



ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบธุรกิจยางพาราที่มีผลต่อความ  
พึงพอใจของชุมชน กรณีศึกษา: บริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน)  
สาขาตรัง

Factors of Corporate Social Responsibility (CSR) Practices of Rubber Industries that  
Affect with the Satisfaction of the Communities: A Case Study of Sri Trang  
Argo-industry Public Company Limited, Trang Branch

เกรียงศักดิ์ เพทาย  
Kriangsak Phethai

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์  
A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of  
Master of Business Administration Prince of Songkla University

2564

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์



ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบธุรกิจยางพาราที่มีผลต่อความ  
พึงพอใจของชุมชน กรณีศึกษา:บริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน)  
สาขาตรัง

Factors of Corporate Social Responsibility (CSR) Practices of Rubber Industries that  
Affect with the Satisfaction of the Communities: A Case Study of Sri Trang  
Argo-industry Public Company Limited, Trang Branch

เกรียงศักดิ์ เพทาย  
Kriangsak Phethai

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of  
Master of Business Administration Prince of Songkla University

2564

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ชื่อวิทยานิพนธ์	ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบธุรกิจ ยางพาราที่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชน กรณีศึกษา:บริษัท ศรีตรังแอโกล อินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง
ผู้เขียน	นายเกรียงศักดิ์ เพทหาย
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ

---

**อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก**
**คณะกรรมการสอบ**

.....  
(ดร.นิพัฒน์ โพธิ์วิจิตร)

.....ประธานกรรมการ  
(ดร.พันธ์ภัทร์ เศรษฐภาณุวงศ์)

**อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม**

..... กรรมการ  
(ดร.นิพัฒน์ โพธิ์วิจิตร)

.....  
(ดร.สุรน้อย ช่วยเรือง)

..... กรรมการ  
(ดร.สุรน้อย ช่วยเรือง)

..... กรรมการ  
(ดร.กฤติยา ดวงมณี)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง  
ของการศึกษา ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

.....

(ศาสตราจารย์ ดร.ดำรงศักดิ์ ฟ้ารุ่งแสง)  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ขอรับรองว่างานวิจัยนี้มาจากการศึกษาวิจัยของนักศึกษาเอง และได้แสดงความขอบคุณบุคคลที่มี  
ส่วนช่วยเหลือแล้ว

ลงชื่อ.....

(ดร.นิพัฒน์ โพธิ์วิจิตร)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ลงชื่อ.....

(ดร.สุรน้อย ช่วยเรือง)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ลงชื่อ.....

(นายเกรียงศักดิ์ เพทาย)

นักศึกษา

ข้าพเจ้าขอรับรองว่าผลงานวิจัยนี้ไม่เคยเป็นส่วนหนึ่งในการอนุมัติปริญญาในระดับใดมาก่อนและไม่ได้ถูก  
ใช้ในการยื่นขออนุมัติปริญญาในขณะนี้

ลงชื่อ.....

(นายเกรียงศักดิ์ เพทาย)

นักศึกษา

ชื่อวิทยานิพนธ์	ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบธุรกิจ อย่างพาราที่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชน กรณีศึกษา: บริษัทศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง
ผู้เขียน	นายเกรียงศักดิ์ เพทหาย
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
ปีการศึกษา	2563

### บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและความพึงพอใจของชุมชนโดยรอบของบริษัทศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของชุมชนโดยรอบของบริษัทศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย ประชาชนที่อาศัยรอบบริษัททั้ง 5 ชุมชน จำนวน 337 คน ในการวิเคราะห์ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชน และใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัยพบว่า ระดับความพึงพอใจของชุมชนโดยรวมอยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจของชุมชนด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับปานกลาง ความพึงพอใจของชุมชนด้านการยอมรับของชุมชนอยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจด้านการพัฒนาชุมชนและสังคมอยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการศึกษาอยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพอยู่ในระดับมาก และความพึงพอใจด้านการบริจาคเพื่อสาธารณะประโยชน์อยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า 1) ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมมีผลมากที่สุดต่อความพึงพอใจของชุมชนโดยรวม ความพึงพอใจของชุมชนด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชน ความพึงพอใจของชุมชนด้านการพัฒนาชุมชนและสังคม และความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมการศึกษา 2) ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านกิจกรรม CSR กับชุมชนมีผลมากที่สุดต่อความพึงพอใจด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพ และความพึงพอใจด้านการบริจาคเพื่อสาธารณะประโยชน์ 3) ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กรมีผลมากที่สุดต่อความพึงพอใจด้านการยอมรับของชุมชน

**คำสำคัญ :** ความรับผิดชอบต่อสังคม, ความพึงพอใจ, อุตสาหกรรมยางพารา

<b>Thesis Title</b>	Factors of Corporate Social Responsibility (CSR) Practices of Rubber Industries that affect with the satisfaction of the communities: A case Study of Sri Trang Argo-industry Public Company Limited, Trang Branch
<b>Author</b>	Mr. Kriangsak Phethai
<b>Major Program</b>	Business Administration
<b>Year</b>	2020

### ABSTRACT

This research is aimed at 1) to study the factors of corporate social responsibility activities operation and satisfaction of Sri Trang Agro-Industry Public Company Limited, Trang Branch and 2) to study the result of the factors corporate social responsibility activities operation with satisfaction of communities to Sri Trang Agro-Industry Public Company Limited, Trang Branch. The sample group consisted of 337 people living around the company in 5 communities. By analyzing the factors of social responsibility activities have effected to satisfaction of communities and using statistics, mean, standard deviation and multiple regression analysis. The results of the research revealed that the overall of satisfaction of communities. Satisfaction of communities regarding environmental protection. Satisfaction of communities and social development was at a high level Satisfaction of educational promotion was at a high. Satisfaction of income promotion and occupation was at a high level and satisfaction in public donation was at a high level. The results of hypothesis found that 1) Operational factors, social responsibility in terms of environmental management have the greatest effect on the satisfaction of the communities. Satisfaction of the communities in environmental protection and its impact on the communities. Satisfaction of the communities in communities and social development. And the satisfaction of the communities in promoting education 2) Social responsibility activities in CSR activities with communities have the greatest effect on income and career promotion satisfaction and satisfaction in donating for the public benefit 3) Corporate policy and image had the greatest effect on community acceptance satisfaction.

**Keyword:** Corporate Social Responsibility (CSR); Satisfaction; Rubber Industry

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณาและความอนุเคราะห์อย่างยิ่งจาก ดร.นิพัทธ์ โพธิ์วิจิตร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และ ดร.สุรน้อย ช่วยเรือง อาจารย์ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์ร่วม ที่ได้ให้ความเมตตาสละเวลาให้คำปรึกษาควบคุมดูแลให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จสมบูรณ์ รวมถึง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ครรชิต เชื้อขำ และ ดร.ชัยยา น้อยนารถ ที่คอยให้คำแนะนำในประเด็น เนื้อหาเพิ่มเติมให้กับผู้วิจัยด้วยความเมตตา ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์หลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิตทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้วิทยาการต่างๆ ให้แก่ผู้วิจัยตั้งแต่เริ่มเข้ามาศึกษา ณ สถาบันแห่งนี้ จนกระทั่งผู้วิจัยได้จัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์

สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ครอบครัว ผู้ซึ่งให้การสนับสนุนและกำลังใจ ในการศึกษาคั้งนี้ รวมถึงเพื่อน ๆ รุ่นพี่ และผู้มีพระคุณทั้งหลายที่ได้กล่าวถึง ขอขอบคุณที่คอยให้ความช่วยเหลือและให้กำลังใจเสมอมา

เกรียงศักดิ์ เพทหาย



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(5)
ABSTRACT	(6)
กิตติกรรมประกาศ	(7)
สารบัญ	(8)
รายการตาราง	(10)
รายการภาพประกอบ	(12)
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามการวิจัย	6
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
1.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	6
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
1.6 ขอบเขตของการวิจัย	8
1.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย	10
1.8 สมมติฐานการวิจัย	10
<b>บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>16</b>
2.1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มบริษัท ศรีตรังแอมโกลอินดัสทรี จำกัด (มหาชน)	17
2.2 ผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจยางพารา	21
2.3 ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคม	23
2.4 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม	24
2.5 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับจรรยาบรรณและจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ	32
2.6 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม	35
2.7 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ	47
2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	61
<b>บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย</b>	<b>65</b>
3.1 รูปแบบการวิจัย	65
3.2 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	66
3.3 เครื่องมือในการวิจัย	68
3.4 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัย	68
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล	70

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล	71
<b>บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล</b>	<b>73</b>
4.1 ผลการวิจัยสัมภาษณ์เชิงคุณภาพ	73
4.2 ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ	82
4.3 ผลการทดสอบยืนยันสมมติฐาน	86
<b>บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>	<b>110</b>
5.1 สรุปผลการวิจัย	110
5.2 สรุปผลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหาร	119
5.3 อภิปรายผลการวิจัย	120
5.4 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	126
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>128</b>
<b>ภาคผนวก</b>	
ภาคผนวก ก รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย	137
ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์ผู้บริหาร	138
ภาคผนวก ค แบบสอบถาม	150
<b>ประวัติผู้เขียน</b>	<b>160</b>

## รายการตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 โครงสร้างองค์กรของกลุ่มบริษัทศรีตรัง (OVERVIEW)	20
2.2 การเปรียบเทียบแนวคิดประเด็นความพึงพอใจของชุมชนในด้านต่างๆ	58
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยที่ศึกษาเพิ่มเติม	62
3.1 แสดงข้อมูลจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	67
3.2 แสดงข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่เก็บข้อมูลได้จริง	71
4.1 ความถี่และร้อยละของประชากร	82
4.2 ความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	83
4.3 ความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	83
4.4 ความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	83
4.5 ความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา	84
4.6 ความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้	84
4.7 ระดับการประเมินผลปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม	85
4.8 ระดับการประเมินผลความพึงพอใจของชุมชนรอบโรงงาน	86
4.9 แสดงตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของชุมชนโดยรวม	87
4.10 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนโดยรวม	87
4.11 แสดงตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของชุมชนโดยรวม	88
4.12 แสดงตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของชุมชนด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม และผลกระทบต่อชุมชน	90
4.13 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชน ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชน	91
4.14 แสดงตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม และผลกระทบต่อชุมชน	91
4.15 แสดงตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของชุมชนด้านการยอมรับของชุมชน	93
4.16 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชน ด้านการยอมรับของชุมชน	93
4.17 แสดงตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการยอมรับของชุมชน	94
4.18 แสดงตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของชุมชนด้านการพัฒนาชุมชนและสังคม	96
4.19 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชน ด้านการพัฒนาชุมชนและสังคม	96

## รายการตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.20 แสดงตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการพัฒนาชุมชนและสังคม	97
4.21 แสดงตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมการศึกษา	99
4.22 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชน ด้านการส่งเสริมการศึกษา	99
4.23 แสดงตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมการศึกษา	100
4.24 แสดงตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมรายได้ และอาชีพ	102
4.25 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชน ด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพ	102
4.26 แสดงตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพ	103
4.27 แสดงตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของชุมชนด้านการบริจาคเพื่อประโยชน์ สาธารณะ	105
4.28 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชน ด้านการบริจาคเพื่อประโยชน์สาธารณะ	105
4.29 แสดงตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการบริจาคเพื่อประโยชน์สาธารณะ	106
4.30 แสดงปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชน	106
5.1 ตารางทดสอบผลสมมติฐานการวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชน กรณีศึกษาของบริษัทศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง	112

## รายการภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	10
2.1 แสดงที่ตั้งของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง	21
2.2 CSR PYRAMID	26
2.4 THE FOUR ELEMENTS OF COMPETITIVE CONTEXT	30
4.1 แสดงกรอบวิจัยปัจจัยด้านการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ต่อความพึงพอใจของชุมชนโดยรวม	87
4.2 แสดงกรอบวิจัยปัจจัยด้านการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชน	89
4.3 แสดงกรอบวิจัยปัจจัยด้านการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการยอมรับของชุมชน	92
4.4 แสดงกรอบวิจัยปัจจัยด้านการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการพัฒนาชุมชนและสังคม	95
4.5 แสดงกรอบวิจัยปัจจัยด้านการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมการศึกษา	98
4.6 แสดงกรอบวิจัยปัจจัยด้านการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพ	101
4.7 แสดงกรอบวิจัยปัจจัยด้านการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการบริจาคเพื่อสาธารณประโยชน์	104

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมครั้งแรกเริ่มมาจากคำว่า “Social Audit” เกิดขึ้นในช่วงของศตวรรษที่ยี่สิบ ซึ่งได้กล่าวถึงบริบทของ “Social Audit” คือองค์กรทางธุรกิจควรจะมีการทำรายงานที่แสดงให้เห็นถึงการกระทำที่เป็นความรับผิดชอบต่อสังคมที่สามารถเปิดเผยต่อสาธารณะได้ (Kreps, 1940) ในช่วงศตวรรษที่ยี่สิบ ความรับผิดชอบต่อสังคมยังไม่ได้มีความความนิยมมากนัก พบการเขียนหนังสือที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มขึ้น เห็นได้ชัดเจนจากหนังสือเรื่อง “Social Responsibilities of Business Man” โดยกล่าวถึง ความรับผิดชอบต่อสังคมของนักธุรกิจที่ชัดเจนขึ้นเป็นอย่างมาก (Bowend, 2013) ซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีแนวทางการดำเนินการที่ชัดเจน นอกจากจะสามารถนำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสียอื่นที่เกี่ยวข้องตามมา ยังก่อให้เกิดผลกำไรที่มีความมั่นคงต่อเนื่อง ยั่งยืนและยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในสังคมให้ดีขึ้นอีกด้วย (Crane & Desmond, 2002) และยังพบว่ามีปรมาจารย์อีกหลายท่านที่ให้ความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น เอ บี แครอลล์ Carroll (1991) ได้คิดค้นทฤษฎีเกี่ยวกับพีระมิดของ CSR Porter & Kramer (2002) กล่าวถึง CSR ในเชิงกลยุทธ์ทางธุรกิจเป็นมุมมองที่น่าสนใจเป็นอย่างมาก หรือ คอตเลอร์และลี Kotler & Lee (2005a) มีมุมมองของ CSR ในเชิงการบริหาร เชิงการตลาด เป็นต้น

การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) ในยุคปัจจุบันการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมกลายเป็นกิจกรรมปกติที่ควบคู่กับการดำเนินธุรกิจที่ไม่สามารถละเลยได้ แม้ในบางประเภทธุรกิจอาจมีวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่แตกต่างกัน แต่การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมจะกลายเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายและภาพลักษณ์ของธุรกิจนั้นๆอย่างปฏิเสธไม่ได้ ในระยะยาวดูเหมือนว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมจะกลายเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจและสามารถสร้างความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจได้เป็นอย่างดี (ฐานิตา ช้องฤกษ์, 2560)

ระบบ ISO ซึ่งเป็นมาตรฐานขององค์การระหว่างประเทศว่าด้วยระบบมาตรฐาน (International Organization for Standardization - ISO) ที่องค์กรธุรกิจนิยมนำระบบนี้มาใช้มากขึ้นเพื่อที่จะพัฒนาองค์กรก้าวสู่สากล ให้นิยามความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) ว่า องค์กรธุรกิจและผู้บริหารขององค์กรธุรกิจ มีหน้าที่และความรับผิดชอบต่อโดยตรง ที่จะต้องนำระบบต่างๆที่สอดคล้องกับแนวทางการดำเนินธุรกิจและแนวทางการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมมาใช้ในการดำเนินธุรกิจควบคู่กันไปอย่างสมดุล เป็นเรื่องที่ต้องครบถ้วนตอบสนองต่อประเด็นด้านเศรษฐกิจ สังคม

และสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งที่จะให้ประโยชน์กับคน ชุมชน และสังคม โดยเฉพาะความคาดหวังของสังคมที่มีต่อองค์กรธุรกิจ โดยจะต้องเกิดขึ้นด้วยความสมัครใจ ไม่มีการบังคับและภาวะกดดันใดๆ และผู้บริหารจะต้องมีบทบาทเกี่ยวข้องอย่างมีส่วนร่วมอย่างจริงจังกับกิจกรรมต่างๆ ซึ่งสามารถวัดผลได้ในสามมิติคือ มิติทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม อันจะนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป (มาลินี สายก้อน และณัฐนันท์ ฐิตียาปราโมทย์, 2560)

