COMMUNICATION MODEL AND COMMUNITIES' SATISFACTION TOWARDS SOCIAL RESPONSIBILITY ACTIVITY PROJECTS IN AMATA CITY CHONBURI INDUSTRIAL ESTATE

Manuscript Submission Data: 2022, May 23
Article Editing Date: 2022, July 15
Article Accepted Date: 2022, July 30

Waraporn Damjub*

ABSTRACT

Organizing social responsibility activities is one of the important roles in community relations. This quantitative research aimed to study communication models and satisfaction of communities surrounding Amata City Chonburi Industrial Estate through social responsibility activities. The population of the research included residents in the community areas in Koh Loi Sub-district, Bang Hak Sub-district, Ban Kao Sub-district, Bang Nang Sub-district, Map Pong Sub-district, Na Pradu Sub-district, Khlong Tam Ru Sub-district, Don Hua Lo Sub-district, Nong Mai Daeng Sub-district and Phanthong Sub-district. The samples selected by means of multistage sampling consisted of 600 people. The research tool was a questionnaire. The statistics used in the research were frequency, percentage, mean, and standard deviation. The results of the research revealed that the top-3 communication channels accessed to by the samples were Facebook, meetings, and posters. Moreover, the communication channels that the sample group were most convenient to use for communication were Facebook, phone calls, and meetings, respectively.

Most of the samples, about 72.50 percent, had participated in social responsibility projects/ activities. The satisfaction level towards all the projects organized by the community relations departments of Amata at the highest level. The overall average point of satisfaction was 4.61. Regarding each aspect, it was found that the satisfaction of the AMATA Give First project, (distributing survival bags to help communities) had the highest average of 4.73, followed by the Amata fight against COVID-19 project (supporting local health care units, community isolation, or local hospitals) with an average of 4.71. The projects supported community products, created jobs, and generated income for the communities. For example, their local products were supported by AMATA with an average of 4.70.

Keywords: satisfaction, social responsibility activities**.**

* School of Communication Arts, Sripatum University at Chonburi
Corresponding author. e-Mail: waraphorn.da14@gmail.com

รูปแบบการสื่อสารและความพึงพอใจของชุมชนที่มีต่อโครงการกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในเขตนิคมอุตสาหกรรม อมตะซิตี้ ชลบุรี

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ: 23 เมษายน 2565
วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ: 15 กรกฎาคม 2565
วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 30 กรกฎาคม 2565

วราพร ดำจับ*

บทคัดย่อ

การจัดโครงการกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมถือเป็นบทบาทสำคัญอย่างหนึ่งในการดำเนินงานด้านชุมชนสัมพันธ์ การวิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารและความพึงพอใจของชุมชนโดยรอบนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ ชลบุรี ที่มีต่อการจัดโครงการกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยคือ ประชาชนที่พักอาศัยอยู่ในเขตพื้นที่ชุมชน ในเขตตำบลเกาะลอย ตำบลบางหัก ตำบลบ้านเก่า ตำบลบางนาง ตำบลมาบโป่ง ตำบลหน้าประดู่ ตำบลคลองตำหรุ ตำบลดอนหัวฬ่อ ตำบลหนองไม้แดง และตำบลพานทอง กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 600 คน โดยเลือกตัวอย่างแบบโควต้า เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ช่องทางการสื่อสารที่กลุ่มตัวอย่างเข้าถึงมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ Facebook รองลงมาเป็นการเข้าพบ/ประชุม และจากป้ายช่องทางการสื่อสารที่กลุ่มตัวอย่างสะดวกที่จะใช้ในการติดต่อสื่อสารเรียงลำดับ 3 อันดับ ได้แก่ ช่องทาง Facebook โทรศัพท์ และการเข้าพบ/ประชุม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 72.50 เคยเข้าร่วมโครงการ/กิจกรรม ความรับผิดชอบต่อสังคมมีความพึงพอใจโครงการที่จัดโดยฝ่ายชุมชนสัมพันธ์อมตะมีระดับความพึงพอใจมากที่สุดในทุกโครงการ มีระดับความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ย 4.61 เมื่อพิจารณารายด้านเรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดพบว่า มีความพึงพอใจ โครงการ AMATA Give First อมตะปันน้ำใจ (มอบถุงยังชีพช่วยชุมชน) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.73 รองลงมาโครงการโครงการอมตะสู้ภัยโควิด 19 (สนับสนุนหน่วยงานท้องถิ่น ศูนย์พักคอย หรือสถานพยาบาลในพื้นที่) มีค่าเฉลี่ย 4.71 และโครงการสนับสนุนสินค้าชุมชนสร้างอาชีพ สร้างรายได้ สู่กลุ่ม ชุมชน เช่น เคยได้รับการสนับสนุนสินค้าชุมชนจากอมตะ มีค่าเฉลี่ย 4.70

