

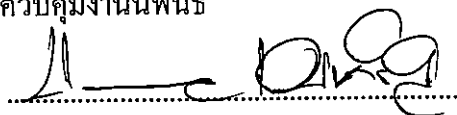
การรับรู้รูปแบบของโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมในการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดี  
ของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล

ภัทชลา แก้วศรี

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการจัดการสาธารณะ  
วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา  
สิงหาคม 2558  
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

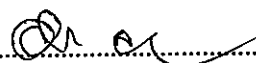
อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบปากเปล่างานนิพนธ์ ได้พิจารณา  
งานนิพนธ์ของ ภัทชลา แก้วศรี ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสาธารณะ ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์

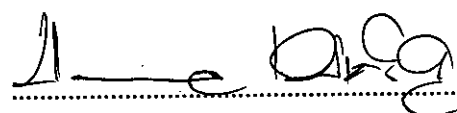
..... ประธาน

(ดร.นพดล เดชประเสริฐ)

คณะกรรมการสอบปากเปล่า

..... ประธาน

(รองศาสตราจารย์ ดร.อิสระ สุวรรณบอล)


..... กรรมการ

(ดร.นพดล เดชประเสริฐ)

..... กรรมการ

(ดร.ธนานันต์ มีชูทรัพย์)

วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์อนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสาธารณะ ของมหาวิทยาลัยบูรพา

..... คณบดีวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บรรพต วิรุณราช)

วันที่ 15 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2558

## กิตติกรรมประกาศ

งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาจาก ดร. นพดล เดชประเสริฐ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำแนวทางที่ถูกต้องอันเป็นประโยชน์ยิ่งต่อการจัดทำงานนิพนธ์ ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความละเอียดถี่ถ้วนและเอาใจใส่ด้วยดีเสมอมา ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่ง จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ ดร. อิศระ สุวรรณกุล ที่กรุณาเป็นประธานกรรมการสอบงานนิพนธ์ โดยให้คำแนะนำต่าง ๆ กับผู้วิจัย เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขให้งานนิพนธ์ฉบับนี้มีความถูกต้องและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ อ. ชัยวุฒิ เขมะรังสี และอาจารย์ทุกท่านที่กรุณาถ่ายทอดความรู้แนะนำ ให้คำปรึกษา และอบรมสั่งสอนด้วยดีตลอดมา

ขอขอบพระคุณ ดร. ณภัทร ปุณยภักดิ์ ดร. มัลย์ กรแก้วสมนึก และนายวรวิฑูรี ประวิษสุวรรณ ที่กรุณาช่วยตรวจสอบเครื่องมือ

ขอขอบพระคุณ นายวรวิฑูรี ประวิษสุวรรณ หัวหน้างานวางแผนและวิเคราะห์ต้นทุน การตลาด ผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ที่เสียสละเวลาให้ข้อมูล จึงทำให้งานนิพนธ์ครั้งนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

ขอขอบคุณเพื่อน ๆ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสาธารณะ รุ่นที่ 19 ศูนย์การศึกษานนทบุรี วิทยาลัยพณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ที่คอยช่วยเหลือและให้กำลังใจกันตลอดมา

ขอกราบขอบพระคุณ คุณแม่นพรัตน์ แก้วศรี และพี่ ๆ ทุกคนที่ให้กำลังใจ และสนับสนุนผู้วิจัยเสมอมา คุณค่าและประโยชน์ของงานนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้เป็นกตัญญู กตเวทิตาแก่ บพกาวิ บูรพาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่าน ทั้งในอดีตและปัจจุบัน ที่ทำให้ผู้วิจัยเป็นผู้มีการศึกษา และประสบความสำเร็จมาจนครบเท่าทุกวันนี้

ภัทชลา แก้วศรี

54720223: สาขาวิชา: การจัดการสาธารณะ; บธ.ม. (การจัดการสาธารณะ)

คำสำคัญ: การรับรู้/ ความรับผิดชอบต่อสังคม/ ภาพลักษณ์ สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล

บทคัดย่อ: การรับรู้รูปแบบของโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมในการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล (PERCEPTION MODEL OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN PROMOTING THE POSITIVE IMAGE OF THE GOVERNMENT LOTTERY OFFICE) อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์: นพพล เดชประเสริฐ, บธ.ด., 103 หน้า. ปี พ.ศ. 2558.

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา การให้ความหมาย การรับรู้รูปแบบโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ลักษณะการศึกษาเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการวิจัยเอกสารและการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) จากบุคลากร และผู้ค้าสลากรายย่อย และใช้วิธีวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive analysis) เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย ผลการวิจัยพบว่า 1) การให้ความหมาย: สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลได้กำหนดความรับผิดชอบต่อสังคมไว้เป็นลายลักษณ์อักษร โดยมุ่งเน้นการสร้างสรรคสิ่งที่ดีให้แก่สังคมและสิ่งแวดล้อมด้วยการปลูกฝังคนในองค์กรและประชาชนทั่วไปให้อนุรักษ์และรักษาสิ่งแวดล้อม 2) รูปแบบโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม : เป็นรูปแบบของการบริจาคเพื่อการกุศล เป็นส่วนมากเป็น CSR-after-process คือการรับผิดชอบต่อสังคมทำอยู่นอกกระบวนการ และเป็น Strategic-CSR การทำความรับผิดชอบต่อสังคมในเชิงรุก (Proactive) ที่องค์กรสามารถริเริ่มกิจกรรมด้วยตัวเองให้แก่สังคม 3) การรับรู้รูปแบบโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม: ผู้บริโภคเห็นว่าการทำโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล 4) มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กรจะไม่มีวันทำสำเร็จได้หากปราศจากความร่วมมือจากสมาชิกทุกคนในองค์กร เนื่องจากบุคคลเหล่านี้ย่อมต้องมีการติดต่อกับประชาชน และมีบทบาทในการสร้างความประทับใจหรือภาพลักษณ์ที่ดี การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรในด้าน CSR โดยสรุปแล้ว รัฐวิสาหกิจใด ๆ จะมีความรับผิดชอบต่อสังคมแท้จริงต่อสังคมด้วย การที่ไม่ละเมิดต่อผู้มีส่วนได้เสียทั้งหลายตั้งแต่ผู้ถือหุ้น ลูกจ้าง คู่ค้า ลูกค้าชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อมโดยรวม ทั้งทางแพ่งและทางอาญา เราต้องดำเนินธุรกิจให้ถูกต้องตามกฎหมาย การส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลจะต้องประกอบด้วย การประชาสัมพันธ์ การสื่อสาร กิจกรรมสร้างสรรค์ ความคาดหวัง การวัดผลหรือประเมินผลของกิจกรรม CSR ความชัดเจน เป็นเรื่องของนโยบาย งบประมาณ ทรัพยากร ความสม่ำเสมอ กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของทุกองค์กรจะต้องปฏิบัติด้วยความจริงใจ ไม่ทำกิจกรรม เพียงเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ องค์กรหรือกิจกรรมที่พนักงานขององค์กรไม่ได้มีส่วนร่วมเลย หรือทำด้วยความไม่เต็มใจ แต่ต้องเป็นการร่วมกันดำเนินการ โดยมีเป้าหมายร่วมกันเป็นกิจกรรม ที่น้อมนำองค์กรและสมาชิกในองค์กรเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนและสังคมเกิดความใกล้ชิด ความร่วมมือกัน ในกิจกรรมของชุมชนและสังคมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

54720223: MAJOR: PUBLIC ADMINISTRATOR; M.B.A. (PUBLIC MANAGEMENT)  
 KEYWORDS: CSR AWARENESS/ SOCIAL RESPONSIBILITY/ TO BUILD A GOOD IMAGE  
 OF THE GOVERNMENT LOTTERY OFFICE  
 PATCHALA KAEWSREE: PERCEPTION MODEL OF CORPORATE SOCIAL  
 RESPONSIBILITY IN PROMOTING THE POSITIVE IMAGE OF THE GOVERNMENT  
 LOTTERY OFFICE. ADVISOR: NOPPADOL DEJPRASERT, D.B.A. 103 P. 2015.

This study aimed to investigate. Meaning The pattern recognition program of corporate social responsibility (CSR) of the Government Lottery Office. The study was qualitative research. The obtained data The research documents and in-depth interviews (In-depth Interview) from personnel and lottery retail traders. And analyzing descriptive information (Descriptive analysis) to research purposes. The results showed that: 1) Definition: GLO define social responsibility in writing. With a focus on creating a better society and environment by instilling in the organization and the general public to conserve and protect the environment 2) forms of social responsibility: a form of charitable giving as many. are CSR-after-process CSR is done outside the process and a Strategic-CSR. Making CSR proactively (Proactive) organizations can initiate activities themselves to society 3) perceived form of social responsibility: consumers see that the project of social responsibility of the lottery office. Government 4) aims to create a positive image of the organization will not succeed without the cooperation of every member of the organization. Because these people will have contact with the public. And its role in creating an impression or image. Creating a positive image of the organization in terms of CSR and concluded Enterprises has any responsibility, indeed to society by not violating the stakeholders are the shareholders, employees, suppliers, customers, communities and the environment as a whole. Both civil and criminal We need to conduct business legally. Promoting a positive image of the GLO must contain. Communications, public relations activities, expectations measure or assessment of CSR activities is clear as a matter of policy, budget resources consistent CSR activities of all organizations must act with sincerity. Not only to publicize the organization's activities or activities that employees are not engaged yet. Or by the unwillingness It is jointly operated by a common goal is an activity that brings organizations and members of the community and social organizations, as part of a closer collaboration in community activities and social sustainability.

## สารบัญ

|   | หน้า |
|---|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย .....   | ง    |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....  | จ    |
| สารบัญ .....  | ฉ    |
| สารบัญตาราง .....   | ช    |
| สารบัญภาพ.....  | ฌ    |
| บทที่   |      |
| 1 บทนำ.....   | 1    |
| ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....                                      | 1    |
| วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....   | 4    |
| กรอบแนวคิดในการวิจัย.....   | 5    |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย.....                                    | 6    |
| ขอบเขตของการวิจัย.....  | 6    |
| นิยามศัพท์เฉพาะ .....   | 6    |
| 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....                                     | 8    |
| แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้.....                                     | 8    |
| แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบของความรับผิดชอบต่อสังคม .....                       | 17   |
| แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร.....                       | 20   |
| แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม .....                                | 23   |
| ข้อมูลเกี่ยวกับ โครงการรับผิดชอบต่อสังคมของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล..... | 30   |
| งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....  | 33   |
| 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....   | 39   |
| การออกแบบการวิจัย .....   | 39   |
| กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก.....  | 41   |
| เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....  | 41   |
| ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....                           | 41   |
| การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ .....  | 43   |
| การเก็บรวบรวมข้อมูล.....  | 44   |
| การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล .....                                 | 44   |

## สารบัญ (ต่อ)

| บทที่  | หน้า |
|--|------|
| 4 ผลการวิจัย .....   | 46   |
| ขั้นตอนที่ 1 ผลการศึกษาขั้นพื้นฐาน .....   | 46   |
| ขั้นตอนที่ 2 ผลการสร้างรูปแบบ .....  | 53   |
| ขั้นตอนที่ 3 สํารวจความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบ การรับรู้รูปแบบ โครงการ<br>ความรับผิดชอบต่อสังคม ..... | 62   |
| 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....   | 69   |
| สรุปผลการวิจัย .....   | 69   |
| อภิปรายผลการวิจัย .....  | 78   |
| ข้อเสนอแนะในการวิจัยนี้ไปประยุกต์ใช้ .....   | 81   |
| ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป .....   | 82   |
| บรรณานุกรม .....   | 84   |
| ภาคผนวก .....  | 89   |
| ภาคผนวก ก .....  | 90   |
| ภาคผนวก ข .....  | 93   |
| ภาคผนวก ค .....  | 98   |
| ประวัติย่อของผู้วิจัย .....  | 103  |

## สารบัญตาราง

| ตารางที่  | หน้า |
|---|------|
| 4-1 ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคมของ สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล.....   | 47   |
| 4-2 รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมตามแนวคิดของ Kotler and Lee .....  | 48   |
| 4-3 โครงการที่สำคัญของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล.....  | 50   |
| 4-4 รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมตามแนวคิดของสถาบันไทยพัฒนา .....   | 51   |
| 4-5 รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมตามแนวคิดของสถาบันธุรกิจเพื่อสังคม .....   | 51   |
| 4-6 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์.....  | 63   |
| 4-7 ความคิดเห็นของคำถามที่ว่าถ้าสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลเพิ่มการประชาสัมพันธ์<br>ข่าวสาร จะสามารถเพิ่มการมีส่วนร่วมของประชาชนในการเข้าร่วมกิจกรรม/ โครงการ<br>ได้หรือไม่อย่างไร..... | 65   |
| 4-8 ความคิดเห็นของคำถามที่ว่า อยากให้สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลดำเนิน โครงการ/<br>กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมอะไรบ้าง และดำเนินการอย่างไร.....  | 67   |
| 4-9 ความคิดเห็นของคำถามข้อเสนอแนะอื่น ๆ.....  | 68   |
| 5-1 รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล .....   | 71   |
| 5-2 ความแตกต่างของรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมและ โครงการความรับผิดชอบต่อ<br>สังคมของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล .....   | 74   |



## สารบัญภาพ

| ภาพที่                            | หน้า |
|-----------------------------------|------|
| 1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....     | 5    |
| 3-1 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย..... | 40   |

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันที่มีการแข่งขันที่ซับซ้อน รุนแรง และความผันผวนของระบบเศรษฐกิจทั่วโลก ธุรกิจต้องมีการปรับตัว เรียนรู้ และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อม สังคมและเศรษฐกิจ ขณะเดียวกันการพัฒนาการทางการแพทย์ก้าวหน้าขึ้น อัตราการตายของทารกคลอดก่อนถึงวัยอันสมบูรณ์ ประชาชนทั่วโลกมีร่างกายที่แข็งแรง อายุยืนยาวขึ้น มีการพัฒนาการเรียนรู้ทุกสาขาวิชามากขึ้น เป็นต้นเหตุให้มีการนำทรัพยากรมาใช้เป็นจำนวนมาก และส่งผลให้เกิดการเสื่อมโทรมของแหล่งทรัพยากรต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว มีการปล่อยของเสียสู่สภาพแวดล้อม จนทำให้เกิดการเสื่อมโทรม ทั้งในเขตเมืองและชนบทอย่างรวดเร็ว ภาวะโลกร้อนกำลังเป็นปัญหาสำคัญของพลเมืองโลกและในอัตราที่เกินกว่าจะปล่อยให้เป็นภาระของหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งติดตามแก้ไขปัญหาล้มเหลวไปได้ หนทางแก้ไขปัญหาลึกลับอยู่ที่การตื่นตัว รวมทั้งการมีส่วนร่วมของประชาชน และองค์กรทุกองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนที่จะต้องร่วมมือป้องกันและแก้ไขปัญหา

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ (Corporate Social Responsibility: CSR) เป็นแนวคิดที่โลกตะวันตกคิดขึ้นสำหรับใช้ควบคุมหรือถ่วงดุลลัทธิทุนนิยม ที่มุ่งแสวงหากำไรสูงสุดจนไม่ได้ให้ความสำคัญด้านคุณธรรมจริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมเพื่อเป็นกลไกควบคุมธุรกิจขนาดใหญ่ ให้ต้องปฏิบัติในลักษณะที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสังคม สำหรับในประเทศไทย CSR มีการปฏิบัติอยู่ในสังคมไทยมาเป็นเวลายาวนาน ในรูปของการช่วยเหลือ ทำบุญ การบริจาคเพื่อการกุศล หรือการช่วยเหลืองานของส่วนรวมโดยสมัครใจที่เรียกว่า “การลงแขก” เป็นต้น เพียงแต่คนไทยยังมิได้เรียกกิจกรรมเหล่านี้ด้วยคำว่า Corporate Social Responsibility (CSR) ในประเทศไทย ได้ถูกบรรจุเป็นแนวปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจนอกเหนือไปจากรูปแบบการบริจาค หรือการอาสาช่วยเหลือสังคมเช่นที่ผ่านมา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 เป็นต้นมา (มูลนิธิกองทุนการศึกษาเพื่อการพัฒนา [EDF], 2552)

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ซึ่งแม้จะเป็นเรื่องใหม่ แต่ได้รับความสนใจนำมาปฏิบัติใช้ในองค์กรกันอย่างแพร่หลาย ประกอบกับแนวคิดของความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมของกิจการได้ขยายวงจากภาคธุรกิจไปสู่ส่วนอื่น ๆ ของสังคม และองค์กรระหว่างประเทศเกี่ยวกับมาตรฐาน (ISO) กำลังยกย่องมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคม

(Social Responsibility) หมายเลข ISO-26000 และมีแผนจะประกาศใช้ในปลายปี 2010 โดยธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม คือ การดำเนินธุรกิจภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีจริยธรรม และการใส่ใจและดูแลรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน ซึ่งคำว่าธุรกิจนี้ คือ การประกอบการทุกประเภทที่มุ่งแสวงหาผลกำไร เริ่มตั้งแต่กิจการขนาดใหญ่ถึงกิจการขนาดกลางและขนาดเล็ก ที่ยึดหลักความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นเรื่องที่ต้องใส่ใจประมาณหรือค่าใช้จ่ายที่สูงพอสมควรในระยะแรก แต่กลับมีผลดีต่อการคงอยู่ขององค์กรในระยะยาวเพราะองค์กรและสังคมผูกพันเชื่อมโยงกันจนไม่สามารถแยกออกจากกันได้ และมนุษย์ไม่สามารถดำรงอยู่ได้หากปราศจากสิ่งแวดล้อม (EDF, 2552)

ทฤษฎีทางธุรกิจมากมาย ที่มุ่งเน้นความสำเร็จในเชิงการแข่งขัน การวางกลยุทธ์ต่าง ๆ การสร้างกำไร และความอยู่รอดเป็นทฤษฎีที่เน้นความเก่ง ความสามารถเชิงธุรกิจทุนนิยม เช่น ทฤษฎี SWOT Analysis (Ansoff, 1965); Boston Matrix (BCG, 1970) หรือ Five forces (Porter, 1980); และ Diamond model (Porter, 1990 อ้างถึงใน EDF, 2552) แต่การพัฒนาองค์กรให้มีความ “ดี” มีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมจะก่อให้เกิดความยั่งยืน (Sustainability) CSR จึงไม่ใช่เรื่องใหม่ เพียงแต่เพิ่งได้มีการบัญญัติคำนี้ขึ้นใช้ในวงการธุรกิจเมื่อไม่กี่ปีที่ผ่านมาเอง

ปัจจุบัน องค์กรธุรกิจบางแห่งได้นำกิจกรรม CSR มาเป็นเครื่องมือเพื่อเสริมภาพลักษณ์องค์กร (Corporate image) โดยการสร้างธรรมเนียมปฏิบัติทางธุรกิจที่อำนวยความสะดวกโดยสมัครใจมากกว่าเป็นเพียงการปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับในอุตสาหกรรมหรือกฎหมายบ้านเมืองในด้านต่าง ๆ เช่น การจัดหาและดูแลระบบบำบัดของเสียจากโรงงานให้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำของกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง หรือมากกว่าการมีระบบไว้เพียงเพื่อให้ผ่านการตรวจสอบเกณฑ์ แต่มิได้เปิดใช้งาน และองค์กรสามารถได้รับประโยชน์จากการวางตำแหน่งตราผลิตภัณฑ์ (Brand positioning) ให้อยู่ในใจของลูกค้าเป็นอันดับต้น ๆ ในประเภทสินค้าหรือบริการนั้น ๆ โดยการดำเนินกิจกรรม CSR ร่วมกับการทำตลาดผลิตภัณฑ์ เช่น ร้านกาแฟที่รับซื้อเมล็ดกาแฟในท้องถิ่นหรือจากไร่กาแฟที่ใช้เกษตรอินทรีย์ เป็นต้น นอกจากนี้ องค์กรยังสามารถจัดทำรายงานของกิจการที่เรียกว่า Sustainability report ซึ่งหน่วยงาน Global reporting initiative (GRI) เป็นผู้วางกรอบและแนวทางไว้เพื่อใช้เผยแพร่กิจกรรมทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมขององค์กร โดยในปัจจุบันมีองค์กรธุรกิจที่จัดทำรายงานดังกล่าวนี้แล้วนับพันแห่งทั่วโลก ซึ่งเป็นประเด็นสื่อสารทางการตลาด หรือใช้ CSR เพื่อการกีดกันการแข่งขัน การค้า จนทำให้ CSR กลายเป็นกิจกรรมที่สนองประโยชน์ต่อธุรกิจเป็นอย่างมาก (DEF, 2552)

สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นหน่วยงานของรัฐเป็นรัฐวิสาหกิจที่อยู่ในการกำกับดูแลของกระทรวงการคลัง โดยได้โอนกิจการจากกระทรวงมหาดไทยมาสังกัดกระทรวงการคลัง ตั้งแต่วันที่ 5 เมษายน พ.ศ. 2482 ปัจจุบันมีอายุ 75 ปีแล้ว การดำเนินกิจการต่าง ๆ ภายใต้พระราชบัญญัติสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล พ.ศ. 2517 มีหน้าที่หลักในการพิมพ์สลากกินแบ่งรัฐบาลออกจำหน่าย และนำเงินรายได้ส่งเข้าเป็นงบประมาณแผ่นดินไม่น้อยกว่าร้อยละ 28 เป็นเงินรางวัลร้อยละ 60 เป็นเงินการบริหารกิจการร้อยละ 12 (เป็นส่วนลดให้ผู้จำหน่ายสลากร้อยละ 7 ใช้ดำเนินกิจการ ร้อยละ 3 รวมทั้งการดำเนินการออกรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลด้วย สำหรับเงินที่นำส่งเป็นรายได้แผ่นดินปัจจุบัน 14,000 ล้านบาทต่อปี เป็นงบประมาณที่รัฐบาลนำมาใช้พัฒนาประเทศ สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลถูกจำกัดด้านการบริหารกิจการ ไม่สามารถผลิตสลากรูปแบบใหม่ ๆ ได้เพราะผิดพระราชบัญญัติ 2517 จึงถูกจำกัดด้านการดำเนินกิจการหารายได้เข้ารัฐ ถ้าสามารถกระทำได้จะสามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ที่ผ่านมาสสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลได้นำเงินงบประมาณจากการบริหาร ร้อยละ 3 ประมาณ 200 ล้านบาท/ปี มาใช้ดำเนินกิจกรรมโครงการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมหรือโครงการ CSR ด้วยการบริจาคเงินหรือจัดทำโครงการต่าง ๆ เช่น การมอบทุนการศึกษาให้แก่ นิสิต นักศึกษาในสถาบันของรัฐคนละ 20,000 บาทต่อปี โครงการก่อสร้างอาคารเรียน ห้องสมุด สนามเด็กเล่น การสร้างอาชีพให้แก่คนพิการ เป็นต้น โครงการต่าง ๆ เหล่านี้ สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลได้ดำเนินมาตั้งแต่เริ่มก่อตั้ง (พ.ศ. 2482) เป็นต้นมา เพียงแต่ยังไม่มีใครนำคำว่า CSR มาใช้เพิ่งมีคนรู้จักเมื่อ 10 ปีที่ผ่านมา

ในปัจจุบันกระแสการดำเนินโครงการ CSR มาแรง ทุกหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนต่างมีนโยบายที่จะดำเนินโครงการ CSR ด้วยกันทั้งสิ้น ที่มาและแนวคิดของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลนี้มาให้โอวาท คำว่า HOPE เป็นการหยิบยื่นโอกาสและความหวัง ความสุข ด้วยเงินจากการจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาล ซึ่งท่านเปรียบได้ว่าเป็นเงินอธิฐานในการเสี่ยงโชคเงินที่ถูกรางวัลหรือไม่ถูกรางวัล ควรจะนำกลับไปหยิบยื่นมอบให้กับสังคมด้วยการดำเนินโครงการ CSR

จากวิสัยทัศน์ที่ว่า “เป็นองค์กรสลากระดับสากล รับผิดชอบสังคมด้วยความห่วงใย บริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาล” โดยสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลได้จัดทำโครงการเพื่อตอบสนองกรอบของ CSR มาโดยตลอด ได้แก่ 1) สร้างอาคารเรียนพร้อมครุภัณฑ์ 2) สร้าง/ปรับปรุง/ซ่อมแซมห้องสมุดเพื่อการเรียนรู้ สร้าง/ปรับปรุง/ซ่อมแซมสนามเด็กเล่น ลานกีฬาเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต เพื่อสิ่งแวดล้อม ดังนั้นเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สำนักผู้อำนวยการ ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักจึงดำเนินการจัดทำแผนบูรณาการ ฯ โครงการดังกล่าวขึ้นในปีงบประมาณ พ.ศ. 2555 ซึ่งสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลได้รับประโยชน์จากการวางตำแหน่ง

ตราผลิตภัณฑ์ (Brand positioning) ให้อยู่ในใจของประชาชนเป็นอันดับต้น ๆ โดยการดำเนินกิจกรรม CSR ควบคู่กับการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ (Brand management) พร้อมทั้งเป็นเสริมภาพลักษณ์องค์กร (Corporate image) จากการสนับสนุนและช่วยเหลือสังคม

สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นองค์กรหนึ่งที่ทำให้ความสำคัญต่อภาพลักษณ์ที่ดีต่อประชาชนจึงจำเป็นที่จะต้องศึกษาเพื่อให้ได้ “ภาพลักษณ์” ขององค์กรซึ่งมีผลกระทบต่อองค์กรมีทั้งภาพลักษณ์ด้านบวก และ โดยเฉพาะภาพลักษณ์ด้านลบที่ประชาชนยังมองว่าสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลยังไม่มี ความโปร่งใส และปัญหาอื่น ๆ ที่กล่าวไว้ข้างต้น

อย่างไรก็ตามเงื่อนไขสำคัญในการพัฒนา CSR ให้ประสบผลสำเร็จและเป็นที่ยอมรับในสังคมไปพร้อม ๆ กัน คือ การร้อยเรียงกิจกรรมทางธุรกิจให้มีความสอดคล้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างเป็นเนื้อเดียวกันเพื่อสนับสนุนแนวทางสู่ความเป็นเลิศขององค์กรอย่างยั่งยืนต่อไป

ผู้วิจัยได้ทำความเข้าใจและเห็นคุณค่าของการทำกิจกรรมรับผิดชอบต่อสังคมของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ซึ่งทั่วไปแล้วไม่ว่าจะภาครัฐหรือเอกชนส่วนใหญ่ล้วนทำโครงการรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ การประชาสัมพันธ์ให้แก่องค์กร โดยเฉพาะสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นรัฐวิสาหกิจที่พิมพ์จำหน่าย ออกรางวัลจ่ายรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลและสลากการกุศล มีความเสี่ยงกับสังคมสูง เพราะประชาชนมองเป็นการมอมเมา ล้อกลexus เป็นอุปสรรค จึงได้มีการจัดทำโครงการรับผิดชอบต่อสังคมขึ้นไม่เพียงเพื่อได้รับประโยชน์ แต่ได้รับผลประโยชน์ในเรื่องของการรับรู้รูปแบบของโครงการรับผิดชอบต่อสังคมในการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลด้วย

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการให้ความหมายของโครงการรับผิดชอบต่อสังคมของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล
2. เพื่อศึกษาถึงรูปแบบของการดำเนินโครงการรับผิดชอบต่อสังคมของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล
3. เพื่อศึกษาถึงการรับรู้รูปแบบโครงการรับผิดชอบต่อสังคมของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล
4. เพื่อประเมินภาพลักษณ์ที่ดีที่ได้จากการดำเนินโครงการรับผิดชอบต่อสังคมของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดของสำนักงาน สลากกินแบ่งรัฐบาล (สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล, 2557) มาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ตามแผนภาพ ได้ดังนี้

| INPUT   | PROCESS  | OUTPUT  | OUTCOME  |
|---|--|---|--|
| <p>ผู้วิจัยศึกษาถึง การให้ความหมาย รูปแบบและ การรับรู้รูปแบบ ของโครงการ ความรับผิดชอบ ต่อสังคม ในการส่งเสริม ภาพลักษณ์ ที่ดีของสำนักงาน สลากกินแบ่ง รัฐบาล</p> <p>(สถาบันธุรกิจ เพื่อสังคม (2554)</p> | <p>วิธีการสัมภาษณ์ และแจก แบบสอบถาม การศึกษาวิจัย เรื่องการรับรู้ รูปแบบของ โครงการ ความรับผิดชอบ ต่อสังคมใน การส่งเสริม ภาพลักษณ์ที่ดี ของสำนักงาน สลากกินแบ่ง รัฐบาล</p> | <p>เพื่อทราบถึง ความหมาย รูปแบบและ การรับรู้รูปแบบ ของโครงการ ความผิดชอบ ต่อสังคมเพื่อ สร้างภาพลักษณ์ ที่ดีให้แก่ สำนักงาน สลากกินแบ่ง รัฐบาล จากการ ที่ได้ไปสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่าง 18 คน (สำนักงาน สลากกินแบ่ง รัฐบาล, 2557)</p> | <p>นำข้อมูลที่ได้มา ไปประยุกต์ใช้ เป็นแนวทางใน การพัฒนาในเรื่อง การจัดทำโครงการ ความรับผิดชอบ ต่อสังคมของ สำนักงานสลาก กินแบ่งรัฐบาล</p> |

ภาพที่ 1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงความหมายของโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของสำนักงาน สลากกินแบ่งรัฐบาล
2. ทำให้ทราบรูปแบบโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของสำนักงาน สลากกินแบ่งรัฐบาล
3. ทำให้ทราบการรับรู้รูปแบบโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของสำนักงาน สลากกินแบ่งรัฐบาล
4. ทำให้ทราบถึงกระบวนการขั้นตอนการดำเนิน โครงการที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมในการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล

## ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมุ่งศึกษาถึงการให้ความหมาย การรับรู้รูปแบบ ของการดำเนินโครงการที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ในการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ประกอบด้วย 4 โครงการ คือ โครงการจัดสร้างอาคารเรียนพร้อมครุภัณฑ์ 1 หลัง/ โครงการจัดสร้าง/ ปรับปรุง/ ซ่อมแซมห้องสมุดเพื่อการเรียนรู้/ โครงการจัดสร้าง/ ปรับปรุง/ ซ่อมแซมสนามเด็กเล่นพร้อมเครื่องเล่น ที่มีคุณภาพ/ โครงการเพื่อสิ่งแวดล้อม
2. ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูล ผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยครั้งนี้ คือ บุคลากรในสำนักงาน สลากกินแบ่งรัฐบาล โดยมุ่งศึกษาถึง การให้ความหมาย การรับรู้รูปแบบ ของการดำเนินโครงการที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมในการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของสำนักงาน สลากกินแบ่งรัฐบาล

## นิยามศัพท์เฉพาะ

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดความหมาย ในการทำความเข้าใจ ดังนี้

- การรับรู้ หมายถึง การรับรู้ของพนักงานที่มีต่อโครงการรับผิดชอบต่อสังคมของ สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ประกอบด้วย 4 โครงการ ได้แก่ 1) โครงการจัดสร้างอาคารเรียนพร้อมครุภัณฑ์ 1 หลัง 2) โครงการจัดสร้าง/ ปรับปรุง/ ซ่อมแซมห้องสมุดเพื่อการเรียนรู้ 3) โครงการจัดสร้าง/ ปรับปรุง/ ซ่อมแซมสนามเด็กเล่นพร้อมเครื่องเล่นที่มีคุณภาพ 4) โครงการเพื่อสิ่งแวดล้อม

การรับรู้รูปแบบ หมายถึง การรับรู้ถึงรูปแบบของโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม  
ของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล

ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพรวมของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลที่ทุกภาคส่วนได้รับรู้  
ได้สัมผัสเกิดความรู้สึกที่ดี ๆ ในการเป็นองค์การที่หยิบยื่น โอกาสสิ่งดี ๆ ช่วยเหลือสังคมไม่ใช่  
องค์การที่มอมเมา ทุกคนสามารถรับรู้ได้ว่าสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลมีส่วนร่วมในการพัฒนา  
คุณภาพชีวิต สร้างประโยชน์แก่สังคม และเกิดความประทับใจ

บุคลากร หมายถึง พนักงานของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล

สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล (The government lottery office) หมายถึง หน่วยงาน  
รัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงการคลัง ทำหน้าที่พิมพ์จำหน่าย และออกรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาล  
รวมทั้งจ่ายเงินรางวัลให้แก่ผู้ถูกรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาล และมีหน้าที่นำเงินรายได้จาก  
การจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาลส่งให้กระทรวงการคลังเป็นรายได้แผ่นดิน โดยกำหนดการจัดส่ง  
รายได้ต้องไม่น้อยกว่าร้อยละ 28% เป็นรัฐวิสาหกิจประเภทหารายได้ส่งเข้ารัฐ ดังคำขวัญที่ว่า  
“ช่วยราษฎร์ เสริมรัฐ ยืนหยัดยุติธรรม”

โครงการที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล  
หมายถึง โครงการ (Corporate Social Responsibility: CSR) เป็นการดำเนินโครงการของสำนักงาน  
สลากกินแบ่งรัฐบาลที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยการทำกิจกรรมหรือแผนงานล่วงหน้า  
ที่จัดทำขึ้นอย่างมีระบบประกอบไปด้วยกิจกรรมย่อยหลายกิจกรรมที่ต้องใช้ทรัพยากรในการ  
ดำเนินงานที่สามารถทำการวิเคราะห์วางแผนและนำไปปฏิบัติ พร้อมทั้งมีลักษณะแจ้งชัดถึง  
จุดเริ่มต้นและจุดสิ้นสุด และคาดหวังที่จะได้ผลตอบแทนอย่างคุ้มค่า โดยแผนสำหรับกิจกรรม  
ต่าง ๆ ต้องระบุวัตถุประสงค์ตามระยะเวลาที่กำหนด แต่ละโครงการมีเป้าหมายเพื่อความรับผิดชอบต่อ  
ต่อสังคม



## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การรับรู้รูปแบบของโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมในการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ได้ดำเนินการศึกษา ค้นคว้า เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามขั้นตอน ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้
2. แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบของความรับผิดชอบต่อสังคม
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร
4. แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม
5. ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการรับผิดชอบต่อสังคมของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้

การรับรู้เป็นพื้นฐานการเรียนรู้ที่สำคัญของบุคคลเพราะการตอบสนองพฤติกรรมใด ๆ จะขึ้นอยู่กับการรับรู้จากสภาพแวดล้อมของตนและความสามารถในการแปลความหมายของสภาพนั้น ๆ ดังนั้นการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ จึงขึ้นอยู่กับปัจจัยการรับรู้และสิ่งเร้าที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งปัจจัยการรับรู้ ประกอบด้วย ประสาทสัมผัส และปัจจัยทางจิต คือ ความรู้เดิม ความต้องการ และเจตคติ เป็นต้น การรับรู้จะประกอบด้วยกระบวนการ 3 ด้าน คือ การรับสัมผัส การแปลความหมายและอารมณ์ การรับรู้เป็นผลเนื่องมาจากการที่มนุษย์ใช้อวัยวะรับสัมผัส (Sensory motor) ซึ่งเรียกว่า เครื่องรับ (Sensory) ทั้ง 5 ชนิด คือ ตา หู จมูก ลิ้น และผิวหนัง จากการวิจัยมีการค้นพบว่า การรับรู้ของคนเกิดจากการเห็นร้อยละ 75 จากการได้ยินร้อยละ 13 การสัมผัส ร้อยละ 6 กลิ่น ร้อยละ 3 และรส ร้อยละ 3 การรับรู้จะเกิดขึ้นมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับสิ่งที่มีอิทธิพล หรือปัจจัยในการรับรู้ ได้แก่ ลักษณะของผู้รับรู้ ลักษณะของสิ่งเร้า การที่มนุษย์จะรับรู้และสามารถพัฒนาจนเป็นการเรียนรู้ได้ดีหรือไม่ขึ้น ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2545 อ้างถึงใน ชีร์ ไชยสมบัติ, 2553)

1. สถิติปัญญา ผู้มีสติปัญญาสูงกว่าย่อมรับรู้ได้ดีกว่าผู้มีสติปัญญาต่ำกว่า
2. การสังเกตและพิจารณา ขึ้นอยู่กับความชำนาญ และความสนใจต่อสิ่งเร้า

3. คุณภาพของจิตในขณะนั้น ถ้ามีความเหนียวอ่อน เครียด หรืออารมณ์ขุ่นมัว อาจทำให้แปลความหมายของสิ่งเร้าที่สัมผัสได้ไม่ดี แต่ในทางตรงกันข้าม หากสภาพจิตใจผ่อนคลายปลอดโปร่งก็จะทำให้การรับรู้และการเรียนรู้เป็นไปด้วยดี และเป็นระบบ