หากจะกล่าวถึงธุรกิจยางพารา ได้ชื่อว่าเป็นพืชที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจของประเทศไทยอีกชนิดหนึ่ง โดยเป็นพืชอุตสาหกรรมสำคัญและเป็นสินค้าเกษตรสำหรับส่งออกลำดับต้นๆของประเทศไทย และมีพื้นที่เพาะปลูกโดยส่วนใหญ่อยู่ใน 14 จังหวัดภาคใต้ มีหลักฐานเด่นชัดว่า ต้นยางพาราเข้ามาปลูกในประเทศไทย เมื่อปี พ.ศ.2442 พระยารัษฎานุประดิษฐ์มหิศรภักดี (คอซิมบี๊ ณ ระนอง) ซึ่งภายหลังได้รับสมญานามว่า “บิดาแห่งยางพาราไทย” ซึ่งเป็นผู้ที่ได้นำต้นยางพารามาปลูกที่อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง เป็นครั้งแรก ความคิดที่จะนำยางพาราเข้ามาปลูกในประเทศไทย เกิดขึ้นเมื่อพระยารัษฎานุประดิษฐ์มหิศรภักดี (คอซิมบี๊ ณ ระนอง) เมื่อครั้งท่านเดินทางไปดูงานต่างประเทศ ซึ่งได้เดินทางไปดูงานประเทศมลายู เมื่อครั้งนั้นได้พบเห็นชาวมลายูปลูกยางกันเป็นจำนวนมากกระจายกันโดยทั่วไป และมีผลผลิตที่ดีมากก็เกิดความสนใจที่จะนำยางเข้ามาปลูกในประเทศไทยบ้าง ได้นำมาปลูกที่ไว้ที่บริเวณหน้าบ้านพักตั้งอยู่ที่อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง ซึ่งปัจจุบันนี้ยังเหลือให้เห็นเป็นหลักฐานเพียงต้นเดียว การพัฒนาอุตสาหกรรมยางของประเทศไทยได้เจริญรุดหน้าตลอดมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งก่อความสำคัญทางเศรษฐกิจและสังคมในหลายด้าน เช่น 1) ความสำคัญทางเศรษฐกิจ ได้แก่รายได้ของประเทศและเกษตรกร 2) ความสำคัญทางสังคม ได้แก่การสร้างงานสร้างอาชีพ สร้างครอบครัวที่เข้มแข็ง 3) ความสำคัญด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การเพิ่มพื้นที่สีเขียว ทดแทนพื้นที่ป่า 4) ความสำคัญด้านอุตสาหกรรมไม้ ได้แก่ การแปรรูปไม้ยางพาราที่ครบอายุการกรีดยาง 5) ความสำคัญด้านอุตสาหกรรมยางและถลุงมียาง ในฐานะผู้ผลิตยางรายใหญ่ของโลกจึงเกิดอุตสาหกรรมตามมาอย่างต่อเนื่องถึงปัจจุบัน (ที่มา: สำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร (องค์การมหาชน))

บริษัท ศรีตรังแอมโกลอินดัสทรี จำกัด(มหาชน) สาขาตรัง เริ่มดำเนินการรับซื้อยางตั้งแต่ปี พ.ศ. 2531 โดยโรงงานตั้งอยู่ในเขตชุมชนบางรัก ต.ทับเที่ยง อ.เมือง จ.ตรัง โดยมีจุดมุ่งหมายในการดำเนินธุรกิจสีเขียว “GREEN” Business อันได้แก่ G) การกำกับดูแลกิจการที่ดี R) ความรับผิดชอบต่อห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ E) การดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและมีความปลอดภัย E) ยึดมั่นในความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ N) ปลูกฝังจิตสำนึกของความยั่งยืนให้แก่พนักงานในองค์กร ซึ่งได้ดำเนินโครงการกิจกรรมเพื่อสังคม เพื่อให้เป็นไปตามแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ (Corporate Social Responsibility: CSR) ที่เห็นถึงความสำคัญของการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับการสร้างผลประกอบการที่ดีอันจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) ต่อไป ทำให้ธุรกิจกับชุมชนสังคมแวดล้อมสามารถอยู่ร่วมกันได้พัฒนาไปพร้อมๆ กันได้ (ที่มา [www.sritranggroup.com](http://www.sritranggroup.com))

แม้ว่ายางพาราจะเป็นพืชที่มีความสามารถทางเศรษฐกิจของประเทศไทย แต่ก็มีปัญหาด้านมลพิษและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเป็นวงกว้างเช่นเดียวกัน ซึ่งประเทศไทยมีโรงงานผลิตยางเป็นโรงงานลำดับที่ 52 (โรงงานประกอบกิจการเกี่ยวกับยางพาราอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างได้แก่ การทำยางแผ่นรมควัน การทำยางเครป ยางแท่ง ยางน้ำ หรือการทำยางให้เป็นรูปแบบอื่นใดที่คล้ายคลึงกันจากยางธรรมชาติ) ของประเภทและชนิดของโรงงานตามพระราชบัญญัติประกอบกิจการโรงงาน พ.ศ. 2535 จำนวนทั้งสิ้น 698 แห่ง ตั้งอยู่กระจายในทุกภาค โดยมีมากที่สุดในภาคใต้ 461 แห่ง (ร้อยละ 72) รองลงมาคือภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 89 แห่ง (ร้อยละ 14) และภาคตะวันออก 78 แห่ง (ร้อยละ 12) ตามลำดับ จังหวัดที่มีโรงงานลำดับที่ 52 มาก 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) นครศรีธรรมราช 2) สงขลา 3) ตรัง 4) สุราษฎร์ธานี และ 5) ระยอง ตามลำดับ มีปัญหาเรื่องน้ำเสียและกลิ่นเหม็นกระทบความเป็นอยู่ของประชาชนในพื้นที่ใกล้เคียงในรัศมี 2 - 3 กม. ซึ่งในปี 2555 - 2560 มีเรื่องร้องเรียนปัญหากลิ่นเหม็นจำนวน 50 เรื่อง และมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นทุกปี (กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2552)

พระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 หมวด 5 มาตรา 25ก ซึ่งเป็นกฎหมายฉบับหนึ่งที่ตราไว้โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแก้ปัญหาด้านมลพิษโดยตรง โดยกำหนดให้การกระทำใดๆ ก็ตามอันเป็นเหตุให้เกิดกลิ่นร่าคาญรบกวนจนกลายเป็นสาเหตุให้เกิดความเสื่อมหรืออาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ จะถือเป็นเหตุรำคาญ ซึ่งในกรณีมีเหตุรำคาญเกิดขึ้นในสถานที่เอกชน สถานประกอบการ หรือที่สาธารณะ เจ้าพนักงานตามกฎหมายว่าด้วยการสาธารณสุขมีอำนาจหน้าที่ที่จะต้องออกไปตรวจสอบข้อเท็จจริงและรายงานเพื่อให้เจ้าพนักงานท้องถิ่นออกคำสั่งให้เจ้าของหรือผู้ครอบครองสถานที่นั้น ให้ระงับเหตุรำคาญตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายข้างต้นโดยทันที ปัญหาเรื่องกลิ่นรบกวนจึงเป็นเหตุแห่งปัญหาลำดับต้นๆของปัญหาด้านมลพิษที่ก่อเหตุรำคาญอย่างกว้างขวางในหลายพื้นที่ทั่วประเทศ โดยเฉพาะจากการประกอบธุรกิจยางพาราทั้งที่อยู่ในเขตชุมชนเมืองและชนบท จนบางครั้งกลายเป็นข้อขัดแย้งระหว่างชุมชนกับสถานประกอบการในหลายพื้นที่ สอดคล้องกับข้อมูลที่รวบรวมโดยกรมอนามัย ซึ่งเป็นข้อมูลทางสถิติที่มีความน่าเชื่อถือ ระหว่างปี พ.ศ. 2549- พ.ศ. 2560 พบว่า กลิ่นรบกวนที่เกิดจากสถานประกอบการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพและเป็นเหตุรำคาญเป็นปัญหาที่มีการร้องเรียนมากที่สุด อย่างไรก็ตาม ในการออกไปตรวจสอบข้อเท็จจริงของเจ้าพนักงาน มีข้อจำกัดอยู่มากเนื่องจากแหล่งกำเนิดของกลิ่นหรือเหตุรำคาญดังกล่าวมีหลายประเภทมากและระดับความรุนแรงก็แตกต่างกันมาก จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องอาศัยองค์ความรู้ทางทางวิทยาศาสตร์และวิชาการ ที่เป็นเหตุเป็นผลที่สามารถพิสูจน์ความน่าเชื่อถือให้ได้มากที่สุด ดังนั้นจึงจำเป็นต้องกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการตรวจสอบกลิ่นรบกวนให้รัดกุมอ้างอิงตรวจสอบได้เป็นที่ยอมรับของทั้งผู้ประกอบการและชุมชนที่ได้รับผลกระทบ (สำนักงานอนามัยสิ่งแวดล้อม, 2560)

ดังนั้นการดำเนินกิจกรรม CSR ของธุรกิจยางพาราจึงดูเหมือนว่าการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อแก้ปัญหาที่ธุรกิจก่อขึ้นแล้วก่อนหน้า แล้วนำประเด็นปัญหาดังกล่าวมาเป็นแนวทางในการกำหนดโครงการหรือกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อลดแรงต้านจากปัญหานั้นๆ หรือสร้างการ



ยอมรับจากภายนอกแทนเพื่อสนับสนุนความชอบธรรม (เรื่องอุไร เพชรสังข์, 2552) ผลการวิเคราะห์ ข้อมูลจากผู้บริหารร้อยละ 78.4 ยืนยันว่าธุรกิจที่ตนดูแลมีแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมที่ดี และในการ ดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของการประกอบธุรกิจยางพาราทุกกิจกรรม พบว่าผลของการ ดำเนินการกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม อยู่ในระดับปานกลางถึงมาก (สมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกร และ ยุพาวดี สมบูรณ์กุล, 2553)

อย่างไรก็ตามการประกอบธุรกิจในเชิงที่เป็นโรงงานอุตสาหกรรม โดยปกติผู้ประกอบการธุรกิจ โรงงานอุตสาหกรรมจะมีกฎหมายที่คอยควบคุมการประกอบธุรกิจอย่างเข้มแข็งและเคร่งครัด ได้แก่ พระราชบัญญัติโรงงาน พระราชบัญญัติโรงงานเป็นกฎหมายที่ใช้ในการควบคุมและกำกับ ดูแลการตั้ง และประกอบกิจการโรงงานเพื่อประโยชน์ในทางเศรษฐกิจและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ความมั่นคง ความปลอดภัยของสาธารณชนและประชาชนทุกคนในประเทศอย่างเท่าเทียมกัน การควบคุมกำกับดูแลป้องกัน เหตุเดือดร้อนรำคาญ การควบคุมกำกับดูแลป้องกันความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้น การควบคุมและกำกับ ดูแลป้องกันอันตรายที่อาจจะเกิดแก่ประชาชนหรือ สิ่งแวดล้อมโดยตรง พระราชบัญญัติโรงงานได้รับการ ประกาศใช้เป็นกฎหมายฉบับแรกเมื่อปี พ.ศ. 2482 จนถึงกลางปี พ.ศ. 2562 จึงได้ถูกประกาศยกเลิกและ เริ่มใช้พระราชบัญญัติโรงงาน (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2562 แทนจนถึงปัจจุบัน และยังมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องจาก กระทรวง ทบวงกรม ต่างๆ อีกมากมาย ที่คอยกำกับดูแลธุรกิจต่างๆ อย่างเป็นรูปธรรมที่มีแบบแผนใน การปฏิบัติอย่างเป็นธรรมกับทุกภาคส่วน

กฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องจำเพาะเจาะจงกับผู้ประกอบธุรกิจยางพาราฉบับล่าสุดได้แก่ ฉบับ เมื่อวันที่ 15 ตุลาคม พ.ศ. 2562 ได้มีประกาศประกาศกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ในราชกิจจานุเบกษา หน้า 5 เล่ม 136 ตอนพิเศษ 259 ง เรื่อง กำหนดมาตรฐานค่าความเข้มข้นของ อากาศเสียที่ปล่อยทิ้งจากโรงงานผลิตยาง โดยที่เป็นการกำหนดมาตรฐานค่าความเข้มข้นของอากาศเสีย ที่ปล่อยทิ้งจากโรงงานผลิตยางธรรมชาติออกสู่บรรยากาศ โดยอาศัยอำนาจตามความในมาตรา 55 ใน กฎหมายพระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535 รัฐมนตรีว่าการ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยคำแนะนำของคณะกรรมการควบคุมมลพิษ และโดย ความเห็นชอบของคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติในขณะนั้น ได้ออกประกาศไว้ซึ่งค่าความเข้มข้น (odour Concentration) จะถูกตรวจวัดจาก 2 จุดคือ ห่างจากรั้วไม่เกิน 1 เมตรกับปล่องระบายอากาศ เสีย (ถ้ามี) โดยผู้ทดสอบกลิ่นที่ขึ้นทะเบียนไว้ ทำหน้าที่ตรวจวัดค่าความเข้มข้นด้วยการดม (Sensory test)

จากประกาศกระทรวงฯ ฉบับนี้ อาจมีผลกระทบในหลายด้าน ในหลายมุมมอง และข้อกังวล ต่างๆของทั้งผู้ประกอบการธุรกิจยางพาราและชุมชนรอบบริเวณโรงงานที่ธุรกิจตั้งอยู่และกำลังดำเนิน ธุรกิจอยู่เป็นปัจจุบันซึ่งเป็นประเด็นที่ผู้ศึกษาวิจัยต้องการค้นหาคำตอบว่าประกาศกระทรวงฯฉบับนี้ เป็น ปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมมากน้อยแค่ไหน

โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงของนโยบายที่ต้องตอบสนองทั้งในเชิงรุกและเชิงรับอย่างสอดคล้องตามเจตนารมณ์ของกฎหมาย จำเป็นต้องมีการกำหนดเป็นพันธกิจและวางนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างชัดเจน เพื่อความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจและความยั่งยืนขององค์กร และสร้างความน่าเชื่อถือแก่สังคมอย่างแท้จริง

อย่างไรก็ตาม การดำเนินการตามแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น ธุรกิจเองจำเป็นต้องตระหนัก และเข้าใจถึงบริบทของสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมที่ธุรกิจเข้าไปดำเนินการอยู่ เพื่อให้สามารถระบุถึงสภาพปัญหา ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม และความต้องการที่ธุรกิจจะสามารถเข้าไปร่วมมือกับชุมชนและสังคมในลักษณะพันธมิตร (Alliance) จนนำไปสู่การกำหนดกิจกรรมและโครงการต่างๆ ร่วมกัน ประเด็นปัจจัยในการวิจัยประเด็นนี้คาดหวังจะเกิดประโยชน์กับบริษัทฯ และชุมชนในทางบวกได้แก่ 1) ทราบถึงประสิทธิผลของการดำเนินกิจกรรมเป็นปัจจุบันเพื่อการพัฒนาและต่อยอด 2) ความเข้มงวดของการดูแลผลกระทบด้านมลภาวะทางกลิ่นของบริษัท 3) ความพึงพอใจของชุมชนที่อาศัยอยู่บริเวณรอบๆ โรงงาน 4) ความคาดหวังในความร่วมมือกับชุมชนในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มมากขึ้นในอนาคต

นอกเหนือจากประเด็นกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมที่ผู้วิจัยสนใจเป็นพิเศษ การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ยังต้องการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทฯ ทั้งปัจจัยด้านนโยบายและภาพลักษณ์ขององค์กร ปัจจัยด้านทรัพยากร ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม ปัจจัยด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านกิจกรรม CSR กับชุมชน และปัจจัยด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะมีผลกระทบโดยตรงต่อผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกของ บริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง โดยสภาพแวดล้อมของชุมชนรอบ บริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง ประกอบด้วยชุมชน 5 ชุมชน คือชุมชนบางรัก 1-4 ติดกับเขตการปกครองของเทศบาลนครตรัง และชุมชน หมู่ที่ 5 บ้านสะพานช้าง ติดกับเขตการปกครองขององค์การบริหารส่วนตำบลบางรัก การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทฯ จึงเป็นแนวทางในการนำไปประยุกต์ใช้และพัฒนาการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ขยายผลไปยังสาขาอื่นๆ ในกลุ่มบริษัทอีกด้วย ให้เหมาะสมกับบริบทและสภาพแวดล้อมของแต่ละสาขานอกจากจะเป็นประโยชน์ต่อโรงงานอุตสาหกรรมเองแล้วยังเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมอื่นที่เกี่ยวข้องเนื่องและไม่เกี่ยวข้องเนื่องกัน ซึ่งจะเป็นหนทางหนึ่งที่น่าไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป

ผู้วิจัยอยากทราบว่าบริบทองค์กรของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง ที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง มีพัฒนาการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นอย่างไร สอดคล้องหรือสอดคล้องกับการเจริญเติบโตขององค์กรมากน้อยเพียงใด มีการปรับกลยุทธ์หรือนโยบายอย่างไรโดยเฉพาะเมื่อมีการบังคับใช้กฎหมายเฉพาะจงจงของผู้ประกอบธุรกิจยางพารา และการดำเนินธุรกิจจะตอบสนองหรือสร้างความพึงพอใจกับผู้มีส่วนได้เสียที่ใกล้ชิดอย่างชุมชนโดยรอบที่โรงงานตั้งอยู่ได้ดีในระดับใด โดยการ

เติบโตอย่างต่อเนื่องขององค์กรนั้นจะต้องไม่มีการทำลายสิ่งแวดล้อมหรือสร้างมลภาวะให้เกิดขึ้นเป็นที่  
เดือนร้อนกับชุมชนทั้งในปัจจุบันและอนาคต

## 1.2 คำถามการวิจัย

จากมูลเหตุจูงใจในการศึกษาปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบ  
ธุรกิจยางพาราที่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนกรณีศึกษา : บริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด  
(มหาชน) สาขาตรัง ที่กล่าวมา ผู้วิจัยจึงสรุปเป็นคำถามดังนี้

1. มีปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมใดบ้างที่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชน  
รอบโรงงานของ บริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง
2. ชุมชนมีความพึงพอใจต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ศรีตรังแอ  
โกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง หรือไม่ อย่างไร

## 1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม และความพึงพอใจ  
ของชุมชนโดยรอบของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง
2. เพื่อศึกษาปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพ  
พอใจของชุมชนโดยรอบของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

## 1.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

ผู้วิจัยกำหนดนิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ไว้ดังนี้

ความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง Corporate Social Responsibility คือ ความรับผิดชอบต่อ  
เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมขององค์กร ซึ่งคือการดำเนินกิจการภายใต้หลักจริยธรรมและการจัดการ  
ที่ดี โดยรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อนำไปสู่เป้าหมายสูงสุดคือ  
การพัฒนาที่ยั่งยืน

ผู้มีส่วนได้เสีย หมายถึง (Primary Stakeholders) เป็นกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจโดยตรง  
เป็นผู้ที่ได้รับประโยชน์หรือผลกระทบทางตรงจากการประกอบธุรกิจ ได้แก่ พนักงาน ผู้ถือหุ้น ชุมชน  
และสังคม สิ่งแวดล้อม

การยอมรับ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของคนที่ทำให้ความเชื่อถือ เชื่อมั่น ไว้วางใจ ให้เกียรติ ต่อบุคคลนั้น อันจะเป็นปัจจัยสำคัญให้บุคคลนั้นๆ เพียรพยายาม มุ่งมั่น ที่จะบรรลุเป้าหมายนั้นๆ เพื่อให้เกิดความยอมรับดังกล่าว

การสื่อสาร หมายถึง กรรมวิธีในการถ่ายทอดสื่อต่างๆ อันได้แก่ ข่าวสาร ข้อมูลทั้งที่เป็นข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ รวมถึงการถ่ายทอดความรู้ ประสบการณ์ ความรู้สึกนึกคิด จากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารโดยวิธีการอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งอาจเป็นการพูด การเขียน การแสดงเชิงสัญลักษณ์ เป็นต้น ซึ่งมีวิธีการที่แตกต่างกันออกไปตามความต้องการและความสามารถของผู้ส่งสารและคู่สื่อสาร โดยมีเป้าประสงค์เดียวกันเพื่อให้เกิดการรับรู้และเข้าใจนำมาซึ่งการตอบสนองต่อกันในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง เป้าหมายของการสื่อสารที่จะสัมฤทธิ์ผลขึ้นอยู่กับกระบวนการถ่ายทอดหรือสื่อสารที่มีคุณภาพ

การมีส่วนร่วม หมายถึง การร่วมมือกันของประชาชน ชุมชน องค์กร หรือภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกัน ได้ร่วมกันตัดสินใจเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่เป็นกิจกรรมหรือโครงการที่ยอมรับร่วมกัน ซึ่งเป็นการพัฒนา ร่วมกันในการบริหารจัดการและควบคุมการใช้ทรัพยากรและปัจจัยต่างๆ ที่มีอยู่ในสังคม เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการดำรงชีวิต ประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคมนั้นอย่างทั่วถึง

ความยั่งยืน หมายถึง แนวคิดการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เป็นการดำเนินธุรกิจที่สร้างสรรค์ เกื้อหนุนสังคมและรักษาสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับการเจริญเติบโตและผลประโยชน์ที่พึงพอใจอย่างสมดุล ไม่เป็นภาระหรือปัญหาต่อคนรุ่นหลัง ซึ่งความยั่งยืนเป็นสิ่งที่ได้รับการสนับสนุนส่งเสริมในระดับสากลในการพัฒนาธุรกิจหรือองค์กรไปสู่ความยั่งยืน เป็นแนวคิดที่สำคัญและจำเป็นต่อการบริหารจัดการและการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนในปัจจุบัน

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกทั้งในด้านบวกหรือด้านลบ อันเกิดจากเฉพาะตัวบุคคลที่มีความรู้สึกหรือมีทัศนคติไปในทางที่ดีและไม่ดีต่อสิ่งเร้าที่เข้ามากระทบจิตใจ และเกิดการตอบสนองความต้องการของบุคคลนั้นออกมาในรูปของความพึงพอใจในระดับที่แตกต่างกันไปตามเหตุการณ์ สถานการณ์ หรือสิ่งเร้าที่เปลี่ยนแปลงไป

โรงงานยาง หมายถึง โรงงานลำดับที่ 52 ตามกฎหมายว่าด้วยโรงงานยางทุกขนาดที่มีการประกอบกิจการอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง เช่น ยางแผ่นรมควัน น้ำยางข้น ยางแท่ง ยางเครป หรือแปรรูปในรูปแบบอื่นที่มีส่วนคล้ายคลึงกับยางธรรมชาติ

ค่าความเข้มข้นกลิ่น (odour concentration) หมายถึง ค่าที่แสดงสภาพกลิ่นซึ่งเป็นอัตราส่วนการเจือจางตัวอย่างอากาศเสียที่มีกลิ่นด้วยอากาศบริสุทธิ์

ผู้ทดสอบกลับ หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่ตามกลับที่ขึ้นทะเบียนอย่างถูกต้องและยังคงสถานะเป็นปัจจุบัน มีหน้าที่ตรวจวัดค่าความเข้มข้นโดยผู้ทดสอบกลับจะต้องเป็นผู้ที่ผ่านการทดสอบตามมาตรฐานของกรมควบคุมมลพิษ และได้ขึ้นบัญชีรายชื่อไว้กับกรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม หรือขึ้นบัญชีรายชื่อไว้กับกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

## 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัยในครั้งนี้ มีดังต่อไปนี้

1. ผลการวิจัยทำให้ทราบถึงปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม และความพึงพอใจของบริษัท ศรีตรังแอมโกลอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง
2. ผลการวิจัยทำให้ทราบถึงผลของปัจจัยการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนรอบโรงงานของบริษัท ศรีตรังแอมโกลอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง
3. ผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจยางพารา และอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกัน

## 1.6 ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตในการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการธุรกิจยางพาราที่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนกรณีศึกษา: บริษัทศรีตรังแอมโกลอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง ได้แบ่งออกเป็น

### 1.6.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

1.6.1.1 ศึกษาการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมโดยศึกษาวิเคราะห์เป็น 6 ด้าน ได้แก่

- 1) ด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กร
- 2) ด้านทรัพยากร
- 3) ด้านการมีส่วนร่วม
- 4) ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม
- 5) ด้านกิจกรรม CSR กับชุมชน
- 6) ด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม

1.6.1.2 ศึกษาความพึงพอใจของชุมชนที่มีต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง โดยทำการศึกษาวิเคราะห์ความพึงพอใจใน 5 ด้าน ได้แก่

- 1) ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชน
- 2) ด้านการยอมรับของชุมชน
- 3) ด้านการพัฒนาชุมชนและสังคม
- 4) ด้านการส่งเสริมการศึกษา
- 5) ด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพ
- 6) ด้านการบริจาคเพื่อสาธารณประโยชน์

#### 1.6.2 ขอบเขตด้านพื้นที่

สำหรับการศึกษาความพึงพอใจของชุมชนที่มีต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัทศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง กับประชาชนซึ่งเป็นผู้อาศัยใน 5 ชุมชนที่อยู่รอบๆ ที่ใกล้ที่สุดตามลำดับ ได้แก่

- 1) ชุมชนบางรัก 1 (เขตปกครองเทศบาลนครตรัง)
- 2) ชุมชนบางรัก 2 (เขตปกครองเทศบาลนครตรัง)
- 3) ชุมชนบางรัก 3 (เขตปกครองเทศบาลนครตรัง)
- 4) ชุมชนบางรัก 4 (เขตปกครองเทศบาลนครตรัง)
- 5) ชุมชนบ้านสะพานช้าง (เขตปกครององค์การบริหารส่วนตำบลบางรัก)

#### 1.6.3 ขอบเขตด้านประชากร

##### 1.6.3.1 สมาชิกในครัวเรือนที่อาศัยอยู่ในชุมชนทั้ง 5 ชุมชน

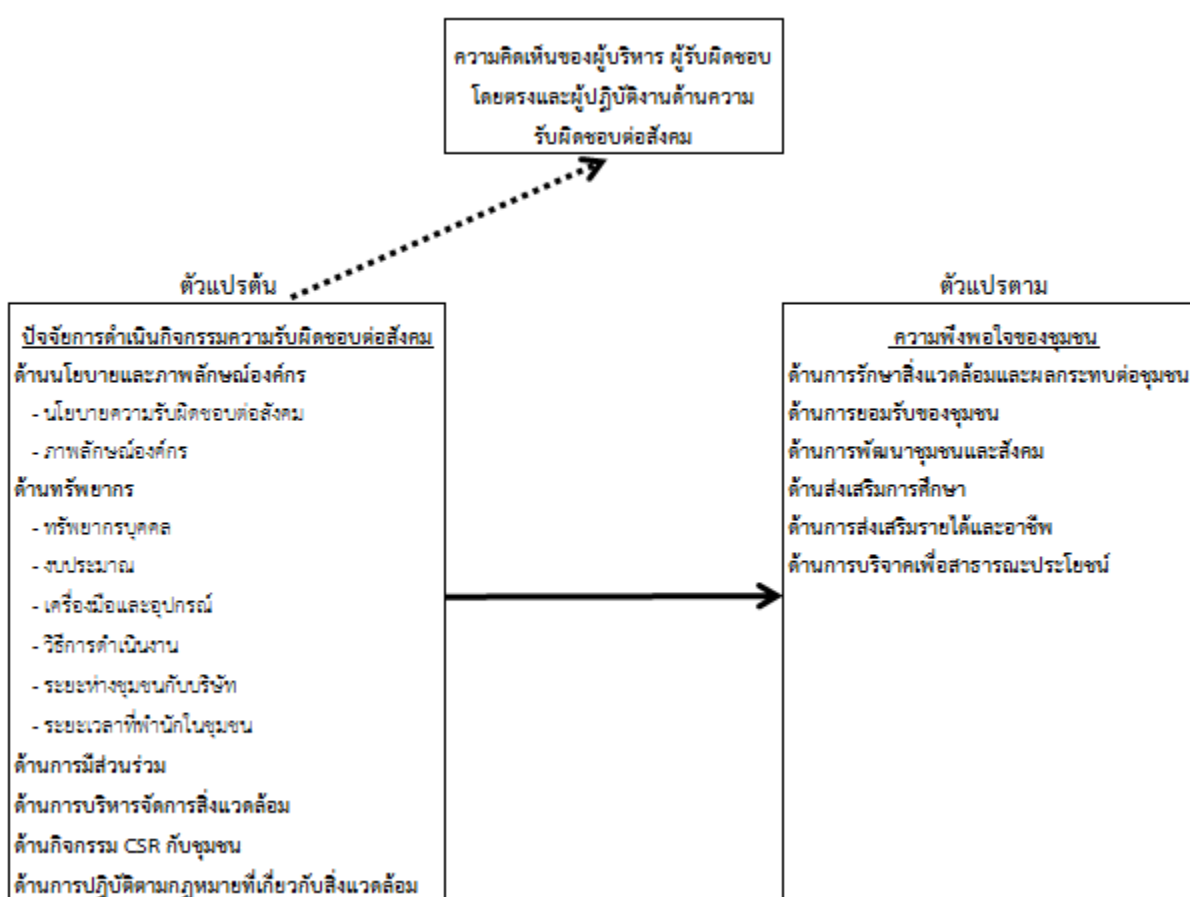
- 1) สมาชิกในครัวเรือนชุมชนบางรัก 1 (เขตปกครองเทศบาลนครตรัง)
- 2) สมาชิกในครัวเรือนชุมชนบางรัก 2 (เขตปกครองเทศบาลนครตรัง)
- 3) สมาชิกในครัวเรือนชุมชนบางรัก 3 (เขตปกครองเทศบาลนครตรัง)
- 4) สมาชิกในครัวเรือนชุมชนบางรัก 4 (เขตปกครองเทศบาลนครตรัง)
- 5) สมาชิกในครัวเรือนชุมชนบ้านสะพานช้าง (เขตปกครององค์การบริหารส่วนตำบลบางรัก)

1.6.3.2 ผู้บริหารและผู้รับผิดชอบโดยตรงด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

## 1.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบธุรกิจยางพาราที่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชน กรณีศึกษา : บริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง โดยผู้ศึกษาวิจัยใช้แนวคิดและทฤษฎีต่างๆมาเป็นกรอบ ซึ่งพิจารณามาจากการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง ดังนี้

ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



## 1.8 สมมติฐานการวิจัย

จากกรอบแนวคิดข้างต้น ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานในการศึกษาปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบธุรกิจยางพาราที่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนกรณีศึกษา:บริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรังดังนี้











H7.4: ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการบริจาคเพื่อสาธารณประโยชน์ของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

H7.5: ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านกิจกรรม CSR กับชุมชนมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการบริจาคเพื่อสาธารณประโยชน์ของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

H7.6: ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการบริจาคเพื่อสาธารณประโยชน์ของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

## บทที่ 2

### การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบธุรกิจยางพาราที่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชน กรณีศึกษา: บริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรังมีหัวข้อในการทบทวนวรรณกรรมดังนี้

1. ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน)
2. ผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจยางพารา
3. ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม
4. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม
5. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับจรรยาบรรณและจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ
6. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม
7. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) ยุคหนึ่งนี้อาจถูกสังคมมองว่าเป็นแค่กระแสความนิยมตามสถานะการณ์ หรือเป็นเพียงกิจกรรมที่ส่งเสริมการตลาด ส่งเสริมการขาย และการสร้างสีสันหรือกิจกรรมให้ปรากฏเพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กรซึ่งโดยส่วนใหญ่มีกิจกรรมในการบริจาคเพื่อสาธารณประโยชน์เพียงเท่านั้น (อนันตชัย ยุธประถม, 2550) การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม อาจเป็นเรื่องที่แต่ละองค์กรจะทำหรือไม่ทำก็ได้ ขึ้นอยู่กับนโยบาย ความพร้อม มีทั้งภาคสมัครใจและภาคบังคับขึ้นกับสถานะการณ์ แต่ปัจจุบันสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในยุคโลกาภิวัตน์ ที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว การดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ธุรกิจไม่อาจมองข้ามได้ เกิดมุมมองในหลายๆด้าน บางองค์กรอาจมองว่าการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นต้นทุนขององค์กร บางองค์กรอาจมองว่าเป็นกลยุทธ์และข้อได้เปรียบในการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจ บางองค์กรอาจมองว่าเป็นความสามารถในการอยู่ร่วมกันกับชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระยะยาวจะกลายเป็นความยั่งยืนในการสร้างความแข็งแกร่งให้กับองค์กรได้เป็นอย่างดี (ฐานิตา ษ์องฤกษ์, 2560)

