ทัศนคติของชุมชนที่มีต่อกิจกรรม CSR ของการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

An Attitude of Community to an Industrial Estate Authority of Thailand's Corporate Social Responsibility Project

สุรวุฒิ รุจิโมระ
Suravouth Ruchimora

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของชุมชนที่มีต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSR ของการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของทัศนคติของชุมชนและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSR ของการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการดำเนินงานกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSR ของการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างประชากรในชุมชนนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลเพื่ออธิบายผลการศึกษา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบความสัมพันธ์ โดยวิเคราะห์ประมวลผล ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS (Statistical Package for Social Science) ใช้สถิติการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's product moment Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 322 คน คิดเป็นร้อยละ 80.5 มีอายุ 26 - 30 ปี มีจำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.2 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน / ห้างร้าน มีจำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.0 และมีรายได้ต่อเดือน 50,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า (1) ทัศนคติของชุมชนและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSR ของการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (2) ปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านทัศนคติต่อความรับผิดชอบต่อสังคม และด้านพฤติกรรมการมีส่วนร่วมปฏิบัติงานโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมไม่ส่งผลต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSR ของการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

คำสำคัญ: ทัศนคติของชุมชน, กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSR, นิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

Abstract

The purpose of this study is to study community attitudes toward CSR activities of Industrial Estate of Thailand. This study is to study community attitudes and CSR activities of Industrial Estate of Thailand as a way to improve CSR activities. The Industry of Thailand Questionnaire is a tool to collect data from a sample population in the industrial estate community of Thailand. 400 people analyzed the data to explain the results of the study, including frequency distribution, average percentage distribution, standard deviations, correlation tests. SPSS (Statistical Package for Social Science) used Pearson's productivity correlation coefficient and regression analysis. Multiple Regression Analysis

The study found that 322 or 80.5% of the sampling group were female, 161 or 40.2% aged, 212 or 53.0% employed, and 99 or 24.8% earned monthly income.

The assumption test found that (1) Community and CSR attitudes of Industrial Estate of Thailand had a statistically significant correlation with respect to social responsibility, attitudes to social responsibility, and behavioural participation in social responsibility projects. Corporate Social Responsibility (CSR) of the Industrial Estate Authority of Thailand.

Keywords: Community attitude, CSR activities, Industrial Estate of Thailand

บทนำ

การดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมในปัจจุบันต้องเผชิญกับการแข่งขันและความท้าทายด้านต่าง ๆ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมืองและความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี แรงกดดันจากสภาวะแข่งขันที่มีแนวโน้มรุนแรงมากขึ้นเป็นลำดับรวมทั้งกระแสโลกหรือโลกาภิวัฒน์ ทำให้การดำเนินธุรกิจต้องปรับตัวเพื่อให้เติบโตและพัฒนาได้อย่างยั่งยืน (Sustainable Growth and Development) ดังนั้นการแสดงถึงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและสังคมควบคู่ไปกับการเสริมสร้างประสิทธิภาพและการเติบโตทางธุรกิจเป็นเรื่องที่มีความจำเป็นอย่างมากในปัจจุบันและในอนาคต (กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2551)

การที่กิจการดำเนินธุรกิจภายใต้กลุ่มอุตสาหกรรมที่ต่างกัน ย่อมจะมีสภาพการดำเนินงานที่ต่างกัน บางกลุ่มอุตสาหกรรมมีการดำเนินธุรกิจโดยไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม แต่บางกลุ่มอุตสาหกรรมดำเนินธุรกิจที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมาก เป็นเหตุให้กลุ่มอุตสาหกรรมที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้ความสนใจต่อความรับผิดชอบต่อสังคมมากกว่ากลุ่มอุตสาหกรรมที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (ลัดดา นามดิษฐ์, 2552) ในช่วงที่ผ่านมาพบว่ามีการพัฒนาเศรษฐกิจในภาคอุตสาหกรรมเป็นอย่างมาก เพราะเป็นรายได้หลักของประเทศ ทำให้ความเจริญเติบโตทางด้านอุตสาหกรรมค่อนข้างสูง ส่งผลให้เกิดปัญหาต่อสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างมาก เนื่องจากการพัฒนานั้นเป็นไปอย่างรวดเร็ว อีกทั้งยังขาดจิตสำนึกในการรักษา ดูแล และปกป้องทรัพยากรธรรมชาติ เป็นเหตุให้เกิดปัญหาทางด้านมลพิษ ซึ่งส่งผลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อกิจการ เช่น มลพิษทางน้ำ ได้แก่ ปัญหาน้ำผิวดิน ที่เกิดจากโรงงานอุตสาหกรรม แหล่งชุมชน และการเกษตรประเภทปศุสัตว์ ปล่อยน้ำเสียลงแหล่งน้ำสาธารณะ ปัญหามลพิษทางอากาศ จากการตรวจพบฝุ่นละอองสูงกว่าค่ามาตรฐาน ซึ่งเกิดจากกิจกรรมโรงโม่ เหมืองหิน และปูนซีเมนต์ จะเห็นว่าโรงงานอุตสาหกรรมเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และยังสร้างผลกระทบนี้อย่างต่อเนื่อง เนื่องจากขาดความตระหนักในการจัดการมลพิษที่เกิดขึ้น ดังนั้น องค์กรต่าง ๆ จึงจำเป็นต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) ควบคู่กับการดำเนินธุรกิจ ไม่ใช่เพียงเพื่อให้อยู่ในกระแสโลกเท่านั้น แต่สังคมในปัจจุบันทั้งระดับประเทศและระดับสากลต่างคาดหวังถึงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจเป็นอย่างมาก เนื่องจากสังคมเรียนรู้ว่าธุรกิจที่มุ่งจะสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจนั้นสามารถสร้างผลกระทบเชิงลบ ให้แก่สังคมและสิ่งแวดล้อมได้เป็นอย่างมาก (สถาบันพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน, 2557 : ออนไลน์)

