

ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อคืนกำไรสู่สังคมของ
บริษัท ทรูคอร์ปอเรชันที่มีต่อการศึกษาศึกษา
**Corporate Social Responsibility of The True Corporation
to Support Education**

กนกวรรณ สงกลาง และ ศิวัช ศรีโกตากกุล

วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Kanokwan Songklang and Siwach Sripokangkul
College of Local Administration Khon Kaen University, Thailand
Corresponding Author, E-mail : kanok.songklang@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาวิธีการดำเนินงานโครงการเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท (CSR) ที่มีต่อการศึกษาศึกษา โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการวิจัยเอกสาร และวิธีการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ ผู้บริหาร จำนวน 2 คน พนักงานบริษัทฯ จำนวน 4 คน ประชาชนผู้มีส่วนได้เสีย จำนวน 6 คน รวม 12 คน โดยใช้เทคนิควิธีการเลือกแบบเจาะจง

ผลการวิจัย พบว่า การดำเนินการด้าน CSR ของบริษัทฯ ที่มีต่อการศึกษาศึกษาประกอบไปด้วย 7 ประการ คือ 1. นโยบายการกำกับดูแลองค์กรที่ดี 2. การวางแผน 3. การมีส่วนร่วม 4. กิจกรรม บริษัทฯ มีกิจกรรมที่ดำเนินการในปัจจุบันอยู่ 2 ลักษณะสำคัญด้วยกัน คือ 1) กิจกรรมที่ทำให้องค์กร สมาชิกขององค์กรเกิดความสัมพันธ์ในรูปแบบใหม่กับชุมชนหรือสังคมที่องค์กรตั้งอยู่ คือความสัมพันธ์บนฐานผลประโยชน์ร่วมกันในฐานะสมาชิกของชุมชนหรือสังคมเดียวกัน ไม่ใช่ความสัมพันธ์ในฐานะผู้ให้บริการลูกค้า เช่น โครงการ “3G+ เพื่อโรงเรียนและชุมชน” เป็นต้น และ 2) กิจกรรมที่นำให้องค์กรและสมาชิกขององค์กร เป็นส่วนหนึ่งของชุมชนหรือสังคม เช่น โครงการเปิดโลกทัศน์การเรียนรู้สู่โรงเรียนทั่วประเทศ ทรู ปลูกปัญญา และทรู connet ED เป็นต้น 5. การส่งเสริมประเด็นให้รับรู้ในวงกว้าง 6. การเชื่อมโยงประเด็นกับการตลาด บริษัทฯ นำส่วนหนึ่งของรายได้หรือกำไรจากการจำหน่ายสินค้าหรือบริการไปบริจาคเพื่อสาธารณกุศล และ 7. การอาสาช่วยเหลือชุมชน บริษัทฯ เปิดโอกาสให้พนักงานได้เป็นตัวแทนของบริษัทฯ เข้าไปทำหน้าที่ของพลเมืองดีในชุมชนและโรงเรียนได้อย่างใกล้ชิด

คำสำคัญ: ความรับผิดชอบต่อสังคม; คืนกำไรสู่สังคม; บริษัท; การศึกษา

Abstracts

This research had the objective to study methods of implementation of corporate social responsibility (CSR) of the True Corporation to support education. Data were collected by qualitative methods such as document review, and in-depth interviews with two company managers, four company staff, and six stakeholders. This study found that the True Corporation is using CSR to support education in the following ways: (1) Policy on good organizational governance; (2) Planning; (3) Participation; (4) Activities: The Company has two important activities currently in operation: (a) Activities that enable the organization and members of the organization to develop a new type of relationship with the community or society in which the relationship is based on common interests as members of the same community or society; i.e., it is not a relationship defined by being a customer service provider. An example of this new relationship is the “3G + for School and Community” program; and (b) Activities that lead the organization and its members to be a more integral part of the community or society, such as a project to open the world of learning to schools all over the country by projects such as ‘True cultivating wisdom’ and ‘True connect ED;’ (5) Promoting issues for broad awareness; (6) Linking issues with the Company's marketing to redirect part of the income or profit from selling products or services toward donation for the public good; and (7) Volunteering to help the community. The Company encourages its employees to be representatives of the Company by performing socially-beneficial activities as good citizens for the good of the community and schools.

Keywords: Corporate Social Responsibility; Returning Profit To Society; Company; Education

บทนำ

จุดกำเนิดและปัจจัยผลักดันให้เกิดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท (CSR) เกิดขึ้นกว่า 200 ปีแล้ว แต่สมัยนั้นยังไม่มีบัญญัติคำว่า CSR ขึ้นใช้อย่างเป็นทางการ และการทำ CSR ขององค์กรในยุคนั้นโดยมากไม่ได้เกิดจากเจตนารมณ์ที่ดีขององค์กรที่จะทำสิ่งที่ดีตอบแทนสังคม แต่ทำเพราะเกิดปัญหาขึ้นในองค์กร องค์กรจึงทำ CSR เพื่อแก้ปัญหาและเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรให้ดีขึ้น เช่น ค.ศ. 1790 บริษัทอีสต์ อินเดีย ในประเทศอังกฤษ ถูกต่อต้านจากประชาชนในประเทศ เนื่องจากพบว่าบริษัทมีการกดขี่ใช้แรงงานทาส จึงทำให้บริษัทจำเป็นต้องหันมาใส่ใจกับสวัสดิการแรงงานและสิทธิมนุษยชนมากขึ้น ในปี ค.ศ. 1960 เกิดปัญหาผลกระทบจากการใช้สารดีดีที ซึ่งบริษัทในอเมริกาเป็นผู้ผลิตและส่งออกทำให้สภาพแวดล้อมปนเปื้อนสารพิษ จึงนำไปสู่กระแสเรียกร้องด้านสิ่งแวดล้อมขึ้น ซึ่งในปีเดียวกันนี้ Gorge Goyder ได้เขียนหนังสือเรื่อง “The Responsible Corporation” หรือ ความรับผิดชอบต่อสังคมโดยนักธุรกิจ โดยได้พัฒนาแนวคิดการทำ CSR อย่างชัดเจนขึ้นมา ในปี ค.ศ. 1989 หลังเกิดเหตุการณ์เรือบรรทุกน้ำมันดิบของ Exxon Waldez น้ำมันรั่วลงทะเลที่ลาสกา ทำให้เกิดผลกระทบอย่างรุนแรงต่อสิ่งแวดล้อมและสัตว์น้ำในทะเลแถบนั้นเป็นวงกว้าง กลุ่มธุรกิจการลงทุนที่รับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsible Investment -SRI) ซึ่ง Exxon เป็นหนึ่งในนั้นจึงร่วมกันบัญญัติกฎ 10 ประการที่เรียกว่า Waldez Principle (Worapat, M., 2012 : Online)

