

การประชุมเชิงวิชาการระดับชาติและนานาชาติด้านบริหารธุรกิจ ครั้งที่ 5

The 5<sup>th</sup> National & International Conference

Business Administration 2017 : Digital Economy Thailand 4.0

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ระหว่างวันที่ 9 – 10 มีนาคม 2560

ณ โรงแรม ดี เอ็มเพรส จังหวัดเชียงใหม่

## ที่ปรึกษา

อธิการบดีมหาวิทยาลัยแม่โจ้

รองอธิการบดี (รองศาสตราจารย์ ดร.วีระพล ทองมา)

รองอธิการบดี (รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริพร กิริติการกุล)

รองอธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กชพร ศิริโกคากิจ)

รองอธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทองเลียน บัวจุม)

รองอธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์พาวิน มะโนชัย)

รองอธิการบดี (อาจารย์รชฎ เชื้อวิโรจน์)

รองอธิการบดี (อาจารย์อภิชาติ สวนคำกอง)

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายบริหารและกิจการพิเศษ

รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายวิชาการและวิเทศสัมพันธ์

รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ

รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายวางแผนและพัฒนา

รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายการเงินและระบบสารสนเทศ

รองศาสตราจารย์ ดร.จกมลดินทร์ แสงอาสาวิริยะ

รองศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร บุญมาก

## บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร วรรณสถิตย์

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

## กองบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร

วรรณสถิตย์

ประธานกรรมการ

อาจารย์ ดร.กัญญ์พัสวีย์

กล่อมธงเจริญ

รองประธานกรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีดา

ศรีนฤวรรณ

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูษณิศา

เดชเถกิง

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทัตพงศ์

อวิโรธนานนท์

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัตยา

ต้นจันทร์พงศ์

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริกุล

ตุลาสมบัติ

กรรมการ

อาจารย์ ดร.ปิยวรรณ

สิริประเสริฐศิลป์

กรรมการ

อาจารย์ ดร.อรุณี

ยศบุตร

กรรมการ

นายพงศ์กฤตน์

ภูริชพิสิฐกร

กรรมการและเลขานุการ

นางสาวอลิษา

อุ้นจิตต์

กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

## เจ้าของ

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

เลขที่ 63 หมู่ที่ 4 ตำบลหนองหาร อำเภอสันทราย

จังหวัดเชียงใหม่ 50290

โทรศัพท์ 0-5387-3550-2 โทรสาร 0-5349-8151

[www.ba.mju.ac.th](http://www.ba.mju.ac.th)

ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจประเมินผลงาน

รองศาสตราจารย์ ดร.จงบดินทร์

รองศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยยศ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิดารัตน์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กชพร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชเนีย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทริกา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มาณวิน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อายุส

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตตินุช

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีดา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูษนิศา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หัตพงษ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัตยา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริกุล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์โสภณ

อาจารย์ ดร.กัญญพัสวี่

อาจารย์ ดร.ปิยวรรณ

อาจารย์ ดร.อรุณี

อาจารย์ ดร.ชัยวัฒน์

อาจารย์ ดร.พนมพร

อาจารย์ ดร.ศรุต

อาจารย์ ดร.กุลชญา

อาจารย์ ดร.อนุชา

อาจารย์ ดร.อุกฤษณ์

แสงอาสภวิริยะ

บุญมาก

สัมฤทธิ์สกุล

ชลประเสริฐสุข

ศิริโกคากิจ

บังเมฆ

มณีพันธ์

สงเคราะห์

หยูเย็น

ชุลิกาวิทย์

วรรณสถิต

ศรีนฤวรรณ

เดชเถกิง

อวิโรธนานนท์

ตันจันทรพงศ์

ตุลาสมบัติ

พงษ์เพชร

กล่อมธงเจริญ

สิริประเสริฐศิลป์

ยศบุตร

ใบไม้

เฉลิมวรรณ

วรุณกุล

แฉ้วนแก้ว

กันทรดุษฎี

มารังค์

แนวทางการรับรู้รูปแบบและนโยบายของโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม  
ของบริษัท บลูพอร์ต หัวหิน รีสอร์ท มอลล์  
Pattern recognition approach and policies of social responsibility projects of the  
company bluepot hua hin resort mall

ธนพัฒน์ อินทวิ<sup>1</sup> และ ภาณุชิต เสนกัณฑ์<sup>2</sup>

<sup>1</sup> อาจารย์ประจำสาขา การจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ

<sup>2</sup> นักศึกษาด้านการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

**บทคัดย่อ**

การวิจัยเรื่อง แนวทางการรับรู้รูปแบบและนโยบายของโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ของบริษัท บลูพอร์ต หัวหิน รีสอร์ท มอลล์ มีวัตถุประสงค์เพื่อการรับรู้รูปแบบและนโยบายของโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม โดยวิธีวิจัยที่ใช้ในการทำการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ วิจัยเชิงคุณภาพ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากผู้จัดการแผนกทรัพยากรมนุษย์ หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

โดยใช้วิธีวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย ผลการวิจัยพบว่า 1.) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ:บริษัทได้จัดทำโครงการขึ้นเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมที่มุ่งเน้นการสร้างสรรค์ที่ดีให้แก่สังคมและสิ่งแวดล้อม ด้วยการปลูกฝังคนในองค์กรและประชาชนทั่วไปให้อนุรักษ์และรักษาสิ่งแวดล้อม 2.)ด้านรูปแบบของความรับผิดชอบต่อสังคม:เป็นกิจกรรมเพื่อสังคม(CSR-after-process)เป็นการบริจาคเพื่อการกุศลเป็นส่วนใหญ่ จะดำเนินไปนอกเหนือจากกระบวนการทำงาน 3.)ด้านการติดต่อสื่อสารในองค์กร:เริ่มการจากนำโครงการเข้าสู่ที่ประชุมผู้บริหาร หลังจากนั้นจึงกระจายข่าวสารสู่พนักงานโดยการประชาสัมพันธ์ในช่องทางต่างๆ 4.) ด้านการดูแลกิจการ:ผู้บริหารดำเนินกิจการไปอย่างถูกต้อง ภายใต้กฎหมายทั้งด้านสินค้า บริการ และการจ้างงาน

