

การพัฒนาการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่สอดคล้อง
ตามความต้องการของชุมชน กรณีศึกษาบริษัทผลิตอาหารสัตว์แห่งหนึ่ง
ในจังหวัดลำพูน

นางสาวจันจิราภรณ์ จันตะ



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
วิชาเอกการจัดการสิ่งแวดล้อมอุตสาหกรรม สาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2560

**The Development of Corporate Social Responsibility Activities according
to Community Needs: A Case Study of a Feed Production Company
in Lamphun Province**

Miss.Janjiraporn Janta



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Master of Science in Industrial Environment Management

School of Health Science

Sukhothai Thammathirat Open University

2017

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การพัฒนาการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่สอดคล้อง
ตามความต้องการของชุมชน กรณีศึกษาบริษัทผลิตอาหารสัตว์แห่งหนึ่ง
ในจังหวัดลำพูน

ชื่อและนามสกุล นางสาวจันจิราภรณ์ จันดี๊ะ

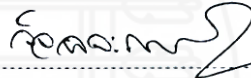
วิชาเอก การจัดการสิ่งแวดล้อมอุตสาหกรรม

สาขาวิชา วิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

อาจารย์ที่ปรึกษา 1. รองศาสตราจารย์ ดร.ศรีศักดิ์ สุนทรไชย
2. รองศาสตราจารย์ ดร.สุดาว เลิศวิสุทธิไพบูลย์

วิทยานิพนธ์นี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 27 ตุลาคม 2560

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



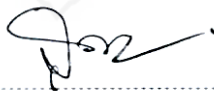
ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญศรี วัจนละญาณ)



กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ศรีศักดิ์ สุนทรไชย)



กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สุดาว เลิศวิสุทธิไพบูลย์)



ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษา

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมกิต พรหมจู้ย)



ชื่อวิทยานิพนธ์ การพัฒนาการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่สอดคล้องตามความต้องการของชุมชน
กรณีศึกษาบริษัทผลิตอาหารสัตว์แห่งหนึ่งในจังหวัดลำพูน

ผู้วิจัย นางสาวจันจิราภรณ์ จันตะ รหัสนักศึกษ 2575001827 **ปริญญา** วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

(การจัดการสิ่งแวดล้อมอุตสาหกรรม) **อาจารย์ที่ปรึกษา** (1) รองศาสตราจารย์ ดร.ศรัศกดิ์ สุนทรไชย

(2) รองศาสตราจารย์ ดร.สุดาว เลิศวิสุทธิไพบูลย์ **ปีการศึกษา** 2560

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงสำรวจครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัญหาสิ่งแวดล้อมและกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทผลิตอาหารสัตว์แห่งหนึ่งในจังหวัดลำพูน 2) ศึกษาการรับรู้และความต้องการของชุมชนโดยรอบบริษัทฯ 3) หาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ด้านสิ่งแวดล้อมและการรับรู้ด้านการจัดการกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมกับความต้องการของชุมชนที่อาศัยอยู่บริเวณโดยรอบบริษัทฯ และ 4) เสนอแนะแนวทางการจัดการกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย 2 กลุ่ม คือ ตัวแทนบริษัทผลิตอาหารสัตว์แห่งหนึ่งในจังหวัดลำพูน และชุมชนที่อาศัยอยู่บริเวณโดยรอบในรัศมี 2.5 กิโลเมตรและได้รับผลกระทบจากการประกอบกิจการของบริษัทฯ ได้แก่ หมู่บ้านและสถานประกอบการข้างเคียง เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ที่มีค่าความเที่ยง 0.824 เลือกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบจากครัวเรือน ได้จำนวน 378 ตัวอย่าง และสัมภาษณ์เชิงลึกจากตัวแทนชุมชน จำนวน 9 คน และตัวแทนบริษัทฯ จำนวน 5 คน นำผลที่ได้มาวิเคราะห์หาจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบไคสแควร์

ผลจากการศึกษาพบว่า 1) ชุมชนส่วนใหญ่มีความเห็นว่า กลิ่นเป็นปัญหาสิ่งแวดล้อมที่พบมากที่สุดและกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทฯ ที่ผ่านมามีความสามารถตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนได้ และตัวแทนบริษัทฯ ให้ความเห็นว่าบริษัทฯ ได้มีการจัดการกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างต่อเนื่องแต่อาจไม่ได้เน้นเฉพาะชุมชนกลุ่มเป้าหมายโดยรอบเท่านั้น 2) ชุมชนส่วนใหญ่ไม่รับรู้ต่อการจัดการกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมที่ผ่านมามีความต้องการด้านการสนับสนุนชุมชนและการพัฒนาคุณภาพชีวิตสูงสุด 3) การรับรู้ด้านสิ่งแวดล้อมและด้านการจัดการกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของชุมชนมีความสัมพันธ์กับความต้องการด้านการจัดการปัญหาเรื่องกลิ่นอย่างจริงจังและความต้องการให้บริษัทฯ มีส่วนร่วมกับชุมชนสูงสุด และ 4) ผลจากการวิเคราะห์ทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ พบว่า นอกจากบริษัทฯ จะต้องพัฒนาระบบการบำบัดกลิ่นให้มีประสิทธิภาพแล้ว สิ่งหนึ่งที่ต้องทำควบคู่ไปด้วยคือ การสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบริษัทฯ และชุมชน โดยการดำเนินกิจกรรมตามแนวทางการที่แท้จริงของชุมชน ซึ่งได้แก่ 1) การจัดเวทีให้ชุมชนและบริษัทฯ ได้มีโอกาสพูดคุยปรึกษากัน และ 2) นำวัสดุเหลือใช้จากบริษัทฯ มาสร้างประโยชน์หรือเพิ่มมูลค่าให้กับชุมชน

คำสำคัญ ปัญหาสิ่งแวดล้อม การจัดการกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม การรับรู้ ความต้องการ

Thesis title: The Development of Corporate Social Responsibility Activities according to Community Needs: A Case Study of a Feed Production Company in Lamphun Province

Researcher: Miss.Janjiraporn Janta; **ID:** 2575001827; **Degree:** Master of Science (Industrial Environment Management); **Thesis advisor:** (1) Dr.Sarisak Soontornchai, Associate Professor; (2) Dr.Sudaw Lertwisuttipaiboon, Associate Professor;

Academic year: 2017

Abstract

The objectives of this survey research were to: (1) identify environmental problems and corporate social responsibility (CSR) activities of a feed company in Lamphun province; (2) identify perception and needs of communities around the company; (3) determine the relationships between environmental and CSR activity perception and community needs; and (4) prepare and propose guidelines for undertaking CSR activities in accordance with the real community need

The study involved one feed production company that represented all such companies in Lamphun and a sample of 378 households selected with the systematic sampling in all communities located within a 2.5-km radius of the company and affected by the company's operations. Data were collected using a questionnaire with reliability value of 0.824 and in-depth interviews with 9 community members and 5 representatives of the company. Data were then analyzed as percentage, mean, standard deviation and Chi-square test.

The results revealed that: (1) most communities rated smell as the most common environmental problem and indicated that the company's previous CSR activities could not meet community needs; but the company's representatives stated that the company had continually organized CSR activities not only for the target communities around the company; (2) most communities did not perceive the previous CSR activities; rather, they needed community support and quality of life improvement the most; (3) environmental and CSR activity perception among the communities were related to the need for smell problem management in a serious manner; and the communities needed the company's participation with them at the highest level; and (4) based on both quantitative and qualitative analyses, in addition to developing an effective smell treatment system, the company has to create a good relationship between the company and the communities with community needs, through (a) organizing forums for the communities and the company to discuss together and (b) using the company's excess materials for the benefit of the communities.

Keywords: Environmental problems, Corporate Social Responsibility Activities, Perception, Needs

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องด้วยความช่วยเหลือจากผู้เกี่ยวข้องทุกท่าน ทั้งที่ได้ออกนามและมิได้ออกนาม ข้าพเจ้าขอขอบคุณทุกๆ ท่านที่ได้ให้การช่วยเหลือและเอื้อเฟื้อแก่ข้าพเจ้าไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร. ศรีศักดิ์ สุนทรไชย และรองศาสตราจารย์ ดร. สุดาวเลิศวิสุทธิไพบูลย์ ที่กรุณาเสียสละเวลาให้คำปรึกษา แนะนำและให้ข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ตลอดจนตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความถูกต้องสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น และขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เพ็ญศรี วัฒนละอูณาน ที่ได้กรุณาเสียเวลามาเป็นประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ตลอดจนให้ข้อเสนอแนะ คำแนะนำ และช่วยตรวจทานวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้มีความถูกต้องสมบูรณ์และเป็นไปตามวัตถุประสงค์

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. เพ็ญประภา ศิวโรจน์ นายแพทย์โกธิน ศักรินทร์กุล และ ดร. บุญลือ ฉิมบ้านไร่ ผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ท่าน และ ดร. กรมรัฐพรครองภพ สหพันธ์แพทย์ที่กรุณาตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย ตรวจทานข้อบกพร่องและให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบคุณผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่าน ตลอดจนชุมชนผู้ซึ่งอาศัยอยู่บริเวณโดยรอบบริษัทฯ และ อสม. ในพื้นที่ที่กรุณาเสียสละเวลาและให้ความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การตอบแบบสอบถามและให้ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกอย่างดียิ่ง

สุดท้ายขอขอบพระคุณบิดา มารดา น้องชาย เพื่อนๆ พี่ๆ ในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพทุกท่าน ตลอดจนพี่ๆ กลุ่มงานอาชีพเวชกรรมโรงพยาบาลลำพูน ที่คอยเป็นกำลังใจและช่วยเหลือตลอดระยะเวลาที่ข้าพเจ้าได้ทำการศึกษาวิจัยฉบับนี้จนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ฉันทิราภรณ์ ฉันท๊ะ

ตุลาคม 2560

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	3
กรอบแนวคิดการวิจัย	4
ขอบเขตของการวิจัย	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	6
นิยามศัพท์เฉพาะ	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ	8
การจัดกิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ	16
แนวคิดเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับความต้องการและความคาดหวัง	20
แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ และการแสดงความคิดเห็น	25
แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ การสื่อสาร และการมีส่วนร่วมของประชาชน	27
แนวคิดเกี่ยวกับเหตุรำคาญ	29
โรงงานอุตสาหกรรมผลิตอาหารสัตว์ที่ศึกษา	39
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	42
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	49
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	49
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	51
การเก็บรวบรวมข้อมูล	55
การวิเคราะห์ข้อมูล	56

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	60
ปัญหาสิ่งแวดล้อมและกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม	60
การรับรู้และความต้องการของชุมชน	75
ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ด้านสิ่งแวดล้อมและการรับรู้ด้านการจัดกิจกรรม การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) กับความต้องการของชุมชน	94
แนวทางการจัดกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ที่สอดคล้อง กับความต้องการของชุมชน	122
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	126
สรุปการวิจัย	127
อภิปรายผล	132
ข้อเสนอแนะ	139
บรรณานุกรม	140
ภาคผนวก	144
ก แบบสอบถาม	145
ข แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (ตัวแทนภาคชุมชน)	155
ค แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (ตัวแทนบริษัทผลิตอาหารสัตว์แห่งหนึ่งในจังหวัดลำพูน)	160
ง เอกสารรับรองการวิจัย และหนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูล	165
จ ภาพกิจกรรมลงพื้นที่สำรวจชุมชนและรวบรวมเก็บข้อมูล	177
ประวัติผู้วิจัย	184

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 สถิติเรื่องร้องเรียนที่กรมควบคุมมลพิษได้รับแจ้ง ปี พ.ศ. 2558	31
ตารางที่ 3.1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร Taro Yamane	50
ตารางที่ 3.2 จำนวนหาช่วงสุ่ม (k) ของแต่ละหมู่บ้าน	51
ตารางที่ 4.1 เกณฑ์การทดสอบกลิ่นภายนอกโรงงาน	64
ตารางที่ 4.2 การเฝ้าระวังและตรวจวิเคราะห์คุณภาพอากาศและคุณภาพน้ำที่ก่อนระบาย ออกสู่นอกโรงงาน	67
ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	75
ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของข้อมูลประเด็นการรับรู้ด้านสิ่งแวดล้อมโดยทั่วไป	77
ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของประเด็นการรับรู้ปัญหาผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม	80
ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลการรับรู้ด้านการจัดกิจกรรม CSR ของบริษัทฯ	81
ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของข้อมูลประเด็นการรับรู้ด้านการสื่อสาร และการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ ของบริษัทฯ	82
ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของข้อมูลความต้องการ จำแนกออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิต สนับสนุนชุมชน การจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อม และการมีส่วนร่วมกับชุมชน	86
ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลความต้องการที่ชุมชนคาดหวัง ต่อการจัดกิจกรรม CSR ในอนาคตของบริษัทฯ จำแนกออกเป็น 4 ด้าน (16 ประเด็นย่อย)	91
ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลความต้องการที่ชุมชนคาดหวัง ต่อการจัดกิจกรรม CSR ในอนาคตของบริษัทฯ จำแนกออกเป็น 4 ด้าน	93
ตารางที่ 4.11 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ด้านกลิ่นกับความต้องการที่ชุมชน คาดหวังจากบริษัทฯ ในประเด็นความต้องการ “ด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิต”	94
ตารางที่ 4.12 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ด้านกลิ่นกับความต้องการที่ชุมชน คาดหวังจากบริษัทฯ ในประเด็นความต้องการ “ด้านการสนับสนุนชุมชน”	96

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.13 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ด้านกลืนกับความต้องการที่ชุมชนคาดหวังจากบริษัทฯ ในประเด็นความต้องการ “ด้านการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อม”	97
ตารางที่ 4.14 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ด้านกลืนกับความต้องการที่ชุมชนคาดหวังจากบริษัทฯ ในประเด็นความต้องการ “ด้านการมีส่วนร่วมระหว่างบริษัทฯและชุมชน”	99
ตารางที่ 4.15 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ของชุมชนที่มีต่อการจัดกิจกรรม CSR ในประเด็น “เรื่องควรพิจารณาปรับปรุงกิจกรรมฯ/พัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรมใหม่” กับความต้องการที่ชุมชนคาดหวังจากบริษัทฯ ฯ ในประเด็นความต้องการ “ด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิต”	102
ตารางที่ 4.16 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ของชุมชนที่มีต่อการจัดกิจกรรม CSR ในประเด็น “เรื่องควรพิจารณาปรับปรุงกิจกรรมฯ/พัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรมใหม่” กับความต้องการที่ชุมชนคาดหวังจากบริษัทฯ ฯ ในประเด็นความต้องการ “ด้านการสนับสนุนชุมชน”	105
ตารางที่ 4.17 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ของชุมชนที่มีต่อการจัดกิจกรรม CSR ในประเด็นเรื่อง “ชุมชนมีความคาดหวังให้บริษัทฯจัดกิจกรรม CSR ตามความต้องการของชุมชน” กับความต้องการที่ชุมชนคาดหวังจากบริษัทฯ ฯ ในประเด็นความต้องการ “ด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิต”	108
ตารางที่ 4.18 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ของชุมชนที่มีต่อการจัดกิจกรรม CSR ในประเด็นเรื่อง “ชุมชนมีความคาดหวังให้บริษัทฯจัดกิจกรรม CSR ตามความต้องการของชุมชน” กับความต้องการที่ชุมชนคาดหวังจากบริษัทฯ ฯ ในประเด็นความต้องการ “ด้านการสนับสนุนชุมชน”	111
ตารางที่ 4.19 สรุปประเด็นปัญหา ความต้องการและช่องว่างระหว่างบริษัทฯ กับชุมชน	114

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย	4
ภาพที่ 1.2 พื้นที่ชุมชนที่อยู่ห่างจากบริษัทฯ ในรัศมี 2.5 กม.	5
ภาพที่ 2.1 สัดส่วนเรื่องร้องเรียนแยกตามช่องทางการให้บริการรับแจ้ง ปี 2558	32
ภาพที่ 2.2 สัดส่วนเรื่องร้องเรียนแยกตามปัญหามลพิษ ปี 2558	33
ภาพที่ 2.3 แหล่งที่มาของปัญหามลพิษที่ได้รับการร้องเรียนของกรมควบคุมมลพิษ ในปี พ.ศ. 2558	34
ภาพที่ 2.4 สัดส่วนเรื่องร้องเรียนแยกตามประเภทการดำเนินการ	34
ภาพที่ 3.1 วิธีการศึกษาวิจัย	52
ภาพที่ 4.1 กระบวนการผลิตอาหารสัตว์โดยสังเขป	61
ภาพที่ 4.2 ฟังการจัดการมลพิษทางอากาศปล่องต่างๆ	64
ภาพที่ 4.3 สรุปความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงกันของปัญหาและแนวทางการแก้ไข	125



บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศให้เกิดความก้าวหน้าในการสร้างนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่ๆ และส่งผลให้เกิดการจ้างงาน การผลิต การส่งออก ตลอดจนยกระดับการพัฒนาประเทศให้สามารถเติบโตทัดเทียมกับนานาชาติประเทศได้ แต่สิ่งหนึ่งซึ่งมักจะมาควบคู่กับการพัฒนาดังกล่าวและเป็นสิ่งที่มีอาจหลีกเลี่ยงได้คือ ปัญหาผลกระทบต่อระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อมและชุมชนที่อาศัยอยู่บริเวณข้างเคียง (พนม วงษ์ปาน 2557, น. 29-30) ดังจะเห็นได้จากข่าวปัญหาสิ่งแวดล้อมมากมายที่เกิดขึ้นไม่เว้นแต่ละวัน อาทิ ปัญหาการลักลอบทิ้งขยะอุตสาหกรรม ปัญหาน้ำเน่าเสีย ปัญหาการร้องเรียนจากเหตุรำคาญต่างๆ เป็นต้น ทั้งนี้เนื่องจากไม่มีมาตรการใดที่จะสามารถแก้ปัญหาดังกล่าวได้อย่างสมบูรณ์ ร้อยเปอร์เซ็นต์ ดังนั้นจึงไม่อาจกล่าวได้เลยว่าการประกอบธุรกิจใดๆนั้น จะไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม แต่สิ่งหนึ่งที่องค์กรธุรกิจจำเป็นจะต้องมีและต้องตระหนักอยู่เสมอคือ การดำเนินธุรกิจภายใต้หลักการของความรู้ คุณธรรม และอยู่บนพื้นฐานของการไม่เอารัดเอาเปรียบประชาชนหรือการแสวงหาผลกำไรจากการเบียดเบียนประโยชน์จากสังคม (รพีพรรณ ฉัตรลิขิต 2556, น. 5-7)

ความรับผิดชอบต่อสังคมธุรกิจ (Corporate Social Responsibility : CSR) เป็นแนวคิดหนึ่งของกระแสการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อสร้างความสมดุลระหว่างการเติบโตของธุรกิจควบคู่ไปกับการอนุรักษ์สังคมและสิ่งแวดล้อมไปพร้อมกัน โดยมีแนวคิดที่ว่าผลสำเร็จทางธุรกิจนั้นไม่อาจวัดได้เพียงแค่ผลกำไรเพียงอย่างเดียว หากแต่องค์กรธุรกิจที่ประสบความสำเร็จที่แท้จริงนั้นจะต้องสามารถตอบสนองต่อความต้องการของสังคมที่มีต่อองค์กรได้ด้วย ซึ่งองค์กรธุรกิจส่วนใหญ่ๆนั้นยังไม่สามารถเข้าถึงแก่นแท้ของการดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ที่มีใช้ทำเพียงเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร แต่เป็นการที่องค์กรธุรกิจเห็นถึงความสำคัญของการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในการร่วมแก้ปัญหาหรือช่วยเหลือชุมชนจากความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง เพื่อให้ธุรกิจและสังคมสามารถพัฒนาเติบโตไปด้วยกันได้อย่างยั่งยืนโดยปราศจากปัญหาความขัดแย้ง (เอกชัย อภิศักดิ์กุล และคณะ 2555)

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจผลิตอาหารสัตว์ ถือเป็นบริษัทหนึ่งที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และมีนโยบายที่ให้ความสำคัญกับการดูแลสิ่งแวดล้อมและชุมชน โดยรอบอย่างสม่ำเสมอ หากแต่ยังพบว่า มีปัญหาการร้องเรียนเรื่องกลิ่นจากชุมชนรอบข้างอยู่เสมอ นับตั้งแต่ปี พ.ศ.2556 เป็นต้นมา (การสื่อสารส่วนบุคคล, 30 มีนาคม 2559) เนื่องจากปัญหาเรื่องกลิ่นเป็นปัญหาสำคัญของโรงงานผลิตอาหารสัตว์และเป็นปัญหาที่ค่อนข้างแก้ไขได้ยาก เพราะไม่มีเครื่องมือใดที่จะสามารถตรวจวัดได้ว่ากลิ่นปริมาณมากน้อยเพียงใดที่จะระบุได้ถึงระดับความปลอดภัยต่อสุขภาพที่จะสามารถยอมรับได้ (เกษม จันทร์แก้ว 2541) แต่ถึงเป็นเช่นนั้นทางบริษัทฯก็มิได้นิ่งนอนใจที่จะค้นหามาตรการ วิธีการ ตลอดจนทดลองระบบใหม่ๆ อยู่เสมอเพื่อให้ได้มาซึ่งระบบที่ดีที่สุดและเหมาะสมที่สุดในการจัดการกับปัญหาดังกล่าว ซึ่งปัจจุบันการจัดการมลพิษทางอากาศของบริษัทฯตามที่ได้ออกแบบและประเมินแล้วว่า จะเกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการบำบัดอากาศของบริษัทฯประกอบด้วยสามระบบหลัก คือ เครื่องกำจัดฝุ่นชนิดถุงผ้า (Bag filter) เครื่องกำจัดฝุ่นชนิดไซโคลน (Cyclone) และระบบบำบัดกลิ่นโดยใช้โอโซน (On process) โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการพัฒนาสามระบบดังกล่าวเพื่อแก้ไขปัญหาเรื่องกลิ่นจากกระบวนการผลิตและลดข้อร้องเรียนจากชุมชนที่อาศัยอยู่บริเวณใกล้เคียง อย่างไรก็ตาม ถึงแม้จะได้มีการดำเนินการจัดการปรับปรุงแก้ไขระบบบำบัดอากาศและกลิ่นตามที่บริษัทฯ คาดว่า จะมีประสิทธิภาพสูงสุดและยังได้มีการทดสอบประสิทธิภาพการลดลงของกลิ่นทั้งภายในและภายนอกโรงงานอย่างต่อเนื่องแล้วนั้น แต่ชุมชนโดยรอบก็ยังคงมีความวิตกกังวลและมีความรู้สึกว่ปัญหาดังกล่าว จะส่งผลกระทบต่อสุขภาพอนามัยของคนในชุมชน และมีอาจคลายความกังวลหรือสามารถยอมรับได้มากนัก (การสื่อสารส่วนบุคคล, 26 มีนาคม 2559) เนื่องจากเป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นภายในจิตใจ ดังจะเห็นได้จากข้อร้องเรียนที่มีเข้ามาอย่างต่อเนื่อง ฉะนั้นนอกเหนือจากการปรับปรุงแก้ไขระบบการจัดการเรื่องกลิ่นในปัจจุบันแล้วนั้น สิ่งหนึ่งที่สำคัญคือการสร้างความเชื่อมั่นและทัศนคติที่ดีให้แก่ชุมชนที่อาศัยอยู่บริเวณโดยรอบ เพื่อแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นตั้งใจของบริษัทฯในการที่จะแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม โดยการเข้ามามีส่วนร่วมในการช่วยเหลือและร่วมแก้ไขปัญหาให้แก่ชุมชนท้องถิ่น ซึ่งที่ผ่านมาบริษัทฯก็ได้มีการดำเนินกิจกรรมโครงการต่างๆ เพื่อสร้างประโยชน์ให้แก่สังคมอยู่แล้ว เช่น กิจกรรมทอดผ้าป่าขยะ โครงการธนาคารขยะ โครงการรับบริจาคอตุภูมินิยมเพื่อส่งมอบทำขมาเทียมให้แก่ผู้พิการ มอบหนังสือและอุปกรณ์การเรียนให้ศูนย์การเรียนรู้ของชุมชน เป็นต้น แต่ก็ยังไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนได้มากนัก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการไม่ทราบความต้องการที่แท้จริงของชุมชน รวมไปถึงการดำเนินงานซึ่งอาจจะยังไม่ครอบคลุมกลุ่มชุมชนเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง

จากเหตุผลดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะทำการศึกษา การพัฒนาการจัดการกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่สอดคล้องตามความต้องการของชุมชน กรณีศึกษา บริษัทผลิตอาหาร

สัตว์แห่งหนึ่งในจังหวัดลำพูน เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทฯ การรับรู้และความต้องการของชุมชนที่อาศัยอยู่บริเวณโดยรอบ อันจะนำไปสู่การเสนอแนะแนวทางการจัดกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมที่สอดคล้องตามความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง ทั้งนี้เพื่อให้บริษัทฯ กับชุมชนสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างมีความสุข มีความเอื้อเฟื้อและเข้าใจซึ่งกันและกันบนพื้นฐานของการช่วยเหลือ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกันอย่างยั่งยืน

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

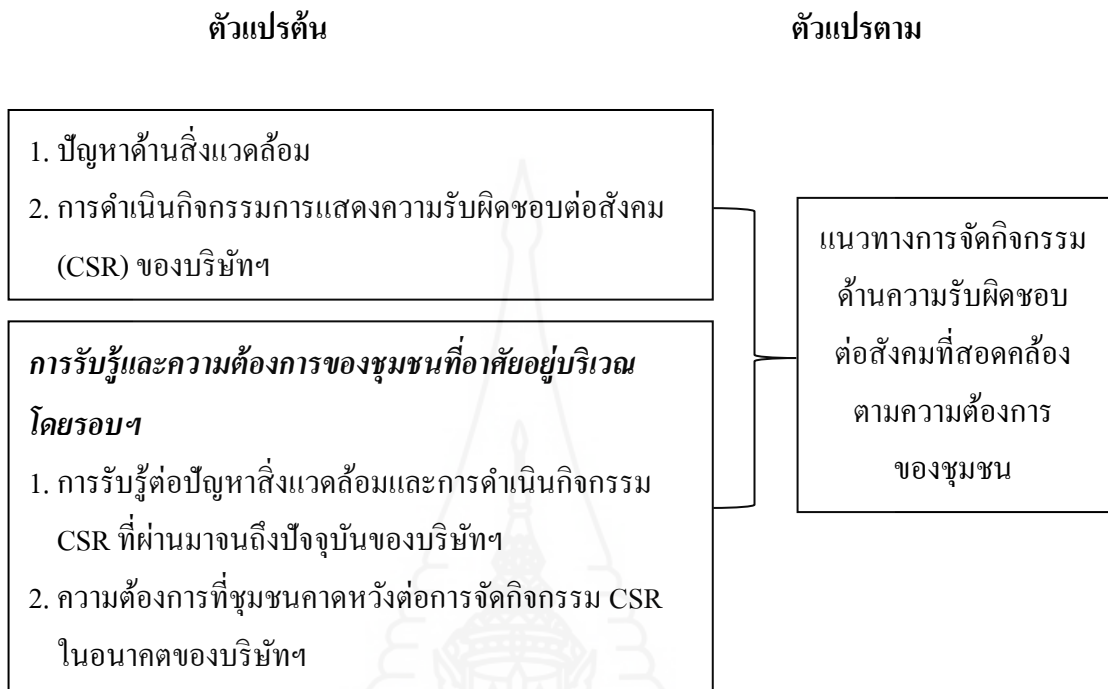
2.1 เพื่อศึกษาปัญหาสิ่งแวดล้อมและกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทผลิตอาหารสัตว์แห่งหนึ่ง ในจังหวัดลำพูน

2.2 เพื่อศึกษาการรับรู้และความต้องการของชุมชนที่อาศัยอยู่บริเวณโดยรอบของบริษัทผลิตอาหารสัตว์แห่งหนึ่ง ในจังหวัดลำพูน

2.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ด้านสิ่งแวดล้อมและการรับรู้ด้านการจัดกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมกับความต้องการของชุมชนที่อาศัยอยู่บริเวณโดยรอบของบริษัทผลิตอาหารสัตว์แห่งหนึ่ง ในจังหวัดลำพูน

2.4 เพื่อเสนอแนะแนวทางการจัดกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทผลิตอาหารสัตว์แห่งหนึ่ง ในจังหวัดลำพูนที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง

3. กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

4. ขอบเขตของการวิจัย

4.1 ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

4.1.1 ชุมชนที่อาศัยอยู่บริเวณโดยรอบบริษัทฯ ในรัศมี 2.5 กิโลเมตรและได้รับผลกระทบจากการประกอบกิจการของบริษัทฯ ประกอบด้วย ชุมชนบ้านสันป่าฝ้าย บ้านศรีบุญยืน บ้านสันปูเลย สำนักงานการนิคมอุตสาหกรรมฯ บจก. เคอีน (ไทยแลนด์) บจก. ทานากะพีริซิชั่น (ประเทศไทย) บจก. เอส.เอ็ม.วี. (ไทยแลนด์) ห้างบิ๊กซีลำพูน และห้างแม็คโครลำพูน

4.1.2 พนักงานบริษัทฯ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ด้านสิ่งแวดล้อม เจ้าหน้าที่ความปลอดภัย (จป.วิชาชีพ) และเจ้าหน้าที่ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรม CSR ของบริษัทฯ

4.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา ขอบเขตเนื้อหาได้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

4.2.1 ข้อมูลสภาพทั่วไป ข้อมูลทั่วไปของบริษัทฯ ปัญหาด้านสุขภาพ/สิ่งแวดล้อม และการร้องเรียนจากชุมชน ตลอดจนสิ่งที่ชุมชนคาดหวังจากบริษัทฯ

5. นิยามศัพท์เฉพาะ

5.1 ชุมชน หมายถึง ชุมชนที่อาศัยอยู่บริเวณโดยรอบบริษัทฯ ในรัศมี 2.5 กม. และได้รับผลกระทบจากการประกอบกิจการของบริษัทฯ ได้แก่ หมู่บ้าน 3 หมู่บ้าน ประกอบด้วย บ้านสันป่าฝ้าย บ้านศรีบุญยืน บ้านสันปูเลย และสถานประกอบการข้างเคียง ประกอบด้วย บจก. เคสิน (ไทยแลนด์) บจก. ทานากะพีริชีสชั่น (ประเทศไทย) บจก. เอส.เอ็ม.วี. (ไทยแลนด์) ห้างบิ๊กซีลำพูน และห้างแม็คโครลำพูน

5.2 ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม หมายถึง สภาวะปัญหาทางสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นจากการประกอบกิจการของบริษัทฯ และชุมชนโดยรอบได้รับผลกระทบ

5.3 การดำเนินกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) หมายถึง การจัดกิจกรรมเพื่อสังคมของบริษัทฯ ในรูปแบบของการชดเชยและคืนประโยชน์ให้แก่ชุมชนที่อาศัยอยู่บริเวณโดยรอบบริษัทฯ และชุมชนอื่นๆ ที่บริษัทฯ ได้ดำเนินการมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

5.4 การรับรู้ของชุมชน หมายถึง ทศนคติหรือความคิดเห็นหรือการแสดงออกมา ซึ่งความเข้าใจและประสบการณ์ของชุมชนจากการที่เคยได้รับรู้หรือเคยมีส่วนร่วม อาทิ การรับรู้ต่อสถานการณ์ต่างๆ ของบริษัทฯ เช่น ปัญหาล้างแควล้อม เหตุเดือดร้อนรำคาญ ผลกระทบจากการประกอบกิจการของบริษัทฯ ตลอดจนการรับรู้ถึงการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมหรือการจัดกิจกรรม CSR ของบริษัทฯ โดยถ่ายทอดออกมาในรูปแบบของความคิดเห็น ความรู้สึกนึกคิดของคนในชุมชน เพื่อสะท้อนให้เห็นว่าชุมชนโดยส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอย่างไรต่อบริษัทฯ รวมไปถึงการรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ หรือการประชาสัมพันธ์กิจกรรม CSR ของบริษัทฯ การที่ชุมชนได้เข้าร่วมทำกิจกรรม CSR หรือได้รับประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่งจากการจัดกิจกรรมที่ผ่านมาของบริษัทฯ โดยชุมชนสามารถประมาณค่าความมากน้อยของประโยชน์ที่ตนได้รับได้ ตลอดจนสามารถเสนอแนะแนวทางอื่นๆ เพิ่มเติมได้

5.5 ความคาดหวังของชุมชน หมายถึง ความปรารถนาของชุมชนที่คาดหวังว่าจะได้รับสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากบริษัทฯ ทั้งนี้ความคาดหวังดังกล่าวนั้นจะเป็นเพียงสิ่งที่ชุมชนนึกคิดและพึงปรารถนาเท่านั้น สุดท้ายแล้วผลลัพธ์อาจมีทั้งเป็นไปได้และเป็นไปไม่ได้แล้วแต่กรณีไป

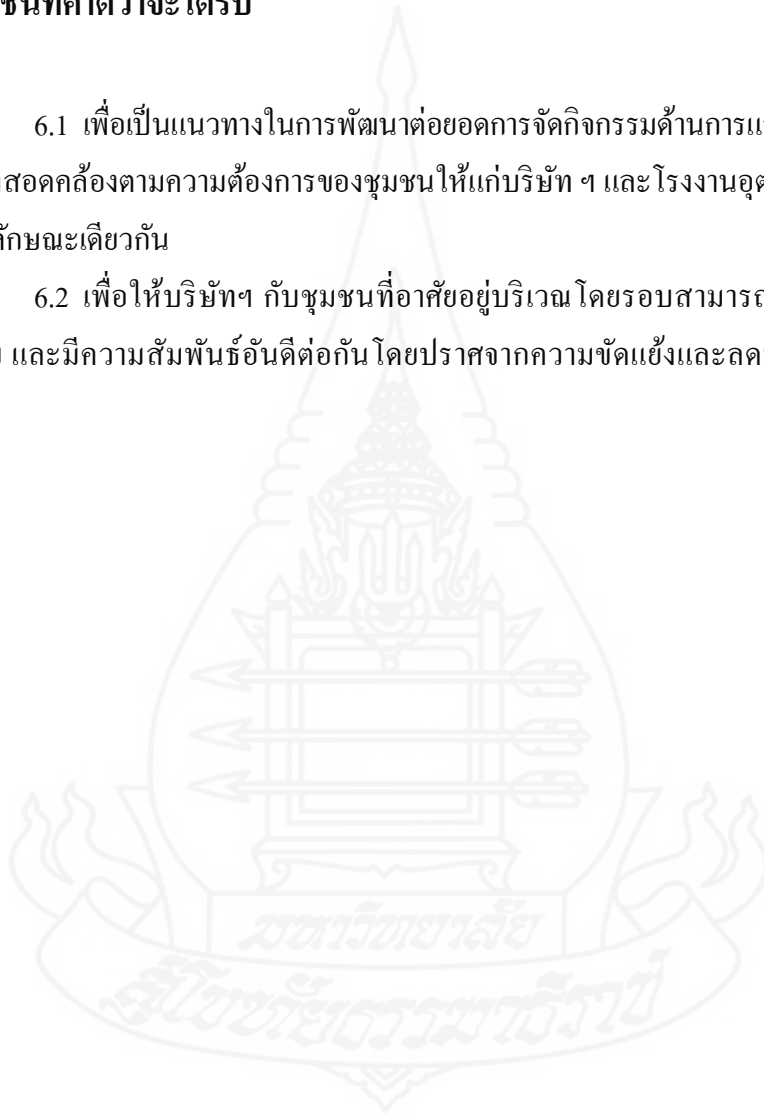
5.6 ความต้องการที่ชุมชนคาดหวัง หมายถึง สิ่งที่ชุมชนมีความประสงค์ที่จะได้รับการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมจากบริษัทฯ ในรูปแบบที่เป็นความต้องการที่แท้จริงของชุมชน ประกอบด้วย 4 ด้าน คือ ด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิต ด้านการสนับสนุนชุมชน ด้านการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อม และด้านการมีส่วนร่วมระหว่างบริษัทฯ และชุมชน

5.7 แนวทางการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ที่สอดคล้องตามความต้องการของชุมชน หมายถึง แนวทางและข้อเสนอแนะที่ได้จากการหาความสัมพันธ์ของปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม การรับรู้และความต้องการของชุมชน

6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

6.1 เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาต่อยอดการจัดกิจกรรมด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมที่สอดคล้องตามความต้องการของชุมชนให้แก่บริษัท ฯ และโรงงานอุตสาหกรรมที่ประสบปัญหาในลักษณะเดียวกัน

6.2 เพื่อให้บริษัทฯ กับชุมชนที่อาศัยอยู่บริเวณโดยรอบสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างมีความสุข และมีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน โดยปราศจากความขัดแย้งและลดปัญหาการร้องเรียนในอนาคต



บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาการพัฒนาการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่สอดคล้องตามความต้องการของชุมชน กรณีศึกษา บริษัทผลิตอาหารสัตว์แห่งหนึ่งในจังหวัดลำพูน ผู้ศึกษาได้นำแนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ
 - 1.1 ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ
 - 1.2 ความสำคัญและทิศทางของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ
 - 1.3 รูปแบบของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ
2. การจัดกิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ
3. แนวคิดเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับความต้องการและความคาดหวัง
4. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติและการแสดงความคิดเห็น
5. แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ การสื่อสาร และการมีส่วนร่วมของประชาชน
6. แนวคิดเกี่ยวกับเหตุรำคาญ
7. โรงงานอุตสาหกรรมผลิตอาหารสัตว์
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ

1.1 ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ Corporate Social Responsibility (CSR)

Brow and Vrioni (2544) กล่าวว่า การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม คือ สิ่งที่สังคมคาดหวังจะได้รับจากองค์กร โดยองค์กรได้เข้าไปมีส่วนร่วมอย่างใดอย่างหนึ่งในสังคม เช่น การสนับสนุนกิจกรรมดีๆ ในสังคม การแบ่งปัน การช่วยเหลือ ตลอดจนช่วยแก้ปัญหาต่างๆ ให้แก่สังคม บวกกับการเป็นองค์กรที่ดำรงอยู่ในคุณธรรมจริยธรรม และดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้องตามหลักกฎหมายและเคารพต่อสังคม นั่นคือองค์กรที่ประสบความสำเร็จและบรรลุถึงซึ่งความคาดหวังของสังคมอย่างแท้จริง

Kotler and Lee (2548) กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร คือ พันธะสัญญาที่องค์กรได้ให้ไว้กับสังคมโดยการแสดงออกให้เห็นถึงความรับผิดชอบต่อสังคมในท้องถิ่นที่ตนอาศัยอยู่ เพื่อให้ท้องถิ่นนั้นมีสภาพแวดล้อมและประชาชนมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ตลอดจนช่วยแบ่งปันประโยชน์ให้กลับคืนสู่สังคมด้วยทรัพยากรที่มีขององค์กรนั้นๆ ด้วยความสมัครใจ

Moon and Graftski (2548) กล่าวว่า CSR จัดได้ว่าเป็นกลุ่มคำที่สื่อความหมายออกเป็นสองประเด็น คือ หมายถึงการมีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจและการส่งเสริมกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะอย่างแท้จริง อีกประเด็นหนึ่งคือการที่องค์กรมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมอย่างยั่งยืน

อนันตชัย ยูรประดม (2550) กล่าวว่า ประเด็นแรกที่องค์กรต้องตระหนักถึงในการดำเนินกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม คือ สิ่งที่สังคมคาดหวังจะได้รับจากองค์กรหรือสิ่งที่องค์กรได้กำหนดไว้ให้อยู่ในรูปแบบของการเอื้อประโยชน์ต่อทั้งองค์กร สังคมและสิ่งแวดล้อมไปพร้อมๆ กัน โดยใช้รูปแบบของการผสมผสานเพื่อให้ได้รับประโยชน์ร่วมกันทุกฝ่าย

สภาธุรกิจ โลกเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (World Business Council for Sustainable Development หรือ WBCSD) (2551) ได้ให้นิยามของ CSR ว่าเป็นพันธะสัญญาขององค์กรในการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน สังคมและเศรษฐกิจของประเทศอย่างต่อเนื่อง โดยยึดหลักคุณธรรม จริยธรรมเป็นหลักในการบริหารจัดการองค์กร ดังนั้นจึงครอบคลุมไปถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การดูแลคุณภาพชีวิตของผู้ใช้แรงงาน ตลอดจนการเคารพสิทธิมนุษยชนด้วย

Corporate Social Responsibility in ASIA หรือ CSR Asia (2551) ให้นิยามของความรับผิดชอบต่อสังคม ว่าเป็นพันธะผูกพันขององค์กรที่จะมอบความสมดุลระหว่างผลประโยชน์ทางธุรกิจแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยการพัฒนาเศรษฐกิจและโอบอุมดูแลสิ่งแวดล้อมและสังคมอย่างยั่งยืน

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2552) กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ คือ ภาระผูกพันที่ถือว่าองค์กรได้ให้คำมั่นสัญญาไว้กับสังคมและจะต้องปฏิบัติตามอย่างรอบคอบและเคร่งครัด ด้วยการมีแผนการกำกับดูแลขององค์กรที่ดีและยึดหลักจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจโดยไม่เบียดเบียนสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อการเติบโตที่มั่นคงและยั่งยืนขององค์กร

สถาบันพัฒนาธุรกิจและสังคม (2553) กล่าวว่า การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น มิใช่เป็นเพียงการให้ความสำคัญเพียงแก่สังคมภายนอกองค์กรเท่านั้น หากแต่รวมถึงบุคลากรภายในองค์กรและกลุ่มผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กรทั้งหมดด้วย เพราะหากองค์กรใดมีแบบแผนการปฏิบัติที่ชัดเจนและสามารถปฏิบัติได้อย่างจริงจังทั้งภายในและภายนอกองค์กรแล้ว ก็จะกลายเป็นวัฒนธรรมที่ดีและมีคุณค่าขององค์กร แต่ทั้งนี้แบบแผนหรือแนวทางการปฏิบัติต่างๆ

จะต้องสามารถตอบสนองต่อประเด็นทางสังคมและสิ่งแวดล้อมได้ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับทุกฝ่ายและสอดคล้องกับความคาดหวังของชุมชน สังคมและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดที่เกี่ยวข้อง

Giannarakis and other (2553) กล่าวว่า การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร หรือบรรษัทบริบาลนั้น เริ่มต้นจากการที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมองเห็นถึงผลกระทบในด้านลบ ทำให้ต้องตระหนักถึงผลเสียที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งจะส่งผลเสียทั้งต่อองค์กรในแง่ของภาพลักษณ์หรือกระแสการต่อต้านจากสังคม ดังนั้นบริษัทธุรกิจต่างๆ จึงเริ่มให้ความสำคัญกับการดำเนินกิจกรรมเพื่อแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น

สถาบันไทยพัฒน์ (2555) กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนั้นครอบคลุมไปถึงการดำเนินกิจกรรมทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมทั้งในระดับใกล้และไกลด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรหรือทรัพยากรจากภายนอกองค์กร เพื่อให้สามารถอยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างมีความสุขและเป็นไปตามพันธกิจขององค์กรที่ได้ให้คำมั่นสัญญาไว้ต่อสังคมว่าจะช่วยเหลือสังคมในรูปแบบต่างๆ

สถาบันไทยพัฒน์ (2555) ให้ความหมายของคำว่า กิจกรรม (activities) หมายถึง การคิด การพูด และการกระทำที่เริ่มตั้งแต่การวางแผน การตัดสินใจ การสื่อสารประชาสัมพันธ์ การบริหารจัดการและการดำเนินงานต่างๆ ขององค์กร

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม หรือเรียกสั้นๆ ว่า กิจกรรม CSR นั้นคือ การที่องค์กรมีแนวคิด การกระทำ ตลอดจนหลักปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก นอกเหนือไปจากการนึกถึงเพียงเพื่อการแสวงหาผลกำไรเพียงอย่างเดียว โดยองค์กรจะต้องตระหนักอยู่เสมอในเรื่องของคุณธรรมจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ และการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในฐานะผู้ซึ่งใช้ประโยชน์จากทรัพยากรของสังคม ซึ่งตามหลักการโดยแท้จริงแล้ว การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นมิใช่กระทำเพียงเพื่อทำในสิ่งที่องค์กรอยากทำหรือทำเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กรอย่างเดียวเท่านั้น แต่การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างแท้จริงนั้นจะต้องเป็นสิ่งที่สามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของสังคมได้ ซึ่งสิ่งสำคัญอันดับแรกที่องค์กรต้องพิจารณาคือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประกอบไปด้วยใครบ้าง และได้รับผลกระทบมากน้อยเพียงใด ตลอดจนมีแนวทางใดบ้างที่องค์กรจะสามารถชดเชยให้แก่สังคมได้ ทั้งนี้เพื่อที่องค์กรจะสามารถกำหนดทิศทางความรับผิดชอบต่อสังคมได้อย่างชัดเจนและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนสามารถตอบสนองต่อความต้องการของสังคมได้อย่างแท้จริง ซึ่งรูปแบบและกลวิธีต่างๆ ในการดำเนินกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของแต่ละองค์กรนั้นก็จะมีแตกต่างกันไปตามแต่ละบริบทขององค์กร

1.2 ความสำคัญและทิศทางของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ

แนวคิดเรื่อง CSR ซึ่งถือเป็นแนวคิดที่มีรากฐานมาจากหลักคุณธรรมทางศาสนา ดังนั้นแนวคิดนี้สำหรับในสังคมไทยจึงถือว่าไม่ใช่เรื่องใหม่ เพราะมีการปฏิบัติกันมาเป็นระยะเวลา ยาวนานแล้ว เพียงแต่เมื่อก่อนอาจจะยังไม่เห็นเป็นรูปธรรมหรือหรือยังไม่มียุทธศาสตร์ที่ชัดเจนมากนัก เช่นมักจะแฝงอยู่ในรูปแบบของการทำบุญ การบริจาค การช่วยเหลืองานสังคมต่างๆ จนกระทั่งในปี 2549 แนวคิดเรื่อง CSR เริ่มมีบทบาทกับภาคธุรกิจมากขึ้น และได้มีการบัญญัติไว้เป็นแนวทางปฏิบัติ ที่ผนวกเข้ากับภาคธุรกิจเพื่อให้ทุกภาคส่วนได้ประโยชน์ร่วมกัน ตลอดจนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายใน และภายนอกองค์กรด้วย โดยจะเน้นมุ่งไปที่การพัฒนาองค์กรให้มี “ความดี” อยู่ในตัวเป็นหลัก เพราะ การที่องค์กรมีการปลูกฝังค่านิยมการพัฒนาองค์กรที่มีมากกว่าการมีเพียง “ความเก่ง” อยู่ในตัวเพียง อย่างเดียวโดยปราศจากความดีหรือคุณธรรมในการดำเนินธุรกิจนั้น ก็จะไม่ก่อให้เกิดการเจริญเติบโต ของธุรกิจอย่างยั่งยืนได้ ดังนั้นแนวคิด CSR จึงถือเป็นจุดเริ่มต้นของการปฏิรูประบบการดำเนินธุรกิจ รูปแบบหนึ่งที่จะสร้างความสำเร็จให้กับองค์กรอย่างยั่งยืนภายใต้หลักของธรรมาภิบาลควบคู่ไปกับการ ตระหนักดูแลสังคมและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง โดยไม่มีผู้ใดได้ประโยชน์หรือสูญเสีย ประโยชน์อยู่ฝ่ายเดียว แต่จะอยู่ในลักษณะของการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน การเอื้อประโยชน์และมีความ เห็นอกเห็นใจซึ่งกันและกัน โดยจะสามารถจำแนกความสำคัญของการดำเนินการ CSR ออกเป็น 5 ด้าน คือ

- 1.2.1 ช่วยให้องค์กรตระหนักถึงการประกอบธุรกิจอย่างมีคุณธรรมจริยธรรม
- 1.2.2 ช่วยสร้างผลประโยชน์ให้แก่องค์กรในระยะยาว
- 1.2.3 ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแบรนด์ขององค์กร
- 1.2.4 องค์กรเป็นที่ยอมรับของสังคมและประชาชนมีความเชื่อมั่นในองค์กร
- 1.2.5 องค์กรสามารถดำรงอยู่ได้โดยไร้ซึ่งความขัดแย้ง

กฎหมายรัฐธรรมนูญ มาตรา 67 ฉบับ 2550 ได้ระบุให้องค์กรธุรกิจที่มีการดำเนิน โครงการหรือกิจกรรมอันอาจจะก่อให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนอย่างรุนแรงนั้นจะต้องศึกษาและประเมิน ผลกระทบต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อมและสุขภาพของประชาชนบริเวณข้างเคียง มีกระบวนการรับฟัง ความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียก่อนที่จะดำเนินการ โครงการหรือกิจกรรมใดๆ ดังเช่น เมื่อ 30 กันยายน 2552 ที่ผ่านมา ได้มีคำสั่งของศาลปกครองให้ระงับโครงการที่กำลังดำเนินการอยู่ในพื้นที่มาบตาพุด และพื้นที่ใกล้เคียงไว้เป็นการชั่วคราว เนื่องจากมีลักษณะเข้าข่ายตามมาตรา 67 วรรค 2 เนื่องจากศาล เห็นว่าอาจมีการกระทำที่ไม่ชอบด้วยกฎหมายของหน่วยงานภาครัฐ จึงเป็นเหตุให้ต้องระงับโครงการ เป็นการชั่วคราว เพื่อประโยชน์สุขของประชาชนและการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม อย่างยั่งยืนตามหลักการบริหารราชการแผ่นดินของภาครัฐ

ความเคลื่อนไหวสำคัญที่เกี่ยวข้องกับ CSR อีกเรื่องหนึ่ง คือ ข้อตกลงการเปิดเสรีสินค้าภายใต้เขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) ที่ส่งผลให้สินค้านำเข้ามากกว่า 8,000 รายการ มีอัตราภาษีลดเหลือ 0% ดังนั้นภาคธุรกิจจึงจำเป็นต้องเตรียมพร้อมรับมือและปรับตัวสำหรับผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เพราะนับตั้งแต่นี้เป็นต้นไปอุปสรรคทางการค้าจะไม่ใช่เพียงแต่กำแพงภาษีแล้ว ดังนั้นประเทศต่างๆ จึงหันมาใช้แนวทางอื่นๆ ขึ้นมาทดแทน เช่น มาตรการทางด้านสุขอนามัย เทคนิคใหม่ๆ ที่จะนำมาสอดแทรกทางการค้า มาตรการในการส่งเสริมธุรกิจท้องถิ่น การใช้ทรัพยากรในพื้นที่อย่างคุ้มค่าและไม่ส่งผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม ซึ่งมาตรการเหล่านี้ก็ล้วนแล้วแต่เกี่ยวข้องกับแนวปฏิบัติของ CSR ทั้งสิ้น

ทิศทางของ CSR

ดร.พิพัฒน์ ยอดพฤติการ ผู้อำนวยการสถาบันไทยพัฒนา ได้กล่าวถึงทิศทาง CSR ในปี 2559 ไว้ว่า ในปี 2559 นี้จะเน้นการพัฒนาที่ยั่งยืนตามเป้าหมายของระดับโลก หรือ SDGs (Sustainable Development Goals) โดยให้องค์กรธุรกิจมอง SDGs เป็นโอกาสที่จะนำกิจการของตนเข้าไปมีบทบาทในการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนและมั่นคง สามารถตอบสนองต่อมิติทางธุรกิจโดยอาศัยประเด็นทางสิ่งแวดล้อมและสังคมเป็นปัจจัยในการสนับสนุนขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยนำโมเดล Social Business แบบไม่สูญเสียเงินต้น ตามแนวคิดธุรกิจเพื่อสังคมของ ศ.มูฮัมหมัด ยูनुส มาเป็นทางเลือกในการทำ CSR แทนรูปแบบเดิมๆ ที่เคยใช้ เช่น การบริจาค การให้ทุนการศึกษา ซึ่งเป็นการแก้ปัญหาที่ไม่ยั่งยืน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องที่องค์กรธุรกิจจะต้องเปิดรับการคืนประโยชน์กลับสู่สังคมในมิติใหม่ที่จะแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างแท้จริงและยั่งยืนกับทุกฝ่าย ซึ่งจะสามารถแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ

1. รูปแบบที่ไม่สูญเสียเงินต้นและไม่มีผลกำไร (Type I social business) โดยในรูปแบบนี้ผู้ถือหุ้นจะได้รับเงินลงทุนคืน แต่คืนเฉพาะเงินต้นเท่านั้นและไม่ได้รับดอกเบี้ยใดๆ ทดแทน เพราะองค์กรจะนำผลกำไรที่ได้นั้นไปใช้ในการทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์กับสังคมหรือช่วยเหลือแก้ปัญหาต่างๆ ให้แก่สังคม ดังนั้นวิธีนี้จึงเน้นที่การแก้ปัญหของสังคมเป็นหลัก
2. รูปแบบที่แสวงหาและแบ่งปันผลกำไร (Type II social business) โดยจะอยู่บนเงื่อนไขที่ว่าหุ้นส่วนนั้นจะต้องเป็นผู้ค้ำยโอกาสหรือผู้ยากไร้ เพราะการแบ่งปันผลกำไรนั้น มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อแก้ปัญหความยากจนในสังคมเป็นหลัก

1.3 รูปแบบของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ

ไมเคิล อีพอร์เตอร์ (Porter and Kramer 2548) ได้กล่าวไว้ในบทความการเชื่อมโยงระหว่าง CSR กับความได้เปรียบทางการแข่งขันว่า แนวทางที่เหมาะสมในการตอบสนองต่อการดำเนินกิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นประกอบไปด้วย 2 องค์ประกอบ คือ ลักษณะของการเป็น

องค์กรที่ดี ปฏิบัติตนเป็นบรรษัทพลเมืองที่ดีและช่วยลดผลกระทบเชิงลบที่เกิดขึ้นจากการประกอบธุรกิจของตน ซึ่งกิจกรรม CSR ในรูปแบบนี้จะ เป็นลักษณะในเชิงตั้งรับ (Receptive) จะเกิดขึ้นก็เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้นหรือสังคมเริ่มมีปฏิริยาการต่อต้านหรือตอบโต้ วิธีการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในขั้นนี้ ก็จะเริ่มจากการศึกษาถูกระเบียบ ข้อกฎหมาย และมาตรฐานหรือข้อกำหนดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาปรับใช้เพื่อให้สังคมยอมรับ โดยผลลัพธ์จากการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยวิธีการนี้จะทำให้กิจการได้ชื่อว่าเป็นบรรษัทพลเมืองที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในการแก้ไขปัญหาหรือผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน และได้รับการยอมรับให้เป็นส่วนหนึ่งในสังคมนั้น แต่การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในรูปแบบนี้ยังถือว่าองค์กรนั้นมุ่งเน้นที่การรักษาไว้ซึ่งคุณค่าขององค์กรเป็นสำคัญมากกว่าที่จะคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้น

ศาสตราจารย์ ฟิลิป คอตเลอร์ แห่งมหาวิทยาลัยนอร์เวสเทิร์น และแนนซี ลี อาจารย์สมทบแห่งมหาวิทยาลัยวอชิงตัน และมหาวิทยาลัยซีแอตเติล ได้จำแนกรูปแบบของกิจกรรม CSR ออกเป็น 7 ชนิดกิจกรรม ดังนี้

1.3.1 ส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม (Cause Promotion) โดยองค์กรจะช่วยเหลือในรูปแบบของการจัดหาแหล่งเงินทุน วัสดุอุปกรณ์ ตลอดจนทรัพยากรต่างๆ ที่จะสามารถนำไปแก้ไขปัญหาให้แก่สังคมได้ รวมไปถึงการที่องค์กรร่วมเป็นส่วนหนึ่งหรือหาแนวร่วมมาช่วยแก้ไขปัญหา นั้นๆ เพื่อแสดงให้เห็นถึงความห่วงใยและการให้ความสำคัญต่อประเด็นปัญหาต่างๆ ในสังคม

1.3.2 การตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคม (Cause-Related Marketing) โดยการแบ่งปันส่วนหนึ่งของรายได้หรือจากผลกำไรขององค์กรออกมาในรูปแบบของการบริจาคเพื่อร่วมแก้ไขปัญหาทางสังคมแบบเฉพาะเจาะจง ซึ่งจะมีการระบุเป้าหมายไว้อย่างชัดเจน เช่น บริจาคให้การกุศล มูลนิธิต่างๆ เป็นต้น ซึ่งองค์กรมักจะร่วมมือกับองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรเพื่อสร้างสัมพันธภาพในการสร้างผลประโยชน์ร่วมกัน ด้วยวิธีการเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์ เพื่อนำเงินรายได้ไปสนับสนุนกิจกรรมการกุศลนั้นๆ ในขณะเดียวกันก็เป็นการเปิดโอกาสให้แก่ผู้บริโภคได้มีส่วนร่วมในการช่วยเหลือการกุศลผ่านทาง การซื้อผลิตภัณฑ์ โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายอื่นใดๆ เพิ่มเติม

1.3.3 การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาด้านสังคม (Corporate Social Marketing) โดยการสนับสนุนสังคมให้เกิดการรับรู้และปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ซึ่งอาจจะอยู่ในรูปแบบของการประชาสัมพันธ์เดือนกัญ การรณรงค์ประเด็นปัญหาด้านสังคมในขณะนั้น เพื่อให้สังคมมีความตระหนักในการดูแลตนเองมากขึ้น เช่น การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภค การดูแลสุขภาพเบื้องต้น การดำเนินชีวิตในรูปแบบที่เหมาะสม ฯลฯ

1.3.4 การบริจาคเพื่อการกุศล (Corporate Philanthropy) เป็นมุ่งช่วยเหลือปัญหาทางสังคมโดยตรง ในรูปแบบของการสนับสนุนเงินหรือการบริจาคตามกระแสความต้องการของ

บุคคลภายนอกที่เสนอให้ทำ โดยวิธีการนี้มักพบได้บ่อยเนื่องจากเป็นวิธีที่ง่ายและได้ผลเร็ว ส่งผลต่อภาพลักษณ์ขององค์กรโดยตรง ซึ่งถือว่าวิธีนี้ยังไม่สามารถเข้าถึงแก่นแท้ของการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมมากนัก

1.3.5 การอาสาช่วยเหลือชุมชน (Community Volunteering) โดยการเชิญชวนพนักงานหรือผู้ค้าภายในองค์กรมาร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยเหลือหรืออาสาทำงานให้แก่ชุมชน เพื่อตอบสนองต่อประเด็นปัญหาทางสังคมที่องค์กรเล็งเห็นถึงความสำคัญและพร้อมจะยื่นมือเข้าไปช่วยต่อปัญหานั้นๆ โดยรูปแบบนี้องค์กรอาจจะเป็นผู้ดำเนินการเองหรือร่วมมือกับองค์กรอื่นหรือให้พนักงานเป็นผู้คัดเลือกกิจกรรมแล้วนำเสนอต่อองค์กรเพื่อพิจารณาให้การสนับสนุนก็ได้

1.3.6 การประกอบธุรกิจที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Business Practices) เป็นการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจอย่างพินิจพิเคราะห์เพื่อมิให้เกิดปัญหาหรือส่งผลกระทบต่อสังคมข้างเคียง ทั้งในเชิงป้องกันและร่วมแก้ไขด้วยการช่วยเหลือต่อปัญหาสังคมนั้นๆ ด้วยกระบวนการทางธุรกิจ เพื่อการยกระดับสุขภาวะของชุมชนและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยองค์กรสามารถดำเนินการเองหรือทำร่วมกับหน่วยงานอื่นก็ได้

1.3.7 การพัฒนาและเข้าถึงการบริการตามกำลังซื้อของคนในระดับฐานราก (Developing and Delivering Affordable Products and Services) เป็นการใช้กระบวนการทางธุรกิจเข้ามาช่วยให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ขององค์กรได้ง่ายขึ้น โดยการจำหน่ายสินค้าในราคาที่ไม่แพง เหมาะกับกำลังซื้อของผู้บริโภคในระดับฐานราก เพื่อให้ผู้บริโภคทุกกลุ่มชนสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการขององค์กรได้อย่างทั่วถึง ทั้งนี้เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตควบคู่ไปกับองค์กรได้รับผลประโยชน์ทางธุรกิจในการอ้อมด้วย

เมื่อพิจารณา CSR ตามบทบาทและความเกี่ยวข้องของหน่วยงาน จะสามารถจำแนกออกได้เป็น 3 จำพวก (division) ได้แก่

1. กิจกรรมเพื่อสังคม คือ การดำเนินกิจกรรม (activities) ของหน่วยงาน ซึ่งโดยมากเป็นองค์กรธุรกิจที่แสวงหากำไร เพื่อสร้างให้เกิดประโยชน์แก่สังคมในด้านต่างๆ โดยกิจกรรมที่ดำเนินการนั้นมักแยกออกจากการดำเนินธุรกิจที่เป็นกระบวนการ (process) หลักของกิจการอย่างสิ้นเชิง และเกิดขึ้นตามมาในภายหลัง เช่น การแก้ไขเยียวยาชุมชนที่ได้รับผลกระทบทางมลพิษจากกระบวนการผลิต การแจกจ่ายสิ่งของช่วยบรรเทาสาธารณภัย การเป็นอาสาสมัครช่วยบำเพ็ญสาธารณประโยชน์ ซึ่งกิจกรรมเพื่อสังคมเหล่านี้มักเป็นกิจกรรมที่อยู่นอกเหนือจากเวลาการทำงานตามปกติขององค์กร

2. ธุรกิจเพื่อสังคม คือ การดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมที่อยู่ในกระบวนการทำงานหลักของกิจการ หรือเป็นการทำธุรกิจที่แสวงหาผลกำไรอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม การมี

คุณธรรมจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ ซึ่งสัจธรรมตรงไปตรงมาและอยู่บนพื้นฐานของการไม่เอาัดเอาเปรียบสังคม เช่น การป้องกันหรือกำจัดมลพิษในกระบวนการผลิตเพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อชุมชน การผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานตามข้อกำหนดในฉลากผลิตภัณฑ์ การเปิดเผยข้อมูลผลิตภัณฑ์อย่างถูกต้องครบถ้วนต่อผู้บริโภค การชดเชยความเสียหายให้แก่ลูกค้าที่เกิดจากความผิดพลาดและความบกพร่องของพนักงาน ซึ่งการดำเนินความรับผิดชอบต่อเหล่านี้ถือเป็นกิจกรรมที่อยู่ในเวลาทำงานปกติของกิจการ