แนวคิดเรื่องการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมจึงเกิดขึ้นอย่างมากมาย อาทิ ไมเคิล อี พอร์เตอร์ กล่าวถึงความรับผิดชอบต่อสังคมในเชิงกลยุทธ์ทางธุรกิจในหนังสือ "Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility" (Porter & Kramer, 2002) หรือ คอตเลอร์ มีมุมมองความรับผิดชอบต่อสังคมในเชิงการตลาด ได้นำเสนอการนำหลักการตลาดทั้งหลายไปประยุกต์ใช้ควบคู่ไปกับการดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในโลก

ปัจจุบัน ทั้งทางด้านธุรกิจทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Business) รูปแบบทางการตลาดขององค์กรและคุณค่าต่อลูกค้าในหนังสือ “Corporate Social Responsibility :Doing the Most Good for Your Company and Your Cause (Kotler & Lee, 2005b) ได้จำแนกการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมไว้เป็น 7 กิจกรรมหลัก ได้แก่

1. กิจกรรมการส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม (Cause Promotion)
2. กิจกรรมการตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคม (Cause-Related Marketing)
3. กิจกรรมการตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคม (Corporate Social Marketing)
4. กิจกรรมการบริจาคเพื่อการกุศล (Corporate Philanthropy)
5. กิจกรรมการอาสาช่วยเหลือชุมชน (Community Volunteering)
6. กิจกรรมการประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Business Practices)
7. กิจกรรมการพัฒนาและส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการ ตามกำลังซื้อของคนในระดับฐานราก (Developing and Delivering Affordable Products and Services) หรือ เอ บี แครอลล์ ได้ค้นคว้าเกี่ยวกับพีระมิดของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรไว้ 4 ด้านคือ 1) ด้านเศรษฐกิจ (Economic) 2) ด้านกฎหมายหรือกฎระเบียบ (Legal) 3) ด้านจรรยาบรรณ (Ethic) 4) ด้านการกุศล (Philanthropy) เป็นต้น

## 2.1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มบริษัท ศรีตรังแอมโกลอินดัสทรี จำกัด (มหาชน)

บริษัท ศรีตรังแอมโกลอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 23 เมษายน พ.ศ. 2530 ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 31 ล้านบาท เริ่มดำเนินการผลิตที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จากข้อมูลของบริษัทฯ พบว่าบริษัทฯ ประกอบธุรกิจหลักเกี่ยวกับยางธรรมชาติ ผลิตแปรรูป คลอบคลุมตั้งแต่ ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำและธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกัน ธุรกิจต้นน้ำ บริษัทฯ มีสวนยางพาราในหลายจังหวัดทั่วประเทศ โดยเฉพาะภาคเหนือ ภาคอีสาน ภาคกลางตอนบน พื้นที่ปลูกยางทั้งหมดประมาณ 4 หมื่นห้าพันไร่เศษ ธุรกิจกลางน้ำ บริษัทฯ แปรรูปยางพาราขั้นพื้นฐานในรูปแบบของ ยางแผ่น ยางน้ำ และยางแท่ง ซึ่งมีกำลังการผลิตรวมจากหลายโรงงานที่ตั้งอยู่ในแหล่งวัตถุดิบ ประมาณ 3 ล้านตันเศษ ซึ่งสวนใหญ่โรงงานตั้งอยู่ในประเทศไทย ที่เป็นผู้ผลิตยางพารารายใหญ่อันดับหนึ่งของโลก อันดับสองได้แก่ประเทศอินโดนีเซีย ก็ยังมีโรงงานของบริษัทฯ ตั้งอยู่ ตลอดจนจนประเทศพม่าที่ยังมีประสิทธิภาพในการขยายตัวของพื้นที่ปลูกได้อีก ธุรกิจปลายน้ำ บริษัทฯ นำผลผลิตจากกระบวนการที่ได้จากธุรกิจกลางน้ำ ได้แก่ น้ำยางข้นมาผลิตแปรรูปเป็นถุงมียางธรรมชาติ ที่ใช้ในทางการแพทย์และใช้ในงานอดิเรกอื่นๆ ตามที่ต้องการ ซึ่งจำหน่ายให้กับลูกค้าทั้งในและต่างประเทศอย่างแพร่หลายเป็นที่รู้จัก โดยมีโรงงานที่ตั้งอยู่ในประเทศไทยทางภาคใต้เป็นหลัก ได้แก่ จังหวัดสงขลา จังหวัดสุราษฎร์ธานี และจังหวัดตรัง ซึ่งมีกำลังการผลิตรวมของถุงมียางทั้งถุงมียางธรรมชาติและถุงมียางไนไตรล์รวมประมาณ 33,000 ล้านชิ้นต่อปี ธุรกิจที่

เกี่ยวเนื่องกัน บริษัทฯ สามารถผลิตทอไฮดรอลิคแรงดันสูง สำหรับใช้ในอุตสาหกรรมต่างๆ บริษัทฯ ได้จัดตั้งบริษัทย่อยต่างๆ อีกหลายบริษัท เพื่อทำหน้าที่สนับสนุนการดำเนินงานของธุรกิจหลัก เช่น มีบริษัทย่อยในด้านการวิจัยพัฒนา มีบริษัทย่อยในด้านเทคโนโลยีและการพัฒนาด้านสารสนเทศ มีบริษัทย่อยในการบริการขนส่ง มีบริษัทย่อยในการแปรรูปไม้เป็นบรรจุภัณฑ์ใช้เองและส่งออก เป็นต้น จึงมีลักษณะที่เป็นผู้ประกอบการในธุรกิจยางพาราอย่างครบวงจร (Integrated Natural Rubber Company) โดยในปัจจุบัน บริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทยางพาราที่ดำรงสถานะการจดทะเบียนหลักทรัพย์ทั้งในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์สิงคโปร์ (บริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน), 2563ก)

วิสัยทัศน์ของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) คือ “เราเป็นองค์กรแห่งความมุ่งมั่นและทุ่มเทในการขับเคลื่อนทุกความเป็นไปได้” และพบว่าบริษัทฯ มีเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals–SDGs) ที่เข้ากับแนวทางการดำเนินงานของบริษัทฯ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้เสียที่ดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้วยวิสัยทัศน์ “The Green Rubber Company” หรือ องค์กรแห่งยางสีเขียว อันหมายถึงการเป็นผู้ประกอบธุรกิจยางพาราครบวงจร บนรากฐานของความโปร่งใส มุ่งสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน ผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพปลอดภัยต่อผู้บริโภค เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนรอบข้าง ตลอดจนการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคมเพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนของธุรกิจและสังคม ดังนั้นการรับรู้และการมีส่วนร่วมจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งควบคู่ไปกับการเติบโตอย่างสอดคล้องและแนบแน่นและต่อเนืองระหว่างโรงงานและชุมชนรอบข้างอย่างมีระบบแบบแผนที่ยอมรับกันอย่างยั่งยืน จากวิสัยทัศน์ดังกล่าวแบ่งเป็น 5 ประเด็นได้แก่

1. บริษัทฯ มุ่งมั่นและตั้งใจที่จะรับผิดชอบต่อและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้ถือหุ้น โดยคำนึงถึงการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน และให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมอย่างสม่ำเสมอต่อเนื่อง
2. บริษัทฯ มุ่งมั่นและตั้งใจในการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพสูงสุดด้วยกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างความเป็นเลิศและความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้าและคู่ค้า
3. บริษัทฯ มุ่งมั่นและตั้งใจในการดำเนินธุรกิจด้วยโปร่งใสเท่าเทียมกัน เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและที่ติขึ้นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจโดยทั่วถึง รวมทั้งเป็นแบบอย่างขององค์กรซึ่งมีจรรยาบรรณที่ดีในการดำเนินธุรกิจ
4. บริษัทฯ มุ่งมั่นและตั้งใจในการสร้างโอกาสและความก้าวหน้าในหน้าที่การงานให้แก่พนักงานในทุกระดับ รวมทั้งสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงาน ส่งเสริมการทำงานเป็นทีม และให้ผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่พนักงาน
5. บริษัทฯ มุ่งมั่นและตั้งใจที่จะให้ความสำคัญถึงความปลอดภัยและชีวอนามัยของสังคมและห่วงใยในการอนุรักษ์ดูแลสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ ส่งเสริมและควบคุมดูแลการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

คณะกรรมการบริษัทได้มีการกำหนดนโยบายการบริหารด้านความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างยั่งยืนของกลุ่มบริษัทศรีตรัง บนหลักการของความเป็น “GREEN” Natural Rubber ประกอบด้วย

1. Good Corporate Governance การกำกับดูแลกิจการที่ดี บริษัทฯ จัดให้มีการจัดระบบโครงสร้างการบริหารที่ชัดเจนมีมาตรฐานเพื่อความสามารถในการแข่งขัน โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้าน รวมถึงบทบาทในด้านชุมชนและสังคม

2. Responsibility to Supply Chain ความรับผิดชอบต่อห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ครอบคลุมถึงเกษตรกรชาวสวน พ่อค้าขาย และลูกค้าบริษัทฯ ภายใต้ความยุติธรรม โปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้ ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ และตรงกับความต้องการของลูกค้า

3. Environmental Friendly and Safe Operation การดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และมีความปลอดภัย ด้วยธุรกิจยางพาราเกี่ยวพันโดยตรงกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยตรง จึงมีนโยบายการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรม มีแผนการปฏิบัติและดำเนินการเกี่ยวกับชีวอนามัยและความปลอดภัยที่ชัดเจน

4. Engagement with Transparency ยึดมั่นในความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ ให้ความร่วมมือและปฏิบัติตามกับกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ ของภาครัฐด้วยความสอดคล้องตรงไปตรงมา บริษัทฯ มีนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชันทุกรูปแบบ เพื่อเป็นต้นแบบในการดำเนินธุรกิจที่โปร่งใสตรวจสอบได้และเป็นประโยชน์ต่อองค์กรและอุตสาหกรรมในระยะยาว สร้างความมั่นใจให้กับนักลงทุนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

5. Nurture Sustainability Attitudes Towards Organization บริษัทฯ มีนโยบาย ส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานเป็นคนดีของสังคม เป็นบุคคลที่มีคุณภาพอยู่ร่วมกับสังคมอย่างมีความสุข มีส่วนร่วมที่เป็นจิตสาธารณะทำงานอาสาสมัคร และร่วมกิจกรรมสาธารณประโยชน์ร่วมกับชุมชน ตลอดจนเข้าร่วมช่วยเหลือผู้ประสบปัญหาภัยธรรมชาติ หรือความขาดแคลนต่างๆ ในพื้นที่อย่างเหมาะสมและต่อเนื่อง เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกให้เป็นอุปนิสัยที่ติดตัวให้แก่พนักงานในองค์กร เป็นรากฐานแห่งความยั่งยืนของบริษัทฯ ตลอดไป (บริษัท ศรีตรังแอโกลอินดัสทรี จำกัด (มหาชน), 2563ข)



ตารางที่ 2.1 โครงสร้างองค์กรของกลุ่มบริษัทศรีตรัง (Overview)

SRITRANG GROUP 23 Companies 42 Factorys				
Plantation	Primary Rubber Products	Trading & Distribution	Sevices & Other Business	Finished Product
Sri Trang Rubber & Plantation Co.,Ltd	Sri Trang Agro-Industry PLC	Sri Trang Agro-Industry PLC (Bangkok Branch)	Anvar Parawood Co.,Ltd	Sri Trang Glove (Thailand) PLC
	Nam Hua Rubber Co.,Ltd	Sri Trang International Pte.Ltd	Startex Rubber Co.,Ltd	Semperfiex Asia Corp.Ltd
	Sadao P.S Rubber Co.,Ltd	Sri Trang USA Inc	Premier System Engineering Co.,Ltd	
	PT Sri Trang Lingga Indonesia	Sri Trang Indochaina (Vietnam) Co.,Ltd	Starlight Express Transport Co.,Ltd	
	PT Star Rubber	Shi Dong Shanghai Rubber Co.,Ltd	Pattana Agro Futures Co.,Ltd	
	Thaitech Rubber Co.,Ltd	Shi Dong Shanghai Medical Co.,Ltd	Thai Rubber Joint Venture Limited	
	Sri Trang Ayeyar Rubber Industry Co.,Ltd		Sritrang IBC Co.,Ltd	

บริษัท ศรีตรังแอกโรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง เป็นสาขาแรกของกลุ่มบริษัทศรีตรังฯ เป็นสาขาที่ 00001 ตามแบบการจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม เริ่มดำเนินการรับซื้อยางตั้งแต่ปี พ.ศ. 2531 โดยโรงงานตั้งอยู่ในเขตชุมชนบางรัก ต.ทับเที่ยง อ.เมือง จ.ตรัง ซึ่งเป็นชุมชนเมือง ด้วยทุนจดทะเบียน 1,535,999,998 บาท พนักงานทั้งสิ้น 375 คน ที่ตั้ง บ้านเลขที่ 13/1-5 ถ.จริงจิตร ต.ทับเที่ยง อ.เมือง จ.ตรัง 92000 ประกอบธุรกิจผลิตยางแผ่นรมควันและน้ำยางข้น

ภาพที่ 2.1 แสดงที่ตั้งของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง



## 2.2 ผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจยางพารา

แม้ว่ายางพาราเป็นพืชที่มีความสามารถทางเศรษฐกิจของประเทศไทย สร้างรายได้และอาชีพให้แก่เกษตรกรอย่างกว้างขวาง แต่ก็ปฏิเสธไม่ได้ว่ามีปัญหาด้านมลพิษและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเป็นวงกว้างเช่นเดียวกัน ซึ่งประเทศไทยมีโรงงานผลิตยาง ตั้งอยู่กระจายในทุกภาค โดยมีมากที่สุด 14 จังหวัดภาคใต้ มีปัญหาเรื่องน้ำเสียและเรื่องกลิ่นเหม็นกระทบความเป็นอยู่ และสร้างความเดือดร้อนรำคาญให้กับประชาชนในพื้นที่ใกล้เคียงในรัศมี 2 - 3 กม. ซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นทุกปี ปัจจุบันหลังจากที่รัฐบาลส่งเสริมการทำสวนยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ก็จะเป็นการเพิ่มพื้นที่ความเสี่ยงสำหรับผลกระทบที่เกิดขึ้นจากธุรกิจยางพาราก็เพิ่มขึ้นไม่แพ้พื้นที่ในภาคใต้ (กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2552)

กรมควบคุมมลพิษ ได้ตรวจสอบการประกอบธุรกิจยางพาราและพบว่ามีสาเหตุหลักที่ทำให้เกิดปัญหากลิ่นจากกระบวนการต่างๆ ตั้งแต่จากชาวสวน จากพ่อค้าคนกลาง จากการจัดเก็บรวบรวมวัตถุดิบจากกระบวนการผลิตของโรงงาน ผลิตภัณฑ์หลักจากยางธรรมชาติ ของผู้ประกอบการยางพาราแบ่งได้เป็น

1. จากโรงงานยางแท่ง สาเหตุที่จะเกิดมลพิษและกระทบต่อสิ่งแวดล้อม อาจเกิดขึ้นจาก

- จากการทำยางก้อนถ้วยที่ใช้กรดฟอร์มิกและกรดซัลฟิวริก
- จากการขนส่งสู่โรงงานมีการรั่วไหลของน้ำเข้มข้นจากยางก้อนถ้วยตกหล่นบนถนน
- จากการกอง/การเก็บวัตถุดิบกลางแจ้งเป็นจำนวนมากส่งกลิ่นเหม็นรบกวน
- จากปัญหาน้ำชะกองยาง โดยจะส่งผลกระทบต่อน้ำผิวดิน น้ำใต้ดิน
- จากการล้างทำความสะอาดยาง การสับให้เป็นชิ้นเล็ก
- จากการอบยางโดยใช้ความร้อน ซึ่งมีการระบายอากาศเสียที่มีกลิ่นออกสู่สิ่งแวดล้อม
- จากของเสียที่เกิดจากกระบวนการผลิตเช่น ตะกอนดิน ซีเมนต์บอยเลอร์ เป็นต้น