**คำสำคัญ :** การรับรู้ , ความรับผิดชอบต่อสังคม

**Abstract**

Research guidelines and forms recognition policy, the project's corporate social responsibility (CSR) of bluepot hua hin resort Mall. Have a Intended to recognize patterns and policies of social responsibility projects. By the way, the research used in this study is qualitative research. Collected data by in-depth interviews from the human resources manager or the person who is involved.

By using descriptive data analysis methods in order to respond to the research objectives. The research found that 1.)Social responsibility of the business

enterprise : the company has prepared a project to show the social responsibility that focuses on creativity to society and the environment. By planting in the Organization and the general public to conserve and preserve the environment.

2.) On the theme of corporate social responsibility : a social activity (CSR-after-process) as charitable donations is mainly carried out in addition to the work process,

3.) Communication in organizations : starting from a project into the Executive meeting. You can then distribute the news public relations staff by craggy on Channel 4.) Executive governance operates correctly : Under the law, both on the item. Services & employment.

*Keywords : recognition , corporate social responsibility*

### 1. บทนำ

ปัจจุบันความก้าวหน้าและการเปลี่ยนแปลงมีมากมาย หนึ่งใน การเปลี่ยนแปลงและขับเคลื่อนไปอย่างไม่หยุดหย่อนคือ โลกของการประกอบธุรกิจ การประกอบธุรกิจมีการพัฒนาการอย่างต่อเนื่องมาเป็นลำดับ มีแนวทางการคิดและการจัดการในยุคใหม่ๆ ที่แสดงออกมาผ่านทางบริษัทในด้าน การเมือง เศรษฐกิจ และสังคม จนมาถึงความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ได้เพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเทคโนโลยีทางการสารสนเทศ และการสื่อสาร ทำให้การแข่งขันกันเองภายในโลกของธุรกิจมีความเสี่ยง หากมีความต้องการที่จะดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จ ส่วนหนึ่ง ที่ผู้ประกอบการต้องวางแผนการจัดการต่างๆ เพื่อให้ครอบคลุมทุกด้านในการดำเนินกิจการ ในการดำเนินธุรกิจนั้นมีความจำเป็นที่ต้องปรับตัว และเรียนรู้ และมีการพัฒนา ปรับปรุงคุณภาพ และการบริการ เพื่อให้ธุรกิจดำเนินกิจการอยู่รอด และทำกำไรให้กิจการได้ในเวลานั้น

โลกมีการเปลี่ยนแปลงไป ทำให้เกิดการขยายตัวทางด้านต่างๆมากมาย โดยเฉพาะทางด้าน เศรษฐกิจ ทำให้ความเป็นอยู่ของผู้คนในสังคมเปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้การอุปโภคและการบริโภคของประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น หนึ่งใน การเจริญเติบโตทางด้านธุรกิจคือธุรกิจทางการขายสินค้าและบริการ หากธุรกิจด้านนี้มีการเจริญเติบโตมากแล้วผู้ประกอบการก็ต้องมีการปรับตัวให้ทันกับสภาพเศรษฐกิจในหลายๆด้าน ไม่ว่าจะเป็น การปรับตัวด้านสถานที่ บรรยากาศ การให้บริการภายใน โรงแรมเอง เพื่อให้ธุรกิจมีความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งได้ในระดับทัดเทียม อาจทำให้มีการใช้ทรัพยากรต่างๆเพิ่มมากขึ้น จนอาจทำให้เกิดปัญหาต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น เช่น ปัญหาโลกร้อน ปัญหาการขาดแคลนน้ำ ปัญหาของผู้บริโภคและผู้มาใช้บริการ ปัญหาการก่อกมลพิษทางสิ่งแวดล้อม ซึ่งปัญหาเหล่านี้ผู้ประกอบการควรเกิดความตระหนัก และหันมาใส่ใจถึงคุณธรรมและจริยธรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในการดำเนินธุรกิจเพื่อลดปัญหาต่างๆที่อาจเกิดขึ้นมาภายหลัง เพื่อส่งเสริมให้บริษัทที่ประกอบกิจการเป็นที่ไว้วางใจและทำให้มีภาพลักษณ์ที่ดีต่อสังคม

ผลความสำเร็จทางธุรกิจไม่ได้วัดหรือการประเมินแค่ผลประกอบการธุรกิจ รายได้ของตัวเลขทางการเงินเท่านั้น แต่ส่วนหนึ่งนั้นต้องสามารถทำตามความคาดหวังของสังคมที่มีต่อองค์กรธุรกิจ โดยผู้มาใช้บริการมีส่วนกำหนดถึงความอยู่รอดของบริษัท เพื่อให้ธุรกิจเติบโต เข้มแข็งและอยู่รอดถึง

อนาคต ดังนั้น “ความรับผิดชอบต่อสังคม” ถือเป็นสิ่งสำคัญในเรื่องที่ภาคธุรกิจต้องใส่ใจ ทำการศึกษา และปฏิบัติเพื่อให้เป็นที่ยอมรับต่อสังคม