3. กิจการเพื่อสังคม เพื่อให้แตกต่างจากสองจำพวกข้างต้นที่เป็นบทบาทขององค์กรธุรกิจโดยตรง กิจการในจำพวกที่สามนี้ มักเป็นองค์กรที่ดำเนินงานโดยไม่แสวงหาผลกำไรให้แก่ตนเอง หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า เป็นหน่วยงานที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อสร้างประโยชน์ให้แก่สังคมในทุกกระบวนการของกิจการ ตัวอย่างของกิจการที่อาจจัดอยู่ในข่ายนี้ ได้แก่ มูลนิธิ องค์กรสาธารณประโยชน์ องค์กรประชาชน และส่วนราชการต่างๆ โดยการประกอบกิจการเพื่อสังคมนั้น มักเกิดจากการผสมผสานอุดมการณ์ในเชิงของนักพัฒนาสังคมเข้ากับการบริหารจัดการในเชิงของผู้ประกอบการธุรกิจ ซึ่งเป็นการผนวกจุดแข็งระหว่างแผนงานของภาคประชาสังคมกับกระบวนการที่มีประสิทธิภาพของภาคธุรกิจ อันจะสร้างให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่สังคมโดยรวม และขณะเดียวกันกิจการก็จะสามารถอยู่รอดได้ด้วยการพึ่งพาการดำเนินงานของตนเอง แทนการสนับสนุนจากแหล่งทุนภายนอกหรือได้รับการอุดหนุนจากภาษีของประชาชน หรือเป็นองค์กรที่หากำไรให้แก่สังคม โดยที่เจ้าของกิจการเหล่านี้ มักเรียกตัวเองว่า เป็นผู้ประกอบการทางสังคม (social entrepreneur) การที่องค์กรไม่มีวัตถุประสงค์หากำไรในรูปแบบเดิม อาศัยทุนสนับสนุนจากการบริจาค หรืออาศัยทุนอุดหนุนจากเงินภาษี ก็ถือว่าเป็นการใช้ทรัพยากรจากสังคมทางหนึ่ง ซึ่งหากดำเนินงานโดยขาดประสิทธิภาพหรือขาดความรับผิดชอบต่อสังคมแล้ว ยิ่งต้องได้รับการตำหนิมากกว่าองค์กรที่หากำไรให้แก่ตนเองเป็นเท่าตัว เพราะนอกจากจะเป็นการถือครองทรัพยากรทางสังคมโดยไม่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่สังคมแล้ว ยังเท่ากับเป็นการปิดโอกาสองค์กรที่ไม่แสวงหากำไรแห่งอื่นๆ ในการเข้าถึงแหล่งทรัพยากรเหล่านี้เพื่อทำประโยชน์ให้แก่สังคมด้วย ถือเป็นค่าเสียโอกาส (opportunity cost) ที่คนในสังคมต้องร่วมกันจ่ายโดยที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์อันใดกลับคืนมาเลย

2. การจัดกิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ

การจัดกิจกรรมเพื่อแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นแต่ละองค์กรก็จะมีแนวทางการแสดงออกที่แตกต่างกัน ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วก็จะมาจากการกำหนดนโยบายและการดำเนินงานขององค์กรที่จะเป็นการคืนกำไรให้แก่สังคม ซึ่งจะออกมาในรูปแบบของการช่วยเหลือ การส่งเสริม สนับสนุน การบำเพ็ญประโยชน์เพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการร่วมแก้ปัญหาความเดือดร้อน หรือตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย เช่น ผู้ถือหุ้น ลูกค้า ผู้บริโภค คู่ค้า ตามความเหมาะสม และเป็นธรรมชาติ รวมทั้งมีการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใสและตระหนักในความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดีด้วย (Good Corporate Governance) ซึ่งแต่ละองค์กรก็จะมีแนวความคิดที่แตกต่างกันออกไป ดังตัวอย่างแนวนโยบายและการจัดกิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรต่างๆ ต่อไปนี้ เช่น

การบริหารจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการในประเทศญี่ปุ่นนั้น ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากสมาพันธ์องค์กรธุรกิจญี่ปุ่น (Nippon Keidanren) เริ่มจากการจัดทำกฎบัตรความประพฤติของผู้ประกอบการ (Corporate Behaviour Charter) กำหนดให้บริษัทที่เป็นสมาชิกของสมาพันธ์องค์กรธุรกิจต้องดำเนินธุรกิจโดยเน้นคำนึงถึงการพัฒนาสังคมโดยการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและมีจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ และคำนึงถึงการเจริญเติบโตทางธุรกิจ สิ่งแวดล้อมและสังคม โดยมีจุดประสงค์หลักเพื่อส่งเสริมการเจริญเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืน การดำเนินการของสมาพันธ์องค์กรธุรกิจญี่ปุ่นเพื่อส่งเสริม CSR มีดังนี้

1. การจัดตั้งคณะกรรมการต่างๆ อาทิ คณะกรรมการดูแลความประพฤติของธุรกิจ คณะกรรมการส่งเสริมกิจกรรมเพื่อการพัฒนาสังคม
2. การจัดทำรายงานและเผยแพร่ข้อมูลความคืบหน้าการจัดทำแนวทางในการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsible) ขององค์การมาตรฐานสากล (ISO)
3. การจัดทำแบบสอบถามเกี่ยวกับการดำเนินงานด้าน CSR ของบริษัทต่างๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการของแต่ละบริษัทได้ทราบแนวโน้มการดำเนินการของบริษัทอื่นๆ

ร้อยละ 70 ของบริษัทญี่ปุ่นดำเนินการด้าน CSR ตาม GRI Guidelines ฉบับที่ 3 กล่าวว่า สิ่งที่บริษัทต้องคำนึงถึง คือ 1. ความสมดุล / ทัดเทียมกันของรายงานและเปิดเผยข้อมูล 2. การให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามามีส่วนร่วมในการระบุนิคมของกิจกรรม CSR และประเมินผลความสำเร็จในการดำเนินงานของบริษัท 3. การดำเนินการเพื่อความยั่งยืนของโลกไม่ใช่เพียงแค่ระดับท้องถิ่น เช่น ปัญหาโลกร้อน ปัญหาการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ การอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ การแก้ไขปัญหาความยากจน เป็นต้น และ 4. ด้านระหว่างเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม

ตัวอย่างการดำเนินงานด้าน CSR ของบริษัทญี่ปุ่น เช่น บริษัทโตโยต้า (TOYOTA) ที่นอกเหนือจากการดำเนินการด้าน CSR ที่ยึดหลักปฏิบัติตามกฎบัตรความประพฤติของผู้ประกอบการของสมาพันธ์องค์กรธุรกิจญี่ปุ่นเป็นหลักสำคัญแล้ว ในปี 2551 ยังได้มีการออกนโยบายด้าน CSR (CSR POLICY: Contribution towards Sustainable Development) โดยเน้นความสำคัญของลูกค้า พนักงาน หุ้นส่วนธุรกิจ ผู้ประกอบการ ชุมชน สิ่งแวดล้อม และการช่วยเหลือสังคม โดยได้จัดทำรายงานประจำปีเกี่ยวกับการดำเนินการของบริษัท (Sustainability Report) และคำนึงถึงการช่วยทำให้สังคมดีขึ้นในด้านสังคม สิ่งแวดล้อมและด้านเศรษฐกิจ เช่น โครงการศึกษาการใช้พลังงานธรรมชาติ และวิธีการอยู่ร่วมกันระหว่างธรรมชาติกับมนุษย์ โครงการ Toyota Environmental Activities Grant Program เพื่อให้การสนับสนุน NPO / NGO ทั้งในประเทศและต่างประเทศที่ทำการกิจกรรมเกี่ยวกับการอนุรักษ์และฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

นโยบาย Corporate Social Responsibility (CSR) ของประเทศสมาชิกสหภาพยุโรปให้ความสำคัญกับแนวคิดการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและการมีส่วนร่วมทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับการดำเนินการทางธุรกิจบนพื้นฐานของความสมัครใจ อาทิ สวัสดิภาพแรงงาน ความเท่าเทียมกัน การคุ้มครองแรงงานเด็ก สิทธิมนุษยชน และประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมอื่นๆ ในปัจจุบันยังไม่มีมาตรฐานหรือกฎระเบียบในระดับสหภาพยุโรป (European Union : EU) เป็นตัวบทกฎหมายเฉพาะในการกำหนดการมีส่วนร่วมและความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทและองค์กรธุรกิจต่อสังคม แต่ EU โดยผ่านคณะกรรมการยุโรปก็มีบทบาทหลักในกำหนดยุทธศาสตร์ภาพกว้างในระดับ EU เพื่อส่งเสริมความร่วมมือของประเศสมาชิกในเรื่อง CSR และประเทศสมาชิก EU เองก็ให้เห็นชอบในหลักการเกี่ยวกับคำจำกัดความ แนวความคิด และวิธีการปรับใช้ CSR ให้สอดคล้องกันทั่วยุโรป อย่างไรก็ตาม การดำเนินนโยบายในระดับชาติของประเทศสมาชิก EU ยังมีความแตกต่างกัน เมื่อกันยายน 2007 คณะกรรมาธิการยุโรปได้ออกเอกสาร Compendium ที่รวบรวมนโยบายระดับชาติของประเทศสมาชิก EU 27 ประเทศ ในการดำเนินนโยบาย CSR โดยเน้น 3 กรอบนโยบายหลัก ได้แก่

1. นโยบายและกิจกรรมเพื่อการส่งเสริมแนวคิด CSR เช่น กิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์ และสร้างความตระหนัก การวิจัย ความร่วมมือภาครัฐ-เอกชน ฯลฯ
2. นโยบายเพื่อส่งเสริมการใช้เครื่องมือและแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับ CSR ที่มีความโปร่งใส เช่น การรายงานผล การผลิตตลาดและระบบการบริหารจัดการและการออกไปรับรอง ฯลฯ
3. นโยบายในสาขาอื่นๆ ที่จะส่งผลในเชิงส่งเสริมและสนับสนุนแนวคิด CSR เช่น ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน นโยบายด้านสังคม นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม นโยบายเพื่อส่งเสริมการค้าและส่งออก ฯลฯ

ยกตัวอย่างแนวทางนโยบายและความคืบหน้าของการดำเนินการเรื่อง CSR ของประเทศสมาชิก EU ดังต่อไปนี้

ประเทศบัลแกเรีย ภาครัฐจะเน้นให้ความสำคัญกับเรื่อง CSR มาก โดยกำหนดให้นโยบายการส่งเสริม CSR เป็นแนวนโยบายหลักของรัฐบาล และได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการที่ปรึกษาสำหรับรัฐบาลรับผิดชอบประสานกิจกรรมต่างๆ ที่มุ่งสนับสนุน National Sustainable Development Strategy และได้ดำเนินการส่งเสริม CSR ตามแนวคิดของยุโรป โดยเน้นการพัฒนาอย่างยั่งยืน การพัฒนาด้านเศรษฐกิจ สังคม และการรักษาสีงแวดล้อม รวมทั้งการส่งเสริมการใช้เครื่องมือทางเศรษฐกิจและการเงินเพื่อส่งเสริมแนวคิด CSR

ประเทศเดนมาร์ก ในอดีตจะเน้นการต่อสู้เพื่อป้องกันการกีดกันทางด้านสังคม และเน้นการพัฒนาตลาดแรงงานที่สมบูรณ์แบบ ภายใต้ความรับผิดชอบของกระทรวงแรงงาน และปัจจุบันกระทรวงเศรษฐกิจและธุรกิจ กำลังจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนการฝึกอบรมด้าน CSR เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของบริษัท และกระทรวงการต่างประเทศได้ริเริ่มโครงการ Public-Private Partnership (PPP) เพื่อส่งเสริมการดำเนินโครงการด้าน CSR ของบริษัทและองค์กรต่างๆ ในประเทศกำลังพัฒนา

ประเทศเยอรมนี มีการกำหนดกรอบกฎหมายและกฎระเบียบเกี่ยวกับ CSR ที่ค่อนข้างครอบคลุมและมีนโยบายการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเรื่อง CSR อย่างกว้างขวาง รัฐบาลได้จัดทำโครงการเพื่อส่งเสริมมาตรฐานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมในประเทศที่กำลังพัฒนา โดยช่วยผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดทำเครื่องมือใช้ด้วยความสมัครใจ อีกทั้งยังสนับสนุนข้อริเริ่มเรื่อง CSR ในเวทีระหว่างประเทศ เช่น Global Compact ของ UN และองค์กรทางสังคม (social partners) และภาคธุรกิจของเยอรมนีก็มีความตื่นตัวในเรื่องดังกล่าวมาก โดยได้มีการลงนามในแถลงการณ์ร่วม International Protection of Human Rights and Business ระหว่างตัวแทนรัฐบาล สภาอุตสาหกรรม สมาคมผู้จ้างงาน และสหภาพแรงงาน และ NGOs ของเยอรมนี และจัดทำ Code of Conduct เพื่อดูแลปรับปรุงสภาพการทำงานในประเทศที่ผลิตสินค้าให้แก่ธุรกิจค้าปลีกในเยอรมนีจำนวนหนึ่ง

ประเทศสวีเดน จะเน้นการส่งเสริม CSR ในฐานะที่เป็นความรับผิดชอบในระดับโลก และเน้นประเด็นเรื่องสิทธิมนุษยชนและการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยรัฐบาลสวีเดนสนับสนุนให้ภาคเอกชนปฏิบัติตาม OECD Guideline for Multinational Enterprises และหลักการของ UN Global Compact เกี่ยวกับสิทธิมนุษยชน แรงงาน สิ่งแวดล้อม และการต่อต้านการคอร์รัปชัน

ยกตัวอย่างแนวทางนโยบายของบริษัทในประเทศไทย มีดังต่อไปนี้

นโยบายด้าน CSR ของบริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) หรือ PTTGC ได้ตระหนักถึงบทบาทการสร้างสรรค้รับผิชอบต่อสังคมอย่างต่อเนื่อง โดยหัวใจสำคัญของงาน CSR มีกลไกสำคัญคือ บุคลากรต้องมึจิตใจรับผิชอบต่อสังคม เป็นจิตอาสาจริงๆ ไม่ใช่เพียงแค่ทำหน้าที่ร่วมกิจกรรมกับองค์กรเท่านั้น นโยบายด้าน CSR ของพีทีที โกลบอล เคมิคอล จึงให้ความสำคัญกับชุมชนและสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก และทุกๆ โครงการจะเน้นการร่วมมือกับพันธมิตรผู้มีจิตใจรับผิชอบต่อสังคม มีความเชี่ยวชาญ มีความรู้ในแต่ละด้านจริงๆ เพื่อให้สังคมเกิดประโยชน์สูงสุด โดยโครงการส่วนหนึ่ง คือ การนำผลิตภัณฑ์จากพีทีที โกลบอล เคมิคอล ไปสร้างให้เกิดประโยชน์ เช่น โครงการกระสอบแบบมีปีก ซึ่งเป็นกระสอบจากพีทีที โกลบอล เคมิคอล ที่สามารถนำไปใช้ป้องกันดินถล่มที่ถือเป็นภัยพิบัติทางธรรมชาติ โครงการดึงน้ำสะอาด InnoPlus ได้ช่วยชาวบ้านในแหล่งทุรกันดารที่ไม่มีน้ำดื่มเป็นที่เก็บน้ำ โครงการสนับสนุน Luffala ร่วมกับสำนักวิทยาศาสตร์เครื่องสำอางจากมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง นำวัตถุดิบธรรมชาติที่มีอยู่รอบตัวมาผสมผสาน เรียนรู้ สู่กระบวนการผลิตสนับสนุนช่วยยกระดับการพัฒนาชุมชนให้มีอาชีพเป็นวิสาหกิจ

นโยบายด้าน CSR ของบริษัทไทยสมายล์แอร์เวย์ คือ “ถ้าอยากให้คนท้องถิ่นรักเรา ก็ต้องไปทำกิจกรรมร่วมกับคนท้องถิ่น” ดังนั้นบริษัทจึงได้จัดทำโครงการซีเอสอาร์ เพื่อช่วยเหลือสังคมภายใต้แนวคิดของการ Engagement ด้วยการสนับสนุนผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ไม่ว่าจะเป็นลูกค้า พาร์ตเนอร์และพนักงาน ให้ทุกคนมีส่วนร่วมในทุกกระบวนการของกิจกรรม เช่น โครงการ “พาน้องท้องฟ้า” ที่กำหนดเป้าหมาย พาน้องจำนวนประมาณ 30 คน จากจังหวัดหนึ่งไปเรียนรู้สร้างประสบการณ์ในอีกจังหวัดหนึ่ง โดยให้นิยามกิจกรรมว่า การทำ CSR ของบริษัทนั้น ไม่ได้ให้ความสำคัญในเรื่องของการสร้างแบรนด์ แต่เน้นในการสร้างความผูกพันและความภาคภูมิใจให้แก่ชุมชนและพนักงานในองค์กรในการคืนความสุขให้แก่สังคม

นโยบายด้าน CSR ของบริษัทพรอคเตอร์แอนด์แกมเบิลเทรดดิ้ง (ประเทศไทย) หรือ พีแอนด์จี มีนโยบายที่เน้นการนำสิ่งเหลือใช้ หรือเศษวัสดุมารีไซเคิลแล้วนำกลับมาใช้ใหม่ ซึ่งเป็นสิ่งที่หลายๆ องค์กรนำมาพัฒนาต่อยอดมากขึ้นเรื่อยๆ เช่นเดียวกับมูลนิธิพีแอนด์จีประเทศไทยเพื่อสังคม ที่ได้จัดกิจกรรมอาสาสมัครมอบของขวัญเพื่อการเรียนรู้ โดยมอบ “ของขวัญสีเขียว” (Green Gift of Learning) ให้แก่สังคม เช่น สร้างสนามเด็กเล่นรีไซเคิลเฉลิมพระเกียรติ 88 พรรษา โดยมีเป้าหมายคือ การส่งเสริมศักยภาพทางอารมณ์ การเคลื่อนไหวร่างกาย การพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่อการเรียนรู้ และเพื่อสร้างสุขอนามัยที่ดีให้แก่กลุ่มเด็กที่มีความต้องการพิเศษ รวมถึงรณรงค์ปลูกฝังจิตสำนึกให้มีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อม

ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า รูปแบบของกิจกรรมเพื่อสังคมหรือ Corporate Social Responsibility (CSR) นั้น ในอดีตอาจหมายถึงการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมที่เกิดขึ้นในลักษณะปลายทางหลังจากที่ธุรกิจมีกำไรหรือเติบโตอย่างมั่นคงแล้ว จึงค่อยคิดหาหนทางเพื่อที่จะตอบแทนคืนสู่สังคมในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งตามเป้าหมายขององค์กรนั้นๆ ซึ่งก็จะมีลักษณะแตกต่างจาก Social Enterprise (ธุรกิจหรือกิจการเพื่อสังคม) ที่มีหัวใจหลักของการประกอบการอยู่ที่สังคมตั้งแต่ต้นทาง ถ้อยความนี้แสดงให้เห็นถึงว่าในอดีตหรือเมื่อนำ CSR มาเปรียบเทียบกับคำว่า Social Enterprise จะสื่อให้มองเห็นภาพ CSR ในด้านเดียวหรือมองเพียงมิติที่เรียกว่า CSR-after-process เพียงด้านเดียว ดังนั้นองค์กรจำเป็นจะต้องศึกษาลงลึกถึงรายละเอียดของรูปแบบต่างๆ ก่อนจะกำหนดเป้าหมายในการจัดกิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งนี้เพื่อที่จะสามารถตอบสนองทั้งต่อองค์กรและสังคมได้อย่างตรงจุดและเข้าใจถึงรูปแบบและแนวทางของการดำเนิน CSR อย่างถ่องแท้ ซึ่งในปัจจุบันนั้น การทำ CSR ไม่ว่าจะ เป็นภายในประเทศหรือต่างประเทศ ต่างก็รับรู้โดยทั่วกันว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการในบริบทของ CSR นั้น เกิดขึ้นได้ตั้งแต่ต้นทางหรือเริ่มนับตั้งแต่วันแรกของการประกอบการเป็น CSR ที่ผนวกเข้าอยู่ในกระบวนการดำเนินงานทางธุรกิจ (หรือที่เรียกกันว่า CSR-in-process) อาทิ การกำกับดูแลองค์กร การปฏิบัติด้านแรงงาน การปฏิบัติดำเนินงานอย่างเป็นธรรม ประเด็นด้านผู้บริโภค ฯลฯ ถึงแม้ว่าองค์กรธุรกิจจะพยายามใช้ประโยชน์จาก CSR ในการสร้างภาพลักษณ์หรือใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ จนทำให้คุณค่าของ “การปฏิบัติ” เรื่อง CSR จะค่อยๆ ค่อยๆ ลดลงไป ในสายตาของสาธารณชน แต่ก็เป็นคนละเรื่องกับ “หลักการ” ของความรับผิดชอบต่อสังคมที่ได้นิยามไว้ คือ การคืนกำไรสู่สังคมอย่างแท้จริงภายใต้ความต้องการของชุมชนนั้นๆ

3. แนวคิดเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับความ ต้องการและความคาดหวัง

3.1 แนวคิดเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย

สถาบันพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน กล่าวถึง “การบริหารจัดการผู้มีส่วนได้เสีย” (Stakeholder Management) ว่าเป็นกระบวนการดำเนินงานที่องค์กรทั่วไปมักมีหน่วยงานที่ตั้งขึ้นเฉพาะ เพื่อทำหน้าที่บริหารจัดการและแสดงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับแต่ละส่วนงาน เช่น ฝ่ายทรัพยากรบุคคลก็บริหารจัดการพนักงาน ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ก็บริหารจัดการลูกค้า ฝ่ายผู้ลงทุนสัมพันธ์ก็บริหารจัดการผู้ลงทุน เป็นต้น โดยแต่ละหน่วยงานต้องทำหน้าที่บริหารจัดการผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับตนเพื่อลดปัญหาข้อร้องเรียนความเสี่ยงและอุปสรรคต่างๆ ให้ได้มากที่สุด การบริหารจัดการผู้มีส่วนได้เสียในลักษณะข้างต้นถือเป็นการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้เสียแบบเดิมก็มองผู้มีส่วนได้เสียเป็นส่วนๆ และตอบสนองต่อข้อร้องเรียนของผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม แต่สิ่งที่ยังขาดไป

คือ“การเชื่อมโยง” (Engagement) เพื่อให้องค์กรสามารถระบุตัวผู้มีส่วนได้เสียและประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสีย ตลอดจนให้ความสำคัญได้อย่างถูกต้องและตรงประเด็น อันจะนำไปสู่ความร่วมมือกันระหว่างองค์กรและผู้มีส่วนได้เสียในที่สุด การเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสียในปัจจุบันจึงพัฒนาและยกระดับขึ้น โดยมองว่าผู้มีส่วนได้เสียเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญต่อการพิจารณาตอบสนองและสอดคล้องกับนโยบาย/แผนกลยุทธ์องค์กร พร้อมบูรณาการเข้าสู่การดำเนินธุรกิจ การเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสียกับองค์กรจะช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน เพราะความเข้าใจและความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสียเป็นการสร้างภูมิคุ้มกันเมื่อเกิดปัญหา เพราะผู้มีส่วนได้เสียจะมีความมั่นใจว่าองค์กรจะสามารถจัดการกับปัญหานั้นๆ ได้เป็นอย่างดี หากมองในเชิงเศรษฐกิจผู้มีส่วนได้เสียที่องค์กรควรให้ความสำคัญเป็นกลุ่มแรกคือกลุ่มที่อยู่ภายในองค์กร ได้แก่ พนักงานตั้งแต่ระดับปฏิบัติการจนถึงระดับบริหาร กลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มที่อยู่ภายนอกในระยะใกล้องค์กร เช่น ลูกค้าคู่ค้าผู้จัดหาปัจจัยการผลิตฯลฯ ต่อมาจึงเป็นกลุ่มที่อยู่ภายนอกในระยะไกลองค์กร เช่น ชุมชน ภาครัฐ ฯลฯ

อย่างไรก็ดีตามการแบ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียนั้นอาจมีความซับซ้อนและมีความหลากหลาย เช่น ผู้มีส่วนได้เสีย 1 คนสามารถอยู่ได้ในหลายกลุ่มและมีโอกาสที่กลุ่มหนึ่งจะย้ายไปเป็นอีกกลุ่มหนึ่งด้วยเพราะลักษณะของผู้มีส่วนได้เสียไม่ได้แยกจากกันแบบเด็ดขาด เช่น พนักงานอาจเป็นทั้งผู้ถือหุ้น ลูกค้าและตัวแทนชุมชนที่อยู่ในบริเวณโดยรอบองค์กร ดังนั้นการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้เสียแบบเดิมซึ่งแยกเป็นส่วนๆ ตามกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียจึงไม่สามารถเชื่อมโยงและตอบสนองต่อประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียให้ความสำคัญได้อย่างครบถ้วน

การเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสียในปัจจุบันจึงพัฒนาขึ้น โดยมองว่าความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียเป็นข้อมูลสำคัญที่จะใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ ทิศทางและแนวทางการพัฒนาองค์กร ดังนั้นรูปแบบการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้เสียจึงเปลี่ยนไปจากแบบเดิมซึ่งจำกัดอยู่กับฝ่ายงานใดฝ่ายงานหนึ่ง ไปเป็นการเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสียให้ครอบคลุมกลุ่มต่างๆ ซึ่งสามารถนำ ข้อมูลที่ได้จากการเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสียขององค์กร ไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์และทิศทางองค์กร ก่อนจะกำหนดเป็นแผนการปฏิบัติงานต่อไป การเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสียควรครอบคลุมกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มเพื่อให้องค์กรเห็นภาพความสัมพันธ์ที่ชัดเจนระหว่างองค์กรกับผู้มีส่วนได้เสีย โดยเฉพาะเรื่องโอกาสและความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการไม่เชื่อมโยงชุมชนใกล้เคียง ในประเทศไทยมีกรณีปัญหาจากการทำกิจกรรม CSR ที่ชุมชนปฏิเสธการให้จากองค์กร เนื่องจากรูปแบบการให้ขององค์กรเป็นการแลกกับผลประโยชน์ในการใช้พื้นที่ของชุมชน ทำให้ชุมชนไม่เชื่อมั่นและไม่ไว้วางใจองค์กร อันส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงขององค์กรในวงกว้าง เมื่อผู้มีส่วนได้เสียมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจมาก องค์กรจึงจำเป็นต้องรู้จักผู้มีส่วนได้เสียของตนเอง โดยใช้กระบวนการเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งหน่วยงานภายในองค์กรต้องทำงานร่วมกัน เช่น ฝ่ายขายและฝ่ายการตลาดควรต้องทำงานร่วมกับ

ฝ่ายผลิตในการเชื่อมโยงกลุ่มลูกค้าเพื่อให้เห็นภาพการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกำหนดแผนตอบสนองความต้องการของลูกค้าร่วมกันให้ตอบ โจทย์ความต้องการของลูกค้าและเพิ่มโอกาสในการขยายส่วนแบ่งการตลาดไปพร้อมๆ กัน

Stakeholder Theory ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนี้มีเชื่อมโยงอย่างเหนียวแน่นกับเรื่องของความชอบธรรม (Legitimacy) โดยมุมมองจากแนวคิดนี้มุ่งไปยังนโยบายของบริษัทที่สร้างผลกระทบให้เกิดแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ไม่ว่าจะเป็นลูกค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น คู่ค้าคู่แข่ง ภาครัฐและชุมชน เป็นต้น โดยบริษัทมีภาระรับผิดชอบที่จะต้องตอบสนองความต้องการให้แก่กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของตนเอง หรืออีกนัยหนึ่ง แนวคิดนี้เป็นเรื่องของการจัดการผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Management) ของบริษัทโดยพิจารณาถึงความต้องการ (Need) และความสนใจ (Interest) และผลกระทบ (Effect) ที่เกิดขึ้นจากนโยบายและการดำเนินงานของบริษัท เพราะการที่บริษัทจะสามารถดำรงอยู่ ดำเนินเจริญก้าวหน้าและล่มสลายถือเป็นความชอบธรรมของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับบริษัทเป็นผู้กำหนด (Productivity World หน้า 25 November - December 2007)

3.2 ความต้องการ

พจนานุกรมไทยฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542) ให้ความหมายของ ความต้องการ ไว้ว่า ความต้องการ คือ ความอยากได้หรือประสงค์อยากได้ ซึ่งเมื่อเกิดความรู้สึกนั้นแล้วจะทำให้ร่างกายขาดความสมดุล เนื่องจากมีสิ่งเร้ามากระตุ้น ดังนั้นจึงต้องแสวงหาสิ่งต่างๆ มาตอบสนองต่อความต้องการนั้นๆ เพื่อให้ร่างกายกลับมาสมดุลดังเดิม

ชาญชัย ฝอยทอง (2550) กล่าวว่า ความต้องการนั้นเป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่มีความต้องการอยากได้ อยากมี อยากเป็นมากกว่าสิ่งที่ตนมีหรือเป็นอยู่ เพื่อสนองกับสิ่งที่ตนพึงประสงค์หรือคาดหวังไว้ว่าสิ่งนั้นจะมาเติมเต็มสิ่งที่ตนขาดหายไปหรือประสงค์จะได้รับมากขึ้นกว่าเดิมจากที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

เอื้องทิพย์ ไตรบำรุง (2550) กล่าวว่า ความต้องการของมนุษย์นั้นมีทั้งความต้องการทางด้านร่างกายและด้านจิตใจ ทั้งภายนอกและภายในจิตใจ จึงกล่าวได้ว่าทุกคนต่างก็ล้วนแล้วแต่มีความประสงค์และต้องการมีสวัสดิภาพในการดำรงชีวิตที่ดีขึ้นด้วยกันทั้งนั้น

3.3 ความคาดหวัง

ชไมพร วดีศิริศักดิ์ (2552) กล่าวว่า ความคาดหวังนั้น คือ ความคิดเห็นหรือความปรารถนาซึ่งเป็นสิ่งที่บุคคลคาดคิดว่าจะเกิดขึ้นหรือคาดการณ์ไว้ล่วงหน้า แล้วใช้ความคาดหวังนั้นมากำหนดพฤติกรรมและการแสดงออกเพื่อให้บรรลุตามสิ่งที่ต้องการหรือได้คาดการณ์ไว้ ซึ่งความเป็นจริงกับสิ่งที่คาดหวังไว้อาจจะไม่ใช่เดียวกันเสมอไป

สุรัชย์ ปิยานุกูล (2553) กล่าวว่า ความคาดหวัง เป็นการคาดการณ์หรือการคาดคะเนล่วงหน้าตามความคิด ความเชื่อ และความต้องการของบุคคล โดยความคาดหวังนั้นเปรียบเสมือนแรงผลักดันให้เกิดความต้องการ ฉะนั้นการทราบความคาดหวังของบุคคลก็จะสามารถเข้าถึงซึ่งแก่นแท้ของความต้องการและนำไปสู่การตอบสนองที่พึงพอใจแก่สังคมนั้นๆ อย่างแท้จริง ซึ่งความคาดหวังของแต่ละบุคคลหรือแต่ละสังคมก็จะมี ความแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ที่เคยได้รับ

จักรพงษ์ ชมเชย (2554) กล่าวว่า ความคาดหวัง หมายถึง ความคิด ความความรู้สึก หรือความมุ่งหวังต่อบุคคลหรือต่อสถานการณ์หนึ่งๆ โดยคาดการณ์ไว้ล่วงหน้า ซึ่งสิ่งที่คาดหวังมักจะเป็นสิ่งที่บุคคลเห็นแล้วว่าจะมีความเป็นไปได้ที่จะสนองต่อความปรารถนาของตนได้

ภัทริน หนูเจริญ (2555) กล่าวว่า ความคาดหวังเป็นความรู้สึกนึกคิดของมนุษย์ที่คาดหมายหรือกำหนดไว้ว่าจะได้รับในสิ่งที่ตนปรารถนา ทั้งในรูปแบบของนามธรรมและรูปธรรม โดยหากได้รับการตอบสนองด้วยดีและสอดคล้องกับสิ่งที่คาดหวังไว้ บุคคลนั้นก็จะมีความพึงพอใจและสุขสมหวังในสิ่งที่ตนปรารถนา

3.4 ความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย

Brown & Vriini (2544) กล่าวว่า ในสหรัฐอเมริกา การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นเป็นความคาดหวังของคนทั่วไปที่มีต่อองค์กร ในการที่องค์กรจะต้องให้ความเคารพกฎหมาย และองค์กรได้เข้าไปมีบทบาทในเชิงรุกและมีส่วนร่วมในการกำหนดบทบาทในการประสานช่วยเหลือ และแก้ปัญหาต่างๆ เช่น ปัญหาสังคม สิทธิทางการเมือง ความแตกต่างเชื้อชาติ-วัฒนธรรม เป็นต้นนั้น แสดงว่าองค์กรนั้นได้ปฏิบัติตามความคาดหวังของสังคมแล้ว

ทุกองค์กรมีผู้มีส่วนได้เสียหลายกลุ่ม ซึ่งแต่ละกลุ่มต่างก็มีความต้องการและความคาดหวังที่ต่างกัน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องนั้นมีทั้งภายนอกและภายในองค์กร ได้แก่ 1. ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภายในองค์กร เช่น คณะกรรมการผู้บริหาร พนักงานหรือลูกจ้าง ฯลฯ 2. ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภายนอกองค์กร เช่น ลูกค้า ผู้จัดหาวัตถุดิบ ผู้จัดจำหน่าย รัฐบาล คู่แข่ง คู่ค้า สหภาพแรงงาน ชุมชนในท้องถิ่น องค์กร หน่วยงาน สถาบันต่างๆ และสาธารณชน สำหรับผู้มีส่วนได้เสียที่ประกอบไปด้วย ลูกค้าและผู้ให้บริการ บุคลากรในองค์กร ผู้ถือหุ้น รายบุคคลหรือกลุ่ม และผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญอีกกลุ่มหนึ่งคือ ชุมชนหรือสาธารณชนซึ่งเป็นผู้ได้รับผลกระทบจากองค์กร

ดังนั้นองค์กรจะต้องมีการบริหารจัดการที่ดีเพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่มได้อย่างเหมาะสมและไร้ซึ่งปัญหาใดๆ ตามมา โดยเริ่มต้นจากผู้บริหารควรให้ความสนใจต่อข้อเรียกร้องต่างๆ ของผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งนี้เพื่อนำมาเป็นส่วนสำคัญในการกำหนดและสร้างกลยุทธ์ หากผู้บริหารละเลยความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไปอาจทำให้ผู้มีส่วนได้เสียเลิกให้การสนับสนุนต่อองค์กรได้ เช่น การเลิกเป็นลูกค้า การถอนหุ้นออกจากบริษัท

การลาออกจากงานของพนักงาน การหยุดส่งสินค้าหรือวัตถุดิบให้จากผู้จัดส่งวัตถุดิบ เป็นต้น และอาจมีการรวมกลุ่มกันเพื่อสร้างความกดดัน การร้องเรียนเหตุรำคาญหรือการเรียกร้องค่าเสียหายอื่นๆ ตามมา และเพื่อทำความเข้าใจและบรรลุถึงความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย องค์กรควรระบุผู้มีส่วนได้เสียขององค์กรและรักษาไว้ซึ่งความสมดุลในการตอบสนองต่อความต้องการอย่างต่อเนื่อง โดยเปลี่ยนความต้องการและความคาดหวังต่างๆ ไปเป็นข้อกำหนด แนวนโยบายหรือแบบแผนการดำเนินการจัดการขององค์กร และทำการสื่อสารข้อกำหนดเหล่านั้นไปยังทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความพึงพอใจในความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น ความเป็นไปตามข้อกำหนด ความเชื่อถือได้ การจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างต่อเนื่อง ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์และคำนึงถึงผลกระทบต่อสุขภาพสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

สรุป การสร้างความรู้ความเข้าใจ การสื่อสารเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่พึงมีต่อผู้ได้รับผลกระทบหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การตอบสนองต่อความคาดหวังหรือความต้องการของผู้ได้รับผลกระทบนั้นมีความสำคัญมาก ตลอดจนการเชื่อมโยงความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียเพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กร โดยเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสียให้ครอบคลุมกลุ่มต่างๆ แล้วนำข้อมูลที่ได้จากการเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสียขององค์กรนั้น ไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์และทิศทางองค์กร และใช้ CSR เป็นหลักการเบื้องต้นในการถ่ายทอดถึงความจริงใจที่บริษัทต้องการแสดงให้สังคมได้เห็นถึงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทฯ โดยการตอบแทนและมอบสิ่งดีๆ กลับคืนสู่สังคมหรือผู้ได้รับผลกระทบฯ นั้นๆ

ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า CSR ก็คือหน้าที่หนึ่งของบริษัทในฐานะพลเมืองของสังคม ซึ่งเป็นสิ่งที่องค์กรจะต้องปฏิบัติเพื่อให้ได้มาซึ่งสิทธิในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มีในสังคม ไม่ว่าจะทรัพยากรมนุษย์หรือธรรมชาติ และสิ่งสำคัญคือการค้นหาผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและเพื่อที่องค์กรจะสามารถตอบสนองต่อความความคาดหวังจากสังคมได้อย่างแท้จริง กล่าวคือ ถ้า CSR คือความรับผิดชอบต่อองค์กรควรจะต้องทำและทำให้สมกับความคาดหวังของสังคมแล้ว CSR ก็น่าจะเป็นสิ่งที่สังคมอยากได้ไม่ใช่เพียงเพื่อสิ่งที่องค์กรอยากทำเพียงเท่านั้น

4. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ และการแสดงความคิดเห็น

4.1 ความหมายของทัศนคติ

สร้อยตระกูล อรรถมานะ (2541) ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า ทัศนคติ คือ ผลผสมผสานระหว่างความนึกคิด ความเชื่อ ความคิดเห็น ความรู้ และความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด สถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่งซึ่งออกมาในเชิงประเมินค่า อันอาจเป็นไปในทางยอมรับหรือปฏิเสธก็ได้ และความรู้สึกเหล่านี้มีแนวโน้มที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่งขึ้น

Gibson (2543) ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า ทัศนคติ คือ ตัวตัดสินพฤติกรรมเป็นความรู้สึกเชิงบวกหรือเชิงลบ เป็นภาวะจิตใจในการพร้อมที่จะส่งผลกระทบต่อ การตอบสนองของบุคคลนั้น ๆ ต่อบุคคลอื่น ๆ ต่อดีหรือต่อสถานการณ์ โดยที่ทัศนคตินี้สามารถเรียนรู้หรือจัดการได้โดยใช้ประสบการณ์

สิทธิโชค วรรณสันติกุล (2546) ได้สรุปความหมายของทัศนคติว่า หมายถึง ความรู้สึก ความเชื่อและแนวโน้มของพฤติกรรมของบุคคลที่มีต่อบุคคลหรือสิ่งของหรือความคิดใดก็ตาม ในลักษณะของการประเมินค่าและแนวโน้มของพฤติกรรมนี้ต้องคงทนพอสมควร

จากความหมายที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า ทัศนคติ หมายถึง ความคิด ความรู้สึก ความรู้ ตลอดจนความเชื่อหรือแนวโน้มที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมของบุคคลหรือสถานการณ์นั้นๆ อันจะถ่ายทอดออกมาในรูปแบบของการตอบสนองหรือการมีปฏิกิริยาโต้ตอบในลักษณะทั้งเชิงบวกหรือเชิงลบต่อบุคคล สิ่งของ และสถานการณ์ ในสภาวะแวดล้อมของบุคคลนั้นๆ โดยส่วนใหญ่ มักเกิดจากเรียนรู้หรือจากประสบการณ์ที่ได้รับ

4.2 องค์ประกอบของทัศนคติ

องค์ประกอบของทัศนคติแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ (ทิตยา สุวรรณชัย 2547)

4.2.1 ส่วนของความรู้ (Cognitive Component) ในส่วนนี้เป็นเรื่องของการใช้เหตุผลของบุคคลในการจำแนกแยกแยะความแตกต่าง ตลอดจนผลต่อเนื่อง ผลได้ผลเสีย กล่าวคือ การที่บุคคลจะสามารถนำเอาคุณค่าทางสังคมที่ได้รับจากการอบรมสั่งสอนและถ่ายทอดมาใช้ในการวิเคราะห์พิจารณาประกอบเหตุผลของการที่ตนจะประเมินข้อแตกต่างระหว่างส่วนนี้กับความรู้สึกคือการพิจารณาของบุคคลในส่วนที่จะมีลักษณะปลอดภัยจากอารมณ์ แต่จะเป็นเรื่องของเหตุผลอันสืบเนื่องมาจากความเชื่อของบุคคล

4.2.2 ส่วนของความรู้สึก (Affective Component) หมายถึง ลักษณะของอารมณ์ที่สอดคล้องถึงความคิด เช่น ความรู้สึกที่ชอบ ไม่ชอบ รักหรือเกลียดหรือกลัว ซึ่งเป็นเรื่องของอารมณ์ของบุคคลนั้นๆ

4.2.3 ส่วนของแบบพฤติกรรม (Behavioral Component) หมายถึง แนวโน้มอันที่จะมีพฤติกรรม (Action tendency) หรือพร้อมที่จะทำ ซึ่งการมีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมนี้จะมีความสัมพันธ์ต่อเนื่องกับส่วนของความรู้สึก ตลอดจนส่วนของสติและเหตุผล ซึ่งพฤติกรรมนี้จะเป็นส่วนที่บุคคลพร้อมที่จะมีปฏิกิริยาแสดงออกต่อเหตุการณ์หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

4.3 ปัจจัยที่ทำให้เกิดทัศนคติ

ปัจจัยที่ทำให้เกิดทัศนคติมีที่มาจากประสบการณ์และค่านิยม ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ (ไปบูลย์ อ่างโดยวีระพล และเฉลียว 2538)

4.3.1 ประสบการณ์ (Experience) การที่บุคคลได้พบเห็นคุ้นเคยหรือทดลองสิ่งใด นับเป็นประสบการณ์โดยตรง (Direct Experience) และการที่บุคคลได้ยิน ได้ฟัง ได้อ่านเกี่ยวกับเรื่องใด นับเป็นประสบการณ์ทางอ้อม (Indirect Experience)

4.3.2 ค่านิยม (Value) แต่ละบุคคลมีค่านิยมและการตัดสินใจค่านิยมไม่เหมือนกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาวะการณ์ของสิ่งแวดล้อมของแต่ละบุคคล ทั้งประสบการณ์และค่านิยมทำให้แต่ละบุคคลมีทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งแตกต่างกันไป

4.4 การแสดงความคิดเห็น

จำลอง เงินดี (2534) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความคิดเห็น หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในลักษณะที่ไม่ลึกซึ้งเหมือนทัศนคติ ความคิดเห็นนั้นอาจจะกล่าวได้ว่าเป็นการแสดงออกของทัศนคติก็ได้ ตั้งแต่และวัดได้จากคนแต่มีส่วนที่แตกต่างไปจากทัศนคติตรงที่ทัศนคตินั้นเจ้าตัวอาจจะตระหนักหรือไม่ตระหนักก็ได้

บุญเรียง ขจรศิลป์ (2534) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความคิดเห็น หมายถึง การแสดงออกทางวาจาของเจตคติ การที่บุคคลกล่าวว่าเขามีความเชื่อหรือความรู้สึกอย่างไรนั้น เป็นการแสดงความคิดเห็นของบุคคลนั้น ดังนั้น การวัดความคิดเห็นของบุคคลนั้นเป็นสิ่งที่เป็นไปได้

สุชา จันทน์เอม (2542) ได้กล่าวว่า ความคิดเห็น หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่ง หนึ่ง แต่เป็นลักษณะที่ไม่ลึกซึ้งเหมือนกับทัศนคติ คนเรามักจะมีความคิดเห็นแตกต่างกันไป ความคิดเห็นเป็นส่วนหนึ่งของทัศนคติ

จากความหมายที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า ความคิดเห็น เป็นการแสดงออกหรือตอบสนองในรูปแบบของความรู้สึกนึกคิดของแต่ละบุคคลในการตัดสินใจ ประเมินค่า หรือการแสดงทรรศนะเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยมีความเชื่อ ทัศนคติและค่านิยมเป็นองค์ประกอบ ซึ่งลักษณะของการแสดงความคิดเห็นสามารถสื่อสารออกมาได้ทั้งการพูดและเขียน โดยอาศัยความรู้ ประสบการณ์ ความรู้สึก ความเชื่อ การรับรู้ ตลอดจนสิ่งแวดล้อมต่างๆรอบตัวเพื่อถ่ายทอดออกมาในลักษณะของการแสดงออกซึ่งความคิดส่วนบุคคลที่จะมีมุมมองแตกต่างกันออกไปและไม่มีกฎตายตัว

5. แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ การสื่อสาร และการมีส่วนร่วมของประชาชน

5.1 การรับรู้และการสื่อสาร

บรรยงค์ โตจินดา (2543) ให้ความหมายของการรับรู้ว่าเป็นสิ่งที่บุคคลได้รับและมีการตอบสนองต่อสิ่งที่เกิดขึ้น โดยจะต้องคำนึงถึงความรู้ความเข้าใจ ความสนใจและประสบการณ์ จึงจะสามารถแปลความได้อย่างถูกต้อง สามารถแบ่งการรับรู้ออกได้เป็น 2 กิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมการรับรู้ข้อมูลและกิจกรรมการแปลข้อมูลให้เป็นข้อความตามสิ่งที่ตนเข้าใจ

สิทธิโชค วรานุสันติกุล (2546) กล่าวว่า การรับรู้ คือ กระบวนการที่สิ่งมีชีวิตพยายามทำความเข้าใจกับสิ่งแวดล้อมผ่านทางประสาทสัมผัส เริ่มต้นจากการใช้วัยวะสัมผัสสิ่งเร้า และผ่านกระบวนการคิดในสมองเพื่อจัดระบบสิ่งเร้าใหม่ แล้วแปลสิ่งเร้าใหม่นั้นว่าคืออะไรโดยใช้ประสบการณ์เป็นพื้นฐานในการแปลความหมาย

นิตยา สุภาภรณ์ (2552) การรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่บุคคลได้รับความรู้สึก และแปลความหมายหรือตีความจากสิ่งเร้าที่ได้รับ ผ่านการวิเคราะห์โดยอาศัยการจำ ความรู้ และประสบการณ์ที่มีอยู่เดิม ออกมาเป็นความรู้ความเข้าใจ

อุบลวรรณ ภวภานันท์ (2554) กล่าวว่า การรับรู้ คือ การที่อวัยวะรับความรู้สึก มีหน้าที่รับรู้ข้อมูลที่อยู่รอบตัว แล้วส่งผ่านเส้นประสาทไปยังสมอง โดยข้อมูลจะอยู่ในรูปของพลังงานต่างๆ เช่น ความร้อน แสง เสียง เป็นต้น

จากความหมายข้างต้นสรุปได้ว่า การรับรู้ หมายถึง การที่บุคคลได้รับจากการสัมผัสสิ่งเร้าต่างๆ แล้วใช้กระบวนการคิดวิเคราะห์เพื่อแปลผลสิ่งเร้าใหม่ออกมาโดยอาศัยความรู้ ความจำ และประสบการณ์ที่เคยได้รับมา

ศิริพงษ์ ลดาวัลย์ ณ อยุธยา (2540) กล่าวถึงการสื่อสารว่า การสื่อสาร เป็นการติดต่อเพื่อส่งข่าวสาร ข้อเท็จจริง ข้อคิดเห็นต่างๆจากกลุ่มคนหนึ่งไปยังอีกกลุ่มคนหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์ให้ผู้รับข้อมูลข่าวสารได้รับรู้และเกิดความเข้าใจที่ตรงกัน

โชติรัตน์ ศรีสุข (2554) การสื่อสาร หมายถึง การให้และรับความหมาย ตลอดจนการถ่ายทอด การรับสาร การโต้ตอบ การแบ่งปัน และการมีปฏิสัมพันธ์กัน

การสื่อสารเพื่อให้ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียหรือผู้มีส่วนร่วมได้รับทราบข้อมูลอย่างถูกต้องและสมบูรณ์นั้นคือสิ่งที่องค์กรพึงควรตระหนักอยู่เสมอ เพราะเมื่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้รับข้อมูลที่ไม่ถูกต้องและครบถ้วนหรือมีการสื่อสารที่ไม่ดีพอ ก็อาจส่งผลให้เกิดความเข้าใจผิดอื่น ๆ ตามมา การมีส่วนร่วมอาจจะใช้หลายรูปแบบประยุกต์กัน เช่น (1) รูปแบบโดยตรงคือ มีส่วนร่วมโดยตัวบุคคลแต่ละคน หรือ (2) ประชาชนก่อตั้งองค์กรขึ้นมามีส่วนร่วม หรือ (3) ให้มีตัวแทนมา

ส่วนร่วมโดยอ้อม ซึ่งย่อมขึ้นกับบริบทของแต่ละพื้นที่ เช่น ในพื้นที่ที่ประชาชนมีศรัทธาในตัวแทนของเขามาก การมีตัวแทนร่วมด้วยก็เพียงพอ แต่กรณีที่อยู่ในหมู่บ้านเดียวกันมีประชาชนหลากหลายกลุ่ม จึงควรมีตัวแทนของกลุ่มจากหลายภาคส่วนมามีส่วนร่วมเพิ่มเติมและสิ่งที่แต่ละฝ่ายจะต้องยอมรับและทำความเข้าใจร่วมกันคือ ไม่มีสิ่งใดได้มาฟรี ต้องมีได้เปรียบเสียเปรียบบ้างเพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างสันติ ดังนั้นหลักของการมีส่วนร่วมคือต้องนึกถึงใจของผู้อื่นให้มาก

5.2 การมีส่วนร่วมของประชาชน

นรินทร์ชัย พัฒนพงศา (2547) เห็นว่า การมีส่วนร่วม คือ การที่ฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดที่ไม่เคยได้เข้าร่วมในกิจกรรมต่างๆ หรือเข้าร่วมการตัดสินใจ หรือเคยเข้าร่วมด้วยเล็กน้อยได้เข้าร่วมด้วยมากขึ้น และเป็นไปอย่างมีอิสรภาพ เสมอภาค มิใช่เพียงมีส่วนร่วมอย่างผิวเผิน แต่เข้าร่วมด้วยอย่างแท้จริงและการเข้าร่วมนั้นต้องเริ่มตั้งแต่แรกจนถึงขั้นสุดท้ายของโครงการ

นิสาชล ทองขาว (2547) กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนถือเป็นหัวใจหลักของการพัฒนา จะเห็นได้จากการพัฒนาใดๆ ก็ตามหากประชาชนไร้ซึ่งความรู้สึกรู้สึกเป็นเจ้าของหรือดำเนินกิจกรรมด้วยตัวเองแล้ว กิจกรรมนั้นก็ไมอาจประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน แต่หากประชาชนสามารถมองเห็นถึงประโยชน์ ความคาดหวังอันจะส่งผลดีต่อตนเอง ครอบครัว และชุมชน ตลอดจนการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่เพียงพอ ตระหนักรู้ถึงความสำคัญของปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหา ก็จะเกิดการตัดสินใจเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานหรือองค์กรอย่างแท้จริง

จากความหมายดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า “การมีส่วนร่วมของประชาชน” คือ กระบวนการที่ประชาชนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีโอกาสได้แสดงทัศนะ แลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็นเพื่อแสวงหาทางเลือกหรือการตัดสินใจที่เหมาะสมและเป็นที่ยอมรับของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง โดยการสื่อสาร รับรู้ และสร้างความเข้าใจร่วมกัน ซึ่งการมีส่วนร่วมในปัจจุบันจะมีลักษณะที่แตกต่างไปจากอดีต โดยจะลงลึกไปถึงในเรื่องของอารมณ์ความรู้สึก มีความรู้สึกอยากเป็นเจ้าของมากขึ้น อยากมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการมีส่วนร่วมที่มากกว่าการเข้าร่วมกิจกรรม แต่เป็นการแสดงออกมาซึ่งความคิดเห็นหรือข้อข้องใจต่างๆ อันจะนำไปสู่การแก้ปัญหาและเข้าสู่กระบวนการจัดการร่วมกันต่อไป

6. แนวคิดเกี่ยวกับเหตุรำคาญ

6.1 ความหมาย

พระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 หมวดที่ 5 มาตรา 25 กล่าวว่า ในกรณีที่มีเหตุอันอาจก่อให้เกิดความเดือดร้อนแก่ผู้อยู่อาศัยในบริเวณใกล้เคียงหรือผู้ที่ต้องประสบกับเหตุนั้น ดังต่อไปนี้ ให้ถือว่าเป็น “เหตุรำคาญ”

6.1.1 แหล่งน้ำ ทางระบายน้ำ ที่อาบน้ำ ส้วม หรือที่ใส่มูลหรือฉี่ หรือสถานที่อื่นใด ซึ่งอยู่ในทำเลไม่เหมาะสม สกปรก มีการสะสมหรือหมักหมมสิ่งของ มีการเททิ้งสิ่งใดเป็นเหตุให้มีกลิ่นเหม็นหรือละอองสารเป็นพิษ หรือเป็นหรือน่าจะเป็นที่เพาะพันธุ์พาหะนำโรค หรือก่อให้เกิดความเสื่อมหรืออาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ

6.1.2 การเลี้ยงสัตว์ในที่หรือโดยวิธีใดหรือมีจำนวนเกินสมควรจนเป็นเหตุให้เสื่อมหรืออาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ

6.1.3 อาคารอันเป็นที่อยู่ของคนหรือสัตว์ โรงงานหรือสถานที่ประกอบการใดไม่มีการระบายอากาศ การระบายน้ำ การกำจัดสิ่งปฏิกูล หรือการควบคุมสารเป็นพิษหรือมีแต่ไม่มีการควบคุมให้ปราศจากกลิ่นเหม็นหรือละอองสารเป็นพิษอย่างพอเพียงจนเป็นเหตุให้เสื่อมหรืออาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ

6.1.4 การกระทำใดๆ อันเป็นเหตุให้เกิดกลิ่น แสง รังสี เสียง ความร้อน สิ่งมีพิษ ความสั่นสะเทือน ฝุ่น ละออง เขม่า ฝ้า หรือกรณีอื่นใด จนเป็นเหตุให้เสื่อมหรืออาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ

6.1.5 เหตุอื่นใดที่รัฐมนตรีกำหนดโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา และในบทบัญญัตินี้ได้กำหนดถึงการก่อความรำคาญในที่สาธารณะและสถานที่เอกชน โดยจำแนกความอันตรายออกเป็น 3 แบบ ได้แก่ การก่อให้เกิดความเสื่อมหรือเป็นอันตรายต่อสุขภาพ การก่ออันตรายร้ายแรงต่อสุขภาพ มีผลต่อสภาวะความเป็นอยู่ที่เหมาะสมกับการดำรงชีวิตของประชาชน

สำนักอนามัยสิ่งแวดล้อม กรมอนามัย (2554) ให้คำนิยาม ระบบการจัดการเหตุรำคาญ หมายถึง กระบวนการ วิธีการ และแนวทางในการจัดการปัญหาเหตุรำคาญตามกฎหมายว่าด้วยการสาธารณสุขอย่างมีระเบียบแบบแผน เพื่อบรรลุสู่เป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

สำนักอนามัยสิ่งแวดล้อม กรมอนามัย (2554) ให้คำนิยาม ระบบรับเรื่องร้องเรียน ปัญหาเหตุรำคาญ หมายถึง การเปิดช่องทางในการรับแจ้งปัญหาเหตุรำคาญ โดยมีการกำหนดเป็นหน่วยงานหรือสถานที่ที่ใช่เป็นศูนย์รับเรื่องร้องเรียน โดยมีเจ้าหน้าที่สำหรับรองรับงานรับเรื่อง

รื่องเรียนและมีกระบวนการทำงานที่ชัดเจนอย่างเป็นระบบ เพื่อเป็นศูนย์กลางในการติดต่อประสานงาน ติดตามความเคลื่อนไหวการดำเนินการแก้ไขปัญหาดังกล่าว

6.2 สถานการณ์เหตุรำคาญ

6.2.1 ในต่างประเทศ

สถาบันและองค์กรในต่างประเทศมีการบังคับใช้กฎหมายสิ่งแวดล้อมในการควบคุมและจัดการกับปัญหาเรื่องเหตุรำคาญอย่างเคร่งครัด โดยมีการกำหนดเป็นนโยบายแบบแผนที่มีการระบุถึงบทบาท/ความรับผิดชอบของแต่ละภาคส่วน ไว้อย่างชัดเจน และส่วนมากมักจะใช้วิธีการกระจายอำนาจการดูแลรับผิดชอบไปยังส่วนท้องถิ่น ดังต่อไปนี้

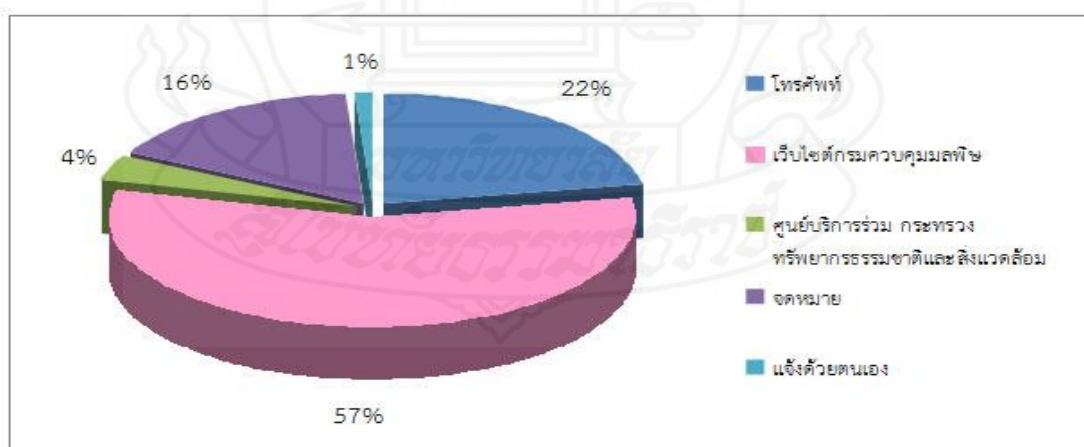
องค์กรสหประชาชาติ กำหนดว่า มลพิษทางสิ่งแวดล้อม หมายถึง สิ่งแวดล้อมที่กำหนดว่าจะก่อให้เกิดมลพิษเมื่อองค์ประกอบหรือสภาพแวดล้อมนั้นถูกเปลี่ยนแปลงไปโดยการทำงานของมนุษย์และทำให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะทำให้สิ่งนั้นไม่สามารถใช้ประโยชน์ได้อีกต่อไป ซึ่งตัวที่ก่อให้เกิดมลพิษด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ มลพิษทางน้ำ มลพิษทางอากาศ มลพิษทางเสียง มลพิษทางดิน มลพิษจากความร้อน มลพิษจากสารเคมี รวมไปถึงขยะกากของเสียต่างๆ ด้วย

ประเทศญี่ปุ่น กระทรวงสาธารณสุขและสวัสดิการของประเทศญี่ปุ่น จะใช้คำว่า “การก่อความรำคาญสาธารณะ (Public Nuisance)” มีการตรากฎหมายชื่อ River Law และกำหนดนโยบายพื้นฐานด้านการควบคุมการก่อความรำคาญต่อสาธารณะ ตามความเห็นชอบของคณะกรรมการควบคุมมลพิษสิ่งแวดล้อม โดยในแผนนี้จะกำหนดถึงขอบเขตของการก่อความรำคาญต่อสาธารณะ ไว้อย่างชัดเจน กล่าวคือ การก่อความรำคาญต่อสาธารณะนั้น หมายถึง การกระทำสิ่งใดก็ตามที่มีผลต่อการขัดแย้งต่อประโยชน์ของส่วนรวมหรือสาธารณะและก่อให้เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การกระทำที่ก่อให้เกิดมลพิษทางอากาศ ทางน้ำ ทางดิน ความสั่นสะเทือน การทรุดตัวของแผ่นดิน กลิ่นเหม็น และอื่นๆ ที่ส่งผลกระทบต่อและก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญต่อสาธารณะทั้งทางตรงและทางอ้อม ทั้งมลพิษที่อยู่ในรูปแบบของการสะสมความเป็นพิษ มลพิษที่ยากต่อการจำแนกถึงผลกระทบในอนาคต ซึ่งเป็นสิ่งที่ยากต่อการระบุไว้อย่างชัดเจนว่าผลที่เกิดขึ้นนั้นเกิดจากความตั้งใจหรือเกิดจากความผิดพลาด เพราะหลายครั้งก็ไม่ได้เกิดจากความตั้งใจเสมอไป ดังนั้นการตรากฎหมายฉบับนี้และการกำหนดนโยบายนี้ขึ้นมาของประเทศญี่ปุ่น จึงเป็นตัวช่วยหนึ่งที่จะสามารถค้นหาสาเหตุที่อาจมีมากกว่าหนึ่งสาเหตุของการก่อความมลพิษหรือก่อความรำคาญสาธารณะได้ กล่าวโดยสรุปคือ ประเทศญี่ปุ่นนั้นพิจารณาการควบคุมปัญหาเหตุรำคาญออกเป็น 2 กลุ่ม คือ การควบคุมด้านสาธารณะ และการควบคุมด้วยกฎหมายระหว่างผู้ก่อผลกระทบและผู้ได้รับความเสียหาย ด้วยการแบ่งผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมออกเป็น 2 ส่วน คือ การก่อความรำคาญต่อสาธารณะ และการก่อความรำคาญต่อบุคคล

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

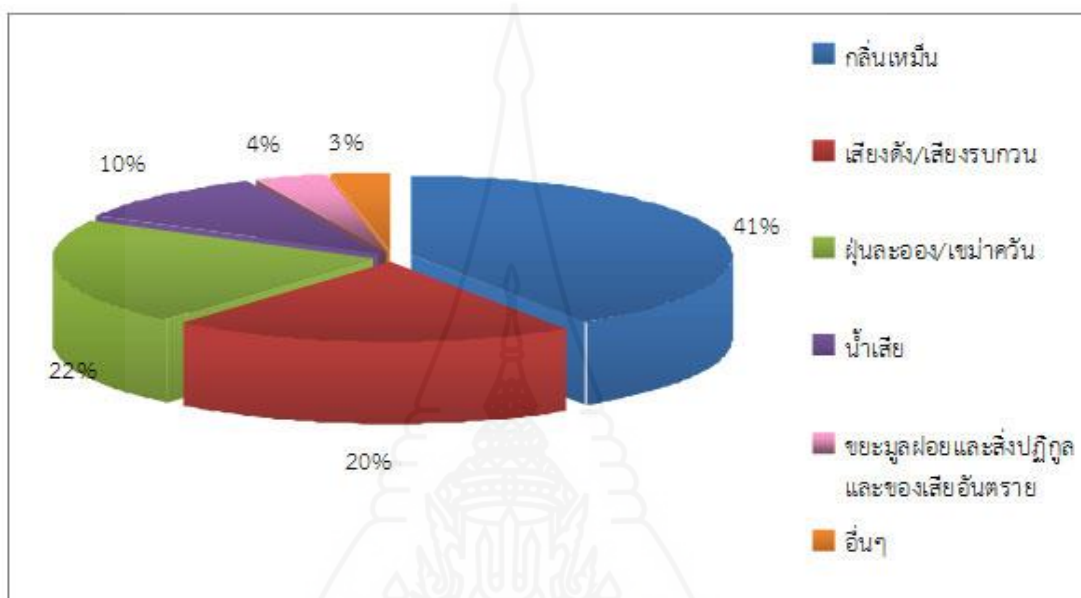
จังหวัด	จำนวน (เรื่อง)	ร้อยละ	ประเภทปัญหามลพิษ							
			กลิ่นเหม็น	เสียงดัง/ เสียงรบกวน	ฝุ่นละออง/ เขม่าควัน	น้ำเสีย	ขยะมูลฝอย และสิ่งปฏิกูล	ของเสีย อันตราย	ความ สั่นสะเทือน	อื่นๆ
ขอนแก่น	3	0.71	2	0	0	1	0	0	0	0
จันทบุรี	0	0.00	0	0	0	0	0	0	0	0
ฉะเชิงเทรา	11	2.62	10	1	5	2	1	0	0	0
ชลบุรี	7	1.67	6	3	6	0	0	1	1	0
ชัยนาท	1	0.24	1	0	0	1	0	0	0	0
ชัยภูมิ	1	0.24	1	0	0	0	0	0	0	0
ชุมพร	3	0.71	2	1	2	1	0	0	0	0
เชียงราย	8	1.90	5	4	5	1	0	0	0	0
เชียงใหม่	10	2.38	8	2	3	2	0	0	0	0
ตรัง	2	0.48	1	0	2	0	0	0	0	0

