

ความรับผิดชอบต่อสังคมของชุมชนกลุ่มอุตสาหกรรม บรรจุภัณฑ์ขวดแก้วไทย

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF THAILAND'S GLASS CONTAINER MANUFACTURER GROUP

Received: December 31, 2019

Revised: March 3, 2020

Accepted: March 10, 2020

สยาม เศรษฐบุตร*

Sayam Sethaputra

พิศมัย จารุจิตติพันธ์**

Pisamai Jarujittipant

* นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

* Ph.D. Candidate, Doctor of Philosophy in Management Program, North Bangkok University

* Email: sayam.s@usa.net

** รองศาสตราจารย์ และปริญญาเอก ประจำหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

** Associate Professor and Ph.D., Director of Doctor of Philosophy in Management Program, North Bangkok University

** Email: pisamai.ja@northbkk.ac.thorthbkk.ac.th.

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้านี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความรู้ความเข้าใจและการยอมรับของประชาชนเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของชุมชนกลุ่มอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ขวดแก้วไทย เป็นการวิจัยเชิงสำรวจประชากรที่ทำการศึกษาคือประชาชนในชุมชนที่อาศัยในพื้นที่ที่เป็นเขตที่ตั้งอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ขวดแก้วไทย จำนวน 78,024 คน คำนวณกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ เครจซี่ มอร์แกน ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 412 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการศึกษา พบว่า ประชาชนโดยส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ CSR ที่เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน การยอมรับของประชาชนเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมที่เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน พบว่า การยอมรับอยู่ในระดับมาก การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินการความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่า การมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก และพบว่า การยอมรับมีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับกับการมีส่วนร่วมของประชาชน พบว่า การยอมรับเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการดำเนินงาน การมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้อง และความเต็มใจในการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ: ความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน อุตสาหกรรม

Abstract

This study aims to study the level of public acceptance of social responsibility of the Thai glass bottle packaging industry group. It is a descriptive research. The population in the study was 78,024 people in the communities living in the area that is the location of the Thai glass bottle packaging industry. Calculate the sample group using the formula of Krejcie Morgan. The number of samples was 412 people. Data analysis were frequency, percentage, arithmetic mean. Standard deviation and multiple regression analysis.

The results of the study showed that knowledge and understanding of the public about CSR emphasizing public participation. Most people know Public acceptance regarding social responsibility that emphasizes public participation shows that acceptance is at a high level. Community participation in social responsibility operations showed that participation was at a high level.

The result of the analysis of acceptance that affects the people found that acceptance affects the participation of the people. The results of the analysis of the relationship between acceptance and public participation showed that acceptance about objectives, stakeholders participation and willingness in operation were correlated with public participation. Statistical significance at the level of .01

Keywords: Corporate Social Responsibility, Community, Industry

บทนำ

รัฐบาลได้ประกาศนโยบายปรับโครงสร้างภาคอุตสาหกรรมโดยส่งเสริมและพัฒนาเมืองอุตสาหกรรมเชิงนิเวศเพื่อรองรับการลงทุนด้านอุตสาหกรรม ไปสู่ภาคอุตสาหกรรมที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรม โดยการใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและส่งเสริมด้านความปลอดภัยในโรงงานอุตสาหกรรม ทำให้ภาคอุตสาหกรรมสามารถอยู่ร่วมกับชุมชนและสังคมได้อย่างยั่งยืน กระทรวงอุตสาหกรรม จึงได้ส่งเสริมและพัฒนาภาคอุตสาหกรรมในแนวทางของเมืองอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ (Eco Industrial Town) ซึ่งเน้นการพัฒนาพื้นที่เมืองตามศักยภาพด้านทรัพยากรและโครงสร้างด้านกายภาพเพิ่มผลผลิต สามารถแข่งขันได้ในเชิงธุรกิจการค้า ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมความปลอดภัย และมีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยเน้นการพัฒนาที่สร้างความสมดุลทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ทำให้ภาคอุตสาหกรรมสามารถอยู่ร่วมกับชุมชน สังคม ได้อย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นไปในแนวทาง การพัฒนาเมืองอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ ใน 5 มิติ คือ สังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม กายภาพ และการบริหารจัดการ โดยการส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการดำเนินงานซึ่งเป็นไปตามความมุ่งมั่นของรัฐบาล ที่จะส่งเสริมให้ภาคอุตสาหกรรมขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีด้วยความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม มุ่งสู่ “ประเทศไทย 4.0” จึงได้กำหนดให้กิจกรรมส่งเสริมภาคอุตสาหกรรมได้มีการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมตามยุทธศาสตร์ของกระทรวงอุตสาหกรรม โดยได้ดำเนินโครงการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมมีความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility, Department of Industrial works: CSR-DIW) อย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2551 จนถึงปัจจุบัน มีโรงงานอุตสาหกรรมที่เข้าสู่กระบวนการส่งเสริมให้นำมาตรฐาน CSR-DIW ไปประยุกต์ใช้ และได้รับการยอมรับจากชุมชนและสังคมอย่างกว้างขวางโดยพัฒนาให้การอยู่ร่วมกันระหว่างภาคอุตสาหกรรมและชุมชนเป็นไปอย่างยั่งยืน (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2560)

ภาพรวมอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์แก้วในไทย จากข้อมูลของ Global Data Plt. ระบุว่าในปี 2561 ตลาดบรรจุภัณฑ์แก้วในไทยมีมูลค่ารวม 73.8 พันล้านบาท และมีการใช้บรรจุภัณฑ์จำนวน 10,398.50 ล้านหน่วย เพิ่มขึ้นจากปี 2555 ที่มีมูลค่า 57.8 พันล้านบาท และใช้บรรจุภัณฑ์จำนวน 9,541 ล้านหน่วย คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีอยู่ที่ 4.5% และ 1.1% โดยคาดการณ์ว่าในปี 2565 มูลค่าตลาดบรรจุภัณฑ์แก้วจะเติบโตขึ้นเป็น 84.5 พันล้านบาท และมีการใช้บรรจุภัณฑ์เพิ่มขึ้นเป็น 11,826 ล้านหน่วย เติบโตเฉลี่ยต่อปี 3.2% และ 3.3% ซึ่งการเติบโตยังคงมาจากความต้องการของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มและอาหาร รวมถึง เกล็ดขนมปัง โดยเฉพาะการบริโภคเครื่องดื่มไม่ผสมและผสมแอลกอฮอล์ สำหรับแนวโน้มการผลิตบรรจุภัณฑ์แก้วที่กำลังเกิดขึ้น คือ 1. การเลือกใช้สินค้าที่มีคุณภาพดี (Premiumization) โดยเฉพาะบรรจุภัณฑ์ของใช้ส่วนตัว (Personal Care) และเครื่องดื่มที่ผสมแอลกอฮอล์ 2. การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ให้ความสำคัญต่อสุขภาพ ซึ่งบรรจุภัณฑ์แก้วมีความปลอดภัย และมีแนวโน้มที่จะทำปฏิกิริยาเคมีน้อยกว่าบรรจุภัณฑ์ประเภทอื่น จึงส่งผลให้มีความต้องการเพิ่มขึ้น และ 3. การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งผู้บริโภคกำลังนิยมใช้บรรจุภัณฑ์ที่นำกลับมาใช้ใหม่ได้ (Recyclable Packaging) ซึ่งแก้วสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ทั้งหมด ทำให้มีการใช้บรรจุภัณฑ์แก้วมากขึ้น