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการ รับผิดชอบต่อสังคมเพื่อเอื้อประโยชน์ส่วนได้เสียเสียให้กับทุกฝ่ายได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม เพื่อให้คุณภาพของชาติขึ้นควบคู่กับผลประกอบการที่ผู้ดำเนินธุรกิจได้รับไปพร้อมกัน เช่น การทำ กิจกรรมต่อสังคมในการให้ความช่วยเหลือมูลนิธิต่างๆ การณรงค์เกี่ยวกับการรักษาสภาพแวดล้อมจนไป ถึงการพัฒนาความเป็นอยู่ของคนในชุมชนที่บริษัทของตนเองดำเนินการอยู่ องค์กรอาจได้รับการ สนับสนุนในรูปแบบต่างๆ อาจเป็นการบริจาค การได้รับทุนในการโฆษณาประชาสัมพันธ์และนำไปสู่ การทำการกุศลในนามขององค์กร ก็จะทำให้การให้ผลลัพธ์ที่ออกมาตอบแทนองค์กรในทางที่ดี แถม ยังส่งผลในทางเดียวกันคือการคืนประโยชน์ที่กลับสู่สังคม

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการแนวทางการรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัท บลูพอร์ต หัวหิน รีสอร์ท มอลล์
2. เพื่อศึกษาถึงรูปแบบและนโยบายของการดำเนินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม ของ บริษัท บลูพอร์ต หัวหิน รีสอร์ท มอลล์

### ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตการศึกษาด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยมุ่งศึกษาถึง ลักษณะ ของนโยบาย รูปแบบ กลยุทธ์ในการทำโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัท บลูพอร์ต หัวหิน รีสอร์ท มอลล์ เพื่อรับรู้รูปแบบ นโยบาย ของโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม
2. ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการศึกษาของการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ขอบเขตด้านพื้นที่ คือ ห้างสรรพสินค้าในเขตอำเภอเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ คือ บลูพอร์ต หัวหิน รีสอร์ท มอลล์ ขอบเขตด้านประชากร ประกอบด้วย ผู้จัดการแผนกทรัพยากรมนุษย์ ของบริษัท บลูพอร์ต หัวหิน รีสอร์ท มอลล์ หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม สำหรับขอบเขตด้านเวลา จะเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วง ปีพุทธศักราช 2559
3. ขอบเขตของประเภทผู้ให้ข้อมูล ผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้จัดการแผนก ทรัพยากรมนุษย์ของบริษัท บลูพอร์ต หัวหิน รีสอร์ท มอลล์ หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการความ รับผิดชอบต่อสังคม โดยมุ่งศึกษาเพื่อให้ทราบถึงนโยบายและรูปแบบของโครงสร้างของความ รับผิดชอบต่อสังคม

### กรอบแนวคิดในการทำวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เพื่อให้ทราบแนวคิด รูปแบบและนโยบาย ของโครงสร้างความ รับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทบลูพอร์ต หัวหิน รีสอร์ท มอลล์ เป็นการศึกษาแบบเจาะลึก โดยเป็น การเข้าถึงต่อสัมภาษณ์ สอบถาม ข้อมูล รูปแบบและนโยบายของการทำโครงการความรับผิดชอบต่อ สังคม ( CSR ) โดยตรงจากบุคลากรผู้ที่มีความชำนาญภายในบริษัท แบบเจาะลึก เพื่อให้ได้คำตอบที่มี ความเป็นไปได้ในการก่อให้เกิดโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบรูปแบบ นโยบายของโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัท บลูพอร์ต หัวหิน รีสอร์ท มอลล์
2. ทำให้ทราบรูปแบบที่ใช้ในการสื่อสาร ในโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัท บลูพอร์ต หัวหิน รีสอร์ท มอลล์
3. ทำให้เกิดความตระหนักความถึงรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ควรมีต่อสังคม ของบริษัท บลูพอร์ต หัวหิน รีสอร์ท มอลล์

## 2.วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาการรับรู้รูปแบบและนโยบายของโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัท บลูพอร์ต หัวหิน รีสอร์ท มอลล์ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นพื้นฐานในการวิจัยในครั้งนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ
2. แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบของความรับผิดชอบต่อสังคม
3. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารในองค์กร
4. แนวคิดเกี่ยวกับการดูแลกิจการ
5. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องอื่นๆ

แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ

ความรับผิดชอบต่อสังคม Corporate Social Responsibility (CSR) หมายถึง ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร ซึ่งคือการดำเนินกิจการภายใต้หลักจริยธรรมและการจัดการที่ดี โดยรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมทั้งในระดับโลกและใกล้ อันนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (CSR , 2559)

ในภาคธุรกิจจะเล็งเห็นว่า การดำเนินกิจการขององค์กรธุรกิจส่งผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ จึงเป็นเรื่องที่จำเป็นที่ทุกฝ่ายให้ความสำคัญ ไม่ใช่เพียงเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร เพื่อหวังผลทางการตลาด หรือเพื่อใช้แก้ไขปัญหาทางธุรกิจให้ได้รับการยอมรับจากสังคม แต่ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ในปัจจุบัน กำลังจะกลายเป็น “แนวคิดและวิธีการบริหารจัดการธุรกิจ” เพื่อพัฒนาการดำเนินธุรกิจ ให้มีประสิทธิภาพ ลดความเสี่ยง และเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน รวมถึงพัฒนาห่วงโซ่มูลค่า ซึ่ง จะนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน (สถาบันพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน , 2556 : 1)

ระดับของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ จัดแบ่งได้ 4 ระดับ

ระดับ 1 ข้อกำหนดตามกฎหมาย (Mandatory Level) คือ ผู้ที่ดำเนินกิจการต้องต้องเป็นไปตามกฎหมายและกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง เช่น กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค กฎหมายแรงงาน การกระทำบางอย่างไม่ผิดกฎหมาย แต่องค์กรควรจะทำหรือไม่การกระทำนั้นขึ้นอยู่กับความรับผิดชอบต่อผู้บริหารองค์กรเอง