ช่องทางในการรับแจ้งเรื่องร้องเรียนด้านมลพิษที่มีการใช้บริการสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เว็บไซต์ของกรมควบคุมมลพิษ ร้อยละ 57 โทรศัพท์ ร้อยละ 22 และจดหมาย ร้อยละ 16 ตามลำดับ ดังภาพที่ 2.1



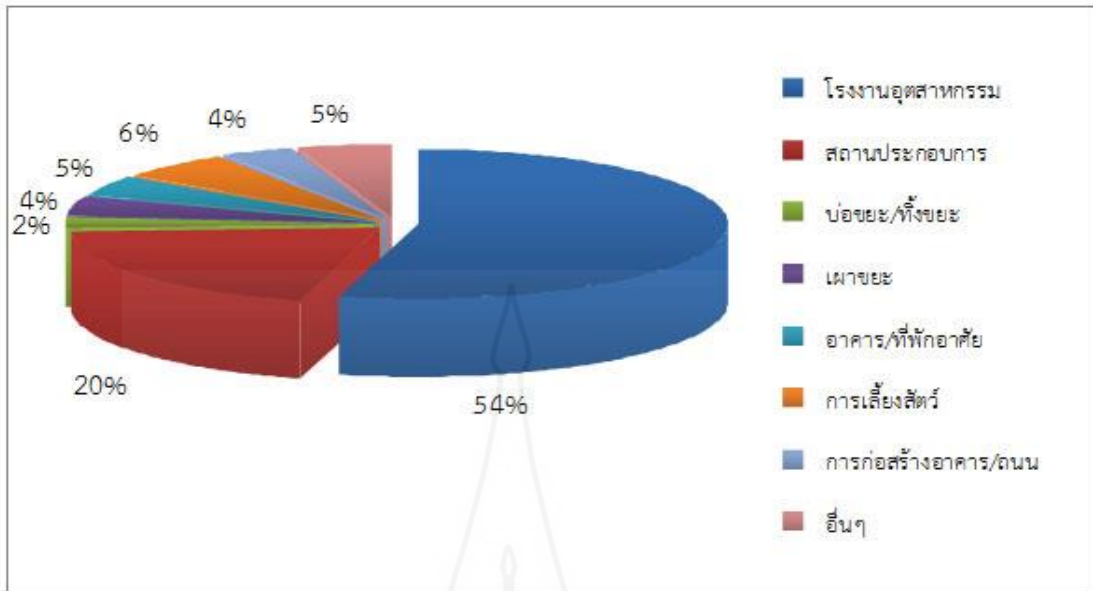
ภาพที่ 2.1 สัดส่วนเรื่องร้องเรียนแยกตามช่องทางการให้บริการรับแจ้ง ปี 2558

ประเภทปัญหามลพิษที่ได้รับการร้องเรียนสูงสุด คือ ปัญหากลิ่นเหม็น ร้อยละ 41 รองลงมาคือปัญหาฝุ่นละออง/เขม่าควัน เกล็ดร้อยละ 22 และเสียงดัง/เสียงรบกวน ประมาณ ร้อยละ 20 ซึ่งมีความสอดคล้องกับข้อมูล ปี พ.ศ. 2558 ดังภาพที่ 2.2



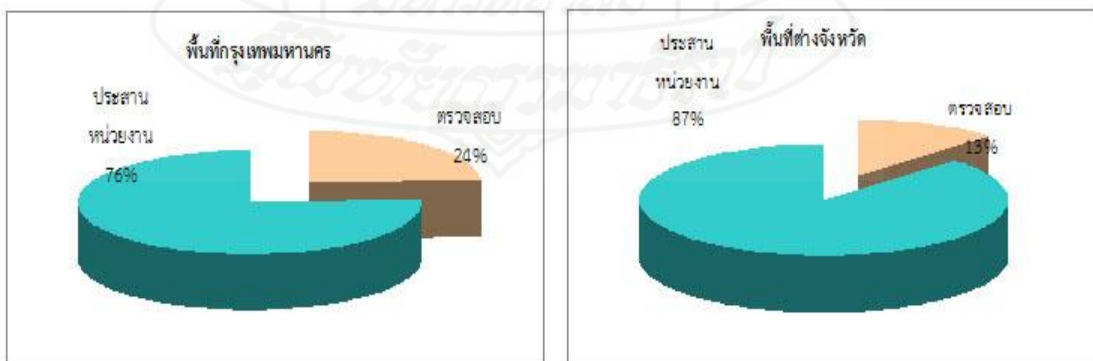
ภาพที่ 2.2 สัดส่วนเรื่องร้องเรียนแยกตามปัญหามลพิษ ปี 2558

เมื่อพิจารณาประเภทแหล่งที่มาของปัญหามลพิษที่ได้รับการแจ้งเรื่องร้องเรียน พบว่า ส่วนใหญ่เกิดจากการประกอบกิจการ โรงงานอุตสาหกรรม ร้อยละ 54 และสถานประกอบการ ร้อยละ 20 ดังภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.3 แหล่งที่มาของปัญหามลพิษที่ได้รับการร้องเรียนของกรมควบคุมมลพิษในปี พ.ศ. 2558

กรมควบคุมมลพิษได้ดำเนินการตรวจสอบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับเรื่องร้องเรียนด้านมลพิษ ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 24 และประสานสำนักงานเขตดำเนินการแก้ไข ปัญหาเหตุเดือดร้อนรำคาญ ร้อยละ 76 สำหรับพื้นที่ต่างจังหวัดได้ดำเนินการ ตรวจสอบข้อเท็จจริง ร้อยละ 13 และประสานแจ้งผู้ว่าราชการจังหวัดเพื่อมอบหมายสำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัด ดำเนินการในพื้นที่ ร้อยละ 87 และผลดำเนินการแก้ไขปัญหาแล้วเสร็จ คิดเป็นร้อยละ 97



ภาพที่ 2.4 สัดส่วนเรื่องร้องเรียนแยกตามประเภทการดำเนินการ

6.3 เหตุรำคาญ เรื่อง กลิ่น

ตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ.2535 มาตรา 25 บัญญัติไว้ว่า กรณีที่มีเหตุอันก่อให้เกิดความเดือดร้อนแก่ผู้อาศัยในบริเวณใกล้เคียง หรือผู้ที่ได้รับผลกระทบดังต่อไปนี้ให้ถือว่าเป็นเหตุรำคาญ “การกระทำใดๆ อันเป็นเหตุที่ทำให้เกิดกลิ่น แสง รังสี เสียง ความร้อน สิ่งเป็นพิษ ความสั่นสะเทือน ฝุ่นละออง เขม่า เถ้า หรือกรณีอื่นใดจนเป็นเหตุให้เสื่อมหรืออาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ ” แต่ไม่ได้ระบุหรือให้นิยามที่ชัดเจนกับคำว่า “เหตุรำคาญเรื่องกลิ่น” เพียงแต่กล่าวว่าการกระทำนั้นจะต้องก่อให้เกิดความเสื่อมหรือเป็นอันตรายต่อสุขภาพอนามัยของประชาชน ดังนั้นจึงมีหลายหน่วยงานให้คำนิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับปัญหามลภาวะทางกลิ่นกลิ่นหรือมลภาวะทางอากาศดังต่อไปนี้

พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ.2535 ในมาตรา 4 ให้นิยามมลพิษและภาวะมลพิษ ดังนี้

“ มลพิษ” คือ ของเสีย วัตถุอันตราย และมลสารอื่นๆ รวมทั้งกาก ตะกอนหรือสิ่งตกค้างจากสิ่งเหล่านั้น ที่ถูกปล่อยทิ้งจากแหล่งกำเนิดมลพิษ หรือที่มีอยู่ในสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ ซึ่งก่อให้เกิดหรืออาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อม หรือภาวะที่เป็นพิษภัยอันตรายต่อสุขภาพอนามัยของประชาชนได้ และให้หมายความรวมถึง รังสี ความร้อน แสง เสียง กลิ่น ความสั่นสะเทือน หรือเหตุรำคาญอื่นๆ ที่เกิดหรือถูกปล่อยออกจากแหล่งกำเนิดมลพิษด้วย

“ภาวะมลพิษ” หมายความว่า สภาวะที่สิ่งแวดล้อมเปลี่ยนแปลงหรือปนเปื้อนโดยมลพิษซึ่งทำให้คุณภาพของสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรมลง เช่น มลพิษทางน้ำ ทางอากาศ ทางดิน ฯลฯ

ศิริกัลยา สุวจิตตานนท์ (2541) กล่าวถึง “ภาวะมลพิษทางอากาศ (Air Pollution)” หมายถึง สภาวะบรรยากาศกลางแจ้งที่มีสิ่งเจือปน เช่น ฝุ่น ไอควัน กลิ่น และก๊าซต่างๆ ที่อยู่ในลักษณะปริมาณ และระยะเวลาที่นานพอจะทำให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพอนามัยของมนุษย์ สัตว์ และสิ่งแวดล้อม

เกษม จันทรแก้ว (2541) กล่าวว่า กลิ่นที่เกิดขึ้นหากมีความเข้มข้นมากและเกิดขึ้นเป็นประจำจนทำให้เกิดปัญหาต่อระบบทางเดินหายใจและระบบอื่นๆ ในร่างกาย จะถือว่ากลิ่นนั้นเป็นมลพิษทางอากาศอย่างหนึ่ง เพราะระดับความรุนแรงและอันตรายมีมากกว่าที่จะเป็นเพียงเรื่องของเหตุเดือดร้อนรำคาญ และไม่ว่าจะเป็นมลพิษทางกลิ่นหรือเป็นเหตุรำคาญเรื่องกลิ่น หากก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญและก่อให้เกิดอันตรายแก่ผู้อาศัยอยู่บริเวณใกล้เคียงแล้ว ก็เท่ากับว่ากลิ่นนั้นเป็นกลิ่นที่ก่อให้เกิดเป็นเหตุรำคาญต่อสาธารณสุข ซึ่งจัดได้ว่าเป็นปัญหาด้านสุขภาพที่ต้องกำจัดการให้หมดไป ซึ่งปัญหาเรื่องกลิ่นเหม็นนั้นผลกระทบอย่างน้อยที่สุด ก็คือ ทำให้ผู้ที่ได้รับสัมผัสกลิ่นไม่มีความสุข

ดังนั้นจึงกล่าวสรุปได้ว่า กลิ่น ถือเป็นมลพิษทางอากาศรูปแบบหนึ่งที่น่าจะก่อให้เกิดอันตรายและเป็นเหตุให้เกิดความเสื่อมต่อสุขภาพได้ ฉะนั้นเหตุรำคาญเรื่องกลิ่นจึงถือได้ว่าเป็นปัญหาสำคัญหนึ่งที่จะต้องได้รับการดูแลควบคุมจากหน่วยงานและองค์กรต่างๆ อย่างมีระบบ แม้ปัญหาเรื่องกลิ่นนั้นจะมีความยากและซับซ้อนต่อการแก้ไข อีกทั้งยังไร้ตัวชี้วัดถึงเหตุแห่งความเสื่อมต่อสุขภาพ เพราะไม่สิ่งใดสามารถระบุได้ว่าความรุนแรงมากน้อยเท่าใดจึงจะจัดได้ว่าเป็นเหตุรำคาญตามที่ พรบ. สาธารณสุขได้กล่าวไว้นั้น แต่กลิ่นนั้นก็จัดได้ว่าเป็นเหตุแห่งการก่อให้เกิดความรำคาญที่โดยมากแล้วมักจะไม่ได้ส่งผลต่อสุขภาพร่างกายโดยตรง แต่จะทำให้ผู้ที่ได้รับสัมผัสเกิดความรู้สึกไม่สบายใจ หายใจไม่สะดวก หรือมีความหงุดหงิดรำคาญ ดังนั้นวิธีการแก้ปัญหาคือที่ดีที่สุดคือการกำจัดมลพิษจากแหล่งกำเนิดและลดการก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญใจหรือก่อให้เกิดอันตรายแก่ผู้ที่อาศัยอยู่บริเวณใกล้เคียงให้น้อยสุด

6.4 มาตรฐานคุณภาพอากาศ

6.4.1 มาตรฐานคุณภาพอากาศที่เกี่ยวข้องกับกลิ่นในประเทศไทย

ในปัจจุบันประเทศไทยยังไม่มีข้อกำหนดทางกฎหมาย หรือค่ามาตรฐาน สำหรับการควบคุมปัญหากลิ่นเหม็นจากแหล่งกำเนิดต่างๆ โดยตรง มีเพียงกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องในด้านมาตรฐานควบคุมการปล่อยทิ้งสารมลพิษจากแหล่งกำเนิดและกฎเกณฑ์ในการควบคุมสิ่งที่ก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญ ดังนี้

1) พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535

ให้อำนาจกรมควบคุมมลพิษในการกำหนดมาตรฐานคุณภาพสิ่งแวดล้อมในแต่ละด้าน และมาตรฐานคุณภาพอากาศในบรรยากาศทั่วไป รวมทั้งมีอำนาจในการปรับหรือเรียกค่าเสียหายจากผู้ก่อมลพิษได้

2) พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535

ให้อำนาจกรมโรงงานอุตสาหกรรมในการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมมลพิษทางอากาศ ได้แก่ การกำหนดมาตรฐานและวิธีการควบคุมการปล่อยของเสีย มลพิษ หรือสิ่งใดๆ ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมซึ่งเกิดจากการประกอบกิจการ โรงงาน กำหนดข้อมูลที่เป็นเกี่ยวกับการประกอบกิจการ โรงงานที่ผู้ประกอบการ โรงงานต้องแจ้งให้ทราบเป็นครั้งคราวหรือตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ และกำหนดให้โรงงานต้องกำจัดกลิ่น เสียง ความสั่นสะเทือน ฝุ่นละออง เหม่า เถ้าถ่านที่เกิดจากการประกอบกิจการมิให้เป็นที่เป็นที่เดือดร้อนหรืออาจเป็นอันตรายต่อผู้อาศัยใกล้เคียง

3) พระราชบัญญัติสาธารณสุข พ.ศ. 2535

พระราชบัญญัติสาธารณสุข พ.ศ. 2535 มีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับมลพิษทางอากาศที่เกี่ยวข้องกับการกระทำที่ก่อให้เกิดเหตุเดือดร้อนรำคาญ จำนวน 3 มาตรา ได้แก่

มาตรา 25 กำหนดลักษณะกิจการหรือการกระทำที่ให้อถือว่าเป็นเหตุรำคาญ ซึ่งรวมถึงการกระทำใดๆ อันเป็นเหตุให้เกิดกลิ่น แสง รังสี เสียง ความร้อน สิ่งมีพิษ ความสั่นสะเทือน ฝุ่น ละออง เขม่า เถ้า หรือกรณีอื่นใด จนเป็นเหตุให้เสื่อมหรืออาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ

มาตรา 26 และมาตรา 27 ให้อำนาจแก่เจ้าพนักงานท้องถิ่นสามารถ มีดุลพินิจที่จะชี้ว่าการกระทำใดเป็นเหตุให้เสื่อมหรืออาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพได้ และสามารถใช้อำนาจห้ามมิให้มีการก่อเหตุรำคาญหรือให้ระงับป้องกันเหตุรำคาญนั้นเสีย

4) พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541

เป็นกฎหมายที่มุ่งคุ้มครองแรงงานที่ทำงานภายในโรงงานโดยกำหนดให้สถานประกอบการต้องดำเนินการเพื่อให้คุณภาพอากาศในสถานประกอบการมีความปลอดภัยต่อคนทำงาน ตามประกาศกระทรวงมหาดไทยเรื่องความปลอดภัยในการทำงานเกี่ยวกับภาวะแวดล้อม (สารเคมี) กำหนดสวัสดิการเกี่ยวกับสุขภาพอนามัยและความปลอดภัยสำหรับลูกจ้าง โดยกำหนดค่าความเข้มข้นของสารเคมีในบรรยากาศของการทำงานไม่ให้เกินค่าที่กำหนด และหากมีค่าสารเคมีหรือฝุ่นแร่กระจายสู่บรรยากาศของการทำงานเกินกว่ากำหนดต้องปรับปรุงแก้ไข

6.4.2 มาตรฐานคุณภาพอากาศที่เกี่ยวข้องกับกลิ่นในต่างประเทศ

1) มาตรฐานของประเทศสหรัฐอเมริกา

ในประเทศสหรัฐอเมริกายังไม่มีกฎหมายที่ออกโดยรัฐบาลกลาง เพื่อใช้ควบคุมและแก้ปัญหาทางด้านกลิ่นรบกวนของทั้งประเทศ ดังนั้นการควบคุมดูแลและการแก้ปัญหาจึงเป็นหน้าที่ของแต่ละรัฐและแต่ละเมืองที่จะต้องดูแลจัดการกันเอง โดยในปี ค. ศ.1974 ได้มีการสำรวจกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมกลิ่นรบกวนที่ออกมาบังคับใช้ในรัฐต่างๆ ทั้ง 50 รัฐ และเมือง District of Columbia (D.C.) และเมือง Bay Area โดย นาย G. Leonardos ผลจากการสำรวจ พบว่าสามารถแบ่งประเภทของมาตรการที่ใช้ในการควบคุมและแก้ปัญหาทางด้านกลิ่นรบกวนของพื้นที่ต่างๆ ได้ดังต่อไปนี้

- (1) ยังไม่มีกฎหมายที่ออกมาควบคุมกลิ่นรบกวน โดยเฉพาะ
- (2) กฎหมายควบคุมมลพิษทางอากาศ / กฎหมายควบคุมการกระทำที่ก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญ
- (3) การใช้หลักเกณฑ์ที่ออกเป็นการเฉพาะเพื่อประเมินระดับของกลิ่นรบกวนในบรรยากาศ
- (4) กำหนดให้ใช้ Scentometer ในการวัดกลิ่นของอากาศโดยเจ้าหน้าที่

ฝ่ายควบคุม ตรวจวัดอัตราส่วนการใช้อากาศที่ปราศจากกลิ่นมาเจือจางอากาศที่มีกลิ่นจนกระทั่งไม่มีกลิ่นใน ตัวอย่างอากาศ ถ้าอัตราส่วนการใช้อากาศที่ปราศจากกลิ่นเกินกว่าค่าปกติภายในช่วงเวลา ที่ระบุไว้ ถือว่ามีการละเมิดกฎหมาย

(5) กำหนดให้ใช้ระบบควบคุมกลิ่นที่แหล่งกำเนิดกลิ่นที่เหมาะสม และสามารถเป็นไปได้ในทางปฏิบัติในแต่ละแหล่งกำเนิดกลิ่น

(6) กำหนดค่าความเข้มข้นมาตรฐานของอากาศที่มีกลิ่นที่ยอมให้ปล่อยจากแหล่งกำเนิดกลิ่น ซึ่งจะต้องไม่เกินกว่าค่ามาตรฐานที่กำหนดไว้ โดยการใช้ Syringe Dilution Technique

(7) กฎหมายควบคุมโดยอาศัยเครื่องมือวิเคราะห์อากาศจากแหล่งกำเนิดกลิ่นหรือในบรรยากาศทั่วไป

(8) กฎหมายควบคุมเพื่อให้เป็นไปตามนโยบายในการจัดการปัญหาทางด้านกลิ่น

(9) กำหนดค่ามาตรฐานของแหล่งกำเนิดกลิ่นและในบรรยากาศทั่วไป

2) มาตรฐานของประเทศในทวีปยุโรป

(1) ประเทศเนเธอร์แลนด์ได้มีการสำรวจปัญหากลิ่นรบกวนของประชากรประเทศเนเธอร์แลนด์ในปี ค.ศ.1989 พบว่าประชากรมากกว่าร้อยละ 20 ได้รับความเดือดร้อนรำคาญจากปัญหากลิ่นเหม็นรบกวนและมีประชากรที่ได้รับความเดือดร้อนรำคาญอย่างรุนแรงมากถึงร้อยละ 5 รัฐบาลจึงได้ประกาศนโยบายทางด้านสิ่งแวดล้อมแห่งชาติขึ้น โดยมีเป้าหมายเพื่อต้องการลดความเดือดร้อนรำคาญของประชากรให้เหลือไม่เกินร้อยละ 12 และจะต้องไม่มีผู้ที่ได้รับความเดือดร้อนรำคาญอย่างรุนแรงเลยภายในปี ค.ศ. 2000 โดยใช้มาตรการทั้ง Best Practical Means และ Best Technical Means มาควบคุมกลิ่นจากแหล่งกำเนิด และได้ออกกฎหมายมาควบคุมปัญหาทางด้านกลิ่น โดยกำหนดให้ Odor Standards มีค่าดังต่อไปนี้

ก. 1 Odor Unit (OU/m³) ที่ค่า 98 Percentile สำหรับ Existing Situations

ข. 1 OU/m³ ที่ค่า 99.5 Percentile สำหรับ New Situations

ค. 10 OU/m³ ที่ค่า 99.99 Percentile สำหรับ Discontinuous หรือ

Fluctuation Sources

(2) ประเทศอังกฤษ ไม่มีกฎหมายเฉพาะที่ออกมาเพื่อควบคุมปัญหาทางด้านกลิ่นรบกวน แต่มีกฎหมายที่ออกมาในปี ค.ศ.1990 เพื่อป้องกันปัญหาเกี่ยวกับความเดือดร้อนรำคาญโดยทั่วไป ซึ่งมีข้อความที่กล่าวถึงกลิ่น เช่น “All emissions should be free from droplets and should as far as practicable be free from offensive odor outside the process plant boundary as perceived

by the local inspector” เป็นต้น ดังนั้นผู้ที่มีปัญหาเดือดร้อนรำคาญจากปัญหาทางด้านกลิ่นรบกวนที่เกิดจากแหล่งกำเนิดต่างๆ สามารถฟ้องร้องเรียกค่าเสียหายที่เกิดขึ้นได้จากกฎหมายฉบับนี้

(3) ประเทศแคนาดาได้ออก “Guideline for Abatement of Odor Pollution” เมื่อปี ค.ศ.1985 โดยใน Guideline ได้กำหนดให้ค่า Odor Emission ที่ระดับพื้นดินมีค่าไม่เกิน 5-10 OU/m³ ที่ค่า 99 Percentile โดยขึ้นอยู่กับสถานที่ตั้งของแหล่งกำเนิดกลิ่น ระยะเวลาในการวัด Odor Emission เฉลี่ยใน 1 นาที และต่อมาได้มีการแก้ไขปรับปรุง Guideline ในปี ค.ศ.1990 โดยกำหนดให้ใช้ OML Model ในการคำนวณการกระจายตัวของกลิ่น ซึ่ง Model นี้เป็น Gaussian Plume Model ใช้กับระยะทางตั้งแต่ 50 เมตร ถึง 20 กิโลเมตรจากแหล่งกำเนิดกลิ่น ค่าที่คำนวณได้คือค่าที่ 99 Percentile เฉลี่ย 1 ชั่วโมง โดยค่าที่คำนวณได้จะต้องไม่เกิน 0.6-1.2 OU/m³(เฉลี่ย 1 ชั่วโมง)

7. โรงงานอุตสาหกรรมผลิตอาหารสัตว์ที่ศึกษา

7.1 ลักษณะทั่วไป

ลักษณะทั่วไปของโรงงานผลิตอาหารสัตว์ ประกอบด้วย ที่เก็บวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์หม้อไอน้ำหรือหม้อน้ำมันร้อน ระบบบำบัดกลิ่น เครื่องผสม เครื่องอัดเม็ด หม้ออบ ฯลฯ มีกระบวนการผลิตหลักอยู่ 8 ขั้นตอน ได้แก่

7.1.1 การรับวัตถุดิบ ในกระบวนการผลิตอาหารสัตว์จะมีการใช้วัตถุดิบทั้งวัตถุดิบแปรรูปและยังไม่ได้แปรรูป สิ่งสำคัญในขั้นตอนนี้ คือ การจัดเก็บวัตถุดิบ เพื่อรอการผลิตไม่ให้เกิดวัตถุดิบตกค้าง

7.1.2 ทำให้สุกด้วยความร้อน โดยใช้ความร้อนจากหม้อไอน้ำ เพื่อให้วัตถุดิบสุกและง่ายต่อการบด โดยหากใช้อุณหภูมิที่สูงหรือระยะเวลาเกินไป จะทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ได้มีกลิ่นเหม็นไหม้ ซึ่งมลพิษที่เกิดจากขั้นตอนนี้คือ มลพิษทางอากาศจากเขม่าควันของการเผาไหม้เชื้อเพลิงในหม้อไอน้ำและกลิ่นเหม็นจากการอบวัตถุดิบด้วย

7.1.3 การร่อนผ่านตะแกรง นำมาร่อนแยกวัตถุดิบและสิ่งเจือปนที่มีขนาดใหญ่ ในขั้นตอนนี้ก็จะเกิดปัญหาฝุ่นละอองจากการฟุ้งกระจายของวัตถุดิบระหว่างการร่อนและกากของเสียที่ค้างอยู่บนตะแกรง

7.1.4 บดให้ละเอียดและลดอุณหภูมิ โดยลำเลียงวัตถุดิบผ่านสายพานลำเลียง และทำการลดอุณหภูมิของวัตถุดิบหลังจากที่ผ่านการบดละเอียด ให้มีอุณหภูมิใกล้เคียงกับอุณหภูมิห้อง

และไม่สูงกว่า 40 °C โดยใช้น้ำสะอาดในहारหล่อเย็น ซึ่งต้องเปลี่ยนน้ำที่ใช้เพื่อป้องกันความสกปรกอย่างน้อย 1 ครั้ง/สัปดาห์

7.1.5 การผสมและอัดเม็ด ทำการผสมวัตถุดิบต่างๆ เข้าด้วยกันตามสูตรเฉพาะของแต่ละโรงงาน ซึ่งจะอาศัยการทำงานของเครื่องจักรเป็นหลัก โดยการเทวัตถุดิบลงในเครื่องผสม (ฝุ่นฟุ้งกระจาย) จากนั้นนำมาอัดเม็ดโดยอาศัยความชื้นจากไอน้ำร้อน เพื่อให้วัตถุดิบจับตัวกันเป็นก้อน โดยอัดผ่านช่องเล็กๆ เม็ดอาหารสัตว์ที่ออกมาจะมีลักษณะนิ่มและมีอุณหภูมิที่สูง จึงต้องทำการปรับสภาพและอบแห้งเพื่อให้ส่วนผสมนั้นสุก จากนั้นลดความชื้นในอาหารสัตว์ให้มีความชื้น 8-15 กระบวนการนี้จึงก่อให้เกิดกลิ่นเหม็น ซึ่งจำเป็นต้องทำการบำบัด

7.1.6 การทำให้เย็น วัตถุดิบที่ผ่านการอบแห้งจะมีอุณหภูมิที่สูง จึงต้องผ่านการทำให้เย็นเพื่อให้สะดวกต่อการบรรจุ โดยอาศัยน้ำเป็นตัวระเหยความร้อน

7.1.7 การคัดขนาด นำอาหารสัตว์มาคัดขนาดโดยผ่านตะแกรงร้อนเพื่อให้ได้ขนาดตามต้องการ กระบวนการนี้จะก่อให้เกิดฝุ่นละอองของอาหารสัตว์ ซึ่งเป็นการสูญเสียวัตถุดิบส่วนอาหารสัตว์ที่ไม่ผ่านตะแกรงก็สามารถนำไปบดและผสมอีกรอบได้

7.1.8 การบรรจุและตรวจสอบคุณภาพ เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการผลิตอาหารสัตว์ โดยจะบรรจุอาหารผลิตภัณฑ์โดยใช้ไซโล ก่อให้เกิดการฟุ้งกระจายของฝุ่น นอกจากนั้นจะต้องนำอาหารสัตว์ไปไปตรวจสอบคุณภาพ เช่น สี กลิ่น ชาติอาหาร และจัดเก็บอาหารสัตว์โดยสถานที่ที่มีการควบคุมความชื้น เพื่อป้องกันการเหม็นหืนของอาหารสัตว์ก่อนส่งมอบให้ลูกค้า

7.2 ปัญหาจากกระบวนการผลิต

7.2.1 น้ำเสีย

น้ำเสียเกิดขึ้นจาก 2 กระบวนการ ได้แก่ น้ำเสียจากการล้างทำความสะอาดสถานที่ สายการผลิต รวมถึงรถขนส่งวัตถุดิบ จะมีความสกปรกในรูปของสารอินทรีย์สูง ทั้งในรูปของสารอินทรีย์ในโตรเจนและสารประกอบแอมโมเนีย ซึ่งสารอินทรีย์เหล่านี้จะทำให้มีกลิ่นเหม็นรุนแรง ส่วนน้ำเสียจากระบบบำบัดกลิ่น จะมีค่าความสกปรกสูงเช่นกัน เนื่องจากระบบจะถูกติดตั้งไว้ในกระบวนการผลิตที่ต้องใช้ความร้อน ดังนั้นน้ำเสียที่ออกจากระบบ จึงมีอุณหภูมิสูงและมีเศษวัตถุดิบชิ้นเล็กปะปนติดมากับน้ำเสีย ซึ่งส่วนใหญ่ระบบบำบัดน้ำเสียของโรงงานผลิตอาหารสัตว์จะถูกออกแบบให้เป็นแบบบ่อฝัง แต่หากมีการจัดการที่เหมาะสมจะทำให้เกิดสภาวะไร้อากาศในระบบ ก่อให้เกิดปัญหากลิ่นเหม็นตามมา

7.2.2 กากของเสีย

กากของเสียที่เกิดขึ้นในโรงงานผลิตอาหารสัตว์ ได้แก่ เศษบรรจุภัณฑ์ที่ใช้บรรจุวัตถุดิบ วัตถุดิบที่ไม่ผ่านคุณภาพ ซึ่งเกิดจากการเผาเชื้อเพลิง ซึ่งกากของเสียบางชนิดต้องได้รับ

การกำจัดที่ถูกต้อง ทำให้เกิดค่าใช้จ่ายในการกำจัดของเสียและกลายเป็นต้นทุนการผลิตที่เพิ่มขึ้น แต่ของเสียบางชนิดก็สามารถนำกลับมาใช้ประโยชน์ได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ต่างๆสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้ ส่วนวัตถุดิบที่ไม่ผ่านคุณภาพและจืดจางจากการเผาในหม้อไอน้ำก็สามารถนำไปผสมทำปุ๋ยได้

7.2.3 มลพิษทางอากาศ

มลพิษทางอากาศในโรงงานผลิตอาหารสัตว์ เกิดจากฝุ่นละอองในกระบวนการผลิต เช่น การผสมวัตถุดิบ การร่อนคัดขนาด ฯลฯ และเขม่าควันจากการเผาไหม้เชื้อเพลิงในหม้อไอน้ำ ซึ่งความมากน้อยก็จะขึ้นอยู่กับชนิดของเชื้อเพลิงที่ใช้ สำหรับปัญหาหมอกพิษทางกลืนนั้น ถือเป็นปัญหาหลักของการผลิตอาหารสัตว์ เนื่องจากกลืนนั้นเกิดขึ้นจากหลายกระบวนการ เช่น การจัดเก็บวัตถุดิบ การผสม การอบ และการระบายความร้อนออกจากเม็ดอาหารสัตว์ นอกจากนี้ระบบบำบัดน้ำเสียก็เป็นอีกหนึ่งสาเหตุที่ก่อให้เกิดมลภาวะทางกลืนเกิดขึ้น

ปัญหากลืนหมึ้นในโรงงานผลิตอาหารสัตว์ นอกจากจะมีผลต่อสถานที่ทำงานแล้ว ยังส่งผลกระทบต่อชุมชนที่อาศัยอยู่บริเวณข้างเคียงด้วย กลืนหมึ้นซึ่งเป็นกลืนของก๊าซไฮโดรเจนซัลไฟด์และก๊าซไตรเมธิลเอมีน ดังนั้นระบบบำบัดกลืนภายในโรงงานจึงสามารถบำบัดได้เพียงกลืนจากกระบวนการเท่านั้น ไม่สามารถบำบัดกลืนที่เกิดจากสถานที่เก็บวัตถุดิบรอการผลิตได้ จึงทำให้กลืนหมึ้นเป็นปัญหาสำคัญของโรงงานผลิตอาหารสัตว์

7.3 การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน

7.3.1 กิจกรรมสัมพันธ์

หากโรงงานไม่เคยดำเนินการหรือกิจกรรมด้านนี้มาก่อน จะต้องทำการสำรวจความคิดเห็นจากชุมชน เพื่อให้ทราบทัศนคติของชุมชนที่มีต่อโรงงาน ตลอดจนความต้องการความช่วยเหลือในด้านต่างๆ เนื่องจากโรงงานต้องตระหนักอยู่เสมอว่ากระบวนการผลิตและการปฏิบัติงานภายในโรงงานหลายๆ ขั้นตอนส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมและชุมชนโดยรอบ ซึ่งผู้ปฏิบัติงานในโรงงานอาจไม่ทราบถึงผลที่อาจเกิดขึ้นภายนอกโรงงาน อันจะนำไปสู่ข้อร้องเรียนต่างๆ ที่อาจรุนแรงถึงขั้นปิดกิจการได้

7.3.2 กิจกรรมสร้างประโยชน์ให้ชุมชน

1) **ด้านสิ่งแวดล้อม** เช่น การส่งเสริมการปลูกป่าชายเลนในพื้นที่ เก็บขยะและขุดลอกคูคลองหรือทางระบายน้ำ กิจกรรมทำความสะอาดถนนและป้ายจราจรเพื่อปรับปรุงสภาพแวดล้อมในชุมชนให้เป็นระเบียบและน่าอยู่

2) **ด้านการศึกษา** เช่น โครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อม โครงการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับ 5 ส. ไปสู่โรงเรียนและชุมชน โครงการสร้างความรู้ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและอุตสาหกรรมต่างๆ

3) **ด้านสุขภาพและกีฬา** เช่น การจัดแข่งขันกีฬาชุมชน กิจกรรมส่งเสริมการออกกำลังกายในชุมชน จัดตั้งกลุ่มหรือชมรมคนรักสุขภาพในชุมชน มีการจัดบริการตรวจสุขภาพให้แก่สมาชิกในชุมชนเพื่อเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงความใส่ใจต่อชุมชน

7.3.3 กิจกรรมช่วยเหลือสังคม

ในแต่ละชุมชนย่อมมักจะมีปัญหาทางสังคมที่แตกต่างกันไป เช่น ปัญหาเสพติด ปัญหาการว่างงาน ปัญหาด้านอาชญากร ปัญหาการจราจรในพื้นที่ การขาดโอกาสทางการศึกษาของบุตรหลาน เป็นต้น ดังนั้นการลดปัญหาสังคมดังกล่าวจึงจำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐและเอกชน และโรงงานก็เป็นส่วนหนึ่งของการช่วยเหลือสังคมได้ เช่น โครงการสนับสนุนหนังสือและอุปกรณ์การเรียนการสอน โครงการให้ทุนการศึกษาสำหรับเยาวชนในพื้นที่ห่างไกล ทุรกันดารและต้องการความช่วยเหลือ เป็นต้น

8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

8.1 เหตุรำคาญเรื่องกลิ่น

นรินทร์ทิพย์ พองมูล (2555) ได้ศึกษากระบวนการมีส่วนร่วมในการจัดการปัญหากลิ่นจากฟาร์มไก่ไข่ของชุมชนแม่แฝก จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลปัญหากลิ่นจากฟาร์มไก่ไข่ และจัดทำกระบวนการมีส่วนร่วมในการจัดการปัญหากลิ่นจากฟาร์มไก่ไข่ของชุมชน ผลจากการศึกษาพบว่า ตรวจไม่พบก๊าซไฮโดรเจนซัลไฟด์ในทุกจุด แต่กลับตรวจพบความเข้มข้นของแอมโมเนียเฉลี่ยสูงสุด 4.4 ppm โดยพบแหล่งกำเนิดกลิ่นที่สำคัญคือ สถานที่เก็บข้อมูล พื้นที่นำมูลไก่ไปใช้ประโยชน์ สถานที่กำจัดมูลไก่ และบริเวณพื้นที่โล่งภายในฟาร์ม ส่วนปัจจัยหลักในการเกิดกลิ่นคือ การจัดการมูลไก่และของเสียในฟาร์มอย่างไม่ถูกสุขลักษณะ ส่วนข้อมูลด้านทัศนคติของชุมชนพบว่า ประชาชนเห็นด้วยในระดับปานกลางว่าการประกอบกิจการฟาร์มไก่ไข่ในชุมชนช่วยสร้างรายได้และสร้างความมั่นคงทางอาหารให้ท้องถิ่นแต่ในขณะเดียวกันกลับส่งผลให้มีแมลงวันแพร่ระบาดรบกวนมากขึ้น และประชาชนมีความวิตกกังวลด้านโรกระบบทางเดินหายใจและโรคไข้หวัดนก แต่ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับปัญหากลิ่นแต่อย่างใด

พวงเพชร ปริญญาณูวัต (2554) ได้ศึกษาเรื่องแนวทางการจัดการมลพิษจากฟาร์มเลี้ยงไก่เนื้อในโรงเรือนระบบปิด เพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างยั่งยืนของชุมชนตำบลโป่ง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเสนอแนวทางที่เหมาะสมในการอยู่ร่วมกันอย่างยั่งยืนของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้อและชุมชน มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อจำแนกชนิดของมลพิษและแหล่งที่มาของมลพิษที่เกิดจากฟาร์มเลี้ยงไก่เนื้อในโรงเรือนระบบปิด 2) เพื่อศึกษาผลกระทบจากมลพิษที่เกิดจาก

ฟาร์มเลี้ยงไก่เนื้อในโรงเรือนระบบปิดที่มีผลต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน และ 3) เพื่อหาแนวทางการจัดการแก้ไขและป้องกันมลพิษจากฟาร์มเลี้ยงไก่เนื้อในโรงเรือนระบบปิดอย่างบูรณาการและยั่งยืนจากการศึกษาพบว่า ชนิดของมลพิษที่มีผลต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม คือ กลิ่นและฝุ่น ละออง มีผลก่อให้เกิดความรำคาญแก่ชุมชน แต่ยังไม่พบการเจ็บป่วยของชุมชนที่เกิดจากกลิ่นและฝุ่นละออง แนวทางที่เหมาะสมในการอยู่ร่วมกันอย่างยั่งยืน คือ ต้องพิจารณาองค์ประกอบทั้ง 3 ด้านพร้อมๆ กัน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม โดยนำหลักการต่าง ๆ เข้ามาช่วย เช่น หลักเศรษฐกิจพอเพียง หลักธรรมาภิบาล หลักการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข หรือหลักการปฏิบัติตนให้เป็นพลเมืองดีตามวิถีชีวิตประชาธิปไตยเพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างยั่งยืน

สุทธี ธาราธิคุณ (2542) ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมและความพึงพอใจของประชาชนต่อการแก้ไขปัญหาภาวะมลพิษอากาศและกลิ่นเหม็นในเขตเทศบาลตำบลมาบตาพุด จังหวัดระยอง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมมาตรการการแก้ไขปัญหาและบรรเทาความเดือดร้อนของประชาชนศึกษาระดับการรับทราบข่าวสาร ศึกษาลักษณะและระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการแก้ไขปัญหา ตลอดจนศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการทำงานร่วมกันระหว่างราชการ โรงงานอุตสาหกรรม และประชาชน ผลการศึกษาพบว่า มาตรการแก้ไขปัญหามีทั้งสิ้น 34 มาตรการแบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ มาตรการช่วยเหลือโรงเรียนที่ได้รับผลกระทบเรื่องกลิ่น มาตรการแก้ปัญหาที่เกิดจากกลิ่น มาตรการประชาสัมพันธ์และสนับสนุนกิจกรรมชุมชน และมาตรการป้องกันผลกระทบที่เกิดจากกลิ่นในระยะยาว และในส่วนของความคิดเห็นด้านสิ่งแวดล้อมของประชาชนพบว่า ติดตามผ่านสื่อโทรทัศน์มากที่สุด และมีการรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับการแก้ไขปัญหในเรื่องกลิ่นในระดับที่ต่ำ โดยทราบจากสื่อบุคคล ได้แก่ ผู้นำชุมชน เพื่อนบ้าน และคนในชุมชน การศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการแก้ไขปัญหาเรื่องกลิ่นอยู่ในระดับต่ำ และผลการประเมินความพึงพอใจของประชาชนต่อมาตรการแก้ไขปัญหามีความพึงพอใจปานกลางต่อ 28 มาตรการ และมีความพอใจมากต่อ 2 มาตรการ ได้แก่ การสนับสนุนกิจกรรมของโรงเรียน และการจัดตั้งกองทุนเพื่อสุขภาพประชาชน

8.2 CSR ด้านสังคม

สราลิ พุ่มกุมาร (2555) ได้ศึกษากลยุทธ์การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและการรับรู้ประโยชน์ที่มีต่อสถานีวิจัยโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ในภาวะอุทกภัยปี พ.ศ.2554 พบว่า 1. กลยุทธ์การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถานีวิจัยโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ๑ ประกอบไปด้วยกระบวนการ 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1.1 เลือกระดับที่สำคัญ 1.2 เลือกกิจกรรมที่มีความหลากหลายและสอดคล้อง 1.3 การดำเนินงานและการนำเสนอข้อมูลเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และ 1.4 มีการประเมินผล 2. การสื่อสารการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมฯ เน้นการเลือกใช้สื่อเฉพาะของตนเอง

เป็นหลักในการให้ข้อมูลข่าวสารและนำเสนอกิจกรรมเพื่อเชิญชวนให้เข้าร่วมกิจกรรม 3. การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้ประโยชน์และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถานีวิทยุโทรทัศนัไทยทีวีสีช่อง 3 ฯ 4. การรับรู้ประโยชน์การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อองค์กร ต่อประชาชน ต่อประเด็นปัญหาต่างมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสถานีวิทยุโทรทัศนัไทยทีวีสีช่อง 3 ในภาวะอุทกภัยปี พ.ศ.2554

พระประมวล บุตรดี (2552) ได้ศึกษาการดำเนินธุรกิจด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจกับการพัฒนาชุมชน : กรณีศึกษาฝ่ายชะลอน้ำชุมชนสาสบก จังหวัดลำปาง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบและกระบวนการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ (บริษัทปูนซิเมนต์ไทย (ลำปาง) จำกัด) ที่มีต่อการพัฒนาชุมชน และเพื่อศึกษาความสอดคล้องของแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ (CSR Concept) กับแนวคิดการพัฒนาชุมชน (CD Concept) ผลจากการศึกษาพบว่า บริษัทปูนซิเมนต์ไทย (ลำปาง) จำกัด ได้จัดทำโครงการ “รักษน้ำเพื่ออนาคต” โดยเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรม CSR ที่สนับสนุนให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมโดยการสร้างฝ่ายชะลอน้ำในชุมชนของตน และดำเนินการ 2 ลักษณะ คือ ช่วยเหลือสงเคราะห์ในเบื้องต้น จากนั้นเปลี่ยนเป็นการเสริมสร้างให้ชุมชนมีการเรียนรู้และมีส่วนร่วมในการดำเนินการ จากแนวคิดดังกล่าวจะเห็นได้ว่า โครงการมีการดำเนินกิจกรรมที่เน้นเป้าหมายการเสริมสร้างศักยภาพของคนและความยั่งยืนของสังคมและสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งมีการใช้กระบวนการเรียนรู้ การสนับสนุนเพื่อให้เกิดการพัฒนาคนและชุมชนเป้าหมาย นับว่ามีความสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาชุมชน แต่ก็ยังมีความแตกต่างกันในด้านของแนวคิดทฤษฎีหลัก เนื่องจากแนวคิดของ CSR ของบริษัทปูนซิเมนต์ไทยยังมุ่งในเรื่องภาพลักษณ์และการดำรงอยู่ขององค์กร ซึ่งการพัฒนาชุมชนเป็นเพียงองค์ประกอบหนึ่งเท่านั้น ในขณะที่แนวคิดของการพัฒนาชุมชนนั้น มุ่งเน้นการพัฒนา “คน” หรือ “กลุ่มคน” ให้มีศักยภาพในการพัฒนา มีความเข้มแข็งทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การเรียนรู้ และการจัดการตนเอง อีกทั้งยังพบว่าแนวโน้มกิจกรรมเรื่องฝ่ายชะลอน้ำอาจจะไม่ยั่งยืนในระยะยาว เนื่องจากขาดการเสริมสร้างเครือข่ายระหว่างชุมชนกับองค์กรในขณะที่บริษัทฯ กำลังจะถอนความช่วยเหลือเพื่อไปสนับสนุนชุมชนอื่นๆ ต่อไป

มินทร์ฐิตา จิราธรรมวัฒน์ (2553) ได้ศึกษาการรับรู้และทัศนคติที่ประชาชนมีต่อภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) ของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาการดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ระดับการรับรู้และทัศนคติที่ประชาชนมีต่อการดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร จากผลการศึกษาพบว่า ประชาชนมีระดับการรับรู้การดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรด้านสิ่งแวดล้อม

และด้านชุมชนในระดับมาก และด้านสังคมระดับปานกลาง และประชาชนได้รับทราบข้อมูลข่าวสาร สื่อสิ่งพิมพ์จากหนังสือพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์จากโทรทัศน์ และสื่อบุคคลจากเพื่อนร่วมงาน และทัศนคติที่ประชาชนมีต่อการดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในภาพรวมทุกด้าน พบว่า ประชาชนมีทัศนคติในเชิงบวก ทั้งยังส่งผลที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ และมีความชอบในการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

พิชามณัฐ กรวัณณกฤตย์ (2553) ได้ศึกษาเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม กรณีศึกษา บริษัท ไทยยูเนี่ยน โฟรเซ่น โปรดักส์ จำกัด (มหาชน) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมในองค์กรอุตสาหกรรมอาหารทะเล โดยใช้กรณีศึกษาบริษัท ไทยยูเนี่ยน โฟรเซ่น โปรดักส์ จำกัด (มหาชน) เพื่อใช้เป็นข้อมูลเสนอแนะและเป็นแนวทางในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมให้แก่องค์กรต่างๆรวมทั้งเป็นข้อมูล ความรู้ให้กับผู้ที่ต้องการศึกษาเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ผลจากการศึกษาพบว่า การกำหนดยุทธศาสตร์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทฯนั้นจะมาจากนโยบายของผู้บริหารระดับสูงซึ่งถือว่าเป็นแรงผลักดันที่สำคัญ ถัดมาคือ ลูกค้ำและสังคมก็มีบทบาทสำคัญไม่แพ้กัน เนื่องจากในกระบวนการผลิตของบริษัทฯ ย่อมส่งผลกระทบต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหาต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม โดยภาพรวมดังนั้นบริษัทจึงให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อมและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย โดยฝ่ายพัฒนาความยั่งยืนของบริษัทฯ จะมีหน้าที่หลักในการวิเคราะห์นโยบาย พังเสี่ยงของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อจัดทำเป็นกลยุทธ์ CSR ของบริษัทฯ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของทุกฝ่าย โดยคำนึงถึงประเด็นที่จะเป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นหลัก และจากข้อมูลการสัมภาษณ์พบว่า บริษัทมีการจัดทำกิจกรรม CSR จำนวนมากและจัดทำอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด อีกทั้งยังคิดสร้างสรรค์โครงการและกิจกรรมใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและชุมชนโดยรอบ โดยให้พนักงานเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงออกถึงความคิดเห็น และให้ตระหนักถึงการมีส่วนร่วมในการพัฒนาและรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งนี้การจำกิจกรรมเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทฯ จะต้องมีความสอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาที่ยั่งยืน (3 Pro PLANS) ที่บริษัทได้วางไว้ ได้แก่ การปกป้องสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ (Protect) คุณภาพชีวิตที่ดี และความปลอดภัยของพนักงาน (Provide) และการพัฒนาชุมชนและสังคม(Propel)

กฤษณ์ท แสนทวิ (2553) ได้ศึกษาความคาดหวังของประชาชนต่อความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความเข้าใจความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม 2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังต่อความรับผิดชอบต่อสังคม 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ใช้อธิบายความคาดหวังต่อความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจแต่ละประเภท โดยศึกษาเชิงสำรวจ

ด้วยแบบสอบถามจากประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจต่อความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ เป็นการดำเนินงานที่ธุรกิจให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม ค่าเฉลี่ย 4.467 โดยลักษณะของประชากรกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน ทำให้มีความคาดหวังต่อความรับผิดชอบต่อสังคมที่ความแตกต่างกันในบางประเด็น ส่วนปัจจัยที่ใช้อธิบายความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจแต่ละประเภทได้มากที่สุด ได้แก่ 1) กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร คือ ด้านสังคมและวัฒนธรรม 2) กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค คือ ด้านอาสาสมัคร 3) กลุ่มธุรกิจการเงิน คือ ด้านสังคมและวัฒนธรรม 4) กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม คือ ด้าน กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 5) กลุ่มอสังหาริมทรัพย์ คือ ด้านสังคมและวัฒนธรรม 6) กลุ่มทรัพยากร คือ ด้านสังคมและวัฒนธรรม 7) กลุ่มบริการ คือ ด้านสิ่งแวดล้อม 8) กลุ่มเทคโนโลยี คือ ด้านกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งนี้การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่องค์กรธุรกิจควรคำนึงถึงประโยชน์ต่อประเทศชาติ ประชาชน แลองค์กรร่วมกัน

อวิกา สุภาพจน์ (2553) ได้ศึกษาการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) กรณีศึกษา บริษัท ซี.พี.ค้าปลีกและการตลาด จำกัด (กิจการเบเกอรี่) การศึกษานี้มุ่งเน้นในการค้นหาประเด็นความสนใจ และความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ซี.พี.ค้าปลีก และการตลาด จำกัด (กิจการเบเกอรี่) ได้แก่ กลุ่มของพนักงานและชุมชนรอบบริษัท โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ซึ่งทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มพนักงาน 146 ตัวอย่าง และกลุ่มชุมชนรอบบริษัท 16 ตัวอย่าง และใช้ Matrix ในการประเมินประเด็นความสนใจด้าน CSR ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผลการศึกษาพบว่า 1. กลุ่มพนักงาน ระดับตำแหน่งของพนักงานมีผลต่อทำให้ความสนใจหัวข้อด้าน CSR โดยตำแหน่งสูงจะยิ่งให้ความสนใจประเด็นด้าน CSR อยู่ในระดับที่มากที่สุด และโดยภาพรวมพนักงานให้ความสนใจ 3 อันดับแรก คือ สิทธิมนุษยชน การกำกับดูแลองค์กร และแรงงานตามลำดับ ส่วนกลุ่มชุมชนรอบบริษัทให้ความสนใจมากที่สุด 4 เรื่อง คือ สิทธิมนุษยชน สิ่งแวดล้อม ประเด็นผู้บริโภค และการพัฒนาชุมชน 2. จากการสรุปความต้องการที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต้องการนั้นพบว่า กลุ่มพนักงานมีความต้องการให้ปรับปรุงประเด็นด้านแรงงานสูงที่สุด คือ 36.81% รองลงมา เป็นประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน 29.12% และอันดับ 3 เป็นประเด็นด้านการกำกับดูแลองค์กร 18.68% ส่วนกลุ่มชุมชนรอบบริษัท มีความต้องการได้รับการตอบสนองในเรื่อง การมีส่วนร่วมกับชุมชนสูงที่สุด คือ 41.67% รองลงมาคือ เรื่องการกำกับดูแลองค์กรและสิ่งแวดล้อม คือ 16.67% 3. จากการศึกษาการตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พบว่ากิจกรรมที่บริษัทฯ จัดทำให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียยังไม่ตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างครบถ้วน

8.3 CSR ด้านสิ่งแวดล้อม

ปวีณัฐดา อรุณสวัสดิ์ ได้ศึกษาการสื่อสารด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของ โรงไฟฟ้าพระนครเหนือ กฟผ. โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษานโยบายการสื่อสารด้านความรับผิดชอบต่อสังคม รูปแบบ และวิธีการสื่อสารด้านความรับผิดชอบต่อสังคม รวมถึงปัญหาและอุปสรรคด้าน ความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงไฟฟ้าพระนครเหนือ ผลการศึกษาพบว่า เป้าประสงค์เชิงกลยุทธ์ของ โรงไฟฟ้าพระนครเหนือจะสอดคล้องกับนโยบายโรงไฟฟ้าที่ว่า “เป็นโรงไฟฟ้าสีเขียวที่ผู้ปฏิบัติงาน สามารถทำงานได้อย่างมีความสุข ท่ามกลางชุมชนโรงไฟฟ้าที่เป็นมิตร และไม่ส่งผลกระทบต่อ สิ่งแวดล้อม” รูปแบบการสื่อสารนั้นหากเป็นการสื่อสารในนามของโรงไฟฟ้าหรือระดับหน่วยงาน ไปยังชุมชนจะเป็นรูปแบบจากบนลงล่าง เนื่องจากวิธีการทำงานของหน่วยงานที่เป็นหน่วยงานภาค รัฐวิสาหกิจจึงต้องมีการผ่านกระบวนการแบบราชการ หลังจากนั้นจะเป็นการสื่อสารในระดับเดียวกัน ที่ทางโรงไฟฟ้าและชุมชน สามารถออกความคิดเห็นได้อย่างเสมอภาค รวมถึงได้นำการสื่อสารแบบ มีส่วนร่วมเข้ามาใช้ในการสื่อสารไปยังชุมชนด้วย ส่วนวิธีการสื่อสารได้แก่ กิจกรรมและโครงการ ต่างๆ ผ่านกระบวนการสัมมนาเชิงปฏิบัติ การแลกเปลี่ยนความรู้ เพื่อให้เกิดแนวคิด มุมมอง ทักษะคติ การทำงานพัฒนาชุมชนแบบมีส่วนร่วม การทำแผนพัฒนาชุมชนที่สะท้อนการมีส่วนร่วมมากกว่า การสนับสนุนชุมชนแบบสงเคราะห์ รวมทั้งเปลี่ยนวิธีการทำงานกับชุมชนที่เน้นการมีส่วนร่วม แต่ในทางปฏิบัติยังคงเป็นรูปแบบการคิดวางแผน จากภายนอกสู่ภายใน คือการใช้ความต้องการของ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับองค์กรเป็นตัวกำหนดกิจกรรม CSR ส่วนสื่อที่ใช้ในการสื่อสารของ โรงไฟฟ้า โดยมากมักใช้สื่อบุคคลร่วมกับสื่ออื่นๆ อย่างหลากหลาย

ปัญหาและอุปสรรคการสื่อสารด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของ โรงไฟฟ้า พระนครเหนือคือ ปัจจัยที่ทำให้การสื่อสารไม่ประสบความสำเร็จเนื่องจากองค์ประกอบของ กระบวนการสื่อสาร มีทั้ง “ตัวสื่อ” และ “ตัวสาร” แต่โรงไฟฟ้าให้ความสำคัญกับการ “ตัวสื่อ” มาก เป็นพิเศษ โดยมองข้ามความสำคัญของเนื้อหา/ ตัวสาร ไปอย่างมาก จะเห็นได้จากการคัดเลือกและ ออกแบบสารยังไม่ได้ให้ความสำคัญมากพอจึงก่อให้เกิดปัญหาการสื่อสาร ที่เมื่อสื่อสารออกไปแล้ว ชุมชนหรือผู้รับสารยังคงมีความไม่เข้าใจในตัวโรงไฟฟ้า นอกจากนี้ยังมีปัญหาเรื่อง การคัดเลือกสาร และการตรวจสอบความถูกต้องก่อนที่มีการสื่อสารไปยังชุมชนเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน ส่วนปัญหาด้านวิธีการสื่อสารผ่านกิจกรรมที่ทำมาไม่ได้ทำให้ชุมชนเกิดความผูกพันกับประเด็นหรือ การเข้าร่วมกิจกรรมมากนัก ทำให้วิธีการสื่อสารมีลักษณะเป็นการทำงานแบบระยะสั้นๆ ไม่ต่อเนื่อง

วสินี นพคุณ (2551) ได้ศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม และการมีส่วนร่วมของชุมชนด้านสิ่งแวดล้อมของกลุ่มอุตสาหกรรมพลังงาน ดำเนินการเก็บข้อมูล โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกและการวิจัยจากเอกสาร ผลการวิจัยพบว่า 1) กลยุทธ์การสื่อสาร

เรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมของกลุ่มอุตสาหกรรมพลังงาน ได้แก่ กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อให้ความรู้ กลยุทธ์เพื่อ โน้มน้าวใจ กลยุทธ์การใช้สื่อ และกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการสร้างเครือข่าย 2) กลยุทธ์สื่อสารเพื่อให้ความรู้ เพื่อให้พนักงานเกิดความเข้าใจร่วมกันและสามารถปฏิบัติตามนโยบายของบริษัทได้ในทิศทางเดียวกัน 3) กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวให้พนักงานเห็นความสำคัญของการดำเนินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อให้พนักงานเกิดความสนใจในการเข้าร่วมโครงการ และเกิดการบอกกันปากต่อปากให้เกิดเป็นเครือข่ายภายในขึ้น 4) กลยุทธ์การใช้สื่อพบว่ามีการใช้สื่อบุคคลเป็นสื่อที่สำคัญที่สุด และจากการวิจัยพบว่าควรมีการใช้สื่อเป็นสื่อผสมมากกว่านี้ในการสื่อสารกับชุมชนเพื่อให้เกิดความสนใจมากยิ่งขึ้น 5) กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างเครือข่ายภายในบริษัท ได้แก่ ความสนใจในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อม การสื่อสารผ่านสื่อและสื่อสารแบบตัวต่อตัว ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งในกิจกรรมขององค์กรเพื่อสังคม และการสร้างเครือข่ายภายนอก ได้แก่ การจูงมือกับองค์กรอื่นที่ทำโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อม และการสื่อสารผ่านสื่อและแบบตัวต่อตัว 6) การมีส่วนร่วมของชุมชนที่เข้าร่วมโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อม คือ ผู้นำชุมชนได้เป็นตัวแทนในการเข้าร่วมกับบริษัท และได้นำความรู้ที่ทางบริษัทและเครือข่ายให้การสนับสนุนมาบูรณาการเข้ากับชุมชน และถ่ายทอดไปยังชาวบ้านต่อไป 7) สำหรับแนวทางการมีส่วนร่วม พบว่า กิจกรรมการแจกรางวัล และการมีสิ่งแลกเปลี่ยน เช่น เงินทุน เป็นสิ่งที่ชุมชนให้ความสนใจ ส่วนกิจกรรมการมีส่วนร่วมชุมชนให้ผู้นำชุมชนให้ความสนใจในเนื้อหาของสารมากกว่าชาวบ้าน ได้แก่ การประชุม การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์ที่พบเจอ การเข้าดูงาน การทำการทดลองด้วยตนเอง

จากการศึกษาทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ทำให้ผู้ศึกษามีแนวคิดเกี่ยวกับการแก้ปัญหาเรื่องกลิ่นที่นอกเหนือไปจากการพัฒนาระบบการกำจัดกลิ่นให้มีประสิทธิภาพ โดยการจัดกิจกรรม CSR ที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน เพื่อตอบสนองความคาดหวังหรือความต้องการที่แท้จริงของชุมชนผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการประกอบกิจการของบริษัทฯ และเพื่อก่อให้เกิดความสัมพันธที่ดีกับทั้งบริษัทฯ และชุมชนในระยะยาวด้วย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การพัฒนาการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่สอดคล้องตามความต้องการของชุมชน กรณีศึกษา บริษัทผลิตอาหารสัตว์แห่งหนึ่งในจังหวัดลำพูน” เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ โดยแบ่งรูปแบบวิธีการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่หนึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ส่วนที่สองเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) ซึ่งผู้ศึกษาได้กำหนดระเบียบวิธีการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

1.1.1 ประชากรที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ได้แก่ เจ้าหน้าที่สิ่งแวดล้อม เจ้าหน้าที่ความปลอดภัย (จป.วิชาชีพ) และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรม CSR ของบริษัทฯ จำนวน 5 คน และตัวแทนจากหน่วยงาน ตัวแทนบริษัทข้างเคียงและตัวแทนหมู่บ้าน ได้แก่ สำนักงานการนิคมอุตสาหกรรมฯ บจก.เคอิน (ไทยแลนด์) บจก.ทานากะพีริซิสชั่น (ประเทศไทย) บจก.เอส.เอ็ม.วี. (ไทยแลนด์) ห้างบิ๊กซีลำพูน ห้างเม็คโครลำพูน และตัวแทนจากชุมชน 3 หมู่บ้าน ได้แก่ บ้านสันป่าฝ้าย (หนองเป็ด) บ้านศรีบุญยืน และบ้านสันปูเลย จำนวนแต่ละ 1 คน รวม 9 คน โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ 1) มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ CSR 2) มีประสบการณ์ในการทำงานหรือมีบทบาทอาศัยอยู่ในชุมชนหรือบริษัทฯ มากกว่า 10 ปี และ 3) มีสัมพันธภาพกับบุคคลอื่นเป็นอย่างดี เพื่อให้เป็นตัวแทนที่ดีที่สุดของแต่ละแหล่ง

1.1.2 ประชากรที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ได้แก่ ชุมชนที่อาศัยอยู่บริเวณโดยรอบบริษัทฯ ในรัศมี 2.5 กิโลเมตรและได้รับผลกระทบจากการประกอบกิจการของบริษัทฯ ประกอบด้วย บ้านสันป่าฝ้าย(หนองเป็ด) บ้านศรีบุญยืน และบ้านสันปูเลย รวมทั้งหมด 561 ครัวเรือน คำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 378 ตัวอย่าง และทำการสุ่มตัวอย่างครัวเรือนอย่างมีระบบตามข้อมูลทะเบียนราษฎร์ ดังนี้

2.1 กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ผู้ศึกษาได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดยใช้สูตรการคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ชุมชน 3 หมู่บ้าน ที่ได้รับผลกระทบและอาศัยอยู่บริเวณโดยรอบรัศมี 2.5 กม. จำนวน 378 ครัวเรือน โดยแสดงผลการคำนวณ ดังนี้

$$\text{จากสูตร } n = N/(1+Ne^2)$$

เมื่อ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N แทน จำนวนประชากร หรือจำนวนหน่วยทั้งหมด

e แทน ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดได้ (ในที่นี้ใช้ e = 0.05)

สามารถคำนวณแทนสูตร Taro Yamane ได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร Taro Yamane

หมู่บ้าน	จำนวน (ครัวเรือน)		แทนค่าคำนวณกลุ่มตัวอย่าง $n = N/(1+Ne^2)$
	ประชากร (N)	กลุ่มตัวอย่าง (n)	
1. บ้านสันป่าฝ้าย (หนองเป็ด)	120	93	$n = 120 / (1+120 (0.05)^2)$ n = 93 ครัวเรือน
2. บ้านศรีบุญยืน	234	148	$n = 234 / (1+234 (0.05)^2)$ n = 148 ครัวเรือน
3. บ้านสันปูเลย	207	137	$n = 207 / (1+ 207 (0.05)^2)$ n = 137 ครัวเรือน
รวม	561	378	

ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษาจะต้องใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 378 ตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และทำการสุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มครัวเรือนอย่างมีระบบ(Systematic Sampling) จากข้อมูลทะเบียนราษฎร์ของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 หมู่บ้าน โดยเลือกตัวอย่างจากการสุ่มเป็นช่วง (Sampling Interval) ในจำนวนหน่วยที่เท่าๆ กัน เพื่อให้ได้ครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด ซึ่งสามารถคำนวณได้จากสูตร ต่อไปนี้

$$\text{ช่วงสุ่ม (k)} = \frac{\text{ขนาดของประชากร (N)}}{\text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (n)}}$$

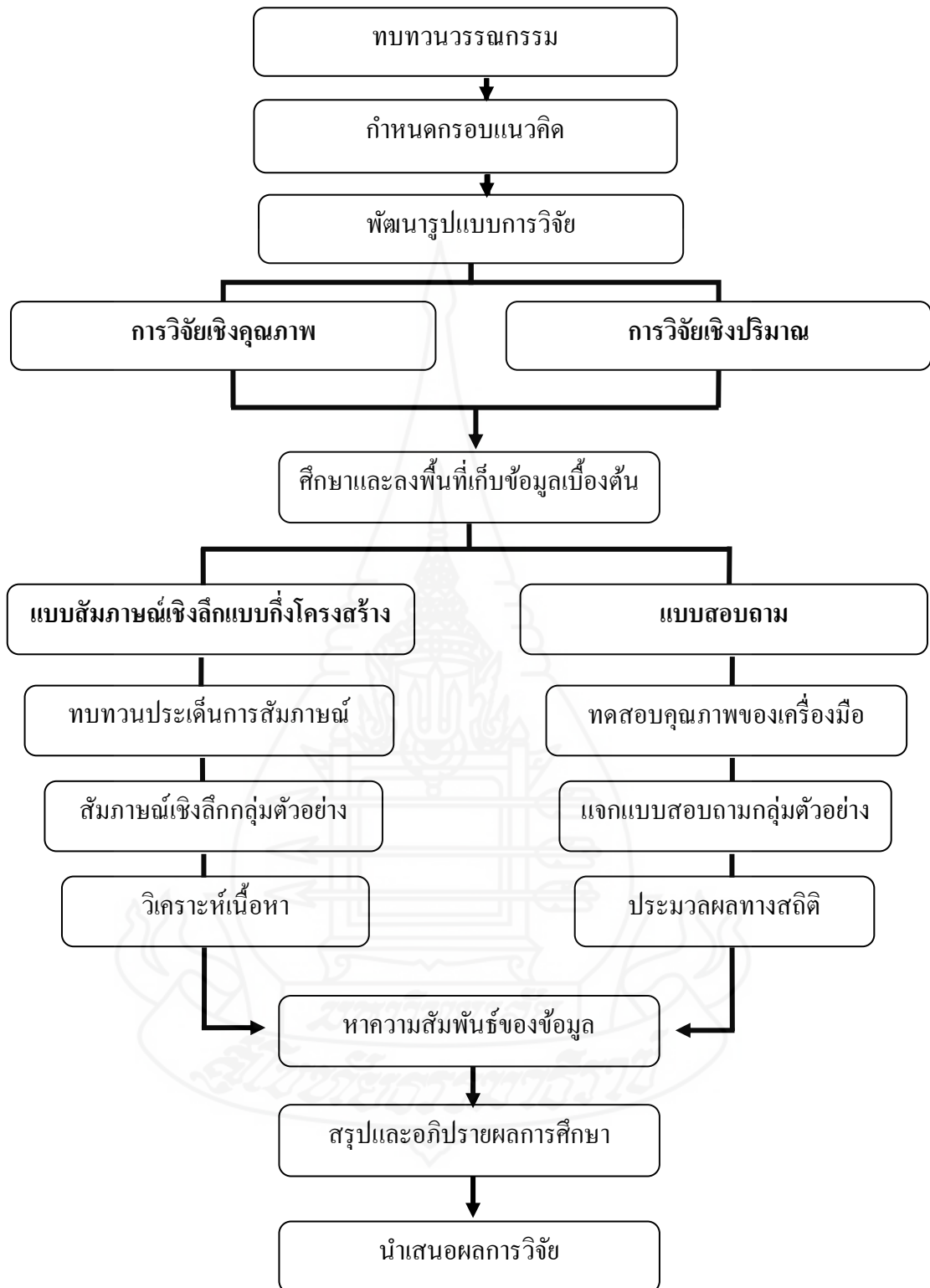
ตารางที่ 3.2 จำนวนหาช่วงสุ่ม (k) ของแต่ละหมู่บ้าน ดังตารางต่อไปนี้

หมู่บ้าน	จำนวน (ครัวเรือน)		แทนค่าหาช่วงการสุ่ม (k = N/n)
	ประชากร (N)	กลุ่มตัวอย่าง (n)	
1. บ้านสันป่าฝ้าย (หนองเป็ด)	120	93	k = 120 / 93 = 1.3 ≈ 2
2. บ้านศรีบุญยืน	234	148	k = 234 / 148 = 1.6 ≈ 2
3. บ้านสันปูเลย	207	137	k = 207 / 137 = 1.5 ≈ 2
รวม	561	378	

จากการแทนค่าในสูตรจะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 378 ตัวอย่าง และเพื่อให้ได้ค่าสถิติที่ดี ผู้ศึกษาจึงได้แจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ชุด พร้อมให้ระบุชื่อและเบอร์โทรไว้ด้านหลังเพื่อป้องกันกรณีที่แบบสอบถามไม่สมบูรณ์จะสามารถตามและสอบถามได้ในทันที

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษารุ่นนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือ แบบสอบถาม (ภาคผนวก ก) แบบสัมภาษณ์เชิงลึกภาคชุมชน(ภาคผนวก ข) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึกภาคตัวแทนบริษัทฯ (ภาคผนวก ค) จัดทำขึ้นจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งอ้างอิงต่างๆ ตลอดจนศึกษาแนวคิดทฤษฎี เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาประยุกต์ใช้และพัฒนาเป็นเครื่องมือที่เหมาะสมกับงานวิจัยฉบับนี้ โดยมีขั้นตอนและวิธีการศึกษา ดังนี้



ภาพที่ 3.1 วิธีการศึกษาวิจัย

2.1 การสร้างแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi structure in-depth interview)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพที่ผู้ศึกษาเลือกใช้ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง โดยผู้ศึกษารวบรวมข้อมูลจากการสำรวจและลงพื้นที่พูดคุยกับชุมชนและบริษัทฯ ตลอดจนศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้ในการออกแบบข้อคำถามให้สอดคล้องตรงตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยให้มากที่สุด โดยกำหนดประเด็นเนื้อหาตามกรอบแนวคิดของงานวิจัย และออกแบบเป็นลักษณะคำถามปลายเปิดและสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล โดยจะแบ่งการสัมภาษณ์ออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มชุมชนที่ได้รับผลกระทบและอาศัยอยู่บริเวณโดยรอบในรัศมี 2.5 กม. และกลุ่มพนักงานหรือผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมบริษัทฯ โดยมีประเด็นดังนี้

2.1.1 แบบสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรม

ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทฯ ประเด็นเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมและข้อร้องเรียน/เหตุรำคาญที่ผ่านมาของบริษัทฯ และความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา/อุปสรรค/การแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในการดำเนินกิจกรรม CSR ที่ผ่านมา และความพร้อมในการสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ของบริษัทฯ ได้แก่ คน งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ และการบริหารจัดการ ตลอดจนการตอบสนองของชุมชนต่อกิจกรรม CSR ของบริษัทฯ ในปีที่ผ่านๆ มา และแบบแผนการดำเนินการเกี่ยวกับ CSR ในอนาคต

2.1.2 แบบสัมภาษณ์เชิงลึกชุมชนที่ได้รับผลกระทบและอาศัยอยู่บริเวณโดยรอบ

ในรัศมี 2.5 กม. ประเด็นเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมหรือปัญหาด้านอื่นๆ ที่ส่งผลกระทบต่อชุมชน การรับรู้/การตอบสนองของชุมชนต่อกิจกรรม CSR ที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน ตลอดจนความต้องการที่ชุมชนคาดหวังจากบริษัทฯ ในการจัดกิจกรรม CSR ในอนาคต และการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือผู้ศึกษาได้ดำเนินการทดสอบความตรง (Validity) ของแบบสัมภาษณ์ โดยนำแบบสัมภาษณ์ฉบับร่างให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบและดำเนินการแก้ไข จากนั้นนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความตรงของเนื้อหา ความชัดเจนของภาษา ตลอดจนความครอบคลุมประเด็นโครงสร้างและขอบเขตของงานวิจัย แล้วดำเนินการแก้ไขตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ท่าน จากนั้นนำแบบสัมภาษณ์ฉบับสมบูรณ์ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบอีกครั้งก่อนจะนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจริง

2.2 การสร้างแบบสอบถาม (Questionnaires)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถาม จำนวน 1 ชุด เป็นแบบสอบถามที่ให้กลุ่มตัวอย่างทำการตอบเอง โดยกำหนดให้เป็นหัวหน้าครัวเรือนนั้นๆ เป็นผู้ตอบ ซึ่งแบบสอบถามประกอบไปด้วยคำถามปลายปิดและปลายเปิด เพื่อสำรวจการรับรู้ของชุมชนที่มีต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม และการจัดกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ของบริษัทฯ

ตลอดจนความต้องการของชุมชนที่คาดหวังจะได้รับจากบริษัทฯ โดยมีขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถาม ดังนี้

2.2.1 ศึกษารายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย โดยรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนลงพื้นที่สำรวจและเก็บข้อมูลจากผู้นำชุมชน/ตัวแทนชุมชน/และเจ้าหน้าที่สิ่งแวดล้อมของบริษัทฯ จากนั้นนำข้อมูลทั้งหมดมาออกแบบเครื่องมือการวิจัย โดยแบบสอบถามจะแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบและเติมคำตอบ จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 การรับรู้ของชุมชนที่อาศัยอยู่บริเวณโดยรอบบริษัทฯ แบ่งการรับรู้ ออกเป็น 2 ประเด็น ได้แก่

2.1 การรับรู้ของชุมชนที่มีต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมของบริษัทฯ โดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียวและแบบเลือกตอบได้มากกว่าหนึ่งคำตอบ จำนวน 11 ข้อ

2.2 การรับรู้ของชุมชนที่มีต่อการจัดกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ของบริษัทฯ โดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียวและแบบเลือกตอบได้มากกว่าหนึ่งคำตอบ จำนวน 18 ข้อ

ส่วนที่ 3 ความต้องการที่ชุมชนคาดหวังจากบริษัทฯในการจัดกิจกรรม CSR ในอนาคต ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว จำนวน 16 ข้อ

2.2.2 นำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา แล้วนำมาพัฒนาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ

2.2.3 ทดสอบหาความตรงของเนื้อหา (Validity) โดยผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปนำเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ได้แก่ (1) รองศาสตราจารย์ ดร. เพ็ญประภา ศิวโรจน์ (2) นพ. โภคิน ศักรินทร์กุล และ (3) ดร.บุญลือ ฉิมบ้านไร่ เพื่อพิจารณาตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือและความถูกต้องเหมาะสมของเนื้อหา (content validity) โดยใช้หลักเกณฑ์การหาค่าดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหา (Index of Item Objective Congruency : IOC) เพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามรายข้อกับตัวแปร ประเด็นและวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

- + 1 เมื่อข้อความนั้นตรงและสอดคล้องกับตัวแปรที่ศึกษา
 - 0 เมื่อไม่แน่ใจหรือไม่สามารถตัดสินใจได้
 - 1 เมื่อข้อความนั้นไม่ตรงและไม่สอดคล้องกับตัวแปรที่ศึกษา
- คำนวณค่า IOC

จากสูตร

$$IOC = \frac{\sum R}{n}$$

เมื่อ IOC หมายถึง ค่าดัชนีความสอดคล้อง

$\sum R$ หมายถึง ผลรวมคะแนนความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ

N หมายถึง จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

จากนั้นเลือกข้อที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อความมากกว่าหรือเท่ากับ 0.67 ส่วนข้อความที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องน้อยกว่า 0.67 นำไปพิจารณาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ

2.2.4 ทดสอบหาความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถาม นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความตรงของเนื้อหาแล้วไปทดลองใช้กับตัวแทน อสม. จำนวน 32 คน จากทั้ง 3 หมู่บ้าน จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยผลของการทดสอบหาค่าความเที่ยงของแบบสอบถามเท่ากับ 0.824 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ สามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย ข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลความสัมพันธ์ในทุกมิติ ผู้ศึกษาได้ทำการขอเอกสารรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์จากคณะกรรมการจริยธรรมโรงพยาบาลลำพูน และได้ผ่านความเห็นชอบเมื่อวันที่ 30 มีนาคม 2560 เลขที่ ลำพูน 009/2560 (ภาคผนวก ง) เพื่อให้สามารถดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ (ภาพดังภาคผนวก จ)

3.1 ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากตัวแทนบริษัทฯ จำนวน 5 คน และตัวแทนจากภาคชุมชน ได้แก่ ชุมชนบ้านสันป่าฝ้าย (หนองเป็ด) บ้านศรีบุญยืน บ้านสันปูเลย สำนักงานการนิคมอุตสาหกรรมฯ บจก.เคอิน (ไทยแลนด์) บจก. ทานากะพีริซีส์ซัน (ประเทศไทย) บจก. เอส.เอ็ม.วี. (ไทยแลนด์) ห้างบิ๊กซีลำพูนและห้างเม็คโครลำพูน แห่งละ 1 คน จำนวนทั้งหมด 9 คน เครื่องมือที่ใช้ในการสัมภาษณ์ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง และเครื่องบันทึกเสียง โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงตามแบบคัดกรองคุณสมบัติที่ผู้ศึกษาได้กำหนดไว้ 3 ประการข้างต้น เพื่อให้เป็นตัวแทนที่ดีที่สุดของแหล่งข้อมูลแต่ละแหล่ง

3.2 ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Data) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 378 ตัวอย่าง ซึ่งมีรายละเอียดขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

3.2.1 ลงพื้นที่ปรึกษา/พูดคุยกับทางบริษัทฯ และผู้ใหญ่บ้านแต่ละหมู่บ้านที่ตั้งอยู่ในรัศมีห่างจากบริษัทฯ 2.5 กม. และประสานงานขอข้อมูลทะเบียนราษฎรจากเทศบาล จากนั้นนำข้อมูลสำมะโนประชากรมาคำนวณหากกลุ่มตัวอย่าง และทำการสุ่มตัวอย่างอย่างมีระบบตามข้อมูลบ้านเลขที่

3.2.2 ออกแบบเครื่องมือ/คู่มือการใช้เครื่องมือ และให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาเบื้องต้นแล้วนำมาปรับปรุง จากนั้นทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือก่อนนำไปใช้จริง

3.2.3 ลงพื้นที่และประสานงานกับประธาน อสม. ทั้ง 3 ชุมชน เพื่อนัดหมายสมาชิก อสม. ในพื้นที่และชี้แจงรายละเอียดของแบบสอบถาม โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนเมษายน 2560

3.2.4 นำแบบสอบถามที่ได้กลับคืนมา ตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูล

3.2.5 วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูล

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษานำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมทั้งจากเอกสาร จากการสัมภาษณ์เชิงลึก และจากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล โดยทำการแยกวิเคราะห์ตามเนื้อหาที่ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงข้อความหรือเนื้อหา (Content Analysis) เพื่ออธิบายคุณลักษณะสภาพทั่วไป ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกจากประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งภาคชุมชนและภาคอุตสาหกรรม (หน่วยงานและสถานประกอบการข้างเคียง)

4.2 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) มาใช้เป็นสถิติเบื้องต้นในการวิเคราะห์ข้อมูล และหาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้กับความต้องการของชุมชนโดยทดสอบค่าไคสแควร์ (Chi-square) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

4.2.1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ย โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

4.2.2 วิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้ของชุมชนที่มีต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับในประเด็นข้อคำถาม ข้อ 2.4 ในแบบสอบถามคือ ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่ชุมชนได้รับ ได้แก่ ปัญหาด้านกลิ่น น้ำเสีย ขยะ ฝุ่นละออง การจราจร สัตว์และแมลง และอื่นๆ ซึ่งเป็นประเด็นหลักของการรับรู้ด้านสิ่งแวดล้อมที่จะใช้ในการหาความสัมพันธ์กับความต้องการของชุมชนนั้น จะทดสอบโดยใช้ไคสแควร์ (Chi-square) เพื่อหาความสัมพันธ์เป็นรายชื่อ

4.2.3 วิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้ของชุมชนที่มีต่อการจัดกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) จากข้อมูลการรับรู้ด้านการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ ของบริษัทฯ ส่วนข้อมูลการรับรู้ต่อการจัดกิจกรรม CSR จะหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) มีเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาคะแนนและการแปลความหมายคะแนนของระดับการรับรู้ดังกล่าว ดังนี้

เกณฑ์ในการพิจารณาคะแนนระดับของการรับรู้			
การรับรู้ต่อการจัดกิจกรรม CSR	มากที่สุด	=	5
การรับรู้ต่อการจัดกิจกรรม CSR	มาก	=	4
การรับรู้ต่อการจัดกิจกรรม CSR	ปานกลาง	=	3
การรับรู้ต่อการจัดกิจกรรม CSR	น้อย	=	2
การรับรู้ต่อการจัดกิจกรรม CSR	น้อยที่สุด	=	1

ช่วงกว้างของคะแนนตามอันตรภาคชั้น

$$\text{ช่วงคะแนน} = \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน

ระดับมากที่สุด	มีค่าคะแนนอยู่ระหว่าง	4.21 – 5.00
ระดับมาก	มีค่าคะแนนอยู่ระหว่าง	3.41 – 4.20
ระดับปานกลาง	มีค่าคะแนนอยู่ระหว่าง	2.61 – 3.40
ระดับน้อย	มีค่าคะแนนอยู่ระหว่าง	1.81 – 2.60
ระดับน้อยที่สุด	มีค่าคะแนนอยู่ระหว่าง	1.00 - 1.80

4.2.4 วิเคราะห์ข้อมูลความต้องการที่ชุมชนคาดหวังจากบริษัทฯ ในการจัดกิจกรรม CSR ในอนาคต แสดงเป็นค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยการใช้มาตราประมาณค่า (Rating Scale) เพื่อสอบถามรูปแบบความต้องการของชุมชน โดยแบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิต 2) ด้านการสนับสนุนชุมชน 3) ด้านการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อม และ 4) ด้านการมีส่วนร่วมระหว่างบริษัทฯ และชุมชน โดยมีเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณา ดังนี้

เกณฑ์ในการพิจารณาระดับความต้องการของชุมชน

ความต้องการที่ชุมชนคาดหวัง	มากที่สุด	= 5
ความต้องการที่ชุมชนคาดหวัง	มาก	= 4
ความต้องการที่ชุมชนคาดหวัง	ปานกลาง	= 3
ความต้องการที่ชุมชนคาดหวัง	น้อย	= 2
ความต้องการที่ชุมชนคาดหวัง	น้อยที่สุด	= 1

ช่วงกว้างของคะแนนตามอันตรภาคชั้น

$$\text{ช่วงคะแนน} = \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน

ระดับมากที่สุด	มีค่าคะแนนอยู่ระหว่าง	4.21 – 5.00
ระดับมาก	มีค่าคะแนนอยู่ระหว่าง	3.41 – 4.20
ระดับปานกลาง	มีค่าคะแนนอยู่ระหว่าง	2.61 – 3.40
ระดับน้อย	มีค่าคะแนนอยู่ระหว่าง	1.81 – 2.60
ระดับน้อยที่สุด	มีค่าคะแนนอยู่ระหว่าง	1.00 - 1.80

4.2.5 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ของชุมชนที่มีต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม และการจัดกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) กับความต้องการที่ชุมชนคาดหวังจาก บริษัทฯ ในการจัดกิจกรรม CSR ในอนาคต ทดสอบโดยใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-square)

4.3 นำผลการวิเคราะห์ทั้งหมดมาแปลผลและหาความสัมพันธ์เชื่อมโยง เพื่อนำไปสู่ การเสนอแนะแนวทางการจัดกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทฯ ที่สอดคล้องกับ ความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัญหาสิ่งแวดล้อมและกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทผลิตรอาหารสัตว์แห่งหนึ่งในจังหวัดลำพูน ศึกษาการรับรู้และความต้องการของชุมชนที่อาศัยอยู่บริเวณ โดยรอบบริษัทฯ ตลอดจนหาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้และความต้องการของชุมชนที่อาศัยอยู่บริเวณ โดยรอบบริษัทฯ เพื่อนำไปสู่การเสนอแนะแนวทางการจัดกิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทฯ ที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 378 ครั้วเรือน และแบบสัมภาษณ์เชิงลึกจากตัวแทนบริษัทฯ และชุมชน จำนวนรวม 14 คน และนำข้อมูลที่ได้อมาวิเคราะห์ ตลอดจนหาความสัมพันธ์ของข้อมูล โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 ตอน ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ดังนี้

ตอนที่ 1 ปัญหาสิ่งแวดล้อมและกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

ตอนที่ 2 การรับรู้และความต้องการของชุมชน

ตอนที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ด้านสิ่งแวดล้อมและการรับรู้ด้านการจัดกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) กับความต้องการของชุมชน

ตอนที่ 4 แนวทางการจัดกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน

ตอนที่ 1 ปัญหาสิ่งแวดล้อมและกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

ผลจากการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า มลพิษหลักของบริษัทฯ คือ กลิ่นและฝุ่น ซึ่งถือว่าเป็นผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมที่ชุมชนได้รับมาเป็นเวลาช้านาน และบริษัทฯ ก็ได้มีการดำเนินการปรับปรุงพัฒนาระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องเรื่อยมา จนทำให้ปัจจุบันปัญหามีลักษณะเบาบางลงนับตั้งแต่ปี 2558 แต่ที่ยังเป็นปัญหากับชุมชนข้างเคียงอยู่ในปัจจุบันคือ ปัญหาเรื่องกลิ่นเหม็นจากกระบวนการผลิต จึงนำมาซึ่งปัญหาการร้องเรียนต่างๆ ตามมา ดังนั้นเพื่อให้เห็นภาพรวมของปัญหาสิ่งแวดล้อม การจัดกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทฯ การรับรู้ของชุมชนและความต้องการของชุมชนผู้ซึ่งอาศัยอยู่บริเวณ โดยรอบในรัศมี 2.5 กิโลเมตรและได้รับ

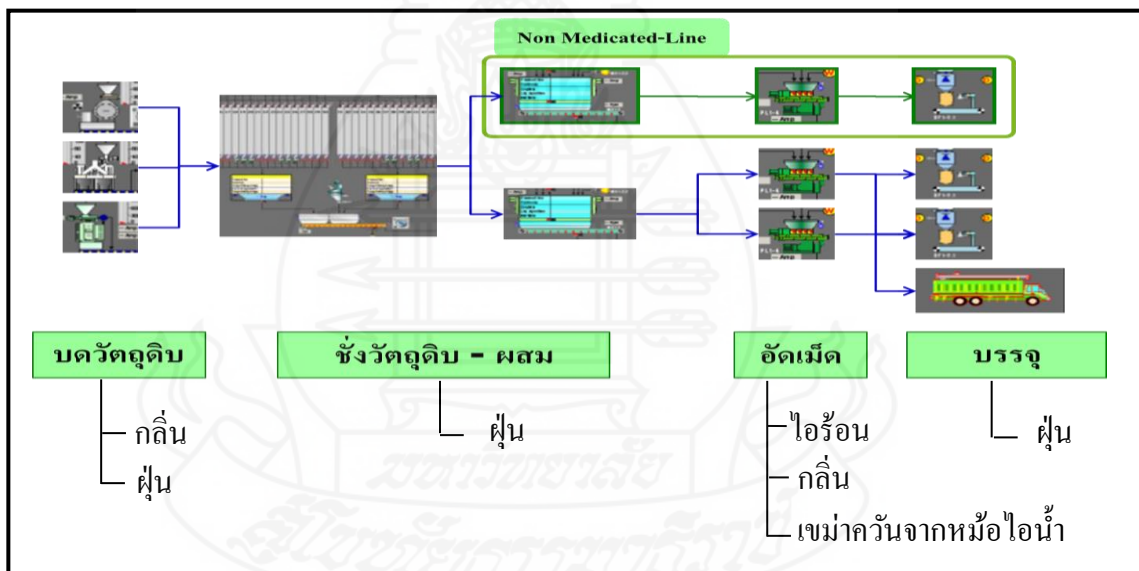
ผลกระทบจากการประกอบกิจการของบริษัทฯ ผู้ศึกษาจึงแบ่งเนื้อหาและรายละเอียดออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

- 1.1 ข้อมูลสภาพทั่วไปและปัญหาสิ่งแวดล้อม
- 1.2 กิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม(CSR) ของบริษัท ฯ

1.1 ข้อมูลสภาพทั่วไปและปัญหาสิ่งแวดล้อม

1.1.1 ข้อมูลทั่วไป

บริษัทผลิตอาหารสัตว์แห่งหนึ่งในจังหวัดลำพูน ประกอบธุรกิจผลิตอาหารสัตว์ให้กับหน่วยงานต่างๆ ในเครือ เช่น ฟาร์มไก่พ่อแม่พันธุ์ ฟาร์มสุกร โครงการไก่ประกันและบริษัทในเครืออื่นๆ เริ่มดำเนินงานกิจการในปี 2534 โดยมีพื้นที่ทั้งหมด 32 ไร่ มีกำลังการผลิต 30,000 ตัน/เดือน มีกระบวนการและมลพิษจากการผลิตอาหารสัตว์ ดังภาพที่ 4.1



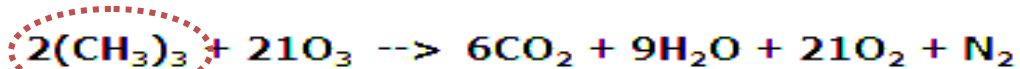
ภาพที่ 4.1 กระบวนการผลิตอาหารสัตว์โดยสังเขป

ปัญหาและการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

1. มลพิษทางน้ำ มีเฉพาะน้ำใช้จากพนักงาน (ส่วนในกระบวนการผลิต ไม่มีการใช้)

2. มลพิษทางอากาศ ได้แก่ ฝุ่นและกลิ่น ปัญหาฝุ่นเยอะในโรงงานถูกควบคุมด้วยถุงกรองและระบบดักจับฝุ่นบริเวณปล่องและหม้อไอน้ำ เช่น CO, CO₂, NO₂, และ SO₂ ผลการตรวจวัดแทบจะไม่พบก๊าซเหล่านี้เลยอาจเนื่องด้วยโรงงานใช้เชื้อเพลิง LPG ส่วนอีกปัญหาหนึ่งที่สำคัญคือ มลภาวะทางกลิ่น ซึ่งเป็นกลิ่นจากกระบวนการอัดเม็ดอาหารสัตว์ โดยใช้ไอน้ำเข้าไปผสมกับอาหารเพื่อให้จับตัวเป็นเม็ด ไอน้ำส่วนนี้จะมีความร้อนอยู่มาก ดังนั้นหลังอัดเม็ดเสร็จจะต้องนำไปผ่านลมเย็นก่อนที่จะนำไปบรรจุ (กระบวนการระบายความร้อน) ซึ่งกระบวนการนี้จะทำตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งเป็นกระบวนการที่ก่อให้เกิดมลภาวะทางกลิ่นหรือกลิ่นเอมีน (กรดไขมัน) ขึ้น

การแก้ปัญหาเรื่องกลิ่นทางบริษัทฯ ได้มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เริ่มต้นจากปัญหาปลายปล่องไม่สูงพอทำให้กลิ่นที่ออกมาพุ่งตรงออกไปยังบริษัทข้างเคียงโดยตรง ทำให้มีการร้องเรียนจากพนักงานในกลุ่มบริษัทข้างเคียง ทางบริษัทฯ จึงได้ทำการปรับปลายปล่องให้สูงขึ้น และทำการลงสำรวจชุมชนที่อยู่ในรัศมี 2.5 กิโลเมตรรอบบริษัทฯ เมื่อต้นปี 2558 โดยให้เกณฑ์การเฝ้าระวังตามสีแบ่งเป็น 3 สี ได้แก่ สีเขียว (ไม่ได้รับผลกระทบ) สีเหลือง (อาจจะสัมผัสได้นานๆ ที่แต่ไม่ได้รับกวนการทำงาน) และสีแดง (สัมผัสได้รับกวนการใช้ชีวิต) แต่ก็ยังพบข้อร้องเรียนจากชุมชนข้างเคียงอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นจึงเพิ่มการติดตั้งระบบไอโซนเข้ามาช่วยในการกำจัดกลิ่น เพื่อแก้ปัญหาที่ต้นเหตุโดยจัดการจุดที่มีการปล่อยมลพิษออกมาโดยตรง การติดตั้งระบบไอโซนมีวัตถุประสงค์หลักคือ เพื่อเป็นการลดผลกระทบหรือไม่ก่อผลกระทบต่อชุมชนที่อาศัยอยู่บริเวณใกล้เคียงและเพื่อแก้ไขปัญหาคือข้อร้องเรียนเรื่องกลิ่นจากชุมชน หลักการในการบำบัดกลิ่นของไอโซน คือ สลายกลิ่นโดยการสลายโครงสร้างทางเคมีของกลิ่นโดยตรงและสามารถทำปฏิกิริยาได้อย่างรวดเร็วเนื่องจากไอโซนเป็นก๊าซที่ไม่เสถียร ทำให้พร้อมที่จะทำปฏิกิริยากับสิ่งรอบตัวตลอดเวลา ผลของปฏิกิริยาทางเคมีที่ได้จากไอโซนกับกลิ่นเหม็น จะเป็นสารที่ปลอดภัยไม่ทิ้งพิษตกค้าง เช่น ออกซิเจน ไนโตรเจน คาร์บอน ไดออกไซด์ และน้ำ เป็นต้น ดังสมการ



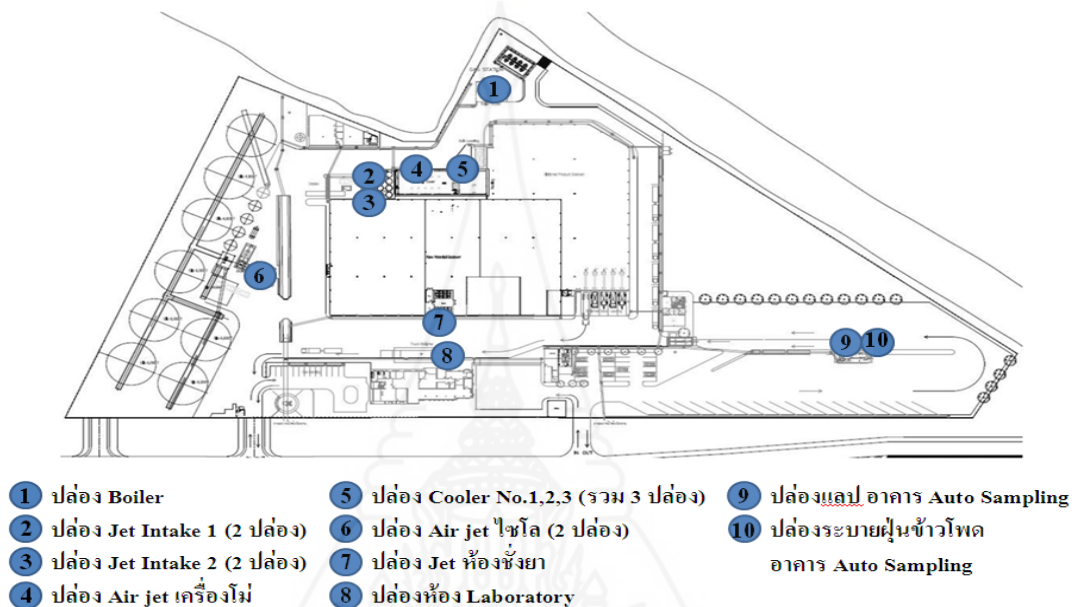
(เอมีน + ไอโซน --> คาร์บอนไดออกไซด์ + น้ำ + ก๊าซออกซิเจน + ก๊าซไนโตรเจน)

เนื่องจากโอโซนที่นำมาติดตั้งเป็นเครื่องจากต่างประเทศ จึงต้องทำการทดสอบประสิทธิภาพของระบบ โดยใช้วิธีการดมกลิ่นทดสอบเพื่อทดสอบหาปริมาณ โอโซนที่เหมาะสมสำหรับการบำบัดกลิ่นอาหารสัตว์แต่ละเบอร์ และทำการทดสอบประสิทธิภาพการลดลงของกลิ่นภายในโรงงาน (ทดสอบกลิ่นภายในปล่อง) โดยให้กลุ่มตัวอย่างดมกลิ่นในถุงที่เก็บกลิ่นจากปล่องที่มีการจ่ายโอโซนในขนาดที่แตกต่างกัน แล้วให้ระบุตามคะแนนที่กำหนด ได้แก่ ระดับ 3 หมายถึง มีกลิ่นอาหารสัตว์ฉุนมาก ระดับ 2 หมายถึง มีกลิ่นอาหารสัตว์ฉุน ระดับ 1 หมายถึง มีกลิ่นอาหารสัตว์จางๆ ระดับ 0 หมายถึง ไม่มีกลิ่น ระดับ -1 หมายถึง มีกลิ่นโอโซนจางๆ และระดับ -2 หมายถึง มีกลิ่นโอโซนแรงมาก และทดสอบประสิทธิภาพการลดลงของกลิ่นภายนอกโรงงาน (ทดสอบกลิ่นที่ระบายออกไปภายนอก) โดยระบุปัจจัยต่างๆ ก่อนทำการทดสอบและเก็บข้อมูล เช่น วันที่ เวลา ความกดอากาศ ทิศทางลม ความเร็วลม อุณหภูมิ ความชื้น เบอร์อาหารสัตว์ ปริมาณ โอโซน ฯลฯ และหากพบว่ามีกลิ่น จะทำการตรวจเช็คระบบในทันที และบันทึกปริมาณ โอโซนที่จ่ายว่ามีความคงที่หรือเหมาะสมต่ออาหารแต่ละเบอร์หรือไม่อย่างไร และนำผลที่ได้มาสรุปทำเล่มมาตรฐาน จากนั้นเชิญตัวแทนบริษัทข้างเคียงและชุมชนโดยรอบ ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้านศรีบุญยืน สันปูเลย สันป่าฝ้าย จีเหล็ก ตัวแทนห้างแมคโคร ตัวแทนห้างบิ๊กซี ตัวแทนบริษัททานากะ ตัวแทนบริษัทเคอิน และตัวแทนบริษัทเอสเอ็มวี ตลอดจนหน่วยงานราชการต่างๆ เข้ามาร่วมรับฟังแนวทางการจัดการแก้ไขปัญหากลิ่นเหม็นของบริษัทฯ

ระบบบำบัดอากาศในโรงงานทั้งหมด (ดังภาพที่ 4.2) ออกแบบให้ใช้

1. เครื่องกำจัดฝุ่นชนิดถุงผ้า (Bag filter) มีประสิทธิภาพในการดักจับฝุ่นจากทุกกระบวนการผลิต จึงมั่นใจได้ว่าไม่มีฝุ่นกระจายออกไปสู่ชุมชนภายนอก
2. เครื่องกำจัดฝุ่นชนิดไซโคลน ใช้ดักฝุ่นขนาดเล็กประมาณ 10 ไมครอนขึ้นไป
3. ระบบบำบัดกลิ่นโดยใช้โอโซน (Ozone process) เป็นระบบที่กำลังทดลองใช้อยู่ในปัจจุบัน เพื่อแก้ไขปัญหาเรื่องกลิ่นและข้อร้องเรียนจากชุมชน ทำการทดสอบประสิทธิภาพการลดลงของกลิ่นทั้งภายในและภายนอกโรงงาน โดยการทดสอบกลิ่นภายนอกโรงงานนั้นจะให้กลุ่มตัวอย่าง เช่น นักศึกษาฝึกงาน เจ้าหน้าที่ของบริษัทฯ และช่างภายนอกมาทดสอบดมกลิ่น โดยก่อนเริ่มทำการทดสอบทางบริษัทฯ ก็ได้ศึกษาข้อมูลจากกรมควบคุมมลพิษและปรึกษาอุตสาหกรรมจังหวัด เพื่อประยุกต์ใช้วิธีการทดสอบให้ใกล้เคียงกับกรมควบคุมมลพิษมากที่สุด ประกอบด้วย 1) ใช้ถุงพลาสติกเก็บตัวอย่างกลิ่นจากปล่อง พร้อมเขียนชื่อระบุ A, B, C, D,.. 2) ให้กลุ่มตัวอย่างสัมผัสกลิ่นทั้งโอโซนและกลิ่นอาหารสัตว์ให้คุ้นชิน เพื่อที่จะสามารถบันทึกได้ถูกต้องตรงกับกลิ่นที่ได้รับสัมผัส

3) ทำเล็มสรุประบอบอาหารสัตว์แต่ละเบอร์และปริมาณโอโซนที่เหมาะสม โดยมีเกณฑ์ที่ใช้ในการทดสอบกลิ่นดังตารางที่ 4.1



ภาพที่ 4.2 ผังการจัดการมลพิษทางอากาศปล่องต่างๆ

ตารางที่ 4.1 เกณฑ์การทดสอบกลิ่นภายนอกโรงงาน

สเกล	ความรู้สึกรบกวนเรื่องกลิ่น
0 ไม่มีกลิ่น	ไม่รู้สึกรับกลิ่น
1 กลิ่นอ่อนมาก	โดยปกติคนทั่วไปจะไม่ได้กลิ่นแต่คนที่ทำหน้าที่ทดสอบกลิ่นและคนที่มีความรู้สึกรับกลิ่นเป็นพิเศษจะรู้สึกได้
2 กลิ่นจาง	กลิ่นที่เกิดขึ้นจะอ่อนหรือจางมาก ซึ่งหากจะรู้สึกได้จะต้องตั้งใจดม มิเช่นนั้นก็จะไม่ทราบว่ามีกลิ่น
3 มีกลิ่นที่รับได้	ความเข้มข้นของกลิ่นอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งทำให้รู้สึกว่าได้กลิ่นที่ไม่ชอบ ระดับกลิ่นที่เกิดขึ้นอาจเกิดปัญหารบกวนในชุมชนที่อาศัย
4 กลิ่นแรง	ความเข้มข้นของกลิ่นที่เกิดขึ้นจะทำให้รู้สึกได้และเกิดความเดือนร้อนรำคาญเรื่องกลิ่น
5 กลิ่นแรงมาก	กลิ่นที่เกิดขึ้นเข้มข้นรุนแรงมาก จนไม่เหมาะที่จะใช้เป็นอากาศหายใจ

ผลการทดสอบกลิ่นภายนอกโรงงาน

1. ข้อมูลการสำรวจเมื่อเดือนมีนาคม 2558

ข้อมูลการสำรวจ					
ชื่อโครงการ : ทดสอบระบบบำบัดกลิ่นโดยใช้โอโซน			ลักษณะท้องฟ้า : มีเมฆหมอก		
วันที่ 3/3/15			ทิศทางลม : ไม่มีลม		
ผู้ดำเนินการสำรวจ : เกียรติพงษ์ , นภรัตน์			ความเร็วลม : 10 kph (kilometre per hour)		
เวลาที่สำรวจ : 10.00 - 12.00 น.			อุณหภูมิ : 29 องศาเซลเซียส		
ความกดอากาศ : 1,013 มิลลิบาร์			ความชื้น : 26%		
เบอร์อาหาร : line 1=304 , line 2=B707-B402 , line 3 = 301B			ปริมาณ Ozone : Line 1,2,3 = 400 ,300 , 400		
ลำดับ	สถานที่	เวลา	ลักษณะกลิ่น (Odor character)	ความเข้มของกลิ่น (สเกล 1-5)	
1	กนอ. ลำพูน	10.00 น.	ไม่มีกลิ่น	0	
2	บริษัท ทานากะ ฟริชชีส์ (ประเทศไทย)	10.10 น.	ไม่มีกลิ่น	0	
3	บริษัท เคอีน (ไทยแลนด์) จำกัด	10.15 น.	ไม่มีกลิ่น	0	
4	บริษัท อุตสาหกรรมท่อน้ำไทย จำกัด	10.15 น.	ไม่มีกลิ่น	0	
5	บริษัท เอส.เอ็ม.วี (ไทยแลนด์) จำกัด	10.20 น.	ไม่มีกลิ่น	0	
6	ตลาดสดสันป่าฝ้าย	10.25 น.	ไม่มีกลิ่น	0	
7	ปากซอยซีเหล็ก (โค้งเขี้ยวหวาน)	10.30 น.	ไม่มีกลิ่น	0	
8	ตลาดสดอินทร	10.35 น.	ไม่มีกลิ่น	0	
9	เทศบาลตำบลบ้านกลาง	10.40 น.	ไม่มีกลิ่น	0	
ข้อมูลการสำรวจ					
ชื่อโครงการ : ทดสอบระบบบำบัดกลิ่นโดยใช้โอโซน			ลักษณะท้องฟ้า : ครึ้ม มีเมฆหมอก และทัศนวิสัยต่ำ (1.5 กม)		
วันที่ : 2/03/58			ทิศทางลม : ลมพัดไปทางทิศตะวันตกเฉียงใต้		
ผู้ดำเนินการสำรวจ : เกียรติพงษ์, นภรัตน์, ธนวรรณ, วีรยุทธ			ความเร็วลม : s 10 kph (kilometre per hour)		
เวลาที่สำรวจ : 13.00 น.			อุณหภูมิ : 34 องศาเซลเซียส		
ความกดอากาศ : 1,013 มิลลิบาร์			ความชื้น : 24%		
เบอร์อาหาร : line 1= 905I , line 2=203 , line 3 = 302			ปริมาณ Ozone : Line 1,2,3 = 600 ,700 , 600		
ลำดับ	สถานที่	เวลา	ลักษณะกลิ่น (Odor character)	ความเข้มของกลิ่น (สเกล 1-5)	แหล่งกำเนิดกลิ่น
1	ตลาดสดศรีบุญยืน	13.00 น.	ไม่มีกลิ่น	0	-
2	วัดศรีบุญยืน	13.05 น.	ไม่มีกลิ่น	0	-
3	หมู่บ้านวังทองริเวอร์	13.07 น.	ไม่มีกลิ่น	0	-
4	ตลาดนัดแจ้จรง	13.10 น.	ไม่มีกลิ่น	0	-
5	ห้างสรรพสินค้าบิ๊กซี	13.15 น.	ไม่มีกลิ่น	0	-
6	แม็คโครลำพูน	13.20 น.	ไม่มีกลิ่น	0	-

ข้อมูลการสำรวจ				
ชื่อโครงการ : ทดสอบระบบบำบัดกลิ่นโดยใช้โอโซน			ลักษณะท้องฟ้า : แจ่มใสส่วนมาก	
วันที่ : 6/3/15			ทิศทางลม : ทิศตะวันออกเฉียง (ทิศเดียวกับนิคมอุตสาหกรรม)	
ผู้ดำเนินการสำรวจ : เกียรติพงษ์ , นภรัตน์ , ธนวรรณ			ความเร็วลม : SSE 13 kph (kilometre per hour)	
เวลาที่สำรวจ : 13.00 - 13.20 น.			อุณหภูมิ : 35 องศาเซลเซียส	
ความกดอากาศ : 1,013 มิลลิบาร์			ความชื้น : 19%	
เบอร์อาหาร : line 1=302I(หมู) , line 2=101(ไก่ไข่) , line 3 = 24(ไก่เนื้อ)			ปริมาณ Ozone : Line 1,2,3 = 500 ,400 , 500	
ลำดับ	สถานที่	เวลา	ลักษณะกลิ่น (Odor character)	ความเข้มของกลิ่น (สเกล 1-5)
1	บริษัท ซ้าฟเนอร์ อี เอ็ม ซี จำกัด	13.00 น.	ไม่มีกลิ่น	0
2	บริษัท ฟาร์โชนิค โซลิด สเตท (ประเทศไทย) จำกัด	13.00 น.	ไม่มีกลิ่น	0
3	บริษัท ไฮยาออปติคส์ (ประเทศไทย) จำกัด	13.00 น.	ไม่มีกลิ่น	0
4	บริษัท ดริสเซน แอร์คราฟท์ อินทีเรีย ซิสเทมส์ (ไทยแลนด์) จำกัด	13.05 น.	ไม่มีกลิ่น	0
5	บริษัท เอส.เอ็ม.วี (ไทยแลนด์) จำกัด	13.05 น.	ไม่มีกลิ่น	0
6	บริษัท อุตสาหกรรมท่อน้ำไทย จำกัด	13.10 น.	ไม่มีกลิ่น	0
7	บริษัท เคอีน (ไทยแลนด์) จำกัด	13.10 น.	ไม่มีกลิ่น	0
8	บริษัท ทานากะ พรีซีซั่น (ประเทศไทย) จำกัด	13.15 น.	ไม่มีกลิ่น	0
9	กนอ. ลำพูน	13.15 น.	ไม่มีกลิ่น	0

จากข้อมูลการสำรวจระบบบำบัดกลิ่น โดยใช้โอโซน (ภายในโรงงาน) ของ บริษัทฯ เมื่อเดือนเมษายน 2558 พบว่า จากพิกัดบริเวณโดยรอบบริษัทฯ ทั้งหมด 30 จุด มี 26 จุด ไม่พบกลิ่น และมี 4 จุด ที่มีกลิ่นอาหารสัตว์จางๆ ซึ่งจุดที่พบกลิ่น พบว่าสาเหตุที่มีกลิ่น เนื่องมาจากการผลิตอาหารสัตว์เบอร์ที่มีกลิ่นแรงและเครื่องผลิตก๊าซ โอโซนมีปัญหา ไม่สามารถจ่ายก๊าซโอโซนได้ตามปริมาณที่ต้องการ และทางบริษัทฯ ได้ดำเนินการแก้ไขปัญหาดังกล่าว โดยการแจ้งแผนกวิศวกรรม เพื่อให้เข้ามาบำรุงรักษาเครื่องและปรับตั้งค่าให้ถูกต้องพร้อมทั้งเฝ้าระวังอย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 4.2 การเฝ้าระวังและตรวจวิเคราะห์คุณภาพอากาศและคุณภาพน้ำทั้งก่อนระบายออกสู่นอกโรงงาน

ลำดับ	การตรวจเพื่อเฝ้าระวัง	ความถี่	ผลการตรวจวิเคราะห์
1	การตรวจวิเคราะห์คุณภาพน้ำทิ้ง ก่อนระบายออกสู่คลองสาธารณะ	ทุก 3 เดือน	ผ่านทุกพารามิเตอร์
2	การตรวจปล่อยระบายอากาศที่ระบายออกสู่บรรยากาศ	ปีละ 1 ครั้ง	ผ่านทุกพารามิเตอร์
3	การตรวจคุณภาพอากาศในพื้นที่ปฏิบัติงาน	6 เดือน/ครั้ง	ผ่านทุกพารามิเตอร์

ปัจจุบันระบบการบำบัดกลิ่นของบริษัทฯ มีความเสถียรมากขึ้นแต่ก็ต้องยอมรับว่าไม่สามารถบำบัดกลิ่นได้ 100 เปอร์เซ็นต์ จึงได้มีการเฝ้าระวังและศึกษาการจัดการกลิ่นรูปแบบใหม่ๆ อยู่เสมอ

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากตัวแทนชุมชนสามารถสรุปประเด็นได้ ดังนี้

1. ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม

1.1 พบว่า ในอดีตชุมชนเคยประสบปัญหาเรื่องฝุ่นละออง แมลง/มอดที่เกิดจากแกลบหรืออาหารสัตว์ การจราจร และขยะหรือของเสียจากชุมชนแฝง ซึ่งเป็นปัญหาที่ประสบในอดีต แต่ปัจจุบันปัญหาที่พบมากที่สุดคือปัญหาเรื่องกลิ่น ซึ่งมักจะมาเป็นช่วงเวลา ช่วงที่กลิ่นหนักๆ จะเป็นช่วงเวลากลางคืนหรือเช้ามืด และพบในช่วงกลางวันเป็นบางครั้ง ซึ่งจะพบว่ามีกลิ่นแรงขึ้นในช่วงฤดูหนาวหรือช่วงที่มีความกดอากาศสูง

1.2 ปัญหาเรื่องกลิ่นเป็นปัญหาที่มีมานานมากแล้ว ทางชุมชนเคยมีการร้องเรียนผ่านทางเทศบาลหลายครั้ง จนกระทั่งเมื่อปี 2558 หรือสองปีที่ผ่านมาจากบริษัทฯ ได้ดำเนินการแก้ไขปัญหาดังกล่าวและได้เชิญผู้นำชุมชน/ตัวแทนบริษัทที่อาศัยอยู่บริเวณ โดยรอบเข้ามาร่วมรับฟังคำชี้แจง ซึ่งหลังจากที่บริษัทฯ ได้ดำเนินการแก้ไขไปแล้วนั้นกลิ่นก็ค่อนข้างเบาบางลงกว่าแต่ก่อนอย่างเห็นได้ชัด แต่กลิ่นก็ยังไม่ได้หายไปไหน เนื่องจากกลิ่นของบริษัทฯจะเป็นกลิ่นอาหารสัตว์ซึ่งเป็นกลิ่นที่มีลักษณะเฉพาะ เมื่อได้รับสัมผัสจึงง่ายต่อการคาดเดาว่ากลิ่นมาจากแหล่งใดหรือบริษัทใดเนื่องจากบริษัทอื่นๆ ข้างเคียงไม่มีบริษัทใดที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับอาหารสัตว์เลย

1.3 ปัจจุบันชาวบ้านอาศัยความเคยชินในการใช้ชีวิตในชุมชน เพราะไม่รู้จะต้องทำอย่างไรต่อไป ในส่วนของพนักงานบริษัทข้างเคียงก็ยังมีอาการเจ็บถึงผลกระทบเรื่องกลิ่นกับจป.ประจำบริษัทอยู่ตลอด แต่ก็ลดความถี่ลงจากอดีตที่มีการแจ้งเกือบทุกวันเหลือเพียง 2-3 ครั้ง/สัปดาห์

อาจเนื่องจากการติดตั้งระบบบำบัดกลิ่นใหม่ในปัจจุบันจึงทำให้ความรุนแรงของกลิ่นเบาบางลง แต่จะมีกลิ่นแรงบ้างในบางช่วงหรือมักจะมาเป็นพักๆ

2. ปัญหาด้านสุขภาพ

2.1 พบว่า ชาวบ้านบางกลุ่ม เช่น ผู้สูงอายุ รพภ. เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ แม่ค้า ผู้ซึ่งอาศัยอยู่บริเวณ โชนด้านหน้าหรือด้านนอกนั้น มีอาการปวดหัว วิงเวียน ฐูสึกคอแห้ง เมื่อมีการสัมผัสหรือสูดดมกลิ่นอาหารสัตว์ที่พัฒตามความแรงของลม ซึ่งระดับความรุนแรงของกลิ่นในแต่ละวันจะไม่เท่ากัน บางวันกลิ่นแรงมาก บางวันกลิ่นแรงน้อย และบางวันไม่ได้รับกลิ่นเลย

2.2 มีความรู้สึกหงุดหงิดรำคาญเป็นพักๆ เมื่อได้รับสัมผัสกับกลิ่นดังกล่าวที่แม้จะเป็นความเคยชินแต่ก็รู้สึกได้ถึงความไม่สบายกายและไม่สบายใจ บางคนเป็นภูมิแพ้หรือมีลักษณะของการแพ้อากาศหรือมีฝุ่นขึ้นเป็นบางครั้ง แต่ก็มีอาการกล่าวได้ว่ามีสาเหตุมาจากอะไรเป็นเพียงแต่ข้อสันนิษฐานของชุมชนเท่านั้นว่าจะได้รับผลกระทบระยะยาวจากการเป็นชุมชนข้างเคียงที่ติดกับแหล่งอุตสาหกรรมต่างๆ ในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรม

2.2 ชุมชนจึงอยากให้บริษัทฯ ใส่ใจและเข้ามาช่วยเหลือ/มีส่วนร่วมกับชุมชนมากขึ้น

3. ปัญหาด้านอื่นๆ

3.1 พบว่า ชุมชนในปัจจุบันมีประชากรแฝงที่เป็นคนต่างถิ่นเข้ามาเป็นจำนวนมาก ซึ่งส่งผลกระทบต่อทั้งทางตรงและทางอ้อมกับชุมชน ทั้งในเรื่องความปลอดภัยของชุมชน การเปลี่ยนแปลงของสังคม วัฒนธรรมและปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นตามมา

3.2 ปัญหาที่พบในปัจจุบัน คือ รถที่อัดแน่นบนท้องถนนมากขึ้น อุบัติเหตุรถชน ปัญหาอาชญากร การทิ้งขยะไม่เป็นที่เป็นทาง และมลพิษทางน้ำ เป็นต้น

4. แนวทางการแก้ไขที่ผ่านมาของบริษัทฯ

4.1 มีการจัดตั้งกลุ่มไลน์ของบริษัทฯ ขึ้น เพื่อให้ผู้ที่ได้รับผลกระทบสามารถแจ้งผ่านทางระบบไลน์ได้โดยตรงหรือสามารถโทรไปแจ้งที่บริษัทฯ ได้ตลอดเวลาหากพบว่า มีปัญหาหนึ่งปัญหาใดของบริษัทฯ เกิดขึ้นสามารถแจ้งได้ในทันที

4.2 มีการเชิญ จป.หรือเจ้าหน้าที่สิ่งแวดล้อมบริษัทข้างเคียงเข้าไปเยี่ยมชมระบบการบำบัดกลิ่นด้วยไอโซนและชี้แจงแนวทางการแก้ไขปัญหาปัญหาเรื่องกลิ่น

5. การรับรู้ต่อการจัดกิจกรรม CSR ของบริษัทฯ

5.1 พบว่า ส่วนใหญ่ไม่ทราบว่าบริษัทฯมีการจัดกิจกรรมดังกล่าวและไม่เคยพบเห็นบริษัทฯเข้ามามีส่วนร่วมกับชุมชนของคนเลย เช่น ชุมชนบ้านศรีบุญยืนซึ่งเป็นชุมชนที่อาศัยอยู่ในรัศมี 2.5 กม. และได้รับผลกระทบจากมลภาวะทางกลิ่นเป็นบางช่วงเวลา มีความเห็นว่า

อยากให้ทางบริษัทฯ เข้ามาพูดคุยกับชุมชนบ้าง เพื่อร่วมปรึกษาหารือ ร่วมรับผิดชอบหรือเข้ามามีส่วนร่วมกับชุมชน อย่างน้อยก็เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน

5.2 แต่บางชุมชนก็มีการรับรู้และพึงพอใจกับกิจกรรมที่ผ่านมาของบริษัทฯ เช่น การสอนทำ EM ในหมู่บ้านสันปูเลย เป็นต้น แต่ก็มีความเห็นว่าอยากให้บริษัทฯ ดำเนินกิจกรรมต่างๆอย่างต่อเนื่อง

6. สิ่งที่ชุมชนคาดหวังจากบริษัทฯ

6.1 หลังจากที่มีการเชิญตัวแทนชุมชนและบริษัทข้างเคียงเข้าไปร่วมรับฟังคำชี้แจงแล้ว ชุมชนคาดหวังว่าบริษัทฯ จะมีมาตรการการติดตามตรวจสอบระบบบำบัดกลิ่นตามบริษัทฯ ได้นำเสนอไว้อย่างเป็นทางการและมีแบบแผนที่ชัดเจนในระยะยาว และมีการเปิดเผยข้อมูลให้ชุมชนได้รับรู้ร่วมด้วย

6.2 การดูแลสิ่งแวดล้อมและปรับปรุงเรื่องกลิ่นอย่างจริงจัง โดยดูแลตรวจสอบระบบบำบัดกลิ่น/ควบคุมระบบบำบัดอากาศที่มีอยู่ในปัจจุบันให้มีความเสถียรและคงประสิทธิภาพไว้อย่างต่อเนื่อง เช่น การทดสอบเชิงระบบอย่างมีแบบแผน มีแผนการดูแลซ่อมบำรุงเครื่องจักรไว้อย่างชัดเจน เป็นต้น และอาจทดลองใช้ระบบอื่นๆ เข้ามาช่วยเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบำบัดกลิ่นให้ดียิ่งขึ้น เพราะถึงแม้ความถี่ของกลิ่นในปัจจุบันจะน้อยกว่าในอดีต แต่กลิ่นอาหารสัตว์/ความแรงก็ยังคงอยู่ตลอดเวลาและยังคงเป็นปัญหาที่สร้างความรำคาญใจให้กับผู้ที่อาศัยอยู่บริเวณโดยรอบค่อนข้างมาก

6.3 ชุมชนต้องการให้บริษัทฯ เข้ามามีส่วนร่วมกับชุมชน ให้มีการพูดคุยการรับฟังข้อคิดเห็นจากชุมชน และการเข้าถึงชุมชน โดยแก่นแท้อย่างต่อเนื่อง ไม่ใช่มาๆ หายๆ หรือมาเฉพาะช่วงที่จัดกิจกรรมหรือเพียงเพราะต้องการภาพถ่ายจากชุมชน แต่อยากให้มาด้วยใจที่ต้องการมารับผิดชอบต่อสังคมอย่างจริงจัง โดยอาจเข้ามาจัดกิจกรรมรับฟังความคิดเห็นของชุมชน เช่น เข้ามารับฟังและแก้ปัญหาพร้อมกับชุมชน ตลอดจนให้ความร่วมมือกับกิจกรรมต่างๆ ของชุมชน หรือภาษาชาวบ้าน เรียกว่า “การซื้อใจชาวบ้าน”

6.4 มีการสื่อสารให้ชุมชนได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารของบริษัทฯ อย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะการดูแลตรวจสอบการทำงานของระบบที่ใช้ในการกำจัดมลภาวะทางกลิ่น เพื่อลดความกังวลของชุมชนและสร้างความมั่นใจต่อปัญหาทางสิ่งแวดล้อมที่จะไม่ส่งผลกระทบต่อชุมชนในอนาคต เช่น การเข้ามาพูดคุยกับชุมชนหรือผ่านทางผู้ใหญ่บ้านอย่างสม่ำเสมอ การประชาสัมพันธ์ของบริษัทฯเอง ตลอดจนการเปิดช่องทางให้ชุมชนและบริษัทฯ สามารถสื่อสารกันได้ง่ายขึ้น

6.5 กิจกรรม CSR ที่บริษัทฯ ควรจะพิจารณาถึงเป็นอันดับแรก คือ การช่วยเหลือหรือคืนประโยชน์กลับมาสู่ชุมชนผู้ซึ่งที่ได้รับผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมจากการประกอบกิจการของบริษัทฯ โดยอาจหาข้อมูลจากเสียงสะท้อนจากชุมชนหรือหน่วยงานของรัฐ อาทิ โรงเรียนในชุมชน ว่าโรงเรียนมีความต้องการหรือประสงค์สิ่งใดหรือในบางชุมชนอาจมีความต้องการอื่นที่สำคัญกว่าซึ่งแต่ละชุมชนนั้นก็จะมีความต้องการที่แตกต่างกันไป เช่น การเข้ามาดูแลชุมชนหรือสร้างประโยชน์ให้กับคนในชุมชน การดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ การจัดทำโครงการอนุรักษ์แม่น้ำกวาง การปรับปรุงทิวทัศน์ย่านชุมชนหรือปรับปรุงสภาพแวดล้อมในหมู่บ้าน การสร้างพื้นที่สาธารณะสร้างบ่อคักไขมันให้ชุมชน ทำป้ายจราจรหรือติดดวงไฟเพิ่มเติมให้ชุมชนที่มีปัญหาจราจรหรือปัญหาอาชญากร การบริจาคขยะรีไซเคิล (กล่องลัง กระสอบ และเศษวัสดุเหลือใช้) เพื่อนำมาจัดกิจกรรมทอดผ้าป่าขยะร่วมกับชุมชน อย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง เป็นต้น ซึ่งก็จะพิจารณาตามความเหมาะสมของแต่ละพื้นที่ไป ทั้งนี้ความต้องการดังกล่าวนั้นจะต้องมาจากชุมชนโดยตรงมิใช่บริษัทฯ เป็นผู้คิดหรือกำหนดความต้องการนั้นขึ้นมาเอง

6.6 ให้ชุมชนหรือตัวแทนของชุมชนร่วมกับองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) เข้าไปมีส่วนร่วมหรือหารือในประเด็นปัญหาต่างๆ ร่วมกับบริษัทฯ โดยจะเป็นการเปิดโอกาสให้กับทั้งชุมชนและบริษัทฯ เองได้ชี้แจงและร่วมกันแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นทั้งในปัจจุบันและในอนาคต ตลอดจนการสื่อสาร การสร้างความเข้าใจที่จะเป็นไปในทิศทางเดียวกันซึ่งอยู่ภายใต้กรอบเวทีของการพูดคุยกันเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกัน

ความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทฯ และชุมชน

1. ประเด็นปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม/การร้องเรียน

ปัญหาเรื่องกลิ่นที่บริษัทฯ ปล่อยออกมา เป็นผลกระทบที่มีมานาน ซึ่งมีผลกระทบต่อชาวบ้านและพื้นที่บริเวณข้างเคียงเป็นวงกว้าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างควมรำคาญและวนเวียนอยู่ในชีวิตประจำวันตลอด แม้จะมาเป็นพักๆ ก็ตาม จึงมีการร้องเรียนผ่านทางเทศบาลให้ดำเนินการจัดการและแก้ปัญหาระยะสั้นอยู่บ่อยครั้ง และทุกครั้งของการร้องเรียนจะมีความต้องการให้แก้ไขอย่างด่วนที่สุด โดยเฉพาะในช่วงหน้าหนาวและหน้าฝนเนื่องจากจะเป็นช่วงที่กลิ่นจะแรงมากกว่าปกติ และจากการสัมภาษณ์เชิงลึกชุมชน เมื่อวันที่ 29 เมษายน 2560 ที่ผ่านมามีพบว่า ปัจจุบันปัญหาเรื่องกลิ่นเหม็นจากอาหารสัตว์ก็ยังมีมาอยู่ตลอดและสร้างความรำคาญต่อชีวิตประจำวันเป็นช่วงๆ

บริษัทฯ ข้างเคียง ได้แก่ สำนักงานการนิคมอุตสาหกรรมฯ บจก.เคอินฯ บจก. ทานากะพีริชีส์ซันฯ บจก.เอส.เอ็ม.วี.ฯ ห้างบิ๊กซีและห้างแม่คโครลำพูน พบว่า มีการร้องเรียนเรื่องกลิ่นและปัญหาการจราจรผ่านทางเทศบาลเช่นกัน โดยปัญหาการจราจรนั้นจะเป็นลักษณะของ