### การจัดระบบการรับรู้

มนุษย์เมื่อพบสิ่งเร้าไม่ได้รับรู้ตามที่สิ่งเร้าปรากฏแต่นำมาจัดระบบตามหลัก ดังนี้

1. หลักแห่งความคล้ายคลึง (Principle of similarity) สิ่งเร้าใดที่มีความคล้ายกันจะรับรู้ว่าเป็นพวกเดียวกัน โดยบุคคลจะรับรู้ได้ขึ้นเมื่อสิ่งเร้ามาเร้าประสาทที่ต้นตัว เกิดการรับสัมผัสกับอวัยวะรับสัมผัสด้วยประสาททั้ง 5 แล้วส่งกระแสสัมผัสไปยังระบบประสาทส่วนกลาง ทำให้เกิดการแปลความหมายขึ้น โดยอาศัยประสบการณ์เดิมและอื่น ๆ ว่าสิ่งนั้นมีลักษณะ รูปร่าง และอื่น ๆ ที่คล้ายกัน

2. หลักแห่งความใกล้ชิด (Principle of proximity) สิ่งเร้าที่มีความใกล้กันจะรับรู้ว่าเป็นพวกเดียวกัน โดยบุคคลจะรับรู้ได้ขึ้นเมื่อสิ่งเร้ามาเร้าประสาทที่ต้นตัว เกิดการรับสัมผัสกับอวัยวะรับสัมผัสด้วยประสาททั้ง 5 แล้วส่งกระแสสัมผัสไปยังระบบประสาทส่วนกลาง ทำให้เกิดการแปลความหมายขึ้น โดยอาศัยประสบการณ์เดิมและอื่น ๆ ว่าสิ่งนั้นมีความสัมพันธ์กัน มีลักษณะ รูปร่างที่คล้ายกัน

3. หลักแห่งความสมบูรณ์ (Principle of closure) เป็นรับรู้สิ่งที่ไม่สมบูรณ์ให้สมบูรณ์ขึ้น โดยบุคคลจะรับรู้ได้ขึ้นเมื่อ สิ่งเร้ามาเร้าประสาทที่ต้นตัว เกิดการรับรู้สัมผัสกับอวัยวะรับสัมผัสด้วยประสาททั้ง 5 แล้วส่งกระแสสัมผัสไปยังระบบประสาทส่วนกลาง ทำให้เกิดการแปลความหมายขึ้น โดยอาศัยประสบการณ์เดิมและอื่น ๆ ว่าสิ่งนั้นไม่สมบูรณ์ (วิชาการคอตคอม, 2552)

ความคงที่ของการรับรู้ (Perceptual constancy) ความคงที่ในการรับรู้มี 3 ประการ ได้แก่

1. การคงที่ของขนาด
2. การคงที่ของรูปแบบ รูปทรง
3. การคงที่ของสีและแสงสว่าง

การรับรู้ที่ผิดพลาด แม้ว่ามนุษย์มีอวัยวะรับสัมผัสถึง 5 ประเภท แต่มนุษย์ก็ยังรับรู้ผิดพลาดได้ เช่น ภาพลวงตา การรับฟังความบอกเล่าทำให้เรื่องบิดเบือนไป การมีประสบการณ์และค่านิยมที่แตกต่างกัน ดังนั้นการรับรู้ถ้าจะให้ถูกต้องจะต้องรับรู้โดยผ่านประสาทสัมผัสหลายทางผ่านกระบวนการคิดไตร่ตรองให้มากขึ้น

### ทฤษฎีการรับรู้

ทฤษฎีการรับรู้ คือ กระบวนการที่ทำให้คนเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ความคิด ความสามารถเรียนได้จากการได้ยิน การสัมผัส การอ่าน การใช้เทคโนโลยี การเรียนรู้ของเด็ก

และผู้ใหญ่จะต่างกัน เด็กจะเรียนรู้ด้วยการเรียนในห้อง การซักถาม ผู้ใหญ่มักเรียนรู้ด้วยประสบการณ์ที่มีอยู่ แต่การเรียนรู้จะเกิดขึ้นจากประสบการณ์ที่ผู้สอนนำเสนอ โดยการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนและผู้เรียน ผู้สอนจะเป็นผู้สร้างบรรยากาศทางจิตวิทยาที่เอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้ที่จะให้เกิดขึ้นเป็นรูปแบบใดก็ได้ เช่น ความเป็นกันเอง ความเข้มงวดกวดขัน หรือความไม่มีระเบียบวินัย สิ่งเหล่านี้ผู้สอนจะเป็นผู้สร้างเงื่อนไข และสถานการณ์เรียนรู้ให้กับผู้เรียน ดังนั้นผู้สอนจะต้องพิจารณาเลือกรูปแบบการสอน รวมทั้งการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้เรียน

กฤติยา เสตะพันธุ์ (2553, หน้า 7) ระบุว่า การรับรู้ หมายถึง การที่บุคคลสามารถรับรู้สิ่งต่าง ๆ ได้ โดยอาศัยประสาทสัมผัสทั้งห้า คือ การได้ยิน ได้เห็น ได้กลิ่น ได้ลิ้มรส และได้สัมผัส แล้วตีความหมาย หรือแสดงการรับรู้จากการที่ได้สัมผัสสิ่งเร้าเหล่านั้นแตกต่างกันไปตามการปรุงแต่งของแต่ละคน ซึ่งเป็นการแปลความหมายของข่าวสาร โดยการสังเกตของแต่ละบุคคล การรับรู้ได้รับอิทธิพลจากสิ่งต่าง ๆ การรู้จักแล้วทำให้เกิดความเข้าใจ การตีความและการตอบสนองในบางครั้งมองเห็นในสิ่งเดียวกันก็อาจมีการรับรู้ที่แตกต่างกันได้

ทั้งนี้แบบจำลองของการสื่อสาร มีองค์ประกอบสำคัญ ดังนี้

1. ผู้ส่งสารหรือแหล่งสาร (Source) หมายถึง ผู้ถ่ายทอดสารและแหล่งของสาร
2. สาร (Message) หมายถึง เนื้อหาสาระ ข้อมูลต่าง ๆ ที่สนคดี คำนิยาม
3. ช่องทางสื่อ (Channel) เป็นโอกาส คู่ทาง วิธีการถ่ายทอดข่าวสารไปยังผู้รับโดยการใช้สื่อมวลชนเป็นสื่อในการนำสาร เช่น หนังสือพิมพ์ วารสาร วิทยุ โทรทัศน์ รวมทั้งช่องทางสื่อสารระหว่างบุคคล เช่น การติดต่อระหว่างบุคคล เป็นต้น
4. ผู้รับสาร (Receiver) เป็นจุดหมายปลายทางที่ผู้ส่งสารต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

ตามปกติเมื่อผู้รับข่าวสารได้รับข่าวสารแล้ว จะมีปฏิกิริยาเป็นข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) ให้เห็น ซึ่งผู้ส่งข่าวสารอาจดูได้จากปฏิกิริยาย้อนกลับว่าผู้รับสารมีความเข้าใจไม่เข้าใจ เห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วยอย่างไร การรับรู้ข้อมูล ข่าวสารสามารถกระทำได้โดยอาศัยปัจจัยช่องทางการติดต่อสื่อสารซึ่งมีอยู่หลายทาง ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือการติดต่ออย่างใกล้ชิดกับสื่อบุคคล

**องค์ประกอบของการเรียนรู้**

องค์ประกอบสำคัญที่เป็นพื้นฐานของการรับรู้อยู่ด้วยกันหลายอย่างเพราะการรับรู้พื้นฐานที่สำคัญต่อการเข้าใจพฤติกรรมบุคคล สามารถจำแนกได้ ดังนี้

1. สมอและระบบประสาท ระบบประสาทของคนประกอบด้วยสมอง ไขสันหลัง และเส้นประสาท ซึ่งเป็นอวัยวะทำหน้าที่รับความรู้สึกต่าง ๆ ทำให้มนุษย์มีสติปัญญาเฉลียวฉลาด

มีความเข้าใจ สามารถเรียนรู้ วิเคราะห์ และควบคุมเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ได้ดีกว่ามี  
ประสิทธิภาพสูงกว่าสัตว์ชนิดอื่น ดังนั้นการเรียนรู้ที่เกี่ยวข้องกับความคิด ความทรงจำ  
และการรับรู้ ต้องอาศัยการทำของสมองและระบบประสาทเป็นพื้นฐานสำคัญ

2. แรงขับ แรงขับเป็นภาวะการณ์กระตุ้นหรือเร้าให้ร่างกายแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ  
ออกมาในทางจิตวิทยาแบ่งแรงขับออกเป็น 2 อย่างคือ แรงขับพื้นฐานและแรงขับที่เกิดจากการรับรู้

3. สิ่งเร้าและแรงจูงใจ สิ่งเร้าและแรงจูงใจเป็นแรงกระตุ้นที่สำคัญยิ่งในกระบวนการ  
เรียนรู้เพราะการเรียนรู้จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อถูกกระตุ้นด้วยสิ่งเร้าและแรงจูงใจ จึงทำให้เกิด  
การตอบสนองขึ้นเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ชัดเจน

4. การเสริมแรง เป็นการกระตุ้นให้บุคคลพัฒนาพฤติกรรมเพื่อการรับรู้ เพราะเมื่อ  
แสดงพฤติกรรมแล้วได้รับการเสริมแรงจึงอยากแสดงพฤติกรรมซ้ำอีก การเสริมแรงมีทั้ง  
การเสริมแรงทางบวก และการเสริมแรงทางลบ เช่นเดียวกับแรงจูงใจ จะเห็นได้ว่า นอกจาก  
การให้แรงจูงใจต่อผู้เรียนแล้ว การรู้จักเสริมแรงพฤติกรรมตอบสนองซึ่งเป็นที่พึงปรารถนา  
จึงเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างหนึ่งในกระบวนการของการรับรู้

#### ลำดับขั้นของการรับรู้

ในกระบวนการรับรู้ของคนเรานั้น จะประกอบด้วยลำดับขั้นตอนพื้นฐานที่สำคัญ  
3 ขั้นตอนด้วยกัน คือ 1) ประสบการณ์ 2) ความเข้าใจ 3) ความนึกคิด

1. ประสบการณ์ (Experiences) ในบุคคลปกติทุกคนจะมีประสาทรับรู้ด้วยกันทั้งนั้น  
ส่วนใหญ่นั้นที่เข้าใจก็คือ ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ซึ่งได้แก่ ตา หู จมูก ลิ้น และผิวหนัง ประสาทรับรู้  
เหล่านี้จะเป็นเสมือนช่องประตูที่จะให้บุคคลได้รับรู้และตอบสนองต่อสิ่งเร้าต่าง ๆ ถ้าไม่มีประสาท  
รับรู้เหล่านี้แล้ว บุคคลจะไม่มีโอกาสรับรู้หรือมีประสบการณ์ใด ๆ เลย ซึ่งก็เท่ากับเขาไม่สามารถ  
เรียนรู้สิ่งใด ๆ ได้ด้วยประสบการณ์ต่าง ๆ ที่บุคคลได้รับนั้นย่อมจะแตกต่างกัน บางชนิดก็เป็น  
ประสบการณ์ต่าง ๆ ที่บุคคลได้รับนั้นย่อมจะแตกต่างกัน บางชนิดก็เป็นประสบการณ์ตรงบางชนิด  
เป็นประสบการณ์แทน บางชนิดเป็นประสบการณ์รูปธรรม และบางชนิดเป็นประสบการณ์  
นามธรรม หรือเป็นสัญลักษณ์

2. ความเข้าใจ (Understanding) หลังจากบุคคลได้รับประสบการณ์แล้ว ขั้นต่อไปก็คือ  
ตีความหมายหรือสร้างมโนคติ (Concept) ในประสบการณ์นั้น กระบวนการนี้เกิดขึ้นในสมอง  
หรือจิตของบุคคล เพราะสมองจะเกิดสัญญาณ (Percept) และมีความทรงจำ (Retain) ขึ้นซึ่งเราเรียก  
กระบวนการนี้ว่า “ความเข้าใจ” ในการเรียนรู้ นั้น บุคคลจะเข้าใจประสบการณ์ที่เขาประสบได้  
ก็ต่อเมื่อเขาสามารถจัดระเบียบ (Organize) วิเคราะห์ (Analyze) และสังเคราะห์ (Synthesis)  
ประสบการณ์ต่าง ๆ จนกระทั่งหาความหมายอันแท้จริงของประสบการณ์นั้นได้

3. ความนึกคิด (Thinking) ความนึกคิดถือว่าเป็นขั้นสุดท้ายของการเรียนรู้ ซึ่งเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นในสมอง โดยความนึกคิดที่มีประสิทธิภาพนั้น ต้องเป็นความนึกคิดที่สามารถจัดระเบียบ (Organize) ประสบการณ์เดิมกับประสบการณ์ใหม่ที่ได้รับให้เข้ากันได้ สามารถที่จะค้นหาความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ทั้งเก่าและใหม่ ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญที่จะทำให้เกิดบูรณาการการเรียนรู้อย่างแท้จริง (ทฤษฎีการรับรู้ Perception Theory) (วิชาการคอตคอม, 2552)

### กระบวนการของการรับรู้

กระบวนการของการเรียนรู้มีขั้นตอนดังนี้คือ

1. มีสิ่งเร้า (Stimulus) มาเร้าอินทรีย์ (Organism)
2. อินทรีย์เกิดการรับสัมผัส (Sensation) ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ตา หู จมูก ลิ้น ผิวกาย
3. ประสาทสัมผัสส่งกระแสสัมผัสไปยังระบบประสาทเกิดการรับรู้ (Perception)
4. สมองแปลผลออกมาว่าสิ่งที่สัมผัสคืออะไรเรียกว่าความคิดรวบยอด (Conception)
5. พฤติกรรมได้รับคำสั่งแปลผลทำให้เกิดความคิดรวบยอดที่เกิดการเรียนรู้ (Learning)
6. เมื่อเกิดกระบวนการรับรู้บุคคลก็จะเกิดการตอบสนอง (Response พฤติกรรมนั้น ๆ)

ตัวอย่างเช่น เราฝึกสัตว์ให้สามารถทำกิจกรรมใด ๆ ก็ได้ อาจเป็นการเล่นลูกบอลโยนห่วง หรือให้นักพิราบจับบัตรสี หรือหัดให้ลิงชิมแพนซีวาดรูปภาพต่าง ๆ หรือให้นักแก้วเข้าบ้านโดยส่งเสียงร้องเวลาที่คนแปลกหน้าเข้าบ้าน กิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ จะต้องมีกระบวนการคือมีสิ่งเร้ามาเร้าอินทรีย์ ถ้าในที่นี้อินทรีย์คือตัวแกลก ตัวแกลกก็จะรู้สึก การเกิดความรู้สึกเราเรียกว่าเกิดการรับสัมผัส จะด้วยทางตา หู จมูก ลิ้น ผิวกาย ประสาทสัมผัสจะทำให้เกิดการรับรู้ สมองก็จะแปลความหมาย พฤติกรรมที่สมองแปลความหมายเรียกว่าเกิดการเรียนรู้ จะให้เรียนรู้ได้ต้องทำบ่อย ๆ โดยนักจิตวิทยาให้แกลกจับลูกบอลบ่อย ๆ พร้อมให้แรงเสริมด้วยอาหารที่เจ้าแกลกชอบ ก่อนให้อาหารก็ให้เจ้าแกลกจับลูกบอลบ่อย ๆ ทำซ้ำ ๆ หลายครั้งเจ้าแกลกก็จะเกิดการเรียนรู้ว่าถ้าทำกิจกรรมจับลูกบอลแล้วพัฒนาไปถึงขั้นโยนลูกบอลเข้าห่วงก็จะได้อาหาร การเรียนรู้ก็จะเกิดขึ้นคือถ้าเจ้าแกลกหิวก็จับลูกบอลโยนห่วงเป็นต้น (วิชาการคอตคอม, 2552)

### การประชาสัมพันธ์

Duncan (2005; ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2545 อ้างถึงใน ชีร์ ไชยสมบัติ, 2553) ได้ให้คำจำกัดความถึงการประชาสัมพันธ์ (Public relations) ไว้ว่าเป็นการสื่อสารเพื่อส่งเสริมให้เกิดความเข้าใจทั้งสองฝ่ายระหว่างองค์กรกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่เจ้าหน้าที่รัฐบาล พนักงาน องค์กร ชุมชนต่าง ๆ และสื่อ โดยการประชาสัมพันธ์ยังทำหน้าที่เป็นเหมือนแหล่งข้อมูลและช่องทางการสื่อสารระหว่างองค์กรกับสาธารณชน สร้างความตระหนัก และทำให้เกิดความสนใจต่อนโยบายและกิจกรรมขององค์กรผ่านการใช้สื่อที่เหมาะสม

เช่น บุคลากร กิจกรรมต่าง ๆ จดหมายข่าว แผ่นพับ รายงานประจำปี และการโฆษณา ข้อดีของการประชาสัมพันธ์ สามารถสร้างการตระหนักรู้และความรู้ตราสินค้าสร้างให้เกิดการยอมรับในองค์กรและชื่อเสียงขององค์กรได้ ซึ่งผลดีต่อตราสินค้า เนื่องจากจะส่งผลให้เกิดการยอมรับตราสินค้าที่ติดตามไปด้วย นอกจากนี้ วิธีนี้ยังเป็นการเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับตราสินค้าที่มีประสิทธิภาพได้มากกว่าเครื่องมือการสื่อสารอื่น ๆ เนื่องจากการรับรองของกลุ่มบุคคลที่สาม ซึ่งเป็นการนำเสนอข้อมูลผ่านสื่อซึ่งเป็นกลาง ไม่มีผลประโยชน์แอบแฝงกับความสำเร็จหรือล้มเหลวของตราสินค้า อีกทั้งการสื่อสารผ่านรูปแบบของกิจกรรมต่าง ๆ ที่สร้างสรรค์ เช่น การปรากฏตัวของผู้มีชื่อเสียงในงานย่อมทำให้ได้รับความสนใจและสร้างความน่าเชื่อถือได้มากกว่าเครื่องมือการสื่อสารประเภทอื่น ๆ ท่ามกลางสภาพการแข่งขันปัจจุบัน และการประชาสัมพันธ์ยังสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้รับสารกลุ่มเฉพาะที่สื่ออื่น ๆ เช่น โทรทัศน์ หรือนิตยสารไม่สามารถเข้าถึงได้ เช่น กลุ่มนักธุรกิจ และที่สำคัญเป็นเครื่องมือการสื่อสารที่คุ้มทุนมากที่สุดเนื่องจากเป็นสื่อที่ไม่มีการเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ

สำหรับข้อเสีย คือ นักการตลาดไม่สามารถควบคุมข้อความได้ เนื่องจากได้รับการควบคุมผ่านสื่อ คือ บรรณาธิการ หรือนักข่าว และไม่สามารถควบคุมความบ่อยของการที่ข่าวจะได้ลงในหนังสือพิมพ์อีกทั้งยังไม่สามารถวัดมูลค่าที่เกิดขึ้นได้เพราะไม่สามารถวัดผลได้เชิงพฤติกรรมเนื่องจากส่วนใหญ่แล้วจะมีอิทธิพลต่อทัศนคติและความคิดเห็นของผู้บริโภค

เครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์นั้นมีอยู่หลายประเภท ได้แก่ ข่าวประชาสัมพันธ์ (News releases or press releases) ข่าว ภาพข่าว เทป ซีดี การกระจายเสียง วิทยุทัศน์เกี่ยวกับกิจกรรมขององค์กรที่ส่งมอบให้กับสื่อ แพ้มีข่าว (Press kit) หมายถึง การรวบรวมข้อมูลทั้งข่าวประชาสัมพันธ์ ภาพประชาสัมพันธ์ ประวัติความเป็นมาขององค์กร ศูนย์ทพจน์ของผู้บริหาร รวมทั้งชื่อของผู้ติดต่อเพื่อแจกให้แก่ นักข่าวในงานประชุมแถลงข่าว (Press conference) ซึ่งเป็นการจัดงานแถลงข่าวเกี่ยวกับองค์กรและกิจกรรมขององค์กร การเยี่ยมชมสื่อ (Media tour) เป็นการเดินทางเพื่อไปพบและเยี่ยมนักข่าวและสื่อต่าง ๆ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน ในระยะยาวกิจกรรมต่าง ๆ (Media event) ซึ่งเป็นการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ งานเปิดตัวสินค้าใหม่ โปรโมชันใหม่ เป็นต้น ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร (Fact sheets) หมายถึง การสรุปข้อมูลเกี่ยวกับประวัติและความเป็นมาขององค์กร เพื่อที่สื่อมวลชนจะได้นำมาใช้ในการเขียนข่าว เป็นต้น

จากแนวคิดดังกล่าว สรุปได้ว่า ในการสื่อสารผู้ส่งและผู้รับจะสามารถเข้าใจกันได้ดีเพียงใดย่อมขึ้นอยู่กับทักษะ ทัศนคติ ความรู้ ระบบสังคมและวัฒนธรรมของทั้งสองฝ่าย ถ้าทั้งผู้ส่งและผู้รับมีสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้สอดคล้องกันมากจะทำให้การสื่อสารนั้นมีประสิทธิผลดียิ่งขึ้น เพราะต่างฝ่ายต่างมีความเข้าใจซึ่งกันและกัน และสามารถจัดอุปสรรคในการสื่อสารระหว่างผู้ส่งและผู้รับออกไปได้

ดังนั้นแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารข้างต้น สามารถนำมาใช้กับงานวิจัยในครั้งนี้ โดยสรุปว่า การที่บุคคลจะรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ จากสื่อดังต่อไปนี้ คือ สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจในรูปแบบที่หลากหลายขึ้นอยู่กับทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อและแรงจูงใจของบุคคล จึงทำให้บุคคลจำเป็นต้องทำความเข้าใจกับข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอเพื่อจะได้พิจารณาแยกแยะถึงคุณประโยชน์ของข่าวสารที่ได้รับ ตัวอย่างเช่น การรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการชำระเงินผ่านบัญชีของผู้ใช้น้ำ สามารถรับรู้ข่าวผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ประกอบด้วย แผ่นพับ จดหมายเวียน ป้ายประกาศ อินเทอร์เน็ต และผ่านการณรงค์ของสำนักงานเพื่อเผยแพร่ไปยังสาธารณชนซึ่งเป็นวิธีที่ได้ผลที่สุดเพราะเป็นการสื่อสารในลักษณะสองทางที่ผู้ใช้น้ำสามารถสอบถามข้อสงสัยได้เมื่อเกิดความไม่เข้าใจ

จากการให้ความหมายต่าง ๆ ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น พอจะสรุปได้ว่า การรับรู้คือ กระบวนการที่มนุษย์ติดต่อสื่อสารกับสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัว โดยมนุษย์จะทำการแปลผลหรือตีความหมายของสิ่งเร้าหรือสถานการณ์ต่าง ๆ ในสภาพแวดล้อมผ่านอวัยวะรับสัมผัสทั้ง 5 และทำความเข้าใจในสิ่งแวดล้อมที่สัมผัสได้แล้วทำการตอบสนองกลับไปอย่างเหมาะสม แต่ละคนอาจตีความในสิ่งแวดล้อมที่เหมือนกันออกไปในทางต่าง ๆ กันขึ้นอยู่กับพื้นฐานทางจิตใจและความคิดของแต่ละคน เนื่องจากสิ่งแวดล้อมมีความซับซ้อนเป็นอย่างมาก มนุษย์จึงเลือกรับรู้เฉพาะข้อมูลที่พวกเขาสนใจ ซึ่งการรับรู้จะมีความแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล โดยกระบวนการเลือกสรรและการจัดระเบียบข้อมูล ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ในอดีตหรือข้อมูลเดิมที่เรารู้มาของบุคคลนั้น ๆ

#### **การรับรู้มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม**

แม้ว่าจุดประสงค์ของการทำกิจกรรม CSR จะมีอยู่หลากหลายประเด็น แต่กิจกรรมส่วนใหญ่มีแก่นนี้ก็คือ มูลค่าของกิจการที่มาจากความจงรักภักดี ความพอใจ การรับรู้ของลูกค้า ซึ่งหากเป็นเช่นนั้นกิจกรรม CSR ก็จะต้องพิจารณาปัจจัยบางประการเป็นกรณีพิเศษที่แตกต่างจากการทำกิจกรรม CSR เพื่อเป้าหมายอย่างอื่น

แนวทางในการดำเนินการเพื่อให้ลูกค้าของกิจการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม CSR ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มปริมาณการซื้อสินค้าและบริการ ระดับความพอใจต่อกิจการ หรือระดับการรับรู้ของลูกค้าต่อคุณค่าของกิจกรรมเพิ่มขึ้น ได้แก่

#### **ประการที่ 1 การบริหารกิจกรรม CSR ในลักษณะของพอร์ต (CSR Portfolio)**

เนื่องจากลูกค้าของกิจการมีหลายกลุ่ม แต่ละกลุ่มต้องการมีส่วนร่วมและมีการรับรู้เกี่ยวกับ CSR ของกิจการแตกต่างกัน ดังนั้นกิจการจึงควรกระทำกิจกรรม CSR ที่หลากหลายให้สามารถกระจายออกไปยังลูกค้ากลุ่มต่าง ๆ ไม่ควรกระจุกตัวกิจกรรมเฉพาะลูกค้าเพียงกลุ่มใด

กลุ่มหนึ่งเท่านั้นเพราะเป็นการเสี่ยงมากเกินไป นอกจากพิจารณาจากลักษณะของลูกค้าเป็นกลุ่มย่อยแล้ว กิจกรรมอาจจะแยกกิจกรรม CSR ตามโมเดลธุรกิจ ลักษณะของธุรกิจการให้บริการแก่ลูกค้า หรือตามลักษณะและประเภทของโครงการหรือโปรแกรมที่ทำอยู่ในกิจการที่บุคลากรแต่ละคนรับผิดชอบงานหลายโครงการหรือหลายโปรแกรม ก็อาจจะใช้โปรแกรมเหล่านั้นว่าเป็นพอร์ตได้เช่นกัน เพราะแต่ละโครงการให้คุณค่า (Value) แก่กิจการแตกต่างกัน

ประการที่ 2 การเสียสละคุณค่าของตนเองของลูกค้าให้กับงาน CSR ของกิจการต้องคุ้มค่าในขณะที่ลูกค้าส่งเสริมกิจการ CSR ของกิจการลูกค้าอาจจะต้องเสียสละคุณค่าบางอย่างของตนเอง เช่น

1. การบริโภคกาแฟออร์แกนิกอาจจะรสชาติไม่ดีเท่ากาแฟปกติ
2. การใช้รถยนต์ประหยัดพลังงานอาจจะเร่งเครื่องไม่ขึ้น

แต่ถ้ากิจการทำให้ลูกค้ารับรู้ว่าการเสียสละของพวกเขาให้ผลที่คุ้มค่าก็ย่อมจะได้รับการยอมรับจากลูกค้าได้ไม่ยาก แผนงานการสื่อสารเพื่อสร้างความมั่นใจแก่ลูกค้าเกี่ยวกับความคุ้มค่าของการยอมเสียสละบางอย่างจึงเป็นส่วนที่กิจการจะละเลยไม่ได้

ประการที่ 3 การจัดเรียงลำดับความสำคัญของ CSR ที่กิจกรรมด้านผลิตภัณฑ์เป็นสำคัญ เนื่องจากกิจกรรมของ CSR มีหลายระดับ ตั้งแต่การทำกิจกรรมการกุศล การปรับกระบวนการดำเนินธุรกิจให้คำนึงถึงสังคมมากขึ้น และการเปิดตลาดใหม่และผลิตภัณฑ์ใหม่ตามแนวทางกรีน หากกิจการต้องการสร้างมูลค่าเพิ่มจากลูกค้าของกิจการ กิจการควรจะกำหนดน้ำหนักของกิจกรรม CSR อยู่ที่ว่าเปิดตลาดใหม่และผลิตภัณฑ์ใหม่ตามแนวทางกรีนเป็นอันดับแรก และให้ความสำคัญเหนือกว่าการปรับกระบวนการดำเนินธุรกิจแบบกรีน หรือกิจกรรมการกุศลแบบพื้นฐาน เพราะสิ่งนี้น่าจะเป็นความคาดหวังและปรัชญาของลูกค้าของกิจการเช่นกัน และจะทำให้คุณค่าของลูกค้าที่ประเมินตนเองในการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม CSR

ประการที่ 4 การให้ความสำคัญกับการทำความรู้จักรูปแบบของลูกค้ากิจการ รูปแบบของลูกค้ามีความสำคัญอย่างยิ่งในการประเมินผลลัพธ์และประโยชน์หรือคุณค่าของการทำกิจกรรม CSR ของกิจการ โดยทั่วไปลูกค้าของกิจการจะมี 2 กลุ่มหลัก

1. กลุ่มที่ต้องการเพิ่มคุณค่าแก่ตนเองในการร่วมกิจกรรม CSR
2. กลุ่มที่ต้องการเพิ่มคุณค่าของสิ่งอื่น คนอื่นในการร่วมกิจกรรม CSR เช่น สิ่งแวดล้อม ความกินดีอยู่ดีของสังคม คนด้อยโอกาส

ในการทำกิจกรรม CSR แต่ละครั้งผู้ตัดสินใจในกิจการจะต้องมั่นใจด้วยว่ามีความเข้าใจเกี่ยวกับลูกค้าที่จะมาร่วมกิจกรรม CSR อย่างถูกต้อง



ประการที่ 5 การพัฒนากิจกรรม CSR ไปสู่ “CSR brand” การศึกษาได้พบว่าเมื่อกิจการปรับตำแหน่งทางการตลาดของกิจการจากเดิมที่ทำธุรกิจเหมือน ๆ กับกิจการอื่นไปสู่ “CSR brand” ลูกค้าของกิจการจะมีการรับรู้ในการเป็น “CSR brand” ของกิจการในลักษณะที่ต่อยอดและเพิ่มเติมจากเพียงการทำกิจกรรม CSR ดังกล่าว

ประการที่ 6 การวางแผนทาง พันธะที่ต่อเนื่องระยะยาวสำหรับกิจกรรม CSR ในพอร์ตกิจกรรม CSR ที่แตกต่างกันอาจจะมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าที่แตกต่างกันด้วย โดยการรับรู้มี 2 ลักษณะ

1. การรับรู้ในคุณค่าของตัวกิจกรรม
2. การรับรู้ในพันธะกรณี ความผูกพันของกิจการในระยะยาวต่อ CSR

ดังนั้นกิจกรรม CSR จึงเหมือนกับการลงทุนที่ต้องทำอย่างต่อเนื่องและซ้ำกันสอดคล้องกันในระยะยาวเพื่อให้เกิดการรับรู้ในพันธะกรณีและความผูกพันของกิจการ

ประการที่ 7 การใช้งานการตลาดอย่างเพียงพอต่อการส่งเสริมการสร้างคุณค่าของลูกค้าต่อองค์ประกอบของ CSR ของกิจการ กิจกรรมทางการตลาดซึ่งเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับลูกค้าอยู่แล้ว ควรจะมีบางส่วนที่เกี่ยวข้องกับค่านิยมทางสังคม ที่เชื่อมโยงกันถึงกิจกรรม CSR ได้ด้วย กิจกรรมการตลาดของกิจการกับกิจกรรม CSR ไม่ควรแยกออกจากกันตลอดไปหรือเป็นอิสระต่อกันทั้งหมด

ประการที่ 8 การผูกพันกิจกรรม CSR กับบรรดประโยชน์หรือการใช้งานของผลิตภัณฑ์ของกิจการและการสร้างความพอใจในการใช้ผลิตภัณฑ์ การที่ผู้บริโภคหรือลูกค้าจะเปลี่ยนการรับรู้ที่มีต่อกิจการไปในทางบวกได้ก็ควรจะเริ่มจากตัวผลิตภัณฑ์ของกิจการ ซึ่งเป็นส่วนที่ลูกค้าได้ใช้ประโยชน์ตามคุณสมบัติและหน้าที่ของสินค้าอยู่แล้ว หากสิ่งที่เป็นกิจกรรม CSR ปรากฏระหว่างที่ลูกค้ากำลังใช้ประโยชน์จากตัวผลิตภัณฑ์ได้ ก็จะทำให้เกิดการปรับการรับรู้ได้ง่าย

ประการที่ 9 การกำหนดวงเงินลงทุนใน CSR ที่เหมาะสม การลงทุนในการทำกิจกรรม CSR ที่เพิ่มขึ้นจะส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นของการรับรู้และคุณค่าจากลูกค้า แต่เมื่อถึงจุดหนึ่งที่เป็นจุดที่ดีที่สุดแล้ว การเพิ่มเงินลงทุนในการทำกิจกรรม CSR อีกจะไม่เกิดผลลัพธ์เพิ่มขึ้นแล้วหรือการลงทุนเพิ่มมากเกินไปไม่เกิดผลลัพธ์ด้านคุณค่าเพิ่มอีก กิจการจึงต้องพยายามหาทางวัดผลหรือประเมินให้ได้ว่าเพื่อลงทุนในการทำกิจกรรม CSR แล้ว คุณค่าจากลูกค้ายังคงเพิ่มขึ้นอยู่หรือไม่ ถ้าไม่เพิ่มขึ้นก็ควรจะหยุดและไม่เสียเงินลงทุนเพิ่มอีก

ประการที่ 10 การใส่ใจและคำนึงถึงผลทางกิจกรรม CSR ต่อผลประโยชน์ทางการเงินและมูลค่าของผู้ถือหุ้น การทำกิจกรรม CSR ต้องไม่มีผลทางลบต่อผลประโยชน์ทางการเงินของกิจการ และไม่ทำให้มูลค่าของผู้ถือหุ้นลดลงไปจากเดิม เพราะกิจการอาจจะมุ่งเน้นที่มูลค่ามากเกินไป

## แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบของความรับผิดชอบต่อสังคม

Kotler and Lee (2005 อ้างถึงใน จิรัชญา โยธาอภิรักษ์, 2551, หน้า 18) ได้จำแนกรูปแบบของความรับผิดชอบต่อสังคมออกเป็น 6 รูปแบบ ดังต่อไปนี้

1. การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม (Cause promotion) เป็นการจัดหาเงินทุน วัสดุ สิ่งของหรือทรัพยากรอื่นขององค์กร เพื่อขยายการรับรู้และความห่วงใยต่อประเด็นปัญหาทางสังคมนั้น ตลอดจนสนับสนุนการระดมทุนการมีส่วนร่วมหรือการเฟ้นหาอาสาสมัครเพื่อการดังกล่าวขององค์กรธุรกิจ อาจารย์เริ่มและบริหารงานส่งเสริมนั้นด้วยตนเองหรือร่วมมือกับองค์กรหนึ่งองค์กรใด หรือกับหลาย ๆ องค์กรก็ได้

2. การตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคม (Cause-related marketing) เป็นการอุดหนุนหรือการบริจาครายได้ส่วนหนึ่งจากการขายผลิตภัณฑ์ เพื่อช่วยหรือร่วมแก้ไขประเด็นปัญหาทางสังคมจำเพาะหนึ่ง ๆ ซึ่งมักมีช่วงเวลาที่จำกัดแน่นอน หรือดำเนินการแบบจำเพาะผลิตภัณฑ์ หรือให้แก่การกุศลที่ระบุไว้เท่านั้น กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมชนิดนี้ องค์กรธุรกิจมักร่วมมือกับองค์กรที่ไม่มีวัตถุประสงค์หากำไรเพื่อสร้างสัมพันธภาพในประโยชน์ร่วมกันด้วยกันก็เป็นการเปิดโอกาสให้แก่ผู้บริโภคได้มีส่วนร่วมในการช่วยเหลือการกุศลผ่านทาง การซื้อผลิตภัณฑ์โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายอื่นใดเพิ่มเติม

3. การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาทางสังคม (Corporate social marketing) เป็นการสนับสนุนการพัฒนาหรือการทำให้เกิดผลจากการรณรงค์เพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในด้านสาธารณสุข ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งแวดล้อม หรือด้านสุขภาพ ความแตกต่างสำคัญระหว่างการตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคมกับการส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคมหรือการตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคมจะเน้นที่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Behavior change) เป็นหลัก ในขณะที่การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคมจะเน้นที่การสร้างตระหนักรู้ (Awareness) รวมถึงการสนับสนุนทรัพยากรด้านทุนและอาสาสมัครเพื่อให้รับรู้ถึงประเด็นปัญหาดังกล่าว

4. การบริจาคเพื่อการกุศล (Corporate Philanthropy) เป็นการช่วยเหลือไปที่ประเด็นปัญหาทางสังคมโดยตรง ในรูปของการบริจาคเงินหรือวัสดุสิ่งของเป็นกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่พบเห็นในแทบทุกองค์กรธุรกิจ และที่ผ่านมามักจะเป็นไปตามกระแสความต้องการจากภายนอก หรือมีผู้เสนอให้ทำมากกว่าจะเกิดจากการวางแผน หรือออกแบบกิจกรรมภายในขององค์กรเอง ทำให้ไม่เกิดการเชื่อมโยงกับเป้าหมายหรือพันธกิจขององค์กรเท่าใดนัก