ระดับ 2 ประโยชน์ทางเศรษฐกิจ (Elementary Level) คือ การประกอบกิจการให้เกิดกำไร ที่คำนึงถึงความสามารถและ ความอยู่รอดของกิจการ โดยปราศจากการเบียดเบียนสังคม

ระดับ 3 จรรยาบรรณทางธุรกิจ (Preemptive Level) คือ ธุรกิจสามารถประกอบกิจการ เพื่อให้เกิดผลกำไรที่เหมาะสม แก่ผู้ถือหุ้นโดยใส่ใจผลประโยชน์ตอบแทนที่กลับคืนสู่สังคม โดยเฉพาะ สังคมรอบข้างที่องค์กรดำเนินกิจการอยู่

ระดับ 4 ความสมัครใจ (Preemptive Level) คือ การดำเนินกิจการควบคู่ไปกับการทำ โครงการความรับผิดชอบต่อสังคม ที่เป็นไปด้วยความสมัครใจ โดยปราศจากการเรียกร้องจากสังคม การประกอบธุรกิจที่มุ่งผลประโยชน์แก่สังคมเป็นสิ่งสำคัญ ควรได้รับการชื่นชมอย่างแท้จริง (คณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียน,2551 ; 7) **แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบของความรับผิดชอบต่อสังคม**

ความรับผิดชอบต่อสังคม Corporate Social Responsibility (CSR) สามารถจำแนกได้ ตามกระบวนการตามธุรกิจและความเกี่ยวข้องของหน่วยงาน ซึ่งจะสามารถจำแนกออกได้ เป็น 3 ประเภท คือ

1. กิจกรรมเพื่อสังคม (CSR-after-process) เป็นกิจกรรมของหน่วยงานที่ใช้ยุทธศาสตร์ แบบกลไกในการดำเนินงาน โดยส่วนมากแล้วจะเป็นองค์กรธุรกิจที่มุ่งแสวงหาผลกำไร เพื่อให้เกิด ประโยชน์ทางสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก ซึ่งกิจกรรมที่ ดำเนินนั้นจะแตกต่างจากการดำเนินธุรกิจ ที่เป็นกระบวนการ กิจกรรมจะเกิดขึ้นหลังจากการดำเนินธุรกิจ เช่น การบริจาคเพื่อการกุศล การ อาสาช่วยเหลือชุมชน การแก้ไขเยียวยาชุมชนที่ได้รับผลกระทบทางมลพิษจากการประกอบการ การ แจกจ่ายสิ่งของ ช่วยบรรเทาสาธารณภัย การเป็นอาสาสมัครช่วยบำเพ็ญสาธารณประโยชน์ ซึ่ง กิจกรรมเพื่อสังคมเหล่านี้มักเป็นกิจกรรมที่อยู่นอกเหนือเวลาทำงานตามปกติ

2. ธุรกิจเพื่อสังคม (CSR-in-process) เป็นการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมที่อยู่ใน กระบวนการทำงานหลักของกิจการ หรือเป็นการทำธุรกิจที่หากำไรอย่างมีความรับผิดชอบต่อ เช่น การ ป้องกันหรือกำจัดมลพิษในกระบวนการผลิต เพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อชุมชน การผลิตสินค้าและ บริการที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานตามข้อกำหนดในฉลากผลิตภัณฑ์ การเปิดเผยข้อมูลผลิตภัณฑ์ อย่างถูกต้องครบถ้วนต่อผู้บริโภค การชดเชยความเสียหายให้แก่ลูกค้าที่เกิดจากความผิดพลาดและ ความบกพร่องของพนักงาน การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งการดำเนินความ รับผิดชอบต่อเหล่านี้ถือเป็นกิจกรรมที่อยู่ในเวลาทำงานปกติของกิจการ

3. กิจการเพื่อสังคม (CSR-as-process) เป็นบทบาทขององค์กรธุรกิจโดยตรง กิจการมักจะ เป็นกรณีที่ต้องดำเนินงานโดยไม่แสวงหากำไรให้แก่ตนเอง กล่าวคือ เป็นหน่วยงานที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อ สร้างประโยชน์ให้แก่สังคมในทุกกระบวนการของกิจการ ได้แก่ มูลนิธิ องค์กรสาธารณประโยชน์ องค์กรประชาชน และส่วนราชการต่างๆ (โชติรัตน์ ศรีสุข,2554)

**แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารในองค์กร**

องค์กรที่ดำเนินกิจการต่างๆได้ให้ความสำคัญในการทำ ความรับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มมากขึ้น การสื่อสารนั้นมีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งจะต้องเกิดขึ้นทั้งภายในและ ภายนอกองค์กร เพื่อแสดงให้เห็นแนวทางที่ก่อให้เกิดการปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้เห็น ประโยชน์ในด้านต่างๆในการทำ ความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นการส่งเสริมให้บุคลากรในองค์กรมี ความสัมพันธ์ที่ดีในหมู่พนักงาน บุคลากร และระหว่างพนักงานกับผู้บริหาร เป็นการสร้างขวัญ กำลังใจในการทำงาน และความเชื่อมั่นให้แก่พนักงานภายในองค์กรในสิ่งที่ดำเนินการอยู่นี้จะพา องค์กรไปสู่ความยั่งยืน และต้องให้การสื่อสารกิจกรรมการมีส่วนร่วมความรับผิดชอบต่อสังคม ผสมผสานแบบสองทาง (Inside-out and Outside in Approach) (ธนวุฒิ นัยโกวิท,2559)



