเทศได้ปฏิบัติตาม ซึ่ง 3 สถาบันพันธมิตรดังกล่าวที่ร่วมกันจัดพิธีมอบรางวัลชมเชยวิสาหกิจดีเด่นให้แก่ SMEs เป็นประจำทุกปีมีความปรารถนาที่จะส่งเสริมการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดย่อมให้ยึดหลักธรรมาภิบาล ซึ่งเป็นไปตามเจตนารมณ์ของ ศ.ดร.ปวช. อิงภากรณ์ ที่เชื่อว่า ความซื่อสัตย์สุจริต และการมีธรรมาภิบาลนั้น จะเป็นภูมิคุ้มกันให้แก่ SMEs ได้เป็นอย่างดี ในการที่หามาค้าขายกับคู่ค้าต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ ให้เป็นไปอย่างยั่งยืน โครงการให้รางวัลผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อมดีเด่นด้านธรรมาภิบาลขึ้นเป็นครั้งแรกในปี 2544 โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะให้กำลังใจในการพัฒนาให้มีธรรมาภิบาลในกลุ่มผู้ประกอบการขนาดย่อม ให้มีกันอย่างกว้างขวางเป็นวงกว้าง เพื่อยังประโยชน์ให้แก่เศรษฐกิจและสังคมของไทยในอนาคต รางวัลที่ให้มี 3 ประเภทด้วยกันคือ

- (1) ชนะเลิศธรรมาภิบาลดีเด่นแห่งปี
- (2) รางวัลเฉพาะด้านอีก 3 รางวัล
 - 2.1 ธรรมาภิบาลด้านการปฏิบัติต่อพนักงานดีเด่นแห่งปี
 - 2.2 ธรรมาภิบาลด้านการปฏิบัติต่อผู้บริโภคดีเด่นแห่งปี
 - 2.3 ธรรมาภิบาลด้านการปฏิบัติต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมดีเด่นแห่งปี
- (3) รางวัลผู้เข้ารอบสุดท้าย

จัดขึ้นในวันที่ 9 มีนาคมของทุกปี เนื่องจากเป็นวันที่ตรงกับวันคล้ายวันเกิดของศาสตราจารย์ ดร. ปวช. อิงภากรณ์ ปุชนิยบุคคลที่ท่านุณประโยชน์ ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง

การศึกษา และการพัฒนาชนบทให้แก่ประเทศชาติและส่วนรวมมาโดยตลอดของชีวิตท่าน ในการมอบรางวัลธรรมาภิบาลดีเด่นแห่งปี ผู้ชนะเลิศจะได้รับรางวัลโล่เกียรติยศ ใบประกาศเกียรติคุณ พร้อมด้วยเงินรางวัลอีกจำนวน 200,000 บาท รองชนะเลิศหรือรางวัลเฉพาะด้าน จะได้รับโล่เกียรติยศ และใบประกาศเกียรติคุณบัตร ส่วนผู้เข้ารอบสุดท้าย จะได้รับใบประกาศเกียรติคุณ

องค์กร 3 สถาบันพันธมิตรได้แก่

4.1 สถาบันป๊วย อิงภากรณ์ ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2543 โดยลูกศิษย์และผู้ที่เคยพร่ำทราในตัวของอาจารย์ป๊วย ที่ต้องการแสดงออกและทำกิจกรรมเพื่อสคูติและรำลึกถึงอาจารย์ป๊วย ตลอดจนสืบสานปณิธานของท่านใน 4 เรื่อง คือ 1) การส่งเสริมคุณภาพชีวิต คุณภาพสังคม และพัฒนาชนบท อันนำไปสู่คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ดังที่ท่านได้เขียนไว้ใน "บทความคุณภาพแห่งชีวิต ปฏิทินแห่งความหวัง จากครรภ์มารดาถึงเชิงตะกอน" 2) การส่งเสริมเรื่องการศึกษาทั้งในระบบโรงเรียนและนอกโรงเรียน 3) เรื่องธรรมาภิบาล ซึ่งอาจารย์ป๊วยเองเป็นแบบอย่างที่ดี ในการปฏิบัติตามหลักธรรมาภิบาล ที่รวมถึงประชาธิปไตย เสรีภาพ ความเป็นธรรมในสังคม ความซื่อสัตย์สุจริต 4) การให้ความสำคัญเรื่องคุณธรรมจริยธรรมในการดำรงชีวิต การทำงาน การบริหารและการปกครอง จึงมีวัตถุประสงค์ ในการจัดตั้ง คือ

- (1) ส่งเสริมและพัฒนาคุณธรรมของสังคมไทย
- (2) ส่งเสริมและพัฒนาการศึกษา รวมทั้งการศึกษาวิจัยทางวิชาการ
- (3) ส่งเสริมคุณภาพชีวิตและสังคม พัฒนาชนบท และพัฒนาชุมชน
- (4) ส่งเสริมและพัฒนาธรรมาภิบาล (Good Governance) โดยส่งเสริมและพัฒนาจริยธรรมในการทำงานและการบริหารทั้งภาครัฐและเอกชน
- (5) ส่งเสริมและศิลปะและวัฒนธรรมไทย
- (6) ดำเนินการในเรื่องที่เชิดชูเกียรติ ศาสตราจารย์ ดร.ป๊วย อิงภากรณ์

ในส่วนของ (4) ส่งเสริมและพัฒนาธรรมาภิบาล (Good Governance) โดยส่งเสริมและพัฒนาจริยธรรมในการทำงานและการบริหารทั้งภาครัฐและเอกชน สถาบันฯ มีการพิจารณาคัดเลือกองค์กรธุรกิจ เพื่อมอบรางวัลบริษัทธรรมาภิบาลดีเด่นเป็นประจำทุกปี เนื่องจากทางสถาบันป๊วยตระหนักถึงอุปนิสัยบุคคลิกภาพ วิธีการทำงานตลอดจนวิธีการครองชีพของอาจารย์ป๊วย ที่ยึดหลักธรรมาภิบาลตลอดชีวิต และยังให้ความสำคัญต่อหน่วยย่อยของสังคมมาโดยตลอด ทางสถาบันจึงเห็นว่าควรมีการมอบรางวัลธรรมาภิบาลดีเด่นสำหรับสถานประกอบการธุรกิจขนาดย่อม (เอสเอ็มอี) เพื่อเป็นการส่งเสริมและพัฒนาธรรมาภิบาล จริยธรรมในการทำงานและการบริหารของภาคธุรกิจของไทยต่อไป โดยเริ่มต้นจากผู้ประกอบการขนาดย่อม (SMEs) เพราะถือเป็นรากฐานทางเศรษฐกิจของประเทศ

4.2 สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กระทรวงอุตสาหกรรมจัดตั้งสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อถ่ายโอนภารกิจการพัฒนาจากภาครัฐมาดำเนินการในรูปแบบองค์กรสาธารณประโยชน์ (มูลนิธิเพื่อสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม) เพื่อ

(1) สนับสนุนและประสานการดำเนินงานของสถาบันการศึกษาและสถาบันเฉพาะทางต่างๆ ที่เข้าร่วมเครือข่าย เพื่อการพัฒนาผู้ประกอบการและกิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

(2) ถ่ายทอดความรู้แก่ผู้ประกอบการและบุคลากรที่ให้บริการแก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในรูปแบบต่างๆ เช่น การฝึกอบรม การเรียนทางไกล การศึกษาด้วยตนเองจากสื่อ และอื่นๆ

(3) ให้บริการแก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และกลุ่มวิสาหกิจ ด้านการปรึกษาแนะนำการปรับปรุงกิจการ การตลาด การลงทุนและร่วมลงทุน การเชื่อมโยงธุรกิจ ตลอดจนการร่วมมือระหว่างภาคเอกชนเพื่อช่วยเหลือสนับสนุนซึ่งกันและกัน

(4) ศึกษาวิจัยทั้งในระดับจุลภาค และมหภาค รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อให้ผู้ประกอบการและผู้ให้บริการได้เข้าถึงข้อมูลที่ทันสมัยเชื่อถือได้ และนำไปปรับใช้ ทั้งในด้านการปรับปรุงพัฒนาหลักสูตรและสื่อการถ่ายทอดความรู้ การปรับปรุงบริการ การจัดทำดัชนีชี้วัดความสามารถในการประกอบการ และการสนับสนุนด้านการเงิน

(5) รับรองมาตรฐานวิชาชีพของบุคลากรที่ให้บริการแก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือเป็นผู้ประเมินสถานประกอบการ

ในส่วนของการเสริมสร้าง สนับสนุน และพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการ ส่วนหนึ่งของการภารกิจนี้คือ การเสริมสร้างธรรมาภิบาลของกิจการธุรกิจต่างๆ ด้วยตระหนักถึงความสำคัญของหลักธรรมาภิบาลในธุรกิจ ได้แก่ การให้ความเป็นธรรมกับตนเอง พนักงาน ลูกค้า ผู้เกี่ยวข้องอื่นๆ ตลอดจนสังคมและสิ่งแวดล้อม ความเป็นธรรมนี้ ได้แก่ ความสุจริต ความชอบธรรม ยุติธรรม ความโปร่งใส ความตระหนักถึงและระมัดระวังในผลของกิจกรรมธุรกิจ ตลอดจนความรับผิดชอบที่จะแก้ไขสิ่งผิดพลาดต่างๆ จริยธรรมหรือการปฏิบัติที่ดีงามต่อผู้เกี่ยวข้องด้วยคุณธรรมความเป็นธรรมนี้เอง ที่ส่งผลให้ผู้ซึ่งเกี่ยวข้อง โอบอ้อมธุรกิจให้เจริญก้าวหน้าและยั่งยืน

4.3 สมาคมธนาคารไทย ก่อตั้งเพื่อเป็นองค์กรส่วนรวมของธนาคารพาณิชย์ไทย โดยทำหน้าที่ประสานนโยบายกับภาครัฐอย่างใกล้ชิดสมาชิกของสมาคมธนาคารไทย หลักการบริหารงานสมาคมธนาคารไทย มุ่งเน้นในการสร้างความพร้อมและความร่วมมือระหว่างธนาคารสมาชิกด้วยกัน ทางด้านการเงินการธนาคาร ให้ความร่วมมือและประสานงานกับภาครัฐบาล และองค์กรเศรษฐกิจหลักของภาคเอกชน ในการพัฒนาเศรษฐกิจการเงินของประเทศ ให้เจริญและก้าวหน้ายิ่งขึ้น สนับสนุนนโยบายของรัฐ ที่มุ่งเน้นการเปิดเสรีทางการเงินในอนาคต

ผู้ประกอบการที่ได้รับรางวัลสรรมาภิบาลดีเด่นแห่งปีจากสถาบันปวศ อิงภาครัฐ สถาบันพัฒนา วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และสมาคมธนาคารไทย		
พ.ศ.	รางวัล	ชื่อบริษัท
2544	ชนะเลิศ	บริษัท ชุมชนเกสซ์ จำกัด (มหาชน)
2546	ชนะเลิศ	บริษัท แม่ทิง สตูดิโอ จำกัด (มหาชน)
2547	ชนะเลิศ	บริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล รีเสิร์ช คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
	รองชนะเลิศ	บริษัท ไทยคานาเตะ จำกัด บริษัท กำแพงแสน คอมเมอร์เชียล จำกัด บริษัท นิธิฟูคส์ จำกัด
2548	ชนะเลิศ	บริษัท วิพีพี โปรเกรสซีฟ จำกัด
	เฉพาะด้าน	บริษัท กล้วยไม้ไทย จำกัด (ผู้บริโภคร) บริษัท เอสเทล จำกัด (พนักงาน) บริษัท ไทยเฟรม แอนด์ เอกเซ็ส โซริ จำกัด (สังคมและ สิ่งแวดล้อม)
2550	ชนะเลิศ	บริษัท บารูม ดีไซน์ จำกัด
	เฉพาะด้าน	บริษัท ไคเนตคส์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (ผู้บริโภคร) บริษัท บีโปรดักส์ อินดัสตรี จำกัด (พนักงาน)
2551	ชนะเลิศ	บริษัท โยธกา อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
	เฉพาะด้าน	บริษัท สีไคโน จำกัด (ผู้บริโภคร) บริษัท แพนเอเชีย อุตสาหกรรม จำกัด (พนักงาน) บริษัท บุญไทย แมชชีนเนอรี คอมเพล็กซ์ จำกัด (สังคม และสิ่งแวดล้อม)
2552	ชนะเลิศ	บริษัท แอ็ดวานซ์ แพคเกจจิ้ง จำกัด
	เฉพาะด้าน	บริษัท แอควิวเรท เทคโนโลยี จำกัด (ผู้บริโภคร) บริษัท คิงส์แมน ซี เอ็ม ทีไอ จำกัด (พนักงาน) บริษัท ดีเอสไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด บริษัท แสงร่มโพธิ์ ออโตพาร์ท จำกัด (สังคมและ สิ่งแวดล้อม)
2553	ชนะเลิศ	บริษัท แสงชัยมิเตอร์ จำกัด
	เฉพาะด้าน	บริษัท เกียรติวิณิช จำกัด (ผู้บริโภคร)

		บริษัท ยูเรกาดิไซน์ จำกัด (พนักงาน) บริษัท อิฐภราดร จำกัด (สังคมและสิ่งแวดล้อม)
2554	ชนะเลิศ	บริษัท อีวายอันไอสด จำกัด
	เฉพาะด้าน	บริษัท เอ็กซา ซีเลม จำกัด (ผู้บริโภคร) บริษัท อาร์ตแอนด์เทค โนโลยี จำกัด (พนักงาน) บริษัท ทริมาสเตอร์ส จำกัด (สังคมและสิ่งแวดล้อม)

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบข้อมูล และติดต่อประสานกับบริษัทตามรายชื่อที่ได้กล่าวมา เพื่อขอเข้าดำเนินการศึกษาวิจัย และทำการคัดเลือกกรณีศึกษา

การคัดเลือกกรณีศึกษา ซึ่งแต่ละกรณีศึกษาที่เลือกมีจุดเน้นในเรื่องการพัฒนารูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยกระบวนการทางการศึกษานอกระบบโรงเรียนตามแนวคิดและทฤษฎีการเรียนรู้ที่มีความแตกต่างกันไป เนื่องจากบริบทของแต่ละกรณีศึกษามีความแตกต่างกันในความเฉพาะเช่น ลักษณะ ประเภทของกิจการ ที่ตั้ง และสภาพแวดล้อมในการทำงาน รวมถึงสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมจิตสำนึก ซึ่งข้อมูลดังกล่าวของแต่ละรายกรณีศึกษา ซึ่งสามารถสืบค้นข้อมูลต่างๆ จากการรวบรวมข้อมูล ข่าวสาร กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม ที่ปรากฏตามสื่อต่างๆ อาทิ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต ฯลฯ โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกกรณีศึกษาดังต่อไปนี้

1. กรณีศึกษาที่เลือกต้องเป็นบริษัทที่เป็นของคนไทยไม่น้อยกว่า 51 เปอร์เซ็นต์ มีการดำเนินงานมาไม่ต่ำกว่า 10 ปี
2. มีผลงานในด้านการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม จนเป็นที่ยอมรับในเครือข่ายองค์กรธุรกิจด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผู้วิจัยใช้ข้อมูลจากกรณีศึกษาที่มีการดำเนินกิจกรรมเกิดจากความรับผิดชอบต่อสังคมของกรณีศึกษาสามารถสนับสนุน หรือสนองตอบความต้องการความจำเป็นของสังคม ถือเป็นปัจจัยหรือองค์ประกอบหลัก เพื่อให้สามารถเป็นตัวแทนของผู้ประกอบการไทยที่มีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมได้อย่างครอบคลุม ซึ่งประกอบด้วยการส่งเสริมจิตสำนึก โดยได้รับคัดเลือกให้เป็นต้นแบบองค์กรธุรกิจหรือได้รับรางวัลจาก (1) ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาพลังแผ่นดินเชิงคุณธรรม หรือศูนย์คุณธรรม (องค์การมหาชน) ในกำกับของกระทรวงวัฒนธรรม ให้เป็นต้นแบบองค์กรธุรกิจที่ประกอบธุรกิจอย่างมีคุณธรรม (2) โครงการส่งเสริมสถานประกอบการร่วมพลังสร้าง ความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นสุขอย่างยั่งยืน (CSR-DIW) โดยกรมโรงงานอุตสาหกรรม (3) สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (Corporate Social Responsibility Institute : CSRI) ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (4) รางวัลธรรมาภิบาลดีเด่นแห่งปี โดยสถาบันปวช อิงภากรณ์ สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และสมาคมธนาคารไทย ร่วมกัน ใน 3 องค์กร ซึ่งกรณีศึกษาต้องได้รับการคัดเลือกจากองค์กรตาม (1) และได้รับคัดเลือกจาก (2) หรือ (3) หรือ (4) อย่างใดอย่างหนึ่ง

3. กรณีศึกษาที่เลือกต้องเป็นบริษัทที่ผู้บริหารระดับสูง หรือเจ้าของกิจการมีบทบาท และมีส่วนสำคัญในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยตนเอง มิใช่ให้ส่วนงานย่อย เช่น ฝ่าย หรือแผนกต่างๆ ในองค์กร เช่น ฝ่ายบุคคล ฝ่ายประชาสัมพันธ์ หรือฝ่ายสื่อสารองค์กร ฯลฯ เป็นผู้ดำเนินการเองแต่ลำพัง

4. กรณีศึกษาที่ปราศจากการสร้างผลกระทบทางลบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินกิจการ แม้ข้อเท็จจริงจะปรากฏว่า กรณีศึกษาได้รับรางวัลและเป็นที่ยอมรับในด้านกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม แต่การประกอบการของกรณีศึกษามีการสร้างผลกระทบทางลบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

5. กรณีศึกษาที่มีความพร้อม และยินดีให้ความร่วมมือกับผู้วิจัย ในการศึกษาวิจัยเมื่อพิจารณาเกณฑ์การคัดเลือกกรณีศึกษาทั้ง 4 ข้อที่ได้กล่าวมา ผู้วิจัยจึงได้คัดเลือกกรณีศึกษา จำนวน 3 กรณีศึกษา ได้แก่

กรณีศึกษาที่ 1 บริษัท เอเชีย พรีซิชั่น จำกัด (มหาชน) นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี เป็นกรณีศึกษาที่ได้รับคัดเลือกจากศูนย์คุณธรรม (องค์การมหาชน) ในกำกับของกระทรวงวัฒนธรรม ให้เป็นต้นแบบขององค์กรธุรกิจที่ดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรมคู่กำไร และได้รับรางวัลผู้ประกอบการที่มีความรับผิดชอบต่อแรงงานจากโครงการส่งเสริมสถานประกอบการร่วมพลังสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นสุขอย่างยั่งยืน (CSR-DIW) โดยกรมโรงงานอุตสาหกรรม

กรณีศึกษาที่ 2 บริษัท แพน เอเชีย อุตสาหกรรม จำกัด นิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร เป็นกรณีศึกษาที่ได้รับคัดเลือกจากศูนย์คุณธรรม (องค์การมหาชน) ในกำกับของกระทรวงวัฒนธรรม ให้เป็นหนึ่งในต้นแบบธุรกิจคุณธรรม 7 บริษัท และได้รับรางวัลธรรมาภิบาลดีเด่นแห่งปี 2551 ด้านพนักงาน จากสถาบันป๊วย อี้งภากรณ์ สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และสมาคมธนาคารไทย ร่วมกัน

กรณีศึกษาที่ 3 บริษัท สยามแอนด์ส จำกัด อำเภอสามปราชญ์ จังหวัดนครปฐม เป็นกรณีศึกษาที่ได้รับคัดเลือกจากศูนย์คุณธรรม (องค์การมหาชน) ในกำกับของกระทรวงวัฒนธรรม ให้เป็นหนึ่งในต้นแบบธุรกิจคุณธรรม 7 บริษัท และได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้ประกอบการต้นแบบ CSR Show Case จากสถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (Corporate Social Responsibility Institute : CSRI) ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

1.1.1.2 การศึกษาเอกสาร (Documentary Study)

ในการศึกษาเพื่อพัฒนารูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม และพัฒนายุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยกระบวนการทางการศึกษานอกระบบโรงเรียน และการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม ผู้วิจัยทำการการศึกษาเอกสาร (Documentary Study) ใช้แหล่งข้อมูลที่เป็น เอกสาร หนังสือ บทความทางวิชาการ งานวิจัย รายงานผลการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง บทความต่างๆ เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

1.2 เครื่องมือในการศึกษาวิจัย

1.2.1 ตัวผู้วิจัย ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารบทความต่างๆ ตลอดจนเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม

1.2.2 เอกสาร หนังสือ งานวิจัย บทความต่างๆ ตลอดจนเว็บไซต์ ที่เกี่ยวข้องได้แก่

1) หนังสือ คุณธรรมคู่กำไร ประสบการณ์บ่มเพาะคนดี จาก เอเชีย พีริซัน ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาพลังแผ่นดินเชิงคุณธรรม (ศูนย์คุณธรรม)

2) หนังสือ ดันแบบธุรกิจคุณธรรม 7 บริษัท ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาพลังแผ่นดินเชิงคุณธรรม (ศูนย์คุณธรรม)

3) หนังสือ องค์กรแห่งความสุข ชลบุรี สภาอุตสาหกรรมจังหวัดชลบุรีและสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

4) หนังสือรางวัลธรรมาภิบาลดีเด่นแห่งปี 2550 2551 2552 2553 และ 2554 สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

5) หนังสือ การส่งเสริมสุขภาพคนทำงานในสถานประกอบการ โครงการตำรา กรมอนามัย มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ และสถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข

6) เอกสาร หนังสือ งานวิจัย บทความต่างๆ และเว็บไซต์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ แนวคิด ทฤษฎีที่นำมาศึกษา และกรณีศึกษาดังกล่าวข้างต้น

1.2.3 แบบวิเคราะห์เอกสาร ผู้วิจัยได้จัดทำแบบวิเคราะห์เอกสาร เพื่อทำการวิเคราะห์เนื้อหา และสรุปสาระสำคัญ และจำแนกตามองค์ประกอบตามที่กำหนดไว้ในกรอบแนวคิดของการวิจัย

1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลและการตรวจสอบข้อมูล

ผู้วิจัยทำการศึกษาเอกสาร (Documentary Study) และทำการตรวจสอบสามเส้าด้วยการรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในแต่ละกรณีศึกษาจากแหล่งต่างๆ กัน เพื่อรวบรวมข้อมูลในส่วนของปรากฏการณ์ที่เกี่ยวข้อง และพัฒนาการของการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม ศึกษาการก่อเกิดการส่งเสริมจิตสำนึก

ความรับผิดชอบต่อสังคมขึ้น ศึกษาวิเคราะห์วิจัยสภาพทั่วไปของรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม และเพื่อศึกษาวิเคราะห์กระบวนการที่แสดงถึงการก่อเกิดจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นการวิจัยเพื่อศึกษาหาองค์ความรู้มาใช้ในการพัฒนารูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยกระบวนการทางการศึกษานอกระบบ โรงเรียน และยุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม ในการตรวจสอบข้อมูล จากผลการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้กำหนดรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผู้ประกอบการ เพื่อกำหนดองค์ประกอบ

1.1.1.3 การศึกษาสนาม (Field Study)

2.1 วิธีการวิจัย และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1.1 วิธีการวิจัย

ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาภาคสนาม เพื่อรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นทั้งองค์กรและบุคคล และข้อมูลจากการค้นพบในภาคสนาม นำไปศึกษาวิเคราะห์ และสังเคราะห์รูปแบบการรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม ด้วยกระบวนการทางการศึกษานอกระบบโรงเรียน

2.2 เครื่องมือในการศึกษาวิจัย

เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลการวิจัยภาคสนาม ผู้วิจัยกำหนดข้อมูลที่รวบรวมเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนแรกเป็นส่วนข้อมูลพื้นฐาน ได้แก่ ข้อมูลพื้นฐาน สภาพทั่วไป ประวัติ และความเป็นมาของสถานประกอบการ ส่วนที่ 2 เป็นส่วนของข้อมูลที่เจาะลึก ได้แก่รูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม และรูปแบบของความรับผิดชอบต่อสังคม

2.2.1 ตัวผู้วิจัย ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกระบวนการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการทุกคน และทำการสังเกตปรากฏการณ์ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการที่เกิดขึ้นในแต่ละรายกรณีศึกษา โดยผู้วิจัยยึดมั่นถึงความไม่มีอคติใดๆ และใช้จริยธรรมของนักวิจัยในการดำเนินการ

2.2.2 ข้อมูลและเอกสาร ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูล จากเอกสาร และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับกรณีศึกษาทั้ง 3 กรณีที่ได้คัดเลือก เช่น บทความต่างๆ ประวัติ สภาพทั่วไป การพัฒนาบุคลากร และกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของแต่ละรายกรณีศึกษา เพื่อจัดทำเป็นข้อมูลพื้นฐาน และข้อมูลที่เจาะลึก ในการศึกษาวิเคราะห์ประกอบกับผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อสังเคราะห์รูปแบบส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม

2.2.3 แบบสังเกต โดยจัดทำเป็นแบบบันทึกข้อมูลภาคสนาม ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมไว้ล่วงหน้า โดยอาศัยกรอบแนวคิดการวิจัยนำทางในการสังเกตปรากฏการณ์ต่างๆ ที่มองเห็น ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการสังเกต ใช้เสริมและเพิ่มเติมข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสารและการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์ในขั้นต่อไป โดยแนวทางปฏิบัติที่ใช้สำหรับการสังเกตกรณีศึกษาประกอบด้วย

- 1) สภาพทั่วไปของบริษัทที่เป็นตัวอย่าง อาทิ การบริหารจัดการ และปฏิสัมพันธ์ของสมาชิก ตามแต่ละกรณีศึกษา
- 2) สังเกตกระบวนการเรียนรู้ของแต่ละกรณีศึกษาตัวอย่าง อาทิ การพบปะสนทนา การดำเนินกิจกรรมต่างๆ การฝึกอบรมของสมาชิกตามแต่ละกรณีศึกษา เนื้อหาสาระของการสนทนาหรือฝึกอบรม ปฏิบัติการสนทนาหรือการสนองตอบในขณะที่รับการฝึกอบรม และสังเกตปรากฏการณ์ที่ปรากฏ

อยู่ของร่องรอยกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมในสถานประกอบการ เช่น กิจกรรมที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมที่ดำเนินการอยู่ ข้อมูลหรือภาพต่างๆ เครื่องมือหรือวัตถุวิเศษ เพื่อใช้ประกอบการเรียนรู้ เช่น ความคิดเห็นต่อการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม ผลงานที่ได้จากกิจกรรมที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

3) สังเกตผลผลิตที่เกิดขึ้นตามแต่ละกรณีศึกษา

2.2.4 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้วิจัยจัดทำเครื่องมือในการวิจัย เป็นแบบสัมภาษณ์ ให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน (ภาคผนวก ก) ได้ตรวจสอบความรู้ ความเข้าใจ ความครอบคลุม และให้คำแนะนำเกี่ยวกับความเหมาะสม ความถูกต้องของเครื่องมือ ก่อนนำมาวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยสำหรับรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) โดยกำหนดศึกษาผู้ให้ข้อมูลเป็น 2 ระดับ ได้แก่ 1) ผู้ประกอบการ เจ้าของ ผู้นำ หรือผู้มีอำนาจตัดสินใจสูงสุดของสถานประกอบการ ในแต่ละกรณีศึกษา เป็นการศึกษาหน่วยวิเคราะห์ในระดับปัจเจกบุคคล (Individual Unit) 2) พนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบุคลากร การเรียนรู้ในสถานประกอบการ กระบวนการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม และกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม แต่ละกรณีศึกษาจำนวน 5-7 คน เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อให้สามารถวิเคราะห์ข้อมูลทั้งในรูปแบบของเอกสาร ตลอดจนข้อเขียน และคำพูดที่ได้จากการสัมภาษณ์ หรือสนทนา ตลอดจนความหมายทางภาษาโดยตรงจากเอกสารหรือตัวบท และความหมายทางความรู้สึก หรือวิเคราะห์นัยที่แอบแฝงอยู่ ซึ่งรวมถึงการตีความและนัยทางบริบทหรือสภาพแวดล้อมประกอบข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์ด้วย (นิสา ชูโต, 2545) โดยผู้วิจัยได้บูรณาการ วงจรการเรียนรู้ (Learning Cycle) ของ Mezirow (1991) ขั้นตอนการเรียนรู้เพื่อปรับเปลี่ยนมโนทัศน์ Mezirow (2000) รูปแบบของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผู้ประกอบการของ Philip & Nancy (2005) และ แนวทางในการปฏิบัติสำหรับการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมโดยองค์กรธุรกิจเข้มทิศธุรกิจเพื่อสังคม (2550) โดยแบบสัมภาษณ์มีองค์ประกอบดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน

1. ประวัติและระดับการศึกษาของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ
2. ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในบริษัทของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ
3. หน้าที่ความรับผิดชอบในปัจจุบันของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ
4. สภาพทั่วไป ประวัติและความเป็นมาของสถานประกอบการ

ส่วนที่ 2 รูปแบบการเรียนรู้เพื่อการพัฒนาจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม

1. ข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับการศึกษานอกระบบโรงเรียน
2. ข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ในสถานประกอบการ

3. ข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้เพื่อพัฒนาจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม
4. ข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม

ส่วนที่ 3 ลักษณะของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ตามแนวทางในการปฏิบัติสำหรับการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมโดยยึดตามแนวทางขององค์กรธุรกิจเข้มทิศธุรกิจเพื่อสังคม (2550)

1. การกำกับดูแลกิจการที่ดี
2. การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม
3. การเคารพสิทธิและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม
4. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค สินค้า และ/หรือบริการของธุรกิจ
5. การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม
6. การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม
7. การเผยแพร่วัฒนธรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม
8. การจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

โดยคำถามในการสัมภาษณ์ในส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 ผู้วิจัยได้ออกแบบคำถามในการสัมภาษณ์ให้มีลักษณะที่มีการบูรณาการเกี่ยวเนื่องเชื่อมโยงระหว่างกันทั้ง 2 ส่วน

2.2.5 อุปกรณ์บันทึกภาพ และบันทึกเสียง ผู้วิจัยได้ใช้กล้องถ่ายรูป และเครื่องบันทึกเสียง เพื่อบันทึกภาพผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) สภาพทั่วไป และกิจกรรมที่เกิดขึ้นในแต่ละกรณีศึกษา และทำการบันทึกเสียงสำหรับเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ประกอบการจดบันทึกของผู้วิจัย

2.2.6 การตรวจสอบเครื่องมือ ผู้วิจัยได้นำประเด็นคำถามสำหรับแนวทางในการสัมภาษณ์ และสังเกต เสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และผู้ทรงคุณวุฒิ (Expert Judgment) จำนวน 5 ท่าน (ภาคผนวก ก) ซึ่งมีประสบการณ์ และผลงานด้านการศึกษานอกระบบ โรงเรียน การเรียนรู้ในสถานประกอบการ การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม ธรรมชาติ ได้ตรวจสอบ ความรู้ ความเข้าใจ และความครอบคลุม และให้คำแนะนำเพื่อให้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีความถูกต้อง เหมาะสม และครบถ้วนสมบูรณ์ สำหรับใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2.3 การเก็บข้อมูลภาคสนาม

ในการศึกษาภาคสนามผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกกรณีศึกษาที่เหมาะสมตามข้อ 2.1.1.1 ในการศึกษาวิจัยแล้ว ผู้วิจัยได้ประสานขอความอนุเคราะห์ผู้บริหารของแต่ละกรณีศึกษา ในการจัดเก็บข้อมูลทั้ง 3 กรณีศึกษา ได้แก่

กรณีศึกษาที่ 1 บริษัท เอเชีย ฟริชชีน จำกัด นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี

กรณีศึกษาที่ 2 บริษัท แพน เอเชีย อุตสาหกรรม จำกัด นิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง

กรุงเทพมหานคร

กรณีศึกษาที่ 3 บริษัท สยามแอสต จำกัด อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามทั้ง 3 กรณีศึกษาด้วยตนเอง ตามขั้นตอนดังนี้

2.3.1 แนะนำตัวเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ในแต่ละกรณีศึกษา โดยผู้วิจัยได้ประสานขอหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการจัดเก็บข้อมูลจากคณะกรรมการ เพื่อเสนอต่อผู้บริหารของแต่ละกรณีศึกษา โดยในกรณีศึกษาที่ 1 ผู้วิจัยมีโอกาสร่วมกับผู้บริหารซึ่งได้รับเชิญเป็นวิทยากรในการสัมมนาด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ ผู้วิจัยจึงได้แนะนำตัวกับผู้บริหารกรณีศึกษา ซึ่งผู้บริหารท่านดังกล่าวได้กรุณาตอบรับ และมอบนามบัตรแก่ผู้วิจัย เพื่อประสาน นัดหมาย กรณีศึกษาที่ 2 ผู้วิจัยได้ประสานติดต่อกับกรณีศึกษาโดยตรง และได้รับความอนุเคราะห์ในการให้ความร่วมมือในการศึกษาวิจัย ในกรณีศึกษาที่ 3 ผู้วิจัยได้รับความกรุณาจากผู้ใหญ่ที่นับถือ ซึ่งเป็นผู้รู้จักผู้บริหารของกรณีศึกษาดังกล่าวได้กรุณาแนะนำให้ผู้วิจัยได้ประสานขอความอนุเคราะห์ และได้รับความอนุเคราะห์ในการให้ความร่วมมือแก่ผู้วิจัย โดยผู้วิจัยได้เข้าทำการเก็บข้อมูลภาคสนามจากทั้ง 3 กรณีศึกษาระหว่างวันที่ 18 สิงหาคม พ.ศ. 2553 จนถึงวันที่ 12 มกราคม พ.ศ. 2554 เมื่อผู้วิจัยเข้าไปในสถานประกอบการในแต่ละรายกรณีศึกษา ผู้วิจัยได้ดำเนินการดังต่อไปนี้

1) ผู้วิจัยได้ประสานนัดหมายกับผู้บริหาร และสถานประกอบการในแต่ละรายกรณีศึกษา ขอความอนุเคราะห์นำผู้วิจัยเข้าไปในสถานประกอบการ เพื่อสังเกตสภาพทั่วไปก่อนเป็นการปูพื้นและพบปะบุคลากรของสถานประกอบการนั้นๆ เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย รวมทั้งขอความอนุเคราะห์ในการกำหนดรายชื่อผู้ให้ข้อมูลสำคัญตามเกณฑ์ที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้เบื้องต้น

2) เมื่อเข้าไปในสถานประกอบการที่เป็นกรณีศึกษาแล้ว ผู้วิจัยได้เข้าพบกับผู้บริหารของกรณีศึกษานั้น ผู้วิจัยได้ทำการแนะนำตัวเอง และชี้แจงวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์จากผู้บริหารในทุกกรณีศึกษาโดยการสละเวลาในการให้สัมภาษณ์ และอนุญาตให้ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์พนักงานผู้ปฏิบัติหน้าที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบุคลากร การเรียนรู้ในสถานประกอบการ กระบวนการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม และกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ตลอดจนการร่วมสังเกตกิจกรรมที่เกี่ยวข้องดังกล่าว เพื่อเก็บและรวบรวมข้อมูลตลอดเวลาที่ทำการศึกษาวิจัย

3) ก่อนการเริ่มสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทุกคน ผู้วิจัยได้แนะนำตนเอง และชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัยในรายละเอียด ซึ่งได้แก่ ผู้วิจัยมาทำอะไร เวลาที่ใช้ นำผลการศึกษาไปเพื่อดำเนินการอะไรและอย่างไร ทำไมจึงเลือกกรณีศึกษานี้ ประโยชน์ของงานวิจัยนี้ รวมทั้งขออนุญาตฉบับที่กั้นเนื้อหาการให้สัมภาษณ์ การบันทึกเสียง การถ่ายภาพ และการทบทวนผลสัมภาษณ์ ตลอดจนการสรุปผลการสัมภาษณ์ให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้รับทราบและตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

4) ในการปิดการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ขอบคุณผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พร้อมทั้งได้แจ้งให้ทราบว่าผู้วิจัยจะนำผลการสัมภาษณ์ไปดำเนินการวิเคราะห์กระบวนการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมในสถานประกอบการ และขอความอนุเคราะห์จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการทำการตรวจสอบความถูกต้อง

ของผลการวิเคราะห์ ซึ่งผู้วิจัยจะใช้เวลาในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญตั้งแต่การแนะนำตัวจนกระทั่งปิดการสัมภาษณ์ ระยะเวลาประมาณ 120-150 นาที จำนวน 3-5 ครั้ง

5) ในแต่ละกรณีศึกษาผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในส่วนที่เป็นผู้บริหาร 3 ครั้ง ครั้งแรก เพื่อสร้างความสัมพันธ์ ทำความรู้จักคุ้นเคย และสัมภาษณ์เกี่ยวกับสภาพทั่วไปของกิจการ ครั้งที่ 2 เพื่อสัมภาษณ์ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาตามแบบสัมภาษณ์ (ดูภาคผนวก ก) และครั้งที่ 3 เพื่อสัมภาษณ์ในประเด็นที่เกี่ยวข้อง และในประเด็นที่ผลการสัมภาษณ์ครั้งที่ 1 และ 2 อาจยังไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ สำหรับการสนทนากลุ่ม ในแต่ละกรณีศึกษาผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในส่วนที่เป็นพนักงาน 1 ครั้ง เพื่อสัมภาษณ์เกี่ยวกับสภาพทั่วไปของกิจการ และประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาตามแบบสนทนากลุ่ม (ดูภาคผนวก ก) และทำการสัมภาษณ์เชิงลึกในประเด็นที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากผลการสนทนากลุ่มอาจยังไม่ครบถ้วนสมบูรณ์

2.3.2 การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) การรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้เลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) โดยพิจารณาจาก (1) ผู้บริหารหรือเจ้าของตามแต่ละรายกรณีศึกษา (2) พนักงาน บุคลากร ผู้เกี่ยวข้อง มีความรู้ มีประสบการณ์ และมีส่วนเกี่ยวข้องการพัฒนาบุคลากร การเรียนรู้ในสถานประกอบการ กระบวนการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม และกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ตามแนวทางของ Patton (1990) ซึ่งในแต่ละกรณีศึกษามีความชัดเจนในตัวผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาบุคลากร การเรียนรู้ในสถานประกอบการ กระบวนการเสริมสร้างจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม และกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่แล้ว ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) แบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยแบ่งผู้ให้ข้อมูลสำคัญเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ (1) ผู้ประกอบการ เจ้าของ ผู้บริหาร ผู้นำ หรือผู้มีอำนาจตัดสินใจสูงสุดของสถานประกอบการในแต่ละกรณีศึกษา (2) พนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบุคลากร การเรียนรู้ในสถานประกอบการ กระบวนการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม และกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในแต่ละกรณีศึกษา ได้แก่ พนักงานจาก ฝ่ายบริหาร ฝ่ายบริหาร และพัฒนาทรัพยากรบุคคล ฝ่ายกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ตลอดจนฝ่ายอื่นๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการกิจกรรมดังกล่าว (ภาคผนวก ก)

