

การส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงพุทธของบริษัทเชียงรายฟรอสเฟนฟู๊ดส์ จำกัด

PROMOTING CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ON A BUDDHIST BASIS OF THE CHAING RAI COMPANY,FROZEN FOODS LIMITED

ภคพร อินทร์ชัย

Pakaporn Inchai

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

phutcharin2000@hotmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) เพื่อศึกษากระบวนการความรับผิดชอบต่อสังคม
ของบริษัทเชียงรายฟรอสเฟนฟู๊ดส์ จำกัด 2) เพื่อส่งเสริมกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงพุทธ ของ
บริษัทเชียงรายฟรอสเฟนฟู๊ดส์ จำกัด 3) เพื่อวิเคราะห์หลักพุทธธรรมกับความรับผิดชอบต่อสังคมเชิง
พุทธ ของบริษัทเชียงรายฟรอสเฟนฟู๊ดส์ จำกัด การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพเครื่องมือที่ใช้เก็บ
รวบรวมข้อมูล ได้แก่รวบรวมข้อมูลจากเอกสาร และจากการสัมภาษณ์ ผลการวิจัยพบว่า

1) กระบวนการความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัทเชียงรายฟรอสเฟนฟู๊ดส์ จำกัด พบว่า
การประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรมและควบคู่ไปกับการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันและการ
เคารพสิทธิมนุษยชนโดยการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม มีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ดูแล
สิ่งแวดล้อมรวมทั้งการร่วมพัฒนาชุมชนหรือสังคม

2) ส่งเสริมกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงพุทธ ของบริษัทเชียงรายฟรอสเฟนฟู๊ดส์
จำกัด พบว่ากิจกรรมการส่งเสริมประเพณีถวายเทียนพรรษา รดน้ำดำหัวผู้สูงอายุในวันสงกรานต์
ปลูกป่าหนองข้างคตและกิจกรรมการส่งเสริมจิตอาสาการจัดโรงทาน ณ องค์การบริหารส่วนตำบลแม่
กรณ์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

3) วิเคราะห์หลักพุทธธรรมกับความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงพุทธ ของบริษัทเชียงรายโฟร
เซ็นฟู๊ดส์ พบว่ามีการนำหลักพุทธธรรมมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการคือ สังคหวัตถุ 4 หิริโอตตัปปะ
มรรค 8 อริยสัจ 4 สปัปฺริสธรรม 7 และกุศลกรรมบท 10

คำสำคัญ : การส่งเสริม ความรับผิดชอบ พุทธสังคม บริษัท เชียงรายโฟรเซ็นฟู๊ดส์ จำกัด

Abstract

This material has objectives to 1) study the process of social responsibility of Chiang Rai Frozen Foods Co., Ltd. 2) promote the Buddhist social responsibility activities of Chiang Rai Frozen Foods Co., Ltd., and 3) analyze Buddhist principles and Buddhist social responsibility of Chiang Rai Frozen Foods Co., Ltd... This is the qualitative research, data collection tools including gathering information from documents and interviewing. The results showed that;

1) the process of social responsibility of Chiang Rai Frozen Foods Co., Ltd., found that; conducting business with fairness together with anti- corruption and respect human rights by treating workers fairly, responsible for consumers and taking care of environment including participating in community or social development.

2) The promotion of the Buddhist social responsibility activities of Chiang Rai Frozen Foods Co., Ltd., found that participated in activities of the candle offering tradition, watering the elders on Songkran Day, planting forests in Nong Chang Kot and activity to promote voluntarily spirit through organizing alms canteen at Maekon Subdistrict Administrative Organization, Muang District, Chiang Rai Province. And

3) Analyzing the Buddhist principles and Buddhist social responsibility of Chiang Rai Frozen Foods Co., Ltd., found that the Buddhist principles were applied in management as follows: Sangahavatthana 4, Hiriotappa, the 8th Path, the 4 Noble Truths, the Sappurisadhamma 7, and the Wholesome Karma Chapters 10.

Key words: Promotion, Responsibility, Buddhist Social, Chiang Rai Frozen Foods Co., Ltd.

บทนำ

องค์กรธุรกิจเป็นหนึ่งในหน่วยย่อยหลาย ๆ หน่วยที่ประกอบขึ้นเป็นสังคม ธุรกิจ คือ องค์กรที่ดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องที่เกี่ยวกับการผลิต การแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้าและบริการ โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะแสวงหากำไรจากการประกอบธุรกิจนั้น ๆ องค์กรธุรกิจได้มีผลกำไรในระดับสูงถือว่าได้บรรลุเป้าหมายและประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ การดำเนินธุรกิจในลักษณะที่มุ่งเน้นการแสวงหาผลกำไรสูงสุดหรือการมุ่งเน้นที่ประโยชน์ส่วนตนเป็นวิธีปฏิบัติการค้าเสรีสากล โดยมีรากฐานจากแนวคิดตะวันตกและที่ผานมาถือเป็นความรับผิดชอบหนึ่งเดียวของผู้บริหารที่ควรกระทำต่อเจ้าของกิจการหรือผู้ถือหุ้น ดังที่มิลตัน ฟรีดแมน (Milton Friedman) นักเศรษฐศาสตร์ผู้มีอิทธิพลสำคัญบุคคลหนึ่งต่อหลักการดังกล่าว ได้กล่าววว่า “ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจต่อสังคมมีอยู่เพียงประการเดียว คือ ไซทรัพยากรที่มีอยู่และมุ่งมั่นในกิจกรรมที่หวังเพิ่มพูนกำไรตราบาทเท่าที่การกระทำนั้นยึดมั่นในกฎเกณฑ์ การแข่งขันแบบเปิดเสรีโดยไม่หลอกลวงและฉ้อฉล” และเห็นว่า ถ้าจะให้นักธุรกิจต้องรับผิดชอบต่อสังคมไปพร้อม ๆ กับการแสวงหากำไรแล้วจะก่อให้เกิดการขัดกันของผลประโยชน์และมีผลเสียต่อธุรกิจใด (คันสนีย์ ชุมพลบุญชร. 2555 : 4)