การมีส่วนร่วมกับชุมชนรอบโรงงาน ในปัจจุบันมีการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการผลิตมากขึ้น แต่ BGC ก็ยังคงมีการจ้างงานคนในท้องถิ่นที่มีโรงงานตั้งอยู่ โดยรวมกว่า 3,200 คน อีกทั้งโรงงานทุกแห่งก็เป็นที่ยอมรับ ของคนในท้องถิ่น ซึ่งมีความต้องการอยากมาร่วมทำงานด้วย นอกจากการจ้างงาน ยังได้เข้าไปมีส่วนร่วมกับท้องถิ่นในด้านอื่นๆ มีหลายกิจกรรมที่ทำงานร่วมกับภาครัฐและหน่วยงานต่าง ๆ ผ่านทางนโยบายและแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมบริษัทฯ เช่น 1) การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมกลุ่มบริษัทฯ ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับเกี่ยวกับการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัด และกำหนดมาตรการป้องกันและแก้ไขเมื่อเกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม 2) การมีนวัตกรรมและเผยแพร่ นวัตกรรมกลุ่มบริษัทฯ สนับสนุนให้พนักงานมีส่วนร่วมทั้งในระดับกระบวนการทำงานในองค์กร และในระดับความร่วมมือระหว่างองค์กร โดยมีเป้าหมายของนวัตกรรมคือการเปลี่ยนแปลงในเชิงบวก เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมสูงสุด การเผยแพร่ นวัตกรรมถือเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมโดยการสื่อสารและเผยแพร่ให้กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รับทราบทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย 3) การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคมกลุ่มบริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญในการมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบต่อ

ต่อสังคม จึงจัดให้มีโครงการช่วยเหลือและพัฒนาสังคมอย่างต่อเนื่อง โดย สนับสนุนกิจกรรมช่วยเหลือพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน โรงเรียน วัด รวมถึง ส่งเสริมการดำเนินงานด้านจิตอาสา และปลูกจิตสำนึกด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมให้กับพนักงานทุกระดับ (รายงานประจำปี 2561 บริษัท บีจี คอนเทนเนอร์ กลาส จำกัด (มหาชน), 2561)

จากความสำคัญของการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคม ผู้วิจัยจึงเห็นควรที่จะทำการศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมของชุมชนกลุ่มอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ขวดแก้วไทย ให้สามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันควบคู่ไปกับการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความรู้ความเข้าใจของประชาชนเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมที่เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน
2. เพื่อศึกษาระดับการยอมรับของประชาชนเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมที่เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน
3. เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินการความรับผิดชอบต่อสังคม
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการยอมรับของประชาชนเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมกับการมีส่วนร่วมของชุมชน

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง ความรับผิดชอบด้านเศรษฐกิจ ด้านกฎหมาย ด้านจรรยาบรรณ และการกุศลในรูปแบบต่าง ๆ กล่าวคือ เป็นการดำเนินกิจกรรมที่จะนำมาซึ่งผลกำไร โดยถูกต้องตามกฎหมาย ตามหลักจรรยาบรรณและการช่วยเหลือสังคม เป็นการบริหารจัดการที่เป็นการปกป้องและปรับปรุงสวัสดิการของสังคม โดยรวมและผลประโยชน์ขององค์กร เป็นการดำเนินกิจกรรมเพื่อสาธารณะการเป็นประชากรที่ดี ตลอดจนการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน (Carroll, 1991)

ความรู้ความเข้าใจของประชาชนที่เน้นการมีส่วนร่วมนั้น สามารถอธิบายโดยทฤษฎีการเรียนรู้ของบลูม (Bloom, 1956) โดยจำแนกการเรียนรู้ออกเป็น 3 กลุ่ม คือ ด้านพุทธิพิสัย (Cognitive Domain) ที่เกิดการเรียนรู้ด้วยการจำ การเข้าใจ การประยุกต์ การวิเคราะห์ การสังเคราะห์ และการประเมินค่าด้านจิตพิสัย (Affective Domain) เป็นพฤติกรรมกรับรู้ การตอบสนอง การเกิดค่านิยม การจัดระบบและบุคลิกภาพของบุคคล และ ทักษะพิสัย (Psychomotor Domain) เป็นการรับรู้ การกระทำตามแบบการหาความถูกต้อง การกระทำอย่างต่อเนื่อง และความเป็นธรรมชาติ

การมีส่วนร่วม หมายถึง กระบวนการที่สมาชิกของกลุ่มที่มีกระทำออกมาในลักษณะของการทำงานร่วมกัน ในการที่จะแสดงให้เห็นถึงความสนใจและความต้องการร่วมกัน และมีความต้องการที่จะบรรลุเป้าหมายร่วมทางด้านเศรษฐกิจ สังคม หรือการเมือง หรือการดำเนินการร่วมกัน (Stavenhagen, 1970)

โดยสมาชิกของชุมชนต้องเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องใน 4 มิติ ได้แก่

1. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ แบ่งการตัดสินใจนี้ออกเป็น 3 ระยะ คือ 1) การตัดสินใจช่วงเริ่มต้น เป็นการเริ่มต้นหาความต้องการ และวิธีการที่จะเข้าไปมีส่วนร่วม 2) การตัดสินใจในช่วงการดำเนินการ เป็นการจัดลำดับความสำคัญของโครงการ วิธีการดำเนินโครงการที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ที่เข้ามามีส่วนร่วม 3) ตัดสินใจในช่วงปฏิบัติการ มีการรวมตัวขององค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดเกณฑ์สำหรับปฏิบัติกิจกรรมในโครงการ

2. การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติแบ่งได้ 3 ทาง คือ 1) การมีส่วนร่วมในการสนับสนุนด้านทรัพยากร คือการบริจาคเงินและวัสดุต่าง ๆ แสดงให้เห็นถึงการมีส่วนร่วม 2) การมีส่วนร่วมในการบริหารคนในองค์กรสามารถรวมตัวกันร่วมในด้านการปฏิบัติงาน ทำหน้าที่ช่วยประสานงานต่าง ๆ 3) การมีส่วนร่วมในการประสานงานและขอความร่วมมือ การขอความร่วมมือโดยต้องพิจารณาผลเสียที่จะเกิดขึ้นและผลกระทบต่อบุคคลในองค์กรที่เข้าร่วมโครงการ

3. การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ แบ่งได้ 3 ชนิด คือ 1) ผลประโยชน์ด้านวัตถุ ความต้องการขั้นพื้นฐานของบุคคล 2) ผลประโยชน์ด้านสังคม เป็นความต้องการด้านพื้นฐานด้านสาธารณะ การบริการหรือความพึงพอใจจากสาธารณูปโภค

4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล แบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ 1) การมีส่วนร่วมทางตรง 2) การมีส่วนร่วมทางอ้อม