นับตั้งแต่ปี 2557 เป็นต้นมา เรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSR ถูกระบุไว้เป็นหัวข้อหนึ่งที่บริษัทจดทะเบียนจะต้องดำเนินการเปิดเผยข้อมูลข้อมูล โดยได้เปิดทางเลือกให้สามารถเลือกปฏิบัติตามความสมัครใจ องค์กรต่าง ๆ ได้ออกมาส่งเสริมและสนับสนุนให้ธุรกิจมีความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น รวมถึงองค์กรระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐานสากล International Organization for Standardization หรือ ISO ก็ได้ร่วมมือกับภาครัฐและภาคเอกชน ในการออกมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม ISO guidance

Standard on Social responsibility-ISO 26000 โดยมุ่งหวังให้องค์กรบูรณาการความรับผิดชอบต่อสังคมเข้ากับกลยุทธ์ ระบบ และการปฏิบัติงานขององค์กร โดยอยู่บนพื้นฐานของความสมัครใจในการนำไปใช้ และสำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรม (สมอ.) ก็ได้พยายามผลักดันให้ธุรกิจไทยนำ ISO 26000 มาปฏิบัติและมีแนวโน้มที่จะเป็นมาตรฐานที่มีการรับรอง (ราชกิจจานุเบกษา, 2554)

การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (กนอ.) เป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม จัดตั้งขึ้นตามประกาศคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 339 ลงวันที่ 13 ธันวาคม 2515 และตราเป็นพระราชบัญญัติ กนอ. พ.ศ. 2522 ต่อมามีการแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2534 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2539 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2550 และได้มีการแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2562 โดยมีอำนาจหน้าที่ได้แก่ จัดหาที่ดินและพัฒนาเพื่อจัดตั้งเป็นนิคมอุตสาหกรรม และสนับสนุน ส่งเสริมการจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมในรูปแบบการร่วมทุนและร่วมดำเนินงานที่สามารถรองรับการลงทุนของภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการเป้าหมายของประเทศ จัดตั้งและพัฒนาท่าเรืออุตสาหกรรม เพื่อรองรับและสนับสนุนการดำเนินงานของนิคมอุตสาหกรรมตามนโยบายการพัฒนาพื้นที่ของประเทศจัดให้มีบริการระบบสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการประกอบกิจการ ในนิคมอุตสาหกรรม ให้บริการอนุมัติ อนุญาต และกำกับดูแลการประกอบกิจการของผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมด้วยความสะดวก รวดเร็ว โปร่งใส และตรวจสอบได้ จัดให้มีและให้บริการสิทธิประโยชน์ ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรม ควบคุม กำกับดูแล ตลอดจนประสาน การจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยของนิคมฯให้เป็นไปตามกฎหมาย และสร้างความเชื่อมั่นต่อสาธารณชน ทั้งนี้ได้จัดตั้งสำนักบริการเบ็ดเสร็จครบวงจร (One Stop Service Center : OSS) ขึ้นเพื่อให้บริการแบบเบ็ดเสร็จตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการในการทำธุรกิจกับ กนอ. ไม่ว่าจะเป็นการซื้อหรือเช่าที่ดิน การแนะนำพื้นที่ที่เหมาะสมในการตั้งโรงงาน การอนุมัติคำขออนุญาตและการออกใบรับรองที่จำเป็นต่าง ๆ เพื่อการจัดตั้งโรงงานในทุกขั้นตอนโดยง่าย หรือแม้แต่การพัฒนาจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมร่วมกับ กนอ. ผู้นำการพัฒนานิคมอุตสาหกรรมครบวงจร ระดับภูมิภาคด้วยนวัตกรรมสู่ความยั่งยืน โดยวิสัยทัศน์ของ กนอ. มีสิ่งที่ต้องขับเคลื่อนให้เกิดขึ้นในอนาคตประกอบด้วย 2 ประการ ได้แก่ เป็นผู้นำการพัฒนานิคมอุตสาหกรรมครบวงจรระดับภูมิภาคด้วยนวัตกรรม โดยมุ่งเน้นการพัฒนาและการให้บริการสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบวงจรตามความจำเป็นและความต้องการของผู้ประกอบการภายในนิคมอุตสาหกรรม ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อเพิ่มสมรรถนะการแข่งขันของผู้ประกอบการ อันส่งผลให้เกิดการเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันของประเทศในภาพรวมในระดับภูมิภาคโดยมุ่งเน้น การเป็นผู้นำใน 3 ลำดับแรกในกลุ่มประเทศอาเซียน การพัฒนาสู่ความยั่งยืน โดยการสร้างสมดุลด้านเศรษฐกิจ (Economy) สังคม (Social) และสิ่งแวดล้อม (Environment) ในการพัฒนานิคมอุตสาหกรรม ที่สามารถอยู่ร่วมกันอย่างเกื้อหนุนของภาคอุตสาหกรรม สังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม ตามมาตรฐานสากล บนพื้นฐานของคุณธรรมและความโปร่งใส ดังนี้ ความ

