

ผลกระทบจากความรับผิดชอบต่อสังคมในโครงการ Journey D

ของบริษัท ไทยแอร์เອเชีย จำกัด ต่อชุมชนพาหมี จังหวัดเชียงราย

บุณฑริก จริโมภาส¹

Received: May 1, 2023; Revised: June 8, 2023; Accepted: June 15, 2023

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพัฒนาการของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility - CSR) ของบริษัท ไทยแอร์เเอเชีย จำกัด 2) ศึกษาผลกระทบจากความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ไทยแอร์เเอเชีย จำกัด ที่มีผลต่อการเพิ่มขึ้นของรายได้ของชุมชนพาหมี จังหวัดเชียงราย และ 3) ศึกษาผลกระทบภายนอกด้านสังคมเชิงบวกจากความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ไทยแอร์เเอเชีย จำกัด ที่มีต่อชุมชนพาหมี จังหวัดเชียงราย โดยงานวิจัยในครั้งนี้ ใช้วิธีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มเป้าหมายที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับโครงการ Journey D จำนวน 7 คน และแหล่งข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารและเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยข้อมูลจะถูกนำมาวิเคราะห์ตามประเด็นที่กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการศึกษาพบว่า 1) บริษัท ไทยแอร์เเอเชีย จำกัด ได้มีการจัดทำโครงการในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อตอบแทน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในสังคม ควบคู่ไปกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals - SDGs) ของสหประชาชาติ โดยมีการนำเป้าหมายมาเป็นหลักการสำคัญในการต่อยอดกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR-After Process) เช่น โครงการ Journey D 2) การเข้าร่วมโครงการ Journey D ของชุมชนพาหมี ทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้นจากการเปิดโขมสเตย์ ขายกาแฟ และประดิษฐ์สินค้าทำมือ (Handmade) และ 3) การมีส่วนร่วมโครงการทำให้ชุมชนพาหมีได้รับผลกระทบภายนอกด้านสังคมเชิงบวก 5 ประการ ได้แก่ (1) การพัฒนาภาษาอังกฤษ (2) การรักษาอัตลักษณ์ของชนเผ่าอาข่า (3) การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างชุมชน (4) การสร้างองค์ความรู้ในการบริหารจัดการทรัพยากรในชุมชน และ (5) การเสริมสร้างทักษะทางด้านกีฬา

คำสำคัญ: ความรับผิดชอบต่อสังคม, ชุมชน

¹ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ email: buntarik.j@gmail.com

The Impact of Corporate Social Responsibility on the Journey D Project of Thai AirAsia Co., Ltd. to Pha Mee Community, Chiang Rai Province

Buntarik Jarimopas²

Abstract

The purposes of this research were 1) to study the development of Thai AirAsia Co., Ltd.'s Corporate Social Responsibility (CSR) activities. 2) to study the impact of CSR of Thai AirAsia Co., Ltd. on the rise in income in the Pha Mee community in the Chiang Rai province, and 3) to study the positive externality of Thai AirAsia Co., Ltd. towards the Pha Mee Community in the Chiang Rai province. This qualitative research collected data from primary sources through in-depth interview with the target group of seven people involved in the Journey D project and secondary sources from documents and websites related to CSR, including related research. The collected data will be analyzed within the research's purposes and conceptual framework.

The result of the study found 1) Thai AirAsia Co., Ltd. has initiated CSR projects to reward stakeholders in society along with the Sustainable Development Goals (SDGs) of the United Nations by adopting this goal as an important principle to implement the CSR-After process such as the Journey D project. 2) the Pha Mee community's participation in the Journey D project resulted in more income from opening homestays, selling coffee, and inventing handmade products, and 3) participating in the project caused the Pha Mee community to have five positive externalities: (1) development English language (2) maintaining Akha identity (3) inter-community cultural exchange (4) increased knowledge of community resource management and (5) improved athletic abilities.

Keywords: CSR, Community

² Faculty of Social Sciences, Kasetsart University email: buntarik.j@gmail.com

บทนำ

การขยายตัวของภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมหลังจากการปฏิวัติอุตสาหกรรมนั้นถือเป็นการสร้างความเต็บโตให้กับเศรษฐกิจภายในตัวระบบทุนนิยม ภาคเอกชนถือเป็นตัวแสดงที่มีบทบาทขับเคลื่อนเศรษฐกิจอย่างมีนัยสำคัญ โดยมักจะดำเนินการตามเป้าหมายของตนเองเพื่อให้สอดรับกับผลตอบแทนจากธุรกิจ ควบคู่ไปกับการรับผิดชอบต่อสังคมท่ามถางกระแสโลกาภิวัตน์ ไม่ว่าจะเป็นด้านแรงงานหรือด้านสิ่งแวดล้อม เช่น ปัญหาความยากจน ปัญหาภาวะโลกร้อน อันนำมาสู่การสร้างบรรทัดฐานในการปฏิบัติเพื่อเป็นแนวทางในการทำประโยชน์เพื่อสังคมอย่างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility - CSR) ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรถือเป็นกลยุทธ์ใหม่ที่ปริษัทส่วนใหญ่หันมาให้ความสำคัญ แม้กระทั่งบรรษัทข้ามชาติเพื่อแสดงให้เห็นถึงการตอบแทนให้กับสังคมโดยใช้ทรัพยากรขององค์กรให้เป็นประโยชน์และเป็นจุดเด่นของบริษัทในการแข่งขันในตลาดโลก ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรได้รับการยอมรับจากทั่วโลกภายใต้มาตรฐานสากลระหว่างประเทศ หรือ (International Organization for Standardization - ISO) ในปี ค.ศ. 2001 เพื่อให้ภาคธุรกิจนั้นหันมาให้ความใส่ใจกับสภาพแวดล้อมที่อาจส่งผลกระทบต่อมวลมนุษยชาติได้ หนึ่งในภาคธุรกิจที่ส่งผลกระทบอย่างชัดเจนในด้านผลกระทบทางอากาศ คือ อุตสาหกรรมการบิน เนื่องจากในแต่ละปี อุตสาหกรรมการบินต้องรับส่งผู้โดยสารจำนวนมากอยู่ตลอดทั้งปี จึงทำให้ภาคการบินส่วนใหญ่ในโลกนั้นหันมาให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ในสังคมเพิ่มมากขึ้น เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวไว้ให้ไม่เสื่อมโทรมลงไป บริษัท แอร์เอเชีย จำกัด (Asia Aviation Public Company Limited - AAV) ถือเป็นหนึ่งในบรรษัทข้ามชาติด้านสายการบินที่มีความพยายามในการทำโครงการ CSR เพื่อให้สอดคล้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในสังคมมากที่สุด โดยมีบริษัทลูก เช่น บริษัท ไทยแอร์เอเชีย จำกัด ที่นำโครงการ CSR จากบริษัทแม่ (Host Country) มาประยุกต์ใช้ให้สอดรับกับประเทศไทย เนื่องจากการท่องเที่ยวถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักในการสร้างรายได้ให้กับประเทศไทย เป็นอย่างมาก โดยในปี พ.ศ. 2561 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวกว่า 3 ล้านล้านบาท ซึ่งจัดอยู่ในอันดับที่ 4 ของโลก (แอร์เอเชีย เอเชียเช่น, 2562: 148) การรักษามาตรฐานการท่องเที่ยวให้อยู่ในระดับที่ดีอย่างสม่ำเสมอ จึงจำเป็นที่จะต้องดูแลทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวให้ยั่งยืน เพื่อให้ภาคธุรกิจการบินยังสามารถสร้างรายได้ของตนเองได้ต่อไป การอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวผ่านการทำ CSR นั้นไม่สามารถทำได้แค่กิจกรรมพื้นฐาน เช่น การปลูกป่า การหาสี แต่การอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวในปัจจุบันภาคธุรกิจต้องกระจายความยั่งยืนให้ครบทั้งทรัพยากรธรรมชาติและตัวแสดงในสังคม อย่างภาครัฐ ภาคประชาชน สังคม และภาคชุมชน