เพราะการรับผิดชอบต่อสังคมจะขัดแย้งโดยตรงต่อวัตถุประสงค์ของการประกอบการธุรกิจ ผู้บริหารที่ยึดถือหลักการดังกล่าวจึงดำเนินงานทุกวิถีทางเพื่อให้ได้รับผลกำไรสูงสุดโดยละเลยถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อสังคม ตั้งแต่พนักงาน ลูกคา คู่คา ชุมชน ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ซึ่งถือว่าไม่มีความรับผิดชอบต่อสังคม นอกจากการดำเนินธุรกิจที่ไม่มีจิตสำนึกถึงผลกระทบต่อสังคมแล้วผู้บริหารบางส่วนยังมีความเห็นว่าการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นหน้าที่ขององค์กรอื่นที่มีใช้ธุรกิจเช่น รัฐบาล ที่น่าจะดำเนินการได้ดีกว่า และยังเป็นการเพิ่มค่าใช้จ่ายให้แก่ธุรกิจ ทำให้ผลกำไรลดลง เจ้าของกิจการและผู้ถือหุ้นจะไม่พอใจได้

องค์กรธุรกิจที่มุ่งหวังแสวงหากำไรสูงสุดของธุรกิจเป็นหลัก จึงได้ดำเนินธุรกิจโดยปราศจากการคำนึงถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นกับสังคมและสิ่งแวดล้อม เพียงเพราะมุ่งหวังตัวเลขวกำไรจากผลประโยชน์ที่สูงสุดเท่านั้น จนละเลยปัญหาทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมที่ตามมาจากการ

ประกอบการดั่งที่ปรากฏให้พบเห็นและได้ยินบ่อยครั้งเช่น เกิดการบุกรุกพื้นที่ธรรมชาติอย่างรุนแรง เพื่อตั้งทรัพยากรมาใช้ในการผลิต(ปรณ อุดมธนะสารสกุล. 2561 :9)กระบวนการกำจัดของเสียที่ไม่มีคุณภาพ ก่อให้เกิดการปล่อยของเสียลงสู่ธรรมชาติ (แหล่งน้ำเสียจากการปล่อยน้ำทิ้งในโรงงาน ปล่อยคว้นพิษสู่ชั้นบรรยากาศ) การตัดสินใจเพื่อก่อสร้างสิ่งปลูกสร้างที่ส่งผลเสียต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม(การก่อสร้างสนามกอล์ฟ หรือ รีสอร์ทในเขตป่าสงวน) การผลิตสินค้าที่ไม่มีคุณภาพและเกิดอันตรายต่อสุขภาพเพื่อลดต้นทุนการผลิต (นมผงผสมเมลามีน ไข่ไก่ปลอม ไข่สียอมผาผสมอาหาร) การเอารัดเอาเปรียบลูกจ้าง (กดค่าจ้างแรงงาน กดขี่แรงงานต่างดาว สถานที่ทำงานไม่มีความปลอดภัยเพียงพอ) การลดราคาขายอย่างรุนแรงเพื่อแย่งส่วนแบ่งการตลาด เป็นต้น

จากประเด็นปัญหาทางสังคมบางสวนดังกล่าวทำให้เกิดกระแสขอเรียกร้องต่าง ๆ จากสังคม เพื่อขอความเป้นธรรมและการแสดงความรับผิดชอบตอสังคมขององค์กรธุรกิจขึ้น จึงได้เกิดแนวคิดเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ (Corporate Social Responsibility หรือ CSR) ซึ่งแนวคิดดังกล่าวมีมานานกว่า 200 ปีแล้ว ย้อนไปเมื่อปี พ.ศ.2333 บริษัทอีสท อินเดีย ประเทศอังกฤษ ถูกต่อต้านจากประชาชนในประเทศจากการที่บริษัทมีการกดขี่ใช้แรงงานทาส จึงทำให้บริษัทต้องหันมาใส่ใจกับสวัสดิการแรงงานและสิทธิมนุษยชนมากขึ้นต่อมาเกิดปัญหาผลกระทบจากการใช้สารดีดีที ซึ่งบริษัทในประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นผู้ผลิตและส่งออก ทำให้สภาพแวดล้อมปนเปื้อนสารพิษ จึงนำไปสู่ขอเรียกร้องเรื่องสิ่งแวดล้อม เป็นต้นจากนั้นแนวคิดนี้ก็ได้พัฒนาเรื่อยมาโดยความร่วมมือกันของหลาย ๆ ประเทศ จนขยายเป็นความร่วมมือระดับโลก คือ เมื่อ พ.ศ. 2543 กระแสของโลกเริ่มให้ความสำคัญจริงจังและรุนแรงยิ่งขึ้นโดยองค์กรเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD) ได้ออกแนวปฏิบัติสำหรับบรรษัทข้ามชาติซึ่งเสนอให้บรรษัทข้ามชาติของประเทศสมาชิก OECD ใช้แนวปฏิบัติเรื่องซีเอสอาร์และติดต่อค้าขายเฉพาะกับคู่ค้าที่มีการปฏิบัติซีเอสอาร์ด้วยกันเท่านั้น สำหรับกระแสซีเอสอาร์ในไทยก็ได้ถูกจุดประกายขึ้นอย่างเป้นรูปธรรมในปีพ.ศ. 2549 และถูกบรรจุ เป้นแนวปฏิบัติที่ผนวกเข้ากับการดำเนินธุรกิจ

แนวคิดเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility : CSR)ได้เกิดขึ้นมานานกว่า 200 ปี ยอดัม สมิตหนักเศรษฐศาสตร์และนักปรัชญาที่มีชื่อเสียงในศตวรรษที่ 18 ได้แสดงทัศนะถึงแนวคิดดังกล่าวไว้ใน “An Inquiry into the Nature and Causes of the

Wealth of Nations”ว่าความต้องการหรือ ความปรารถนาของสังคมสามารถพบกับสิ่งที่ได้โดยการปฏิบัติสัมพันธ์ระหว่างชุมชนและสังคมกับองค์กรธุรกิจและจากคำกล่าวที่ว่า “It is not from the benevolence of the butcher, the brewer, or the baker that we expect our dinner, but from their regard for their own interest.” นี้ได้กลายเป็นพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อสังคมที่ผู้บริโภครู้จักเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ทางสังคมในการสร้างความมั่งคั่งของประเทศ รวมถึงการพัฒนาประโยชน์ให้กับสังคมส่วนรวม (Bilson, 2017) เช่นเดียวกับทัศนคติของ เฮนริกเก (Henriques, 2003) ที่ได้ให้ความเห็นว่าการทำ CSR มีมานานเช่นเดียวกับระยะเวลาดำเนินงานของธุรกิจโดยเห็นได้จากการดำเนินงานของบริษัท อีสทอนเดีย ที่เริ่มดำเนินการในศตวรรษที่ 17 และได้ดำเนินงานโดยใส่ใจในเรื่องของสวัสดิการแรงงานและมนุษยธรรมมานานกว่า 150 ปีหลังจากถูกต่อต้านในการใช้แรงงานทาสมาก่อนหน้านั้น แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจเป็นแนวปฏิบัติของธุรกิจที่คำนึงถึงผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ดำรงอยู่ร่วมกันได้อย่างเป็นปกติสุข โดยมีหลักอยู่ที่ความพอประมาณที่ธุรกิจต้องไม่เบียดเบียนตนเองและขณะเดียวกันก็ต้องไม่เบียดเบียนสังคม จะเห็นได้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งต่อธุรกิจเพราะธุรกิจและสังคม (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น พนักงาน ลูกค้า ชุมชน สิ่งแวดล้อม เป็นต้น) ต่างต้องพึ่งพาอาศัยและเกื้อกูลกัน และมีความสัมพันธ์กันในแง่ที่ว่าธุรกิจเป็นหน่วยย่อยของสังคมใช้ทรัพยากรต่าง จากสังคมและมีผลกระทบต่อวิถีความเป็นอยู่ของสังคม เมื่อสังคมเกิดปัญหาธุรกิจก็ควรเข้ามาช่วยเหลือเพื่อเป็นการเกื้อกูลกัน หากสังคมอยู่ไม่ได้ ธุรกิจก็อยู่ไม่ได้เช่นกัน การสร้างกำไรที่มุ่งเน้นผลประโยชน์ตนเองเป็นหลักโดยไม่คำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ถือเป็นการดำเนินธุรกิจที่ไม่ถูกต้องและไม่ชอบธรรม ท้ายที่สุดกำไรนั้นนอกจากจะไม่มีอยู่แล้ว ยังอาจล่มสลายได้ในไม่ช้า ซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคมจะเป็นตัวสร้างสมดุลระหว่างผลประโยชน์ที่ธุรกิจควรได้รับกับผลประโยชน์ของสังคม เพื่อให้ธุรกิจและสังคมได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน 5 สามารถดำรงอยู่ร่วมกันได้อย่างสมดุลและเป็นปกติสุข (ปกรณ อุดมธนะสารสกุล. 2561 :9) จากความจำเริญดังกล่าวจึงทำให้กระแสของซีเอสอาร์ได้รับความสนใจและมีแนวโน้มปฏิบัติกันมากและจริงจังขึ้นในปัจจุบัน

พระพุทธศาสนามีทัศนะเกี่ยวกับระบบความสัมพันธ์ของการดำรงอยู่ในสังคมว่าสรรพสิ่งเป็นเครือข่ายแห่งชีวิต ต่างโยงใยอิงอาศัยกัน ทุกสิ่งทุกอย่างอิงอาศัยกันและกันเกิดขึ้นไม่มีสิ่งใดอยู่ได้อย่าง