ต้องการของผู้ประกอบการภายในนิคม อุตสาหกรรม ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อเพิ่มสมรรถนะการแข่งขันของผู้ประกอบการ อันส่งผลให้เกิดการเพิ่มขีด ความสามารถการแข่งขันของประเทศในภาพรวมในระดับภูมิภาค โดยมุ่งเน้นการเป็นผู้นำใน 3 ลำดับแรกในกลุ่มประเทศอาเซียน อีกทั้งวัฒนธรรมองค์กร SMART ECO เป็นพลังขับเคลื่อนสู่ความยั่งยืน 4 เป้าประสงค์สู่ความสำเร็จแห่งอนาคต กล่าวคือ ให้บริการ ผู้ประกอบการ/นักลงทุนภาคอุตสาหกรรม/SMEs/Startups ชุมชนโดยรอบพื้นที่นิคมฯ ด้วย เทคโนโลยี/นวัตกรรม/ระบบดิจิทัล มุ่งสู่ การเป็น Smart Eco Industrial Estate ตามนโยบาย "Thailand 4.0/Industry 4.0" สู่การเป็นประเทศมั่นคง/มั่งคั่ง/ยั่งยืน พัฒนา นิคมฯ โดยใช้หลัก "นิคมอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ 4.0" มุ่งเน้นพื้นที่ EEC/SEZ และพื้นที่ตามนโยบาย ของรัฐบาล พลิกโฉม บุคลากร/โครงสร้างการบริหารจัดการองค์กรให้ทันสมัย รองรับการเปลี่ยนแปลงสู่โลกแห่งอนาคต

การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (กนอ.) ให้ความสำคัญกับการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม จึงได้นำหลักการตามมาตรฐานสากล ISO 26000 มาเป็นกรอบการดำเนินงานด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์และแผนงาน และโครงการต่าง ๆ ในการดำเนินงานด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) ของ กนอ. มาตั้งแต่ปลายปี 2562 เรื่อยมา ทั้งนี้จากการศึกษาของ อัญชนา กัลยาเรือน (2558) พบว่าหากธุรกิจมีความรับผิดชอบต่อสังคม และได้ทำการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม จะทำให้เกิดผลดีต่อธุรกิจในมุมมองของบุคคลภายนอก ชุมชน เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้ชุมชนว่าหากธุรกิจนั้นมีความรับผิดชอบต่อสังคมและตระหนักถึงชุมชน ชุมชนก็จะเกิดความมั่นใจในการใช้บริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ กนอ.

ที่ผ่านมายังไม่มีการศึกษาใดศึกษาทัศนคติของชุมชน ที่มีต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSR โดยตรง ด้วยเหตุนี้ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะทำการศึกษาทัศนคติของชุมชน ที่มีต่อกิจกรรม ความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSR ของการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาองค์กรให้ประสบผลสำเร็จในการดำเนินงาน อีกทั้งยังเป็นแนวทางให้ผู้ที่สนใจศึกษารวมไปจนถึงองค์กรต่าง ๆ ที่สนใจเพื่อในการนำไปประยุกต์ปรับใช้ต่อไปอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลสูงสุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาทัศนคติของชุมชนที่มีต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSR ของการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของทัศนคติของชุมชนและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSR ของการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
3. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการดำเนินงานกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSR ของการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

ขอบเขตงานวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การวิเคราะห์เรื่องทัศนคติของชุมชน ที่มีต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSR ของการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

ประชากร คือ ประชากรในชุมชนนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรในชุมชนนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อนวิจัยไม่เกินร้อยละ (+/-) 5 ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยใช้สูตร W.G. Cochran ที่ได้จากการสุ่มแบบสะดวก

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา เกี่ยวกับทัศนคติของชุมชนที่มีต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSR ของการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ได้แก่ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติของชุมชน กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSR และข้อมูลการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สร้างขอบเขตตัวแปรทัศนคติของชุมชนที่มีต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSR ของการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรในชุมชนนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา การวิจัยครั้งนี้ใช้เวลาในการศึกษา โดยเริ่มต้นศึกษาตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2565 ถึงเดือนสิงหาคม 2565

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

ทัศนคติถือเป็นคำรูปธรรมที่ผู้คนต่างพูดถึงอย่างแพร่หลาย และถูกนำมาใช้ในเชิงวิชาการมากมาย ในข้อคิดเห็นของผู้วิจัยนั้น ทัศนคติเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้และไม่มีมาตราวัดมากำหนดปริมาณ หรือมีมาตรฐานมากำหนดได้ว่า ทัศนคติของคน ๆ หนึ่งนั้นเป็นเรื่องที่ดี หรือไม่ดี นอกจากนี้ ทัศนคติยังเป็นเรื่องที่อยู่ภายในจิตใจของผู้เป็นเจ้าของความคิด ที่ผ่านกระบวนการคิดวิเคราะห์ จากข้อมูลที่ได้รับ ประสบการณ์ที่พบเจอ หรือสภาพแวดล้อม ซึ่งบุคคลภายนอกไม่สามารถบังคับให้เป็นไปได้ตามที่ต้องการ โดยอาจจะขึ้นอยู่กับสังคม และสภาพแวดล้อมที่เติบโตมาของแต่ละบุคคล นอกจากนี้ ทัศนคติยังนำมาสู่การแสดงออกทางพฤติกรรมของบุคคลอีกด้วย ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับความหมายของทัศนคติจากนักวิชาการทั้งต่างชาติและไทย เพื่อจะได้ทำความเข้าใจได้อย่างถ่องแท้มากยิ่งขึ้น ซึ่งสามารถสรุปความหมายและคำอธิบายเกี่ยวกับทัศนคติตั้งแต่อดีตจนกระทั่งถึงปัจจุบันได้ ดังนี้