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

* คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
Corresponding author. e-Mail: waraphorn.da14@gmail.com

บทนำ

นับตั้งแต่เดือนมีนาคม 2563 จนมาถึงปี 2565 ที่การระบาดของโรค COVID-19 กลายเป็นการระบาดใหญ่ระดับโลก (pandemic) ที่สร้างผลกระทบ รุนแรง และกว้างขวางต่อสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ทำให้เกิดความท้าทายอย่างมากในการบริหารจัดการเพื่อรับมือกับการระบาดในครั้งนี้ ทั้งในด้านการสาธารณสุขเพื่อควบคุมการระบาดของโรค การจัดการของเสียและขยะจากอุปกรณ์ ป้องกันโรคต่าง ๆ รวมถึงความท้าทายในภาคธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากภาวะการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลกและของประเทศ จากวิกฤตการณ์ที่เกิดขึ้นนี้ทำให้บริษัท อมตะ คอร์ปอเรชัน จำกัด (มหาชน) ได้มองเห็นว่า พันธสัญญาของบริษัทฯ ที่จะมุ่งสร้างเมืองสมบูรณ์แบบที่จะสร้างประโยชน์ให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มแบบ “ALL WIN” นั้นมีความสำคัญกว่าทุกครั้ง เนื่องจากการพัฒนาธุรกิจนิคมอุตสาหกรรมทั้งสองแห่งในประเทศไทยเกี่ยวข้องกับผู้คนเป็นจำนวนมาก และเป็นฐานสำคัญที่ขับเคลื่อนภาคอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศ บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญในการร่วมมือกับทุกภาคส่วนในการบริหารจัดการในภาวะวิกฤตในครั้งนี้เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกคนมีความปลอดภัย และสามารถผ่านวิกฤติครั้งนี้ไปได้ด้วยกัน CSR เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม ได้แก่ ลูกค้า คู่ค้า ครอบครัว พนักงาน ประชาชน การมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นที่องค์กรตั้งอยู่ การพิทักษ์รักษาสิ่งแวดล้อม ยึดหลักจริยธรรม และธรรมาภิบาลในการบริหารองค์กร เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า ทั้งยังเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดี ซึ่งตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาบริษัท อมตะ คอร์ปอเรชัน จำกัด (มหาชน) ได้มีการจัดโครงการกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นการสำรวจความพึงพอใจต่อรูปแบบการสื่อสารและความพึงพอใจที่มีต่อโครงการกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของชุมชนจึงเป็นเครื่องมือสำคัญและมีความจำเป็นเพื่อให้ได้ข้อมูลนำมาใช้พัฒนางานด้านชุมชนสัมพันธ์และกิจกรรมเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท อมตะ คอร์ปอเรชัน จำกัด (มหาชน) เพื่อนำไปสู่การพัฒนา ปรับปรุง กลยุทธ์ รูปแบบ และแนวทางการดำเนินงานของฝ่ายชุมชนสัมพันธ์และกิจกรรมเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการของชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของบริษัทในโอกาสต่อไป การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้มีการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยเนื้อหาครอบคลุมแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร ชุมชนสัมพันธ์ แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ การวัดและประเมินผลการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม แนวคิดการมีส่วนร่วมและโครงการชุมชนสัมพันธ์ของนิคมอุตสาหกรรม แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจและทัศนคติของชุมชน และนอกจากนั้นยังมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ชัชวาลย์ คล้ายอุดม (2560), ธรรมพร โพธิ์มั่น (2555), ภัคภร เอกธนาศรีกุล (2560), วรรณิสา คงกะทรัพย์ (2555), ศราภรณ์ สุภัคกุล (2563) และศิริพร ถมยาพิทักษ์ (2559) ทั้งนี้ เพื่อเป็นแนวทางในการให้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษารูปแบบการสื่อสารและความพึงพอใจของชุมชนที่มีต่อโครงการกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในเขตนิคมอุตสาหกรรม อมตะซิตี้ ชลบุรี ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารและความพึงพอใจของชุมชนที่มีต่อโครงการกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ ชลบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากร เป็นประชาชนที่พักอาศัยอยู่บริเวณรอบนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ ชลบุรี จำนวน 10 ตำบล ประกอบด้วยตำบลเกาะลอย ตำบลบางหัก ตำบลบ้านเก่า ตำบลบางนาง ตำบลมาบโป่ง ตำบลหน้าประดู่ ตำบลคลองตำหรุ ตำบลดอนหัวฬ่อ ตำบลหนองไม้แดง และตำบลพานทอง จำนวนทั้งสิ้น 200,625 คน (กรมการปกครอง, ออนไลน์, 2565)

2. การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยคำนวณการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวนตัวอย่างในการวิจัยโดยใช้สูตรของ Taro Yamane (วิเชียร เกตุสิงห์, 2537, หน้า 45) ที่ระดับความเชื่อมัน 95% โดยให้เกิดความคลาดเคลื่อนได้ไม่เกิน 5% ค่าที่คำนวณได้จากสูตรมีจำนวนกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 399.20 ดังนั้นจำนวนตัวอย่างขั้นต่ำที่ผู้วิจัยต้องเก็บข้อมูลเป็นจำนวน 400 ตัวอย่าง เมื่อเก็บข้อมูลจริงผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลได้ 600 ตัวอย่าง

3. การสุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้เทคนิคการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควต้า (quota sampling) โดยเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 10 ตำบล โดยกำหนดตำบลละ 60 ตัวอย่าง รวมจำนวนทั้งหมด 600 ตัวอย่าง

4. เครื่องมือและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยมี 3 ตอนดังนี้

4.1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลมี 4 ด้าน ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาและอาชีพ ข้อคำถามของตอนนี้มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (check list)

4.2 คำถามเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารมี 3 ด้าน ประกอบด้วย ช่องทางการรับข้อมูล ช่องทางที่ต้องการ/ติดต่อกับฝ่ายชุมชน และโครงการกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ข้อคำถามของตอนนี้มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (check list)

4.3 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อโครงการกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม มี 4 ด้านประกอบด้วย ด้านความปลอดภัย ด้านสุขภาพ ด้านเศรษฐกิจ และด้านการศึกษา โดยแบบสอบถามและข้อคำถามผู้วิจัยสร้างขึ้นเองตามคำนิยามศัพท์เฉพาะ มีลักษณะเป็นแบบมาตรประมาณค่า (rating scale) ตามแบบของลิเคิร์ท (likert's scale) มี 5 ระดับ เรียงจากน้อยไปหามาก

ส่วนการตรวจสอบคุณภาพด้วยการหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) เมื่อได้รับแบบสอบถามตอบกลับครบ 30 ชุด แล้ว ด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของคอนบาค (Chronbach's alpha coefficient) โดยใช้เกณฑ์ของ พวงรัตน์ ทวีรัตน์ (2538) กำหนดควรมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของครอนบาคมากกว่า .70 (α=.70) โดยแบบสอบถามนี้มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.971 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดแสดงว่าเป็นแบบสอบถามที่มีคุณภาพ 5. การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงบรรยาย (descriptive statistic) ประกอบด้วย ค่าความถี่ (frequency) ร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean: x-bar) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation: SD) ใช้เกณฑ์การแปล