โดดเดี่ยว เมื่อสิ่งนี้มี สิ่งนั้นก็มี เมื่อสิ่งนี้ดับสิ่งนั้นก็ดับ ทุกสวณย่อยล้วนส่งผลกระทบต่อกัน สิ่งที่เกิดขึ้น
ในส่วนหนึ่งก็จะมีผลกระทบต่อส่วนอื่นด้วย ธุริกิจคือหน่วยย่อยหน่วยหนึ่งของสังคมที่ทำการแสวงหา
รายได้เพื่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจจึงจำเป็นต้องดำเนินงานโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วน
เสียทั้งหมดที่อยู่ในสังคม เพราะการดำเนินการใด ๆ ย่อมส่งผลกระทบต่อสังคมเสมอ ดังนั้นธุริกิจที่ดี
ควรดำเนินงานโดยไม่ก่อความเดือดร้อนแก่สังคมและสิ่งแวดล้อม ในขณะเดียวกันควรนำรายได้
บางส่วนไปสร้างประโยชน์ให้แก่สังคม ด้วยเหตุที่ว่าสังคมและสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติก็ไดให้
ประโยชน์แก่ธุริกิจด้วยเช่นกัน ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างความสมดุลและประสานประโยชน์รวมกัน ก่อให้
เกิดความปกติสุขในระบบการดำรงอยู่ของสังคม กล่าวได้ว่า พระพุทธศาสนาให้ความสำคัญกับสังคม
คือ มุ่งประโยชน์สุขเพื่อมวลชน โดยถือส่วนรวมเป็นใหญ่ ไม่เน้นเฉพาะประโยชน์ส่วนตัวเพียงฝ่าย
เดียว ดังที่พระพุทธองค์ทรงประทานโอวาทแก่พระสาวกในการเผยแผ่พระศาสนาเป็นครั้งแรกโอวาท
เป็นไปเพื่อประโยชน์สุขแก่ชนจำนวนมาก นอกจากนี้ยังมีหลักการดำเนินธุริกิจที่คำนึงถึงผลกระทบต่อ
สังคม เรียกว่าหลักสามมาอาชีวะ หนึ่งในมรรคมืองคแปดที่เป็นขอปฏิบัติกลาง ๆ พอดีอันจะนำไปสู่
จุดหมายแห่งชีวิตที่ดีงาม ซึ่งหมายถึง การเลี้ยงชีพชอบ 10 เป็นการดำเนินธุริกิจบนทางสายกลางอยู่
บนความพอดีที่ได้คุณภาพชีวิตรวมทั้งไม่เบียดเบียนตนเอง ผู้อื่น และสิ่งแวดล้อม เพราะมีความเข้าใจ
ถูกต้องเกี่ยวกับโลกและชีวิตว่าทรัพย์สินมิได้มีจุดหมายจบในตัวมันเอง แต่เป็นมรรคาหรือวิธีการที่จะ
นำไปสู่การพัฒนาจิตใจและปัญญาให้เจริญงอกงามยิ่งขึ้นได้ ครั้นเมื่อธุริกิจแสวงหารายได้ถูกต้อง
ชอบธรรมแล้วไม่ควรเก็บสะสมไว้เพื่อเพิ่มพูนความมั่งคั่งให้กับตนเอง แต่ควรนำไปใช้จ่ายให้เกิดประโยชน์
แก่ผู้อื่นด้วย กล่าวคือ เมื่อธุริกิจมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจดีแล้ว จึงควรแบ่งปันรายได้กลับคืนสู่
สังคมเพื่อเป็นการประสานประโยชน์และเกื้อกูลซึ่งกันและกัน ฉะนั้นกำไรที่องค์กรได้รับจึงเป็นกำไร
แบบพอเหมาะ พอประมาณที่จะได้ประโยชน์รวมกันทั้งระบบการดำรงอยู่ในสังคมดังพระพุทธพจน
ความว่า “บัณฑิต มีปัญญามาก ย่อมไม่คิดเพื่อเบียดเบียนตนเอง ไม่คิดเบียดเบียนผู้อื่น ไม่คิด
เบียดเบียน 2 ฝ่าย เมื่อคิด ย่อมคิดเกื้อกูลตนเอง เกื้อกูลผู้อื่น เกื้อกูล ฝ่าย และเกื้อกูลชาวโลกทั้งหมด
ทีเดียว” โดย จำเนียรจวงตระกูล ได้กล่าวว่า หากเราได้ยึดถือและปฏิบัติตามพระธรรมคำสอนของ
พระพุทธเจ้าแล้ว ปัญหาความรับผิดชอบต่อสังคมคงจะไม่เกิด หรือถ้าจะเกิดขึ้นก็คงจะมีจำนวนน้อย

เพราะการคิดที่ไม่เปิดเปียนตนเอง ผู้อื่นและทั้งสองฝ่าย รวมทั้งคนทั้งโลก ซึ่งการคิดที่เกื้อกูลตนเอง ผู้อื่นและทั้งสองฝ่าย รวมทั้งคนทั้งโลกก็คือความรับผิดชอบต่อสังคม

ดังนั้น การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมทางพระพุทธศาสนาจึงเป็นการพัฒนา เศรษฐกิจที่ควบคู่ไปกับด้านจิตใจ ซึ่งแนวทางสำคัญในการพัฒนาทางเศรษฐกิจและวัตถุที่เป็นมิตรต่อ ความสุขและการพัฒนาทางจิตใจ ควรมุ่งที่การลดการเบียดเบียนและความไม่รู้จักพอ การดำเนินธุรกิจในลักษณะนี้จึงเป็นการให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกส่วนโดยคำนึงถึง ผลประโยชน์ทั้งแก่ตัวองค์กรเองและสังคม หรือก็คือ การเอาผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นศูนย์กลาง มิใช่เอา ตนเองเป็นศูนย์กลาง เพราะสรรพสิ่งมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงและอิงอาศัยกันจะเห็นได้ว่า ความ รับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจใ้กันอยู่ในปัจจุบันส่วนหนึ่งมีรากฐานมาจากมุมมองทาง พระพุทธศาสนา แต่ยังไม่มีการศึกษาและนำมาประยุกต์ใช้เพื่อปฏิบัติกันอย่างจริงจังและแพร่หลาย บทความวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในมุมมองทาง พระพุทธศาสนา เพื่อให้เกิดความเข้าใจในสองแนวคิดและเกิดแนวปฏิบัติทางเลือกใหม่ในการดำเนิน ธุรกิจ ก่อให้เกิดความสมดุลแก่ทุกภาคส่วนสืบไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัทเชียงใหม่พรเซ่นฟูดส์ จำกัด
2. เพื่อศึกษาส่งเสริมกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงพุทธ ของบริษัทเชียงใหม่พรเซ่น ฟูดส์ จำกัด
3. เพื่อศึกษาวิเคราะห์หลักพุทธธรรมกับความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงพุทธ ของบริษัท เชียงใหม่พรเซ่นฟูดส์ จำกัด

การทบทวนวรรณกรรม

งานวิจัยเรื่องการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงพุทธของบริษัทเชียงใหม่พรเซ่นฟูดส์ จำกัด โดยได้ทบทวนบทความดังนี้คือ