การพัฒนาที่ยั่งยืนกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็นสิ่งที่ควบคู่กันในการนำมาเป็นแนวทางในการตอบแทนสังคมของภาคธุรกิจเพื่อให้เกิดการสร้างคุณค่าร่วมระหว่างภาคเอกชนและภาคชุมชน เมื่อชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวอุดมสมบูรณ์ ผู้บริโภคก็มีความประสงค์ที่อยากรมาท่องเที่ยวอันส่งผลให้ภาคธุรกิจอย่างสายการบินได้รับผลประโยชน์ด้านกำไร แต่การทำ CSR กับชุมชนยังมีประเด็นที่น่าจับตามอง

ในเรื่องของการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชน เนื่องจากการพัฒนาที่ยั่งยืน คนในชุมชนจะต้องได้รับการพัฒนาความเป็นอยู่จากการมีรายได้ให้มีมาตรฐานชีวิตที่ดีขึ้น ซึ่งบริษัท ไทยแอร์เອเชีย จำกัด ได้มองเห็นศักยภาพของ “การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-based Tourism)” ในการนำมาเป็นกลยุทธ์ในการแก้ไขปัญหาทางสังคมและสร้างผลตอบแทนให้แก่ชุมชน เช่น การสร้างรายได้ เมื่อชุมชนยังยืน ภาคธุรกิจก็ได้ผลประโยชน์ในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเชิงธุรกิจ อันเป็นที่มาของโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน หรือ The Journey of Development (Journey D) โครงการนี้เป็นโครงการที่ให้คนในชุมชนผู้เป็นเจ้าของทรัพยากรได้มีส่วนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวภายใต้ของตนเอง (แอเชีย เอวีเอชั่น, 2562: 148)

ในการวิจัยครั้งนี้จึงได้ศึกษาผลกระทบจากความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ของบริษัท ไทยแอร์เเอเชีย จำกัด ต่อชุมชนพาหมี จังหวัดเชียงรายในด้านการสร้างรายได้ และผลกระทบภายนอกด้านสังคม เชิงบวกเป็นไปในทิศทางดี โดยผู้วิจัยเลือกชุมชนดังกล่าว เนื่องจากมีความสนใจในอัตลักษณ์ของความเป็นอาช่าที่ควบคู่ไปกับการสร้างรายได้ภายใต้การเข้าร่วมกิจกรรม Journey D ของบริษัทไทย แอร์เเอเชีย จำกัด

วัตถุประสงค์

- เพื่อศึกษาพัฒนาการของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ของบริษัท ไทยแอร์เเอเชีย จำกัด
- เพื่อศึกษาผลกระทบจากความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ไทยแอร์เเอเชีย จำกัด ที่มีผลต่อการเพิ่มขึ้นของรายได้ของชุมชนพาหมี จังหวัดเชียงราย
- เพื่อศึกษาผลกระทบภายนอกด้านสังคมเชิงบวกจากความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ไทยแอร์เเอเชีย จำกัด ที่มีต่อชุมชนพาหมี จังหวัดเชียงราย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัย ดังนี้ 1) ขอบเขตพื้นที่ คือ ชุมชนพาหมี จังหวัดเชียงราย 2) ขอบเขตประชากร คือ ชาวบ้านในบริเวณตำบลเวียงพางคำ จังหวัดเชียงราย และ 3) ขอบเขตเนื้อหา ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาโครงการ Journey D แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ และแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมผ่านแนวคิดของนักวิชาการหลายท่าน อาทิ Howard R. Bowen (2013: 6) ได้ให้ความหมาย ความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง พันธะของนักธุรกิจในการปฏิบัติตามนโยบาย รวมถึงการตัดสินใจหรือดำเนินการให้สอดรับกับค่านิยมทางสังคม Archie B. Carroll (1979: 499-500) มองว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง พันธะทางธุรกิจที่มีต่อสังคมซึ่งต้องเกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบทางเศรษฐกิจ กฎหมาย จริยธรรม และความรับผิดชอบเชิงสาธารณะประโยชน์ โดยมองปัจจัยทั้งสี่เป็นพิริมิด มีเศรษฐกิจเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างกำไรเพื่อนำไปสู่ความรับผิดชอบต่อสังคม

Philip Kotler and Nancy Lee (2005: 3) และ Francesco Perrini (2006: 91) ได้ให้ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง ความมุ่งมั่นต่อการพัฒนาชุมชนให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ผ่านการดำเนินธุรกิจอย่างรอบคอบ และนำทรัพยากรในองค์กรไปทำประโยชน์ให้แก่สังคม อย่างไรก็ตาม การประกอบธุรกิจยังคงคำนึงถึงผลกำไรและความพึงพอใจของสังคมเพื่อให้เกิดการต่อยอดภาพลักษณ์ของแบรนด์ และพร้อมที่จะใช้ทรัพยากรขององค์กรเพื่อตอบสนองเป้าหมายทางสังคมในวงกว้าง และไม่ใช่เพียงเพื่อประโยชน์ส่วนบุคคลและบริษัทเอกชนเท่านั้น (Frederick, W. C., 1960: 60) ในขณะที่ Milton Friedman (1970) มองว่า บริษัทควรให้ความสำคัญกับกำไรเป็นสิ่งสำคัญเพื่อเพิ่มรายได้และเพิ่มผลตอบแทนให้กับผู้ถือหุ้น ซึ่งการบริจาคให้กับสังคมถือเป็นทางเลือกแต่ไม่ใช่สิ่งที่ต้องทำ