ความหมายค่าคะแนนเฉลี่ยผู้วิจัยใช้เกณฑ์ของ บุญชม ศรีสะอาด (2553) ซึ่งกำหนดช่วงไว้ดังนี้ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 คะแนนหมายถึง ระดับการพึงพอใจมากที่สุดค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 คะแนน หมายถึง ระดับการพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 คะแนน หมายถึง ระดับการพึงพอใจปานกลางค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 คะแนน หมายถึง ระดับการพึงพอใจน้อย ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 คะแนน หมายถึงระดับการพึงพอใจน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีจำนวนทั้งสิ้น 395 คน คิดเป็นร้อยละ 65.83 และเป็นเพศชาย จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 34.17 กลุ่มตัวอย่างในช่วงอายุ 36-45 ปี จำนวนมากที่สุด จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50 รองลงมาช่วงอายุ 26–35 ปี จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 23.17 และมีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 46–55 ปี มีจำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 21.33 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมากที่สุด เป็นจำนวน 355 คน คิดเป็นร้อยละ 59.17 รองลงมาระดับปริญญาตรี จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 37.67 ระดับสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 3.16 มีอาชีพรับจ้างทั่วไปมากที่สุด เป็นจำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 25.67 รองลงมาประกอบอาชีพข้าราชการ/พนง.รัฐวิสาหกิจจำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัวจำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 19.17

ส่วนที่ 2 รูปแบบการสื่อสารและความพึงพอใจที่มีต่อโครงการกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม กลุ่มตัวอย่างได้รับข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์กิจกรรม/ข่าวสารต่าง ๆ เรียงลำดับจากมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ สื่อ Facebook มากที่สุด จำนวน 336 คน คิดเป็น ร้อยละ 24.17 รองลงมา จากการเข้าพบ/ประชุม จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 15.76 และจากป้าย จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 13.96 แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่องทางประชาสัมพันธ์กิจกรรมข่าวสารต่าง ๆ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

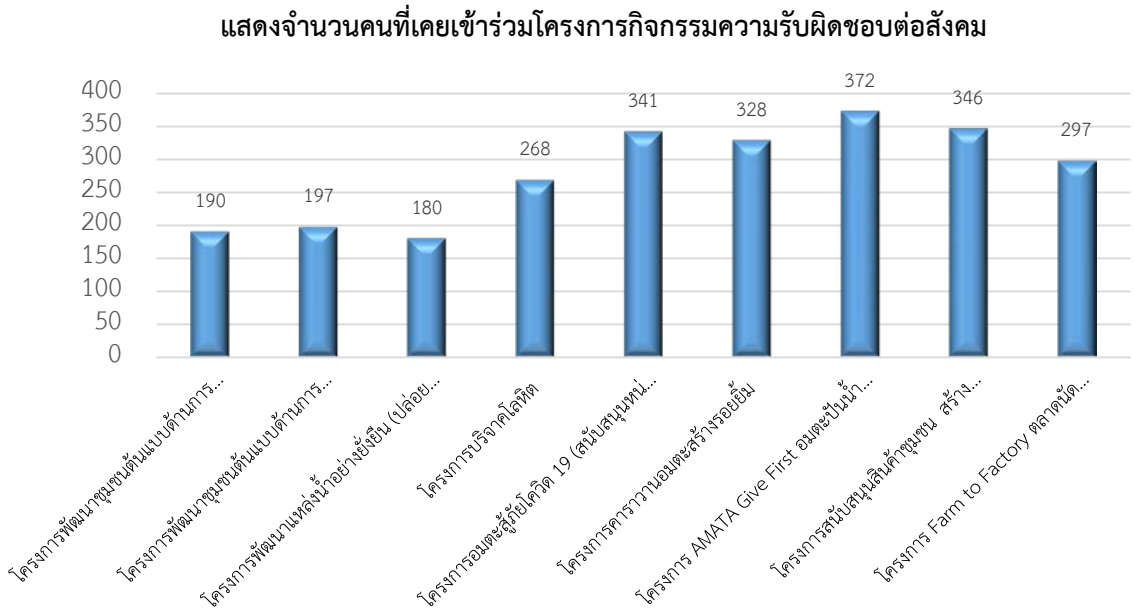
ช่องทางที่ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์กิจกรรม/ข่าวสารต่าง ๆ	จำนวน	ร้อยละ (คำตอบ)
1. วิทยุชุมชน	114	8.20
2. เสียงตามสาย	93	6.69
3. Facebook	336	24.17
4. Line	162	11.65
5. Website	158	11.37
6. จดหมาย	41	2.95
7. E-mail	16	1.15
8. หนังสือพิมพ์	57	4.10
9. ป้าย	194	13.96
10. การเข้าพบ/ประชุม	219	15.76
รวม	**1,390**	**100.00**

