



ปีที่ 17 ฉบับที่ 2 เดือนตุลาคม-ธันวาคม 2563

ความพึงพอใจและทัศนคติของชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อ การจัดโครงการกิจกรรมของฝ่ายชุมชนสัมพันธ์ของบริษัท อมตะ ซิตี้ จำกัด SATISFACTION OF COMMUNITY AND STAKEHOLDERS TOWARDS COMMUNITY RELATION AFFAIRS OF AMATA CITY CO.,LTD.

วันที่รับต้นฉบับบทความ: 7 กุมภาพันธ์ 2563

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ: 26 มิถุนายน 2563

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 15 กรกฎาคม 2563

วราพร ดำจับ*

Waraporn Damjub

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจและศึกษาความพึงพอใจและทัศนคติของชุมชนโดยรอบนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ระยอง ที่มีต่อการดำเนินงานของฝ่ายชุมชนสัมพันธ์ของบริษัท อมตะ ซิตี้ จำกัด ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ ประชาชนที่พักอาศัยอยู่ในเขตพื้นที่ชุมชนตำบลมาบยางพร ตำบลพนานิคม ตำบลปลวกแดง ตำบลบ่อวิน ตำบลเขาไม้แก้ว กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน สุ่มแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัยคือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของชุมชนที่มีต่อการจัดโครงการกิจกรรมของฝ่ายชุมชนสัมพันธ์ อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยด้านที่มีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ความเหมาะสมของการสื่อสารประชาสัมพันธ์โครงการ/กิจกรรม และความเหมาะสมของรูปแบบกิจกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.58 ความต่อเนื่องของการสื่อสารประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ย 4.52 กิจกรรมที่ประชาชนเข้าร่วมมากที่สุดคือ โครงการปลูกป่าเฉลิมพระเกียรติฯ มหกรรมนัดพบแรงงาน และโครงการขะสร้างสรรค์ สื่อที่สะดวกสำหรับการติดตามข่าวสารคือ สื่อออนไลน์ และการเข้าพบปะส่วนช่องทางที่สะดวกในการติดต่อกับฝ่ายชุมชนสัมพันธ์คือ Facebook รองลงมาคือ โทรศัพท์ ทัศนคติของชุมชนโดยรอบต่อการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท อมตะ ซิตี้ จำกัด ที่เกี่ยวข้องกับโครงการพัฒนาชุมชนมีระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วยอย่างยิ่งในทุกหัวข้อ โดยหัวข้อที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านเศรษฐกิจชุมชน เกิดการจ้างงานมากขึ้น มีค่าเฉลี่ย 4.56 รองลงมาคือ โครงการพัฒนาชุมชนของอมตะช่วยส่งเสริมความปลอดภัยและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของคนในชุมชน มีค่าเฉลี่ย 4.52 และเกิดการกระจายรายได้เพิ่มขึ้นมีค่าเฉลี่ย 4.50

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, ทัศนคติ, ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย, นิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาออกแบบสื่อสาร คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
e-Mail: nulek2521@gmail.com



ABSTRACT

This research aimed to survey and study the satisfaction and attitudes of AMATA City Rayong Industrial Estates' surrounding communities towards the community relations department of AMATA City Co., Ltd. The population of this research were inhabitants of Tambon Maapyangphon, Tambon Pananikhom, Tambon Plukdang, Tambon Bo-win, Tambon Kaomaikaew. There were 400 samples from multi-stage sampling method. The research tool was a questionnaire. The research statistics were frequencies, percentage, mean, and standard deviation. The results showed that the samples were satisfied with every aspect of the activity management of community relations department at the highest level. The suitable public relations communication of projects/activities aspect and the suitable forms of activities aspect received the highest satisfaction scores at the same level at 4.58. The consistent public relations communication aspect was at 4.52. The activities which people most participated were the forestation in honorable of the royal family, the job fairs, and the creative garbage. The most convenient media they exposed were online media and social gathering. The most convenient channel for them to communicate with AMATA community relations department was Facebook, and telephone respectively. Regarding attitudes of surrounding communities towards the operation of AMATA City Co., Ltd. relating community development were at the level of 'totally agreed' in every topic. The highest mean was about community economy, promoted more employment at 4.56. The community development of AMATA has promoted more security and better people's life quality at 4.52. The second was about the more income distribution at 4.50.