5. การอาสาช่วยเหลือชุมชน (Community volunteering) เป็นการสนับสนุนหรือจูงใจให้พนักงาน คู่ค้าร่วมสละเวลาและแรงงานในการทำงานให้แก่ชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่ และเพื่อ

ตอบสนองต่อประเด็นปัญหาทางสังคมที่องค์กรให้ความสนใจหรือห่วงใย องค์กรธุรกิจอาจเป็นผู้ดำเนินการเองโดยลำพัง หรือร่วมมือกับองค์กรหนึ่งองค์กรใด และอาจเป็นผู้กำหนดกิจกรรม

6. การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (Socially responsible business practices) เป็นการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจอย่างพินิจพิเคราะห์ทั้งในเชิงป้องกันด้วยการหลีกเลี่ยงการก่อให้เกิดปัญหาทางสังคม หรือในเชิงร่วมกันแก้ไขด้วยการช่วยเหลือเยียวยาปัญหาทางสังคมนั้น ๆ ด้วยกระบวนการทางธุรกิจ เพื่อการยกระดับสุขภาวะของชุมชนและการพิทักษ์สิ่งแวดล้อม โดยที่องค์กรธุรกิจสามารถที่จะดำเนินการเอง หรือเลือกที่จะร่วมมือกับพันธมิตรภายนอกก็ได้

สถาบันไทยพัฒน์ (2553 ก) ซึ่งเป็นองค์กรที่ศึกษาเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมในประเทศไทย ได้รวบรวมรูปแบบของความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งมีรูปแบบของความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ 3 รูปแบบด้วยกัน ได้แก่

1. ความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงตอบสนอง (Responsive CSR) ความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงตอบสนอง ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ ได้แก่ การปฏิบัติตัวเป็นบรรษัทพลเมืองที่ดี (Good corporate citizen) และการบรรเทาผลกระทบเชิงลบที่เกิดขึ้นหรือที่คาดว่าจะเกิดขึ้นอะไรต่อมิอะไรเพิ่มเติม ซึ่งน่าจะเรียกได้ว่าเป็นการทำความรับผิดชอบต่อสังคมในเชิงรับ (Receptive) กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมภายใต้รูปแบบนี้ จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อมีปัญหาหรือผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจไปสู่สังคม หรือสังคมมีการเรียกร้องให้กิจการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างเหมาะสมต่อผลกระทบเหล่านั้น เป็นการผลักดันให้มีการริเริ่มดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคม จากผู้มีส่วนได้เสียที่อยู่ภายนอกองค์กร (Outside-in) ส่วนวิธีการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในขั้นนี้ กิจการมักจะศึกษาข้อกำหนด กฎระเบียบ มาตรฐาน หรือข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมาปฏิบัติเพื่อปรับให้เข้ามาตรฐาน (Standardization) อันเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป ผลลัพธ์จากการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยวิธีการนี้ จะทำให้กิจการได้ชื่อว่าเป็นบรรษัทพลเมืองที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในการแก้ไข ปัญหาหรือผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน และได้รับการยอมรับให้เป็นสมาชิกหนึ่งในสังคมนั้น ๆ (Inclusiveness) อย่างไรก็ตาม ใ้การที่เข้าประสงค์ของการทำความรับผิดชอบต่อสังคม ในขั้นนี้แม้ผู้ที่ได้รับประโยชน์จากกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมจะเป็นบุคคลที่อยู่ภายนอกองค์กร แต่กิจการยังคงมุ่งรักษาไว้ซึ่งคุณค่าขององค์กร (Corporate value) เป็นสำคัญ

2. ความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงกลยุทธ์ (Strategic CSR) ความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงกลยุทธ์เป็นการยกระดับจากการบรรษัทพลเมืองที่มีความรับผิดชอบต่อผลกระทบ ปัญหา หรือผลกระทบที่เกิดจากกิจการ ผู้การทำความรับผิดชอบต่อสังคมในเชิงรุก (Proactive) ที่องค์กรสามารถริเริ่มกิจกรรม CSR ด้วยตัวเองให้แก่สังคมภายนอก (Inside-out) ที่เชื่อมโยงสัมพันธ์กับ

ความต้องการหรือการริเริ่มจากภายนอก (Inside-in) วิธีแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมภายใต้รูปแบบที่เป็นความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงกลยุทธ์นี้ กิจการไม่เพียงแต่สามารถปฏิบัติได้ตามข้อกำหนดหรือมาตรฐานอันเป็นที่ยอมรับเท่านั้น แต่ยังมีกำหนดจุดยืนที่เป็นเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากแนวปฏิบัติขององค์กรอื่น ๆ มีการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) ในวิธีการมีอิสรภาพในการคัดเลือกประเด็นทางสังคม โดยที่ปลอดจากพันธนาการหรือข้อเรียกร้อง เช่น ใน Responsive CSR ด้วย วิธีการที่แตกต่างและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่เหมาะสม ผลลัพธ์จากการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมภายใต้รูปแบบที่เป็นความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงกลยุทธ์นี้ จะทำให้เอื้อต่อการพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขัน (Competitiveness) ขององค์กรในระยะยาวเป้าประสงค์ของความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงกลยุทธ์ ที่ผสมผสานการริเริ่มทั้งจากภายในและการเชื่อมโยงจากภายนอกจะก่อให้เกิดคุณค่าร่วมกัน (Shared value) ระหว่างธุรกิจและสังคม

3. ความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงสร้างสรรค์ (Creative CSR) กระบวนการคิดเพื่อให้ได้มาซึ่งกิจกรรม CSR เชิงกลยุทธ์หรือการคิด CSR เชิง “ยุทธศาสตร์” นั้น ส่วนใหญ่จะใช้หลังจากสมองซีกซ้ายในการวิเคราะห์หาเหตุผล คำนวณความคุ้มค่า ต้นทุน ประสิทธิภาพ ฯลฯ ขณะที่ CSR เชิงสร้างสรรค์นั้น จะถูกปลดปล่อยออกมาจากสมองซีกขวา เป็นการคิด CSR ในเชิง “ยุทธศิลป์” ที่ต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ จินตนาการ และความรู้สึกเป็นสำคัญ Creative CSR เป็นการทำ CSR ที่ก้าวข้ามบริบทของการรุก-รับ แต่เป็นการพัฒนากิจกรรม CSR ในเชิงร่วม (Collaborative) ที่เปิดโอกาสให้เกิดการทำงานร่วมกันระหว่างธุรกิจและสังคมอย่างไม่แบ่งแยกกิจกรรม CSR ภายใต้รูปแบบนี้ จะไม่สามารถกำหนดได้อย่างชัดเจนว่าใครเป็นผู้ริเริ่มก่อนหลัง เนื่องจากเส้นแบ่งของการทำงานร่วมกันระหว่างกิจการและสังคมจะเลื่อนรกลงสำหรับวิธีการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมภายใต้รูปแบบ Creative CSR จะมีได้จำกัดเพียงการสร้างแตกต่างในวิธีการที่มีอยู่ แต่เป็นการคิดค้นวิธีการขึ้นใหม่ เป็นนวัตกรรม (Innovation) การดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมที่เป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากวิธีการอื่น โดยอัตโนมัติผลลัพธ์จากการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมภายใต้รูปแบบที่เป็น CSR เชิงสร้างสรรค์นี้ จะทำให้เอื้อต่อการพัฒนาขีดความสามัคคีที่แน่นแฟ้น (Cohesiveness) ระหว่างผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ ในอันที่จะก่อให้เกิดคุณค่าเดียวกัน (Common value) ของทั้งกิจการและสังคม

สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (2554) ได้แบ่งรูปแบบของความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ โดยแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบด้วยกัน ประกอบด้วย

1. CSR-after-process เป็นการดำเนินกิจกรรมที่แตกต่างหากจากการดำเนินธุรกิจ ที่เป็นกระบวนการหลักของกิจการ (รวมความถึงกิจกรรมที่เกิดจากผลต่อเนื่องของกระบวนการ

ดำเนินธุรกิจ) เช่น การแจกจ่ายสิ่งของบรรเทาสาธารณภัย การบำเพ็ญประโยชน์ต่อสาธารณะ และการเยียวยาชุมชนที่ได้รับผลกระทบทางมลพิษจากการประกอบการ

2. CSR-in-process เป็นการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมที่อยู่ในกระบวนการหลักของกิจการหรือเป็นการทำธุรกิจที่หากำไรอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น การป้องกัน หรือกำจัดมลพิษ ในกระบวนการผลิตเพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อชุมชน การผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานตามข้อกำหนดในฉลากผลิตภัณฑ์ การเปิดเผยข้อมูลผลิตภัณฑ์ต่อผู้บริโภคอย่างถูกต้อง ครบถ้วน การชดเชยความเสียหายให้แก่ลูกค้าที่เกิดจากความผิดพลาดและความบกพร่องของพนักงาน ซึ่งการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมเหล่านี้ถือเป็นกิจกรรมที่อยู่เวลาทำงานปกติของกิจการ

3. CSR-as-process เป็นกิจกรรมที่ดำเนินงาน โดยองค์กรที่ไม่แสวงหากำไรให้กับตนเอง เป็นหน่วยงานที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อมุ่งสร้างประโยชน์ต่อสังคมเป็นหลัก เช่น มูลนิธิ/ สมาคมการกุศล ที่เป็นองค์กรสาธารณประโยชน์ องค์กรประชาชนและส่วนราชการจากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบของความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่า รูปแบบของความรับผิดชอบต่อสังคมได้ถูกรวบรวมไว้ด้วยกัน 3 กลุ่ม ได้แก่ ตามแนวคิดของ Kotler and Lee (2005) ซึ่งได้กำหนดรูปแบบของความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ทั้งหมด 6 รูปแบบ ประกอบด้วย 1) การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม 2) การตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคม 3) การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาทางสังคม 4) การบริจาคเพื่อการกุศล 5) การอาสาช่วยเหลือชุมชน 6) การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมสถาบันไทยพัฒนา ได้กำหนดรูปแบบของความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ 3 รูปแบบ ได้แก่ 1) ความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงตอบสนอง 2) ความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงกลยุทธ์ 3) ความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงสร้างสรรค์สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม ได้แบ่งรูปแบบของความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ โดยแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ ประกอบด้วย CSR-after-process, CSR-in-process, CSR-as-process ซึ่งแต่ละรูปแบบมีวิธีดำเนินการและวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไป ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบของความรับผิดชอบต่อสังคมมาเพื่อวิเคราะห์ว่า สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลมีการดำเนิน โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมในแต่ละโครงการ อยู่ในรูปแบบใด

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร

หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนทุกแห่งทั้งใหญ่และเล็ก ต่างมีความต้องการที่จะให้เป็นที่ยอมรับและเกิดภาพที่ดี เกิดความประทับใจต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือบุคคลทั่วไปในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเพื่อให้เกิดความประทับใจและจดจำให้เกิดขึ้นจนเป็นที่ยอมรับไม่ใช่เรื่องง่ายที่จะเกิดขึ้นได้ แต่เชื่อว่าทุก ๆ องค์กรต่างก็คาดหวังเหมือน ๆ กันคือ จะทำอย่างไรให้เกิดภาพ

อย่างนั้นได้ รวมทั้งสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลก็คิดเหมือนกับองค์การอื่น ๆ ภาพที่ดีเกิด ความประทับใจนี้ เราเรียกว่า “ภาพลักษณ์ที่ดี” สำหรับแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์นี้ มีผู้กล่าวไว้อย่างน่าสนใจ ประกอบด้วย

ราชบัณฑิตยสถาน (2538, หน้า 225 อ้างถึงใน พักตร์ศุภางค์ ศรีสวัสดิ์, 2554, หน้า 15) คำว่า ภาพลักษณ์ มาจากคำภาษาอังกฤษว่า Image แปลว่า จินตภาพ หรือ จินตนาการ ซึ่งเดิมใช้คำว่า ภาพพจน์ และพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมหมื่นนราธิปพงศ์ประพันธ์ ที่ปรึกษาคณะกรรมการ บัญญัติศัพท์ภาพลักษณ์ไทย ได้กล่าวไว้ว่า ภาพพจน์ น่าจะมีความหมายเทียบเท่ากับคำภาษาอังกฤษ ว่า Figure of speech และต่อมาคณะกรรมการบัญญัติศัพท์ราชบัณฑิตยสถานได้บัญญัติคำว่า ภาพลักษณ์ มาใช้แทน เนื่องจากคำว่า จินตภาพ ไม่เป็นที่นิยมแพร่หลาย ดังนั้นเพื่อให้เกิด ความเข้าใจในเชิงสื่อสาร จึงใช้คำว่าภาพลักษณ์ในความหมายของคำว่า Image

**ความหมายของภาพลักษณ์** หรือ Image นั้นมีนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญกล่าวไว้ว่า Kotler (2005, p. 53 อ้างถึงใน พักตร์ศุภางค์ ศรีสวัสดิ์, 2554, หน้า 15) ปรมาจารย์ ด้านการตลาดอธิบายถึงคำ ภาพลักษณ์ (Image) ว่าเป็นองค์รวมของความเชื่อ ความคิด และ ความประทับใจที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทัศนคติและการกระทำใดที่คนเรามีต่อสิ่งนั้น จะมีความเกี่ยวข้องอย่างสูงกับภาพลักษณ์ของสิ่งนั้น ๆ

เสรี วงษ์มณฑา (2541, หน้า 13 อ้างถึงใน พักตร์ศุภางค์ ศรีสวัสดิ์, 2554, หน้า 15) ชี้แจงให้เห็นว่าภาพลักษณ์เป็นของเท็จจริงบวกกับการประมาณส่วนตัวแล้วกลายเป็นภาพที่ฝัง อยู่ในความรู้สึกนึกคิดของบุคคลอยู่ได้นานยากที่จะเปลี่ยนแปลง ซึ่งต่างจากสภาพความจริงได้ เพราะภาพลักษณ์ไม่ใช่เรื่องของข้อเท็จจริงเพียงอย่างเดียว แต่เป็นเรื่องของการรับรู้ที่มนุษย์ นำความรู้สึกส่วนตัวเข้าไปรวมกับข้อเท็จจริง

วิรัช ลภีรัตนกุล (2540, หน้า 81-83 อ้างถึงใน พักตร์ศุภางค์ ศรีสวัสดิ์, 2554, หน้า 15) ได้อธิบายว่า ภาพลักษณ์ของบริษัท (Corporate image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของประชาชน ที่มีต่อบริษัทหรือหน่วยงานธุรกิจแห่งใดแห่งหนึ่งหมายรวมไปถึงด้านการบริหารหรือการจัดการ (Management) ของบริษัทแห่งนั้นด้วย และหมายรวมถึงสินค้าและผลิตภัณฑ์ (Product) และบริการ (Service) ที่บริษัทนั้นจำหน่าย

#### **การเกิดภาพลักษณ์**

1. เกิดขึ้นเองตาม โดยธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมตามสภาวะการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลา ต่าง ๆ เกิดจากการปล่อยให้ไปไปตามสภาวะแวดล้อมแล้วแต่ประชาชนจะนึกคิด โดยมิได้ ดำเนินการให้ไปไปตามองค์กรที่ได้วางไว้

2. เกิดขึ้นเองโดยสร้างสรรค์โดยกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ที่ต้องการได้วางแผนไว้ในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ สำหรับการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ซึ่งเป็นเรื่องกิจกรรมขององค์กรว่าเป็นไปในรูปแบบใด และเรื่องของบุคลากรภายในเกี่ยวกับบทบาทในการปฏิบัติงาน โดยเฉพาะบทบาทของผู้บริหาร บุคลิกและการแสดงออกในสังคม ซึ่งจะฉายภาพลักษณ์ขององค์กรต่อสาธารณชนได้อย่างชัดเจน เช่น เมื่อนึกถึงองค์กรก็จะนึกถึงว่าผู้บริหารคือใคร เป็นอย่างไร เป็นต้น

### ประเภทของภาพลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรธุรกิจ

Kotler (2000, p. 296 อ้างถึงใน พัทธศรีศุภางค์ ศรีสวัสดิ์, 2554 หน้า 16) ได้กล่าวถึงภาพลักษณ์ในบริบทของการตลาดไว้ว่า ภาพลักษณ์ (Image) เป็นวิถีที่ประชาชนรับรู้เกี่ยวกับบริษัทหรือผลิตภัณฑ์ของบริษัทและภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้จากปัจจัยหลายประการภายใต้การควบคุมของธุรกิจเมื่อพิจารณาภาพลักษณ์ที่องค์กรธุรกิจจะสามารถนำมาเป็นองค์ประกอบทางการบริหารจัดการได้แล้ว อาจจำกััดขอบเขตประเภทของภาพลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการตลาดให้ชัดเจนโดยจำแนกเป็น 3 ประเภทด้วยกัน คือ

1. ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการ (Product or service image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการของบริษัทเพียงอย่างเดียว ไม่รวมถึงตัวองค์กรหรือตัวธุรกิจ ซึ่งบริษัทหนึ่ง ๆ อาจมีผลิตภัณฑ์หลายชนิดและหลายยี่ห้อ จำหน่ายอยู่ในท้องตลาด ดังนั้นภาพลักษณ์ประเภทนี้จึงเป็นภาพโดยรวมของผลิตภัณฑ์หรือบริการทุกชนิดและทุกตราที่ยี่ห้อ ที่อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของบริษัทหนึ่ง

2. ภาพลักษณ์ตราที่ยี่ห้อ (Brand image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสินค้านี้ยี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่งหรือตรา (Brand) ใดตราหนึ่ง หรือเครื่องหมายการค้า (Trademark) ใดเครื่องหมายการค้าหนึ่ง ส่วนมากมักอาศัยวิธีการ โฆษณาและการส่งเสริมการขายเพื่อบ่งบอกถึงบุคลิกของสินค้า โดยเน้นถึงคุณลักษณะเฉพาะหรือจุดขาย แม้สินค้านี้หลายยี่ห้อจะมาจากบริษัทเดียวกัน แต่ก็ไม่จำเป็นต้องมีภาพลักษณ์เหมือนกัน เนื่องจากภาพลักษณ์ของตราที่ยี่ห้อถือว่าเป็นสิ่งเฉพาะตัวโดยขึ้นอยู่กับกำหนัดตำแหน่งครองใจ (Positioning)

3. ภาพลักษณ์ขององค์กรหรือสถาบัน (Institutional image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อองค์กรหรือสถาบัน ซึ่งเน้นเฉพาะภาพของตัวสถาบันหรือองค์กรเพียงส่วนเดียว ไม่รวมถึงสินค้าหรือบริการที่จำหน่าย ดังนั้น ภาพลักษณ์ประเภทนี้จึงเป็นภาพที่สะท้อนถึงการบริหารและการดำเนินงานขององค์กรทั้งแง่ระบบบริหารจัดการบุคลากร (ผู้บริหารและพนักงาน) ความรับผิดชอบต่อสังคมและการทำประโยชน์แก่สาธารณะ

ดังนั้นสรุปได้ว่า ความหมายและความสำคัญของภาพลักษณ์ที่มีต่อการดำเนินกิจกรรมของหน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ แล้ว จะเห็นว่าภาพลักษณ์มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งที่จะช่วยส่งเสริมสนับสนุนการดำเนินกิจการ และสถาบันต่าง ๆ เหล่านั้น ไม่ว่าจะเป็นตัวสถาบันเอง ลินค้าขององค์กรนั้น ๆ เองก็ตาม ทุกหน่วยงานก็มีความปรารถนาที่จะสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นตลอดเวลา ดังนั้นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีจึงต้องมีการบูรณาการ กระบวนการทุกรูปแบบ อาทิ สถาบัน องค์กร บุคลากร ผลิตภัณฑ์ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ จะต้องดำเนินการควบคู่กันไปและต้องสร้างความเชื่อถือความศรัทธา ความไว้วางใจเชื่อใจให้เกิดขึ้น จึงจะทำให้เกิดภาพความประทับใจเกิดเป็นภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กรนั้น ๆ ได้

สำหรับภาพลักษณ์ที่ดีของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลในปัจจุบัน เชื่อว่าหลายคนในสังคมไทยยังมองในแง่ลบ ไม่เกิดความศรัทธาแต่อย่างใด เพราะกระบวนการบริหารจัดการยังไม่เป็นเอกภาพ ไม่สามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้เกิดขึ้นได้ แม้ว่าสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลจะดำเนินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม มาอย่างต่อเนื่องก็ตาม แต่การดำเนินการในโครงการ CSR ดังกล่าวยังขาดความเป็นรูปธรรม แต่ถ้าการดำเนินโครงการ CSR ของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลสามารถสร้างให้เกิดเป็นรูปธรรมที่ชัดเจนมากกว่าในปัจจุบันรวมทั้งการประชาสัมพันธ์ที่ดีก็จะเป็นการช่วยให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีขึ้นได้

### แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม

สังคมข่าวสารเทคโนโลยีในยุคปัจจุบันเป็นยุคแห่งการรับรู้ทั่วถึงกันหมด หน่วยงานหรือองค์กรใดก็ตาม ที่ดำเนินนโยบายในด้านต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน จะต้องมีการปรับตัวตามสถานการณ์บริบทโลกที่เปลี่ยนไป จะคิดเพียงแต่เอาตัวรอด คิดเพื่อผลกำไรอย่างเดียวไม่ได้ ภาคเอกชนทำธุรกิจกับประชาชนได้ประโยชน์จากประชาชนเต็มเม็ดเต็มหน่วย ภาครัฐเป็นภาคบริการประชาชนจะอย่างไรให้ประชาชนอยู่ดีกินดีมีความสุข ในอดีต ทั้งภาครัฐและเอกชนนั้นอาจจะไม่สนใจหรือใส่ใจต่อภาคสังคมว่าจะมีสุข มีทุกข์อย่างไร ปล่อยให้ไปไปตามยถากรรมก็ได้ แต่ในปัจจุบันภาคเอกชนจะต้องหันมามองประชาชนในภาคสังคมด้วยเพราะถือว่าเป็นผู้มีบุญคุณตลอดจนภาครัฐเองก็ต้องมองประชาชนว่ามีโชครู้ค่า จะหยิบยื่นอะไรให้ก็ได้ แต่ต้องคิดเสมอว่าจะอย่างไรให้พวกเขาจะอยู่ดีกินดีมีความสุขกับสิ่งที่หยิบยื่นให้ เพราะถ้าไม่มีประชาชนในภาคสังคม ภาคเอกชน หรือภาครัฐ ก็อยู่ไม่ได้เช่นกัน ดังนั้นความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรต่าง ๆ จึงเกิดขึ้นในยุคปัจจุบัน ซึ่งจะต้องมีการเอาใจใส่ดูแลให้สังคมเกิดความผาสุก และยั่งยืนตลอดไป ปัญหาความสับสนวุ่นวายในปัจจุบันเกิดมาจากการทอดทิ้งดูแลไม่เพียงพอ ไม่สนใจ ปัญหาจึงเกิดขึ้น ถ้าทุกภาคส่วนมีความคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR: Corporate Social



Responsibility) มีความรับผิดชอบในนโยบาย ธุรกิจ ผลกระทบต่อสังคมด้านใดบ้าง คือ ต้องมีจิตสำนึกต่อผลการกระทำนั้น ๆ ก็จะช่วยในการแก้ปัญหา ช่วยสร้างประโยชน์ ช่วยบรรเทาความเดือดร้อนลงไปได้บ้างทั้งทางตรง และทางอ้อม

สำหรับการศึกษาวิจัยหัวข้อเรื่อง การมีส่วนร่วมของพนักงานสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ในโครงการรับผิดชอบต่อสังคมของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลได้มีการนำหลักแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมมาใช้ในการดำเนินโครงการหรือไม่ อย่างไร ในที่นี้ผู้ศึกษา จึงมีความประสงค์ที่จะทำความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิด และทฤษฎี รวมทั้งรูปแบบกระบวนการต่าง ๆ ของความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งเห็นว่าจะน่าจะเป็นประโยชน์และเป็นแนวทางในการพัฒนาต่อไป

ความเป็นมาของซีเอสอาร์เริ่มจากตัวแบบดั้งเดิมหรือตัวแบบคลาสสิก (Traditional or classical model) ที่มีอคติ สัมพันธ์กับแนวคิด “มือที่มองไม่เห็น” ที่ให้กลไกตลาดเป็นตัวตัดสินใจทางธุรกิจ ดังนั้นธุรกิจจึงมีหน้าที่ในการที่จะทำให้เจ้าของหรือผู้ถือหุ้นได้ผลประโยชน์สูงสุด ต่อมา เป็นตัวแบบกฎหมาย (Legal model) เกิดจากการออกกฎหมายมาจำกัดพฤติกรรมของการทำธุรกิจ มากขึ้น ความคาดหวังของสังคมได้เปลี่ยนไปจากการที่ธุรกิจต้องติดขัดกับความคิดเดิมด้าน เศรษฐกิจ ไปสู่ประเด็นที่แวดล้อมธุรกิจที่ต้องใช้ความรอบคอบและคุณพินิจซึ่งต่อมาได้พัฒนา มาเป็นตัวแบบสังคมหรือตัวแบบผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Social or stakeholder model) ในช่วงศตวรรษ ที่ 19 เป็นยุคที่การบริจจาคเพื่อการกุศลมีอิทธิพลมาก John D. Rockefeller บริจาคเงินในช่วงชีวิต ของเขามากกว่า \$500 ล้าน และตั้งมูลนิธิรีอ็อกกีเฟลเลอร์ขึ้นมา Andrew Carnegie ผู้เขียนบทความ เรื่องความอภัยของการตายอย่างร่ำรวย ก็ได้บริจาคเงิน \$350 ล้านให้กับประเด็นปัญหาทางสังคม

ในศตวรรษที่ 20 มีมุมมองทางด้านความรับผิดชอบต่อสังคม 3 มุมมอง คือ มุมมอง ที่หนึ่ง ผู้จัดการเป็นผู้ดูแลทรัพย์สินของบริษัทในเรื่องผลประโยชน์ต่าง ๆ ดังนั้นผู้จัดการจึงเป็น ตัวแทนที่มีอำนาจดูแลสวัสดิการต่าง ๆ ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของบริษัท มุมมองที่สอง ผู้จัดการ มีพันธะที่จะต้องสร้างความสมดุลให้กับกลุ่มผลประโยชน์หลักของบริษัทและประสานงาน ใกล้เคียงข้อเรียกร้องของกลุ่มต่าง ๆ ที่มีต่อกิจการและมุมมองที่สาม ผู้จัดการรับผิดชอบต่อ การให้บริการต่อสังคม คำว่า “บริการ” เป็นคำที่มีความหมายกว้าง ๆ แต่เป็นความเชื่อที่ชัดเจน ว่าบริษัทมีพันธะในการที่จะดำเนินการเพื่อประโยชน์ของสาธารณะ

แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมมีพัฒนาการและขยายความออกไป ประสิทธิภาพ การใช้ทรัพยากรเพื่อทำกำไรยังคงเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมประการแรก แต่ภาพรวมของ ความรับผิดชอบต่อสังคมได้กว้างขึ้นมากกว่าความรับผิดชอบต่อสังคมทางเศรษฐกิจ ประเด็น ความรับผิดชอบต่อสังคมเกิดขึ้นและขยายออกไปจากในอดีตมาก ขอบเขตด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ได้แก่ การศึกษา สุขภาพ ความปลอดภัยในการทำงาน ที่อยู่อาศัย มลภาวะ การอนุรักษ์

สิ่งแวดล้อม เป็นต้น ปัจจุบันแนวคิดเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ได้แพร่หลาย และกำลังมีมาตรฐานใหม่ออกมาอยู่เรื่อย ๆ ในปี พ.ศ. 2535 มีการประชุมสุดยอดระดับโลก ด้านสิ่งแวดล้อมหรือ Earth Summit และได้มีประกาศทิศทางใหม่ของการพัฒนาว่า “การพัฒนาที่ยั่งยืน” (Sustainable development) ต่อมาปี พ.ศ. 2542 นายโคฟี อันนัน เลขาธิการสหประชาชาติ ได้ออกมาเรียกร้องให้ธุรกิจทั่วโลกแสดงความเป็นพลเมืองที่ดีของโลก (Good global citizenship) และประกาศ “The UN global compact” เพื่อใช้เป็นกรอบดำเนินการการพัฒนาที่ยั่งยืนสำหรับ องค์กรธุรกิจ และในปีถัดมาองค์กรเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD) ก็ได้ ออกแนวปฏิบัติสำหรับบริษัทข้ามชาติ (The OECD guidelines for multinational enterprises) ซึ่งเสนอให้บริษัทข้ามชาติของประเทศสมาชิก OECD ใช้แนวปฏิบัติซีเอสอาร์และติดต่อค้าขาย เฉพาะกับคู่ค้าที่มีการปฏิบัติซีเอสอาร์ด้วยกันประเทศไทยมีศาสนาพุทธเป็นหลักยึด และฝังรากลึก อยู่ในขนบธรรมเนียมประเพณีและวิถีชีวิตของชาวไทยมาช้านาน องค์กรพระพุทธศาสนาเป็น องค์กร หลักองค์กรหนึ่งในสังคมไทย ที่ช่วยค้ำจุนสังคมและคนไทยให้สืบเนื่องมาถึงปัจจุบัน คำสอนทางพระพุทธศาสนามีความครอบคลุมและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับทุกเรื่อง ทุกสถานการณ์ ในด้านซีเอสอาร์ก็เช่นกัน องค์กร พระพุทธศาสนาสามารถดำเนินการซีเอสอาร์ ในฐานะต่าง ๆ กันคือ

1. บทบาทในฐานะผู้นำแนวคิดในการให้และการอยู่ร่วมกันไปสู่ปวงชน โดยใช้หลักสังคหวัตถุ 4 โดยมีทานคือการให้ (Corporate philanthropy) ปิยวาจา คือการสื่อสารในสิ่งที่เป็นประโยชน์ (Corporate communication) อุตถจริยา คือการเสียสละแรงงานแรงใจ และเวลา (Community volunteering) และสมานัตตาคือการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน (Equitable treatment)
2. บทบาทในฐานะองค์กรแห่งการส่งเสริมและให้ความร่วมมือ เป็นการเสริมสร้างแนวคิดการให้แนวใหม่ที่เป็นการให้เพื่อสังคมโดยขยายขอบเขตจากวัดไปสู่ชุมชน และการเสริมสร้างจิตสำนึกต่อสาธารณะและการอาสาสมัคร

สำหรับคณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัท จดทะเบียน คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ได้ให้หลักสำคัญ ของการปฏิบัติตามแนวทาง CSR ซึ่งควรอยู่บนพื้นฐานของความพอประมาณที่ธุรกิจต้อง ไม่เบียดเบียนตนเอง และขณะเดียวกันก็ต้องไม่เบียดเบียนสังคมด้วย โดยอ้างอิงจาก ก.ล.ต. สามารถแบ่งแนวปฏิบัติในเรื่อง CSR ได้เป็น 8 หัวข้อ ดังนี้

1. การกำกับดูแลกิจการที่ดี
2. การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม
3. การเคารพสิทธิและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม

4. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค
5. การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม
6. การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม
7. การเผยแพร่ข่าวสารจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม
8. การจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

แนวคิดทางธุรกิจเรื่อง CSR นั้นเริ่มเป็นที่รู้จักและยอมรับในระดับโลกมากขึ้น

โดยในการประชุม World Economic Forum ประจำปี พ.ศ. 2542 นาย Kofi Annan เลขาธิการ องค์การสหประชาชาติ (UN) ร่วมกับ 5 หน่วยงานของ UN (ILO, UNDP, UNEP, UNCHR, UNIDO) และภาคธุรกิจ ได้ออกบัญญัติ 9 ประการ ที่เรียกว่า “The UN Global Compact” ซึ่งแบ่งเป็น 3 หมวดหลัก คือ หมวดสิทธิมนุษยชน มาตรฐานแรงงาน และสิ่งแวดล้อม และต่อมา ได้เพิ่มบัญญัติที่ 10 คือ หมวดการต่อต้านคอร์รัปชันไว้ด้วย ซึ่งปัจจุบันมีองค์กรธุรกิจจากทั่วโลก เป็นสมาชิกของ UN Global Compact รวม 1,861 บริษัท (เป็นบริษัทในประเทศไทย 13 บริษัท) และเมื่อเดือนกันยายน พ.ศ. 2547 International Organization for Standardization (ISO) ได้ตกลง ร่วมกันที่จะร่างมาตรฐาน “ISO-Social Responsibility” เพื่อให้การรับรององค์กรธุรกิจที่สามารถ ปฏิบัติตามแนวคิด CSR ซึ่งองค์กรที่ได้รับใบรับรองมาตรฐานดังกล่าว จะเป็นการช่วยเสริม ภาพลักษณ์ของสินค้า หรือบริการขององค์กร และยังช่วยให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในการซื้อ สินค้าหรือบริการ ขององค์กรนั้น ซึ่งในอนาคตมีแนวโน้มว่า หากองค์กรใดไม่ปฏิบัติตามแนวคิด CSR อาจเกิดปัญหาในการทำการค้ากับกลุ่มประเทศ/ บริษัทที่ให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตาม แนวนี้

#### ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม

หมายถึง ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในปัจจุบันยังไม่มีคำนิยามที่เป็น หนึ่งเดียวอย่างชัดเจน แต่ก็มีหน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ ในประเทศไทยได้นิยามความหมาย และองค์ประกอบของความรับผิดชอบต่อสังคมไว้

อนันตชัย ชูประดม (2552 ข) กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ หรือ CSR เป็นคำย่อจากภาษาอังกฤษว่า Corporate social responsibility หรือ บรรษัทภิบาล หมายถึง การดำเนินกิจกรรมภายในและภายนอกองค์กร ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมทั้งในระดับใกล้ และไกลด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรหรือทรัพยากรจากภายนอกองค์กร ในอันที่จะทำให้ อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข

เสนาะ ดิยาวี (2551, หน้า 36) ได้ให้ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ต่อสังคม CSR ว่าภารกิจของบริษัทที่มีอยู่ต่อสังคมหรือกล่าวให้ชัดเจนลงไปก็คือภาระที่บริษัท จะต้องดำเนินงานที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ถือหุ้นหรือเจ้าของบริษัทและต่อชุมชนภายนอกนั้น

ด้วยความรับผิดชอบของบริษัทจึงเป็นภาระที่บริษัทมีต่อผู้มีส่วนร่วม (Stakeholder) ในบริษัท  
 นั่นเอง ผู้มีส่วนร่วมแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ผู้มีส่วนร่วมภายในก็คือพนักงานและผู้ถือหุ้นของบริษัท  
 ผู้มีส่วนร่วมภายนอกก็คือลูกค้า สหภาพแรงงาน ลูกหนี้ เจ้าหนี้ สถาบันการเงิน บริษัทคู่ค้า  
 พรรคการเมือง กลุ่มผลประโยชน์ รัฐบาล หน่วยงานราชการ สถาบันการศึกษา สถาบันกฎหมาย  
 ศาล รัฐบาลต่างประเทศ บริษัทที่เป็นพันธมิตร คู่สัญญาและชุมชน

ศิริชัย สาครรัตนกุล (2553) ได้ให้ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจต่อสังคม  
 CSR ว่าเป็นความมุ่งมั่นหรือพันธสัญญาที่ธุรกิจมีอยู่อย่างต่อเนื่องในการที่จะประพฤติปฏิบัติ

UNIDO (n.d. อ้างถึงใน วิภาดา วีระสัมฤทธิ์, 2553) ได้ให้ความหมาย ความรับผิดชอบต่อ  
 ต่อสังคมขององค์กรธุรกิจต่อสังคม ได้ให้ความหมาย ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ  
 ต่อสังคม CSR เป็นแนวคิดการจัดการที่มุ่งให้วิสาหกิจผสมผสานการดำเนินธุรกิจกับความห่วงใย  
 ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ร่วมกับ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหลาย

The world business council for sustainable development (2004 อ้างถึงใน จิรัชญา  
 โยธาภิรักษ์, 2551) ได้ให้ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจต่อสังคม CSR ว่าเป็น  
 ความมุ่งมั่น หรือพันธสัญญาที่ธุรกิจมีอยู่อย่างต่อเนื่องในการที่ประพฤติปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม  
 และมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจ ด้วยการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของผู้ใช้แรงงาน ตลอดจน  
 ครอบครัวของเขา และมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นและสังคม  
 ในวงกว้าง

### ประโยชน์ของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ

องค์กรที่นำแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ (CSR) ไปปฏิบัติ  
 จะเกิดผลลัพธ์ทั้งในส่วนรูปธรรมที่จับต้องได้ (Tangible) และในส่วนนามธรรมที่จับต้องไม่ได้  
 (Intangible) จากผู้ที่อยู่ในองค์กร ได้แก่ ผู้ถือหุ้นและพนักงานและจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ  
 องค์กรโดยตรงและโดยอ้อม ดังนี้