ทั้งนี้การมีส่วนร่วมของประชาชนจะอยู่ในระดับใดนั้นสามารถพิจารณาเรียงลำดับการมีส่วนร่วมตามแนวคิดการมีส่วนร่วมของ อาร์นสไตน์ (Arnstein) (อ้างถึงใน อรทัย ก๊กผล, 2522, น.20) ซึ่งได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับ “ขั้นบันไดของการมีส่วนร่วมของพลเมือง หรือ Ladder of Citizen Participation รวม 8 ขั้น ประกอบด้วย ขั้นการควบคุม ขั้นการรักษา ขั้นการให้ข้อมูล ขั้นการรับฟังความคิดเห็น ขั้นการปรึกษาหารือ ขั้นการเป็นหุ้นส่วน ขั้นมอบอำนาจ และขั้นอำนาจพลเมือง แนวคิดของอาร์นสไตน์ได้ถูกนำไปใช้อย่างแพร่หลายและมีความสอดคล้องกับสาระสำคัญของรัฐธรรมนูญไทยฉบับ พ.ศ. 2550 แนวคิดของถวิลวดี บุรีกุล (2551, น.8-10) เกี่ยวกับระดับการให้ข้อมูล ระดับการเปิดรับความเห็นของประชาชน ระดับการปรึกษาหารือ ระดับการวางแผนร่วมกัน ระดับการร่วมปฏิบัติ และร่วมติดตามตรวจสอบ ประเมินผล ซึ่งถือเป็นระดับที่มีผู้เข้าร่วมน้อย แต่มีความสำคัญมาก และระดับสูงสุดคือ นอกจากนั้นในผลงานวิจัยเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารเทศบาลเมือง ของพิศมัย จารุจิตติพันธ์ และเกียรติชัย วีระญาณนนท์ (2559, น.157-158) ยังได้กล่าวถึงการมีส่วนร่วมของกิจกรรมในการพัฒนาชุมชนของประชาชนว่าการมีส่วนร่วมในขั้นแรกๆ จะสูงกว่าการมีส่วนร่วมในขั้นหลังและผลงานวิจัยเกี่ยวกับ การมีส่วนร่วมสาธารณะในการบริหารเทศบาลตำบลในเขตพื้นที่ภาคเหนือของ ตะวัน กาญจนะโกมล และ พิศมัย จารุจิตติพันธ์ (2561, น.73-74) ซึ่งมีประเด็นสำคัญว่า การมีส่วนร่วมในขั้นต้นในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนาจะอยู่ในระดับมากกว่าการมีส่วนร่วมด้านการตัดสินใจใช้ทรัพยากร การเพิ่มอำนาจประชาชน และการประเมินกำกับ ติดตาม และประเมินผล

กรอบแนวคิด

ตัวแปรอิสระ

การยอมรับของประชาชนเกี่ยวกับ

ความรับผิดชอบต่อสังคมที่เน้น

การมีส่วนร่วมของประชาชน

- การเห็นด้วยกับวัตถุประสงค์ของการดำเนินงาน CSR
- การเห็นด้วยกับลักษณะการดำเนินงาน CSR ที่ดี
- เห็นด้วยกับการมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องในการทำ CS
- ความเต็มใจในการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน CSR

ตัวแปรตาม

การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินการ

ความรับผิดชอบต่อสังคม

- การร่วมคิดร่วมวางแผน
- ร่วมลงมือปฏิบัติ
- ร่วมปันผลประโยชน์
- ร่วมติดตามประเมินผล

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

วิธีดำเนินการการวิจัย

ประชากร คือ ประชาชนในชุมชนที่อาศัยในพื้นที่ที่เป็นเขตที่ตั้งอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ขวดแก้วไทย ซึ่งประกอบด้วย บริษัท บางกอกกลาส จำกัด (มหาชน) บริษัท สยามกลาส อินดัสทรี จำกัด และบริษัท ไทยกลาส อินดัสทรี จำกัด (มหาชน) รวม 3 เขต ได้แก่ เขต ต.บึงยี่โถ อ.ธัญบุรี จ.ปทุมธานี จำนวน 4 หมู่บ้าน เขต ต.บางหัวเสือ อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ จำนวน 13 หมู่บ้าน และเขต ต.หนองปรือ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ จำนวน 3 หมู่บ้าน จำนวนประชากร มีจำนวนทั้งสิ้น 78,024 คน (ศูนย์ข้อมูลประเทศไทย, 2559: ออนไลน์)

กำหนดขนาดตัวอย่างได้จำนวนทั้งสิ้น 412 คนซึ่งกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณตัวอย่างของ เครจซี มอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970, pp.608-609)

ตารางที่ 1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจากประชากร

เขตอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ขวดแก้วไทย	จำนวนประชากร	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละประชากร
1) เขต ต.บึงยี่โถ อ.ธัญบุรี จ.ปทุมธานี จำนวน 4 หมู่บ้าน	30,322	148	38.86
2) เขต ต.บางหัวเสือ อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ จำนวน 13 หมู่บ้าน	45,215	221	57.95
3) เขต ต.หนองปรือ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ จำนวน 3 หมู่บ้าน	2,487	13 -----► 43	3.19
รวม	78,024	382 -----► 412	100

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ปัจจัยสภาพเศรษฐกิจและสังคมของประชาชนประกอบด้วย เพศ อาชีพ ตำแหน่งงาน ระดับการศึกษา อายุ รายได้ ประสิทธิภาพระยะเวลาที่อาศัย/ ทำงานในชุมชน แบบสอบถามมีคำถามแบบปลายปิด เป็นแบบสอบถามที่ให้ผู้ตอบเลือกตอบตามสภาพจริง ส่วนที่ 2 ระดับความรู้ ความเข้าใจ และการยอมรับของประชาชนเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมและการมีส่วนร่วมของประชาชน ส่วนที่ 3 การมีส่วนร่วมของชุมชนในความรับผิดชอบต่อสังคม

การหาความเชื่อมั่น (reliability) ของเครื่องมือ (แบบสอบถาม) โดยการนำแบบสอบถามที่ปรับแก้ไขแล้วตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญในขั้นตอน 2.1 กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ตัวอย่าง โดยการคำนวณหาค่า “สัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น” (coefficient of reliability) โดยใช้สูตรการคำนวณค่าแอลฟาของครอนบัส (Cronbach's alpha) ได้เท่ากับ 0.772 ซึ่งมากกว่า 0.7 แสดงว่าเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไป พบว่า ประชาชนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีจำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 54.4 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 45 ปี มีจำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 35.9 ส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า 118 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6 ส่วนใหญ่มีอาชีพหลักเป็นพนักงานบริษัท จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 37.6 ส่วนใหญ่ไม่มีอาชีพรอง 248 คน คิดเป็นร้อยละ 60.2 ส่วนใหญ่มีรายได้รวมต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 44.2 ส่วนใหญ่ประสบการณ์การทำงาน 10 ปีขึ้นไป จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ใน

ภาคกลางจำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในชุมชนที่ใกล้เคียงกับบริษัท บริษัท บางกอกกล๊าส จำกัด (มหาชน) จำนวน 210 คิดเป็นร้อยละ 51.0 ประสพการณ์และความเกี่ยวข้องในการทำ CSR ร่วมกับบริษัทส่วนใหญ่ไม่เคยมีประสบการณ์ในการทำ CSR ร่วมกับบริษัทจำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 59.2