จากจุดเริ่มต้นของแนวความคิดในเรื่องนี้ เริ่มชัดเจนจากผลการประชุมระดับโลก (Earth Summit) ที่กรุงริโอเดอจาเนโร ในปีค.ศ.1992 ซึ่งทำให้ประเทศทั่วโลกต่างเริ่มตระหนักถึงการพัฒนาที่ยั่งยืนและมิติทางสิ่งแวดล้อมจากการที่มุ่งเน้นแต่เพียงการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจแต่เพียงอย่างเดียวการประชุมครั้งนั้นทำให้เกิดการตื่นตัวในเรื่องของ “การพัฒนาที่ยั่งยืน” หรือ “Sustainable Development” โดยมีการเรียกร้องให้ประเทศต่างๆ มีการพัฒนาที่ใส่ใจในเรื่องของสิ่งแวดล้อมและให้ความสำคัญกับภาคสังคมควบคู่กันไปด้วย โดยเฉพาะองค์กรภาคธุรกิจอุตสาหกรรมที่เป็นแรงขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจ ไม่ควรจะมุ่งทำกำไรเพียงอย่างเดียว ในปี ค.ศ. 2000 กระแสของโลกในเรื่อง CSR เริ่มจริงจังและรุนแรงยิ่งขึ้น โดยองค์กรเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา หรือ OECD – Organization for Economic Cooperation and Development ซึ่งเป็นองค์กรระหว่างประเทศของกลุ่มประเทศพัฒนาแล้วที่ยอมรับระบบประชาธิปไตยและเศรษฐกิจการค้าเสรี มีประเทศสมาชิก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา แคนาดา ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ญี่ปุ่น และประเทศในสหภาพยุโรป ได้ออกแนวปฏิบัติสำหรับบริษัทข้ามชาติ หรือที่เรียกว่า OECD - Consensus ซึ่งมีแนวปฏิบัติที่เน้นในเรื่อง CSR อย่างเข้มข้น มีการเสนอแนะให้บริษัทข้ามชาติทำธุรกิจกับคู่ค้าทั่วโลกเฉพาะที่มี CSR เท่านั้น ธุรกิจใดไม่ทำ CSR ก็จะไม่ส่งสินค้าไปขายให้บริษัทข้ามชาติเหล่านี้ไม่ได้สำหรับประเทศไทย แม้ว่าจะมีการนำ CSR เข้ามาในช่วงกว่า 10 ปีที่ผ่านมา แต่ก็ยังถือว่าเป็นเรื่องที่ใหม่ต่อคนไทย โดยองค์กรที่ทำการ CSR ส่วนใหญ่มักเป็นธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดใหญ่และธุรกิจส่งออก อย่างไรก็ตาม Michael E. Porter ศาสตราจารย์ด้านกลยุทธ์ทางธุรกิจ ได้กล่าวไว้ในนิตยสาร Harvard Business Review ฉบับเดือนธันวาคม 2006 ว่า “แนวโน้มธุรกิจในอนาคตข้างหน้าจะต้องให้ความสนใจ CSR เพราะต่อจากนี้ไป ประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจะกลายเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งของประเทศที่พัฒนาแล้ว ที่นำมาใช้เป็นเงื่อนไขในการทำการค้ากับหลายประเทศ” (Worapat, M., 2012 : Online) เช่นเดียวกับวิฑูรย์ สิมะโชค (2553 : ออนไลน์) ที่กล่าวว่า กระแสเรียกร้องของชุมชนโลกเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนมีความชัดเจนและเข้มข้นมากขึ้นในปี ค.ศ. 2000 เมื่อองค์กรที่ร่ำรวยที่สุดของโลก (กลุ่มประเทศ OECD) ได้ออกประกาศเรื่อง “แนวปฏิบัติสำหรับองค์กรข้ามชาติ” (Guidelines for MNE’s Revision 2000) โดยได้นำแนวความคิดเรื่อง CSR (ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร) ใส่เข้าไปเป็นแนวปฏิบัติด้วยแนวปฏิบัตินี้ไม่เพียงแต่เสนอแนะให้องค์กรข้ามชาติและบริษัทยักษ์ใหญ่ต้องมี CSR เท่านั้น แต่ยังเสนอให้องค์กรข้ามชาติควรจะต้องติดต่อกับคู่ค้าต่างๆ ทั่วโลกเฉพาะรายที่มี CSR ด้วยเท่านั้นดังนั้น แนวโน้มของธุรกิจอุตสาหกรรมที่ไม่มี CSR จะไม่สามารถส่งสินค้าไปขายให้องค์กรข้ามชาติต่างๆ ได้ จึงเพิ่มมากขึ้นทุกที ซึ่งหมายความว่าถ้ากิจการใดสร้างปัญหาสิ่งแวดล้อม หรือมีปัญหาการอยู่ร่วมกับชุมชน หรือมีปัญหาเรื่องการใช้แรงงานก็จะมีปัญหาในการติดต่อกับคู่ค้ากับกลุ่มประเทศ OECD ทันที

เมื่อกล่าวถึงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR: Corporate Social Responsibility) หลายคนที่อยู่สิ่งแวดล้อมธุรกิจอาจคุ้นเคย แต่คนภายนอกอาจจะยังไม่เคยได้ยิน ซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึงการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการใส่ใจดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมในชุมชนและสังคมโดยรวม ภายใต้หลักจริยธรรม

การกำกับดูแลที่ดี เพื่อนำไปสู่การดำเนินธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน ในการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น องค์กรจะต้องตอบสนองต่อประเด็นด้านสังคม และสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งที่การให้ประโยชน์กับคน ชุมชน และสังคม นอกจากนั้นยังต้องคำนึงถึงบทบาทขององค์กรภาคธุรกิจที่ต้องปฏิบัติอย่างสอดคล้องกับความคาดหวังของสังคมโดยจะต้องทำด้วยความสมัครใจ และผู้บริหารรวมถึงบุคลากรทุกคนในองค์กรจะต้องมีบทบาทเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่างๆ ที่ตอบสนองในสิ่งที่สังคมอย่างจริงจัง (Kruneung, 2560 : Online) ในการสร้างและปลูกฝังพฤติกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมให้กับบุคลากรในองค์กร เช่น ปลูกฝังคุณลักษณะกัลยาณมิตรให้แก่บุคลากร ซึ่งจะช่วยในการสร้างความสามัคคีของคนในองค์กร และสร้างมิตรที่ดีกับคนภายนอก ให้พนักงานมีโอกาสทำโครงการจิตอาสาที่มีความริเริ่มและสร้างสรรค์ เพื่อเป็นประโยชน์กับบริษัทต่อไป ดังโครงการ “Ford Global Week of Caring” ที่ฟอร์ดทั่วโลกจะออกมาทำกิจกรรมเพื่อสังคมอย่างพร้อมเพรียง ทำให้พนักงานมีโอกาสเป็นอาสาสมัครทำงานเพื่อสังคมในกิจกรรม “ฟอร์ดอาสาสร้างแคมป์เฮาส์ ส่งเสริมการศึกษาสิ่งแวดล้อมชายฝั่งเกาะมันใน ” ทำให้รู้สึกว่าการได้มีส่วนร่วมทำให้ได้เห็นประโยชน์จริง ๆ ในกิจกรรมเพื่อสังคมที่บริษัทดำเนินการ และการมาเห็นปัญหาและการมีส่วนร่วมจะทำให้กิจกรรมเพื่อสังคมนั้นประสบความสำเร็จมากกว่าการรับรู้ หรือการบริจาคเงินเพียงอย่างเดียว และเป็นเป้าหมายที่ “ฟอร์ด” พยายามจะสร้างวัฒนธรรมองค์กร โดยส่งเสริมให้พนักงานออกไปเป็นอาสาสมัครเพื่อช่วยเหลือชุมชนรอบๆ โรงงาน และเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถลาหยุดไปทำงานอาสาสมัคร 2 วันโดยไม่คิดเป็นวันลา (จิรพัฒน์ ศิริรักษ์ และชไมพร ใจแปง, 2558 : ออนไลน์)