1. แบบจากภายในสู่ภายนอก (Inside-out Approach) คือ การใช้นโยบายในเชิงรุกในการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ที่เกิดจากแรงผลักดันจากบุคลากรภายในองค์กรที่มีความกระตือรือร้นในการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม เน้นความสอดคล้องระหว่างกิจกรรม ซึ่งผู้ที่เกี่ยวข้องจากภายนอกองค์กร มีแนวโน้มที่จะเข้ามามีส่วนร่วมสร้างความกดดันให้กับองค์กร ในเรื่องกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมน้อยมาก เพราะองค์กรจะมุ่งดำเนินการในรูปแบบให้ความสนใจกับเป้าหมายระยะยาวและความต่อเนื่องของกิจกรรมเป็นสำคัญ

2. แบบจากภายนอกสู่ภายใน (Outside-in Approach) คือ การใช้ความต้องการของผู้เกี่ยวข้อง กับองค์กร เป็นตัวกำหนดเกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านใดบ้างที่ตอบสนองความต้องการได้ดีที่สุด โดยที่องค์กรจะพิจารณาว่าจะดำเนินกิจกรรมนั้นหรือไม่นั้นเปรียบเทียบ จากอำนาจต่อรองของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรม และความสำคัญของการดำเนินกิจกรรมนั้น ถ้ามีน้ำหนักมากก็จะเร่งดำเนินการ จะเห็นได้ว่าการดำเนินการในรูปแบบนี้จะมีลักษณะแบบตั้งรับ มุ่งรักษาเสถียรภาพระยะสั้นขององค์กรในสาธารณชนเป็นหลัก

ทั้งสองรูปแบบนี้องค์กรสามารถสร้างความสอดคล้องในพันธกิจ และวิสัยทัศน์ขององค์กรกับกิจกรรมเข้าด้วยกัน และสร้างความแตกต่างในแต่ละกิจกรรมขององค์กรกับคู่แข่งให้ออกมาอย่างเห็นได้ชัด (พรพรหม ชมงาม ,2559)

#### แนวคิดเกี่ยวกับการดูแลกิจการ

1. สิทธิของผู้ถือหุ้น เป็นสิทธิขั้นพื้นฐานของผู้ถือหุ้น ได้แก่ การซื้อขายหรือโอนหุ้น การมีส่วนร่วมแบ่งในกำไรของกิจการ การได้รับข่าวสาร ข้อมูลของกิจการอย่างเพียงพอ การเข้าร่วมประชุมเพื่อใช้สิทธิออกเสียงในที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อแต่งตั้งหรือถอดถอนกรรมการ แต่งตั้งผู้สอบบัญชี และเรื่องที่มีผลกระทบต่อบริษัท

2. การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน เป็นการสร้างความมั่นใจให้กับผู้ถือหุ้นว่า คณะกรรมการ จะดูแลให้การใช้เงินของผู้ถือหุ้นเป็นไปอย่างเหมาะสม มีการกำกับดูแลให้ผู้ถือหุ้นได้รับการปฏิบัติและปกป้องสิทธิขั้นพื้นฐานอย่างเท่าเทียมกัน สนับสนุนให้มีการปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเท่าเทียม

3. บทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย เป็นการกำกับดูแลกิจการที่มีผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญ ควรที่กำหนดนโยบายให้มีการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม โดยคำนึงถึงสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียตามกฎหมาย ไม่ควรกระทำ การใดๆที่เป็นการละเมิดสิทธิของผู้มีส่วนได้เสีย และควรเปิดเผยข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องให้ผู้มีส่วนได้เสียได้รับทราบอย่างเพียงพอ เพื่อให้สามารถทำหน้าที่ในการมีส่วนร่วมอย่างมีประสิทธิภาพ

4. การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส เป็นข้อมูลสำคัญของบริษัท ข้อมูลตลาด หลักทรัพย์ และข้อมูลอื่นๆที่เกี่ยวข้อง คุณภาพของรายงานทางการเงินเป็นเรื่องที่ผู้ถือหุ้นให้ความสำคัญ คณะกรรมการจึงควรมั่นใจว่าข้อมูลที่แสดงในรายงานทางการเงินมีความถูกต้อง เป็นไปตามมาตรฐานการบัญชีที่รับรองและผ่านการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชี และควรมีการกำหนดนโยบายการเปิดเผยข้อมูลสู่สาธารณะ (Disclosure Policy) ให้ชัดเจน และจัดให้มีหน่วยงานหรือผู้รับผิดชอบงานเกี่ยวกับ “นักลงทุน สัมพันธ์” (Investor Relations หรือ IR) เพื่อสื่อสารกับบุคคลภายนอก

5. ความรับผิดชอบต่อของคณะกรรมการ ควรมีภาวะผู้นำ วิสัยทัศน์ และมีความเป็นอิสระในการตัดสินใจเพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัทและผู้ถือหุ้นโดยรวม คณะกรรมการควรจัดให้มีระบบแบ่งแยกบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบระหว่าง คณะกรรมการและฝ่ายจัดการที่ชัดเจน และดูแลให้บริษัทมี

ระบบงานที่ให้ความเชื่อมั่นได้ว่ากิจกรรมต่างๆ ของบริษัทได้ดำเนินไปในลักษณะที่ถูกต้องตามกฎหมายและมีจริยธรรม (หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี, 2555)