Keywords: satisfaction, attitude, stakeholders, AMATA City Industrial Estate.

บทนำ

บริษัท อมตะ คอร์ปอเรชัน จำกัด (มหาชน) มีวิสัยทัศน์ “เป็นผู้สร้างเมืองที่สมบูรณ์แบบที่สร้างโอกาสดี ๆ ให้เกิดขึ้นที่นี่” (creating perfect cities where possibilities happen) วิสัยทัศน์ดังกล่าวทำให้บริษัท อมตะ คอร์ปอเรชัน จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยเน้นการพัฒนาที่ไม่หยุดยั้งทันต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างไม่สิ้นสุดของเทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งอนาคต พร้อมก้าวสู่ยุค 4.0 ที่จะพัฒนาเมืองอัจฉริยะและศูนย์การเรียนรู้ในภูมิภาคให้เป็นพื้นที่การลงทุนที่สมบูรณ์แบบในระยะเบียงเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ในธุรกิจพัฒนานิคมอุตสาหกรรมและธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง



พร้อมยกระดับคุณภาพชีวิตของพนักงานในนิคมฯ และคนในชุมชนโดยรอบ เพื่อให้สามารถทำงานและใช้ชีวิตได้อย่างมีความสุข

บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาธุรกิจและเศรษฐกิจสังคมให้เติบโตไปพร้อมกับการอยู่ร่วมกันด้วยดีระหว่างอุตสาหกรรมและชุมชนโดยรอบ บนพื้นฐานของการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้วยเหตุนี้ บริษัทฯ จึงได้ดำเนินธุรกิจตามปรัชญา “ALL WIN” อย่างเคร่งครัด ทำให้บริษัทฯ ได้รับความไว้วางใจจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และสามารถสร้างคุณค่าในระยะยาวแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย (บริษัท อมตะ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน), 2562, หน้า 22)

จากวิสัยทัศน์และพันธกิจของบริษัท อมตะ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) อาจกล่าวได้ว่าหน้าที่ที่สำคัญของบริษัทคือ การให้บริการที่มุ่งสร้างความพึงพอใจและตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก ซึ่งได้แก่ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมและชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะต้องมีการกำกับดูแลสิ่งแวดล้อมในนิคมอุตสาหกรรมให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด ควบคู่กับการรับผิดชอบต่อคุณภาพชีวิตและความปลอดภัยของชุมชน ดังนั้นการดำเนินงานใด ๆ ภายใต้ภารกิจและหน้าที่ความรับผิดชอบของบริษัท อมตะซิตี้ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท อมตะ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ให้มีความสำคัญต่อการสร้างความพึงพอใจและทัศนคติที่ดีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เกิดความไว้วางใจ การยอมรับ และความเชื่อมั่นต่อการดำเนินธุรกิจ ให้ภาคอุตสาหกรรม สังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม สามารถอยู่ร่วมกันได้

ดังนั้นการสำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการจัดกิจกรรมของฝ่ายชุมชนสัมพันธ์ บริษัท อมตะซิตี้ จำกัด จึงเป็นเครื่องมือสำคัญและมีความจำเป็น เพื่อให้ได้ข้อมูลนำมาใช้พัฒนางานด้านชุมชนสัมพันธ์และกิจกรรมเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท อมตะซิตี้ จำกัด นำไปสู่การพัฒนา ปรับปรุงกลยุทธ์ รูปแบบ และแนวทางการดำเนินงานของฝ่ายชุมชนสัมพันธ์และกิจกรรมเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการของชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของบริษัทต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความพึงพอใจและทัศนคติของชุมชนโดยรอบนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ ระยอง ที่มีต่อการจัดโครงการกิจกรรมของฝ่ายชุมชนสัมพันธ์ของบริษัท อมตะซิตี้ จำกัด

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากร ได้แก่ ประชาชนที่พักอาศัยโดยรอบนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ ระยอง ซึ่งตั้งอยู่ในเขตตำบลมาบยางพร ตำบลพนานิคม ตำบลปลวกแดง ตำบลบ่อวิน ตำบลเขาไม้แก้ว จำนวน 214,109 คน กลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน



เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามความพึงพอใจและทัศนคติของชุมชนโดยรอบนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ ระยอง ที่มีต่อการจัดโครงการกิจกรรมของฝ่ายชุมชนสัมพันธ์ แบ่งเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจต่อการดำเนินงานของฝ่ายชุมชนสัมพันธ์ของบริษัท อมตะซิตี้ จำกัด ส่วนที่ 3 ทัศนคติของชุมชนโดยรอบต่อการดำเนินงานของบริษัท อมตะซิตี้ จำกัด ที่เกี่ยวข้องกับโครงการพัฒนาชุมชน ส่วนที่ 4 ความต้องการและความคาดหวังของชุมชนโดยรอบต่อการดำเนินงานของนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ ระยอง

สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

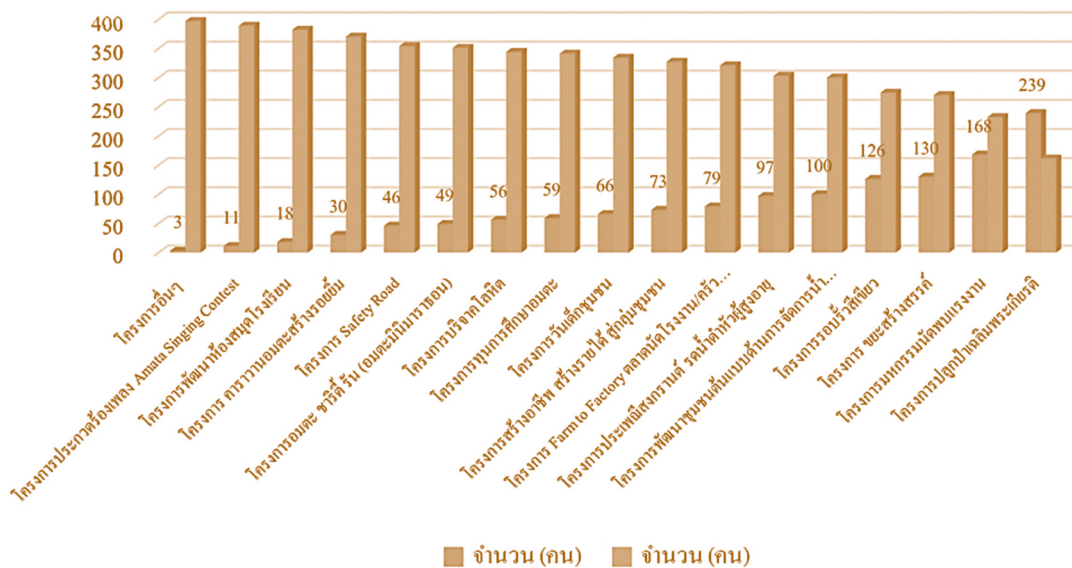
ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงและเพศชายจำนวนใกล้เคียงกันคือ เพศหญิงจำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.00 และเพศชายจำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49.00 ส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงานอายุ 25-40 ปี จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.75 มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 63.25 เป็นพนักงานในสถานประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ ระยอง มากที่สุด จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 บาท จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 ไม่มีสมาชิกในครอบครัวที่ทำงานในนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ ระยอง จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 69.50 และมีสมาชิกในครอบครัวที่ทำงานในนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ ระยอง จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 สถานภาพในชุมชนอยู่ในฐานะสมาชิกชุมชนมากที่สุด จำนวน 370 คน คิดเป็นร้อยละ 92.50 เป็นคนในพื้นที่ จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 62.80 ได้รับข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์กิจกรรม/ข่าวสารต่าง ๆ จากฝ่ายชุมชนสัมพันธ์บริษัท อมตะซิตี้ จำกัด จากสื่อออนไลน์ (Facebook, Website) มากที่สุด จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 32.77 รองลงมาคือ การเข้าพบปะ/ประชุม จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 21.35 และจากป้าย จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 17.42 สะดวกติดต่อกับฝ่ายชุมชนสัมพันธ์บริษัท อมตะซิตี้ จำกัด ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์มากที่สุด จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 54.20 โดยสื่อออนไลน์ที่สะดวกคือ Facebook รองลงมาคือ โทรศัพท์ จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.59 และต้องการรับประชาสัมพันธ์กิจกรรม/ข่าวสารต่าง ๆ จากฝ่ายชุมชนสัมพันธ์บริษัท อมตะซิตี้ จำกัด เดือนละครั้งมากที่สุด จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจต่อการดำเนินงานของฝ่ายชุมชนสัมพันธ์บริษัท อมตะซิตี้ จำกัด พบว่ากลุ่มตัวอย่างเข้าร่วมโครงการปลูกป่าเฉลิมพระเกียรติฯ มากที่สุด จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 59.80 รองลงมาคือ โครงการมหกรรมนัดพบแรงงาน จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00 และโครงการขยะสร้างสรรค์ จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50