ดังนั้น จึงจำเป็นต้องสอดแทรกค่านิยมเหล่านี้ให้แก่บุคลากรในทุกๆกระบวนการของการดำเนินธุรกิจ ตั้งแต่การคัดเลือกพนักงาน ตลอดจนการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ การสร้างความรู้ความเข้าใจการทำงานของบุคลากร เพื่อให้บุคลากรในองค์กรใช้เป็นฐานเบื้องต้นในการทำงานและเป็นแบบอย่างในการปฏิบัติงาน องค์กรจึงควรเพิ่มเติมความรู้ความเข้าใจให้แก่บุคลากรอย่างสม่ำเสมอ ทั้งจากข้อมูลในเรื่องต่าง ๆ เพื่อให้บุคลากรสามารถศึกษาด้วยตนเอง รวมถึงการจัดฝึกอบรม สัมมนา หรือจัดประชุม (มยุรฉัตร สุขดำรงค์, 2547 : บทคัดย่อ) และการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Business Practices) แนวทางนี้ต้องอาศัยความมุ่งมั่นทุ่มเทอย่างตรงไปตรงมาจากองค์กรมากที่สุด เนื่องจากเป็นแนวทางที่เสนอให้องค์กรนำประเด็นด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เลือกไว้ย้อนกลับมาปรับเปลี่ยนกระบวนการดำเนินธุรกิจที่เป็นอยู่ของตนเอง เช่น จะลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์อย่างไร เพื่อช่วยลดปริมาณก๊าซที่ก่อให้เกิดภาวะเรือนกระจก ซึ่งจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศโลก เป็นต้น (คณะทำงานจัดทำแผนบริหารความต่อเนื่องของ ทร. และแผนความรับผิดชอบต่อสังคมของ ทร., ม.ป.ป. : ออนไลน์)

นับตั้งแต่ปี 2550 ที่กลุ่มบริษัททรูคอร์ปอเรชั่น ในฐานะบริษัทสื่อสารของคนไทย ได้ดำเนินโครงการ ปลูกปัญญา ที่มุ่งปลูกความรู้ ปลูกความดี ปลูกใจรักสิ่งแวดล้อม ให้แก่เด็ก เยาวชน และคนไทยทั่วประเทศ โดยมีโครงการ “3G+ เพื่อโรงเรียนและชุมชน” และโครงการเปิดโลกทัศน์การเรียนรู้สู่โรงเรียนทั่วประเทศเป็น

โครงการหลักในการนำสื่อและเทคโนโลยีทุกรูปแบบของบริษัทฯ ที่มีอยู่อย่างครบวงจรไปมอบให้โรงเรียนที่ขาดแคลนสื่อการเรียนการสอน ไม่ว่าจะอยู่ที่ใดเพื่อเปิดโอกาสให้นักเรียนและคุณครูได้เข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสารสาระความรู้ ได้ทัดเทียมกับคนในเมืองใหญ่เกิดแรงบันดาลใจในการเรียนรู้ที่ยั่งยืน และสามารถนำความรู้ที่ได้ไปพัฒนาให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง ชุมชน สิ่งแวดล้อมและประเทศชาติ ส่งผลให้บริษัทฯ มอบโล่ประกาศเกียรติคุณ “ผู้มีคุณูปการต่อการศึกษาไทย” จากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ (นายณัฏฐพล ทีปสุวรรณ) การร่วมดำเนินงานโครงการสานอนาคตการศึกษาคอนเน็กซ์อีดี (CONNEXT ED) ที่ภาคีรัฐภาคประชาสังคมและภาคเอกชนได้ผนึกกำลังสร้างวัฒนธรรมการมีส่วนร่วมด้านการศึกษา (ผู้จัดการออนไลน์, 2562 : ออนไลน์)

ทำให้ผู้วิจัยเกิดคำถามการวิจัยว่าวิธีการดำเนินงานโครงการเกี่ยวกับ CSR ของบริษัทฯ ที่มีต่อการศึกษาก็คืออย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาวิธีการดำเนินงานโครงการเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ของบริษัททรูคอร์ปอเรชั่นที่มีต่อการศึกษาคือ

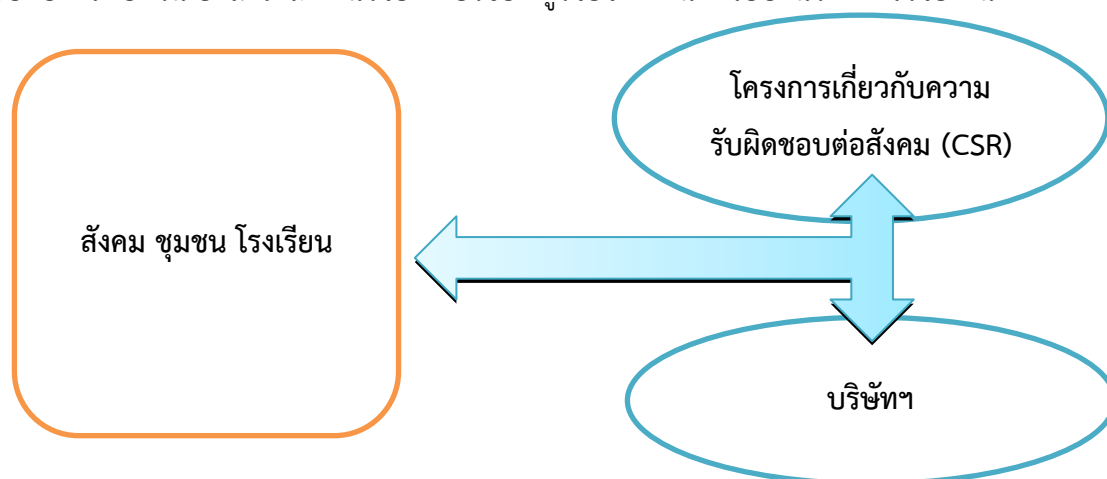
ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลมุ่งเน้นกระบวนการเครื่องมือที่เป็นแนวทางการสัมภาษณ์ (Interview Guide) เพื่อสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) การสังเกตอย่างไม่มีส่วนร่วม (Non Participatory Observation) และการศึกษาผ่านเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ข้อมูลมีความครบถ้วนสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์การศึกษาที่กำหนดไว้ โดยกลุ่มเป้าหมาย (เพราะเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ไม่ใช่ ประชากรและกลุ่มเป้าหมาย) ที่ใช้ในการศึกษานั้นสามารถจำแนกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญออกเป็น 3 กลุ่ม คือ 1. ผู้บริหาร จำนวน 2 คน และ 2. กลุ่มพนักงานบริษัทฯ จำนวน 4 คน และกลุ่มประชาชนผู้มีส่วนได้เสีย จำนวน 6 คน รวมทั้ง 3 กลุ่ม 12 คน ทั้งนี้ เหตุผลที่ผู้วิจัยมุ่งเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้ปฏิบัติงานเป็นหลักนั้น เนื่องจากบุคคลเหล่านี้ถือเป็นกลุ่มผู้ปฏิบัติงาน ที่รับรู้วิธีการดำเนินงาน ประเด็นปัญหาและอุปสรรคเป็นอย่างดี โดยเก็บรวบรวมข้อมูลตามระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพที่อาศัยวิธีการวิจัยเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นหลัก ตลอดจนการสังเกตเพื่อเป็นข้อมูลเพิ่มเติม เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา จึงประกอบด้วย แนวคำถามแบบสนทนากลุ่มและสัมภาษณ์ กึ่งโครงสร้าง (Semi – structured Interview) รวมถึงเครื่องมือสำหรับการบันทึกข้อมูลภาคสนาม ทั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ที่เก็บรวบรวมทั้งจากการศึกษาค้นคว้าเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth-Interview) และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมจากหน่วยงานที่เป็นกรณีศึกษาในครั้งนี้ แล้วนำข้อมูลเชิง