(Allport,1995 อ้างใน ธมนวรรณ โชติวิทะกุล, 2563) กล่าวถึงทัศนคติว่า ทัศนคติเป็นสภาวะที่มีก่อนการแสดงออกมาเป็นพฤติกรรม คือ ทัศนคติเป็นสิ่งที่ช่วยเตรียมบุคคลให้รู้จักการสังเกตและการตัดสินใจอย่างเหมาะสมเกี่ยวกับสิ่งที่บุคคลได้ยิน ได้ฟัง แล้วนำมาคิดพิจารณาและแสดงออกมาเป็นการกระทำซึ่งเป็นไปในทางเดียวกัน

ธมนวรรณ โชติวิทะกุล (2563) ให้ความหมายว่า ทัศนคติ คือ ผลผสมผสานระหว่างความนึกคิด ความเชื่อ ความคิดเห็น ความรู้ และความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด คนใดคนหนึ่ง และความรู้สึกเหล่านี้มีแนวโน้มที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่งขึ้นมา

มณีวงษ์ หอมหวาน และประสิพชัย พสุนนท์ (2558) ให้ความหมายว่า ทัศนคติ คือ สภาวะ ความพร้อมทางจิตที่เกี่ยวข้องกับความคิด ความรู้สึก และแนวโน้มของพฤติกรรมของบุคคลที่มีต่อ บุคคลด้วยกัน

มณีรัตน์ อนุโลมสมบัติ (2560) กล่าวว่า ทัศนคติเป็นบุคลิกภาพที่สร้างขึ้นได้ สามารถเปลี่ยนแปลงได้ และเป็นแรงจูงใจที่กำหนดพฤติกรรมของแต่ละบุคคลที่มีต่อสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ที่พบเจอ

Shaw; & Costanzo (1982, อ้างใน มณีวงษ์ หอมหวาน และประสิพชัย พสุนนท์, 2558) กระบวนการของทัศนคติมีลักษณะการประเมินผลเกี่ยวกับแนวความคิดและการตอบสนองต่อสิ่งที่พบเจอซึ่งผลที่ตามมา คือ แต่ละบุคคลจะมีทัศนคติที่แตกต่างกันสามารถเป็นบวก เป็นกลาง หรือเป็นลบก็ได้

องค์ประกอบของทัศนคติ

Gibson (2000 : 103) กล่าวว่า ทัศนคติเป็นส่วนที่ยึดติดแน่นกับบุคลิกภาพของบุคคล ซึ่งบุคคลจะมีทัศนคติที่เป็นโครงสร้างอยู่แล้ว ทางด้านความรู้สึก ความเชื่ออันใดอันหนึ่ง โดยที่องค์ประกอบนี้จะมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ซึ่งหมายความว่าการเปลี่ยนแปลงในองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่ง จะทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในอีกองค์ประกอบหนึ่ง ซึ่งทัศนคติ 3 องค์ประกอบ มีดังนี้

1. ความรู้สึก (Affective) องค์ประกอบด้านอารมณ์หรือความรู้สึกของทัศนคติคือการได้รับ การถ่ายทอด การเรียนรู้มาจากพ่อ แม่ ครู หรือเพื่อน ๆ

2. ความรู้ความเข้าใจ (Cognitive) องค์ประกอบด้านความรู้ ความเข้าใจของทัศนคติจะประกอบด้วย การรับรู้ของบุคคล ความคิดเห็นของบุคคล และความเชื่อของบุคคล หมายถึงกระบวนการคิด ซึ่งเน้นไปที่การใช้เหตุผล และตรรกะ องค์ประกอบที่สำคัญของความรู้ ความเข้าใจ คือความเชื่อในการประเมินผลหรือความเชื่อที่ถูกประเมินผลไว้แล้วโดยตัวเองประเมิน ซึ่งความเชื่อเหล่านี้จะแสดงออกมาจากความประทับใจในการชอบหรือไม่ชอบ ซึ่งบุคคลเหล่านั้นรู้สึกต่อสิ่งของ หรือ บุคคลใดบุคคลหนึ่ง

3. พฤติกรรม (Behavioral) องค์ประกอบด้านความรู้ ความเข้าใจของทัศนคติ จะหมายถึง แนวโน้มหรือความตั้งใจ (Intention) ของคนที่จะแสดงบางสิ่งบางอย่างหรือที่จะกระทำบางสิ่งบางอย่างต่อคนใดคนหนึ่ง สิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในทางใดทางหนึ่ง เช่น เป็นมิตร ให้ความอบอุ่น ก้าวร้าว เป็นศัตรู ฯลฯ โดยที่ความตั้งใจนี้อาจจะถูกวัดหรือประเมินออกมาได้ จากการพิจารณาองค์ประกอบทางด้านพฤติกรรมของทัศนคติ

Schermerhorn (2000 : 76) กล่าวว่า ทัศนคติประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ดังนี้

1. องค์ประกอบด้านความรู้ ความเข้าใจ (Cognitive Component) คือ ทัศนคติที่จะสะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อ ความคิดเห็น ความรู้ และข้อมูลที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งมีความเชื่อจะแสดงให้เห็นถึงความคิดของคนหรือสิ่งของ และข้อสรุปที่บุคคลได้มีต่อบุคคลหรือสิ่งของนั้น ๆ เช่น งานของฉันขาดความรับผิดชอบ ฯลฯ

2. องค์ประกอบด้านอารมณ์ ความรู้สึก (Affective Component) คือ ความรู้สึกเฉพาะอย่างซึ่งเกี่ยวข้องกับผลกระทบส่วนบุคคล ซึ่งได้จากสิ่งเร้าหรือสิ่งที่เกิดก่อนทำให้เกิดทัศนคตินั้น ๆ เช่น ฉันไม่ชอบงานของฉัน ฯลฯ