## 2. โรงงานน้ำยางข้น สาเหตุที่จะเกิดมลพิษและกระทบต่อสิ่งแวดล้อม อาจเกิดขึ้นจาก

- จากการใช้แอมโมเนีย (ammonia) เป็นส่วนประกอบในทุกขั้นตอนของกระบวนการผลิตตั้งแต่การรับน้ำยางสด การปั่นแยกน้ำยาง การควบคุมความเข้มข้นของแอมโมเนียในผลผลิตน้ำยางข้น
- จากการลดความเข้มข้นของแอมโมเนียในทางน้ำยางด้วยการไล่แอมโมเนียให้ระเหยออกสู่บรรยากาศ
- จากการใช้แอมโมเนียในปริมาณมากและมีความเข้มข้นสูง ทำให้มีการระเหยของแอมโมเนียสู่สิ่งแวดล้อมตลอดเวลาและด้วยความเข้มข้นสูง ซึ่งทำให้เกิดเป็นปัญหากลิ่นเหม็นและมลพิษทางอากาศที่ก่อให้เกิดผลเสียหายในด้านสิ่งแวดล้อม
- จากของเสียที่เกิดจากกระบวนการผลิต เช่น ซีเมนต์ การตะกอนจากระบบกำจัดตะกอนส่วนเกินของระบบบำบัดน้ำเสีย

## 3. โรงงานยางแผ่นรมควัน ซึ่งเป็นโรงงานที่เกิดผลกระทบด้านมลภาวะน้อยที่สุด สาเหตุที่จะเกิดมลพิษและกระทบต่อสิ่งแวดล้อม อาจเกิดขึ้นจาก

- จากในส่วนของควันจากเตารมยาง แต่มีประเด็นร้องเรียนเรื่องนี้น้อยมากหรือแทบไม่มีเลยเมื่อเทียบกับโรงงานยางแท่งและโรงงานน้ำยางข้น ในธุรกิจยางพารา
- จากกระบวนการทาแป้งก้อนยางซึ่งมีส่วนผสมของ น้ำมันโซเวนท์และแคลเซียมคาร์บอเนต
- จากของเสียที่เกิดจากกระบวนการผลิต เช่น ซีเมนต์ที่เหลือจากการอบยางแต่ละรอบจากการใช้ไม้พินอบยาง

ผู้บริหารขององค์กรที่ประกอบธุรกิจยางพาราจากการสำรวจ 88 ราย ร้อยละ 78.4 ยืนยันว่า กิจกรรมที่ต้นดูแลมีแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมและผลการดำเนินการของธุรกิจยางพาราต่อผู้มีส่วนได้เสียโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ปานกลางถึงมากในเกือบทุกกิจกรรม และยังพบว่าผู้ประกอบการธุรกิจยางพาราจากจำนวนที่สำรวจ ร้อยละ 29.3 เคยถูกร้องเรียนเรื่องน้ำเสียและโรงงานสิ่งกลิ่นเหม็น (สมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกร และยุพาวดี สมบูรณ์กุล, 2553) ซึ่งก็สอดคล้องกับข้อมูลของกรมควบคุมมลพิษ (กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2552)

### 2.3 ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคม

พัฒนาการของความรับผิดชอบต่อสังคมที่แพร่หลายเป็นรูปธรรม ปี พ.ศ. 2535 จากการประชุมสุดยอดระดับโลกด้านสิ่งแวดล้อม (Earth Summit) ซึ่งมีการกล่าวถึงความรับผิดชอบต่อสังคมในรูปแบบของการพัฒนา นั่นคือ “การพัฒนาที่ยั่งยืน” หรือ “Sustainable Development” ที่ครอบคลุมถึงด้าน เศรษฐกิจ สังคม และคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ไม่ได้คำนึงแค่เพียงด้านใดด้านหนึ่งเพียงอย่างเดียว และต่อมาภาพของความรับผิดชอบต่อสังคมก็ชัดเจนยิ่งขึ้นในปี 2542 มีการประกาศกรอบการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นการพัฒนาที่ยั่งยืนของธุรกิจ และในปีถัดมา OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development) (องค์กรเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา) ซึ่งเป็นองค์กรแห่งความร่วมมือระหว่างประเทศของกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว เพื่อสร้างแนวทางและกรอบปฏิบัติสำหรับบริษัทข้ามชาติ โดยสร้างกรอบแนวคิดที่จะให้กลุ่มประเทศที่เป็นสมาชิก OECD ติดต่อกับธุรกิจกับเฉพาะธุรกิจที่มีการดำเนินนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม CSR เท่านั้น จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขยายตัวได้อย่างรวดเร็ว และเริ่มเป็นที่ยอมรับในระดับสากล สำหรับประเทศไทยพบความพยายามที่จะผลักดันให้เกิดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขึ้นสำหรับบริษัทที่เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยโดยภาคสมัครใจตามคู่มือที่ออกโดย OECD เมื่อปี 2561 เพื่อให้ธุรกิจทั่วโลกนำไปใช้เป็นแนวปฏิบัติที่จะสามารถดำเนินธุรกิจได้ควบคู่ไปกับ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนตลอดไป (เว็บไซต์ <https://www.sec.or.th/cgthailand>)

ดังนั้นผู้วิจัยได้รวบรวมรวมนิยามความหมายหลายมุมมองของความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ดังนี้

2.3.1 ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมแห่งสหประชาชาติ (UNIDO)

UNIDO ให้ความหมายว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นแนวคิดในการบริหารจัดการองค์กรที่ต้องผสานการดำเนินธุรกิจให้ควบคู่ไปกับความห่วงใยด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียทั้งหลายรอบด้านและทั่วถึง

2.3.2 องค์กรระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐานไอเอสโอ (International Organization for Standardization - ISO)

ISO ให้ความหมายว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นแนวคิดที่องค์กรจะต้องตอบสนองต่อประเด็นด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยยึดความคาดหวังของสังคมต่อองค์กรที่เป็นมิตร โดยยึดความคาดหวังของเศรษฐกิจที่จะให้ประโยชน์กับคน ชุมชน โดยยึดความคาดหวังของสิ่งแวดล้อมในการอนุรักษ์และใช้สอยทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ซึ่งทั้งหมดจะต้องเกิดขึ้นด้วยความสมัครใจ และผู้บริหารจะต้องมีบทบาทสำคัญเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่างๆ ซึ่งสามารถวัดผลได้ อันจะนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

### 2.3.3 ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้ให้ความหมายว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นภาระผูกพันอันถือเป็นสัญญาที่องค์กรทางธุรกิจจะต้องปฏิบัติตามอย่างจริงจังและด้วยความสุจริตรอบคอบ มีการกำกับดูแลที่ดีและมีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจเพื่อความเจริญเติบโตที่มั่นคงยั่งยืน โดยไม่เบียดเบียนสังคมและสิ่งแวดล้อม (Environment Social and Governance - ESG)

### 2.3.4 สถาบันไทยพัฒนา

สถาบันไทยพัฒนาซึ่งเป็นองค์กรที่ศึกษาวิจัยด้าน CSR ได้บัญญัติศัพท์ใหม่ของ CSR ว่า บริษัทบริหาร หมายถึง องค์กรที่คำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดอย่างทั่วถึงและครอบคลุม และเท่าเทียมกัน ไม่ได้เน้นเฉพาะส่วนที่เป็นการดำเนินงานของธุรกิจเท่านั้น

สรุปความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม คือ ความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมขององค์กร ซึ่งคือการดำเนินกิจการภายใต้หลักจริยธรรมและการจัดการที่ดี และสามารถวัดผลได้ในสามมิติคือ มิติทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อนำไปสู่เป้าหมายสูงสุดคือการพัฒนาที่ยั่งยืน

## 2.4 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม

### 2.4.1 แนวคิดและทฤษฎี Carroll (Carroll's CSR Pyramid)

Carroll's CSR Pyramid เป็นแนวความคิดด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของ Carroll (1991) โดยให้ความสำคัญต่อผลลัพธ์ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นแกนหลักให้ความเห็นว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมที่คำนึงถึงผลลัพธ์หรือผลประโยชน์ที่สังคมจะได้รับย่อมจะได้รับการยอมรับจากสังคมโดยดี และยังสามารถมองในเชิงสร้างสรรค์อีกด้านจากสังคมคือ จะผู้ประกอบการธุรกิจที่มีคุณธรรมและมีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ ไม่ได้ดำเนินธุรกิจโดยหวังประโยชน์แค่เรื่องกำไรหรือการเติบโตของธุรกิจเพียงอย่างเดียว Carroll's CSR Pyramid มีองค์ประกอบที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งหมด 4 ด้าน คือ เศรษฐกิจ กฎหมาย จริยธรรม และสาธารณประโยชน์ คุณสมบัติที่สำคัญมากของ Carroll's CSR Pyramid ให้มุมมองของการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่ดี ต้องอยู่บนพื้นฐานของผลกำไรของธุรกิจเป็นเบื้องต้น ซึ่งการดำเนินธุรกิจตามทฤษฎีนี้ต้องเป็นไปตามกฎหมาย เป็นไปตามหน้าที่ด้านจริยธรรมที่ธุรกิจพึงมี และพิจารณาการดำเนินกิจกรรมเพื่อสาธารณประโยชน์อย่าง

สอดคล้องตรงกับความต้องการไม่ขัดต่อธรรมเนียมประเพณีปฏิบัติของสภาพแวดล้อมทางสังคมที่องค์กรธุรกิจที่อาศัยอยู่ ซึ่ง Carroll's CSR Pyramid ประกอบไปด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมทั้ง 4 ด้านอันได้แก่

1. ความรับผิดชอบต่อทางด้านเศรษฐกิจ (Economic) ไม่ว่าธุรกิจใดๆก็ตามเป้าหมายหลักการในดำเนินธุรกิจต้องคำนึงถึงผลกำไรต้องมาก่อนเสมอเป็นอันดับแรก และถือเป็นสิ่งที่จำเป็นที่สุดสำหรับธุรกิจเมื่อธุรกิจมีกำไรการดำรงอยู่ของธุรกิจก็จะเป็นประโยชน์ต่อสังคมในระยะยาวไม่ว่าจะเป็นเรื่องของเศรษฐกิจในระดับชุมชนหรือระดับประเทศ รายได้และชีวิตความเป็นอยู่ของทั้งพนักงานและชุมชนรอบข้างก็จะติดตามไปด้วย การดำเนินกิจกรรมต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมก็จะตามมา

2. ความรับผิดชอบต่อด้านกฎหมาย (Legal) องค์กรทางธุรกิจมีหน้าที่รับผิดชอบต่อในการปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อบังคับ ระเบียบอื่นๆ และขนบธรรมเนียมประเพณีที่สังคมกำหนดขึ้น โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างรอบด้าน ต้องเน้นการสร้างประโยชน์ไม่หวังผลตอบแทน ไม่สร้างปัญหา มีความตั้งใจในการอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างสงบสุขและพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน เช่น การจ้างงานในอัตราค่าจ้างที่เป็นธรรม ไม่เอารัดเอาเปรียบพนักงาน มีการแข่งขันทางการตลาดที่ยุติธรรม การดูแลคู่ค้าอย่างเท่าเทียม การดูแลรักษาสุขภาพกายและใจของพนักงานอย่างทั่วถึง การคำนึงถึงความปลอดภัยของพนักงาน ลูกค้า หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอื่น อนุรักษ์พลังงานและรักษาสิ่งแวดล้อมให้สอดคล้องกับกฎหมายด้วยความรับผิดชอบต่อ

3. ความรับผิดชอบต่อด้านจริยธรรม (Ethical) เป็นหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติตามหลักศีลธรรมและจริยธรรม ความรับผิดชอบต่อด้านนี้อยู่สูงเกินกว่าความคาดหวังหรือความต้องการของกฎหมายที่แค่ต้องปฏิบัติตาม มีการคำนึงถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น ความเดือนร้อนรำคาญ การรักษาความสัมพันธ์อันดีของซัพพลายเออร์ คู่ค้าและการดูแลเอาใจใส่พนักงานตั้งในแง่ความรู้สึกและความเป็นธรรมในค่าจ้าง

4. ความรับผิดชอบต่อเชิงสาธารณะประโยชน์ (Philanthropic Responsibilities) คือ ความรับผิดชอบต่อที่จะต้องตอบแทนให้กลับคืนสู่สังคม ความรับผิดชอบต่อเชิงสาธารณะคือการตัดสินใจที่จะให้โดยไม่หวังผลตอบแทน โดยผ่านการบริจาคทรัพย์สิน เงินทอง สิ่งของ แรงงาน หรือประโยชน์อื่น ที่อยู่ในกรอบความสามารถของธุรกิจและหากสอดคล้องหรือตรงกับความต้องการของสังคม ก็จะเกิดประโยชน์ในเชิงความยอมรับและนำมาซึ่งความสัมพันธ์ที่ดีกับธุรกิจต่อไป

ภาพที่ 2.2 CSR Pyramid



ที่มา : Carroll (1991)

โดยสรุป ทฤษฎีของ Carroll' CSR Pyramid คำนึงถึงการได้รับการยอมรับของสังคมเป็นหลัก แม้ธุรกิจจะมีเป้าหมายที่การทำกำไรเป็นหลัก แต่องค์กรธุรกิจที่มุ่งจะเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน ควรจะต้องคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมทั้ง 4 ด้านให้ครอบคลุมมากที่สุด องค์กรจะมีความรับผิดชอบต่อสังคมเฉพาะเพียงด้านใดด้านหนึ่งไม่ได้ เพราะองค์กรที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อทั้ง 4 ด้านอย่างครบถ้วน จะเป็นที่น่าเชื่อถือและมีความชอบธรรมอย่างมากในการอยู่ร่วมกันกับสังคม เนื่องจากได้คำนึงถึงประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างทั่วถึง

#### 2.4.2 แนวคิดและทฤษฎี Philip Kotler

Kotler & Lee (2005a) ได้นำเสนอการนำหลักการตลาดทั้งหลายไปประยุกต์ใช้ในโลกรปัจจุบัน ทั้งทางด้านธุรกิจทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Business) รูปแบบทางการตลาดขององค์กรและคุณค่าต่อลูกค้า โดยเฉพาะมุมมองที่จะนำแนวทางการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมมาเชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์หรือแบรนด์ของสินค้านั้น ต้องพิจารณาอย่างรอบด้าน ทั้งกิจกรรมที่ทำโครงการที่สร้างขึ้น หรือแนวนโยบายด้าน CSR ต้องมีความสามารถสร้างควมมีคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์หรือแบรนด์ได้เป็นอย่างดี

เช่น กิจกรรมสื่อสารให้รับรู้ได้ถึงผลิตภัณฑ์หรือ แบรินด์นั้นได้ทันที น่าจดจำ ทำให้สาธารณะชนนึกถึงได้ทันที ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความชำนาญและเชี่ยวชาญขององค์กรนั้นๆด้วย ดังนั้น Kotler & Lee (2005b) เห็นว่าทำ CSR ตามแนวทางนี้มีสิ่งที่จะต้องพิจารณาหลักที่สำคัญ 3 ด้านคือ ด้านองค์กร ด้านสังคม และด้านภาคประชาชน เพื่อให้ทุกฝ่ายต่างได้รับประโยชน์จากกิจกรรมร่วมกันและสร้างการรับรู้ในใจกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน เพื่อที่องค์กรจะประสบความสำเร็จมากขึ้นในการสร้างผลิตภัณฑ์หรือแบรนด์สินค้า Kotler & Lee (2005b) ได้จำแนก CSR ตามแนวทางการตลาดไว้เป็น 7 กิจกรรมหลักได้แก่

1. การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม (Cause Promotion) เป็นเรื่องของการบริหารจัดการทรัพยากร เช่นจัดหาเงินทุน จัดหาวัสดุสิ่งของ หรือทรัพยากรอื่นขององค์กร เพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจต่อประเด็นปัญหาทางสังคมนั้น ตลอดจนสนับสนุนการมีส่วนร่วม หรือการเฟ้นหาทีมที่จะทำงานด้านอาสาสมัครเพื่อการดังกล่าว

2. การตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคม (Cause-Related Marketing) เป็นการอุดหนุนหรือการบริจาคเพื่อให้เกิดช่วยเหลือ หรือร่วมแก้ไขประเด็นปัญหาทางสังคมที่เกิดขึ้น ซึ่งจะใช้เวลาสั้นๆ หรือเวลาเฉพาะกิจที่ไม่แน่นอน หรือดำเนินการแบบจำเพาะเจาะจงเป็นเรื่องๆไปตามสถานการณ์หรือการบริจาคเพื่อสาธารณะประโยชน์ให้แก่การกุศลที่ระบุไว้เท่านั้น กิจกรรม CSR ชนิดนี้อาจถูกระบุไว้เป็นความต่อเนื่องหรือเป็นประจำทุกๆปีก็ได้ ธุรกิจมักร่วมมือกับองค์กรที่ไม่มีวัตถุประสงค์หากำไรเช่น สมาคม ชมรม สภาประชาชน ผู้นำชุมชนเพื่อสร้างสัมพันธ์ภาพร่วมกัน อาจเป็นการส่งเสริมด้วยวิธีการเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์ โดยมีวัตถุประสงค์นำเงินรายได้จากการขายนั้นไปส่งเสริมสนับสนุนกิจกรรมให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ

3. การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคม (Corporate Social Marketing) เป็นมุมมองของการตลาดนำ CSR เพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาทางสังคม โดยมุ่งหวังให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Behavior Change) เป็นหลัก เพื่อให้เกิดการรับรู้ใหม่ผ่านการสร้างความตระหนัก (Awareness) เกิดจากการรณรงค์ร่วมกันในด้านต่างๆที่เป็นปัญหาสังคมอยู่ในขณะนั้น จะในด้านใดก็สามารถประยุกต์ใช้ได้ทันที เช่น ด้านสาธารณสุข ด้านมลพิษ ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสุขภาวะ หรือด้านภัยพิบัติ ก็สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ องค์กรมีส่วนร่วมผ่านการสนับสนุนทรัพยากรด้านเงินทุนและทีมที่จะทำงานด้านอาสาสมัครเพื่อให้รับรู้ถึงประเด็นปัญหาดังกล่าว

4. การบริจาคเพื่อการกุศล (Corporate Philanthropy) อาจเป็นการมุ่งประเด็นไปยังการช่วยเหลือในประเด็นปัญหาทางสังคมโดยตรงก็เป็นได้ ในรูปของการบริจาคเพื่อสาธารณะประโยชน์ อาจเกิดขึ้นได้ในรูปแบบของเงิน วัสดุสิ่งของ หรือกำลังแรงงาน การดำเนินกิจกรรม CSR ในลักษณะนี้จะพบเห็นได้เป็นปกติทุกองค์กรธุรกิจ และโดยมากมักจะเป็นไปตามกระแสหรือไม่ก็ความต้องการ ซึ่งความต้องการนั้นอาจเกิดจากภายนอกแบบมีส่วนร่วมนำเสนอของชุมชน หรือมีผู้เสนอให้ทำจากภายในองค์กรผ่านนโยบายและงบประมาณที่ถูกกำหนดไว้ล่วงหน้า ซึ่งปกติจะเป็นการเสนอทำมาจากภายนอกหรือเป็นความต้องการจากภายนอกมากกว่าจะเกิดจากการวางแผนหรือออกแบบกิจกรรมจากภายในองค์กรเอง

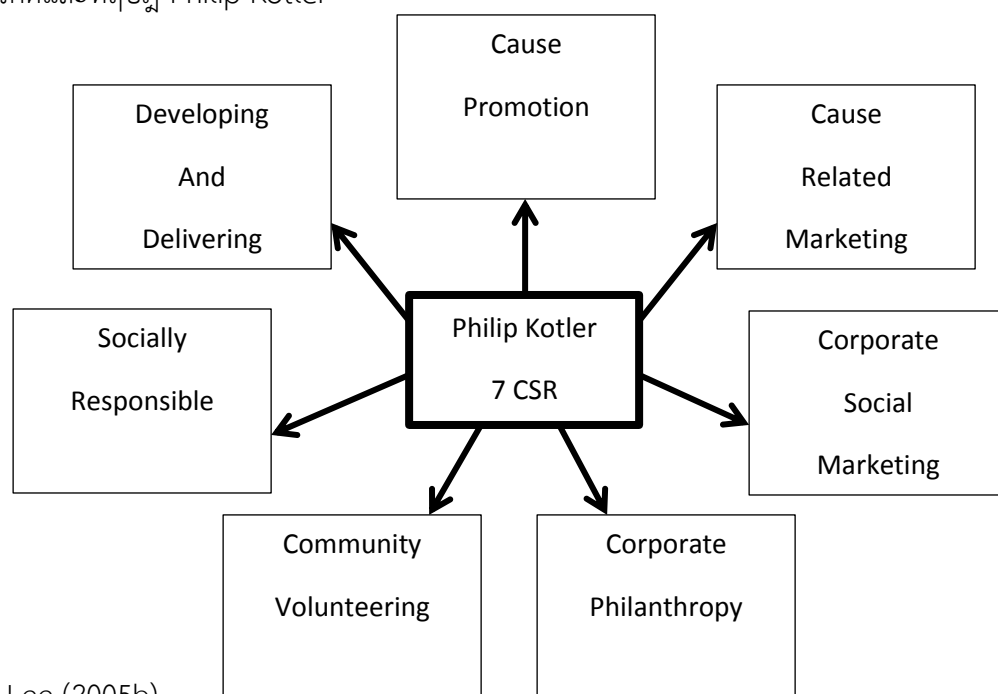


5. การอาสาช่วยเหลือชุมชน (Community Volunteering) การอาสาช่วยเหลืออาจเป็นไปได้ในหลายรูปแบบ เช่นองค์กรทำด้วยตัวเองทั้งหมดตลอดโครงการแต่เพียงผู้เดียว องค์กรร่วมมือกับองค์กรอื่นแบบพันธมิตรทั้งที่เป็นองค์กรภาคเอกชนหรือภาครัฐ องค์กรจับมือร่วมกับคู่ค้าหรือซัพพลายเออร์ ซึ่งเป็น การสนับสนุนให้เกิดกิจกรรมดีๆแก่ชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่และเพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชนในด้านต่างๆ หรือตอบสนองต่อประเด็นปัญหาทางสังคมที่องค์กรให้ความสนใจร่วมกัน โดยเน้นที่ผู้ได้รับผลประโยชน์เป็นหลักในการกำหนดกิจกรรมที่ดำเนินการ

6. การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Business Practices) เป็นการดำเนินธุรกิจที่ควบคู่ไปกับสังคมอย่างเป็นมิตร ไม่สร้างภาระหรือปัญหาให้กับทางสังคมไม่ว่าจะเป็นเรื่องการสร้างมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม การแย่งใช้ทรัพยากรกับชุมชน เป็นการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจอย่างมีจริยธรรมและเป็นแนวทางธรรมาภิบาล แต่ในทางกลับกันการดำเนินธุรกิจควรเป็นในทางช่วยเหลือ ช่วยส่งเสริม และยกระดับความเป็นอยู่ให้กับชุมชนและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ใช้ทรัพยากรร่วมกันอย่างสันติและเกิดประโยชน์สูงสุด

7. การพัฒนาและส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการ (Developing and Delivering) เป็นการวิเคราะห์ตามสถานะและความสามารถในการตอบสนองกำลังซื้อ ตอบสนองการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่าย เช่น ตามกำลังซื้อของคนในระดับฐานราก เป็นการใช้กระบวนการทางธุรกิจในการผลิตและจำหน่ายสินค้าและบริการสู่ตลาดที่เรียกว่า The Bottom of the Pyramid (BOP) ในราคาที่เหมาะสมไม่แพง จะเป็นโอกาสสำหรับธุรกิจในการเข้าถึงตลาดปริมาณมหาศาลเนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่คือคนระดับฐานราก เป็นต้น

ภาพที่ 2.3 แนวคิดและทฤษฎี Philip Kotler



ที่มา Kotler & Lee (2005b)

โดยสรุป ทฤษฎีของ Kotler & Lee (2005b) การดำเนินกิจกรรม CSR จะเน้นที่ความยั่งยืนและต่อเนื่อง เพราะจะช่วยสร้างความมั่นคง สร้างคุณค่าระหว่างองค์กรกับชุมชนหรือลูกค้าได้ ส่วนผลทางอ้อมที่องค์กรจะได้ในแง่ของแบรนด์หรือตราสินค้า คือ ภาพลักษณ์ที่ดีของแบรนด์หรือตราสินค้าที่จะเป็นที่ยอมรับ ซึ่งจะส่งเสริมให้เกิดการเพิ่มขึ้นของรายได้และยอดขาย ดังนั้นการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมจึงควรอยู่บนพื้นฐานของความจริงจังต่อสังคม ไม่ใช่เพียงหวังผลประโยชน์ หรือหวังในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นกับองค์กรเท่านั้น กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่สัมพันธ์กับการจัดการชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation) หรือความสัมพันธ์กับการจัดการความผูกพันกับตราสินค้า (Brand Engagement) หรือลูกค้า (Customer Engagement) จึงเห็นได้ว่าการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ Kotler & Lee (2005b) แม้จะมีมุมมองในเชิงการตลาดแต่ก็ครอบคลุมถึงประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคมได้เป็นอย่างดี

### 2.4.3 แนวคิดและทฤษฎีของ Michael E. Porter

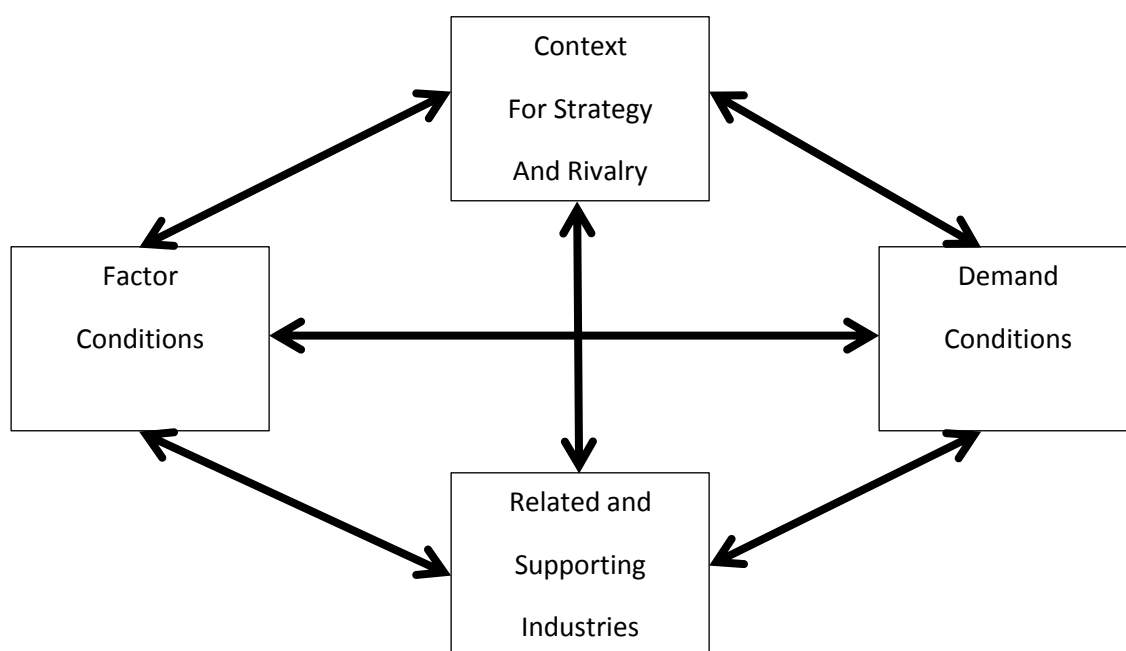
การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility) ในเชิงกลยุทธ์ทางธุรกิจ (Business Strategic of CSR) ของ Michael E. Porter พบในบทความเรื่อง “The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy” ที่ได้กล่าวถึงการบริจาคเพื่อสาธารณะประโยชน์ที่ถูกต้อง ต้องการให้การบริจาคเพื่อสาธารณะประโยชน์ เกิดจากจิตสำนึกที่จะทำความดีจริงๆ เป็นการให้ที่มีกระบวนการทางความคิด มีแผนงาน มีเป้าหมาย เพื่อตอบสนองความต้องการได้อย่างแท้จริง แม้ในท้ายที่สุดการบริจาคเพื่อสาธารณะประโยชน์จะกลายเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขันในการทำธุรกิจก็ตาม แม้ช่วงเวลาหนึ่งการบริจาคและการช่วยเหลือถูกมองว่าเป็นเรื่องฉาบฉวยอาจไม่ได้เกิดจากเจตนาบริสุทธิ์ เพราะถูกนำเสนอว่าเป็นแค่เครื่องมือในการทำการตลาดและประชาสัมพันธ์เพื่อภาพลักษณ์เท่านั้น (Porter & Kramer, 2002) ซึ่งสามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างการบริจาคเพื่อสาธารณะประโยชน์กับความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจได้ 4 ประการดังนี้

1. เงื่อนไขด้านปัจจัยในการดำเนินงาน (Factor conditions) ทรัพยากรที่เป็นประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจสามารถพัฒนาให้เกิดประโยชน์ในเชิงการบริจาคเพื่อสาธารณะประโยชน์ได้ เช่น การสนับสนุนพัฒนาฝีมือแรงงาน การให้ทุนสนับสนุนการวิจัย เป็นต้น
2. เงื่อนไขด้านความต้องการของตลาด (Demand conditions) นอกจากความต้องการด้านมาตรฐานของสินค้าและบริการแล้วเป็นเรื่องหลักของลูกค้า ธุรกิจสามารถพัฒนาสนับสนุนความต้องการของตลาดในรูปของการบริจาคสินค้าหรือสิ่งของที่เกี่ยวข้องกันได้ เช่น ธุรกิจด้านคอมพิวเตอร์สามารถบริจาคคอมพิวเตอร์ให้โรงเรียนที่ขาดแคลน

3. บริบทที่ส่งเสริมกลยุทธ์ธุรกิจและการแข่งขัน (The context for strategy and rivalry) หมายถึงนโยบายทั้งของภาครัฐและของธุรกิจเอง ต้องมีกิจกรรมที่ส่งเสริมการพัฒนาผ่านการแข่งขันทางธุรกิจที่มีกติกา กฎระเบียบมาเกี่ยวข้อง เช่น ให้ทุนสนับสนุนในการสร้างนวัตกรรมใหม่ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ

4. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและมีส่วนสนับสนุนธุรกิจ (Related and supporting industries) รวมถึงแหล่งวัตถุดิบและพันธมิตรทางการค้าที่จะร่วมมือกันหรือสนับสนุนซึ่งกันและกัน เช่น จัดตั้งศูนย์เรียนรู้การพัฒนาวัตถุดิบอย่างยั่งยืนสร้างเสถียรภาพในการแข่งขันที่เข้มข้น

ภาพที่ 2.4 The Four Elements of Competitive Context



ที่มา (Porter & Kramer, 2002)

โดยสรุป ทรัพยากรที่สำคัญของธุรกิจ คือ เงินทุน ฉะนั้นค่าใช้จ่ายใดที่ไม่ได้เกี่ยวข้องโดยตรงต่อการดำเนินธุรกิจเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ การให้บริจาคเพื่อสาธารณประโยชน์เป็นกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่ไม่ได้สร้างผลตอบแทนโดยตรงให้กับธุรกิจ จะส่งผลในส่วนของกระแสสังคม ภาพลักษณ์ การประชาสัมพันธ์เท่านั้น การบริจาคอย่างมีกลยุทธ์จึงมีความสำคัญ เพราะการบริจาคเพื่อสาธารณประโยชน์ใดที่มีที่เกี่ยวข้องหรือตรงกับพันธกิจของธุรกิจจะส่งผลทางบวกต่อสังคมและส่งเสริมความก้าวหน้าของธุรกิจได้อย่างยั่งยืนและคุ้มค่ามากกว่า ไม่ใช่การบริจาคเพื่อสาธารณประโยชน์ที่ทรงคุณค่าแต่ความทรงจำ (Porter and Kramer, 2003)

#### 2.4.4 มาตรฐานขององค์การระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับ CSR

ระบบมาตรฐานที่เป็นการยอมรับในระดับสากลได้แก่ ระบบ ISO (International Organization for Standardization - ISO) ซึ่งเป็นมาตรฐานขององค์การระหว่างประเทศ ตามหลักการของระบบ ISO มีประโยชน์ที่ครอบคลุมถึง ตัวองค์กรและธุรกิจ พนักงานในองค์กรและธุรกิจ ผู้ซื้อและผู้บริโภค ปัจจุบันระบบที่เป็นที่รู้จักคือ ระบบคุณภาพและการจัดการสิ่งแวดล้อม สำหรับเรื่อง CSR ที่กล่าวถึงในระบบ ISO เป็นเรื่องที่ต้องธุรกิจต้องตอบสนองหรือให้ประโยชน์ต่อประเด็นด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม สังคมคาดหวังให้ธุรกิจมีบทบาทเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่างๆ อันที่จะนำมาซึ่งความยั่งยืนและภาคภูมิใจ โดยระบบมาตรฐาน ISO ที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมโดยตรงได้แก่