1. ประโยชน์ที่เป็นรูปธรรม ในแง่ของผู้ถือหุ้นหรือเจ้าของกิจการ ราคาหุ้นมีเสถียรภาพ  
 และมีส่วนล้ามูลค่าหุ้นในอัตราที่สูงกว่าเกณฑ์เฉลี่ย เนื่องจากเป็นที่ต้องการของนักลงทุน ปัจจุบัน  
 เม็ดเงินลงทุนในธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ (CSR) ซึ่งเรียกกันเฉพาะว่า  
 SRI (Social responsibility investing) นั้น มีมูลค่าเกิน 2 ล้านล้านเหรียญ และมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น  
 เรื่อย ๆ เป็นโอกาสที่องค์กรสามารถเข้าถึงแหล่งทุนได้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะช่วยให้ต้นทุนทางการเงิน  
 มีแนวโน้มที่ต่ำกว่าเกณฑ์ปกติของตลาด ในแง่ของพนักงานเกิดความภาคภูมิใจในการทำงาน  
 ร่วมกับองค์กร ได้รับความสุขจากการปฏิบัติงานในหน้าที่ นอกเหนือจากผลตอบแทนในรูปตัวเงิน  
 ทำให้องค์กรสามารถที่จะรักษาพนักงานที่มีความสามารถไว้ และในขณะเดียวกันก็สามารถ  
 ที่จะชักชวนบุคลากรที่มีคุณภาพและเป็นที่ต้องการ ให้เข้ามาทำงานกับองค์กรได้

องค์กรสามารถสร้างรายได้และส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น จากการที่ลูกค้าพิจารณาเลือกซื้อสินค้าและบริการจากองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม และไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น การส่งเสริมการขายด้วยการบริจาครายได้ส่วนหนึ่งต่อทุก ๆ การซื้อผลิตภัณฑ์ในแต่ละครั้ง ให้แก่หน่วยงานหรือมูลนิธิที่ช่วยเหลือสังคมในด้านต่าง ๆ เป็นต้น

องค์กรยังสามารถที่จะลดรายจ่ายของกิจการ จากการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ (CSR) ตัวอย่างเช่น โรงไฟฟ้าพลังงานน้ำให้ประชาชนประหยัดพลังงาน เพื่อที่จะได้ไม่ต้องลงทุนสร้างโรงไฟฟ้าหรือหาแหล่งพลังงานทดแทนแห่งใหม่ หรือ การลดงบประมาณใช้จ่ายด้านโฆษณาในการเปิดตัวสินค้าแปรรูปของบริษัทแห่งหนึ่ง ที่มีส่วนช่วยเหลือเกษตรกรที่ได้รับความเดือดร้อนจากผลผลิตที่ล้นตลาด โดยได้รับการสนับสนุนด้านประชาสัมพันธ์จากหลายภาคส่วนในสังคม เปรียบเทียบกับงบประมาณสินค้าที่ไม่มีส่วนประสมของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ (CSR) ของบริษัทแห่งเดียวกัน (มูลนิธิกองทุนการศึกษาเพื่อการพัฒนา, 2552)

2. ประโยชน์ที่เป็นนามธรรมองค์กรสามารถได้รับประโยชน์จากการวางตำแหน่งตราผลิตภัณฑ์ (Brand positioning) ให้อยู่ในใจของลูกค้าเป็นอันดับต้น ๆ ในประเภทสินค้าหรือบริการนั้น ๆ โดยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมร่วมกับการทำตลาดผลิตภัณฑ์ เช่น ร้านกาแฟที่รับซื้อเมล็ดกาแฟในท้องถิ่นหรือจากไร่กาแฟที่ใช้เกษตรกรอินทรีย์ เป็นต้นสำหรับองค์กรที่มีได้ใช้ตราผลิตภัณฑ์เป็นชื่อขององค์กร หรือเป็นองค์กร หรือเป็นองค์กรที่มีหลายตราผลิตภัณฑ์สามารถดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ (CSR) ที่เสริมภาพลักษณ์ขององค์กร (Corporate image) นอกเหนือจากการวางตำแหน่งตราผลิตภัณฑ์ โดยการสร้างธรรมเนียมปฏิบัติทางธุรกิจที่อำนวยความสะดวกต่อสังคมโดยสมัครใจมากกว่าเป็นเพียงการปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับในอุตสาหกรรมหรือกฎหมายบ้านเมืองในด้านต่าง ๆ เช่น การจัดหาและดูแลระบบบำบัดของเสียจากโรงงานให้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำของกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องหรือมากกว่าการมีระบบไว้เพียงเพื่อให้ผ่านการตรวจสอบตามเกณฑ์ แต่มิได้เปิดใช้งาน เป็นต้น (มูลนิธิกองทุนการศึกษาเพื่อการพัฒนา, 2552)

### ประเภทกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

สถาบันไทยพัฒน์ (2553 ค) ได้จัดประเภทของ CSR ออกเป็น 3 กลุ่ม ด้วยกัน ประกอบด้วย

1. CSR-after-process เป็นการดำเนินกิจกรรมที่แตกต่างหากจากการดำเนินธุรกิจที่เป็นกระบวนการหลักของกิจการ (รวมความถึงกิจกรรมที่เกิดจากผลต่อเนื่องของกระบวนการดำเนินธุรกิจ) เช่น การแจกจ่ายสิ่งของบรรเทาสาธารณภัย การบำเพ็ญประโยชน์ต่อสาธารณะและการเยียวยาชุมชนที่ได้รับผลกระทบทางมลพิษจากการประกอบการ

2. CSR-in-process เป็นการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมที่อยู่ในกระบวนการหลักของกิจการหรือเป็นการทำธุรกิจที่หากำไรอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น การป้องกัน หรือกำจัดมลพิษในกระบวนการผลิตเพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อชุมชน การผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานตามข้อกำหนดในฉลากผลิตภัณฑ์ การเปิดเผยข้อมูลผลิตภัณฑ์ต่อผู้บริโภคอย่างถูกต้อง ครบถ้วน การชดเชยความเสียหายให้แก่ลูกค้าที่เกิดจากความผิดพลาดและความบกพร่องของพนักงาน ซึ่งการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมเหล่านี้ ถือเป็นกิจกรรมที่อยู่เวลาทำงานปกติของกิจการ

3. CSR-as-process เป็นกิจกรรมที่ดำเนินงาน โดยองค์กรที่ไม่แสวงหากำไรให้กับตนเอง เป็นหน่วยงานที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อมุ่งสร้างประโยชน์ต่อสังคมเป็นหลัก เช่น มูลนิธิ/ สมาคมการกุศล ที่เป็นองค์กรสาธารณประโยชน์ องค์กรประชาชนและส่วนราชการซึ่งแต่ละรูปแบบมีวิธิดำเนินการ และวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไป ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบของความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อวิเคราะห์ว่า สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลมีการดำเนินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมในแต่ละโครงการอยู่ในรูปแบบใดจากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ (CSR) สรุปได้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ (CSR) หมายถึง กิจกรรมที่บริษัททำขึ้นเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร โดยมีองค์ประกอบ 2 มิติ คือ มิติภายใน เป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมที่เกิดขึ้นภายในองค์กรและมิติภายนอก เป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมที่เกิดขึ้นภายนอกองค์กร นอกจากนี้ยังทราบถึงระดับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ (CSR) และประโยชน์ของการทำโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ (CSR) ทั้งประโยชน์ที่เป็นรูปธรรม และประโยชน์ที่เป็นนามธรรมสำหรับภาคธุรกิจ ซึ่งผู้วิจัยได้นำแนวคิดดังกล่าวที่ได้รวบรวมไว้มาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์การดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมของบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)

สรุปแล้วว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็นกลยุทธ์เชิงนโยบายขององค์กรที่ต้องคำนึงถึงและหลีกเลี่ยงไม่ได้ในโลกยุคปัจจุบัน องค์กรธุรกิจที่จะประสบความสำเร็จได้นั้นต้องมีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการดูแลสังคมทั้งภายในและภายนอก ตลอดจนสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้การนำแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมมาใช้นั้น มีด้วยกันหลายระดับ ตั้งแต่ระดับพื้นฐานที่ปฏิบัติได้ในทุกธุรกิจ อาทิ การกำกับดูแลกิจการที่ดี การดูแลพนักงานและสวัสดิการต่าง ๆ การควบคุมคุณภาพสินค้าหรือบริการตลอดจนกระบวนการผลิตให้ได้มาตรฐานตามที่กำหนด และรับผิดชอบต่อลูกค้า จนถึงในระดับที่ต้องอาศัยความพร้อมของธุรกิจเป็นปัจจัยสำคัญ เป็นที่ทราบกันดีว่าความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นเรื่องที่ค่อนข้างซับซ้อนและต้องอาศัยการสนับสนุนจากทุกระดับในองค์กรที่จะต้องกำหนดเป็นนโยบายหรือกลยุทธ์ตั้งแต่ระดับองค์กร

ระดับธุรกิจและในระดับปฏิบัติการ จึงจะขับเคลื่อนแนวคิดนี้เพื่อเป็นส่วนทำให้องค์กรประสบความสำเร็จและมีความยั่งยืนทางธุรกิจ นอกจากนี้แล้วจะเห็นได้ว่าจากการที่โลกกำลังเผชิญกับภาวะโลกร้อน ซึ่งส่วนหนึ่งน่าจะมีสาเหตุมาจากกระบวนการผลิตสินค้า ดังนั้น ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจจึงเป็นแนวทางที่แสดงให้เห็นถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อที่จะทำให้อุตสาหกรรมมีความปลอดภัยมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นกระบวนการผลิตที่ไม่ปล่อยของเสียหรือสร้างมลภาวะให้กับสิ่งแวดล้อม ไม่ทำผิดกฎหมาย ไม่ทำลายวัฒนธรรมที่ดีงามของชุมชน ส่งเสริมและกระตุ้นให้มีความรับผิดชอบต่อองค์กร ลูกค้าและสังคม ซึ่งถ้าธุรกิจไม่ได้มีความจริงจังที่จะทำให้อุตสาหกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมาเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงาน โดยจะเห็นได้จากองค์กรธุรกิจจำนวนมากใช้งบประมาณในการจัดกิจกรรมทางสังคม และโฆษณาว่าเป็นองค์กรที่คำนึงถึงสังคม แต่ในการดำเนินงานกับพยายามที่จะลดต้นทุนการผลิต โดยปราศจากการคำนึงถึงหรือรับผิดชอบต่อผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน ซึ่งการกระทำดังกล่าวก็ทำให้เกิดความขัดแย้ง ความไม่เชื่อใจ และการต่อต้านของชุมชนต่อการพัฒนา และท้ายที่สุดความร่วมมือและการพึ่งพากันระหว่างสังคม ชุมชนกับธุรกิจก็ไม่สามารถเกิดขึ้นได้ ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจอาจไม่ใช่แนวทางเดียวในการดำเนินธุรกิจยุคใหม่ แต่เป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยสร้างจิตสำนึกแห่งความรับผิดชอบต่อสังคม ต่อโลก โดยเริ่มต้นด้วยการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ไม่ใช่เพียงแต่การประกอบธุรกิจให้ถูกต้องตามกฎหมายเพียงอย่างเดียว แต่ธุรกิจต้องตระหนักด้วยว่าการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นการลงทุนในมนุษย์สิ่งแวดล้อม รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร ซึ่งทั้งหมดนำไปสู่การเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ความอยู่รอด และรายได้ขององค์กรนั่นเอง ในขณะที่เดียวกันก็เป็นการใช้วิกฤตให้เป็น โอกาสด้วยการเชื่อมโยงการแก้ไขวิกฤตเข้ากับแนวคิดเศรษฐกิจคุณธรรม คือ เป็นทุนนิยมที่มีจริยธรรม และมุ่งสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative economy) โดยใช้เทคโนโลยีที่สะอาดและประหยัด ไม่เป็นภาระต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อนำไปสู่การพัฒนาเป็นองค์กรที่เข้มแข็งและประสบความสำเร็จในระยะยาว เป็นที่พึงของสังคมได้อย่างแท้จริง

### ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการรับผิดชอบต่อสังคมของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล

การดำเนินโครงการที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นแนวทางที่ยั่งยืนในความเป็นองค์กรที่รับผิดชอบต่อสังคมอย่างแท้จริงของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ซึ่งสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล มีวัตถุประสงค์ในการจัดสรรเงินเพื่อบริจาคให้กับสาธารณประโยชน์ คือ

1. คืบกำไรอันเป็นรายได้จากการจำหน่ายสลากกลับคืนผู้สังคมและสาธารณประโยชน์
2. เผยแพร่ภาพลักษณ์ของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ในฐานะหน่วยงานที่ปฏิบัติภารกิจเพื่อสังคม
3. เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อส่วนรวม โดยผ่านการจัดกิจกรรมและโครงการของหน่วยงานต่าง ๆ และองค์กรการกุศล

สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล บริจาคเงินเพื่อสาธารณประโยชน์ให้กับโครงการและกิจกรรมที่มีวัตถุประสงค์และการดำเนินงานจำแนกโครงการออกเป็น 4 โครงการ ดังนี้

1. โครงการจัดสร้างอาคารเรียนพร้อมครุภัณฑ์ 1 หลัง เป็นการมอบโอกาสทางการศึกษา ส่งเสริมการเรียนการสอน พัฒนาศักยภาพและคุณภาพในการศึกษาและคุณภาพชีวิตให้กับโรงเรียนในชุมชนที่ห่างไกลและมีความต้องการโรงเรียนหลังใหม่

- 1.1 จัดสร้างอาคารเรียนพร้อมครุภัณฑ์มาตรฐาน ระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน จำนวน 1 หลัง ให้กับโรงเรียนในชุมชนที่ห่างไกลได้รับอาคารเรียนพร้อมครุภัณฑ์มาตรฐาน และระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน

- 1.2 พร้อมทั้งลานกีฬาเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต เพื่อประโยชน์สำหรับการจัดการศึกษาในท้องถิ่นนั้น ๆ และนำไปสู่การพัฒนาการศึกษาของชุมชนในท้องถิ่น

2. โครงการจัดสร้าง/ปรับปรุง/ซ่อมแซมห้องสมุดเพื่อการเรียนรู้ นักปราชญ์ท่านหนึ่งกล่าวว่า “ห้องสมุดเป็นคลังแสงของเสรีภาพ” (A library is an arsenal of liberty) การมีห้องสมุดเพื่อการเรียนรู้จะเป็นการพัฒนาทักษะในการค้นคว้าหาความรู้ เปิดโลกทัศน์ใหม่ให้กับเยาวชน ตลอดจนเป็นการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตของบุคคลในชุมชนเหล่านั้นด้วย สิ่งที่สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลดำเนินการนี้จะช่วยให้เกิดการพัฒนารูปแบบที่ยั่งยืนต่อไป

- 2.1 จัดสร้าง/ซ่อมแซม/ปรับปรุงห้องสมุด พร้อมสื่อการเรียนการสอนและอุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศที่มีคุณภาพต่อการสืบค้นข่าวสารให้กับโรงเรียนในชุมชนที่ห่างไกลที่มีความต้องการห้องสมุดในภูมิภาคต่าง ๆ จำนวน 3 ภาค ภาคละ 1 แห่ง

- 2.2 การจัดซื้ออุปกรณ์การเรียนการสอน

3. โครงการจัดสร้าง/ปรับปรุง/ซ่อมแซมสนามเด็กเล่นพร้อมเครื่องเล่นที่มีคุณภาพ หลักสูตรการศึกษาปฐมวัย (3-5 ปี) ระบุไว้อย่างชัดเจนเรื่องคุณลักษณะตามวัยด้านร่างกายว่า พัฒนาการด้านร่างกายในส่วนกล้ามเนื้อมัดใหญ่เด็กอายุ 5 ปี จะต้องสามารถ 1) รับลูกบอลที่กระดอนจากพื้นได้ด้วยมือทั้งสอง 2) เดินขึ้น ลงบันไดสลักเท้าได้อย่างคล่องแคล่ว 3) กระโดดขาเดียวไปข้างหน้าอย่างต่อเนื่อง และ 4) วิ่งได้รวดเร็วและหยุดได้ทันที โดยแนะนำว่าเพื่อให้เด็กได้พัฒนาความแข็งแรง กล้ามเนื้อใหญ่ การเคลื่อนไหว และความคล่องแคล่วในการใช้วัยต่าง ๆ



จึงควรจัดกิจกรรม โดยให้เด็กได้เล่นอิสระกลางแจ้ง เล่นเครื่องเล่นสนาม เคลื่อนไหวร่างกาย ตามจังหวะดนตรี ดังนั้นการมีสนามเด็กเล่นพร้อมเครื่องเล่นสนามจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง และที่สำคัญจะต้องเป็นเครื่องเล่นที่มีความปลอดภัย

3.1 จัดสร้าง/ ซ่อมแซม/ ปรับปรุงสนามเด็กเล่นพร้อมเครื่องเล่นที่มีคุณภาพ ให้กับโรงเรียนในชุมชนที่ห่างไกลในภูมิภาคต่าง ๆ จำนวน 3 ภาค ๆ ละ 1 แห่ง

3.2 จัดให้มีการเรียนการสอนภายในห้องเรียนเท่านั้นยังเน้นให้เด็กมีประสบการณ์ นอกห้องเรียนหรือที่เรียกว่า “Outdoor education” ซึ่งสำหรับเด็กเล็กอาจเรียนอยู่ในสนามเด็กเล่น ก็ได้ ดังนั้นการมีสนามเด็กเล่นและเครื่องเล่นสนามที่เหมาะสมกับวัย และมีความปลอดภัยจะช่วยให้ เกิดพัฒนาการในทุก ๆ ด้าน อาทิ พัฒนาการด้านร่างกาย จิตใจ จินตนาการ ตลอดจนการอยู่ร่วมกับ ผู้อื่น และความสามารถในการสื่อสาร เป็นต้น

4. โครงการเพื่อสิ่งแวดล้อม ปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นไม่ใช่เฉพาะใน ประเทศไทยเท่านั้น แต่เป็นปัญหาระดับโลก ซึ่งกระทบต่อการดำรงชีวิตของสิ่งที่มีชีวิตทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นสิ่งมีชีวิตขนาดใหญ่หรือสิ่งมีชีวิตขนาดเล็ก ทั้งผู้อยู่ในเขตเมืองที่ต้องเผชิญกับปัญหา อากาศเป็นพิษ แผ่นดินทรุด น้ำท่วม หรือผู้ที่อยู่ในชนบทที่เจอกับปัญหาความเสื่อมโทรมของ ทรัพยากรธรรมชาติ มลพิษทางด้านสารพิษทางการเกษตร และปัญหาอื่น ๆ อีกมากมาย แต่ทั้งนี้ เราต้องยอมรับว่าส่วนใหญ่ปัญหาเหล่านี้เกิดจากการกระทำของมนุษย์

4.1 จัดกิจกรรมที่มีวัตถุประสงค์เพื่อพิทักษ์และฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม อันเป็นปัญหา สำคัญของโลกปัจจุบัน

4.2 สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ให้การสนับสนุนในการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและธรรมชาติด้วยการสนับสนุน โครงการปลูกป่าถาวรเฉลิมพระเกียรติฯ การปรับปรุงสวนสาธารณะและสวนหย่อมในภูมิภาค รวมทั้งการสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ของมูลนิธิคุ้มครองสัตว์ป่าและพันธุ์พืช การสนับสนุนให้มีการนำ เครื่องผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ มาใช้ในโครงการปลูกป่าต้นน้ำในเขตอุทยานแห่งชาติ ตลอดจนการวิจัยเพื่อการอนุรักษ์นกเงือก โครงการคืนกระทิงสู่ผืนป่า และโครงการอื่น ๆ อีกมากมาย

ดังนั้น หากหน่วยงานหรือองค์กรใด ประสงค์จะขอรับการสนับสนุนเงินบริจาค สาธารณประโยชน์จากสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลจะพิจารณา ให้การสนับสนุนภายใต้กรอบของข้อบังคับสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลว่าด้วยเงินบริจาค เพื่อสาธารณประโยชน์ ซึ่งออกโดยคณะกรรมการสลากกินแบ่งรัฐบาล โดยมีสาระสำคัญ ในการขอรับการสนับสนุน ดังนี้

1. หน่วยงาน องค์กร หรือนิติบุคคลสามารถขอรับการสนับสนุนได้ตามความจำเป็น
2. การบริจาคจะให้กับองค์กร/ หน่วยงานการกุศล/มูลนิธิ/ หน่วยงานของรัฐหรือตามที่คณะกรรมการ ประธานกรรมการ หรือผู้อำนวยการสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลเห็นชอบ
3. การบริจาคเงินจะต้องเป็นไปเพื่อกิจกรรมด้านการศึกษา สาธารณสุข ศาสนา สังคมสงเคราะห์ การกีฬา อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม
4. หน่วยงานที่ประสงค์จะขอรับบริจาค ต้องยื่นหนังสือพร้อมรายละเอียดโครงการต่อสำนักงาน ฯ โดยให้หัวหน้าองค์กรเป็นผู้ลงนาม ในส่วนกลาง ต้องเป็นหัวหน้าส่วนราชการระดับกรมขึ้นไป ในส่วนภูมิภาคหรือท้องถิ่น ต้องให้ผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นผู้ลงนาม หากเป็นนิติบุคคลอื่นต้องให้ประธานหรือผู้บริหารสูงสุดลงนาม ถ้าเป็น วัดต้องให้เจ้าคณะจังหวัดลงนามรับรองด้วย

โดยสรุปแล้ว สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลดำเนินงานโดยเน้นเป็น CSR after process เป็นส่วนใหญ่ สำหรับรายละเอียดของโครงการรับผิดชอบต่อสังคมของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลจะแสดงอยู่ในภาคผนวก

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานศึกษาที่เกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจที่ผ่านมาเพื่อนำมาเป็นกรอบในการศึกษาและวิเคราะห์กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจครั้งนี้

ศรายุทธ ศิริไพล์ (2550) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาการรับรู้การสื่อสารการตลาดเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของเบียร์สิงห์ไลท์เปรียบเทียบกับเบียร์ช้างไลท์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระดับการรับรู้การสื่อสารการตลาดเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของเบียร์สิงห์ไลท์เปรียบเทียบกับเบียร์ช้างไลท์ของความสัมพันธ์ของการสื่อสารการตลาดเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของเบียร์สิงห์ไลท์เปรียบเทียบกับเบียร์ช้างไลท์ของกลุ่มเป้าหมายกับระดับความพึงพอใจในตราสินค้าและระดับ ความภักดีในตราสินค้า และลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง เช่น อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ ความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและความภักดีในตราสินค้าของสิงห์ไลท์และช้างไลท์ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ในภาพรวมแล้วผู้บริโภคเบียร์สิงห์ไลท์มีการรับรู้การสื่อสารการตลาดเพื่อสร้างภาพลักษณ์เพื่อให้เกิดความภักดีในตราสินค้า ในระดับปานกลาง คือรสชาติ นุ่ม ๆ ถูกคอ ทำให้ผู้บริโภคอยากดื่มเบียร์สิงห์ไลท์ในระดับมาก ส่วนเบียร์ช้างไลท์อยู่ในระดับปานกลาง

ชญญา วัฏฏ์สันติ (2551) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาการรับรู้ และทัศนคติที่มีต่อ โครงการรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ของประชาชนในจังหวัดสมุทรปราการ จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เป็นพนักงาน

บริษัทเอกชน มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ระดับการรับรู้ที่มีต่อโครงการรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ของประชาชนในจังหวัดสมุทรปราการพบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีการรับรู้เกี่ยวกับโครงการรับผิดชอบต่อสังคม อยู่ในระดับปานกลาง ระดับทัศนคติที่มี ต่อโครงการรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ของประชาชนใน จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อโครงการรับผิดชอบต่อสังคม อยู่ในระดับที่เป็นกลาง

ณัฐชานนท์ คอนเขียวไพโร (2551) ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้และการมีส่วนร่วมของ ประชาชนต่อการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมขององค์การบริหารส่วนตำบล ในจังหวัดพิษณุโลก ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมขององค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัด พิษณุโลก ใน 40 เรื่องการรับรู้และการมีส่วนร่วมของประชาชนในประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมยังอยู่ใน ระดับปานกลาง เพศและอายุมีอิทธิพลต่อการรับรู้และการมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม ด้านสิ่งแวดล้อมของประชาชนในจังหวัดพิษณุโลก โดยที่เพศชายมีการรับรู้ข่าวสาร และมีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมมากกว่าเพศหญิง

พรศิริ แก้วปาน (2551) ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้โครงการเพื่อสังคมของบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ผู้ประชาชนจากสื่อสารส่งเสริมการตลาด ในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 36 ปีขึ้นไป ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และเคยเป็นลูกค้าของบริษัท โดยรู้จัก โครงการไทยเบฟรวมใจด้านภัยหนาวมากที่สุด โดยสื่อที่ทำให้รับรู้เกี่ยวกับโครงการมากที่สุด คือ ผ่านทางการประชาสัมพันธ์ รองลงมา คือ การส่งเสริมการขาย การโฆษณาผ่านทางพนักงาน ขาย และการตลาดทางตรง

ศรายุทธ ต้นเถียร (2551) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ ป่าชายเลนของประชาชนบ้านบางนายสังข์ ตำบลบางนายนายสี อำเภอดงตาล จังหวัดพังงา พบว่า ประชาชนมีส่วนร่วมในการศึกษาปัญหา การวางแผนดำเนินการ การมีส่วนร่วมในการ ปฏิบัติงานสนับสนุนการอนุรักษ์และฟื้นฟูป่าชายเลน และการมีส่วนร่วมติดตามประเมินผล ในระดับต่ำ จึงมีพัฒนาโดยใช้กระบวนการ AIC และประเมิน โดยการวัดความรู้และเจตคติก่อน และหลังประชุมเชิงปฏิบัติการ พบว่า ประชาชนที่เข้าร่วมประชุมเชิงปฏิบัติการพัฒนา การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าชายเลนมีความรู้และเจตคติเพิ่มขึ้น

ไบรอัน กริฟฟิน (2551) กรรมการผู้จัดการ บริษัท วิโรพับลี ครีเลชั่นส์ กล่าวว่า กิจกรรม เพื่อสังคมเป็นเรื่องที่ผู้บริหาร โลก ให้ความสนใจ และองค์กรต่าง ๆ สามารถใช้ศาสตร์นี้ในการสร้าง ความสัมพันธ์กับผู้บริโภคได้ ซึ่งหากองค์กรใดสามารถปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อมกำลังให้ ความสำคัญ องค์กรนั้นย่อมสามารถสื่อสารและเข้าถึงจิตใจของผู้บริโภคได้มากกว่าอย่างแน่นอน

สุทธ จิตรรุ่งเรือง (2551) ได้ศึกษา เรื่อง การศึกษาอิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของพนักงานและภาพลักษณ์ขององค์กร ผลการศึกษาพบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมส่งผลในทางบวกต่อความภักดีต่อพนักงาน และส่งผลในทางบวกต่อภาพลักษณ์องค์กร คือหากองค์กรดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมก็จะส่งผลให้พนักงานมีความภักดีต่อองค์กรมากขึ้น และทำให้องค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดีมากขึ้นด้วย

สายทิพย์ โสรรัตน์ (2551) ได้ศึกษาเรื่อง หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกประเด็นทางสังคม เพื่อดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ พบว่า สามารถแยกปัจจัยที่ใช้เป็น 2 กลุ่ม คือ ปัจจัยจากภายในองค์กร โดยหลักเกณฑ์ที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ผลการดำเนินงานขององค์กรที่มีผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อม ต่อผู้มีส่วนได้เสีย และต่อสิ่งแวดล้อม กิจกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับบริบทขององค์กร ทั้งในเรื่องของนโยบาย เป้าหมายและธุรกิจหลัก และกิจกรรม CSR ที่จะทำนั้นสามารถใช้ทรัพยากรที่ลงทุนในการทำ CSR ได้อย่างคุ้มค่า และปัจจัยจากภายนอกองค์กร คือ ปัญหาที่กำลังเกิดขึ้นในชุมชนรอบข้างที่องค์กรจะสามารถ นำมาดำเนินกิจกรรม CSR ได้ และระดับความรุนแรงและเร่งด่วนของปัญหาทางสังคมที่ต้องการแก้ไขหรือบรรเทาปัญหา

สุเมธ กาญจนพันธุ์ (2551) ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การบริหารจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ขององค์กรธุรกิจ พบว่า ปัจจุบันองค์กรธุรกิจในประเทศไทยได้มีกลยุทธ์การบริหารจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในลักษณะที่เป็นเชิงกลยุทธ์มากขึ้น โดยการวิเคราะห์ปัจจัยทั้งภายในและภายนอกองค์กรประกอบการวางแผนการดำเนินงาน เพื่อให้การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมีประสิทธิภาพสูงสุด นอกจากนี้ องค์กรธุรกิจยังมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมว่าเป็นวิธีการขับเคลื่อนให้องค์กรมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน แต่อย่างไรก็ตามบางองค์กรก็ยังไม่ได้มีการดำเนินงานในด้านที่ครอบคลุมทั้ง 3 มิติ ได้แก่ มิติด้านเศรษฐกิจ มิติด้านสังคม และมิติด้านสิ่งแวดล้อม โดยจะมุ่งเน้นใน 2 มิติเป็นหลัก คือ มิติด้านเศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม และองค์กรธุรกิจยังมีความรู้ความเข้าใจไม่ถูกต้องในด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์การดำเนินงาน สำหรับแนวโน้มในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นในอนาคตขององค์กรธุรกิจจะให้ความสำคัญในการดำเนินงานมากยิ่งขึ้น มีการจัดตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบการดำเนินงานด้านนี้ โดยเฉพาะมีการมุ่งเน้นการเข้ามามีส่วนร่วมของพนักงาน คู่ค้า มากขึ้น และจะมีการจัดทำรายงาน ผลการดำเนินงานในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ โดยเฉพาะ

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2551) นักวิชาการไทยที่ได้เขียนบทความเกี่ยวกับ CSR ไว้หลายเรื่อง โดยมองว่า CSR ที่กำลังได้รับความสนใจจากธุรกิจต่าง ๆ ในประเทศไทยขณะนี้

เป็นตัวอย่างหนึ่งของกระแสการเรียกร้องให้ธุรกิจต้องใส่ใจกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในวงที่กว้างกว่าเพียงผู้ถือหุ้นหรือพนักงานในองค์กร การเพิ่มจำนวนของธุรกิจที่ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมในระยะ 4-5 ปีที่ผ่านมา เป็นตัวชี้วัดแนวโน้มทิศทางของการทำธุรกิจในอนาคตจะเป็นไปในทิศทางที่ธุรกิจจำเป็นต้องเข้าไปมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมและส่งเสริมการพัฒนาสังคมมากขึ้น แต่เป็นที่น่าเสียดายที่องค์กรธุรกิจที่ดำเนินการด้าน CSR ในประเทศส่วนใหญ่ ยังไม่เข้าถึงแก่นความเข้าใจจริง ๆ ของการดำเนินธุรกิจที่รับผิดชอบต่อสังคม

วศินี นพคุณ (2551) ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม และการมีส่วนร่วมของชุมชนด้านสิ่งแวดล้อมของกลุ่มอุตสาหกรรมพลังงาน พบว่า ควรมีการใช้สื่ออื่นเป็นสื่อผสมมากกว่านี้ในการสื่อสารกับชุมชนเพื่อให้เกิดความสนใจมากยิ่งขึ้น

นัตตา ภูจิน (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพของภาพลักษณ์การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย สถานภาพโสด มีอายุ 20-25 ปี จบการศึกษาในระดับมัธยมต้นหรือเทียบเท่า ประกอบรัฐวิสาหกิจและมีรายได้ต่อเดือน 20,001-25,000 บาท จำนวนมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างเห็นว่า การที่บริษัทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเป็นว่าภาพลักษณ์บริษัทของบริษัทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ทำความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ในระดับปานกลาง และผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ของบริษัท

พัชยา ศิลปะพรหมมาศ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมพัฒนาการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าชายเลนของคณะกรรมการชุมชนเทศบาลตำบลคอนสัก อำเภอดอนสัก จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ผู้นำท้องถิ่นและประชาชนเข้ามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติจำกัด จากการขาดความรู้ความเข้าใจในกระบวนการเข้ามีส่วนร่วมการอนุรักษ์ป่าชายเลนทั้งด้านลักษณะส่วนบุคคลสถานะความเป็นผู้นำ และพบว่ามีความต้องการในการฝึกอบรมเรื่องป่าชายเลนสูงสุด และหลังปฏิบัติการฝึกอบรมพบว่าสามารถปฏิบัติงานได้ระดับมาก

สุรัชย์ เชื้อข้าวซ้อน (2552) ได้ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของชุมชนในการอนุรักษ์และใช้ประโยชน์จากทรัพยากรป่าไม้อย่างยั่งยืนของชุมชนบ้านดินดำ ตำบลท่าก้อ อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ซึ่งเป็นชุมชนหนึ่งที่อยู่ใกล้กับพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติ ป่าแม่ลาวฝั่งซ้าย จากสภาพป่าที่ถูกบุกรุกไปเป็นจำนวนมาก แต่ยังคงความอุดมสมบูรณ์ไว้ได้เป็นบางส่วน ถ้าประชาชนที่มีที่ทำกินติดกับบริเวณพื้นที่ป่าได้เข้ามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์อย่างจริงจัง รวมทั้งการนำเอาหลักวิชาการการอนุรักษ์ไปใช้ในชุมชน คือ การใช้ทรัพยากรป่าไม้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดและเกิดการสูญเสียน้อยที่สุดและเป็นทางหนึ่งของชุมชนที่สามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรป่าไม้ได้อย่างมีคุณค่า รวมทั้งการร่วมมือกันอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ให้คงมีใช้อย่างยั่งยืนต่อไป

กนกพร แสงศรี (2553) ได้ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาตำบลขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะปันหยี อำเภอเมือง จังหวัดพังงา พบว่า ประชาชน ที่มีระดับการศึกษาสูงและรายได้สูงเป็นกลุ่มที่มีโอกาสสังคมสูง ส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพนอกพื้นที่ทำให้มองเห็นความสำคัญของการมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาตำบลน้อยกว่า ประชาชนในตำบลเกาะปันหยี ที่มีระดับการศึกษาน้อยและรายได้ต่ำ ส่วนประชาชนในตำบลเกาะปันหยีที่มีระดับการศึกษาน้อยและรายได้ต่ำ ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพอยู่ในพื้นที่ตลอดเวลา ทำให้มองเป็นปัญหาและมีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาตำบล มากกว่า ประชาชนที่มีการศึกษาระดับสูงและรายได้สูง

ชนาธิป สวัสดิ์ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง พัฒนาการมีส่วนร่วมของแกนนำชุมชนในการบริหารจัดการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอำเภอวิภาวดี จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยดำเนินการคัดเลือกตัวแทนแบบเจาะจงเข้าร่วมประชุมจำนวน 50 คน 1) สร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว การบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว 2) ด้านทักษะฝึกปฏิบัติการมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาและพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 3) ด้านเจตคติ ความตระหนักต่อการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และในการประเมินกระบวนการพัฒนาการมีส่วนร่วมของแกนนำชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอวิภาวดี จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า หลังการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการสูงกว่าการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ ส่วนความพึงพอใจของแกนนำชุมชนที่เข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการปรากฏว่ามีความพึงพอใจต่อกระบวนการพัฒนาการมีส่วนร่วมของแกนนำชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับมาก

ฐานวัฒน์ ทิพย์บรรพต (2554) ได้ศึกษาเรื่อง พัฒนาการมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาชุมชนของประชาชนตำบลตะปาน อำเภอพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้เข้าประชุมมีทักษะความสามารถในการปฏิบัติและทักษะการวางแผนในระดับที่มาก สำหรับข้อเสนอแนะจากการวิจัยในครั้งนี้ หน่วยงานในชุมชนต่าง ๆ ได้นำกระบวนการพัฒนาการมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาชุมชนไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับบริบทของชุมชนแต่ละแห่งเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนา และการจัดทำแผนชุมชนอย่างแท้จริง

เกศินี พรหมบุตร (2554) ได้ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตเทศบาลตำบลเวียง อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย พบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมค่อนข้างจำกัด เพราะขาดแคลนงบประมาณในการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ในชุมชน ขาดการดำเนินกิจกรรม รมรงค์ให้คนในชุมชน ตลอดจนเด็กและเยาวชนได้เรียนรู้ และเข้าใจในการอนุรักษ์ ดูแลแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ในชุมชนที่ต่อเนื่อง แหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ในชุมชน ป้ายประชาสัมพันธ์ ที่จอดรถ ห้องน้ำ สาธารณะไม่ได้รับการพัฒนาปรับปรุงให้มีความสะอาดเหมาะสม