- 1) ศันสนีย์ ชุมพลย์อุซร ได้อธิบายในเรื่อง พัฒนาการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค กรธุรกิจในมุมมองทางพระพุทธศาสนา คือ ไซทรัพย์ากรที่มีอยู่และมุ่งมั่นในกิจกรรมที่หวังเพิ่มพูนกำไร

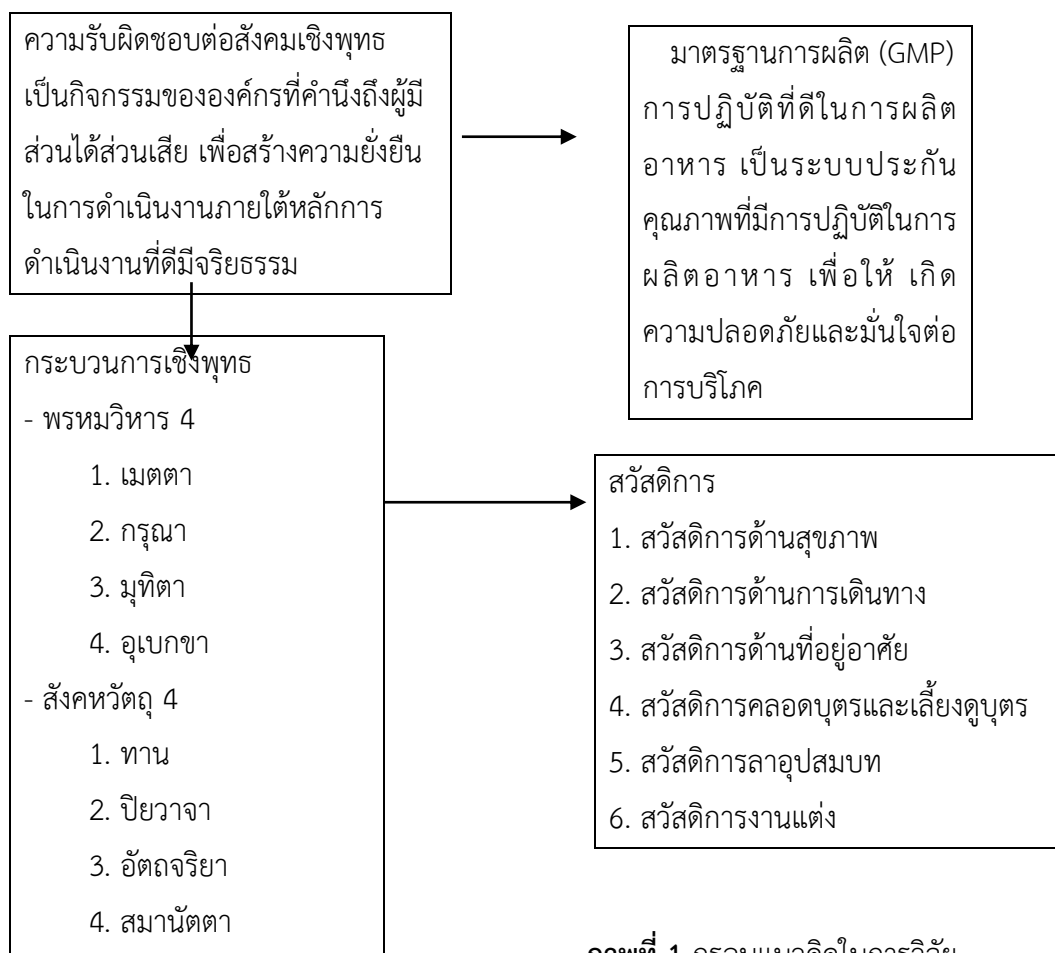
ตราบเทาที่การกระทำนั้นยึดมั่นในกฎเกณฑ์ การแข่งขันแบบเปิดเสรีโดยไม่หลอกลวงและฉ้อฉล”และ
เห็นว่า ถ้าจะให้ธุรกิจต้องรับผิดชอบต่อสังคมไปพร้อม ๆ กับการแสวงหากำไรแล้ว จะก่อให้เกิดการ
ขัดกันของผลประโยชน์และมีผลเสียต่อธุรกิจได้ เพราะการรับผิดชอบต่อสังคมจะขัดแย้งโดยตรง
ต่อวัตถุประสงค์ของการประกอบการธุรกิจ ผู้บริหารที่ยึดถือหลักการดังกล่าวจึงดำเนินงานทุกวิถีทาง
เพื่อให้ได้ผลกำไรสูงสุดโดยละเลยถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อสังคม ตั้งแต่พนักงาน ลูกคา คุคา ชุมชน
ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ซึ่งถือว่าไม่มีความรับผิดชอบต่อสังคม นอกจากการดำเนินธุรกิจที่ไม่มี
จิตสำนึกถึงผลกระทบต่อสังคมแล้ว ผู้บริหารบางส่วนยังมีความเห็นว่าการแสดงความรับผิดชอบต่อ
สังคมเป็นหน้าที่ขององค์กรอื่นที่มีใช้ธุรกิจเช่น รัฐบาล ที่น่าจะดำเนินการได้ดีกว่า และยังเป็นการ
เพิ่มค่าใช้จ่ายให้แก่ธุรกิจ ทำให้ผลกำไรลดลง เจ้าของกิจการและผู้ถือหุ้นจะไม่พอใจได้ (ศันสนีย์ ชุม
พลย์ญชร.2555 :4)