ความรู้ความเข้าใจของประชาชนเกี่ยวกับ CSR ที่เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน พบว่า กลุ่มตัวอย่างของประชากรที่ตอบแบบสอบถามร้อยละ 73.1 มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการทำ CSR ซึ่งถือว่า มีระดับความรู้ความเข้าใจปานกลาง โดยกลุ่มตัวอย่างมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความหมายของ CSR มากที่สุดคือ ร้อยละ 76.3 รองลงมาคือ มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับลักษณะการดำเนินงานของ CSR ที่ดี ร้อยละ 75.6 และ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลกระทบจากการดำเนินกิจกรรม CSR ร้อยละ 74.4 และ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของ CSR ร้อยละ 66.2 โดยมีประเด็นความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ วัตถุประสงค์ที่กลุ่มตัวอย่างไม่รู้อย่างมากที่สุดถึงร้อยละ 60.2 คือ การทำ CSR เพื่อให้ประชาชนในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น

ตารางที่ 2 ความรู้ความเข้าใจของประชาชนเกี่ยวกับ CSR ที่เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน

ความรู้และความเข้าใจ	รู้ จำนวน (%)	ไม่รู้ จำนวน (%)	ไม่แน่ใจ จำนวน (%)
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความหมายความรับผิดชอบ ต่อสังคม CSR (รวม)	249(60.4)	117(28.5)	46 (10.5)
1. CSR คือการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ภายใต้หลัก คุณธรรมและการจัดการที่ดี	360 (87.4)	34 (8.3)	18 (4.4)
2. การดำเนินกิจกรรม CSR คือการดำเนินกิจกรรมที่ก่อ ให้เกิดประโยชน์/ไม่สร้างภาระในการดำเนินงาน	343 (83.3)	37 (9.0)	32 (4.5)
3. การดำเนินกิจกรรม CSR คือการดำเนินการของ องค์กรที่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชนบริเวณโดยรอบที่ ดำเนินธุรกิจอยู่	326 (79.1)	42 (10.2)	44 (10.7)
4. CSR คือการดำเนินการควบคุมการผลิตขององค์กรไม่ ให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อชุมชนรอบโรงงาน	311 (75.5)	45 (10.9)	56 (13.6)
5. CSR คือการบริจาคสิ่งของให้กับชุมชน	69 (16.7)	274 (66.5)	68 (16.3)
6. CSR คือการดำเนินกิจกรรมในการพัฒนาชุมชนที่ บริษัททำเฉพาะในช่วงปีใหม่/ช่วงเทศกาล	83 (20.1)	272 (66.0)	57 (13.6)
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของ CSR (รวม)	266(62.9)	96(23.3)	50(12.0)
1.เพื่อปรับปรุง และพัฒนาคุณภาพด้านสิ่งจำเป็นพื้นฐาน ของประชาชน	324 (78.6)	48 (11.7)	40 (9.5)
2.เพื่อปรับปรุง และพัฒนาคุณภาพด้านการศึกษาของ ประชาชนในชุมชน	315 (76.5)	53 (12.9)	44 (10.4)
3.เพื่อปรับปรุง และพัฒนาคุณภาพด้านสิ่งแวดล้อมใน ชุมชน	330 (80.1)	46 (11.2)	36 (8.8)

ตารางที่ 2 ความรู้ความเข้าใจของประชาชนเกี่ยวกับ CSR ที่เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน (ต่อ)

ความรู้และความเข้าใจ	รู้ จำนวน (%)	ไม่รู้ จำนวน (%)	ไม่แน่ใจ จำนวน (%)
4.เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรมของประชาชนในชุมชน	298 (72.3)	60 (14.6)	54 (12.9)
5.เพื่อให้องค์กรที่ดำเนินงาน CSR สามารถอยู่ร่วมกับชุมชนในระยะสั้นได้	82 (19.9)	276 (67.0)	55 (13.1)
6.เพื่อให้ประชาชนในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น	248 (60.2)	93 (22.6)	71 (17.0)
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับลักษณะการดำเนินงาน CSR ที่ดี (รวม)	241(75.7)	126(13.3)	42(16.0)
1.การดำเนินงาน CSR มีความสอดคล้องกับการดำเนินงานขององค์กร	297 (72.1)	69 (16.7)	46 (10.3)
2.การดำเนินงาน CSR มีเป้าหมายที่ชัดเจนสามารถปฏิบัติให้เกิดผลแก่ชุมชนได้จริง	301 (73.1)	67 (16.3)	43 (10.4)
3.เปิดโอกาสให้บุคลากรในองค์กร/ประชาชนมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน CSR	367 (89.1)	24 (5.8)	16 (3.9)
4. เป้าหมายในการดำเนินงาน CSR มีความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของชุมชน	340 (82.5)	30 (7.3)	37 (9.9)
5.การดำเนินงาน CSR เอื้อต่อการอยู่ร่วมกับสังคมในระยะสั้น	76 (18.4)	278 (67.5)	52 (12.6)
6.การทำ CSR สนับสนุนให้ประชาชนทุกคนในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น	62 (15.0)	286 (69.4)	59 (14.1)
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลกระทบจากการดำเนินกิจกรรม CSR (รวม)	229(55.0)	137(33.6)	47(10.7)
1.ทำให้สามารถนำความรู้/หลักการที่ได้รับจากการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมไปประยุกต์ใช้ในการดำรงชีวิตโดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของชุมชนมากขึ้น	300 (72.8)	58 (13.3)	54 (12.4)
2.ทำให้มีการปฏิบัติงานหรือดำเนินงานต่างๆ โดยมุ่งเน้นประโยชน์ขององค์กรมากขึ้น	308 (74.8)	69 (16.0)	35 (7.8)
3.ทำให้มีการปฏิบัติงานหรือดำเนินงานต่างๆ โดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วม/การทำงานกลุ่ม/การมีเครือข่ายมากขึ้น	330 (79.4)	48 (10.9)	36 (8.0)
4.ทำให้องค์กรและชุมชนเจริญเติบโตพร้อมกันไปอย่างยั่งยืน	320 (76.9)	56 (18.9)	38 (8.5)
5.ทำให้ประชาชนในชุมชนมีค่าใช้จ่ายในการดำรงชีวิตลดลง	57 (13.1)	303 (72.8)	54(12.1)
6.ทำให้ประชาชนทุกคนในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น	56 (12.9)	290(69.7)	66 (15.5)
รวม	246 (63.5)	119(24.7)	46(49.0)

การยอมรับของประชาชนเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมที่เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน พบว่า การยอมรับเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการดำเนินงาน CSR มีค่า $\bar{X}$ เท่ากับ 3.88 มีค่า S.D. เท่ากับ .828 การยอมรับอยู่ในระดับมาก การยอมรับเกี่ยวกับลักษณะการดำเนินงาน CSR ที่ดี มีค่า $\bar{X}$ เท่ากับ 3.91 มีค่า S.D. เท่ากับ .815 การยอมรับอยู่ในระดับมาก การยอมรับเกี่ยวกับการมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องในการดำเนินงาน CSR มีค่า $\bar{X}$ เท่ากับ 3.87 มีค่า S.D. เท่ากับ .839 การยอมรับอยู่ในระดับมาก ความเต็มใจในการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน CSR มีค่า $\bar{X}$ เท่ากับ 3.86 มีค่า S.D. เท่ากับ .839 การยอมรับอยู่ในระดับมาก การยอมรับของประชาชนเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมที่เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน ค่า $\bar{X}$ เท่ากับ 3.89 ค่า S.D. เท่ากับ .571 การยอมรับอยู่ในระดับมาก ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การยอมรับของประชาชนเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมที่เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน

การยอมรับ	$\bar{X}$	S.D	ระดับการยอมรับ
การยอมรับเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการดำเนินงาน CSR (รวม)	3.88	.828	มาก
1.การดำเนินงาน CSR ที่มุ่งให้เกิดการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพของสิ่งจำเป็นพื้นฐานของประชาชนในชุมชน	3.91	.919	มาก
2.การดำเนินงาน CSR ที่มุ่งให้เกิดการปรับปรุง และพัฒนาคุณภาพการศึกษาของประชาชนในชุมชน	3.89	.815	มาก
3.การดำเนินงาน CSR ที่มุ่งให้เกิดการปรับปรุง และพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในชุมชน	3.88	.799	มาก
4.การดำเนินงาน CSR ที่มุ่งให้เกิดการส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรมในชุมชน	3.82	.835	มาก
5.องค์กรที่ทำ CSR สามารถอยู่ร่วมกับประชาชนในชุมชนได้	3.88	.771	มาก
การยอมรับเกี่ยวกับลักษณะการดำเนินงาน CSR ที่ดี (รวม)	3.91	.815	มาก
1.การดำเนินงาน CSR ที่มีความสอดคล้องกับการดำเนินงานขององค์กร	3.91	.810	มาก
2.เป้าหมายการดำเนินงาน CSR ที่สามารถปฏิบัติให้เกิดผลแก่ชุมชนได้จริง	3.96	.807	มาก
3.การเปิดโอกาสให้บุคลากรในองค์กรมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน CSR	3.95	.838	มาก
4.การเปิดโอกาสให้ประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน CSR	3.91	.838	มาก
5.เป้าหมายในการดำเนินงาน CSR มีความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของชุมชน	3.84	.784	มาก
การยอมรับเกี่ยวกับการมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องในการดำเนินงาน CSR (รวม)	3.87	.839	มาก
1.การมีส่วนร่วมในการมุ่งเน้นการร่วมคิดร่วมวางแผนของประชาชนในชุมชน	3.86	.800	มาก
2.การมุ่งเน้นการร่วมลงมือปฏิบัติในการดำเนินงาน CSR ของประชาชนในชุมชน	3.94	.798	มาก

ตารางที่ 3 การยอมรับของประชาชนเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมที่เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน (ต่อ)

การยอมรับ	$\bar{X}$	S.D	ระดับการยอมรับ
3.การดำเนินงาน CSR ที่มีการมุ่งเน้นการปันผลประโยชน์ให้กับประชาชนในชุมชน	3.86	.855	มาก
4.เห็นด้วยกับการมุ่งเน้นการร่วมติดตามประเมินผลการดำเนินงาน CSR ของประชาชนในชุมชน	3.81	.903	มาก
ความเต็มใจในการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน CSR (รวม)	3.86	.839	มาก
1.การร่วมคิดร่วมวางแผนการดำเนินงาน CSR ของประชาชนในชุมชน	3.92	.817	มาก
2.ร่วมลงมือปฏิบัติในการดำเนินงาน CSR ด้วยความจริงจัง	3.91	.833	มาก
3.ปันผลประโยชน์ในการดำเนินงาน CSR ร่วมกันของประชาชนในชุมชน	3.84	.856	มาก
4.เข้าร่วมติดตามประเมินผลการดำเนินงาน CSR ขององค์กร	3.78	.848	มาก
รวม	3.89	.571	มาก

ตารางที่ 4 การมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมที่เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน

การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินการความรับผิดชอบต่อสังคม	$\bar{X}$	S.D	ระดับการมีส่วนร่วม
การมีส่วนร่วมในการร่วมคิดร่วมวางแผน (รวม)	3.84	0.87	มาก
1.การมีส่วนร่วมของประชาชนในการเสนอความคิดเห็นในการวางแผนกลยุทธ์	3.81	.829	มาก
2.การมีส่วนร่วมของประชาชนในการวางแผนการดำเนินงาน	3.86	.866	มาก
3.การมีส่วนร่วมของประชาชนในการวางแผนติดตามการปรับปรุงแก้ไข	3.82	.910	มาก
4.การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา ตลอดจนการดำเนินงาน CSR	3.81	.913	มาก
การมีส่วนร่วมในการร่วมลงมือปฏิบัติ (รวม)	3.79	.877	มาก
1.มีการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงาน CSR หรือ จัดโครงการ/กิจกรรม	3.76	.862	มาก
2.การเข้าร่วมในโครงการ/ กิจกรรม CSR กับองค์กร	3.84	.867	มาก
3.การมีส่วนร่วมในการสนับสนุนทรัพยากรในการดำเนินงาน CSR	3.80	.884	มาก
4.การมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ชักชวนประชาชนในพื้นที่ให้เข้าร่วมโครงการ/กิจกรรม /CSR	3.77	.901	มาก
การมีส่วนร่วมในการร่วมปันผลประโยชน์ (รวม)	3.87	.784	มาก
1.การดำเนินงาน CSR สามารถสร้างรายได้ให้กับครอบครัวและชุมชน	3.78	.717	มาก
2.การดำเนินงาน CSR สามารถตอบสนองต่อความจำเป็นในการพัฒนาชุมชนในด้านต่างๆ	3.94	.772	มาก

ตารางที่ 4 การมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมที่เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน (ต่อ)

การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินการความรับผิดชอบต่อสังคม	$\bar{X}$	S.D	ระดับการมีส่วนร่วม
3.การดำเนินงาน CSR ช่วยแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ให้กับชุมชน	3.92	.836	มาก
4.การดำเนินงาน CSR ช่วยสร้างเสริมให้เกิดความรักความสามัคคีในชุมชน	3.83	.811	มาก
การมีส่วนร่วมในการร่วมติดตามประเมินผล (รวม)	3.71	.905	มาก
1.มีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน CSR	3.65	.844	มาก
2.มีส่วนร่วมในการแต่งตั้งตัวแทนชุมชนเพื่อเป็นคณะกรรมการตรวจสอบด้านความโปร่งใสในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม	3.76	.869	มาก
3.มีส่วนร่วมในการประเมินความสำเร็จในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม	3.72	.930	มาก
4.มีบทบาทในการเสนอแนวทาง และการดำเนินการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน CSR	3.71	.978	มาก
รวม	3.80	.642	มาก

ผลการวิเคราะห์การยอมรับที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน พบว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความหมายความรับผิดชอบต่อสังคม CSR มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน ร้อยละ 37.5 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของ CSR มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน ร้อยละ 39.1 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับลักษณะการดำเนินงาน CSR ที่ดี มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน ร้อยละ 36.3 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลกระทบจากการดำเนินกิจกรรม CSR มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน ร้อยละ 57.6การยอมรับมีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน ร้อยละ 58.7