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) คือ การบริหารจัดการกิจการที่ดี การพัฒนาชุมชนและสังคม และการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม และตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ ผลกระทบต่อชุมชน คือ การสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว การพัฒนาชุมชนในด้านของความเป็นอยู่ให้ดีมากขึ้น ผ่านการขายสินค้าที่เป็นจุดเด่นของชุมชน และการพัฒนาทักษะทางด้านภาษาอังกฤษให้แก่ชุมชน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบการวิจัย การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวิธีการศึกษา คือ การสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นรายบุคคล (In-Depth Interview) การสัมภาษณ์เชิงลึกในการวิจัยครั้นนี้จะใช้วิธีผสานระหว่างการสัมภาษณ์แบบสนทนากับการสนทนารูปแบบตั้งค่าตามชั้นความลึกที่ใช้ในการสัมภาษณ์จะไม่เรียงลำดับก่อนหลัง และวิจัยเอกสาร (Documentary Research) ที่ผู้วิจัยได้มีการสืบค้นข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ และเอกสารอิเล็กทรอนิกส์

2. ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ข้อมูลทุติยภูมิ (Second Data) ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจากแหล่งข้อมูลเอกสาร วารสาร หนังสือ รายงานจากส่วนราชการ ภาคเอกชน รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ไทยแอร์เອชีย จำกัด

3. กลุ่มเป้าหมาย โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจงผู้ที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับโครงการ Journey D ของแต่ละภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ซึ่งแบ่งเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้คิดค้นโครงการ Journey D ให้บริษัท ไทยแอร์เอชีย จำกัด จำนวน 1 ท่าน

กลุ่มที่ 2 ผู้ดูแลโครงการ Journey D ในบริษัท ไทยแอร์เอชีย จำกัด จำนวน 1 ท่าน

กลุ่มที่ 3 เจ้าหน้าที่รัฐในการดูแลด้านการท่องเที่ยว บริเวณcombeasy จังหวัดเชียงราย จำนวน 1 ท่าน

กลุ่มที่ 4 ชาวบ้านในชุมชนพาหมี ตำบลเวียงพางคำ จังหวัดเชียงราย จำนวน 4 ท่าน

4. ขอบเขตการวิจัย 1) โครงการ: โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน หรือ โครงการ Journey D เป็นหนึ่งในโครงการที่ทางสภาระบินไทยแอร์เอเชียได้ร่วมลงนาม MOU กับ โครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (United Nations Development Programme - UNDP) (แอร์เอเชีย, 2017) โดยยึดหลักเป้าหมายการพัฒนาที่อย่างยั่งยืน (SDGs) โดยชุมชนที่สภาระบินได้คัดเลือกให้เข้าร่วม โครงการมีทั้งหมด 4 ชุมชน ได้แก่ ชุมชนพาหมี จังหวัดเชียงราย ชุมชนบ้านโคกเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ชุมชนเกาภลาง จังหวัดกรุงปี และชุมชนบ้านพรหมโลก จังหวัดนครศรีธรรมราช ผ่านการส่งเสริม การท่องเที่ยวภายนอกในชุมชนโดยคนในชุมชนอย่างยั่งยืน ภายใต้วัตถุประสงค์หลัก คือ เพื่อที่จะดำเนินการให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (แอเชีย เอวิเอชั่น, 2561: 118) โดยโครงการนี้มีเป้าหมายหลัก 3 ประการ ได้แก่ ความยั่งยืนด้านสังคม โดยให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว ความยั่งยืน ด้านเศรษฐกิจ โดยให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมเพื่อสร้างรายได้ และความยั่งยืน ด้านสิ่งแวดล้อม โดยให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อมผ่านการลดการใช้พลาสติกและโฟม รวมถึงไม่ปล่อยน้ำเสียเพื่อรักษา ระบบนิเวศ (แอเชีย เอวิเอชั่น, 2562: 139) 2) สถานที่: ชุมชนพาหมี ตำบลเวียงพางคำ จังหวัดเชียงราย 3) ช่วงเวลาในการทำวิจัย: 8 ธันวาคม พ.ศ. 2563-28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2564 ซึ่งเป็นระยะเวลา 2 เดือน 23 วัน

5. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงคุณภาพแบบสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นรายบุคคล โดยใช้อุปกรณ์เครื่องบันทึกเสียงและการสนทนาระดับเดิน深入ของข้อมูลซึ่งได้ขออนุญาต จากผู้ให้สัมภาษณ์ก่อน โดยผู้วิจัยสามารถตรวจสอบข้อมูลย้อนหลังในอุปกรณ์ได้ นอกจากนี้ยังมีการใช้ สมุดบันทึกเพื่อใช้ในการจดข้อมูล และใช้โทรศัพท์มือถือบันทึกภาพการสัมภาษณ์เพื่อประกอบการทำวิจัย

6. การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ใช้การ วิเคราะห์หาจุดร่วมจากผู้ให้สัมภาษณ์ของแต่ละกลุ่ม โดยใช้คำนวณสัมภาษณ์ให้สอดคล้องกับ กลุ่มเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมายที่ 1 และกลุ่มเป้าหมายที่ 2 ใช้คำนวณสัมภาษณ์ จำนวน 19 คำนวณ โดยมุ่งเน้นไปที่มุ่งเน้นขององค์กรต่อ CSR วัตถุประสงค์การจัดทำโครงการ Journey D และเหตุผล ที่เลือกชุมชนพาหมี กลุ่มเป้าหมายที่ 3 ใช้คำนวณสัมภาษณ์ จำนวน 9 คำนวณ โดยมุ่งเน้นไปที่ผลกระทบ ของโครงการ Journey D ต่อภาครัฐ และกลุ่มเป้าหมายที่ 4 ใช้คำนวณสัมภาษณ์ จำนวน 10 คำนวณ โดยมุ่งเน้นไปที่ผลกระทบของโครงการ Journey D ต่อชุมชน นอกจากนี้ยังวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร และเว็บไซต์เพื่อนำมาอภิปรายผลเพิ่มเติม