2) ปกรณ์ อุดมธนะสารสกุล ได้อธิบายในเรื่อง การปฏิบัติตามแนวคิดความรับผิดชอบต่อ
สังคม(CSR)ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs)ในประเทศไทยคือ จากประเด็นปัญหา
ทางสังคมบางสวนดังกล่าวทำให้เกิดกระแสขอเรียกร้องต่าง ๆ จากสังคม เพื่อขอความเป็นธรรมและ
การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจขึ้น จึงได้เกิดแนวคิดเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม
ขององค์กรธุรกิจ (Corporate Social Responsibility หรือCSR) ซึ่งแนวคิดดังกล่าวมีมานานกว่า
200 ปีแล้วย้อนไปเมื่อปี พ.ศ.2333 บริษัทอีสท์ อินเดีย ประเทศอังกฤษ ถูกต่อต้านจากประชาชนใน
ประเทศจากการที่บริษัทมีการกดขี่แรงงานทาส จึงทำให้บริษัทต้องหันมาใส่ใจกับสวัสดิการแรงงาน
และสิทธิมนุษยชนมากขึ้นต่อมาเกิดปัญหาผลกระทบจากการใช้สารดีดีที ซึ่งบริษัทในประเทศ
สหรัฐอเมริกา เป็นผู้ผลิตและส่งออก ทำให้สภาพแวดล้อมเป็นสารพิษ จึงนำไปสู่ขอเรียกร้องเรื่องสิ่ง
แวดล้อมเป็นต้นจากนั้นแนวคิดนี้ก็ได้พัฒนาเรื่อยมาโดยความร่วมมือกันของหลาย ๆ ประเทศ จน
ขยายเป็นความร่วมมือระดับโลก คือ เมื่อ พ.ศ. 2543 กระแสของโลกเริ่มให้ความสำคัญจริงจังและรุนแรง
ยิ่งขึ้นโดยองค์กรเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD) ได้ออกแนวปฏิบัติสำหรับ
บริษัทข้ามชาติ ซึ่งเสนอให้บริษัทข้ามชาติของประเทศสมาชิก OECD ใช้แนวปฏิบัติเรื่องซีเอสอาร์
และติดต่อค้าขายเฉพาะกับคู่ค้าที่มีการปฏิบัติซีเอสอาร์ด้วยกันเท่านั้น สำหรับกระแสซีเอสอาร์ในไทย

ก็ได้ถูกจุดประกายขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมในปีพ.ศ. 2549 และถูกบรรจุเป็นแนวปฏิบัติที่ผนวกเข้ากับการดำเนินธุรกิจ (ปรณ อุดมธนะสารสกุล, 2561 : 9)

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิง เป็นการวิจัยเชิงเอกสาร และการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดดังนี้คือ



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

กระบวนการวิจัยเรื่อง การส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงพุทธ ของบริษัทเชียงรายโฟร เช่นฟูตส์ จำกัด สามารถสรุปได้ดังนี้คือ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการสัมภาษณ์ โดยมีขั้นตอนดังนี้คือ

1. ศึกษารวบรวมเอกสาร แนวคิดและทฤษฎีการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงพุทธ กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงพุทธ แนวคิดทฤษฎีการทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบ แนวคิด ด้านสวัสดิการ การประยุกต์ใช้หลักพุทธธรรมการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงพุทธ ของบริษัท เชียงรายโฟร เช่นฟูตส์ จำกัด ประวัติและความเป็นมาของการก่อตั้ง บริษัทเชียงรายโฟร เช่นฟูตส์ จำกัด ในจังหวัดเชียงราย

2. เก็บรวบรวมข้อมูล ข้อเท็จจริงเพื่อให้เห็นถึงรูปแบบและกระบวนการพัฒนางานวิจัยโดย สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key Informants) จากการมีส่วนร่วมของ หน่วยงานทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน เพื่อสรุปประเด็นการนำไปสู่การสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion)

3. สนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) โดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านพระพุทธศาสนา ผู้เชี่ยวชาญทางด้านประวัติศาสตร์ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านประเพณีและวัฒนธรรม ผู้เชี่ยวชาญทางด้าน เทคโนโลยี ปรากฏท้องถิ่น ผู้นำชุมชน เพื่อระดมแนวคิด มุมมองที่มีผลต่อการเก็บข้อมูลจากการ สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และนำไปสู่การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อให้ ได้มาซึ่งการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงพุทธ ของบริษัทเชียงรายโฟร เช่นฟูตส์ จำกัด ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้คือ

- 3.1 ศึกษาจากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 3.2 ลงพื้นที่สำรวจข้อมูล
- 3.3 ประชุมสนทนากลุ่มย่อย
- 3.4 วิเคราะห์ข้อมูลทั้งจากเอกสาร และ จากการประชุมกลุ่มย่อย
- 3.5 สรุปผลการวิจัย
- 3.6 นำเสนอผลการวิจัย

4. เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อหาข้อมูลสรุปในเชิงสถิติจากการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อนำไปสู่การประมวลผลข้อมูล และศึกษาเชิงความสัมพันธ์ถึงมุมมองของ การส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงพุทธ ของบริษัทเชียงรายโพเรนฟูตส์ จำกัด ซึ่งเก็บรวบรวมจากแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทางด้านพระพุทธศาสนา ประชาชนท้องถิ่นผู้นำชุมชน

5. สรุปผลการวิจัยที่ได้คือ การส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงพุทธ ของบริษัทเชียงรายโพเรนฟูตส์ จำกัด