ช่องทางการสื่อสารที่กลุ่มตัวอย่างต้องการ/สะดวกติดต่อกับฝ่ายชุมชนสัมพันธ์อมตะ ผ่านช่องทาง Facebook มากที่สุด จำนวน 357 คน คิดเป็นร้อยละ 28.91 รองลงมาเป็นทางโทรศัพท์ จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 18.79 และจากการเข้าพบ/ประชุม จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 18.46 แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่องทางที่ต้องการ/สะดวกติดต่อกับฝ่ายชุมชนสัมพันธ์อมตะซิตี้ ชลบุรี (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

ช่องทางที่ท่านต้องการ/สะดวกติดต่อกับฝ่ายชุมชนสัมพันธ์อมตะ	**จำนวน**	**ร้อยละ (คำตอบ)**
โทรศัพท์	232	18.79
จดหมาย	56	4.53
Facebook	357	28.91
Line	213	17.25
Website	129	10.45
การเข้าพบ/ประชุม	228	18.46
อื่น ๆ	20	1.62
รวม	**1,235.00**	**100.00**

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยเข้าร่วมโครงการ/กิจกรรมที่จัดโดยฝ่ายชุมชนสัมพันธ์อมตะ มีจำนวน 435 คน คิดเป็นร้อยละ 72.50 โดยกลุ่มตัวอย่างเข้าร่วมโครงการด้านสังคมมากที่สุด คือ โครงการ AMATA Give First อมตะปันน้ำใจ (มอบถุงยังชีพ ช่วยชุมชน) มากที่สุด จำนวน 372 คน คิดเป็นร้อยละ 62 รองลงมาเข้าร่วมโครงการด้านเศรษฐกิจ คือ โครงการสนับสนุนสินค้าชุมชน สร้างอาชีพ สร้างรายได้สู่กลุ่ม ชุมชน เช่น เคยได้รับการสนับสนุนสินค้าชุมชนจากอมตะ จำนวน 346 คน คิดเป็นร้อยละ 57.67 และเข้าร่วมโครงการด้านสุขภาพ คือ โครงการอมตะสู้ภัยโควิด 19 (สนับสนุนหน่วย งานท้องถิ่นศูนย์พักคอยหรือสถานพยาบาลในพื้นที่) จำนวน 341 คน คิดเป็นร้อยละ 56.83 แสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงจำนวนคนที่เคยเข้าร่วมโครงการกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

มีความพึงพอใจต่อโครงการ/กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม เรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดพบว่า โครงการ AMATA Give First อมตะปันน้ำใจ (มอบถุงยังชีพช่วยชุมชน) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.73 รองลงมาโครงการโครงการอมตะสู้ภัยโควิด 19 (สนับสนุนหน่วยงานท้องถิ่น ศูนย์พักคอยหรือสถานพยาบาลในพื้นที่) มีค่าเฉลี่ย 4.71 และโครงการสนับสนุนสิน ค้าชุมชน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ สู่กลุ่มชุมชน เช่น เคยได้รับการสนับสนุนสินค้าชุมชนจากอมตะมีค่าเฉลี่ย 4.70 แสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อการจัดโครงการกิจกรรม

ประเด็นคำถาม	ความพึงพอใจ					$(\overline{X})$	*SD*	ระดับความพึงพอใจเฉลี่ย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ด้านความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม								
1. โครงการพัฒนาชุมชนต้นแบบด้านการจัดการน้ำและขยะมูลฝอย ตำบลหนองไม้แดง	107 (56.32)	75 (39.47)	8 (4.21)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.52	0.58	มากที่สุด
2. โครงการพัฒนาชุมชนต้นแบบด้านการจัดการน้ำและขยะมูลฝอย ตำบลคลองตำหรุ	97 (49.24)	90 (45.69)	10 (5.18)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.44	0.67	มากที่สุด