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

โชติรัตน์ ศรีสุข , 2554 ได้วิจัยในหัวข้อเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสาร และการรับรู้รูปแบบโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัทไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบ กลยุทธ์การสื่อสารและการรับรู้รูปแบบโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ของบริษัทไทยเบฟเวอเรจ จำกัด ผลการศึกษาพบว่า 1.) การให้ความหมาย : บริษัทได้กำหนดความรับผิดชอบต่อสังคมไว้เป็นหลายลักษณะอักษร โดยมุ่งเน้นการสร้างสรรค์ที่ดีให้แก่สังคมและสิ่งแวดล้อม ด้วยการปลูกฝังคนในองค์กรและประชาชนทั่วไปให้อนุรักษ์และรักษาสิ่งแวดล้อม 2.) รูปแบบโครงการการรับผิดชอบต่อสังคม : เป็นรูปแบบของการบริจาคเพื่อการกุศลเป็นส่วนมาก 3.) กลยุทธ์การสื่อสาร : ได้แก่ การสื่อสารภายใน ใช้การสื่อสารจากบนสู่ล่าง ถ่ายทอดจากผู้บริหารระดับสูงสู่ผู้บริหารระดับกลาง 4.) การรับรู้รูปแบบโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม : ผู้บริโภคเห็นว่าการทำงานโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่บริษัท กิจกรรมอยู่ในรูปแบบของการบริจาคสิ่งของ ช่วยเหลือชุมชน

การทำโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นค่านิยมปัจจุบันของโลกธุรกิจ ก่อให้เกิดการเอื้อประโยชน์ส่วนได้ส่วนเสียต่างๆที่เกิดขึ้นภายใต้การประกอบกิจการ การดำเนินกิจการเป็นไปในระยะยาวจึงต้องกำหนดและวางแผนการทำโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมให้ครอบคลุมรอบด้านที่ส่งผลต่อธุรกิจ ในทางที่ดี ทำให้เป็นที่ยอมรับในสังคมด้านพันธมิตรทางธุรกิจ พนักงาน ผู้ถือหุ้น สังคม และสิ่งแวดล้อม ช่วยให้กิจการดำเนินไปในภาพลักษณ์ที่ดี สร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจในการประกอบกิจการของแต่ละองค์กร พร้อมทั้งสามารถสร้างผลประโยชน์ทางอ้อมให้กับองค์กร ในด้านความจงรักภักดีและการทำงานที่เป็นไปด้วยความเต็มใจ จากบุคลากรและพนักงานในองค์กร ได้รับความไว้วางใจในการดำเนินกิจการภายในชุมชน สร้างประโยชน์ในด้านต่างๆตอบแทนชุมชนที่องค์กรดำเนินกิจการ ก่อให้เกิดการพัฒนาความเป็นอยู่ของแต่ละชุมชน ทำให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปด้วยการยอมรับจากผู้คนในสังคม

### 3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบและนโยบายของโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัทบลูพอร์ต หัวหิน รีสอร์ท มอลล์ เพื่อศึกษารูปแบบและนโยบายของความรับผิดชอบต่อสังคม โดยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) มีขั้นตอนดังนี้

1.วิเคราะห์ข้อมูลและเอกสารที่เกี่ยวข้อง บทความรายงานประจำปี ของบริษัทบลูพอร์ต หัวหิน รีสอร์ท มอลล์ ทั้งข้อมูลในอินเทอร์เน็ต เพื่อนำมาเป็นแนวคิดพื้นฐานในการวิจัยในครั้งนี้

2.สัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับผู้จัดการ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ถึงรูปแบบ นโยบายของโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัทบลูพอร์ต หัวหิน รีสอร์ท มอลล์

3.วิเคราะห์ถึงความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์ในการทำโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม จากการสัมภาษณ์โดยบุคลากรของบริษัทบลูพอร์ต หัวหิน รีสอร์ท มอลล์

## ขอบเขตในการวิจัย

1. ขอบเขตการศึกษาด้านเนื้อหา การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มุ่งศึกษาลักษณะรูปแบบ นโยบาย ของโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อศึกษากลยุทธ์รูปแบบนโยบายของความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท บลูพอร์ต หัวหิน รีสอร์ท มอลล์ การศึกษาในครั้งนี้ครอบคลุมรูปแบบ และนโยบายของโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม

2. ขอบเขตของผู้ให้ข้อมูล ผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้จัดการที่มีส่วนเกี่ยวข้องในโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม บริษัท บลูพอร์ต หัวหิน รีสอร์ท มอลล์

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลจากการเข้าสัมภาษณ์บุคลากรผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับรูปแบบ และนโยบาย รวมทั้งแนวทางในการทำโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท เป็นการกำหนดขอบเขตของคำถามเพื่อให้ได้คำตอบที่ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

2. ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี และรูปแบบ ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท จากหนังสือหรือเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและข้อมูลส่วนหนึ่งที่อ้างอิงมาจากการศึกษาค้นคว้าผ่านเว็บไซต์

## เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพข้อมูลส่วนใหญ่จึงได้มาจากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ตั้งโครงสร้างของคำถาม และอาศัยเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้คิดโครงสร้างของคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ตรงประเด็นและข้อมูลหลักๆของเรื่องที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาค้นคว้า

2. เครื่องบันทึกเสียง สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการเข้าสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ใจความสำคัญและรายละเอียดที่ถูกต้อง ครบถ้วน และสะดวกสำหรับการนำมาวิเคราะห์

3. การจดบันทึก ทำให้สามารถจดบันทึกข้อมูลและประเด็นเพิ่มเติมที่น่าสนใจ นอกเหนือจากโครงสร้างของคำถามที่ได้เตรียมไว้ ช่วยให้สามารถเตือนความจำ และบันทึกข้อมูลระหว่างการสัมภาษณ์ได้

4. กล้องถ่ายรูป ช่วยให้เห็นบันทึกวิดีโอขณะสัมภาษณ์ เพื่อนำมาวิเคราะห์สรุปผล

## การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของงานวิจัยนี้เป็นการตรวจสอบข้อมูล “แบบสามเส้า” โดยการนำแบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งงานวิจัยเชิงคุณภาพจะมีความยืดหยุ่นสูง ผู้ทำงานวิจัยเป็นเครื่องมือสำคัญในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุม ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือของข้อมูลและความไว้วางใจในงานวิจัย ก่อนนำไปวิเคราะห์