รถสิบล้อ/รถพ่วงขนส่งข้าวโพดที่จอดยาวขวางทางเข้าออกถนนและมีการจอดซ้อนคันทำให้รถที่สัญจรไปมาต้องหยุดชะลอและเสียเวลา ซึ่งมีประมาณวันละ 10-20 คัน/วัน บางครั้งถ้าพบปัญหาดังกล่าวก็จะมีการโทรไปแจ้งผ่านบริษัทฯ โดยตรง แต่บางบริษัทก็จะแจ้งผ่านทางเทศบาล ส่วนปัญหาเรื่องกลิ่นนั้นชุมชนก็จะร้องเรียนผ่านทางเทศบาลเป็นส่วนใหญ่ หรือบางครั้งหากส่งผลกระทบต่อพนักงาน โดยตรงก็จะโทรแจ้งไปยังบริษัทฯ โดยตรง เช่น กลิ่นเหม็นรบกวนพนักงานที่มาออกกำลังกายในช่วงเวลาเช้ามืด หรือมีการร้องเรียนผ่านทางลูกค้าที่มาใช้บริการ เป็นต้น เมื่อบริษัทได้รับแจ้งก็จะส่งเจ้าหน้าที่เข้ามาตรวจสอบ แต่ก็มักจะไม่ได้กลิ่นหรือไม่พบปัญหา เนื่องจากลักษณะของกลิ่นเหม็นจะมาเป็นระลอก มาประมาณ 10-15 นาที แล้วก็หายไป ไม่มีหลักฐานหรือมาตรวัดที่ชี้เฉพาะว่าเป็นปัญหาแต่อย่างใด ทำให้ปัญหาเรื่องกลิ่นเป็นปัญหาเรื้อรังที่ยากต่อการแก้ไข ซึ่งระดับความรุนแรงก็จะแตกต่างกันไปตามแต่ละช่วงเวลาที่มีการผสมสูตรอาหารเบอร์ต่างๆ ในฐานะตัวแทนบริษัทข้างเคียงและเป็นตัวแทนของชุมชนผู้ได้รับผลกระทบจากการประกอบกิจการ จึงอยากแนะนำให้บริษัทฯ เร่งหาวิธีการควบคุมจัดการให้ดีกว่านี้ เพราะเชื่อว่าน่าจะมีระบบที่จะสามารถควบคุมกลิ่นได้ดีกว่านี้แน่นอน

2. ประเด็นด้านการรับรู้และการสื่อสารระหว่างบริษัทฯ และชุมชน

จากการพูดคุยแลกเปลี่ยนความเห็นกับภาคชุมชน เช่น ชุมชนบ้านศรีบุญยืน พบว่า ชุมชนยังไม่เคยได้รับความร่วมมือหรือสนับสนุนใดๆ จากบริษัทฯ เลย ทั้งๆ ที่เป็นพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากกลิ่น โดยตรง จึงอยากให้อาจารย์ฯ แสดงให้ชุมชนได้เห็นถึงความพยายามที่จะรับผิดชอบต่อสังคม แล้วชุมชนก็จะสามารถยอมรับกับปัญหาด้านอื่นๆ ได้โดยอาศัยความเห็นอกเห็นใจซึ่งกันและกัน เพราะโดยพื้นฐานของชุมชนแล้วไม่ได้ต้องการเอาชนะหรือต่อสู้หรือแข่งขันกับใคร เพียงแต่แค่ต้องการความเข้าใจซึ่งกันและกันบ้างเท่านั้น ส่วนชุมชนบ้านสันป่าฝ้าย (หนองเป็ด) นั้นเป็นชุมชนที่ค่อนข้างไกลจากบริษัทฯ ซึ่งมีชาวบ้านบางส่วนเท่านั้นที่ได้รับผลกระทบเรื่องกลิ่นและมักจะมีการร้องเรียนไปยังบริษัทฯ อยู่บ่อยครั้งจากกลุ่มผู้ได้รับผลกระทบกลุ่มเดิมๆ ที่ได้รับสัมผัสกลิ่นอย่างเป็นประจำ แต่ก็ยังไม่พบการช่วยเหลือใดๆ จากบริษัทฯ ส่วนชุมชนบ้านสันปูเลยมีชาวบ้านบางกลุ่มรับรู้ถึงการช่วยเหลือและส่งเสริมการเกษตรของบริษัทฯ เนื่องจากเคยได้รับน้ำหมักชีวภาพหรือ EM มาใช้ ส่วนชาวบ้านอีกกลุ่มไม่รับรู้ถึงการช่วยเหลือด้านใดๆ จากบริษัทฯ เลย และในส่วนของการสื่อสารกับชุมชนนั้น ทางบริษัทฯ ก็ได้จัดตั้งกลุ่มไลน์ขึ้น เพื่อให้ตัวแทนชุมชนและบริษัทข้างเคียงสามารถแจ้งหรือรายงานปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างทันถ่วงที แต่ก็ไม่ประสบผลสำเร็จมากนักเนื่องจากเมื่อมีการแจ้งปัญหาไปแล้ว แต่ไม่ได้รับการแก้ไขหรือปัญหายังคงอยู่เช่นเดิม พักหลังจึงไม่ค่อยมีใครกล้าแจ้งหรือเบี่ยงหน้าต่อการรับกับสภาพปัญหาเดิมๆ ที่ไม่ได้รับการแก้ไข จนเมื่อสองปีที่ผ่านมาทางบริษัทฯ ได้ทำการปรับปรุงระบบการบำบัดกลิ่นใหม่โดยใช้ไอโซน และได้เชิญตัวแทนชุมชนผู้เกี่ยวข้องทั้งหมด อาทิ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน เทศบาล และบริษัทข้างเคียง เข้าร่วมฟังคำชี้แจงและอธิบาย

ประสิทธิภาพของระบบบำบัดกลิ่นของบริษัทฯ เมื่อประสบปัญหาเรื่องกลิ่น เจ้าหน้าที่สิ่งแวดล้อม หรือ จป.ของบริษัทข้างเคียง ก็จะโทรไปแจ้งบริษัทฯ โดยตรงและเจ้าหน้าที่สิ่งแวดล้อมก็จะรับเรื่อง และดำเนินการตรวจสอบระบบให้ พร้อมรายงานผล เช่น ขณะนั้นเครื่องชำรุดหรือกำลังปรับปรุง และบางครั้งก็จะเข้าไปยังสถานที่ที่มีการร้องเรียนเพื่อตรวจสอบอีกครั้ง โดยในทุกๆ ปีบริษัทฯ ก็จะเข้าไปสอบถามความพึงพอใจและความรุนแรงของปัญหาเรื่องกลิ่นกับบริษัทข้างเคียง เพื่อนำเสียงสะท้อนกลับไปปรับปรุงระบบ ซึ่งบริษัทข้างเคียงก็เห็นถึงความพยายามของบริษัทฯ ในการตอบสนองต่อปัญหาต่างๆ ทั้งอาจมีอุปสรรคในหลายๆ ส่วน ที่อาจทำให้ผลของความพยายามดังกล่าวไม่ประสบผลสำเร็จ ในส่วนของภาคประชาชนนั้นยังไม่มีช่องทางการสื่อสารที่ชัดเจนส่งผลให้การรับรู้ข้อมูลข่าวสารและการชี้แจงผลกระทบ/หรือแนวทางการแก้ไขปัญหาต่างๆ อาจมีความคลาดเคลื่อนและยังไม่ครอบคลุมทั่วถึงทุกกลุ่มของประชาชนผู้ได้รับผลกระทบ

1.2 กิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทฯ

1.2.1 การดำเนินกิจกรรม CSR ที่ผ่านมจนถึงปัจจุบันของบริษัทฯ

การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมหรือการจัดกิจกรรม CSR ของบริษัทฯ ได้มีการดำเนินงานหรือจัดกิจกรรมโครงการอย่างต่อเนื่อง โดยมีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทและชุมชนให้อยู่ด้วยกันอย่างยั่งยืนด้วยหลัก CSR and Sustainability ซึ่งมีแนวทางการดำเนินกิจกรรมอยู่ 2 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 คือ การสร้างชุมชนสัมพันธ์ เช่น เชิญชุมชนที่อยู่รอบๆ บริษัทฯ เข้ามาเยี่ยมชมการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อป้องกันผลกระทบต่อชุมชน การทำ CSR ร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านวังทอง (ทำปุ๋ย) การเข้าร่วมฐานกิจกรรม 5ส หยบ่งายหาญรู้ที่โรงเรียนเซตวันหนองหมู การเข้าร่วมกิจกรรมสัปดาห์ความปลอดภัยของชมรม จป. ลำพูนที่โรงเรียนเซตวันหนองหมู เข้าร่วมกิจกรรมทอดกฐินที่วัด โบสถ์ ต.ปุเลย จ.ลำพูน เป็นต้น และส่วนที่ 2 คือการป้องกันผลกระทบจากบริษัทฯสู่ชุมชน เช่น การแก้ไขปัญหาเรื่องกลิ่นจากกระบวนการผลิตอาหารสัตว์ การดำเนินการ โครงการเกี่ยวกับการจัดการขยะภายในโรงงาน การเฝ้าระวังและตรวจวิเคราะห์คุณภาพอากาศและคุณภาพน้ำที่ก่อนระบายออกสู่ภายนอกโรงงาน เป็นต้น

ตัวอย่างการดำเนินกิจกรรม CSR ของบริษัทฯ

1. โครงการธนาคารขยะ ลดภาวะโลกร้อน มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างจิตสำนึกและสร้างนิสัยในการคัดแยกขยะของพนักงาน ลด KAP (Knowledge – Attitude – Practice) ในเรื่องการคัดแยกขยะกับพนักงานและเพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับขยะ มีแนวทางในการดำเนินงาน ดังนี้

- 1.1 ทำการเปิดรับฝากขยะรีไซเคิลจากพนักงานเดือนละ 2 ครั้ง
- 1.2 บันทึกข้อมูลลงในสมุดเงินฝาก

- 1.3 ติดต่อบริษัทผู้รับซื้อเข้ามารับซื้อที่โรงงานภายในวันที่มีการรับฝาก
2. โครงการรับบริจาคอณูมิเนียมเพื่อส่งมอบทำขาเทียมให้ผู้พิการ มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างจิตสำนึกและสร้างนิสัยในการคัดแยกขยะให้กับพนักงาน ลดภาระในการกำจัดขยะ ลด KAP (Knowledge – Attitude – Practice) ในเรื่องการคัดแยกขยะกับพนักงานและเพื่อแสดงออกถึงความรับผิดชอบที่มีต่อสังคม มีแนวทางในการดำเนินงาน ดังนี้
- 2.1 รับบริจาคอณูมิเนียมโดยตั้งกล่องรับบริจาคตามจุดต่างๆ ในโรงงาน
 - 2.2 รวบรวมอณูมิเนียมเพื่อนำไปบริจาค
 - 2.3 บริจาคให้กับสำนักงานสิ่งแวดล้อมภาค 1 เพื่อส่งต่อไปยังมูลนิธิขาเทียม
3. โครงการเปลี่ยนระบบเชื้อเพลิงที่ Boiler จาก น้ำมันเตาเป็น LPG เพื่อปรับปรุงสิ่งแวดล้อมให้แก่พนักงานและผู้ที่เกี่ยวข้องรวมถึงชุมชนใกล้เคียง เพื่อสนับสนุนนโยบาย CSR ของบริษัทฯ และช่วยลดต้นทุนด้านการบำรุงรักษาเครื่องจักร
4. โครงการแก้ไขปัญหาที่แหล่งกำเนิด “การระบายความร้อนจากกระบวนการอัดเม็ด” เนื่องจากปัญหากลิ่นเหม็นรบกวนชุมชนข้างเคียงมีสาเหตุมาจากกระบวนการการนำไอน้ำไปผสมในกระบวนการอัดเม็ด เพื่อทำให้อาหารนึ่งและอัดเม็ดได้ง่ายขึ้น แล้วมีการระบายความร้อนของอาหาร ทำให้อากาศที่ระบายความร้อนนั้นถูกระบายผ่าน Cooler line 1-3 และปล่องที่ระบายอากาศสู่บรรยากาศจะอยู่บริเวณชั้น 14 จึงส่งผลให้มีกลิ่นเกิดขึ้น ทางบริษัทฯจึงมีแนวทางในการดำเนินงาน ดังนี้
- ระยะ 1 ต่อปล่องให้สูงขึ้นจากระดับเดิม เพื่อปรับทิศทางของอากาศที่ระบายออกจากปล่อง และทำให้อากาศแพร่ไปในบรรยากาศได้ดีขึ้น
 - ระยะ 2 ติดตั้งเครื่องผลิตไอโซนเพื่อใช้ในการบำบัดอากาศก่อนปล่อยออกสู่สิ่งแวดล้อม (ใช้ไอโซนในการบำบัดเอมีน)
5. โครงการแก้ไขปัญหาที่แหล่งกำเนิด “ท่อระบายอากาศจากถังก่อนอัดเม็ดชั้น 10” เนื่องจากพบปัญหากลิ่นเหม็นจากกระบวนการผลิตอาหารสัตว์ในขั้นตอนที่ผ่านการคลุกเคล้ากับวัตถุดิบและส่วนผสมต่างๆ เพื่อรอการอัดเม็ด แล้วเมื่ออาหารสัตว์ไหลลงไปในถังทำให้อากาศภายในถังดันตัวออกมา ซึ่งมีกลิ่นที่ค่อนข้างแรงมาก โดยเฉพาะเมื่อในถังมีอาหารหมูเล็ก ไก่เนื้อ และวัว ทางบริษัทฯจึงมีแนวทางในการดำเนินงาน คือ ทำการปิดปากถังโดยมีการเชื่อมฝาปิดเพื่อป้องกันไม่ให้กลิ่นดังกล่าวหลุดออกมาภายนอก
6. ร่วมกิจกรรมสัปดาห์ความปลอดภัย ของชมรม จป. ลำพูน ที่โรงเรียนเซนต์วินทอนงหมู โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างโรงงาน และชุมชน ตลอดจนหน่วยงานต่างๆ ที่อยู่รอบๆ โรงงานเพื่อปลูกฝังจิตสำนึกในด้านความปลอดภัยให้กับเยาวชน ซึ่งเป็น

การจัดกิจกรรมร่วมกับชมรม จป. ลำพูน โดยจัดงานภายใต้ชื่อ โครงการมอบความห่วงใยและความปลอดภัยสู่เยาวชน บริษัทฯ ได้เข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวโดยส่งตัวแทนจากแผนกความปลอดภัย ทรัพยากรมนุษย์ และ PI เข้าร่วม

7. การทำ CSR ร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านวังทอง มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างโรงงานและชุมชน เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับขยะและลดภาระในการกำจัด (เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรม Zero waste) ช่วงเวลาที่ดำเนินการ ได้แก่ เดือนกรกฎาคม 2558 โดยบริษัทฯ ได้สนับสนุนวัสดุคิบบที่ใช้ในการหมักทำปุ๋ย ให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านวังทอง ได้แก่ ฝุ่น/วัสดุคิบบจากการทำอาหารสัตว์ที่ไม่ใช่แล้ว เช่น ชั่งข้าวโพด เปลือกข้าวโพด ฝุ่นเก็บกวาดในโรงงาน ฯลฯ

1.2.2 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินกิจกรรม CSR

หากกล่าวถึงปัญหาเรื่องกลิ่น ทางบริษัทฯ มองว่าแม้จะเป็นปัญหาหลักจากกระบวนการ แต่ก็มิใช่ปัญหาที่รุนแรงมากนักเนื่องจากระบบการจัดการที่ใช้อยู่ในปัจจุบันนั้นถือได้ว่าเป็นเทคโนโลยีขั้นสูงที่มีคุณภาพต่อการกำจัดมลภาวะทางกลิ่นได้ดีในระดับหนึ่งแล้ว หากแต่กลิ่นนั้นเป็นสิ่งที่ประชาชนสามารถรับรู้สัมผัสได้โดยใช้ความรู้สึก จึงมีอาจทำให้ปัญหากลิ่นดังกล่าวหมดสิ้นลงไปได้ โดยเฉพาะผู้ที่รับสัมผัสกลิ่นแล้วมีปฏิกิริยาตอบสนองหรือมีการร้องเรียนเข้ามานั้นก็มักจะ เป็นบุคคลเดิมๆ ดังนั้นจึงยากยิ่งต่อการจัดการ เนื่องจากไม่มีเครื่องมือในการตรวจวัดที่ชัดเจน จึงมีอาจ ชี้วัดได้ว่ากลิ่นในปริมาณเท่าใดที่เหมาะสมหรือไม่เหมาะสม

อุปสรรคในการดำเนินการอีกประการหนึ่งคือชุมชนมีอาจรับรู้ในสิ่งที่บริษัทฯ พยายามจะทำหรือได้ดำเนินการแก้ไข/ปรับปรุงไปแล้ว เนื่องจากมีข้อจำกัดในเรื่องของการที่บริษัทฯ ไม่สามารถจะลงไปสอบถามหรือลงไปพูดคุยกับชุมชนได้ทั่วทุกครัวเรือน ส่วนใหญ่แล้วก็จะเข้าไป สอบถามหรือตอบข้อสงสัยผ่านทางผู้ใหญ่บ้านเท่านั้น

1.2.3 ความพร้อมของบริษัทฯ ในการสนับสนุนกิจกรรม CSR

การจัดทำกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ของบริษัทฯ นั้น จะทำทุกปีและดำเนินการไปตามนโยบายหลักของบริษัทฯ ใหญ่ หัวข้อในการจัดทำก็จะแตกต่างกันไป ในแต่ละปี แต่หากทางบริษัทฯ มีแนวทางหรือข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์หรือมีกิจกรรมที่ดีกว่าก็จะ ได้รับการพิจารณาเช่นกัน ดังนั้นในส่วนของความพร้อมต่อการสนับสนุนของทางบริษัทฯ เองเชื่อว่า มีมากพอที่จะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนอย่างเหมาะสม ซึ่งอาจต้องอยู่ภายใต้ กรอบหรือขอบเขตที่บริษัทฯ กำหนด เช่น การสนับสนุนด้านแหล่งเงินทุนหรืองบประมาณ อาจจะไม่ใช่แนวทางการจัดทำ CSR ของบริษัทฯ หากแต่อาจจะพิจารณารับเรื่องที่ชุมชนต้องการแล้วนำไป ประยุกต์ให้เข้ากับนโยบายของบริษัทฯ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับทุกฝ่าย หรือหากเป็น ความต้องการของชุมชนไม่ได้ขัดต่อหลักการ/แนวทางของบริษัทฯ ก็จะสามารถตอบสนองต่อความต้องการ

นั้นได้ทันที เพราะวัตถุประสงค์หลักของการทำ CSR ของบริษัทฯ คือการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทและชุมชนให้อยู่ด้วยกันอย่างยั่งยืน

ตอนที่ 2 การรับรู้และความต้องการของชุมชน

ผลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม เก็บจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 378 ตัวอย่าง นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และหาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้กับความต้องการของชุมชน โดยทดสอบค่าไคสแควร์ (Chi-square) แบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 การรับรู้ของชุมชนที่มีต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมของบริษัทฯ

ส่วนที่ 3 การรับรู้ของชุมชนที่มีต่อการจัดกิจกรรม CSR ของบริษัทฯ

ส่วนที่ 4 ความต้องการที่ชุมชนคาดหวังจากบริษัทฯต่อการจัดกิจกรรม CSR ในอนาคต

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1.1 เพศ		
เพศชาย	158	41.8
เพศหญิง	220	58.2
รวม	378	100
1.2 ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	215	56.9
มัธยมศึกษา/ปวช.	94	24.9
อนุปริญญา/ปวส.	28	7.4
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	39	10.3
อื่นๆ (โพรตระบุ).....	2	0.5
รวม	378	100

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1.3 อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	4	1.1
รับจ้างทั่วไป	135	35.7
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	109	28.8
พนักงานบริษัท	32	8.5
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	14	3.7
ไม่ได้ประกอบอาชีพ	65	17.2
อื่นๆ (โปรดระบุ).....	19	5.0
รวม	378	100
1.4 รายได้เฉลี่ย/เดือน		
น้อยกว่า 1,000 บาท	87	23.0
1,001 – 5,000 บาท	119	31.5
5,001 – 10,000 บาท	85	22.5
10,001 – 15,000 บาท	44	11.6
15,001 – 20,000 บาท	26	6.9
20,001 บาทขึ้นไป	17	4.5
รวม	378	100

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเป็นเพศหญิงร้อยละ 58.2 และเพศชายร้อยละ 41.8 มีอายุเฉลี่ย 55 ปี เมื่อพิจารณาระดับการศึกษา พบว่าส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 56.9 รองลงมา ได้แก่ ระดับมัธยมศึกษา/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 24.9 เมื่อพิจารณาลักษณะอาชีพ พบว่าส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 35.7 รองลงมา ได้แก่ ประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 28.8 และเมื่อพิจารณาถึงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยอยู่ในช่วง 1,001 – 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.5 รองลงมา ได้แก่ น้อยกว่า 1,000 บาท 5,001 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.0

ส่วนที่ 2 การรับรู้ของชุมชนที่มีต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมของบริษัทฯ

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของข้อมูลประเด็นการรับรู้ด้านสิ่งแวดล้อมโดยทั่วไป

ประเด็นการรับรู้ด้านสิ่งแวดล้อม	จำนวน	ร้อยละ
2.1 ท่านรู้จักบริษัทผลิตอาหารสัตว์ในเขตพื้นที่จังหวัดลำพูน หรือไม่		
เคย	358	94.7
ไม่เคย	20	5.3
รวม	378	100
2.2 ท่านคิดว่าการประกอบกิจการของบริษัทฯ ส่งผลกระทบต่อชุมชน/สิ่งแวดล้อมหรือไม่		
ไม่ส่งผลกระทบ	31	8.2
ส่งผลกระทบน้อย	98	25.9
ส่งผลกระทบปานกลาง	134	35.4
ส่งผลกระทบมาก	30	7.9
ไม่แน่ใจ	79	20.9
ข้าม	6	1.6
รวม	378	100
2.3 ท่านเคยได้รับผลกระทบจากปัญหาสิ่งแวดล้อมหรือไม่		
ได้รับผลกระทบ	347	91.8
ไม่ได้รับผลกระทบ	31	8.2
รวม	378	100
2.4 ท่านเคยได้รับผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
ปัญหาด้านกลิ่น	263	69.6
ปัญหาด้านน้ำเสีย	142	37.6
ปัญหาด้านขยะ/ของเสีย	113	29.9
ปัญหาด้านฝุ่นละออง	150	39.7
ปัญหาด้านการจราจร	142	37.6
ปัญหาด้านแมลงและสัตว์ เช่น มอด มด ฯลฯ	38	10.1
ปัญหาอื่นๆ.....	10	2.6
2.5 ท่านคิดว่าผลกระทบดังกล่าวมีผลมาจากแหล่งใด		
บริษัทผลิตอาหารสัตว์	54	14.3
บริษัทอื่นๆ	39	10.3
ชุมชน	6	1.6

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ประเด็นการรับรู้ด้านสิ่งแวดล้อม	จำนวน	ร้อยละ
ไม่แน่ใจ	191	50.5
อื่นๆ (โปรดระบุ).....	57	15.1
ข้าม	31	8.2
รวม	378	100
2.6 ท่านคิดว่าปัญหาดังกล่าวได้ดำเนินการแก้ไขไปบ้างแล้วหรือไม่		
แก้ไขแล้ว	5	1.3
อยู่ระหว่างการแก้ไข	37	9.8
ยังไม่มีแก้ไข	40	10.6
ไม่แน่ใจ	265	70.1
ข้าม	31	8.2
รวม	378	100
2.7 ปัจจุบันท่านยังได้รับผลกระทบจากปัญหาดังกล่าวหรือไม่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
ไม่ได้รับผลกระทบแล้ว	18	4.8
ได้รับผลกระทบจากปัญหาด้านกลิ่น	214	56.6
ได้รับผลกระทบจากปัญหาด้านน้ำเสีย	99	26.2
ได้รับผลกระทบจากปัญหาด้านขยะ/ของเสีย	75	19.8
ได้รับผลกระทบจากปัญหาด้านฝุ่นละออง	107	28.3
ได้รับผลกระทบจากปัญหาด้านการจราจร	135	35.7
ได้รับผลกระทบจากปัญหาด้านแมลงและสัตว์	44	11.6
ได้รับผลกระทบจากปัญหาอื่นๆ.....	8	2.1
ไม่แน่ใจ	17	4.5
ข้าม	31	8.2
2.8 ท่านคิดว่าปัญหาดังกล่าวยังคงสร้างความเดือดร้อนรำคาญต่อท่านและชุมชนมากน้อยเพียงใด		
น้อย	27	7.1
ปานกลาง	153	40.5
มาก	97	25.7
ไม่แน่ใจ	70	18.5
ข้าม	31	8.2
รวม	378	100

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ประเด็นการรับรู้ด้านสิ่งแวดล้อม	จำนวน	ร้อยละ
2.9 ที่ผ่านมามีบริษัทที่มีการแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคม หรือต่อชุมชนด้านใดบ้าง		
ดูแล/ใส่ใจปัญหาสิ่งแวดล้อม	53	14.0
ช่วยเหลือ/ส่งเสริม/สร้างประโยชน์ให้ชุมชน	54	14.3
รับฟังความคิดเห็นจากชุมชน	57	15.1
ด้านอื่นๆ.....	13	3.4
ไม่เคย	201	53.2
รวม	378	100
2.10 โดยภาพรวมท่านคิดว่า บริษัทฯ มีการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส และเป็นธรรมมีการเปิดเผยข้อมูล เช่น ข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม ด้านผลกระทบต่อชุมชน ฯลฯ ที่เป็นจริงต่อชุมชนมากน้อยเพียงใด		
น้อย	73	19.3
ปานกลาง	78	20.6
มาก	15	4.0
ไม่แน่ใจ	212	56.1
รวม	378	100
2.11 ท่านคิดว่าวิธีการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม ข้อใดต่อไปนี้ได้ผลดีที่สุด		
มีระบบการดูแลและจัดการสิ่งแวดล้อมที่มีประสิทธิภาพ	157	41.5
จัดกิจกรรมเพื่อคืนประโยชน์ให้สังคม	98	25.9
ให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อกิจกรรมของบริษัทฯ	65	17.3
ให้หน่วยงานภาครัฐเข้ามามีบทบาทบังคับใช้กฎหมายอย่างเคร่งครัด	58	15.3
รวม	378	100

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักบริษัทผลิตอาหารสัตว์ในพื้นที่จังหวัดลำพูน ร้อยละ 94.7 และไม่เคย์รู้จัก ร้อยละ 5.3 เมื่อพิจารณาระดับผลกระทบจากการประกอบกิจการของบริษัทฯ พบว่าส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ส่งผลกระทบต่อปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 35.4 รองลงมา ได้แก่ ส่งผลกระทบต่อเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 25.9 เมื่อพิจารณาถึงการรับรู้ผลกระทบ พบว่าส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบ คิดเป็นร้อยละ 91.8 และไม่ได้รับผลกระทบ คิดเป็นร้อยละ 8.2 เมื่อพิจารณาถึงผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมโดยแยกคิดเป็นแต่ละประเด็นปัญหา พบว่าปัญหาด้านกลิ่นเป็นปัญหาที่พบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.6 รองลงมา ได้แก่ ปัญหาด้านฝุ่นละออง คิดเป็นร้อยละ 39.7

เมื่อพิจารณาถึงแหล่งที่มาของผลกระทบสิ่งแวดล้อม พบว่าส่วนใหญ่ตอบว่า ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 50.5 รองลงมา ได้แก่ แหล่งอื่นๆ เช่น จากบริษัทอื่นๆ หรือชุมชนร่วมด้วย คิดเป็นร้อยละ 15.1 เมื่อพิจารณาถึงการรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินการแก้ไขปัญหาสีเขียวสิ่งแวดล้อม พบว่าส่วนใหญ่ตอบว่า ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 70.1 รองลงมา ได้แก่ ยังไม่มีการแก้ไข คิดเป็นร้อยละ 10.6 เมื่อพิจารณาผลกระทบจากสิ่งแวดล้อมในปัจจุบัน พบว่า ส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบจากปัญหาด้านกลิ่น คิดเป็นร้อยละ 56.6 รองลงมา ได้แก่ ผลกระทบจากปัญหาด้านการจราจร คิดเป็นร้อยละ 35.7 เมื่อพิจารณาถึงระดับความเดือดร้อนของชุมชน พบว่าส่วนใหญ่ตอบว่าอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 40.5 รองลงมา ได้แก่ ระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 25.7 เมื่อพิจารณาถึงการแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท พบว่า ส่วนใหญ่ตอบว่าไม่เคย คิดเป็นร้อยละ 53.2 รองลงมา ได้แก่ การรับฟังความคิดเห็นจากชุมชน คิดเป็นร้อยละ 15.1 เมื่อพิจารณาถึงการรับรู้ของชุมชน โดยภาพรวมเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสและเป็นธรรมมีการเปิดเผยข้อมูล เช่น ข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม ด้านผลกระทบต่อชุมชน ฯลฯ ที่เป็นจริงต่อชุมชน พบว่าชุมชนส่วนใหญ่ตอบว่าไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 56.1 รองลงมา ได้แก่ ระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 20.6 และเมื่อพิจารณาถึงวิธีการแก้ปัญหาสีเขียวสิ่งแวดล้อมที่ท่านคิดว่าได้ผลดีที่สุด พบว่าส่วนใหญ่ตอบว่า มีระบบการดูแลและจัดการสิ่งแวดล้อมที่มีประสิทธิภาพ คิดเป็นร้อยละ 41.5 รองลงมา ได้แก่ จัดกิจกรรมเพื่อคืนประโยชน์ให้สังคม คิดเป็นร้อยละ 25.9

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของประเด็นการรับรู้ปัญหาผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม

ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม	จำนวน	ร้อยละ
ปัญหาด้านกลิ่น		
รับรู้	263	69.6
ไม่รับรู้	115	30.4
ปัญหาด้านน้ำเสีย		
รับรู้	142	37.6
ไม่รับรู้	236	62.4
ปัญหาด้านขยะ/ของเสีย		
รับรู้	113	29.9
ไม่รับรู้	265	70.1
ปัญหาด้านฝุ่นละออง		
รับรู้	150	39.7
ไม่รับรู้	228	60.3

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม	จำนวน	ร้อยละ
ปัญหาด้านการจราจร		
รับรู้	142	37.6
ไม่รับรู้	236	62.4
ปัญหาด้านแมลงและสัตว์ เช่น มอด มด ฯลฯ		
รับรู้	38	10.1
ไม่รับรู้	340	89.9
ปัญหาอื่นๆ.....		
รับรู้	10	2.6
ไม่รับรู้	368	97.4
รวม	378	100

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับรู้ผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมในประเด็นปัญหาด้านกลิ่นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.6 รองลงมา ได้แก่ ปัญหาด้านฝุ่นละออง คิดเป็นร้อยละ 39.7

ส่วนที่ 3 การรับรู้ของชุมชนที่มีต่อการจัดกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทฯ

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลการรับรู้ด้านการจัดกิจกรรม CSR ของบริษัทฯ

ประเด็นการรับรู้	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
2.12 สามารถช่วยลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม	2.42	1.18	น้อย
2.13 มีความสร้างสรรค์และให้ประโยชน์กับชุมชน	2.47	1.19	น้อย
2.14 ทำให้ภาพลักษณ์ของบริษัทฯดีขึ้น	2.61	1.21	ปานกลาง
2.15 ทำให้ไว้วางใจและเชื่อมั่นในบริษัทมากขึ้น	2.51	1.20	น้อย
2.16 มีการจัดกิจกรรม CSR อย่างต่อเนื่อง	2.22	1.12	น้อย
2.17 มีการจัดกิจกรรม CSR อย่างครอบคลุมและทั่วถึง	2.27	1.53	น้อย
2.18 ควรพิจารณาปรับปรุงกิจกรรมฯ/พัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรมใหม่	3.43	1.27	มาก

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ประเด็นการรับรู้	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ
2.19 ท่านได้รับประโยชน์จากการจัดกิจกรรมฯที่ผ่านมา ของบริษัทฯ	2.10	1.08	น้อย
2.20 ท่านพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมฯที่ผ่านมาของบริษัทฯ	2.23	1.13	น้อย
2.21 ท่านคาดหวังให้บริษัทฯจัดกิจกรรมตามความต้องการ ของชุมชน	3.74	1.27	มาก
2.22 ท่านต้องการเป็นส่วนหนึ่งในการเสนอแนะ/แสดง ความคิดเห็นฯ	3.10	1.27	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย (Mean) รวม	2.65	1.22	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.6 พบว่า การรับรู้ของชุมชนที่มีต่อการจัดกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ของบริษัทฯมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.65 ซึ่งจัดอยู่ในเกณฑ์คะแนนระดับของการรับรู้ คือ “ระดับปานกลาง” เมื่อพิจารณาประเด็นการรับรู้แยกย่อยตามหัวข้อจะพบว่า คะแนนระดับของการรับรู้ที่สูงที่สุดอยู่ที่ “ระดับมาก” ประกอบไปด้วย 2 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นการพิจารณาปรับปรุงกิจกรรมฯ/พัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรมใหม่ และประเด็นความคาดหวังให้บริษัทฯจัดกิจกรรมตามความต้องการของชุมชน

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของข้อมูลประเด็นการรับรู้ด้านการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์
กิจกรรมต่างๆ ของบริษัทฯ

ประเด็นการรับรู้	จำนวน	ร้อยละ
2.23 ท่านเคยได้รับข้อมูลข่าวสารของบริษัทฯจากทางใดมากที่สุด		
หออกระจายข่าว	44	11.6
เพื่อนบ้าน	76	20.1
ประชาสัมพันธ์จากบริษัทฯ โดยตรง	17	4.5
สื่อประชาสัมพันธ์ เช่น แผ่นพับ ป้ายประกาศ	43	11.4
อื่นๆ.....	3	0.8
ไม่เคย	195	51.6
รวม	378	100

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

ประเด็นการรับรู้	จำนวน	ร้อยละ
2.24 ท่านเคยได้ทราบข่าวสารเกี่ยวกับการจัดกิจกรรม CSR ของบริษัทฯ เช่น การแจกผ้าห่ม/อุปกรณ์กีฬา หรืออื่นๆที่เข้าร่วมกับชุมชนหรือไม่		
เคย	42	11.1
ไม่เคย	272	72.0
ไม่แน่ใจ	64	16.9
รวม	378	100
2.25 ที่ผ่านมาท่านเคยได้เข้าร่วมหรือได้รับประโยชน์จากการจัดกิจกรรม การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทฯ หรือไม่		
เคย	39	10.3
ไม่เคย	268	70.9
ไม่แน่ใจ	71	18.8
รวม	378	100
2.26 บริษัทมีการบริจาคปัจจัยต่างๆ เช่น ทุนการศึกษา อุปกรณ์ และสิ่งของ ต่างๆ		
มี และท่านคิดว่าชุมชนได้รับประโยชน์ “มาก”	6	1.6
มี และท่านคิดว่าชุมชนได้รับประโยชน์ “ปานกลาง”	24	6.3
มี และท่านคิดว่าชุมชนได้รับประโยชน์ “น้อย”	24	6.3
ไม่มี	207	54.8
ไม่ทราบ	117	31.0
รวม	378	100
2.27 มีการจัดทำโครงการมอบหนังสือ/อุปกรณ์ให้กับศูนย์การเรียนรู้ของชุมชน		
มี และท่านคิดว่าชุมชนได้รับประโยชน์ “มาก”	20	5.3
มี และท่านคิดว่าชุมชนได้รับประโยชน์ “ปานกลาง”	39	10.3
มี และท่านคิดว่าชุมชนได้รับประโยชน์ “น้อย”	29	7.7
ไม่มี	170	45.0
ไม่ทราบ	120	31.7
รวม	378	100
2.28 บริษัทฯ มีการจัดทำโครงการให้ความรู้แก่ชุมชน เช่น สอนวิธีการทำ น้ำหมักชีวภาพ (EM) เป็นต้น		
มี และท่านคิดว่าชุมชนได้รับประโยชน์ “มาก”	26	6.9
มี และท่านคิดว่าชุมชนได้รับประโยชน์ “ปานกลาง”	25	6.6

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

ประเด็นการรับรู้	จำนวน	ร้อยละ
2.28 บริษัทฯ มีการจัดทำโครงการให้ความรู้แก่ชุมชน เช่น สอนวิธีการทำ น้ำหมักชีวภาพ (EM) เป็นต้น (ต่อ)		
มี และท่านคิดว่าชุมชนได้รับประโยชน์ “น้อย”	12	3.2
ไม่มี	174	46.0
ไม่ทราบ	141	37.3
รวม	378	100
2.29 บริษัทฯ มีการสนับสนุนและทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน เช่น กิจกรรม ทอดผ้าป่าขยะ ฯลฯ		
มี และท่านคิดว่าชุมชนได้รับประโยชน์ “มาก”	8	2.1
มี และท่านคิดว่าชุมชนได้รับประโยชน์ “ปานกลาง”	21	5.6
มี และท่านคิดว่าชุมชนได้รับประโยชน์ “น้อย”	7	1.9
ไม่มี	193	51.1
ไม่ทราบ	149	39.3
รวม	378	100

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นการรับรู้ด้านการจัดกิจกรรม CSR ของบริษัทฯ ว่าสามารถช่วยลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.9 รองลงมา ได้แก่ ระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 26.2 เมื่อพิจารณาถึงความสร้างสรรค์และให้ประโยชน์กับชุมชน พบว่าส่วนใหญ่ตอบอยู่ในระดับน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.5 รองลงมา ได้แก่ ระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 25.9 เมื่อพิจารณาภาพลักษณ์ของบริษัทฯ พบว่าส่วนใหญ่ตอบอยู่ในระดับน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.6 รองลงมา ได้แก่ ระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 27.2 เมื่อพิจารณาถึงกิจกรรม CSR สามารถทำให้ไว้วางใจและเชื่อมั่นในบริษัทฯ มากขึ้น พบว่าส่วนใหญ่ตอบอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 30.7 รองลงมา ได้แก่ ระดับน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.5 เมื่อพิจารณาถึงการจัดกิจกรรม CSR อย่างต่อเนื่อง พบว่าส่วนใหญ่ตอบอยู่ในระดับน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.8 รองลงมา ได้แก่ ระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 30.4 เมื่อพิจารณาถึงการจัดกิจกรรม CSR อย่างครอบคลุมและทั่วถึงชุมชนทุกกลุ่ม พบว่าส่วนใหญ่ตอบอยู่ในระดับน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.3 รองลงมา ได้แก่ ระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 30.4 เมื่อพิจารณาถึงความคิดเห็นต่อการพิจารณาปรับปรุงกิจกรรมฯ หรือพัฒนาการจัดกิจกรรมรูปแบบใหม่ พบว่าส่วนใหญ่ตอบอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 29.6 รองลงมา ได้แก่ ระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 22.2 เมื่อพิจารณา

ถึงประโยชน์จากการจัดกิจกรรมฯ ที่ผ่านมาของบริษัทฯ พบว่าส่วนใหญ่ตอบอยู่ในระดับน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมา ได้แก่ ระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 29.4 เมื่อพิจารณาถึงความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมฯ ที่ผ่านมาของบริษัทฯ พบว่าส่วนใหญ่ตอบอยู่ในระดับน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.2 รองลงมา ได้แก่ ระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 26.7 เมื่อพิจารณาถึงความคาดหวังให้บริษัทฯ จัดกิจกรรมตามความต้องการของชุมชน พบว่าส่วนใหญ่ตอบอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 31.2 รองลงมา ได้แก่ ระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 23.3 เมื่อพิจารณาถึงการต้องการเป็นส่วนหนึ่งในการเสนอแนะหรือแสดงความคิดเห็นต่อการจัดกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทฯ พบว่าส่วนใหญ่ตอบอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 26.2 รองลงมา ได้แก่ ระดับน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.6 เมื่อพิจารณาถึงช่องทางที่รับการข้อมูลข่าวสารของบริษัทฯ พบว่าส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับข้อมูลข่าวสาร คิดเป็นร้อยละ 51.6 รองลงมา ได้แก่ ช่องทางจากเพื่อนบ้าน คิดเป็นร้อยละ 20.1 เมื่อพิจารณาถึงการได้ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการจัดกิจกรรม CSR ของบริษัทฯ เช่น การแจกผ้าห่ม แจกอุปกรณ์กีฬา หรือกิจกรรมอื่นๆ ที่บริษัทฯ ทำร่วมกับชุมชน พบว่าส่วนใหญ่ไม่เคยรับรู้ คิดเป็นร้อยละ 72.0 รองลงมา คือ ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 16.9 เมื่อพิจารณาถึงการได้เข้าร่วมหรือได้รับประโยชน์จากการจัดกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทฯ พบว่าส่วนใหญ่ไม่เคยเข้าร่วม คิดเป็นร้อยละ 70.9 รองลงมา คือ ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 18.8 เมื่อพิจารณาถึงการรับรู้กิจกรรมการบริจาคปัจจัยต่างๆ เช่น ทุนการศึกษา อุปกรณ์ และสิ่งของต่างๆ แก่ชุมชน พบว่าส่วนใหญ่ตอบว่าไม่มีกิจกรรมดังกล่าวในชุมชน คิดเป็นร้อยละ 54.8 รองลงมา ได้แก่ ไม่ทราบ คิดเป็นร้อยละ 31.0 เมื่อพิจารณาถึงการรับรู้การจัดทำโครงการมอบหนังสือและอุปกรณ์ให้กับศูนย์การเรียนรู้ของชุมชน พบว่าส่วนใหญ่ตอบว่าไม่มีกิจกรรมดังกล่าวในชุมชน คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมา ได้แก่ ไม่ทราบ คิดเป็นร้อยละ 31.7 เมื่อพิจารณาถึงการรับรู้การจัดทำโครงการให้ความรู้แก่ชุมชน เช่น สอนวิธีการทำน้ำหมักชีวภาพ (EM) เป็นต้น พบว่าส่วนใหญ่ตอบว่าไม่มีกิจกรรมดังกล่าวในชุมชน คิดเป็นร้อยละ 46.0 รองลงมา ได้แก่ ไม่ทราบ คิดเป็นร้อยละ 37.3 และเมื่อพิจารณาถึงกิจกรรมการสนับสนุนและทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน เช่น กิจกรรมทอดผ้าป่าขยะ ฯลฯ พบว่าส่วนใหญ่ตอบว่าไม่มีกิจกรรมดังกล่าวในชุมชน คิดเป็นร้อยละ 51.1 รองลงมา ได้แก่ ไม่ทราบ คิดเป็นร้อยละ 39.3

ส่วนที่ 4 ความต้องการที่ชุมชนคาดหวังจากบริษัทฯ ต่อการจัดกิจกรรม CSR ในอนาคต

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของข้อมูลความต้องการ จำแนกออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิต สนับสนุนชุมชน การจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อม และการมีส่วนร่วมกับชุมชน

ประเด็นความต้องการของชุมชน	จำนวน	ร้อยละ
3.1 ด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิต		
3.1.1 จัดบริการด้านสุขภาพให้แก่ชุมชนที่ได้รับผลกระทบ		
มากที่สุด	79	20.9
มาก	130	34.4
ปานกลาง	75	19.8
น้อย	55	14.6
น้อยที่สุด	39	10.3
รวม	378	100
3.1.2 จัดอบรมให้ความรู้ในการดูแลสุขภาพแก่ชุมชน		
มากที่สุด	57	15.1
มาก	143	37.8
ปานกลาง	75	19.8
น้อย	72	19.0
น้อยที่สุด	31	8.3
รวม	378	100
3.1.3 จัดกิจกรรมส่งเสริมและพัฒนาทักษะการประกอบอาชีพให้แก่ชุมชน		
มากที่สุด	56	14.8
มาก	150	39.7
ปานกลาง	71	18.8
น้อย	69	18.2
น้อยที่สุด	32	8.5
รวม	378	100
3.1.4 สร้างงาน/สร้างอาชีพให้แก่คนในชุมชน		
มากที่สุด	82	21.7
มาก	123	32.5
ปานกลาง	54	14.3
น้อย	62	16.4

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

ประเด็นความต้องการของชุมชน	จำนวน	ร้อยละ
3.1.4 สร้างงาน/สร้างอาชีพให้แก่คนในชุมชน (ต่อ)		
น้อยที่สุด	57	15.1
รวม	378	100
3.2 ด้านการสนับสนุนชุมชน		
3.2.1 สนับสนุนการจัดตั้งกองทุนในชุมชนเพื่อใช้เป็นเงินหมุนเวียนในชุมชน		
มากที่สุด	82	21.7
มาก	123	32.5
ปานกลาง	54	14.3
น้อย	62	16.4
น้อยที่สุด	57	15.1
รวม	รวม	378
3.2.2 นำเศษวัสดุเหลือใช้จากบริษัทฯมาใช้สร้างประโยชน์ในชุมชน		
มากที่สุด	66	17.5
มาก	138	36.4
ปานกลาง	76	20.1
น้อย	60	15.9
น้อยที่สุด	38	10.1
รวม	378	100
3.2.3 จัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสามัคคีในชุมชน		
มากที่สุด	52	13.8
มาก	128	33.9
ปานกลาง	85	22.5
น้อย	70	18.5
น้อยที่สุด	43	11.4
รวม	378	100
3.2.4 จัดกิจกรรมคืนกำไรให้สังคม		
มากที่สุด	74	19.6
มาก	123	32.5
ปานกลาง	79	20.9
น้อย	53	14.0

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

ประเด็นความต้องการของชุมชน	จำนวน	ร้อยละ
3.2.4 จัดกิจกรรมคืนกำไรให้สังคม (ต่อ)		
น้อยที่สุด	49	13.0
รวม	378	100
3.3 ด้านการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อม		
3.3.1 จัดตั้งศูนย์เตือนภัย/ศูนย์ร้องทุกข์ ที่ประชาชนสามารถเข้าถึงได้		
มากที่สุด	63	16.7
มาก	151	39.9
ปานกลาง	57	15.1
น้อย	72	19.0
น้อยที่สุด	35	9.3
รวม	378	100
3.3.2 มีกิจการรายงานผลข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมให้ชุมชนได้ทราบเสมอ		
มากที่สุด	71	18.8
มาก	118	31.2
ปานกลาง	73	19.3
น้อย	75	19.8
น้อยที่สุด	41	10.9
รวม	378	100
3.3.3 มีมาตรการดูแล/ติดตามตรวจสอบผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม		
ระยะยาว		
มากที่สุด	65	17.2
มาก	135	35.7
ปานกลาง	54	14.3
น้อย	89	23.5
น้อยที่สุด	35	9.3
รวม	378	100
3.3.4 ตั้งคณะกรรมการชุมชนเพื่อดูแลตรวจสอบผลกระทบฯ		
มากที่สุด	84	22.2
มาก	104	27.5
ปานกลาง	87	23.1
น้อย	64	16.9

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

ประเด็นความต้องการของชุมชน	จำนวน	ร้อยละ
3.3.4 ตั้งคณะกรรมการชุมชนเพื่อดูแลตรวจสอบผลกระทบฯ (ต่อ)		
น้อยที่สุด	39	10.3
รวม	378	100
3.4 ด้านการมีส่วนร่วมระหว่างบริษัทฯและชุมชน		
3.4.1 บริษัทฯให้ความร่วมมือและเข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมของชุมชน		
มากที่สุด	63	16.7
มาก	114	30.2
ปานกลาง	80	21.1
น้อย	66	17.5
น้อยที่สุด	55	14.5
รวม	378	100
3.4.2 บริษัทฯมีการสอบถามถึงปัญหาความเดือดร้อนชุมชนอย่างต่อเนื่อง		
มากที่สุด	60	15.9
มาก	115	30.4
ปานกลาง	65	17.2
น้อย	71	18.8
น้อยที่สุด	67	17.7
รวม	378	100
3.4.3 จัดเวทีให้ชุมชนและบริษัทฯได้พูดคุย ปรึกษาหารือกัน		
มากที่สุด	57	15.1
มาก	163	43.1
ปานกลาง	76	20.1
น้อย	68	18.0
น้อยที่สุด	14	3.7
รวม	378	100
3.4.4 เปิดโอกาสให้ชุมชนได้แสดงความคิดเห็นหรือให้ข้อเสนอแนะฯ		
มากที่สุด	46	12.2
มาก	161	42.6
ปานกลาง	72	19.0
น้อย	77	20.4

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

ประเด็นความต้องการของชุมชน	จำนวน	ร้อยละ
3.4.4 เปิดโอกาสให้ชุมชนได้แสดงความคิดเห็นหรือให้ข้อเสนอแนะฯ (ต่อ)		
น้อยที่สุด	22	5.8
รวม	378	100

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการที่คาดหวังจากบริษัท ต่อการจัดกิจกรรม CSR ในประเด็นความต้องการด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิต ดังนี้ 1) การจัดบริการด้านสุขภาพให้แก่คนในชุมชนที่ได้รับผลกระทบ ส่วนใหญ่มีความต้องการอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 34.4 รองลงมา ได้แก่ ระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 20.9 2) จัดอบรมให้ความรู้ในการดูแลสุขภาพ พบว่าส่วนใหญ่มีความต้องการระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 37.8 รองลงมา ได้แก่ ระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 19.8 3) การจัดกิจกรรมส่งเสริมและพัฒนาทักษะการประกอบอาชีพให้แก่ชุมชน พบว่าส่วนใหญ่มีความต้องการระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 39.7 รองลงมา ได้แก่ ระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 18.8 และ 4) สร้างงาน/สร้างอาชีพให้แก่คนในชุมชน พบว่าส่วนใหญ่มีความต้องการระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 32.2 รองลงมา ได้แก่ ระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.8 เมื่อพิจารณาประเด็นความต้องการด้านการสนับสนุนชุมชน พบว่า 1) การสนับสนุนการจัดตั้งกองทุนในชุมชนเพื่อใช้เป็นเงินหมุนเวียนในชุมชน ส่วนใหญ่มีความต้องการระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 32.5 รองลงมา ได้แก่ ระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 21.7 2) จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทให้ชุมชนในราคาถูกกว่าท้องตลาดหรือนำเศษวัสดุเหลือใช้จากบริษัทฯ มาใช้สร้างประโยชน์ในชุมชน พบว่าส่วนใหญ่มีความต้องการระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 36.4 รองลงมา ได้แก่ ระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 20.1 3) การจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสามัคคีในชุมชน เช่น ฟ้าป่าสามัคคี กิจกรรมสำนึกรักบ้านเกิด กิจกรรมพัฒนาชุมชนต่างๆ ฯลฯ พบว่าส่วนใหญ่มีความต้องการอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 33.9 รองลงมา ได้แก่ ระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 22.5 และ 4) จัดกิจกรรมคืนกำไรให้สังคม เช่น บริจาคเงินให้ผู้ยากไร้ ให้ทุนการศึกษา พบว่าส่วนใหญ่มีความต้องการระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 32.5 รองลงมา ได้แก่ ระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 20.9 เมื่อพิจารณาประเด็นความต้องการด้านการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อม พบว่า 1) การจัดตั้งศูนย์เตือนภัย/ศูนย์ร้องทุกข์ ที่ประชาชนสามารถเข้าถึงได้ ส่วนใหญ่มีความต้องการระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 39.9 รองลงมา ได้แก่ ระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 19.0 2) จัดให้มีการรายงานผลข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทให้ชุมชนได้ทราบอย่างสม่ำเสมอ พบว่าส่วนใหญ่มีความต้องการอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 31.2 รองลงมา ได้แก่ ระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 19.8 3) จัดให้มีมาตรการดูแล/ติดตามตรวจสอบผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมในระยะยาว พบว่าส่วนใหญ่มีความต้องการระดับมาก

คิดเป็นร้อยละ 35.7 รองลงมา ได้แก่ ระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 23.5 และ 4) มีการจัดตั้งคณะกรรมการชุมชนเพื่อดูแลตรวจสอบผลกระทบต่อชุมชน/สิ่งแวดล้อม พบว่าส่วนใหญ่มีความต้องการระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 27.5 รองลงมา ได้แก่ ระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 23.1 เมื่อพิจารณาประเด็นความต้องการด้านการมีส่วนร่วมระหว่างบริษัทฯ และชุมชน พบว่า 1) บริษัทฯ ให้ความร่วมมือและเข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมของชุมชน ส่วนใหญ่มีความต้องการอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 30.2 รองลงมา ได้แก่ ระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 21.1 2) บริษัทฯ มีการสอบถามถึงปัญหาความเดือดร้อนชุมชนอย่างต่อเนื่อง พบว่าส่วนใหญ่มีความต้องการระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 30.4 รองลงมา ได้แก่ ระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 18.8 3) จัดเวทีให้ชุมชนและบริษัทฯ ได้พูดคุย ปรึกษาหารือกัน เช่น ประเด็นสิ่งแวดล้อม ประเด็นข้อร้องเรียน ประเด็นความต้องการช่วยเหลือต่างๆ ของชุมชน ฯลฯ พบว่าส่วนใหญ่มีความต้องการระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 43.1 รองลงมา ได้แก่ ระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 18.0 และ 4) เปิดโอกาสให้ชุมชนได้แสดงความคิดเห็นหรือให้ข้อเสนอแนะต่อการจัดการสิ่งแวดล้อม/ผลกระทบต่างๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อนำไปสู่การหาแนวทางแก้ปัญหาาร่วมกัน พบว่าส่วนใหญ่มีความต้องการระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 42.6 รองลงมา ได้แก่ ระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 19.0

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลความต้องการที่ชุมชนคาดหวังต่อการจัดกิจกรรม CSR ในอนาคตของบริษัทฯ จำแนกออกเป็น 4 ด้าน (16 ประเด็นย่อย)

ประเด็นความต้องการที่ชุมชนคาดหวัง	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
3.1 ด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิต			
3.1.1 จัดบริการด้านสุขภาพให้แก่ชุมชนที่ได้รับผลกระทบ	3.41	1.25	มาก
3.1.2 จัดอบรมให้ความรู้ในการดูแลสุขภาพแก่ชุมชน	3.33	1.18	ปานกลาง
3.1.3 จัดกิจกรรมส่งเสริม/พัฒนาทักษะการประกอบอาชีพให้ชุมชน	3.49	1.18	มาก
3.1.4 สร้างงาน/สร้างอาชีพให้แก่คนในชุมชน	3.47	1.35	มาก
3.2 ด้านการสนับสนุนชุมชน			
3.2.1 สนับสนุนการจัดตั้งกองทุนในชุมชนเพื่อใช้เป็นเงินหมุนเวียนในชุมชน	3.39	1.37	ปานกลาง

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

ประเด็นความต้องการที่ชุมชนคาดหวัง	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ
3.2 ด้านการสนับสนุนชุมชน (ต่อ)			
3.2.2 จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯให้ชุมชนในราคา ถูกกว่าท้องตลาด หรือนำเศษวัสดุเหลือใช้จาก บริษัทฯ มาใช้สร้างประโยชน์ในชุมชน	3.48	1.06	มาก
3.2.3 จัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสามัคคีในชุมชน เช่น ผ้าป่าสามัคคี กิจกรรมสำนึกรักบ้านเกิด กิจกรรม พัฒนาชุมชนต่างๆ	3.42	1.30	มาก
3.2.4 จัดกิจกรรมคืนกำไรให้สังคม เช่น บริจาคเงิน ให้ผู้ยากไร้ ให้ทุนการศึกษา	3.45	1.23	มาก
3.3 ด้านการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อม			
3.3.1 จัดตั้งศูนย์เตือนภัย/ศูนย์ร้องทุกข์ที่สามารถ เข้าถึงได้	3.28	1.25	ปานกลาง
3.3.2 มีการรายงานผลข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมของ บริษัทฯ ให้ชุมชนได้ทราบเสมอ	3.27	1.27	ปานกลาง
3.3.3 มีมาตรการดูแล/ติดตามตรวจสอบผลกระทบ ทางสิ่งแวดล้อมในระยะยาว	3.41	1.23	มาก
3.3.4 ตั้งคณะกรรมการชุมชนเพื่อดูแลตรวจสอบ ผลกระทบต่อชุมชน/สิ่งแวดล้อม	3.34	1.28	ปานกลาง
3.4 ด้านการมีส่วนร่วมระหว่างบริษัทฯและชุมชน			
3.4.1 บริษัทฯให้ความร่วมมือและเข้ามามีส่วนร่วม กับกิจกรรมของชุมชน	3.17	1.30	ปานกลาง
3.4.2 บริษัทฯมีการสอบถามถึงปัญหาความเดือดร้อน ชุมชนอย่างต่อเนื่อง	3.42	1.35	มาก
3.4.3 จัดเวทีให้ชุมชนและบริษัทฯ ได้พูดคุย ปรึกษาหารือกัน เช่น ประเด็นสิ่งแวดล้อม ประเด็นข้อร้องเรียน ประเด็นความต้องการ ช่วยเหลือต่างๆ ของชุมชน เป็นต้น	3.43	1.10	มาก

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

ประเด็นความต้องการที่ชุมชนคาดหวัง	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ
3.4 ด้านการมีส่วนร่วมระหว่างบริษัทฯและชุมชน (ต่อ)			
3.4.4 เปิดโอกาสให้ชุมชนได้แสดงความคิดเห็น หรือให้ข้อเสนอแนะต่อการจัดการสิ่งแวดล้อม/ ผลกระทบต่างๆ ที่	3.20	1.22	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย (Mean) รวม	3.37	1.26	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ความต้องการที่ชุมชนคาดหวังจากบริษัทฯ ต่อการจัดกิจกรรม CSR ทั้ง 16 ประเด็น มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.37 ซึ่งจัดอยู่ในเกณฑ์คะแนน “ระดับปานกลาง” โดยพบว่าค่าคะแนนความต้องการเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.49 ซึ่งจัดอยู่ในเกณฑ์คะแนน “ระดับมาก” ได้แก่ ความต้องการในประเด็นการจัดกิจกรรมส่งเสริม/พัฒนาทักษะการประกอบอาชีพให้ชุมชน รองลงมา คือ ความต้องการในประเด็นการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ให้ชุมชนในราคาถูกกว่าท้องตลาด หรือนำเศษวัสดุเหลือใช้จากบริษัทฯ มาใช้สร้างประโยชน์ในชุมชน มีค่าคะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 3.48 จัดอยู่ในเกณฑ์คะแนน “ระดับมาก”

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลความต้องการที่ชุมชนคาดหวังต่อการ
จัดกิจกรรม CSR ในอนาคตของบริษัทฯ จำแนกออกเป็น 4 ด้าน

ประเด็นความต้องการที่ชุมชนคาดหวัง	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ
3.1 ด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิต	3.57	1.24	มาก
3.2 ด้านการสนับสนุนชุมชน	3.49	1.20	มาก
3.3 ด้านการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อม	3.31	1.25	ปานกลาง
3.4 ด้านการมีส่วนร่วมระหว่างบริษัทฯและชุมชน	3.27	1.20	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย (Mean) รวม	3.41	1.21	มาก

จากตารางที่ 4.10 ความต้องการที่ชุมชนคาดหวังจากบริษัทฯ ต่อการจัดกิจกรรม CSR มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.41 ซึ่งจัดอยู่ในเกณฑ์คะแนน “ระดับมาก” โดยพบว่าค่าคะแนนความต้องการเฉลี่ยด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิตมีค่าสูงที่สุด คือ 3.57 (ระดับมาก) รองลงมา ได้แก่ ด้านการสนับสนุนชุมชน (ระดับมาก) ด้านการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อม (ระดับปานกลาง) และด้านการมีส่วนร่วมระหว่างบริษัทฯ และชุมชน (ระดับปานกลาง) มีค่าเท่ากับ 3.49, 3.31 และ 3.27 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ด้านสิ่งแวดล้อมและการรับรู้ด้านการจัดกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) กับความต้องการของชุมชน

จากตาราง 4.4-4.5 จะเห็นว่า “ปัญหาด้านกลิ่น” เป็นปัญหาที่พบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.6 ดังนั้นผู้ศึกษาจึงเลือกนำผลกระทบด้านกลิ่นซึ่งเป็นผลกระทบที่คนส่วนใหญ่ได้รับมาพิจารณาค่าความสัมพันธ์กับความต้องการของชุมชนที่คาดหวังต่อการจัดกิจกรรม CSR ในอนาคตของบริษัทฯ ประกอบด้วย 4 ด้าน คือ ด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิต ด้านการสนับสนุนชุมชน ด้านการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อม และด้านการมีส่วนร่วมระหว่างบริษัทฯ และชุมชน ทดสอบค่าความสัมพันธ์โดยใช้ไคสแควร์ (Chi-square) แสดงได้ดังตาราง

ตารางที่ 4.11 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ด้านกลิ่นกับความต้องการที่ชุมชนคาดหวังจากบริษัทฯ ในประเด็นความต้องการ “ด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิต”

ผลกระทบด้านกลิ่น	ความต้องการด้านการจัดบริการด้านสุขภาพ					รวม	χ^2	P
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
รับรู้ด้านกลิ่น	22 (56.41)	38 (69.09)	62 (82.71)	88 (67.69)	53 (67.09)	263 (69.58)	9.72	0.04*
ไม่รับรู้ด้านกลิ่น	17 (43.59)	17 (30.91)	13 (17.29)	42 (32.31)	26 (32.91)	115 (30.42)		
รวม	39 (100)	55 (100)	75 (100)	130 (100)	79 (100)	378 (100)		

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

ผลกระทบด้านกลิ่น	ความต้องการด้านการจัดอบรมให้ความรู้การดูแลสุขภาพ					รวม	χ^2	P
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
รับรู้ด้านกลิ่น	20 (64.52)	51 (70.83)	60 (80.00)	93 (65.03)	39 (68.42)	263 (69.58)	5.71	0.22
ไม่รับรู้ด้านกลิ่น	11 (35.48)	21 (29.17)	15 (20.00)	50 (34.97)	18 (31.58)	115 (30.42)		
รวม	39 (100)	55 (100)	75 (100)	130 (100)	79 (100)	378 (100)		
ผลกระทบด้านกลิ่น	ความต้องการด้านการจัดกิจกรรมส่งเสริม/พัฒนาทักษะ การประกอบอาชีพให้แก่ชุมชน					รวม	χ^2	P
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
รับรู้ด้านกลิ่น	18 (56.25)	46 (66.67)	57 (80.28)	100 (66.67)	42 (75.00)	263 (69.58)	8.18	0.08
ไม่รับรู้ด้านกลิ่น	14 (43.75)	23 (33.33)	14 (19.72)	50 (33.33)	14 (25.00)	115 (30.42)		
รวม	31 (100)	55 (100)	75 (100)	143 (100)	57 (100)	378 (100)		
ผลกระทบด้านกลิ่น	ความต้องการด้านการสร้างงาน/สร้างอาชีพ ให้แก่คนในชุมชน					รวม	χ^2	P
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
รับรู้ด้านกลิ่น	32 (62.75)	33 (60.00)	47 (78.33)	95 (77.87)	56 (62.22)	263 (69.58)	11.94	0.01*
ไม่รับรู้ด้านกลิ่น	19 (37.25)	22 (40.00)	13 (21.67)	27 (22.13)	34 (37.78)	115 (30.42)		
รวม	51 (100)	55 (100)	60 (100)	122 (100)	90 (100)	378 (100)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.12 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ด้านกลิ่นกับความต้องการที่ชุมชนคาดหวังจากบริษัท ในประเด็นความต้องการ “ด้านการสนับสนุนชุมชน”

ผลกระทบด้านกลิ่น	ความต้องการด้านการจัดตั้งกองทุนชุมชน					รวม	χ^2	P
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
รับรู้ด้านกลิ่น	38 (66.67)	44 (70.97)	48 (88.89)	89 (73.36)	44 (53.66)	263 (69.58)	20.06	0.00*
ไม่รับรู้ด้านกลิ่น	9 (33.33)	18 (29.03)	6 (11.11)	34 (27.64)	38 (46.34)	115 (30.42)		
รวม	57 (100)	62 (100)	54 (100)	123 (100)	82 (100)	378 (100)		
ผลกระทบด้านกลิ่น	ความต้องการด้านการนำเศษวัสดุเหลือใช้ จากบริษัทฯ มาใช้สร้างประโยชน์ในชุมชน					รวม	χ^2	P
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
รับรู้ด้านกลิ่น	30 (69.77)	52 (74.29)	57 (67.06)	88 (68.75)	36 (69.23)	263 (69.58)	1.03	0.90
ไม่รับรู้ด้านกลิ่น	13 (30.23)	18 (25.71)	28 (32.94)	40 (31.25)	16 (30.77)	115 (30.42)		
รวม	43 (100)	70 (100)	85 (100)	128 (100)	52 (100)	378 (100)		
ผลกระทบด้านกลิ่น	ความต้องการด้านการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสามัคคี ในชุมชน					รวม	χ^2	P
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
รับรู้ด้านกลิ่น	25 (65.79)	72 (70.00)	61 (80.26)	90 (65.22)	45 (68.18)	263 (69.58)	5.66	0.22
ไม่รับรู้ด้านกลิ่น	13 (34.21)	18 (30.00)	15 (19.74)	48 (34.78)	21 (31.82)	115 (30.42)		
รวม	38 (100)	60 (100)	76 (100)	138 (100)	66 (100)	378 (100)		