ประจักษ์มาวิเคราะห์ด้วยการสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Induction Approach) และการตีความปรากฏการณ์ที่พบเห็น (Interpretation) แล้วนำเสนอแบบบรรยายความเรียง

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของการดำเนินการโครงการเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม ประกอบกับการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นจากเอกสารเผยแพร่ทั่วไปประกอบกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ของกลุ่มเป้าหมาย สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ในแนวทางปฏิบัติสำหรับองค์กรข้ามชาติของกลุ่มประเทศ OECD นั้น ได้ระบุถึงขอบเขตทางพฤติกรรมของธุรกิจอุตสาหกรรมที่พึงประสงค์ไว้ 7 เรื่องด้วยกันคือ 1. การจ้างงานและแรงงานสัมพันธ์ 2. สิทธิมนุษยชน 3. สิ่งแวดล้อม 4. การเปิดเผยข้อมูล 5. การแข่งขัน 6. การเสียภาษี และ 7. การถ่ายทอดวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีขณะที่ธนาคารโลก (World Bank) ได้ระบุถึงขอบเขตของ CSR ว่า CSR ควรมีองค์ประกอบที่เป็นไปตามมาตรฐานสากล ดังต่อไปนี้ คือ 1. สิ่งแวดล้อม 2. แรงงาน 3. สิทธิมนุษยชน 4. การมีส่วนร่วมกับชุมชน 5. มาตรฐานการดำเนินธุรกิจ 6. ตลาด 7. การพัฒนาองค์กรและการพัฒนาเศรษฐกิจ 8. สุขอนามัย 9. การศึกษาและการพัฒนาภาวะผู้นำ และ 10. การบรรเทาสาธารณภัย (วิฑูรย์ สิมะโชคดี, 2553 : ออนไลน์)

ในการดำเนินกิจกรรม CSR ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลนั้น องค์กรจะต้องมีการวางแผนที่ดี มีการปฏิบัติอย่างเต็มที่ และสม่ำเสมอ ปรับความไม่รู้ให้เป็นความรู้ จากความรู้ให้เป็นความเข้าใจ จากความเข้าใจให้เป็นการตระหนัก จากการตระหนักให้เป็นสำนึกรับผิดชอบต่อ จากสำนึกรับผิดชอบต่อให้เป็นธรรมเนียม

ปฏิบัติ จากธรรมเนียมปฏิบัติให้เป็นระเบียบ จากระเบียบให้เป็นวัฒนธรรมอันดีงามขององค์กรในที่สุด (Kruneung, 2560 : Online) ซึ่งในส่วนนี้ผู้วิจัยจะกล่าวถึง CSR เพื่อคืนกำไรสู่สังคมของบริษัท ทูรคอร์ปอเรชั่นที่มีต่อการศึกษาดังนี้

1. CSR เพื่อคืนกำไรสู่สังคมของบริษัทฯ ที่มีต่อการศึกษานั้น ประกอบไปด้วย 7 ประการด้วยกัน ดังนี้

ประการที่ 1 นโยบายการกำกับดูแลองค์กรที่ดี พบว่า แนวทางส่งเสริมและผลักดันการปฏิบัติตามนโยบายการกำกับดูแลองค์กรที่ดีเพื่อให้การปฏิบัติงานมีผลดีตามนโยบายการกำกับดูแลองค์กรที่ดีโดยมีการกำหนดหลักปฏิบัติที่สำคัญ ดังนี้

1) องค์กรต้องสื่อสารให้บุคลากรทุกคนได้รับทราบและมีความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายการกำกับดูแลองค์กรที่ดีอย่างทั่วถึง

2) องค์กรจัดระบบบริหารธรรมาภิบาลที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้ทุกคนมั่นใจว่าบุคลากรและองค์กรจะปฏิบัติตามแนวทางการปฏิบัติตามนโยบายการกำกับดูแลองค์กรที่ดีฉบับนี้อย่างเคร่งครัด โดยจะถือเสมือนว่าเป็นข้อปฏิบัติขององค์กรข้อหนึ่ง ที่บุคลากรทุกระดับต้องทำความเข้าใจ ยึดมั่น และปฏิบัติให้ถูกต้องในการทำงานประจำวัน และไม่มีบุคคลใดที่จะมีสิทธิ หรืออนุญาตให้บุคลากรคนใดกระทำการใดที่ขัดต่อนโยบายฉบับนี้

3) องค์กรต้องคาดหวังให้บุคลากรทุกคนมีการรายงานโดยสุจริตถึงการปฏิบัติที่ขัดหรือสงสัยว่าจะขัดต่อหลักการต่างๆ ในนโยบายฉบับนี้ต่อผู้บังคับบัญชาโดยตรง หรือในกรณีที่ไม่มีรายงานต่อผู้บังคับบัญชาได้ อาจขอคำปรึกษาจากผู้บริหารระดับสูง หรือผู้บริหารที่รับผิดชอบด้านงานบุคคล โดยข้อมูลที่ให้นั้นให้ถือปฏิบัติเป็นข้อมูลลับ ทั้งนี้ ผู้บังคับบัญชาเองมีหน้าที่ในการสอดส่องดูแลและให้คำแนะนำผู้ใต้บังคับบัญชาตามลำดับชั้นปฏิบัติให้สอดคล้องกับแนวทางปฏิบัติตามนโยบายการกำกับดูแลองค์กรที่ดีฉบับนี้

4) นโยบายการกำกับดูแลองค์กรที่ดีฉบับนี้ จะได้รับการพิจารณาปรับปรุงให้เป็นปัจจุบัน

5) องค์กรต้องกำหนดแนวทางวัดและประเมินการปฏิบัติตามนโยบายการกำกับดูแลองค์กรที่ดีตามตัวชี้วัดที่กำหนดไว้ต่อไปอย่างเป็นระบบ รวมทั้งมีการประเมินตนเองอย่างสม่ำเสมอ

ประการที่ 2 การวางแผน พบว่า การวางแผนเป็นงานหลักและสำคัญในการบริหารของหน่วยงานในทุกระดับ เนื่องจากเป็นตัวกำหนดทิศทาง เป้าหมาย วิธีดำเนินการ ที่จะทำให้หน่วยงานดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการภายในเวลาที่กำหนด การดำเนินงานจะประสบผลสำเร็จมากหรือน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับวางแผน หากวางแผนดีก็เท่ากับดำเนินงานสำเร็จไปแล้วกว่าครึ่ง ดังนั้น การวางแผนจึงมีความสำคัญต่อการดำเนินงาน โดยบริษัทฯ วางแผนตามนโยบายด้าน CSR ตามขั้นตอน ดังนี้

1) วิเคราะห์สถานการณ์ รวบรวม แปรความ และสรุปข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ศึกษาสถานการณ์ในอดีต ปัจจุบัน และแนวโน้มในอนาคต มุ่งเน้นการวิเคราะห์กำลังความสามารถขององค์กร และผลกระทบจากปัจจัยภายนอก

2) กำหนดทางเลือก Goals (เป้าหมาย) จะต้องชัดเจน ทำท่าย และทำให้สำเร็จได้ และเป็นที่ยอมรับของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และ Plans (แผนงาน) เป็นการกำหนดว่าจะมีวิธีการปฏิบัติอย่างไร อธิบายการจัดสรรทรัพยากร กำหนดเวลาในการทำงาน