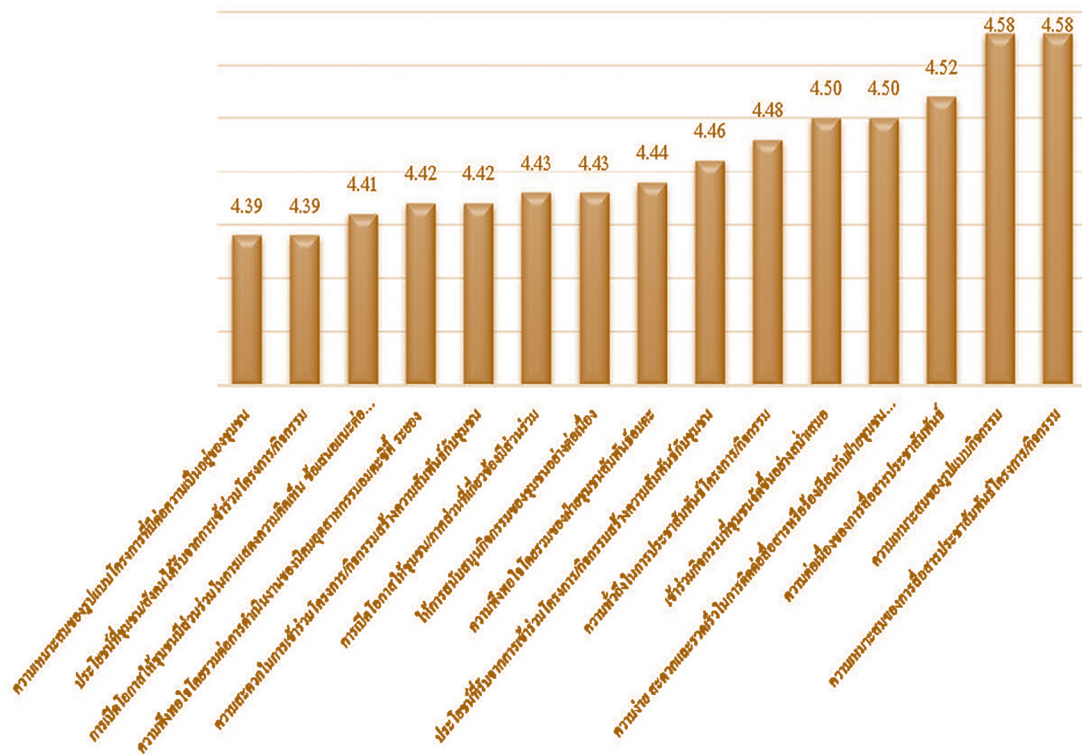


ปีที่ 17 ฉบับที่ 2 เดือนตุลาคม-ธันวาคม 2563



ภาพที่ 1 จำนวนคนที่เคยเข้าโครงการ/กิจกรรมที่ฝ่ายชุมชนสัมพันธ์บริษัท อมตะซิตี้ จำกัด เป็นผู้ดำเนินการจัดงาน