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับกับการมีส่วนร่วมของประชาชน

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
การยอมรับกับการมีส่วนร่วมในการร่วมคิดร่วมวางแผน					
Constant	.647	.198		3.277	.001**
ACC1 การยอมรับเกี่ยวกับวัตถุประสงค์	.333	.063	.273	5.277	.000**
ACC3 การยอมรับการมีส่วนร่วม	.014	.058	.096	1.794	.073
ACC4 ความเต็มใจในการมีส่วนร่วมดำเนินงาน	.384	.054	.363	7.139	.000**
Adjusted R ² = .401 F = 92.434 SEE = .59751 Sig. = .000** α = .05					
การยอมรับกับการมีส่วนร่วมในการร่วมลงมือปฏิบัติ					
Constant	.545	.185		2.954	.003**
ACC1 การยอมรับเกี่ยวกับวัตถุประสงค์	.224	.059	.187	3.809	.000**
ACC3 การยอมรับการมีส่วนร่วม	.158	.054	.149	2.932	.004**
ACC4 ความเต็มใจในการมีส่วนร่วมดำเนินงาน	.456	.050	.440	9.092	.000**
Adjusted R ² = .458 F = 116.288 SEE = .55823 Sig. = .000** α = .05					

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับกับการมีส่วนร่วมของประชาชน (ต่อ)

ตัวแปร	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
การยอมรับกับการมีส่วนร่วมในการร่วมปันผลประโยชน์					
Constant	.1.338	.174		7.685	.000**
ACC1 การยอมรับเกี่ยวกับวัตถุประสงค์	.134	.056	.129	2.410	.016*
ACC3 การยอมรับการมีส่วนร่วม	.247	.051	.269	4.854	.000**
ACC4 ความเต็มใจในการมีส่วนร่วมดำเนินงาน	.272	.048	.301	5.719	.000**
Adjusted R ² = .362 F = 78.314 SEE = .52627 Sig. = .000** α = .05					
การยอมรับกับการมีส่วนร่วมในการร่วมติดตามประเมินผล					
Constant	.387	.202		1.921	.055
ACC1 การยอมรับเกี่ยวกับวัตถุประสงค์	.339	.064	.272	5.274	.000**
ACC3 การยอมรับการมีส่วนร่วม	.172	.059	.156	2.923	.004**
ACC4 ความเต็มใจในการมีส่วนร่วมดำเนินงาน	.348	.055	.319	6.293	.000**
Adjusted R ² = .409 F = 96.218 SEE = .60942 Sig. = .000** α = .05					
การยอมรับกับการมีส่วนร่วม					
Constant	.732	.143		5.124	.000**
ACC1 การยอมรับเกี่ยวกับวัตถุประสงค์	.258	.046	.255	5.643	.000**
ACC3 การยอมรับการมีส่วนร่วม	.171	.042	.190	4.086	.000**
ACC4 ความเต็มใจในการมีส่วนร่วมดำเนินงาน	.364	.039	.413	9.322	.000**
Adjusted R ² = .548 F = 165.707 SEE = .43180 Sig. = .000** α = .05					

จากการพิจารณาปัจจัยด้านการยอมรับที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินการ ความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่า การยอมรับเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ การยอมรับการมีส่วนร่วม และ ความเต็มใจในการมีส่วนร่วมดำเนินงาน ร่วมกันอธิบายการเปลี่ยนแปลงของการมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินงาน ได้อย่างมีนัยสำคัญ ร้อยละ 54.80 และเมื่อพิจารณาการมีส่วนร่วมรายด้าน พบว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 3 ตัวแปร สามารถอธิบายการมีส่วนร่วมในการร่วมคิดร่วมวางแผน การมีส่วนร่วมลงมือปฏิบัติ การมีส่วนร่วมปันผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมติดตามประเมินผล ได้อย่างมีนัยสำคัญ ร้อยละ 40.1 ร้อยละ 45.8 ร้อยละ 36.2 และ ร้อยละ 40.9 ตามลำดับ โดยพบว่า การเปลี่ยนแปลงของ ACC1 การยอมรับเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ ACC3 การยอมรับการมีส่วนร่วม และ ACC4 ความเต็มใจในการมีส่วนร่วมดำเนินงาน มีผลให้การมีส่วนร่วมในทุกด้านเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกัน

สรุปผลการวิจัย

ความรู้ความเข้าใจของประชาชนเกี่ยวกับ CSR ที่เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน พบว่า ประชาชนโดยส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความหมาย ความรับผิดชอบ ต่อสังคม CSR ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของ CSR ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับลักษณะการดำเนินงาน CSR ที่ดี ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลกระทบจากการดำเนินกิจกรรม CSR ความรู้และความเข้าใจของประชาชนเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมที่เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน

การยอมรับของประชาชนเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมที่เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน พบว่าการยอมรับเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการดำเนินงาน CSR การยอมรับเกี่ยวกับลักษณะการดำเนินงาน CSR ที่ดี มีการยอมรับเกี่ยวกับการมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องในการดำเนินงาน CSR ความเต็มใจในการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน CSR และการยอมรับของประชาชนเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมที่เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน การยอมรับอยู่ในระดับมาก

การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินการความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่า การมีส่วนร่วมในการร่วมคิดร่วมวางแผน การมีส่วนร่วมในการร่วมลงมือปฏิบัติ การมีส่วนร่วมในการร่วมปันผลประโยชน์ การมีส่วนร่วมในการร่วมติดตามประเมินผล และการมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินการความรับผิดชอบต่อสังคม การมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับกับการมีส่วนร่วมของประชาชน พบว่า การยอมรับเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการดำเนินงาน CSR การยอมรับเกี่ยวกับการมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องในการดำเนินงาน CSR และความเต็มใจในการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน CSR มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

อภิปรายผล

ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ CSR ที่เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในระดับปานกลาง เพราะ กลุ่มบริษัทมุ่งให้เกิดการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพของสิ่งจำเป็นพื้นฐานของประชาชนในชุมชนโดยมีการสร้างฐานเศรษฐกิจให้กับชุมชนใกล้เคียงไม่ว่าจะเป็นทางตรงและทางอ้อม โดยบริษัทเล็งเห็นว่าการรับพนักงานเข้าทำงาน โดยส่วนใหญ่แล้วจะพิจารณาความสามารถของบุคลากรในชุมชนเป็นหลัก โดยจะรับคนในชุมชนเข้าทำงานเพื่อจะได้กระจายรายได้สู่ชุมชน นอกจากนี้ทางบริษัทยังมุ่งให้เกิดการปรับปรุง และพัฒนาคุณภาพการศึกษาของประชาชนในชุมชนโดยเปิดโอกาสให้ประชาชนศึกษาหาความรู้โดยมีการให้มหาวิทยาลัยมาเปิดสอนภาคเสาร์อาทิตย์ที่วัดเขียนเขตในชุมชน บริษัทยังสนับสนุนให้คนในชุมชนส่งบุตรหลานเข้าโครงการรับทุนการศึกษา โดยจะพิจารณาจากผลการเรียนและฐานะทำให้บุตรหลานของคนในชุมชนมีการศึกษาและนำความรู้กลับมาพัฒนาภูมิปัญญาทำให้พื้นที่ชุมชนมีการพัฒนาทางเศรษฐกิจได้อย่างสอดคล้องกับ (Jiang & Wong, 2016) ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร เป็นแกนหลักของความยั่งยืน การคุ้มครองสิ่งแวดล้อม คุณภาพและความปลอดภัยชุมชนท้องถิ่น ซึ่งการที่ประชาชนยังมีความความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของ CSR ไม่สมบูรณ์ จะทำให้ประชาชนอาจเข้ามามีส่วนร่วมกับการดำเนินกิจกรรม CSR ของบริษัทต่อไป ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีการเรียนรู้ของบลูม (Bloom, 1956) ที่ต้องเริ่มต้นจากการสร้างพุทธิพิสัย จิตพิสัย และทักษะพิสัย ด้านความรู้ความเข้าใจให้กับประชาชน เพื่อให้ประชาชนสามารถดำเนินการพัฒนาตนเองสู่การมีส่วนร่วมอย่างถูกต้องเหมาะสมกับสถานการณ์ และเกิดการมีส่วนร่วมอย่างยั่งยืนต่อไป