การตรวจแหล่งเวลา หมายถึง การตรวจสอบว่าตัวแปรเดียวกันในช่วงเวลาต่างกัน ผลลัพธ์จะเหมือนกันหรือไม่

การตรวจสอบสถานที่ หมายถึง การตรวจสอบตัวแปรเดียวกันในสถานที่เดียวกัน หากมาจากสถานที่เดียวกันมีผลออกมาเหมือนกัน ผู้วิจัยควรตรวจสอบในแหล่งสถานที่ ที่แตกต่างกันด้วย

การตรวจสอบบุคคล หมายถึง ถ้าบุคคลผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนไป ข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่

### การวิเคราะห์ข้อมูล

เป็นการศึกษาโดยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบเจาะลึก สัมภาษณ์บุคลากรผู้ที่เกี่ยวข้องกับการทำโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม แล้วจึงนำผลการสัมภาษณ์มาตีความ วิเคราะห์ข้อมูล แล้วจึงนำมาสรุปเขียนเป็นงานวิจัยของการทำโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัท บลูพอร์ต หัวหิน รีสอร์ท มอลล์

### 4. ผลการวิจัย

จากการสัมภาษณ์ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ ของบริษัท บลูพอร์ต หัวหิน รีสอร์ท มอลล์ ได้ข้อมูลดังนี้

#### ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ

บลูพอร์ตเป็นห้างสรรพสินค้าในเครือของเดอะมอลล์กรุ๊ป โดยมีวิสัยทัศน์ในส่วนของความรับผิดชอบต่อสังคม ในฐานะที่เดอะมอลล์กรุ๊ป เป็นห้างสรรพสินค้าคู่กับคนไทยมาโดยตลอด ฉะนั้นสิ่งใดที่มีส่วนที่จะแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมทางองค์กรก็จะจัดทำโครงการขึ้นมา เช่น โครงการเอื้ออาสาดูแลที่มีรูปแบบของโครงการในด้านจิตอาสา โดยการอาศัยงบประมาณและความสมัครใจจากพนักงานและโครงการเอื้อพาร์ท ที่เป็นโครงการในเรื่องของสายใยสายโลหิต ทั้งสองโครงการนี้เป็นโครงการใหญ่ที่จัดว่าเป็นโครงการที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ทางองค์กรจะจัดโครงการร่วมกับสภาภาษาไทย เพื่อถวายเป็นพระราชกุศลแด่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ รัชกาลที่ 9 ซึ่งจะจัดขึ้นตามความเหมาะสมและตามเทศกาลต่างๆ ขั้นตอนและวิธีการในการดำเนินโครงการส่วนหนึ่งจะต้องดูที่การประสานงานของทางภาครัฐและหน่วยงานที่ต้องการความช่วยเหลือ อาศัยความร่วมมือและความเป็นไปได้

#### ด้านรูปแบบของความรับผิดชอบต่อสังคม

ก่อนที่บลูพอร์ตจะเปิดให้บริการนั้น ก็มีการทำโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านสิ่งแวดล้อมต่างๆ เช่น โครงการที่ทำร่วมกับอุทยานแห่งชาติกุยบุรี เกี่ยวกับการสอนภาษาอังกฤษให้กับไกด์ เพื่อให้มีความรู้ในด้านภาษาในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาชมธรรมชาติในอุทยานแห่งชาติกุยบุรี และการทำโปงเทียม การปลูกป่า ซึ่งเป็นแนวนโยบายของบอร์ดบริหารของบริษัทในเครือ เดอะมอลล์กรุ๊ป และพราวกรุ๊ป โดยดูจากความต้องการและความขาดแคลนของผู้ที่ต้องได้รับการช่วยเหลือ และเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจในการทำโครงการแต่ละโครงการ โดยต้องอาศัยความร่วมมือ สถานการณ์ สถานที่ ความร่วมมือของพนักงานในองค์กร และความเป็นไปได้ในการทำโครงการแต่ละโครงการ และยังมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ให้กับองค์กรให้มีความรู้จักองค์กรมากขึ้น

ในด้านความรับผิดชอบต่อบุคลากรในองค์กรจะเป็นเรื่องของ ค่าแรง สวัสดิการ เบี้ยเลี้ยง และที่พักสำหรับบุคลากรที่ทำงานให้กับองค์กร ตามลำดับตำแหน่งของบุคลากรในบริษัท โดยฝ่ายจัดการทรัพยากรมนุษย์เป็นผู้จัดหา โดยแต่ละโครงการมีข้อจำกัดในเรื่องของความเป็นไปได้ เป้าหมาย และเงินทุนในการทำโครงการแต่ละโครงการ ในกรณีที่เงินทุนในการทำโครงการมีมูลค่าสูงเกินไป การทำโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมอาจจะไม่ได้ครอบคลุมทั้งหมด แต่จะสามารถทำได้เพียงบางส่วนเท่านั้น หัวใจสำคัญของอาสาสมัครในการทำโครงการจะต้องมาจากผู้ที่มีความสมัครใจในการเข้าร่วมโครงการ โดยอาศัยช่วงเวลานอกเหนือจากการทำงานมาเข้าร่วมโครงการ