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการจัดโครงการกิจกรรมของฝ่ายชุมชนสัมพันธ์บริษัท อมตะซิตี้ จำกัด อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ความเหมาะสมของรูปแบบกิจกรรม และความเหมาะสมของการสื่อสารประชาสัมพันธ์โครงการ/กิจกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.58 รองลงมาคือ ความต่อเนื่องของการสื่อสารประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ย 4.52 ความง่าย สะดวก และรวดเร็วในการติดต่อสื่อสารหรือร้องเรียนกับฝ่ายชุมชนสัมพันธ์บริษัท อมตะซิตี้ จำกัด และเข้าร่วมกิจกรรมที่ชุมชนจัดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ มีคะแนนเฉลี่ย 4.50 ส่วนด้านที่มีความพึงพอใจน้อยกว่าด้านอื่นคือ ประโยชน์ที่ชุมชน/สังคมได้รับจากการเข้าร่วมโครงการ/กิจกรรม และความเหมาะสมของรูปแบบโครงการที่มีต่อความเป็นอยู่ของชุมชน มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 4.39

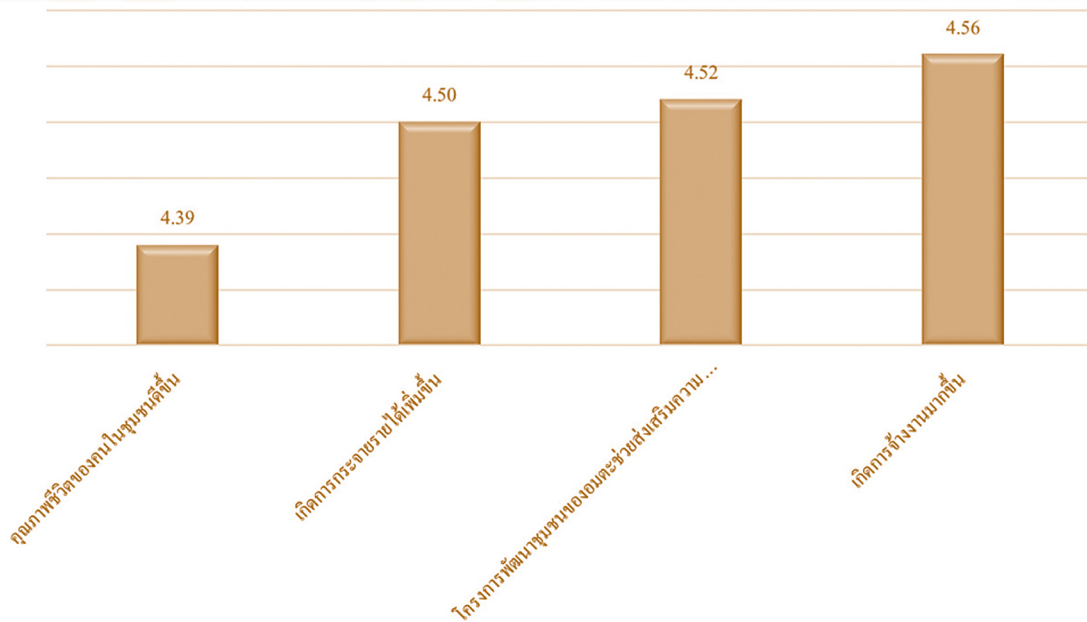


ภาพที่ 2 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่กลุ่มตัวอย่างมีต่อการจัดการโครงการกิจกรรมของฝ่ายชุมชนสัมพันธ์ บริษัท อมตะซิตี้ จำกัด

ส่วนที่ 3 ทศนคติของชุมชนโดยรอบต่อการดำเนินงานของบริษัท อมตะซิตี้ จำกัด ที่เกี่ยวข้องกับโครงการพัฒนาชุมชน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานโครงการพัฒนาชุมชนของบริษัท อมตะซิตี้ จำกัด ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งในทุกหัวข้อ โดยหัวข้อที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านเศรษฐกิจชุมชน เกิดการจ้างงานมากขึ้น มีค่าเฉลี่ย 4.56 รองลงมาคือ โครงการพัฒนาชุมชนของอมตะช่วยส่งเสริมความปลอดภัยและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของคนในชุมชน มีค่าเฉลี่ย 4.52 และเกิดการกระจายรายได้เพิ่มขึ้น มีค่าเฉลี่ย 4.50 ส่วนด้านที่มีความคิดเห็นน้อยกว่าด้านอื่นคือ ผลที่ได้รับด้านต่าง ๆ จากโครงการพัฒนาชุมชนของบริษัท อมตะซิตี้ จำกัด และคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนดีขึ้น มีค่าเฉลี่ย 4.39