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและการตรวจสอบข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ตามแนวทางของ ชัยนัฏวรรธนะภูติ (2537) ผู้วิจัยได้นำเอาข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าวิจัย มาจัดกระทำให้เป็นระบบและหาความหมาย แยกแยะองค์ประกอบ รวมทั้งเชื่อมโยงและหาความสัมพันธ์ของข้อมูล เพื่อให้สามารถนำไปสู่ความเข้าใจต่อการดำรงอยู่และการเปลี่ยนแปลงของปรากฏการณ์ที่ศึกษา โดยมีกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลตามองค์ประกอบหลัก 2 ประการ คือ (1) การจำแนกและจัดระบบข้อมูลเพื่อให้เข้าใจถึงความหมายและความสัมพันธ์ของปรากฏการณ์จากทัศนะของผู้ถูกวิจัย (Native's Category) การวิเคราะห์ข้อมูลในความหมายนี้ จึงเป็นการจัดหมวดหมู่ของข้อมูล หาแบบแผน ความหมายและความสัมพันธ์ของ

ปรากฏการณ์ภายใต้บริบททางสังคม และวัฒนธรรมที่ศึกษา และทำความเข้าใจกับความหลากหลายและความแตกต่างของข้อมูลที่เกี่ยวข้องรวมมา (2) การหาความสัมพันธ์ของข้อมูล แยกแยะเงื่อนไขเพื่ออธิบายสาเหตุความสัมพันธ์ รวมทั้งเป็นการอธิบายการเกิดขึ้น การดำรงอยู่และการเปลี่ยนแปลงของปรากฏการณ์ที่ศึกษา และผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยเริ่มทำพร้อมๆ กับการเก็บรวบรวมข้อมูล และกระทำพร้อมๆ กันไปตลอดระยะเวลาของการเก็บรวบรวมข้อมูล (ชาย โปธิสิตา, 2549)

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวทางดังกล่าว โดยเริ่มวิเคราะห์ข้อมูลตั้งแต่ครั้งแรกที่เข้าพื้นที่ ซึ่งผู้วิจัยได้บูรณาการข้อมูลจากการวิจัยในขั้นตอนที่ 1 นำมาตรวจสอบ เพื่อเป็นการสอบถามข้อมูลที่ได้รับการเก็บข้อมูลภาคสนาม โดยการถอดความความจากเครื่องบันทึกเสียง และแบบสังเกตกระบวนการเรียนรู้ของแต่ละกรณีศึกษาตัวอย่าง อาทิ การพบปะสนทนากันกิจกรรมต่างๆ การฝึกอบรมของสมาชิกในแต่ละกรณีศึกษา เนื้อหาสาระของการสนทนาหรือฝึกอบรม ปฏิบัติการสนทนาหรือการสนองตอบในขณะที่รับการฝึกอบรม เข้าด้วยกัน

ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบข้อมูลตามแนวทางของ Guba & Lincoln (1989) ซึ่งระบุเกณฑ์ในการพิจารณาความน่าเชื่อถือ (Trustworthiness) ของงานวิจัยเชิงคุณภาพไว้ 4 ประเด็น คือ (1) ความเชื่อถือได้ (Credibility) หมายถึง ความสอดคล้องของข้อมูล และการตีความของผู้วิจัยกับความเป็นจริงของผู้ให้ข้อมูลและนักวิจัย (2) การถ่ายโอนผลการวิจัย (Transferability) ซึ่งการถ่ายโอนผลการวิจัยเป็นความสามารถอ้างผลการวิจัยไปยังสภาพการณ์ในบริบทที่คล้ายคลึงกัน โดยใช้กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Selection) การหาข้อสนเทศในทุกๆ ด้านอย่างครบถ้วน หาข้อมูลของแนวคิดที่สร้างขึ้น เพื่อสร้างแนวทางอันอาจทำให้เกิดการถ่ายโอนผลวิจัยไปสู่บริบทอื่นๆ ที่คล้ายคลึงกันได้ Sandelowsk (1986) (3) การพึ่งพากับเกณฑ์อื่น (Dependability) หมายถึงการที่ผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับแนวคิด หรือกรอบทฤษฎีที่มีอยู่ (แน่นน้อย ย่านวาริ, 2545) (4) การยืนยันผล (Comfirmability) หมายถึง ความสามารถในการยืนยันผลอันเกิดจากข้อมูล ซึ่ง Guba (1981) ได้เสนอแนะให้ใช้วิธีการสะท้อนคิด (Reflection) ในทุกขั้นตอนของการวิจัย โดยอาจสะท้อนคิดร่วมกับทีมวิจัย (Member Checking) เพื่อให้การมองปัญหาของผู้วิจัยมีความชัดเจน หรืออาจทดสอบผลการศึกษาที่ได้และการตีความข้อมูลด้วยการให้ผู้ให้ข้อมูลได้ตรวจสอบ (Guba & Lincoln, 1985)

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลภาคสนามเริ่มจากข้อมูลพื้นฐานที่เกี่ยวกับบริบททางกายภาพของแต่ละรายกรณีศึกษาทั้ง 3 กรณีศึกษา และข้อมูลที่ได้จากการศึกษาภาคสนาม ด้วยการสังเกต และการสัมภาษณ์เชิงลึกในส่วนของการพัฒนาการของการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม ศึกษาวิเคราะห์วิจัยรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม และเพื่อศึกษาวิเคราะห์กระบวนการการก่อเกิดจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นการวิจัยเพื่อศึกษาหาองค์ความรู้มาใช้ในการพัฒนารูปแบบ และยุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยกระบวนการทางการศึกษานอกระบบโรงเรียน และทำการ

พัฒนา สรุป และสังเคราะห์เป็นรูปแบบแบบของกรณีศึกษาทั้ง 3 กรณี เป็นตัวแทนของรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมในบริบทไทย ซึ่งจะมีลักษณะของรูปแบบที่มีความแตกต่างกันไปตามบริบทของแต่ละผู้ประกอบการ

การวิจัยในระยะที่ 2 พัฒนารูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ

จากผลการการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาระยะที่ 1 อันประกอบด้วยรูปแบบแบบของกรณีศึกษาทั้ง 3 กรณีที่ได้สรุปและสังเคราะห์ขึ้น ผู้วิจัยได้ทำการศึกษารูปแบบแบบของกรณีศึกษาทั้ง 3 กรณี โดยเน้นศึกษาในประเด็นร่วมที่สำคัญของทั้ง 3 กรณีศึกษาที่ปรากฏในรูปแบบของแต่ละกรณีที่ได้สังเคราะห์ขึ้น และนำประเด็นร่วมที่สำคัญดังกล่าวมาพัฒนาและสรุปผล เพื่อทำการสังเคราะห์เป็นรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผู้ประกอบการ และนำรูปแบบจากการสังเคราะห์ดังกล่าวไปพัฒนายุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ และนำเสนอรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผู้ประกอบการ แก่ผู้ทรงคุณวุฒิ (Connoisseurship) จำนวน 7 ท่าน ที่มีประสบการณ์ และผลงานด้านการศึกษานอกระบบโรงเรียน การเรียนรู้ในสถานประกอบการ ธรรมชาติ การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม และกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อทำการตรวจสอบ และประเมินในการวิจัยร่วมกับยุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการที่จัดทำขึ้นในระยะที่ 3

การวิจัยในระยะที่ 3 นำเสนอยุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ

การวิจัยในระยะนี้แบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอนคือ

ขั้นตอนที่ 1 การพัฒนายุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย (1) การกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) (2) การกำหนดพันธกิจ (Mission) (3) การกำหนดเป้าประสงค์ เพื่อการพัฒนา (Goal) (4) การกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategy Issue) และ (5) กำหนดกลยุทธ์การพัฒนา (Strategy) ยุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ

ขั้นตอนที่ 2 การตรวจสอบ รูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ และยุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ

ขั้นตอนที่ 1 การพัฒนายุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ

ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้นำรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผู้ประกอบการมาทำการศึกษาวิเคราะห์ประกอบกับข้อมูลการศึกษาในขั้นตอนที่ 1 เพื่อจัดทำยุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผู้ประกอบการ ซึ่งผู้วิจัยได้จัดทำยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผู้ประกอบการ และสถานประกอบการต่างๆ สามารถไปปรับใช้ดำเนินการตามบริบทของตนเองอย่างเหมาะสม

1.1 การวิเคราะห์ศักยภาพเพื่อประเมินสถานภาพการพัฒนา

ผู้วิจัยนำข้อมูลจากผลการศึกษาในขั้นตอนที่ 1 และขั้นตอนที่ 2 มาทำการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT Analysis) โดยการวิเคราะห์ (1) จุดแข็ง (Strength-S) และ (2) จุดอ่อน (Weakness-W) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน ส่วนการวิเคราะห์ (3) โอกาส (Opportunity-O) และ (4) อุปสรรค (Threat-T) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

1.2 การจัดทำยุทธศาสตร์ (Strategic Planning)

ผู้วิจัยนำข้อมูลจากผลการวิเคราะห์ศักยภาพ เพื่อประเมินสถานภาพการพัฒนา เป็นข้อมูลในการจัดทำยุทธศาสตร์ (Strategic Planning) เพื่อจัดทำยุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ สำหรับเป็นแนวทางในกระบวนการตัดสินใจเพื่อกำหนดทิศทาง การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการในอนาคต โดยกำหนดสภาพการณ์ในอนาคตที่ต้องการบรรลุ และกำหนดแนวทางในการบรรลุสภาพการณ์ที่กำหนดบนพื้นฐานข้อมูลที่รอบด้านอย่างเป็นระบบ และคำนึงถึงทั้งสภาพการณ์ที่ต้องการให้เกิด ศักยภาพ หรือขีดความสามารถ และการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมต่างๆ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และสิ่งแวดล้อม

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามกระบวนการการวางแผนยุทธศาสตร์ (Strategic Planning Processes) ดังขั้นตอนต่อไปนี้

1.2.1 กำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) หมายถึง สภาพการณ์ที่เราปรารถนาให้เกิดขึ้นในอนาคต (ต้องการเป็นอะไร)

1.2.2 กำหนดภารกิจหลัก หรือพันธกิจ (Mission) หมายถึง ขอบเขตของบทบาทหน้าที่หลัก ที่จำเป็นต้องการบรรลุวิสัยทัศน์ว่า ต้องทำอะไรถึงจะบรรลุวิสัยทัศน์ การกำหนดพันธกิจ สามารถทำได้โดย นำภารกิจ หรือหน้าที่ความรับผิดชอบต่อ มาเป็นแนวทาง ทั้งนี้ ผู้จัดทำต้องกำหนด ให้ชัดเจนว่าพันธกิจแต่ละข้อมีความหมายครอบคลุมขอบเขตแค่ไหน และแต่ละข้อมีความแตกต่างกันอย่างไร เพื่อให้การจัดทำแผนยุทธศาสตร์ในขั้นตอนต่อไปเป็นไปอย่างสะดวก และถูกต้อง

1.2.3 กำหนดเป้าประสงค์หรือจุดมุ่งหมายเพื่อการพัฒนา (Goal) หมายถึงการระบุสภาพที่ต้องการให้สำเร็จว่า ทำเพื่อให้เกิดอะไร ถึงจะบรรลุวิสัยทัศน์ ในการกำหนดจุดมุ่งหมายเพื่อการพัฒนา จะต้องกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จของการปฏิบัติงานด้วย

1.2.6 กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategy Issue) หมายถึงประเด็นหลักที่ต้องคำนึงถึง ต้องพัฒนา ต้องมุ่งเน้น ประเด็นยุทธศาสตร์นี้ สามารถทำได้โดยการนำพันธกิจแต่ละข้อมาพิจารณาว่า ในพันธกิจแต่ละข้อนั้น หน่วยงานต้องการดำเนินการในประเด็นใดเป็นพิเศษ และหลังจากได้ดำเนินการดังกล่าวเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ต้องการให้เกิดผลการเปลี่ยนแปลงในทิศทางใด ทั้งนี้ ในการจัดทำประเด็นยุทธศาสตร์ของแต่ละหน่วยงานนั้น

1.2.5 กำหนดกลยุทธ์ (Strategy) หรือแนวทางการพัฒนา สิ่งที่หน่วยงานจะดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ โดยกลยุทธ์นี้ จะกำหนดขึ้นจากการพิจารณาปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Critical Success Factors) เป็นสำคัญ กล่าวคือ ต้องพิจารณาว่าในการที่จะบรรลุเป้าประสงค์ข้อหนึ่งๆ นั้น มีปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อความสำเร็จ และเราจำเป็นต้องทำอะไร จึงจะไปสู่จุดนั้นได้

ยุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ ที่จัดทำขึ้นจะเป็นแนวทางในการ (1) การออกแบบแผนงาน/โครงการ (2) การนำแผนงาน/โครงการไปปฏิบัติ (3) การติดตามและการประเมินผล เพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ เป็นการแปลงวิสัยทัศน์อันเป็นนามธรรมไปสู่ความเป็นรูปธรรม โดยแผนงานและโครงการต่างๆ ที่เกิดจากแนวทางกลยุทธ์ที่กำหนด มีกระบวนการปฏิบัติงานและควบคุม เพื่อให้องค์การบรรลุเป้าหมายตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ วัดผลโดยการตั้งค่าเป้าหมาย และกำหนดตัวชี้วัดระดับความสำเร็จ มีกระบวนการควบคุม ติดตามและประเมินผล เพื่อให้การบริหารยุทธศาสตร์เกิดประสิทธิภาพ และให้ประสิทธิผลสูงสุด

ขั้นตอนที่ 2 การตรวจสอบ รูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ และยุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้นำเสนอยุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ แก่อาจารย์ที่ปรึกษา และผู้ทรงคุณวุฒิ (Connoisseurship) จำนวน 7 ท่าน ที่มีประสบการณ์ และผลงานด้านธรรมาภิบาล การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม การเรียนรู้ในสถานประกอบการ การสร้างเสริมสุขภาวะในสถานประกอบการ และกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (ภาคผนวก ก) เพื่อทำการตรวจสอบและประเมิน

2.1 การคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิ (Connoisseurship)

ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อทำการตรวจสอบ และประเด็นการตรวจสอบรวมทั้งเกณฑ์การพิจารณาผลการตรวจสอบของผู้ทรงคุณวุฒิ ดังนี้

2.1.1 เกณฑ์การคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิ ประกอบด้วย

1) เป็นผู้ที่มีผลงานทางวิชาการในด้านการศึกษานอกระบบโรงเรียน ด้านธรรมาภิบาล ด้านการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม การเรียนรู้ในสถานประกอบการ การสร้างเสริมสุขภาพในสถานประกอบการ และกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

2) เป็นผู้มีบทบาท และประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 5 ปี ในด้านการศึกษานอกระบบโรงเรียน ด้านธรรมาภิบาล ด้านการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม การเรียนรู้ในสถานประกอบการ การสร้างเสริมสุขภาพในสถานประกอบการ และกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

2.2 การวิเคราะห์และตรวจสอบข้อมูล

2.2.1 ประเด็นการตรวจสอบของผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้วิจัยได้นำเสนอรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมตามกระบวนการออกแบบจัดทำ และยุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยกระบวนการทางการศึกษานอกระบบโรงเรียนตามแนวคิดและทฤษฎีที่ได้พัฒนาขึ้น โดยมีลักษณะการจัดองค์ประกอบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมตามรายกรณีศึกษา ตามรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผู้ประกอบการที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดทำรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม ตามแบบจำลองหรือส่วนย่อยของปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่ได้ศึกษาและพัฒนาขึ้นมา เพื่อถ่ายทอดความคิด ความเข้าใจ และจินตนาการ ถึงปรากฏการณ์ หรือเรื่องราว ให้ปรากฏในลักษณะของการสื่อสาร เป็นแบบจำลอง เป็นแบบอย่าง เป็นแผนผัง หรือแบบแผนของการดำเนินการอย่างหนึ่งอย่างใด รูปแบบขั้นตอนของการจัดกระบวนการตามแนวทางการศึกษานอกระบบโรงเรียนให้ผู้ประกอบการมีการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้นจากสภาพเดิมภายหลังจากเรียนรู้ ทำความเข้าใจ กระบวนการส่งเสริมจิตสำนึก ภายใต้อารมณ์รูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกต่อสังคม เพื่อให้เกิดความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีคิด วิธีการปฏิบัติและนำไปใช้ในการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ

ผู้วิจัยได้นำเสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 7 ท่าน ได้พิจารณา โดยผู้วิจัยได้นำรูปแบบที่พัฒนาขึ้นไปเสนอเป็นรายบุคคล และหลังจากนั้นผู้วิจัยได้เข้าพบผู้ทรงคุณวุฒิแต่ละท่าน เพื่อรับทราบผลการพิจารณาตรวจสอบ และข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงผลการวิจัยให้สมบูรณ์ขึ้น โดยได้กำหนดประเด็นในการตรวจสอบของผู้ทรงคุณวุฒิไว้ 4 ประการคือ

1) ความเหมาะสมของรูปแบบและองค์ประกอบของรูปแบบที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น

2) ความเป็นไปได้ในการนำรูปแบบที่ได้พัฒนาขึ้นไปประยุกต์ใช้
ผู้ประกอบการทั่วไปเพื่อส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม

3) ความเป็นไปได้ในการนำยุทธศาสตร์ที่ได้พัฒนาขึ้นไปประยุกต์ใช้
โดยทั่วไปในการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม

4) ประโยชน์ในเชิงวิชาการต่อการกำหนดยุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึก
ความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยกระบวนการทางการศึกษานอกระบบโรงเรียนตามแนวคิดและทฤษฎี เพื่อให้
ทั้งผู้ประกอบการ บุคคลทั่วไป ชุมชน และสังคมในระดับต่างมีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มขึ้น

2.2.2 เกณฑ์การพิจารณาผลการตรวจสอบของผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์เพื่อ
พิจารณาผลการตรวจสอบของผู้ทรงคุณวุฒิในประเด็นต่างๆ โดยใช้ความเห็นมากกว่ากึ่งหนึ่งของ
ผู้ทรงคุณวุฒิเป็นเกณฑ์ ดังนี้

1) ประเด็นที่ผู้ทรงคุณวุฒิเห็นด้วย จำนวน 4 ท่านขึ้นไป ผู้วิจัยยืนยันนำเสนอ
ตามรูปแบบ และยุทธศาสตร์ที่เสนอ

2) ประเด็นที่ผู้ทรงคุณวุฒิไม่เห็นด้วย ผู้วิจัยทำการการปรับปรุงแก้ไข และ
เพิ่มเติมตามที่ผู้ทรงคุณวุฒิได้เสนอแนะไว้

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนารูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผู้ประกอบการ: การศึกษาแบบพหุกรณี เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ศึกษาวิเคราะห์รูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการเพื่อสร้างรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ จากการศึกษาเอกสาร ข้อมูลจากสื่อต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง การวิจัยภาคสนาม และใช้เทคนิคการสัมภาษณ์ การสังเกต การสนทนากลุ่ม และการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้วิจัยได้แบ่งขั้นตอนการนำเสนอผลที่ได้จากการศึกษาออกเป็น แบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์รูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการในบริบทไทย

ตอนที่ 2 ผลการพัฒนา รูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ

ตอนที่ 3 ผลการนำเสนอยุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ

โดยตอนที่ 1 เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยทำการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1 ตอนที่ 2 เป็นการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 2 และตอนที่ 3 เป็นการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 3 ปรากฏผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์และสรุปรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการในบริบทไทยจากการศึกษาพหุกรณี

กรณีศึกษาที่ 1 ผู้ประกอบการ บริษัท เอเชีย พรีซิชั่น จำกัด (มหาชน)

1.1 บริบทของกรณีศึกษาที่ 1

1.1.1 ข้อมูลของสถานประกอบการ

1.1.1.1 สภาพทั่วไปของสถานประกอบการ

บริษัท เอเชีย พรีซิชั่น จำกัด (มหาชน) ตั้งอยู่ ณ เลขที่ 700/331 หมู่ที่ 6 ตำบล คอนหัวพ้อ อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี 20000 จากเส้นทางสายบางนา-ตราด กิโลเมตรที่ 57 ทางเข้านิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร หรือจากเส้นทางมอเตอร์เวย์บนทางหลวงระหว่างเมือง หมายเลข 7 สายกรุงเทพมหานคร-ระยอง และเลี้ยวออกจากเส้นทางบริเวณทางออกอำเภอพนัสนิคม มุ่งไปยังนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร ซึ่งเต็มไปด้วยโรงงานอุตสาหกรรมมากมาย และส่วนใหญ่เป็นโรงงานของบริษัทต่างชาติ ในซอยสุวรรณวิจิตร 1 ของนิคมฯ มีบริษัทของคนไทยซึ่งประกอบกิจการผลิตชิ้นส่วนอะไหล่สำหรับยานยนต์บนพื้นที่ 15 ไร่ สภาพภายนอกบริษัท ไม่ต่างจากโรงงานทั่วไปที่ตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร ประกอบด้วย อาคารโรงงาน 4 อาคาร และอาคารอเนกประสงค์อีก 1 อาคาร อาคาร 1 ตั้งอยู่ส่วนหน้าสุดของบริษัท เป็นที่ตั้งของสำนักงานผู้บริหาร ฝ่ายการตลาด ฝ่ายธุรการ ฝ่ายการเงินและบัญชี และฝ่ายการผลิตที่ 1 อาคาร 2 อยู่ติดกันกับอาคาร 1 เป็นที่ตั้งของฝ่ายควบคุมคุณภาพ (QA และ QC) ฝ่ายซ่อมบำรุง และฝ่ายการผลิตที่ 2 ถัดจากอาคาร 1 และ 2 เป็นอาคารอเนกประสงค์ เป็นที่ตั้งของฝ่ายพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (HROD) ห้องเรียนรู้พระบรมราโชวาท 2 ห้อง ห้องคาราโอเกะ มุมหนังสือและคอมพิวเตอร์ และร้านอาหาร ชั้นที่ 2 ของอาคารนี้เป็นที่ตั้งของโรงอาหาร และห้องนอนสำหรับพักผ่อน มีลานกิจกรรมสำหรับเข้าแถวเคารพธงชาติ ทำกิจกรรมสันทนาการ และกีฬา อยู่บริเวณด้านหน้าของอาคารอเนกประสงค์ อาคาร 3 เป็นที่ตั้งของฝ่ายผลิตในส่วนของงานขึ้นรูปชิ้นส่วน และคลังสินค้าสำเร็จรูปที่รอการจัดส่ง สำหรับอาคาร 5 ซึ่งเป็นอาคารสุดท้ายเป็นที่ตั้งของฝ่ายการผลิตในส่วนของงานเตรียมวัตถุดิบก่อนเข้าสายการผลิต และคลังวัตถุดิบ

1.1.1.2 กิจวัตรของสถานประกอบการ

กิจวัตรประจำวันของบริษัทเริ่มต้นด้วยด้วยการเข้าแถวเคารพธงชาติ ณ ลานกิจกรรม ของพนักงานทุกคน ทำกายบริหาร ทำสมาธิ แล้วให้กำลังใจ และแบ่งปันความรักแก่กัน โดยการจับมือ มองตา และกล่าวคำพูดที่ดีให้แก่กัน หลังจากนั้นเป็นการอัญเชิญพระบรมราโชวาทในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว มาทำให้พนักงานได้ศึกษาเรียนรู้สร้างความเข้าใจเป็นการแสดงออกซึ่งความสำนึกในพระมหากรุณาธิคุณในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทำให้ผู้บริหารและพนักงานสามารถน้อมเอาพระราชดำริสเป็นไปแนวทางในการปฏิบัติงาน การดำรงชีวิต และตอบแทนคุณแผ่นดิน จากนั้นเป็นการพูดคุยของผู้บริหารในเรื่องต่างๆ ทั้งที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน การดำรงชีวิต และการทำความดีเพื่อตอบแทนสังคม ทดแทนคุณแผ่นดิน และแสดงออกซึ่งความจงรักภักดีและสำนึกในพระมหากรุณาธิคุณในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เป็นเวลาสามสิบนาทีถึงหนึ่งชั่วโมง ก่อนที่จะเริ่มทำงานในช่วงเช้ากระทั่งเวลา 12.00 น. ซึ่งเป็นเวลาพักรับประทานอาหารกลางวัน โดยในช่วงเวลา 10.00 น. มีการพักย่อยเป็นเวลา 10 นาที ในช่วงพักรับประทานอาหารกลางวัน พนักงานจะได้ข้าวหุงสำเร็จโดยไม่เสียเงิน และกับข้าวในราคาถูกลง หลังจากรับประทานอาหารกลางวันแล้วพนักงานสามารถพักผ่อน โดยมีการจัดห้องสำหรับนอนพักผ่อนติดเครื่องปรับอากาศ สามารถผ่อนคลายด้วยการร้องเพลงในห้องคาราโอเกะ อ่านหนังสือหรือใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ในบริเวณมุมหนังสือและคอมพิวเตอร์ ทำกิจกรรมสันทนาการ หรือเล่นกีฬาในลานกิจกรรม ในการทำงานช่วงบ่ายจะมีเวลาพัก

ย่อยเป็นเวลา 10 นาทีในช่วงเวลา 15.00-15.30 น. แล้วทำงานต่อกระทั่งเวลาเลิกงาน 17.00 น. ซึ่งจะมีการทำงานล่วงเวลาเพิ่มเติมตั้งแต่เวลา 17.30 น. กระทั่งเวลา 20.00 น. พนักงานที่ปฏิบัติงานในภาคกลางคืนจึงเข้ามาปฏิบัติงานต่อกระทั่งเวลา 24.00 น. จึงหยุดพักเป็นเวลาหนึ่งชั่วโมง แล้วทำงานต่อจนกระทั่งเวลา 05.00 น. เช่นเดียวกับพนักงานที่ปฏิบัติงานในภาคกลางวันคือมีการหยุดพักย่อยครั้งละ 10 นาที ทั้ง 2 ช่วงการทำงาน และทำงานล่วงเวลาตั้งแต่เวลา 05.30 ถึง 08.00 น. โดยพนักงานที่ปฏิบัติงานทั้งภาคกลางวัน และภาคกลางคืนจะมีการสลับเปลี่ยนการทำงานในแต่ละภาคครั้งละ 1 สัปดาห์ โดยมีเวลาในการปฏิบัติงานคือวันจันทร์ถึงวันเสาร์ และหยุดทำงานในวันเสาร์วันเสาร์

1.1.1.3 ลักษณะเฉพาะของสถานประกอบการ

ภายในองค์กรมีการส่งเสริมให้หัวหน้างานและผู้บริหารทุกคนได้ศึกษา พระบรมราโชวาทของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และนำมาถ่ายทอดให้ที่ประชุมฟังถึงข้อคิดที่ตนประทับใจ และตั้งใจจะยึดถือปฏิบัติ อีกทั้งบริษัทยังจัดให้พนักงาน ได้เรียนรู้ **ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง** เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติในชีวิตประจำวัน เรื่องราวที่สำคัญของ บริษัทฯ ทั้งจากคำบอกเล่าของคณะผู้เชี่ยวชาญ และจากสื่อมวลชนแขนงต่างๆ ได้แก่ การให้ความสำคัญเรื่อง คน การพัฒนาคนให้เป็นคนดีมีคุณภาพ และความมุ่งมั่นในการประกอบธุรกิจอย่างมีคุณธรรม อีกกิจกรรมหนึ่งที่ปลูกฝังคุณธรรมคือ **โครงการปฏิบัติธรรม** บริษัทอนุญาตให้พนักงานเข้าปฏิบัติธรรมกับยุวพุทธิกสมาคมหลักสูตร 8 วัน และ 3 วัน โดยไม่นับเป็นวันลา บริษัทจัดให้พนักงานที่เกิดในแต่ละเดือนได้ทำบุญใส่บาตรร่วมกันที่โรงงานทุกเดือน และในโอกาสวันสำคัญทางศาสนา มีการนิมนต์พระสงฆ์มาบรรยายธรรมะให้พนักงานฟัง รวมทั้งรณรงค์งดเหล้าเข้าพรรษาพร้อมกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) เป็นประจำทุกปี รางวัลและเกียรติคุณที่เกี่ยวข้อง โดยเป็นสถานประกอบการที่ได้รับเลือกจากศูนย์คุณธรรม (องค์การมหาชน) ในกำกับของกระทรวงวัฒนธรรมให้เป็นสถานประกอบการต้นแบบคุณธรรมคู่กำไร และเป็นสถานประกอบการที่ได้รับเกียรติบัตรโครงการส่งเสริมสถานประกอบการร่วมพลังสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นสุขอย่างยั่งยืน กรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม โดยบริษัทได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิต และการจัดการสิ่งแวดล้อมจากหน่วยงานชั้นนำระดับโลก หลายหน่วยงานรวมถึงรางวัลต่าง ๆ อีกมากมาย จากภาครัฐและเอกชน ปัจจุบันมีคณะศึกษาดูงานได้ไปเยี่ยมชมบริษัทฯ ที่นิคมอุตสาหกรรมอมตะนครแล้วมากกว่า 200 คณะ

1.1.1 ข้อมูลของผู้ประกอบการ

1.1.1.1 ประวัติของผู้ประกอบการ

กรรมการผู้อำนวยการ บริษัท เอเชีย พีริซัน จำกัด (มหาชน) อภิชาติ การุณกรสกุล ชาวกรุงเทพฯ เกิดเมื่อปี พ.ศ. 2506 เป็นบุตรคนโตในจำนวนพี่น้องทั้งหมด 6 คน ซึ่งน้องๆ ของอภิชาติส่วนใหญ่

ทำงานในบริษัทด้านการเงินและหลักทรัพย์ บิดาของอภิชาติเป็นชาวไทยเชื้อสายจีนประกอบธุรกิจเป็น
เจ้าของโรงงานผลิตอาหารสัตว์ โดยทำการผลิตอาหารสัตว์ขายส่งให้กับเครือเจริญโภคภัณฑ์ (CP Group)

“...คุณพ่อเป็นคนจีน ค้าขายมีกิจการส่วนตัว ทำพวกอาหารสัตว์ ปลาป่นซึ่งเป็นอาหาร
สัตว์ ตอนนี้อยู่ยังทำอยู่ คุณพ่อก็ให้คุณอาคุณแฉะ คุณพ่อก็ยังกำกับอยู่ แต่ไม่ได้ไปดูแลโรงงาน คุณแม่ก็ช่วยงาน
มาตลอด คุณแฉะๆ ครอบครัว ทุกวันนี้ก็ยังเรียกว่าก็อยู่กับครอบครัว คือ คุณพ่อคุณแม่ก็แยกไปมีบ้าน คือ
อย่างนี้ เด็กๆ นี้อยู่ตั้งแต่ ครอบครัวที่บ้านอยู่ที่กล้วยน้ำไท โรงหมู คุณปู่เป็นคนทำโรงหมูที่กล้วยน้ำไท คุณ
พ่อก็ช่วยงานคุณปู่จนกระทั่งมาทำกิจการปลาป่นเองก็ย้ายมาอยู่ที่อุรุพงษ์ เป็นห้องแถวแล้วเป็นออฟฟิศไป
ด้วย บ้านก็อยู่ที่นั่น ทุกวันนี้ผมก็อยู่ที่นั่น คุณพ่อคุณแม่ พี่น้องก็อยู่ที่นั่น จนกระทั่งมาซื้อบ้านที่ศรีนครินทร์
ทิ้งไว้จนกระทั่ง 10 ปีถึงได้ย้ายมาอยู่ แต่คุณพ่อยังไปที่อุรุพงษ์ทุกวัน เพราะออฟฟิศอยู่ที่นั่น แต่ทุกวันนี้ก็ถือ
ว่าใกล้ชิด เจอกันตลอด...” (อภิชาติ การุณกรสกุล, กรรมการผู้อำนวยการ, สัมภาษณ์, 5 มกราคม 2554)

ความสัมพันธ์ในครอบครัวเป็นครอบครัวที่อบอุ่น มีความครบถ้วนสมบูรณ์ ความอบอุ่น
ของครอบครัวสร้างความรู้สึกผูกพันเป็นตัวแปรที่ทำให้สมาชิกในครอบครัวดำเนินชีวิตได้อย่างปกติสุข
อภิชาติจบการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาจากโรงเรียนอัสสัมชัญ วิทยาลัยสาขากการตลาด จาก
มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ และระดับปริญญาโทสาขาการเงิน จาก University of Washington มลรัฐวอชิงตัน
ประเทศสหรัฐอเมริกา ในปี พ.ศ. 2530 อภิชาติสำเร็จการศึกษา และกลับมาประเทศไทย ด้วยบิดาของอภิชาติ
เป็นคนทันสมัยจึงประสงค์ให้บุตรธิดาทุกคนได้เล่าเรียนในระดับสูงสุด เมื่อสำเร็จการศึกษาไม่จำเป็นต้อง
กลับมาทำงานให้ครอบครัว แต่ให้ออกไปหางานทำกันเอง และเรียนรู้ประสบการณ์จากโลกภายนอก
กระทั่งสามารถสร้างกิจการของในวิถีของตัวเองได้ในที่สุด อภิชาติจึงได้เริ่มต้นประสบการณ์การทำงานกับ
สถาบันการเงินชั้นนำระดับโลกคือ ธนาคารซิตี้แบงก์เป็นเวลา 3 ปี จึงได้ออกไปเป็นผู้บริหารโครงการและ
การเงินเพื่อช่วยเหลือซึ่งเป็นผู้ประกอบการในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ขนาดใหญ่ในช่วงปี พ.ศ.
2533 เป็นช่วงเวลาที่ยุทธภพนี้อยู่ในยุคขาขึ้น เป็นระยะเวลา 3 ปี ต่อมาได้เริ่มบทบาทการเป็นผู้ประกอบการ
ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ด้วยการพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียมระดับกลาง บนที่ดินของบิดาจำนวน 2
โครงการ สามารถขายโครงการได้หมดและประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี ในช่วงปี พ.ศ. 2537 อภิชาติพบว่า
ตลาดอสังหาริมทรัพย์เป็นธุรกิจที่มีผู้ประกอบการเกิดขึ้นได้ง่ายและมีจำนวนมาก มีการแข่งขันและความ
เสี่ยงสูงมาก จึงพยายามมองหาธุรกิจอื่นในการลงทุน ในขณะที่นั้นอุตสาหกรรมยานยนต์อยู่ในช่วงขาขึ้น
ความขาดแคลนผู้ผลิตชิ้นส่วนที่มีคุณภาพ และเป็นจังหวะเดียวกับที่มีญาติกับลูกน้องของเพื่อนอีกทีหนึ่ง
เสนอโครงการเพื่อหาผู้ลงทุน โดยทีมงานนี้เป็นทีมงานอยู่ในโรงกลึงขนาดกลาง และต้องการมีกิจการเป็น
ของตนเอง จึงสนใจหาผู้ลงทุน กอปรกับตัวเขาเองก็กำลังมองหาธุรกิจอื่นอยู่แล้ว และเมื่อพิจารณาถึงความ
เป็นไปได้ทางการตลาด จากแนวโน้มอุตสาหกรรมโดยรวมที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง และโอกาสจากการ
สนับสนุนของภาครัฐ จึงตัดสินใจลงทุนในลักษณะโครงการทดลอง กิจการขณะเริ่มต้นมีสภาพขณะเริ่มต้น
เป็นโรงกลึงขนาดเล็กมีที่ตั้งในอาคารพาณิชย์อยู่ในอำเภอบางพลี สมุทรปราการ และเจริญก้าวหน้ากระทั่ง
ย้ายมาอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมอมตะ จังหวัดชลบุรี และยกสถานะกิจการเป็นบริษัทมหาชนในปัจจุบัน

1.1.1.2 ความเชื่อ คำสอนทางศาสนา คำสอนของบิดา มารดา และครอบครัว

อภิชาติมีความเชื่อส่วนตัว อันเป็นหลักคิดในเรื่องของธรรมชาติของมนุษย์ และได้นำมาปรับใช้ในการดูแลพนักงานดังนี้

“...หลักคิด ข้อหนึ่งคือ ทุกคนมีความตั้งใจจะเป็นคนดี แล้วก็พร้อมจะเป็นคนดี ถ้าปัจจัยแวดล้อมส่งเสริม แต่ในขณะที่เดียวกันต้องยอมรับว่าคนส่วนใหญ่ไม่ได้มีความเข้มแข็งจากภายในด้วยตนเองมากเพียงพอ ที่จะขับเคลื่อนตัวเองไปในทางที่เหมาะสมภายใต้กระแสสังคม เศรษฐกิจ ปัจจุบัน เพราะฉะนั้นถ้าเอาสองเรื่องนี้บวกกัน หนึ่งเป็นความเชื่อถ้าเอาความดีที่มี แต่อันที่สอง ก็ เข้าใจความไม่เข้มแข็งเพียงพอ และก็กระเสาะไรพวกนี้ เพราะแนวทางของเราก็คือ เรามีเป้าหมายอยู่แล้วว่า ต้องการที่จะทั้งพัฒนาคน และก็สร้างให้เป็นคนดี ก็ต้องเข้าใจข้อเท็จจริงข้อนี้ ก็ต้องดูแลพนักงานของเรา ซึ่งเค้าเป็นทั้งลูกเป็นทั้งน้อง มันหมายถึงว่าเราต้องใส่ใจลงไปในเชิงลึก เหมือนกับการที่เราใส่ใจลูกใส่ใจน้องเรา ถึงจะพัฒนาเค้าได้จริงๆ เพราะถ้าเราทำเพียงผิวเผินมันเปลี่ยนแปลงอะไรไม่ค่อยได้ มันพัฒนาอะไรไม่ค่อยได้ แต่ถ้าถามความคิดใหญ่ๆ มุมมองผู้คนของเรา ก็จะนำมาเกิดวิถีทางที่เรานำมาปฏิบัติกับผู้คนของเรา...” (อภิชาติ การุณกรสกุล, กรรมการผู้อำนวยการ, สัมภาษณ์, 5 มกราคม 2554)

ในช่วงปี พ.ศ. 2541 ศ.น.พ อุดมศิลป์ ศรีแสงนาม ได้แนะนำให้อภิชาติไปปฏิบัติธรรมกับคุณแม่สิริ กรินชัย ที่ยุวพุทธิกสมาคม เป็นการปฏิบัติธรรมครั้งแรกในชีวิตของตัวผู้ประกอบการว่า

“...เป็น 8 วันที่มีประโยชน์และสำคัญที่สุดในชีวิตเลยก็ว่าได้ เปลี่ยนชีวิต เปลี่ยนความคิด ... จากเดิมที่มุ่งแต่ตัวคุณค่าของตัวเองจากจำนวนเงินทองที่หาได้จากการทำงานทำธุรกิจ ทำได้มากก็รู้สึกภูมิใจ ในความสามารถ มีความสุข ทำไม่สำเร็จก็ท้อใจหมดกำลังใจ ต่ำหนีดตัวเองต่ำหนิคคนอื่น ... พอได้อยู่กับตัวเองอย่างสงบ ได้ฟังเรื่องราวของความสุขจากการไม่ต้องอยากมีอยากได้ ความสุขจากการให้โดยไม่หวังสิ่งตอบแทน เรื่องราวของความกตัญญู โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความกตัญญูของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวต่อสมเด็จพระย่า รวมถึงความรักความห่วงใยของพระองค์ที่มีต่อพสกนิกรผู้ยากไร้ในท้องถิ่นทุรกันดารทั่วประเทศ... มุมมองความคิดเกี่ยวกับเป้าหมายและความหมายของการมีชีวิตอยู่ก็ได้เปลี่ยนไปอย่างสิ้นเชิง ...ความคิดเกี่ยวกับพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ความกตัญญูต่อในหลวงและการปฏิบัติตามพระบรมราโชวาท ก็มาจากจุดตรงนี้ เพียงแต่มาส่งผลเป็นการถือปฏิบัติ อย่างเป็นรูปธรรมในภายหลัง ที่สำคัญ ยังไม่เคยมีโอกาสเข้าใจถึงความหมายของ กตัญญู ในความหมายที่กว้างขึ้น อันไม่ได้จบเฉพาะพ่อแม่ ภายใต้บรรยากาศและจิตใจที่มีความสงบจากการปฏิบัติสมาธิ อันเป็นแรงผลักดันให้เกิดความตั้งใจ ในการแบ่งเบาพระราชภาระ ด้วยการทำความดีให้มากขึ้น ทำอย่างเต็มกำลังในกรอบที่สามารถทำได้ ดำเนินการพัฒนาเรื่อย ๆ มา เพื่อมุ่งสู่ปรัชญาขององค์กร มุ่งสร้างคนดี แทนคุณแผ่นดิน...” (สุนัยคุณธรรม, 2552)