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) ของบริษัท ไทยแอร์เอเชีย จำกัด ในประเทศไทย

จากการศึกษาพัฒนาการของความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ตามข้อมูลที่ได้มาจากการรวบรวมจากเว็บไซต์ทางการของบริษัท ไทยแอร์เอเชีย จำกัด (2564) พบว่าทางบริษัท ไทยแอร์เอเชีย จำกัด ได้มีการจัดทำโครงการในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) เพื่อตอบแทนผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ต่อสังคมในหลายระดับของตัวแสดงตั้งแต่ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคมไปจนกระทั่งปัจเจกหรือภาคประชาชน ซึ่งควบคู่ไปเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ของสหประชาชาติ (UN) โดยโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน Journey D ก็ถือเป็นหนึ่งในโครงการนั้น สายการบินไทยแอร์เอเชียได้ร่วมลงนาม MOU กับโครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (United Nations Development Programme - UNDP) ในการประกาศถึงความร่วมมือในด้านการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน โดยยึดหลักเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals - SDGs) ตามที่องค์การสหประชาชาติได้บัญญัติไว้เพื่อนำมาเป็นกรอบการดำเนินงาน (แอร์เอเชีย, 2017) โครงการ Journey D มีเอกลักษณ์ในการทำงานร่วมกับชุมชนในเชิงประจักษ์ เพื่อที่จะพัฒนาชุมชนให้มีมาตรฐานชีวิตที่ดีขึ้นและพร้อมที่จะเปิดมุมมองใหม่ต่อสู่สังคมภายนอก เช่น การให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสในการไปสัมผัสริชชิตและภูมิปัญญาของชาวบ้านโดยตรงซึ่งถือเป็นการสร้างอาชีพและสร้างรายได้ให้กับชุมชนควบคู่กันไปทั้งสองฝ่าย

บริษัท ไทยแอร์เอเชีย จำกัด เป็นตัวแสดงหลักของภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ที่มีเป้าหมายเพื่อที่จะเป็นธุรกิจสายการบินราคาประหยัดภายใต้สโลแกน “ใครๆ ก็บินได้ (Everyone Can Fly)” พร้อมทั้งดำเนินถึงดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (Dow Jones Sustainability Indices - DJSI) ที่บริษัทชั้นนำทั่วโลกได้ให้ความสำคัญกับประเด็นความยั่งยืนเป็นอย่างมาก ดังนั้นบริษัท ไทยแอร์เอเชีย จำกัด จึงนำเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (SDGs) มาประยุกต์ใช้กับโครงการ Journey D ผ่านการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในชุมชนโดยคนในชุมชนอย่างยั่งยืน ภายใต้วัตถุประสงค์หลักเพื่อที่จะดำรงรักษาให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน รวมถึงการประสานงานกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจำนวนมาก เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ทุกภาคส่วน ซึ่งโครงการนี้ บริษัท ไทยแอร์เอเชีย จำกัด ดำเนินถึงบริษัทของตนเองเป็นอันดับแรก เนื่องจากการไม่รับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในเชิงทางการบินหรือจุดหมายปลายทางให้คงสภาพดั้งเดิม องค์กรก็จะได้รับผลกระทบในการหยุดให้บริการเที่ยวบิน ดังนั้นจึงเป็นเหตุผลที่ว่าบริษัท ไทยแอร์เอเชีย จำกัด ให้ความสำคัญกับโครงการ CSR และการพัฒนาที่ยั่งยืนในด้านการท่องเที่ยว เพื่อที่บริษัทของตนจะได้กำไรจากการเพิ่มยอดขายทางการค้าและได้ DJSI รวมถึงหุ้นยั่งยืน (Thailand Sustainability Investment - THSI) ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งถือเป็นการเปิดโอกาสให้กับธุรกิจได้ซื้อขายหุ้นกับบริษัทชั้นนำทั่วโลกผ่านการทำ CSR กับชุมชนให้มีความยั่งยืน และส่งกลับไปให้กับองค์กรในเชิงของการเพิ่มยอดขายทางการตลาด (เอเชีย เอเชีย, 2561: 118) ในส่วนของการมีส่วนร่วมจากภาครัฐภายใต้โครงการ Journey D ไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เพราะภาครัฐมีหน้าที่หลักในการช่วยประชาสัมพันธ์ในด้านการท่องเที่ยวมากกว่าการมีส่วนร่วมในการ

ตัดสินใจ โครงการนี้ จึงให้ความสำคัญกับความร่วมมือระหว่างภาคเอกชนกับชุมชนเป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับงานของ วรวุฒิ ไชยศร และบุญสม เกษปะประดิษฐ์ (2560) ที่ศึกษาการเปรียบเทียบ สาเหตุความจำเป็นและเป้าหมายการดำเนินการในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ พบร่วมกับการจะได้ผลกำไรตอบแทนให้กับภาคธุรกิจ บริษัทก็ต้องให้ความสำคัญแก่ชุมชนที่เข้าไปปฏิบัติการ เช่นกัน โดยผู้บริหารจะต้องมีความสามารถในการกำหนดมาตรการและนโยบายเพื่อให้สอดรับกับชุมชน และก่อให้เกิดมิติของการพึ่งพาและเกื้อกูลซึ่งกันและกันในการสร้างรายได้ จึงมีความสอดคล้องกับ ผลการวิจัยที่ผู้บริหารไทยแอร์เวย์ใช้มีการปรับทิศทางการดำเนินงานให้สอดคล้องกับความเป็นอยู่ของ ชุมชนพ้าหมี เช่น การส่งเสริมการปลูกกาแฟ เนื่องจากพื้นที่ในแถบนั้นเป็นเหมาะสมแก่การเพาะปลูกกาแฟ ได้ดี เพื่อนำมาจำหน่ายเป็นกาแฟในรูปแบบคริปบันเครื่องบินของไทยแอร์เวย์ ซึ่งถือเป็นกำไรตอบแทนให้กับภาคธุรกิจ