การมีส่วนร่วมของประชาชนในการร่วมติดตามประเมินผลการดำเนินงานตามความรับผิดชอบต่อสังคม มีระดับการมีส่วนร่วมต่ำที่สุดในกลุ่ม ทั้งในส่วนการติดตามประเมินผลการดำเนินงาน การแต่งตั้งตัวแทนชุมชนเพื่อเป็นคณะกรรมการตรวจสอบด้านความโปร่งใส การประเมินความสำเร็จในการดำเนินกิจกรรม และการนำเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหา ซึ่งประชาชนล้วนมีส่วนร่วมในกิจกรรมดังกล่าวไม่มากเท่าด้านอื่น ทั้งที่เป็นขั้นตอนกระบวนการที่เป็นประโยชน์ และสามารถบ่งบอกถึงความสำเร็จ ปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดของระดับการมีส่วนร่วมของประชาชน ซึ่งสามารถพิจารณาเรียงลำดับการมีส่วนร่วม ถวิลวดี บุรีกุล (2551, น.8-10) คือ ระดับการให้ข้อมูล ระดับการเปิดรับความเห็นของประชาชน ระดับการปรึกษาหารือ ระดับการวางแผนร่วมกัน ระดับการร่วมปฏิบัติ และร่วมติดตามตรวจสอบ ประเมินผล ซึ่งถือเป็นระดับที่มีผู้เข้าร่วมน้อย แต่มีความสำคัญมาก และระดับสูงสุดคือ การควบคุมโดยประชาชน และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ พิศมัย จารุจิตติพันธ์ และเกียรติชัย วีระญาณนท์ (2559, น.157-158) ที่กล่าวถึงการมีส่วนร่วมของกิจกรรมในการพัฒนาชุมชนของประชาชนว่าการมีส่วนร่วมในขั้นแรกๆ จะสูงกว่าการมีส่วนร่วมในขั้นหลังและผลงานวิจัยเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมสาธารณะในการบริหารเทศบาลตำบลในเขตพื้นที่ภาคเหนือของ ตะวัน กาญจนะโกมล และพิศมัย จารุจิตติพันธ์ (2561, น.73-74) ซึ่งกล่าวถึงการมีส่วนร่วมของประชาชน มักเป็นเพียง การมีส่วนร่วมในขั้นต้นในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนาจะอยู่ในระดับมากกว่าการมีส่วนร่วมด้านการตัดสินใจใช้ทรัพยากร การเพิ่มอำนาจประชาชน และการประเมิน กำกับ ติดตาม และประเมินผล

ประชาชนมีการยอมรับเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมที่เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน เพราะกลุ่มบริษัทมีการดำเนินงานโครงการ CSR โดยมีเป้าหมายการดำเนินงาน CSR ที่สามารถปฏิบัติให้เกิดผลแก่ชุมชนได้จริง เช่น โครงการ BG รักษาพื้นที่มีความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของชุมชน โครงการพัฒนาศักยภาพทางด้านเศรษฐกิจโดยชาวบ้านส่วนใหญ่มีรายได้จาก การทำงานในโรงงานและนำรายได้มาพัฒนาทางด้านความเป็นอยู่ในชุมชน เช่น การสร้างที่อยู่อาศัยสาธารณะในครัวเรือนเพื่อที่จะได้พัฒนาชุมชนและมีการเปิดโอกาสให้ประชาชนในชุมชนและบุคลากรมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน CSR อย่างสม่ำเสมอ สอดคล้องกับ (Singhapakdi, Lee, Sirgy, & Senasu, 2015) ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) การกำหนดเป้าหมาย CSR ขององค์กรและการกำหนดเป้าหมาย CSR ของพนักงานควรมีความสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงาน สอดคล้องกับ (พนัสนิคม ชะจรบุญ, ภูษฎา พรประภา และวิโรจน์ เกษภูณิกษณ์, 2016) ศักยภาพการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงกลยุทธ์ ประกอบด้วย การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์สังคม ประสิทธิภาพห่วงโซ่อุปทานเพื่อสังคม การผสานประโยชน์ชุมชน และความร่วมมือกับเครือข่ายทางสังคม มีผลกระทบโดยตรงต่อคุณค่าทางเศรษฐกิจ

การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินการความรับผิดชอบต่อสังคม เพราะ กลุ่มบริษัทมีส่วนร่วมในการมุ่งเน้นการร่วมคิดร่วมวางแผน มุ่งเน้นการร่วมลงมือปฏิบัติในการดำเนินงาน CSR ของประชาชนในชุมชน มีการทำ CSR กับชุมชนอย่างต่อเนื่อง โดยที่ชุมชนมีการขอเพื่ออนุมัติโดยผ่านประธานชุมชน คือเจ้าอาวาสวัดในชุมชนคณะกรรมการที่ถูกตั้งขึ้นมา เพื่อพัฒนาชุมชนเมื่อได้ลงมติกันแล้วก็จะนำเสนอเข้าคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาและอนุมัติงบประมาณโดยใช้ระยะเวลาเพียงสั้นๆ เช่น โครงการสร้างศูนย์การเรียนรู้หรือว่าลานอเนกประสงค์ ให้ประชาชนในชุมชนเข้าไปใช้ประโยชน์ เช่น มีการรวมกลุ่มของชุมชนในการสร้างรายได้ เป็นที่เล่นกีฬาและนอกจากนี้ทางบริษัทยังมีการจัดการเรื่องขยะโดยทำ CSR ร่วมกับชุมชนและบริษัทตามโครงการปีรักษ์น้ำ มีการให้แยกขยะในครัวเรือนเพื่อให้ชาวบ้านตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อชุมชน ไม่ทิ้งขยะมูลฝอยลงแม่น้ำลำคลอง เพื่อลดความเน่าเสียของน้ำและยังสามารถนำขยะที่เป็นโลหะไปขายเพื่อเสริมรายได้ต่อครัวเรือนตลอดจนชุมชน สอดคล้องกับ (Ismail, 2009) บทบาทของ CSR ที่มีผลกระทบต่อชุมชน ความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดและพึ่งพาซึ่งกันและกันระหว่าง บริษัท และชุมชน มาตรการปกป้องสิ่งแวดล้อมที่ร่วมกันโดยบริษัทและชุมชน การบรรเทาความยากจนในชุมชน เป็นเรื่องยากสำหรับผู้นำองค์กร การสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจและการเข้าถึงบริการหลักเช่น สุขภาพ การศึกษา และการบรรเทาความยากจน การแก้ปัญหา CSR ที่ยั่งยืนในระดับชุมชน ระดับจังหวัดและระดับชาตินั้นขึ้นอยู่กับความร่วมมือระหว่างภาครัฐภาคประชาสังคมและภาคธุรกิจ