### ด้านการติดต่อสื่อสารในองค์กร

การติดต่อสื่อสารในการทำโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม โดยเริ่มจากการนำโครงการแต่ละโครงการเข้าสู่ที่ประชุมของผู้บริหาร แล้วจึงอนุมัติในโครงการนั้นๆ หลังจากนั้นจึงมีการกระจายข้อมูลข่าวสารโดยการประชาสัมพันธ์ในช่องทางต่างๆสู่บุคลากรในองค์กร เช่น การส่งอีเมลล์ โลก และการบอกต่อของบุคลากร เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลข่าวสาร และเป็นการดึงดูดความสนใจของพนักงานในองค์กรให้มาเข้าร่วมในการทำโครงการ

### ด้านการดูแลกิจการ

การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมทางองค์กรได้ดำเนินกิจการภายใต้กฎหมาย ไม่ว่าจะเป็ด้านสินค้าและบริการที่เป็นไปตามข้อกำหนดของการจัดจำหน่ายสินค้าของกระทรวงพาณิชย์ และด้านการจ้างงานของบุคลากรเป็นไปตามข้อกำหนดของกฎหมายแรงงานในการจ่ายค่าแรงและสวัสดิการให้กับพนักงานและช่วงอายุในการจ้างงาน ควบคู่กับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ทางด้านการจัดการระบบน้ำเสียเพื่อให้สามารถนำกลับมาใช้ประโยชน์ได้ใหม่ จึงมีส่วนช่วยในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร

### 5.อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาการรับรู้รูปแบบและนโยบายของโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัท บลูพอร์ต หัวหิน รีสอร์ท มอลล์

ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการดำเนินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท บลูพอร์ต หัวหิน รีสอร์ท มอลล์ ดำเนินไปอย่างมีแบบแผน เริ่มต้นจากการวางแผนของผู้บริหารระดับสูง และให้ความสำคัญกับการสื่อสาร การกระจายข้อมูล ออกสู่บุคลากร ทั้งแบบจากภายในสู่ภายนอก (Inside-out Approach) คือ การบอกต่อของทั้งบุคลากรในองค์กรและผู้ที่ได้ไปเข้าร่วมโครงการ ความรับผิดชอบต่อสังคม เน้นความสอดคล้องของกิจกรรม และแบบจากภายนอกสู่ภายใน (Outside-in Approach) คือ การประสานงานจากหน่วยงานที่ต้องการความช่วยเหลือ ทางบลูพอร์ต หัวหิน รีสอร์ท มอลล์ ก็ได้จัดทำโครงการแต่ละโครงการขึ้นมาตามวัตถุประสงค์ ความเหมาะสม ความพร้อม ของทั้งทางองค์กรและผู้เข้าร่วมโครงการ

รูปแบบของความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท บลูพอร์ต หัวหิน รีสอร์ท มอลล์ จะดำเนินไปทั้ง 3 รูปแบบ แต่จะเน้นไปที่กิจการเพื่อสังคม (CSR-after-process) ที่เป็นกิจกรรมของทางองค์กร จัดขึ้นเพื่อให้เกิดประโยชน์ทางสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก เช่น กิจกรรมอาสาพัฒนา ชุมชน บริจาคเพื่อการกุศล การเข้าไปช่วยเหลือชุมชนที่ประสบปัญหาทางมลพิษจากการประกอบการ ที่จะใช้ความสมัครของผู้เข้าร่วมเท่านั้น ทั้งเวลาและเงินทุน จะไม่นำเวลางานเข้าไปเกี่ยวข้อง

เมื่อโครงการสิ้นสุดลงก็จะมีประเมินผลโครงการ หากโครงการประสบความสำเร็จและได้รับผลตอบแทนที่ดี ทางองค์กรก็จะจัดโครงการขึ้นมาอีก และพัฒนาโครงการให้มีความก้าวหน้าและทั่วถึงไปยังผู้ที่ต้องการความช่วยเหลือ

### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

จากการวิจัยผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะว่า

1. การศึกษาครั้งต่อไป อาจต้องดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกในระดับผู้บริหาร เกี่ยวกับวิสัยทัศน์และความคิดเห็นเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีผลต่อรูปแบบโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อความชัดเจนมากยิ่งขึ้น
2. การศึกษาครั้งต่อไป ควรขยายขอบเขตให้ครอบคลุมถึงการสื่อสารภายนอกด้วย โดยเฉพาะถึงการสื่อสารสาธารณะ ที่มีผลต่อการรับรู้โครงการความรับผิดชอบต่อสังคม หรือสามารถกระจายข้อมูลอย่างไรให้สร้างแรงจูงใจในการเข้าร่วมโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมได้

### บรรณานุกรม

- CSR. (2559). ค้นเมื่อวันที่ 18 พฤศจิกายน 2559 จาก <http://www.csrcom.com/csr.php>
- สถาบันพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน. (2556). ความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อความยั่งยืนขององค์กร. กรุงเทพมหานคร
- คณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัท. (2551). ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัท. กรุงเทพมหานคร
- กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม. (2557). ค้นเมื่อวันที่ 19 พฤศจิกายน 2559 จาก [http://www.csr.rmutt.ac.th/?page\\_id=355](http://www.csr.rmutt.ac.th/?page_id=355)
- พรพรม ชมงาม. (2559). การสื่อสารการมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อความยั่งยืนขององค์กร ค้นเมื่อวันที่ 19 พฤศจิกายน 2559 จาก [http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive\\_journal/jan\\_mar\\_11/pdf/aw6.pdf](http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/jan_mar_11/pdf/aw6.pdf)
- หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี. (2555). ค้นเมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2559 จาก [https://www.set.or.th/sustainable\\_dev/th/cg/files/2013/CGPrinciple2012Thai-Eng.pdf](https://www.set.or.th/sustainable_dev/th/cg/files/2013/CGPrinciple2012Thai-Eng.pdf)
- โชติรัตน์ ศรีสุข. (2554). กลยุทธ์การสื่อสาร และการรับรู้รูปแบบโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)