3) การประเมินเป้าหมายและทางเลือก ประเมินข้อดีข้อเสียของแต่ละทางเลือก เรียงลำดับความสำคัญของเป้าหมาย

4) การเลือกเป้าหมายและแผนงาน พิจารณาลำดับความสำคัญของเป้าหมายและแผนงานเลือกเป้าหมายและแผนงานที่เหมาะสม และเป็นไปได้ตามสถานการณ์ที่คาดว่าจะเกิด (scenario)

5) การดำเนินการตามเป้าหมายและแผนงาน แผนงานจะไม่มีคามหมายหากไม่นำมาใช้ เข้าใจในแผนงาน หาทรัพยากรที่จำเป็น และมีแรงผลักดันให้ลงมือทำการปฏิบัติจะประสบความสำเร็จหากผู้บริหารและลูกน้องมีส่วนร่วมในการวางแผนและแผนงานในแต่ละหน่วยงานต้องเชื่อมโยงกับหน่วยงานอื่นในองค์กร

6) การติดตามความก้าวหน้าและการควบคุม ต้องคอยดูแลตรวจสอบข้อผิดพลาดเปรียบเทียบกับเป้าหมายและแผนงานที่ตั้งไว้ พัฒนาระบบการตรวจสอบข้อผิดพลาด เพื่อทำการแก้ไขได้ทัน่วงที

ประการที่ 3 การมีส่วนร่วม พบว่า เป็นผลมาจากการเห็นพ้องกันในเรื่องของความต้องการและทิศทางของการเปลี่ยนแปลง องค์กรมีการสนับสนุนบุคลากรให้เกิดความคิดริเริ่มโครงการเพื่อการปฏิบัติเหตุผลแรกของการที่มีคนมารวมกันได้ควรจะต้องมีการตระหนักว่าการกระทำทั้งหมดที่ทำโดยกลุ่มผู้นำชุมชนหรือกระทำผ่านองค์กร (organization) ดังนั้นผู้นำชุมชน องค์กรจะต้องเป็นเสมือนตัวนำให้บรรลุถึงความเปลี่ยนแปลงได้ (ยุพาพร รูปงาม, 2545 : 113) โดยผู้บริหารนอกจากจะต้องเป็นผู้วางแผน และเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม (CSR) อย่างเต็มที่แล้ว ยังต้องสร้างขวัญและกำลังใจให้กับบุคลากรเพื่อให้เกิดความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน (Kruneng, 2560 : Online) ดังคำกล่าวของผู้ให้ข้อมูลสำคัญท่านหนึ่งที่ว่า “รวมพลังคนรุ่นใหม่และสร้างการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน เพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการมอบโอกาสและยกระดับคุณภาพการศึกษาไทย สู่รากฐานสำคัญในการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน”

ประการที่ 4 กิจกรรม พบว่า บริษัทฯ มีกิจกรรมที่ดำเนินการในปัจจุบันอยู่ 2 ลักษณะสำคัญด้วยกัน คือ 1) กิจกรรมที่ทำให้องค์กร สมาชิกขององค์กร เกิดความสัมพันธ์ในรูปแบบใหม่กับชุมชนหรือสังคม ที่องค์กรตั้งอยู่ คือความสัมพันธ์บนฐานผลประโยชน์ร่วมกันในฐานะสมาชิกของชุมชนหรือสังคมเดียวกัน ไม่ใช่ความสัมพันธ์ในฐานะผู้ให้บริการลูกค้าเช่นโครงการ “3G+ เพื่อโรงเรียนและชุมชน” เป็นต้นและ 2) กิจกรรมที่นำให้องค์กรและสมาชิกขององค์กร เป็นส่วนหนึ่งของชุมชนหรือสังคม ทำให้เกิดความใกล้ชิด ความร่วมมือกันในกิจกรรมของชุมชนหรือสังคม โดยกิจกรรมนั้นไม่ใช่ธุรกิจขององค์กรช่วยให้ความรู้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงแก่โรงเรียนและพัฒนาเป็นสถานศึกษาพอเพียง สู่การเป็นสถานศึกษาพอเพียงที่มีผลการปฏิบัติเป็นเลิศ และเข้ารับการประเมินเป็นศูนย์การเรียนรู้ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านการศึกษา เช่นโครงการความร่วมมือระหว่างบริษัทฯ และมูลนิธิอโศกไทย โครงการเปิดโลกทัศน์การเรียนรู้สู่โรงเรียนทั่วประเทศโครงการปลูกปัญญาและทรู connet ED เป็นต้น

ประการที่ 5 การส่งเสริมประเด็นให้รับรู้ในวงกว้าง (Cause Promotions) โดยองค์กรเลือกประเด็นทางสังคมที่น่าสนใจแล้วใช้ความเชี่ยวชาญในการส่งเสริมการตลาดเข้าไปสนับสนุนด้วยการช่วยรณรงค์ให้ประเด็นดังกล่าวเป็นที่รับรู้ในวงกว้างยิ่งขึ้นในสังคมเช่น การรณรงค์หารายได้หรือเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับงานของมูลนิธิหรือองค์กรพัฒนาเอกชนต่าง ๆ พัฒนาทักษะการบูรณาการความรู้ทางเทคนิคต่าง ๆ เข้าสู่โรงเรียนและบุคลากรในโรงเรียนได้เรียนรู้ เปิดโลกทัศน์ในการเรียนการสอนมิติใหม่ทั้งนี้ บริษัทฯ สนับสนุนงบประมาณ 22 ล้านบาท จัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมเพื่อการทำงาน (True Autistic Thai Center) เพื่อพัฒนาศักยภาพ และจัดอบรมวิชาชีพให้กับบุคคลออทิสติก ให้สามารถสร้างรายได้แก่ตนเองและครอบครัว รวมถึงมีการพัฒนาทักษะการดำรงชีวิต ดำเนินการฝึกอบรมการใช้แอปพลิเคชันด้านการเรียนการสอนกับกลุ่มเด็กที่มีความบกพร่องของพัฒนาการแบบรอบด้าน (Autistic Application) ที่บริษัทฯ พัฒนาขึ้น โดยร่วมกับศูนย์ส่งเสริมทักษะชีวิตบุคคลออทิสติก ใน 20 จังหวัดทั่วประเทศ จัดฝึกอบรมแก่เด็ก บุคคลออทิสติก และครอบครัว จำนวนรวม 1,000 คนโดย Autistic Application ประสบความสำเร็จอย่างสูงทั้งในและต่างประเทศ เคยเป็นแอปพลิเคชันการศึกษาที่ติดอันดับหนึ่งในประเทศแถบตะวันออกกลาง อาทิ ซาอุดีอาระเบีย กาตาร์ คูเวต และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ อีกทั้งยังเคยติดหนึ่งใน 10 แอปพลิเคชันการศึกษาที่ได้รับความนิยมสูงสุดใน 25 ประเทศทั่วโลก และเคยติดหนึ่งใน iTunes What's Hot Education ในประเทศสหรัฐอเมริกา อินโดนีเซีย มาเลเซีย และกาตาร์ โดยปัจจุบัน มียอดดาวน์โหลดถึง 323,128 ดาวน์โหลด ตลอดจนโครงการเปิดโลกทัศน์แห่งการเรียนรู้ สู่วิทยาลัยทั่วประเทศ เป็นโครงการหลักในการปลูกความรู้ ซึ่งบริษัทฯ ได้นำชุดอุปกรณ์รับสัญญาณผ่านดาวเทียมเครื่องรับโทรทัศน์ พร้อมช่องรายการคุณภาพที่มีเนื้อหาสาระเพื่อการเรียนรู้ที่คัดสรรแล้วจากทรูวิชั่นส์ และสื่อดิจิทัลเสริมการเรียนการสอนอื่น ๆ ไปมอบให้แก่โรงเรียนขาดแคลนสื่อที่อยู่ห่างไกลทั่วประเทศโดยเริ่มจาก 800 โรงเรียนในปี 2550 ครบ 5,500 โรงเรียนเมื่อสิ้นปี 2557 โดยมีเป้าหมายครบ 10,000 โรงเรียนทั่วประเทศในอนาคต และสิ่งที่โรงเรียนในโครงการทรูปลูกปัญญาได้มอบให้ ประกอบด้วย