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

ผลกระทบด้านกลิ่น	ความต้องการด้านการจัดกิจกรรมคืนกำไรให้สังคม					รวม	χ^2	P
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
รับรู้ด้านกลิ่น	32 (65.31)	35 (66.04)	65 (82.28)	80 (65.04)	51 (68.92)	263 (69.58)	7.97	0.03*
ไม่รับรู้ด้านกลิ่น	17 (34.69)	18 (33.96)	14 (17.72)	43 (34.96)	23 (31.08)	115 (30.42)		
รวม	31 (100)	55 (100)	75 (100)	143 (100)	57 (100)	378 (100)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.13 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ด้านกลิ่นกับความต้องการที่ชุมชนคาดหวังจากบริษัท ฯ ในประเด็นความต้องการ “ด้านการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อม”

ผลกระทบด้านกลิ่น	ความต้องการด้านการจัดตั้งศูนย์เตือนภัย/ศูนย์ร้องทุกข์ ที่ประชาชนเข้าถึงได้					รวม	χ^2	P
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
รับรู้ด้านกลิ่น	19 (54.29)	68 (76.40)	43 (79.63)	90 (66.67)	43 (66.15)	263 (69.58)	9.30	0.49*
ไม่รับรู้ด้านกลิ่น	16 (45.71)	21 (23.60)	11 (20.37)	45 (33.33)	22 (33.85)	115 (30.42)		
รวม	35 (100)	89 (100)	54 (100)	135 (100)	65 (100)	378 (100)		

ผลกระทบด้านกลิ่น	ความต้องการด้านการรายงานข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม					รวม	χ^2	P
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
รับรู้ด้านกลิ่น	23 (56.10)	53 (70.67)	57 (78.08)	91 (77.12)	39 (54.93)	263 (69.58)	16.42	0.00*

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

ผลกระทบด้านกลิ่น	ความต้องการด้านการรายงานข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม					รวม	χ^2	P
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ไม่รับรู้ด้านกลิ่น	18 (43.90)	22 (29.33)	16 (21.92)	27 (22.88)	32 (45.07)	115 (30.42)		
รวม	43 (100)	70 (100)	85 (100)	128 (100)	52 (100)	378 (100)		
ผลกระทบด้านกลิ่น	ความต้องการด้านการดูแลผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม ระยะยาว					รวม	χ^2	P
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
รับรู้ด้านกลิ่น	22 (62.86)	47 (65.28)	48 (84.21)	107 (70.86)	39 (61.90)	263 (69.58)	9.01	0.06
ไม่รับรู้ด้านกลิ่น	13 (37.14)	25 (34.72)	9 (15.79)	44 (29.14)	24 (38.10)	115 (30.42)		
รวม	35 (100)	72 (100)	57 (100)	151 (100)	63 (100)	378 (100)		
ผลกระทบด้านกลิ่น	ความต้องการด้านการตั้งคณะกรรมการชุมชนเพื่อดูแล ตรวจสอบผลกระทบต่อชุมชน/สิ่งแวดล้อม					รวม	χ^2	P
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
รับรู้ด้านกลิ่น	21 (53.85)	46 (71.88)	70 (80.46)	80 (76.92)	46 (54.76)	263 (69.58)	20.95	0.00*
ไม่รับรู้ด้านกลิ่น	18 (46.15)	18 (28.13)	17 (19.54)	24 (23.08)	38 (45.24)	115 (30.42)		
รวม	39 (100)	64 (100)	87 (100)	104 (100)	84 (100)	378 (100)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.14 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ด้านกลิ่นกับความต้องการที่ชุมชนคาดหวังจากบริษัท ในประเด็นความต้องการ “ด้านการมีส่วนร่วมระหว่างบริษัทฯและชุมชน”

ผลกระทบด้านกลิ่น	ความต้องการให้บริษัทฯเข้ามามีส่วนร่วมกับชุมชน					รวม	χ^2	P
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
รับรู้ด้านกลิ่น	27 (49.09)	43 (65.15)	66 (82.50)	86 (75.44)	41 (65.08)	263 (69.58)	20.28	0.00*
ไม่รับรู้ด้านกลิ่น	128 (50.91)	23 (34.85)	14 (17.50)	28 (24.56)	22 (34.92)	115 (30.42)		
รวม	55 (100)	66 (100)	80 (100)	114 (100)	63 (100)	378 (100)		
ผลกระทบด้านกลิ่น	ความต้องการให้สอบถามปัญหาของชุมชนอย่างต่อเนื่อง					รวม	χ^2	P
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
รับรู้ด้านกลิ่น	34 (50.75)	48 (67.61)	51 (78.46)	91 (79.82)	39 (65.00)	263 (69.58)	19.33	0.01*
ไม่รับรู้ด้านกลิ่น	33 (49.25)	26 (36.62)	14 (24.54)	24 (21.05)	21 (35.00)	115 (30.42)		
รวม	67 (100)	71 (100)	65 (100)	114 (100)	60 (100)	378 (100)		
ผลกระทบด้านกลิ่น	ความต้องการจัดเวทีให้ชุมชนและบริษัทฯ ได้พูดคุยกัน					รวม	χ^2	P
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
รับรู้ด้านกลิ่น	11 (50.00)	59 (76.62)	54 (75.00)	104 (64.60)	35 (76.09)	263 (69.58)	9.59	0.04*
ไม่รับรู้ด้านกลิ่น	11 (50.00)	18 (23.38)	18 (25.00)	57 (35.40)	11 (23.91)	115 (30.42)		
รวม	22 (100)	77 (100)	72 (100)	161 (100)	46 (100)	378 (100)		

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

ผลกระทบด้านกลืน	ความต้องการให้เปิดโอกาสให้ชุมชนได้แสดงความคิดเห็น หรือให้ข้อเสนอแนะต่อการจัดการสิ่งแวดล้อม/ผลกระทบ					รวม	χ^2	P
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
รับรู้ด้านกลืน	6 (42.86)	48 (70.59)	59 (77.63)	111 (68.10)	39 (68.42)	263 (69.58)	7.28	0.12
ไม่รับรู้ด้านกลืน	8 (57.14)	20 (29.41)	17 (22.37)	52 (31.90)	18 (31.58)	115 (30.42)		
รวม	14 (100)	68 (100)	76 (100)	163 (100)	57 (100)	378 (100)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.11- 4.14 พบว่า การรับรู้ด้านกลืนกับความต้องการที่ชุมชนคาดหวังต่อการจัดการกิจกรรม CSR ในอนาคตของบริษัทที่มีความสัมพันธ์กัน คือ 1) ด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิต มีความสัมพันธ์กับความต้องการในประเด็น “การจัดบริการด้านสุขภาพให้แก่ชุมชนที่ได้รับผลกระทบ” และ “การสร้างงาน/สร้างอาชีพให้แก่คนในชุมชน” อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 2) ด้านการสนับสนุนชุมชน มีความสัมพันธ์กับความต้องการในประเด็น “สนับสนุนการจัดตั้งกองทุนในชุมชนเพื่อใช้เป็นเงินหมุนเวียนใช้ในชุมชน” และ “การจัดกิจกรรมคืนกำไรให้สังคม เช่น บริจาคเงินให้ผู้ยากไร้ ให้ทุนการศึกษา ฯลฯ” อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 3) ด้านการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์กับความต้องการในประเด็น “จัดตั้งศูนย์เตือนภัย/ศูนย์ร้องทุกข์ที่ประชาชนสามารถเข้าถึงได้” “มีการรายงานผลข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทฯให้ชุมชนได้ทราบเสมอ” และ “จัดตั้งคณะกรรมการชุมชนเพื่อดูแลตรวจสอบผลกระทบต่อชุมชน/สิ่งแวดล้อม” อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 4) ด้านการมีส่วนร่วมระหว่างบริษัทฯและชุมชน มีความสัมพันธ์กับความต้องการในประเด็น “บริษัทฯ ให้ความร่วมมือและเข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมของชุมชน” “บริษัทฯ มีการสอบถามถึงปัญหาความเดือดร้อนชุมชนอย่างต่อเนื่อง” และ “จัดเวทีให้ชุมชนและบริษัทฯ ได้พูดคุยกัน เช่น ประเด็นข้อร้องเรียน ประเด็นความต้องการช่วยเหลือต่างๆ ของชุมชน ฯลฯ” อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากผลการรับรู้ด้านการจัดกิจกรรม CSR ของบริษัทฯ (ตารางที่ 4.6) จะเห็นได้ว่าค่าเฉลี่ย (Mean) ของข้อมูลการรับรู้จากข้อคำถามจำนวน 11 ข้อ พบว่ามีค่าคะแนนอยู่ในระดับมาก จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ 1) ควรพิจารณาปรับปรุงกิจกรรมฯ/พัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรมใหม่ และ 2) ชุมชนมีความคาดหวังให้บริษัทฯ จัดกิจกรรม CSR ตามความต้องการของชุมชน และพบคะแนนที่อยู่ในระดับปานกลางจำนวน 2 ข้อ ได้แก่ มีการรับรู้ว่าการจัดกิจกรรม CSR จะทำให้ภาพลักษณ์ของบริษัทฯ ดีขึ้น และมีความต้องการเป็นส่วนหนึ่งในการเสนอแนะ/แสดงความคิดเห็นแก่บริษัทฯ นอกนั้นมีระดับค่าคะแนนอยู่ในระดับน้อย ดังนั้นผู้ศึกษาจึงนำประเด็นที่มีคะแนนอยู่ในระดับมาก 2 ข้อมาพิจารณาเพื่อหาความสัมพันธ์กับความต้องการของชุมชน และจากตาราง 4.10 ประเด็นความต้องการที่จะนำมาพิจารณา คือ “ความต้องการด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิต” และ “ด้านการสนับสนุนชุมชน” ที่มีคะแนนอยู่ในช่วงเกณฑ์ระดับ “มาก” (พิจารณาประเด็นหัวข้อตามแบบสอบถามประกอบด้วย 3.1.1 จัดบริการด้านสุขภาพให้แก่ชุมชนที่ได้รับผลกระทบ 3.1.2 จัดอบรมให้ความรู้ในการดูแลสุขภาพแก่ชุมชน 3.1.3 จัดกิจกรรมส่งเสริมและพัฒนาทักษะการประกอบอาชีพให้แก่ชุมชน และ 3.1.4 สร้างงาน/สร้างอาชีพให้แก่คนในชุมชน) และด้านการสนับสนุนชุมชน (หัวข้อตามแบบสอบถามประกอบด้วย 3.2.1 สนับสนุนการจัดตั้งกองทุนในชุมชนเพื่อใช้เป็นเงินหมุนเวียนในชุมชน 3.2.2 จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ให้ชุมชนในราคาถูกลงกว่าท้องตลาด หรือนำเศษวัสดุเหลือใช้จากบริษัทฯ มาใช้สร้างประโยชน์ในชุมชน 3.2.3 จัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสามัคคีในชุมชน เช่น ฝ่าป่าสามัคคี กิจกรรมสำนึกรักบ้านเกิด กิจกรรมพัฒนาชุมชนต่างๆ ฯลฯ และ 3.2.4 จัดกิจกรรมคืนกำไรให้สังคม เช่น บริจาคเงินให้ผู้ยากไร้ ให้ทุนการศึกษา) โดยจะพิจารณาหาความสัมพันธ์คิดแยกเป็นแต่ละประเด็นย่อย ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.15 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ของชุมชนที่มีต่อการจัดกิจกรรม CSR
 ในประเด็น “เรื่องควรพิจารณาปรับปรุงกิจกรรมฯ/พัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรมใหม่”
 กับความต้องการที่ชุมชนคาดหวังจากบริษัท ฯ ในประเด็นความต้องการ “ด้านการ
 พัฒนาคุณภาพชีวิต”

ประเด็นความคิดเห็นต่อ การรับรู้ด้าน CSR	ความต้องการด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิต					ความสัมพันธ์		
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	χ^2	P
1) เห็นควรพิจารณาให้ บริษัทฯ ปรับปรุง กิจกรรม /พัฒนารูปแบบ การจัดกิจกรรมใหม่	3.1.1 จัดบริการด้านสุขภาพให้แก่ชุมชนที่ได้รับ ผลกระทบ							
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
น้อยที่สุด	10 (25.6)	12 (21.8)	2 (2.7)	26 (20.0)	34 (43.04)	84 (22.2)	2.67	0.10
น้อย	14 (35.9)	25 (45.5)	17 (22.7)	8 (6.2)	9 (11.4)	73 (19.3)		
ปานกลาง	6 (15.4)	11 (20.0)	27 (36.0)	31 (23.8)	9 (11.4)	84 (22.2)		
มาก	5 (12.8)	6 (10.9)	27 (36.0)	59 (45.4)	15 (19.0)	112 (29.2)		
มากที่สุด	4 (10.3)	1 (1.8)	2 (2.7)	6 (4.6)	12 (15.2)	25 (6.6)		
รวม	39 (100)	55 (100)	75 (100)	130 (100)	79 (100)	378 (100)		
	3.1.2 จัดอบรมให้ความรู้ในการดูแลสุขภาพ แก่ชุมชน							
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
น้อยที่สุด	8 (25.8)	14 (25.5)	0 (0.0)	44 (30.8)	18 (31.6)	84 (22.2)	2.80	0.09
น้อย	11 (35.5)	32 (58.2)	12 (16.0)	10 (7.0)	8 (14.0)	73 (19.3)		

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

ประเด็นความคิดเห็นต่อ การรับรู้ด้าน CSR	ความต้องการด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิต					ความสัมพันธ์		
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	χ^2	P
1) เห็นควรพิจารณาให้ บริษัทฯ ปรับปรุง กิจกรรม / พัฒนารูปแบบ การจัดกิจกรรมใหม่	3.1.2 จัดอบรมให้ความรู้ในการดูแลสุขภาพ แก่ชุมชน (ต่อ)							
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ปานกลาง	2 (6.5)	18 (32.7)	27 (36.0)	29 (20.3)	8 (14.0)	84 (22.2)		
มาก	65 (16.1)	7 (12.7)	33 (44.0)	56 (39.2)	11 (19.3)	112 (29.2)		
มากที่สุด	5 (16.1)	1 (1.8)	3 (4.0)	4 (2.8)	12 (21.1)	25 (6.6)		
รวม	31 (100)	55 (100)	75 (100)	143 (100)	57 (100)	378 (100)		
	3.1.3 ส่งเสริมและพัฒนาทักษะอาชีพให้แก่ชุมชน							
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	รวม	χ^2	P
น้อยที่สุด	11 (34.4)	11 (15.9)	6 (8.5)	43 (28.7)	13 (23.2)	84 (22.2)	9.79	0.00*
น้อย	5 (15.6)	35 (50.7)	14 (19.7)	11 (7.3)	8 (14.3)	73 (19.3)		
ปานกลาง	5 (15.6)	15 (21.7)	34 (47.9)	23 (15.3)	7 (12.5)	84 (22.2)		
มาก	6 (18.8)	7 (10.1)	17 (23.9)	65 (43.3)	17 (30.4)	112 (29.2)		
มากที่สุด	5 (15.6)	1 (1.4)	0 (0.0)	8 (5.3)	11 (19.6)	25 (6.6)		
รวม	32 (100)	69 (100)	71 (100)	150 (100)	56 (100)	378 (100)		

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

ประเด็นความคิดเห็นต่อ การรับรู้ด้าน CSR	ความต้องการด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิต					ความสัมพันธ์		
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	χ^2	P
1) เห็นควรพิจารณาให้ บริษัทฯ ปรับปรุง กิจกรรม/พัฒนารูปแบบ การจัดกิจกรรมใหม่	3.1.4 สร้างงาน/สร้างอาชีพให้แก่คนในชุมชน							
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
น้อยที่สุด	13 (25.5)	9 (16.4)	4 (6.7)	24 (19.7)	34 (37.8)	84 (22.2)	2.03	0.15
น้อย	15 (29.4)	23 (41.8)	13 (21.7)	12 (9.8)	10 (11.1)	73 (19.3)		
ปานกลาง	8 (15.7)	16 (29.1)	27 (45.0)	21 (17.2)	12 (13.3)	84 (22.2)		
มาก	8 (15.7)	7 (12.7)	14 (23.3)	61 (50.0)	22 (24.4)	112 (29.2)		
มากที่สุด	7 (13.7)	0 (0.00)	2 (3.3)	4 (3.3)	12 (13.3)	25 (6.6)		
รวม	51 (100)	55 (100)	60 (100)	122 (100)	90 (100)	378 (100)		

จากตารางที่ 4.15 พบว่า การรับรู้ของชุมชนในประเด็น 1) เห็นควรพิจารณาให้บริษัทฯ ปรับปรุงกิจกรรม / พัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรมใหม่ที่มีต่อการจัดกิจกรรม CSR กับประเด็นความต้องการด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิต มีความสัมพันธ์กับ “การจัดกิจกรรมส่งเสริมและพัฒนาทักษะการประกอบอาชีพให้แก่ชุมชน” อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

ประเด็นความคิดเห็น ต่อการรับรู้ด้าน CSR	ความต้องการด้านการสนับสนุนชุมชน					ความล้มพันธ์			
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	χ^2	P	
1) เห็นควรพิจารณาให้ บริษัทฯ ปรับปรุง กิจกรรม /พัฒนารูปแบบ การจัดกิจกรรมใหม่	3.2.2 นำวัสดุเหลือใช้จากบริษัทฯ มาสร้างประโยชน์ ในชุมชน (ต่อ)								
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)				
มากที่สุด	7 (16.3)	0 (0.0)	5 (5.9)	6 (4.7)	7 (13.5)	25 (6.6)			
รวม	43 (100)	70 (100)	85 (100)	128 (100)	52 (100)	378 (100)			
	3.2.3 จัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสามัคคีในชุมชน								
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	รวม	χ^2	P	
น้อยที่สุด	11 (28.9)	8 (13.3)	1 (1.3)	41 (29.7)	20 (30.3)	84 (22.2)	4.37	0.03*	
น้อย	12 (31.6)	27 (45.0)	17 (22.4)	6 (4.3)	11 (16.7)	73 (19.3)			
ปานกลาง	4 (10.5)	19 (31.7)	24 (31.6)	23 (16.7)	14 (21.2)	84 (22.2)			
มาก	3 (7.9)	6 (10.0)	30 (39.5)	60 (43.5)	13 (19.7)	112 (29.2)			
มากที่สุด	5 (13.2)	0 (0.0)	4 (5.3)	8 (5.8)	8 (12.1)	25 (6.6)			
รวม	38 (100)	60 (100)	76 (100)	138 (100)	66 (100)	378 (100)			
	3.2.4 จัดกิจกรรมคืนกำไรให้สังคม								
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	รวม	χ^2	P	
น้อยที่สุด	10 (20.4)	12 (22.6)	4 (5.1)	33 (26.8)	25 (33.8)	84 (22.2)	80.9	0.00*	
น้อย	14 (28.6)	21 (39.6)	19 (24.1)	8 (6.5)	11 (14.9)	73 (19.3)			

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

ประเด็นความคิดเห็น ต่อการรับรู้ด้าน CSR	ความต้องการด้านการสนับสนุนชุมชน					ความสัมพันธ์		
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	χ^2	P
1) เห็นควรพิจารณาให้ บริษัทฯ ปรับปรุง กิจกรรม/พัฒนารูปแบบ การจัดกิจกรรมใหม่	3.2.4 จัดกิจกรรมคืนกำไรให้สังคม (ต่อ)							
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ปานกลาง	12 (24.5)	12 (22.6)	27 (34.2)	18 (14.6)	15 (20.3)	84 (22.2)		
มาก	8 (16.3)	8 (15.1)	28 (35.4)	54 (43.9)	14 (18.9)	112 (29.2)		
มากที่สุด	5 (10.2)	0 (0.00)	1 (1.3)	10 (8.1)	9 (12.2)	25 (6.6)		
รวม	49 (100)	53 (100)	79 (100)	123 (100)	74 (100)	378 (100)		

จากตารางที่ 4.16 พบว่า การรับรู้ของชุมชนในประเด็น 1) เห็นควรพิจารณาให้บริษัทฯ ปรับปรุงกิจกรรม/พัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรมใหม่ที่มีต่อการจัดกิจกรรม CSR กับประเด็นความต้องการด้านการสนับสนุนชุมชน มีความสัมพันธ์กับ “ความต้องการให้มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ในราคาถูกกว่าท้องตลาดหรือนำวัสดุเหลือใช้จากบริษัทฯ มาสร้างประโยชน์ในชุมชน” “จัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสามัคคีในชุมชน เช่น ฝ่าป่าสามัคคี กิจกรรมพัฒนาชุมชนต่างๆ ฯลฯ” และ “จัดกิจกรรมคืนกำไรให้สังคม” อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.17 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ของชุมชนที่มีต่อการจัดกิจกรรม CSR

ในประเด็นเรื่อง “ชุมชนมีความคาดหวังให้บริษัทฯ จัดกิจกรรม CSR ตามความต้องการของชุมชน” กับความต้องการที่ชุมชนคาดหวังจากบริษัท ฯ ในประเด็นความต้องการ “ด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิต”

ประเด็นความคิดเห็นต่อการรับรู้ด้าน CSR	ด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิต					ความสัมพันธ์		
2) ชุมชนมีความคาดหวังให้บริษัทฯ จัดกิจกรรม CSR ตามความต้องการของชุมชน	3.1.1 จัดบริการด้านสุขภาพให้แก่ชุมชนที่ได้รับผลกระทบ					รวม	χ^2	P
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
น้อยที่สุด	9 (23.1)	8 (14.5)	3 (4.0)	31 (23.8)	28 (35.4)	84 (22.2)	90.6	0.00*
น้อย	14 (35.9)	21 (38.2)	11 (14.7)	10 (7.7)	8 (10.1)	73 (19.3)		
ปานกลาง	7 (17.9)	16 (29.1)	24 (32.0)	30 (23.1)	11 (13.9)	84 (22.2)		
มาก	8 (20.5)	10 (18.2)	31 (31.3)	52 (40.0)	17 (21.5)	112 (29.2)		
มากที่สุด	1 (2.6)	0 (0.0)	6 (8.0)	7 (5.4)	15 (19.0)	25 (6.6)		
รวม	39 (100)	55 (100)	75 (100)	130 (100)	79 (100)	378 (100)		
2) ชุมชนมีความคาดหวังให้บริษัทฯ จัดกิจกรรม CSR ตามความต้องการของชุมชน	3.1.2 จัดอบรมให้ความรู้ในการดูแลสุขภาพแก่ชุมชน					รวม	χ^2	P
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
น้อยที่สุด	8 (25.8)	8 (11.1)	1 (1.3)	47 (32.9)	15 (26.3)	84 (22.2)	19.7	0.16
น้อย	8 (25.8)	30 (41.7)	13 (17.3)	5 (3.5)	8 (14.0)	73 (19.3)	4	
ปานกลาง	6 (19.4)	21 (29.2)	21 (28.0)	29 (20.3)	8 (14.0)	84 (22.2)		
มาก	7 (22.6)	11 (15.3)	37 (49.3)	54 (37.8)	11 (19.3)	112 (29.2)		

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

ประเด็นความคิดเห็นต่อ การรับรู้ด้าน CSR	ด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิต					ความล้มพันธ์			
2) ชุมชนมีความคาดหวังให้ บริษัทฯ จัดกิจกรรม CSR ตามความต้องการ ของชุมชน	3.1.2 จัดอบรมให้ความรู้ในการดูแลสุขภาพแก่ชุมชน (ต่อ)					รวม	χ^2	P	
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด				
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)				
มากที่สุด	2 (6.5)	2 (2.8)	3 (4.0)	38 (5.6)	12 (21.1)	25 (6.6)			
รวม	31 (100)	72 (100)	75 (100)	143 (100)	57 (100)	378 (100)			
	3.1.3 ส่งเสริมและพัฒนาทักษะอาชีพให้แก่ชุมชน					รวม	χ^2	P	
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด				
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)				
น้อยที่สุด	6 (18.8)	10 (14.5)	6 (8.5)	46 (30.7)	11 (19.6)	84 (22.2)	7.09	0.01*	
น้อย	8 (25.0)	30 (43.5)	12 (16.9)	7 (4.7)	7 (12.5)	73 (19.3)			
ปานกลาง	8 (25.0)	17 (24.6)	28 (39.4)	23 (15.3)	12 (21.4)	84 (22.2)			
มาก	9 (28.1)	12 (17.4)	20 (28.2)	65 (43.3)	12 (21.4)	112 (29.2)			
มากที่สุด	7 (3.1)	0 (0.0)	5 (7.0)	9 (6.0)	14 (25.0)	25 (6.6)			
รวม	32 (100)	69 (100)	71 (100)	150 (100)	56 (100)	378 (100)			
	3.1.4 สร้างงาน/สร้างอาชีพให้แก่คนในชุมชน					รวม	χ^2	P	
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด				
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)				
น้อยที่สุด	8 (15.7)	8 (14.5)	4 (6.7)	30 (24.6)	29 (32.2)	84 (22.2)	90.1	0.00*	
น้อย	15 (29.4)	22 (40.0)	10 (16.7)	8 (6.6)	9 (10.0)	73 (19.3)			

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

ประเด็นความคิดเห็นต่อ การรับรู้ด้าน CSR	ด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิต					ความสัมพันธ์		
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	χ^2	P
2) ชุมชนมีความคาดหวังให้ บริษัทฯ จัดกิจกรรม CSR ตามความต้องการ ของชุมชน	3.1.4 สร้างงาน/สร้างอาชีพให้แก่คนในชุมชน (ต่อ)							
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ปานกลาง	13 (25.5)	11 (20.0)	25 (41.7)	27 (22.1)	12 (13.3)	84 (22.2)		
มาก	12 (23.5)	14 (25.5)	16 (26.7)	53 (43.4)	23 (25.6)	112 (29.2)		
มากที่สุด	3 (5.9)	0 (0.00)	5 (8.3)	4 (3.3)	17 (18.9)	25 (6.6)		
รวม	51 (100)	55 (100)	60 (100)	122 (100)	90 (100)	378 (100)		

จากตารางที่ 4.17 พบว่า การรับรู้ของชุมชนในประเด็น 2) ชุมชนมีความคาดหวังให้บริษัทฯ จัดกิจกรรม CSR ตามความต้องการของชุมชน กับประเด็นความต้องการด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิต มีความสัมพันธ์กับ “การจัดบริการด้านสุขภาพให้แก่ชุมชนที่ได้รับผลกระทบ” “สร้างงาน/สร้างอาชีพให้แก่คนในชุมชน” และ “การจัดกิจกรรมส่งเสริมและพัฒนาทักษะการประกอบอาชีพให้แก่ชุมชน” อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.18 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ของชุมชนที่มีต่อการจัดกิจกรรม CSR

ในประเด็นเรื่อง “ชุมชนมีความคาดหวังให้บริษัทฯจัดกิจกรรม CSR ตามความต้องการของชุมชน” กับความต้องการที่ชุมชนคาดหวังจากบริษัทฯในประเด็นความต้องการ “ด้านการสนับสนุนชุมชน”

ประเด็นความคิดเห็นต่อการรับรู้ด้าน CSR	ความต้องการด้านการสนับสนุนชุมชน					ความสัมพันธ์		
2) ชุมชนคาดหวังให้บริษัทฯ จัดกิจกรรม CSR ตามความต้องการของชุมชน	3.2.1 สนับสนุนการจัดตั้งกองทุนในชุมชน							
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	χ^2	P
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
น้อยที่สุด	12 (21.1)	4 (6.5)	1 (1.9)	29 (23.6)	33 (40.2)	84 (22.2)	10.1	0.00*
น้อย	18 (31.6)	24 (38.7)	7 (13.0)	8 (6.5)	7 (8.5)	73 (19.3)		
ปานกลาง	9 (15.8)	14 (22.6)	15 (27.8)	32 (26.0)	13 (15.9)	84 (22.2)		
มาก	15 (26.3)	10 (16.1)	27 (50.0)	48 (39.0)	14 (17.1)	112 (29.2)		
มากที่สุด	3 (5.3)	0 (0.0)	4 (7.4)	6 (4.9)	15 (18.3)	25 (6.6)		
รวม	57 (100)	62 (100)	54 (100)	123 (100)	82 (100)	378 (100)		
	3.2.2 นำวัสดุเหลือใช้จากบริษัทฯมาสร้างประโยชน์ในชุมชน							
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	χ^2	P
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
น้อยที่สุด	6 (14.0)	11 (15.7)	16 (18.8)	34 (26.6)	12 (23.1)	84 (22.2)	65.4	0.00*
น้อย	13 (30.2)	25 (35.7)	13 (15.3)	8 (6.3)	5 (9.6)	73 (19.3)		
ปานกลาง	8 (18.6)	20 (28.6)	20 (23.5)	29 (22.7)	11 (21.2)	84 (22.2)		
มาก	12 (27.9)	14 (20.0)	29 (34.1)	51 (39.8)	12 (23.1)	112 (29.2)		

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

ประเด็นความคิดเห็นต่อ การรับรู้ด้าน CSR	ความต้องการด้านการสนับสนุนชุมชน					ความสัมพันธ			
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	χ^2	P	
2) ชุมชนคาดหวังให้ บริษัทฯ จัดกิจกรรม CSR ตามความต้องการ ของชุมชน	3.2.2 นำวัสดุเหลือใช้จากบริษัทฯ มาสร้างประโยชน์ ในชุมชน (ต่อ)								
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)				
มากที่สุด	4 (9.3)	0 (0.0)	7 (8.2)	6 (4.7)	12 (23.1)	25 (6.6)			
รวม	43 (100)	70 (100)	85 (100)	128 (100)	52 (100)	378 (100)			
	3.2.3 จัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสามัคคีในชุมชน								
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	รวม	χ^2	P	
น้อยที่สุด	11 (28.9)	6 (10.0)	1 (1.3)	46 (33.3)	15 (22.7)	84 (22.2)	6.53	0.01*	
น้อย	13 (34.2)	24 (40.0)	13 (17.1)	7 (5.1)	7 (10.6)	73 (19.3)			
ปานกลาง	7 (18.4)	19 (31.7)	24 (31.6)	22 (15.9)	16 (24.2)	84 (22.2)			
มาก	5 (13.2)	10 (16.7)	34 (44.7)	58 (42.0)	11 (16.7)	112 (29.2)			
มากที่สุด	2 (5.3)	1 (1.7)	4 (5.3)	5 (3.6)	17 (25.8)	25 (6.6)			
รวม	38 (100)	60 (100)	76 (100)	138 (100)	66 (100)	378 (100)			
	3.2.4 จัดกิจกรรมคืนกำไรให้สังคม								
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	รวม	χ^2	P	
น้อยที่สุด	9 (18.4)	8 (15.1)	3 (3.8)	40 (32.5)	19 (25.7)	84 (22.2)	135.8	0.00*	
น้อย	13 (26.5)	25 (47.2)	11 (13.9)	7 (5.7)	8 (10.8)	73 (19.3)			

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

ประเด็นความคิดเห็นต่อ การรับรู้ด้าน CSR	ความต้องการด้านการสนับสนุนชุมชน					ความสัมพันธ์		
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	χ^2	P
2) ชุมชนคาดหวังให้ บริษัทฯ จัดกิจกรรม CSR ตามความต้องการ ของชุมชน	3.2.4 จัดกิจกรรมคืนกำไรให้สังคม (ต่อ)							
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ปานกลาง	10 (20.4)	9 (17.0)	32 (40.5)	21 (17.1)	16 (21.6)	84 (22.2)		
มาก	15 (30.6)	11 (20.8)	30 (38.0)	51 (41.5)	11 (14.9)	112 (29.2)		
มากที่สุด	2 (4.1)	0 (0.00)	3 (3.8)	4 (3.3)	20 (27.0)	25 (6.6)		
รวม	49 (100)	53 (100)	79 (100)	123 (100)	74 (100)	378 (100)		

จากตารางที่ 4.18 พบว่า การรับรู้ของชุมชนที่มีต่อการจัดกิจกรรม CSR (ในหัวข้อชุมชนคาดหวังให้บริษัทฯ จัดกิจกรรม CSR ตามความต้องการของชุมชน) กับประเด็นความต้องการด้านการสนับสนุนชุมชน มีความสัมพันธ์กับ “ความต้องการด้านสนับสนุนการจัดตั้งกองทุนในชุมชน” “นำวัสดุเหลือใช้จากบริษัทฯ มาสร้างประโยชน์ในชุมชน” “จัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสามัคคีในชุมชน เช่น ฝ่าป่าสามัคคี กิจกรรมพัฒนาชุมชนต่างๆ ฯลฯ” และ “การจัดกิจกรรมคืนกำไรให้สังคม” อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.19 สรุปประเด็นปัญหา ความต้องการและช่องว่างระหว่างบริษัทฯ กับชุมชน

ประเด็น	ลักษณะปัญหา		การดำเนินงาน ของบริษัทฯ	ช่องว่าง	ความต้องการ ของชุมชนฯ	ข้อเสนอแนะ
	ข้อมูลจากการสัมภาษณ์	ข้อมูลจากแบบสอบถาม				
1. ปัญหาเรื่องกลิ่น	ปัจจุบันปัญหาที่พบมากที่สุดคือปัญหาเรื่องกลิ่น ซึ่งมักจะมาเป็นช่วงเวลา ช่วงที่กลิ่นหนักๆ จะเป็นช่วงเวลากลางคืนหรือเช้ามืด และชุมชนรู้สึกหงุดหงิดรำคาญใจเมื่อได้รับสัมผัสกลิ่น	พบว่าปัญหาด้านกลิ่น เป็นปัญหาสิ่งแวดล้อมที่พบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.6 และเมื่อพิจารณาผลกระทบสิ่งแวดล้อมในปัจจุบัน ก็พบว่าได้รับผลกระทบด้านกลิ่นมากที่สุดเช่นกัน คิดเป็นร้อยละ 56.6	1. เมื่อปี 2558 หรือสองปีที่ผ่านมาทางบริษัทฯ ได้ดำเนินการแก้ไขปัญหาดังกล่าว และได้เชิญผู้นำชุมชน/ตัวแทนบริษัทที่อาศัยอยู่บริเวณโดยรอบเข้ามาร่วมรับฟังคำชี้แจง 2. ทดสอบกลิ่นพิกัดโดยรอบ 3. นำเทคโนโลยี OZONE มาใช้บำบัดกลิ่น 4. จัดตั้งกลุ่มไลน์ของบริษัทฯ ขึ้น เพื่อให้	1. ขาดการสื่อสารกับชุมชน โดยรอบ เนื่องจากชุมชนยังไม่เข้าใจถึงจุดประสงค์ของกิจกรรมและวิธีการแก้ปัญหาต่างๆ ของบริษัทฯ ในปัจจุบัน 2. ชุมชนไม่ได้รับรู้และไม่เข้าใจถึงการดำเนินการแก้ไขปัญหาระหว่างที่ผ่านมาของบริษัทฯ เพราะแม้แต่บริษัทข้างเคียงซึ่งเป็นกลุ่มที่เข้าใจระบบการบำบัดก็ยังไม่เข้าใจถึง	1. ดูแลตรวจสอบระบบบำบัดกลิ่น/ควบคุมระบบบำบัดอากาศที่มีอยู่ในปัจจุบันให้มีประสิทธิภาพไว้อย่างต่อเนื่อง ตลอดจนบริษัทฯ เอาใจใส่ชุมชนรอบข้างอย่างสม่ำเสมอ 2. อยากให้บริษัทฯ ช่วยเข้าร่วมรับผิดชอบดูแลชุมชนและสุขภาพของคนในชุมชนบ้าง 3. มีการสื่อสารให้ชุมชนได้รับรู้ข้อมูล	1. ผลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจะเห็นว่าสิ่งที่ชุมชนเรียกร้องไม่ใช่ปัจจัยเรื่องเงิน แต่เป็นเรื่องที่บริษัทฯ จะต้องเข้าใจและเข้าหาชุมชนมากขึ้น 2. CSR จะช่วยเติมเต็มช่องว่างและเป็นส่วนหนึ่งในการแก้ไขปัญหาระหว่างที่นอกเหนือไปจากเทคโนโลยีการบำบัดเพราะปัญหากลิ่นนั้นก่อให้เกิดความรำคาญโดยตรง

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

ประเด็น	ลักษณะปัญหา		การดำเนินงาน ของบริษัทฯ	ช่องว่าง	ความต้องการ ของชุมชนฯ	ข้อเสนอแนะ
	ข้อมูลจากการสัมภาษณ์	ข้อมูลจากแบบสอบถาม				
1. ปัญหาเรื่องกลิ่น (ต่อ)	มีการร้องเรียนผ่านทาง เทศบาลให้ดำเนินการ จัดการและแก้ปัญหา เรื่องกลิ่นอยู่บ่อยครั้ง และทุกครั้งของการ ร้องเรียนจะมีความ ต้องการให้แก้ไขอย่าง ด่วนที่สุด และสิ่งที่ ชุมชนต้องการมากที่สุด คือ การจัดการเรื่อง กลิ่นอย่างจริงจัง และ บริษัทฯ เข้ามามี ส่วนร่วมกับชุมชน อย่างต่อเนื่อง	เมื่อพิจารณาถึงวิธีการ แก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม ที่ท่านคิดว่าได้ผลดีที่สุด พบว่าส่วนใหญ่ตอบว่า มีระบบการดูแลและ จัดการสิ่งแวดล้อมที่มี ประสิทธิภาพ คิดเป็น ร้อยละ 41.5 รองลงมา ได้แก่ จัดกิจกรรม เพื่อคืนประโยชน์ ให้สังคม คิดเป็นร้อยละ 25.9	ผู้ที่ได้รับผลกระทบ สามารถแจ้งผ่านทาง ระบบไลน์ได้โดยตรง 5. ทุกๆ ปีบริษัทฯ ก็จะ เข้าไปสอบถามความพึง พอใจและความรุนแรง ของปัญหา เรื่อง กลิ่นกับบริษัทข้างเคียง เพื่อนำเสียงสะท้อน กลับไปปรับปรุงระบบ	พุดถึงปัญหาเรื่องกลิ่น และการพัฒนาระบบ การบำบัดอยู่เสมอ 3. ระยะเวลาในการ แก้ไขปัญหาอาจ ต้องใช้เวลานาน พอสมควรใน ระหว่างนี้อาจก่อ ให้เกิดกรณีพิพาท หรือข้อร้องเรียน ต่างๆ ได้	ข่าวสารของบริษัท อย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะการดูแล ตรวจสอบระบบ การทำงานของ เครื่องบำบัดกลิ่น ในปัจจุบันให้มี ประสิทธิภาพ เพื่อลด ความกังวลให้แก่ ชุมชน โดยรอบและ สร้างความมั่นใจ ต่อการจัดการปัญหา ทางสิ่งแวดล้อมที่จะ ไม่ส่งผลกระทบต่อ ชุมชนในอนาคต	ซึ่งอาจสะสมมากขึ้น เรื่อยๆ จนก่อให้เกิด ปัญหาในระยะยาวได้ 3. บริษัทฯ ควรมีการ ประชาสัมพันธ์และ สื่อสารให้ชุมชน ได้รับรู้ต่อการจัดการ ปัญหาและ CSR อย่างต่อเนื่อง 4. เน้นการมีส่วนร่วม กับชุมชนในพื้นที่ โดยการการรับฟัง ปัญหาจากชุมชน เพื่อให้เกิดการ มีส่วนร่วมในการ แก้ไขปัญหา 5. การจัดกิจกรรมตาม

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

ประเด็น	ลักษณะปัญหา		การดำเนินงาน ของบริษัทฯ	ช่องว่าง	ความต้องการ ของชุมชนฯ	ข้อเสนอแนะ
	ข้อมูลจากการสัมภาษณ์	ข้อมูลจากแบบสอบถาม				
1.ปัญหาเรื่องกลิ่น (ต่อ)	พนักงานบริษัท ข้างเคียงยังมีการแจ้งถึง ผลกระทบเรื่องกลิ่น กับ จป.ประจำบริษัท อยู่ตลอด					ความต้องการของ ชุมชนจะเป็นส่วนที่ เสริมสร้างความ สัมพันธ์ที่ดีให้กับ บริษัทฯ และชุมชน
2.การทำกิจกรรมร่วมกับ ชุมชน	1.ตัวแทนจากชุมชน : พบว่า ส่วนใหญ่ไม่ ทราบว่าบริษัทฯมีการ จัดกิจกรรมดังกล่าว และไม่เคยพบเห็น บริษัทฯเข้ามามีส่วน ร่วมกับชุมชนของตน เลย แต่บางชุมชนก็มี การรับรู้และพึงพอใจ กับกิจกรรมที่ผ่านมา ของบริษัทฯ เช่น การ สอนทำ EM ใน	เมื่อพิจารณาถึงการ แสดงออกถึงความ รับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัท พบว่า ส่วนใหญ่ตอบไม่เคย คิดเป็นร้อยละ 53.2 และเมื่อพิจารณา ประเด็นการรับรู้ของ ชุมชนที่มีต่อการจัด กิจกรรมการแสดง ความรับผิดชอบต่อ สังคม(CSR)ของ	1.บริษัท ฯได้มีการ ดำเนินงานหรือจัด กิจกรรมโครงการ CSR มาอย่างต่อเนื่อง โดยมีวัตถุประสงค์ หลักเพื่อสร้าง ความสัมพันธ์ระหว่าง บริษัทและชุมชนให้ อยู่ด้วยกันอย่างยั่งยืน ด้วยหลัก CSR and Sustainability เช่น โครงการธนาคารขยะ	1.บริษัทฯมี แนวนโยบายที่ไม่ได้ เจาะจงเพียงชุมชนที่ ได้รับผลกระทบ หรือ ยังขาดการคำนึงถึง กลุ่มผู้ได้รับ ผลกระทบโดยตรง 2.บริษัทฯมีข้อจำกัด ในเรื่องของการไม่ สามารถลงไป สอบถามปัญหา/ความ	1.ต้องการให้บริษัทฯ เข้ามามีส่วนร่วมกับ ชุมชน ให้มีการพูดคุย การรับฟังข้อคิดเห็น จากชุมชน และการ เข้าถึงชุมชน โดยแก่น แท้อย่างต่อเนื่อง ไม่ใช่มารุ่หาๆหรือ มาเฉพาะช่วงที่ ต้องการจะจัดกิจกรรม เท่านั้น 2.ต้องการให้บริษัทฯ	1.กิจกรรม CSR ที่ แท้จริงมิใช่กิจกรรม อะไรก็ได้ แต่ควรเป็น กิจกรรมที่จะสามารถ ตอบสนองต่อความ ต้องการของกลุ่ม ชุมชนที่ได้รับ ผลกระทบจากการ ประกอบกิจการของ บริษัทฯได้ เพื่อ ชดเชย/คืนความสุข ให้แก่ชุมชนโดยรอบ

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

ประเด็น	ลักษณะปัญหา		การดำเนินงาน ของบริษัทฯ	ช่องว่าง	ความต้องการ ของชุมชนฯ	ข้อเสนอแนะ
	ข้อมูลจากการสัมภาษณ์	ข้อมูลจากแบบสอบถาม				
2.การทำกิจกรรมร่วมกับ ชุมชน (ต่อ)	หมู่บ้านสันปูเลย เป็น ต้น แต่ก็มีความเห็นว่า อยากให้บริษัทฯ ดำเนินกิจกรรมต่างๆ อย่างต่อเนื่อง	บริษัทฯ พบว่า มี ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.65 ซึ่งจัดอยู่ใน เกณฑ์คะแนนระดับ ของการรับรู้ “ระดับ ปานกลาง”	ลดภาวะโลกร้อน โครงการรับบริจาค อคูมิเนียมเพื่อส่งมอบ ทำขาเทียมให้ผู้พิการ เป็นต้น 2.ความพร้อมของ บริษัทฯ ในการ สนับสนุนกิจกรรม CSR นั้น ตัวแทน บริษัทฯ กล่าวว่า ใน ส่วนของความพร้อม ต่อการสนับสนุน กิจกรรม CSR นั้น (ต่อ)	เดือนร้อนหรือลงไป พูดคุยกับชุมชนได้ อย่างทั่วถึงทุกกลุ่ม ครัวเรือน จึงทำให้ เป็นอุปสรรคต่อการ สื่อสารและสอบถาม ปัญหา/ความต้องการ ของชุมชน	เข้ามาจัดกิจกรรมรับ ฟังความคิดเห็นของ ชุมชน เช่น เข้ามารับ ฟังและแก้ปัญหา ร่วมกับชุมชน ตลอดจนให้ความ ร่วมมือกับกิจกรรม ต่างๆของชุมชน หรือ ภาษาชาวบ้าน เรียกว่า “การซื้อใจชาวบ้าน”	2.ก่อนบริษัทฯจะลง ไปทำกิจกรรมกับ ชุมชน สิ่งหนึ่งที่มี ความสำคัญคือค้นหา ความต้องการที่แท้จริง ของชุมชนผู้ที่ได้รับ ผลกระทบเรื่องกลิ่น ซึ่งจากความสัมพันธ์ที่ ผู้ศึกษาได้ประมวผล จากงานวิจัย พบว่า ผู้ที่ รับรู้เรื่องกลิ่น มีความ ต้องการที่ นอกเหนือจากการ ดูแลระบบการจัดการ เรื่องกลิ่นอย่างมี ประสิทธิภาพแล้ว ชุมชนต้องการให้

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

ประเด็น	ลักษณะปัญหา		การดำเนินงาน ของบริษัทฯ	ช่องว่าง	ความต้องการ ของชุมชนฯ	ข้อเสนอแนะ
	ข้อมูลจากการสัมภาษณ์	ข้อมูลจากแบบสอบถาม				
2.การทำกิจกรรมร่วมกับ ชุมชน (ต่อ)						บริษัทฯเข้ามามีส่วน ร่วมกับชุมชนด้วย
	2.ตัวแทนบริษัทฯ: บริษัทฯมีการจัด กิจกรรม CSR อย่าง ต่อเนื่อง แต่กิจกรรม ส่วนใหญ่เป็นกิจกรรม ภายในองค์กร และ กลุ่มเป้าหมายยังไม่ได้ ชี้เฉพาะเจาะจงไปยัง กลุ่มผู้ได้รับ ผลกระทบ และ สำหรับอุปสรรคใน การดำเนินการอีก ประการหนึ่งคือ ชุมชนมีอาจรับรู้ในสิ่ง ที่บริษัทฯพยายามจะ	-	บริษัทฯเองเชื่อว่ามี มากพอที่จะสามารถ ตอบสนองต่อความ ต้องการของชุมชนได้ อย่างเหมาะสม แต่ อาจต้องอยู่ภายใต้ กรอบหรือขอบเขตที่ บริษัทฯกำหนด เช่น การสนับสนุนด้าน แหล่งเงินทุน อาจจะ ไม่ใช่แนวทางการ จัดทำ CSR ของบริษัท ฯ หากแต่อาจจะ พิจารณารับเรื่องที่ ชุมชนต้องการแล้ว	บริษัทฯไม่มีช่องใน การติดต่อสื่อสารกับ ชุมชน โดยตรง และ การกระจายข้อมูล ข่าวสารต่างๆไปยัง ชุมชนก็ยังไม่ทั่วถึง	3.กิจกรรม CSR ที่ บริษัทฯ ควรจะ พิจารณาถึงเป็นอันดับ แรก คือ การช่วยเหลือ หรือคืนประโยชน์ กลับมาสู่ชุมชนผู้ซึ่ง ได้รับผลกระทบทั้ง ทางตรงและทางอ้อม จากการประกอบ กิจการของบริษัทฯ โดยอาจหาข้อมูลจาก เสียงสะท้อนจาก ชุมชนหรือหน่วยงาน ของรัฐ อาทิ โรงเรียน ในชุมชน ว่าโรงเรียน	3.เปิดช่องทางให้ ชุมชนและบริษัทฯ สามารถสื่อสารกันได้ ง่ายขึ้น เช่น จัดเวที ประชาคมขึ้น เป็นต้น 4.เข้าร่วมกิจกรรม/ ประเพณีท้องถิ่นกับ ชุมชน และจัด กิจกรรมที่มีประโยชน์ ให้กับชุมชนเพื่อ เสริมสร้าง ความสัมพันธ์ที่ดี ให้กับบริษัทฯและ ชุมชน

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

ประเด็น	ลักษณะปัญหา		การดำเนินงาน ของบริษัทฯ	ช่องว่าง	ความต้องการ ของชุมชนฯ	ข้อเสนอแนะ
	ข้อมูลจากการสัมภาษณ์	ข้อมูลจากแบบสอบถาม				
2.การทำกิจกรรมร่วมกับ ชุมชน (ต่อ)	ทำหรือได้ดำเนินการ แก้ไข/ปรับปรุงไป แล้ว เนื่องจากมี ข้อจำกัดในเรื่องของ การที่บริษัทไม่ สามารถจะลงไป สอบถามหรือลงไป พูดคุยกับชุมชนได้ทั่ว ทุกครัวเรือน ส่วน ใหญ่แล้วก็จะเข้าไป สอบถามหรือตอบข้อ สงสัยผ่านทาง ผู้ใหญ่บ้านเท่านั้น		นำไปประยุกต์ให้เข้า กับแนวนโยบายของ บริษัทฯเพื่อให้เกิด ประโยชน์สูงสุดกับ ทุกฝ่าย เพราะ วัตถุประสงค์หลักของ การทำ CSR ของ บริษัทฯ คือการสร้าง ความสัมพันธ์ระหว่าง บริษัทและชุมชนให้ อยู่ด้วยกันอย่างยั่งยืน		มีความต้องการหรือ ประสงค์สิ่งใดหรือ ในบางชุมชนอาจมี ความต้องการอื่นที่ สำคัญกว่า ซึ่งแต่ละ ชุมชนนั้นก็จะมี ความต้องการที่แตกต่าง กันไป 4.บริษัทฯควรจะเข้า มาพูดคุยกับชุมชน บ้าง เพื่อร่วม ปรึกษาหารือ ร่วม รับผิดชอบหรือเข้ามา มีส่วนร่วมกับ กิจกรรมของชุมชน อย่างต่อเนื่อง อย่า มาๆหายๆ	

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

ประเด็น	ลักษณะปัญหา		การดำเนินงาน ของบริษัทฯ	ช่องว่าง	ความต้องการ ของชุมชนฯ	ข้อเสนอแนะ
	ข้อมูลจากการสัมภาษณ์	ข้อมูลจากแบบสอบถาม				
3.การรับรู้ของชุมชน	1.จากการสัมภาษณ์ ชุมชนส่วนใหญ่ กล่าว ว่า ไม่รับรู้และไม่ ทราบถึงการทำ กิจกรรม CSR หรือ กิจกรรมใดๆร่วมกับ ชุมชนเลย	เมื่อพิจารณาถึงช่อง ทางการได้รับข้อมูล ข่าวสารของบริษัทฯ พบว่า ชุมชนส่วน ใหญ่ ไม่เคยได้รับ ข้อมูลข่าวสาร คิดเป็น ร้อยละ 51.6 เมื่อ	บริษัทฯมักจะแจ้ง ข้อมูลข่าวสารผ่าน ทางผู้ใหญ่บ้าน โดยตรง ส่วนบริษัท หรือสถาน ประกอบการข้างเคียง จะใช้ไลน์กลุ่มเป็น	ในส่วนของภาค ประชาชนนั้นยัง ไม่มี ช่องทางการสื่อสารที่ ชัดเจนและต่อเนื่อง ส่งผลให้การรับรู้ ข้อมูลข่าวสารและการ ชี้แจงผลกระทบ/หรือ	1.ทางบริษัทฯควรจะ เข้ามาพูดคุยกับชุมชน บ้าง เพื่อร่วม ปรึกษาหารือ ร่วม รับผิดชอบหรือเข้ามา มีส่วนร่วมกับชุมชน อย่างน้อยก็เพื่อสร้าง	1.สร้างช่องทางให้ บริษัทฯและชุมชน สามารถติดต่อสื่อสาร กันได้โดยตรง เช่น กรณีเกิดปัญหาที่ เกี่ยวกับบริษัทฯ สามารถแจ้งได้ทันที
	2.ชุมชนแห่งหนึ่งใน พื้นที่กล่าวว่าชุมชนยัง ไม่เคยได้รับความ ร่วมมือหรือสนับสนุน ใดๆจากบริษัทฯเลย ทั้งๆที่เป็นพื้นที่ที่ ได้รับผลกระทบจาก คลื่นโดยตรง และชุมชนอีกแห่ง หนึ่ง กล่าวว่าชาวบ้าน	พิจารณาถึงการได้ ทราบข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับการจัด กิจกรรม CSR ของ บริษัทฯ เช่น การแจก ผ้าห่ม แจกอุปกรณ์ กีฬา หรือกิจกรรม อื่นๆ พบว่าส่วนใหญ่ ไม่เคยรับรู้ คิดเป็น ร้อยละ 72.0 และเมื่อ	ช่องทางในการ ติดต่อสื่อสารระหว่าง กัน แต่ก็ยังไม่สามารถ ตอบสนองต่อปัญหา ได้เท่าที่ควร	แนวทางการแก้ไข ปัญหาต่างๆอาจมี ความคลาดเคลื่อน และยังไม่ครอบคลุม ทั่วถึงทุกกลุ่มของ ประชาชนผู้ได้รับ ผลกระทบ	ความสัมพันธ์ที่ดีกับ ชุมชน 2.อยากให้บริษัทฯ แสดงให้ชุมชนได้เห็น ถึงความพยายามที่จะ รับผิดชอบต่อสังคม แล้วชุมชนก็จะ สามารถยอมรับกับ ปัญหาด้านอื่นๆได้ โดยอาศัยความเห็นอก	และบริษัทฯก็สามารถ ตอบสนองต่อปัญหา ได้อย่างทันถ่วงที 2.บริษัทฯควรเข้ามา ร่วมกับกิจกรรมของ ชุมชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ชุมชนรู้สึกว่ บริษัทฯเป็นส่วนหนึ่ง ของชุมชน มีความ เข้าใจชุมชนและ

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

ประเด็น	ลักษณะปัญหา		การดำเนินงาน ของบริษัทฯ	ช่องว่าง	ความต้องการ ของชุมชนฯ	ข้อเสนอแนะ
	ข้อมูลจากการสัมภาษณ์	ข้อมูลจากแบบสอบถาม				
3.การรับรู้ของชุมชน (ต่อ)	บางส่วนเท่านั้นที่ ได้รับผลกระทบเรื่อง กลิ่นและมักจะมีการ ร้องเรียนไปยัง บริษัทฯ อยู่บ่อยครั้ง ซึ่งชาวบ้านกลุ่มนี้ก็ยังมี ประสบปัญหาเหมือน เช่นเคยและก็ยังไม่มีพบ การช่วยเหลือใดๆจาก บริษัทฯ	พิจารณาถึงการได้ เข้าร่วมหรือได้รับ ประโยชน์จากการจัด กิจกรรมการแสดง ความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัทฯ พบว่า ส่วนใหญ่ไม่เคยเข้า ร่วม คิดเป็นร้อยละ 70.9			เห็นใจซึ่งกันและกัน เพราะโดยพื้นฐานของ ชุมชนแล้วไม่ได้ ต้องการเอาชนะหรือ ต่อสู้หรือแข่งขันกับ บริษัทฯ เพียงแค่ ต้องการความเข้าใจซึ่ง กันและกันบ้างเท่านั้น	พร้อมจะเปิดรับฟัง ความคิดเห็นต่างๆจาก ชุมชน เพื่อให้ทั้ง บริษัทฯ และชุมชน ไว้ใจกัน อันจะ นำไปสู่การเปิดใจ ยอมรับและช่วยเหลือ ซึ่งกันและกัน

ตอนที่ 4 แนวทางการจัดกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน

จากข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ด้านสิ่งแวดล้อมและการรับรู้ของชุมชนที่มีต่อการจัดกิจกรรม CSR กับความต้องการของชุมชน จะเห็นได้ว่าความต้องการของชุมชนที่มีความสอดคล้องกันมีทั้งหมด 9 ประเด็น คือ

- 4.1 ความต้องการในด้านคุณภาพชีวิต ในประเด็นการจัดบริการด้านสุขภาพให้แก่ชุมชนที่ได้รับผลกระทบ
- 4.2 ความต้องการในด้านคุณภาพชีวิต ในประเด็นการสร้างงาน/สร้างอาชีพให้แก่คนในชุมชน
- 4.3 ความต้องการในด้านคุณภาพชีวิต ในประเด็นการจัดกิจกรรมส่งเสริมและพัฒนาทักษะการประกอบอาชีพให้แก่ชุมชน
- 4.4 ความต้องการในด้านการสนับสนุนชุมชน ในประเด็นการสนับสนุนการจัดตั้งกองทุนในชุมชนเพื่อใช้เป็นเงินหมุนเวียนใช้ในชุมชน
- 4.5 ความต้องการในด้านการสนับสนุนชุมชน ในประเด็นการจัดกิจกรรมคืนกำไรให้สังคม เช่น บริจาคเงินให้ผู้ยากไร้ ให้ทุนการศึกษาบุตรหลานของคนในชุมชน ฯลฯ
- 4.6 ความต้องการในด้านการสนับสนุนชุมชน ในประเด็นความต้องการให้มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ในราคาถูกลงกว่าท้องตลาดหรือนำวัสดุเหลือใช้จากบริษัทฯ มาสร้างประโยชน์ในชุมชน”
- 7.7 ความต้องการในด้านการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อม ในประเด็นจัดตั้งศูนย์เตือนภัย/ศูนย์ร้องทุกข์ที่ประชาชนสามารถเข้าถึงได้
- 7.8 ความต้องการในด้านการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อม ในประเด็นความต้องการให้มีการรายงานผลข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทฯ ให้ชุมชนได้ทราบเสมอ
- 7.9 ความต้องการในด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชน ในประเด็นความต้องการให้บริษัทฯ เข้ามามีส่วนร่วมกับชุมชนอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะและแนวทาง

จากผลการศึกษาผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะและแนวทางเพื่อให้บริษัทฯ นำไปพิจารณาหรือพัฒนาต่อยอดการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ของบริษัทฯ เพื่อให้สอดคล้องตามความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง ทั้งนี้ทางผู้ศึกษาเป็นเพียงสื่อกลางให้บริษัทฯ และชุมชนได้เห็นถึงปัญหาและความต้องการของซึ่งกันและกันเท่านั้น เพื่อให้ชุมชนและบริษัทฯ สามารถอยู่ร่วมกันได้โดยปราศจากความขัดแย้งบนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อและเอื้อเพื่อประโยชน์ต่อกัน ดังนั้นผู้ศึกษาจึงขอเสนอแนะแนวทางตามข้อมูลที่ผู้ศึกษาได้รับทั้งจากเชิงปริมาณและคุณภาพจากงานวิจัยฉบับนี้ ดังต่อไปนี้

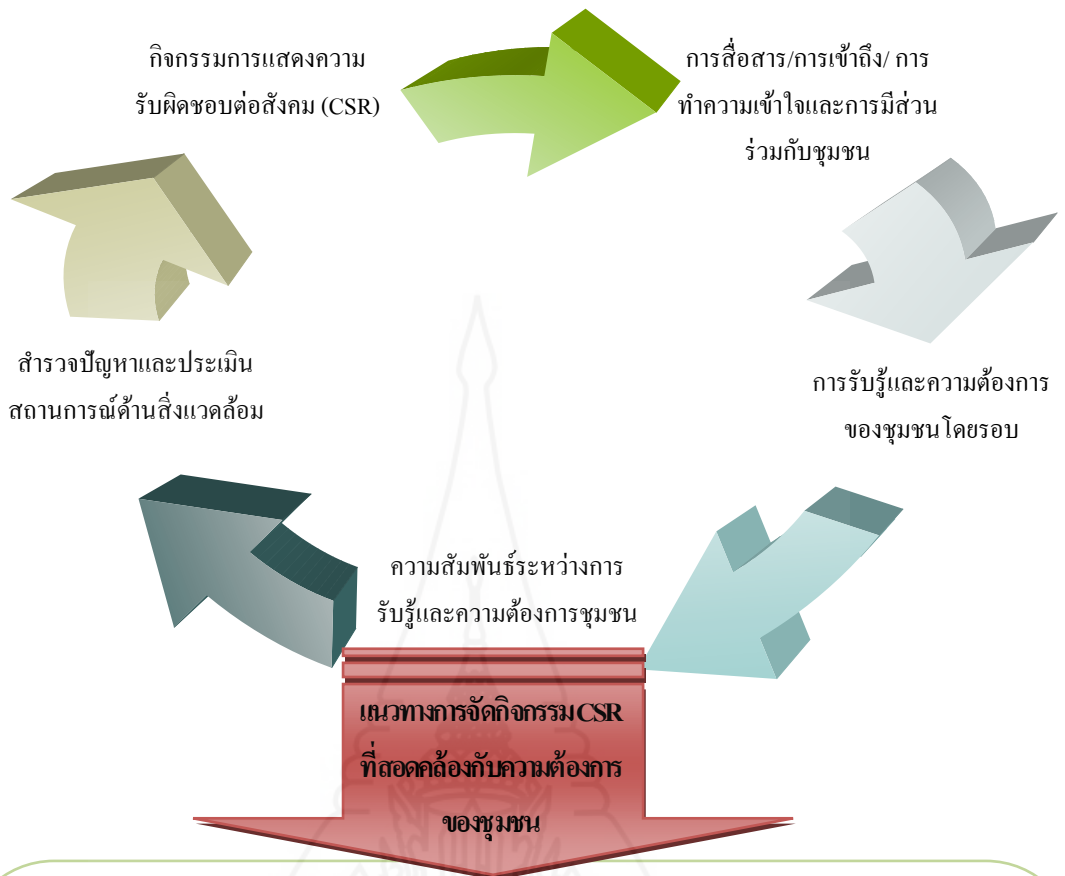
1. จากข้อมูลการศึกษาและจากการลงพื้นที่พูดคุยกับชุมชนจะพบว่าบริษัทฯ ยังไม่สามารถเข้าถึงชุมชนผู้ซึ่งได้รับผลกระทบได้อย่างทั่วถึง จึงอาจทำให้มีช่องว่างในการติดต่อสื่อสารหรือสร้างความเข้าใจอันดีต่อกัน ดังนั้นเบื้องต้นบริษัทฯ ควรเริ่มต้นจากการดำเนินการสำรวจชุมชนผู้ซึ่งคาดว่าจะได้รับผลกระทบจากการประกอบกิจการของบริษัทฯ อย่างทั่วถึง ตลอดจนเข้าไปพูดคุยทำความเข้าใจกับชุมชนและผู้ที่มีการร้องเรียนเข้ามาเป็นประจำ เพื่อแสดงให้เห็นถึงความจริงใจและการไม่ละเลยต่อความรับผิดชอบต่อบริษัทฯ การพร้อมเปิดใจรับฟังความคิดเห็นของชุมชนข้างเคียงเพื่อหาทางออกร่วมกันอย่างสันติ เพราะจากการที่ผู้ศึกษาเข้าไปพูดคุยกับชุมชน ทั้งชุมชนที่ได้รับผลกระทบและชุมชนข้างเคียงที่ไม่ได้รับผลกระทบโดยตรง ชุมชนจะให้ความเห็นไปในทิศทางเดียวกันคือ หากบริษัทฯ เข้ามามีส่วนร่วมหรือร่วมเป็นส่วนหนึ่งกับชุมชนบ้าง หรือทำกิจกรรมร่วมกับชุมชนและให้การช่วยเหลือสนับสนุนกับชุมชนอย่างต่อเนื่อง ชุมชนก็จะเกิดความอุ่นใจและรู้สึกเป็นมิตรกับบริษัทฯ มากขึ้น เพราะนั่นแสดงให้เห็นว่าบริษัทฯ ไม่ได้ทอดทิ้งชุมชนหรือละเลยต่อปัญหาใดๆ ที่เกิดขึ้น และการช่วยเหลือในความหมายของชุมชนนั้นก็มิใช่การช่วยเหลือที่อยู่ในรูปของตัวเงินเสมอไป แต่อาจอยู่ในรูปของการเอื้อเฟื้อแรงงาน (พนักงาน) ในการพัฒนาหมู่บ้าน/สร้างฝาย หรือการนำขยะรีไซเคิลในบริษัทมาจัดทำผ้าป่าขยะให้ชุมชนปีละ 1 ครั้ง เป็นต้น