ประเด็นคำถาม	ความพึงพอใจ					($\overline{X}$)	*SD*	ระดับความพึงพอใจเฉลี่ย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
3. โครงการพัฒนาแหล่งน้ำอย่างยั่งยืน (ปล่อยปลา) อ่างเก็บน้ำดอกกราย	103 (57.22)	61 (33.89)	14 (7.78)	2 (1.11)	0 (0.00)	4.47	0.69	มากที่สุด
ด้านสุขภาพ								
1. โครงการบริจาคโลหิต	181 (67.54)	70 (26.12)	16 (5.97)	1 (0.37)	0 (0.00)	4.61	0.62	มากที่สุด
2. โครงการอมตะสู้ภัยโควิด 19 (สนับสนุนหน่วยงานท้องถิ่น ศูนย์พักคอย หรือสถานพยาบาลในพื้นที่)	252 (73.90)	80 (23.46)	8 (2.35)	1 (0.29)	0 (0.00)	4.71	0.52	มากที่สุด
3. โครงการ AMATA Give First อมตะปันน้ำใจ (มอบถุงยังชีพช่วยชุมชน)	286 (76.88)	71 (19.09)	14 (3.76)	1 (0.27)	0 (0.00)	4.73	0.54	มากที่สุด
ด้านเศรษฐกิจ								
1. โครงการสนับสนุนสินค้าชุมชนสร้างอาชีพสร้างรายได้สู่กลุ่ม ชุมชน เช่น เคยได้รับการสนับสนุน สินค้าชุมชนจากอมตะ	264 (76.30)	63 (18.21)	17 (4.91)	2 (0.58)	0 (0.00)	4.70	0.59	มากที่สุด
2. โครงการ Farm to Factory ตลาดนัดโรงงาน/ ครัวโรงงาน	203 (68.35)	74 (24.92)	17 (5.72)	3 (1.01)	0 (0.00)	4.61	0.64	มากที่สุด
ด้านการศึกษา								
โครงการทุนการศึกษาอมตะ	215 (71.43)	74 (24.58)	9 (2.99)	3 (1.00)	0 (0.00)	4.66	0.59	มากที่สุด
โครงการพัฒนาห้องสมุดโรงเรียน	211 (69.41)	71 (23.36)	18 (5.92)	4 (1.32)	0 (0.00)	4.61	0.66	มากที่สุด
รวม						**4.61**	**0.45**	**มากที่สุด**

อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอยู่ในช่วงอายุ 36-45 ปี จบการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ไม่เป็นพนักงานในสถานประกอบการในนิคมอุตสาหกรรม ประกอบอาชีพรับจ้าง ส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่และเคยเข้าร่วมโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม ความพึงพอใจ และความคิดเห็นของชุมชนโดยรอบระดับความพึงพอใจของแต่ละชุมชนมีความใกล้เคียงกัน ทั้งนี้เนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่างที่สำรวจเป็นประชาชนมีอยู่ในพื้นที่บริเวณใกล้กัน มีลักษณะทางประชากรที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งระดับความพึงพอใจและความคิดเห็นของ กลุ่มตัวอย่างไม่เกี่ยวข้องกับจำนวนสมาชิกที่ทำงานในนิคมอุตสาหกรรมซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรรณิสา คงกะทรัพย์ (2555) ที่ศึกษาเรื่องการรับรู้และทัศนคติของประชาชนที่มีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงไฟฟ้าพระนครใต้การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 39- 46 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษา ปวช./ปวส./อนุปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทและอาศัยอยู่ในชุมชนมากกว่า 20 ปี มีระดับการรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวมอยู่ในระดับที่ดีอย่างยิ่ง และสอดคล้องกับ ธรรมพร โพธิ์มั่น (2555) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการบริโภคและทัศนคติที่มุ่งรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อภาพลักษณ์องค์กรภาพรวม: มุมมองผู้บริโภคและพนักงานองค์กร ซึ่งผลการวิจัยพบว่าทัศนคติของผู้บริโภคทางด้านความรับผิดชอบต่อสังคมทั้ง 3 บริษัท ไม่แตกต่างกันและข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคที่มีผลต่อทัศนคติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท พบว่าเพศที่แตกต่างกันมีทัศคติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมไม่แตกต่างกัน การได้รับข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์กิจกรรม/ข่าวสารต่าง ๆ พบว่า ได้รับจากสื่อออนไลน์ Facebook ทั้งนี้เนื่องจากสถานการณ์การพร่ระบาดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้การติดต่อสื่อสารต้องเปลี่ยนรูปแบบเป็นในรูปแบบออนไลน์มากขึ้นซึ่งสอดคล้อง ภัคภร เอกธนาศรีกุล (2560) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาทัศนคติของผู้ใช้สื่อออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมบริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) จากการศึกษาพบว่าการเปิดรับข้อมูลเพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจของบุคคล ส่วนใหญ่มีการเปิดรับข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่เป็นกระแสนิยม อาทิ เฟซบุ๊ค อินสตาแกรม และยูทูป เป็นต้น และสอดคล้องกับ ชัชวาลย์ คล้ายอุดม (2560) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการชุมชนสัมพันธ์บริเวณพื้นที่ตั้งโรงไฟฟ้า กรณีศึกษาโรงไฟฟ้าในเขตนิคมอุตสาหกรรมหนองแค ตำบลโคกแย้ อำเภอหนองแค จังหวัดสระบุรี ที่พบว่า ด้านการประชาสัมพันธ์ประชาชนพึงพอใจการแจ้งข้อมูลข่าวสารโดยเอกสาร (แผ่นพับ) มากที่สุด รองลงมาการแจ้งข้อมูลข่าวสารผ่านทางโซเชียลมีเดีย เช่น เฟสบุ๊ค นั่นเป็นการแสดงให้เห็นว่าการสื่อสารในรูปแบบออนไลน์เข้ามามีบทบาทกับการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมากขึ้น