- 1) ชุดอุปกรณ์รับสัญญาณทรูวิชั่นส์, เครื่องรับโทรทัศน์ 32 นิ้ว และตู้เก็บอุปกรณ์ช่องรายการคุณภาพที่มีเนื้อหาสาระเพื่อการเรียนรู้จากทรูวิชั่นส์ กว่า 50 ช่อง ซึ่งเป็นที่ยอมรับว่าเป็นรายการคุณภาพที่เด็กทั่วโลกควรได้ดู เช่น ช่องสารคดีเกี่ยวกับธรรมชาติ และชีวิตสัตว์ Animal Planet, ช่องสารคดีเกี่ยวกับธรรมชาติ ภูมิศาสตร์ สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม National Geographic Channel, ช่องสารคดีเกี่ยวกับประวัติศาสตร์โลก วัฒนธรรม และอัตชีวประวัติบุคคลสำคัญของโลก The History Channel, ช่องสารคดีเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี Discovery Channel และ True Explore, ช่องรายการสำหรับเด็กและครอบครัว Disney Channel และ True Spark, ช่องข่าวทันเหตุการณ์ทั่วโลกและประเทศไทย BBC WORLD NEWS, TNN24 และช่องทรูปลูกปัญญา เป็นต้น

- 2) สื่อดิจิทัลเพื่อการเรียนการสอนวิชาคอมพิวเตอร์แบบบูรณาการ "ทรูคลิกไลฟ์" สำหรับชั้นอนุบาล 1 – มัธยมศึกษาปีที่ 6 ซึ่งมีพร้อมทั้งคู่มือการสอนสำหรับคุณครู แบบเรียน เพลง เกมส์ และบทเรียนแอนิเมชัน

- 3) สื่อดิจิทัลเสริมการเรียนรู้ การเรียนการสอน วิชาภาษาอังกฤษ สำหรับ อนุบาล 1 – ประถมศึกษาปีที่ 6
- 4) ชุดเกมพอเพียง เพื่อปลูกฝังและเรียนรู้แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง ในรูปแบบที่สนุกสนานและได้รับความรู้ซึ่งสื่อดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ที่นำไปมอบให้นี้เป็นเพียงสื่อเบื้องต้นเท่านั้น บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะนำสาระเนื้อหาเพื่อการเรียนรู้ผ่านสื่อต่างๆของเราไปมอบให้แก่โรงเรียนในโครงการห่วงโซ่คุณค่าเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- 5) หนังสือการ์ตูนสามเณรปลูกปัญญาธรรม เพื่อปลูกฝังการเรียนการสอนทางด้านคุณธรรม ศีลธรรม จริยธรรมให้กับเด็ก
- 6) หนังสือนิทาน เพื่อปลูกฝังให้เด็กรู้จักการให้ในหลาย ๆ รูปแบบ
- 7) อุปกรณ์ Easy Cap อุปกรณ์ที่จะช่วยให้คุณครูสามารถบันทึกการบรรยายหรือความรู้จากช่องทีวีผ่านกล่องในคอมพิวเตอร์ เป็นดิจิทัลไฟล์ แล้วนำมาทำเป็น VCD หรือ DVD สำหรับใช้เปิดสอนนักเรียนได้ในทุกชั่วโมงที่ต้องการ ทำให้จัดตารางการเรียนการสอนได้อย่างสะดวกยิ่งขึ้น
- 8) แผ่นโปรแกรม White Net สำหรับติดตั้งกับเครื่องคอมพิวเตอร์ของโรงเรียนที่มีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต โดยโปรแกรมนี้ทำการกรองและสกัดเว็บไซต์ที่ไม่เหมาะสมสำหรับเด็ก โดยคุณครูสามารถเลือกจัดการเรียนการสอนได้ด้วยตนเอง
- 9) ชุดอุปกรณ์ 3G+ ประกอบไปด้วย- Net SIM ย่อมาจากคำว่า Internet SIM รูปร่างหน้าตาเหมือนกับ SIM ที่เราใช้บนโทรศัพท์มือถือ แต่ซิมนี้จะใช้สำหรับเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตเท่านั้น- Dongle หรือ Air Card ใช้สำหรับเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก (Notebook) ซึ่งจะทำให้คุณครูสามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเข้ากับโน้ตบุ๊ก เพื่อนำไปใช้ในการเรียนการสอนนอกห้องเรียน หรือสถานที่ต่างๆ ได้สะดวกยิ่งขึ้น และ White Net เป็น internet filtering software หรือซอฟต์แวร์ที่ใช้กรองและสกัดตรวจจับภาพอนาจารต่าง ๆ บน Internet โดย White Net จะคอยช่วยปิดกั้น กรองภาพหรือเว็บไซต์ที่ไม่เหมาะสมต่อการเรียนรู้ของเด็กๆ

นอกจากโครงการที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้น บริษัทฯ ยังมีโครงการสำคัญอีกโครงการที่ดำเนินการเกี่ยวกับการศึกษา คือ โครงการ “ทฤษฎี ปลูกปัญญาเยาวชนไทย” เพื่อให้พนักงานได้มีส่วนร่วมเป็นอาสาสมัคร เพื่อให้คำปรึกษา คำแนะนำ กระตุ้นส่งเสริมครู นักเรียนให้ใช้ประโยชน์จากอุปกรณ์และสื่อปลูกปัญญาที่มอบให้ รวมทั้งรวบรวมข้อมูลความต้องการของโรงเรียนและติดตามประเมินผลนอกจากจะเป็นกำลังสำคัญอันหนึ่งที่จะสร้างสังคมแห่งภูมิปัญญา ให้เด็ก เยาวชน ได้พัฒนาตนเอง อันจะนำไปสู่การพัฒนาชาติของเราแล้ว ยังเป็นโอกาสที่ดีที่ได้สร้างความภาคภูมิใจในการเป็นส่วนหนึ่งของการเป็นพนักงานของบริษัทของคนไทยที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อสร้างให้พนักงานมีจิตอาสาและส่วนร่วมในการสร้างคุณค่าให้กับตนเอง ชุมชนและสังคม ซึ่งสอดคล้องกับพันธกิจขององค์กรที่ทุ่มเทและมุ่งมั่นที่จะเป็นส่วนหนึ่งในการสร้าง “สังคมแห่งการเรียนรู้อย่างยั่งยืน” ซึ่งจะเป็นพื้นฐานในการพัฒนาพนักงานของบริษัทฯ ให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมส่งเสริมการมีจิตอาสาให้เป็นส่วนหนึ่งในวิถีการทำงาน