2. จากข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ด้านสิ่งแวดล้อมและการรับรู้ของชุมชนที่มีต่อการจัดกิจกรรม CSR กับความต้องการของชุมชน ทั้งหมด 9 ประเด็น พิจารณาผนวกกับข้อมูลจากตาราง 4.19 (สรุปประเด็นปัญหา ความต้องการและช่องว่างระหว่างบริษัทฯ กับชุมชน) พบว่าแนวทางที่มีความเป็นไปได้สูง มีความจำเป็นและจำเป็นประโยชน์ในการเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบริษัทฯ และชุมชนนอกเหนือไปจากการปรับปรุงดูแลระบบการบำบัดกลิ่นให้มีประสิทธิภาพนั้นมี 2 แนวทาง คือ

- 2.1 การมีส่วนร่วมระหว่างบริษัทฯ และชุมชน โดยการ “จัดเวทีให้ชุมชนและบริษัทฯ ได้พูดคุยกัน” เพื่อให้บริษัทฯ เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน : จากผลการศึกษาจะเห็นว่าชุมชนและ

บริษัทฯ ยังมีช่องว่างในการติดต่อสื่อสารระหว่างกันมาก ซึ่งช่องว่างนี้อาจเป็นเหตุแห่งความขัดแย้งที่อาจจะเกิดขึ้นตามมาในอนาคต ดังนั้นผู้ศึกษาจึงเห็นว่าประเด็นนี้เป็นแนวทางที่ดีที่สุดที่จะทำให้บริษัทฯ และชุมชนได้มีโอกาสเปิดรับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกัน อีกทั้งยังเป็นช่องทางที่จะช่วยตอบประเด็นปัญหา ข้อสงสัย ข้อร้องเรียนต่างๆ ตลอดจนสามารถเสนอแนะแนวทางการแก้ไขหรือหาทางออกร่วมกันได้ บริษัทฯ สามารถใช้เวทีนี้ชี้แจงทำความเข้าใจกับชุมชนถึงปัญหาและแนวทางการแก้ไขที่บริษัทฯ ได้ดำเนินการไปแล้วหรือกำลังอยู่ในช่วงระหว่างการดำเนินการของบริษัทฯ เพื่อให้ชุมชนมั่นใจว่าบริษัทฯ มิได้ละเลยต่อปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น ซึ่งเวทีนี้บริษัทฯ จะต้องจัดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น ทุกๆ 3 เดือน หรือทุกๆ 6 เดือน เพื่อเปิดโอกาสในการสื่อสารให้กับชุมชนได้แสดงทัศนะ และร่วมกันตอบสนองต่อประเด็นปัญหาความเดือดร้อนต่างๆ ตลอดจนหาแนวทางแก้ไขร่วมกันอย่างสันติ อีกทั้งบริษัท ก็ยังสามารถใช้ช่องทางนี้รายงานผลการตรวจวัดทางสิ่งแวดล้อมหรือผลการปรับปรุงระบบการบำบัดกลิ่นต่างๆ เพื่อถ่ายทอดให้ชุมชนรับทราบและหากทุกคนสามารถอยู่ร่วมกันด้วยความเข้าใจ สิ่งที่มาตามก็คือการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน นำไปสู่การจัดกิจกรรม CSR ที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง

2.2 การสนับสนุนชุมชน โดย “ นำวัสดุเหลือใช้จากบริษัทฯ มาสร้างประโยชน์ให้กับชุมชน” : แนวทางนี้ก็เป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ผู้ศึกษาเห็นว่าน่าสนใจ เนื่องจากเป็นแนวทางที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยมากที่สุด อีกทั้งบริษัทฯ แทบจะไม่เสียอะไรเลย นอกจากสูญเสียผลพลอยได้บางส่วนจากการประกอบกิจการของบริษัทฯ เท่านั้น เช่น เศษวัตถุดิบ กล่องกระดาษ กล่องถัง ถังกระสอบที่ด้อยคุณภาพ ขวดหรือขยะรีไซเคิลต่างๆ ซึ่งเป็นผลพลอยได้ที่เกิดขึ้นจากกระบวนการของบริษัทฯ โดยนำผลพลอยได้เหล่านี้มามอบกลับคืนสู่ชุมชนหรือสร้างมูลค่าให้กับชุมชน โดยจัดทำโครงการทอดผ้าป่าขยะร่วมกับชุมชน อาจจัดขึ้นทุกๆ ปีๆ ละ 1 ครั้ง ผลที่ตามมาคือชุมชนมีเงินกองกลางหรือมีกองทุนประจำหมู่บ้านใช้เป็นเงินหมุนเวียนภายในชุมชน หรือชุมชนจะสามารถนำเงินนั้นไปใช้จ่ายบริหารจัดการให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อชุมชนของตน โดยเงินที่ได้จากการทอดผ้าป่าขยะนั้นจะเกิดขึ้นทุกๆ ปี ดังนั้นบริษัทฯ จะต้องคอยเป็นที่เลี้ยงควบคุมดูแลระบบการบริหารจัดการเงินในส่วนของกองทุนนี้ด้วย เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดและครอบคลุมทั่วถึงทุกกลุ่มคน อีกทั้งแนวทางนี้ยังจะก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีกับบริษัทฯ ในระยะยาวด้วย



1. สำรวจชุมชนผู้ซึ่งคาดว่าจะได้รับผลกระทบจากการประกอบกิจการจากบริษัทอย่างทั่วถึง
2. เข้าไปพูดคุยสอบถามปัญหา/ ร่วมกิจกรรมกับชุมชน(เข้าไปร่วมเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน) เพื่อให้เกิดสัมพันธ์ไมตรีที่ดีกับชุมชน
3. มีการติดต่อสื่อสารกับชุมชน/ประชาสัมพันธ์ ตลอดจนเปิดเผยให้ชุมชนได้รับรู้ข่าวสารของบริษัทอย่างต่อเนื่อง
4. ศึกษาพัฒนาและปรับปรุงวิธีการจัดการปัญหาเรื่องกลิ่นอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ระบบเสถียรและมีประสิทธิภาพสูงสุด
5. ตอบสนองความต้องการของชุมชนตามบริบทของแต่ละชุมชน โดยศึกษาและสำรวจจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพราะการศึกษาความต้องการของชุมชนนั้น จะทำให้บริษัทฯทราบความต้องการที่แท้จริงของชุมชน เพื่อนำไปใช้ประกอบการพิจารณาความเหมาะสมของการจัดกิจกรรม CSR ในอนาคต ตลอดจนมีการจัดลำดับความสำคัญของความต้องการทั้งในส่วนเนื้อหาของงานวิจัยฉบับนี้และประเด็นอื่นๆที่บริษัทต้องการพิจารณาเพิ่มเติม รวมไปถึงความพร้อมของบริษัทที่จะสามารถตอบสนองต่อความต้องการดังกล่าวด้วย

ภาพที่ 4.1 สรุปความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงกันของปัญหาและแนวทางการแก้ไข

บทที่ 5

สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เรื่อง การพัฒนาการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่สอดคล้องตามความต้องการของชุมชน กรณีศึกษา บริษัทผลิตอาหารสัตว์แห่งหนึ่งในจังหวัดลำพูน ด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เชิงลึก สามารถสรุปผลศึกษาได้ดังนี้

1. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1.1 ศึกษาปัญหาสิ่งแวดล้อมและกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทฯ

1.2 ศึกษาการรับรู้และความต้องการของชุมชนที่อาศัยอยู่บริเวณโดยรอบบริษัทฯ

1.3 ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ด้านสิ่งแวดล้อมและการรับรู้ด้านการจัดกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม(CSR) กับความต้องการของชุมชนที่อาศัยอยู่บริเวณโดยรอบบริษัทฯ

1.4 เสนอแนะแนวทางการจัดกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทฯ ที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง

2. วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ชุมชนที่อาศัยอยู่บริเวณโดยรอบบริษัทฯ ในรัศมี 2.5 กิโลเมตรและได้รับผลกระทบจากการประกอบกิจการของบริษัทฯ จำนวน 378 ครัวเรือน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและสัมภาษณ์เชิงลึกบางส่วนจากตัวแทนสถานประกอบการข้างเคียง/ตัวแทนหมู่บ้านแห่งละ 1 คน จำนวนทั้งหมด 9 คน และตัวแทนบริษัทฯ จำนวน 5 คน โดยทำการเลือกอย่างเจาะจง (Judgement sampling) ตามคุณสมบัติที่กำหนด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม (Questionnaires) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จัดทำขึ้นจากการลงพื้นที่สำรวจและพูดคุยกับชุมชน ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งอ้างอิงต่างๆ ในชุมชน เช่น ขอข้อมูลจากเทศบาล สอบถามจากผู้ใหญ่บ้าน แกนนำชุมชน อสม. เป็นต้น ตลอดจนศึกษาแนวคิดทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาประยุกต์ใช้และพัฒนาเป็นเครื่องมือที่เหมาะสมต่องานวิจัยฉบับนี้ โดยมีขั้นตอนพอสังเขปดังนี้ 1) กำหนด

กรอบแนวคิด ทฤษฎีและรูปแบบของเครื่องมือการวิจัย 2) ศึกษา/ลงพื้นที่สำรวจและเก็บรวบรวมข้อมูล 3) ระบุขอบเขตและประเด็นสำคัญของเครื่องมือ 4) ทบทวนและวิเคราะห์ความสมบูรณ์ของเนื้อหา 5) ทดสอบความตรงและความเที่ยงของเครื่องมือ โดยนำเครื่องมือที่สร้างขึ้นนำเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาตรวจสอบความตรงของเนื้อหาและทำการทดสอบหาความเที่ยงโดยนำไปทดลองใช้กับกลุ่มทดลอง (Try out) ได้แก่ ตัวแทน อสม. จำนวน 32 คน ผลของการทดสอบเท่ากับ 0.824 แสดงว่ามีค่าความเที่ยงอยู่ในระดับที่ยอมรับได้

เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกจากตัวแทนบริษัทฯ จำนวน 5 คนและตัวแทนจากภาคชุมชน จำนวนแห่งละ 1 คน และเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 378 ตัวอย่าง ได้รับแบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวน 378 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 และได้นำผลมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำนวน ร้อยละ และทดสอบหาความสัมพันธ์ของข้อมูลโดยใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-square) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ของชุมชนที่มีต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมและการจัดกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) กับความต้องการที่ชุมชนคาดหวังต่อการจัดกิจกรรม CSR ในอนาคตของบริษัทฯ

1. สรุปผลการวิจัย

ผลจากการศึกษาวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกตลอดจนข้อมูลจากการลงพื้นที่สำรวจข้อมูล สอบถามปัญหาจากชุมชนและจากเอกสารต่างๆ และส่วนที่ 3 ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ของชุมชนที่มีต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมและการจัดกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) กับความต้องการที่ชุมชนคาดหวัง

ส่วนที่ 1 ได้มาจากการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ประกอบด้วยเนื้อหา 3 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไป 2) การรับรู้ของชุมชนที่มีต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมและการจัดกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ของบริษัทฯ และ 3) ความต้องการที่ชุมชนคาดหวังจากบริษัทฯ ต่อการจัดกิจกรรม CSR ในอนาคต สามารถสรุปได้เป็น 4 ประเด็น ดังนี้

1.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 58.2 และเพศชายร้อยละ 41.8 มีอายุเฉลี่ย 55 ปี ส่วนใหญ่เป็นผู้มีการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา ร้อยละ 56.9 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 35.7 เมื่อพิจารณาถึงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่าส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยอยู่ในช่วง 1,001 – 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.5

1.2 การรับรู้ของชุมชนที่มีต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม

การรับรู้ของชุมชนที่มีต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมของบริษัทฯ ส่วนใหญ่รู้จักร้อยละ 94.7 เมื่อพิจารณาระดับผลกระทบจากการประกอบกิจการ ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ส่งผลกระทบต่อชุมชนในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 35.4 ส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบ คิดเป็นร้อยละ 91.8 เมื่อพิจารณาถึงผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อม โดยแยกคิดเป็นประเด็นปัญหา พบว่าปัญหาด้านกลิ่นเป็นปัญหาที่พบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.6 แหล่งที่มาของผลกระทบสิ่งแวดล้อม ส่วนใหญ่ตอบว่า ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 50.5 การรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม ส่วนใหญ่ตอบว่า ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 70.1 ผลกระทบจากสิ่งแวดล้อมในปัจจุบัน พบว่า ส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบจากปัญหาด้านกลิ่น คิดเป็นร้อยละ 56.6 ระดับความเดือดร้อนของชุมชน ส่วนใหญ่ตอบว่าอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 40.5 การแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทฯ พบว่า ส่วนใหญ่ตอบไม่เคย คิดเป็นร้อยละ 53.2 และเมื่อพิจารณาถึงวิธีการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ได้ผลดีที่สุด ส่วนใหญ่ตอบว่า ให้มีระบบการดูแลและจัดการสิ่งแวดล้อมที่มีประสิทธิภาพ

1.3 การรับรู้ของชุมชนที่มีต่อการจัดกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อ

สังคม

การรับรู้ของชุมชนที่มีต่อการจัดกิจกรรม CSR ของบริษัทฯ พบว่า ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นการรับรู้ด้านการจัดกิจกรรม CSR ว่าสามารถช่วยลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับน้อยที่สุด มีความสร้างสรรค์และให้ประโยชน์กับชุมชน ส่วนใหญ่ตอบอยู่ในระดับน้อยที่สุด ด้านภาพลักษณ์ของบริษัทฯ ส่วนใหญ่ตอบอยู่ในระดับน้อยที่สุด เมื่อพิจารณาถึงกิจกรรม CSR สามารถทำให้ไว้วางใจและเชื่อมั่นในบริษัทฯ มากขึ้น ส่วนใหญ่ตอบอยู่ในระดับปานกลาง มีการจัดกิจกรรม CSR อย่างต่อเนื่อง ส่วนใหญ่ตอบอยู่ในระดับน้อยที่สุด มีการจัดกิจกรรม CSR อย่างครอบคลุมและทั่วถึงชุมชนทุกกลุ่ม ส่วนใหญ่ตอบอยู่ในระดับน้อยที่สุด เมื่อพิจารณาถึงความคิดเห็นต่อการพิจารณาปรับปรุงกิจกรรมฯ หรือพัฒนาการจัดกิจกรรมรูปแบบใหม่ ส่วนใหญ่ตอบอยู่ในระดับมาก ประโยชน์จากการจัดกิจกรรมฯ ที่ผ่านมา ส่วนใหญ่ตอบอยู่ในระดับน้อยที่สุด มีความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรม CSR ที่ผ่านมาของบริษัทฯ อยู่ในระดับน้อยที่สุด ความคาดหวังให้บริษัทฯ จัดกิจกรรมตามความต้องการของชุมชน ส่วนใหญ่ตอบอยู่ในระดับมาก การต้องการเป็นส่วนหนึ่งในการแสดงความคิดเห็นต่อการจัดกิจกรรม CSR ส่วนใหญ่ตอบอยู่ในระดับปานกลาง ช่องทางการได้รับข้อมูลข่าวสาร ส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับข้อมูลข่าวสาร เมื่อพิจารณาถึงการได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับการจัดกิจกรรม CSR ของบริษัทฯ เช่น การแจกผ้าห่ม แจกอุปกรณ์กีฬาหรือกิจกรรมอื่นๆ ที่บริษัทฯ ทำร่วมกับชุมชน การได้เข้าร่วมหรือได้รับประโยชน์จากการจัดกิจกรรม CSR ของบริษัทฯ การรับรู้กิจกรรมการบริจาคปัจจัยต่างๆ เช่น ทุนการศึกษา อุปกรณ์ และสิ่งของต่างๆ แก่ชุมชน การรับรู้การ

จัดทำโครงการมอบหนังสือและอุปกรณ์ให้กับศูนย์การเรียนรู้ของชุมชน การรับรู้การจัดทำโครงการให้ความรู้แก่ชุมชน เช่น สอนวิธีการทำน้ำหมักชีวภาพ เป็นต้น การสนับสนุนและทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน พบว่าส่วนใหญ่ ตอบว่าชุมชนไม่รับรู้ว่ามีกิจกรรมดังกล่าวเกิดขึ้นในชุมชน

1.4 ความต้องการที่ชุมชนคาดหวังต่อการจัดกิจกรรม CSR ในอนาคต

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการที่คาดหวังจากบริษัทฯ ต่อการจัดกิจกรรม CSR ในประเด็นความต้องการทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิต ด้านการสนับสนุนชุมชน ด้านการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อม และ ด้านการมีส่วนร่วมระหว่างบริษัทฯ และชุมชน พบว่า 1) ด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิต มีประเด็นย่อยที่มีความต้องการสูงสุด คือ การจัดกิจกรรมส่งเสริมและพัฒนาทักษะการประกอบอาชีพให้แก่ชุมชน 2) ด้านการสนับสนุนชุมชน พบว่าประเด็นย่อยที่มีความต้องการสูงสุด คือ จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ให้ชุมชนในราคาถูกกว่าท้องตลาดหรือนำเศษวัสดุเหลือใช้จากบริษัทฯ มาใช้สร้างประโยชน์ในชุมชน 3) ด้านการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อม พบว่าประเด็นย่อยที่มีความต้องการสูงสุด คือ จัดให้มีมาตรการดูแล/ติดตามตรวจสอบผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมในระยะยาว และ 4) ด้านการมีส่วนร่วมระหว่างบริษัทฯ และชุมชน พบว่า ประเด็นย่อยที่มีความต้องการสูงสุด คือ การจัดเวทีให้ชุมชนและบริษัทฯ ได้พูดคุยปรึกษาหารือกัน

ส่วนที่ 2 ได้มาจากการลงพื้นที่สำรวจและสัมภาษณ์เชิงลึกร่วมกับข้อมูลเอกสารจากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปภาพรวมได้เป็น 2 ประเด็น ดังนี้

2.1 ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกชุมชน พบว่า กลิ่นเป็นปัญหาสิ่งแวดล้อมที่พบมากที่สุดและสะสมมาเป็นเวลานาน เนื่องจากกลิ่นของบริษัทฯ จะเป็นกลิ่นที่มีลักษณะเฉพาะเมื่อได้รับสัมผัสจึงง่ายต่อการคาดเดาว่ากลิ่นมาจากแหล่งใด จากการสอบถามเจ้าหน้าที่สิ่งแวดล้อมและตัวแทนพนักงานของบริษัทฯข้างเคียงก็พบว่ายังมีการแจ้ง/ร้องเรียนจากพนักงานอยู่เสมอ แต่ก็ลดปริมาณความถี่ลงจากอดีตที่มีการแจ้งเกือบทุกวันเหลือเพียง 2-3 ครั้ง/สัปดาห์ อาจเนื่องจากการติดตั้งระบบบำบัดกลิ่นใหม่ในปัจจุบันที่ทำให้ความรุนแรงของกลิ่นเบาบางลง และเมื่อพิจารณาถึงประเด็นปัญหาด้านสุขภาพ พบว่า ชาวบ้าน/ชุมชนโดยรอบหรือพนักงานที่ทำงาน โซนด้านนอกจะมีอาการปวดหัว วิงเวียนศีรษะ คอแห้ง หงุดหงิด และมีความรู้สึกรำคาญเป็นพักๆ เมื่อได้รับสัมผัสกับกลิ่นดังกล่าว ที่แม้จะเป็นความเคยชินแต่ก็รู้สึกได้ถึงความไม่สบายกายและไม่สบายใจ

2.2 กิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทฯ

การจัดกิจกรรม CSR ของบริษัทฯ ได้มีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง โดยยึดวัตถุประสงค์หลักในการจัดทำโครงการ CSR คือ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทและชุมชนให้อยู่ด้วยกันอย่างยั่งยืน ปัญหาและอุปสรรคที่พบในการดำเนินงานคือชุมชนยังไม่รับรู้ถึงการ

จัดกิจกรรมต่างๆ ที่ผ่านมาจากบริษัทฯ และในส่วนของ การแก้ปัญหาที่กลั่นนั้นถือเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องได้ยาก เนื่องจากประชาชนสามารถรับรู้สัมผัสได้โดยใช้ความรู้สึก และไม่มีเครื่องมือใดสามารถอ้างอิงได้ว่ากลั่นในปริมาณเท่าใดที่เหมาะสมหรือไม่เหมาะสม ดังนั้นจึงมีอาจทำให้ปัญหาที่กลั่นดังกล่าวหมดสิ้นลงไปได้ โดยเฉพาะผู้ที่รับสัมผัสกลิ่นแล้วมีปฏิกิริยาตอบสนองหรือมีการร้องเรียนเข้ามานั้น ก็มักจะเป็นบุคคลเดิมๆ สถานที่เดิมๆ และแม้บริษัทฯ จะได้ดำเนินการแก้ไขไปแล้วแต่ก็ยังไม่เพียงพอ หากชุมชนบางกลุ่มยังไม่เปิดรับและยังคงมีอคติกับบริษัทฯ เหมือนเช่นเคย ดังนั้นจึงทำให้เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินการของบริษัทฯ

การรับรู้ต่อการจัดกิจกรรม CSR ของบริษัทนั้น พบว่า คนในชุมชนส่วนใหญ่ไม่ทราบว่ามีการจัดกิจกรรม CSR ใดๆ และไม่เคยพบเห็นบริษัทฯ เข้ามามีส่วนร่วมร่วมกับชุมชนของตนเลย และสิ่งที่ชุมชนคาดหวังจากบริษัทฯ คือ ต้องการให้ดูแลสิ่งแวดล้อมและปรับปรุงเรื่องกลิ่นอย่างจริงจัง จัดทำแผนหรือมาตรการป้องกันในระยะยาวและมีการเปิดเผยข้อมูลให้ชุมชนได้รับรู้ร่วมกันกับบริษัทฯ และต้องการให้บริษัทฯ เข้ามามีส่วนร่วมร่วมกับชุมชน รับฟังความคิดเห็นจากชุมชน และมีการสื่อสารกับชุมชนอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนการสนับสนุนให้ความช่วยเหลือหรือคืนประโยชน์กลับมาสู่ชุมชนผู้ซึ่งที่ได้รับผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมจากการประกอบกิจการของบริษัทฯ โดยอาจหาข้อมูลความต้องการหรือความจำเป็นของชุมชนผ่านเสียงสะท้อนจากชุมชนหรือหน่วยงานของรัฐ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ของชุมชนที่มีต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมและการจัดกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) กับความต้องการที่ชุมชนคาดหวังจะได้รับจากการจัดกิจกรรม CSR ในอนาคตของบริษัทฯ สามารถสรุปความสัมพันธ์ได้เป็น 2 ประเด็นดังนี้

3.1 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ด้านสิ่งแวดล้อมกับความต้องการที่ชุมชนคาดหวังจะได้รับจากการจัดกิจกรรม CSR ในอนาคตของบริษัทฯ ในแต่ละด้านนั้น พบว่า การรับรู้ด้านกลิ่นกับความต้องการที่ชุมชนคาดหวังต่อการจัดกิจกรรม CSR ในอนาคตของบริษัทฯ ที่มีความสัมพันธ์กัน คือ 1) ด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิตในประเด็น “การจัดบริการด้านสุขภาพให้แก่ชุมชนที่ได้รับผลกระทบ” และ “การสร้างงาน/สร้างอาชีพให้แก่คนในชุมชน” 2) ด้านการสนับสนุนชุมชนในประเด็น “สนับสนุนการจัดตั้งกองทุนในชุมชนเพื่อใช้เป็นเงินหมุนเวียนใช้ในชุมชน” และ “การจัดกิจกรรมคืนกำไรให้สังคม” 3) ด้านการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อมในประเด็น “จัดตั้งศูนย์เตือนภัย/ศูนย์ร้องทุกข์ที่ประชาชนสามารถเข้าถึงได้” “มีการรายงานผลข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทฯ ให้ชุมชนได้ทราบ” และ “จัดตั้งคณะกรรมการชุมชนเพื่อดูแลตรวจสอบผลกระทบต่อชุมชน/สิ่งแวดล้อม” และ 4) ด้านการมีส่วนร่วมในประเด็น “บริษัทฯ ให้ความร่วมมือและเข้ามามีส่วนร่วม

กับกิจกรรมของชุมชน” “บริษัทฯ มีการสอบถามถึงปัญหาความเดือดร้อนชุมชนอย่างต่อเนื่อง” และ “จัดเวทีให้ชุมชนและบริษัทฯ ได้พูดคุยกัน” มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.2 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ต่อการจัดกิจกรรมการแสดงความ

รับผิดชอบต่อสังคม (CSR) กับความต้องการที่ชุมชนคาดหวังจะได้รับจากการจัดกิจกรรม CSR ในอนาคตของบริษัท พบว่า การรับรู้ของชุมชนที่มีต่อการจัดกิจกรรม CSR ในประเด็น “เรื่องควรพิจารณาปรับปรุงกิจกรรมฯ/พัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรมใหม่” กับความต้องการที่ชุมชนคาดหวังจากบริษัทฯ ในประเด็นความต้องการด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิต มีความสัมพันธ์กับ “การจัดกิจกรรมส่งเสริมและพัฒนาทักษะการประกอบอาชีพให้แก่ชุมชน” ด้านการสนับสนุนชุมชน พบว่า มีความสัมพันธ์กับ “ความต้องการให้มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ในราคาถูกกว่าท้องตลาดหรือนำวัสดุเหลือใช้จากบริษัทฯ มาสร้างประโยชน์ในชุมชน” “จัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสามัคคีในชุมชน” และ “จัดกิจกรรมคืนกำไรให้สังคม” ด้านการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อม พบว่า มีความสัมพันธ์กับ “ความต้องการในการจัดตั้งศูนย์เตือนภัย/ศูนย์ร้องทุกข์ที่สามารถเข้าถึงได้” และ “มีมาตรการดูแล/ติดตามตรวจสอบผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมในระยะยาว” ด้านการมีส่วนร่วมฯ พบว่า มีความสัมพันธ์กับ “ความต้องการให้บริษัทฯ ให้ความร่วมมือและเข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมของชุมชน” “ต้องการให้มีการจัดเวทีเพื่อให้ชุมชนและบริษัทฯ ได้พูดคุย/ปรึกษาหารือกัน เช่น ประเด็นสิ่งแวดล้อม ประเด็นข้อร้องเรียน ประเด็นความต้องการช่วยเหลือต่างๆ ของชุมชน เป็นต้น” และ “ต้องการให้บริษัทฯ เปิดโอกาสให้ชุมชนได้แสดงความคิดเห็นหรือให้ข้อเสนอแนะต่อการจัดการสิ่งแวดล้อม/ผลกระทบต่างๆ” อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การรับรู้ของชุมชนที่มีต่อการจัดกิจกรรม CSR ในประเด็นเรื่อง “ชุมชนมีความคาดหวังให้บริษัทฯ จัดกิจกรรม CSR ตามความต้องการของชุมชน” กับความต้องการที่ชุมชนคาดหวังจากบริษัทฯ ในประเด็นความต้องการด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิต พบว่า มีความสัมพันธ์กับ “การจัดบริการด้านสุขภาพให้แก่ชุมชนที่ได้รับผลกระทบ” “การจัดกิจกรรมส่งเสริมและพัฒนาทักษะการประกอบอาชีพให้แก่ชุมชน” และ “การสร้างงาน/สร้างอาชีพให้แก่คนในชุมชน” เมื่อพิจารณาการรับรู้กับประเด็นความต้องการด้านการสนับสนุนชุมชน พบว่า มีความสัมพันธ์กับ “ความต้องการด้านสนับสนุนการจัดตั้งกองทุนในชุมชน” “จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ในราคาถูกกว่าท้องตลาดหรือนำวัสดุเหลือใช้จากบริษัทฯ มาสร้างประโยชน์ในชุมชน” “จัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสามัคคีในชุมชนฯ” และ “การจัดกิจกรรมคืนกำไรให้สังคม” อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง การพัฒนาการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่สอดคล้องตามความต้องการของชุมชน กรณีศึกษา บริษัทผลิตอาหารสัตว์แห่งหนึ่งในจังหวัดลำพูน ผู้ศึกษาได้แบ่งประเด็นการอภิปรายตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

2.1 จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบจากปัญหาด้านกลิ่น คิดเป็นร้อยละ 56.6 รองลงมา ได้แก่ ผลกระทบจากปัญหาด้านการจราจร คิดเป็นร้อยละ 35.7 ซึ่งมีความสอดคล้องกับข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกชุมชน เมื่อวันที่ 29 เมษายน 2560 ที่ผ่านมา พบว่า ปัจจุบันปัญหาเรื่องกลิ่นเหม็นจากอาหารสัตว์ยังมีมาอยู่อย่างต่อเนื่องและสร้างความรำคาญต่อชีวิตประจำวันมาก และนอกเหนือจากปัญหาเรื่องกลิ่นเหม็นแล้ว ปัญหาที่มีการร้องเรียนผ่านทางเทศบาลอีกปัญหาหนึ่ง คือ ปัญหาการจราจร ที่พบว่ามีรถสิบล้อ/รถพ่วงขนส่งข้าวโพดที่จอดยาวขวางทางเข้าออกถนนและมีการจอดซ้อนคันทำให้รถที่สัญจรไปมาต้องหยุดชะงักและเลี้ยวยาก ซึ่งมีประมาณวันละ 10-20 คัน/วัน ซึ่งจะพบว่าข้อมูลทั้งจากแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เชิงลึกมีความสอดคล้องและสัมพันธ์กัน

ผลจากการศึกษา พบว่า ปัญหาสิ่งแวดล้อมหลักของบริษัท ฯ คือมลภาวะทางกลิ่น ซึ่งมีความสอดคล้องกับข้อมูลของกรมควบคุมมลพิษที่กล่าวว่า “กลิ่นเหม็น” เป็นปัญหาสำคัญในโรงงานผลิตอาหารสัตว์ เนื่องจากกลิ่นจะเกิดขึ้นจากกระบวนการต่างๆ ของการผลิต ได้แก่ การจัดเก็บวัตถุดิบ การอบ และการย่อยสลายของวัตถุดิบก่อนเข้าสู่กระบวนการผลิต ทำให้เกิดการสลายตัวของสารประกอบต่างๆ ที่ทำให้เกิดกลิ่นเหม็นขึ้น ซึ่งปัญหากลิ่นนั้นนอกจากจะมีผลต่อสถานที่ทำงานแล้วยังส่งผลกระทบต่อชุมชนข้างเคียงด้วย” และสอดคล้องกับงานวิจัยของพงเพชร ปฎิญานานูวัต (2554) จากการสำรวจประชาชนที่อาศัยอยู่บริเวณ โดยรอบสถานประกอบการ พบว่า ชนิดของมลพิษและแหล่งกำเนิดของมลพิษที่มีผลกระทบต่อชุมชนมี 2 ประการ คือ 1) กลิ่น และ 2) ฝุ่นละออง โดย ร้อยละ 100 พบว่า กลิ่นมีความสำคัญอันดับหนึ่งและฝุ่นละอองเป็นลำดับสอง และพบว่ากลิ่นมีผลกระทบต่อชุมชนในลักษณะของการก่อให้เกิดความรำคาญมากกว่าก่อให้เกิดความเสียหายและเจ็บป่วย

2.2 จากการศึกษาพบว่า กิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ของบริษัท จำกัด (มหาชน) ได้มีการดำเนินงานหรือจัดกิจกรรมโครงการอย่างต่อเนื่อง โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทและชุมชนให้อยู่ด้วยกันอย่างยั่งยืน ซึ่งมีแนวทางการดำเนินกิจกรรมอยู่ 2 ส่วน ประกอบด้วย

2.2.1 การสร้างชุมชนสัมพันธ์

2.2.2 การป้องกันผลกระทบจากบริษัทสู่ชุมชน

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินกิจกรรม CSR ที่ผ่านมาก็คือ ชุมชนยังไม่รับรู้ถึงการจัดกิจกรรมต่างๆ ของบริษัทฯ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากบริษัทฯ ได้ดำเนินกิจกรรมตามแบบแผนหรือแนวนโยบายที่วางไว้ซึ่งอาจจะไม่ตรงตามความคาดหวังหรือความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง อีกทั้งยังขาดในส่วนของการสื่อสารประชาสัมพันธ์ โครงการต่างๆ ให้เข้าถึงยังทุกกลุ่มชนหรือทุกครัวเรือน เนื่องจากมีข้อจำกัดในหลายประการที่จะต้องหาแนวทางแก้ไขร่วมกันต่อไป ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลจากการศึกษาการรับรู้จากภาคชุมชนต่อการจัดกิจกรรม CSR หรือการแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทฯ พบว่า ส่วนใหญ่ให้คะแนนการรับรู้ด้านการจัดกิจกรรม CSR ของบริษัทฯ อยู่ในระดับน้อยที่สุด และจากข้อคำถามว่า “ที่ผ่านมามีบริษัทฯ มีการแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมหรือชุมชนในด้านใดบ้าง” พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบว่าไม่เคยเลย คิดเป็นร้อยละ 53.2 จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่าการรับรู้ของชุมชนที่มีต่อการจัดกิจกรรมการแสดง ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ของบริษัทฯ มีน้อยมาก ซึ่งไปขัดแย้งกับวัตถุประสงค์หลักของการจัดกิจกรรม CSR ของบริษัทฯ ในหัวข้อการสร้างชุมชนสัมพันธ์และการป้องกันผลกระทบจากบริษัทสู่ชุมชน ผู้ศึกษาจึงเห็นว่าบริษัทฯ อาจจำเป็นต้องพิจารณาและจำกัดความของคำว่า “ชุมชนสัมพันธ์” และ “การป้องกันผลกระทบจากบริษัทสู่ชุมชน” ให้ละเอียดมากขึ้นเพื่อที่จะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนและสอดคล้องกับความพร้อมของบริษัทฯ ได้อย่างเหมาะสมยิ่งขึ้น เช่น การที่บริษัทฯ เลือกจัดกิจกรรมเฉพาะบางกลุ่มหรือเลือกจัดกิจกรรมเฉพาะในกลุ่มที่บริษัทฯ เห็นว่ามีความจำเป็น ซึ่งอาจจะมีใช้กลุ่มชุมชนที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากการประกอบกิจการของบริษัทฯ นั้น บริษัทฯ คิดว่าการจัดกิจกรรม CSR ดังกล่าวที่ผ่านมาเพียงพอและเหมาะสมแล้วหรือไม่กับปัญหา การร้องเรียนที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน หรือบริษัทฯ อาจจำเป็นต้องพิจารณาทางเลือกอื่นที่สามารถแก้ปัญหา ได้อย่างตรงจุดมากกว่านี้ได้อีกหรือไม่ เช่น การลดช่องว่างที่เกิดขึ้นระหว่างบริษัทฯ และชุมชน โดยการเข้าไปมีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่างๆ ของชุมชน เพื่อให้ชุมชนได้รับรู้ถึงความใส่ใจของบริษัทฯ และ รู้สึกว่าบริษัทฯ เป็นส่วนหนึ่งของชุมชน เป็นต้น ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ อวิกา สุภาพจน์ (2553) ได้ศึกษาการแสดง ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) กรณีศึกษา บริษัท ซี.พี.ค้าปลีกและการตลาด จำกัด (กิจการเบเกอรี่) จากการศึกษาการตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พบว่า กิจกรรมที่บริษัทฯ จัดทำให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนั้น ยังไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างครบถ้วน ซึ่งบริษัทจะต้องทบทวนกิจกรรมให้ละเอียดถี่ถ้วนอีกครั้งเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้อย่างตรงจุด

1.3 การรับรู้และความต้องการของชุมชนที่อาศัยอยู่บริเวณโดยรอบบริษัทฯ แบ่งการรับรู้และความต้องการของชุมชน ออกเป็น 3 ประเด็น ดังนี้

1.3.1 การรับรู้ของชุมชนที่มีต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการประกอบกิจการของบริษัทฯ ส่งผลกระทบต่อชุมชนในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 35.4 เมื่อพิจารณาถึงระดับการรับรู้ของผลกระทบ พบว่าส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบ คิดเป็นร้อยละ 91.8 เมื่อพิจารณาถึงผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมโดยแยกคิดเป็นแต่ละประเด็นปัญหา พบว่าปัญหาด้านกลิ่นเป็นปัญหาที่พบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.6 และเมื่อพิจารณาถึงวิธีการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ได้ผลดีที่สุด พบว่าส่วนใหญ่ตอบว่าการมีระบบการดูแลและจัดการสิ่งแวดล้อมที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาเรื่อง การสำรวจความคิดเห็นและความต้องการของประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากการผลิตกระแสไฟฟ้า อ. แม่เมาะ จ.ลำปาง พบว่าสิ่งที่ประชาชนมีความต้องการในระยะยาวมากที่สุด คือ ต้องการให้หน่วยงานดูแลและจัดการสิ่งแวดล้อมให้มีประสิทธิภาพ โดยการติดตั้งเครื่องกำจัดซัลเฟอร์ไดออกไซด์ในทุกโรงไฟฟ้าเพื่อเป็นการยืนยันคุณภาพอากาศที่เกิดขึ้น

1.3.2 การรับรู้ของชุมชนที่มีต่อการจัดกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) จากแบบสอบถามพบว่า ส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับข้อมูลข่าวสาร คิดเป็นร้อยละ 51.6 และชุมชนไม่เคยรับรู้ต่อจัดกิจกรรม CSR ที่บริษัทฯ ทำร่วมกับชุมชน คิดเป็นร้อยละ 72.0 เมื่อพิจารณาถึงการได้เข้าร่วมหรือได้รับประโยชน์จากการจัดกิจกรรม CSR ของบริษัทฯ พบว่าส่วนใหญ่ไม่เคยเข้าร่วม คิดเป็นร้อยละ 70.9 ซึ่งมีความสอดคล้องกับความคิดเห็นจากชุมชนบ้านศรีบุญยืนที่กล่าวว่า “ชุมชนยังไม่เคยได้รับความร่วมมือหรือสนับสนุนใดๆ จากบริษัทฯ เลย ทั้งๆ ที่เป็นพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากกลิ่นโดยตรง” และมีความสอดคล้องกับกิจกรรม CSR ที่ผ่านมาของบริษัทฯ ที่กิจกรรมส่วนใหญ่จะเป็นกิจกรรมภายในองค์กรหรือกิจกรรมที่กลุ่มเป้าหมายไม่ได้เฉพาะเจาะจงเพียงแค่นักในชุมชนที่ได้รับผลกระทบจากการประกอบกิจการของบริษัทฯ เพียงอย่างเดียวเท่านั้น และส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นการรับรู้ด้านการจัดกิจกรรม CSR สูงสุดใน 2 ประเด็น คือ “ให้บริษัทฯ พิจารณาปรับปรุงกิจกรรมฯ หรือพัฒนาการจัดกิจกรรมรูปแบบใหม่” ที่พบว่าส่วนใหญ่ตอบอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 29.6 และประเด็น “ความคาดหวังของชุมชนที่ต้องการให้บริษัทจัดกิจกรรมตรงตามความต้องการของชุมชน” คิดเป็นร้อยละ 31.2 ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกชุมชนที่พบว่า ชุมชนมีความคาดหวังให้บริษัทฯ เข้ามาร่วมพูดคุย สอบถามถึงปัญหาหรือความเดือดร้อนของชุมชน ตลอดจนความต้องการที่เกิดจากความประสงค์ของชุมชนโดยตรง โดยได้ให้ความเห็นว่ากิจกรรม CSR ของบริษัทฯ ที่ผ่านมาไม่สามารถตอบสนองกับความต้องการของชุมชนได้อย่างทั่วถึง เนื่องจากชุมชนส่วนใหญ่ไม่รับรู้เกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรม CSR ของบริษัทฯ เลย

1.3.3 ความต้องการที่ชุมชนคาดหวังจากบริษัทฯ ต่อการจัดกิจกรรม CSR ในอนาคต

นั้น พบว่า มีคะแนนค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.41 ซึ่งจัดอยู่ในเกณฑ์คะแนน “ระดับมาก” โดยพบว่าค่าคะแนนความต้องการเฉลี่ยด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิตมีค่าสูงที่สุด คือ 3.57 (ระดับมาก) รองลงมา ได้แก่ ด้านการสนับสนุนชุมชน (ระดับมาก) ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของชุมชนรอบโรงงานผลิตเหล็กต่อการจัดการสิ่งแวดล้อมของบริษัท มิลล์คอนสตีลอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในด้านการจัดการคุณภาพชีวิตของชุมชน เรื่องการจัดบริการด้านสุขภาพอนามัยแก่ชุมชนรอบโรงงาน ดังนั้นผู้ศึกษาจึงได้นำประเด็นที่มีค่าคะแนนสูงสุด ซึ่งได้แก่ “ความต้องการด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิต” และ “ด้านการสนับสนุนชุมชน” ที่มีคะแนนอยู่ในช่วงเกณฑ์ระดับ “มาก” มาพิจารณาหาความสัมพันธ์กับการรับรู้ต่อการจัดกิจกรรม CSR ของบริษัทฯ

1.4 จากการศึกษาหาความสัมพันธ์ของข้อมูลระหว่างการรับรู้ด้านสิ่งแวดล้อม การรับรู้กิจกรรม CSR กับความต้องการของชุมชนนั้น พบว่ามี 9 ประเด็นความต้องการที่มีความสัมพันธ์กันมากที่สุด ได้แก่ ด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิต 3 ประเด็น ด้านด้านการสนับสนุนชุมชน 3 ประเด็น ด้านจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อม 2 ประเด็น และด้านการมีส่วนร่วมระหว่างบริษัทฯและชุมชน 1 ประเด็น ดังนี้

1.4.1 ด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิต ในประเด็น “การจัดบริการด้านสุขภาพให้แก่ชุมชนที่ได้รับผลกระทบ” “การสร้างงาน/สร้างอาชีพให้แก่คนในชุมชน” และการจัดกิจกรรมส่งเสริมและพัฒนาทักษะการประกอบอาชีพให้แก่ชุมชน” ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของอวิกา สุภาพจน์ (2553) จากการศึกษาพบว่าในประเด็นความสนใจต่อการจัดกิจกรรม CSR ของกลุ่มชุมชนรอบบริษัท นั้นจะให้คะแนนความสนใจมากที่สุดในเรื่อง สิทธิมนุษยชน สิ่งแวดล้อม และการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน และหนึ่งในนั้นก็คือการจัดบริการสุขภาพให้แก่ชุมชน

1.4.2 ด้านการสนับสนุนชุมชน ในประเด็น “สนับสนุนการจัดตั้งกองทุนในชุมชน เพื่อใช้เป็นเงินหมุนเวียนใช้ในชุมชน” “การจัดกิจกรรมคืนกำไรให้สังคม เช่น บริจาคเงินให้ผู้ยากไร้ ให้ทุนการศึกษา” และ “การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ในราคาถูกลงกว่าท้องตลาดหรือนำวัสดุเหลือใช้จากบริษัทฯ มาสร้างประโยชน์ในชุมชน” ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพระประมวล บุตรดี (2552) จากการศึกษาพบว่ารูปแบบการดำเนินกิจกรรม CSR รูปแบบหนึ่งที่สำคัญคือ การพัฒนาแบบสร้างสรรค์ เพื่อสร้างชุมชนให้เข้มแข็งและนำไปสู่ความสามารถที่ชุมชนจะสามารถยื่นมือช่วยเหลือตนเองได้อย่างยั่งยืน โดยการจัดตั้งกองทุนเล็กๆ เพื่อนำไปใช้ค้นหาปัญหาและสร้างแนวทางการแก้ไขปัญหาของชุมชนต่อไป

1.4.3 ด้านการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อม ในประเด็น “จัดตั้งศูนย์เตือนภัย/ศูนย์ร้องทุกข์ที่ประชาชนสามารถเข้าถึงได้” และ “การดูแลผลกระทบทางกลิ่นในระยะยาวอย่างจริงจัง” ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มินทร์ฐิตา จิราธรรมวัฒน์ (2553) จากการศึกษาพบว่า ประชาชนมีระดับการรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในด้านสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับมาก และมีความต้องการให้องค์กรเปิดเผยข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลการตรวจวัดทางสิ่งแวดล้อมให้แก่ชุมชนได้รับทราบ และมีความสัมพันธ์กับผลการศึกษาของ สุรทิจ ภักดีปริดา (2552) ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นเกี่ยวกับการจัดการสิ่งแวดล้อมของบริษัทมิลล์คอนสตีล อันคัสทรีย์ ในด้านการตรวจวัดคุณภาพอากาศจากปล่องแบบอัตโนมัติทุก 12 เดือน และมีข้อเสนอแนะจากชุมชนว่าให้เพิ่มจำนวนครั้งในการตรวจสอบคุณภาพอากาศ จึงแสดงให้เห็นว่าชุมชนยังไม่มี ความเชื่อมั่นต่อการจัดการสิ่งแวดล้อมของบริษัท

1.4.4 ด้านการมีส่วนร่วมระหว่างบริษัทฯและชุมชน ในประเด็น “ให้บริษัทฯ เข้ามา มีส่วนร่วมกับชุมชนอย่างต่อเนื่อง” ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ อวิกา สุภาพจน์ (2553) จากการศึกษาพบว่า ชุมชนที่ได้รับผลกระทบรอบบริษัท มีความต้องการได้รับการตอบสนองในเรื่อง การมีส่วนร่วมกับชุมชนสูงที่สุด ร้อยละ 41.67 รองลงมาคือ เรื่องการกำกับดูแลองค์กรและสิ่งแวดล้อม ร้อยละ 16.67 และสอดคล้องกับงานวิจัยของพระประมวล บุตรดี (2552) จากการศึกษาพบว่า ในระดับ ชุมชนจะต้องสร้างโอกาสให้ชุมชนมีเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างเป็นระบบ เพื่อให้เห็นถึงปัญหา มีการแลกเปลี่ยนแนวคิด และสามารถปรับปรุงประสิทธิภาพของระบบให้เกิดประโยชน์สูงสุด

1.5 แนวทางการจัดกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทฯ ที่สอดคล้อง กับความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง

1.5.1 จากข้อมูลการศึกษาข้างต้น จะเห็นว่ากิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม การรับรู้และความต้องการของชุมชนที่อาศัยอยู่บริเวณ โดยรอบบริษัทฯ มีความสัมพันธ์กัน ทั้งข้อมูลในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยพบว่ากิจกรรม CSR ของบริษัทฯจะมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องทุกปีและจะมีแนวทางการจัดกิจกรรมที่เป็นไปตามนโยบายของบริษัทฯ โดยกลุ่มเป้าหมาย ในการจัดกิจกรรมแต่ละครั้งไม่ได้ชี้เฉพาะแต่คนในพื้นที่หรือเฉพาะผู้ได้รับผลกระทบเท่านั้น แต่จะ ประเมินจากความเหมาะสมของกิจกรรมว่าสามารถตอบสนองต่อชุมชนกลุ่มใดได้บ้างและชุมชน กลุ่มใดจะได้รับผลประโยชน์สูงสุดจากกิจกรรม โดยจะคำนึงถึงการสร้างประโยชน์ให้กับชุมชน เป็นหลัก และในบางครั้งก็จะออกไปจัดกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานหรือบริษัทอื่นข้างเคียง จึงทำให้ ลักษณะกิจกรรมและกลุ่มเป้าหมายแปรเปลี่ยนไปตามบริบทของแนวทางการจัดกิจกรรมที่เหมาะสม ในแต่ละปี ดังนั้นจึงไม่อาจตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนข้างเคียงหรือชุมชนที่คาดว่าจะได้รับ ผลกระทบจากการประกอบกิจการของบริษัทฯได้เท่าที่ควร ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลการรับรู้ของชุมชน

โดยภาพรวมคือ ชุมชนที่ได้รับผลกระทบหรือชุมชนที่อาศัยบริเวณข้างเคียงโดยส่วนใหญ่ไม่ทราบว่า บริษัทฯ มีการจัดกิจกรรมใดๆ และเมื่อพิจารณาข้อมูลจากแบบสอบถามถึงประเด็นการแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมหรือต่อชุมชนของบริษัทฯ พบว่า ส่วนใหญ่ตอบไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 53.2 แสดงให้เห็นว่ากิจกรรม CSR ที่ผ่านมาของบริษัทฯ ไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนที่อาศัยอยู่บริเวณโดยรอบชุมชนได้เท่าที่ควร ฉะนั้นแนวทางการสร้างการมีส่วนร่วมโดยจัดเวทีให้ชุมชนและบริษัทฯ ได้พูดคุยกันเพื่อให้บริษัทฯ ได้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนนั้น จึงเป็นแนวทางเบื้องต้นที่มีความสำคัญต่อการเชื่อมความสัมพันธ์อันดีระหว่างบริษัทกับชุมชนได้เป็นอย่างดี เพราะเป็นแนวทางซึ่งเกิดจากความต้องการของชุมชนเองที่ต้องการให้บริษัทฯ เข้ามาร่วมกิจกรรมและเข้ามา มีบทบาทในชุมชน ดังนั้นผู้ศึกษาจึงเห็นว่าเป็นแนวทางที่ดีที่บริษัทฯ จะสามารถนำไปพัฒนาต่อยอดการจัดกิจกรรม CSR ผ่านเวทีนี้ได้ เช่น สอบถามความต้องการที่แท้จริงของแต่ละชุมชน ความช่วยเหลือที่ชุมชนคาดหวังจะได้รับจากบริษัทฯ หรือแม้แต่ผลกระทบที่ชุมชนได้รับจากบริษัทฯ เป็นต้น โดยใช้เวทีนี้เป็นสื่อกลางให้ชุมชนและบริษัทฯ ได้มีโอกาสรับฟังความคิดเห็นของกันและกัน อีกทั้งข้อเสนอแนะดังกล่าวยังมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภารัตน์ แผลวมัจฉะ และ จำลอง โพธิ์บุญ (2553) ที่กล่าวว่า การเปิดช่องทางการสื่อสารกับชุมชนที่ได้รับผลกระทบจะทำให้ชุมชนมีความเข้าใจและมั่นใจในการดำเนินงานของบริษัทฯ มากขึ้น และแนวทางการดำเนินงาน CSR ที่ได้คือการมีส่วนร่วมกับชุมชนตั้งแต่ต้น โดยการเข้าไปร่วมกับชุมชน เยี่ยมเยียน พบปะ พูดคุย จะสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบริษัทและชุมชนได้เป็นอย่างดี

1.5.2 ปัจจุบันปัญหาเรื่องกลิ่นนั้นถือเป็นปัญหาหลักของบริษัทฯ แม้บริษัทฯ จะมีการนำเทคโนโลยีขั้นสูงคือระบบไอโซนมาใช้ในการบำบัดกลิ่นแล้ว แต่ยังไม่สามารถกำจัดกลิ่นให้หมดไปได้ ทั้งนี้ทางบริษัทฯ ได้มีการดำเนินการทดลองปรับปรุงระบบและเฝ้าระวังผลกระทบทางกลิ่นมาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งอาจต้องใช้ระยะเวลานานพอสมควร ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงเห็นว่า CSR จะช่วยเติมเต็มช่องว่างและเป็นส่วนหนึ่งในการบรรเทาปัญหาเรื่องกลิ่นเพื่อไม่ให้ปัญหาทวีความรุนแรงมากขึ้น โดยดำเนินการควบคู่ไปกับการพัฒนาระบบการจัดการกลิ่นและการดูแลชุมชนโดยรอบอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ผ่านแนวทางการสนับสนุนชุมชนเพื่อช่วยลดช่องว่างและเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบริษัทฯ กับชุมชน โดยการใช้ผลพลอยได้ที่เกิดจากการประกอบกิจการของบริษัทฯ เช่น ก่อถ่วงกระดาษล้าง ถูกระสอบ ขยะรีไซเคิลในโรงงาน เป็นต้น แบ่งมาสร้างมูลค่าให้กับชุมชนโดยการจัด “ผ้าป่าขยะ ปีละ 1 ครั้ง” แนวทางนี้นอกจากบริษัทฯ จะไม่สูญเสียผลกำไรจากการประกอบธุรกิจหลักแล้ว ยังเป็นการสร้าง CSR ให้เกิดขึ้นภายในองค์กรด้วย เช่น การคัดแยกขยะรีไซเคิลของพนักงาน การสร้างจิตอาสาในโรงงาน เป็นต้น ข้อดีอีกประการหนึ่งของแนวทางนี้คือ เนื่องจากในแต่ละชุมชนย่อมมีความต้องการความช่วยเหลือจากบริษัทฯ ที่แตกต่างกัน การจัดผ้าป่าขยะเป็นประจำทุกปีและ

นำเงินที่ได้มาจัดตั้งเป็นกองทุนนั้นจะทำให้ชุมชนมีเงินกองกลางที่จะสามารถนำไปใช้สร้างประโยชน์ให้แก่ชุมชนของตนได้ ทั้งนี้จะช่วยลดภาระของบริษัทฯ ในการสำรวจและประเมินความต้องการที่แท้จริงของชุมชนแต่ละแห่งได้ เนื่องจากแต่ละชุมชนย่อมมีบริบทความต้องการในการจัดการปัญหาในมุมมองหรือความจำเป็นที่แตกต่างกัน และส่วนใหญ่ชุมชนมักจะมีการสื่อสารกันเองภายในชุมชนอยู่แล้ว หรือบางชุมชนก็มีการประเมินความต้องการของตนเองอยู่แล้ว ดังนั้นการจัดทำฝ่าป่าขยะนี้ นอกจากบริษัทฯ จะไม่สูญเสียผลกำไรจากการประกอบแล้ว ยังสร้างประโยชน์ให้กับชุมชนโดยรวม และก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีกับบริษัทฯ ในระยะยาวด้วย

ทั้งสองแนวทางบริษัทฯ สามารถทำได้เนื่องจากเป็นแนวทางที่บริษัทฯ ทำเป็นปกติอยู่แล้วเพียงแต่ยังอาจจะเป็นการดำเนินการที่ยังไม่ตรงจุดและครอบคลุมต่อกลุ่มเป้าหมายเท่านั้น อีกทั้งจากการสัมภาษณ์เชิงลึกตัวแทนบริษัทฯ จะเห็นว่าบริษัทมีความพร้อมในทุกๆ ด้านต่อการตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนในประเด็นต่างๆ เป็นอย่างดี แต่การลงพื้นที่ชุมชนอาจมีข้อจำกัดในเรื่องของการสร้างความเข้าใจกับชุมชนต่อประเด็นปัญหาต่างๆ และการเปิดรับฟังความคิดเห็นจากชุมชน ที่บริษัทฯ อาจต้องแบกรับภาระทางความคิดที่หลากหลายและไม่อาจตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนได้ครบทุกประเด็น ดังนั้นบริษัทฯ มีหน้าที่ที่จะต้องสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการปรับปรุงแก้ไขระบบการบำบัดกลิ่นของบริษัทฯ ในปัจจุบันให้ชุมชนได้รับทราบ และสร้างความเชื่อมั่นให้กับชุมชนโดยการเข้าหาชุมชนอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนนำประเด็นความต้องการของชุมชนทั้งหมดที่ได้ นั้นมาพิจารณาและจัดลำดับความสำคัญ เพื่อประยุกต์ให้เข้ากับแนวนโยบายของบริษัทฯ และทำให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับทั้งกับบริษัทฯ และชุมชนโดยรวม

1.6 วิเคราะห์ข้อดีและข้อเสียของทั้งสองแนวทางในการจัดกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

1.6.1 แนวทางการจัดเวทีให้ชุมชนและบริษัทฯ ได้พูดคุยกัน มีข้อดี คือ บริษัทฯ สามารถพัฒนาต่อยอดการจัดกิจกรรม CSR ผ่านเวทีนี้ได้ เช่น การสอบถามความต้องการที่แท้จริงของแต่ละชุมชน สอบถามความช่วยเหลือที่ชุมชนคาดหวังจะได้รับจากบริษัทฯ หรือสอบถามผลกระทบ/ความเดือดร้อนที่ชุมชนได้รับในปัจจุบันมีมากน้อยเพียงใด เป็นต้น ส่วนข้อเสียของแนวทางนี้ คือ

- 1) บริษัทฯ อาจต้องเตรียมพร้อมเพื่อรับมือกับสถานการณ์ปัญหาต่างๆ จากชุมชนในมุมมองที่หลากหลาย
- 2) บริษัทฯ อาจต้องแบกรับภาระความรับผิดชอบที่ต้องนำมาพิจารณาแก้ไขเพิ่มมากขึ้น

1.6.2 แนวทางการนำวัสดุเหลือใช้จากบริษัทฯ มาสร้างประโยชน์ให้กับชุมชน มีข้อดี คือ 1) บริษัทฯ จะไม่สูญเสียผลกำไรจากการประกอบธุรกิจหลัก 2) เป็นการสร้าง CSR ให้เกิดขึ้นภายในองค์กร เช่น การคัดแยกขยะรีไซเคิลของพนักงาน การสร้างจิตอาสาในโรงงาน เป็นต้น 3) ช่วยลดภาระของบริษัทฯ ในการสำรวจและประเมินความต้องการที่แท้จริงของชุมชนแต่ละแห่ง 4) ก่อให้เกิด

ภาพลักษณ์ที่ดีกับบริษัทฯ ในระยะยาว และข้อเสียของแนวทางนี้ คือ 1) บริษัทฯ จะต้องสูญเสียรายได้จากผลพลอยได้ที่เกิดขึ้น 2) บริษัทฯ อาจต้องจัดหาคนเพื่อมาเป็นพี่เลี้ยงในการควบคุมดูแลและดำเนินการบริหารจัดการกองทุนหมุนเวียนในแต่ละชุมชนเพื่อให้โปร่งใสและทั่วถึงต่อกลุ่มเป้าหมาย

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

3.1.1 ควรทำการเก็บข้อมูลตลอดทั้ง 3 ฤดู เพื่อจะทำให้เห็นแนวโน้มของผลกระทบเรื่องกลิ่นอันจะสามารถนำมาใช้เปรียบเทียบความแตกต่างของข้อมูลได้

3.1.2 เนื่องจากผลกระทบทางกลิ่นนั้นมีความละเอียดอ่อนของข้อมูล ซึ่งมีเรื่องของอารมณ์ ความรู้สึกและการสัมผัสส่วนบุคคลมาเกี่ยวข้องด้วย ดังนั้นควรเก็บข้อมูลด้วยความระมัดระวัง และเลือกแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ

3.1.3 ก่อนการจัดทำแผนการดำเนินกิจกรรม CSR ควรสำรวจความต้องการของชุมชนเบื้องต้นก่อน เพื่อให้ได้ประเด็นความต้องการของชุมชนก่อนนำไปปรับใช้ให้เข้ากับประเด็นความสนใจหรือความพร้อมของบริษัทในการตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนนั้นๆ

3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

3.2.1 ควรศึกษาความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่างชุมชนใกล้เคียงที่ไม่ได้รับผลกระทบ เพื่อนำผลที่ได้มาเปรียบเทียบวิเคราะห์หาความแตกต่างของความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้และความต้องการกับชุมชนที่ได้รับผลกระทบ

3.2.2 ควรศึกษาเปรียบเทียบปัญหาสิ่งแวดล้อมระหว่างบริษัทฯ กับโรงงานผลิตอาหารสัตว์อื่นๆ เพื่อศึกษาปัญหาและแนวทางการแก้ไข ตลอดจนหลักปฏิบัติในการอยู่ร่วมกันกับชุมชนข้างเคียง

3.2.3 ควรศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นความต้องการของชุมชนที่สอดคล้องกับแนวนโยบายของบริษัท เพื่อพัฒนาการดำเนินกิจกรรม CSR ของบริษัทฯ ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นและสามารถตอบสนองต่อชุมชนได้อย่างยั่งยืน



บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2549). *สถิติสำหรับงานวิจัย*. (พิมพ์ครั้งที่2). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
กรมควบคุมมลพิษ. (2548). *แนวปฏิบัติที่ดีด้านการป้องกันและลดมลพิษอุตสาหกรรมอาหารสัตว์*.
นนทบุรี.
- กรมควบคุมมลพิษร่วมกับสถาบันวิจัยสภาวะแวดล้อม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2559). *ฐานความรู้
การจัดการกลิ่น*. สืบค้นจาก http://www.pcd.go.th/info_serv/Datasmell/docmenu.html.
- เกษม จันทร์แก้ว. (2541). *เทคโนโลยีสิ่งแวดล้อม*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เบทาโกรนอร์ธเทอร์น จำกัด. (2558). *รายงานสรุปผลการตรวจวัดคุณภาพสิ่งแวดล้อม*. เชียงใหม่:
เอแอลเอส แลบบอราทอรี กรุ๊ป (ประเทศไทย).
- เกียรติพงษ์ นุ่มนวล. (2559, 30 มีนาคม). *เจ้าหน้าที่อาชีวอนามัยและความปลอดภัย (จป.วิชาชีพ).
ปัญหาสิ่งแวดล้อมและการดำเนินกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม(CSR)
ของบริษัทผลิตอาหารสัตว์แห่งหนึ่งในจังหวัดลำพูน*.
- เกียรติศักดิ์ เตียวกุล. (2542). *การสำรวจความคิดเห็นและความต้องการของประชาชนที่ได้รับผลกระทบ
จากการผลิตกระแสไฟฟ้าของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) อำเภอแม่เมาะ
จังหวัดลำปาง. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์).*
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- คณะผู้แทนไทยประจำประชาคมยุโรป. (2552, 20 มีนาคม). *CSR ของคณะกรรมการยุโรป.
เรื่อง Corporate Social Responsibility: National Public Policies in the European
Union, European Commission*. สืบค้นจาก http://ec.europa.eu/enterprise/csr/forum_2009_index.html.
- ชาติรี อุปสโม. (2556). *กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษา
วัดอโศการาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาพุทธศาสตร
มหาบัณฑิต ตีพิมพ์).* มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- นภารัตน์ สุทธินันท์. (2559, 30 มีนาคม). *เจ้าหน้าที่สิ่งแวดล้อม. ปัญหาสิ่งแวดล้อมและการดำเนิน
กิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ของบริษัทผลิตอาหารสัตว์แห่ง
หนึ่งในจังหวัดลำพูน*.
- ประมวดี บุตรดี (พระ). (2552). *การดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ
กับการพัฒนาชุมชน: กรณีศึกษา ชุมชนสาสบก จังหวัดลำปาง. (วิทยานิพนธ์ปริญญา
พัฒนาชุมชนมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์).* มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

- พนม วงษ์ปาน. (2557). มนุษย์กับสิ่งแวดล้อม. *GREEN RESEARCH*, 28(1): 29-30.
- พวงเพชร ปฏิญาณานูวัต. (2554). แนวทางการจัดการมลพิษจากฟาร์มเลี้ยงไก่เนื้อในโรงเรือนระบบปิด เพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างยั่งยืนของชุมชน ตำบลโป่ง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี. (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- มินทร์ฐิตา จิราธรรมวัฒน์. (2553). การรับรู้และทัศนคติที่ประชาชนมีต่อภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน). (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.
- รพีพรรณ นัตถเลิศยศ. (2556). CSR : กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร. *วารสารนักบริหาร*, 33(2): 5-15.
- ศรีศักดิ์ สุนทรไชย, สุดาว เลิศวิสุทธิไพบูลย์, จักรกฤษณ์ ศิวะเดชาเทพ, ประยูร ฟองสถิตกุล, วิทยา อยู่สุข, ปิติ พูนไชยศรี, ... วรากรณ์ เจริญลาภ. (2557). ใน *ประมวลสาระชุดวิชา สถิติและระเบียบวิธีการวิจัยสำหรับสิ่งแวดล้อมอุตสาหกรรม*. (หน่วยที่ 8, น.7-31) และ (หน่วยที่ 11, น.14-30). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ศิริชัช ตะต้องใจ และสุจินต์ สิมารักษ์. (2554). แนวทางการแก้ไขปัญหาผลกระทบจากฟาร์มสุกร ขนาดใหญ่ในพื้นที่ตำบลเวียงกาหลง. *วารสารการบริหารท้องถิ่น*, 4(3): 88-101.
- ศูนย์สารสนเทศสิ่งแวดล้อม กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม. (2552). *อุตสาหกรรมกับสิ่งแวดล้อม ท้องถิ่น*. สืบค้นจาก http://local.environnet.in.th/formal_data2.php?id=1575.pdf.
- สุดารัตน์ แผลวมัจจะ และจำลอง โพธิ์บุญ. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อสังคม : กรณีศึกษา กลุ่มบริษัททูเบะ (ประเทศไทย). *วารสารร่วมพฤษ*, 28(2): 74-104.
- สมศักดิ์ ชัยพิพัฒน์ และประภาวัลย์ เพียรธรรม. (2542). การควบคุมเหตุรำคาญจากมลพิษภายในประเทศ. *วารสารสถานการณ์ด้านอนามัยสิ่งแวดล้อม*, 4(2): 2.
- สุรกิจ ภักดีปรีดา. (2552). ความคิดเห็นของชุมชนรอบโรงงานผลิตเหล็กต่อการจัดการสิ่งแวดล้อมของบริษัท มีลล์คอนสตีลอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) ของชุมชนรอบโรงงานผลิตเหล็ก. (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- เอกชัย อภิศักดิ์กุล, ทองทิพภา วิริยะพันธุ์, โรจนศักดิ์ โจนวิไลลักษณ์, สิริวุฒิ บุรณพิร, นุศรา มีเสน, คณาภรณ์ กัมพลกัญญา, ... มัชฌิมา กุญชร ณ อยุธยา. (2555). *แนวทางการรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: เมจิกเพรส.