งานวิจัยที่ยกมานั้นเป็นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมและเกี่ยวกับการรับรู้รูปแบบของ โครงการความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีวัตถุประสงค์ที่หลากหลายแตกต่างกัน แม้ว่าผลการวิจัยจะมีความแตกต่างกันตามบริบทของงานวิจัยแต่ละชิ้น อย่างไรก็ตามงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเหล่านี้จะเป็นข้อมูลพื้นฐานที่ดีต่อการวิจัยเรื่อง “การรับรู้รูปแบบของโครงการ รับผิดชอบต่อสังคมในการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล” เนื่องจาก ความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นมีการแสดงออกในหลายรูปแบบ ซึ่งขึ้นอยู่กับนโยบายขององค์กรเอง และการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในปัจจุบันมีการทำกันอย่างกว้างขวางมากขึ้นเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการแข่งขันทางการตลาด อันจะมีผลต่อการรับรู้และการมีส่วนร่วมถึงการมีอยู่ของ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

## บทที่ 3

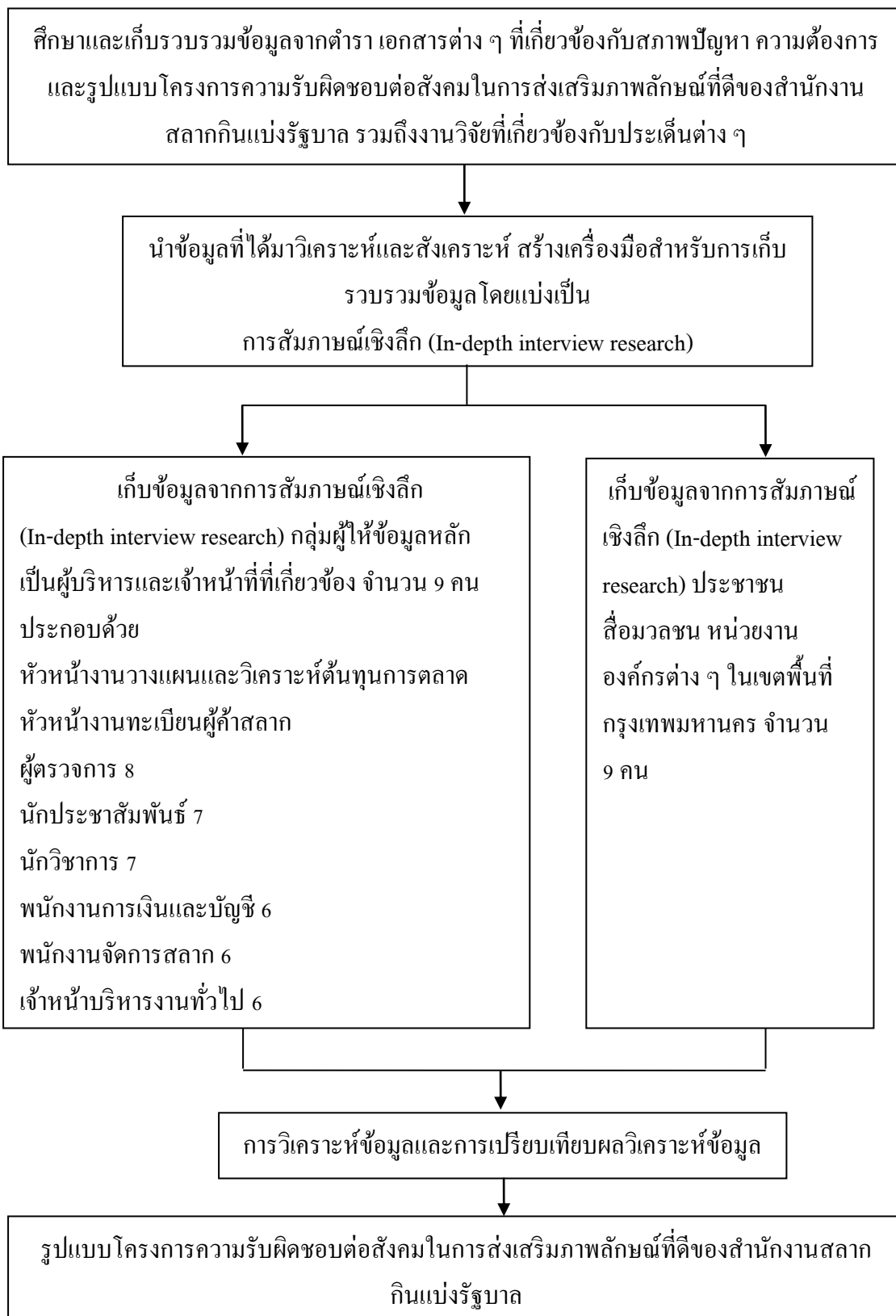
### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาเรื่อง “การรับรู้รูปแบบของโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม ในการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล” เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) เพื่อประเมินภาพลักษณ์ และการรับรู้รูปแบบที่ได้จากการดำเนินโครงการ ที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ในการวิจัยนี้ได้กำหนดแนวทางในการดำเนินการวิจัย โดยศึกษาจากข้อมูลจากตำรา เอกสารต่าง ๆ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การวิเคราะห์ข้อมูล การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview research) ซึ่งมีสาระสำคัญโดยสังเขป ดังนี้

#### การออกแบบการวิจัย

การออกแบบการวิจัย (Research design) เป็นการวางแผนและกำหนดกระบวนการ ในการวิจัยแบบกว้าง ๆ เกี่ยวกับวิธีการเก็บข้อมูลแล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และสังเคราะห์ ประมวลผล สรุปผล อภิปรายผล และนำเสนอรูปแบบที่ได้จากการศึกษา และข้อเสนอแนะที่เป็น ประโยชน์ต่าง ๆ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพซึ่งสามารถสรุปขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ในครั้งนี้ ดังภาพที่ 3-1 (Creswell, 2009, p. 210)





ภาพที่ 3-1 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

## กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ การเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเป็นไปในลักษณะจำเพาะเจาะจง (Purposive informant) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถวิเคราะห์ได้อย่างถูกต้องตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยพิจารณาว่ามีใครบ้างที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรง (Direct stakeholders) กับประเด็นที่ศึกษา กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักกลุ่มที่ 1 จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview research) ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้ มีข้อมูลในเรื่องที่ผู้วิจัยกำลังศึกษาคดีที่สุดและมีความเกี่ยวข้องมากที่สุด ประกอบด้วยผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 9 คน

1. หัวหน้างานวางแผนและวิเคราะห์ต้นทุนการตลาด
2. หัวหน้างานทะเบียนผู้ค้าสลาก
3. ผู้ตรวจการ 8
4. นักประชาสัมพันธ์ 7
5. นักวิชาการ 7
6. พนักงานการเงินและบัญชี 6
7. พนักงานจัดการสลาก 6
8. เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป 6
9. เจ้าหน้าที่บริหารทั่วไป 4

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักกลุ่มที่ 2 จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview research) ประกอบด้วย ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียคัดเลือกด้วยการใช้คุณสมบัติเฉพาะเจาะจงที่มีความเกี่ยวข้องกับผู้ที่ได้รับผลประโยชน์โครงการรับผิดชอบต่อสังคม ประชาชน สื่อมวลชน หน่วยงาน องค์กรต่าง ๆ ในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร จำนวน 9 คน ด้วยการสัมภาษณ์ พูดคุย และสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

## ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ขั้นตอนวิธีการในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบ่งขั้นตอนการวิจัยเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. สำรวจข้อมูลพื้นฐาน
2. สร้างรูปแบบ
3. สำรวจรูปแบบความคิดเห็น

### ขั้นตอนที่ 1 การสำรวจข้อมูลพื้นฐาน

ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการให้ความหมาย รูปแบบ การรับรู้รูปแบบของโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมในการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล และศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร (Documentary study) (Document analysis) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับเพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลประกอบการสัมภาษณ์

### ขั้นตอนที่ 2 ขั้นสร้างรูปแบบ การรับรู้รูปแบบของโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม

สร้างแนวคำถาม ซึ่งเป็นเครื่องมือในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) สำหรับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยผู้วิจัยได้ศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องแบบภาพรวม และข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์การรับรู้รูปแบบของโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมในการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล โดยลักษณะคำถามจะเป็นประเภทคำถามปลายเปิด (Open-ended question) โดยมีแนวทางการสัมภาษณ์ การกำหนดประเด็นข้อมูลที่ต้องการทราบ พร้อมกับบันทึกเทปการสัมภาษณ์และจดบันทึกรายละเอียดบางส่วนจากการสัมภาษณ์ โดยมีแนวคำถามในการสัมภาษณ์ ดังนี้

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ชื่อ-สกุล อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานที่ทำงาน

ส่วนที่ 2 ประเด็นคำถามสำหรับผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง มีจุดมุ่งหมายเพื่อการให้ความหมาย รูปแบบ การรับรู้รูปแบบของโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมในการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล การเข้ามามีส่วนร่วมของพนักงาน เพื่อรวบรวมข้อมูล ความคิดเห็น ของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำแผนนโยบายในการดำเนินกิจกรรม CSR ในอนาคตและปัจจุบัน จำนวน 9 คน ดังนี้

1. เข้าใจความหมายของคำว่าความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นอย่างไร
2. โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลจัดทำโครงการ CSR ขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ใด และทำในรูปแบบใด
3. การดำเนินกิจกรรม CSR ของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของพนักงานมากน้อยเพียงใด
4. การดำเนินกิจกรรม CSR ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลอย่างไรบ้าง
5. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินโครงการ CSR มีอะไรบ้าง
6. แนวคิดในการดำเนินโครงการ CSR ในอนาคต ควรเป็นอย่างไร
7. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ได้รูปแบบตามแนวคิดของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง  
 ขึ้นตรวจสอบรูปแบบตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ (IOC) เพื่อพิจารณาตรวจสอบ  
 และให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น

### ขั้นตอนที่ 3 ดำรงรูปแบบความคิดเห็น

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

ส่วนที่ 2 ประเด็นคำถามสำหรับประชาชน สื่อมวลชน หน่วยงาน องค์กรต่าง ๆ  
 ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีจุดมุ่งหมายเพื่อสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักด้วย  
 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview research) จำนวน 9 คน ดังนี้

1. มุมมองที่มีต่อสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลในปัจจุบันเป็นอย่างไร
2. มีการรับรู้หรือไม่ว่า สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลมีส่วนช่วยเหลือสังคมอย่างไรบ้าง
3. อยากให้สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลดำเนินกิจกรรม/ โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมอะไรบ้าง และดำเนินการอย่างไร
4. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

### การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย หลังจากที่ได้เก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว  
 ได้นำข้อมูลมาตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Trustworthiness) ดังนี้ (Golafshan, 2003)

1. ผู้สัมภาษณ์สร้างความสัมพันธ์อันดีต่อผู้ให้สัมภาษณ์ เพื่อให้เกิดความไว้วางใจในตัว  
 ผู้วิจัย ซึ่งจะมีผลต่อความถูกต้องและเป็นจริงของข้อมูล
2. การยืนยันความถูกต้องของข้อมูล (Member checking) โดยการนำข้อมูลที่ได้จาก  
 การสัมภาษณ์ที่ได้จับบันทึกอย่างละเอียดและอธิบายอย่างชัดเจนนำกลับไปให้ผู้ให้สัมภาษณ์ยืนยัน  
 ความถูกต้องของข้อมูลว่าข้อมูลเป็นจริงตรงกับความรู้สึกของผู้ให้สัมภาษณ์หรือไม่
3. ตรวจสอบความไว้วางใจได้ของข้อมูล (Dependability) โดยการนำข้อมูลไปปรึกษา  
 ทบทวนกับผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อยืนยันความถูกต้องตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา
4. ความสามารถในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ (Transferability) โดยการเขียน  
 ระเบียบ วิธีการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูล และบริบทที่ต้องการศึกษาอย่างชัดเจน เพื่อเป็นการเพิ่ม  
 ความน่าเชื่อถือของการวิจัยในการที่จะนำผลการวิจัยไปใช้ในบริบทที่ใกล้เคียงกัน
5. การยืนยันผลการวิจัย (Conformability) โดยการที่ผู้วิจัยจะเก็บเอกสารต่าง ๆ  
 ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยไว้เป็นอย่างดี พร้อมสำหรับการตรวจสอบ (Audit trail) เพื่อยืนยันว่าข้อมูล  
 ที่ได้ไม่มีความลำเอียงหรือเกิดจากการคิดขึ้นของผู้วิจัย

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้แบ่งวิธีการเข้าถึงข้อมูลและเก็บรวบรวมข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านเอกสาร (Review data) และการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม (Field data)

### 1. การเก็บรวบรวมข้อมูลด้านเอกสาร (Review data)

1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ศึกษาวิธีการสร้างคำถามในการสัมภาษณ์จากเอกสารงานวิจัยเพื่อกำหนดขอบเขตและเนื้อหาจะได้มีความชัดเจนตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ศึกษาจากตำราเอกสาร บทความ ทฤษฎี หลักการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตของการวิจัยและสร้างเครื่องมือวิจัยให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย

### 2. การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม (Field data)

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview)

โดยการกำหนดคำถามออกเป็นประเด็นให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับรูปแบบแนวคิดของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องประชาชน สื่อมวลชน หน่วยงาน องค์กรต่าง ๆ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ก่อนเริ่มการทำการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้แสดงถึงวัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์ขออนุญาตในการจดบันทึกและบันทึกเสียงระหว่างการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้มีปฏิสัมพันธ์แบบต่อหน้ากับผู้ให้สัมภาษณ์เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนและแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ โดยจะใช้เวลาในการสัมภาษณ์ประมาณ 10-30 นาที ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความร่วมมือของผู้ให้สัมภาษณ์ การสัมภาษณ์แต่ละรายจะทำการสัมภาษณ์จนกว่าจะไม่พบข้อสงสัย หรือไม่มีข้อมูลใหม่เกิดขึ้นที่เรียกว่าข้อมูลอิ่มตัว (Data saturation) จึงหยุดการสัมภาษณ์ นอกจากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์แล้วผู้วิจัยยังใช้การสังเกต (Observation) ร่วมด้วย

## การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ผล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยดัดแปลงขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพของ Colaizzi (1978 cited in Beck, 1994) ซึ่งเป็นวิธีที่ได้รับการยอมรับและใช้กันอย่างแพร่หลายในงานวิจัยเชิงปรากฏการณ์วิทยา (Clark & Wheeler, 1992) ดังนี้

1. นำข้อมูลที่ได้จากการถอดความจากเครื่องบันทึกเสียงและการบันทึกภาคสนามมาพิจารณาหลาย ๆ ครั้ง เพื่อให้เกิดความเข้าใจในภาพรวมของข้อมูลที่ได้ และพิจารณาประเด็นที่สำคัญ

2. นำข้อมูลกลับมาอ่านพิจารณาอีกครั้ง โดยละเอียดแล้วจึงตีความพร้อมทำการดึงข้อความหรือประโยคที่สำคัญที่เกี่ยวข้อง
3. การอธิบายปรากฏการณ์อย่างละเอียดครบถ้วน โดยเขียนให้มีความต่อเนื่องและกลมกลืนกัน ระหว่างข้อความหรือประโยค ความหมายและหัวข้อต่าง ๆ ซึ่งในขั้นตอนนี้ต้องพยายามตัดข้อมูลหรือ หัวข้อที่ไม่จำเป็นออก
4. ใช้การเขียนบรรยายสิ่งที่ค้นพบอย่างละเอียดและชัดเจน โดยจะไม่มีการนำทฤษฎีไปควบคุม ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น
5. ตรวจสอบความตรงของข้อมูล โดยนำข้อสรุปไปให้ผู้ให้ข้อมูลตรวจสอบว่าเป็นความจริงตามที่บรรยายและอธิบายมาหรือไม่ เพื่อให้ได้ข้อสรุปสุดท้ายที่สมบูรณ์และเป็นข้อค้นพบจากการให้ข้อมูลจริงของผู้ให้ข้อมูล จากนั้นจึงนำข้อมูลมาตรวจสอบกับอาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้ง
6. หาแนวคิดและทฤษฎีเพื่อมาอธิบายข้อสรุปที่ได้รับ หลังจากการตรวจสอบจากผู้ให้สัมภาษณ์แล้ว

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การรับรู้รูปแบบของโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมในการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล” ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาความหมาย รูปแบบการรับรู้รูปแบบโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research method) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นในการเสนอผลการศึกษาดังต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์ในขั้นตอนที่ 1 การศึกษาข้อมูลพื้นฐาน วิเคราะห์เอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการให้ความหมาย รูปแบบ การรับรู้รูปแบบของโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมในการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล

2. ผลการวิเคราะห์ในขั้นตอนที่ 2 การสร้างรูปแบบ การรับรู้รูปแบบของโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม โดยสอบถามความคิดเห็นจากผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview research) จำนวน 9 คน เพื่อให้ได้รูปแบบการรับรู้รูปแบบของโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมในการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลตามแนวคิดของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

3. ผลการวิเคราะห์ในขั้นตอนที่ 3 นำรูปแบบที่ได้ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญแล้วนำมาสำรวจความคิดเห็นกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview research) จำนวน 9 คน

#### ขั้นตอนที่ 1 ผลการศึกษาขั้นพื้นฐาน

การศึกษาค้นคว้าข้อมูลพื้นฐานตามขั้นตอนการรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ จากเอกสารการรับรู้รูปแบบโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ผลการศึกษาการสำรวจข้อมูลจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความหมายรูปแบบ การรับรู้รูปแบบของโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม

1. การให้ความหมายของโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล

จากการศึกษานโยบายและข้อมูลขององค์กร พบว่า สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลให้ความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและมีคุณธรรม โดยได้ระบุไว้

เป็นส่วนหนึ่งของพันธกิจ ปรัชญาในการดำเนินธุรกิจ จริยธรรมขององค์กร และค่านิยมขององค์กร มุ่งเน้นการสร้างสรรค์สิ่งดีที่ให้แก่สังคมและสิ่งแวดล้อม ด้วยการปลูกฝังคนในองค์กรและประชาชน ทั่วไปให้อนุรักษ์และรักษาสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัวไปพร้อม ๆ กัน กับการพัฒนาช่วยเหลือสังคม โดยรวม และมุ่งเน้น โครงการในหลายด้าน เช่น ด้านสังคม ศาสนา การศึกษา สาธารณสุข กีฬา และวัฒนธรรม โครงการต่าง ๆ เหล่านี้มีการนำรายได้ส่วนหนึ่งจากการดำเนินกิจการมาบริจาค และสนับสนุนช่วยเหลือสังคมที่เดือดร้อนต่าง ๆ เช่น ผู้ประสบอุทกภัย สร้างวัด สร้างโรงเรียน ก่อสร้างโบราณสถาน เป็นต้น เป็นการบริจาคเงินและสนับสนุนเงินตามที่หน่วยงานต่าง ๆ ร้องขอ มาเป็นการตอบแทนสังคมอีกทางหนึ่ง ซึ่งสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลถือว่าการช่วยแบ่งเบาภาระของรัฐบาลได้อีกทางหนึ่ง

ตารางที่ 4-1 ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคมของ สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล

| ประเด็นความหมาย                                | เหตุผล  | วิธีการ  |
|--|---|--|
| การดำเนินธุรกิจ ที่เป็นประโยชน์ ให้แก่สังคม    | เพื่อความเป็นองค์กรที่เป็นเลิศ ทางธุรกิจและสังคม  | ดำเนินการผ่าน โครงการและ กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ต่าง ๆ             |
| การสร้างสรรค์สิ่งดี ให้แก่สังคมและ สิ่งแวดล้อม | เชื่อว่าภารกิจขององค์กรที่เป็นบริษัท ธรรมดาภิบาล หรือ ความรับผิดชอบต่อ องค์กรธุรกิจต่อสังคมหรือ โครงการที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ในการดำเนินกิจกรรม ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ที่ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม ทั้งในระดับใกล้และระดับไกล ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด คือ การสร้างสรรค์สังคมแห่งความสุข ที่แท้จริงด้วยการให้สังคมจะพัฒนา ต่อไปอย่างมีประสิทธิภาพ ก็ด้วย พลังขับเคลื่อนจากความสุข และ จิตสำนึกที่ดีของทุกคนในสังคม | ด้วยการปลูกฝังคนในองค์กร และประชาชนทั่วไปให้ อนุรักษ์และรักษาสิ่งแวดล้อม |



## 2. รูปแบบของการดำเนินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล

จากการศึกษารูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคม ผู้วิจัยได้รวบรวมรูปแบบของความรับผิดชอบต่อสังคม โดยสามารถแบ่งเป็น 3 แนวคิด เพื่อวิเคราะห์รูปแบบของโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลในกิจกรรมเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการศึกษาและการกีฬา 2) ด้านสาธารณสุข-ด้านการแพทย์ 3) ด้านสังคมสงเคราะห์ 4) ด้านศิลปวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม 5) ด้านศาสนา โดยวิเคราะห์แต่ละโครงการว่ามีการดำเนินการอยู่ในรูปแบบใดตามแนวคิดที่ได้รวบรวมไว้

ตารางที่ 4-2 รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมตามแนวคิดของ Kotler and Lee

| Kotler and Lee (2005)                       | ความหมาย  |
|---|---|
| 1. การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม | การจัดการเงินทุน วัสดุ สิ่งของหรือทรัพยากรอื่นขององค์กร เพื่อขยายการรับรู้และความห่วงใยต่อประเด็นปัญหาทางสังคม                                  |
| 2. การตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคม   | การอุดหนุนหรือการบริจาครายได้ส่วนหนึ่งจากการขายผลิตภัณฑ์เพื่อช่วยหรือร่วมแก้ไขประเด็นปัญหาทางสังคมจำเพาะหนึ่ง ๆ ซึ่งมักมีช่วงเวลาที่จำกัดแน่นอน |
| 3. การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาด้านสังคม      | การสนับสนุนการพัฒนาหรือการทำให้เกิดผลจากการรณรงค์เพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในด้านสาธารณสุข ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งแวดล้อมหรือด้านสุขภาวะ         |
| 4. การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาด้านสังคม      | การช่วยเหลือไปที่ประเด็นปัญหาทางสังคมโดยตรงในรูปแบบของการบริจาคเงินหรือวัสดุสิ่งของ   |
| 5. การอาสาช่วยเหลือชุมชน                    | การสนับสนุนหรือจูงใจให้พนักงาน คู่ค้าร่วมสละเวลาและแรงงานในการทำงานให้แก่ชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่   |
| 6. การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม    | การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจอย่างพินิจพิเคราะห์ทั้งในเชิงป้องกันด้วยการหลีกเลี่ยงการก่อให้เกิดปัญหาทางสังคม  |

จากการศึกษาพบว่า สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ได้ดำเนินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีวัตถุประสงค์ และกลุ่มเป้าหมายชัดเจน ในแต่ละโครงการที่สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลดำเนินการ โดยมีรูปแบบการดำเนินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม จากกรอบแนวคิดการดำเนินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของ Kotler and Lee (2005) สามารถแบ่งได้ 3 รูปแบบ ดังนี้

#### การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม

1. โครงการจัดสร้างอาคารเรียนพร้อมครุภัณฑ์ 1 เพื่อจัดสร้างอาคารเรียนพร้อมครุภัณฑ์มาตรฐานและระบบสาธารณูปโภค รวมทั้งลานกีฬาเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตให้กับโรงเรียนในชุมชนที่ห่างไกลและมีความต้องการอาคารเรียนหลังใหม่
2. โครงการจัดสร้าง/ปรับปรุง/ซ่อมแซมห้องสมุด เพื่อก่อสร้าง/ซ่อมแซม/ปรับปรุงห้องสมุดเพื่อการเรียนรู้ พร้อมสื่อสารการเรียนรู้การสอนและอุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศที่มีคุณภาพต่อการสืบค้นข้อมูลข่าวสารให้กับโรงเรียนในชุมชนที่ห่างไกลและมีความต้องการห้องสมุด
3. โครงการจัดสร้าง/ปรับปรุง/ซ่อมแซมสนามเด็กเล่นพร้อมเครื่องเล่นที่มีคุณภาพ เพื่อจัดสร้าง/ซ่อมแซม/ปรับปรุงสนามเด็กเล่นพร้อมเครื่องเล่นที่มีคุณภาพให้กับโรงเรียนในชุมชนที่ห่างไกลและมีความต้องการสนามเด็กเล่นและเครื่องเล่นสนามให้เด็กและเยาวชนในชุมชนที่ห่างไกล มีการพัฒนาสติปัญญา ความรู้ความคิด อุปนิสัยจากสนามเด็กเล่นและเครื่องเล่นที่มีคุณภาพและมีความปลอดภัย
4. โครงการเพื่อสิ่งแวดล้อม เพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อม อย่างน้อย 1 พื้นที่

#### การบริจาคเพื่อการกุศล

ปัจจุบัน สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลได้ดำเนินโครงการที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมหรือโครงการซีเอสอาร์ภายใต้แนวคิด และคิดเจตนารมณ์การคืนกำไรให้กับสังคมเพื่อตอบแทนพี่น้องประชาชนที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล และได้จัดสรรเงินงบประมาณเกี่ยวกับเงินบริจาคและเงินสนับสนุนความรับผิดชอบต่อสังคม รวมทั้งโครงการซีเอสอาร์ เพื่อส่งเสริมโอกาสทางการศึกษา ทำนุบำรุงศาสนา ให้การสังคมสงเคราะห์ผู้ยากไร้และด้อยโอกาส ส่งเสริมงานด้านสาธารณสุขและการแพทย์ เสริมสร้างศักยภาพด้านกีฬาดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม ซึ่งมีโครงการที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 4-3 โครงการที่สำคัญของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล

| ที่ | โครงการ  | งบประมาณ<br>(บาท) |
|-----|--|-------------------|
| 1.  | โครงการอุ่นนี้เพื่อน้อง  | 4,800,000         |
| 2.  | โครงการสร้างพลังชีวิตสูงวัย “สูงวัยใจอมยิ้ม”   | 5,000,000         |
| 3.  | โครงการมอบผ้าห่มด้านภัยหนาวในพื้นที่ 7 จังหวัด (ขอนแก่น กาฬสินธุ์ ยโสธร อำนาจเจริญ มหาสารคาม มุกดาหาร)                                     | 3,000,000         |
| 4.  | โครงการพัฒนาห้องเรียนสู่โรงเรียนคุณภาพที่ช่วยน้องสู่ห้องเรียนคุณภาพ จังหวัดลพบุรี  | 3,500,000         |
| 5.  | โครงการสนับสนุนการจัดซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์และครุภัณฑ์อื่น ๆ เพื่อให้บริการผู้ป่วยในพื้นที่ชายแดนภาคใต้ โรงพยาบาลปัตตานี                  | 5,000,000         |
| 6.  | โครงการจัดงานคอนเสิร์ต “สร้างบ้านด้วยเพลง”   | 3,000,000         |
| 7.  | โครงการเสริมสร้างพื้นที่ให้มีความปลอดภัย โดยการจัดทำหลุมหลบภัย และซ่อมแซมบ้านเรือน ให้กับพี่น้องประชาชนด้านอำเภอกันทรลักษ์ จังหวัดศรีสะเกษ | 5,000,000         |
| 8.  | โครงการสร้างฝันปันสุข สร้างสวนสนุกให้กับน้อง   | 5,000,000         |
| 9.  | โครงการ “ค่ายเยาวชนศิลปะ วิปัสสนา”   | 5,000,000         |
| 10. | โครงการซื้อเครื่องมือแพทย์จำนวน 8 รายการ โรงพยาบาลชลประทาน   | 16,400,000        |
| 11. | โครงการจัดสรรทุนพัฒนาข้าราชการและเพิ่มศักยภาพ สำนักงานประมาณ   | 4,000,000         |
| 12. | โครงการการจัดงานประเพณีแข่งขันเรือยาว จังหวัดพิจิตร  | 1,000,000         |
| 13. | โครงการขยายผลเพื่อการส่งเสริมเยาวชนห่างไกลยาเสพติด   | 4,000,000         |
| 14. | โครงการมหกรรมวัน อสม. 3 อำเภอร่วมใจ ป้องกันภัยยาเสพติด   | 1,000,000         |
| 15. | โครงการลานกีฬาฟรีในหลวง ห่วงลูกหลานต่อต้านยาเสพติด จังหวัดชัยภูมิ  | 1,000,000         |
| 16. | โครงการสนับสนุนการจัดซื้อรถยนต์โดยสาร ขนาด 12 ที่นั่งให้กับโรงพยาบาลพิจิตร   | 1,138,000         |
| 17. | โครงการฟุตบอลสร้างความสัมพันธ์ไทยลาว สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์   | 2,000,000         |

## การอาสาช่วยเหลือชุมชน

### 1. โครงการ “ดาวอาสา” อาสาทำความดีกับสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล

ตารางที่ 4-4 รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมตามแนวคิดของสถาบันไทยพัฒนา

| สถาบันไทยพัฒนา   | ความหมาย  |
|--|---|
| 1. ความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงตอบสนอง<br>(Responsive CSR)  | การปฏิบัติตัวเป็นบรรษัทพลเมืองที่ดี และ<br>การบรรเทาผลกระทบเชิงลบที่เกิดขึ้นหรือ<br>ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากกิจกรรมทางธุรกิจของตน         |
| 2. ความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงกลยุทธ์<br>(Strategic CSR)   | มีความรับผิดชอบต่อการบรรเทาปัญหาหรือ<br>ผลกระทบที่เกิดจากกิจการสู่การทำ<br>ความรับผิดชอบต่อสังคมในเชิงรุก                               |
| 3. ความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงสร้างสรรค์<br>(Creative CSR) | การพัฒนากิจกรรม CSR ในเชิงร่วม (Collaborative)<br>ที่เปิดโอกาสให้เกิดการทำงานร่วมกันระหว่างธุรกิจ<br>และสังคมอย่างไม่แบ่งแยกกิจกรรม CSR |

โครงการที่สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ดำเนินการ โดยมีรูปแบบการดำเนินโครงการ  
ความรับผิดชอบต่อสังคม จากกรอบแนวคิดการดำเนินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของ  
สถาบันไทยพัฒนา มีความรับผิดชอบต่อการบรรเทาปัญหาหรือผลกระทบที่เกิดจากกิจการสู่  
การทำความรับผิดชอบต่อสังคมในเชิงรุก (Strategic CSR)

ตารางที่ 4-5 รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมตามแนวคิดของสถาบันธุรกิจเพื่อสังคม

| สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม | ความหมาย  |
|------------------------|---|
| 1. CSR-after-process   | การดำเนินกิจกรรมที่แตกต่างหากจากการดำเนินธุรกิจ<br>ที่เป็นกระบวนการหลักของกิจการ  |
| 2. CSR-in-process      | การดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมที่อยู่ในกระบวนการหลักของ<br>กิจการหรือเป็นการทำธุรกิจที่หากำไรอย่างมีความรับผิดชอบต่อ        |
| 3. CSR-as-process      | กิจกรรมที่ดำเนินงานโดยองค์กรที่ไม่แสวงหากำไรให้กับตนเอง<br>เป็นหน่วยงานที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อมุ่งสร้างประโยชน์ต่อสังคมเป็นหลัก |

โครงการที่สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลดำเนินการ โดยมีรูปแบบการดำเนินโครงการ ความรับผิดชอบต่อสังคม จากกรอบแนวคิดการดำเนินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบัน ธุรกิจเพื่อสังคม สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลจัดอยู่ในรูปแบบแรก คือ CSR-after-process ที่มักใช้ คำตรงกับภาษาไทยว่า “กิจกรรมเพื่อสังคม” เพราะมีการจัดกิจกรรมเพื่อสังคมที่ไม่เกี่ยวข้องกับ กระบวนการปฏิบัติงาน เช่น การมอบทุนศึกษาให้แก่นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในสถาบันของรัฐ ทั่วประเทศ การสร้าง ซ่อมแซมห้องสมุด สนามเด็กเล่น สร้างอาคารเรียน สร้างและบูรณะ วัดวาอาราม การบริจาคเงินช่วยเหลือองค์การมูลนิธิทหาร ตำรวจ เพื่อนำไปดำเนินการที่เป็น ประโยชน์ต่อองค์กรนั้น หรือเป็นประโยชน์ต่อสังคม ซึ่งโครงการต่าง ๆ ที่กล่าวมานั้นมิได้ เกี่ยวข้องกับกิจการการดำเนินงานของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล เช่น การพิมพ์สลาก การจำหน่าย การจ่ายรางวัล แต่การดำเนินโครงการ CSR นี้ เป็นเงินงบประมาณที่ได้มาจาก กระบวนการดำเนินการไปช่วยเหลือสังคมโดยตรง

### 3. การรับรู้รูปแบบโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล

โดยมุ่งถึงการให้ความหมาย และการรับรู้รูปแบบของโครงการ/กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในมุมมองของประชาชน

### 4. ภาพลักษณ์ที่ดีที่ได้จากการดำเนินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ทั้ง 4 โครงการ

4.1 บุคคลภายในและภายนอก ในสังคมไม่ค่อยเกิดการรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินโครงการทั้ง 4 โครงการที่สำนักงานสลากกินแบ่งได้ดำเนินการมามีแต่บุคลากรที่มีส่วนร่วม หรือผู้ที่ของงบประมาณเท่านั้นที่รับรู้ และมีแต่โครงการที่เข้าร่วมกับสื่อเท่านั้นที่พอจะทำให้สังคม ได้รับทราบบ้าง

4.2 มีการประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารที่น้อยมาก ทั้ง ๆ ที่หลายโครงการเป็นโครงการที่ใหญ่ และมีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติเป็นอย่างมาก แต่ประชาชนทั่วไป จะทราบเพียงแต่ว่าสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลมีการจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาล มีการถือคเลข มีสลาก ๆ ที่ขายเกินราคา แต่ไม่ค่อยมีใครทราบถึงความตั้งใจในการทำโครงการที่รับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งในเบื้องต้นหากต้องการให้มีการรับรู้ในส่วนนี้เบื้องต้นต้องมีการประชาสัมพันธ์ และมีการสื่อสารทั้งภายใน และภายนอกองค์กร เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลต่อไป

จากการที่ได้กล่าวมาทั้งหมดข้างต้น ผู้ศึกษาวิจัยจึงได้มองเห็นถึงปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญที่เป็นสาเหตุในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล และเห็นว่าการดำเนินโครงการที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมหรือ โครงการ CSR ที่เป็นรูปธรรมและ

ทำด้วยใจไม่หวังผลตอบแทนใด ๆ ทั้งสิ้นนั้น จะสามารถช่วยส่งเสริมและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลขึ้นมาในจิตใจของพวกเขาเหล่านั้นได้ ถึงแม้ว่าจะต้องใช้เวลานานเพียงใดก็ตาม ในที่นี้ผู้ศึกษามีความสนใจในการศึกษาที่ว่า ประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้องจะมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการดำเนินโครงการที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม หรือโครงการ CSR ในด้านการศึกษา และการกีฬา รวมทั้งด้านสาธารณสุขและการแพทย์ ที่สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลได้ดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน

## ขั้นตอนที่ 2 ผลการสร้างรูปแบบ

การสร้างรูปแบบการรับรู้รูปแบบของโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมในการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview research) โดยใช้เวลาในการสัมภาษณ์ประมาณ 10-30 นาที เพื่อรวบรวมความคิดเห็นของผู้ที่มีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับการให้ความหมาย รูปแบบ การรับรู้รูปแบบของโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล จำนวน 9 คน ประกอบด้วย

- |  |            |
|--|------------|
| 1. หัวหน้างานวางแผนและวิเคราะห์ต้นทุนการตลาด | จำนวน 1 คน |
| 2. หัวหน้างานทะเบียนผู้ค้าสลาก               | จำนวน 1 คน |
| 3. ผู้ตรวจการ 8                              | จำนวน 1 คน |
| 4. นักประชาสัมพันธ์ 7                        | จำนวน 1 คน |
| 5. นักวิชาการ 7                              | จำนวน 1 คน |
| 6. พนักงานการเงินและบัญชี 6                  | จำนวน 1 คน |
| 7. พนักงานจัดการสลาก 6                       | จำนวน 1 คน |
| 8. เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป 6              | จำนวน 1 คน |
| 9. เจ้าหน้าที่บริหารทั่วไป 4                 | จำนวน 1 คน |

เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ และตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview research) มาประมวลผลโดยจัดผลการศึกษาเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 ประเด็นคำถามที่เกี่ยวข้อง

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการสื่อสารความหมายของผลการศึกษา ผู้วิจัยกำหนดสัญลักษณ์ในการนำเสนอผลการศึกษา ดังนี้

- P1 แทน หัวหน้างานวางแผนและวิเคราะห์ต้นทุนการตลาด  
 P2 แทน หัวหน้างานทะเบียนผู้ค้าสลาก  
 P3 แทน ผู้ตรวจการ 8  
 P4 แทน นักประชาสัมพันธ์ 7  
 P5 แทน นักวิชาการ 7  
 P6 แทน พนักงานการเงินและบัญชี 6  
 P7 แทน พนักงานจัดการสลาก 6  
 P8 แทน เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป 6  
 P9 แทน เจ้าหน้าที่บริหารทั่วไป 4