โดยมีบทบาทและหน้าที่ คือเป็นพี่เลี้ยง ทรูกาสา ปลุกปัญญา ติดตามการใช้งานชุดอุปกรณ์และสื่อทฤษฎีปลุกปัญญาลงพื้นที่เพื่อให้คำแนะนำการใช้อุปกรณ์และสื่อดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้แก่โรงเรียนรับทราบปัญหาและแจ้งปัญหาของโรงเรียนรวมทั้งข้อมูลโรงเรียนที่มีผลสัมฤทธิ์ในการใช้สื่อทฤษฎี ปลุกปัญญา (Best Practice) มายังฝ่ายกิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม

ประการที่ 6 การเชื่อมโยงประเด็นกับการตลาด (Cause-related Marketing) พบว่า บริษัทฯ นำส่วนหนึ่งของรายได้ หรือกำไรจากการจำหน่ายสินค้าหรือบริการไปบริจาคเพื่อสาธารณกุศล เช่น การนำเงินไปช่วยเหลือผู้ประสบภัยการนำเงินไปสร้างโรงเรียน การซื้ออุปกรณ์ด้านการเรียนการสอน เป็นต้น ตลอดจนแสดงความเอื้ออาทรต่อเพื่อนมนุษย์ด้วยการนำเงิน สิ่งของ หรือสินค้า ไปร่วมทำบุญ ให้ทุนการศึกษา หรือบริจาคให้กับผู้ด้อยโอกาสในสังคมอย่างไรก็ตาม มีแนวโน้มที่ชี้ให้เห็นว่าองค์กรที่เป็นผู้นำด้าน CSR ได้พยายามพัฒนารูปแบบใหม่ของการให้ ด้วยการเปิดโอกาสให้ “ผู้รับ” เข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น ตั้งแต่เริ่มการสำรวจความต้องการก่อนดำเนินโครงการเพื่อให้ได้รับสิ่งที่ตรงกับความต้องการมากขึ้น และได้ประโยชน์ในระยะยาวมากยิ่งขึ้น

นอกจากจัดให้มีกิจกรรมส่งเสริมและมีส่วนร่วมในการ ปลุกความรู้ และ ปลุกใจรักสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ แล้ว บริษัทฯ ยังตระหนักถึงความสำคัญในการส่งเสริม “คนทำดีในสังคม” ภายใต้กิจกรรม “ปลุกความดี” โดยได้สร้างสรรค์ สารคดีสั้น ชุด “บันทึกทฤษฎี บันทึกคนดี” ซึ่งเป็น สารคดีบันทึกคุณความดีของคนดี ๆ ในสังคมไทยหลากหลายรูปแบบ เพื่อยกย่องเชิดชู และเป็นกำลังใจให้แก่ผู้ทำความดี รวมถึงสร้างให้เป็นตัวอย่าง และเป็นแรงบันดาลใจในการทำ ความดี แก่คนในสังคม เพื่อนำออกอากาศในช่องต่างๆ ของทรูวิชั่นส์ จำนวน 17 ช่อง โดยออกอากาศครั้งแรกตั้งแต่ เดือนกุมภาพันธ์ ปี 2551 จนถึงปัจจุบัน ซึ่งได้ออกอากาศไปแล้วมากกว่า 100 ตอน

ประการที่ 7 การอาสาช่วยเหลือชุมชน (Community Volunteering) พบว่า บริษัทฯ สร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคลากรในองค์กรกับชุมชน และยังทำให้พนักงานรับรู้ เข้าใจถึงความจำเป็น ปัญหา ความเดือดร้อนของชุมชนได้เป็นอย่างดี เพราะเปิดโอกาสให้พนักงานได้เป็นตัวแทนของบริษัทฯ เข้าไปทำหน้าที่ของพลเมืองดีในชุมชนและโรงเรียนได้อย่างใกล้ชิด

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่องนี้ผู้วิจัยพบประเด็นที่น่าสนใจนำมาอภิปรายผล ได้ดังนี้

ในการดำเนินการด้าน ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ของบริษัทฯ ที่มีต่อการศึกษานั้น ประกอบไปด้วย 7 ประการด้วยกัน คือ 1.นโยบายการกำกับดูแลองค์กรที่ดี คือ แนวทางส่งเสริมและผลักดัน ภาปฏิบัติตามนโยบายการกำกับดูแลองค์กรที่ดีเพื่อให้การปฏิบัติงานมีผลดีตามนโยบายการกำกับดูแลองค์กรที่ดี 2. การวางแผน เป็นตัวกำหนดทิศทาง เป้าหมาย วิธีดำเนินการ ที่จะทำให้หน่วยงานดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการภายในเวลาที่กำหนด 3. การมีส่วนร่วม องค์กรมีการสนับสนุน

บุคลากรให้เกิดความคิดริเริ่มโครงการเพื่อการปฏิบัติ 4. กิจกรรม บริษัทฯ มีกิจกรรมที่ดำเนินการในปัจจุบันอยู่ 2 ลักษณะสำคัญด้วยกัน คือ 1) กิจกรรมที่ทำให้องค์กร สมาชิกขององค์กร เกิดความสัมพันธ์ในรูปแบบใหม่กับ ชุมชนหรือสังคม ที่องค์กรตั้งอยู่ คือความสัมพันธ์บนฐานผลประโยชน์ร่วมกันในฐานะสมาชิกของชุมชนหรือ สังคมเดียวกัน ไม่ใช่ความสัมพันธ์ในฐานะผู้ให้บริการลูกค้า เช่น โครงการ “3G+ เพื่อโรงเรียนและชุมชน” เป็นต้น และ 2) กิจกรรมที่นำให้องค์กรและสมาชิกขององค์กร เป็นส่วนหนึ่งของชุมชนหรือสังคม เช่น โครงการเปิดโลกทัศน์การเรียนรู้สู่โรงเรียนทั่วประเทศ เป็นต้นซึ่งแตกต่างจากตัวอย่างการทำ CSR ของปรีดีนุ กุลสมปรารถนา (2563 : ออนไลน์) ที่กล่าวว่าตัวอย่างการทำ CSR มีหลายประการด้วยกัน เช่น การลดการใช้ คาร์บอนการปรับปรุงนโยบายการจ้างงานการเข้าไปมีส่วนร่วมในการขายสินค้าอย่างมีจริยธรรมอาสาสมัครทำ กิจกรรมเพื่อชุมชนการบริจาคเงินทุนการเปลี่ยนนโยบายบริษัทให้หันมามุ่งเน้นเรื่องประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม การลงทุนในกระบวนการผลิตเพื่อพัฒนาสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและการตั้งโครงการด้านการกุศลและ ธนาคารไทยพาณิชย์ กล่าวถึงโครงการด้าน CSR ของธนาคารไทยพาณิชย์ว่ามุ่งดำเนินโครงการพัฒนาเยาวชน และส่งเสริมการศึกษาเรียนรู้หลากหลายโครงการเพื่อการพัฒนาเยาวชนทั้งในด้านสติปัญญาและจิตใจโดยมี “มูลนิธิสยามกัมมาจล”เป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญการพัฒนาเยาวชนผ่านโครงการต่างๆของธนาคารไทยพาณิชย์ และมูลนิธิสยามกัมมาจลธนาคารไทยพาณิชย์ยังให้ความร่วมมือกับสถาบันการศึกษามูลนิธิและองค์กรสาธารณ กุศลต่างๆในการดำเนินกิจกรรมอันเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเยาวชนอย่างต่อเนื่องซึ่งถือเป็นการสร้าง อนาคตของชาติร่วมกันอาทิการสนับสนุนมูลนิธิยุวสถิรคุณในโครงการทุนเศรษฐกิจพอเพียงการสนับสนุนสื่อ การเรียนรู้ให้กับโรงเรียนในเครือข่ายของธนาคารการสนับสนุนสถาบันดนตรีกลายาวัฒนาและคณะดุริยางค ศาสตร์มหาวิทยาลัยศิลปากรในกิจกรรมพัฒนาเยาวชนที่มีความสามารถพิเศษทางด้านดนตรีคลาสสิกให้มี มาตรฐานระดับสากล เป็นต้น 5. การส่งเสริมประเด็นให้รับรู้ในวงกว้าง โดยองค์กรเลือกประเด็นทางสังคมที่ น่าสนใจแล้วใช้ความเชี่ยวชาญในการส่งเสริมการตลาดเข้าไปสนับสนุนด้วยการช่วยรณรงค์ให้ประเด็นดังกล่าว เป็นที่รับรู้ในวงกว้างยิ่งขึ้นในสังคม 6. การเชื่อมโยงประเด็นกับการตลาด บริษัทฯ นำส่วนหนึ่งของรายได้ หรือ กำไรจากการจำหน่ายสินค้าหรือบริการไปบริจาคเพื่อสาธารณกุศล และ 7. การอาสาช่วยเหลือชุมชน บริษัทฯ สร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคลากรในองค์กรกับชุมชน และยังทำให้พนักงานรับรู้ เข้าใจถึงความจำเป็น ปัญหาความเดือดร้อนของชุมชนได้เป็นอย่างดี เพราะเปิดโอกาสให้พนักงานได้เป็นตัวแทนของบริษัทฯ เข้าไป ทำหน้าที่ของพลเมืองดีในชุมชนและโรงเรียนได้อย่างใกล้ชิด

อย่างไรก็ตาม กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (2552 : 16) ได้ วางหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการหรือบรรษัทบริบาลว่า มีอยู่ด้วยกัน 8 หมวด ได้แก่ หมวดที่ 1 การกำกับดูแลกิจการที่ดี หมวดที่ 2 การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม หมวดที่ 3 การเคารพสิทธิ มนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม หมวดที่ 4 ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค หมวดที่ 5 การร่วม พัฒนาชุมชนและสังคม หมวดที่ 6 การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม หมวดที่ 7 การเผยแพร่วัฒนธรรมจากการดำเนิน ความรับผิดชอบต่อสังคม หมวดที่ 8 การจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยมีความประสงค์เสนอแนะเพื่อการนำงานวิจัยชิ้นนี้ไปเป็นข้อมูลประกอบในการดำเนินงานโครงการเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทฯ ที่มีต่อการศึกษากับผู้ที่สนใจ เพื่อปรับปรุงงานกิจกรรมที่ดำเนินอยู่ และจะดำเนินต่อไป ทั้งนี้ องค์ประกอบและบริบท ตลอดจน อັตลักษณ์ของแต่ละองค์กร จะมีความแตกต่างกันออกไป การถอดบทเรียนเพื่อการทบทวนและเรียนรู้ความสำเร็จของโครงการ/กิจกรรม การดำเนินการองค์กรอื่นอาจทำได้เพียงเป็นกรณีศึกษาและแนวทางเบื้องต้นเท่านั้น เนื่องจากความแตกต่างขององค์กร และไม่สามารถนำวิธีการดำเนินงานของโครงการ/กิจกรรมเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทฯ ที่มีต่อการศึกษาไปใช้ให้ประสบความสำเร็จภายในองค์กรนั้น ๆ ได้โดยตรงซึ่งอาจจะมีแนวทางที่มุ่งเน้นใช้การตลาดปรับเปลี่ยนพฤติกรรมคนในสังคม (Corporate Social Marketing) ที่เป็นวิธีที่ใช้กันอย่างแพร่หลายมากขึ้นในปัจจุบัน โดยองค์กรธุรกิจใช้ความเชี่ยวชาญทางการตลาดโดยเฉพาะการสื่อสารไปประยุกต์ใช้ในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของคนในสังคม

ข้อเสนอในการวิจัยครั้งต่อไป ในการวิจัยครั้งต่อไปสามารถศึกษาวิจัยในประเด็นการเปรียบเทียบกระบวนการดำเนินงานและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างหน่วยงานที่ดำเนินงานโครงการต่าง ๆ แต่ละพื้นที่ เพื่อวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นกับองค์กรและสังคม และศึกษาเพื่อเป็นแนวทาง ตามรอย หรือตัวแบบสำหรับการเป็นองค์กรต้นแบบ (best practice) ในการดำเนินโครงการเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทฯ ที่มีต่อการศึกษาเพื่อเป็นองค์กรต้นแบบสำหรับหน่วยงานที่สนใจต่อไป ตลอดจน ศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการดำเนินการ และการขยายผลการดำเนินงานด้านการคืนกำไรสู่สังคมต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. (2552). *ความรับผิดชอบต่อสังคม CSR: Corporate Social Responsibility*. กรุงเทพมหานคร: ก.พลพิมพ์ (1996).
- คณะทำงานจัดทำแผนบริหารความต่อเนื่องของ ทร. และแผนความรับผิดชอบต่อสังคมของ ทร. (ม.ป.ป.). แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกองทัพเรือ. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 22 พฤศจิกายน 2563. แหล่งที่มา <http://www.onc.navy.mi.th/files/guideLine.PDF>
- จิรพัฒน์ศิริรักษ์ และชไมพร ใจแปง. (2558). ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) พฤติกรรมที่พึงประสงค์ในองค์กร. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 12 พฤศจิกายน 2563. แหล่งที่มา <https://vijailp.blogspot.com/2015/03/csr.html>
- ปรีดีนกุลสมปรารถนา. (2563). รู้จักประเภทของกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR). *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 21 พฤศจิกายน 2563. แหล่งที่มา <https://www.popticles.com/branding/types-of-csr/>
- ผู้จัดการออนไลน์. (2562). “ทรู”รับโล่ “ผู้มีคุณูปการต่อการศึกษาไทย”โครงการ CONNEXT ED. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 21 พฤศจิกายน 2563. แหล่งที่มา <https://mgronline.com/cyberbiz/detail/9620000112242>

- มยุรฉัตร สุขดำรงค์. (2547). ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานลินเชื่ออย่างมีความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่สินเชื่อ บมจ. ธนาคารกรุงไทย. ปรินูญานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ยุพาพร รูปงาม. (2545). การมีส่วนร่วมของข้าราชการสำนักงานประมาณ ในการปฏิรูประบบราชการ. ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- วิฑูรย์ สิมะโชคดี. (2553). ที่มาที่ไปของ CSR. ออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 11 พฤศจิกายน 2563. แหล่งที่มา http://www.tpa.or.th/tpanews/upload/mag_content/36/ContentFile542.pdf
- Kruneung. (2560). การรับผิดชอบต่อสังคม (CSR: Corporate Social Responsibility) ในแบบที่เข้าใจง่าย ๆ. ออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 19 พฤศจิกายน 2563. แหล่งที่มา <https://kruneung2020.blogspot.com/2017/10/csr-corporate-social-responsibility.html>
- Worapat, M. (2012). ความเป็นมาของ CSR และการนำไปใช้. ออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 18 พฤศจิกายน 2563. แหล่งที่มา <https://www.gotoknow.org/posts/498598>