ปีที่ 17 ฉบับที่ 2 เดือนตุลาคม-ธันวาคม 2563



ภาพที่ 3 ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อการดำเนินโครงการของ
ฝ่ายชุมชนสัมพันธ์บริษัท อมตะซิตี้ จำกัด

อภิปรายผล

ด้วยภาระหน้าที่ของฝ่ายชุมชนสัมพันธ์บริษัท อมตะซิตี้ จำกัด มีหน้าที่ให้การสนับสนุนกิจกรรมของชุมชนใกล้เคียง เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างโครงการกับชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในทุกด้านต่อการจัดโครงการที่ฝ่ายชุมชนสัมพันธ์ เป็นผู้จัด และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตรกร ชนะคำ (2556) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการส่งเสริมการแสดงความสามารถของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมบางพลี พบว่าการดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในทัศนะของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมบางพลี มีการดำเนินการในระดับมากในด้านสิ่งแวดล้อมและด้านสังคม โดยด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่การรื้อถอนแนวคิดพระราชดำริวิถีพอเพียงมาบูรณาการถ่ายทอดองค์ความรู้พัฒนาคุณภาพชีวิต และมีนโยบายในการดำเนินธุรกิจพร้อมส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างเข้าร่วมโครงการปลูกป่าเฉลิมพระเกียรติฯ มากที่สุด และสอดคล้องกับแนวคิดของ สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (2550) ที่ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม (social responsibility) ว่าเป็นความรับผิดชอบต่อผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอันเนื่องมาจากการกระทำหรือการตัดสินใจขององค์กรนั้น โดยแสดงถึงความโปร่งใสและมีจริยธรรม ลักษณะของความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมคือ องค์กรต้อง



ปฏิบัติงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และยังสอดคล้องกับแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของ สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (2555) ที่ได้กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจคือ การดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการใส่ใจและดูแลรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อม ภายใต้หลักจริยธรรม การกำกับดูแลกิจการที่ดี และการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาบูรณาการเพื่อนำไปสู่การดำเนินธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน

การสื่อสารความรับผิดชอบต่อสังคมถือเป็นอีกหนึ่งภารกิจของฝ่ายชุมชนสัมพันธ์บริษัท อมตะซิตี้ จำกัด โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ ในด้านความเหมาะสมของการสื่อสารประชาสัมพันธ์โครงการกิจกรรมมากที่สุด โดยสื่อที่สะดวกสำหรับการติดตามข่าวสารคือสื่อออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กรกช ประกอบกิจ (2554) ที่ศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทโทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) พบว่าการสื่อสารกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของดีแทคไปยังแต่ละกลุ่มที่จะสื่อสารไปนั้น มีความจำเป็นต้องศึกษา ทำความเข้าใจ วางแผน และกำหนดวิธีการสื่อสารให้ออกไปในวงกว้างผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เว็บไซต์ จัดทำคู่มือ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ เมธิณี วรรณยางกูร (2557) ที่ศึกษากลยุทธ์การสื่อสารการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.) พบว่าการสื่อสารได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการดำเนินงานทางด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ตลอดจนทุกภาคส่วนในกลุ่มต่าง ๆ ขององค์กร นอกจากนั้นการสื่อสารยังช่วยให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและก่อให้เกิดการปฏิบัติทางจริยธรรมของธุรกิจช่องทางที่ ธกส. มีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นคือ ช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ หรือ Social Media สื่อออนไลน์เป็นสื่อที่ไม่ได้ใช้งบประมาณมาก แต่มีประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสารองค์กรของ รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง (2555) ที่กล่าวว่า การเลือกชนิดของสื่อ เวลา และงบประมาณที่เหมาะสม ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่องค์กรต้องคำนึงเพื่อให้องค์กรสามารถสื่อสารความรับผิดชอบต่อสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ทัศนคติของชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อการดำเนินงานของฝ่ายชุมชนสัมพันธ์บริษัท อมตะซิตี้ จำกัด มีระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วยอย่างยิ่งในทุกหัวข้อ โดยหัวข้อที่ได้คะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านเศรษฐกิจชุมชน เกิดการจ้างงานมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตรกร ชนะคำ (2556) ที่พบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการส่งเสริมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมบางพลีอย่างมีนัยสำคัญ นั้นหมายความว่า ถ้าพนักงานมีทัศนคติที่ดีต่อโครงการส่งเสริมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม จะส่งผลให้เข้ามามีบทบาทในการเข้าร่วมโครงการมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ถวิลวดี บุรีกุล (2548) ที่กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของพนักงานต่อการเข้าร่วมโครงการส่งเสริมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ขึ้นอยู่กับตัวแปรทัศนคติของพนักงาน และสอดคล้องกับแนวคิดของ อุดลย์ จาตุรงค์กุล (2543) ที่ให้



ความหมายของทัศนคติว่า เป็นความโน้มเอียงอันเกิดจากประสบการณ์ที่จะก่อพฤติกรรมในลักษณะที่แสดงความชอบหรือไม่ชอบสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยสม่ำเสมอ และยังสอดคล้องกับแนวคิดประเภทของทัศนคติของ ดารณี พานทอง (2542) ที่ว่า มนุษย์เราสามารถแสดงทัศนคติ โดยทัศนคติเชิงบวกเป็นทัศนคติที่แสดงออกในด้านดีต่อบุคคลอื่น เช่น กลุ่มของคนที่ทำเกษตรจะมีทัศนคติในเชิงบวก จึงให้การสนับสนุนร่วมมือกันโดยการเข้าไปทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับเกษตรอยู่เสมอ นั่นหมายถึง ถ้าคนในชุมชนหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่อยู่โดยรอบนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ ระยอง มีทัศนคติที่ดีต่อการทำงานของฝ่ายชุมชนสัมพันธ์บริษัท อมตะซิตี้ จำกัด ก็จะเข้าร่วมโครงการที่องค์กรจัดและให้การสนับสนุน ให้ความร่วมมือกับการเป็นสมาชิกและเข้าร่วมโครงการอยู่เสมอ

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยพบว่า ประชาชนพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมและอยากให้มีการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง แสดงให้เห็นว่า การทำงานของฝ่ายชุมชนสัมพันธ์บริษัท อมตะซิตี้ จำกัด สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน และทำให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมนั้น ๆ เพื่อให้ชุมชนรู้สึกถึงความเป็นหนึ่งเดียวกันกับบริษัท มีความห่วงใยในเรื่องสิ่งแวดล้อมและผลกระทบที่มีต่อประชาชนโดยรวม ซึ่งการดำเนินงานควรมีมาตรการในการดูแลปัญหาที่อาจส่งผลกระทบทั้งในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ อันเป็นผลกระทบที่เกิดจากการมีสถานประกอบการตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมอย่างจริงจัง และดำเนินการติดตาม ตรวจสอบ ควบคุม และกำกับดูแลไม่ให้เกิดผลกระทบด้านลบต่อคนในชุมชน พร้อมทั้งจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของชุมชนให้ดี

บรรณานุกรม

- กรกช ประกอบกิจ. (2554). *กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต แผนกวิชานิเทศศาสตร์, สำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- จิตรกร ชนะคำ. (2556). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการส่งเสริมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมบางพลี*. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนานาชาติแอสแตมฟอร์ด.
- ดารณี พานทอง. (2542). *ทฤษฎีจูงใจ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ถวิลวดี บุรีกุล. (2548). *การมีส่วนร่วม: แนวคิด ทฤษฎี และกระบวนการ*. นนทบุรี: สถาบันพระปกเกล้า.



- บริษัท อมตะ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน). (2562). **รายงานประจำปี 2562: Save earth, safe us with smart business**. กรุงเทพฯ: บริษัท อมตะ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน).
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2538). **วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์** (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เมธิณี วรรณยางกูร. (2557). **กลยุทธ์การสื่อสารการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารประยุกต์, คณะภาษาและการสื่อสาร สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง. (2555). **การสื่อสารองค์กร**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม. (2555). **แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: เมจิกเพรส.
- สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. (2550). **ร่างมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม**. กรุงเทพฯ: สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). **กลยุทธ์การตลาด**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.