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. สถานที่ดำเนินการ ณ สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล (สนามบินน้ำ)
2. ชื่อผู้บันทึกประเด็นการสัมภาษณ์ นางสาวกัทธลา แก้วศรี
3. ผู้ให้ข้อมูลหลัก
  - 3.1 หัวหน้างานวางแผนและวิเคราะห์ต้นทุนการตลาด
  - 3.2 หัวหน้างานทะเบียนผู้ค้าสลาก
  - 3.3 ผู้ตรวจการ 8
  - 3.4 นักประชาสัมพันธ์ 7
  - 3.5 นักวิชาการ 7
  - 3.6 พนักงานการเงินและบัญชี 6
  - 3.7 พนักงานจัดการสลาก 6
  - 3.8 เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป 6
  - 3.9 เจ้าหน้าที่บริหารทั่วไป 4

### ส่วนที่ 2 ประเด็นคำถามที่เกี่ยวข้อง

1. เข้าใจความหมายของคำว่าความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นอย่างไร ซึ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 9 คน ได้ให้ข้อมูลซึ่งสามารถนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ได้ ดังนี้

P1-P3 มีความคิดว่า การดำเนินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นการทำประโยชน์ให้กับสังคมมากที่สุด โดยไม่หวังผลตอบแทนใด ๆ ที่ผ่านมาสำนักงานฯ ได้ดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ตามวิสัยทัศน์ของสำนักงานฯ รวมทั้งสนองนโยบายของภาครัฐ ที่มาและแนวคิด คือการให้ความช่วยเหลือและบรรเทาความเดือดร้อนให้แก่สังคม

P4-P5, P7 มีความคิดว่า สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลนี้มาจากวิสัยทัศน์ที่ว่า “เป็นองค์กรสลากระดับสากล รับผิดชอบสังคมด้วยความห่วงใย บริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาล” จึงมีนโยบายที่จะช่วยเหลือสังคม ทำประโยชน์เพื่อตอบแทนสังคมด้วยการบริจาคเงินสร้าง โรงเรียน สร้างโรงพยาบาล การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและด้านอื่น ๆ

P6, P8, P9 มีความคิดว่า การดำเนินกิจกรรมซีเอสอาร์ เป็นการช่วยเหลือสังคมคืนกำไรให้สังคม ด้วยการนำรายได้จากการจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาลตอบแทนสังคมบ้าง เพื่อเป็นการแบ่งเบาภาระของรัฐบาล รวมทั้งเป็นการช่วยเหลือผู้ที่เดือดร้อนในสังคม

โดยนำข้อมูลจาก 9 คน มาสังเคราะห์ได้ ดังนี้

จากการสังเคราะห์ข้อมูลผู้ให้ข้อมูลหลัก พบว่า ได้มีบทบาทและมีความคิดเห็นตรงกันว่า สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ให้ความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม และมีคุณธรรม โดยได้ระบุไว้เป็นส่วนหนึ่งของพันธกิจ ปรัชญาในการดำเนินธุรกิจ จริยธรรมขององค์กร และค่านิยมขององค์กร มุ่งเน้นการสร้างสรรคสิ่งที่ไม่แก่สังคมและสิ่งแวดล้อมด้วยการปลูกฝังคนในองค์กรและประชาชนทั่วไปให้อนุรักษ์และรักษาสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัวไปพร้อม ๆ กันกับการพัฒนาช่วยเหลือสังคมโดยรวม และมุ่งเน้นโครงการในหลายด้าน เช่น ด้านสังคม ศาสนา การศึกษา สาธารณสุข กีฬาและวัฒนธรรม โครงการต่าง ๆ เหล่านี้ มีการนำรายได้ส่วนหนึ่งจากการดำเนินกิจการมาบริจาคและสนับสนุนช่วยเหลือสังคมที่เดือดร้อนต่าง ๆ เช่น ผู้ประสบอุทกภัย สร้างวัด สร้างโรงเรียน ก่อสร้างโบราณสถาน เป็นต้น เป็นการบริจาคเงินและสนับสนุนเงินตามที่หน่วยงานต่าง ๆ ร้องขอมาเป็นการตอบแทนสังคมอีกทางหนึ่ง ซึ่งสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลถือว่าการช่วยแบ่งเบาภาระของรัฐบาลได้อีกทางหนึ่ง

**2. โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลจัดทำโครงการ CSR ขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ใด และทำในรูปแบบใด ซึ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 9 คน ได้ให้ข้อมูลซึ่งสามารถนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ได้ ดังนี้**

P1, P3, P5 มีความคิดว่า ในปัจจุบันสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลให้ความสำคัญกับกิจกรรมซีเอสอาร์เป็นอย่างยิ่ง เป็นนโยบายที่จะต้องปฏิบัติให้เห็นเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน เพื่อประโยชน์ที่แท้จริงไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมที่สำนักงานสลาก ๆ ดำเนินการเอง หรือ เข้าร่วมหรือบริจาคเงินให้แก่หน่วยงานต่าง ๆ สิ่งที่สำคัญของสำนักงานสลาก ๆ ให้ความสำคัญ คือ การดำเนินกิจกรรมซีเอสอาร์ทั้งภายในและภายนอกไปพร้อม ๆ กัน

P2 มีความคิดว่า เป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องทำเปรียบเสมือนเป็นหน้าที่ที่จะต้องดูแลรับผิดชอบต่อสังคม ต้องให้ความช่วยเหลือและนำสิ่งที่ดีงามต่าง ๆ ไปมอบให้ สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลจึงได้ดำเนินโครงการรับผิดชอบต่อสังคมตลอดมา และให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง



ซึ่งถือเป็นภารกิจอย่างหนึ่งในนโยบายหลักของสำนักงานสลาก ฯ เพราะหน่วยงานต่าง ๆ หรือองค์กรต่าง ๆ ทั่วโลกต่างให้ความสำคัญและดำเนินการควบคู่กันไปกับการทำธุรกิจนั้น ๆ สังคมไทยมีความต้องการมากมาย

P4 มีความคิดว่า การดำเนินโครงการที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นการดำเนินกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม ทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งสำนักงานสลาก ฯ จะมีการตั้งงบประมาณปีละ 200 ล้านบาท จากเงิน 3% เพื่อนำไปใช้ในการดำเนินโครงการซีเอสอาร์ในรูปแบบของการบริจาคและเงินสนับสนุนโครงการการกุศลต่าง ๆ ที่ทางหน่วยงานรัฐ หรือองค์กรต่าง ๆ ขอมมา

P6-P8 มีความคิดว่า สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลให้ความสำคัญทุก ๆ ด้าน ไม่ได้ให้กำหนดด้านใดด้านหนึ่งด้านเดียว ในการจัดทำกิจกรรมซีเอสอาร์ในแต่ละด้านจะต้องนำมาพิจารณาถึงความคุ้มค่า ประโยชน์ที่ได้รับตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการหรือไม่ ดังนั้น โครงการซีเอสอาร์ทุก ๆ โครงการจะต้องได้รับประโยชน์คุ้มค่า และทำถึง

P9 มีความคิดว่า ในปัจจุบันมีหน่วยงานที่มีความต้องการงบประมาณเพื่อที่จะนำไปจัดทำกิจกรรมจำนวนมาก ซึ่งในปัจจุบันมีรูปแบบทั้งการสนับสนุนเป็นเงินบริจาค และการเข้าร่วมทำกิจกรรม รวมทั้งดำเนินโครงการจัดทำกิจกรรมเอง ซึ่งเรามีการศึกษาถึงความคุ้มค่าและความเหมาะสมในหลาย ๆ ด้าน

โดยนำข้อมูลจาก 9 คน มาสังเคราะห์ได้ ดังนี้

จากการสังเคราะห์ข้อมูลผู้ให้ข้อมูลหลัก พบว่า ได้มีบทสรุปและมีความคิดเห็นตรงกันว่าสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ได้ดำเนินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายชัดเจน โครงการที่สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลดำเนินการจัดอยู่ในรูปแบบ CSR-after-process ที่มักใช้คำตรงกับภาษาไทยว่า “กิจกรรมเพื่อสังคม” เพราะมีการจัดกิจกรรมเพื่อสังคมที่ไม่เกี่ยวข้องกับกระบวนการปฏิบัติงาน เช่น การมอบทุนศึกษาให้แก่นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในสถาบันของรัฐทั่วประเทศ การสร้าง ซ่อมแซมห้องสมุด สนามเด็กเล่น สร้างอาคารเรียน สร้างและบูรณะวัดวาอาราม การบริจาคเงินช่วยเหลือองค์กรมูลนิธิทหาร ตำรวจ

**3. การดำเนินกิจกรรม CSR ของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของพนักงานมากน้อยเพียงใด ซึ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 9 คน ได้ให้ข้อมูลซึ่งสามารถนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ได้ ดังนี้**

P1 มีความคิดว่า เห็นด้วยเป็นอย่างยิ่งในการดำเนินโครงการซีเอสอาร์ในด้านต่าง ๆ และทุกครั้งถ้ามีโอกาสหรือได้รับมอบหมายจากผู้บังคับบัญชาก็จะไปร่วมกิจกรรมทุกครั้ง มีเคยปฏิเสธเพราะเวลาไปร่วมกิจกรรมครั้งใดก็จะทำให้จิตใจมีความสุข มีความอึดเอิบทุก ๆ ครั้ง

P2 มีความคิดว่า สำหรับโครงการซีเอสอาร์ที่สำนักงานสลาก ฯ ดำเนินการเองหรือเข้าไปร่วมกับหน่วยงานอื่น ๆ ก็จะพยายามให้พนักงานทุกคนได้มีส่วนร่วมด้วยการเข้าไปร่วมจัดกิจกรรม โดยการสับเปลี่ยนหมุนเวียนกันไป โดยที่ไม่ให้เสียงานประจำ เพราะจะทำให้บุคลากรทุก ๆ คน ได้ทราบและเรียนรู้ รู้จักคำว่า ซีเอสอาร์ กันทุกคน สามารถเป็นกระบอกเสียง บอกสังคมได้ว่า สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นหน่วยงานที่มีการจัดทำโครงการซีเอสอาร์ด้วยความจริงจัง ในมุมมองของข้าพเจ้าเห็นว่าเรื่องนี้เป็นเรื่องสำคัญยิ่ง

P3, P7 มีความคิดว่า ที่ผ่านมามีได้รับมอบหมายและเข้าร่วมกิจกรรมซีเอสอาร์หลายโครงการที่สำนักงานสลาก ฯ จัดขึ้น เช่น การปลูกป่าชายเลน การเลี้ยงอาหารแก่เด็กผู้ด้อยโอกาส โครงการสร้างฝายขยายป่า โครงการทำเครื่องกรองน้ำสะอาดมอบให้ชุมชนในถิ่นทุรกันดาร โดยส่วนตัวคิดว่า โครงการต่าง ๆ เหล่านี้เป็นโครงการที่ดีมีประโยชน์ต่อชุมชนในสังคม เพราะทั้งผู้ให้และผู้รับต่างมีความสุขทั้งคู่

P4 มีความคิดว่า การมีส่วนร่วมในโครงการซีเอสอาร์ของดิฉัน ส่วนใหญ่ดำเนินการร่วมไปกับการออกรางวัลสลากสัญญา ซึ่งผู้อำนวยการได้มีนโยบายให้กองประชาสัมพันธ์ดำเนินโครงการซีเอสอาร์ควบคู่ไปกับการออกสลากกินแบ่งรัฐบาลสัญญาด้วยทุกครั้ง จึงได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทางสำนักงานสลากจัดขึ้น

P5 มีความคิดว่า ในการดำเนินโครงการซีเอสอาร์ของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลมีส่วนร่วมในด้านบริการลูกค้าการให้ความรู้ลูกค้ากับโครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าในส่วนภูมิภาค แต่จะมากหรือน้อยนั้นขึ้นอยู่กับประชาสัมพันธ์ให้ทราบ การปรับทิศหรือแนวการดำเนินซีเอสอาร์ ให้สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ คน และกระบวนการ การปรับทัศนคติและพฤติกรรมของคนในองค์กรนั้น เป็นเรื่องที่สำคัญสุด แต่ยากสุดในบรรดาองค์ประกอบทั้งหมด ในแวดวงซีเอสอาร์ เพราะต้องใช้จิตสำนึกมาก

P6 มีความคิดว่า ข้าพเจ้ามีส่วนร่วมในการดำเนินโครงการซีเอสอาร์ ของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลมากพอสมควร โดยมีส่วนร่วมในบทบาทต่าง ๆ ดังนี้

1. บทบาทการเป็นผู้ปฏิบัติงานในสังกัดกองประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบโครงการซีเอสอาร์ของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลโดยตรง โดยมีส่วนร่วมในการพิจารณาโครงการที่เหมาะสม การสำรวจพื้นที่ดำเนินโครงการ การบันทึกภาพการดำเนินโครงการ เป็นต้น

2. บทบาทการเป็นคณะกรรมการดำเนินโครงการ โดยมีส่วนร่วมในการพิจารณาเลือกสถานที่ดำเนินโครงการ การติดตามความคืบหน้างาน โครงการประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์

P8, P9 มีความคิดว่า เข้าร่วมกิจกรรมน้อย ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องจิตอาสาเป็นครั้งคราว แต่จะมีเพื่อนเข้าร่วมกิจกรรมซีเอสอาร์แล้วกลับมาเล่าสู่กันฟัง รวมทั้งการรับทราบข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ตของสำนักงานสลาก ฯ เสมอ

โดยนำข้อมูลจาก 9 คน มาสังเคราะห์ได้ ดังนี้

จากการสังเคราะห์ข้อมูลผู้ให้ข้อมูลหลัก พบว่า ได้มีบทสรุปและมีความคิดเห็นตรงกันว่าสำหรับการมีส่วนร่วมของพนักงาน โดยส่วนตัวเห็นว่ามีผลสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพราะจะทำให้พนักงานทราบถึงความหมาย ความสำคัญของซีเอสอาร์ว่าทำเพื่ออะไร นอกจากนี้ก็จะทำให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมซีเอสอาร์ทุก ๆ คนเกิดความรัก ความสามัคคีขึ้นในหมู่คณะ ถ้าเป็นไปได้อยากให้พนักงานทุก ๆ คน ได้มีโอกาสเข้าร่วม โครงการซีเอสอาร์ทุกคน เพราะจะทำให้เกิดความรัก ความผูกพัน เกิดวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลดี รวมไปถึงการเกิดภาพลักษณ์ที่ดีตามมา

**4. การดำเนินกิจกรรม CSR ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล อย่างไรบ้าง ซึ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 9 คน ได้ให้ข้อมูลซึ่งสามารถนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ มาวิเคราะห์ได้ ดังนี้**

P1, P5, P9 มีความคิดว่า เชื่อว่าโครงการซีเอสอาร์ทั้ง 4 โครงการที่สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลดำเนิน โครงการมาอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบันเป็น โครงการขนาดใหญ่ เป็นโครงการที่ช่วยแบ่งเบาภารกิจของภาครัฐ ผู้ได้รับประโยชน์จากการดำเนินโครงการต่าง ๆ ทราบดี เชื่อว่าพวกเขาเหล่านั้น ไม่มีใครลืมสำนักงาน ฯ และมีการพูดปากต่อปากเป็นกระบอกเสียง ได้เป็นอย่างดี ทำให้ผู้คนมีการรับรู้มากขึ้น เป็นลำดับ ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ในทางที่ดีขึ้นแน่นอน

P2 มีความคิดว่า การดำเนินโครงการซีเอสอาร์ทั้ง 4 โครงการที่ผ่านมา ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลให้ดีขึ้นตามลำดับ หลายคนเริ่มรับรู้แล้วว่า สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลมีการดำเนินโครงการดังกล่าว เพราะในปัจจุบัน ข่าวสารมีความรวดเร็วมากขึ้น ในสังคมโลกออนไลน์ ซึ่งช่วยให้เกิดการรับรู้ได้รวดเร็ว และขยายเป็นวงกว้างมากขึ้นกว่าในอดีตที่ผ่านมา

P4 มีความคิดว่า ข้าพเจ้ามองว่า ผู้ที่ได้รับประโยชน์จากโครงการทั้ง 4 โครงการนี้จะมีความรู้สึกที่ดีต่อสำนักงาน ฯ เป็นอย่างมาก เพราะเป็นโครงการที่ทำเพื่อสังคม โดยไม่หวังผลตอบแทนใด ๆ ทั้งสิ้น ปัจจุบันมีผู้คนรู้จักและพูดคุยแต่ในสิ่งที่ดีที่สำนักงาน ฯ มอบให้ แสดงว่าในสายตาของพวกเขาเหล่านั้น สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลมีภาพลักษณ์ที่ดีขึ้นเป็นลำดับ

P3 มีความคิดว่า สำหรับการดำเนินโครงการซีเอสอาร์ทั้ง 4 โครงการ ทำให้ภาพลักษณ์ของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลดีขึ้นตามลำดับ จากการที่ข้าพเจ้าได้เดินทางไปตรวจพื้นที่และโครงการต่าง ๆ ที่ดำเนินการไปแล้ว ซึ่งมีผู้คนรับรู้มากขึ้น แต่ถ้าจะให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีกว่านี้

สำนักงานสลาก ฯ จะต้องมีนโยบายการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้นก็จะช่วยให้คนรับรู้มากขึ้น เพราะยังมีผู้คนอีกมากที่ยังไม่ทราบว่าสำนักงานสลาก ฯ ได้ดำเนินโครงการดังกล่าว

P6, P7, P8 มีความคิดว่า การดำเนินโครงการซีเอสอาร์ เป็นการสร้างคน สร้างบุคลากร ในสังคมให้มีคุณภาพ มีศักยภาพที่ดี ในแต่ละโครงการเป็นการบรรเทาความเดือดร้อนของคน ในสังคม เป็นการสร้างบุญกุศลอันยิ่งใหญ่ ที่ผ่านมาสสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลได้ดำเนินโครงการต่าง ๆ มาโดยตลอด และได้ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นตลอดมา

โดยนำข้อมูลจาก 9 คน มาสังเคราะห์ได้ ดังนี้

จากการสังเคราะห์ข้อมูลผู้ให้ข้อมูลหลัก พบว่า บุคคลภายใน และภายนอกในสังคม ไม่ค่อยเกิดการรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินโครงการทั้ง 4 โครงการที่สำนักงานสลาก ฯ ได้ดำเนินการมา มีแต่บุคลากรที่มีส่วนร่วมหรือผู้ที่ของบประมาณเท่านั้นที่รับรู้ และมีแต่โครงการที่เข้าร่วมกับสื่อเท่านั้นที่พอจะทำให้สังคมได้รับทราบบ้าง ซึ่งในเบื้องต้นหากต้องการให้มีการรับรู้ในส่วนนี้ เบื้องต้นต้องมีการประชาสัมพันธ์และมีการสื่อสารทั้งภายใน และภายนอกองค์กรเพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล

**5. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินโครงการ CSR มีอะไรบ้าง ซึ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 9 คน ได้ให้ข้อมูลซึ่งสามารถนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ได้ ดังนี้**

P1, P6-P7 มีความคิดว่า เราเชื่อว่า โครงการซีเอสอาร์ทุก ๆ โครงการเป็นโครงการที่ดี มีประโยชน์ทั้งสิ้น เพราะได้ช่วยเหลือผู้ที่เดือดร้อนขาดโอกาส สำหรับปัญหาที่เกิดขึ้นอาจจะมีบ้าง คือ เรายังขาดบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญจริง ๆ รวมทั้งงบประมาณในการดำเนินโครงการที่มีจำกัด นอกจากนี้งบประมาณการประชาสัมพันธ์โครงการซีเอสอาร์ที่ดำเนินการไปแล้วยังมีจำกัด เมื่อเทียบกับหน่วยงานภาคเอกชนที่มีงบประมาณจำนวนมากในการทำประชาสัมพันธ์

P2-P5, P8-P9 มีความคิดว่า สำหรับการดำเนินโครงการซีเอสอาร์ที่ผ่านมา ปัญหาสำคัญ คือ การรับรู้ของสังคมยังไม่พอ บางคนยังไม่รู้ด้วยซ้ำว่าสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลมีการดำเนินโครงการซีเอสอาร์ในด้านต่าง ๆ จึงทำให้ไม่เกิดภาพลักษณ์ที่ดีในสังคม ดังนั้นจะต้องมีการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นให้ได้ด้วยการประชาสัมพันธ์ที่ดี เพราะพวกเขาเหล่านั้นได้รับประโยชน์โดยตรง และมีการบอกปากต่อปาก ทำให้ภาพลักษณ์ของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลดีขึ้นกว่าแต่ก่อน

โดยนำข้อมูลจาก 9 คน มาสังเคราะห์ได้ ดังนี้

จากการสังเคราะห์ข้อมูลผู้ให้ข้อมูลหลัก พบว่า ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินโครงการซีเอสอาร์ของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล คิดว่ามีน้อยเพราะการดำเนินโครงการต่าง ๆ ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์จะมีบ้างในส่วนที่การติดตามผลการดำเนินโครงการซีเอสอาร์

แต่ปัญหาภาพลักษณ์หรือสังคมไม่ค่อยรับรู้ว่าสำนักงานสลากฯ ดำเนินโครงการซีเอสอาร์อะไรบ้าง ตรงจุดนี้ยังเป็นปัญหาอยู่ ซึ่งปัญหานี้เป็นปัญหาเรื่องการดำเนินการประชาสัมพันธ์ที่จะต้องใช้งบประมาณจำนวนมากในการประชาสัมพันธ์ที่ดีเพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีตามมา รวมทั้งเราทำโครงการซีเอสอาร์ในหลาย ๆ ด้านพร้อมกัน ซึ่งจะต้องใช้งบประมาณจำนวนมากในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดีจึงจะทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีได้ ถ้าเทียบกันการทำโครงการซีเอสอาร์ของธุรกิจเอกชนซึ่งทำด้านเดียว และทุนงบประมาณในการประชาสัมพันธ์จำนวนมหาศาลจึงทำให้ภาพลักษณ์และแบรนด์เขาติดตามตรงใจของผู้คนได้ แต่สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลเราไม่ได้มีนโยบายแบบนั้น

**6. แนวคิดในการดำเนินโครงการ CSR ในอนาคต ควรเป็นอย่างไร ซึ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 9 คน ได้ให้ข้อมูลซึ่งสามารถนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ได้ ดังนี้**

P1-P2 มีความคิดว่า การดำเนินโครงการซีเอสอาร์ในปัจจุบันนั้นครอบคลุมทุก ๆ ด้านอยู่แล้ว เพียงแต่จะต้องพิจารณาโครงการต่าง ๆ ให้มีความเหมาะสมตามความจำเป็น และเน้นประโยชน์ส่วนรวมเป็นหลัก ซึ่งจะให้เกิดมาตรฐานที่ดีเป็นโครงการที่มีคุณภาพ

P3, P9 มีความคิดว่า อยากเห็นสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลดำเนินโครงการซีเอสอาร์โครงการต่าง ๆ อย่างทั่วถึง และได้ประโยชน์สูงสุด โครงการต่าง ๆ ควรทำอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ผู้ที่เดือดร้อนในสังคมสามารถช่วยเหลือตัวเองได้ โครงการต่าง ๆ ควรเป็นโครงการที่ยั่งยืน รวมทั้งมีการประชาสัมพันธ์บ้างในบางโครงการที่สังคมจะรับรู้ และมีความรู้สึกที่ดีต่อสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล

P4, P7 มีความคิดว่า สำหรับในอนาคตข้าพเจ้าอยากเห็นโครงการซีเอสอาร์ที่มีคุณภาพเป็นรูปธรรมชัดเจนได้ประโยชน์อย่างทั่วถึง โดยเฉพาะผู้ที่เดือดร้อนและจำเป็น ไม่จำเป็นเฉพาะหน่วยงานภาครัฐเท่านั้น เพราะผู้ที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นประชาชนคนไทยทุก ๆ คน พวกเขาเหล่านั้นควรได้รับการตอบแทนจากสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลอย่างเท่าเทียมกันทุก ๆ คน นอกจากนี้อยากให้สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลดำเนินโครงการซีเอสอาร์ภายในให้มากขึ้นเพื่อสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ดีให้เกิดมากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่

P5 มีความคิดว่า สำหรับการดำเนินโครงการซีเอสอาร์ในอนาคตก็อยากให้สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลดำเนินโครงการที่มีขนาดใหญ่ให้เห็นเป็นรูปธรรมชัดเจน รวมทั้งเปิดโอกาสให้พนักงาน บุคลากรในสำนักงานสลากฯ เข้าไปมีส่วนร่วมให้มากขึ้น ซึ่งจะเป็นการขับเคลื่อนนโยบายในเรื่องซีเอสอาร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

P6, P8 มีความคิดว่า สำหรับการดำเนินโครงการซีเอสอาร์ในอนาคตก็อยากให้เห็นคือ อยากเห็นสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลดำเนินโครงการซีเอสอาร์ที่มีขนาดใหญ่และต่อเนื่อง

โดยที่โครงการนั้น จะต้องครอบคลุมการใช้ประโยชน์อย่างคุ้มค่า ไม่ใช่ไปช่วยเขาแล้วปล่อยให้พวกเขาให้จมน้ำ แต่จะต้องสอนให้พวกเขาว่ายน้ำเป็นด้วย หรือ ส่งพวกเขาให้ถึงฝั่งเอาตัวรอดได้

โดยนำข้อมูลจาก 9 คน มาสังเคราะห์ได้ ดังนี้

จากการสังเคราะห์ข้อมูลผู้ให้ข้อมูลหลัก พบว่า สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ควรดำเนินโครงการซีเอสอาร์เอง และนำพนักงานทุก ๆ คน ร่วมกิจกรรม ซึ่งเห็นว่าเป็นการทำประโยชน์ เพื่อสังคมสูงสุด เพราะทุกคนได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ รวมทั้งควรเพิ่ม การประชาสัมพันธ์โครงการต่าง ๆ ให้มากขึ้น เพื่อบอกกล่าวให้สังคมรับรู้บ้าง

**7. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ซึ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 9 คน ได้ให้ข้อมูลซึ่งสามารถ นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ได้ ดังนี้**

P1-P2 เสนอว่า อยากให้สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลดำเนินโครงการที่มีขนาดใหญ่ เพื่อให้เห็นรูปธรรมชัดเจน รวมทั้งเปิดโอกาสให้พนักงานบุคลากรในสำนักงานสลาก ๆ เข้าไปมีส่วนร่วมให้มากขึ้น ซึ่งจะเป็นการขับเคลื่อนนโยบายในเรื่องซีเอสอาร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

P3-P5 เสนอว่า อยากเห็นพนักงานทุก ๆ คนมีส่วนร่วมในการดำเนินโครงการ กิจกรรมต่าง ๆ ด้วยความจริงใจ ไม่นึกถึงค่าตอบแทน เกิดจิตอาสาภายในองค์กร เช่น การทำกิจกรรม ที่เป็นประโยชน์ต่าง ๆ เช่น การเก็บขยะ การทำความสะอาด การช่วยกันประหยัดพลังงาน ด้านต่าง ๆ ภายในหน่วยงานของเรา หรือ การร่วมกันจัดกิจกรรมอันเป็นประโยชน์บริเวณ ชุมชนของสำนักงานสลาก ๆ เป็นต้น

P6 เสนอว่า ควรมีการศึกษาและวางแผนการดำเนินโครงการซีเอสอาร์ต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ

P7 เสนอว่า ควรมีการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง และเกิดประโยชน์คุ้มค่าสูงสุด มีการประเมินผล โดยอาจจัดในพื้นที่กรุงเทพฯ ที่เป็นแหล่งเสื่อมโทรม เช่น ชุมชนแออัด หรือ ชุมชนในหมู่บ้านต่าง ๆ ที่นิยมการเล่นหวยใต้ดิน เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน/ ในโรงเรียน หรือสถาบันการศึกษาเพื่อเป็นการแนะนำและเผยแพร่กิจกรรมด้านต่าง ๆ ในด้านที่เป็นประโยชน์ ต่อสังคมและต่างจังหวัดในพื้นที่ทุรกันดารที่ขาดแคลนเครื่องอุปโภค บริโภคในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะกิจกรรมด้านการศึกษา และจัดหน่วยแพทย์เคลื่อนที่รักษาฟรี

P8 เสนอว่า ควรมีมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมให้เกิดเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน มากขึ้น ซึ่งปัจจุบันมองว่า ทำในรูปแบบของการบริจาค ผลที่ได้อาจไม่ได้นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน อยากให้ทำกิจกรรมที่ส่งผลในระยะยาว เช่น การสอน หรือการให้อาชีพแก่คนในชุมชน

P9 เสนอว่า ควรมีการจัดกิจกรรมเสริมหรือควรมีสิ่งจูงใจ อาจจะเป็นของที่ระลึก ในการเข้าร่วมกิจกรรม

โดยนำข้อมูลจาก 9 คน มาสังเคราะห์ได้ ดังนี้

จากการสังเคราะห์ข้อมูลผู้ให้ข้อมูลหลัก พบว่า ได้มีบทสรุปและมีผลความคิดเห็นตรงกันว่า ควรมิกิจกรรมเหล่านี้ต่อไป มีการพัฒนาให้เข้าถึงชุมชนให้มากขึ้น และควรทำในระยะยาวเพื่อความยั่งยืน สำนักงานสลากฯ ควรมีจุดยืนในการทำความรับผิดชอบต่อสังคมที่ชัดเจนและรูปแบบของกิจกรรมควรมีความสอดคล้องกับธุรกิจ

สรุปผลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview research) จากการสังเคราะห์ข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

1. ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงประชาชนและประโยชน์ที่จะได้รับ
2. ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์โครงการต่าง ๆ ให้มากขึ้น เพื่อบอกกล่าวให้สังคมรับรู้
3. ปรับทิศหรือแนวการดำเนินซีเอสอาร์ ให้สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ คนและกระบวนการ การปรับทัศนคติและพฤติกรรมของคนในองค์กรนั้น
4. พยายามให้พนักงานทุกคนได้มีส่วนร่วมด้วยการเข้าไปร่วมจัดกิจกรรม โดยการสับเปลี่ยนหมุนเวียนกันไป
5. ควรมีมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมให้เกิดเป็นรูปธรรมที่ชัดเจนมากขึ้น
6. ควรจัดกิจกรรม/ โครงการศึกษาดูงาน
7. ควรสร้างแรงจูงใจ การอำนวยความสะดวกและบริการที่ดี
8. ควรมีการบริหารจัดการกิจกรรม/ โครงการ

### ขั้นตอนที่ 3 ดำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการรับรู้รูปแบบโครงการ

#### ความรับผิดชอบต่อสังคม

เมื่อผู้วิจัยได้รูปแบบการรับรู้รูปแบบของโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมในการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องในขั้นตอนที่ 3 นำรูปแบบฯ ดังกล่าวมาสร้างแนวคำถาม โดยผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญและนำมาสำรวจความคิดเห็นกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview research) จำนวน 9 คน ประกอบด้วย

- |                      |            |
|----------------------|------------|
| 1. ข้าราชการ         | จำนวน 1 คน |
| 2. ผู้ค้าสลากรายย่อย | จำนวน 3 คน |
| 3. ผู้สื่อข่าว       | จำนวน 2 คน |
| 4. ช่างภาพโทรทัศน์   | จำนวน 1 คน |
| 5. พนักงานบริษัท     | จำนวน 2 คน |

เพื่อให้ข้อมูลที่สมบูรณ์ และตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ทั้งนี้ผู้วิจัยได้จัดแบ่ง ผลการศึกษาเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 หัวข้อที่สัมภาษณ์ประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

**สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล**

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการสื่อสารความหมายของผลการศึกษา ผู้วิจัยกำหนด สัญลักษณ์ในการนำเสนอผลการศึกษา ดังนี้

- (B1) แทนกลุ่มข้าราชการ  
 (B2)-(B4) แทนกลุ่มผู้ค้าสลากรายย่อย  
 (B5)-(B6) แทนกลุ่มผู้ซื้อข่าว  
 (B7) แทนกลุ่มช่างภาพโทรทัศน์  
 (B8)-(B9) แทนกลุ่มพนักงานบริษัท

ผลสัมภาษณ์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 9 คน ดังนี้

ตารางที่ 4-6 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

| คนที่ | เพศ  | อายุ | อาชีพ           | ตำแหน่ง                | การรับรู้โครงการซีเอสอาร์ |
|-------|------|------|-----------------|------------------------|---------------------------|
| B1    | ชาย  | 34   | ข้าราชการ       | สบ.หมู่                | รับรู้                    |
| B2    | ชาย  | 43   | จำหน่ายสลาก     | -                      | รับรู้บ้าง                |
| B3    | ชาย  | 35   | จำหน่ายสลาก     | -                      | รับรู้บ้าง                |
| B4    | หญิง | 27   | จำหน่ายสลาก     | -                      | รับรู้บ้าง                |
| B5    | ชาย  | 47   | ผู้ซื้อข่าว     | ผู้ซื้อข่าวสายเศรษฐกิจ | รับรู้                    |
| B6    | ชาย  | 48   | ผู้ซื้อข่าว     | ผู้ซื้อข่าว-ช่างภาพ    | รับรู้                    |
| B7    | ชาย  | 50   | ช่างภาพโทรทัศน์ | หัวหน้าช่างภาพ         | รับรู้                    |
| B8    | ชาย  | 46   | พนักงานบริษัท   | ผู้จัดการ              | ไม่รับรู้                 |
| B9    | หญิง | 48   | พนักงานบริษัท   | เจ้าหน้าที่บัญชี       | ไม่รับรู้                 |



จากตารางที่ 4-6 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 9 คน ส่วนใหญ่ มีอาชีพ  
 จำหน่ายสลาก จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 33.34 รองลงมา มีอาชีพผู้สื่อข่าว 2 คน คิดเป็นร้อยละ  
 22.22 มีอาชีพพนักงานบริษัท 2 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 มีอาชีพข้าราชการ 1 คน คิดเป็นร้อยละ  
 11.11 มีอาชีพช่างภาพโทรทัศน์ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 11.11 ส่วนใหญ่รับรู้โครงการซีเอสอาร์  
 จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 44.45 รองลงมา รับรู้โครงการซีเอสอาร์บ้าง จำนวน 3 คน  
 คิดเป็นร้อยละ 33.33 และไม่รับรู้โครงการซีเอสอาร์ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22

#### ผลสัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 หัวข้อที่สัมภาษณ์ประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง

คำถามที่ 2.1 ถ้าสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลเพิ่มการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร  
 จะสามารถเพิ่มการมีส่วนร่วมของประชาชนในการเข้าร่วมกิจกรรม/โครงการได้หรือไม่อย่างไร  
 ซึ่งกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 9 คน ได้ให้ข้อมูลซึ่งสามารถนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์  
 ได้ดังนี้

#### กลุ่มข้าราชการ

(B1) มีความคิดที่สามารถเพิ่มการมีส่วนร่วมได้เนื่องจากประชาชนมีความรู้  
 ในรับรู้ข่าว และการประชาสัมพันธ์หรือการเชิญชวนต่าง ๆ ทำให้ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสาร

กลุ่มตัวแทนจำหน่ายสลากรายย่อย

(B2) มีความคิดว่าได้ เพราะ สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลมีการประชาสัมพันธ์ที่ดี

(B4) มีความคิดว่าได้ เพราะ การเพิ่มการประชาสัมพันธ์ทำให้คนรู้มากขึ้นทำให้คน  
 เข้ามาร่วมมากขึ้น

(B4) มีความคิดว่าได้ เพราะ จะทำให้ประชาชนเข้าถึงข่าวสาร

กลุ่มผู้สื่อข่าว

(B5) มีความคิดว่าได้ เพราะ ทำให้รู้ข่าวสารว่าเวลาที่สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล  
 มีกิจกรรมทำให้เข้าร่วมกับสำนักงานสลาก ๆ ได้

(B6) มีความคิดที่สามารถเพิ่มได้ เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งสำคัญและจำเป็น  
 กลุ่มช่างภาพโทรทัศน์

(B7) มีความคิดว่าได้ เพราะ จะทำให้ประชาชนเข้าถึงข่าวสาร

กลุ่มพนักงานบริษัท

(B8) มีความคิดถ้ามีการประชาสัมพันธ์เพิ่ม ก็อาจจะมีคนเข้าร่วมเพิ่มขึ้น  
 เพราะบางคนไม่ทราบข่าวคราวกิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ ของทางสำนักงานสลากกินแบ่ง  
 รัฐบาล

(B9) มีความคิดว่าได้ เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งสำคัญ