ด้านของความพึงพอใจที่ต่อการโครงการกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุดกับการเข้าร่วมโครงการกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในทุกโครงการ ทั้งนี้เพราะมีการจัดโครงการกิจกรรมที่สอดคล้องกับความต้องการและสถานการณ์ปัจจุบันที่เกิดขึ้น เห็นได้จากโครงการที่กลุ่มตัวอย่างเข้าร่วมมากที่สุด คือ โครงการ AMATA Give First อมตะปันน้ำใจ (มอบถุงยังชีพ ช่วยชุมชน) โครงการสนับสนุนสินค้าชุมชน สร้างอาชีพสร้างรายได้ สู่กลุ่มชุมชน เช่น เคยได้รับการสนับสนุนสินค้าชุมชนจากอมตะและ โครงการอมตะสู้ภัยโควิด 19 (สนับสนุนหน่วยงานท้องถิ่น ศูนย์พักคอยหรือสถานพยาบาลในพื้นที่) ซึ่งโครงการต่าง ๆ ที่กลุ่มตัวอย่างเข้าร่วมนั้นสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดการแพร่ระบาดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้ประชาชนในชุมชนเกิดการติดเชื้อจำนวนมาก

ดังนั้นการที่จัดโครงการกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อช่วยเหลือประชนชนในชุมชนในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 จะช่วยบรรเทาความเดือดร้อนของคนในชุมชน ซึ่งการดำเนินโครงการกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมสามารถจำแนกการดำเนินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของ สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (2552) สามารถแบ่งได้ 2 รูปแบบ ได้แก่ 1) CSR-in-process เป็นการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมที่อยู่ในกระบวนการหลักของกิจการหรือเป็นการทำธุรกิจที่หากำไรอย่างมีความรับผิดชอบ เช่น กิจกรรมพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนโดยรอบบริเวณโรงงานด้วยการสร้างอาชีพหรือรายได้ คือ โครงการสนับสนุนสินค้าชุมชน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ สู่กลุ่มชุมชน เช่น เคยได้รับการสนับสนุนสินค้าชุมชนจากอมตะและโครงการ Farm to Factory ตลาดนัดโรงงาน/ครัวโรงงาน และ 2) CSR after Process เป็นการดำเนินกิจกรรมที่แยกต่างหากจากการดำเนินธุรกิจที่เป็นกระบวนการหลักของกิจการ เช่น โครงการอมตะสู้ภัยโควิด 19 (สนับสนุนหน่วยงานท้องถิ่น ศูนย์พักคอยหรือสถานพยาบาลในพื้นที่ โครงการ AMATA Give First อมตะปันน้ำใจ (มอบถุงยังชีพช่วยชุมชน) เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศราภรณ์ สุภัคกุล (2563) ที่ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อการดำเนินงานในการใช้กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ของบริษัทไออาร์พีซี จำกัด ซึ่งจากการศึกษาพบว่าการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ของบริษัทมีทั้ง CSR in Process และ CSR after Process การดำเนินงาน CSR in Process ดำเนินงานโดยดูแลระบบการทำงานภายในให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพส่วนการดำเนินงาน CSR after Process เป็นการบูรณาการตามความต้องการของประชาชน ทั้งสุขภาพของชุมชน การศึกษา คุณภาพชีวิต ความปลอดภัย ศาสนา วัฒนธรรมประเพณี และสิ่งแวดล้อมในพื้นที่รอบเขตประกอบการให้ความช่วยเหลือด้านงบประมาณและด้านบุคลากร โดยการดำเนินงานของบริษัทที่มีการประสานงานร่วมกับภาครัฐและชุมชนโดยผ่านทางผู้นำชุมชน และยังสอดคล้องกับ ศิริพร ถมยาพิทักษ์ (2559) ศึกษาเรื่อง การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความรับผิดชอบของธุรกิจต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศ พบว่า ธุรกิจที่ให้ชุมชนโดยรอบเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมจะช่วยลดความขัดแย้งและทำให้เกิดการเอื้อประโยชน์ต่อกันจนสามารถสร้างการพัฒนาที่ยั่งยืนได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย การทำโครงการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมให้ประสบความสำเร็จได้นั้น องค์กรควรมีการกำหนดรูปแบบของกิจกรรมให้ชัดเจน สะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ขององค์กรไปกับโครงการมีการสื่อสารให้ถึงกลุ่มเป้าหมายโดยมีการเลือกวิธีการสื่อสารให้เหมาะสมและรูปแบบควรมีความทันสมัยทันต่อเหตุการณ์ในแต่ละช่วงเวลาเพื่อให้เป็นที่สนใจของกลุ่มเป้าหมาย

ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาต่อไป การศึกษาครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามกับประชาชนในชุมชน เท่านั้น การศึกษาต่อไปอาจต้องดำเนินการสัมภาษณ์ในระดับผู้บริหารเกี่ยวกับวิสัยทัศน์และความคิดเห็นเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีผลต่อรูปแบบโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อความชัดเจนยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

กรมการปกครอง. (2565). ***รายงานสถิติจำนวนประชากรและบ้าน จังหวัดชลบุรี ปี 2564*** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก https://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statMenu/newStat/sumyear.php [2565, 31 มกราคม].

ชัชวาลย์ คล้ายอุดม. (2560). ***ความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการชุมชนสัมพันธ์บริเวณพื้นที่ตั้ง โรงไฟฟ้า: กรณีศึกษาโรงๆฟฟ้าในเขตนิคมอุตสาหกรรมหนองแค ตำบลโคกแย้ อำเภอหนองแค จังหวัดสระบุรี.*** การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.

ธรรมพร โพธิ์มั่น. (2555). พฤติกรรมการบริโภคและทัศนคติมุ่งรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อภาพลักษณ์องค์กรภาพรวม: มุมมองผู้บริโภค และพนักงานองค์กร. ***วารสารวิชาการคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี,*** **7**(2), หน้า 76-96.

บุญชม ศรีสะอาด. (2553). ***การวิจัยเบื้องต้น*** (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: สุวิริยาสาส์น.

พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2538). ***วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*** (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ภัคภร เอกธนาศรีกุล. (2560). ***การศึกษาทัศนคติของผู้ใช้สื่อออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)***. การศึกษารายบุคคลหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์, คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

วรรณิสา คงกะทรัพย์. (2555). ***การรับรู้และทัศนคติของประชาชนที่มีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงไฟฟ้าพระนครใต้ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย.*** การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

วิเชียร เกตุสิงห์. (2537). ***คู่มือการวิจัย: การวิจัยเชิงปฏิบัติ***. กรุงเทพฯ: เจริญผล.

ศราภรณ์ สุภัคกุล. (2563). ***ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อการดำเนินงานในการใช้กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ของบริษัท ไออาร์พีซี จำกัด.*** การค้นคว้าอิสระหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการสิ่งแวดล้อม, คณะบริหารการพัฒนาสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ศิริพร ถมยาพิทักษ์. (2559). ***การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความรับผิดชอบของธุรกิจต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.*** การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม. (2552). ***เข็มทิศธุรกิจเพื่อสังคม.*** กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ไอคอนพรินติ้ง.