การยอมรับความล้มพันธ์ต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน เพราะ กลุ่มบริษัทมีการร่วมคิดร่วมวางแผน การดำเนินงาน CSR ร่วมลงมือปฏิบัติในการดำเนินงาน CSR ด้วยความจริงใจ และปันผลประโยชน์ในการดำเนินงาน CSR ร่วมกันของประชาชนในชุมชน โดยประชาชนในเขตชุมชนได้มีโครงการธนาคารขยะ นำขยะมารวมกันในพื้นที่ชุมชน แล้วขายและจัดตั้งเป็นกลุ่มออมทรัพย์ในชุมชน นอกจากนี้ยังมีโครงการ ฅาปนกิจสงเคราะห์ครัวเรือนละ 100 บาท ถ้าเสียชีวิตจะได้รับค่าฅาปนกิจสงเคราะห์จำนวน 20,000 บาท โดยรายได้ของชุมชนนั้นจะเก็บไว้เพื่อการซ่อมแซมปรับปรุงสาธารณะประโยชน์ในชุมชน เช่น ค่าแรงของช่างวัสดุอุปกรณ์อาหารและยังเหลือเก็บไว้สร้างสิ่งอำนวยความสะดวกในชุมชนนอกจากนี้ทางบริษัทยังมีการแนะนำให้ประชาชนในชุมชน ทำฝักสวนครัวไว้กินในครัวเรือนและยังเหลือขายเป็นรายได้เสริมของชุมชนอีกทางหนึ่ง โดยที่ใช้น้ำจากการร่วมมือร่วมใจของบริษัทกับชุมชน สอดคล้องกับ (Gao, 2011) บริษัท ควรมีทัศนคติที่ดีต่อการรับผิดชอบต่อสังคม สอดคล้องกับ (กัญญารัตน์ ชีระวานิชผล, 2009) ความมั่นคง และการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร มีความสัมพันธ์กับความรับผิดชอบต่อชุมชน คู่ค้า และพนักงาน การดำเนินกิจการอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมจะส่งผลให้กิจการมีชื่อเสียงที่ดีขึ้นในทุกๆ ด้าน

ข้อเสนอแนะ

1. ประชาชนในชุมชนควรมีส่วนร่วมในกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชน มีส่วนร่วมในกระบวนการกำหนด นโยบาย ตัดสินใจ การวางแผน การกำหนดเป้าหมายของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมให้บรรลุวัตถุประสงค์ เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจ การปรับปรุงคุณภาพชีวิตสังคม ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมภายในชุมชน
2. ประชาชนในชุมชนควรรวมกลุ่มหรือจัดตั้งองค์กรประชาชน เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนที่เป็นสมาชิก มีบทบาทและมีส่วนร่วมในกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมร่วมกับบริษัท ตลอดจนการส่งเสริมหรือสร้างสรรค์ผู้นำ และอาสาสมัคร เพื่อเปิดโอกาสและสนับสนุนให้ประชาชนมีความพร้อมที่จะเป็นผู้นำและผู้เสียสละ อุทิศตน ในการมีส่วนร่วมในกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม
3. ประชาชนในชุมชนควรมีการตัดสินใจร่วมกันกับบริษัท เพื่อให้คนในชุมชนรู้สึกมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ทำให้กิจกรรมประสบผลสำเร็จและได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน การให้อำนาจกับคนในชุมชน การให้คนในชุมชนสามารถเสนอแนวคิดและตัดสินใจ การปรึกษาหารือซึ่งกันเกี่ยวกับแนวทางและวิธีการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่ดีที่สุด เพื่อเป็นที่ยอมรับจากคนในชุมชน

บรรณานุกรม

- กระทรวงอุตสาหกรรม. (2560). *โครงการส่งเสริมโรงงานอุตสาหกรรมให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน*. สืบค้นเมื่อ 15 มกราคม 2561, จาก [http://www.industry.go.th/psd/joomlatools-files/docman-files/Action%20Plan%203%20years%20\(2020%20-%202022\)%20's%20MOI%20\(final\).pdf](http://www.industry.go.th/psd/joomlatools-files/docman-files/Action%20Plan%203%20years%20(2020%20-%202022)%20's%20MOI%20(final).pdf)
- กัญญารัตน์ ชีระวานิชผล. (2009). ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคม กลยุทธ์ กิจการ และ ผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในประเทศไทย. *Chulalongkorn Business Review*, 31(1-2), 21-35.
- ตะวัน กาญจนะโกมล และ พิศมัย จารุจิตติพันธ์. (2561). การมีส่วนร่วมสาธารณะในการบริหารเทศบาลตำบลในเขตพื้นที่ภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย. *วารสารเกษมบัณฑิต*, 19(ฉบับพิเศษ), สิงหาคม - ตุลาคม, 63-77.
- ถวิลวดี บุรีกุล. (2551). *การมีส่วนร่วม: แนวคิด ทฤษฎีและกระบวนการ*. กรุงเทพฯ: สถาบันพระปกเกล้า.
- บริษัท บีจี คอนเทนเนอร์ กลาส จำกัด (มหาชน). (2561). *รายงานประจำปี 2561*. ค้นเมื่อ 20 มกราคม 2561, จาก http://www.bgc.co.th/investor/download/1_AnnualReport_20190917_084900_.pdf
- พิศมัย จารุจิตติพันธ์ และ เกียรติชัย วีระญาณนท์. (2559). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารเทศบาลเมือง. *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 19 (มกราคม - ธันวาคม), 146 - 169.
- พนัชกร ลิ้มขจรบุญ, ฤชฎา พรประภา และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2016). คักยภาพการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงกลยุทธ์ ของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปในประเทศไทย. *Chulalongkorn Business Review*, 38(4), 33-67.
- Bloom, B. A. (1956). *Taxonomy of Education Objective Handbook I: Cognitive Domain*. New York: David Mc Kay Company
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 39-48.
- Gao, Y. (2011). CSR in an emerging country: A content analysis of CSR reports of listed companies. *Baltic Journal of Management*, 6, 263-291.
- Ismail, M. (2009). CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND ITS ROLE IN COMMUNITY DEVELOPMENT: AN INTERNATIONAL PERSPECTIVE. *Journal of International Social Research*, 2(9), 199-209
- Krejcie, R. V. and Morgan, D. E. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Journal Education and Psychological Measurement*, 30(3), 608-609.
- Singhapakdi, A., Lee, D.-J., Sirgy, M. J., & Senasu, K. (2015). The impact of incongruity between an organization's CSR orientation and its employees' CSR orientation on employees' quality of work life. *Journal of Business Research*, 68(1), 60-66.