ตารางที่ 4-7 ความคิดเห็นของคำถามที่ว่าถ้าสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลเพิ่มการประชาสัมพันธ์ ข่าวสาร จะสามารถเพิ่มการมีส่วนร่วมของประชาชนในการเข้าร่วมกิจกรรม/โครงการได้หรือไม่อย่างไร

| ความคิดเห็น   | B1 | B2 | B3 | B4 | B5 | B6 | B7 | B8 | B9 | สรุป                                     |
|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|--|
| 1. ได้ เพราะ<br>การประชาสัมพันธ์<br>ทำให้ประชาชนได้รับ<br>ข้อมูลข่าวสาร                             | √  | √  | √  | √  |    | √  |    |    |    | 5 คน คิดเป็น $100 \times 5 = 55.56$<br>9 |
| 2. สามารถเพิ่มได้<br>เพราะสำนักงาน ฯ<br>มีการประชาสัมพันธ์<br>ที่ดีเป็นสิ่งสำคัญ<br>และจำเป็น       |    |    |    |    |    | √  |    |    | √  | 2 คน คิดเป็น $100 \times 2 = 22.22$<br>9 |
| 3. สามารถเพิ่มได้<br>เนื่องจากการ<br>ประชาสัมพันธ์<br>ข่าวสารของทาง<br>สำนักงาน ฯ<br>มีความหลากหลาย |    |    |    | √  |    |    |    |    | √  | 2 คน คิดเป็น $100 \times 2 = 22.22$<br>9 |

จากตารางที่ 4-7 การสังเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ พบว่า ถ้าสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลเพิ่มการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร จะสามารถเพิ่มการมีส่วนร่วมของประชาชนในการเข้าร่วมกิจกรรม/โครงการได้หรือไม่อย่างไร

ผลการวิจัยพบว่าผู้ให้ข้อมูล จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 55.56 ให้ความเห็นตรงกันว่าได้เพราะการประชาสัมพันธ์ ทำให้ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารเนื่องจากประชาชนมีความรู้ในรับรู้ข่าวและการแสดงความคิดเห็นร่วมกันและการเพิ่มการประชาสัมพันธ์ทำให้คนรู้มากขึ้นทำให้คนเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้นเพราะบางคนไม่ทราบข่าวคราวกิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ ของทางสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลมีผู้ให้ข้อมูล จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 ให้ความเห็นตรงกันว่าสามารถเพิ่มได้ เพราะสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลมีการประชาสัมพันธ์ที่ดีเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นมีผู้ให้ข้อมูล จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 ให้ความเห็นว่าสามารถเพิ่มได้ เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของทางเทศบาลมีความหลากหลาย

คำถามที่ 2.1 อยากให้สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลดำเนินโครงการ/ กิจกรรม ความรับผิดชอบต่อสังคมอะไรบ้าง และดำเนินการ ซึ่งกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 9 คน ได้ให้ข้อมูลซึ่งสามารถนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ได้ ดังนี้

กลุ่มข้าราชการ

(B1) มีความคิดว่า โครงการที่ทำคืออยู่แล้ว แต่ควรประชาสัมพันธ์เพิ่มเติม

กลุ่มตัวแทนจำหน่ายสลากรายย่อย

(B2) มีความคิดว่า อยากจะให้สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลดำเนินโครงการ ที่เป็นประโยชน์ช่วยเหลือคนยากจนในสังคมที่ห่างไกลความเจริญในถิ่นทุรกันดาร

(B3) มีความคิดว่า โครงการที่ทำอยู่คืออยู่แล้ว

(B4) มีความคิดว่า อยากจะให้สนับสนุนการกีฬาคนพิการ

กลุ่มผู้สื่อข่าว

(B5) มีความคิดว่า สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลควรดำเนินโครงการซีเอสอาร์ที่มี ขนาดใหญ่กว่าที่ทำในปัจจุบัน เช่น การช่วยเหลือคนพิการ สร้างรถวีลแชร์ให้คนพิการปีละ 100 คัน ทำต่อเนื่องทุกปี จนครบจำนวนผู้พิการทั่วประเทศ

(B6) มีความคิดว่า โครงการมอบทุนการศึกษาที่ดี สนับสนุนให้ศึกษาต่อในประเทศ และต่างประเทศควรทำต่อ โดยสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลทำเอง ร่วมกับกระทรวงศึกษาธิการ ก็ได้ และโครงการอื่น ๆ ที่เห็นว่าเป็นประโยชน์แต่จะต้องเป็นโครงการใหญ่ 1 ปี ทำ 1-2 โครงการ ก็พอ สังคมจะรับรู้และช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นตามมา

กลุ่มช่างภาพโทรทัศน์

(B7) มีความคิดว่า อยากให้สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ดำเนินโครงการเรื่อง การศึกษาให้มากขึ้น เพื่อสร้างคนให้มีคุณภาพ รวมทั้งการช่วยเหลือเด็กที่ด้อยโอกาสทางสังคม หรือเด็กที่ขาดโอกาสที่อยู่ในโรงเรียนในถิ่นทุรกันดารที่หน่วยงานอื่น ๆ เข้าไม่ถึง หรือจะเป็น โครงการอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์แต่ต้องมีการสำรวจข้อมูลทุกด้านให้พร้อม แล้วลงมือปฏิบัติ ซึ่งจะเกิดประโยชน์อย่างคุ้มค่ากับงบประมาณที่ลงทุนไป และผู้ที่ได้รับประโยชน์จากสำนักงาน สลาก ๆ ก็จะบอกปากต่อปากถึงความดีงามที่เขาได้รับไปสู่ชั่วลูกชั่วหลาน

กลุ่มพนักงานบริษัท

(B8) มีความคิดว่า อยากให้มีการประชาสัมพันธ์โครงการหรือกิจกรรมซีเอสอาร์ของ สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลเพิ่มขึ้นเพราะบางคนไม่ทราบข่าวคราวกิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ ของทางสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล

(B9) มีความคิดว่า ควรมีการประชาสัมพันธ์ออกสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ ฯลฯ เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งสำคัญที่สุด

ตารางที่ 4-8 ความคิดเห็นของคำถามที่ว่าอยากให้สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลดำเนิน โครงการ/  
กิจกรรม ความรับผิดชอบต่อสังคมอะไรบ้าง และดำเนินการ

| ความคิดเห็น  | B1 | B2 | B3 | B4 | B5 | B6 | B7 | B8 | B9 | สรุป                                     |
|--|----|----|----|----|----|----|----|----|----|--|
| 1. โครงการที่ทำอยู่<br>คืออยู่แล้วให้ทำต่อไป                                     | √  |    | √  |    |    |    |    |    |    | 2 คน คิดเป็น $100 \times 2 = 22.22$<br>9 |
| 2. ดำเนินโครงการ<br>ช่วยเหลือคนพิการ<br>และคนยากจน<br>ในสังคมในถิ่น<br>ทุรกันดาร |    | √  | √  |    |    | √  |    |    | √  | 3 คน คิดเป็น $100 \times 3 = 33.34$<br>9 |
| 3. โครงการมอบ<br>ทุนการศึกษาให้<br>มีต่อตลอดไป                                   |    |    |    |    | √  | √  |    |    |    | 2 คน คิดเป็น $100 \times 2 = 22.22$<br>9 |
| 4. ควรเพิ่มสื่อ<br>การประชาสัมพันธ์  |    |    |    |    |    |    |    | √  | √  | 2 คน คิดเป็น $100 \times 2 = 22.22$<br>9 |

จากตารางที่ 4-8 การสังเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ ผลการวิจัยพบว่า มีผู้ให้ข้อมูล จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 ให้ความเห็นตรงกันว่าได้ โครงการซีเอสอาร์ ที่มีอยู่แล้วให้ทำต่อไป มีผู้ให้ข้อมูล จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 33.34 ให้ความเห็นตรงกันว่า ควรดำเนินโครงการช่วยเหลือคนพิการและคนยากจนในสังคมในถิ่นทุรกันดาร มีผู้ให้ข้อมูล จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 ให้ความเห็นว่า ควรดำเนินโครงการมอบทุนการศึกษาต่อไป มีผู้ให้ข้อมูล จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 ให้ความเห็นตรงกันว่า ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ ของการดำเนิน โครงการซีเอสอาร์ให้มากขึ้น

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ซึ่งกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 9 คน ได้ให้ข้อมูลซึ่งสามารถ นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ได้ ดังนี้

กลุ่มข้าราชการ

(B1) มีความคิดที่ไม่ข้อเสนอแนะ

กลุ่มผู้ค้าสลากรายย่อย

(B2) มีความคิดที่ไม่ข้อเสนอแนะ

(B3) มีความคิดที่ไม่ข้อเสนอแนะ

(B4) มีความคิดที่ไม่ข้อเสนอแนะ

กลุ่มผู้สื่อข่าว

(B5) มีความคิดว่า ไม่ข้อเสนอแนะ

(B6) มีความคิดว่า ไม่ข้อเสนอแนะ

กลุ่มช่างภาพโทรทัศน์

(B7) มีความคิดว่า ไม่ข้อเสนอแนะ

กลุ่มพนักงานบริษัท

(B13) มีความคิดว่า ควรจะมีการประชาสัมพันธ์เพิ่มเติม

(B14) มีความคิดว่า ควรจะมีการประชาสัมพันธ์เพิ่มเติม

ตารางที่ 4-9 ความคิดเห็นของคำถามข้อเสนอแนะอื่น ๆ

| ความคิดเห็น        | B1 | B2 | B3 | B4 | B5 | B6 | B7 | B8 | B9 | สรุป  |
|--------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|---|
| 1. ไม่มีข้อเสนอแนะ | √  | √  | √  | √  | √  | √  |    |    |    | 7 คน คิดเป็น $\frac{100 \times 7}{9} = 77.78$ |
| 2. มีข้อเสนอแนะ    |    |    |    |    |    |    |    | √  | √  | 2 คน คิดเป็น $\frac{100 \times 2}{9} = 22.22$ |

จากตารางที่ 4-9 การสังเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์พบว่าข้อเสนอแนะอื่น ๆ ผลการวิจัยพบว่า มีผู้ให้ข้อมูล จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 77.78 ให้ความเห็นตรงกันว่าไม่มีข้อเสนอแนะและมีผู้ให้ข้อมูล จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 ให้ความเห็นตรงกันว่าข้อเสนอแนะว่าอยากให้มีการประชาสัมพันธ์และดึงดูดให้มากกว่านี้ สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลควรจัดให้มีการประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมต่าง ๆ อย่างทั่วถึง

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาเรื่อง “การรับรู้รูปแบบของโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมในการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล โดยมุ่งศึกษาถึงการให้ความหมายและการรับรู้รูปแบบของโครงการรับผิดชอบต่อสังคม มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการให้ความหมายของโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล
2. เพื่อศึกษาถึงรูปแบบของการดำเนินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล
3. เพื่อศึกษาถึงการรับรู้รูปแบบโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล
4. เพื่อประเมินภาพลักษณ์ที่ดีที่ได้จากการดำเนินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล

ผู้วิจัยนำเสนอตามลำดับหัวข้อ ดังต่อไปนี้

1. สรุปผลการวิจัย
2. อภิปรายผลการวิจัย
3. ข้อเสนอแนะในการวิจัยนี้ไปประยุกต์ใช้
4. ข้อเสนอสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

#### สรุปผลการวิจัย

การให้ความหมายของโครงการรับผิดชอบต่อสังคมของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล

จากการศึกษาวิจัย พบว่า สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ให้ความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและมีคุณธรรม โดยได้ระบุไว้เป็นส่วนหนึ่งของพันธกิจปรัชญาในการดำเนินธุรกิจ จริยธรรมขององค์กร และค่านิยมขององค์กร มุ่งเน้นการสร้างสรรค์สิ่งที่ดีให้แก่สังคมและสิ่งแวดล้อม ด้วยการปลูกฝังคนในองค์กรและประชาชนทั่วไปให้อนุรักษ์และรักษาสีสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัวไปพร้อม ๆ กับการพัฒนาช่วยเหลือสังคมโดยรวม และมุ่งเน้นโครงการในหลายด้าน เช่น ด้านสังคม ศาสนา การศึกษา กีฬา และวัฒนธรรม ตัวอย่างโครงการและกิจกรรมเพื่อสังคมของสำนักงาน ฯ ต่าง ๆ ต่อเนื่องมาโดยตลอด ได้แก่

1. โครงการก่อสร้างอาคารเรียนพร้อมครุภัณฑ์ ให้แก่โรงเรียนบ้านนาสี (สำนักงานสลากกินแบ่งสงเคราะห์ 59) จังหวัดเลย ใช้งบประมาณ 15 ล้านบาท
2. โครงการก่อสร้าง/ปรับปรุง/ซ่อมแซมห้องสมุดและการเรียนรู้ ดำเนินโครงการใน 3 ภาค ได้แก่ ภาคเหนือ โรงเรียนชุมชนศิลาแดง (สำนักงานสลากกินแบ่งสงเคราะห์ที่ 114) จังหวัดน่าน ภาคตะวันออก โรงเรียนวัดราษฎร์บำรุงศักดิ์ (สำนักงานสลากกินแบ่งสงเคราะห์ที่ 89) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โรงเรียนบ้านหัวหมู (สำนักงานสลากกินแบ่งสงเคราะห์ที่ 48) จังหวัดมหาสารคาม ใช้งบประมาณทั้งสิ้น โรงเรียนละ 500,000 บาท รวม 3 โรงเรียน เป็นเงิน 1.5 ล้านบาท
3. โครงการก่อสร้าง/ปรับปรุง/ซ่อมแซมสร้างสนามเด็กเล่นพร้อมเครื่องเล่นที่มีคุณภาพ ใช้งบประมาณ 900,000 บาท ประกอบด้วย ภาคตะวันตก โรงเรียนบ้านไชยราช (สำนักงานสลากกินแบ่งสงเคราะห์ที่ 550) จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ภาคกลาง โรงเรียนวัดสุวรรณรัตนาราม (สำนักงานสลากกินแบ่งสงเคราะห์ที่ 223) จังหวัดสมุทรสาครภาคใต้ โรงเรียนบ้านไสกุณ (สำนักงานสลากกินแบ่งสงเคราะห์ที่ 205) จังหวัดพัทลุง
4. โครงการฟื้นฟูสภาพป่าและพืชอาหารสัตว์ตามแนวพระราชดำริ และจัดสร้างศูนย์ศึกษานิเวศวิทยาช้างป่า ณ อุทยานแห่งชาติกุยบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อเป็นการสนองพระราชดำริพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวด้วยการปลูกพืชที่เป็นอาหารสัตว์ สร้างความอุดมสมบูรณ์ให้ผืนป่า เป็นแหล่งอาหารสัตว์ป่า และช่วยลดการแก้ปัญหาหระหว่างคนกับช้างป่าที่เกิดขึ้นในไร่สัปปะรดของเกษตรกร รวมทั้งการจัดสร้างศูนย์ศึกษานิเวศวิทยาช้างป่า เป็นศูนย์ศึกษาให้ความรู้เกี่ยวกับช้างป่า กระทั่ง สัตว์ชนิดอื่น แก่นักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดจิตสำนึกในการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และมีความหวงแหนในผืนป่า ซึ่งเป็นทรัพยากรธรรมชาติอันทรงคุณค่า ใช้งบประมาณ 2 ล้านบาท

ซึ่งผู้วิจัยสรุปการให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ได้ดังนี้

ความรับผิดชอบต่อสังคมของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล คือ การดำเนินธุรกิจที่สร้างประโยชน์ให้แก่สังคมเพื่อความเป็นองค์กรที่เป็นเลิศทางธุรกิจและสังคม มุ่งเน้นการสร้างสรรค์สิ่งที่ดีให้แก่สังคมและสิ่งแวดล้อม ด้วยการปลูกฝังคนในองค์กรและประชาชนทั่วไปให้อนุรักษ์และรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อม ยึดถือและรับผิดชอบต่อสังคมโดยมีความเชื่อว่าภารกิจขององค์กรที่เป็นบริษัทมหาชนและบริษัทบริหารคือ การสร้างสรรค์สังคมแห่งความสุขที่แท้จริง ด้วยการให้สังคมจะพัฒนาต่อไปอย่างมีประสิทธิภาพ ก็ด้วยพลังขับเคลื่อนจากความสุข และจิตสำนึกที่ดีของทุกคนในสังคม

## รูปแบบของการดำเนินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของสำนักงานสลากกินแบ่ง รัฐบาล

จากการศึกษา พบว่า สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล มีรูปแบบการดำเนินกิจกรรม  
ความรับผิดชอบต่อสังคมที่หลากหลาย ทั้งนี้ ผู้วิจัย ได้วิเคราะห์รูปแบบการดำเนินกิจกรรม  
ความรับผิดชอบต่อสังคมทั้ง 3 แนวคิด ตามหลักการแบ่งรูปแบบการดำเนินธุรกิจ ดังนี้

1. แนวคิดของ Kotler and Lee
2. แนวคิดของสถาบันไทยพัฒนา
3. แนวคิดของสถาบันธุรกิจเพื่อสังคม

โดยวิเคราะห์ในกิจกรรมเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมทั้ง 4 โครงการ

- 1) โครงการก่อสร้าง/ ปรับปรุง/ ซ่อมแซมสนามเด็กเล่นพร้อมเครื่องเล่นที่มีคุณภาพ
- 2) โครงการก่อสร้าง/ ปรับปรุง/ ซ่อมแซมห้องสมุดและการเรียนรู้ 3) โครงการจัดสร้าง  
อาคารเรียนพร้อมครุภัณฑ์ 4) โครงการฟื้นฟูสภาพป่าและพืชอาหารสัตว์

ตารางที่ 5-1 รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล

| Kotler and Lee                                  | ผล | สถาบันไทย<br>พัฒนา | ผล | สถาบันธุรกิจ<br>เพื่อสังคม | ผล |
|---|----|--------------------|----|----------------------------|----|
| 1. การส่งเสริมการรับรู้ประเด็น<br>ปัญหาทางสังคม | ✓  | 1. Responsive CSR  |    | 1. CSR-after-process       | ✓  |
| 2. การตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็น<br>ทางสังคม   |    | 2. Strategic CSR   | ✓  | 2. CSR-in-process          |    |
| 3. การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหา<br>ทางสังคม       |    | 3. Creative CSR    | ✓  | 3. CSR-as-process          |    |
| 4. การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหา<br>ทางสังคม       | ✓  | 4. Creative CSR    |    |                            |    |
| 5. การอาสาช่วยเหลือชุมชน                        | ✓  |                    |    |                            |    |
| 6. การประกอบธุรกิจ<br>อย่างรับผิดชอบต่อสังคม    |    | 6. Strategic CSR   | ✓  |                            |    |



จากการศึกษาพบว่า สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ได้ดำเนินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีวัตถุประสงค์ และกลุ่มเป้าหมายชัดเจน ในแต่ละโครงการที่สำนักงานสลาก ฯ ดำเนินการ โดยมีรูปแบบการดำเนินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม จากกรอบแนวคิด การดำเนินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของ Kotler and Lee (2005) สามารถแบ่งได้ 3 รูปแบบ ได้แก่

1. การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม เป็นการจัดหาเงินทุน วัสดุ สิ่งของ หรือทรัพยากรอื่นขององค์กร เพื่อขยายการรับรู้และความห่วงใยต่อประเด็นปัญหาทางสังคมนั้น ดังนี้

1.1 โครงการจัดสร้างอาคารเรียนพร้อมครุภัณฑ์ 1 เพื่อจัดสร้างอาคารเรียนพร้อมครุภัณฑ์มาตรฐานและระบบสาธารณูปโภค รวมทั้งลานกีฬาเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตให้กับโรงเรียนในชุมชนที่ห่างไกลและมีความต้องการอาคารเรียนหลังใหม่

1.2 โครงการจัดสร้าง/ปรับปรุง/ซ่อมแซมห้องสมุด เพื่อก่อสร้าง/ซ่อมแซม/ปรับปรุงห้องสมุดเพื่อการเรียนรู้ พร้อมสื่อสารการเรียนรู้การสอนและอุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศ ที่มีคุณภาพต่อการสืบค้นข้อมูลข่าวสารให้กับโรงเรียนในชุมชนที่ห่างไกลและมีความต้องการห้องสมุด

1.3 โครงการจัดสร้าง/ปรับปรุง/ซ่อมแซมสนามเด็กเล่นพร้อมเครื่องเล่นที่มีคุณภาพ เพื่อจัดสร้าง/ซ่อมแซม/ปรับปรุงสนามเด็กเล่นพร้อมเครื่องเล่นที่มีคุณภาพให้กับโรงเรียนในชุมชนที่ห่างไกลและมีความต้องการสนามเด็กเล่นและเครื่องเล่นสนามให้เด็กและเยาวชนในชุมชนที่ห่างไกล มีการพัฒนาสติปัญญา ความรู้ความคิด อุปนิสัยจากสนามเด็กเล่นและเครื่องเล่นที่มีคุณภาพและมีความปลอดภัย

1.4 โครงการเพื่อสิ่งแวดล้อม เพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อม อย่างน้อย 1 พื้นที่

2. การบริจาคเพื่อการกุศล เป็นการช่วยเหลือไปที่ประเด็นปัญหาทางสังคมโดยตรง ในรูปแบบของการบริจาคเงินหรือวัตถุประสงค์ของเป็นกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่พบเห็นในแทบทุกองค์กรธุรกิจ

ปัจจุบัน สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลได้ดำเนินโครงการที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมหรือโครงการซีเอสอาร์ภายใต้แนวคิด และคิดเจตนารมณ์การคืนกำไรให้กับสังคม เพื่อตอบแทนพี่น้องประชาชนที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล และได้จัดสรรเงินงบประมาณเกี่ยวกับเงินบริจาคและเงินสนับสนุนความรับผิดชอบต่อสังคม รวมทั้งโครงการซีเอสอาร์ เพื่อส่งเสริมโอกาสทางการศึกษา ทำนุบำรุงศาสนา ให้การสังคมสงเคราะห์ผู้ยากไร้และด้อยโอกาส ส่งเสริมงาน

ด้านสาธารณสุขและการแพทย์ เสริมสร้างศักยภาพด้านกีฬาและรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม ซึ่งมีโครงการที่สำคัญ เช่น โครงการสนับสนุนการจัดซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์และครุภัณฑ์อื่น ๆ เพื่อให้บริการผู้ป่วยในพื้นที่ชายแดนภาคใต้ โรงพยาบาลปัตตานี

3. การอาสาช่วยเหลือชุมชน เป็นการสนับสนุนหรือจูงใจให้พนักงาน คู่ค้าร่วมสละเวลา และแรงงานในการทำงานให้แก่ชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่ เช่น โครงการ “ดาวอาสา” อาสาทำความดีกับสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล

จากกรอบแนวคิดโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันไทยพัฒนารูปแบบ Strategic CSR เป็นการยกระดับจากการบรรลุผลเมืองที่มีความรับผิดชอบต่อการบรรเทาปัญหาหรือผลกระทบที่เกิดจากกิจการ สู่การทำความรับผิดชอบต่อสังคมในเชิงรุก เช่น โครงการจัดสร้างอาคารเรียนพร้อมครุภัณฑ์ 1 เพื่อจัดสร้างอาคารเรียนพร้อมครุภัณฑ์มาตรฐานและระบบสาธารณูปโภค รวมทั้งลานกีฬาเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตให้กับโรงเรียนในชุมชนที่ห่างไกล และมีความต้องการอาคารเรียนหลังใหม่

จากกรอบแนวคิดการดำเนินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันธุรกิจ เพื่อสังคมใช้รูปแบบ CSR-after-process เป็นการดำเนินกิจกรรมที่แตกต่างหากจากการดำเนินธุรกิจที่เป็นกระบวนการหลักของกิจการ เช่น โครงการจัดสร้าง/ ปรับปรุง/ ซ่อมแซมสนามเด็กเล่น พร้อมเครื่องเล่นที่มีคุณภาพ เพื่อจัดสร้าง/ ซ่อมแซม/ ปรับปรุงสนามเด็กเล่นพร้อมเครื่องเล่นที่มีคุณภาพให้กับโรงเรียนในชุมชนที่ห่างไกลและมีความต้องการสนามเด็กเล่นและเครื่องเล่นสนามให้เด็กและเยาวชนในชุมชนที่ห่างไกล มีการพัฒนาสติปัญญา ความรู้ความคิด อุปนิสัยจากสนามเด็กเล่นและเครื่องเล่นที่มีคุณภาพและมีความปลอดภัย

ตามแนวคิดของ Kotler and Lee (2005) กิจกรรมส่วนใหญ่ของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล โดดเด่นที่การบริจาคเพื่อช่วยเหลือสังคมโดยการบริจาคเงิน สิ่งของให้แก่ผู้ที่เดือดร้อน หรือต้องการความช่วยเหลือตามสถานการณ์หรือเหตุการณ์ต่าง

ตามแนวคิดของสถาบันไทยพัฒนา โดดเด่นในการทำความรับผิดชอบต่อสังคมในเชิงรุก (Strategic CSR) ซึ่งการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมตามแนวทางนี้ สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลไม่เพียงแต่สามารถปฏิบัติได้ตามข้อกำหนดหรือมาตรฐานอันเป็นที่ยอมรับเท่านั้น แต่ยังมีกำหนดจุดยืนที่เป็นจิตสำนึกดำเนินการเหนือกว่าข้อกำหนด กฎระเบียบ (Beyond legal responsibility) จึงมีการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) จากแนวปฏิบัติขององค์กรอื่น ๆ และมีอิสระในการคัดเลือกประเด็นทางสังคม โดยไม่ต้องรอให้มีการเรียกร้องด้วยวิธีการที่แตกต่างและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่เหมาะสมของการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ในลักษณะที่เป็นความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงกลยุทธ์ จะทำให้อัตราการพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขัน (Competitiveness) ขององค์กรในระยะยาว

ตามแนวคิดของสถาบันธุรกิจเพื่อสังคม โดดเด่นในการดำเนินกิจกรรมแบบ CSR-after-process คือ การดำเนินกิจกรรมของหน่วยงาน เพื่อสร้างให้เกิดประโยชน์แก่สังคมในด้านต่าง ๆ โดยกิจกรรมที่ดำเนินการนั้นมักแตกต่างหากจากการดำเนินธุรกิจที่เป็นกระบวนการหลักของกิจการและเกิดขึ้นภายหลัง

ตารางที่ 5-2 ความแตกต่างของรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมและโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล

| โครงการ   | วัตถุประสงค์  | กลุ่มเป้าหมาย                     | รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคม |                  |                         |
|---|---|-----------------------------------|-----------------------------|------------------|-------------------------|
|   |   |                                   | ฟิลลิป คอตเลอร์             | สถาบันไทย พัฒนา  | สถาบันธุรกิจ เพื่อสังคม |
| 1. โครงการ<br>จัดสร้างอาคาร<br>เรียนพร้อม<br>ครุภัณฑ์ 1 เพื่อ<br>จัดสร้างอาคาร<br>เรียนพร้อม<br>ครุภัณฑ์<br>มาตรฐาน<br>และระบบ<br>สาธารณูปโภค<br>รวมทั้งลานกีฬา | เพื่อพัฒนา<br>คุณภาพชีวิต<br>ให้กับโรงเรียน<br>ในชุมชนที่<br>ห่างไกลและ<br>มีความต้องการ<br>อาคารเรียน<br>หลังใหม่  | โรงเรียน<br>ในชุมชน<br>ที่ห่างไกล | การบริจาค<br>เพื่อการกุศล   | Strategic<br>CSR | CSR-after-<br>process   |
| 2. โครงการ<br>จัดสร้าง/<br>ปรับปรุง/<br>ซ่อมแซม<br>ห้องสมุด<br>เพื่อก่อสร้าง/<br>ซ่อมแซม/<br>ปรับปรุง<br>ห้องสมุด   | เพื่อการเรียนรู้<br>พร้อมสื่อสาร<br>การเรียนการสอน<br>และอุปกรณ์<br>เทคโนโลยี<br>สารสนเทศที่มี<br>คุณภาพต่อ<br>การสืบค้นข้อมูล<br>ข่าวสารให้กับ<br>โรงเรียนในชุมชน<br>ที่ห่างไกลและ | โรงเรียนใน<br>ชุมชนที่ห่างไกล     | การบริจาคเพื่อ<br>การกุศล   | Strategic<br>CSR | CSR-after-<br>process   |

ตารางที่ 5-2 (ต่อ)

| โครงการ  | วัตถุประสงค์   | กลุ่มเป้าหมาย  | รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคม |                |                        |
|--|--|--|-----------------------------|----------------|------------------------|
|  |  |  | ฟิลิปปินส์                  | สถาบันไทยพัฒนา | สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม |
|  | มีความต้องการห้องสมุด  |  |                             |                |                        |
| 3. โครงการเพื่อสิ่งแวดล้อม   | เพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อม                      | ช่วยเหลือสัตว์ป่า  | การบริจาคเพื่อการกุศล       | Strategic CSR  | CSR-after-process      |
| 4. โครงการจัดสร้าง/ปรับปรุง/ซ่อมแซมสนามเด็กเล่นพร้อมเครื่องเล่นที่มีคุณภาพ | เพื่อซ่อมแซมปรับปรุงสนามเด็กเล่นพร้อมเครื่องเล่นที่มีคุณภาพ        | โรงเรียนในชุมชนที่ห่างไกล  | การบริจาคเพื่อการกุศล       | Strategic CSR  | CSR-after-process      |
| จัดสร้าง/ซ่อมแซม/ปรับปรุงสนามเด็กเล่นพร้อมเครื่องเล่นที่มีคุณภาพ           | มีความต้องการสนามเด็กเล่นและเครื่องเล่นที่มีคุณภาพและมีความปลอดภัย | โรงเรียนในชุมชนที่ห่างไกล มีการพัฒนาสติปัญญาความรู้ความคิดอุปนิสัยจากสนามเด็กเล่นและเครื่องเล่นที่มีคุณภาพและมีความปลอดภัย |                             |                |                        |

## การรับรู้รูปแบบโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม และ เพื่อประเมินภาพลักษณ์ที่ดี ที่ได้จากการดำเนินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล

การศึกษาการรับรู้รูปแบบโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ของพนักงาน และตัวแทนจำหน่ายสลากรายย่อย โดยมุ่งศึกษาถึงการให้ความหมาย และการรับรู้รูปแบบของโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม ในมุมมองของผู้ให้ข้อมูลในส่วนของพนักงาน และผู้ค้าสลากรายย่อย พบว่า

1. การให้ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคม ของพนักงานและผู้ค้าสลากรายย่อย การให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น ผู้ให้ข้อมูลต่างเห็นตรงกันว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นเครื่องหมายการค้าอย่างหนึ่งที่สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์ สร้างภาพลักษณ์ โดยสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลได้ดำเนินโครงการที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมหรือโครงการ CSR ภายใต้แนวคิด และเจตนารมณ์ในการคืนกำไรให้กับสังคมเพื่อตอบแทนพี่น้องประชาชนที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล และได้จัดสรรเงินงบประมาณเกี่ยวกับเงินบริจาคและเงินสนับสนุนความรับผิดชอบต่อสังคม จะต้องใช้งบประมาณจำนวนมาก ทั้งในการประชาสัมพันธ์และการทำกิจกรรม แต่การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมนี้นั้น ผู้ให้ข้อมูลมองว่าเป็นเรื่องที่ดีสมควรให้มีการดำเนินการต่อไปเป็นวงกว้าง

2. รูปแบบโครงการหรือกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่พนักงานและผู้ค้าสลากรายย่อยรับรู้

ผู้ให้ข้อมูลรู้จัก โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมที่หลากหลาย เช่น การก่อสร้างอาคารเรียนพร้อมครุภัณฑ์ การจัดสร้าง/ปรับปรุง /ซ่อมแซมห้องสมุด การจัดสร้าง/ปรับปรุง/ ซ่อมแซมสนามเด็กเล่นพร้อมเครื่องเล่นที่มีคุณภาพ การให้เงินช่วยเหลือสังคมหรือผู้ที่ได้รับความเดือดร้อน และคิดว่าการทำความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นมีประโยชน์ต่อสังคมอย่างมาก ถึงแม้ว่าสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลจะใช้เพื่อต้องการผลพลอยได้คือ ภาพลักษณ์ ชื่อเสียง ซึ่งรูปแบบที่ผู้ให้ข้อมูลรับรู้ เป็นการบริจาคเพื่อการกุศล ตามแนวคิดของ Kotler and Lee (2005) และเป็นการดำเนินกิจกรรมที่แตกต่างหากจากการดำเนินธุรกิจที่เป็นกระบวนการหลักของกิจการ หรือ CSR-after-process โดยทำในลักษณะของการออกไปปฏิบัติในพื้นที่จริง ซึ่งเป็นการทำความรับผิดชอบต่อสังคมในเชิงรุก หรือ Strategic CSR นั่นเอง

## ประเมินภาพลักษณ์ที่ดีที่ได้จากการดำเนินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของ สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล

จากการศึกษาวิจัย พบว่า สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลให้ความสำคัญต่อการดำเนินโครงการที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ในการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล โดยให้ระบุเป็นวิสัยทัศน์และพันธกิจ จริยธรรมขององค์กรและค่านิยมขององค์กร

มุ่งเน้นการสร้างสรรค์สิ่งที่ดีให้แก่สังคมและสิ่งแวดล้อมด้วยการปลูกฝังให้คนในองค์กร และประชาชนทั่วไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมโดยรวม และมุ่งเน้นโครงการต่าง ๆ เพื่อคนจน จึงมีความหวังที่จะมีเงินรางวัลจากสลากกินแบ่งรัฐบาล โดยการซื้อสลาก ๆ ด้วยเหตุนี้สำนักงานสลาก ๆ จึงคิดที่จะตอบแทนคนในสังคมเหล่านี้ซึ่งถือเป็นลูกค้าของสำนักงานสลาก ๆ ด้วยการทำโครงการซีเอสอาร์ ตามวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้ว่า “เป็นองค์กรสลากสากล รับผิดชอบสังคมด้วยความห่วงใย บริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาล” นอกจากนี้ยังมีการกำหนดพันธกิจเอาไว้ด้วย คือ “ส่งเสริมสนับสนุนกิจกรรมสาธารณประโยชน์ เพื่อช่วยเหลือสังคมอย่างยั่งยืน” พร้อมกับการสร้างค่านิยมให้เกิดขึ้นในองค์กร คือ “ร่วมมือร่วมใจ พัฒนาเรียนรู้ สร้างสรรค์สู่ประชาชนและสังคมอย่างมืออาชีพ”

สำหรับการดำเนินโครงการซีเอสอาร์ทั้ง 4 โครงการที่สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่องและได้ให้การสนับสนุนมาโดยตลอด เป็นการช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลเพิ่มมากขึ้นทั้งภายในและภายนอก เป็นที่รับรู้ของสังคมประชาชนทั่วไป เพราะโครงการทั้ง 4 โครงการนี้เป็นประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม

การดำเนินโครงการซีเอสอาร์ในอนาคต สำหรับแนวคิดของท่านผู้อำนวยการมองว่า ถ้าต้องการให้การดำเนินโครงการซีเอสอาร์เห็นเป็นรูปธรรมที่ชัดเจนมากขึ้น รวมทั้งได้รับประโยชน์มากขึ้น ต้องดำเนินโครงการในถิ่นทุรกันดารร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพราะตระหนักดีว่าองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรับรู้ถึงความต้องการของผู้คนในท้องถิ่นและรู้ดีว่าจะช่วยแก้ปัญหาของคนในท้องถิ่นได้อย่างไร แนวคิดของ “HOPES” จะช่วยให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นตัวจักรกลในการพัฒนาเศรษฐกิจ

พนักงานของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล จำนวน 9 คน พบว่า มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมแทบทุก ครั้งร้อยละ 60 เข้าร่วมกิจกรรมน้อย เป็นครั้งคราว ครั้งละ 20 ไม่เคยเข้าร่วม ครั้งละ 20 โดยที่พนักงานที่มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมจะเป็นพนักงาน/ ลูกจ้าง/ ที่ปฏิบัติงานสังกัดกองประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบโครงการซีเอสอาร์ของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล โดยตรง หรือพนักงานที่มีหน้าที่เดินทางไปออกรางวัลสลากสัญญา ซึ่งมีการดำเนินโครงการซีเอสอาร์ควบคู่ไปกับการออกสลาก ๆ โดยโครงการซีเอสอาร์ที่สำนักงานสลาก ๆ จัดขึ้น เช่น การปลูกป่าชายเลน การเลี้ยงอาหารแก่เด็กผู้ด้อยโอกาส โครงการสร้างฝายขยายป่า โครงการทำเครื่องกรองน้ำสะอาดมอบให้ชุมชนในถิ่นทุรกันดารสำหรับพนักงานที่ไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรมเลยจะเป็นพนักงานในส่วนของสำนักพิมพ์ พนักงานรักษาความปลอดภัย แต่จะให้ความร่วมมือในการดำเนินโครงการซีเอสอาร์ พนักงานทุกคนที่ตอบแบบสอบถามจะตอบไปในทิศทางเดียวกันว่า กิจกรรมซีเอสอาร์มีประโยชน์ต่อตนเอง บุคลากรในสำนักงานต่อองค์กร

และเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร โดยมองว่า ประโยชน์ที่เกิดขึ้นกับตัวเอง คือ ความสุขที่เป็นผู้ให้ ฝึกให้มีจิตสาธารณะ เอื้อเพื่อต่อสังคม และเห็นรอยยิ้มของคนที่เป็นผู้รับ สร้างนิสัยที่ดี รู้จักการให้และการแบ่งปันต่อผู้อื่น สร้างนิสัยที่ดี รู้จักการให้และการแบ่งปันต่อผู้อื่น สร้างความสุขในด้านจิตใจ ความภาคภูมิใจในการทำงานร่วมกับองค์กร นอกจากนี้ยังเกิดความรัก ความผูกพัน สร้างมนุษยสัมพันธ์ ความสามัคคีของบุคลากรที่ได้ไปร่วมกิจกรรม

จากการศึกษาวิจัย พบว่า ประชาชนทั่วไปหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับภายนอกของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลมีความคิดเห็นต่อการดำเนิน โครงการที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม หรือโครงการซีเอสอาร์ในการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล

จากการสัมภาษณ์ผู้ค้าสลากรายย่อย จำนวน 9 คน พบว่า มุมมองของท่านที่มีต่อสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลในปัจจุบัน มองว่าสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นองค์กรหนึ่งของรัฐวิสาหกิจที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการออกรางวัล มีรายได้จากการจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาล ส่วนหนึ่งนำเงินรายได้เข้ารัฐเป็นงบประมาณแผ่นดิน อีกส่วนหนึ่งของรายได้นำมาทำประโยชน์ให้แก่สังคมทั้งทางตรงและทางอ้อมและสามารถช่วยแบ่งเบาภาระของรัฐได้

มองว่าการออกรางวัลไม่โปร่งใส มีการลือคเลข เลขที่ออกเป็นประจำมักจะเกิดขึ้นบ่อยไม่น่าเชื่อถือ ศรัทธา

ส่วนที่เหลือจะมีหลากหลาย มองว่าเป็นองค์กรที่ออกสลากขายให้กับประชาชนทั่วไป เป็นการพนันชนิดหนึ่ง/ มอมเมาประชาชนมากเกินไป ผูกขาดในการขายเพียงกลุ่มคนเล็ก ๆ ทำให้สลากมีราคาสูงเกินความเป็นจริง ไม่สามารถควบคุมราคาขายได้

มีการรับรู้ว่าสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ได้นำรายได้ไปมอบเป็นทุนการศึกษา ให้แก่นักศึกษาทั่วประเทศ มีการสร้างโรงพยาบาล จัดซื้อเครื่องมือแพทย์ บริจาคเงินสร้างวัดวาอาราม เลี้ยงอาหารกลางวันแก่เด็กด้อยโอกาส มีการสร้างห้องสมุด โครงการมอบทุนการศึกษา 1 อำเภอ 1 ทุน มอบอุปกรณ์การศึกษา และอุปกรณ์กีฬาให้แก่โรงเรียนในถิ่นทุรกันดาร โครงการด้านสิ่งแวดล้อม แต่ส่วนใหญ่จะบอกว่าการประชาสัมพันธ์น้อยมาก คนทั่วไปไม่ค่อยรับรู้ และควรจัดกิจกรรมที่เป็นรูปธรรมมากกว่าในปัจจุบัน

## อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง “การรับรู้รูปแบบของโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมในการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล” เมื่อพิจารณาผลการศึกษา พบว่ามีหลายประเด็นที่จะนำมาอภิปราย เพื่อให้เกิดความชัดเจนและเป็นประโยชน์ ต่อการให้ความหมายรูปแบบ การรับรู้รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมในการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของสำนักงาน

## สลากกินแบ่งรัฐบาล

### 1. การให้ความหมายของโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล

ปัจจุบันมีหลายองค์กรที่หันมาให้ความสำคัญกับการแสดงออกถึงการทำประโยชน์ให้แก่สังคม การตอบแทนสังคม โดยนำมาเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายในการดำเนินการ ซึ่งขึ้นอยู่กับผู้บริหารว่าจะมองเห็นความสำคัญในระดับไหน บางองค์กรอาจจะบัญญัติตั้งแต่ในระดับ วิสัยทัศน์ พันธกิจ ซึ่งต้องมีการกำหนดเป็นลายลักษณ์อักษรที่ชัดเจน อันจะนำไปสู่การปฏิบัติอย่างจริงจัง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมที่ World Business Council on Sustainable Development (2004 อ้างถึงใน จิรัชญา โยธาอภิรักษ์, 2551, หน้า 17) ให้ความหมายไว้ว่า เป็นความมุ่งมั่นหรือพันธะสัญญาที่ธุรกิจมีอยู่อย่างต่อเนื่องในการปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม และมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจ ด้วยการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของผู้ใช้แรงงาน ตลอดจนครอบครัวของเขาและมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นและสังคมในวงกว้าง

จากความหมายข้างต้น พบว่า สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลเริ่มการรับผิดชอบต่อสังคมตั้งแต่ภายในองค์กรด้วยการปลูกฝังคนในองค์กรให้อนุรักษ์และรักษาสิ่งแวดล้อม ยึดถือและรับผิดชอบต่อสังคมโดยมีความเชื่อว่าภารกิจขององค์กรที่เป็นการสร้างสรรค์สังคมและขยายไปสู่สังคมภายนอกกรอบ ๆ องค์กร และไกลออกไป ดังปรากฏให้เห็นเป็นโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งทางด้านพัฒนาชุมชน สุขภาพ อนามัย การศึกษา สิ่งแวดล้อม สิทธิผู้บริโภค และวัฒนธรรม และสถาบันไทยพัฒนา (2553 ค) ให้ความหมายไว้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ บรรษัทภิบาล หมายถึง การดำเนินกิจกรรมภายในและภายนอกองค์กร ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมทั้งในระดับใกล้และไกล ด้วยการให้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรหรือทรัพยากรจากภายนอกองค์กร ในอันที่จะทำให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข

### 1. รูปแบบของการดำเนินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล

จากพิจารณารูปแบบโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ตามแนวคิดของ Kotler and Lee (2005) สถาบันไทยพัฒนา (2553 ข) และสถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (2554) พบว่า สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล โดดเด่นในรูปแบบของการบริจาคเพื่อการกุศล เป็นการบริจาคเงินหรือสิ่งของให้แก่ผู้ที่ได้รับความเดือดร้อนหรือมีความต้องการเงินหรือสิ่งของเหล่านั้น ซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคมรูปแบบนี้เป็น CSR-after-process คือเป็นการรับผิดชอบต่อสังคมทำอยู่นอกกระบวนการต่าง ๆ ของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล



เป็นการทำเพื่อสังคมภายนอกเป็นส่วนมากให้ได้รับการบริจาคอย่างทั่วถึง สามารถเลือกกลุ่มผู้รับอย่างเฉพาะเจาะจงได้ และเป็น Strategic CSR การทำความรับผิดชอบต่อสังคมในเชิงรุก (Proactive) ที่องค์กรสามารถริเริ่มกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยตัวเองให้แก่สังคมภายนอก ซึ่งแตกต่างจาก พันธกิจ ปรัชญา ในการดำเนินธุรกิจ และจริยธรรมที่กำหนดไว้ โดยมุ่งเน้นไปที่ การสร้างสรรค์สังคม การเป็นองค์กรที่รักสังคมและสิ่งแวดล้อม การให้สังคมจะพัฒนาต่อไปอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นต้น สอดคล้องกับ โสภณ พรโชคชัย (2553, หน้า 14) กล่าวว่า บริษัทใดจะทำบุญ ทำดีเกินหน้าที่รับผิดชอบต่อ ถือเป็นอาสาสมัคร เป็นการบำเพ็ญประโยชน์ เป็นกิจกรรมที่ดำเนินการเพื่อแสดงความใจกว้างและทำให้สังคมชื่นชม ส่งผลดีต่อธุรกิจ ถือเป็นการตลาดอย่างอ่อน ๆ ดังนั้นหากต้องการรับผิดชอบต่อสังคมให้เป็นไปตาม พันธกิจ ปรัชญาในการดำเนินธุรกิจ และจริยธรรมที่กำหนดไว้

## 2. การรับรู้รูปแบบโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล

ผลจากการศึกษาการรับรู้รูปแบบโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม คือ เครื่องมือทางการตลาดอย่างหนึ่งที่ทำให้รู้จักสำนักงานสลาก ฯ ในการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของสำนักงานสลากฯ ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ วุฑฒพงศ์ ลาภเจริญ (2550) พบว่า พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคมีความเกี่ยวข้องกับ หรือมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการทำกิจกรรม ความรับผิดชอบต่อสังคมในทิศทางเดียวกันกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

## 3. ประเมินภาพลักษณ์ที่ดีที่ได้จากการดำเนินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล

พบว่า ควรจะมีการประชาสัมพันธ์เพิ่มเติม บอกกล่าวให้สังคมได้รับรู้ ซึ่งจะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ในทางที่ดีขึ้น หลายคนมองว่าอาจจะช่วยลบล้างภาพลักษณ์ เปลี่ยนทัศนคติ ความคิดที่คนส่วนใหญ่มองว่าสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล สามารถถ้อยเลขได้ มอมเมาประชาชน และเชื่อว่าถ้าสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ดำเนินโครงการ CSR อย่างจริงจังและต่อเนื่องจะมีการส่งเสริมภาพลักษณ์ในทางที่ดีของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ให้ดีขึ้นมาในจิตใจของพวกเขาเหล่านั้นได้ ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ เสรี วงษ์มณฑา (2541, หน้า 13) อ้างถึงใน พัทธ์ศุภางค์ ศรีสวัสดิ์, 2554, หน้า 15) ชี้แจงให้เห็นว่าภาพลักษณ์เป็นของเท็จจริงบวกกับการประมาณส่วนตัวแล้วกลายเป็นภาพที่ฝังอยู่ในความรู้สึกนึกคิดของบุคคลอยู่ได้นานยากที่จะเปลี่ยนแปลง ซึ่งต่างจากสภาพความจริงได้ เพราะภาพลักษณ์ไม่ใช่เรื่องของข้อเท็จจริงเพียงอย่างเดียว แต่เป็นเรื่องของการรับรู้ที่มนุษย์นำความรู้สึกส่วนตัวเข้าไปรวมกับข้อเท็จจริง

## ข้อเสนอแนะในการวิจัยนี้ไปประยุกต์ใช้

1. ควรมีการประชาสัมพันธ์การดำเนินโครงการที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ในการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลให้มากกว่านี้ ให้ทราบ ทั้งประชากรภายในและภายนอกสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล
2. ควรสร้างกิจกรรมให้มีส่วนร่วมกันทั้งประชากรภายในและภายนอกสำนักงาน สลากกินแบ่งรัฐบาล สร้างความยั่งยืน
3. ควรสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการเกี่ยวกับการขอรับความช่วยเหลือหรือ การดำเนินโครงการที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ในการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดี ของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล
4. ควรให้มีการติดตามและประเมินผลเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของสำนักงานสลากกินแบ่ง รัฐบาล
5. ควรให้ประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมโครงการ ความรับผิดชอบต่อสังคม ในการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล
6. ควรสร้างบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในการดำเนินโครงการที่คำนึงถึง ความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อนำมาดำเนินโครงการ CSR ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
7. ควรจะสร้างกระบวนการกำหนดวัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายในการมีส่วนร่วมไว้ ให้ชัดเจน ประชาชนจะได้ตัดสินใจว่าควรเข้าร่วมหรือไม่ หรือให้ประชาชนมีการแสดง ความคิดเห็นหรือให้เขาแสดงบทบาทในกระบวนการต่าง ๆ ให้มากที่สุด
8. สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลควรบริจาคช่วยเหลือสังคมอย่างต่อเนื่อง
9. ควรช่วยเหลือด้านการศึกษา และกีฬามากที่สุด รองลงมา คือ ด้านสังคมสงเคราะห์ และช่วยผู้พิการ
10. เวลาถ่ายทอดสดการออกรางวัลทุกวันที่ 1 และ 16 ของทุกเดือน ควรมีการประชาสัมพันธ์การดำเนินโครงการซีเอสอาร์ไปด้วย
11. ควรมีการสร้างกระบวนการและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในทุกระดับ และครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายในโครงการที่เกี่ยวข้อง โดยเน้นให้ผู้ที่ได้รับผลกระทบมีการรวมกลุ่ม ของประชาชน ได้แลกเปลี่ยนพูดคุย ปรีกษาหารือและหาตัวแทนเข้าร่วมในทุกระยะของกิจกรรม โครงการ รวมทั้งเป็นผู้ประสานงานในการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมให้เกิดขึ้นอย่างแท้จริง
12. ผู้ดำเนินโครงการ ควรพิจารณาจากความแตกต่างทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของ ประชาชนผู้ได้รับผลกระทบ พร้อมทั้งวางแผนรูปแบบของการมีส่วนร่วมให้เหมาะสมและสะดวก กับประชาชน เพื่อจะทำให้ประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้องมีความเข้าใจ ให้ความร่วมมือมากยิ่งขึ้น

13. ภาครัฐควรมีการบังคับใช้กฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพและได้ผลเป็นรูปธรรม

14. ควรให้ความสำคัญกับประชาชนในทุกภาคส่วน และจัดให้มีอาสาสมัครภาคประชาชน เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล รวมถึงเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนและจัดทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับชุมชนอย่างมีส่วนร่วม เพื่อให้ประชาชนมีส่วนร่วมทั่วถึง

### ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาการสร้างกิจกรรมเพื่อสื่อสารเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล
2. ควรให้มีการศึกษาผลกระทบการดำเนินกิจกรรม/ โครงการความรับผิดชอบต่อสังคม
3. ควรมีการวิจัยต่อเนื่องโดยการวิจัยจำแนกแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านการวางแผนด้านการจัดการองค์กร ด้านการนำ และด้านการควบคุม โดยแยกการทำวิจัยเฉพาะในแต่ละด้าน เพื่อหารูปแบบที่เหมาะสมสำหรับการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล เพื่อให้ได้ข้อมูลครอบคลุมและทั่วถึง
4. ควรนำข้อมูลที่ได้รับจากงานวิจัยครั้งนี้เป็นพื้นฐานในการปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ กิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) ที่องค์กรภาครัฐและภาคเอกชนที่ดำเนินการอยู่
5. ควรศึกษาประสิทธิภาพการดำเนินงานของกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) ที่องค์กรภาครัฐและภาคเอกชนที่ดำเนินการอยู่ โดยมีรูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพเก็บข้อมูลเลือกศึกษาเฉพาะองค์กรที่มีลักษณะคล้ายคลึงแต่ประสบความสำเร็จในการประชาสัมพันธ์การดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างกัน เช่น องค์กรทหารกับตำรวจเป็นต้น โดยการสัมภาษณ์ผู้บริหารขององค์กร เจ้าหน้าที่ทุกระดับขององค์กร ตลอดจนประชาชนที่มารับบริการ เพื่อที่จะให้ได้ข้อมูลความคิดเห็นของทุกกลุ่มที่เกี่ยวข้องอันเป็นข้อมูลเชิงลึกยิ่งขึ้น ตลอดจนผลของการศึกษาที่ได้ก็จะเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงการบริหารจัดการมากขึ้น
6. ควรศึกษาในเรื่องนี้อย่างต่อเนื่องอย่างน้อย 1 ปี ต่อครั้ง เพื่อนำผลการศึกษามาปรับปรุงการดำเนินงานของกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) ที่ขององค์กรให้เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของประชาชนผู้รับบริการอย่างแท้จริง
7. สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลควรกันเงินบางส่วนนำไปตั้งกองทุนทำประโยชน์แก่สังคม โดยไม่ผ่านระบบงบประมาณของรัฐ เพื่อความสะดวก รวดเร็ว และลดขั้นตอนการเบิกจ่ายลง โดยมีวิธีการตรวจสอบที่ชัดเจน และตรวจสอบได้

8. ควรขยายกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยให้ครอบคลุมเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับโครงการทั้งหมด ได้แก่ หัวหน้าส่วนราชการ กลุ่มผู้นำชุมชน ส่วนปกครองท้องถิ่น สื่อมวลชน องค์กรอิสระ

9. ควรทำการศึกษาวิจัยโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อศึกษาตัวชี้วัดของการมีส่วนร่วมของประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นรูปแบบการมีส่วนร่วม นำไปสู่การวางแผนงานประชาสัมพันธ์

10. ควรศึกษาประสิทธิภาพการดำเนินงานของกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลดำเนินการอยู่ โดยมีรูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้บริหารองค์กร เจ้าหน้าที่ทุกระดับขององค์กร ตลอดจนประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อที่จะให้ได้ข้อมูลความคิดเห็นของทุกกลุ่มที่เกี่ยวข้อง อันเป็นข้อมูลเชิงลึกยิ่งขึ้น ตลอดจนผลของการศึกษาที่ได้ก็จะประโยชน์ในการปรับปรุงการบริหารจัดการมากขึ้น

11. ควรศึกษาในเรื่องนี้อย่างต่อเนื่องอย่างน้อย 1 ปี ต่อครั้งเพื่อนำผลการศึกษามาปรับปรุงการดำเนินงานของกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ที่ขององค์กรให้เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของสังคม

12. ควรมีการศึกษารูปแบบการมีส่วนร่วมและการรับรู้รูปแบบโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมในชุมชนและองค์กร เพื่อนำมาเป็นข้อมูลการส่งเสริมการรับรู้และการมีส่วนร่วม โครงการรับผิดชอบต่อสังคมของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล เพื่อนำบริหารจัดการในการพัฒนาโครงการต่อไป

## บรรณานุกรม

- กนกพร แสงศรี. (2553). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาตำบลขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะป็นหยี อำเภอเมือง จังหวัดพังงา. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชานโยบายสาธารณะ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- กฤติยา เสตะพันธุ์. (2553). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการระบบสารสนเทศในสำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม. การศึกษาค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี, วิทยาลัยนวัตกรรม, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กุลนัดดา สุวรรณศรี. (2551). ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ที่มีอิทธิพลต่อคุณค่าตราสินค้า "ซอนต้า" และแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2551). บทความเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ที่ดำเนินกิจกรรม CSR. ม.ป.ท.
- เกศินี พรหมบุตร. (2554). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตเทศบาลตำบลเวียง อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- โกวิท พวงงาม. (2552). การปกครองท้องถิ่นไทย: หลักการและมิติใหม่ในอนาคต. กรุงเทพฯ: วิทยุชุมชน.
- จิรัชญา โยธาภิรักษ์. (2551). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) และผลของภาพลักษณ์ต่อทัศนคติที่มีต่อตราสินค้า ปตท. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ชนาธิป สวัสดิ์. (2554). พัฒนาการมีส่วนร่วมของแกนนำชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอวิภาวดี จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.

- ชญญา วัฏฏสันติ. (2551). *การรับรู้และทัศนคติที่มีต่อโครงการรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ของประชาชนในจังหวัดสมุทรปราการ. การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์.*
- ฐานพัฒน์ ทิพย์บรรพต. (2554). *พัฒนาการมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาชุมชนของประชาชน ตำบลตะปาน อำเภอพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏ สุราษฎร์ธานี.*
- ณัฐพันธ์ เขจรนันท์. (2551). *พฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ: วิ. พรินท์.*
- ณัฐชานนท์ ดอนเจียวไพร. (2551). *การรับรู้และการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการดำเนินงาน ด้านสิ่งแวดล้อมขององค์การบริหารส่วนตำบล ในจังหวัดพิษณุโลก. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาสิ่งแวดล้อมศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.*
- ถวิลวดี บุรีกุล. (2552). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการนโยบายสาธารณะ. นนทบุรี: สถาบันพระปกเกล้า.*
- ธีร์ ไชยสมบัติ. (2553). *การรับรู้/ การรู้จักการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์. งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการสาธารณะ, วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา.*
- นัศดา ภูจิน. (2552). *ประสิทธิภาพของภาพลักษณ์การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท เครื่องดื่มแอลกอฮอล์. งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา.*
- บวรศักดิ์ อุวรรณโณ และถวิลวดี บุรีกุล. (2552). *ประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วม (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: เอ.พี กราฟิค ดีไซน์และการพิมพ์.*
- ไบรอัน กริฟฟิน. (2551). *“วีโร่” เผย CSR แรงหนุนนำซื้อสินค้า. เข้าถึงได้จาก [www.siamturakij.com](http://www.siamturakij.com)*
- พรศิริ แก้วปาน. (2551). *การรับรู้โครงการเพื่อสังคมของบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ผู้ประชาชนจากสื่อการส่งเสริมการตลาด ในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.*

- พัคตร์ศุภางค์ ศรีสวัสดิ์. (2554). *ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) กับภาพลักษณ์องค์กรของเครือซีเมนต์ไทย (SCG) ในมุมมองผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานคร*. การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- พิชชา ศิลปะพรหมมาศ. (2552). *การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมพัฒนาการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าชายเลนของคณะกรรมการชุมชนเทศบาลตำบลคอนสัก อำเภอคอนสัก จังหวัดสุราษฎร์ธานี*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาสังคมศาสตร์ เพื่อการพัฒนา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- มูลนิธิกองทุนการศึกษาเพื่อการพัฒนา. (2552) *รายงานการประชุมประจำปี 2552*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิกองทุนการศึกษาเพื่อการพัฒนา.
- เมตต์ เมตต์การณจิต. (2553). *การบริหารจัดการศึกษาแบบมีส่วนร่วม: ประชาชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และราชการ (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ: บั๊กพอยท์.
- ระวีวรรณ อังคนุรักษ์. (2553). *วิธีการศึกษาทัศนคติ*. ม.ป.ท.
- วศินี นพคุณ. (2551). *กลยุทธ์การสื่อสารเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมและการมีส่วนร่วมของชุมชน ด้านสิ่งแวดล้อมของกลุ่มอุตสาหกรรมพลังงาน*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วันชัย วัฒนศัพท์. (2553). *คนไทยไม่ทองทั้งกัน: คู่มือการจัดการสร้างความปรองดองในระบบบริการสาธารณสุข*. ขอนแก่น: ศิริภัณฑ์ ออฟเซ็ท.
- วิชาการดอทคอม. (2552). *ทฤษฎีการรับรู้*. เข้าถึงได้จาก <http://www.vcharkarn.com>
- วิภาดา วิระสัมฤทธิ์. (2553). *ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าของบริษัท แอดวานซ์ อิน โฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วุชพงศ์ ตากเจริญ. (2550). *การศึกษาภาพลักษณ์องค์กร และพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อของประชาชนในจังหวัดกรุงเทพมหานคร หลังจากที่องค์กรมีการใช้กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยวิทยาลัยรังสิต.
- ศรายุทธ ศรีไปล์. (2550). *การศึกษาการรับรู้การสื่อสารการตลาดเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของเบียร์□สิงห์*  
*ไลท์□เปรียบเทียบเบียร์□ซ่งไลท์□*. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชา

การบริหารสื่อสารมวลชน, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัย  
ธรรมศาสตร์ □.

ศรายุทธ ดันเถียร. (2551). การพัฒนาการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าชายเลนของประชาชน  
บ้านบางนายสังข์ ตำบลบางนายนายสี อำเภอดงตาล จังหวัดพังงา. วิทยานิพนธ์  
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชายุทธศาสตร์การพัฒนา, บัณฑิตวิทยาลัย,  
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.

ศรีวิภา ไตรจักรภพ. (2552). ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR: Corporate social  
responsibility) ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการทำงานและพฤติกรรมของพนักงาน  
กลุ่มบริษัทศรีเทพไทอุตสาหกรรม จำกัด. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,  
สาขาวิชาการจัดการ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ศิริชัย สาครรัตนกุล. (2553). ภู CSR ผู้นำกระแสในยุคเริ่มต้น. *Make Money*, 12(135), 53-55.

สถาบันไทยพัฒนา. (2553 ก). ซีเอสอาร์ คืออะไร. เข้าถึงได้จาก <http://thatcsr.blogspot.com>

สถาบันไทยพัฒนา. (2553 ข). ประโยชน์ของซีเอสอาร์. เข้าถึงได้จาก <http://thatcsr.blogspot.com>

สถาบันไทยพัฒนา. (2553 ค). รูปแบบของซีเอสอาร์. เข้าถึงได้จาก <http://thatcsr.blogspot.com>

สถาบันไทยพัฒนา. (2553 ง). รู้จักซีเอสอาร์. เข้าถึงได้จาก [www.thaicsr.com](http://www.thaicsr.com)

สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม. (2554). บทนำ CSR. เข้าถึงได้จาก <http://www.csri.or.th>

สรฤทธ จันสุข. (2555). การมีส่วนร่วมของประชาชน. กรุงเทพฯ: กรมการพัฒนาชุมชน.

สัญญา เคนาภูมิ. (2551). ความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนใน 4 จังหวัดชายแดนลุ่มน้ำโขง.

ดุยฉวีนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต, สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์,  
บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.

สายทิพย์ โสรัตน์. (2551). หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกประเด็นทางสังคมเพื่อการดำเนินกิจกรรม  
ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,  
สาขาวิชาการจัดการสำหรับผู้ประกอบการ, บัณฑิตวิทยาลัยการจัดการและ  
นวัตกรรม, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล. (2557) สำนักงานสลาก ๆ กับงานเพื่อสังคม. เข้าถึงได้จาก  
[www.glo.or.th](http://www.glo.or.th)

สุทธ จิตรรุ่งเรือง. (2551). การศึกษาอิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีอิทธิพลต่อความภักดี  
ของพนักงานและภาพลักษณ์ขององค์กร. งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,  
สาขาวิชาการตลาด, วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา.

สุเมธ กาญจนพันธ์. (2551). กลยุทธ์การบริหารจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ขององค์กร



- ธุรกิจ. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุรัชย์ เชื้อข้าวซ้อน. (2552). การมีส่วนร่วมของชุมชนในการอนุรักษ์และใช้ประโยชน์จากทรัพยากรป่าไม้อย่างยั่งยืนของชุมชนบ้านคินคำ ตำบลท่าก้อ อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาสังคมศาสตร์ เพื่อการพัฒนา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- สุริยน ตันตราจิน. (2554). เทคนิคการมีส่วนร่วม. เข้าถึงได้จาก <http://thainews.prd.go.th>
- เสนาะ ดิยาวัว. (2551). หลักการบริหาร (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- โสภณ พรโชคชัย. (2553). CSR กับนักวิชาชีพอสังหาริมทรัพย์. เข้าถึงได้จาก [http://www.thaiappraisal.org/thai/market/market\\_view.php?strquery=market223.htm](http://www.thaiappraisal.org/thai/market/market_view.php?strquery=market223.htm)
- อนันตชัย ยูประดม. (2552 ก). ความรู้เกี่ยวกับ CSR. เข้าถึงได้จาก <http://www.edfthai.org/csr>
- อนันตชัย ยูประดม. (2552 ข). บทความเกี่ยวกับ CSR. เข้าถึงได้ <http://www.edfthai.org/csr>
- อนันตชัย ยูประดม. (2552 ค). เปิดแนวทางขับเคลื่อน CSR ฉบับ DBDI ฝ่ายวิกฤตอย่างยั่งยืน. เข้าถึงได้จาก [www.cms.sme.go.th](http://www.cms.sme.go.th)
- อรทัย กักพล. (2552). คู่มือการมีส่วนร่วมของประชาชน สำหรับนักบริหารท้องถิ่น. นนทบุรี: วิทยาลัยพัฒนาการปกครองท้องถิ่น สถาบันพระปกเกล้า.
- Ansoff. (1965). *SWOT Analysis* สำหรับการกำหนดตำแหน่งและการสร้างความสำเร็จขององค์กร. เข้าถึงได้จาก [www.csr.imageplus.co.th](http://www.csr.imageplus.co.th)
- Beck, K. (1994). Patterns generate architectures. In *Proceedings of ECOOP*. pp. 139-149.
- Boston, M. (1970). สำหรับการกำหนดความสำคัญและการสร้างความสำเร็จในผลิตภัณฑ์. เข้าถึงได้จาก [www.csr.imageplus.co.th](http://www.csr.imageplus.co.th)
- Clarke, J. B., & Wheeler, S. J. (1992). A view of the phenomenon of caring in nursing practice. *Journal of Advance Nursing*, 17, 1283-1290.
- Creswell, J. W. (2009). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (3<sup>rd</sup> ed.). Los Angeles, CA: Sage.
- Golafshan, N. (2003). *Understanding reliability and validity in qualitative research*. University of Toronto. Toronto: Ontario, Canada.
- Kotler, P., & Lee, N. (2005). *Corporate social responsibility*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Toronto, O. C. (2003). *The qualitative report*. 8(4), 597-607.



ภาคผนวก

**ภาคผนวก ก**  
ค่าดัชนีความสอดคล้องของคำถาม

ในการวิจัยเรื่อง รูปแบบของโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมในการส่งเสริม  
 ภาพลักษณ์ที่ดีของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รับการตรวจสอบความถูกต้อง  
 ของเนื้อหาสาระของข้อคำถาม โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ดังมีรายชื่อดังต่อไปนี้

- |                           |   |
|---------------------------|---|
| 1. ดร.ณภัคอร ปุณยภาภัสสร  | อาจารย์ประจำวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์              |
| 2. ดร.มาลัย กรแก้วสมนึก   | อาจารย์ประจำวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์              |
| 3. นายวรวุฒิ ประวิษสุวรรณ | หัวหน้างานวางแผนและวิเคราะห์ต้นทุน<br>การตลาด |

ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถาม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

แสดงค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสนทนากลุ่มในการศึกษาเรื่อง รูปแบบ  
 ของโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมในการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของสำนักงานสลาก  
 กินแบ่งรัฐบาล ของผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ในส่วนของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม

| รายการประเมิน   | ผู้เชี่ยวชาญ |    |    | $\sum R$ | IOC | ความ<br>คิดเห็น |
|---|--------------|----|----|----------|-----|-----------------|
|   | 1            | 2  | 3  |          |     |                 |
| 1. ชื่อ-นามสกุล   | +1           | +1 | +1 | +3       | 1   | สอดคล้อง        |
| 2. เพศ  | +1           | +1 | +1 | +3       | 1   | สอดคล้อง        |
| 3. อายุ   | +1           | +1 | +1 | +3       | 1   | สอดคล้อง        |
| 4. ระดับการศึกษา  | +1           | +1 | +1 | +3       | 1   | สอดคล้อง        |
| 5. อาชีพ  | +1           | +1 | +1 | +3       | 1   | สอดคล้อง        |
| 6. สถานที่ทำงาน   | +1           | +1 | +1 | +3       | 1   | สอดคล้อง        |
| 7. เข้าใจความหมายของคำว่า<br>ความรับผิดชอบต่อสังคม อย่างไร  | +1           | +1 | +1 | +3       | 1   | สอดคล้อง        |
| 8. โครงการความรับผิดชอบต่อสังคม<br>ของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล<br>จัดทำโครงการ CSR ขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์<br>ใด และทำในรูปแบบใด | +1           | +1 | +1 | +3       | 1   | สอดคล้อง        |

| รายการประเมิน   | ผู้เชี่ยวชาญ |     |     | $\Sigma R$ | IOC | ความคิดเห็น |
|---|--------------|-----|-----|------------|-----|-------------|
|   | 1            | 2   | 3   |            |     |             |
| 9. การดำเนินกิจกรรม CSR ของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของพนักงานมากน้อยเพียงใด            | + 1          | + 1 | + 1 | + 3        | 1   | สอดคล้อง    |
| 10. การดำเนินกิจกรรม CSR ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลอย่างไรบ้าง                                   | + 1          | + 1 | + 1 | + 3        | 1   | สอดคล้อง    |
| 11. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินโครงการ CSR มีอะไรบ้าง  | + 1          | + 1 | + 1 | + 3        | 1   | สอดคล้อง    |
| 12. แนวคิดในการดำเนินโครงการ CSR ในอนาคต ควรเป็นอย่างไร   | + 1          | + 1 | + 1 | + 3        | 1   | สอดคล้อง    |
| 13. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม   | + 1          | + 1 | + 1 | + 3        | 1   | สอดคล้อง    |
| 14. การรับรู้หรือไม่ว่า สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลมีส่วนช่วยเหลือสังคมอย่างไรบ้าง                                    | + 1          | + 1 | + 1 | + 3        | 1   | สอดคล้อง    |
| 15. อยากให้สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลดำเนินกิจกรรม/ โครงการที่คำนึงความรับผิดชอบต่อสังคมอะไรบ้าง และดำเนินการอย่างไร | + 1          | + 1 | + 1 | + 3        | 1   | สอดคล้อง    |
| 16. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ  | + 1          | + 1 | + 1 | + 3        | 1   | สอดคล้อง    |

ภาคผนวก ข  
คำถามสำหรับการสัมภาษณ์

## คำชี้แจงเกี่ยวกับคำถามสำหรับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักเพื่อการวิจัย

ชื่อเรื่อง การรับรู้รูปแบบของโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมในการส่งเสริม  
ภาพลักษณ์ที่ดีของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล

แบบคำถามสำหรับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ประกอบการเรียนการสอน  
วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองในหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัย  
พาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

1. แบบคำถามมีทั้งหมด 3 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องของ

สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล

ส่วนที่ 3 คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง

2. ผู้วิจัยขอความกรุณาท่านตอบคำถามให้ครบทุกข้อคำถามและทุกส่วนตาม

ความเป็นจริงเพื่อศึกษาการรับรู้รูปแบบของโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมในการส่งเสริม  
ภาพลักษณ์ที่ดีของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล

3. ผู้วิจัยขอรับรองว่าข้อมูลของท่านจะถูกปกปิดเป็นความลับหากท่านไม่ยินยอม  
ให้เปิดเผย และจะถูกนำข้อมูลไปใช้เพื่อประโยชน์ทางวิชาการเท่านั้น

ผู้จัดทำวิจัยขอความอนุเคราะห์จากท่านในการสนทนากลุ่ม และขอขอบคุณท่านมา ณ  
โอกาสนี้

นางสาวภัทชลา แก้วศรี

นักศึกษาปริญญาโท

สาขาการจัดการสาธารณะ

วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา



## ส่วนที่ 1

ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

| ชื่อ-นามสกุล | เพศ   | อายุ  | ระดับการศึกษา | อาชีพ | สถานที่ทำงาน |
|--------------|-------|-------|---------------|-------|--------------|
| 1.....       | ..... | ..... | .....         | ..... | .....        |
| 2.....       | ..... | ..... | .....         | ..... | .....        |
| 3.....       | ..... | ..... | .....         | ..... | .....        |
| 4.....       | ..... | ..... | .....         | ..... | .....        |
| 5.....       | ..... | ..... | .....         | ..... | .....        |
| 6.....       | ..... | ..... | .....         | ..... | .....        |
| 7.....       | ..... | ..... | .....         | ..... | .....        |
| 8.....       | ..... | ..... | .....         | ..... | .....        |
| 9.....       | ..... | ..... | .....         | ..... | .....        |
| 10.....      | ..... | ..... | .....         | ..... | .....        |
| 11.....      | ..... | ..... | .....         | ..... | .....        |
| 12.....      | ..... | ..... | .....         | ..... | .....        |
| 13.....      | ..... | ..... | .....         | ..... | .....        |
| 14.....      | ..... | ..... | .....         | ..... | .....        |
| 15.....      | ..... | ..... | .....         | ..... | .....        |
| 16.....      | ..... | ..... | .....         | ..... | .....        |
| 17.....      | ..... | ..... | .....         | ..... | .....        |
| 18.....      | ..... | ..... | .....         | ..... | .....        |

## ส่วนที่ 2

คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องของสำนักงานสลากกินแบ่ง  
รัฐบาล

1. เข้าใจความหมายของคำว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม อย่างไร
2. โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลจัดทำโครงการ CSR ขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ใด และทำในรูปแบบใด
3. การดำเนินกิจกรรม CSR ของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของพนักงานมากน้อยเพียงใด
4. การดำเนินกิจกรรม CSR ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลอย่างไรบ้าง
5. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินโครงการ CSR มีอะไรบ้าง
6. แนวคิดในการดำเนินโครงการ CSR ในอนาคต ควรเป็นอย่างไร
7. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

### ส่วนที่ 3

คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง

14. การรับรู้หรือไม่ว่า สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลมีส่วนช่วยเหลือสังคมอย่างไรบ้าง

15. อยากให้สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลดำเนินกิจกรรม/ โครงการที่คำนึง

ความรับผิดชอบต่อสังคมอะไรบ้าง และดำเนินการอย่างไร

16. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

**ภาคผนวก ค**

หนังสือเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมืองานวิจัย  
และหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล