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) คือ ความตั้งใจที่จะกระทำ

ในทางใดทางหนึ่ง โดยมีรากฐานมาจากความรู้สึกเฉพาะเจาะจงของบุคคล หรือทัศนคติของบุคคล เช่น ฉันกำลังไปทำงานของฉัน ฯลฯ

ประเภทของทัศนคติ

การแสดงออกทางทัศนคติสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท (อำภา เจิ่งฤทธิ์, 2557) คือ

1. ทัศนคติในทางบวก (Positive Attitude) คือ ความรู้สึกต่อสิ่งแวดล้อมในทางที่ดี ยอมรับ หรือพึงพอใจ เช่น นักศึกษาที่มีทัศนคติที่ดีต่อการโฆษณา เพราะวิชาการโฆษณาเป็นการให้บุคคลได้มีอิสระในการใช้ความคิด

2. ทัศนคติในทางลบ (Negative Attitude) คือ การแสดงออกหรือความรู้สึกต่อสิ่งแวดล้อม ในทางที่ไม่ดี ไม่พอใจ ไม่ยอมรับ หรือไม่เห็นด้วย เช่น นิดไม่ชอบคนเลี้ยงสัตว์ เพราะเห็นว่าเป็นการทารุณสัตว์

3. การไม่แสดงออกทางทัศนคติหรือมีทัศนคติเฉย ๆ (Negative Attitude) คือ มีทัศนคติเป็น กลาง อาจจะเพราะว่าไม่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องนั้น ๆ หรือในเรื่องนั้น ๆ เราไม่มีแนวโน้ม ทัศนคติอยู่เดิม หรือไม่มีแนวโน้มทางความรู้ในเรื่องนั้น ๆ มาก่อน เช่น เรามีทัศนคติที่เป็นกลางต่อตู้ไมโครเวฟ เพราะเราไม่มีความรู้เกี่ยวกับโทษหรือประโยชน์ของตู้ไมโครเวฟมาก่อน

จะเห็นได้ว่าการแสดงออกของทัศนคตินั้น เกิดจากการก่อตัวของทัศนคติที่สะสมไว้เป็นความคิดและความรู้สึก จนสามารถแสดงออกมาเป็นพฤติกรรมต่าง ๆ ตามทัศนคติต่อสิ่งเหล่าหรือสถานการณ์นั้น

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม

ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) หรือ บรรษัทบริบาล หมายถึง การดำเนินกิจกรรมภายในและภายนอกองค์กรที่คิดถึงผลกระทบต่อสังคมทั้งในองค์กร และภายนอกองค์กร ด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรหรือทรัพยากรจากภายนอกองค์กรที่จะทำให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข (มูลนิธิสถาบันไทยพัฒน์, 2555: ออนไลน์)

ประเภทของงานความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มด้วยกัน ประกอบด้วย (พิพัฒน์ ยอดพฤติการ, 2553)

1. CSR-After-Process เป็นการดำเนินกิจกรรมที่แยกต่างหากจากการดำเนินธุรกิจที่เป็นกระบวนการหลักของกิจการ (หมายรวมถึงกิจกรรมที่เกิดจากผลต่อเนื่องของกระบวนการดำเนินการธุรกิจ) เช่น การแจกจ่ายสิ่งของบรรเทาสาธารณภัย การบำเพ็ญประโยชน์ต่อสาธารณะและการเยียวยาชุมชนที่ได้รับผลกระทบทางมลพิษจากการประกอบการ

2. CSR-In-Process เป็นการดำเนินด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่อยู่ในกระบวนการหลักของกิจกรรมหรือเป็นการทำธุรกิจที่หากำไรอย่างมีความรับผิดชอบ เช่น การป้องกันหรือการจัดมลพิษในกระบวนการผลิต เพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อชุมชน, การผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานตามข้อกำหนดในฉลากผลิตภัณฑ์, การเปิดเผยข้อมูลผลิตภัณฑ์ต่อผู้บริโภคอย่างถูกต้องครบถ้วน, การชดเชยความเสียหายให้แก่ลูกค้าที่เกิดจากความผิดพลาดและความบกพร่องของพนักงาน ซึ่งการดำเนินการเหล่านี้ ถือเป็นกิจกรรมที่อยู่ในเวลาทำงานปกติของธุรกิจ

3. CSR-As-Process เป็นกิจกรรมที่ดำเนินงานโดยองค์กรที่ไม่แสวงหากำไรให้กับตนเองเป็นหน่วยงานที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อมุ่งสร้างประโยชน์ต่อสังคมเป็นด้านหลัก เช่น มูลนิธิ/สมาคม การกุศลที่เป็นองค์กรสาธารณประโยชน์ องค์กรประชาชนและส่วนราชการ ฯลฯ

แนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินการความรับผิดชอบต่อสังคม ตามมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม

แนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินการความรับผิดชอบต่อสังคม ตามมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO Guidance Standard on Social Responsibility–ISO 26000) จัดทำขึ้นเพื่อให้บริษัท องค์กร หน่วยงาน และสถาบันทั่วโลก รวมไปถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรได้เพิ่มความตระหนักและสร้างความเข้าใจในเรื่องของความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งมาตรฐานดังกล่าวจะเป็นข้อแนะนำ หลักการ และวิธีการของความรับผิดชอบต่อสังคมที่องค์กรพึงปฏิบัติโดยความสมัครใจ ทุกองค์กรสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้โดยไม่ต้องมีการตรวจรับรองมาตรฐาน

ISO 26000 มีหลักการสำคัญ 7 ประการ ดังนี้ (กิตติพงศ์ จิรวัสวงศ์, 2554)

1) ภาระรับผิดชอบ (Accountability) องค์กรจะต้องมีความรับผิดชอบที่สามารถตรวจสอบได้กับผลกระทบที่มีต่อสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม

2) ความโปร่งใส (Transparency) องค์กรจะต้องมีความโปร่งใสในการตัดสินใจ และกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรที่มีผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

3) การปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม (Ethical Behavior) องค์กรจะต้องมีการดำเนินการอย่างมีจริยธรรม

4) การคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสีย (Respect for Stakeholder Interests) องค์กรจะต้องยอมรับ พิจารณา และตอบสนองต่อผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสีย

5) การเคารพต่อหลักนิติธรรม (Respect for the Rule of Law) องค์กรจะต้องยอมรับว่าการเคารพต่อหลักนิติธรรม เป็นข้อบังคับที่สำคัญอย่างมาก

6) การเคารพต่อแนวปฏิบัติสากล (Respect for International Norms of Behavior) องค์กรจะต้องให้การยอมรับต่อแนวปฏิบัติสากล ในขณะที่ต้องยึดมั่นในหลักการของการเคารพต่อหลักนิติธรรมด้วย

7) การเคารพต่อสิทธิมนุษยชน (Respect for Human Right) องค์กรจะต้องให้ความเคารพต่อสิทธิมนุษยชน และยอมรับถึงความสำคัญ และความเป็นสากลของหลักการนี้

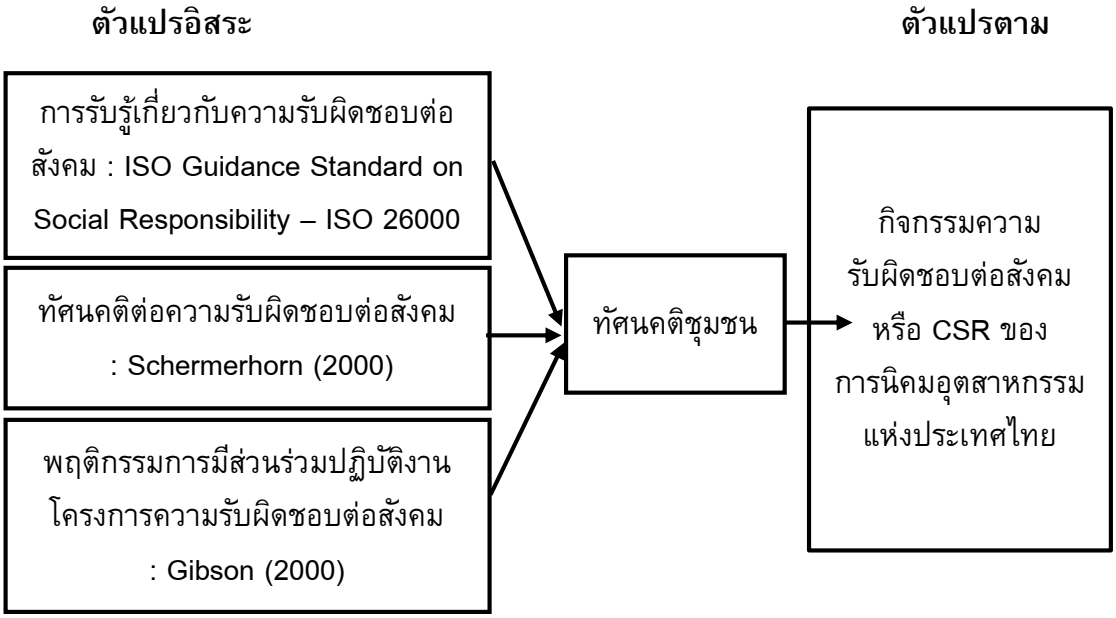
สมมติฐานของการวิจัย

1. ทัศนคติของชุมชนและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSR ของการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยมีความสัมพันธ์กัน

2. ทัศนคติของชุมชนที่มีต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSR ของการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาที่กล่าวมาแล้ว ผู้ศึกษาจึงกำหนดกรอบแนวคิดการศึกษาดังนี้



วิธีการดำเนินงานวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการสำรวจความคิดเห็นโดยใช้แบบสอบถาม เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้ประชากรในการศึกษา คือ ประชากรในชุมชนนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย จำนวนทั้งสิ้น 400 คน

การทดสอบเครื่องมือ

1.ความเที่ยงตรง (Validity) โดยการนำแบบสอบถามเสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา และแก้ไขปรับปรุงคำถามเพื่อให้สามารถวัดได้ตามวัตถุประสงค์และแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

2. ความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการนำแบบสอบถามที่ตรวจสอบแล้วไปทดสอบกับกลุ่มประชากรตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่าของครอนบาค (Cronbach's Reliability Coefficient 1974:161) ต้องอยู่ในเกณฑ์ใช้ได้มีค่าความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวมทั้งฉบับ (Item-Total Correlation) มากกว่า 0.70 และมีค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ทั้งฉบับมากกว่า 0.80

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย

1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลในด้านลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ โดยจะทำการนำเสนอในรูปแบบของตารางแจกแจงค่าร้อยละ (Percentage)

1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวกับทัศนคติของชุมชนที่มีต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSR ของการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย โดยจะทำการนำเสนอในรูปแบบของค่าร้อยค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics**)** เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการทดสอบสมมุติฐาน (Hypothesis testing) โดยใช้เครื่องมือวิเคราะห์ผลทางสถิติ ดังนี้

2.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's product moment Correlation Coefficient) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรตามสมมติฐาน

2.2 การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ ทัศนคติชุมชน กับตัวแปรตาม คือ กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSR ของการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาเชิงพรรณนา แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมี จำนวน 322 คน คิดเป็นร้อยละ 80.5 มีอายุ 26-30 ปี มีจำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.2 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน มีจำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.0 และมีรายได้ต่อเดือน 50,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของชุมชนที่มีต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSR ของการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ทัศนคติของชุมชน พบว่า ด้านการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม ระดับมาก ($\bar{X}$=3.98, S.D.=0.62) ด้านทัศนคติต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ระดับปานมาก ($\bar{X}$=3.55, S.D.=0.89) ด้านพฤติกรรมการมีส่วนร่วมปฏิบัติงานโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม ระดับมาก ($\bar{X}$=3.53, S.D.=0.89)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSR ของการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSR พบว่า ด้านความรับผิดชอบ ระดับมาก ($\bar{X}$=3.67, S.D.=0.71) ด้านความโปร่งใส ระดับมาก ($\bar{X}$=3.91, S.D.=0.63) ด้านการปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม ระดับมาก ($\bar{X}$=3.77, S.D.=0.72) ด้านการเคารพต่อผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ระดับมาก ($\bar{X}$=3.98, S.D.=0.61) ด้านการเคารพต่อหลักนิติธรรม ระดับมาก ($\bar{X}$=3.96, S.D.=0.64) ด้านการเคารพต่อการปฏิบัติตามแนวทางของสากล ระดับมาก ($\bar{X}$=3.62, S.D.=0.73) ด้านการเคารพต่อสิทธิมนุษยชน ระดับมาก ($\bar{X}$=3.86, S.D.=0.78)

2. ผลการศึกษาเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมุติฐาน ได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ทัศนคติของชุมชนและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSR ของ กนอ. มีความสัมพันธ์กัน

ทัศนคติของชุมชนและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSR ของ กนอ. มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ (r = 0.214)

สมมติฐานที่ 2 ทัศนคติของชุมชนที่มีต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSR ของ กนอ.

ค่าความผิดพลาดมาตรฐานต่ำสุดเท่ากับ 0.500 และมีค่าสัมประสิทธิ์ตัวกำหนด R Square ซึ่งแสดงถึงอิทธิพลของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตาม มีค่าเท่ากับ 0.052 แสดงว่าตัวแปรทั้ง 3 ปัจจัยสามารถอธิบายกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSR ของ กนอ. ได้ร้อยละ 5.20 ส่วนที่เหลือร้อยละ 94.80 เกิดจากอิทธิพลจากปัจจัยอื่น

ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของตัวแบบ (Anova) พบว่า F-test มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 แสดงว่ามีปัจจัยอย่างน้อย 1 ปัจจัยที่สามารถนำมาใช้ในการอธิบายทัศนคติของชุมชน หรือตัวแปรอิสระทั้ง 3 ปัจจัยที่มีผลต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSR ของ กนอ. แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมไม่ส่งผลต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSR ของ กนอ. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านทัศนคติต่อความรับผิดชอบต่อสังคมไม่ส่งผลต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSR ของ กนอ. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านพฤติกรรมการมีส่วนร่วมปฏิบัติงานโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมไม่ส่งผลต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSR ของ กนอ. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปและอภิปรายผล

ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมี จำนวน 322 คน คิดเป็นร้อยละ 80.5 มีอายุ 26-30 ปี มีจำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.2 มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน มีจำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.0 และมีรายได้ต่อเดือน 50,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8

ผลการวิเคราะห์ทัศนคติของชุมชนที่มีต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSR ของ กนอ. สรุปได้ดังนี้ ด้านการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม อยู่ในระดับมาก พบว่าองค์กรมีการดำเนินงานที่ให้ความสำคัญต่อสังคมสิ่งแวดล้อม รวมถึงเป็นองค์กรแบบอย่างที่ดีของสังคมมากที่สุด ด้านทัศนคติต่อความรับผิดชอบต่อสังคม อยู่ในระดับมาก พบว่าองค์กรสนับสนุนให้ผู้ปฏิบัติงานมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อแสดงออกถึงการเป็นแบบอย่างที่ดีของสังคมมากที่สุด ด้านพฤติกรรมการมีส่วนร่วมปฏิบัติงานโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม อยู่ในระดับมาก พบว่าการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานเพื่อควบคุมความเสี่ยงต่าง ๆ ให้อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSR ของ กนอ. สรุปได้ดังนี้ ด้านความรับผิดชอบ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 พบว่า กนอ. มีความมุ่งมั่น ในการสร้างความพึงพอใจให้กับประชากรในชุมชนนิคมอุตสาหกรรมมากที่สุด ด้านความโปร่งใส โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 พบว่า กนอ. จะต้องมีการดำเนินงานที่ให้ประชากรในชุมชนนิคมอุตสาหกรรมหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถตรวจสอบได้มากที่สุด ด้านการปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 พบว่า กนอ. สื่อสารการตลาดด้านความเป็นจริง เพื่อความเป็นธรรมแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมากที่สุด ด้านการเคารพต่อผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 พบว่าการดำเนินงานเพื่อสังคมจะบรรลุสำเร็จได้ พนักงานต้องให้ความร่วมมือทั้งองค์กรมากที่สุด ด้านการเคารพต่อหลักนิติธรรม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 พบว่า กนอ. ดำเนินกิจการโดยเคารพและปฏิบัติตามระเบียบกฎหมายอย่างเคร่งครัดมากที่สุด ด้านการเคารพต่อการปฏิบัติตามแนวทางของสากล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 พบว่ามีระบบการตรวจสอบการบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายในที่เป็นมาตรฐานมากที่สุด ด้านการเคารพต่อสิทธิมนุษยชน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 พบว่า กนอ. มีนโยบายด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคลโดยเปิดโอกาสให้ปฏิบัติงานได้รับการฝึกฝนทักษะเพิ่มพูนศักยภาพมากที่สุด

ทัศนคติของชุมชนและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSR ของ กนอ. มีความสัมพันธ์กัน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ทัศนคติของชุมชนและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSR ของ กนอ. มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วริยา ชิวขนาน (2562) ได้ศึกษาเรื่อง การเปิดรับสื่อ ทัศนคติ และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ของบริษัท โกลว์ พลังงาน จำกัด (มหาชน) ภายใต้ กลุ่มจีพีเอสซี ผลการศึกษาพบว่า ทัศนคติที่มีต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท โกลว์ พลังงาน จำกัด (มหาชน)

ทัศนคติของชุมชนที่มีต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSR ของ กนอ. ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านทัศนคติต่อความรับผิดชอบต่อสังคม และด้านพฤติกรรมการมีส่วนร่วมปฏิบัติงานโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมไม่ส่งผลต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSR ของกนอ. ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นุกูล ชิ้นฟัก, วรลักษณ์ ลลิตศศิวิมล, ฐิติพงศ์ เกตุอมร และ ทวียศ พรหมดาเนิน (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ทัศนคติของประชาชนต่อการบริหารงาน ของสำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอแม่ลาน จังหวัดปัตตานีผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เจ้าหน้าที่ร่วมทำกิจกรรมต่าง ๆ กับชุมชน และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน จากทัศนคติของประชาชนที่มีต่อการบริหารงานเรื่องการพัฒนาชุมชนของสำนักงานพัฒนาชุมชนอยู่ในระดับมากในทุก ๆ ด้าน ข้อสังเกต ประชาชนมีความต้องการ การจัดตั้งกลุ่มต่าง ๆ เช่น วิสาหกิจชุมชน แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ชุมชนฐานราก เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ และเป็นแหล่งทำมาหากิน สร้างรายได้ให้กับครัวเรือนและชุมชน ลดปัญหาความยากจน และปัญหาอาชญากรรม

ข้อเสนอแนะ

สำหรับองค์กร ธุรกิจ บริษัท หรือผู้ประกอบการ ควรพิจารณาถึงความสำคัญของการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อตอบโจทย์ประชากรในชุมชนนิคมอุตสาหกรรม โดยสามารถนำแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมมาประยุกต์ใช้กับกลยุทธ์และแผนการดำเนินธุรกิจ และกลยุทธ์ในการสื่อสารขององค์กร เพื่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและเป็นการกระตุ้นการรับรู้ของประชากรในชุมชนนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยอีกด้วย

เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSR ของ กนอ. จึงควรอาศัยการวิจัยโดยการเก็บข้อมูลในรูปแบบอื่น ๆ ประกอบด้วย เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth Interview) และการทำการสัมภาษณ์เฉพาะกลุ่ม (Focus Group)

บรรณานุกรม

จิตรกร ชนะค้า. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการส่งเสริมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมบางพลี. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.

จิรัชญา โยธาอภิรักษ์. (2551). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ปตท จำกัด (มหาชน) และผลของภาพลักษณ์ต่อทัศนคติที่มีต่อตราสินค้า ปตท. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการประชาสัมพันธ์ธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, กรุงเทพฯ

พิพัฒน์ นนทนาธรณ์. (2553). การจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร. กรุงเทพฯ: ธิงค์ บียอนด์ บุ๊คส์.

พรทิพย์ บุญนิพัทธ์. (2531). องค์ประกอบของทัศนคติ. กรุงเทพฯ: เทพนิมิตการพิมพ์.

นรีภา ลิ้มพิมพ์เพราะ. (2558). ทัศนคติ และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ของฝ่ายกิจการสังคม ของผู้ปฏิบัติงานการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย. ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

นุกูล ชิ้นฟัก, วรลักษณ์ ลลิตศศิวิมล, ฐิติพงศ์ เกตุอมร และ ทวียศ พรหมดำเนิน. (2560). ทัศนคติของประชาชนต่อการบริหารงาน ของสำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอแม่ลาน จังหวัดปัตตานี. ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

วราพร ดำจับ. (2563). ความพึงพอใจและทัศนคติของชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อการจัดโครงการกิจกรรมของฝ่ายชุมชนสัมพันธ์ของบริษัท อมตะ ซิตี้ จำกัด. วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี 17(2).

วริยา ชิวขนาน. (2562). การเปิดรับสื่อ ทัศนคติ และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ของบริษัท โกลว์ พลังงาน จำกัด (มหาชน) ภายใต้กลุ่มจีพีเอสซี. ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วัชถนันท์ ปลื้มใจ, ปกรณ์ ลิ้มโยธิน และสิริลักษณ์ ทองพูน. (2559). การรับรู้และทัศนคติที่ประชาชนมีต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัยหาดใหญ่. ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม. (2555). แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ: เมจิกเพรส.

อสงไขย ทยานศิลป์. (2560). ทัศนคติ การรับรู้ และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ของกลุ่มบริษัท สยามพิวรรธน์ จำกัด. ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980). Understanding attitude and predicting social behavior. Englewood cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Allport, G. W. (1976). “Attitude” Attitude Theory and Measurement. New York: John Wiley.

Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in Psychology. Qualitative Research in Psychology, 3(2), 77-101.

Erwin, W. (1976). Participation Management: Concept, Theory and the Implementation. Altanta: Georgia State University.

Fishbein, M. & Ajzen, I. (1975). Belief, attitude, intention and behavior: An Introduction to theory and research. Reading, MA: Addison-Wesley.

Fridgen, J. (1991). Dimensions of tourism. East Lansing, MI: American Hotel and Motel Association Educational Institute.