ส่วนที่ 2 การยอมรับด้านการสร้างรายได้ของชุมชนพ้าหมี

บริษัท ไทยแอร์เวย์ จำกัด ได้มีการให้ความสำคัญแก่การลงทุนในด้านสังคมผ่านโครงการ Journey D เพื่อสร้างห่วงโซ่การผลิตอันเป็นผลตอบแทนกลับไปให้กับภาคเอกชนในรูปแบบมูลค่าทาง เศรษฐกิจ ในเชิงของการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันผ่านการนำเสนอสินค้าและบริการที่ ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ โดยสินค้าที่ถูกนำมาจำหน่ายนั้นจะมีคุณภาพที่ดีและเหมาะสมกับการสร้าง มูลค่าทางธุรกิจได้ องค์กรจะต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาทรัพยากรมณฑลเพื่อให้ทำงาน มีประสิทธิภาพและพัฒนาชุมชนและสังคมควบคู่กันไป โดยการสร้างให้คุณในชุมชนมีรายได้และคุณภาพ ชีวิตที่ดีขึ้น (เอย์ เอวิเอชั่น, 2562: 147) การเข้าร่วมโครงการ Journey D ของชุมชนพ้าหมี ทำให้ ชุมชนได้มีการเพิ่มจำนวนโอมสเตย์ขึ้นจากเดิมที่เป็นศูนย์ ได้เพิ่มมาเป็นสี่ในปี พ.ศ. 2561 รวมถึงร้าน กาแฟชุมชนจากเดิมในปี พ.ศ. 2560 มีอยู่ 2 แห่ง ได้เพิ่มขึ้นเป็น 7 แห่งภายในปี พ.ศ. 2561 โดยสร้าง รายได้ถึง 20,000 บาทต่อวันต่อร้าน (เอย์ เอวิเอชั่น, 2561: 141) การสร้างรายได้ให้กับชุมชนไม่ได้มีแค่ การเปิดที่พักโอมสเตย์และขายกาแฟที่เป็นผลผลิตเกษตรกรรมหลักของชุมชน แต่ยังมีการพัฒนา องค์ความรู้ให้ชาวบ้านในการนำกาแฟมาเป็นสินค้าเพื่อจัดจำหน่ายบนเครื่องบิน โดยกาแฟที่จัดจำหน่าย บนเครื่องจะเป็นกาแฟในรูปแบบคริป นอกจากนี้ยังเปิดโอกาสให้คุณในชุมชนได้แสดงความสามารถ ในทักษะทางด้านงานฝีมือในการเย็บหมวก ผ้าคาดผู๊ ตุ๊กตาหมีพื้นเมืองอาช่า รวมถึงกระเปาใส่หรี่ญ ที่สืบทอดกันมาของความเป็นอาช่าและความเป็นพ้าหมีได้เป็นอย่างดี โดยทางชุมชนจะเป็นผู้จัดสรรวัตถุดิบ ผลิตสินค้าและตัดราคาให้กับบริษัท ไทยแอร์เวย์ จำกัด

นอกจากนี้จากด้านสินค้าการเกษตร โครงการ Journey D ยังช่วยให้คุณในชุมชนได้มีโอกาส ในการบริหารงานและมี ส่วนร่วมต่อภารกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ เช่น การเป็นไกด์นำเที่ยวซึ่งเป็น รอบรถเป็นรอบต่อวันและไม่มีการหักค่าหัวคิว โดยรายได้ต่อเดือนไม่ต่ำกว่า 20,000 บาท ตลอด ระยะเวลา 4 ปี ที่ชุมชนพ้าหมีได้เข้าร่วมโครงการ ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น 1,649,000 บาท ต่อปี โดยมี รายได้รวมที่เพิ่มขึ้นของช่วงปี พ.ศ. 2560-2562 ถึง 4,947,000 บาท ต่อปี (เอย์ เอวิเอชั่น, 2562: 151)

ผ่านการประเมินผลตอบแทนทางสังคม (Social Return on Investment - SROI)³ ภายใต้กรอบทฤษฎี การเปลี่ยนแปลงที่กำหนดว่า “ชาวบ้านที่ได้รับการพัฒนาองค์ความรู้ด้านธุรกิจการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยโมเดล Journey D ชาวบ้านจะมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นและชุมชนจะน่าอยู่มากขึ้น” (เอเชีย เอวิเอชั่น, 2562: 151)

ในประเด็นด้านการยอมรับด้านการสร้างรายได้ของชุมชนผ่านช่องสื่อสอดคล้องกับงานของ โชค ชูสุวรรณ (2560) ศึกษาถึงข้อมูลของปัญหาที่เกิดขึ้นจากการสร้างโรงไฟฟ้าในชุมชนพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร พบว่า การบูรณาการระหว่างชุมชนกับภาครัฐหรือภาคธุรกิจที่เข้ามาทำกิจกรรมนั้นจะต้องมีการปรับตัวอย่างเสมอ รวมถึงเปิดโอกาสให้ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วม อันนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยครั้งนี้ โครงการ Journey D ได้ให้โอกาสชาวบ้านในชุมชนทำกิจกรรม เช่น การเป็นไกด์นำเที่ยว การทำโถมสเตย์ โดยให้คนในชุมชนผ้าห่มเป็นคนบริหารกันเอง อันนำมาสู่การพัฒนา องค์ความรู้ที่ไม่มีที่สิ้นสุดและทำให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนในชุมชนโดยคนในชุมชน ซึ่งทำให้ชุมชนสามารถมีรายได้จากการหลากหลายช่องทางที่นักเดินทางจากการทำเกษตรกรรมได้ เช่น กัน นอกจากนี้ โครงการ Journey D ยังมีแคมเปญออนไลน์ “Local Presenter” ที่เปิดโอกาสให้ชาวบ้านของชุมชนมาโพสต์ท่าเป็นนางแบบ นายแบบเพื่อโปรโมตวิถีชีวิตของชุมชนและถือเป็นการเชิญชวนให้คนภายนอกเข้ามาสัมผัสประสบการณ์ในชุมชนโดยตรง

ส่วนที่ 3 ผลกระทบภายนอกด้านสังคมเชิงบวก (Positive Externality)

ประการที่ 1 การพัฒนาภาษาอังกฤษ

การพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของปัจเจกในชุมชนนั้น มีความเห็นในทิศทางเดียวกันว่าการที่บริษัท ไทยแอร์เອเชีย จำกัด เข้ามายัดทำกิจกรรม English on Air ให้แก่ชุมชนเพื่อที่จะให้ชุมชนนั้นได้ฝึกใช้ภาษาอังกฤษกับนักท่องเที่ยว โดยการจัดกิจกรรมนี้ทำให้ชาวบ้านได้เรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษขั้นพื้นฐาน ผ่านการนำลูกเรือของบริษัท ไทยแอร์เօเชีย จำกัด เข้ามาร่วมสอนภาษาอังกฤษให้แก่ชาวบ้านในชุมชนผ้าห่ม