6. นำเสนอผลงานวิจัย ทั้งในระดับชาติ และนานาชาติ

ผลการวิจัย

1) กระบวนการความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัทเชียงรายโพเรนฟูตส์ จำกัด พบว่า การประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรมและควบคู่ไปกับการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันและการเคารพสิทธิมนุษยชนโดยการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม มีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคดูแลสิ่งแวดล้อมรวมทั้งการร่วมพัฒนาชุมชนหรือสังคม รวมถึงได้คำนึงถึงเรื่องสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาสังคมไปด้วยกันเช่น ปัญหาโลกร้อน ภัยพิบัติทางธรรมชาติ ฯลฯ นอกเหนือจากประโยชน์ทางเศรษฐกิจเพียงด้านเดียวทำให้ได้มีพัฒนาการที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น และเพื่อสร้างความยั่งยืนในการดำเนินงานภายใต้หลักการดำเนินงานที่ดีมีจริยธรรม แต่สิ่งที่มีผลกระทบต่อกิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนั้นคือ พฤติกรรมของพนักงานจะต้องมีการการนำหลักธรรมมาใช้ในการปฏิบัติงานเพื่อเป็นเครื่องมือในการเตือนสติและยึดเหนี่ยวจิตใจให้ตั้งมั่นการทำงานให้เกิดผลประโยชน์ต่อองค์กรและพร้อมกับการดูแลทำนุบำรุงสังคมรอบข้างให้เกิดผลกระทบทางด้านลบให้น้อยที่สุดและเพื่อเป็นการอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุขในสังคมจะต้องมีการเอื้อเฟื้อดูแลอย่างฉันทิมิตรเพราะสังคมรอบข้างส่งผลกระทบในการประกอบธุรกิจเป็นอย่างมากเพราะฉะนั้นองค์กรควรต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นอย่างมากในการประกอบธุรกิจควบคู่ไปกับการดูแลรับผิดชอบต่อสังคม

2) ส่งเสริมกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงพุทธ ของบริษัทเชียงรายโพเรนฟูตส์ จำกัด พบว่ากิจกรรมการส่งเสริมประเพณีถวายเทียนพรรษา รดน้ำดำหัวผู้สูงอายุในวันสงกรานต์ปลูกป่าหนองช้างคุดและกิจกรรมการส่งเสริมจิตอาสาการจัดโรงงาน ณ องค์การบริหารส่วนตำบลแม่กรณ์ อ.เมือง จ.เชียงราย ทางบริษัทเชียงรายโพเรนฟูตส์ จำกัด ได้ตระหนักและให้ความร่วมมือใน

การร่วมกิจกรรมในชุมชนทุก ๆ ด้านเพื่อเป็นการบำเพ็ญประโยชน์แก่ส่วนรวมและเป็นการเสริมสร้างปลูกฝังวัฒนธรรมการอยู่ร่วมกัน สิ่งแวดล้อม หมายถึง สิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบตัวมนุษย์ ซึ่งมีทั้งสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติเช่น ป่าไม้ แม่น้ำ อากาศ ระบบนิเวศน์ เป็นต้น และสิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้นจึงจำเป็นต้องมีการทดแทนสิ่งที่หมดไปและยังเป็นการปลูกฝังวัฒนธรรมการอนุรักษ์ธรรมชาติแก่ชุมชนในทุกระดับชั้นให้เกิดการรักธรรมชาติและการวางแผนคุณค่าประโยชน์จากธรรมชาติที่มอบให้มาอีกทั้งยังเป็นการปลูกจิตสำนึกให้ชนรุ่นหลังมีการสืบทอดเจตนารมในการอนุรักษ์ธรรมชาติไม่ให้เกิดการทำลายธรรมชาติและร่วมรณรงค์ในการปลูกป่าทดแทนธรรมชาติให้สิ่งที่มนุษย์อาจลืมไปว่าสิ่งไหนให้ประโยชน์แก่มนุษย์และมนุษย์ได้ทำลายไปโดยไม่ได้นิยามผลที่ตามมา

3) วิเคราะห์หลักพุทธธรรมกับความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงพุทธ ของบริษัทเชียงใหม่โพรเซ่นฟูดส์ พบว่ามีการนำหลักพุทธธรรมมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการคือ สังคหวัตถุ 4 ทิโรธัตถะ 8 อริยสัจ 4 สัมปยุตธรรม 7 และกุศลกรรมบถ การนำหลักธรรมมาช่วยในการปฏิบัติงานของบุคลากรเพื่อให้เกิดการร่วมงานและประพจน์ที่ดีต่อองค์กรและเพื่อนร่วมงาน อันจะช่วยส่งเสริมให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคลากรในองค์กรด้วยตนเองและระหว่างองค์กรกับบุคลากรมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้การปฏิบัติงานเป็นไปด้วยความความสุข ความสามัคคี ความสำเร็จในการปฏิบัติงาน รวมไปถึงการสร้างความรักภักดีต่อองค์กรของบุคลากร และยังช่วยส่งเสริมให้บุคลากรเกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน รู้จักบทบาทหน้าที่ของตนเองมากขึ้น ให้ความสำคัญกับตนเองว่าเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรที่จะเข้าไปช่วยแก้ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในองค์กรด้วยความเต็มใจและตระหนักอยู่ตลอดเวลาว่าหน้าที่ของตนเองว่าอยู่ตรงไหนและเกิดความรักภักดีต่อองค์กรตลอดไป

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงพุทธของบริษัทเชียงใหม่โพรเซ่นฟูดส์ จำกัด โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยตามลำดับขั้นตอนดังนี้คือ

วิภาดา วีระสัมฤทธิ์ การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) ที่มีผล ต่อความจงรักภักดีของลูกค้าของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ลักษณะประชากรศาสตร์ และความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) 5 ด้าน ได้แก่ การกำกับดูแลกิจการที่ดี การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม ความรับผิดชอบต่อ

ต่อผู้บริโภค การ ร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม และการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ตัวแปรตาม ได้แก่ ความจงรักภักดีของ ลูกค้าของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) เรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าของ บริษัทแอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าของ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)