1.1.1.3 ลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการ

อภิชาติมีลักษณะเฉพาะซึ่งสะท้อนถึงความมีเมตตาจากการที่ไคเติบโตมาในครอบครัวใหญ่ที่ไคเห็นพ่อแม่ ปู่ย่า ญาติผู้ใหญ่ ทำบุญทำทานอยู่เสมอ พื้นฐานความเห็นอกเห็นใจผู้อื่นที่ยากลำบากจึงมีอยู่ในจิตใจตลอดเวลา เพียงแต่มีมุมมองว่า

“...ธุรกิจก็เป็นเรื่องของธุรกิจ การทำบุญช่วยเหลือผู้อื่นเป็นเรื่องชีวิตส่วนตัวอยู่กับคนละส่วน...” (ศูนย์คุณธรรม, 2552)

จากความคิดที่เคยแยกส่วนเช่นนี้หลังจากไคเผชิญกับวิกฤติเศรษฐกิจและไคมีโอกาสไปปฏิบัติธรรม ตลอดจนความพยายามในการรักษากิจการให้อยู่รอด พร้อมไปกับการไคมีโอกาสใกล้ชิดกับพนักงานมากยิ่งขึ้น ทำให้ปัจจุบันไคเปลี่ยนแนวคิดเป็นตรงกันข้ามคือ

“...ธุรกิจต้องดูแลตัวเองได้อย่างเข้มแข็งและต้องสร้างคุณประโยชน์ให้กับผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายอย่างเหมาะสมเป็นธรรมไปพร้อมๆ กัน ธุรกิจต้องดูแลสังคมทั้งในวงแคบใกล้ตัวและวงกว้างใกล้ตัวอย่างเต็มกำลัง จึงจะแสดงถึงคุณค่าที่แท้จริงของการมีอยู่ของธุรกิจนั้นๆ...” (ศูนย์คุณธรรม, 2552)

1.1.1.4 สถานการณ์ซึ่งส่งผลกระทบต่ออย่างสำคัญ

วิกฤตเศรษฐกิจปี พ.ศ. 2540 นั้นเกิดจากการที่ธนาคารแห่งประเทศไทยได้นำเงินทุนสำรองระหว่างประเทศไปใช้รักษาเสถียรภาพค่าเงินบาท และในที่สุดก็ไม่สามารถรักษาเสถียรภาพค่าเงินบาทไว้ได้จนทำให้รัฐบาลในขณะนั้น ต้องประกาศลดค่าเงินบาทโดยทันทีซึ่งส่งผลกระทบต่อผู้นำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ ผู้ที่กู้เงินจากต่างประเทศ และระบบเศรษฐกิจโดยรวม แม้ว่าการลงทุนกิจการบริษัทด้วยเงินทุนของครอบครัว แม้ว่าจะไม่มีปัญหาหนี้สินจากเงินกู้ แต่ก็ไม่สามารถหลีกเลี่ยงผลกระทบดังกล่าวได้ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมยานยนต์ที่คำสั่งซื้อจากลูกค้ากลุ่มนี้ลดลงไปทันทีถึง 70% ในขณะที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ในอุตสาหกรรมเดียวกันต้องลดกำลังการผลิต ลดจำนวนวันทำงาน ลดจำนวนพนักงาน หรือบางรายอาจต้องเผชิญปัญหาในขั้นรุนแรงจนต้องปิดกิจการลงอันเนื่องจากขาดสภาพคล่องทางการเงินและขาดทุนต่อเนื่อง แต่บริษัทสามารถประคับประคองกิจการให้ขาดทุนน้อยที่สุดโดยไม่ปลดพนักงานออกพยายามลดและประหยัดค่าใช้จ่ายต่างๆ และลดเงินเดือนเฉพาะกลุ่มผู้บริหารลงทันทีตามสัดส่วนที่ลดหลั่นกันไป เพื่อประคองสถานการณ์ แต่อุตสาหกรรมผลิตสินค้าเพื่อการส่งออกกลับได้รับประโยชน์โดยตรงจากค่าเงินบาทที่อ่อนตัว ทำให้ลูกค้ารายหนึ่งที่ผลิตชิ้นส่วน Printer เพื่อการส่งออก ไคพยายามหันมาสั่งซื้อผลิตภัณฑ์จากบริษัท ในสัดส่วนเพิ่มมากขึ้นเพื่อทดแทนการนำเข้าชิ้นส่วนจากต่างประเทศ พร้อมไปกับการเข้ามาช่วยพัฒนาระบบการบริหารคุณภาพจนเป็นที่ยอมรับและไว้วางใจจนกระทั่งเป็นลูกค้าหลักของบริษัท โดยมีสัดส่วนถึงร้อยละ 60 ของยอดขายรวมของบริษัทในปลายปี พ.ศ. 2541 และเป็นรายได้สำคัญในช่วงเวลานั้น ทั้งนี้ถือได้ว่าวิกฤติเศรษฐกิจดังกล่าวเป็นโอกาสแห่งการเปลี่ยนแปลงองค์กรสู่ความแข็งแกร่งที่เพิ่มมากขึ้น

ในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจนั้น แนวคิดในการดำเนินกิจการของบริษัทไม่ได้แตกต่างจากผู้ประกอบการโดยทั่วไปที่มุ่งแสวงหากำไรสูงสุดเป็นที่ตั้ง แต่ช่วงเวลาดังกล่าวเกิดเหตุการณ์หลายอย่างอันเป็นเงื่อนไข หรือปัจจัยเกี่ยวข้องซึ่งกันและกัน นับตั้งแต่ภาวะที่เริ่มรู้ว่า เวลาลำบากเข้าตาจนมันเป็นอย่างไร ในขณะที่ประสบการณ์ที่ผ่านมามีแต่ภาพความสำเร็จ อภิชาติจึงเกิดความรู้สึกในขณะนั้นว่า พนักงานบางส่วนขององค์กรซึ่งแต่เดิมอาจเหลวไหลอยู่บ้าง ในช่วงภาวะวิกฤตความเหลวไหลดังกล่าวก็หายไปโดยปริยาย อาจเนื่องจากเขาารู้ตัวว่า ถ้าเขาเหลวไหลมาก ลูกพี่อาจไม่เอาไวและทางเลือกข้างนอกก็ไม่ค่อยมีบรรยากาศในการทำงานเวลานั้นเป็นช่วงเวลาที่ทุกคนมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกัน ในองค์กรมากขึ้น ในขณะที่ก่อนหน้านี้มีความสัมพันธ์กันแบบนายจ้างและลูกจ้าง ลูกจ้างก็ทำไป นายจ้างก็ดูไป ในช่วงดังกล่าว บริษัทได้ทำการสื่อสารด้วยรูปแบบต่างๆ ให้พนักงานได้รับรู้สถานการณ์ของบริษัทด้วยการติดขอรอยทุกสัปดาห์ เพื่อให้ได้รับรู้ความเป็นไปขององค์กร และเกิดความสนใจในความอยู่รอดขององค์กรร่วมกัน และข้อมูลดังกล่าวยังสื่อสารให้พนักงานทราบจนถึงปัจจุบันด้วยรูปแบบการสื่อสาร พร้อมกับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเปรียบเทียบที่พัฒนาเพิ่มขึ้น

เมื่อมีเวลาว่างในการทำงานจึงทำการปรับปรุงโรงงาน ด้วยการเริ่มทำโครงการ 5 ส. เป็นเรื่องแรก และในช่วงนั้นรัฐบาลออกมาตรการที่จะช่วยชุบชีวิตอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมหลายโครงการ โดยส่วนใหญ่เป็นโครงการที่ส่งที่ปรึกษาเข้ามาช่วยปรับปรุงคุณภาพงานและการบริหาร ซึ่งทางบริษัทก็ขอเข้ารับการสนับสนุนแทบทุกโครงการ เริ่มจากการขอรับการสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินเพื่อขอการจัดทำระบบมาตรฐานการผลิต ISO 9002 โดยภาครัฐให้การสนับสนุนจำนวน 50% ของค่าใช้จ่าย ทำให้บริษัท เอเชีย ฟริชชีน จำกัดเป็นโรงงานขนาดเล็กของคนไทยกลุ่มแรกๆ ที่ได้รับการรับรอง

นอกจากการได้เรียนรู้จากที่ปรึกษาภายนอกของทีมบริหารและพนักงานบางส่วนแล้ว ยังได้มีการจัดการอบรมเรื่อง การจัดการการเพิ่มผลผลิตพื้นฐานทั่วไปให้กับพนักงานทั้งหมด โดยอภิชาติได้ซื้อหนังสือ เตรียมแผ่นใส และสอนให้กับพนักงานเป็นกลุ่ม ๆ ละ 6-7 คนในช่วงตอนเย็นหลังเลิกงานจนครบทุกคน โดยเน้นความคิดในการจัดการและการปรับปรุงงาน อธิบายให้พนักงานให้เข้าใจและลองไปประยุกต์ใช้ อภิชาติย้ำถึงความสำคัญของเหตุการณ์ครั้งนั้นว่า

“...จุดนี้เป็นความสัมพันธ์ในระดับส่วนตัว ในอดีต เราไม่เคยมี... ตรงนี้ จึงเป็นเรื่องสำคัญ เพราะปฏิสัมพันธ์ก็เพิ่มมากขึ้น มันไม่ได้ Train อย่างเดียว แต่การได้ถามไถ่ทุกข์สุข และงาน เขาเองก็ได้เห็นว่าลูกพี่ที่แต่ก่อนได้เห็นในระยะไกลๆ ตอนนี้เป็นระยะประชิด ไม่กลับบ้าน นั่งพูดคุยกันและสอนเขา ในชีวิตของเขาก็อาจไม่มีใครสอนอย่างนี้ แม้เนื้อหาการสอนจะเป็นเรื่องพื้นๆ แต่กลับเป็นจุดทำให้รับรู้ชีวิตพนักงานมากขึ้นด้วย เวลาเราลำบากเรารู้เรื่องราวความลำบากของคนอื่นได้ง่ายขึ้น เพราะตอนเราสบายมันนึกไม่ค่อยออกหรอกว่า ความลำบากมันเป็นอย่างไร แต่พอเราลำบาก แค่นี้เรายังทุกข์ใจขนาดนี้เลย แล้วลูกน้องเราจะทุกข์ใจขนาดไหน...” (ศูนย์คุณธรรม, 2552)

1.1.2 พฤติกรรมความมีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม

1.1.2.1 การกำกับดูแลกิจการที่ดี

องค์กรมีการกำกับดูแลกิจการที่ดีและถูกพัฒนาต่อยอดให้ดียิ่งขึ้น จากการเปลี่ยนสถานะเป็นบริษัทมหาชนจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ โดยผู้ประกอบการจัดระบบบริหารจัดการขององค์กรให้มีประสิทธิภาพ มีความโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้ เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นและความมั่นใจต่อผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน ผู้มีส่วนได้เสีย และผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย และนำไปสู่การประกอบธุรกิจที่เติบโตอย่างยั่งยืนและมีธรรมาภิบาล

1.1.2.2 การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม

องค์กรมีการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม ด้วยการดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ตรงไปตรงมา มีความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ด้วยการวางแนวทางการปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม โดยมีคณะกรรมการตรวจสอบทำหน้าที่กำกับดูแลและตรวจสอบการบริหารงาน การควบคุมภายใน การบริหารความเสี่ยง และธรรมาภิบาล รวมทั้งการจัดทำรายงานทางการเงิน เพื่อให้การปฏิบัติงานและการเปิดเผยข้อมูลขององค์กรเป็นไปอย่างโปร่งใสและน่าเชื่อถือ ด้วยการสนับสนุนของผู้ประกอบการที่กล่าวว่า

“...ทั้งลูกค้าและคู่ค้า หัวใจอย่างหนึ่งคือ 1 ต้องซื่อสัตย์จริงใจต่อกัน ต่างฝ่ายต่างซื่อสัตย์จริงใจต่อกัน 2 ก็คือต้องมีความเป็นธรรมต่อกันอยู่เสมอ อันที่ 3 ก็คือ ให้เกียรติซึ่งกันและกัน หัวใจก็จะอยู่ตรงนี้ ถ้าทำสิ่งนี้ได้ สิ่งที่เราพยายามทำ ก็ถือว่าคบกันได้ในระยะยาว...” (อภิชาติ การุณกรสกุล, กรรมการผู้อำนวยการ สัมภาษณ์, 5 มกราคม 2554)

1.1.2.3 การเคารพสิทธิและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม

องค์กรถือว่าพนักงานเป็นปัจจัยสำคัญ ให้ความสำคัญต่อสิทธิของพนักงาน และปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรมตามบรรทัดฐานสากล จัดเตรียมสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัยและถูกสุขลักษณะตามกฎหมาย หรือระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้องให้กับพนักงาน และดำเนินการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องให้พนักงานมีคุณภาพชีวิตที่ดี และได้มีโอกาสแสดงศักยภาพ ตลอดจนได้รับโอกาสในการฝึกฝนและเพิ่มพูนทักษะในการทำงาน ด้วยการดูแลเอาใจใส่ของผู้ประกอบการดังกล่าวที่ว่า

“...เราให้ความสำคัญในเรื่องการดูแลพนักงานอย่างใส่ใจ ที่โรงงานของเรา ความสุขเริ่มต้นที่การปลูกฝังคุณธรรมให้อยู่ในจิตใจของทุกคนอยู่เสมอ โดยเรามุ่งที่จะสร้างคนในองค์กรให้หันมายึดประโยชน์ร่วมกัน มีความเสียสละ และมุ่งช่วยเหลือซึ่งกันและกัน...” (อภิชาติ การุณกรสกุล, กรรมการผู้อำนวยการ สัมภาษณ์, 5 มกราคม 2554)

ทำให้เกิดโครงการที่เกี่ยวข้อง อันเป็นโครงการที่ดำเนินการภายในองค์กรดังนี้

- โครงการ “เอเชีย อาสา” (เลิกเหล้า บุหรี่ การพนัน) เป็นโครงการที่รณรงค์ให้ผู้คนทุกคนมุ่งทำความดีถวายในหลวงด้วยการ “ละอบายมุข” ๓ อย่างได้แก่ เหล้า บุหรี่ และการพนัน (หวย) โดยบริษัทจะสมทบเงินในกองทุน “เอเชีย... ช่วยเหลือสังคม” ทุกเดือนตามจำนวนที่พนักงานลงชื่อโดยบริษัทบริจาคเงินจำนวน ๓๐ บาทต่อทุกลายเซ็นของพนักงาน เข้ากองทุนในนามของผู้ลงชื่อนั้นๆ ในปี พ.ศ. ๒๕๕๐ ที่ผ่านมามีผู้คนลงชื่อละอบายมุข เฉลี่ยเดือนละ ๖๐๐ ชื่อ หรือคิดเป็นจำนวนพนักงานโดยประมาณ ๒๐๐ คน เท่ากับร้อยละ ๕๐ ของพนักงานทั้งหมดในปีนั้น
- โครงการส่งเสริมการปฏิบัติธรรม เป็นกิจกรรมที่อนุญาตให้ผู้คนเข้าปฏิบัติธรรมกับยุวพุทธิกสมาคม (หลักสูตร ๘ วัน และ ๓ วัน) โดยไม่นับเป็นวันลา ทั้งยังสนับสนุนสิ่งอำนวยความสะดวกให้และในบางปียังได้จัดกิจกรรมการปฏิบัติธรรมในโรงงานอีกด้วย ช่วยทำให้ผู้คนได้รับโอกาสนี้เพราะเขาไม่เคยคิดว่าในชีวิตจะได้ปฏิบัติธรรม และหลายคนที่เข้าร่วมได้มีจิตใจที่สงบ ลดการใช้อารมณ์ ความหงุดหงิดต่างๆ ลงไปได้บ้าง และแน่นอนว่าผลที่เกิดขึ้นย่อมไม่เกิดกับตัวเขา แต่ผู้คนเมื่อได้ทราบก็ย่อมร่วมโมทนาบุญนั้นด้วยเช่นเดียวกัน

1.1.2.4 ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค สินค้า และ/หรือบริการของธุรกิจ

นโยบายขององค์กรในการแสดงความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค เป็นไปตามที่ผู้ประกอบการชี้แจงว่า

“...เรามีนโยบายที่พึงปฏิบัติต่อลูกค้า ข้อแรกให้ความเสมอภาคและเป็นธรรม บนพื้นฐานของการได้รับผลตอบแทนที่เป็นธรรมของทั้งสองฝ่าย ข้อสอง ปฏิบัติตามสัญญา และเงื่อนไขต่างๆ ที่ตกลงกันไว้อย่างเคร่งครัด หากไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขข้อใดข้อหนึ่ง จะรีบแจ้งให้ลูกค้า ทราบโดยเร็ว เพื่อหาแนวทางแก้ไขร่วมกัน...” (อภิชาติ การุณกรสกุล, กรรมการผู้อำนวยการ สัมภาษณ์, 5 มกราคม 2554)

1.1.2.5 การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม

องค์กรร่วมรับผิดชอบต่อในการพัฒนา ชุมชน และสังคมโดยรวม เพื่อให้ องค์กรสามารถเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนตามการพัฒนาของสังคม ถือเป็นหน้าที่หลักในการให้ความสำคัญกับกิจกรรมของชุมชนและสังคม โดยมุ่งเน้นให้เกิดการพัฒนาสังคม ชุมชน สิ่งแวดล้อม ทำนุบำรุงศาสนา สร้างสรรค์ และอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ รวมทั้งสนับสนุนการศึกษาแก่เยาวชน และสนับสนุนกิจกรรมสาธารณประโยชน์แก่ชุมชนที่ด้อยโอกาส ให้เป็นชุมชนที่เข้มแข็ง พึ่งพาตนเองได้ ภายใต้การสนับสนุนของผู้ประกอบการ ด้วยการจัดให้มีโครงการและกิจกรรมสนับสนุนดังนี้

- โครงการกองทุนพัฒนาบ้านเกิดของพนักงาน โดยพนักงานสามารถเขียนโครงการขอรับทุน เพื่อไปทำสาธารณประโยชน์ให้กับท้องถิ่นบ้านเกิดของตนเอง ทุนละ ๓,๐๐๐ บาท จำนวน ๘๐ ทุน ในแต่ละปี

- โครงการ เสริมกำลังใจ...ให้คนดี ด้วยการการมอบเงินเพื่อเป็นการเสริมกำลังใจ และ สนับสนุนให้คนทำความดีในพื้นที่ชุมชนต่างๆ ทั่วประเทศ เป็นผู้อุทิศตัวเสียสละทำงานเป็นประโยชน์ต่อสังคม โดยทางองค์กรร่วมกับพนักงานจะมอบเงินให้เดือนละ 2,500 บาท (1,000 บาท เพื่อช่วยค่าครองชีพ และ 1,500 บาท เพื่อสนับสนุนกิจกรรมโครงการที่ทำอยู่ในชุมชน)

- โครงการ ขวบน้ำหยอดเหรียญ แนวคิดมาจากการศึกษา คูงาน มูลนิธิ พุทธจริย ประเทศไต้หวัน ซึ่ง ท่านธรรมอาจารย์ ผู้นำของมูลนิธิฯ ได้เริ่มเชิญชวนกลุ่มแม่บ้าน ร่วมใจกันเสียสละ บริจาคเงินใส่กระบอกไม้ไผ่ คนละเล็กคนละน้อย บริจาคทุกวัน (เน้นให้ทำทุกวัน) แม้ว่าบางคนเกรงว่าจะลืม จึงประสงค์จะขอบริจาคครั้งละมากๆ เพื่อว่ามีบางวันที่ลืมบริจาค ท่านธรรมอาจารย์ ได้แนะนำว่าให้ บริจาคทุกวัน บริจาค ไม่ต้องมาก เพียงวันละเล็กน้อย ตามกำลังที่สามารถทำได้ ซึ่งเน้นให้บริจาคทุกวัน เพราะ ต้องการให้ทำความดีทุกวัน จึงเป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่แสดงออกถึงความเสียสละของพนักงาน โดยช่วยกัน สละเงินตามกำลังความสามารถ และความศรัทธาที่จะหยอดเงินลงในขวดน้ำ เพื่อรวบรวมเงินเป็น ทุนการศึกษาแก่เด็กด้อยโอกาส ช่วยเหลือเด็กนักเรียนในเขตพื้นที่จังหวัดชลบุรีที่องค์กรอาศัยอยู่ เป็นแหล่ง ทำมาหากิน จึงต้องตอบแทนเท่าที่ดูแลกันได้

1.1.2.6 การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

องค์กรมุ่งส่งเสริมและปลูกฝังจิตสำนึกทางด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและ สิ่งแวดล้อม ให้เป็นวิถีดำเนินชีวิตประจำวันของพนักงาน เพื่อประโยชน์ของทุกคนรวมทั้งชุมชนและสังคม โดยรวม องค์กร สนับสนุนให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสม และลดการใช้ของสิ้นเปลือง

“...อย่างในเรื่องการดูแลสิ่งแวดล้อมเหมือนกัน ในความหมายของผมคือ ที่จริงเราจะบ่มเพาะจิตสำนึกดี ให้เกิดขึ้นในจิตใจคน เรามีความเชื่อว่าเป็นที่คือความดีงาม คือเรารู้ว่า คนที่มีความเสียสละ คือ คนที่เป็นคนดี แต่จะทำอย่างไรให้มันเกิดขึ้นจริง คือการฝึกฝน แต่ในด้านการดูแลสิ่งแวดล้อม ผมว่า สมมติ เราจะทิ้งขยะลงพื้น ถ้าเรามีความสำนึกว่าอย่าเลยมันสกปรก พื้นที่มีประโยชน์กับเรา เราอยู่ได้เพราะพื้นดินนี้มีบุญคุณกับเรา เราอย่าไปทำลายมันเลย เพราะฉะนั้นเรามีจิตสำนึก ความดีมันเกิดขึ้นแล้วในจิตใจ แล้วมัน จะทำเรื่องอื่นได้อีกมากมายถ้ามันเกิดขึ้นในจิตใจแล้ว...” (สัมฤทธิ์ สว่างคำ, Senior HROD Manager สัมภาษณ์, 5 มกราคม 2554)

โดยการจัดทำ

- โครงการรณรงค์เรื่องโลกร้อน เป็นการรณรงค์ส่งเสริมปลูกจิตสำนึกในการดูแล สิ่งแวดล้อม ด้วยการให้ความรู้อย่างต่อเนื่อง ในกระบวนการผลิตพยายามใช้วัสดุต่างๆ ที่ไม่เป็นอันตรายและ

ก่อนมลภาวะ และพยายามซ่อมแซมอุปกรณ์ต่างๆ ตลอดจน ดัดแปลงการใช้งาน แทนการซื้อใหม่ ในส่วนการรณรงค์การแยกขยะมีการแยกเศษวัสดุต่างๆ จากการผลิต และแยกเศษอาหาร และแยกภาชนะประเภทต่างๆ ในการนำกลับมาใช้ใหม่ พร้อมจัดหาภาชนะและที่เก็บอย่างมิดชิดเพื่อรอการจำหน่ายให้หน่วยงานอื่นนำกลับไปใช้ใหม่ (Recycle) ต่อไป ตลอดจนการให้ความรู้ให้พนักงานทำความสะอาดได้เข้าใจและช่วยดูแลการแยกขยะโดยตรง และมีความสามารถนำขยะกลับมาใช้ได้ เช่นการทำน้ำยาล้างมือใช้ในบริษัท จากน้ำหมักชีวภาพด้วยเศษอาหารทั้งหมดจากโรงอาหาร เป็นต้น

1.1.2.7 การเผยแพร่วัฒนธรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม

ในการการเผยแพร่วัฒนธรรมจากกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ด้วยการสนับสนุนของผู้ประกอบการให้จัดตั้งศูนย์เรียนรู้การใช้ชีวิตพอเพียง อยู่ที่ตำบลหนองขลาด อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี โดยซื้อที่ดินเนื้อที่ 25 ไร่ ปรับพื้นที่เพื่อสร้างเป็นแปลงสาธิตสำหรับการใช้ชีวิตพอเพียงด้วยการเกษตรแนวทฤษฎีใหม่ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ให้เห็นเป็นรูปธรรม สามารถจับต้องและทำความเข้าใจ ได้ หากสังคมโดยรวมสามารถยอมรับและปรับตัวเข้ากับวิถีแห่งความพอเพียงได้ ปัญหาทางเศรษฐกิจและสังคมของไทยจะลดลง อันจะนำมาซึ่งความสงบสุขในสังคมไทยและก่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในทางที่ดีขึ้นได้ในที่สุด

1.1.2.8 การจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

องค์กรเปิดเผยข้อมูลการดำเนินงาน (Performance Disclosure) ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อสนองความต้องการข้อมูลผลประกอบการโดยรวมในปัจจุบันให้แก่ผู้ถือหุ้น ลูกค้า ชุมชน และผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ ได้อย่างครบถ้วน ด้วยการจัดทำหนังสือรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีการประมวลข้อมูลจากโครงการหรือกิจกรรมเพื่อสังคมต่างๆ ในเชิงผลงาน แต่ละโครงการ ตามเกณฑ์และวิธีปฏิบัติของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

1.1.3 สรุปผล

ผู้ประกอบการตามกรณีศึกษาที่ 1 มาจากครอบครัวชาวไทยเชื้อสายจีน เป็นครอบครัวที่อบอุ่น จบการศึกษาระดับอุดมศึกษาทั้งในและต่างประเทศ

ผู้ประกอบการมีลักษณะเฉพาะซึ่งสะท้อนถึงความมีเมตตาจากการที่ไต่เต้าโตมาในครอบครัวใหญ่ที่ไต่เห็นพ่อแม่ ปู่ย่า ญาติผู้ใหญ่ ทำบุญทำทานอยู่เสมอ พื้นฐานความเห็นอกเห็นใจผู้คนที่ยากลำบากจึงมีอยู่ในจิตใจตลอดเวลา

ผู้ประกอบการมีความเชื่อส่วนตัวว่า คนทุกคนมีความตั้งใจจะเป็นคนดี ถ้าปัจจัยแวดล้อมส่งเสริม แต่คนส่วนใหญ่ไม่มีความเข้มแข็งจากภายในด้วยตนเองมากพอที่จะขับเคลื่อนตัวเองไปในทางที่

เหมาะสม ภายใต้กระแสสังคม เศรษฐกิจปัจจุบัน ด้วยแนวคิดที่ว่าทุกคนมีความตั้งใจจะเป็นคนดีบวกกับ ความไม่เข้มแข็งจากภายในด้วยตนเองมากพอ สร้างแนวทางตามเป้าหมายคือ การพัฒนาคน และการสร้าง ให้เป็นคนดี โดยเข้าใจข้อเท็จจริง ด้วยวิธีการดูแลพนักงาน ให้เป็นทั้งลูกเป็นทั้งน้อง ใส่ใจลงไปในเชิงลึก เหมือนกับการใส่ใจลูกใส่ใจน้อง จึงจะพัฒนาได้ผลจริง เพราะการดำเนินการเพียงผิวเผินไม่สามารถ เปลี่ยนแปลงอะไรได้ จึงไม่เกิดพัฒนา เป็นที่มาของวิถีทางที่ผู้ประกอบการนำมาปฏิบัติในองค์กร

วิกฤตเศรษฐกิจปีพ.ศ. 2540 เป็นสถานการณ์ซึ่งส่งผลกระทบต่ออย่างสำคัญ เปลี่ยนไปจากเดิม ที่ผู้ประกอบการกับพนักงานเคยมีความสัมพันธ์กันแบบนายจ้างและลูกจ้าง ลูกจ้างทำไป นายจ้างดูไป ในช่วงกล่าว ผู้ประกอบการมีการสื่อสารด้วยรูปแบบง่ายๆ ให้พนักงานได้รับรู้สถานการณ์ของบริษัทด้วยการติดขอรูดขายทุกสัปดาห์ เพื่อให้ได้รับรู้ความเป็นไปขององค์กร และเกิดความสนใจในความอยู่รอดของ องค์กรร่วมกัน เมื่อมีเวลาว่างในการทำงานจึงทำการปรับปรุงโรงงาน ด้วยการเริ่มทำโครงการ 5 ส. และ ขอรูดการสนับสนุนการปรับปรุงคุณภาพงานและการบริหาร มีการจัดการอบรมเรื่อง การจัดการการเพิ่ม ผลผลิตพื้นฐานทั่วไปให้กับพนักงานทั้งหมด ด้วยตัวผู้ประกอบการเอง เป็นจุดที่เกิดความสัมพันธ์ในระดับ ส่วนตัว ที่ไม่เคยมี และปฏิสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้น ทำให้รับรู้ชีวิตพนักงานมากขึ้น กระทั่งเกิดความเข้าใจและเห็นใจ ในความทุกข์ยากลำบากของพนักงาน และมูมมองต่อที่ว่า ธุรกิจก็เป็นเรื่องของธุรกิจ การทำบุญช่วยเหลือ ผู้อื่นเป็นเรื่องชีวิตส่วนตัวอยู่กันคนละส่วน จากความคิดที่เคยแยกส่วนเช่นนี้หลังจากได้เผชิญกับวิกฤติ เศรษฐกิจและได้มีโอกาสไปปฏิบัติธรรม ตลอดจนความพยายามในการรักษากิจการให้อยู่รอด พร้อมไปกับการ ได้มีโอกาสใกล้ชิดกับพนักงานมากยิ่งขึ้น ทำให้ปัจจุบันได้เปลี่ยนแนวคิดเป็นตรงกันข้ามคือ ธุรกิจต้อง ดูแลตัวเองได้อย่างเข้มแข็งและต้องสร้างคุณประโยชน์ให้กับผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายอย่างเหมาะสมเป็นธรรมไป พร้อมๆ กัน ธุรกิจต้องดูแลสังคมทั้งในวงแคบใกล้ตัวและวงกว้างไกลตัวอย่างเต็มกำลัง จึงจะแสดงถึงคุณค่าที่แท้จริงของการมีอยู่ของธุรกิจนั้นๆ

ในช่วงปี พ.ศ. 2541 ศ.น.พ. อุดมศิลป์ ศรีแสงนาม ได้แนะนำให้ผู้ประกอบการไปปฏิบัติ ธรรมกับคุณแม่สิริ กรินชัย ที่ยุวพุทธสิกสมาคม เป็นการปฏิบัติธรรมครั้งแรกในชีวิตของตัวผู้ประกอบการ ส่งผลให้ผู้ประกอบการรู้สึกว่าเป็นการเปลี่ยนชีวิต และเปลี่ยนความคิด จากเดิมที่วัดคุณค่าของตัวเองจาก เงินทองที่หาได้จากธุรกิจ เมื่อได้อยู่กับตัวเองอย่างสงบ ได้รับฟังเรื่องราวของความสุขจากการให้โดยไม่หวัง ถึงตอบแทน เรื่องราวของ ความกตัญญูของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวต่อสมเด็จพระเจ้าย่า รวมถึงความรัก ความห่วงใยของพระองค์ที่มีต่อผสกนิกรผู้ยากไร้ในท้องถิ่นทุรกันดารทั่วประเทศ ทำให้มูมมองความคิด เกี่ยวกับเป้าหมายและความหมายของการมีชีวิตอยู่ก็ได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างสิ้นเชิง เกิดความรู้สึกกตัญญูต่อ ในหลวง และการปฏิบัติตามพระบรมราโชวาท ความต้องการทำความดีให้มากขึ้นอย่างเต็มกำลังเท่าที่ สามารถทำได้ให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และกลายเป็นปณิธานขององค์กรคือ มุ่งสร้างคนดี แทนคุณ แผ่นดิน

จึงทำให้ผู้ประกอบการมี พฤติกรรมความมีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม ที่มีลักษณะเด่นในประเด็นดังต่อไปนี้

ด้านการเคารพสิทธิและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม

- โครงการ “เอเชีย อาสา” (เลิกเหล้า บุหรี่ การพนัน)
- โครงการส่งเสริมการปฏิบัติธรรม

ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม

- โครงการกองทุนพัฒนาบ้านเกิดของพนักงาน
- โครงการ เสริมกำลังใจ...ให้คนดี
- โครงการ ขวบน้ำหยอดเหรียญ

ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

- โครงการรณรงค์เรื่องโลกร้อน

ด้านการเผยแพร่วัฒนธรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม

- ศูนย์เรียนรู้การใช้ชีวิตพอเพียง

ผลผลิตสุดท้ายจากการวิเคราะห์และสรุปรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการตามกรณีศึกษาที่ 1 คือ พฤติกรรมความมีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ และความสุข 2 ประการ ประการแรกเป็นความสุขที่ได้จากผลผลิตที่มีคุณภาพ และมีความสูญเสียระหว่างการผลิตน้อย อันเป็นผลสืบเนื่องจากระบวนการสร้างความสุขประการที่ 2 คือ การส่งเสริมพนักงานให้เป็นคนดีเป็นคนดีตามกรอบกติกาและบริบทของสังคม

1.1.4 รูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการตามกรณีศึกษาที่ 1

ซึ่งสามารถนำมาจัดทำเป็นรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการตามกรณีศึกษาที่ 1 ได้ดังนี้

1.1.4.1 ปัจจัยนำเข้า

- 1) การปรับเปลี่ยนทัศนคติ
- 2) ความอยู่รอดขององค์กร
- 3) คำสอนทางพุทธศาสนาและการปฏิบัติธรรม

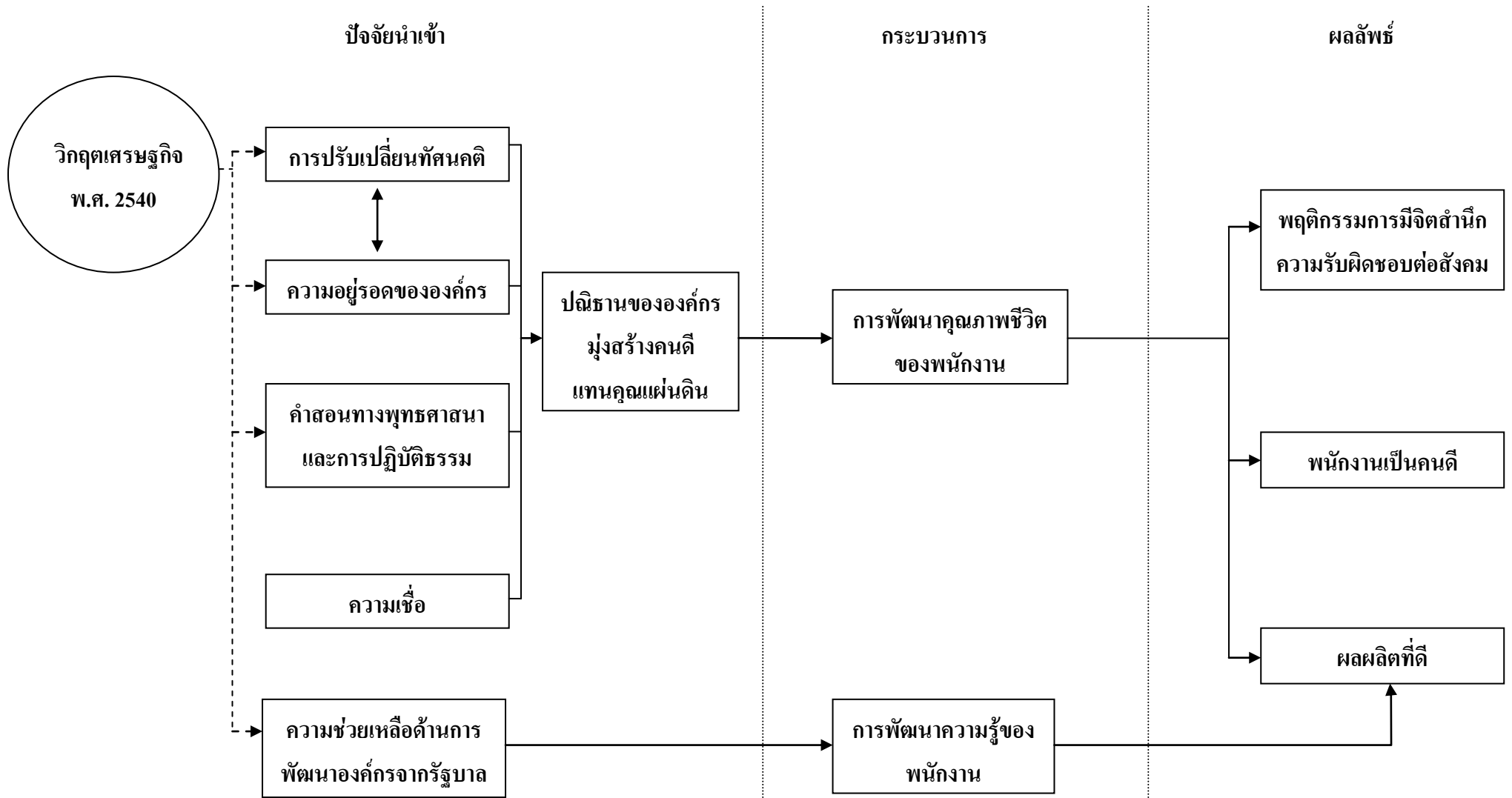
- 4) ความเชื่อ
- 5) ความช่วยเหลือด้านการพัฒนาองค์กรจากรัฐบาล

1.1.4.2 กระบวนการ

- 1) การพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงาน
- 2) การพัฒนาความรู้ของพนักงาน

1.1.4.3 ผลผลิต

- 1) พฤติกรรมการมีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม
- 2) พนักงานเป็นคนดี
- 3) ผลผลิตที่ดี



ภาพที่ 6 รูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ ตามกรณีศึกษาที่ 1

กรณีศึกษาที่ 2 บริษัท แพนเอเชีย จำกัด

1.2 บริบทของกรณีศึกษา

1.2.1 สภาพทั่วไปของสถานประกอบการ

1.2.1.1 ข้อมูลของสถานประกอบการ

บริษัท แพนเอเชีย อุตสาหกรรม จำกัด บริษัท แพนเอเชีย อุตสาหกรรม จำกัด ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2527 โดยจิราพร วัฒนวรากิจ ร่วมทุนกับนักธุรกิจชาวไต้หวัน ด้วยเงินทุนจดทะเบียน 200 ล้านบาท ตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรม ลาดกระบัง เลขที่ 279-279/1 ถนนฉลองกรุง แขวงลำปลาตี เขต ลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520 จากเส้นทางมอเตอร์เวย์บนทางหลวงระหว่างเมือง หมายเลข 7 สาย กรุงเทพมหานคร-ระยอง และเลี้ยวออกจากเส้นทางบริเวณทางออกร่มเกล้า เข้าสู่เขตลาดกระบัง ตรงไปยังนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังเป็นนิคมอุตสาหกรรมที่ไม่แตกต่างไปจากนิคมอุตสาหกรรมอื่นๆ ในประเทศไทยที่เต็มไปด้วยโรงงานอุตสาหกรรมมากมาย และส่วนใหญ่เป็นโรงงานของบริษัทต่างชาติ ภายในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังมีโรงงานแห่งหนึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับโรงงานข้างเคียง ขนาดพื้นที่ 3 ไร่ 2 งาน 74 ตารางวา อันเป็นที่ตั้งของโรงงานนั้นจัดได้ว่าเป็นโรงงานขนาดเล็ก แต่เป็นโรงงานของคนไทย 100% เป็นโรงงานผลิตแผ่นพลาสติกอะคริลิก (Acrylic) ที่มีความหลากหลาย เป็นวัสดุที่มีน้ำหนักเบา ทนทาน ปลอดภัย มีความเงาใส สวยงาม และสามารถขึ้นรูปได้หลายรูปทรง สามารถนำมาใช้เป็นวัสดุในการทำผลิตภัณฑ์ต่างๆ ได้หลายชนิด อาทิ ป้ายโฆษณา โคมหลังคา โคมไฟเฟอร์นิเจอร์ แผ่นทนแรงกระแทก แผ่นป้ายประหยัดพลังงาน ฯลฯ

1.2.1.2 กิจกรรมของสถานประกอบการ

กิจกรรมประจำวันของบริษัทฯ เริ่มต้นด้วยด้วยกิจกรรม Morning Talk เบิกชัย ทำทุกวันที่สายการผลิตทำงานปกติ ในช่วงเวลาที่บริษัทฯ ต้องเพิ่มการผลิตจะมีกิจกรรมนี้เฉพาะวันอังคาร และพฤหัสบดี โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อเป็นการสร้างให้เป็นวัฒนธรรม พนักงานจะได้รับฟังข่าวสารก่อนการเริ่มต้นทำงานของแต่ละวัน และเป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน ด้วยกิจกรรมต่างๆ ในแต่ละวัน ก่อนเริ่มกิจกรรมในแต่ละเช้าจะมีการทอ้งการกิจองค์กร นโยบายบริษัท บุคลิกมนุษย์ PA และวัฒนธรรมองค์กร และอย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 วัน ในวันพฤหัสบดี ผู้บริหารโดยกรรมการผู้จัดการจะเข้าร่วมกิจกรรมนี้กับพนักงาน กิจกรรมนี้จะดำเนินการโดย กลุ่ม Pan Team ซึ่งเป็นพนักงานที่ได้รับการคัดเลือกและสมัครใจในการพัฒนาตนเอง เพื่อเป็นผู้ประสานการดำเนินกิจกรรมของบริษัทฯ ทั้งภายในและภายนอก ด้วยการดูแลและพัฒนากลุ่มนี้โดยตัวกรรมการผู้จัดการเอง มีการเตรียมตารางกิจกรรมเป็นรายเดือนและแยกย่อยลงถึงกิจกรรมในแต่ละสัปดาห์จะสลับกันไป เช่น สัปดาห์คณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ ข่าวสารทั่วไป และเกมต่างๆ เริ่มด้วยการเช็คชื่อพนักงานที่มาร่วมกิจกรรมในแต่ละวัน การทอ้งคำปฏิญาณต่อหน้าฟ้าดิน การ

ออกกำลังกาย และกิจกรรมต่างๆ และทุกๆ 3 เดือนจะมีการทดสอบ Morning Talk เบิกชัย ด้วยการสอบข่าวสารที่ได้รับรู้โดยมีแรงจูงใจเป็นเงินรางวัล และคิดคะแนน เพื่อเป็นการประเมินผลสิ่งที่พนักงานได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรม

Pan Talk เป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นเดือนละ 1 ครั้ง เพื่อเป็นการพัฒนาขีดความสามารถของพนักงาน ด้วยการจำลองชั้นเรียน MBA ที่ Harvard เพื่อให้พนักงานระดับ Key Man ให้ได้รับความรู้จากกรรมการผู้จัดการทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติ ควบคู่ไปกับการอบรมในห้องเรียน ความรู้เฉพาะด้าน กระตุ้นความสามารถและศักยภาพของทีมงาน จัดขึ้นเดือนละครั้งเช่นกัน เป็นกิจกรรมที่มีวัตถุประสงค์ในการเสริมสร้างศักยภาพทางความคิด เพิ่มพูนความชำนาญในหน้าที่ เพื่อเป็นโรงเรียนสร้างผู้นำ โดยมีบรรยากาศการเรียนรู้ที่เน้นการอภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็นคล้ายกับบรรยากาศการเรียนหลักสูตรบริหารธุรกิจ (MBA Class) โดยโสรรัตน์ทำหน้าที่เป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ ประสบการณ์ กระตุ้นให้มนุษย์ PA ทุกคนดึงศักยภาพของตนเองให้มีความคิดเชิงวิเคราะห์ และการบริหารงานภายใต้ความกดดัน ทำให้มนุษย์ PA มีการพัฒนาทักษะความเป็นผู้นำที่ดีขึ้นตามลำดับโดยกลุ่ม Pan Team ให้มีความสนใจในตัวผู้นำ และมีทัศนคติดีต่อผู้นำ มีความรับผิดชอบ พร้อมร่วมอุดมการณ์ กลุ่ม Pan Team จะทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลจากกรรมการผู้จัดการถึงพนักงาน สร้างแบรนด์ให้องค์กร นอกจากกลุ่ม Pan Team แล้วยังมีกิจกรรมของบริษัทฯ ยังมีกลุ่ม Present Team คอยสนับสนุนงานประชาสัมพันธ์ กลุ่ม Audit Team ตรวจสอบความเรียบร้อยในการดูแลระบบ ISO9001 ISO14000 OHSAS18001 และ 5ส พนักงาน กลุ่ม The Star Team โดยคัดจากพนักงานที่โดดเด่นในการทำงาน เพื่อให้พนักงานเอาเป็นแบบอย่างและตอบสนองนโยบายของกรรมการผู้จัดการที่ต้องการให้พนักงานเป็นคนดี คนเก่ง คนกล้าและมีความสุข

โครงการพัฒนานักอ่านหนังสือ เกิดจากแรงบันดาลใจที่โสรรัตน์ต้องการให้พนักงานทุกระดับชั้นมีความรู้ มีวิถึทางความคิด เพื่อจะได้นำมาพัฒนา ปรับปรุงงานให้ดียิ่งขึ้น โดยมีแหล่งกำเนิดความรู้ที่พวกเราเรียกว่า ห้องแสงเทียน เป็นห้องสมุดที่โสรรัตน์รวบรวมหนังสือหลากหลายหมวดให้เลือกอ่าน เช่น การบริหารจัดการ การตลาด ชรรมะ การพัฒนาตนเอง เรื่องพลังงาน และการพัฒนาตนเอง เพื่อให้พนักงานได้อ่านศึกษาสะสมปัญญาเป็นแสงเทียนส่องนำทาง มีบรรณารักษ์ที่คอยให้บริการพนักงานเวลาขียนหนังสือ และยังมีสวัสดิการค่าหนังสือ จำนวน 200 บาทเพื่อให้ทุกคนสามารถซื้อหนังสืออ่านที่ตนเองชอบ ในทุกเดือนแล้วนำใบเสร็จมาเบิกได้ ส่วนหนังสือที่อ่านจบให้นำมาคืนที่ห้องแสงเทียน เพื่อให้พนักงานคนอื่นยืมอ่านต่อไป และถือเป็นกฎว่าพนักงานทุกคนต้องเขียนจดหมายถึงโสรรัตน์ เพื่อสรุปเนื้อความของหนังสือที่ตนเองอ่านทุกเดือน และต้องไปถ่ายทอดให้เพื่อนพนักงานได้รับทราบในที่ประชุมอีกด้วย

โครงการ จดหมายถึง MD เป็นช่องทางการสื่อสารระหว่างพนักงานกับผู้บริหารสูงสุด เพื่อบอกเล่าเรื่องราวต่างๆ ใน 6 ประเด็น ได้แก่ เรื่องส่วนตัว เรื่องในแผนก ข้อเสนอแนะ ความดีประจำเดือน

หนังสือที่อ่าน (จากห้องหนังสือ) และเงินเก็บแต่ละเดือน ในทางกลับกัน กรรมการผู้จัดการเองก็ใช้ช่องทางการสื่อสารสู่พนักงานโดยคิดประกาศผ่านบอร์ดจากใจผู้บริหารในแต่ละสัปดาห์

ปัจจุบันบริษัทฯ เป็นบริษัทผู้ผลิตแผ่นพลาสติกอะคริลิกขายแรกและรายเดียวในประเทศไทยที่ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านคุณภาพทั้ง 3 ระบบ คือ ISO 9001 เกี่ยวกับคุณภาพ ISO14000 เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม และ OHSAS18001 เกี่ยวกับความปลอดภัย นอกจากนั้นแล้ว บริษัทฯ ยังได้รับรางวัลจากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐ และเอกชน ดังนี้ รางวัล ชรรรมมาภิบาลดีเด่น ด้านการปฏิบัติต่อพนักงาน แห่งปี 2551 จากสถาบันปิวย อิงภากรณ์ รางวัล Thailand Energy Awards 2008 ด้านการอนุรักษ์พลังงาน จากกระทรวงพลังงาน รางวัล Bualuang SMEs Award ด้านนวัตกรรม จากธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) รางวัลผลงานประดิษฐ์คิดค้น สาขาวิศวกรรมศาสตร์และอุตสาหกรรมวิจัย ประจำปี 2551 จาก สภาวิจัยแห่งชาติ และเป็นหนึ่งในเจ็ดบริษัทต้นแบบธุรกิจคุณธรรม

1.2.2 ข้อมูลของผู้ประกอบการ

1.2.2.1 ประวัติของผู้ประกอบการ

โสรัตน์ วัฒนชวรากิจ กรรมการผู้จัดการ บริษัท แพนเอเชีย อุตสาหกรรม จำกัด ชาวกรุงเทพฯ เกิดเมื่อปี พ.ศ. 2516 เป็นบุตรชายคนที่ 3 ของพี่น้อง 4 คน ครอบครัวเป็นชาวไทยเชื้อสายจีนที่ประกอบธุรกิจหลายอย่าง โสรัตน์จบการศึกษาจากวิทยาลัยพาณิชยการอัสสัมชัญ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ (ABAC) ในสาขาวิชาบริหารธุรกิจบัณฑิตด้านการตลาด และบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตจากสถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย (AIT) ภายหลังจากสำเร็จการศึกษาผู้ประกอบการได้เข้ามารับช่วงกิจการต่อจากมารดา ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่มีส่วนร่วมทุนชาวไต้หวันถอนตัวออกไป เพราะความแตกต่างในเรื่องการบริหารจัดการ โสรัตน์ ซึ่งพนักงานทุกคนเรียกว่า **เฮียเคน** ก้าวขึ้นมาเป็นกรรมการผู้จัดการของบริษัท แพนเอเชีย อุตสาหกรรม จำกัด ในขณะที่อายุยังไม่ถึงสี่สิบปี ด้วยบุคลิกภาพที่เต็มเปี่ยมไปด้วยพลังแห่งความกระตือรือร้น และมีความเชื่อมั่นในศักยภาพของคน ในเวลาเดียวกันกับประเทศไทยกำลังเผชิญกับวิกฤตเศรษฐกิจ ปี พ.ศ. 2540 โสรัตน์ ตัดสินใจซื้อกิจการทั้งหมดกลับมาเป็นของครอบครัว แม้จะรู้ว่าบริษัทมีหนี้สินจำนวนมาก ในขณะที่สถานการณ์ทางธุรกิจกำลังวิกฤตอยู่นั้น กำลังใจที่ทำให้ยืนหยัดต่อสู้อุบัติคือ ความรักและกำลังใจจากมารดา และครอบครัว และเกิดการเรียนรู้ว่า ทรัพย์สินที่มีอยู่มูลค่าลดลงไปทุกปี

จากความฝันที่ต้องการทำให้ธุรกิจมียอดขาย 1,000 ล้านบาทต่อปี ในอีก 15 ปีข้างหน้า ต้องล้มสลาย กลับเป็นมีหนี้สินเป็นจำนวนมากแทน จากผลประกอบการในขณะนั้น ประมาณว่าต้องใช้เวลาถึง 40 ปี ในชำระคืนหนี้สินได้หมด แต่เวลาเพียง 7 ปี โสรัตน์สามารถทำให้ บริษัท แพนเอเชีย อุตสาหกรรม จำกัด สามารถก้าวจากองค์กรที่เกือบล้มละลายด้วยผลกระทบจากวิกฤติเศรษฐกิจ พ.ศ. 2540 โดยสามารถฟื้นฟูกิจการกลับมาทัดเทียมบริษัทผู้ผลิตสินค้าอะคริลิกของต่างชาติได้อย่างไม่น้อยหน้า และมีผลงานเป็นที่

ยอมรับกันทั่วไปด้วยรางวัลระดับประเทศจำนวนมาก ด้วยความวิริยะอุตสาหะในการทำงานของผู้ประกอบการ ทำให้ปัจจุบันผู้ประกอบการสามารถใช้หนี้สินได้หมด และมีเงินสำรองสามารถจ่ายเงินเดือนให้พนักงานทั้งหมด ได้กว่า 5 ปี

1.2.2.2 ความเชื่อ คำสอนทางศาสนา คำสอนของบิดา มารดา และครอบครัว

โสรัตน์ เป็นพุทธศาสนิกชน มีพื้นฐานครอบครัวที่อบอุ่น โดยมีมารดาเป็นแบบอย่างและพลังใจ แนวคิดและแนวปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจด้วยจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม ส่วนหนึ่งจึงเกิดขึ้นจากมารดา ประกอบกับประสบการณ์ ความรู้ และความเข้าใจที่ได้รับจากการศึกษาหลักธรรม คำสอน และหลักการปฏิบัติทางพุทธศาสนา

“...พุทธศาสนา เป็นประเด็นหลัก ถ้าการศึกษาพุทธศาสนาไปถึงแก่น ผมไม่แน่ใจว่าที่ผมตอบอาจจะครอบคลุมในหลายๆ ข้อหรือเปล่า ศาสนาพุทธ คือศาสนาแห่งโลกความเป็นจริง ผมขอสรุปง่ายๆ ก็คือว่าเป็นศาสนาแห่งคนรวยเพราะว่าคนที่ประสบความสำเร็จไปถึงพุทธะจริงๆ คือ คนที่มีความพร้อม ณ จุดหนึ่ง แต่มีปัญหาเรื่องความทุกข์อยู่ ก็เลยพุทธศาสนาจะแก้ได้... เพราะฉะนั้นผมเลยมองว่าพุทธศาสนา คือ จุดสำคัญที่เราจะทำ CSR แต่การทำจะต้องเริ่มจากตัวเราก่อน...” (โสรัตน์ วนิชวรากิจ กรรมการผู้จัดการ สัมภาษณ์, 24 ธันวาคม 2553)

1.2.2.3 ลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการ

โสรัตน์นำแบบอย่างที่เขาเห็นและเรียนรู้จาก มารดา และนำหลักธรรมคำสอนทางพุทธศาสนามาปรับใช้กับการบริหาร เรียกว่า พุทธบริหาร ซึ่งเป็นฐานหลักของระบบการบริหารจัดการขององค์กรสมัยใหม่ และรักษาไว้ซึ่งสมดุลแห่งความพอเพียง จากการบูรณาการตำราพิชัยสงครามของจีน การปรับปรุงคุณภาพงานแบบญี่ปุ่น และวิชาการตามแบบตะวันตกที่ได้ศึกษามา

“...ผมนำ สังคหวัตถุ 4 คือ ทาน ปิยวาจา อุตตจริยา สมานัตตา มาเป็นหลักในการบริหารองค์กร เพราะเราเป็นพุทธศาสนิกชนและกำเนิดมาจากสิ่งเหล่านี้อยู่แล้ว การที่คนๆ หนึ่งมีความอดทน มีจิตใจที่ศิงาม มีหิริโอตตัปปะ หรือที่เรียกว่ามีความเป็นมนุษย์นั้น ก็จะทำให้อยู่ร่วมกับคนอื่น ๆ ได้อย่างมีความสุขและอยู่ได้อย่างยั่งยืน...”

โสรัตน์จึงเปลี่ยนรูปแบบการบริหารที่ผู้บริหารชาวไต้หวันในอดีต ซึ่งเป็นแบบเจ้านายกับลูกน้อง พนักงานทำงานโดยขายแรงงานแลกกับค่าจ้าง การทำงานขาดความสุข ทำให้พนักงานขาดประสิทธิภาพในการทำงาน ทำให้องค์กรไม่มีภูมิคุ้มกัน ไม่มีการสร้างตราสินค้า ไม่มีการวิจัยและพัฒนาต่อ ยอดผลิตภัณฑ์ ไม่มีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เมื่อได้ทำการศึกษาวิเคราะห์แล้ว จึงพบว่า พื้นฐานเดิมที่องค์กรมีอยู่ ไม่สามารถทำให้องค์กรดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนได้

“...เราไม่มีทางถอย คือถ้าย่อยก็ตกเหว เพราะครอบครัวเราเป็นหนี้มหาศาล ก็เลยต้องลุยไป

ข้างหน้า ตอนนั้นกลยุทธ์ที่ผมนำมาใช้แก้วิกฤต ก็คือ กลยุทธ์แปล – ล คือ การแปล ใจทย์ทางธุรกิจ และแปร – ร คือ การแปรกลยุทธ์ทางธุรกิจ ผมใช้กลยุทธ์แปล – ล ก่อน คือ ตอนโดนพิษค่าเงินบาท ตอนนั้นเรายังไม่ได้ส่งออกเลย ค่าเงินจาก 20 กว่าบาทลอยไปกว่า 40 บาท จะถึง 50 บาทต่อ 1 ยูเอสดอลลาร์อยู่แล้ว เราไม่สามารถสู้ได้เลย เพราะเราต้องจ่ายหนี้เป็นยูเอสดอลลาร์ ผมเลยคิดว่าวิธีที่ดีที่สุด ก็คือ ต้องเอายูเอสดอลลาร์ มาจ่ายยูเอสดอลลาร์ ฉะนั้นการส่งออกเป็นหนทางเดียวที่จะทำได้ เพราะเป็นการแก้ปัญหาที่ต้นเหตุ นี่คือการแปล ใจทย์ แต่ถ้าผมไปเร่งลดต้นทุน ไปปลดพนักงาน มันไม่ได้แก้ที่เหตุ เพราะเหตุสำคัญ คือ ยูเอสดอลลาร์ ฉะนั้นต้องแปล – ล ก่อน ให้เห็นสถานการณ์ว่าเป็นอย่างไร พอเห็นแล้ว ผมคิดว่าสิ่งที่ต้องทำ คือ ต้องออกไปทำตลาดต่างประเทศ ผมก็ลุยเลย ไปหลายๆประเทศ ไม่ว่าจะเป็นสิงคโปร์ ญี่ปุ่น ตุรกี อเมริกา และยุโรป ขยอะเลย อันนี้เรียกว่ากลยุทธ์แปร – ร คือ การแปรกลยุทธ์เพื่อใช้แก้ปัญหา หลังจากทำตรงนั้นก็เริ่มมีออเดอร์จากต่างประเทศเข้ามา มีเงินยูเอสดอลลาร์มาจ่ายหนี้ไปเรื่อยๆ แต่การทำตลาดส่งออกก็ไม่ง่ายอย่างที่คิด มีความยุ่งยากกว่าตลาดในประเทศมาก เลยทำให้เราต้องปรับปรุงตัวเองให้เก่งขึ้น...” (เอสเอ็มอี ฑูเคย์, 2553)

นอกจากโสรัตน์ใช้กลยุทธ์แปล – ล คือ การแปล ใจทย์ทางธุรกิจ และแปร – ร คือ การแปรกลยุทธ์ทางธุรกิจ เพื่อแก้วิกฤตที่เกิดขึ้นแล้ว ขณะเดียวกันสิ่งที่เขาต้องทำไปพร้อมๆกัน ก็คือ การเจรจาหนี้แบงก์และการทำความเข้าใจกับพนักงาน

“... ในช่วงปี 2540 – 2543 ถือเป็นช่วงที่เหนื่อยมาก กลับมาเมืองไทยก็แค่ขอต่อวีซ่าเท่านั้น แล้วก็ออกไปหาออเดอร์จากต่างประเทศต่อ ส่วนเวลาที่เหลือ พออยู่เมืองไทยก็ต้องไปเจรจาหนี้แบงก์เป็นหลัก จะปรับโครงสร้างหนี้อย่างไร และอีกหน้าที่ คือ เล่าให้ลูกน้องฟังว่า เราไปต่างประเทศไปเจออะไรมา ไปเจรจากับแบงก์แล้วเจออะไรบ้าง ที่เหลือเราต้องการอะไร แล้วจะผ่านไปได้อย่างไร ช่วงนั้นถือเป็นช่วงวิกฤตมาก แต่เราก็ได้เรียนรู้อะไรกับมันเยอะมาก...” (เอสเอ็มอี ฑูเคย์, 2553)

โสรัตน์ทุ่มเทเวลา กำลังกาย กำลังใจ และกำลังสติปัญญา เพื่อปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงองค์กรครั้งใหญ่ พร้อมทั้งการถ่ายทอดประสบการณ์ในด้านต่าง ๆ ที่ประสบด้วยตนเองกับพนักงาน คู่ขนานกับการปรับโครงสร้างหนี้กับสถาบันการเงินที่เป็นเจ้าหนี้ กระทั่งสามารถชำระหนี้สินได้หมด แล้วจึงเริ่มพัฒนาพนักงานอย่างต่อเนื่อง เมื่อมีความพร้อมจึงนำองค์กรเข้าสู่การค้าเงินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม จนประสบความสำเร็จในที่สุด

1.2.2.4 สถานการณ์ซึ่งส่งผลกระทบต่ออย่างสำคัญ

แม้ว่าเริ่มแรกจะเป็นการร่วมทุนของครอบครัวของโสรัตน์กับชาวไต้หวัน และดำเนินธุรกิจนับแต่ก่อตั้งในปี พ.ศ. 2527 กระทั่งบริษัทประสบกับปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจในช่วงปี พ.ศ. 2539 ต่อเนื่องปี พ.ศ. 2540 ผู้ร่วมทุนชาวไต้หวันจึงได้ถอนทุนออกไป อันเป็นช่วงเวลาเดียวกันกับการเข้ามาบริหารบริษัทของโสรัตน์ ซึ่งเป็นการรับช่วงต่อจากมารดาของตน ในห้วงเวลาที่เกิดวิกฤติเศรษฐกิจนั้น ปัญหาหนี้สินจำนวนมากที่ผู้ประกอบการไม่คิดว่าจะสามารถใช้หมด เกิดจากความรู้สึกที่คิดว่าตัวเองฉลาดในการบริหาร ตัวเองเก่ง

สามารถต่อรองเครดิตจาก 60 วัน เป็น 180 วัน พอมีเครดิตยาวก็นำเข้าเครื่องจักรใหม่ เพิ่มกำลังการผลิต ขยายผู้ส่งออกแข่งขันกับผู้ผลิตในต่างประเทศ แต่พอเกิดวิกฤตเศรษฐกิจปี พ.ศ. 2540 โสรัตน์เกือบล้มละลาย เพราะบริษัทประสบปัญหาภาระหนี้สินถึง 175 ล้านบาท

“...หลังเรียนจบจากเอแบคในปี 2537 ผมก็เข้ามารับช่วงกิจการของคุณแม่ ซึ่งตอนนั้นธุรกิจเรามียอดขายเพียงแค่ 50 ล้านบาทต่อปี มีคนงานประมาณ 50 คน ตอนนั้นผมบอกกับคุณแม่ว่า เมื่ออายุ 36 ปี หรืออีก 15 ปีข้างหน้า ผมจะทำให้ธุรกิจมียอดขาย 1,000 ล้านบาทต่อปี คุณแม่เข้ามาตบท้ายแล้วบอกว่า ยังต้องเจออะไรอีกเยอะ เพราะธุรกิจของเราไม่ได้เข้มแข็งมาจากตัวธุรกิจจริง ๆ เรามีการกู้เงินนอกระบบค่อนข้างเยอะ ซึ่งชีวิตประจำวันตอนที่เข้ามาทำงานใหม่ๆ ก็คือ ต้องไปกิน โต๊ะแชร์ เป็นแท็บแชร์ มือแชร์ เต็มไปหมด เมื่อผมเข้ามารับช่วงก็เริ่มปรับปรุงกิจการ ก็เกิดการซื้อขายกับต่างประเทศ มีการอิมพอร์ตวัตถุดิบจากต่างประเทศเข้ามาเยอะ เปิด L/C 180 วัน แล้วก็มี การกู้เงิน BIBF คือ กู้เงินตราจากต่างประเทศ อากการที่มีหนี้นอกระบบ กลายเป็นมีหนี้กับต่างประเทศแทน เป็นเงินสกุลยูเอสดอลลาร์ แต่ก็ได้ผลน่าพอใจ เพราะหลังจากผมเข้ามาปรับปรุงกิจการได้ 3 ปี ธุรกิจก็เติบโตมียอดขายเกือบ 100 ล้านบาท จนกระทั่งเกิดวิกฤตเศรษฐกิจในปี 2540 มีการประกาศค่าเงินบาทลอยตัว ก็ทำให้เราเป็นหนี้มหาศาล...” (โสรัตน์ วราภิจักรกรรมการผู้จัดการ **สัมภาษณ์**, 24 ธันวาคม 2553)

ผลจากการทำงานอย่างหนักในการหาลูกค้าและตลาดใหม่ ๆ ในต่างประเทศ เป็นหน้าที่ของโสรัตน์ที่ต้องนำพาองค์กรฝ่ามรสุมเศรษฐกิจยุคฟองสบู่แตก ด้วยความมุ่งมั่นตั้งใจ และความร่วมมือร่วมแรงและร่วมใจของพนักงาน กระทั่งบริษัทสามารถปลดหนี้ได้หมด และมีเงินทุนสำรองเพียงพอสำหรับจ่ายเงินเดือนให้พนักงานได้กว่า 6 ปี ในปัจจุบัน

1.2.3 พฤติกรรมความมีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม

1.2.3.1 การกำกับดูแลกิจการที่ดี

ผู้ประกอบการจัดให้มีการกำกับกิจการที่ดี ด้วยการจัดระบบบริหารจัดการที่มีธรรมาภิบาล คุณธรรม จริยธรรม ด้วยคุณภาพ ประสิทธิภาพ มีความโปร่งใส ตรวจสอบได้ เพื่อสร้างความเชื่อมั่น และความมั่นใจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย และนำไปสู่การประกอบธุรกิจที่เติบโตอย่างยั่งยืน

“...เราเป็นองค์กรเล็ก บริหารงานแบบครอบครัว การปรับตัวเร็วจะช่วยให้เราอยู่รอด สิ่งหนึ่งที่เรให้ความสำคัญก็คือ การดำเนินงานด้วยจริยธรรมและคุณธรรม ถ้ามีสิ่งนี้เราจะคิดดี ทำดี พูดดี ไม่ทำร้ายกัน...” (โสรัตน์ วชิรวราภิจักร, กรรมการผู้จัดการ, **สัมภาษณ์**, 24 ธันวาคม 2553)

องค์กรแยกแยะเรื่องสาธารณะกับเรื่องส่วนตัวออกจากกันอย่างชัดเจน ตั้งกรอบและเกณฑ์การในการดำเนินการใด ๆ ขององค์กรให้สอดคล้องกับหลักนิติธรรม เพื่อเป็นองค์กรที่มีคุณภาพ มีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร เป็นที่ยอมรับเชื่อถือของสาธารณชน

1.2.3.2 การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม

ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นธรรม ซื่อสัตย์ต่อลูกค้า และเจ้าหน้าที่ โดยเฉพาะในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจ ผู้ประกอบการทำงานด้วยความขยันขันแข็งกระทั่งสามารถใช้หนี้สินก้อนใหญ่เป็นจำนวนเงิน 175 ล้านบาทได้

“...วิกฤตเศรษฐกิจ ปี พ.ศ. 2540 เราเป็นหนี้มหาศาล เกือบล้มละลาย” มีหนี้สินจาก 50-60 ล้านบาท เป็น 100 ล้านบาท สุดท้ายต้องตัดสินใจปรับโครงสร้างหนี้ และปรับตัวครั้งใหญ่ จนสามารถออกปฏิบัติการไว้สำเร็จ ในช่วงปี 2540 - 2543 ถือเป็นช่วงที่เหนื่อยมาก ผมไม่เคยคิดแบบว่า ไม่มี ไม้หนึ่ ไม้จ่าย ผมออกหากลูกค้าต่างประเทศอย่างเดียว กลับมาเมืองไทยก็แค่ขอต่อวีซ่าเท่านั้น แล้วก็ออกไปหาออเดอรัจากต่างประเทศต่อ ส่วนเวลาที่เหลืออยู่เมืองไทยก็ต้องไปเจรจาหนี้แบงก์เป็นหลัก จะปรับโครงสร้างหนี้ได้อย่างไร ช่วงนั้นถือเป็นช่วงวิกฤตมาก แต่เราก็ได้เรียนรู้อะไรกับมันเยอะมาก หลังจากนั้นมา 7 ปีก็สามารถเปลี่ยนสถานะจากผู้กู้ เป็นบริษัทปลอดหนี้ ปัจจุบันไม่มีหนี้สินแม้แต่บาทเดียว...” (โสรัตน์ วณิชวรากิจ, กรรมการผู้จัดการ, สัมภาษณ์, 24 ธันวาคม 2553)

1.2.3.3 การเคารพสิทธิและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม

ด้วยการสนับสนุนของผู้ประกอบการ องค์กรจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อ มุ่งเน้นส่งเสริมให้เกิดความภาคภูมิใจและความผูกพันกับองค์กร เป็นคนดีในสังคม กล่อมเกลาคความมีคุณธรรมและจริยธรรม ให้พนักงานเรียนรู้การเป็นคนดี มีคุณธรรมจากผู้นำของตนเอง โดยผู้ประกอบการจะเป็นต้นแบบที่ดีในการเข้าร่วมกิจกรรม และเป็นต้นแบบของการใช้คำพูดแบบปิยวาจา คิดดี พูดดี ปฏิบัติดีต่อครอบครัว และพนักงาน

“...บริษัทฯ มีการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่ส่งเสริมให้พนักงานเกิดความภาคภูมิใจและความผูกพันกับองค์กรอย่างหลากหลายและเป็นประโยชน์ทั้งต่อตนเอง เพื่อนร่วมงานบริษัท และสังคมภายนอก เพื่อสร้างให้มนุษย์ PA เป็นคนดีในสังคม กล่อมเกลาคความมีคุณธรรมจริยธรรม ให้พนักงานเรียนรู้การเป็นคนดี มีคุณธรรมจากผู้นำของตนเอง โดยเสียเคนจะเป็นต้นแบบที่ดีของการใช้เวลาในการเข้าร่วมกิจกรรมกับพนักงานอยู่เสมอ และเป็นต้นแบบของการใช้คำพูดแบบปิยวาจา คิดดี พูดดี ปฏิบัติดีต่อครอบครัว และพนักงานอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้นการสร้างบรรยากาศในการทำงานของผู้นำจึงช่วยส่งเสริมการปฏิบัติที่ดีต่อกันภายในกลุ่มพนักงานด้วยกันเอง...” (พนักงาน. สทนทนากลุ่ม, 15 มกราคม 2554)

นอกจากนั้นยังมีการกำหนดนโยบายสวัสดิการที่เป็นธรรมต่อพนักงาน

“...องค์กรของเรามีนโยบายคืนกำไร 10 เปอร์เซ็นต์ ให้แก่พนักงาน และสร้างแรงจูงใจบุคลากรจากสวัสดิการ 50-60 รายการ นอกจากนั้นแล้วเราให้ความรู้เรื่อง Financial ด้วย...” (โสรัตน์ วณิชวรากิจ, กรรมการผู้จัดการ, สัมภาษณ์, 24 ธันวาคม 2553)

1.2.3.4 ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค สินค้า และ/หรือบริการของรัฐกิจ

ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับลูกค้าทุกกลุ่ม โดยการผลิตสินค้าที่มีความหลากหลายและมีคุณภาพ ให้ความสำคัญต่อความต้องการของลูกค้า ผลิตสินค้าตามคุณภาพที่ตกลงด้วยความซื่อสัตย์ ดูแลและบริการลูกค้าเสมือนบุคคลในครอบครัว

“...สินค้าของทุกบริษัทมีสแตนดาร์ดเหมือนกันหมด สวย คุณภาพดี แต่รู้ไหมว่าสินค้าที่มีคุณภาพที่ดีคืออะไร จะบอกว่าใสกว่า หนากว่า ไม่ได้งอ หรือไม่นิ่ม ฯลฯ ลูกค้าแต่ละกลุ่มจะต้องการสินค้าไม่เหมือนกัน เราก็มองว่านี่แหละคือโอกาส เราเลยเริ่มออกไปทำวิจัยว่าลูกค้าต้องการใช้อะไรแบบไหนบ้าง ก็พบว่า หลากหลายมาก ซึ่งความหลากหลายนี้แต่ก่อนจะถูกกลบด้วยคำว่ามาตรฐาน เพื่อให้ใช้ได้กับทุกกลุ่ม เราก็เลยบอกว่าทำคุณภาพที่หลากหลายดีกว่า เพราะบางคนเอาไปทำกรอบพระก็แบบหนึ่ง ทำป้ายโฆษณา ก็แบบหนึ่ง ไปทำตู้ปลา ก็อีกแบบหนึ่ง มันมีความหลากหลายมาก นี่ก็คือคุณภาพตามใจปรารถนา ตอนนี้สเปคสินค้าเรามีเยอะมาก ซึ่งแต่ละจะเป็นความยุ่งยาก แต่ผมคิดว่านี่แหละเป็นเรื่องสำคัญที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้จริงๆ” ผู้ประกอบการฯ ถือว่าลูกค้าเป็นบุคคลสำคัญ จึงเน้นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบริษัทกับลูกค้า “...เราดูแลลูกค้าเหมือนพ่อแม่ เหมือนแฟน ฉะนั้นเวลาที่มีเทศกาลสำคัญเราจะส่งของ ส่งคำอวยพรไปให้ลูกค้า เช่น วันเกิดจะมีบัตรอวยพร มีของขวัญวันเกิด หรือเค้กที่ลูกค้าชอบส่งไปให้ เราดูแลลูกค้าอย่างดี ซึ่งบริษัทญี่ปุ่น ฝรั่งเขาไม่ทำ พอลูกค้าซึ่งใจ ประทับใจ คุยอะไรก็ง่ายขึ้น ความสัมพันธ์ก็ดีขึ้น...” (โสรัตน์ วนิชวรากิจ, President สัมภาษณ์, 19 มกราคม 2554)

1.2.3.5 การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม

ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในการพัฒนาชุมชนและสังคมด้วยการสนับสนุนทั้งกิจกรรมและทุนทรัพย์โดยให้เงินทุน 10 ล้านบาท เพื่อจัดกิจกรรมทางสังคมและมีส่วนร่วมในการส่งเสริมความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนและสังคม ทั้งการส่งเสริมการศึกษาและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การส่งเสริมการจ้างงาน และการจัดโครงการพัฒนาชุมชนต่าง ๆ ด้วยเชื่อว่า การมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนและสังคมชุมชน ทำให้สังคมมีความเข้มแข็งและมีการพัฒนาที่ยั่งยืน เป็นสิ่งที่เกื้อหนุนการดำเนินงานของรัฐกิจ

“...ผมให้งบประมาณ 10 ล้านบาท เพื่อใช้ในโครงการสร้าง EQ และ IQ ให้กับเด็กในโรงเรียนที่ขาดแคลน EQ คือการสร้างจริยธรรม IQ คือการสร้างห้องสมุด อาคารเรียน ให้กับโรงเรียนที่ขาดแคลน...” (โสรัตน์ วนิชวรากิจ, กรรมการผู้จัดการ, สัมภาษณ์, 24 ธันวาคม 2553) และ

“...โครงการทดแทนพระคุณแม่ให้บัวพันน้ำ จะมีเรื่องของการสร้าง EQ และ IQ ให้กับเด็กในโรงเรียนที่ขาดแคลน EQ ก็คือในเรื่องของการสร้างห้องจริยธรรม ถ้า IQ ก็คือจะสร้างห้องสมุด อาคารเรียน ให้กับโรงเรียนที่ขาดแคลน ตรงนี้ก็จะมีงบประมาณอยู่ที่เสียเงินตั้งไว้คือ 10 ล้านบาท แต่ว่าเราทำไปก็คือตอนนี้เราใช้ไป 2.6 ล้าน คือโครงการสถานที่ที่จะไป เสียเงินค่าก็จะเน้นจังหวัดที่พนักงานต้องการ ก็จะไปสำรวจว่าที่ไหน ก็จะมีพนักงานเสนอมาว่าไปบ้านเค้า โรงเรียนนี้ที่น่าจะ去做...” (พนักงาน, สันทนา กลุ่ม, 15 มกราคม 2554)

1.2.3.6 การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการรักษาสิ่งแวดล้อมด้วยการดำเนินโครงการที่มีการป้องกันผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างดี ช่วยให้องค์กรดำเนินงานได้อย่างราบรื่น ดังนั้นนอกจากองค์กรจะมีการป้องกันผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินงานอย่างถูกต้องตามกฎหมายแล้ว เข้าไปมีส่วนร่วมกับภาคส่วนอื่น ๆ ของสังคมในการจัดกิจกรรมเพื่อรักษาและปรับปรุงคุณภาพสิ่งแวดล้อมอีกด้วย

“...ในเรื่องสิ่งแวดล้อม เราได้มาตรฐานระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม (ISO 14001) รางวัลอุตสาหกรรมดีเด่น ประจำปี 2552 (ด้านการจัดการพลังงาน) รางวัลนวัตกรรมดีเด่น (Innovation Award) ด้านการลดภาวะโลกร้อน จากสภาวิจัยแห่งชาติ รางวัลการจัดการพลังงานแบบสมบูรณ์ดีเด่น (Total Energy Management Awards) จากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม และ รางวัล Thailand Energy Awards 2008 ด้านการอนุรักษ์พลังงาน จากกระทรวงพลังงาน...” (โสรัตน์ วัฒนวรากิจ, กรรมการผู้จัดการ, สัมภาษณ์, 24 ธันวาคม 2553)

1.2.3.7 การเผยแพร่นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม

ผู้ประกอบการเผยแพร่นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมโดยนำเสนอ นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นโครงการทดแทนพระคุณแผ่นดิน โดยการให้ความรู้ ด้วยการบรรยายให้แก่ บริษัท ภาครัฐ มหาวิทยาลัย บริษัทเอกชนต่าง ๆ SMEs ต่าง ๆ ในเรื่องของ HRD พลังงานและเรื่องของการสร้างแรงจูงใจในการทำธุรกิจ รวมถึงการต้อนรับบุคคลภายนอกที่เข้ามาเยี่ยมชมอีกด้วย

“...ผมทำโครงการทดแทนพระคุณแผ่นดิน เป็นเรื่องของการให้ความรู้ ไปบรรยายให้กับ บริษัท ภาครัฐ มหาวิทยาลัย บริษัทเอกชนต่าง ๆ SMEs ต่าง ๆ ในเรื่องของ HRD การอนุรักษ์พลังงานและเรื่องของการสร้างแรงจูงใจในการทำธุรกิจ...” (โสรัตน์ วัฒนวรากิจ, กรรมการผู้จัดการ, สัมภาษณ์, 24 ธันวาคม 2553) จากคำบอกเล่าของพนักงานในการสนทนากลุ่ม

“...โครงการทดแทนพระคุณแผ่นดิน อันนี้ก็เป็น CSR ในเรื่องของการให้ความรู้การไปบรรยายให้กับบริษัท ภาครัฐ มหาวิทยาลัย บริษัทเอกชนต่าง ๆ โดยตัวเสียเอง ส่วนใหญ่ซึ่งเรื่องที่เสียเคนไปบรรยาย ก็จะมีเรื่องของ HRD พลังงานและเรื่องของการสร้างแรงจูงใจในการทำธุรกิจ ตัวนี้ก็จะจะมี SMEs ต่าง ๆ เข้ามาฟัง ตอนนี่ก็ 95 ครั้ง ได้ ที่รวบรวมได้ Coaching ก็จะอยู่ตรงนี้ ก็โครงการนี้จะมีเปิดบ้านต้อนรับจะมีบุคคลภายนอก เช่น ชนาकर องค์กร เข้ามาเยี่ยมชมบริษัทได้ อยู่ในโครงการนี้ด้วย...” (พนักงาน, สนทนากลุ่ม, 15 มกราคม 2554)

1.2.3.8 การจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

องค์กรเปิดเผยข้อมูลดังกล่าว แสดงให้เห็นการปฏิบัติตามแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคม และนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องดังกล่าวไปเผยแพร่ในเอกสารเผยแพร่ที่องค์กรจัดทำขึ้น และเว็บไซต์ขององค์กร

1.2.4 สรุปผล

ความมีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการตามกรณีศึกษาที่ 2 เกิดจากแรงบันดาลใจจากแบบอย่างคือ มารดา ผู้ซึ่งเลี้ยงบุตรธิดา ด้วยความวิริยะ อุตสาหะ และเป็นกำลังใจที่เข้มแข็งของครอบครัว กอปรกับความเชื่อถือศรัทธาในหลักธรรมคำสอนทางพุทธศาสนา นำ **หลักพุทธบริหาร** บูรณาการกับรูปแบบการบริหารธุรกิจอันเป็นลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการ อันได้แก่ ความรู้ที่ได้รับจากประสบการณ์ทำงาน ตำราพิชัยสงคราม แนวคิด คำสอนของปราชญ์ในอดีตของจีน การปรับปรุงคุณภาพงานแบบญี่ปุ่น และแบบแผนวิชาการของตะวันตกในการประกอบธุรกิจ เข้ากับการประกอบธุรกิจ เมื่อเกิดวิกฤตเศรษฐกิจ ปี พ.ศ. 2540 การเปลี่ยนแปลงค่าเงินบาทอย่างรวดเร็ว และส่งผลให้มูลค่าหนี้สินขององค์กรเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และเป็นจำนวนมากมหาศาล ซึ่งประมาณการว่าต้องใช้เวลาในการประกอบธุรกิจถึง 40 ปี จึงจะสามารถชำระคืนหนี้สินได้หมด แต่ด้วยการทำงานอย่างขยันขันแข็งของผู้ประกอบการโดยใช้รูปแบบการบริหารธุรกิจอันเป็นลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการ และให้ความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตและจิตใจของพนักงาน สามารถใช้เวลาเพียง 7 ปีในการใช้คืนหนี้สินจำนวนมากดังกล่าวจนหมด ทำให้พฤติกรรมซึ่งแสดงออกซึ่งความมีจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการมีลักษณะเด่นในประเด็นดังต่อไปนี้

ด้านการเคารพสิทธิและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม

- การให้สวัสดิการที่ดี
- การจัดกิจกรรมมุ่งเน้น เพื่อ ส่งเสริมให้เกิดความภาคภูมิใจและความผูกพันกับองค์กร

เป็นคนดีในสังคม กล่อมเกลาคความมีคุณธรรมและจริยธรรม ให้พนักงานเรียนรู้การเป็นคนดี มีคุณธรรม

ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม

- โครงการทดแทนพระคุณแม่ให้บัวพื้่นน้ำ เพื่อเสริมสร้าง EQ และ IQ ให้กับเด็กในโรงเรียนที่ขาดแคลน

ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

- มาตรฐานระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม (ISO 14001)

- รางวัลอุตสาหกรรมดีเด่น ประจำปี 2552 (ด้านการจัดการพลังงาน)
- รางวัลนวัตกรรมดีเด่น (Innovation Award) ด้านการลดภาวะโลกร้อน จากสภาวิจัยแห่งชาติ
- รางวัลการจัดการพลังงานแบบสมบูรณ์ดีเด่น (Total Energy Management Awards) จากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม
- รางวัล Thailand Energy Awards 2008 ด้านการอนุรักษ์พลังงาน จากกระทรวงพลังงาน

ด้านการเผยแพร่วัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม

- โครงการทดแทนพระคุณแผ่นดิน เป็นการให้ความรู้กับบริษัท ภาครัฐ มหาวิทยาลัย บริษัทเอกชนต่างๆ เรื่องของการพัฒนาบุคลากร การอนุรักษ์พลังงาน และการสร้างแรงจูงใจในการทำธุรกิจ

และผลผลิตจากการวิเคราะห์และสรุปรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการตามกรณีศึกษาที่ 2 คือ ความสามารถในการใช้หนี้สิน พฤติกรรมความมีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ ความสำเร็จในการสร้างคนดีแบบยั่งยืนให้กับสังคม และความสุขจากความสามารถในการผลิตผลผลิตที่มีคุณภาพดี

1.2.5 รูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการตามกรณีศึกษาที่ 2

ซึ่งสามารถนำมาจัดทำเป็นรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการตามกรณีศึกษาที่ 2 ได้ดังนี้

1.2.5.1 ปัจจัยนำเข้า

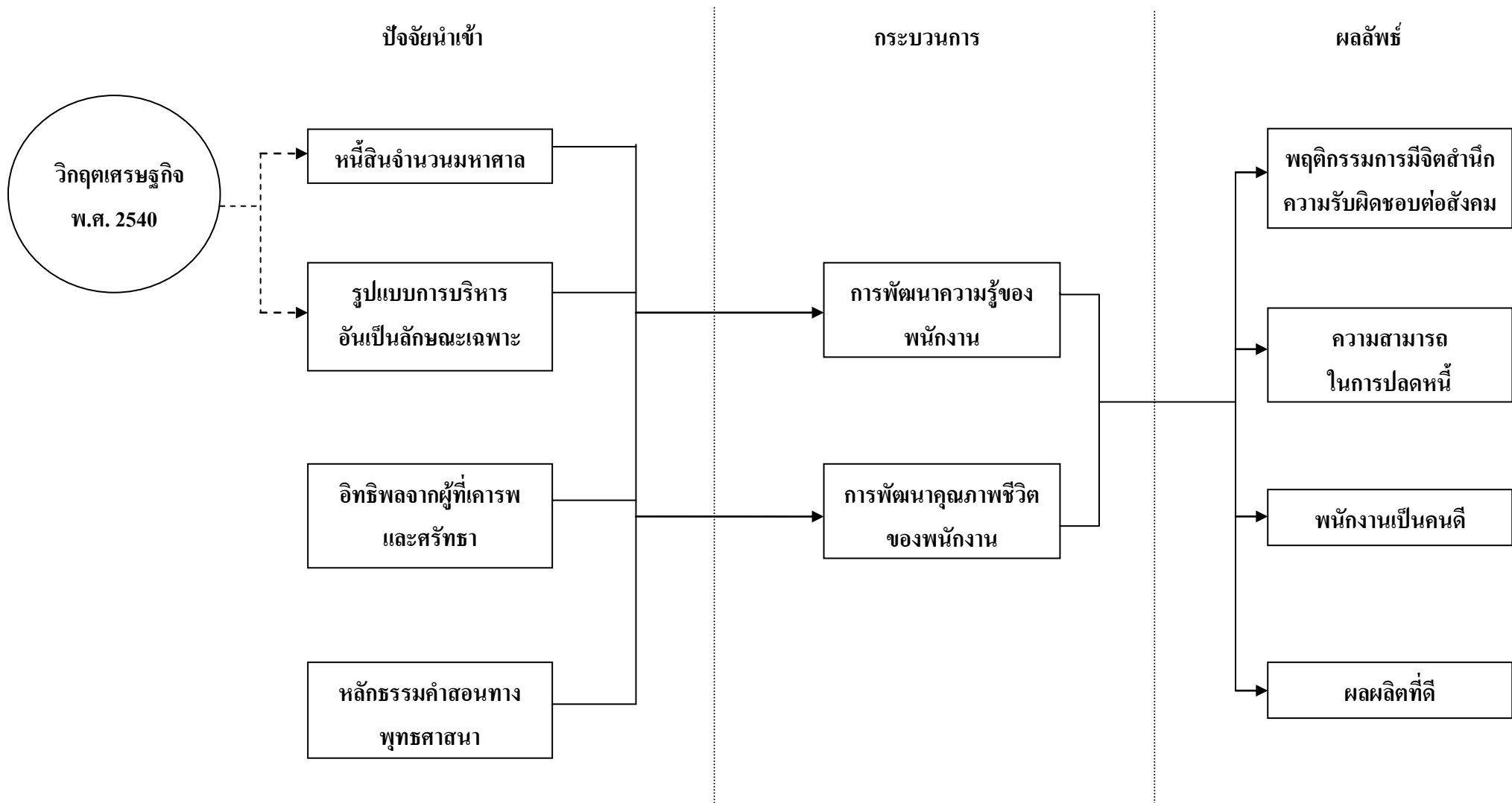
- 1) หนี้สินจำนวนมหาศาล
- 2) รูปแบบการบริหารอันเป็นลักษณะเฉพาะ
- 3) อิทธิพลจากผู้ที่เคารพและศรัทธา
- 4) หลักธรรมคำสอนทางพุทธศาสนา

1.2.5.2 กระบวนการ

- 1) การพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงาน
- 2) การพัฒนาความรู้ของพนักงาน

1.2.5.3 ผลผลิต

- 1) พฤติกรรมการมีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม
- 2) ความสามารถในการปลดหนี้
- 3) พนักงานเป็นคนดี
- 4) ผลผลิตที่ดี



ภาพที่ 7 รูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ ตามกรณีศึกษาที่ 2

กรณีศึกษาที่ 3

1.3 บริบทของกรณีศึกษา

1.3.1 ข้อมูลของสถานประกอบการ

1.3.1.1 สภาพทั่วไปของสถานประกอบการ

บริษัท สยามแอสแตค จำกัด ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 3 หมู่ที่ 2 ซอยเปี่ยมน้ำใจ ถนนปิ่นเกล้า-นครชัยศรี ตำบลหอมเกร็ด อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม 73110 เลี้ยวซ้ายออกจากถนนปิ่นเกล้า-นครชัยศรี ก่อนข้ามสะพานแม่น้ำนครชัยศรีไม่กี่ร้อยเมตร จะพบกับป้ายบอกชื่อซอยขนาดใหญ่ว่า ซอยเปี่ยมน้ำใจ บริษัท สยามแอสแตค จำกัด หน้าบริษัท ไม่มีลอตเตอรี่ ไม่มีบูท ไม่มีเบียร์หรือเหล้าขาย เมื่อผ่านประตูบริษัท เข้าไปจะพบกับความร่มรื่นของต้นไม้ มองภาพทางเข้าเหมือนกับทางเข้าคฤหาสน์ของครอบครัวมากกว่า ทางเข้าโรงงานตัดเย็บเสื้อผ้า โดยเฉพาะทำเลที่ตั้งของโรงงานซึ่งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำนครชัยศรี ไม่ไกลจากวัดไร่จิง และตลาดน้ำดอนหวายมากนัก ภายในประกอบด้วยอาคาร โรงงาน 2 โรงงาน อาคารจำหน่ายสินค้า (Outlet) ซึ่งชั้น 2 เป็นห้องประชุมใหญ่ของบริษัท มีหมู่เรือนรับรองริมน้ำ ซึ่งเป็นที่รับรองแขกของบริษัท ลานกิจกรรมริมน้ำสำหรับกิจกรรมทางศาสนา และจัดกิจกรรมของพนักงาน รวมถึงเป็นสถานที่ประกอบ และฉลองพิธีมงคลสมรสของพนักงานอีกด้วย และยังมีแปลงเกษตรสาธิตเป็นแปลงสาธิตการเกษตรแบบผสมผสาน และดำเนินการตามแนวคิดทำนา 1 ไร่ มีรายได้ 1 แสนบาท ของประธานบริษัท ธุรกิจของบริษัท คือ การผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องแต่งกาย เครื่องนุ่งห่มทุกชนิด ผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่เป็นที่รู้จักกันมากที่สุดได้แก่ เสื้อยืดตราแดงโมสमानฉันท์ เสื้อยืดคอปกสีเหลืองติดเครื่องหมายตราสัญลักษณ์ครองราชย์ 60 ปี และเสื้อยืดคอปกสีชมพูตราแดงโมสमानฉันท์ ผลิตเพื่อจำหน่ายในวาระการเฉลิมฉลองในโอกาสที่ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมีพระชนมายุครบ 84 พรรษา

1.3.1.2 กิจวัตรของสถานประกอบการ

สยามแอสแตคสร้างวิถีครอบครัวให้เป็นวัฒนธรรมองค์กร ในองค์กรจึงไม่มีการเรียกขานตำแหน่งผู้บริหารในองค์กร ไม่มีเสียงออกหรือกริ่งเข้างานหรือเลิกงาน ไม่มี Job Description (รายละเอียดของงาน) ในการกำหนดการทำงาน ดูแลกันในองค์กรแบบที่ดูแลน้อง ไม่มีการแบ่งแยกระหว่างนายกับลูกน้อง เรียกขานระหว่างกันภายในองค์กรด้วยการนับญาติ เช่น ลุง ป้า น้า อา เน้นน้ำใจระหว่างพี่ (ผู้บริหาร) ให้น้อง (บุคลากร) อย่างถ้อยทีถ้อยอาศัย เมื่อพี่ขอร้องน้องก็ช่วยให้อย่างเต็มใจ และเต็มความสามารถ วัฒนธรรมองค์กร ซึ่งผสมผสานระหว่างวิถีครอบครัวและวิถีครอบครัว สร้างความรับผิดชอบในการทำงานให้เกิดขึ้นด้วยตัวบุคลากรเอง และรับผิดชอบในการทำงานด้วยการกำหนดเป้าหมายในการทำงานตนเอง องค์กรจึงไม่มีปัญหาเรื่องการเข้าออกของบุคลากร และมีบุคคลที่สมัครงานรอเรียกอยู่เป็น

จำนวนมาก บุคลากรกำหนดเป้าหมายในการทำงานด้วยตัวเอง สยามแอนด์สไม่ต้องใช้ระบบการกำกับบุคลากร เช่น ออกหรือกริ่งเตือนการเข้าและออกงาน หรือการตอกบัตร เป็นต้น

1.3.2 ข้อมูลของผู้ประกอบการ

1.3.2.1 ประวัติของผู้ประกอบการ

อดิศร พวงชมพู ประธานบริหาร บริษัท สยามแอนด์ส จำกัด กรรมการที่ปรึกษาหอการค้าจังหวัดนครปฐม อดีตประธานหอการค้าจังหวัดนครปฐม ประธานคณะกรรมการดำเนินการโครงการ 1 ไร่ 1 แสน สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย มีพื้นเพเป็นชาวจังหวัดอำนาจเจริญ เข้าเรียนในระดับประถมศึกษา และมีมัธยมศึกษาตอนต้น ที่จังหวัดยโสธร และจังหวัดอุบลราชธานี ตามลำดับ ก่อนเข้าศึกษาต่อระดับมัธยมตอนปลายที่โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา และศึกษาระดับอุดมศึกษาจากคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดยใช้เวลาเรียนนานถึง 6 ปี จึงสำเร็จการศึกษา ภายหลังจากที่ธุรกิจที่ประกอบอยู่สามารถดำเนินการไปได้ดีแล้ว อดิศรจึงได้เข้าศึกษาต่อระดับมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ (หลักสูตร EXECUTIVE MBA.) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จนสำเร็จการศึกษาใน ปี พ.ศ. 2546 และเข้าศึกษาในวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร พ.ศ. 2551 ด้วยความที่ผลการเรียนจากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์เป็นอันดับสามนับจากท้าย อดิศรจึงไม่คิดไปสอบเข้ารับราชการตามสายวิชาที่ร่ำเรียนมา อดิศรตัดสินใจเลือกชีวิตเป็นพ่อค้าเร่ ตั้งแต่เรียนจบ โดยออกตระเวนค้าขายตามตลาดทั่วประเทศไทยไปจนเกือบทั่วทุกจังหวัด เมื่ออายุ 25 ปี ยกเว้นอยู่ 2 จังหวัดที่ยังไม่ได้ไปคือ แม่ฮ่องสอน และนราธิวาส สินค้าส่วนใหญ่ที่อดิศรนำไปจำหน่ายเป็นพวกเสื้อผ้าที่รับไปจากย่านค้าส่งอย่างโบ๊เบ๊หรือ ประตูน้ำ ซึ่งอดิศรคิดว่าสิ่งที่ดีที่สุดจากชีวิตการเป็นพ่อค้าเร่ คือการได้รับข้อมูลจากลูกค้าทั่วประเทศ โดยการไม่เถียงลูกค้า การเถียงลูกค้าของผู้ค้าทำให้กลายเป็นผู้เสียโอกาส และส่วนใหญ่ของพวกที่เถียงลูกค้าที่สุดแล้วมักจะไม่ประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจ

อมรา พวงชมพู ภรรยาของอดิศร นอกจากอมราจะดำรงตำแหน่งกรรมการผู้จัดการบริษัท สยามแอนด์ส จำกัด แล้ว ยังทำหน้าที่ ผู้พิพากษาสมทบศาลจังหวัดนครปฐม แผนกคดีเด็กและเยาวชน กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ และคณะกรรมการส่งเสริมประชาสังคม เพื่อการพัฒนาแห่งชาติ กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ เรียนจบชั้นประถมที่โรงเรียนช่างตากครูสคอนแวนต์ ชั้นมัธยมที่โรงเรียนสตรีวิทยา จบปริญญาตรีสาขาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ปริญญาโทที่เกษตรศาสตร์ สาขาบริหารธุรกิจ วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร พ.ศ. 2547 ปัจจุบันเรียนปริญญาเอก สาขาการพัฒนาระบบบริหาร มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม ระหว่างเรียนได้เข้าร่วมกิจกรรมเยาวชนระดับนานาชาติ และได้ทุนการศึกษาในต่างประเทศ คือ 1) โครงการเรือเยาวชนแห่งเอเชียอาคเนย์ รุ่นที่ 1 ทำหน้าที่เป็นยุวทูตเจริญสัมพันธ์ไมตรีร่วมกับเยาวชนชาติอื่นๆ 6 ประเทศ คือ ไทย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย สิงคโปร์ และญี่ปุ่น 2) ทุนการศึกษาเป็นทุนการศึกษาพิเศษสำหรับศึกษาในโรงเรียนที่มีการจัดการเรียนการสอนแบบเฉพาะในระดับมัธยมปลาย ซึ่งเป็นการศึกษาแบบพิเศษในรูปแบบของ

การศึกษาตามอัธยาศัย ตั้งอยู่ในประเทศนอร์เวย์ ในแต่ละปีมีนักเรียนจากนานาประเทศเข้ารับการศึกษานี้ในจำนวนจำกัด ชื่อโรงเรียน Follo Folk Highschool* อมราได้รับทุนการศึกษาให้เรียนที่นี่เป็นเวลา 1 ปี เมื่อเข้าเรียนยังมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ อมราจึงได้พบกับอดิศรและตกลงใจคบหากัน

***Follo Folk Highschool** เป็นโรงเรียนระดับมัธยมปลาย ตั้งอยู่ในย่านกลางเมืองของเทศบาลเมือง VESTBY ประเทศนอร์เวย์ เป็นโรงเรียนประจำ มีนักเรียนจำนวน 105 คน มีวัตถุประสงค์ของการเรียนการสอนให้นักเรียนเข้าใจถึงกระบวนการของการผ่านหลักสูตรศิลปะและมนุษย์ รวมทั้งทฤษฎีทางศิลปะที่ยึดหลักปรัชญา และทำให้การพัฒนาความรู้ความเข้าใจให้เพิ่มขึ้นจากผลสะท้อน และจิตสำนึกของตนเอง โรงเรียนมีคณาจารย์ที่ความรู้ระดับมืออาชีพในงานศิลปะ สามารถสร้างความท้าทายในรูปแบบต่างๆ และปรับให้เข้ากับนักเรียนแต่ละบุคคล ตามความรู้ที่มีอยู่ก่อน และความสามารถที่มีอยู่ในตัวของนักเรียน การเรียนการสอนทั้งหมดจัดขึ้นเป็นภาษานอร์เวย์ ยกเว้นบางชั้นเรียนที่เน้นในเรื่องกิจการระหว่างประเทศ มีการสอนภาษานอร์เวย์ สำหรับนักเรียนต่างชาติ มีการใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่สองในการเสริมการเรียนการสอน

โดยระหว่างที่เรียนมหาวิทยาลัย อมราทำงานหารายได้ระหว่างเรียน ตอนเช้าก่อนเข้าเรียนทำงานเป็นผู้ช่วยผู้สื่อข่าวให้หนังสือพิมพ์ Le Mont ของฝรั่งเศส หลังจากเลิกเรียนสอนหนังสือภาษาอังกฤษ (ชั่วโมงละ 80-100 บาท ขณะที่เงินเดือนข้าราชการวุฒิปริญญาตรีในขณะนั้นประมาณ 2,000 บาท) ในวันหยุดเสาร์ อาทิตย์ สอนหนังสือให้กับเด็กนักเรียน เช่น ภาษาอังกฤษ คณิตศาสตร์ ฯลฯ หากยังมีเวลาว่างเหลือ อมราจะรับงานช่วยหาข้อมูลให้กับนักศึกษาระดับปริญญาเอก การใช้เวลาว่างในการทำงานเป็นนิสัยที่ติดมาจากการชีวิตที่ประเทศนอร์เวย์ และทั้งคู่ได้เริ่มต้นการทำธุรกิจขณะเรียนมหาวิทยาลัย โดยสินค้าเริ่มแรกที่อดิศรเลือกนำมาเรขายนั้น ไม่ใช่กลุ่มของเสื้อผ้า หากเป็นหนังสืออ่านเล่นทั่วไป อย่าง ดาราภาพยนตร์ ซึ่งเมื่อครั้งอดีตตั้งราคาขายไว้ที่ 2 เล่ม 5 บาท แต่เมื่อมาพบเพื่อนคนหนึ่ง ความคิดที่จะเรขายหนังสือก็เปลี่ยนไป ด้วยเพราะกำไรและความสะดวกสบายต่างกัน จากการที่เดินทางไปเรไปขายหนังสือที่จังหวัดจันทบุรี ได้ไปพบกับเพื่อนคนหนึ่งขายชุดผู้หญิงที่มีเนื้อผ้าที่ขยับแล้วไม่ยับ ชุดละ 39 บาท เห็นมีความสุขกับการขายมาก อีกทั้งสินค้าให้ผลกำไรที่ดีกว่า เมื่อขายเสร็จสินค้าเหลือสามารถเก็บบรรจุใส่กระสอบได้เลย แต่การขายหนังสือต้องเก็บกล่องที่ละเล่ม ต้องเรียงตัวเลข กว่าจะได้นอนหลับพักผ่อนเวลาล่วงเข้า ดิหนึ่ง ดิสองแล้ว จึงเปลี่ยนมาขายเสื้ออันเป็นจุดเริ่มต้นของการเข้าสู่ธุรกิจเสื้อผ้าของทั้งคู่ หลังจากสามารถบริหารจัดการธุรกิจจนเป็นระบบแล้ว ทั้งอดิศรและอมราได้เริ่มทำงานตามอุดมการณ์ของคนทั้งสอง คือการทำงานช่วยเหลือสังคม

1.3.2.2 ความเชื่อ คำสอนทางศาสนา คำสอนของบิดา มารดา และครอบครัว

ประสบการณ์ชีวิตของอดิศรซึ่งเคยเป็นพ่อค้าเรขายหนังสือของสำนักพิมพ์ดอกหญ้า ทำให้ได้อ่านหนังสือมากมายหลายประเภทรวมทั้งอัตชีวประวัติของบุคคลในวงการต่าง ๆ และหนังสือเกี่ยวกับศาสนาและปรัชญา

“...ในช่วงเริ่มชีวิตพ่อค้าเร่ ผมเลยมีโอกาสได้อ่านหนังสือเยอะมาก โดยเฉพาะหนังสืออัตชีวประวัติของบุคคลสำคัญมากมายของสำนักพิมพ์ดอกหญ้าที่เอามาขาย...” (อติศร พวงชมพู, ประชานุกรมการ สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2554) มีโอกาสอ่าน และศึกษา ดูแนวคิดของหลายๆ และเกิดความสนใจในเรื่องของศาสนาและปรัชญาเปรียบเทียบ

“...ศาสนา เต้า พุทธ เช่น โครงสร้างของจิตใจคนยังเหมือน 2-3 พันปีก่อน บริหารโลก โกรธ หลง ได้ เรื่องอื่นเป็นเรื่องปลีกย่อย...” (อติศร พวงชมพู, ประชานุกรมการ สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2554)

ความสนใจในแนวคิดและคำสอนของปราชญ์ชาวจีนในอดีต เช่นการยึดหลัก 6 ประการของ "กั๋วฉาง" อภิมหาเศรษฐีชาวจีน เมื่อ 600 ปี ก่อน ผู้มีทรัพย์สินประมาณครึ่งหนึ่งของประเทศจีนในขณะนั้น สำหรับหลักทั้ง 6 ประการ ได้แก่ (1) ขยัน "...นึกถึงตัวเองว่า ที่มีทุกวันนี้มาด้วยอะไร หลักขยันคืออะไร นึกถึงตอนเริ่มธุรกิจใหม่ๆ ทำงานต่อเนื่อง 10 ชั่วโมงได้มัย แต่ละวันภายใน 1 ปี ถ้าทำได้จะประสบความสำเร็จ เพราะงานที่อยู่ตรงหน้าจะสำเร็จได้ภายใน 3 ชั่วโมง เหลืออีก 13 ชั่วโมงเราทำอะไร เราจะคิดต่อว่าจะทำอะไรดี ไม่เหมือนคนทำงาน 2 ชั่วโมงแล้วเล่นเกมส์ ส่งอี-เมลล์ สูตรนี้เป็นสูตรหลักของการตั้งตัว..." (2) ประหยัด "...เมื่อ สมัยเป็นพ่อค้าเร่ ผมใช้เงินวันละ 20 บาท เคยไปซื้อเสื้อตราห่านกลุ่มาสกรีนขาย แต่ต้นทุนสูง จึงไปคุยกับเจ้าของโรงงาน ว่าอยากได้เสื้อเยอะ แต่ไม่มีเงิน ถ้าขายได้แล้วค่อยส่งลูกน้องไปเก็บเงินได้ใหม่ ซึ่งต่อมาผมขายได้ครั้งละ 4,000 บาท ผมให้โรงงานไป 3,980 บาท เก็บไว้ที่ตัวเองเพียง 20 บาท ทำอย่างนี้อยู่ปีหนึ่ง พอสิ้นปีผมกลายเป็นเจ้านี่ของโรงงานผลิตเสื้อ ผมตั้งตัวจากวิธีคิดอย่างนี้..." (3) อดทน "...ถ้าเราไม่เคย แ่ เราจะไม่รู้เลยว่า อด แปลว่า อยากได้แล้วเราไม่ได้ เราจะอยู่กับความรู้สึกนี้ได้มัย ทน แปลว่า ไม่อยากได้แต่มันได้ ไม่อยากร้อน แต่มันร้อน ไม่อยากง่วงแต่มันง่วง อยู่กับมัน ได้มัย ถ้าทำได้ เราจะเป็นคนอีกระดับหนึ่ง จะเป็นคนที่มีศักยภาพสูงกว่าเพื่อนที่กลัวอดและกลัวทน..." (4) อ่อนน้อมถ่อมตน "...ตอน ปี 2549 ผมไปสอนนักศึกษาปริญญาโท ที่บางแสน เขาให้ผมไปเป็นหัวหน้าวิชา กลยุทธ์การประกอบการ ผมถามนักศึกษาเรื่องอ่อนน้อมถ่อมตน ว่า ถ้ารัฐบาลให้เงินมา 300 ล้านบาท เพื่อต้องการให้คนรู้จักเมืองไทยสัก 10 ล้านคน ทำได้ไหม แล้วใน 10 ล้านคนอยากให้คนมาเที่ยวเมืองไทย 1 ล้านคน ทำได้ไหม แทบทุกคนจะบอกว่า ค่าโฆษณา 1 นาที ในสหรัฐอเมริกา หรือญี่ปุ่น นั้นคิดนาทีละ 5 ล้านบาท ถ้ามีเงิน 300 ล้านบาท คงโฆษณาได้ไม่กี่นาที ผมเลยยกตัวอย่างให้ฟังว่า ช่วงฉลอง 60 ปีครองราชย์ในหลวง คนไทยรู้จัก ราชวงศ์สุทธานเพราะใคร กษัตริย์จกมีทำอะไร ท่านสวีตตี้แล้วอิม ไหว้คนไทย ไหว้คนเฝ้าประตู นั้นทำให้เกียรติภูมิของท่านต่ำลงไหม แต่สุดท้ายมีคนรู้จักประเทศสุทธานถึง 10 ล้าน มีคนไทยอยากไปเที่ยวถึงล้านคนแน่ๆ สรุปท่านจกมี ใช้อย่างเดียวคือการอ่อนน้อมถ่อมตน เป็นเรื่องสุดขยอแต่เรามากหลงลืมกันไป..." (5) เป็นคนเชื่อถือได้ "...มีเจ้าของ โรงทอผ้าท่านหนึ่งรู้จักกันดี ไปเที่ยวด้วยกันบ่อย กระทั่งช่วงปี 2540 เศรษฐกิจแย่มาก ราคาของเพิ่มเท่าตัว มีญาติของเจ้าของโรงงานท่านนั้น ถามว่าแดงโมจะไปรอดไหม ท่านเลยบอกไปว่าเที่ยวกับอิมมา 10 ปี อิมกินเหล้า ไม่เล่นพนัน ไม่เที่ยวผู้หญิง แล้วขยันทำงาน ทำไมจะไม่รอด คำพูดสามสี่คำ ทำให้ความน่าเชื่อถือของผมขยับขึ้น และฟื้นตัวภายใน 8 เดือน ซึ่งความน่าเชื่อถือนี่ไม่ต้องใช้เงิน

ลงทุนแม่แต่บาทเดียว..." และ (6) เอาใจเขา มาใส่ใจเรา "...ภรรยาของผมขายเสื้อได้เก่งมาก มีอยู่ครั้งหนึ่งแม่จูงลูกเข้ามาในร้าน เซอร์รับเข้าไปดูเสื้อของลูกค้าท่านนั้นทันที เพราะถ้าปล่อยให้ลูกกวาน แม่จะกังวลกับการอ่อนของลูก แต่ภรรยาผมพาลูกของลูกค้าไปเล่นนิทานให้ฟัง ทำให้ลูกค้าผู้เป็นแม่ อยู่ในร้านราว 2 ชั่วโมง ซื้อเสื้อไป 5,000 บาท นี่คือวิชาอ่านใจ ที่เป็นหลักในการทำธุรกิจมาถึงทุกวันนี้..." (อดิสร พวงชมพู, ประธานกรรมการ สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2554)

ในช่วงที่อมราเรียนหนังสืออยู่มหาวิทยาลัยปี 1 ด้วยการชักชวนจากรุ่นพี่ร่วมโครงการเรือเยาวชน ได้มีโอกาสได้พบกับ “หลวงปู่” (ครูบาชัยยะวงศาพัฒนา วัดพระพุทธบาทห้วยต้ม อำเภอเถลี จังหวัดลำพูน) โดยครั้งที่หลวงปู่เกิดอาพาธ มารักษาตัวที่โรงพยาบาลศิริราช อมราเรียนอยู่ธรรมศาสตร์จะข้ามเรือที่ท่าพระจันทร์ไปกราบหลวงปู่ ไปฟังธรรมะจากหลวงปู่ ซึ่งหลวงปู่ให้ยึดมั่นในแนวทางปฏิบัติวิปัสสนากรรมฐาน ไครอยากสนทนาธรรมกับหลวงปู่ ต้องปฏิบัติด้วยการนั่งสมาธิภาวนาเสียก่อน ตั้งแต่ 6 โมงเย็นจนถึง 1 - 2 ทุ่ม หลวงปู่จะนำบริการเป็นคำ ๆ ว่า “...พุทธ โธ ธรรม โม สังโฆ เมตตา กรุณา มุทิตา อุเบกขา...” โดยเปลี่ยนคำไปเรื่อย ๆ และพบว่า สิ่งที่หลวงปู่สอนไว้คือ พรหมวิหาร 4 และมีคำมหาศาล เมื่อได้มาเผชิญชีวิตในโลกแห่งความจริง

“...เมตตา ความปรารถนาให้ผู้อื่นเป็นสุข กรุณา ความปรารถนาให้ผู้อื่นพ้นทุกข์ มุทิตา ความยินดีเมื่อผู้อื่นมีความสุข อุเบกขา การวางเฉยหรือมีใจเป็นกลาง หลักธรรมอันนี้ พี่นำมาใช้กับชีวิตทั้ง 4 ด้าน ไม่ว่าจะ ชีวิตส่วนตัว ชีวิตครอบครัว ชีวิตการงาน และชีวิตสังคม โดยใช้ให้พอเหมาะ พอสมและพอควรแก่เหตุ...” (อมรา พวงชมพู, กรรมการผู้จัดการ สัมภาษณ์, 24 มกราคม 2554)

อมราเชื่อว่า การปฏิบัติตามพระธรรมคำสอนทางพุทธศาสนา โดยเฉพาะ พรหมวิหาร 4 จะทำให้ปัญหาทางสังคมลดน้อยลงได้ ดังนั้นแบบอย่างของกรณีศึกษาที่ 3 จึงเป็นการประสมประสานกับต้นแบบที่ดึงมาประกอบด้วยความมุ่งมั่น วิริยะ อุตสาหะ อุตทน และเสียสละเพื่อสังคมส่วนรวมในบุคคลหลาย ๆ คน คำสอนทางศาสนาและปรัชญาต่าง ๆ และแนวคิดในเรื่องของไม่เท่าเทียมทางสังคม สิ่งที่สำคัญที่สุดของชีวิต คือ การครองสติอยู่ตลอดเวลา ยึดมั่นกับคุณงามความดี ทำบุญอย่างต่อเนื่อง เมื่อซึมซับพรหมวิหาร 4 พิจารณาปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น สามารถใช้เมตตาในการแก้ไข ในเรื่องที่สุดวิสัยจะใช้อุเบกขาเกิดปัญญาเป็นหลักยึดในการบริหารชีวิต สำหรับการทำธุรกิจใช้ คุณธรรมในเรื่องของความกตัญญู และการดำเนินธุรกิจโดยยึดถือ ความกตัญญู สะท้อนด้วย พนักงานได้รับการดูแลเป็นอย่างดี ด้วยความเอาใจใส่ นำไปสู่ความกตัญญูต่อลูกค้า ด้วยความซื่อสัตย์ ไม่โลภ และแสดงความกตัญญูต่อแผ่นดิน ด้วยการช่วยเหลือสังคมส่วนรวม ทั้งการส่งเสริมอาชีพ การพัฒนาชุมชนและชาวบ้านในพื้นที่ต่าง ๆ การส่งเสริมกิจกรรมทางศาสนา และการแก้ไขปัญหาทางสังคมด้วยความรู้และประสบการณ์ทางธุรกิจของผู้ประกอบการตามกรณีศึกษาที่ 3 ในเวลาต่อมา นอกจากการนำหลักธรรมคำสอนในพุทธศาสนามาใช้ในการประกอบธุรกิจด้วยความมีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมแล้ว อมรายังนำมาปรับใช้กับการใช้ชีวิตส่วนตัว ชีวิตครอบครัว และชีวิตสังคมอีกด้วย และความเชื่อดังกล่าวอันกลายมาเป็นแนวคิดและแนวทาง

ปฏิบัติของผู้ประกอบการคู่สามีภรรยาสะท้อนออกมาจากการตั้งชื่อบุตรธิดาทั้ง 4 คน ดังนี้ “พุทธ เต่า คริสต์ และเชน”

1.3.2.3 ลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการ

ด้วยผู้ประกอบการคู่สามีและภรรยาที่มีพื้นฐานทางครอบครัวที่แตกต่างกัน สามีมีพื้นฐานจากครอบครัวต่างจังหวัดจะมีประสบการณ์ชีวิตที่ผ่านความทุกข์ยากลำบากเหมือนคนไทยในชนบทห่างไกลทั่วไป ในขณะที่ภรรยาเป็นคนกรุงเทพฯ ครอบครัวชาวไทยเชื้อสายจีนที่มีฐานะปานกลาง ซึ่งในทัศนะของสามีเห็นว่าคนกรุงเทพฯ ยังขาดความเข้าใจในความเป็นจริงของความลำบาก เช่น ความหิวของคนกรุงเทพฯ หมายถึงความอยากหรือไม่อิ่ม ในขณะที่คนต่างจังหวัดหมายถึง ความอดอยากขาดแคลน ไม่มีจะกิน และได้ถ่ายทอดเรื่องราวของความไม่เท่าเทียมทางสังคมดังกล่าวให้แก่ภรรยา

“...คบกับคุณอดีตร คุยกันว่าถ้าจะแต่งงานต้องมีสตางค์นะ เขาก็รักเรามาก ด้วยความที่เขาเติบโตมาจากชนบท เวลาคุยกันจะคุยบนพื้นฐานที่ต่างกัน ที่ประทับใจเพราะเราเคยอยู่เมืองนอก เคยคิดว่าอยากไปอยู่เมืองนอก ไม่อยากอยู่เมืองไทย เคยบอกว่าถ้าอยู่เมืองนอก ป่านนี้ได้เล่นสกีแล้ว แต่คุณอดีตร คุยให้ฟังว่าชีวิตมันต่างกัน กลางคืนเขาต้องไปขุดหลุมฝังศพ วันรุ่งขึ้นถ้าน้ำขึ้น ปลาจะหล่นเข้าไปในหลุม นั้น แม้จะได้ไม่ต้องเสียเงินซื้อกับข้าว ก็จะประหยัดเงินค่ากับข้าวไปมื้อหนึ่ง เลยรู้สึกชีวิตที่ได้คุยกันสอนเราเยอะ เวลาเราบอกว่าหิวข้าวแล้ว เขาบอกว่า คำว่าหิวของเราคือไม่อิ่มท้อง เธอไม่ได้หิวจริงๆ หรือ เธอไม่รู้หรือว่าความหิวคืออะไร ความอยากจนคืออะไร นี่คือจุดที่เขาสอนเราให้เรียนรู้ชีวิต เป็นบุญอย่างหนึ่งที่จิตของเราไม่ติดยึดกับสิ่งเหล่านี้มาแต่เด็กแล้ว จำได้ว่าเล็ก ๆ เรียนหนังสือ จะมีทำบุญทุกวันจันทร์ สมมติได้สตางค์ไปโรงเรียนสิบสลึง คือ สองบาทห้าสลึง จะทำบุญเกือบหมด เหลือแค่ห้าสลึงสตางค์ไว้กินขนมเท่านั้นเอง ด้วยจิตมาอย่างนี้ พอมาเรียนมหาวิทยาลัยก็ไม่มีคิดอะไร และเงินไม่เคยขาดมือด้วย อยากจะทำอะไรก็ทำ พอมาเจอคุณอดีตรซึ่งเขาสอนเราเยอะ สอนความคิด สอนเรื่องอุดมการณ์...” (อมรา พวงชมพู, กรรมการผู้จัดการ สัมภาษณ์, 24 มกราคม 2554)