อวิกา สุภาพจน์. (2553). การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม(CSR) กรณีศึกษา บริษัท ซี.พี.ค้ำปติก
และการตลาด จำกัด. (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาวิศวกรรมมหาบัณฑิต
ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.





ภาคผนวก

มหาวิทยาลัย

สกลนครราชภัฏ



ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

ใบยินยอมด้วยความสมัครใจ

การพัฒนาการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่สอดคล้องตามความต้องการชุมชน
ของบริษัทผลิตอาหารสัตว์แห่งหนึ่งในจังหวัดลำพูน

วันที่ทำยินยอม วันที่.....เดือน.....พ.ศ. 2560

ก่อนที่จะลงนามในใบยินยอมให้ทำการวิจัยนี้ ข้าพเจ้าได้รับการอธิบายจากผู้วิจัยถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีการวิจัย รวมทั้งประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับของการวิจัยและความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นจากการเข้าร่วมการวิจัย อีกทั้งยังได้รับคำอธิบายและตอบข้อสงสัยจากหัวหน้าโครงการวิจัยเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

ผู้วิจัยรับรองว่าจะตอบคำถามต่างๆ ที่ข้าพเจ้าสงสัยด้วยความเต็มใจ ไม่ปิดบังซ่อนเร้นจนข้าพเจ้าพอใจ

ข้าพเจ้ามีสิทธิที่จะบอกเลิกการเข้าร่วมในโครงการวิจัยนี้เมื่อใดก็ได้ และเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้โดยสมัครใจและสามารถบอกเลิกการเข้าร่วมการวิจัยนี้ โดยจะไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อตัวข้าพเจ้าและครอบครัว ข้าพเจ้ายินยอมให้ผู้วิจัยใช้ข้อมูลส่วนตัวของข้าพเจ้าที่ได้รับจากการวิจัย และเปิดเผยข้อมูลเฉพาะผู้ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนและกำกับดูแลการวิจัย แต่จะไม่เผยแพร่ต่อสาธารณะเป็นรายบุคคล โดยจะนำเสนอเป็นข้อมูลโดยรวมจากการวิจัยเท่านั้น

หากข้าพเจ้ามีข้อข้องใจเกี่ยวกับขั้นตอนการวิจัย หรือหากเกิดเหตุการณ์ที่ไม่พึงประสงค์จากการวิจัยขึ้นกับข้าพเจ้า สามารถติดต่อได้ที่ นางสาวจันจิราภรณ์ จันตะ โรงพยาบาลลำพูน ต.ต้นธง อ.เมือง จ.ลำพูน โทร 088-2513028 ได้ตลอด 24 ชั่วโมง

ข้าพเจ้าได้อ่านข้อความข้างต้นแล้ว และมีความเข้าใจดีทุกประการ และได้ลงนามในใบยินยอมนี้ด้วยความเต็มใจ

ลงนาม.....ผู้ยินยอม/ผู้เข้าร่วมการวิจัย

ลงนาม.....ผู้ให้ข้อมูล

ข้าพเจ้าไม่สามารถอ่านหนังสือได้ แต่ผู้วิจัยได้อ่านข้อความในใบยินยอมนี้ให้แก่ข้าพเจ้า ฟังจนเข้าใจดีแล้ว และข้าพเจ้าจึงได้ลงนามในใบยินยอมนี้ด้วยความเต็มใจ

ลงนาม.....ผู้ยินยอม

ลงนาม.....พยาน



เลขที่แบบสอบถาม.....

แบบสอบถามงานวิจัย

เรื่อง การพัฒนาการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่สอดคล้องตามความต้องการชุมชน
ของบริษัทผลิตอาหารสัตว์แห่งหนึ่งในจังหวัดลำพูน

เรียน ผู้ตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์ หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการสิ่งแวดล้อมอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ปัญหาสิ่งแวดล้อมและการดำเนินกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ของบริษัทฯ และศึกษาความต้องการของชุมชนที่อาศัยอยู่บริเวณโดยรอบบริษัทฯ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาแนวทางการจัดกิจกรรม CSR ที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง

ผู้ศึกษาจึงขอความอนุเคราะห์จากผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านโปรดตอบข้อมูลที่แท้จริง และตอบให้ครบทุกประเด็นคำถาม เพื่อที่จะนำข้อมูลจากทุกท่านไปวิเคราะห์และประมวลผล ตลอดจนเสนอแนะแนวทางการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) อันจะเป็นประโยชน์ต่อชุมชนและบริษัทฯ ในอนาคตต่อไป

ขอขอบพระคุณล่วงหน้ามา ณ โอกาสนี้

นางสาวจันจิราภรณ์ จันตะ

นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพรายได้เฉลี่ย

ส่วนที่ 2 การรับรู้ของชุมชนที่อาศัยอยู่บริเวณโดยรอบบริษัทฯ จังหวัดลำพูน

2.1 การรับรู้ของชุมชนที่มีต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมของบริษัทฯ

2.2 การรับรู้ของชุมชนที่มีต่อการจัดกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อ

สังคม (CSR) ของบริษัทฯ

ส่วนที่ 3 ความต้องการที่ชุมชนคาดหวังจากบริษัทฯ ต่อการจัดกิจกรรม CSR ในอนาคต

แบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดเติมเครื่องหมาย (✓) ที่ตรงกับความจริงของท่านมากที่สุด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1.1 เพศ

- () 1. ชาย () 2. หญิง

1.2 อายุ ปี

1.3 ระดับการศึกษา

- () 1. ประถมศึกษา () 2. มัธยมศึกษา/ปวช.
 () 3. อนุปริญญา/ปวส. () 4. ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า
 () 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

1.4 อาชีพ

- () 1. นักเรียน/นักศึกษา () 2. รับจ้างทั่วไป
 () 3. ประกอบธุรกิจส่วนตัว () 4. พนักงานบริษัท
 () 5. รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ () 6. ไม่ได้ประกอบอาชีพ
 () 7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

1.5 รายได้เฉลี่ย/เดือน

- () 1. น้อยกว่า 1,000 บาท () 2. 1,001 – 5,000 บาท
 () 3. 5,001 – 10,000 บาท () 4. 10,001 – 15,000 บาท
 () 5. 15,001 – 20,000 บาท () 6. 20,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 การรับรู้ของชุมชนที่อาศัยอยู่บริเวณโดยรอบบริษัทฯ

การรับรู้ของชุมชนที่มีต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมของบริษัทฯ

2.1 ท่านเคยรู้จักบริษัทผลิตอาหารสัตว์ในพื้นที่จังหวัดลำพูนหรือไม่

- () 1. เคย () 2. ไม่เคย (ข้ามไปตอบข้อ 2.3)

2.2 ท่านคิดว่าการประกอบกิจการของบริษัทฯ ส่งผลกระทบต่อชุมชน/สิ่งแวดล้อมหรือไม่

() 1. ไม่ส่งผลกระทบ

() 2. ส่งผลกระทบ

น้อย

ปานกลาง

มาก

() 3. ไม่แน่ใจ

2.3 ท่านเคยได้รับผลกระทบจากปัญหาสิ่งแวดล้อมหรือไม่

() 1. ได้รับผลกระทบ

() 2. ไม่ได้รับผลกระทบ (ข้ามไปตอบข้อ 2.9)

2.4 ท่านเคยได้รับผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() 1. ปัญหาด้านกลิ่น

() 2. ปัญหาด้านน้ำเสีย

() 3. ปัญหาด้านขยะ/ของเสีย

() 4. ปัญหาด้านฝุ่นละออง

() 5. ปัญหาด้านการจราจร

() 6. ปัญหาด้านแมลงและสัตว์ เช่น มอด มด ฯลฯ

() 7. ปัญหาอื่นๆ.....

2.5 ท่านคิดว่าผลกระทบดังกล่าวมีผลมาจากแหล่งใด

() 1. บริษัทผลิตอาหารสัตว์

() 2. บริษัทอื่นๆ

() 3. ชุมชน

() 4. ไม่แน่ใจ

() 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2.6 ท่านคิดว่าปัญหาดังกล่าวได้ดำเนินการแก้ไขไปบ้างแล้วหรือไม่

() 1. แก้ไขแล้ว

() 2. อยู่ระหว่างการแก้ไข

() 3. ยังไม่มีการแก้ไข

() 4. ไม่แน่ใจ

2.7 ปัจจุบันท่านยังได้รับผลกระทบจากปัญหาสิ่งแวดล้อมดังกล่าวอยู่หรือไม่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() 1. ไม่ได้รับผลกระทบแล้ว

() 2. ได้รับผลกระทบจาก

ปัญหาด้านกลิ่น

ปัญหาด้านน้ำเสีย

ปัญหาด้านขยะ/ของเสีย

ปัญหาด้านฝุ่นละออง

ปัญหาด้านการจราจร

ปัญหาด้านแมลงและสัตว์

ปัญหาอื่นๆ.....

() 3. ไม่แน่ใจ

2.8 ท่านคิดว่าปัญหาดังกล่าวยังคงสร้างความเดือดร้อนรำคาญต่อท่านและชุมชนมากน้อยเพียงใด

() 1. น้อย

() 2. ปานกลาง

() 3. มาก

() 4. ไม่แน่ใจ

2.9 ที่ผ่านมามีบริษัทฯ มีการแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมหรือต่อชุมชนด้านใดบ้าง

() 1. ดูแล/ใส่ใจปัญหาสิ่งแวดล้อม

() 2. ช่วยเหลือ/ส่งเสริม/สร้างประโยชน์ให้ชุมชน

() 3. รับฟังความคิดเห็นจากชุมชน

() 4. ด้านอื่นๆ (โปรดระบุ).....

2.10 โดยภาพรวมท่านคิดว่า บริษัทฯ มีการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสและเป็นธรรมมีการเปิดเผยข้อมูล เช่น ข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม ด้านผลกระทบต่อชุมชน ฯลฯ ที่เป็นจริงต่อชุมชนมากน้อยเพียงใด

() 1. น้อย

() 2. ปานกลาง

() 3. มาก

() 4. ไม่แน่ใจ

2.11 ท่านคิดว่าวิธีการแก้ปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อม ข้อใดต่อไปนี้ได้ผลดีที่สุด

() 1. มีระบบการดูแลและจัดการสิ่งแวดล้อมที่มีประสิทธิภาพ

() 2. จัดกิจกรรมเพื่อคืนประโยชน์ให้สังคม เช่น ช่วยเหลือชุมชน บริจาคสิ่งของ

() 3. ให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อกิจกรรมต่างๆ ของบริษัทฯ

() 4. ให้หน่วยงานภาครัฐเข้ามามีบทบาทในการบังคับใช้กฎหมายอย่างเคร่งครัด

การรับรู้ของชุมชนที่มีต่อการจัดกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ของบริษัทฯ

การจัดกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทฯ ที่ได้จัดขึ้นท่านมีความคิดเห็นกับสิ่งต่อไปนี้อย่างไร	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
2.12 สามารถช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม					
2.13 มีความสร้างสรรค์และให้ประโยชน์กับชุมชน					
2.14 ทำให้ภาพลักษณ์ของบริษัทดีขึ้น					
2.15 ทำให้ไว้วางใจและเชื่อมั่นในบริษัทฯมากขึ้น					
2.16 มีการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง					
2.17 มีการจัดกิจกรรมอย่างครอบคลุมและทั่วถึงชุมชน ทุกกลุ่ม					
2.18 ควรพิจารณาปรับปรุงกิจกรรมฯหรือพัฒนา รูปแบบ การจัดกิจกรรมใหม่					
2.19 ท่านได้รับประโยชน์จากการจัดกิจกรรมฯ ที่ผ่านมา ของบริษัทฯ					
2.20 ท่านพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมฯที่ผ่านมาของบริษัทฯ					
2.21 ท่านคาดหวังให้บริษัทฯจัดกิจกรรมตามความต้องการ ของชุมชน					
2.22 ท่านต้องการเป็นส่วนหนึ่งในการเสนอแนะหรือแสดง ความคิดเห็นต่อการจัดกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัทฯ					

2.23 ท่านเคยได้รับข้อมูลข่าวสารของบริษัทฯจากทางใดมากที่สุด

- () 1. หอกระจายข่าว () 2. เพื่อนบ้าน
 () 3. ประชาสัมพันธ์จากบริษัทฯ โดยตรง () 4. สื่อประชาสัมพันธ์ เช่น แผ่นพับ ป้ายประกาศ
 () 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2.24 ท่านเคยได้ทราบข่าวสารเกี่ยวกับการจัดกิจกรรม CSR ของบริษัทฯ เช่น การแจกผ้าห่ม แจก
อุปกรณ์กีฬา หรือกิจกรรมอื่นๆที่บริษัทฯ ทำร่วมกับชุมชนบ้างหรือไม่

- () 1. เคย () 2. ไม่เคย () 3. ไม่แน่ใจ

2.25 ที่ผ่านมามีท่านเคยได้เข้าร่วมหรือได้รับประโยชน์จากการจัดกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทฯ หรือไม่

- () 1. เคย () 2. ไม่เคย () 3. ไม่แน่ใจ

2.26 บริษัทฯ มีการบริจาคปัจจัยต่างๆ เช่น ทุนการศึกษา อุปกรณ์ และสิ่งของต่างๆ แก่ชุมชน

- () 1. มี () 2. ไม่มี () 3. ไม่ทราบ

หากมี ท่านคิดว่าชุมชนได้รับประโยชน์

- มาก ปานกลาง น้อย ข้อเสนอแนะ.....

2.27 บริษัทฯ มีการจัดทำโครงการมอบหนังสือและอุปกรณ์ให้กับศูนย์การเรียนรู้ของชุมชน

- () 1. มี () 2. ไม่มี () 3. ไม่ทราบ

หากมี ท่านคิดว่าชุมชนได้รับประโยชน์

- มาก ปานกลาง น้อย ข้อเสนอแนะ.....

2.28 บริษัทฯ มีการจัดทำโครงการให้ความรู้แก่ชุมชน เช่น สอนวิธีการทำน้ำหมักชีวภาพ (EM) เป็นต้น

- () 1. มี () 2. ไม่มี () 3. ไม่ทราบ

หากมี ท่านคิดว่าชุมชนได้รับประโยชน์

- มาก ปานกลาง น้อย ข้อเสนอแนะ.....

2.29 บริษัทฯ มีการสนับสนุนและทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน เช่น กิจกรรมทอดผ้าป่าขยะ ฯลฯ

- () 1. มี () 2. ไม่มี () 3. ไม่ทราบ

ส่วนที่ 3 ความต้องการที่ชุมชนคาดหวังจากบริษัทฯ ในการจัดกิจกรรม CSR ในอนาคต

รูปแบบความต้องการที่ชุมชนคาดหวังต่อการจัดกิจกรรม การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) จากบริษัทฯ	ความคิดเห็น				
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
3.1 ด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิต					
3.1.1 จัดบริการด้านสุขภาพให้แก่ชุมชนที่ได้รับผลกระทบ					
3.1.2 จัดอบรมให้ความรู้ในการดูแลสุขภาพแก่ชุมชน					
3.1.3 จัดกิจกรรมส่งเสริมและพัฒนาทักษะการประกอบอาชีพ ให้แก่ชุมชน					
3.1.4 สร้างงาน/สร้างอาชีพให้แก่คนในชุมชน					
3.2 ด้านการสนับสนุนชุมชน					
3.2.1 สนับสนุนการจัดตั้งกองทุนในชุมชนเพื่อใช้เป็นเงิน หมุนเวียนในชุมชน					
3.2.2 จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ให้ชุมชนในราคาถูกกว่า ท้องตลาด หรือนำเศษวัสดุเหลือใช้จากบริษัทฯ มาใช้สร้าง ประโยชน์ในชุมชน					
3.2.3 จัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสามัคคีในชุมชน เช่น ผ้าป่า สามัคคี กิจกรรมสำนึกรักบ้านเกิด กิจกรรมพัฒนาชุมชน ต่างๆ ฯลฯ					
3.2.4 จัดกิจกรรมคืนกำไรให้สังคม เช่น บริจาคเงินให้ผู้ยากไร้ ให้ทุนการศึกษา					
3.3 ด้านการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อม					
3.3.1 จัดตั้งศูนย์เตือนภัย/ศูนย์ร้องทุกข์ ที่ประชาชนสามารถ เข้าถึงได้					
3.3.2 มีการรายงานผลข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทฯ ให้ชุมชนได้ทราบเสมอ					
3.3.3 มีมาตรการดูแล/ติดตามตรวจสอบผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม ในระยะยาว					
3.3.4 ตั้งคณะกรรมการชุมชนเพื่อดูแลตรวจสอบผลกระทบ ต่อชุมชน/สิ่งแวดล้อม					

ส่วนที่ 3 ความต้องการที่ชุมชนคาดหวังจากบริษัทฯ ในการจัดกิจกรรม CSR ในอนาคต (ต่อ)

รูปแบบความต้องการที่ชุมชนคาดหวังต่อการจัดกิจกรรม การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) จากบริษัทฯ	ความคิดเห็น				
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
3.4 ด้านการมีส่วนร่วมระหว่างบริษัทฯ และชุมชน					
3.4.1 บริษัทฯ ให้ความร่วมมือและเข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรม ของชุมชน					
3.4.2 บริษัทฯ มีการสอบถามถึงปัญหาความเดือดร้อนชุมชน อย่างต่อเนื่อง					
3.4.3 จัดเวทีให้ชุมชนและบริษัทฯ ได้พูดคุย ปรึกษาหารือกัน เช่น ประเด็นสิ่งแวดล้อม ประเด็นข้อร้องเรียน ประเด็น ความต้องการช่วยเหลือต่างๆ ของชุมชน เป็นต้น					
3.4.4 เปิดโอกาสให้ชุมชนได้แสดงความคิดเห็นหรือให้ ข้อเสนอแนะต่อการจัดการสิ่งแวดล้อม/ผลกระทบต่างๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อนำไปสู่การหาแนวทางแก้ปัญหาาร่วมกัน					

ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมที่ชุมชนต้องการเสนอแนะเพื่อให้บริษัทฯ รับรู้และดำเนินการแก้ไขหรือให้ความช่วยเหลือแก่ชุมชนในรูปแบบต่างๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอบคุณทุกท่านที่กรุณาใช้เวลาตอบแบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้
และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะเป็นประโยชน์ต่อชุมชนและบริษัทฯ
ขอกราบขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้



ภาคผนวก ข

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก
(ตัวแทนภาคชุมชน)

ใบยินยอมด้วยความสมัครใจ

การพัฒนาการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่สอดคล้องตามความต้องการชุมชน
ของบริษัทผลิตอาหารสัตว์แห่งหนึ่งในจังหวัดลำพูน

วันที่ทำยินยอม วันที่.....เดือน.....พ.ศ. 2560

ก่อนที่จะลงนามในใบยินยอมให้ทำการวิจัยนี้ ข้าพเจ้าได้รับการอธิบายจากผู้วิจัยถึง
วัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีการวิจัย รวมทั้งประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับของการวิจัยและความเสี่ยง
ที่อาจจะเกิดขึ้นจากการเข้าร่วมการวิจัย อีกทั้งยังได้รับคำอธิบายและตอบข้อสงสัยจากหัวหน้าโครงการ
วิจัยเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

ผู้วิจัยรับรองว่าจะตอบคำถามต่างๆ ที่ข้าพเจ้าสงสัยด้วยความเต็มใจ ไม่ปิดบังซ่อนเร้น
จนข้าพเจ้าพอใจ

ข้าพเจ้ามีสิทธิที่จะบอกเลิกการเข้าร่วมในโครงการวิจัยนี้เมื่อใดก็ได้ และเข้าร่วมโครงการ
วิจัยนี้โดยสมัครใจและสามารถบอกเลิกการเข้าร่วมการวิจัยนี้ โดยจะไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อตัวข้าพเจ้า
และครอบครัว ข้าพเจ้ายินยอมให้ผู้วิจัยใช้ข้อมูลส่วนตัวของข้าพเจ้าที่ได้รับจากการวิจัย และเปิดเผย
ข้อมูลเฉพาะผู้ที่มิมีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนและกำกับดูแลการวิจัย แต่จะไม่เผยแพร่ต่อสาธารณะ
เป็นรายบุคคล โดยจะนำเสนอเป็นข้อมูลโดยรวมจากการวิจัยเท่านั้น

หากข้าพเจ้ามีข้อข้องใจเกี่ยวกับขั้นตอนการวิจัย หรือหากเกิดเหตุการณ์ที่ไม่พึงประสงค์
จากการวิจัยขึ้นกับข้าพเจ้า สามารถติดต่อได้ที่ นางสาวจันจิราภรณ์ จันตะ โรงพยาบาลลำพูน ต.ต้นธง
อ.เมือง จ.ลำพูน โทร 088-2513028 ได้ตลอด 24 ชั่วโมง

ข้าพเจ้าได้อ่านข้อความข้างต้นแล้ว และมีความเข้าใจดีทุกประการ และได้ลงนามในใบ
ยินยอมนี้ด้วยความเต็มใจ

ลงนาม.....ผู้ยินยอม/ผู้เข้าร่วมการวิจัย
ลงนาม.....ผู้ให้ข้อมูล

ข้าพเจ้าไม่สามารถอ่านหนังสือได้ แต่ผู้วิจัยได้อ่านข้อความในใบยินยอมนี้ให้แก่ข้าพเจ้า
ฟังจนเข้าใจดีแล้ว และข้าพเจ้าจึงได้ลงนามในใบยินยอมนี้ด้วยความเต็มใจ

ลงนาม.....ผู้ยินยอม
ลงนาม.....พยาน



แบบสัมภาษณ์งานวิจัย

เรื่อง การพัฒนาการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่สอดคล้องตามความต้องการชุมชน
ของบริษัทผลิตอาหารสัตว์แห่งหนึ่งในจังหวัดลำพูน

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อศึกษาการรับรู้ปัญหาสิ่งแวดล้อมและการดำเนินกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ของบริษัทฯ และศึกษาความต้องการของชุมชนที่อาศัยอยู่บริเวณโดยรอบบริษัทฯ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาแนวทางการจัดกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง ซึ่งแบบสัมภาษณ์นี้ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

โดยคำตอบทุกคำตอบที่ท่านตอบถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาของนักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการสิ่งแวดล้อมอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช จึงถือเป็นความลับ โดยจะไม่เปิดเผยชื่อผู้ให้สัมภาษณ์หรือกระทำการอันใดให้ส่งผลกระทบต่อผู้ให้สัมภาษณ์

จึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการให้ความอนุเคราะห์การสัมภาษณ์ในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณล่วงหน้ามา ณ โอกาสนี้

นางสาวจันจิราภรณ์ จันดี

นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

- 1.1 ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์.....
- 1.2 สถานภาพของผู้ให้สัมภาษณ์.....
- 1.3 สถานที่ให้สัมภาษณ์.....
- 1.4 วันที่ให้สัมภาษณ์.....เวลา.....น.

ส่วนที่ 2 รายการสัมภาษณ์ (ภาคชุมชน)

กลุ่มตัวอย่าง คือ ชุมชนที่อาศัยอยู่บริเวณ โดยรอบๆ ในรัศมี 2.5 กิโลเมตรและได้รับผลกระทบจากการประกอบกิจการของบริษัทฯ ได้แก่

- 2.1 ผู้นำชุมชนหมู่บ้านละ 1 ท่าน
- 2.2 ตัวแทนชุมชนหมู่บ้านละ 2 ท่าน
- 2.3 ตัวแทนจากหน่วยงานและสถานประกอบการบริเวณข้างเคียง แห่งละ 1 ท่าน

คำชี้แจง โปรดตอบข้อมูลที่เป็นจริงและตอบให้ครบทุกประเด็นคำถามเพื่อประโยชน์สูงสุดของชุมชน
1. บริษัทฯ ได้ทำให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อม ปัญหาสภาพหรือปัญหาด้านอื่นๆ ที่ส่งผลกระทบต่อชุมชนหรือไม่ อย่างไร

ตอบ.....
.....
.....
.....

2. ปัญหาดังกล่าวเกิดมาจากสาเหตุใดและที่ผ่านมามีการดำเนินการแก้ไขอย่างไร ใครมีส่วนร่วมบ้าง และผลที่ได้รับเป็นอย่างไร

ตอบ.....
.....
.....
.....

3. บริษัทฯ ได้ดำเนินการแก้ไขโดยการจัดกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมและกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมหรือไม่อย่างไรและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย/หรือให้ประโยชน์กับชุมชนมากน้อยเพียงใด

ตอบ.....
.....
.....

4. จากกิจกรรมในข้อ 3 ที่บริษัทฯ ได้ดำเนินการไปแล้วนั้น ท่านคิดว่ามีความสอดคล้องกับปัญหาที่เกิดขึ้นจริงในชุมชนและสามารถแก้ไขปัญหาได้หรือไม่อย่างไรและกิจกรรมดังกล่าวสามารถตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนได้หรือไม่ อย่างไร

ตอบ.....
.....
.....

5. ชุมชนมีความต้องการหรือคาดหวังสิ่งใดจากบริษัทฯ บ้างหรือไม่ และต้องการในรูปแบบใด

ตอบ.....
.....
.....

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

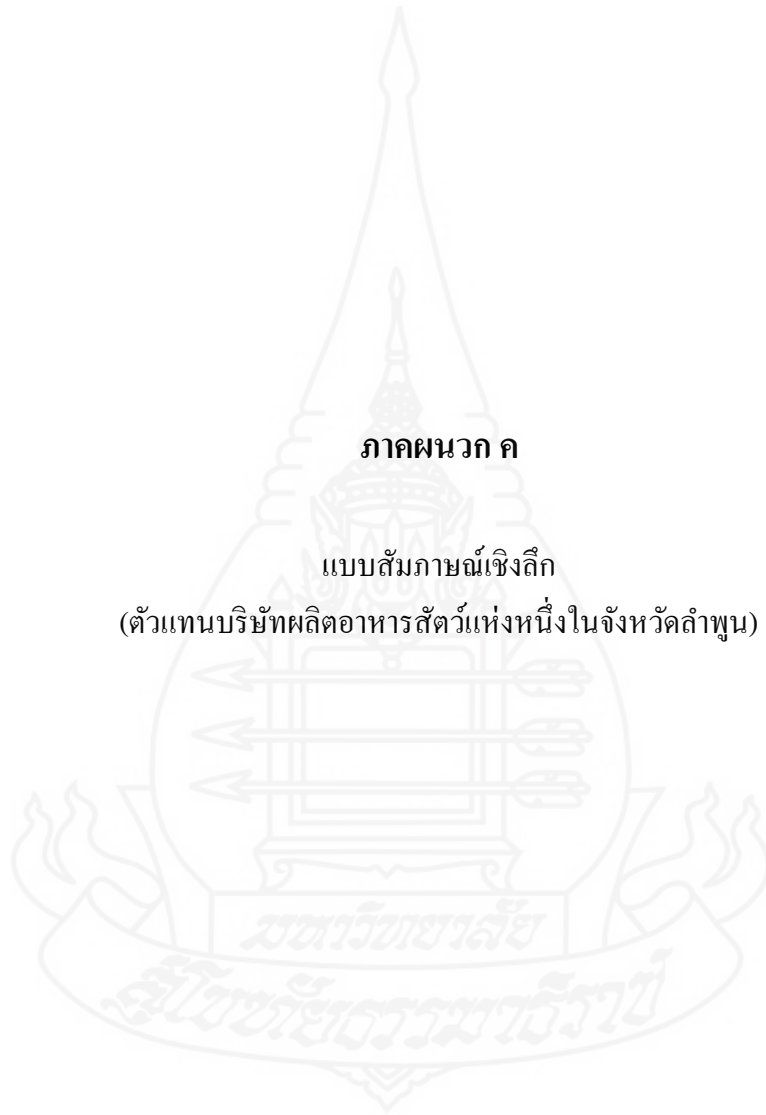
ตอบ.....
.....
.....

(ลงชื่อ).....ผู้สัมภาษณ์
(นางสาวจันจิราภรณ์ จันตะ)
วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

ภาคผนวก ค

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

(ตัวแทนบริษัทผลิตอาหารสัตว์แห่งหนึ่งในจังหวัดลำพูน)



ใบยินยอมด้วยความสมัครใจ

การพัฒนาการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่สอดคล้องตามความต้องการชุมชน
ของบริษัทผลิตอาหารสัตว์แห่งหนึ่งในจังหวัดลำพูน

วันที่ให้คำยินยอม วันที่.....เดือน.....พ.ศ. 2560

ก่อนที่จะลงนามในใบยินยอมให้ทำการวิจัยนี้ ข้าพเจ้าได้รับการอธิบายจากผู้วิจัยถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีการวิจัย รวมทั้งประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับของการวิจัยและความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นจากการเข้าร่วมการวิจัย อีกทั้งยังได้รับคำอธิบายและตอบข้อสงสัยจากหัวหน้าโครงการวิจัยเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

ผู้วิจัยรับรองว่าจะตอบคำถามต่างๆ ที่ข้าพเจ้าสงสัยด้วยความเต็มใจ ไม่ปิดบังซ่อนเร้นจนข้าพเจ้าพอใจ

ข้าพเจ้ามีสิทธิที่จะบอกเลิกการเข้าร่วมในโครงการวิจัยนี้เมื่อใดก็ได้ และเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้โดยสมัครใจและสามารถบอกเลิกการเข้าร่วมการวิจัยนี้ โดยจะไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อตัวข้าพเจ้าและครอบครัว ข้าพเจ้ายินยอมให้ผู้วิจัยใช้ข้อมูลส่วนตัวของข้าพเจ้าที่ได้รับจากการวิจัย และเปิดเผยข้อมูลเฉพาะผู้ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนและกำกับดูแลการวิจัย แต่จะไม่เผยแพร่ต่อสาธารณะเป็นรายบุคคล โดยจะนำเสนอเป็นข้อมูลโดยรวมจากการวิจัยเท่านั้น

หากข้าพเจ้ามีข้อข้องใจเกี่ยวกับขั้นตอนการวิจัย หรือหากเกิดเหตุการณ์ที่ไม่พึงประสงค์จากการวิจัยขึ้นกับข้าพเจ้า สามารถติดต่อได้ที่ นางสาวจันจิราภรณ์ จันตะ โรงพยาบาลลำพูน ต.ต้นธง อ.เมือง จ.ลำพูน โทร 088-2513028 ได้ตลอด 24 ชั่วโมง

ข้าพเจ้าได้อ่านข้อความข้างต้นแล้ว และมีความเข้าใจดีทุกประการ และได้ลงนามในใบยินยอมนี้ด้วยความเต็มใจ

ลงนาม.....ผู้ยินยอม/ผู้เข้าร่วมการวิจัย

ลงนาม.....ผู้ให้ข้อมูล

ข้าพเจ้าไม่สามารถอ่านหนังสือได้ แต่ผู้วิจัยได้อ่านข้อความในใบยินยอมนี้ให้แก่ข้าพเจ้า ฟังจนเข้าใจดีแล้ว และข้าพเจ้าจึงได้ลงนามในใบยินยอมนี้ด้วยความเต็มใจ

ลงนาม.....ผู้ยินยอม

ลงนาม.....พยาน



แบบสัมภาษณ์งานวิจัย

เรื่อง การพัฒนาการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่สอดคล้องตามความต้องการชุมชน
ของบริษัทผลิตอาหารสัตว์แห่งหนึ่งในจังหวัดลำพูน

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อศึกษาปัญหาสิ่งแวดล้อมและการดำเนินกิจกรรม
การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน CSR ตลอดจน
ความพร้อมของบริษัทฯ ในการตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนที่อาศัยอยู่บริเวณโดยรอบบริษัทฯ
เพื่อนำไปสู่การพัฒนาแนวทางการกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมที่สอดคล้องกับ
ความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง ซึ่งแบบสัมภาษณ์นี้ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

โดยคำตอบทุกคำตอบที่ท่านตอบถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาของนักศึกษาปริญญาโท
หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการสิ่งแวดล้อมอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยสุโขทัย
ธรรมาธิราช จึงถือเป็นความลับและไม่ส่งผลกระทบต่อผู้ให้สัมภาษณ์แต่อย่างใด

จึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการให้ความอนุเคราะห์การสัมภาษณ์ในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณล่วงหน้ามา ณ โอกาสนี้

นางสาวจันจิราภรณ์ จันตะ

นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

- 1.1 ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์.....
- 1.2 สถานภาพของผู้ให้สัมภาษณ์.....
- 1.3 สถานที่ให้สัมภาษณ์.....
- 1.4 วันที่ให้สัมภาษณ์.....เวลา.....น.

ส่วนที่ 2 รายการสัมภาษณ์ (ตัวแทนบริษัทฯ)

กลุ่มตัวอย่าง คือ เจ้าหน้าที่ที่สิ่งแวดล้อม เจ้าหน้าที่ความปลอดภัย (จป.วิชาชีพ) และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรม CSR ของบริษัทฯ โดยทำการเลือกอย่างเจาะจง (Judgement sampling) จำนวน 5 ท่านเพื่อสัมภาษณ์แบบเจาะลึก

คำชี้แจง โปรดตอบข้อมูลที่เป็นจริงและตอบให้ครบทุกประเด็นคำถามเพื่อประโยชน์สูงสุดต่อบริษัทฯ และชุมชน

1. ที่ผ่านมามีบริษัทฯ มีปัญหาสิ่งแวดล้อมและการร้องเรียนใดบ้างจากชุมชนและมีการดำเนินแก้ไขอย่างไรบ้าง แล้วปัจจุบันยังมีการร้องเรียนอยู่หรือไม่ และมีผลตอบรับจากชุมชนไปในทิศทางใด หลังจากดำเนินการแก้ไขไปแล้วทั้งนี้บริษัทฯ มีการติดต่อสื่อสารหรือกระจายข่าวสารไปยังชุมชนหรือไม่ อย่างไร

ตอบ.....

.....

.....

.....

2. การดำเนินกิจกรรม CSR ที่ผ่านมามีบริษัทฯ ใช้อะไรเป็นแบบแผนในการกำหนดแนวทางของการจัดกิจกรรม (มีการเปิดรับฟังความคิดเห็นจากชุมชนบ้างหรือไม่) และได้รับการตอบสนองอย่างไรบ้างจากชุมชน

ตอบ.....

.....

.....

.....

3. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินกิจกรรม CSR ในปีที่ผ่านๆ มา และบริษัทฯ มีแนวทางแก้ไขอย่างไร

ตอบ.....

.....

.....

.....

4. ความพร้อมของบริษัทฯในการสนับสนุนกิจกรรม CSR ในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านคน ด้านงบประมาณ ด้านวัสดุอุปกรณ์ และด้านการบริหารจัดการมีมากน้อยเพียงใด

ตอบ.....

.....

.....

.....

5. บริษัทฯ มีแบบแผน/รูปแบบการดำเนินงานเกี่ยวกับการจัดกิจกรรม CSR ในอนาคตไว้อย่างไร

ตอบ.....

.....

.....

.....

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ตอบ.....

.....

.....

.....

(ลงชื่อ).....ผู้สัมภาษณ์

(นางสาวจันจิราภรณ์ จันต๊ะ)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....



ภาคผนวก ง

เอกสารรับรองการวิจัย
และหนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูล



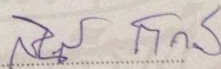
เอกสารรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ โรงพยาบาลลำพูน

Research ID :	Ethic LPN ๐๐๗/๒๕๖๐	
ชื่อผู้วิจัย :	นางสาวจันจิราภรณ์ จันติะ	
หน่วยงาน :	กลุ่มงานอาชีวเวชกรรม โรงพยาบาลลำพูน	
ชื่อโครงการ(ภาษาไทย) :	การพัฒนาการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่สอดคล้องตามความต้องการของชุมชน กรณีศึกษาบริษัทเบทาโกร จำกัด(มหาชน) จังหวัดลำพูน	
ชื่อโครงการ(ภาษาอังกฤษ) :	A Development on corporate social responsibility activities accordind to community needs: A case study of BETAGRO L.td (Thailand),Lamphun province	
ที่	รายการเอกสาร	การอ้างอิง
๑	โครงร่างการวิจัย	ฉบับวันที่ ๑๐ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๐
๒	หนังสือแสดงความยินยอมเข้าร่วมการวิจัย	ฉบับวันที่ ๑๐ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๐
๓	แบบสอบถาม	ฉบับวันที่ ๑๐ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๐
๔	แบบสัมภาษณ์เชิงลึก	ฉบับวันที่ ๑๐ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๐
๕		

เสนอรายงานความก้าวหน้า : ทุกๆ ๓ เดือน ๖ เดือน ๑ ปี อื่นๆ.....

วันที่เริ่มอนุมัติ	30 มี.ค. 2560	วันหมดอายุ	30 มี.ค. 2561
--------------------	---------------	------------	---------------

ได้ผ่านการพิจารณาด้านจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยโรงพยาบาลลำพูน และเห็นว่าผู้วิจัยต้องดำเนินการตามโครงการวิจัยที่ได้กำหนดไว้ หากจะมีการปรับเปลี่ยนหรือแก้ไขใดๆ ควรผ่านความเห็นชอบหรือแจ้งต่อคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยโรงพยาบาลลำพูนก่อน


(น.พ.กรินทร์ กิติ)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย
โรงพยาบาลลำพูน

หลังการรับรอง

- กรณีขยายเวลาดำเนินการวิจัย ให้ขอความเห็นชอบก่อนหนังสือรับรองหมดอายุ ๒ เดือน
- หากมีเหตุการณ์ที่อาจมีผลต่อสวัสดิภาพ ความปลอดภัยของอาสาสมัคร ให้รายงานต่อคณะกรรมการฯ โดยด่วน



ที่ ศธ 0522.20(บ)/ ๖ 641

สาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ถนนแจ้งวัฒนะ ตำบลบางพูด
อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120

12 เมษายน 2560

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บข้อมูล เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

เรียน คุณสนทยา จำจด (ผู้อำนวยการบริษัท เบทาโกรนอร์ธเทอรัล จำกัด)

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม จำนวน ชุด

ด้วยนางสาวจันจิราภรณ์ จันดี นักศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการสิ่งแวดล้อมอุตสาหกรรม สาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง "การพัฒนาการจัดการกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม(CSR)ที่สอดคล้องตามความต้องการของชุมชน กรณีศึกษา บริษัทเบทาโกร จำกัด (มหาชน) จังหวัดลำพูน" ซึ่งอยู่ในความควบคุมดูแลของ รองศาสตราจารย์ ดร.ศรีศักดิ์ สุนทรไชย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ในการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้นักศึกษามีความประสงค์จะขอเก็บข้อมูลการรับรู้และความคิดเห็นของชุมชนและบริษัทข้างเคียงที่อยู่ในรัศมี 2.5 กม.จากบริษัทเบทาโกร จำกัด (มหาชน) ในประเด็นเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อม การดำเนินกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม(CSR) ตลอดจนความต้องการของชุมชนที่คาดหวังจะได้รับจากบริษัทเบทาโกร จำกัด (มหาชน) เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ โดยเก็บข้อมูลจากตัวแทนบริษัทข้างเคียง ผู้ใหญ่บ้าน และตัวแทนชุมชนซึ่งอาศัยอยู่ในพื้นที่โดยรอบบริษัทเบทาโกร จำกัด (มหาชน) โดยใช้วิธีการให้แบบสอบถาม/หรือสัมภาษณ์ โดยการเก็บข้อมูลจากตัวแทนบริษัท เบทาโกรฯ จำนวน 5 ท่าน ซึ่งอยู่ในพื้นที่ความรับผิดชอบต่อของท่านโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ ระหว่างวันที่ 8 - 30 เมษายน 2560

ในการนี้สาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดพิจารณาอนุญาตให้นักศึกษาได้เก็บข้อมูล เพื่อประกอบการจัดทำวิทยานิพนธ์ตามที่เห็นสมควรด้วย จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์สรารัฐ สุวรรณมาสา)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ

โทร. (02) 503-3610, 504-8020

โทรสาร. (02) 503-3570



ที่ ศธ 0522.20(บ)/๑๕๔1

สาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ถนนแจ้งวัฒนะ ตำบลบางพูด
อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120

12 เมษายน 2560

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บข้อมูล เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

เรียน ผู้อำนวยการ บริษัท เอสเอ็มวี (ไทยแลนด์) จำกัด

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม จำนวน 1 ชุด

ด้วยนางสาวจันจิราภรณ์ จันตะ นักศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการสิ่งแวดล้อมอุตสาหกรรม สาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “การพัฒนาการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่สอดคล้องตามความต้องการของชุมชน กรณีศึกษา บริษัทเบทาโกร จำกัด (มหาชน) จังหวัดลำพูน” ซึ่งอยู่ในความควบคุมดูแลของรองศาสตราจารย์ ดร.ศรีศักดิ์ สุนทรไชย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ในการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ นักศึกษามีความประสงค์จะขอเก็บข้อมูลการรับรู้และความคิดเห็นของชุมชนและบริษัทข้างเคียงที่อยู่ในรัศมี 2.5 กม.จากบริษัทเบทาโกร จำกัด (มหาชน) ในประเด็นเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อม การดำเนินกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม(CSR) ตลอดจนความต้องการของชุมชนที่คาดหวังจะได้รับจากบริษัทเบทาโกร จำกัด (มหาชน) เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์โดยเก็บข้อมูลจากตัวแทนบริษัทข้างเคียง ผู้ใหญ่บ้าน และตัวแทนชุมชน โดยใช้วิธีการให้ตอบแบบสอบถาม / สัมภาษณ์ โดยการเก็บข้อมูลจากตัวแทนบริษัท เอสเอ็มวี (ไทยแลนด์) จำกัด จำนวน 1 ท่าน ซึ่งอยู่ในพื้นที่ความรับผิดชอบของท่านโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ ระหว่างวันที่ 8-30 เมษายน 2560

ในการนี้สาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดพิจารณาอนุญาตให้นักศึกษาได้เก็บข้อมูล เพื่อประกอบการจัดทำวิทยานิพนธ์ตามที่เห็นสมควรด้วย จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์สราวุธ สุธรรมมาสา)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ

โทร. (02) 503-3610, 504-8020

โทรสาร. (02) 503-3570



ที่ ศธ 0522.20(บ)/๑๖41

สาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ถนนแจ้งวัฒนะ ตำบลบางพูด
อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120

12 เมษายน 2560

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บข้อมูล เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

เรียน ผู้อำนวยการ บริษัท ทานากะ พรีซิชั่น (ประเทศไทย) จำกัด

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม จำนวน 1 ชุด

ด้วยนางสาวจันจิราภรณ์ จันตะ นักศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการสิ่งแวดล้อมอุตสาหกรรม สาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “การพัฒนาการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่สอดคล้องตามความต้องการของชุมชน กรณีศึกษา บริษัทเบทาโกร จำกัด (มหาชน) จังหวัดลำพูน” ซึ่งอยู่ในความควบคุมดูแลของรองศาสตราจารย์ ดร.ศรีศักดิ์ สุนทรไชย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ในการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ นักศึกษามีความประสงค์จะขอเก็บข้อมูลการรับรู้และความคิดเห็นของชุมชนและบริษัทข้างเคียงที่อยู่ในรัศมี 2.5 กม.จากบริษัทเบทาโกร จำกัด (มหาชน) ในประเด็นเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อม การดำเนินกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม(CSR) ตลอดจนความต้องการของชุมชนที่คาดหวังจะได้รับจากบริษัทเบทาโกร จำกัด (มหาชน) เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์โดยเก็บข้อมูลจากตัวแทนบริษัทข้างเคียง ผู้ใหญ่บ้าน และตัวแทนชุมชน โดยใช้วิธีการให้ตอบแบบสอบถาม / สัมภาษณ์ โดยการเก็บข้อมูลจากตัวแทนบริษัท ทานากะ พรีซิชั่น (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 1 ท่าน ซึ่งอยู่ในพื้นที่ความรับผิดชอบต่อของท่านโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ ระหว่างวันที่ 8-30 เมษายน 2560

ในการนี้สาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดพิจารณาอนุญาตให้นักศึกษาได้เก็บข้อมูล เพื่อประกอบการจัดทำวิทยานิพนธ์ตามที่เห็นสมควรด้วย จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์สุราษฎร์ สุธรรมมาสา)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ

โทร. (02) 503-3610, 504-8020

โทรสาร. (02) 503-3570



ที่ ศธ 0522.20(บ)/๑๖41

สาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ถนนแจ้งวัฒนะ ตำบลบางพูด
อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120

12 เมษายน 2560

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บข้อมูล เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

เรียน ผู้อำนวยการ บริษัท เคอิน (ไทยแลนด์) จำกัด

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม จำนวน 1 ชุด

ด้วยนางสาวจันจิราภรณ์ จันตะ นักศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการสิ่งแวดล้อมอุตสาหกรรม สาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “การพัฒนาการจัดการกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่สอดคล้องตามความต้องการของชุมชน กรณีศึกษา บริษัทเบทาโกร จำกัด (มหาชน) จังหวัดลำพูน” ซึ่งอยู่ในความควบคุมดูแลของรองศาสตราจารย์ ดร.ศรีศักดิ์ สุนทรไชย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ในการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ นักศึกษามีความประสงค์จะขอเก็บข้อมูลการรับรู้และความคิดเห็นของชุมชนและบริษัทข้างเคียงที่อยู่ในรัศมี 2.5 กม.จากบริษัทเบทาโกร จำกัด (มหาชน) ในประเด็นเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อม การดำเนินกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม(CSR) ตลอดจนความต้องการของชุมชนที่คาดหวังจะได้รับจากบริษัทเบทาโกร จำกัด (มหาชน) เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์โดยเก็บข้อมูลจากตัวแทนบริษัทข้างเคียง ผู้ใหญ่บ้าน และตัวแทนชุมชน โดยใช้วิธีการให้ตอบแบบสอบถาม / สัมภาษณ์ โดยการเก็บข้อมูลจากตัวแทนบริษัท เคอิน (ไทยแลนด์) จำกัด จำนวน 1 ท่าน ซึ่งอยู่ในพื้นที่ความรับผิดชอบของท่านโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ ระหว่างวันที่ 8-30 เมษายน 2560

ในการนี้สาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดพิจารณาอนุญาตให้นักศึกษาได้เก็บข้อมูล เพื่อประกอบการจัดทำวิทยานิพนธ์ตามที่เห็นสมควรด้วย จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์สราวุธ สุธรรมมาสา)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ

โทร. (02) 503-3610, 504-8020

โทรสาร. (02) 503-3570



ที่ ศธ 0522.20(บ)/๑641

สาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ถนนแจ้งวัฒนะ ตำบลบางพูด
อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120

12 เมษายน 2560

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บข้อมูล เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

เรียน ผู้อำนวยการสำนักงานการนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือจังหวัดลำพูน

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม จำนวน 1 ชุด

ด้วยนางสาวจันจิราภรณ์ จันดี นักศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการสิ่งแวดล้อมอุตสาหกรรม สาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “การพัฒนาการจัดการกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่สอดคล้องตามความต้องการของชุมชน กรณีศึกษา บริษัทเบทาโกร จำกัด (มหาชน) จังหวัดลำพูน” ซึ่งอยู่ในความควบคุมดูแลของรองศาสตราจารย์ ดร.ศรีศักดิ์ สุนทรไชย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ในการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ นักศึกษามีความประสงค์จะขอเก็บข้อมูลการรับรู้และความคิดเห็นของชุมชนและบริษัทข้างเคียงที่อยู่ในรัศมี 2.5 กม.จากบริษัทเบทาโกร จำกัด (มหาชน) ในประเด็นเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อม การดำเนินกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม(CSR) ตลอดจนความต้องการของชุมชนที่คาดหวังจะได้รับจากบริษัทเบทาโกร จำกัด (มหาชน) เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์โดยเก็บข้อมูลจากตัวแทนบริษัทข้างเคียง ผู้ใหญ่บ้าน และตัวแทนชุมชน โดยใช้วิธีการให้ตอบแบบสอบถาม / สัมภาษณ์ โดยการเก็บข้อมูลจากตัวแทนการสำนักงานการนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน จำนวน 1 ท่าน ซึ่งอยู่ในพื้นที่ความรับผิดชอบของท่านโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ ระหว่างวันที่ 8-30 เมษายน 2560

ในการนี้สาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดพิจารณาอนุญาตให้นักศึกษาได้เก็บข้อมูล เพื่อประกอบการจัดทำวิทยานิพนธ์ตามที่เห็นสมควรด้วย จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์สรารุท สุธรรมมาสา)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ

โทร. (02) 503-3610, 504-8020

โทรสาร. (02) 503-3570



ที่ ศธ 0522.20(บ)/๑๘๔1

สาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ถนนแจ้งวัฒนะ ตำบลบางพูด
อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120

12 เมษายน 2560

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บข้อมูล เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

เรียน ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ 13 บ้านสันปูเลย

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม จำนวน ชุด

ด้วยนางสาวจันจิราภรณ์ จันตะ นักศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการสิ่งแวดล้อมอุตสาหกรรม สาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “การพัฒนาการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่สอดคล้องตามความต้องการของชุมชน กรณีศึกษา บริษัทเบทาโกร จำกัด (มหาชน) จังหวัดลำพูน” ซึ่งอยู่ในความควบคุมดูแลของรองศาสตราจารย์ ดร.ศรีศักดิ์ สุนทรไชย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ในการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ นักศึกษามีความประสงค์จะขอเก็บข้อมูลการรับรู้และความคิดเห็นของชุมชนและบริษัทข้างเคียงที่อยู่ในรัศมี 2.5 กม.จากบริษัทเบทาโกร จำกัด (มหาชน) ในประเด็นเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อม การดำเนินกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม(CSR) ตลอดจนความต้องการของชุมชนที่คาดหวังจะได้รับจากบริษัทเบทาโกร จำกัด (มหาชน) เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์โดยเก็บข้อมูลจากตัวแทนบริษัทข้างเคียง ผู้ใหญ่บ้าน และตัวแทนชุมชน โดยใช้วิธีการให้ตอบแบบสอบถาม / สัมภาษณ์ โดยการเก็บข้อมูลจากตัวแทนชุมชนหมู่ 13 บ้านสันปูเลย ซึ่งอยู่ในพื้นที่ความรับผิดชอบของท่านโดยใช้วิธีการตอบแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ระหว่างวันที่ 8-30 เมษายน 2560

ในการนี้สาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดพิจารณาอนุญาตให้นักศึกษาได้เก็บข้อมูล เพื่อประกอบการจัดทำวิทยานิพนธ์ตามที่เห็นสมควรด้วย จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์สรารัฐ สุธรรมมาสา)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ

โทร. (02) 503-3610, 504-8020

โทรสาร. (02) 503-3570



ที่ ศธ 0522.20(บ)/๑๖41

สาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
ถนนแจ้งวัฒนะ ตำบลบางพูด
อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120

12 เมษายน 2560

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บข้อมูล เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

เรียน ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ 3 บ้านศรีบุญยืน

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม จำนวน ชุด

ด้วยนางสาวจันจิราภรณ์ จันตะ นักศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการสิ่งแวดล้อมอุตสาหกรรม สาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “การพัฒนาการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่สอดคล้องตามความต้องการของชุมชน กรณีศึกษา บริษัทเบทาโกร จำกัด (มหาชน) จังหวัดลำพูน” ซึ่งอยู่ในความควบคุมดูแลของรองศาสตราจารย์ ดร.ศรีศักดิ์ สุนทรไชย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ในการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ นักศึกษามีความประสงค์จะขอเก็บข้อมูลการรับรู้และความคิดเห็นของชุมชนและบริษัทข้างเคียงที่อยู่ในรัศมี 2.5 กม. จากบริษัทเบทาโกร จำกัด (มหาชน) ในประเด็นเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อม การดำเนินกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม(CSR) ตลอดจนความต้องการของชุมชนที่คาดหวังจะได้รับจากบริษัทเบทาโกร จำกัด (มหาชน) เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์โดยเก็บข้อมูลจากตัวแทนบริษัทข้างเคียง ผู้ใหญ่บ้าน และตัวแทนชุมชน โดยใช้วิธีการให้ตอบแบบสอบถาม / สัมภาษณ์ โดยการเก็บข้อมูลจากตัวแทนชุมชนหมู่ 3 บ้านศรีบุญยืน ซึ่งอยู่ในพื้นที่ความรับผิดชอบของท่านโดยใช้วิธีการตอบแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ระหว่างวันที่ 8-30 เมษายน 2560

ในการนี้สาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดพิจารณาอนุญาตให้นักศึกษาได้เก็บข้อมูล เพื่อประกอบการจัดทำวิทยานิพนธ์ตามที่เห็นสมควรด้วย จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์สรารัฐ สุธรรมมาสา)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ

โทร. (02) 503-3610, 504-8020

โทรสาร. (02) 503-3570



ที่ ศธ 0522.20(บ)/๐641

สาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ถนนแจ้งวัฒนะ ตำบลบางพูด
อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120

12 เมษายน 2560

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บข้อมูล เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

เรียน ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ 4 บ้านสันป่าฝ้าย

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม จำนวน ชุด

ด้วยนางสาวจันจิราภรณ์ จันดี นักศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการ สิ่งแวดล้อมอุตสาหกรรม สาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “การพัฒนาการจัดการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่สอดคล้องตามความต้องการของชุมชน กรณีศึกษา บริษัทเบทาโกร จำกัด (มหาชน) จังหวัดลำพูน” ซึ่งอยู่ในความควบคุมดูแลของรองศาสตราจารย์ ดร.ศรีศักดิ์ สุนทรไชย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ในการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ นักศึกษามีความประสงค์จะขอเก็บข้อมูลการรับรู้และความคิดเห็นของชุมชนและบริษัทข้างเคียงที่อยู่ในรัศมี 2.5 กม.จากบริษัทเบทาโกร จำกัด (มหาชน) ในประเด็นเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อม การดำเนินกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม(CSR) ตลอดจนความต้องการของชุมชนที่คาดหวังจะได้รับจากบริษัทเบทาโกร จำกัด (มหาชน) เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์โดยเก็บข้อมูลจากตัวแทนบริษัทข้างเคียง ผู้ใหญ่บ้าน และตัวแทนชุมชน โดยใช้วิธีการให้ตอบแบบสอบถาม / สัมภาษณ์ โดยการเก็บข้อมูลจากตัวแทนชุมชนหมู่ 4 บ้านสันป่าฝ้าย ซึ่งอยู่ในพื้นที่ความรับผิดชอบต่อของท่านโดยใช้วิธีการตอบแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ระหว่างวันที่ 8-30 เมษายน 2560

ในการนี้สาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดพิจารณาอนุญาตให้นักศึกษาได้เก็บข้อมูล เพื่อประกอบการจัดทำวิทยานิพนธ์ตามที่เห็นสมควรด้วย จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์สรารัฐ สุธรรมมาสา)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ

โทร. (02) 503-3610, 504-8020

โทรสาร. (02) 503-3570



ที่ ศธ 0522.20(บ)/๐๔๑

สาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ถนนแจ้งวัฒนะ ตำบลบางพูด
อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120

12 เมษายน 2560

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บข้อมูล เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

เรียน ผู้จัดการสาขาบริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) สาขาลำพูน

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม จำนวน 1 ชุด

ด้วยนางสาวจันจิราภรณ์ จันดีะ นักศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการสิ่งแวดล้อมอุตสาหกรรม สาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “การพัฒนาการจัดการกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่สอดคล้องตามความต้องการของชุมชน กรณีศึกษา บริษัทเบทาโกร จำกัด (มหาชน) จังหวัดลำพูน” ซึ่งอยู่ในความควบคุมดูแลของรองศาสตราจารย์ ดร.ศรีศักดิ์ สุนทรไชย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ในการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ นักศึกษามีความประสงค์จะขอเก็บข้อมูลการรับรู้และความคิดเห็นของชุมชนและบริษัทข้างเคียงที่อยู่ในรัศมี 2.5 กม.จากบริษัทเบทาโกร จำกัด (มหาชน) ในประเด็นเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อม การดำเนินกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม(CSR) ตลอดจนความต้องการของชุมชนที่คาดหวังจะได้รับจากบริษัทเบทาโกร จำกัด (มหาชน) เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์โดยเก็บข้อมูลจากตัวแทนบริษัทข้างเคียง ผู้ใหญ่บ้าน และตัวแทนชุมชน โดยใช้วิธีการให้ตอบแบบสอบถาม / สัมภาษณ์ โดยการเก็บข้อมูลจากตัวแทนบริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) สาขาลำพูน จำนวน 1 ท่าน ซึ่งอยู่ในพื้นที่ความรับผิดชอบต่อของท่านโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ ระหว่างวันที่ 8-30 เมษายน 2560

ในการนี้สาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดพิจารณาอนุญาตให้นักศึกษาได้เก็บข้อมูล เพื่อประกอบการจัดทำวิทยานิพนธ์ตามที่เห็นสมควรด้วย จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์สรารัฐ สุธรรมมาสา)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ

โทร. (02) 503-3610, 504-8020

โทรสาร. (02) 503-3570



ที่ ศธ 0522.20(บ)/ ๑641

สาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ถนนแจ้งวัฒนะ ตำบลบางพูด
อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120

12 เมษายน 2560

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บข้อมูล เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์
เรียน ผู้จัดการสาขาบริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) สาขาลำพูน
สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม จำนวน 1 ชุด

ด้วยนางสาวจันจิราภรณ์ จันดี นักศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการสิ่งแวดล้อมอุตสาหกรรม สาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “การพัฒนาการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่สอดคล้องตามความต้องการของชุมชน กรณีศึกษา บริษัทเบทาโกร จำกัด (มหาชน) จังหวัดลำพูน” ซึ่งอยู่ในความควบคุมดูแลของรองศาสตราจารย์ ดร.ศรีศักดิ์ สุนทรไชย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ในการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ นักศึกษามีความประสงค์จะขอเก็บข้อมูลการรับรู้และความคิดเห็นของชุมชนและบริษัทข้างเคียงที่อยู่ในรัศมี 2.5 กม.จากบริษัทเบทาโกร จำกัด (มหาชน) ในประเด็นเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อม การดำเนินกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม(CSR) ตลอดจนความต้องการของชุมชนที่คาดหวังจะได้รับจากบริษัทเบทาโกร จำกัด (มหาชน) เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์โดยเก็บข้อมูลจากตัวแทนบริษัทข้างเคียง ผู้ใหญ่บ้าน และตัวแทนชุมชน โดยใช้วิธีการให้ตอบแบบสอบถาม / สัมภาษณ์ โดยการเก็บข้อมูลจากตัวแทนบริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) สาขาลำพูน จำนวน 1 ท่าน ซึ่งอยู่ในพื้นที่ความรับผิดชอบของท่านโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ ระหว่างวันที่ 8-30 เมษายน 2560

ในการนี้สาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดพิจารณาอนุญาตให้นักศึกษาได้เก็บข้อมูล เพื่อประกอบการจัดทำวิทยานิพนธ์ตามที่เห็นสมควรด้วย จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์สรารัฐ สุวรรณธาดา)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ

โทร. (02) 503-3610, 504-8020

โทรสาร. (02) 503-3570

ภาคผนวก จ

ภาพกิจกรรมลงพื้นที่สำรวจชุมชนและรวบรวมเก็บข้อมูล



1. ลงพื้นที่สำรวจชุมชน



2. ซึ่แจงแบบสอบถามและรายละเอียดงานวิจัย



2. ซึ่แจงแบบสอบถามและรายละเอียดงานวิจัย (ต่อ)



2. ซึ่แจงแบบสอบถามและรายละเอียดงานวิจัย (ต่อ)



3. สัมภาษณ์เชิงลึกชุมชนและบริษัทข้างเคียง



3. สัมภาษณ์เชิงลึกชุมชนและบริษัทข้างเคียง (ต่อ)



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นางสาวจันจิราภรณ์ จันดี๊ะ
วัน เดือน ปีเกิด	2 พฤศจิกายน 2534
สถานที่เกิด	อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ประวัติการศึกษา	วิทยาศาสตรบัณฑิต (สาธารณสุขศาสตร์) มหาวิทยาลัยพะเยา พ.ศ. 2557
สถานที่ทำงาน	โรงพยาบาลลำพูน จังหวัดลำพูน
ตำแหน่ง	นักวิชาการสาธารณสุข