ประการที่ 2 การรักษาอัตลักษณ์ของชนเผ่าอาช่า

โครงการ Journey D ได้เปิดโอกาสให้ชาวบ้านนำศิลปะและวัฒนธรรมของตนที่มีการปฏิบัติสืบ传 ทอดกันอย่างยาวนานมาถ่ายทอดให้แก่นักท่องเที่ยวได้รับชม ผ่านการสนับสนุนและดูแลค่าใช้จ่ายให้ทั้งหมดของบริษัท ไทยแอร์เօเชีย จำกัด ในการสร้างลานแสดงจำลองเพื่อให้คนในชุมชนและ

³ ผลตอบแทนต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอันเกิดจากการทำกิจกรรม ข้อมูลเพิ่มเติม ดู <https://aav.listedcompany.com/misc/SDR/20200324-aav-sd-report-2019-th.pdf>

นักท่องเที่ยวได้เข้ามาเล่น เช่น โลซิช้า ถึงแม้จะมีของจริงเล็กน้อย แต่สามารถใช้ได้แค่ ปีล็อก ซึ่งแตกต่างจากของจำลองที่สามารถใช้งานได้ตลอดเวลา

การเห็นถึงความสามารถของคนในชุมชนพามีผ่านการนำอัตลักษณ์ของชนเผ่าเข้ามา ผสมผสานกับความเป็นสายการบิน คือ การทำสินค้าคงทนฝีมือ การเปิดโอกาสในครั้งนี้ทำให้ชาวบ้านในชุมชนได้มีโอกาสนำวัฒนธรรมของตนเองอย่างการนำชุดประจำชนเผ่าที่มีความโดดเด่นและละเอียด ค้ายcle กัน คือ หมวดโลหะสีเงิน พร้อมทั้งผ้าคลุมที่ปักด้วยเครื่องประดับบนศีรษะนั้นมาดัดแปลงเป็นสินค้าคงทนฝีมือ เช่น หมวด ผ้าคาดผมของชุมชนพามี กระเบ้าใส่หรี่ญ และตุ๊กตาหมีพื้นเมืองอาข่า ที่นำความเป็นพามีมาสื่อเป็นตุ๊กตาและประยุกต์ความเป็นอาข่าเข้าไปในตัวสินค้า การประดิษฐ์ครั้งนี้ ถือเป็นการสร้างรายได้จากการนำสิ่งประดิษฐ์นี้ขึ้นไปจำหน่ายบนเครื่องบินของสายการบินไทยแอร์เอเชีย การรักษาอัตลักษณ์ของชนเผ่าอาข่าไม่ได้มีแค่การขายสินค้าเพียงเท่านั้น แต่การท่องเที่ยวจะเป็นอีกทางเลือกนึงที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาสัมผัสร่วมกันฝ่าหน้าต่างชุมชน ทั้งด้านอาหารการกินที่มีเมนูประจำของชนเผ่า เช่น แกงอาลูใส่กระดูกหมู ผัดยอดฟักแมวใส่เนื้อหมู

ประการที่ 3 การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างชุมชน

ในเครือข่ายของชุมชนทั้ง 4 ชุมชน ภายใต้โครงการ Journey D ได้แก่ ชุมชนพามี จังหวัดเชียงราย ชุมชนบ้านโคงเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ชุมชนเกาแกกลา จังหวัดกระบี่ และชุมชนบ้านพรหมโลก จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้รับโอกาสในการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมของชุมชนร่วมกันฝ่าหน้าต่างการที่สายการบินไทยแอร์เอเชีย ออกค่าตัวเครื่องบินให้เพื่อสนับสนุนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างชุมชนเพื่อให้ชุมชนมีความพร้อมในการพัฒนาในด้านการท่องเที่ยวให้แก่ชุมชนของตนอย่างสม่ำเสมอ

ประการที่ 4 การสร้างองค์ความรู้ในการบริหารจัดการทรัพยากรในชุมชน

บริษัท ไทยแอร์เอเชีย จำกัด ได้นำองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการมาเผยแพร่ให้แก่ชุมชน ผ่านการจัดสรรบุคคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในด้านนั้น ๆ เช่น การอบรมด้านการปักผ้าอาข่า การอบรมยกระดับมาตรฐานที่พักและการบริการใน โขมสเตย์ที่มีการร่วมมือกับบริษัท ดิ เอราวัณ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (เอเชีย เอเชียเช่น, 2562: 149) รวมถึงการสอนทำอาหาร และการสอนเก็บขยะในชุมชน

ประการที่ 5 เสริมสร้างทักษะด้านกีฬา

บริษัท ไทยแอร์เอเชีย จำกัด ได้มีการเลือกเห็นถึงความสำคัญในการเสริมสร้างทักษะด้านกีฬา ให้แก่เยาวชน โดยการสนับสนุนเยาวชนให้มีโอกาสในการเข้าใกล้ความฝันมากขึ้นผ่านการพาเยาวชน ไปดูนักฟุตบอล ซึ่งถือเป็นการสร้างแรงบันดาลใจและความมุ่งมั่นให้แก่เยาวชน รวมถึงยังเป็นการเรียนรู้วิธีการเล่นผ่านการเข้าร่วมการรับชมกีฬาฟุตบอลในสนามจริง โดยทางองค์กรจะเป็นผู้ดูแลและอุปค่าใช้จ่ายให้ทั้งหมด

สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยพบว่าพัฒนาการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของบริษัท ไทยแอร์เອเชีย จำกัด เป็นไปตามแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่มีการนำเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนมาเป็นหลักการสำคัญในการต่อยอดกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR-After Process) โดยเห็นได้จากการที่บริษัท ไทยแอร์เօเชีย จำกัด มีโครงการ Journey D เพื่อตอบโจทย์มิติของความยั่งยืนด้านสังคม โดยให้คุณในชุมชนมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมท่องเที่ยว อันส่งผลให้เกิดรายได้ซึ่งเป็นความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ และความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมจากการสอนคนในชุมชนให้อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมผ่านการเก็บขยะตามลำดับ โครงการ Journey D เปรียบเสมือนการสร้างคุณค่าร่วมระหว่างภาคธุรกิจและสังคม โดยภาคธุรกิจต้องการพัฒนาและตอบแทนสังคมเพื่อเป็นผลตอบแทนในเรื่องของ DJSI และการได้รายชื่อหุ้นยั่งยืนของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อเป็นการสร้างกำไรให้แก่ภาคเอกชนโดยชุมชนถือเป็นผลผลอยได้จากการร่วมมือในโครงการ CSR นี้ โดยการวิจัยยังพบว่าการยอมรับด้านการสร้างรายได้ของชุมชนพาหมีสอดคล้องกับ SDGs ดังนี้ เป้าหมายที่ 1 คือ การจัดความยากจน และเป้าหมายที่ 2 คือ การจัดความทิวทัย ผ่านการให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการสร้างรายได้จากการทำโยมสเตย์ขายกาแฟ และทำสินค้า Handmade เพื่อส่งไปจำหน่ายร่วมกับสายการบินและเป็นการหารายได้เสริมรองจากการพึ่งพาด้านเกษตรกรรม เป้าหมายที่ 5 คือ ความเท่าเทียมทางเพศ โดยการเปิดโอกาสให้สตรีได้บริหารกิจการ และไฮมสเตย์หลายหลังมีเจ้าของเป็นสตรี เป้าหมายที่ 8 คือ งานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ คนในหมู่บ้านได้มีส่วนร่วมในการบริหารชุมชนให้พร้อมกับการท่องเที่ยว เช่น การเปิดไฮมสเตย์ การเป็นไกด์นำเที่ยว การเปิดร้านขายกาแฟ ทำให้ผู้คนในชุมชนมีอาชีพเสริมและเป็นการกระตุ้นการท่องเที่ยวในครัวเรือนกัน และเป้าหมายที่ 11 คือ เมืองและชุมชนที่ยั่งยืน โครงการ Journey D เปิดโอกาสให้ชุมชนได้ใช้ทักษะและความสามารถของตนเองในการทำงาน พร้อมทั้งส่งเสริมอัตลักษณ์อาช่าและวัฒนธรรมของชาวอาช่า และได้ช่วยกันดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมเพื่อให้พร้อมต่อการท่องเที่ยว

การวิจัยพบว่าการยอมรับด้านการสร้างรายได้ของชุมชนพาหมี ชาวบ้านได้มีการเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน เช่น การเป็นไกด์นำเที่ยว การทำโยมสเตย์ การประกอบกิจการร้านกาแฟพาหมี การทำสินค้างานฝีมือของชนเผ่า อาช่า โดยบริษัท ไทยแอร์เօเชีย จำกัด ได้มีการสนับสนุนและนำองค์ความรู้ที่เหมาะสมแก่การต่อยอดในการสร้างรายได้มาเผยแพร่ให้แก่ชาวบ้านได้นำมาประยุกต์ใช้เพื่อจัดการดับสินค้าและบริการให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค เมื่อชุมชนได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมอย่างเต็มตัว ชุมชนก็จะสร้างรายได้จากการเป็นผู้บริหารจัดการเอง นอกจากนี้บริษัท ไทยแอร์เօเชีย จำกัด ยังนำสินค้าเกษตรกรรมของชุมชนพาหมีไปจัดจำหน่ายบนเครื่องบิน เช่น กาแฟประเภทริป ลินจี ที่ถือเป็นสินค้าเกษตรกรรมหลักของชุมชนพาหมี โดยรายได้ส่วนใหญ่จะเข้าชุมชนเพื่อเอามาพัฒนาสินค้าและบริการ รวมถึงทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชนของตนต่อไป

การวิจัยพบว่าผลกระทบภายนอกด้านสังคมเชิงบวก (Positive Externality) ของชุมชนพ้าหมีสามารถแบ่งได้ 5 ประการ ดังนี้

ประการที่ 1 การพัฒนาภาษาอังกฤษ จากการเข้ามาทำกิจกรรม English on Air ทำให้ชาวบ้านมีความคุ้นชินกับภาษาอังกฤษและเป็นการสร้างความมั่นใจให้แก่คนในชุมชน

ประการที่ 2 การรักษาอัตลักษณ์ของชนเผ่าอาข่า โดยนำสินค้างานฝีมือ (Handmade) ของชนเผ่าอาข่า เช่น หมาก ผ้าคาดผูม ตุ๊กตาหมีพื้นเมืองอาข่า นำไปจำหน่ายบนเครื่องบิน เพื่อเผยแพร่ให้คนภายนอกได้รู้จักความเป็นอาข่าเพิ่มมากขึ้นและอยากรู้สัมผัสรู้สึกของคนที่นี่

ประการที่ 3 การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างชุมชน โครงการ Journey D มีการพาคนในชุมชนภายนอกโครงการไปแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมระหว่างกันเพื่อนำมาพัฒนาองค์ความรู้ในด้านการท่องเที่ยวของชุมชนให้พร้อมต่อการรับนักท่องเที่ยวในอนาคต

ประการที่ 4 การสร้างองค์ความรู้ในการบริหารจัดการทรัพยากรในชุมชน นำองค์ความรู้ที่เหมาะสมแก่การนำไปปรับใช้ในการบริการนักท่องเที่ยว เช่น การสอนทำอาหาร การสอนวิธีการทำโภชนาการ การปักผ้าอาข่า เพื่อเป็นการต่อยอดองค์ความรู้เดิมและพัฒนาสินค้าให้เป็นที่ต้องการของตลาดและผู้บริโภค

ประการที่ 5 การเสริมสร้างทักษะทางด้านการกีฬา พาเยาวชนในชุมชนพ้าหมีไปรับชมกีฬาฟุตบอลที่เมืองท่องเที่ยวเพื่อเป็นการสร้างแรงบันดาลใจให้แก่เยาวชน และเสริมสร้างการเรียนรู้จากการเห็นสถานการณ์จริง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

1.1 ภาครัฐ บริเวณอำเภอแม่สาย ตำบลเวียงพางคำ จังหวัดเชียงราย ควรที่จะมีการเข้ามามีส่วนร่วมกับชุมชนพ้าหมีมากขึ้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเชียงราย ควรที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจแก่ชุมชนมากกว่าการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว นอกจากนี้ควรที่จะจัดทำกิจกรรมที่เสริมสร้างทักษะให้แก่ชุมชนอย่างแท้จริง เช่น การจัดทำกิจกรรมเพื่อสอนภาษาไทย การจัดทำกิจกรรมนำสินค้าของชุมชนพ้าหมีมาขายให้มากขึ้น อย่างการทำสินค้า OTOP เพื่อเป็นการกระจายรายได้ให้กับคนในชุมชน และภาครัฐห้องถิ่นก็ควรที่จะมีส่วนร่วมในการดูแลโครงการของภาคเอกชนมากขึ้น โดยทำตนเองให้มีสถานะเชิงรุกมากกว่าเชิงรับ ซึ่งภาครัฐควรที่จะเข้าไปมีบทบาทช่วยเหลือชุมชนตั้งแต่จุดเริ่มต้นของโครงการมากกว่าการรอโครงการได้รับความนิยมแล้วค่อยเข้ามามีบทบาทในภายหลัง