นิสากร โลกสุทธิ ผลการวิจัยเพื่อศึกษากลยุทธ์การทำการกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อการสร้างภาพลักษณ์ของบริษัท สิงห์ คอร์เปอเรชั่น จำกัด และศึกษาต่อไปว่า ผลจากการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นได้ส่งผลอย่างไรต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของบริษัทและตัวสินค้า ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่หนึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาจากเอกสาร บทความ และการวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ส่วนที่สองเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ ด้วยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่าบริษัท สิงห์ คอร์เปอเรชั่น จำกัด ใช้การปรับภาพลักษณ์ขององค์กรด้วยการเชื่อมโยงคุณสมบัติต่างๆขององค์กรในระบบความจำของผู้บริโภค ใน 4 มิติ ได้แก่ คุณสมบัติ คุณประโยชน์ หรือทัศนคติที่มีต่อสินค้าและบริการ (Product Attributes, Benefits, or Attitudes) พนักงานและการสร้างความสัมพันธ์ (People and Relationship) คุณค่า และโปรแกรมขององค์กร (Values and Programs) และความน่าเชื่อถือขององค์กร (Corporate Credibility) เรื่องกลยุทธ์การใช้กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) เพื่อการสร้างภาพลักษณ์ของบริษัท สิงห์ คอร์เปอเรชั่น จำกัด

ธีรพร ทองชะโชค ผลการวิจัยพบว่า การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้คือบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 260 บริษัท ทำการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม มีการตอบกลับของแบบสอบถาม 228 บริษัท คิดเป็นอัตราการตอบกลับร้อยละ 87 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ ผลการศึกษา เรื่อง "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียน ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

- 1.การประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรมและควบคู่ไปกับการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน
- 2.การส่งเสริมและร่วมกิจกรรมในชุมชนทุก ๆ ด้านเพื่อเป็นการบำเพ็ญประโยชน์แก่ส่วนรวม
- 3.การนำหลักพุทธธรรมมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการ

สรุป

จากการศึกษางานวิจัยเรื่องนี้สรุปได้ว่า การประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรมและควบคู่ไปกับการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันและการเคารพสิทธิมนุษยชนโดยการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม มีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ดูแลสิ่งแวดล้อมรวมทั้งการร่วมพัฒนาชุมชนหรือสังคมรวมถึงได้คำนึงถึงเรื่องสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาสังคมไปด้วยกันการร่วมกิจกรรมในชุมชนทุก ๆ ด้านเพื่อเป็นการบำเพ็ญประโยชน์แก่ส่วนรวมและเป็นการเสริมสร้างปลูกฝังวัฒนธรรมการอยู่ร่วมกันสิ่งแวดล้อม หมายถึง สิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบตัวมนุษย์ ซึ่งมีทั้งสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติเช่น ป่าไม้ แม่น้ำ อากาศ ระบบนิเวศสิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้นจึงจำเป็นต้องมีการทดแทนสิ่งที่หมดไปและยังเป็นการปลูกฝังวัฒนธรรมการอนุรักษ์ธรรมชาติแก่ชุมชนในทุกระดับชั้นให้เกิดการรักธรรมชาติและหวงแหนคุณประโยชน์จากธรรมชาติที่มอบให้และการนำหลักพุทธธรรมมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการคือ สังคหวัตถุ 4 หิริโอตตัปปะ มรรค 8 อริยสัจ 4 สัมปยุตธรรม 7 และกุศลกรรมบถ การนำหลักธรรมมาช่วยในการปฏิบัติงานของบุคลากรเพื่อให้เกิดการร่วมงานและประพจน์ที่ดีต่อองค์กรและเพื่อนร่วมงาน อันจะช่วยส่งเสริมให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคลากรในองค์กรด้วยตนเองและระหว่างองค์กรกับบุคลากรมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ก. ควรมีการเปิดโอกาสให้พนักงานเสนอข้อคิดเห็นในการทำงานให้กว้างขึ้น

ข. ควรมีการจัดกิจกรรมปลูกป่านอกพื้นที่เพื่อเป็นการปลูกฝังการรักษารักษาธรรมชาติ

ค. ควรมีการจัดปฏิบัติธรรมเนื่องในโอกาสอันสำคัญ

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบองค์ความรู้เกี่ยวกับการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงพุทธ ของ บริษัทเชียงรายโพธิ์เซ่นฟูตส์ จำกัด ประกอบไปด้วย รูปแบบการบริหารจัดการเชิงพุทธบูรณาการ รูปแบบด้านของการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม เชิงบูรณาการ รูปแบบด้านการจัดสวัสดิการเชิง พุทธบูรณาการ รูปแบบการสร้างเครือข่ายเชิงพุทธบูรณาการที่สามารถนำมาใช้กับกระบวนการ ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม

References

- คันสนีย์ ชุมพลบุญชร. (2555). พัฒนาการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในมุมมองทาง พระพุทธศาสนา.
- ปกรณ อุดมธนะสารสกุล. (2561). วารสารวิชาการฟาร์อีสเทอร์น .การปฏิบัติตามแนวคิดความ รับผิดชอบต่อสังคม(CSR)ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs)ในประเทศไทย.
- อนันตชัย ยूरประถม. (2564). CSR:จากแนวคิดสู่วิถีปฏิบัติ,[ออนไลน์], แหล่งที่มา : <http://www.tpconsult.co.th/news/CSR.pdf> [12 สิงหาคม 2564].
- กิตติรัตน์ ณ ระนอง.(2551). เข้มทิศธุรกิจเพื่อสังคม. ความรับผิดชอบต่อสังคมธุรกิจ.
- รณ ฤทธิ, ทฤษฎี .(2564) ความ รับผิดชอบต่อ ทางสังคม , [ออนไลน์], แหล่งที่มา : <http://oknation.nationtv.tv/blog/boonyou/2009/09/entry-1> [12 สิงหาคม 2564].