1.3.2.4 สถานการณ์ซึ่งส่งผลกระทบต่ออย่างสำคัญ

ความรักและความเข้าใจของผู้ประกอบการคู่สามีและภรรยา นำมาซึ่งความตระหนักในความไม่เท่าเทียมกันในสังคมอุปถัมภ์ขณะที่ศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์อยู่นั้นเป็นยุคที่หล่อหลอมความคิดอ่านของนักศึกษาในการรับใช้มวลชน อีกทั้งเป็นยุคสมัยแห่งการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองหลังจาเหตุการณ์วันมหาวิปโยค 14 ตุลาคม พ.ศ. 2516 และเหตุการณ์ล้อมปราบนักเรียน นิสิต นักศึกษาในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 6 ตุลาคม พ.ศ. 2519 มีเพื่อนของผู้ประกอบการหลบหนีเข้าป่าจับอาวุธต่อสู้กับรัฐ ในขณะที่นั้นเป็นจำนวนมาก ผู้ประกอบการคู่สามีภรรยา แม้ไม่ได้เข้าร่วมแต่การทำงานเพื่อหาทุนสนับสนุน

“...พอดีเกิดเหตุการณ์ 6 ตุลาคม 2519 เพื่อนๆ เข้าป่าเยอะมาก เลยเอาเงินนี้ให้เขาไปซื้อเสื้อชั้นใน ซื้อเสื้อแจ็กเก็ต เพราะในป่าหนาวมาก อุปกรณ์ต่างๆ มีดสั้น มีดพก เป็นช่วงที่เราประทับใจสิ่งที่คนเหล่านี้ทำ และเราไม่มีโอกาสได้ทำแบบนั้น จึงขอเป็นคนสนับสนุน เราชื่นชมเขาณะคะคนที่เสียสละขนาดนั้น ยอมรับว่าได้เงินเดือนมาเท่าไรก็ยกให้หมด เป็นบุญอย่างหนึ่งที่จิตของเราไม่คิดยึดกับสิ่งเหล่านี้มาแต่เด็กแล้ว...” (อมรา พวงชมพู, กรรมการผู้จัดการ สัมภาษณ์, 24 มกราคม 2554) ผนวกกับประสบการณ์ของอดิศรเมื่อครั้งเป็นพ่อค้าเร่ขายเสื้อผ้าทำให้ได้พบเห็นปัญหาของคนระดับพื้นฐานของประเทศที่ขาดแคลน

“...ตอนผมเป็นพ่อค้าเร่ขายเสื้อ เสื้อราคาแพงกว่า 100 บาท ขายไม่ค่อยได้ ไปชนบทก็เจอเสื้อแถมเยอะแยะ แล้วก็ใส่กันซ้ำๆ คนระดับพื้นฐานไม่มีกำลังซื้อ ปัจจัยสี่ อยู่บ้านเก่าๆ พังๆ เจ็บป่วยมีโรคร้ายไม่ได้รับการ ร่างกายบิดๆ เบี้ยวๆ เวลาเศรษฐกิจไม่ดี ก็มีเสียงโวยวายว่าให้กระตุ้นกำลังซื้อ แต่กำลังซื้อที่จริงไม่เคยลงมาข้างล่าง กลับถูกดูดขึ้นข้างบน ทำให้ประเทศไทยมีแต่คนเห็นแก่ตัว ซึ่งธุรกิจของผมจะไม่สามารถผ่านไปได้ ตัวรายได้ถูกคนที่มียานามากกว่าทางเศรษฐกิจดูดไปหมด ในประเทศไทยคนรวยอยู่บนพีรามิด 3% โดยมีอีกพีรามิดซ้อนอยู่กับ 4.8 ล้านครอบครัว มีรายได้ 24.5 เปอร์เซ็นต์ ของรายได้ทั้งประเทศ เอาเงินจากข้างล่างขึ้น หน้าที่หลักจะทำอย่างไรจะเอาเงินจากข้างบนดึงมาให้ถึงข้างล่าง จึงต้องมี Product เจาะข้างบน ทำสลัม ล้อมคฤหาสน์ คนรวยต้องสร้างรั้วสูงๆ มีหนาม มีรั้วไฟฟ้า...” (อดิศร พวงชมพู, President สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2554)

1.3.3 พฤติกรรมการมีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม

1.3.3.1 การกำกับดูแลกิจการที่ดี

ผู้ประกอบการกำหนดมาตรฐานการกำกับดูแลกิจการและมาตรฐานการปฏิบัติงาน ที่เน้นให้องค์กรเห็นถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและทำกิจกรรมเพื่อสังคม

“...บริษัทฯ เราทำใน 2 ด้านคือ ในระดับของลูกค้า เราจะเน้นการผลิตของผลิตภัณฑ์ที่คุณค่ามากกว่าราคา ในด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคนั้น การให้ข้อมูลอย่างเที่ยงตรง การให้บริการอย่างเป็นกันเอง ซึ่งเกิดจากผู้บริหารที่ได้เล็งเห็นจากสังคมที่อยู่ใกล้ตัวเรา และได้เข้าไปช่วยเหลือสังคม จากสังคมเล็กไปยังสังคมที่อยู่ไกล ความรับผิดชอบต่อสังคมในบริษัทของเราเป็นบริษัทที่ผลิตเสื้อผ้า เราต้องผลิตสินค้าให้ได้มาตรฐานตลอดจนการรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์ที่เราผลิตออกไป และความซื่อสัตย์ถือเป็นสิ่งสำคัญมากที่สุด มีจุดเริ่มต้นในองค์กรจากผู้บริหารได้เห็นความสำคัญของสังคมที่อยู่ใกล้องค์กรเรา และให้พนักงานได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมที่ดำเนินมา...” (พนักงาน, สทนทา กลุ่ม, 12 มกราคม 2554)

1.3.3.2 การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม

ผู้ประกอบการการประกอบธุรกิจอย่างมีคุณธรรม โดยนำคุณธรรมมาหลอมรวมในการดำเนินธุรกิจ หรือการตัดสินใจในธุรกิจ การดูแลพนักงานด้วยจิตใจที่มีคุณธรรม และใช้น้ำใจในการทำธุรกิจ มีน้ำใจต่อลูกค้า ต่อสังคมทั้งใกล้และไกล

“...การทำธุรกิจด้วย คุณธรรมนั้น สามารถทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้ และสามารถทำให้ธุรกิจมีความยั่งยืน เติบโตอย่างมั่นคง ดังนั้นถ้าเรามีเรื่องของคุณธรรมมาหล่อหลอมในการดำเนินธุรกิจหรือในการตัดสินใจทำธุรกิจ ตลอดจนการดูแลพนักงานด้วยจิตใจที่มีคุณธรรม เราก็จะสามารถสร้างผู้คน พนักงานที่มีจริยธรรมที่คงามหรือคนขายที่มีคุณธรรม ซึ่งก็จะมีคุณค่าต่อแผ่นดิน การค้าแบบวิถีไทยที่มีน้ำใจ โอปอ้ออารี เอื้ออาทรต่อกัน จะสามารถดำรงอยู่ในการค้าของโลกที่พัฒนาไปแบบโลกาภิวัตน์ ซึ่งเป็นระบบทุนนิยมที่คำนึงถึงเรื่องเงินเป็นหลัก แต่ธุรกิจการค้าของคนไทยจะคำนึงถึงเรื่องของน้ำใจ และจิตใจเป็นหลัก ซึ่งอันนี้ยืนยาวและยั่งยืนตลอดไป ไม่ใช่แค่เพียงกำไรเป็นเป้าหมายสูงสุดอย่างเดียวเท่านั้น แต่ความสุขของผู้คนที่ได้อยู่ด้วยเป็นเรื่องที่หล่อเลี้ยงจิตใจของเรา ทำให้เรารู้สึกว่าชีวิตนี้มีค่าที่จะดำรงอยู่...” (อมรา พวงชมพู, กรรมการผู้จัดการ สัมภาษณ์, 24 มกราคม 2554)

1.3.3.3 การเคารพสิทธิและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม

ผู้ประกอบการสร้างโรงงานให้มีสุขภาวะที่ดีในการทำงานแก่พนักงาน จัดสวัสดิการดูแลพนักงานเรื่องอาหารทั้ง 3 มื้อ และที่พักในราคาที่ประหยัดมาก การใช้จ่ายเพื่อสิ่งของจำเป็นเท่านั้น พนักงานสามารถเก็บออมเงินได้อย่างดี

“...อมราเขาฝันที่อยากจะสร้าง โรงงานในฝันที่เสมือนเป็นบ้านหลังที่ 2 ของพนักงาน มีบรรยากาศร่มรื่นเขียวสด ใสริมน้ำ มีหลังคาล้อมรอบด้วยป่า และเห็นสายน้ำ ในตัวโรงงานของเรายังเย็นสบาย โดยไม่ต้องใช้แอร์คอนดิชันให้สิ้นเปลืองพลังงาน เราติดตั้งเพียงพัดลมระบายอากาศ และล้อมรอบด้วยกระจกใส พนักงานของเราหันหน้าเข้าหากันทำงานด้วยสีหน้าที่ไม่เคร่งเครียด แต่มีประสิทธิภาพ ที่ดินที่ก่อสร้างโรงงานมีมุมสวยตรงช่วงแม่น้ำเท่านั้น วิศวกรบอกว่ามุมนี้ น่าจะเป็นห้องรับรองสำหรับแขกต่างประเทศที่บินมาเจรจาการค้ากับเรา แต่ผมคิดว่านักลงทุนที่มาจากต่างประเทศส่วนมากก็มาเจรจาแค่ ชั่วโมงสอง ชั่วโมงแล้วกลับ แต่คนงานเขาต้องอยู่ที่นี้ทำงานตลอด มุมส่วนนี้น่าจะให้คนได้นั่งทำงานดีกว่า แม้แต่นักลงทุนได้วันเองที่มากู โรงงาน เขาก็ยังตกใจว่า ทำไมเราให้คนงานนั่งดูกระจกมองต้นไม้สายน้ำ คนงานจะเสียสมาธิทำไมไม่ให้อยู่ในห้องที่ทาสีเทา สวมก๊ิไม่วอกแวก แต่ในที่สุดแล้ว ผลผลิตของเราก็สูงกว่าโรงงานได้หัววัน เพราะเราเชื่อว่างานที่ออกมาดีได้ใจของผู้ผลิตต้องคงามเสียก่อน หอพักที่เราสร้างขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่คนงาน เก็บเงินรายเดือนๆ ละเพียงคนละ 900 บาท จำนวนนี้เป็นค่าห้องพัก 200 บาท อีก 700 บาทเป็นค่าอาหารที่มีให้บริการครบ 3 มื้อ นอกจากจะทำให้ไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทาง

แล้ว ที่สำคัญคือคนงานจะได้เหลือเงินเก็บส่งกลับบ้านไปจุนเจือครอบครัวได้เยอะๆ ...” (อดิสร พวงชมพู, ประชานกรรมการ สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2554)

1.3.3.4 ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค สินค้า และ/หรือบริการของธุรกิจ

ผู้ประกอบการใส่ใจต่อผู้บริโภคโดยปลูกฝังให้พนักงานใส่ใจให้ความสำคัญในการทำงาน เพื่อให้สินค้ามีคุณภาพ โดยคำนึงถึงความพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ

“...เราดูแลพนักงานให้เน้นความใส่ใจต่อผู้บริโภคก็เป็นประเด็นสำคัญ โดยเฉพาะเราผลิตเสื้อผ้าอย่างประณีต และขายในราคาที่ไม่เอาเปรียบผู้บริโภค คนงานที่นี้ เวลาเย็บผ้า เราจะให้เขาคิดถึงอยู่เรื่องเดียว คือนึกถึงรอยยิ้มคนที่มีความสุขที่ได้สวมใส่เสื้อผ้าที่มีคุณภาพ จากฝีมือประณีตที่เราตั้งใจทำ...” (อดิสร พวงชมพู, ประชานกรรมการ สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2554)...องค์กรพัฒนาพนักงาน ให้ความสำคัญต่อผู้บริโภคเป็นประเด็นสำคัญ โดยเฉพาะการผลิตเสื้อผ้าต้องมีความประณีต และจำหน่ายในราคาที่ไม่เอาเปรียบผู้บริโภค เน้นให้พนักงานทำงานอย่างมีความสุข ด้วยการนึกถึงรอยยิ้มอย่างมีความสุขของผู้บริโภคที่ได้สวมใส่เสื้อผ้าที่ผลิตด้วยความประณีต และตั้งใจ ลูกค้านี้ก็ได้รับการปฏิบัติเช่นนี้ไปด้วย ลูกค้านี้จำนวนมากรู้สึกได้ถึงกิริยาท่าทางของน้องๆ ที่บริการ ลูกค้านี้รู้สึกถึงความเป็นคนที่มีความเกียรตินี้ และได้รับประโยชน์ที่มาจากใจจริงของพวกเรา (อมรา พวงชมพู, กรรมการผู้จัดการ สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2554)

1.3.3.5 การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม

“...ที่มีโอกาสได้ไปช่วยพี่น้องชาวกะเหรี่ยงที่บ้านห้วยต้มจังหวัดลำพูน โดยการใช้เวทีการเรียนรู้แบบไม่เป็นทางการ สืบค้นทุนที่มี สร้างพลังร่วมเพื่อพัฒนาชุมชนด้วยทุนที่ชาวบ้านมีอยู่ จากเรื่องที่ยาก เป็นเรื่องง่ายเพราะช่วยกันคิด ช่วยกันหาทางออก เพราะป่าคือชีวิตของพี่น้องกะเหรี่ยง สร้างจิตสำนึกในการหวงแหนรักษาป่า เริ่มจากการสร้างฝาย 1 แห่ง 2 แห่ง จนถึง 100 กว่าแห่งถวายเป็นคุณของปวงชนชาวไทย เมื่อน้ำมี ป่าก็คืนมา จากคนละไม้คนละมือไปสู่การพัฒนาการจัดการทรัพยากรอันเป็นชีวิตของพวกเขา สืบต่อลมหายใจของพี่น้องชายขอบ ช่วยกันคิด ช่วยกันทำ ภายใต้ทรัพยากรที่มี ใช้ปัญญาในการนำทาง เป้าหมายเป็นความสำเร็จและความยั่งยืนของการพัฒนา ทุกวิถีชีวิตที่ห้วยต้มมีความสุขกับวิถีพอเพียงกับบ้านของพวกเขาเช่นเดียวกับชาวปกากะญอที่วัดพระพุทธรูปห้วยต้ม* อำเภอเถิน จังหวัดลำพูน ที่มีโอกาสสืบสานเจตนาของหลวงปู่** ในการดูแลความเป็นอยู่ให้กับชาวปกากะญอ*** ด้วยการสร้างอาชีพตามแนวคิดของหลวงปู่ที่สอนให้เขาพึ่งตนเอง เรายังได้ส่งเสริมให้ชาวปกากะญอได้ทอเสื่อปกากะญอสีเหลือง ปักตราสัญลักษณ์ สวมใส่กันเอง และขายนำเงินมาสร้างฝาย 1,000 ฝาย ถวายพระเจ้าอยู่หัวของเขา เพื่อแสดงความจงรักภักดี และภูมิใจในการรักษาแผ่นดินที่พระองค์ท่านทรงพระราชทานมาให้ดีที่สุด ด้วยความรักและหวงแหนผืนแผ่นดินนี้ ชาวปกากะญอสั่งสอนกันมาว่าสายสะคือรุ่นพ่อรุ่นแม่ถูกตัดทิ้งบนป่า

เขา ป่านนี้ไม่รู้ อยู่ไหน แต่สายสะคือของพวกเจ้าตัดทิ้งบนแผ่นดินนี้จะต้องจงรักภักดีต่อแผ่นดินนี้...”

(อมรา พวงชมพู, กรรมการผู้จัดการ สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2554)

โครงการช่วยเหลือและพัฒนาสังคมของผู้ประกอบการจะเน้นการช่วยเหลือโดยการสนับสนุนบางส่วน แต่กิจกรรมขับเคลื่อนด้วยความร่วมมือ ร่วมแรง และร่วมใจของชาวบ้านในพื้นที่ เช่น

- โครงการสร้างฝาย 1,000 ฝาย ถวายพระเจ้าอยู่หัว บ้านห้วยค้ม อำเภอเถลี จังหวัดลำพูน
- โครงการมัคคุเทศก์น้อยรักษ์ถิ่น เพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ วัดพระพุทธบาทห้วยค้ม ให้กับนักท่องเที่ยว ตลอดจนพุทธศาสนิกชนที่มาเยี่ยมชม บ้านห้วยค้ม อำเภอเถลี จังหวัดลำพูน
- โครงการสถานีวิทย์เพื่อพระพุทธศาสนา วัดพระพุทธบาทห้วยค้ม อำเภอเถลี จังหวัดลำพูน
- โครงการศูนย์วิจัยหัตถกรรมบ้านห้วยค้ม อำเภอเถลี จังหวัดลำพูน เพื่อจำหน่ายสินค้าของ 10 หมู่บ้าน

● โครงการเลื้อยเหลืองสมานฉันท์ ผู้ประกอบการผู้ภรรยามีโอกาสได้เข้าศึกษาในวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร (รุ่นปี พ.ศ. 2547) ร่วมกับ พลตรีพิเชษฐ วิสัยจร (รองแม่ทัพภาค 4 ในขณะนั้น ปัจจุบันดำรงตำแหน่งผู้ช่วยผู้บัญชาการทหารบก) ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในเรื่องต่างๆ และมีความเห็นตรงกันในหลายๆ เรื่อง โดยเฉพาะปัญหาที่เกิดขึ้นในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ผู้ประกอบการมีความคิดว่า ผู้ประกอบการเอกชนจะสามารถมีส่วนร่วมในปัญหาที่เกิดขึ้นในพื้นที่ดังกล่าวได้อย่างไร จึงได้ลงพื้นที่พูดคุยทำความเข้าใจกับชาวบ้านชาวบ้านบอเกาะ อำเภอสุโหงโหงป่าดี จังหวัดนราธิวาส เป็นโครงการสร้างอาชีพให้กับ 3 จังหวัดภาคใต้ ร่วมกับกองทัพบก แม้ข้อมูลเบื้องต้นปรากฏว่าพื้นที่ดังกล่าวอยู่ในเขตอันตรายสูงสุด แต่สิ่งที่ประสบพบเห็นคือ ชาวบ้านในพื้นที่ทุกคนที่พบต่างก็ยืนยันว่า ทุกคนเป็นคนไทยที่มีความจงรักภักดี รักและเทิดทูนพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ซึ่งเป็นแรงบันดาลใจที่ทำให้เกิดโครงการเลื้อยเหลืองสมานฉันท์ โดยผู้นำท้องถิ่นได้พาลูกบ้านซึ่งเป็นสตรีจำนวนหนึ่งมารับการฝึกอบรมตัดเย็บที่โรงงานเป็นเวลา 1 เดือน จนเกิดความชำนาญ เมื่อชาวบ้านกลุ่มดังกล่าวเดินทางกลับ ผู้ประกอบการได้สนับสนุนวัสดุคืบเพื่อนำไปตัดเย็บยังพื้นที่โดยไม่คิดมูลค่า รวมทั้งได้ประสานเครือข่ายธุรกิจในการสร้างโรงงานตัดเย็บพร้อมเครื่องมือและอุปกรณ์ให้ชาวบ้านในพื้นที่จนสำเร็จ รายได้จากการจำหน่ายเสื้อครั้งนั้น ส่วนหนึ่งนำขึ้นทูลเกล้าฯ และอีกส่วนหนึ่งกันเป็นทุนในการทำงานพัฒนาด้านสังคม โดยผู้ประกอบการไม่รับคืนเงินทุนจำนวนดังกล่าวเลย

● โครงการทำนา 1 ไร่ มีรายได้ 1 แสน เพื่อยกระดับรายได้ และความเป็นอยู่ของเกษตรกรไทยภายใต้การสนับสนุนของสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย ผู้ประกอบการผู้สามีในฐานะอดีตประธานหอการค้าจังหวัดนครปฐมได้นำเสนอแนวคิดดังกล่าวให้สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สภาหอการค้าแห่งประเทศไทยโดยที่ประชุมใหญ่สภาหอการค้าแห่งประเทศไทยมีมติให้สนับสนุนโครงการดังกล่าว เป็นการดำเนินโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ลดความเหลื่อมล้ำของการกระจายรายได้ ซึ่ง

ประกอบด้วยโครงการ 1 ไร่ 1 แสน และโครงการ 1 บริษัท 1 ชุมชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มรายได้จากการทำอาชีพเกษตรกรรมด้วยการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต การลดต้นทุน และเพิ่มรายได้เสริมให้เกษตรกรด้วยการใช้พื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และใช้กระบวนการทำการเกษตรแบบผสมผสาน ซึ่งปัจจุบันดำเนินการเป็นโครงการนำร่องแล้วกว่า 42 จังหวัดทั่วประเทศ ในปี 2554 มีเป้าหมายให้ครอบคลุมพื้นที่ 20,000 ไร่ ทั่วประเทศ และจังหวัดละ 84 ครอบครัว ครอบครัวละไม่เกิน 3 ไร่ เพื่อเป็นการถวายเป็นพระราชกุศล เนื่องในโอกาสที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเจริญพระมายุ 84 ชันษา โครงการ 1 ไร่ 1 แสน มีแนวทางในการปฏิบัติที่สอดคล้องกับ แนวคิดเกษตรทฤษฎีใหม่ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว โดยผู้บริหารเสริมกระบวนการด้วยแนวคิดที่ทำให้เกษตรกรสามารถพัฒนานำไปตอบโจทย์ทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องตามบริบทที่เป็นอยู่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.3.3.6 การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

ผู้ประกอบการจัดการสภาพแวดล้อมภายในโรงงานเพื่อให้เหมาะสมกับการดูแลสิ่งแวดล้อม จัดให้มีโครงการด้านการจัดการอนุรักษ์และฟื้นฟูรักษาสภาพสิ่งแวดล้อม เช่น การจัดการขยะอุตสาหกรรมที่เกิดจากผลิตให้เกิดประโยชน์ในหลากหลายรูปแบบ เช่น โรงเย็บผ้าที่ไม่ต้องใช้แอร์คอนดิชันร่วมมือและสนับสนุนชุมชนโดยรอบโครงการจัดการกับปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม

“...ไม่เพียง โรงเย็บผ้าที่ไม่ต้องใช้แอร์คอนดิชันให้สิ้นเปลืองพลังงาน เรายังเน้นการดูแลสิ่งแวดล้อมโดยรอบให้สะอาดเป็นระเบียบ อย่างเมื่อน้ำนครชัยศรีเมื่อก่อนก็น่าเสีย ผมเลยร่วมกับชาวบ้านหาเรือให้ลำหนึ่ง ถือเอาว่าตรงไหนมีปลาตายตรงนั้นมีการปล่อยน้ำน้ำเสีย เราให้เรือล่องไปตามแม่น้ำทุกเช้าเจอปลาตายที่ไหนเราก็จอดเรือประกาศออกลำโพงว่า ที่นี้มีปลาตาย ทำทุกวันจนโรงงานที่เคยแอบปล่อยน้ำน้ำเสียไม่กล้าปล่อยให้น้ำน้ำเสียอีกเลย...” (อติสร พวงชมพู, ประธานกรรมการ สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2554) และให้ความสำคัญกับการดูแลสิ่งแวดล้อม

“...ที่ต่อจะมีโครงการเรื่องสิ่งแวดล้อมเยอะเยอะ อย่างเช่นเศษผ้าจากการตัดเย็บที่พอใช้ได้ก็จะแจกให้โรงเรียนในละแวกนี้ ให้เด็กๆ ไปทำงานฝีมือ ส่วนที่ทำอะไรไม่ได้ก็จะเอาไปทำการย่อยสลายโดยให้เป็นอาหารปลวก...” (พนักงาน.สนทนากลุ่ม, 12 มกราคม 2554)

- โครงการแก้ไขน้ำน้ำเสียของเมื่อน้ำนครชัยศรี
- โครงการขยะสร้างค่า โดยมอบเศษผ้าที่เหลือให้โรงเรียนนำไปแจกจ่ายแก่นักเรียนเพื่อ

ทำประโยชน์

1.3.3.7 การเผยแพร่นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม

การเปิดพื้นที่ต้อนรับบุคคลทั่วไปให้เข้ามาเรียนรู้ และเยี่ยมชมแปลงสาธิตทำนา 1 ไร่ รายได้ 1 แสน ที่ผู้ประกอบการจัดทำขึ้นภายในพื้นที่ของบริษัท

1.3.3.8 การจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

องค์กรนำเสนอกิจกรรมเพื่อสังคมบนเว็บไซต์ของบริษัทฯ และจัดทำหนังสือแจกจ่ายในวาระและโอกาสที่สำคัญ

1.3.4 สรุปผล

ผู้ประกอบการตามกรณีศึกษาที่ 3 แม้ว่าคู่สามีและภรรยาจะมีพื้นฐานทางครอบครัวที่แตกต่างกัน สามีเป็นคนต่างจังหวัดจะมีประสบการณ์ชีวิตที่ผ่านความทุกข์ยากลำบากเหมือนคนไทยในชนบทห่างไกลทั่วไป ในขณะที่ภรรยาเป็นคนกรุงเทพฯ ฐานะครอบครัวปานกลาง มีประสบการณ์ร่วมกิจกรรมเยาวชนระดับนานาชาติ และได้ทุนการศึกษาในต่างประเทศ คือ โครงการเรือเยาวชนแห่งเอเชียอาคเนย์ และทุนการศึกษาเป็นทุนการศึกษาพิเศษสำหรับศึกษาในโรงเรียนที่มีการจัดการเรียนการสอนแบบเฉพาะในระดับมัธยมปลาย มีรูปแบบของการศึกษาตามอัธยาศัย ตั้งอยู่ในประเทศนอร์เวย์ เป็นเวลา 1 ปี

ประสบการณ์ชีวิตของสามีได้อ่านหนังสือมากมายหลายประเภทรวมทั้งอัตชีวประวัติของบุคคลในวงการต่าง ๆ และหนังสือเกี่ยวกับศาสนาและปรัชญา โดยเฉพาะความสนใจในแนวคิดและคำสอนของปราชญ์ชาวจีนในอดีต สำหรับภรรยามีหลวงปู่ครูบาชัยยะวงศาพัฒนา วัดพระพุทธบาทห้วยต้ม อำเภอเถิน จังหวัดลำพูน ถ่ายทอดหลักธรรมคำสอนในพุทธศาสนา ตลอดจนการปฏิบัติธรรม กอปรกับทั้งสามีและภรรยา มีความเห็นอกเห็นใจและความเข้าใจในความทุกข์ยากลำบากของคนในสังคม ความปรารถนาให้ผู้อื่นสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ตามอัธยาศัยอย่างมีความสุข ในการทำธุรกิจใช้ คุณธรรมในเรื่องของความกตัญญู และการดำเนินธุรกิจที่ยึดถือ ความกตัญญู ที่สะท้อนให้เห็นถึงการปฏิบัติด้วยความกตัญญูที่มีต่อพนักงานผู้สร้างผลประโยชน์ให้องค์กร พนักงานได้รับการดูแลเป็นอย่างดี ด้วยความเอาใจใส่และเต็มเต็มให้พนักงานทุกคนได้อยู่และทำงานอย่างมีความสุข เช่น การสร้างโรงงานให้มีบรรยากาศน่าทำงาน และการสร้างหอพักเพื่ออำนวยความสะดวกให้พนักงาน เก็บค่าเช่าและค่าอาหารในราคาถูก พนักงานมีเงินเหลือเก็บและส่งกลับให้ครอบครัวได้มากขึ้น นำไปสู่ความกตัญญูต่อลูกค้า ด้วยความซื่อสัตย์ ไม่โลภ พนักงานถูกอบรมให้ใส่ใจเย็บให้กับลูกค้า เป็นความซื่อสัตย์ต่ออาชีพ และซื่อสัตย์ต่อลูกค้า สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพดี ในราคาที่เหมาะสม และนำผลกำไรที่ได้ตอบแทนสังคม และแสดงความกตัญญูต่อแผ่นดิน ผ่านโครงการช่วยเหลือชาวบ้านในพื้นที่ต่างๆ

ความมีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการตามกรณีศึกษาที่ 3 เกิดจากภูมิหลังของชีวิตที่ยากลำบาก ประสบการณ์ชีวิต และความเชื่อถือ ศรัทธา ในคำสอนของปรัชญาจีน ของผู้ประกอบการผู้สามี กอปรกับ ความเชื่อถือศรัทธาในหลักธรรมคำสอนทางพุทธศาสนา ประสบการณ์ทางการศึกษาในต่างประเทศ ของผู้ประกอบการผู้ภรรยา ตลอดจนอุดมการณ์ทางสังคมและการเมืองที่มีความเห็นชอบเหมือนกันของผู้ประกอบการทั้งสามีและภรรยา ทำให้มีความสนใจในการแก้ไขปัญหาเพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางการเมือง และการให้ความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตและจิตใจของพนักงาน

นำไปสู่พฤติกรรมซึ่งแสดงออกซึ่งความมีจิตสำนึกที่รับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการมีลักษณะเด่นในประเด็นดังต่อไปนี้

ด้านการเคารพสิทธิและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม

- การจัดสวัสดิการบริการห้องพักและอาหารครบ 3 มื้อสำหรับพนักงานคนละ 900 บาท ต่อเดือน

ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม

- โครงการสร้างฝาย 1,000 ฝาย ถวายพระเจ้าอยู่หัว
- โครงการมัคคุเทศก์น้อยรักษ์ถิ่น
- โครงการสถานีวิทยุเพื่อพระพุทธศาสนา
- โครงการศูนย์วิจัยหัตถกรรมบ้านห้วยต้ม
- โครงการเสื้อเหลืองสมานฉันท์
- โครงการทำนา 1 ไร่ มีรายได้ 1 แสน

ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

- โครงการด้านการจัดการอนุรักษ์และฟื้นฟูรักษาสิ่งแวดล้อมร่วมกับชุมชนรอบข้าง

ในที่สุดผลผลิตจากการวิเคราะห์และสรุปรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการตามกรณีศึกษาที่ 3 คือ ความสุขจากการทำงานเพื่อสังคม และ ผลผลิตที่ดีทั้งในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณและขายในราคาที่ไม่เอาเปรียบผู้บริโภค สามารถทำธุรกิจด้วยคุณธรรมจนประสบความสำเร็จ มีความยั่งยืน และเติบโตได้อย่างมั่นคง

1.3.5 รูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการตามกรณีศึกษาที่ 3

ซึ่งสามารถนำมาจัดทำเป็นรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการตามกรณีศึกษาที่ 3 ได้ดังนี้

1.3.5.1 ปัจจัยนำเข้า

- 1) ภูมิหลังความทุกข์ยากของชีวิต
- 2) ประสบการณ์ชีวิต
- 3) คำสอนตามปรัชญาจีน
- 4) อุดมการณ์ทางสังคมและการเมือง

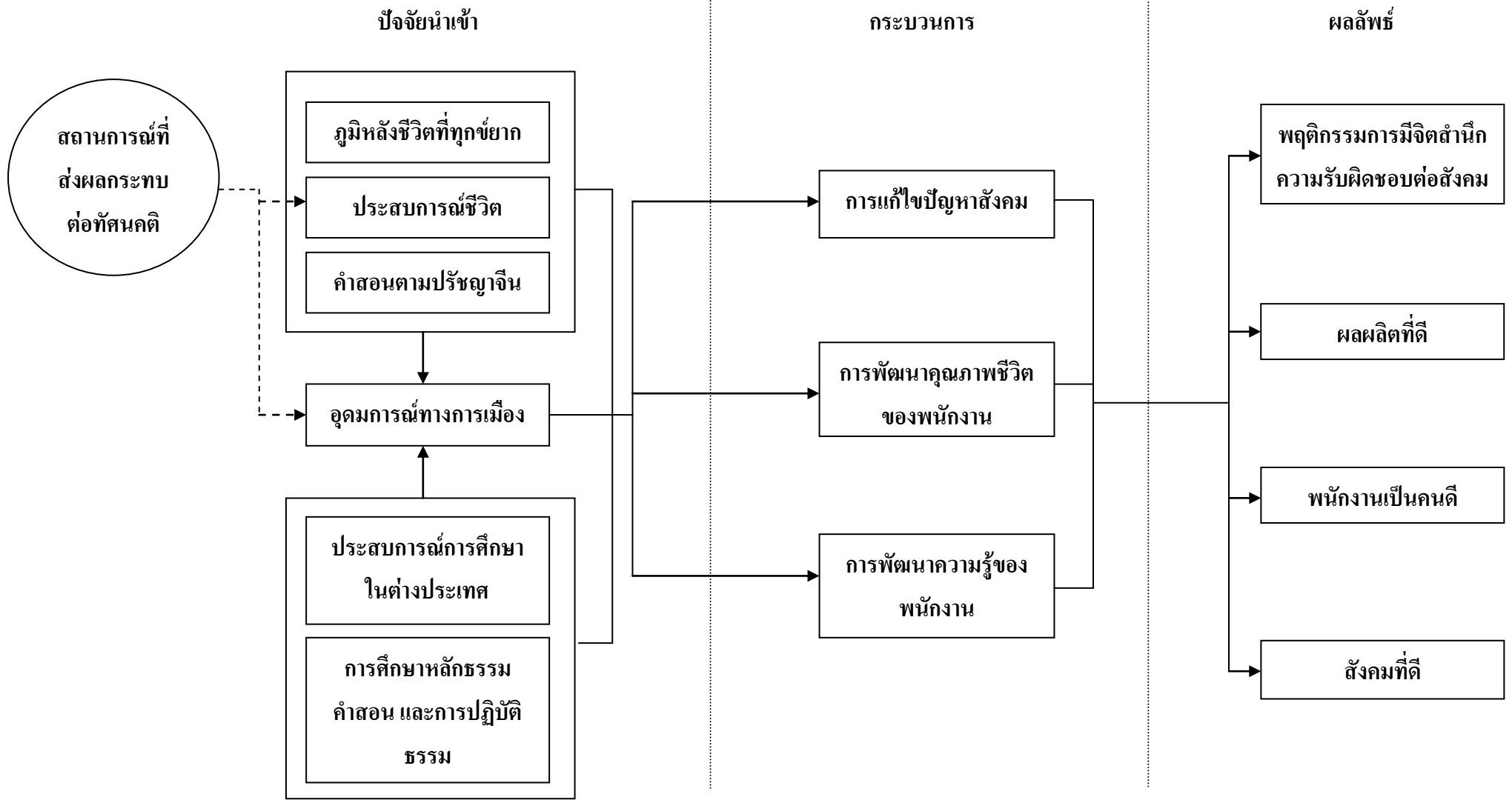
- 5) ประสบการณ์การศึกษาในต่างประเทศ
- 6) การศึกษาหลักธรรมคำสอนทางพุทธศาสนาและการปฏิบัติธรรม

1.3.5.2 กระบวนการ

- 1) การแก้ไขปัญหาสังคม
- 2) การพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงาน
- 3) การพัฒนาความรู้ของพนักงาน

1.3.5.3 ผลผลิต

- 1) พฤติกรรมการมีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม
- 2) ความสามารถในการปลดหนี้
- 3) พนักงานเป็นคนดี
- 4) ผลผลิตที่ดี



ภาพที่ 8 รูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ ตามกรณีศึกษาที่ 3

ตอนที่ 2 การพัฒนารูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผู้ประกอบการ

2.1 ปัจจัยสำคัญของรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผู้ประกอบการจากผลการศึกษาพหุกรณีศึกษาในตอนที 2

2.1.1 คำสอนทางพุทธศาสนาและการปฏิบัติธรรม

ผู้ประกอบการทุกกรณีศึกษามีความเลื่อมใสศรัทธาในคำสอนทางพุทธศาสนาและการปฏิบัติธรรม มีการนำหลักธรรมมาประยุกต์ใช้ในการบริหารธุรกิจ อาทิ **หลักสังคหวัตถุ 4** อันเป็นหลักธรรมที่เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวน้ำใจ ผูกไมตรี เอื้อเพื่อ เอื้อกุล เป็นหลักการสงเคราะห์ซึ่งกันและกัน 4 ประการ ประกอบด้วย **ทาน** คือ การให้ การเสียสละ หรือการเอื้อเพื่อแบ่งปัน **ปิยวาจา** คือ การพูดจาด้วยถ้อยคำที่ไพเราะอ่อนหวาน ด้วยความจริงใจ ไม่หยาบคายก้าวร้าว พูดในสิ่งที่เป็นประโยชน์เหมาะสำหรับกาลเทศะ **อัตถจริยา** คือ การสงเคราะห์ทุกชนิกหรือการประพฤตินในสิ่งที่เป็นประโยชน์แก่ผู้อื่น และ **สมานัตตา** คือ การเป็นผู้มีความสม่ำเสมอ หรือมีความประพฤติเสมอดันเสมอปลาย **หลักพรหมวิหาร 4** อันเป็นหลักธรรมประจำใจที่จะช่วยให้ดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างประเสริฐและบริสุทธิ์ ประกอบด้วย **เมตตา** คือ ความปรารถนาให้ผู้อื่นได้รับสุข **กรุณา** คือ ความปรารถนาให้ผู้อื่นพ้นทุกข์ **มุทิตา** คือ ความยินดีเมื่อผู้อื่นได้ดี และ **อุเบกขา** คือ การรู้จักวางเฉย และ **หลักพุทธบริหาร** เช่นการนำ **หลักสัปปริสธรรม** มาใช้ในการบริหารจัดการ ประกอบด้วย **สัมมัญญาตา** คือ ความเป็นผู้รู้จักเหตุ คือ รู้ความจริง รู้หลักการ รู้กฎเกณฑ์ รู้กฎแห่งธรรมได้ รู้กฎเกณฑ์แห่งเหตุผล และรู้จักหลักการที่จะทำให้เกิดผล **อัตถัญญาตา** คือ ความเป็นผู้รู้จักผล หรือความมุ่งหมาย คือรู้ความหมาย รู้ความมุ่งหมาย รู้ประโยชน์ที่ประสงค์ รู้จักผลที่เกิดขึ้น **อัตตัญญาตา** คือ ความเป็นผู้รู้จักตน คือ รู้จักเราว่าเรานั้น โดยฐานะภาวะเพศ ความรู้ ความสามารถ และคุณธรรมเป็นอย่างไร และเท่าใดแล้วประพฤติให้เหมาะสม และรู้จักที่จะปรับปรุงต่อไป **มัตตัญญาตา** คือ ความผู้รู้จักประมาณ คือ ความพอดีในการจ่ายโภคทรัพย์ **กาลัญญาตา** คือ ความเป็นผู้รู้จักกาล คือ รู้กาลเวลา อันเหมาะสม และระยะเวลาในการประกอบกิจ **ปริสตัญญาตา** คือ ความเป็นผู้รู้จัก ชุมชน คือ รู้กริยาที่จะประพฤติต่อชุมชนนั้น ว่าควรจะทำนินการอย่างไร และ **บุคคลัญญาตา** คือ ความเป็นผู้รู้จักบุคคล คือ รู้จักความแตกต่างของบุคคลว่าโดย อหยาสัย ความสามารถ และคุณธรรม ตลอดจนถึงรู้ในความสามารถของบุคคล และใช้มอบงานที่เหมาะสมให้การบริหารจัดการ

การปฏิบัติธรรม หมายถึง การดำเนินการ หรือกระทำ เพื่อให้เกิดความชำนาญ แคล้วคล่อง หรือ การดำเนินชีวิตของตน การประพฤติตน กระทำตน ตามหลักคำสอนทางศาสนา ทั้งด้าน กาย และใจ

2.1.2 วิกฤตหรือสถานการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อชีวิต

การเปลี่ยนทัศนคติของผู้ประกอบการเกิดขึ้นจากเหตุอันเป็นสถานการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ และปัญหา อุปสรรค ดังกล่าวบ่อยครั้งยากแก่การแก้ไข จึงทำให้ผู้ประกอบการต้องมีการพิจารณาใคร่ครวญ อย่างหนัก กระทั่งเกิดการปรับเปลี่ยนทัศนคติมุมมองในการทำงานและดำรงชีวิตในที่สุด อาจเรียกในความหมายอีกนัยยะหนึ่งว่าเป็น การเปลี่ยนวิกฤตเป็นโอกาส ซึ่งโอกาสในนัยยะนี้ หมายถึง สิ่งที่ดีว่าเป็นสิ่งที่ดีงาม อาทิ การเล่าเรียนหาความรู้ การลดการอัตตาของตนเอง การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ การพิจารณาถึงจุดอ่อนในตนเอง การฝึกทักษะเพื่อแก้ปัญหาเฉพาะหน้า การพบปะผู้คนที่ไม่รู้จักหลาย ๆ แบบ การตระหนักถึงน้ำใจของคน การรู้จักการให้และการรับ การฝึกสติเพื่อความไม่ประมาท การช่วยเหลือผู้อื่น ฯลฯ โดยกระบวนการเปลี่ยนวิกฤตเป็นโอกาส เริ่มต้นด้วย การเปิดใจยอมรับความคิดเห็นใหม่ ๆ ภาพใหม่ ๆ ที่แตกต่างไปจากความคิดเดิมที่เคยเชื่อและเข้าใจ การมองดูปัญหาอย่างปราศจากอคติ สร้างสรรค์ ด้วยการเปลี่ยนมุมมอง จากการมองปัญหาในภาพเล็กที่เห็นเคยเห็นข้อบกพร่องเป็นการมองภาพรวม มองปัญหาในหลาย ๆ ด้านและหลายๆ มิติ จนพบจุด หรือคุณสมบัติที่เป็นข้อดีที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ ซึ่งข้อดีดังกล่าวนั้นอาจจะเพียงส่วนหนึ่ง หรือภาพรวมทั้งหมดของวิกฤต หรือเป็นการนำผลกระทบของวิกฤตไปใช้ และเมื่อพบเห็นข้อดี หรือประโยชน์จากวิกฤตแล้ว การแสวงหาประโยชน์จากวิกฤตย่อมเป็นไปได้ และหมายรวมถึงวิกฤตอื่น ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นได้ในอนาคตอีกด้วย ทั้งนี้การเปลี่ยนวิกฤตเป็นโอกาสต้องอยู่บนพื้นฐานของควมมีคุณธรรมและจริยธรรม ไม่เช่นนั้นแล้วการเปลี่ยนวิกฤตเป็นโอกาส แทนที่จะเป็นการปฏิบัติเพื่อให้เกิดความดีงามและความสุขของสังคมจะกลายเป็น โอกาสของการแสวงหากำไรของผู้ที่เข้าใจในการเปลี่ยนวิกฤตเป็นโอกาสนั้นได้

2.1.3 การพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงาน

คุณภาพชีวิต หมายถึง สภาวะความพร้อมของบุคคลทั้งในด้านร่างกาย จิตใจ และด้านอื่นๆ ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตที่จะสามารถส่งผลให้สามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาวะแวดล้อมและสังคมที่ตนอยู่ได้อย่างดี ในขณะที่เดียวกันก็สามารถดำรงชีวิตที่เป็นประโยชน์ให้ตนเอง สังคม และประเทศชาติ ดังนั้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงาน จึงเป็นการพัฒนาคนในทุกๆ ด้านทั้งด้านสุขภาพอนามัย การศึกษา จิตใจ คุณธรรม ความพร้อมในการดำรงชีวิตในสังคม ความสามารถในการประกอบอาชีพ และหมายรวมถึงการพัฒนาในทุกช่วงวัยของชีวิตนับตั้งแต่วัยเด็กจนถึงวัยสูงอายุเพื่อประโยชน์ในการดำรงชีวิตที่ดีขึ้น ทั้งส่วนบุคคล สังคม และประเทศชาติ ใน 4 มิติดังนี้

- 1) การพัฒนาคุณภาพชีวิตทางด้านร่างกาย
- 2) การพัฒนาคุณภาพชีวิตทางด้านอารมณ์
- 3) การพัฒนาคุณภาพชีวิตทางด้านสังคม
- 4) การพัฒนาคุณภาพชีวิตทางด้านสติปัญญา

2.1.4 พฤติกรรมซึ่งแสดงออกถึงความมีจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ

พฤติกรรมซึ่งแสดงออกถึงความมีจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นไปตามแนวทางในการปฏิบัติสำหรับการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ โดยแบ่งเป็น 8 หมวด (คณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทยกตะเยียน สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.), 2550)

- 1) การกำกับดูแลกิจการที่ดี
- 2) การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม
- 3) การเคารพสิทธิและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม
- 4) ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค สินค้า และ/หรือบริการของธุรกิจ
- 5) การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม
- 6) การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม
- 7) การเผยแพร่ข่าวสารจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม
- 8) การจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

2.1.5 ผลผลิตที่ดีขององค์กรทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ

ปัจจัยสำคัญเรื่องสุดท้ายจากการจากการศึกษารูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมจากทฤษฎีศึกษาคือ ความต้องการผลผลิตที่ดีทั้งในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณของผู้ประกอบการ และจำหน่ายได้ในราคาที่ไม่เอาเปรียบผู้บริโภค สามารถทำธุรกิจด้วยคุณธรรมจนประสบความสำเร็จ มีความยั่งยืน และเติบโตได้อย่างมั่นคง ซึ่งหมายถึง ความสามารถในการเพิ่มผลผลิต คุณภาพ ความปลอดภัย ตลอดจนขวัญและกำลังใจของพนักงาน ลดต้นทุน เวลาในการส่งมอบ และการทำลายสิ่งแวดล้อม

2.2 สรุปรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผู้ประกอบการ

เมื่อศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญของรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผู้ประกอบการจากผลการศึกษาทฤษฎีศึกษาในตอนต้นที่ 2 ผู้วิจัยกำหนดรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผู้ประกอบการ ซึ่งมีองค์ประกอบดังนี้

2.2.1 ปัจจัยนำเข้า (Input)

1) หลักธรรมคำสอนทางพุทธศาสนา เป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม ในกรณีของผู้ประกอบการนับถือศาสนาอื่น สามารถนำหลักธรรมคำสอน และวิธีปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง ตามแต่ละศาสนามาปรับประยุกต์

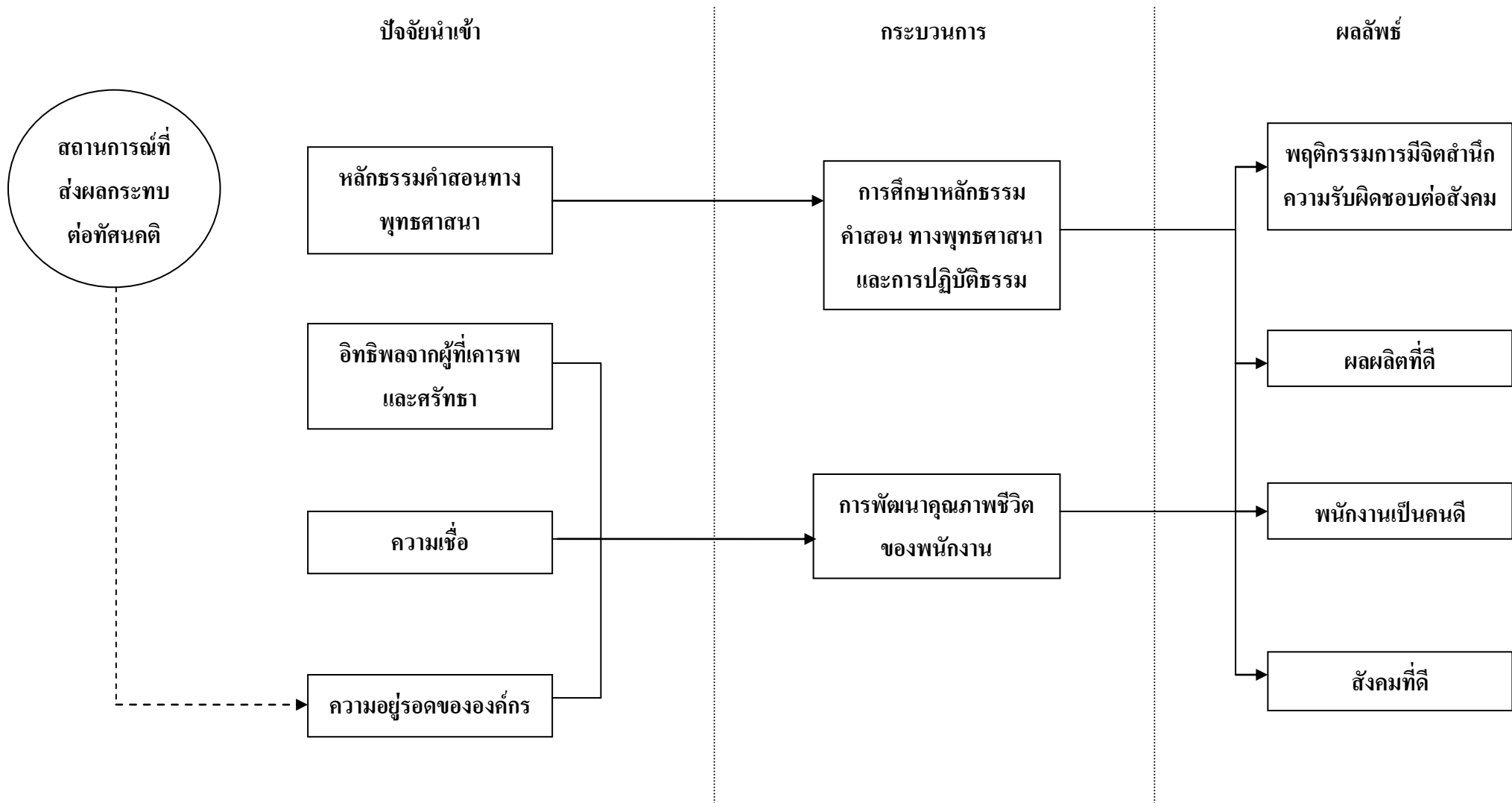
- 2) อิทธิพลจากผู้ที่เคารพและศรัทธา ซึ่งมีผลต่อทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม
- 3) ความเชื่อ อันเป็นความรู้สึคนึกคิดที่เกี่ยวข้องกับจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม
- 4) ความอยู่รอดขององค์กร เป็นการจัดการองค์การให้ดำเนินกิจการต่อไปได้

2.2.2 กระบวนการ (Process)

- 1) การศึกษาหลักธรรมคำสอนทางพุทธศาสนาและการปฏิบัติธรรม
- 2) การพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงาน ผู้ประกอบการต้องพัฒนาคนในทุกๆ ด้านทั้งด้านสุขภาพอนามัย การศึกษา จิตใจ คุณธรรม ความพร้อมในการดำรงชีวิตในสังคม ความสามารถในการประกอบอาชีพ และหมายรวมถึงการพัฒนาในทุกช่วงวัยของชีวิตนับตั้งแต่วัยเด็กจนถึงวัยสูงอายุเพื่อประโยชน์ในการดำรงชีวิตที่ดีขึ้น ทั้งส่วนบุคคล สังคม และประเทศชาติ และมีความเข้าใจในการพัฒนาทั้ง 4 มิติดังนี้ (1) การพัฒนาคุณภาพชีวิตทางด้านร่างกาย (2) การพัฒนาคุณภาพชีวิตทางด้านอารมณ์ (3) การพัฒนาคุณภาพชีวิตทางด้านสังคม และ (4) การพัฒนาคุณภาพชีวิตทางด้านสติปัญญา

2.2.3 ผลผลิต (Output)

- 1) พฤติกรรมซึ่งแสดงออกถึงความมีจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการตามแนวทางในการปฏิบัติสำหรับการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร หรือเข็มทิศธุรกิจเพื่อสังคม (CSR Guidelines) (คณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียน สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.), 2550)
- 2) ผลผลิตที่ดีขององค์กรทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ ของผู้ประกอบการ มีความสามารถในการเพิ่มผลผลิต คุณภาพ ความปลอดภัย ตลอดจนขวัญและกำลังใจของพนักงาน ลดต้นทุน เวลาในการส่งมอบ และการทำลายสิ่งแวดล้อม
- 3) พนักงานเป็นคนดี ประกอบกรรมดี ทั้ง กาย วาจา และ ใจ ด้วยการงด หรือละเว้นกรรมชั่ว ทั้ง กาย วาจา และ ใจ ประกอบด้วย การประพฤติตน อยู่ใน สីล ในธรรม รู้จักแบ่งปันสิ่งดีดีให้กับผู้อื่น และรู้จักเจริญสติ เพื่อให้เกิดการพัฒนาจิตใจอย่างต่อเนื่อง (มีการบำเพ็ญ สีล ทาน และภาวนา)
- 4) สังคมที่ดี เป็นสังคมที่มีสมาชิกที่มีคุณลักษณะเป็นคนดี ตามข้อ 3)



ภาพที่ 9 รูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผู้ประกอบการจากการศึกษา

ตอนที่ 3 การพัฒนายุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผู้ประกอบการ

ผู้วิจัยนำข้อมูลจากผลการศึกษาจากตอนที่ 1 และตอนที่ 2 มาทำการวิเคราะห์เพื่อพัฒนายุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับกลุ่มผู้ประกอบการ (โดยอนุমান) ตามลำดับดังต่อไปนี้

3.1 การวิเคราะห์ศักยภาพเพื่อประเมินสถานภาพการพัฒนายุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึก

ความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผู้ประกอบการ

3.1.1 การจัดทำยุทธศาสตร์ (Strategic Planning)

วิสัยทัศน์ (Vision)

มุ่งสร้างผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจด้วยจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม

พันธกิจ (Mission)

- 1) เสริมสร้างผู้ประกอบการให้เป็นคนดีของสังคม มีคุณธรรม จริยธรรม ศิลธรรม ยึดมั่นในวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงาม ใช้ชีวิตอย่างเหมาะสมแก่ฐานะานุรูป ตามบริบทของสังคม
- 2) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสำนึกตระหนักว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมไม่ใช่เพียงแต่การทำบุญและบริจาค แต่เป็นการให้โอกาส ให้อนาคต ให้ความพึงพา และมีความสุขจากการทำความดีต่อบุคคลอื่นและสังคมด้วยการให้
- 3) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสำนึกตระหนักในการดูแลสังคมภายนอก ด้วยการใส่ใจในปัญหาสังคม มีบทบาทและมีส่วนร่วมตามความเหมาะสม ตามความพร้อมของธุรกิจ
- 4) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสำนึกตระหนักในการสร้างนวัตกรรมในการส่งเสริมจิตสำนึกต่อสังคม และเป็นบุคคลต้นแบบในการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมให้กับพนักงาน และการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งภายในและภายนอก

เป้าประสงค์ (Goal)

- 1) ผู้ประกอบการให้เป็นคนดีของสังคม โดยลดละเลิกอบายมุขและสิ่งเสพติด มีส่วนร่วมในกิจกรรมอันเป็นประโยชน์ต่อสังคมในอัตราร้อยละ 90
- 2) ผู้ประกอบการมีส่วนร่วมในกิจกรรมอันเป็นประโยชน์ต่อสังคมที่ไม่ใช่เป็นการทำบุญและบริจาค โดยการให้โอกาส ให้ออกกำลังกาย ให้ความพึงพา และมีความสุขจากการทำความดีต่อบุคคลอื่นและสังคมด้วยการให้ ในอัตราร้อยละ 90
- 3) ผู้ประกอบการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมดูแลสังคมภายนอก ด้วยการใส่ใจในปัญหาสังคม อย่างน้อยเดือนละ 1 กิจกรรม
- 4) ผู้ประกอบการสร้างนวัตกรรมในการส่งเสริมจิตสำนึกต่อสังคมอย่างน้อยปีละ 2 นวัตกรรม ทำหน้าที่วิทยากรให้ความรู้ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง ต้อนรับการเยี่ยมชมองค์กรและคณะบุคคลอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง

ประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategy Issue)

- 1) พัฒนาผู้ประกอบการให้เป็นคนดี ร่วมสร้างสรรค์สังคมที่ดี
- 2) พัฒนาผู้ประกอบการให้มีส่วนร่วมและมีความสามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมและเครือข่ายความรับผิดชอบต่อสังคม

กลยุทธ์ (Strategy)

- 1) ภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาผู้ประกอบการให้เป็นคนดี ร่วมสร้างสรรค์สังคมที่ดี
 - (1) ส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการให้เป็นคนดีของสังคม มีศีลธรรม คุณธรรม จริยธรรม วัฒนธรรม รู้จักเสียสละและแบ่งปัน
 - (2) พัฒนาคำรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการในเรื่องของปัญหาวิกฤตและการเปลี่ยนวิกฤตเป็นโอกาส
 - (3) ส่งเสริมผู้ประกอบการให้มีความสามารถในการทำหน้าที่ช่วยเหลือและพัฒนาสังคม ทั้งด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและการพัฒนาคุณภาพชีวิต
- 2) ภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาผู้ประกอบการให้มีส่วนร่วมและมีความสามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมและเครือข่ายความรับผิดชอบต่อสังคม
 - (1) เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการด้านระบบการบริหารจัดการในองค์กรด้วยการใช้ระบบคุณภาพ

(2) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการนำเรื่องจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร

(3) เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจด้านการพัฒนานวัตกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมให้กับผู้ประกอบการ

(4) เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจด้านการพัฒนากลุ่มและเครือข่ายความรับผิดชอบต่อสังคมให้กับผู้ประกอบการ

3.2 การตรวจสอบรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผู้ประกอบการและยุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผู้ประกอบการ

ผู้วิจัยได้จัดทำรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมและยุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยกระบวนการทางการศึกษานอกระบบโรงเรียนตามแนวคิดและทฤษฎีการเรียนรู้จากการปรับเปลี่ยนมโนทัศน์ที่ได้พัฒนาขึ้น โดยมีลักษณะการจํากัดองค์ประกอบของการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมตามรายกรณีศึกษาตามรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผู้ประกอบการที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดทำ นำเสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 7 ท่าน ได้พิจารณา โดยผู้วิจัยได้นำรูปแบบและยุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผู้ประกอบการที่พัฒนาขึ้นไปเสนอโดยตรงเป็นรายบุคคล และหลังจากนั้นผู้วิจัยได้เข้าพบผู้ทรงคุณวุฒิแต่ละท่าน เพื่อรับทราบผลการพิจารณาตรวจสอบ และข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงผลการวิจัยให้สมบูรณ์ขึ้น โดยได้กำหนดประเด็นในการตรวจสอบของผู้ทรงคุณวุฒิไว้ 4 ประการคือ

3.2.1 ความเหมาะสมของรูปแบบและองค์ประกอบของรูปแบบที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ

1) ผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 7 ท่านเห็นว่า รูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมมีความเหมาะสม และสามารถนำไปปรับใช้ตามความเหมาะสมให้เป็นไปและสอดคล้องกับบริบทตลอดจนกิจกรรมขององค์กรนั้นๆ

2) ผู้ทรงคุณวุฒิ 1 ท่านเห็นว่า ควรปลูกฝังเรื่องศีลธรรม คุณธรรม จริยธรรม ความเห็นใจผู้อื่น ความเสียสละ และการแบ่งปันในระดับจิตวิญญาณ จะทำให้ผู้ประกอบการไม่คำนึงถึงแต่ธุรกิจเพียงอย่างเดียว แต่จะคำนึงถึงสังคมโดยรวมอีกด้วย

3) ผู้ทรงคุณวุฒิ 1 ท่านเห็นว่า รูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม อาจไม่จำกัดเฉพาะผลลัพธ์ที่ผู้วิจัยสังเคราะห์ขึ้นเท่านั้น แต่อาจเป็นไปตามบริบทของแต่ละกรณี และสภาพการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในการดำเนินการ

3.2.2 ความเป็นไปได้ในการนำรูปแบบที่ได้พัฒนาขึ้นไปประยุกต์ใช้ในการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมในผู้ประกอบการทั่วไป

1) ผู้ทรงคุณวุฒิ 1 ท่านเห็นว่า สามารถนำแนวคิด Win-Win Solution มาปรับใช้ในการพัฒนารูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม จะทำให้ผู้ประกอบการเห็นความสำคัญและใส่ใจในเรื่องของการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมมากยิ่งขึ้น

2) ผู้ทรงคุณวุฒิ 1 ท่านเห็นว่า ในส่วนของกระบวนการควรส่งเสริมการพัฒนาวิธีคิดเชิงบวก ให้เกิดความคิดที่ดีต่อตนเอง ต่อครอบครัว ต่อองค์กร และต่อสังคม การส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมต้องเกิดจากวัฒนธรรมองค์กรให้ทุกคนในองค์กรมีจิตสำนึก ร่วมกันรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อสร้างสังคมมีสุขในการทำงาน การสร้างความรับผิดชอบต่อสังคม จากตนเองไปสู่ผู้อื่นเพื่อตอบแทนสู่สังคม

3) ผู้ทรงคุณวุฒิ 1 ท่านเห็นว่า ควรนำหลัก 3P : Profit, Planet, People มาปรับใช้ให้เหมาะสมผู้ประกอบการควรบริหารกำไร โดยคำนึงถึงสภาพแวดล้อม และคุณภาพชีวิตของพนักงานของตน

4) ผู้ทรงคุณวุฒิ 1 ท่านเห็นว่า ควรบูรณาการแนวคิดเรื่องการเสริมสร้างจิตสาธารณะ หรือจิตสำนึกสาธารณะ โดยอาจเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการรูปแบบการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม

3.2.3 ความเป็นไปได้ในการนำยุทธศาสตร์ที่ได้พัฒนาขึ้นไปประยุกต์ใช้โดยทั่วไปในการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม

3.2.3.1 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ

1) ผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 7 ท่านเห็นว่า ยุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมมีความเหมาะสม และสามารถนำไปปรับใช้ตามความเหมาะสมให้เป็นไปและสอดคล้องกับบริบทตลอดจนกิจกรรมขององค์กรนั้นๆ โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่านเสนอให้ปรับยุทธศาสตร์ให้มีความกระชับเพื่อให้สามารถการแปลงสิ่งที่มีลักษณะเป็นนามธรรมให้เป็นรูปธรรมได้ชัดเจนมากขึ้น

2) ผู้ทรงคุณวุฒิ 1 ท่านเห็นว่า เรื่องที่ควรคำนึงถึงเป็นอย่างยิ่งในการดำเนินการตามยุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมคือประเด็นเรื่องความยั่งยืนในการดำเนินการ

3) ผู้ทรงคุณวุฒิ 1 ท่านเห็นว่า โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมควรคำนึงถึงชุมชนและสังคมโดยรอบเป็นอันดับแรก และสร้างปฏิสัมพันธ์กับชุมชนให้เกิดความไว้วางใจ มิตรภาพที่ดีต่อกัน เปิดโอกาสให้ตัวแทนชุมชนเยี่ยมชมโรงงาน ตลอดจนฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

4) ผู้ทรงคุณวุฒิ 1 ท่านเห็นว่า ประเด็นของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ จึงสมควรเพิ่ม การเรียนรู้ เดิมเข้าไปในวิสัยทัศน์ แลกกำหนดเป็นประเด็นยุทธศาสตร์เฉพาะ เพื่อให้มีความครบถ้วน สมบูรณ์ และชัดเจนยิ่งขึ้น

3.2.3.2 ประโยชน์ในเชิงวิชาการต่อการกำหนดยุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยกระบวนการทางการศึกษานอกระบบโรงเรียนตามแนวคิดและทฤษฎีการเรียนรู้จากการปรับเปลี่ยนมโนทัศน์ เพื่อให้ทั้งผู้ประกอบการ บุคคลทั่วไป ชุมชน และสังคมในระดับต่างมีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มขึ้น

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ

1) ผู้ทรงคุณวุฒิ 1 ท่านเห็นว่า ควรบูรณาการแนวคิดเรื่องจิตสาธารณะ หรือจิตสำนึกสาธารณะให้เป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์การส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม

2) ผู้ทรงคุณวุฒิ 1 ท่านเห็นว่า ควรนำเสนอแนวคิดมูลค่าเพิ่มจากจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อให้การรูปแบบและยุทธศาสตร์การส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมมีความเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น

3.2.3.3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ เพิ่มเติมของผู้ทรงคุณวุฒิ

1) แนวทางในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ควรส่งเสริมแนวคิดในการดำเนินการในลักษณะของการช่วยเหลือด้านการพัฒนาขนานไปกับการช่วยเหลือแบบสงเคราะห์ ให้เป้าหมายที่ได้รับความช่วยเหลือสามารถช่วยตัวเอง มีความเข้มแข็ง และยืนหยัดอยู่บนลำแข้งของตัวเองได้อย่างยั่งยืน

2) ความรับผิดชอบต่อสังคมควรเป็นเรื่องความใส่ใจ และทบทวนตัวเองอย่างสม่ำเสมอว่า ทุกกิจกรรมและธุรกรรมที่ทำเป็นประจำวันส่งผลกระทบต่อสังคมอย่างไร หากมีผลกระทบต้องดำเนินการอย่างไรเพื่อจัดการผลกระทบนั้น ๆ

3) รูปแบบและยุทธศาสตร์การส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมสามารถเพิ่มเติมประเด็นและแนวคิดดังต่อไปนี้ (1) ไม่สร้างความเดือดร้อนให้ผู้อื่น (2) ไม่เบียดเบียนสังคม (3) ใฝ่ใจสิ่งแวดล้อม (4) เอื้ออาทรต่อผู้อื่น (5) มุ่งมั่นและเข้มแข็ง (6) ตระหนักและยอมรับในความแตกต่างของบุคคลและวัฒนธรรม (7) ตระหนักในสิทธิขั้นพื้นฐานทั้งของตนเองและผู้อื่น (8)

อาสาสมัครเพื่อสังคม (9) รับทำหน้าที่เพื่อสังคม (10) พัฒนาทักษะความเป็นผู้นำ การสื่อสาร และ การมีส่วนร่วมในสังคม

4) การออกแบบรูปแบบและยุทธศาสตร์การส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม ควรเป็นแนวทางไปสู่ความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับที่สูงขึ้น เช่น การทำธุรกิจเพื่อสังคม

5) ควรพิจารณาเพิ่มเติมประเด็นต่าง ๆ ที่ได้จากผลการศึกษารูปแบบ ผู้ประกอบการที่มีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งการศึกษาเอกสาร การศึกษาภาคสนาม และ รูปแบบจากการสังเคราะห์ ในยุทธศาสตร์การส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อให้ ผู้ประกอบการได้ประโยชน์มากยิ่งขึ้น และนำไปสู่การปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.3 รูปแบบและยุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผู้วิจัยทำ

การปรับปรุงตามความเห็นและข้อเสนอของผู้ทรงคุณวุฒิ

วิสัยทัศน์ (Vision)

มุ่งสร้างผู้ประกอบการที่มีความใฝ่เรียนรู้และมีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม

เป้าประสงค์ (Goal)

พัฒนาผู้ประกอบการให้ประกอบธุรกิจด้วยพฤติกรรมการมีจิตสำนึกความ
รับผิดชอบต่อ
สังคม ทั้งสังคมใกล้และสังคม ไกล

ประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategy Issue)

- 1) พัฒนาผู้ประกอบการให้มีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม
- 2) พัฒนาผู้ประกอบการมีความสามารถในการสร้างนวัตกรรมและ
เครือข่ายความรับผิดชอบต่อสังคม

กลยุทธ์ (Strategy)

- 1) ภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาผู้ประกอบการให้มีจิตสำนึก
ความรับผิดชอบต่อสังคม
 - (1) พัฒนาผู้ประกอบการให้มีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม

(2) พัฒนาผู้ประกอบการให้เป็นผู้ใฝ่เรียนรู้ในเรื่องจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม

(3) พัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการให้มีความสามารถในการทำหน้าที่ช่วยเหลือและพัฒนาสังคม ทั้งด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและการพัฒนาคุณภาพชีวิต

2) ภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาผู้ประกอบการให้มีส่วนร่วมและมีความสามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมและเครือข่ายความรับผิดชอบต่อสังคม

(1) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการนำเรื่องจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร

(2) พัฒนาความรู้ความเข้าใจด้านการพัฒนานวัตกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องในทุกภาคส่วน

(3) พัฒนาความรู้ความเข้าใจด้านการพัฒนาคลัสเตอร์และเครือข่ายความรับผิดชอบต่อสังคม

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการพัฒนารูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผู้ประกอบการ: การศึกษาแบบพหุกรณี ผู้วิจัยทำการศึกษาวิจัยในรูปแบบการวิจัยและพัฒนา ศึกษากรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จในการพัฒนาสู่องค์กรที่ดำเนินธุรกิจอย่างมีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม ด้วยการศึกษาดูงาน วิจัยภาคสนาม และใช้เทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. วิเคราะห์รูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการในบริบทไทย 2. พัฒนารูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ และ 3. นำเสนอยุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ ผู้วิจัยได้แบ่งขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยเป็น 4 ขั้นตอนตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อวิเคราะห์รูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการในบริบทไทย

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาวิเคราะห์รูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการในบริบทไทยจากการศึกษาเอกสารและจากสภาพจริง

ขั้นตอนที่ 1.1 ศึกษาวิเคราะห์รูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการในบริบทไทยจากการศึกษาเอกสาร ผู้วิจัยทำการศึกษาเอกสารและสื่อต่าง ๆ (Documentary Study) โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในแต่ละกรณีศึกษาจากแหล่งต่างๆ กัน ที่เกี่ยวข้องกับบริบท พฤติกรรม และการเปลี่ยนแปลงที่เกี่ยวข้องของผู้ประกอบการที่มีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อรวบรวมข้อมูลในส่วนของการปรากฏการณ์ที่เกี่ยวข้อง สร้างแบบการสัมภาษณ์ แบบสังเกต สำหรับการศึกษาสภาพจริง โดยทำการศึกษาจากเอกสารและสื่อที่มีการตีพิมพ์และผลิตในระหว่างปี พ.ศ. 2544-2554 เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความทันสมัยและเป็นปัจจุบันมากที่สุด ข้อมูลที่ศึกษารวบรวมจากหนังสือ ข่าว บทความ จดหมายข่าว อินเทอร์เน็ต และวีซีดี

ผู้วิจัยศึกษาผู้ประกอบการที่มีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมที่ประกอบด้วยผู้ประกอบการ ที่ได้รับรางวัลที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมจาก (1) ศูนย์คุณธรรม (องค์การมหาชน) ในกำกับของกระทรวงวัฒนธรรม (2) โครงการส่งเสริมสถานประกอบการรวมพลังสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นสุขอย่างยั่งยืน (CSR-DIW) กรมโรงงานอุตสาหกรรม (3) สถาบัน

ธุรกิจเพื่อสังคม (Corporate Social Responsibility Institute : CSRI) ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และ (4) สถาบันป๊าย อิงกากรณ์ สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และสมาคมธนาคารไทย ซึ่งร่วมกันคัดเลือกผู้ประกอบการรางวัลธรรมาภิบาลดีเด่นแห่งปี

ขั้นตอนที่ 1.2 ผู้วิจัยศึกษาวิเคราะห์รูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม

ของผู้ประกอบการจากการศึกษาสภาพจริง ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์เชิงลึก สทนากลุ่มและสังเกตการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการที่มีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม โดยศึกษาผู้ประกอบการใน 3 สถานประกอบการ ได้แก่ บริษัท เอเชียพีซีซี จำกัด (มหาชน) นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี บริษัท แพนเอเชีย จำกัด นิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร และบริษัท สยามแอนด์ส จำกัด อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ประกอบด้วย ผู้ประกอบการ 3 ราย พนักงาน 18 ราย ผู้วิจัยนำผลการศึกษาเอกสารและภาคสนามรวบรวมข้อมูล ทั้งจากการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และการสังเกตการปฏิบัติของผู้ประกอบการที่มีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม และพนักงาน วิเคราะห์ข้อมูล และสังเคราะห์รูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผู้ประกอบการจากการศึกษาใน 3 กรณีศึกษา โดยนำผลการวิเคราะห์ บริบทของกรณีศึกษาตามแต่ละราย ประกอบด้วย ส่วนแรก ข้อมูลของสถานประกอบการ ได้แก่ (1) สภาพทั่วไปของสถานประกอบการ (2) กิจวัตรของสถานประกอบการ และ (3) ลักษณะเฉพาะของสถานประกอบการ ส่วนที่ 2 ข้อมูลของผู้ประกอบการ ได้แก่ (1) ประวัติของผู้ประกอบการ (2) ความเชื่อ คำสอนทางศาสนา คำสอนของบิดามารดา และครอบครัว (3) ลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการ และ (4) สถานการณ์ซึ่งส่งผลกระทบต่ออย่างสำคัญ และส่วนที่ 3 พฤติกรรมที่มีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม ได้แก่ (1) การกำกับดูแลกิจการที่ดี (2) การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม (3) การเคารพสิทธิและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม (4) ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค สินค้า และ/หรือบริการของธุรกิจ (5) การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม (6) การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม (7) การเผยแพร่ข่าวสารจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม และ (8) การจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม สรุปผลการวิเคราะห์ และจัดทำเป็นรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการในบริบทไทย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อพัฒนารูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ

ขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยทำการกำหนดองค์ประกอบสำคัญของรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผู้ประกอบการจากผลการศึกษาพหุกรณีศึกษาในตอนที่ 1 จากนั้นจึงดำเนินการจัดทำร่างรูปแบบการสรุปรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผู้ประกอบการจากผลการศึกษาพหุกรณีศึกษาในตอนที่ 1 ผู้วิจัยกำหนดรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผู้ประกอบการ ซึ่งมีองค์ประกอบดังนี้

ปัจจัยนำเข้า (Input)

กระบวนการ (Process)

ผลผลิต (Output)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อนำเสนอยุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ

ขั้นตอนที่ 3 พัฒนายุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผู้ประกอบการ ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้นำรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผู้ประกอบการในขั้นตอนที่ 3 มาทำการศึกษาวิเคราะห์ จัดทำเป็นยุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม

ขั้นตอนที่ 4 ตรวจสอบรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผู้ประกอบการ และยุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมโดยการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) จำนวน 7 คน

ผู้วิจัยนำเสนอรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผู้ประกอบการและยุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม โดยนำเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ รายบุคคล ตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสม หลังจากนั้นผู้วิจัยได้เข้าพบผู้ทรงคุณวุฒิ แต่ละท่าน เพื่อรับทราบผลการพิจารณา ตรวจสอบ และข้อเสนอแนะ ทำการปรับปรุงผลการวิจัยให้สมบูรณ์ขึ้น เพื่อให้เป็นไปได้ในทางปฏิบัติ

สรุปผลการวิจัย

จากผลการศึกษานำเสนอสรุปผลการวิจัยเป็น 3 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์รูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการในบริบทไทย ตอนที่ 2 ผลการพัฒนา รูปแบบพัฒนารูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ และตอนที่ 3 ผล นำเสนอยุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ ตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์และสรุปรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการในบริบทไทยจากการศึกษาพหุกรณี

1.1 กรณีศึกษาที่ 1

ผู้ประกอบการตามกรณีศึกษาที่ 1 มาจากครอบครัวชาวไทยเชื้อสายจีน เป็นครอบครัวที่อบอุ่น จบการศึกษาระดับอุดมศึกษาทั้งในและต่างประเทศ

ผู้ประกอบการมีลักษณะเฉพาะซึ่งสะท้อนถึงความมีเมตตาจากการที่ไฉเติบโตมาในครอบครัวใหญ่ที่ไฉเห็นพ่อแม่ ปู่ย่า ญาติผู้ใหญ่ ทำบุญทำทานอยู่เสมอ พื้นฐานความเห็นอกเห็นใจผู้คนที่ยากลำบากจึงมีอยู่ในจิตใจตลอดเวลา

ผู้ประกอบการมีความเชื่อส่วนตัวว่า คนทุกคนมีความตั้งใจจะเป็นคนดี

วิกฤตเศรษฐกิจปีพ.ศ. 2540 เป็นสถานการณ์ซึ่งส่งผลกระทบต่ออย่างสำคัญ เปลี่ยนไปจากเดิมที่ผู้ประกอบการกับพนักงานเคยมีความสัมพันธ์กันแบบนายจ้างและลูกจ้าง และเกิดความสนใจในความอยู่รอดขององค์กรร่วมกัน เมื่อมีเวลาว่างในการทำงานจึงทำการปรับปรุงโรงงาน ด้วยการเริ่มทำโครงการ 5 ส และขอรับ

การสนับสนุนการปรับปรุงคุณภาพงานและการบริหารมีการจัดการอบรมเรื่อง การจัดการการเพิ่มผลผลิตพื้นฐาน
ทั่วไปให้กับพนักงานทั้งหมด ด้วยตัวผู้ประกอบการเอง

ในช่วงปี พ.ศ. 2541 ผู้ประกอบการมีโอกาสไปปฏิบัติธรรมกับคุณแม่อริ กรินชัย
ที่ยุวพุทธิกสมาคม เป็นการปฏิบัติธรรมครั้งแรกในชีวิต เกิดความรู้สึกว่า เป็นการเปลี่ยนชีวิต และเปลี่ยน
ความคิด จากเดิมที่วัดคุณค่าของตัวเองจากเงินทองที่ได้จากธุรกิจ เมื่อได้อยู่กับตัวเองอย่างสงบ ได้รับฟัง
เรื่องราวของความสุขจากการให้โดยไม่หวังสิ่งตอบแทน เรื่องราวของ ความกตัญญูของพระบาทสมเด็จพระ
เจ้าอยู่หัวต่อสมเด็จพระย่า รวมถึงความรักความห่วงใยของพระองค์ที่มีต่อพสกนิกรผู้ยากไร้ในท้องถิ่นทุรกันดารทั่ว
ประเทศ ทำให้มุมมองความคิดเกี่ยวกับเป้าหมายและความหมายของการมีชีวิตอยู่ก็ได้เปลี่ยนแปลงไปอย่าง
สิ้นเชิง เกิดความรู้สึกกตัญญูต่อในหลวง และการปฏิบัติตามพระบรมราโชวาท ความต้องการทำความดีให้มาก
ขึ้นอย่างเต็มกำลังเท่าที่สามารถทำได้ให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และกลายเป็นปณิธานขององค์กรคือ มุ่ง
สร้างคนดี แทนคุณแผ่นดิน

โดยมีพฤติกรรมความมีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม ที่มีลักษณะเด่นในประเด็นดังต่อไปนี้

ด้านการเคารพสิทธิและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม

- โครงการ “เอเชีย อาสา” (เลิกเหล้า บุหรี่ การพนัน)
- โครงการส่งเสริมการปฏิบัติธรรม

ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม

- โครงการกองทุนพัฒนาบ้านเกิดของพนักงาน
- โครงการ เสริมกำลังใจ...ให้คนดี
- โครงการ ขวบน้ำหยอดเหรียญ

ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

- โครงการรณรงค์เรื่องโลกร้อน

ด้านการเผยแพร่วัฒนธรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม

- ศูนย์เรียนรู้การใช้ชีวิตพอเพียง

ผลผลิตสุดท้าย คือ พฤติกรรมความมีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ
และความสุข 2 ประการ ประการแรกเป็นความสุขที่ได้จากผลผลิตที่มีคุณภาพ และมีความสูญเสียระหว่างกา
รผลิตน้อย อันเป็นผลสืบเนื่องจากระบวนการสร้างความสุขประการที่ 2 คือ การส่งเสริมพนักงานให้เป็นคนดีเป็น
คนดีตามกรอบกติกาและบริบทของสังคม

สามารถนำมากำหนดเป็นรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม
ของผู้ประกอบการตามกรณีศึกษาที่ 1 ได้ดังนี้

ปัจจัยนำเข้า

- 6) การปรับเปลี่ยนทัศนคติ
- 7) ความอยู่รอดขององค์กร
- 8) คำสอนทางพุทธศาสนาและการปฏิบัติธรรม
- 9) ความเชื่อ
- 10) ความช่วยเหลือด้านการพัฒนาองค์กรจากรัฐบาล

กระบวนการ

- 3) การพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงาน
- 4) การพัฒนาความรู้ของพนักงาน

ผลผลิต

- 4) พฤติกรรมการมีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม
- 5) พนักงานเป็นคนดี
- 6) ผลผลิตที่ดี

1.2 กรณีศึกษาที่ 2

รูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการตามกรณีศึกษาที่ 2 เกิดจากแรงบันดาลใจจากแบบอย่างคือ มารดา ผู้ซึ่งเลี้ยงบุตรธิดา ด้วยความวิริยะ อุตสาหะ และเป็นกำลังใจที่เข้มแข็งของครอบครัว กอปรกับความเชื่อถือศรัทธาในหลักธรรมคำสอนทางพุทธศาสนา นำหลักพุทธบริหาร บูรณาการกับรูปแบบการบริหารธุรกิจอันเป็นลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการ อันได้แก่ ความรู้ที่ได้รับจากประสบการณ์ทำงาน ตำราพิชัยสงคราม แนวคิด คำสอนของปราชญ์ในอดีตของจีน การปรับปรุงคุณภาพงานแบบญี่ปุ่น และแบบแผนวิชาการของตะวันตกในการประกอบธุรกิจ เข้ากับการประกอบธุรกิจ เมื่อเกิดวิกฤตเศรษฐกิจ ปี พ.ศ. 2540 การเปลี่ยนแปลงค่าเงินบาทอย่างรวดเร็ว และส่งผลให้มูลค่าหนี้สินขององค์กรเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และเป็นจำนวนมากมหาศาล ซึ่งประมาณการว่าต้องใช้เวลาในการประกอบธุรกิจถึง 40 ปี จึงจะสามารถชำระหนี้สินนี้คืนได้หมด แต่ด้วยการทำงานอย่างขยันขันแข็งของผู้ประกอบการโดยใช้รูปแบบการบริหารธุรกิจอันเป็นลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการ และให้ความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตและจิตใจของพนักงาน สามารถใช้เวลาเพียง 7 ปีในการใช้คืนหนี้สินจำนวนมากดังกล่าวจนหมด ทำให้พฤติกรรมซึ่งแสดงออกซึ่งความมีจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการมีลักษณะเด่นในประเด็นดังต่อไปนี้

ด้านการเคารพสิทธิและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม

- การให้สวัสดิการที่ดี
- การจัดกิจกรรมมุ่งเน้น เพื่อ ส่งเสริมให้เกิดความภาคภูมิใจและความผูกพันกับ

องค์กร เป็นคนดีในสังคม กล่อมเกลาคความมีคุณธรรมและจริยธรรม ให้พนักงานเรียนรู้การเป็นคนดี มีคุณธรรม

ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม

- โครงการทดแทนพระคุณแม่ให้บัวพันน้ำ เพื่อเสริมสร้าง EQ และ IQ ให้กับเด็กในโรงเรียนที่ขาดแคลนด้านการศึกษาสิ่งแวดล้อม

- มาตรฐานระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม (ISO 14001)
- รางวัลอุตสาหกรรมดีเด่น ประจำปี 2552 (ด้านการจัดการพลังงาน)
- รางวัลนวัตกรรมดีเด่น (Innovation Award) ด้านการลดภาวะโลกร้อน จาก

สภาวิจัยแห่งชาติ

- รางวัลการจัดการพลังงานแบบสมบูรณ์ดีเด่น (Total Energy Management Awards) จากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

- รางวัล Thailand Energy Awards 2008 ด้านการอนุรักษ์พลังงาน จากกระทรวง

พลังงาน ด้านการเผยแพร่นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม

- โครงการทดแทนพระคุณแผ่นดิน เป็นการให้ความรู้กับบริษัท ภาครัฐ มหาวิทยาลัย บริษัทเอกชนต่างๆ เรื่องของการพัฒนาบุคลากร การอนุรักษ์พลังงาน และการสร้างแรงจูงใจในการทำธุรกิจ

ผลผลิตจากการวิเคราะห์และสรุปรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการตามกรณีศึกษาที่ 2 คือ ความสามารถในการใช้หนี้สิน พฤติกรรมความมีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ ความสำเร็จในการสร้างคนดีแบบยั่งยืนให้กับสังคม และความสุขจากความสามารถในการผลิตผลผลิตที่มีคุณภาพดี และสามารถสรุปเป็นรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการตามกรณีศึกษาที่ 2 ได้ดังนี้

ปัจจัยนำเข้า

- 5) หนี้สินจำนวนมหาศาล
- 6) รูปแบบการบริหารอันเป็นลักษณะเฉพาะ
- 7) อิทธิพลจากผู้ที่เคารพและศรัทธา
- 8) หลักธรรมคำสอนทางพุทธศาสนา

กระบวนการ

- 3) การพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงาน

- 4) การพัฒนาความรู้ของพนักงาน

ผลผลิต

- 5) พฤติกรรมการมีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม
- 6) ความสามารถในการปลดหนี้
- 7) พนักงานเป็นคนดี
- 8) ผลผลิตที่ดี

1.3 กรณีศึกษาที่ 2

ผู้ประกอบการตามกรณีศึกษาที่ 3 เป็นคู่สามีและภรรยาที่มีพื้นฐานทางครอบครัวที่แตกต่างกัน โดยสามีเป็นคนต่างจังหวัดจะมีประสบการณ์ชีวิตที่ผ่านความทุกข์ยากลำบากเหมือนคนไทยในชนบทห่างไกลทั่วไป ในขณะที่ภรรยาเป็นคนกรุงเทพฯ ในฐานะครอบครัวปานกลาง มีประสบการณ์ร่วมกิจกรรมเยาวชนระดับนานาชาติ และได้รับทุนการศึกษาเพื่อศึกษาต่อในต่างประเทศ คือ โครงการเรือเยาวชนแห่งเอเชียอาคเนย์ และทุนการศึกษาเป็นทุนการศึกษาพิเศษสำหรับศึกษาในโรงเรียนที่มีการจัดการเรียนการสอนแบบเฉพาะในระดับมัธยมปลาย มีรูปแบบของการศึกษาตามอัธยาศัย ตั้งอยู่ในประเทศนอร์เวย์ เป็นเวลา 1 ปี

ประสบการณ์ชีวิตของสามีก็وبرกับการอ่านหนังสือมากมายหลากหลายประเภทรวมทั้งอัตชีวประวัติของบุคคลในวงการต่าง ๆ และหนังสือเกี่ยวกับศาสนาและปรัชญา โดยเฉพาะความสนใจในแนวคิดและคำสอนของปราชญ์ชาวจีนในอดีต สำหรับภรรยามีหลวงปู่ครูบาชัยยะวงศาพัฒนา วัดพระพุทธรบาทห้วยต้ม อำเภอลี้ จังหวัดลำพูน ถ่ายทอดหลักธรรมคำสอนในพุทธศาสนา ตลอดจนการปฏิบัติธรรม กอปรกับทั้งสามีและภรรยา มีความเห็นอกเห็นใจและความเข้าใจในความทุกข์ยากลำบากของคนในสังคม ความปรารถนาให้ผู้อื่นสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ตามอัตภาพอย่างมีความสุข ในการทำธุรกิจใช้ คุณธรรมในเรื่องของความกตัญญู และการดำเนินธุรกิจที่ยึดถือ ความกตัญญู ที่สะท้อนให้เห็นถึงการปฏิบัติด้วยความกตัญญูที่มีต่อพนักงานผู้สร้างผลประโยชน์ให้องค์กร พนักงานได้รับการดูแลเป็นอย่างดี ด้วยความเอาใจใส่และเต็มเต็มให้พนักงานทุกคนได้อยู่และทำงานอย่างมีความสุข เช่น การสร้างโรงงานให้มีบรรยากาศน่าทำงาน และการสร้างหอพักเพื่ออำนวยความสะดวกให้พนักงาน เก็บค่าเช่าและค่าอาหารในราคาถูก พนักงานมีเงินเหลือเก็บและส่งกลับให้ครอบครัวได้มากขึ้น นำไปสู่ความกตัญญูต่อลูกค้า ด้วยความซื่อสัตย์ ไม่โลภ พนักงานถูกอบรมให้ใส่ใจเย็บให้กับลูกค้า เป็นความซื่อสัตย์ต่ออาชีพ และซื่อสัตย์ต่อลูกค้า สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพดี ในราคาที่เหมาะสม และนำผลกำไรที่ได้ตอบแทนสังคม และแสดงความกตัญญูต่อแผ่นดิน ผ่านโครงการช่วยเหลือชาวบ้านในพื้นที่ต่างๆ อีกทั้งคู่สามีภรรยามีอุดมการณ์ทางสังคมและการเมืองที่เห็นเหมือนกัน จึงมีความสนใจในการทำงานแก้ไขปัญหา เพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมและการเมือง และการให้ความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตและจิตใจของพนักงาน นำไปสู่พฤติกรรมซึ่งแสดงออกซึ่งความมีจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการมีลักษณะเด่นในประเด็นดังต่อไปนี้

ด้านการเคารพสิทธิและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม

• การจัดสวัสดิการบริการหอพักและอาหารครบ 3 มื้อ สำหรับพนักงานคนละ 900 บาทต่อเดือน

ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม

- โครงการสร้างฝาย 1,000 ฝาย ถวายพระเจ้าอยู่หัว
- โครงการมัคคุเทศก์น้อยรักษถิ่น
- โครงการสถานีวิทยุเพื่อพระพุทธศาสนา
- โครงการศูนย์วิจัยหัตถกรรมบ้านห้วยต้ม
- โครงการเสื้อเหลืองสมานฉันท์
- โครงการทำนา 1 ไร่ มีรายได้ 1 แสน

ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

- โครงการด้านการจัดการอนุรักษ์และฟื้นฟูรักษาสิ่งแวดล้อมร่วมกับชุมชนรอบข้าง

ผลผลิตจากการวิเคราะห์และสรุปรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการตามกรณีศึกษาที่ 3 คือ ความสุขจากการทำงานเพื่อสังคม และ ผลผลิตที่ดีทั้งในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณและขายในราคาที่ไม่เอาเปรียบผู้บริโภค สามารถทำธุรกิจด้วยคุณธรรมจนประสบความสำเร็จ มีความยั่งยืน และเติบโตได้อย่างมั่นคง สามารถจัดทำเป็นรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการตามกรณีศึกษาที่ 3 ได้ดังนี้

ปัจจัยนำเข้า

- 7) ภูมิหลังความทุกข์ยากของชีวิต
- 8) ประสบการณ์ชีวิต
- 9) คำสอนตามปรัชญาจีน
- 10) อุดมการณ์ทางสังคมและการเมือง
- 11) ประสบการณ์การศึกษาในต่างประเทศ
- 12) การศึกษาหลักธรรมคำสอนทางพุทธศาสนาและการปฏิบัติธรรม

กระบวนการ

- 4) การแก้ไขปัญหาสังคม
- 5) การพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงาน
- 6) การพัฒนาความรู้ของพนักงาน

ผลผลิต

- 5) สังคมที่ดี
- 6) พฤติกรรมการมีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม
- 7) ผลผลิตที่ดี

8) พนักงานเป็นคนดี

ซึ่งผลจากการศึกษาพบว่ารูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการทั้ง 3 กรณีศึกษา มีองค์ประกอบที่คล้ายกัน สำหรับความแตกต่างของรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ จะมีความต่างกันตามแต่บริบทของแต่ละกรณีศึกษา

ตอนที่ 2 ผลการพัฒนารูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ

ผู้วิจัยพัฒนารูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการจากการสังเคราะห์และสรุปรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการจากการกำหนดองค์ประกอบสำคัญดังนี้ (1) คำสอนทางพุทธศาสนาและการปฏิบัติธรรม (2) วิกฤตหรือสถานการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อชีวิต (3) การพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงาน (4) พฤติกรรมซึ่งแสดงออกถึงความมีจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ และ (5) ผลผลิตที่ดีขององค์กรทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ แล้วจึงนำองค์ประกอบที่สำคัญมาพัฒนารูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ

5) ปัจจัยนำเข้า (Input) ประกอบด้วย (1) หลักธรรมคำสอนทางพุทธศาสนา (2) อิทธิพลจากผู้ที่เคารพและศรัทธา (3) ความเชื่อ และ (4) ความอยู่รอดขององค์กร

6) กระบวนการ (Process) ประกอบด้วย (1) การศึกษาหลักธรรมคำสอนทางพุทธศาสนาและการปฏิบัติธรรม (2) การพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงาน

7) ผลผลิต (Output) ประกอบด้วย (1) พฤติกรรมซึ่งแสดงออกถึงความมีจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสังคม (2) ผลผลิตที่ดี (3) พนักงานเป็นคนดี (4) สังคมที่ดี

ตอนที่ 3 ผลการนำเสนอยุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ

ผู้วิจัยได้นำรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการจากตอนที่ 2 มาจัดทำเป็นการจัดทำยุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ โดยอนุมานว่า ยุทธศาสตร์ดังกล่าวเป็นยุทธศาสตร์สำหรับการพัฒนาจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการสมมติกลุ่มหนึ่ง โดยมีองค์ประกอบของยุทธศาสตร์ดังต่อไปนี้

1) วิสัยทัศน์ (Vision) : มุ่งสร้างผู้ประกอบการที่มีความใฝ่เรียนรู้และมีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม

2) เป้าประสงค์ (Goal) : พัฒนาผู้ประกอบการให้ประกอบธุรกิจด้วยพฤติกรรมความมีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งสังคมใกล้และสังคมไกล

3) ประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategy Issue)

(1) พัฒนาผู้ประกอบการให้มีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม

(2) พัฒนาผู้ประกอบการมีความสามารถในการสร้างนวัตกรรมและเครือข่ายความรับผิดชอบต่อสังคม

4) กลยุทธ์ (Strategy)

ภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาผู้ประกอบการให้มีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม

(4) พัฒนาผู้ประกอบการให้มีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม

(5) พัฒนาผู้ประกอบการให้เป็นผู้ใฝ่เรียนรู้ในเรื่องจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม

(6) พัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการให้มีความสามารถในการทำหน้าที่ช่วยเหลือและพัฒนาสังคม ทั้งด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและการพัฒนาคุณภาพชีวิต

ภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาผู้ประกอบการให้มีส่วนร่วมและมีความสามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมและเครือข่ายความรับผิดชอบต่อสังคม

(4) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการนำเรื่องจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร

(5) พัฒนาความรู้ความเข้าใจด้านการพัฒนานวัตกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องในทุกภาคส่วน

(6) พัฒนาความรู้ความเข้าใจด้านการพัฒนากลุ่มและเครือข่ายความรับผิดชอบต่อสังคม

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัย เรื่อง การพัฒนารูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผู้ประกอบการ ผู้วิจัยแบ่งการอภิปรายผลการวิจัยเป็น 3 ประเด็น ประกอบด้วย (1) ผลการวิเคราะห์รูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการในบริบทไทย (2) ผลการพัฒนารูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ (3) ผลการนำเสนอยุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ

ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์รูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการในบริบทไทย

ผู้วิจัยพบว่า บริบทของกรณีศึกษาตามแต่ละราย ประกอบด้วย ส่วนแรก ข้อมูลของสถานประกอบการ ได้แก่ (1) สภาพทั่วไปของสถานประกอบการ (2) กิจกรรมของสถานประกอบการ และ (3) ลักษณะเฉพาะของสถานประกอบการ ในส่วนของข้อมูลของสถานประกอบการทั้ง 3 กรณีศึกษา แสดงให้เห็นว่า ทั้ง 3 กรณีศึกษาเป็นสถานประกอบการประเภทโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต มีการจัดสภาพทั่วไปในสถานประกอบการให้พนักงานได้ทำงานอย่างมีความสุข สภาพทั่วไปของสถานประกอบการจึงเป็นไปในลักษณะขององค์กรสุขภาวะตามแนวทางในการสร้างความสุข (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2555) และสะท้อนให้เห็น

ถึงการปฏิบัติของผู้ประกอบการตามพฤติกรรมกรรมมีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการตามแนวทางในการปฏิบัติสำหรับการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ (คณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียน สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.), 2550) โดยเฉพาะประเด็นของการเคารพสิทธิและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม และการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงาน ใน 4 มิติประกอบด้วย การพัฒนาคุณภาพชีวิตทางด้านร่างกาย การพัฒนาคุณภาพชีวิตทางด้านอารมณ์ การพัฒนาคุณภาพชีวิตทางด้านสังคม และการพัฒนาคุณภาพชีวิตทางด้านสติปัญญา ตลอดจนการจัดระบบสวัสดิการให้แก่พนักงานทั้งที่เป็นตัวเงิน สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ รวมทั้งการบำรุงขวัญและการให้กำลังใจแก่พนักงาน ในความเป็นโรงงานอุตสาหกรรมเรื่องของการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากปัญหาที่เกิดขึ้นจากสิ่งแวดล้อมอันเป็นผลมาจากการดำเนินงานของกิจการจะนำมาซึ่งความเสียหายที่ใหญ่หลวงทั้งด้านทรัพย์สิน และชื่อเสียงของผู้ประกอบการ ดังนั้นผู้ประกอบการทั้ง 3 กรณีศึกษาจึงมีการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมทั้งภายใน และภายนอกสถานประกอบการ อีกทั้งยังให้ความสำคัญและให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีกับชุมชนโดยรอบอีกด้วย ผู้วิจัยเห็นว่า ผู้ประกอบการทั้ง 3 กรณีศึกษานี้สามารถเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับสังคมในเรื่องของการจัดระบบภายในสถานประกอบการ ตามประเด็นของการเคารพสิทธิและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม และการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลของผู้ประกอบการได้แก่ (1) ประวัติของผู้ประกอบการ (2) ความเชื่อ คำสอนทางศาสนา คำสอนของบิดา มารดา และครอบครัว (3) ลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการ และ (4) สถานการณ์ซึ่งส่งผลกระทบต่ออย่างสำคัญ ส่วนของข้อมูลของผู้ประกอบการเป็นส่วนในการศึกษาที่เป็นหัวใจสำคัญที่สุดของการศึกษาครั้งนี้ เนื่องจากจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมในตัวผู้ประกอบการจากการศึกษาเกิดขึ้นจากผลของการอบรมเลี้ยงดู ความเชื่อ คำสอนทางศาสนา คำสอนของบิดา มารดา และครอบครัวของผู้ประกอบการ ลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการ และสถานการณ์ซึ่งส่งผลกระทบต่ออย่างสำคัญ เป็นการประสมประสานประสบการณ์ชีวิตของผู้ประกอบการอย่างมีนัยยะสำคัญ ซึ่งผู้วิจัยพบว่า หลักธรรมคำสอนทางพุทธศาสนา อิทธิพลของผู้ที่เคารพและศรัทธา ตลอดจนแนวคิดและความเชื่อของผู้ประกอบการ มีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อการมีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมในตัวผู้ประกอบการ สิ่งที่ผู้วิจัยค้นพบในทั้ง 3 กรณีศึกษาร่วมกันคือ ผู้ประกอบการทุกรายในการศึกษาสืบเชื้อสายจากชาวจีนโพ้นทะเลที่อพยพเข้ามาอยู่ในประเทศไทยเป็นรุ่นที่ 2 และรุ่นที่ 3 ตามลำดับ ผู้ประกอบการทั้ง 3 กรณีศึกษา ซึ่งสืบทอดทางเชื้อสาย ความเชื่อ การอบรมเลี้ยงดูจากบรรพชนที่มีอุปนิสัย ขยัน อดทน ซื่อสัตย์ สุจริต กตัญญูรู้คุณ มัธยัสถ์ ประหยัดและอดออม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาเรื่องปัจจัยความสำเร็จของนักธุรกิจชาวไทยเชื้อสายจีน โดย ลูอิริตัน มินชัณนัท (2552) ได้กล่าวสรุปในเรื่องวิธีการอบรมเลี้ยงดูบุตรธิดา นักธุรกิจชาวไทยเชื้อสายจีนส่วนใหญ่ใช้เหตุผลเป็นหลักในการอบรม ทั้งหมดมีหลักในการอบรมเลี้ยงดูบุตรที่เหมือนกัน คือ การเป็นคนดี มีความรับผิดชอบต่อสังคม และประหยัด คำสอนเหล่านี้ทำให้นักธุรกิจชาวไทย

เชื้อสายจีนสามารถเก็บออมเพื่อสะสมทุนได้อย่างรวดเร็วสามารถในการสร้างความมั่นคงในทางเศรษฐกิจให้ตนเองได้ภายในระยะเวลาอันสั้น สำหรับลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะสะท้อนให้เห็นใน 2 ลักษณะ ลักษณะแรกคือลักษณะของผู้ประกอบการที่มีจิตสาธารณะซึ่งสอดคล้องกับพุทธนา วรุณปิติ (2542) กล่าวถึงบุคคลที่มีจิตสาธารณะว่าต้องมีคุณลักษณะดังนี้ (1) การทุ่มเทและอุทิศตน สิทธิของพลเมืองจะต้องสอดคล้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม บุคคลไม่เพียงแต่ปฏิบัติตามสิทธิเท่านั้น แต่ต้องปฏิบัติเพื่อช่วยเหลือให้บริการแก่บุคคลอื่น เพื่อพัฒนาสังคมด้วย (2) เคารพความแตกต่างระหว่างบุคคล (3) คำนึงถึงผลประโยชน์ส่วนตนและส่วนรวม และ (4) การลงมือกระทำ ลักษณะที่ 2 คือ รูปแบบในการบริหารจัดการของผู้ประกอบการ โดยมักจะเป็นรูปแบบของการบริหารจัดการที่เกิดจากการหลอมรวมประสบการณ์ ความรู้ แนวคิดและความเชื่อของตน เพื่อตอบโต้และแก้ไขปัญหาอันเกิดจากวิกฤตสถานการณ์ซึ่งส่งผลกระทบต่อธุรกิจของผู้ประกอบการ ในวิกฤตอันเป็นสถานการณ์ซึ่งส่งผลกระทบต่อธุรกิจของผู้ประกอบการบางกรณีส่งผลทำให้ผู้ประกอบการมีทัศนคติที่เปลี่ยนไป

และส่วนที่ 3 ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดให้พฤติกรรมการณ์มีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นไปตามลักษณะของแนวทางในการปฏิบัติสำหรับการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ (คณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียน สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.), 2550) กำหนด ซึ่งประกอบด้วย (1) การกำกับดูแลกิจการที่ดี (2) การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม (3) การเคารพสิทธิและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม (4) ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค สินค้า และ/หรือบริการของธุรกิจ (5) การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม (6) การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม (7) การเผยแพร่ข่าวสารจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม และ (8) การจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ด้วยผลจากการศึกษาลักษณะของข้อกำหนดในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมเท่าที่ปรากฏในขณะนั้นแล้ว ข้อกำหนดดังกล่าวมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทไทย อีกทั้งเป็นข้อกำหนดที่เป็นที่ยอมรับและปฏิบัติอยู่ในวงการธุรกิจของไทย ผู้วิจัยเห็นว่า โดยที่ข้อกำหนดดังกล่าวเป็นข้อกำหนดที่บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ต้องยึดถือปฏิบัติ เนื่องจากข้อกำหนดบางข้อมีความเป็นนามธรรมสูง ดังนั้นในผู้ประกอบการทั่วไปจึงสามารถประยุกต์ใช้โดยการตีความให้ความเหมาะสมในบริบทของแต่ละผู้ประกอบการเองและสอดคล้องกับข้อกำหนดบนพื้นฐานของความถูกต้องและเป็นที่ยอมรับของสังคม

เมื่อสรุปผลการวิเคราะห์กรณีศึกษาทั้ง 3 กรณี และจัดทำเป็นรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการในบริบทไทย เป็นรูปแบบที่มีลักษณะความเป็นระบบ (Systematic Approach) อันประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ ปัจจัยนำเข้า (Input)

กระบวนการ (Process) และผลผลิต (Output) และปรากฏว่า รูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการทั้ง 3 กรณีที่มีลักษณะที่คล้ายกัน แต่มีความแตกต่างกันเป็นผลจากสภาพในสถานการณ์และบริบทซึ่งมีความเฉพาะตามแต่กรณีศึกษา โดยปัจจัยนำเข้าร่วมได้แก่ หลักธรรมคำสอนทางพุทธศาสนา ปัจจัยนำเข้าเฉพาะได้แก่ ภูมิหลังความทุกข์ยากของชีวิต ประสบการณ์ชีวิต คำสอนตามปรัชญาจีน อุดมการณ์ทางสังคมและการเมือง ประสบการณ์การศึกษาในต่างประเทศ หนี้สินจำนวนมหาศาล รูปแบบการบริหารอันเป็นลักษณะเฉพาะ อิทธิพลจากผู้ที่เคารพและศรัทธา การปรับเปลี่ยนทัศนคติ ความอยู่รอดขององค์กร ความเชื่อ และความช่วยเหลือด้านการพัฒนาองค์กรจากรัฐบาล กระบวนการร่วมได้แก่ การพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงาน และการพัฒนาความรู้ของพนักงาน กระบวนการเฉพาะได้แก่ การพัฒนาสังคม และผลผลิตร่วมได้แก่ พฤติกรรมการมีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม พนักงานเป็นคนดี และผลผลิตที่ดี ผลผลิตร่วมได้แก่ ความสามารถในการปลดหนี้ และสังคมที่ดี ซึ่งประเด็นเหล่านี้ผู้ประกอบการทั่วไปสามารถพิจารณาปรับใช้ตามบริบทของตนเอง เนื่องจากสภาพจริงตามแต่ละรายของผู้ประกอบการมีความแตกต่างกันไป อันเป็นประเด็นที่ควรพิจารณาในรายละเอียดของแต่ละประเด็นเพื่อให้เป็นประโยชน์ในทางปฏิบัติเพื่อการส่งเสริมผู้ประกอบการให้มีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมต่อไป

2. ผลการพัฒนารูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผู้ประกอบการ

จากผลการศึกษาวิเคราะห์สภาพภาพจริงของกรณีศึกษาทั้ง 3 กรณีที่ได้จัดทำเป็นรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการในบริบทไทย เป็นรูปแบบที่มีลักษณะความเป็นระบบ ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาองค์ประกอบหลัก 3 ส่วน ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และผลผลิต เพื่อสังเคราะห์เป็นรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผู้ประกอบการ โดยรูปแบบที่ได้พัฒนาขึ้นจากการสังเคราะห์รูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการในบริบทไทย เป็นการสังเคราะห์จากการสรุปภาพรวมของรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการจากการศึกษาสภาพจริงใน 3 กรณีศึกษา ซึ่งรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผู้ประกอบการจากการสังเคราะห์ จึงประกอบด้วย ปัจจัยนำเข้า ซึ่งได้แก่ หลักธรรมคำสอนทางพุทธศาสนา อิทธิพลจากผู้ที่เคารพและศรัทธา ความเชื่อ และความอยู่รอดขององค์กร กระบวนการ ซึ่งได้แก่ การศึกษาหลักธรรมคำสอนทางพุทธศาสนาและการปฏิบัติธรรม และการพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงาน และผลผลิต ซึ่งได้แก่ พฤติกรรมความมีจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ ผลผลิตที่ดีขององค์กรทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ พนักงานเป็นคนดี และสังคมที่ดี

ผู้วิจัยเห็นว่า รูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผู้ประกอบการที่สังเคราะห์ขึ้นนี้ สามารถนำไปปรับประยุกต์ตามองค์ประกอบอันเป็นข้อเท็จจริงตามแต่บริบทของผู้ประกอบการแต่ละกรณี โดยใช้กระบวนการเรียนรู้และหล่อหลอมความเป็นผู้ประกอบการที่มีจิตสำนึกต่อสังคมตามทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Bandura, 1977) ซึ่งประกอบด้วย (1) ต้นแบบหรือแบบอย่าง มีลักษณะแตกต่างกันไปทั้งเป็นบุคคลจริง เป็นสัญลักษณ์ บุคคลสมมติ และ คำสอนที่เป็น วัจนะ การพรรณนา หลักความประพฤติ เพื่อให้เกิดความมุ่งมั่น วิริยะ อุตสาหะ อุตทน และเสียสละเพื่อสังคมส่วนรวม (2) ความใส่ใจ ทำความเข้าใจตามต้นแบบหรือแบบอย่างด้วยการศึกษาเรียนรู้ในเรื่องราวที่เกี่ยวข้อง (3) กระบวนการจำทั้งการบันทึกจดจำเป็นลายลักษณ์อักษรและจดจำไว้ด้วยความจำ (4) กระบวนการเลียนแบบ ด้วยการศึกษา เรียนรู้ และการเก็บ รวบรวม แปลงสู่การปฏิบัติ (5) กระบวนการจูงใจ

3. ผลการนำเสนอยุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการพัฒนารูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผู้ประกอบการในตอนที่ 2 จัดทำยุทธศาสตร์การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ ซึ่งผู้วิจัยได้จัดทำยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผู้ประกอบการ เพื่อให้องค์กรที่ประสงค์จะพัฒนาผู้ประกอบการให้มีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมสามารถนำไปปรับใช้ดำเนินการดังต่อไปนี้

วิสัยทัศน์ : มุ่งสร้างผู้ประกอบการที่มีความใฝ่เรียนรู้และมีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม ผู้วิจัยพบว่า สิ่งหนึ่งซึ่งผู้ประกอบการที่มีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมต้องมีคือ ความเป็นผู้ใฝ่เรียนรู้ เนื่องจากการดำเนินการตามรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผู้ประกอบการทั้ง 3 ส่วน ผู้ประกอบการต้องศึกษาเรียนรู้ให้รู้และเข้าใจในรายละเอียดขององค์ประกอบทั้ง 3 ส่วน เช่น หลักธรรมคำสอนทางพุทธศาสนา การพัฒนาคุณภาพชีวิต หรือพฤติกรรมกรรมที่มีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งการเรียนรู้ของผู้ประกอบการอาจจัดขึ้นได้ทั้งการเรียนรู้นอกระบบ โรงเรียนซึ่งสอดคล้องกับความหมายของการศึกษานอกระบบโรงเรียน ของอาชัญญา รัตนอุบล (2542) ว่า หมายถึง การศึกษาและประมวลประสบการณ์ความรู้ใดๆก็ตามที่จัดขึ้นโดยบุคคลหน่วยงานและสถาบันต่างๆ ในสังคม โดยได้จัดขึ้นนอกเหนือจากการศึกษาในระบบโรงเรียนภาคปกติ เพื่อพัฒนาความรู้ ความสามารถ ทักษะและทัศนคติที่พึงประสงค์ของบุคคลต่างๆ ในสังคม โดยยึดหลักการที่ว่า กิจกรรมการศึกษานอกระบบโรงเรียนนั้นๆ จะสนองต่อความต้องการความสนใจและประยุกต์ใช้แก้ปัญหาให้แก่บุคคลนั้นด้วย

เป้าประสงค์ : พัฒนาผู้ประกอบการให้ประกอบธุรกิจด้วยจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งสังคมใกล้และสังคมไกล จะไม่สามารถกล่าวได้ว่าผู้ประกอบการที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมได้อย่างสมบูรณ์หากผู้ประกอบการทำกิจกรรมเพื่อสังคมเป็นการเฉพาะภายในองค์กรเพียงอย่างเดียว หรือทำกิจกรรมเพื่อสังคมเฉพาะภายนอก สอดคล้องกับสถาบันไทยพัฒนา (2552) ที่ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ จะมุ่งไปที่ผู้มีส่วนได้เสียนอกองค์กร ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ระดับ ได้แก่ สังคมใกล้ และสังคมไกล สังคมใกล้ คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับใกล้ชิดกับองค์กรโดยตรง ได้แก่ ลูกค้า คู่ค้า ครอบครัวของพนักงาน ชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่ ซึ่งรวมถึงสิ่งแวดล้อมหรือระบบนิเวศ สังคมไกล คือ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรโดยอ้อม ได้แก่ คู่แข่งขันทางธุรกิจ ประชาชนทั่วไป เป็นต้น

ประเด็นยุทธศาสตร์ : พัฒนาผู้ประกอบการให้มีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม และ พัฒนาผู้ประกอบการมีความสามารถในการสร้างนวัตกรรมและเครือข่ายความรับผิดชอบต่อสังคม โดยเบื้องต้นผู้ประกอบการควรดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมในรูปแบบที่อยู่ นอกกระบวนการ ทางธุรกิจ เช่น การบริจาค หรือการอาสาช่วยเหลือสังคมซึ่งดำเนินการครอบคลุม 4 ด้านของสถาบันไทยพัฒนา (2551) คือ (1) ด้านเศรษฐกิจ (2) สังคม (3) ด้านสิ่งแวดล้อม (4) ด้านการศึกษา

กลยุทธ์ : ภายใต้อัตลักษณ์ยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาผู้ประกอบการให้มีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม (1) พัฒนาผู้ประกอบการให้มีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม (2) พัฒนาผู้ประกอบการให้เป็นผู้ใฝ่เรียนรู้ในเรื่องจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม (3) พัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการให้มีความสามารถในการทำหน้าที่ช่วยเหลือและพัฒนาสังคม ทั้งด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและการพัฒนาคุณภาพชีวิต ภายใต้อัตลักษณ์ยุทธศาสตร์ที่ 2 (1) พัฒนาผู้ประกอบการให้มีส่วนร่วมและมีความสามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมและเครือข่ายความรับผิดชอบต่อสังคม (2) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการนำเรื่องจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร (3) พัฒนาความรู้ความเข้าใจด้านการพัฒนานวัตกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องในทุกภาคส่วน และ (4) พัฒนาความรู้ความเข้าใจด้านการพัฒนาคุณค่าและเครือข่ายความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อให้บรรลุผลสุดท้ายในการดำเนินยุทธศาสตร์คือ จัดทำแผนงานและโครงการเพื่อกิจกรรม ซึ่งประกอบด้วย การคิด การพูด และการกระทำ ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่ การวางแผน การตัดสินใจ การสื่อสารประชาสัมพันธ์ การบริหารจัดการ และการดำเนินงานขององค์กรทั้งภายในและภายนอก โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม โดยความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการมุ่งเน้นไปที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกองค์กร ทั้งในระดับใกล้ชิด

กับองค์กรโดยตรง ได้แก่ ลูกค้า คู่ค้า ครอบครัวของพนักงาน ชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่ ซึ่งรวมถึงสิ่งแวดล้อมหรือระบบนิเวศ และระดับไกล ได้แก่ คู่แข่งขันทางธุรกิจ ประชาชนทั่วไป เป็นต้น ด้วยการให้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กร หรือทรัพยากรจากภายนอกองค์กร ในอันที่จะทำให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข ตามแผนงานและโครงการที่จะได้จัดทำขึ้นตามแต่ละกลยุทธ์ต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้ประกอบการที่สนใจในการพัฒนาตนเองให้มีลักษณะเป็นผู้ประกอบการที่มีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมสามารถนำรูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับผู้ประกอบการไปปรับประยุกต์ใช้ ด้วยการศึกษาและทำการตรวจทานตามรูปแบบ
2. การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ ต้องมีการกำหนดนโยบายในภาพรวมอย่างเป็นระบบ เริ่มตั้งแต่การสร้างวินัย การปลูกฝังในเรื่องของศีลธรรม คุณธรรม จริยธรรม ความเมตตา ความเสียสละ ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ และการแบ่งปัน บนฐานของความเข้าใจในสิทธิขั้นพื้นฐานที่พึงมีและพึงปฏิบัติของพลเมือง ตั้งแต่เด็ก เยาวชน กระทั่งผู้ใหญ่ ซึ่งเป็นเรื่องที่ต้องมีการดำเนินการอย่างเป็นขั้นเป็นตอน และใช้ระยะเวลา บูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างกับทุกภาคส่วนทั้ง ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน
3. การส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรต้องจากเกิดด้วยความมุ่งมั่น ตั้งใจและมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการ เริ่มต้นจากภายในองค์กรก่อน แล้วจึงมาสู่การพัฒนาบุคลากรให้เป็นคนดีของสังคม มีความรู้ มีทักษะชีวิต มีรายได้ และความเป็นอยู่อย่างพอเหมาะสมควรแก่ฐานะานุรูปตามบริบทของสังคม
4. การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมต้องอาศัยกระบวนการเรียนรู้ที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดและทฤษฎีทางการศึกษานอกระบบ โรงเรียน และการเรียนรู้ในสถานประกอบการเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการขับเคลื่อน
5. ศึกษาผู้ประกอบการควรสร้างวัฒนธรรมองค์กรให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้
6. ผู้ประกอบการควรสร้างวัฒนธรรมองค์กรให้มีการแบ่งปัน และมีน้ำใจ และตระหนักว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมไม่ใช่การทำบุญอย่างเดียว แต่เป็นการให้โอกาส ให้อาาคตให้ความพึ่งพา และมีความสุขจากการทำความดีต่อบุคคลอื่นและสังคมด้วยการให้
7. ผู้ประกอบการควรส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานในองค์กรมีส่วนร่วมในการดูแลสังคมภายนอก ด้วยการใส่ใจในปัญหาสังคม โดยกำหนดมีบทบาทและส่วนร่วมตามความเหมาะสม ตามความพร้อมขององค์กรและพนักงาน

8. ผู้ประกอบการควรส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานในองค์กรมีส่วนร่วมในการพัฒนาวัฒนธรรมในการส่งเสริมจิตสำนึกต่อสังคม กระทั่งสามารถพัฒนาตนเองให้เป็นองค์กรต้นแบบในการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมให้กับบุคลากร และการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งภายในและภายนอก

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนารูปแบบการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ ในขั้นต่อไปที่น่าสนใจและมีความท้าทายคือ

1. การศึกษาเรื่อง การพัฒนารูปแบบการสร้างวัฒนธรรมตามกระบวนการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม
2. การศึกษาเรื่อง การพัฒนารูปแบบการเรียนรู้เพื่อทำงานร่วมกันของเครือข่ายจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม
3. การศึกษาเรื่อง การพัฒนารูปแบบการสร้างเชื่อมั่นของชุมชนต่อองค์กรหรือสถานประกอบการที่เสี่ยง ในกรณีศึกษาที่องค์กรหรือสถานประกอบการอาสาเข้ามาทำหน้าที่ช่วยเหลือชุมชนในด้านการพัฒนา
4. การศึกษาเรื่อง การสร้างความตระหนักให้แก่ชุมชน และสังคมในเรื่องของการพึ่งพาตนเอง