1.2 บริษัท ไทยแอร์เອชีย จำกัด ควรที่จะปรับการทำกิจกรรม English on Air ให้สอดคล้องกับชุมชน บริษัท ไทย แอร์เອชีย จำกัด ควรที่จะจัดกิจกรรม English on Air ให้เหมาะสมกับคนในชุมชนพ้าหมี เนื่องจากว่ากิจกรรม English on Air มักจะจัดในช่วงเวลากลางคืน ซึ่งคนในชุมชนนั้น มักจะพักผ่อนแล้ว โดยเฉพาะเด็ก ที่ปกตินั้นก็จะมีเวลาเรียนในเวลาปกติเต็มวันอยู่แล้ว และเด็กส่วนใหญ่ มักจะใช้เวลาในโรงเรียนในการไปเรียนภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ตั้งแต่เช้านถึงประมาณ 16.00 น. และเรียนภาษาจีนต่อในเวลา 19.00-20.00 น. ซึ่งเด็กนั้นมักจะเหนื่อยล้า ดังนั้นจึงควรที่จะจัดกิจกรรม ในวันหยุดสุดสัปดาห์ อย่างวันสาร์หรือวันอาทิตย์ โดยใช้เวลาทำกิจกรรมประมาณ 1 ชั่วโมง หรือ 2 ชั่วโมง เพื่อที่ไม่ได้กิจกรรมจนกินไป และควรต่อยอดกิจกรรม English on Air ให้ชุมชนได้สามารถเรียนภาษาอังกฤษได้อย่างจริงจังเพื่อให้ชุมชนสามารถที่จะนำความรู้ตรงนี้มาใช้ในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติได้

1.3 บริษัท ไทยแอร์เອชีย จำกัด ควรที่จะเข้าไปช่วยเหลือชุมชนในการจัดการขยะ บริษัท ไทยแอร์เօชีย จำกัด ควรที่จะมีการเข้ามาช่วยเหลือถึงผลกระทบภายนอกด้านสังคมเชิงลบให้กับชาวบ้านในชุมชน เช่น ด้านการจัดการขยะ อาจจะมีการแนะนำถึงการนำกากกาแฟ เอามาทำเป็นที่ขัดผิว แล้วให้ชุมชนลองเอามาจัดจำหน่ายได้ เพื่อเป็นการสร้างกำไรในทางอ้อมทั้งนั้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ขยายขอบเขตพื้นที่ในการเก็บข้อมูลของโครงการ Journey D ที่ส่งผลกระทบต่อการสร้างรายได้ และผลกระทบภายนอกด้านสังคมเชิงบวกและผลกระทบด้านสังคมเชิงลบของชุมชนอื่น ในโครงการ ได้แก่ ชุมชนเกษตร จังหวัดกรุงปี ชุมชนพรหมโลก จังหวัดนครศรีธรรมราช และชุมชนโคกเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างในแต่ละพื้นที่

2.2 ศึกษาประเด็นผลกระทบด้านการยอมรับด้านการสร้างรายได้ของคนในชุมชนที่อาศัยอยู่นอกเหนือจากบริเวณโขมสเตย ให้มากขึ้นเพื่อสะท้อนให้เห็นถึงการกระจายรายได้ที่ไม่กระจายตัวอยู่ บริเวณใดบริเวณหนึ่งเป็นสำคัญ

2.3 ศึกษากลยุทธ์ขององค์กรที่เป็นคู่แข่งเพื่อนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบกระบวนการในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร เพื่อนำมาพัฒนาองค์กรต่อไป

เอกสารอ้างอิง

โฉติ ชูสุวรรณ. (2560). โรงไฟฟ้ากับการพัฒนาชุมชนที่ยั่งยืน ศึกษากรณี พื้นที่นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร. สังคมจิตวิทยา. วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร.

วรรุณ ไชยศร และบุญสม เกษะประดิษฐ์. (2560). ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจกับการพัฒนาที่ยั่งยืน: กรณีศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคม 6 บริษัท. สารภารปัญญาภิวัฒน์, 9(3), 140-152.

เอเชีย เอวิเอชั่น. (2561). รายงานความยั่งยืน ปี 2561. [Pdf]. สืบค้นเมื่อ 26 ธันวาคม 2563 จาก <https://aav.listedcompany.com/misc/SDR/20190522-aav-sd-report-2018-th.pdf>

เอเชีย เอวิเอชั่น. (2562). รายงานความยั่งยืน ปี 2562. [Pdf]. สืบค้นเมื่อ 26 ธันวาคม 2563 จาก <https://hub.optiwise.io/th/documents/18113/20200324-aav-sd-report-2019-th.pdf>

แอร์เอเชีย. (2017). แอร์เอเชียจับมือ UNDP เปิดตัว 4 โครงการเพื่อการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน ส่งเสริมการพัฒนาชุมชน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม. [เว็บไซต์]. สืบค้นเมื่อ 8 มกราคม 2564 จาก <https://newsroom.airasia.com/news/2017/12/20/-undp-4>

Bowen, H. R. (2013). *Social Responsibilities of the Businessman*. Iowa City: University of Iowa Press.

Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 497-505.

Frederick, W. C. (1960). The Growing Concern over Business Responsibility. *California Management Review*, 2(4), 54-61.

Friedman, M. (1970). *A Friedman doctrine - The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits*. [Website]. Retrieved 2021, January 5 from <https://www.nytimes.com/1970/09/13/archives/a-friedman-doctrine-the-social-responsibility-of-business-is-to.html>

KOTLER, P. and LEE, N. (2005). *Corporate Social Responsibility: doing the most good for your company and your cause*. [Pdf]. Retrieved 2021, January 5 from http://www.rebelalliance.eu/uploads/9/2/9/2/9292963/kotler_corporate_social_responsibility.pdf

Perrini, F. (2006). Corporate Social Responsibility: doing the most good for your company and your cause. *Academy of Management Perspectives*, 20(2), 90-93.