1. ISO 14001 : 2015 คือ มาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environment management System) เป็นมาตรฐานที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่ได้รับการยอมรับมากที่สุดในระดับสากล มีวัตถุประสงค์เพื่อให้องค์กรทุกองค์กรมีความตระหนักและเข้าใจอย่างถูกต้องถึงความสำคัญในการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจังและเป็นรูปธรรม การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์พลังงาน การนำพลังงานทดแทนหรือธรรมชาติมาใช้หมุนเวียน เพื่อให้การดำเนินธุรกิจพัฒนาควบคู่กับการรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO14001 จะต้องแสดงรายงานด้านบัญชีสิ่งแวดล้อม อันหมายรวมถึงการรับรู้ต้นทุนด้านสิ่งแวดล้อมมีการกำหนดวิธีการวัดมูลค่า การประเมินความเสี่ยง ผลกระทบที่จะเกิดผลเสียกับองค์กร พบว่าการดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นธรรมและรับผิดชอบต่อสังคมมีผลกระทบเชิงบวกต่อรายงานด้านบัญชีสิ่งแวดล้อม (มาลินี สายก้อน และณัฐนันท์ จิตติยาปราโมทย์, 2560)

2. ISO 26000 เป็นมาตรฐานเพื่อให้คำแนะนำและเป็นต้นแบบด้านความรับผิดชอบต่อสังคมภาคสมัครใจ (Social responsibility) ซึ่งพร้อมให้คำแนะนำแก่องค์กรทุกประเภททั้งในประเทศที่พัฒนาแล้ว และในประเทศกำลังพัฒนาโดยภาคสมัครใจ ซึ่งในปัจจุบันความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นความคาดหวังที่สำคัญของสังคมโดยส่วนใหญ่ ซึ่งจะเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะได้รับการตอบสนองหรือยอมรับในการดำเนินธุรกิจ แม้ว่าในมาตรฐาน ISO 26000 มิใช่ข้อกำหนดที่ต้องบังคับ (requirements) เหมือนกับมาตรฐาน ISO 9001 หรือ ISO 14001 ก็ตามด้วยเหตุนี้ ISO 26000 จึงมิได้มีการรับรอง (certification) ซึ่งระบบ ISO 26000 นี้ มีแนวทางปฏิบัติเรื่องต่างๆ ดังนี้

1. แนวทางปฏิบัติด้านการกำกับดูแลองค์กร (Organizational Governance)
2. แนวทางปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights)
3. แนวทางปฏิบัติด้านการปฏิบัติด้านแรงงาน (Labour Practices)
4. แนวทางปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม (The Environment)
5. แนวทางปฏิบัติด้านการปฏิบัติดำเนินงานอย่างเป็นธรรม (Fair Operating Practices)
6. แนวทางปฏิบัติด้านผู้บริโภค (Consumer Issues) และ

7. แนวทางปฏิบัติด้านการมีส่วนร่วมและพัฒนาชุมชน (Community Involvement and Development) สถาบันไทยพัฒน์ มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์, (2553)

สรุปแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมจากหลายๆส่วนที่มีการศึกษาและนำมาเป็นแนวทางในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ล้วนตอบสนองอย่างครบถ้วนในมิติทั้ง 3 ด้านคือ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม แต่องค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมจะยังประโยชน์ให้กับสังคมมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับความจริงใจขององค์กรธุรกิจนั้น แม้ว่าในด้านทรัพยากรจะมีความเพียงพอ แต่การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่ไม่ได้มีการวางแผนหรือไม่ได้กำหนดกลยุทธ์จะยังไม่ตอบสนองต่อความยั่งยืนขององค์กรอย่างแท้จริง

## 2.5 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับจรรยาบรรณและจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ

ผู้ประกอบการธุรกิจประเภทต่างๆ ไม่เฉพาะผู้ประกอบการเกี่ยวกับยางพาราที่มีความเสี่ยงด้านมลภาวะสูง จะต้องมีการจรรยาบรรณในการประกอบอาชีพ ซึ่งจรรยาบรรณ ก็คือ มาตรฐานการประพฤติปฏิบัติที่ถูกกำหนดขึ้นให้กับผู้บริหารและพนักงานในองค์กรธุรกิจ และมาตรฐานนั้นจะต้องมีความชัดเจนเพียงพอต่อการป้องกันไม่ให้เกิดการกระทำผิดได้ และพึงตระหนักว่าการที่ธุรกิจมีความรับผิดชอบต่อชุมชน สังคม เศรษฐกิจและประเทศชาติโดยรวม จะนำมาซึ่งร่วมมือในการพัฒนาประเทศให้มีความเจริญก้าวหน้า แก้ไขปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในสังคม ประชาชนกินดีอยู่ดี ดังนั้น จริยธรรมทางธุรกิจจึงอาจกล่าวโดยรวมได้ว่าเป็นการดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรม จริยธรรมมีความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม เพื่อมุ่งเน้นให้องค์กรธุรกิจเจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืนสืบไป (เรื่องอุไร เพชรสังข์, 2552)

Brown & Dacin (1997) ได้อธิบายว่า ความรู้ความสามารถ ความประพฤติอุปนิสัย ความรู้สึก และทัศนคติ จะเป็นองค์ประกอบของจริยธรรม ซึ่งอาจบ่งชี้ความประพฤติปฏิบัติไปในทางที่ผิดหรือถูกได้ และให้นิยามว่าจริยธรรมก็มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาจากประสบการณ์ของบุคคลที่เปลี่ยนแปลงไปตามสภาวะการณ์

Hoffman & Novark (1995) ได้แบ่งองค์ประกอบของจริยธรรมไว้ในลักษณะที่มีความคล้ายคลึงกับที่บราวน์ โดยฮอฟแมนเขามีความเชื่อว่า จริยธรรมเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นภายใน (internalization) แม้จะมีหลายองค์ประกอบ แต่ละองค์ประกอบก็จะมีความเป็นอิสระจากกัน คือความคิดทางจริยธรรม (moral thought) ความรู้สึกทางจริยธรรม (moral feeling) และพฤติกรรมจริยธรรม (moral behavior) ซึ่งทั้ง 3 องค์ประกอบนี้มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ชัดเจน

บทความพิเศษเรื่องการดำเนินงานทางธุรกิจอย่างมีจริยธรรมที่สำคัญได้กล่าวไว้อย่างละเอียด น่าสนใจทั้ง 10 ประการของพวงพะยอม คำมุง (2557) ได้แก่

1. ไม่เบียดเบียนลูกค้า ได้แก่ การผลิตสินค้าให้ได้มาตรฐาน มีความชัดเจนถูกต้องในสเปกกับลูกค้า ยืนยันแหล่งกำหนดสินค้าได้ ไม่กักตุนสินค้าเพื่อขึ้นราคา สื่อสารข้อมูลต่างๆกับลูกค้าอย่างตรงไปตรงมาไม่กำกวมหรือก่อให้เกิดความเข้าใจผิดได้ ซื่อสัตย์ ซื่อตรงและยึดมั่นในข้อตกลงซื้อขาย เป็นต้น

2. ไม่เบียดเบียนผู้จัดส่งวัตถุดิบ เช่น ซัพพลายเออร์ (supplier) เวนเดอร์ (vender) เป็นต้น การไม่เบียดเบียน ได้แก่ การพยายามถ่วงเวลาหรือยืดเวลาในการชำระหนี้ให้ยาวนานออกไป ต่อรองราคาแบบบีบบังคับซัพพลายเออร์แบบยอมจำนน การปิดบังข้อมูลและการสื่อสารบางอย่างที่อาจมีผลต่อลูกค้า การสร้างหลักฐานอันเป็นเท็จสำหรับการร้องเรียนหรือเคลมชดเชยสินค้าเสียหายเพื่อให้ได้มาซึ่งส่วนลดหรือข้อได้เปรียบทางการค้า การแจ้งรับสินค้าขาด เรียงร้อยเบี้ยปรับเงินเพิ่มหรือส่วนลดที่ไม่เป็นธรรม โกงน้ำหนักร เป็นต้น

3. ไม่เบียดเบียนพนักงาน ได้แก่ การจ่ายค่าจ้างค่าตอบแทนอย่างเป็นธรรม ถูกต้องตามกฎหมาย ตรงต่อเวลา การใช้แรงงานอย่างตรงกับความรู้ความสามารถ ไม่กดขี่ ทารุณหรือบีบบังคับในงานที่ไม่ถนัด การจัดสวัสดิการและสภาพแวดล้อมในการทำงานให้เหมาะสม จัดเวลาพักระหว่างวันอย่างเหมาะสม จัดสุขอนามัยน้ำดื่ม ร้านอาหารอย่างถูกสุขลักษณะ การจัดหาอุปกรณ์ในการทำงานตามปกติและอุปกรณ์ความปลอดภัยที่จำเป็นในงานให้ตามสมควรไม่ต้องให้พนักงานไปจัดหาหาเอง การไม่เก็บเงินค่าประกันต่าง ๆ จากพนักงานโดยไม่จำเป็น การจ่ายค่าล่วงเวลาให้เมื่อมีการทำงานล่วงเวลาอย่างถูกต้อง สอดคล้องตามกฎหมายแรงงานระหว่างประเทศที่เป็นสากล เป็นต้น

4. ไม่เบียดเบียนผู้ถือหุ้น ได้แก่ การตั้งใจบริหารอย่างมีอาชีพ การทำตามสัญญาที่ให้ไว้กับผู้ถือหุ้นอย่างเคร่งครัด มีความรอบคอบไม่นำเงินลงทุนไปใช้ผิดประเภทและใช้ตรงกับวัตถุประสงค์ ไม่เข้าแทรกแซงหรือปั่นหุ้นให้มีมูลค่าเกินจริงเพื่อจุดประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น การไม่สร้างหลักฐานเท็จหรือไม่สร้างข้อมูลเท็จให้ผู้ถือหุ้นหลงเชื่อในการซื้อหุ้นเพิ่มทุน การจ่ายเงินปันผลมีความเหมาะสม สอดคล้องกับผลประกอบการไม่เอาเปรียบผู้ถือหุ้น การไม่ปิดบังข้อมูลที่แท้จริง มีการสื่อสารอย่างตรงไปตรงมา มีหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรงในการตอบข้อซักถามของผู้ถือหุ้นอย่างสุภาพและจริงใจ เป็นต้น

5. ไม่เบียดเบียนผู้ร่วมงาน ได้แก่ มีความเป็นธรรมไม่เปิดโอกาสให้เกิดการเอาเปรียบกันแรงผู้อื่น การไม่ปิดบังข้อมูลกับผู้ร่วมงาน ไม่มีการสื่อสารนโยบายให้ทั่วถึงทุกระดับ ปิดบังข้อมูลกับบริษัทร่วมทุนที่ควรจะได้รับรู้ การบริหารงานอย่างมีอาชีพไม่คดโกงหรือส่อไปในทางทุจริตคอร์รัปชัน การไม่กลั่นแกล้งใส่ร้ายป้ายสีเพื่อร่วมงานเพื่อให้ตัวเองดูดี เป็นต้น

6. ไม่เบียดเบียนผู้กู้ยืม ได้แก่ การไม่นำเงินที่กู้ยืมไปใช้ผิดประเภทตามข้อตกลงในสัญญากู้ยืม การไม่ยี้ดระยะเวลาชำระหนี้โดยไม่มีเหตุอันควร การไม่สร้างหลักฐานเท็จเพื่อหลอกลวงผู้ให้กู้ยืม การไม่แสดงหรือนำหลักทรัพย์ค้ำประกันที่เป็นเท็จหรือมูลค่าสูงกว่าความเป็นจริงมาเป็นหลักฐานในการกู้ยืม เป็นต้น

7. ไม่เปิดเผยคู่แข่ง ได้แก่ การไม่ปล่อยข่าวลวงหรือไม่สร้างหลักฐานที่เป็นเท็จทำให้คู่แข่งเสียหาย การนำข่าวด้านลบของคู่แข่งมาเผยแพร่เพื่อหวังรายได้หรือยอดขายของตัวเอง การไม่ลอกเลียนแบบหรือปลอมแปลงสินค้าคู่แข่ง การไม่ตัดราคาที่ไม่เป็นธรรมเพื่อแย่งลูกค้า การไม่ติดสินบนเพื่อแย่งลูกค้าจากคู่แข่ง การปฏิบัติตามข้อตกลงหรือพันธะผูกพันอย่างเคร่งครัด เป็นต้น

8. ไม่เปิดเผยราชการ ได้แก่ การไม่แสดงข้อมูลหรือรายการต่างๆที่ต้องรายงานเป็นประจำเพื่อหลีกเลี่ยงเงื่อนไขที่ไม่สอดคล้องตามกฎหมาย การไม่ติดสินบนเจ้าพนักงานหรือหน่วยงานราชการเพื่อประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่ง การจ่ายภาษีถูกต้องตรงความเป็นจริง ไม่มีการบิดเบือนในการแสดงข้อมูลทางทำบัญชีอื่นเป็นเท็จ ไม่หลีกเลี่ยงภาษีโดยวิธีการอาศัยช่องว่างของกฎหมาย การไม่ปกปิดข้อมูลด้านลบเพื่อสร้างภาพลักษณ์หรือสร้างหลักฐานเท็จเพื่อหลอกลวงทางการ เป็นต้น

9. ไม่เปิดเผยสังคม ได้แก่ การไม่ผลิตสินค้าสองมาตรฐาน การไม่นำสินค้าที่ไม่ได้คุณภาพมาขายเหมือนสินค้าคุณภาพดีด้วยราคาเท่ากัน การไม่โฆษณาเกินจริงทำให้เกิดแรงจูงใจของผู้บริโภคหรือไม่โฆษณาให้หลงผิด การไม่ฉวยโอกาสขายของแพงหรือขึ้นราคาตามกระแสของราคาพลังงานที่เพิ่มขึ้น การไม่เปิดเผยข้อมูลที่ถูกต้องตามกฎหมายหรือการไม่แสดงข้อมูลที่ควรเปิดเผยให้ชุมชนอย่างต่อเนื่อง การไม่ปรับปรุงข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน เป็นต้น

10. การไม่เปิดเผยสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ไม่มีกระบวนการใดๆที่สร้างหรือก่อให้เกิดมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม การไม่ก่อให้เกิดมลภาวะทางน้ำ อากาศ ดิน รวมถึงการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างประหยัดไม่ฟุ่มเฟือย การจัดให้มีระบบการจัดการกากของเสียหรือสิ่งที่ก่อให้เกิดมลพิษ การจัดให้มีการบริหารจัดการด้านขยะที่ถูกต้อง และมีแนวทางการลด ละ เลิกขยะให้น้อยลง การสำแดงข้อมูลด้านของเสีย ขยะอันตรายถูกต้องสอดคล้องตามกฎหมาย (พวงพะยอม คำมุง,2557)

โดยสรุปจรรยาบรรณและจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ จะกล่าวถึงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างกว้างขวางและครอบคลุม อันได้แก่ 1) จรรยาบรรณและจริยธรรมต่อผู้ถือหุ้นซึ่งมุ่งหวังให้ผู้ถือหุ้นได้รับผลตอบแทนที่พอใจสูงสุด อย่างโปร่งใส สม่ำเสมอและเท่าเทียมกันอย่างเพียงพอในข้อมูลสำหรับการตัดสินใจ 2) จรรยาบรรณและจริยธรรมว่าด้วยความสัมพันธ์กับลูกค้า มุ่งหวังให้ลูกค้าได้รับสินค้าที่ดีที่สุด มีความเป็นธรรม มีความสัมพันธ์ที่ดีทั้งก่อนได้รับสินค้าและหลังได้รับสินค้าไปแล้ว 3) จรรยาบรรณและจริยธรรมว่าด้วยความสัมพันธ์กับคู่ค้าและคู่แข่งทางการค้า มุ่งหวังผลประโยชน์ร่วมกัน สนับสนุนการแข่งขันที่อยู่บนพื้นฐานความเสมอภาคและเท่าเทียม ต่อต้านการไม่ปฏิบัติตามหลักกฎหมาย ยึดมั่นในภาพลักษณ์ของธุรกิจโดยรวมที่ดีไม่เป็นบ่อเกิดแห่งความเสี่ยงและเสื่อมเสียของอุตสาหกรรมเดียวกัน 4) จรรยาบรรณและจริยธรรมว่าด้วยความรับผิดชอบต่อพนักงานในองค์กร มุ่งหวังให้พนักงานมีความเป็นเลิศ พัฒนาตนเองและนำพาองค์กรไปสู่เป้าหมายและได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่าและเป็นธรรม รวมถึงเรื่องสวัสดิการและบรรยากาศที่ดีในการทำงาน 5) จรรยาบรรณและจริยธรรมว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม

และสิ่งแวดล้อม มุ่งหวังถึงการรักษาสีสิ่งแวดล้อม คุณภาพความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชน การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด การพัฒนาชุมชนและสังคมร่วมกันอย่างยั่งยืน

## 2.6 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

ปัจจัยในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่ผู้วิจัยนำมาพิจารณาพิจารณามีอยู่หลายปัจจัยด้วยกัน อันได้แก่ ปัจจัยด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กร ปัจจัยด้านทรัพยากร ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม ปัจจัยด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านกิจกรรม CSR กับชุมชน และปัจจัยด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม

### 2.6.1 ปัจจัยด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กร

สุปรีชา ชำนาญพุดิพรหม เกษมชาติ นเรศเสนีย์ และบุญเลิศ ไพรินทร์ (2558) สรุปประเด็นด้านนโยบายไว้ชัดเจนว่า คือแนวทางต่างๆที่ผู้บริหารตั้งใจกำหนดไว้ เพื่อดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ โดยมีการกำหนดเป้าหมาย หลักการดำเนินงาน ยุทธศาสตร์ แผนงาน วิธีการบริหารงานที่ชัดเจนทุกกระบวนการ ซึ่งการจะบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายจะต้องมีวิธีการที่ตรงกับความต้องการและสอดคล้องกับสภาพการณ์ที่เป็นจริง

มยุรี อนุมานราชชน (2556) สรุปประเด็นด้านนโยบายไว้ชัดเจนว่า นักวิชาการมีกระบวนการกำหนดนโยบายเป็น 6 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การก่อตัวของปัญหา เป็นขั้นตอนการสืบค้น ค้นหา ระบุประเด็น 2) การกลั่นกรองปัญหา เป็นขั้นตอนการกำหนดเกณฑ์ในการวิเคราะห์ปัญหา 3) การนิยามปัญหา เป็นขั้นตอนการแยกแยะสาเหตุและผลที่เกิดขึ้นของปัญหา 4) การพยากรณ์ เป็นขั้นตอนการคาดคะเนผลที่จะเกิดขึ้นแล้วนำมากำหนดทางเลือก 5) การกำหนดวัตถุประสงค์ เป็นขั้นตอนที่จะแสดงถึงผลลัพธ์ที่ต้องการ 6) การวิเคราะห์ทางเลือก เป็นขั้นตอนสุดท้ายอาจมีหลายทางเลือกแต่ต้องการผลลัพธ์ที่ดีที่สุดในทุกทางเลือก

พิมพ์กมล เกษแก้ว และพัช ลวางกูร (2563) สรุปประเด็นด้านนโยบายไว้ชัดเจนว่า กระบวนการกำหนดนโยบายประกอบด้วย 4 ขั้นตอนหลักๆ คือ 1) การระบุปัญหา หมายถึง การระบุความต้องการ ต้องให้ความสำคัญกับการรับรู้ปัญหา ให้สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง โดยทำความเข้าใจประเด็นหลายๆด้านอย่างรอบคอบ 2) การกำหนดวาระนโยบาย หมายถึง เมื่อระบุปัญหาได้ชัดเจนต้องเห็นพ้องร่วมกันแล้วนำมาสู่การพยายามกำหนดวิธีการค้นหาแนวทางแก้ไข โดยมีการตั้งเป้าว่าจะต้องได้รับการแก้ไข 3) การกำหนดรูปแบบนโยบาย หมายถึง การนำองค์ความรู้ของผู้ที่มีความสามารถภายใต้ข้อมูลพื้นฐานที่น่าเชื่อถือมากำหนดรูปแบบนโยบายให้เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน 4) การยอมรับนโยบาย หมายถึง



ทางเลือกและแนวปฏิบัติที่ได้รับการตัดสินใจแล้วไม่ว่าจะเป็นโดยมติเสียงข้างมาก จะต้องมีการนำไปปฏิบัติได้จริงและโดยการยอมรับของทุกส่วนในองค์กร

ปวีณา สินขาว (2556) สรุปประเด็นภาพลักษณ์ไว้ชัดเจนว่า บริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม จะมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของบริษัท และจะเป็นบริษัทที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจในทุกๆด้านครอบคลุมผู้มีส่วนได้เสียอย่างทั่วถึง เช่น ผู้บริโภค ชุมชนและสังคมรอบๆ บริษัท และด้านสิ่งแวดล้อม ผู้บริโภคจะมีความชื่นชอบและเชื่อมั่นในภาพลักษณ์และสินค้าของบริษัทผ่านการดำเนินการทางด้านการตลาด ประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะถ้าบุคคลากรที่รับผิดชอบต่อโดยตรงเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ

นฤพร กัลยาณลาภ (2561) สรุปประเด็นภาพลักษณ์ไว้ชัดเจนว่า ภาพลักษณ์ เป็นเรื่องเฉพาะตัวของบุคคล โดยเริ่มต้นที่ความรู้สึกนึกคิดของตัวเอง ที่เกิดขึ้นหลักเกิดการสัมผัส รับรู้ มองเห็น และตีความหมาย ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยความรู้สึกนึกคิดนั้น แต่ละบุคคลอาจแตกต่างกันไป เกิดขึ้นได้จากประสบการณ์ องค์ความรู้เฉพาะตัวที่บุคคลคนนั้นมีนั่นเอง ฉะนั้นไม่ว่าภาพลักษณ์ตราสินค้า หรือภาพลักษณ์องค์กร จะดีแค่ไหนสำหรับความรู้สึกของคนคนหนึ่ง อาจจะไม่ดีเท่ากันสำหรับความรู้สึกนึกคิดของคนอีกคนหนึ่งได้

ภูเบศ อัครเดชพิพิธ (2561) สรุปประเด็นภาพลักษณ์ไว้ชัดเจนว่า การรับรู้ข่าวสารจากสื่อต่างๆ ทำให้เกิดภาพในจิตใจ พัฒนาความคิด เกิดทัศนคติ ยิ่งหากได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่อง ยิ่งทำให้เกิดภาพจำเกิดขึ้นในจิตใจ ทำให้รู้จักและเข้าใจในสิ่งที่ได้รับจากข้อมูลข่าวสารนั้น การสื่อสารนั้นอาจมาในรูปแบบของการดำเนินงาน การประชาสัมพันธ์ การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นต้น

ศุภกฤต หอมประไพ (2561) สรุปประเด็นภาพลักษณ์ไว้ชัดเจนว่า คือการประมวลภาพโดยรวมที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของบุคคลใดบุคคลหนึ่งหรือหลายบุคคลที่มีต่อองค์กร ซึ่งเป็นการประมวลภาพความรู้สึกที่บุคคลสร้างขึ้นมาเพื่อประกอบภาพ ประกอบข้อเท็จจริงที่ปรากฏ รวมถึงข้อเท็จจริงในทุกๆด้านของหน่วยงานหรือองค์กรนั้น แม้แต่การบริหารจัดการขององค์กร และตัวสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ขององค์กรด้วยเช่นกัน

สรุปในปัจจุบันด้านนโยบายหมายถึงหลักและวิธีปฏิบัติที่ใช้สำหรับการบริหารองค์กร ซึ่งนโยบายจะมีกระบวนการกลั่นกรองกว่าจะเป็นนโยบายในหลายขั้นตอน เพื่อจะนำมาซึ่งนโยบายที่ชัดเจน สอดคล้องกับสภาพทางการ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม แนวทางของนโยบายจะต้องปฏิบัติได้จริงและสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ส่วนปัจจัยด้านภาพลักษณ์โดยสรุปคือเป็นเรื่องปัจเจกบุคคลที่มีความรู้สึกนึกคิดแตกต่างกันขึ้นอยู่กับประสบการณ์และองค์ความรู้ของบุคคลนั้น ที่จะรับรู้โดยภาพรวมในจิตใจที่

แตกต่างกันก็จะเกิดผลต่อภาพลักษณ์แตกต่างกัน ทั้งนี้ความสมบูรณ์ของการสื่อสาร และองค์ประกอบของการนำเสนอย่อมมีผลต่อภาพลักษณ์ทั้งต่อสินค้าและตัวองค์กรเอง

## 2.6.2 ปัจจัยด้านทรัพยากร

ดอกจันท์ คำมีรัตน์ บุญทัน ดอกโรส และ อิมรอน มะลูลีม (2552) กล่าวว่า ทรัพยากรในการบริหาร (Resources) เป็นปัจจัยที่สำคัญมากในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จและสร้างความเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง มั่นคง และยั่งยืน ซึ่งประกอบไปด้วย บุคลากร งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ และการบริหารจัดการซึ่งมีการเรียกขานกันในวงการธุรกิจ คือ 4M องค์กรธุรกิจใดสามารถบริหารหรือใช้ทรัพยากรทั้ง 4 ด้านได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุดได้ จะถือว่าเป็นที่คาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย 4 M ประกอบได้ด้วย

1) บุคลากร (Man) หมายถึง คนงาน พนักงาน บุคคลทั้งจากภายในและภายนอก ถือเป็นปัจจัยหลัก จะต้องมีการกำหนดอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบให้พนักงานที่ชัดเจน แต่ละคนต้องผ่านการทดสอบทักษะความสามารถก่อนเข้างาน และเมื่อเข้าทำงานแล้วต้องมีการพัฒนาพนักงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่องานที่ทำให้มากที่สุด

2) งบประมาณ (Money) หมายถึง เงินทุนที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ เงินทุนเป็นตัวขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจที่สำคัญ ฉะนั้นการบริหารการใช้จ่ายเงินอย่างประหยัดหรือการลดต้นทุนการผลิต ทำให้ได้ผลลัพธ์ในการดำเนินธุรกิจมีกำไร สามารถเป็นเงินทุนต่อยอดในการขยายธุรกิจได้เป็นอย่างดี

3) วัสดุอุปกรณ์ (Material) หมายถึง วัสดุสิ่งของ ชิ้นส่วนอะไหล่ และรวมถึงวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต โดยการใช้งานเครื่องมือเครื่องใช้ให้เต็มประสิทธิภาพคุ้มค่าที่สุด เพราะเป็นส่วนสำคัญของการผลิต ทำให้สามารถผลิตสินค้าออกมาให้มีคุณภาพได้ และผลิตได้ในระยะเวลาที่กำหนดทันต่อการส่งมอบถึงมือลูกค้า

4) การจัดการ (Management) หมายถึง วิธีการ ขั้นตอน กระบวนการในการบริหารงาน มีการกำหนดกลยุทธ์ที่ชัดเจนในการบริหารงาน และที่สำคัญที่ต้องคำนึงถึงปัจจัยแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร โดยทำการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรค อย่างรอบด้าน และมีความยืดหยุ่นสูงภายในการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วในยุคปัจจุบันที่มีผลกระทบต่อการบริหารงานอยู่ตลอดเวลา

ประจวบ กล่อมจิตร และประสิทธิ์ชัย ผาสุกตร (2559) กล่าวว่า การจะทำให้โรงงานมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นได้ต้องอาศัย กิจกรรมทั้ง 4 ของการบริหารทรัพยากร อันได้แก่ Machine Material Man Method บริหารประสิทธิภาพโดยรวม โดยการคำนึงถึงกระบวนการตั้งแต่ต้นทาง (Input) โดยการลดการสูญเสียที่เกิดขึ้นตั้งแต่ต้นทางให้มากที่สุดก็จะส่งผลให้ปลายทาง (output) ก็จะทำให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดตามมาเช่นกัน กล่าวโดยรวมคือ การเกิดประสิทธิภาพของเครื่องจักร การเกิดประสิทธิภาพของ

วัตถุประสงค์ การเกิดประสิทธิภาพของบุคลากร และประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน จะทำให้การผลิตของโรงงานจะเพิ่มขึ้นได้และเติบโตอย่างยั่งยืน

ศรีสุวรรณ ขอไพบูลย์ (2559) กล่าวว่า อิทธิพลของการบริหารองค์กรธุรกิจ จากปัจจัยการบริหารทรัพยากรทั้ง 4 ด้าน ทั้งด้านเงินทุน (Capital) ด้านลูกจ้าง (Man) ด้านวัตถุดิบ (Material) และด้านกระบวนการบริหารจัดการ (Management) พบว่า ด้านเงินทุนได้รับผลกระทบสูงสุด มีผลต่อ SMEs ในด้านของการบริหารสภาพคล่อง ต้องมีการกู้ยืมเงิน มีความต้องการเงินทุนหมุนเวียนสูง ต้นทุนสูงขึ้นบางธุรกิจต้องจำเป็นต้องย้ายถิ่นฐานการผลิต หรือบางแห่งมีผลกระทบจนต้องปิดตัวลง

สำหรับระยะห่างจากชุมชนกับบริษัทฯ ประเด็นปัจจัยที่จะศึกษาสืบเนื่องจากโรงงานผลิตยาง มักจะมีปัญหามลภาวะด้านกลิ่น ดังนั้นระยะห่างจากชุมชนกับบริษัทฯ จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ต้องพิจารณาภายใต้สมมติฐานที่เข้าใจได้ว่า ยิ่งไกลจากโรงงานเท่าไรโอกาสที่จะรับรู้หรือสัมผัสกลิ่นก็ยิ่งน้อยลงแปรผันไปตามระยะห่างจากโรงงาน

รวีโรจน์ พิสิทธิ์อัศร (2560) ได้วิเคราะห์เรื่องปัจจัยทำเลที่ตั้งของฟาร์มสุกรในจังหวัดนครปฐม พบว่า ความพึงพอใจในด้านระยะห่างระหว่างฟาร์มกับชุมชน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.21 ด้านระยะห่างของแหล่งน้ำกับชุมชน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.2 สำหรับความพึงพอใจในเรื่องระยะห่างจากแหล่งน้ำ ประชาชนมีความพึงพอใจน้อย เพราะมีความกังวลไม่มั่นใจถึงคุณภาพน้ำในแหล่งน้ำ และสืบเนื่องจากการขยายตัวของเมืองเข้ามาใกล้ฟาร์มและแหล่งน้ำมากขึ้น

สำหรับระยะเวลาที่พำนักอยู่ในชุมชน ประเด็นปัจจัยที่จะศึกษา ก็เช่นเดียวกันการรับรู้ ความคุ้นชิน ย่อมมีความแตกต่างสำหรับคนที่พำนักในชุมชนยาวนานกับคนที่เพิ่งเข้ามาพำนักในชุมชน พิจารณาภายใต้สมมติฐานว่าคนที่พำนักอยู่นานย่อมได้สัมผัสกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทฯ มากกว่าคนที่เพิ่งเข้ามาพำนัก ฉะนั้นทัศนคติของคนที่พักอยู่นานก็ย่อมแตกต่างกับคนที่เพิ่งเข้ามาพำนักหรือพำนักน้อยกว่าเช่นกัน

เรวัตย์ ยอดสุราง (2556) กล่าวว่า เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ระยะเวลาที่อยู่ในชุมชนมานานมีผลต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการเข้ามาอยู่ในชุมชนเป็นระยะเวลานาน มีการซึมซับรับรู้อย่างต่อเนื่อง จึงเกิดความผูกพันแบบไม่ทันรู้ตัว ทำให้เกิดความตระหนักในการใช้ทรัพยากรสัตว์น้ำ มีความห่วงแหนสัตว์น้ำ มีความรู้สึกเป็นเจ้าของหรือเป็นส่วนหนึ่งของทรัพยากรที่มี จึงช่วยกันคอยสอดส่องดูแลแหล่งน้ำของชุมชนไม่ให้มีการกระทำที่ผิดกฎหมาย และมีการสื่อสารสืบต่อไปยังลูกหลานคนในครอบครัวหรือคนทั่วไปที่มีโอกาสมาเยือนอีกด้วย และเมื่อทดสอบความแตกต่าง

ของระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชนกับการมีส่วนร่วม ปรากฏว่าประชากรที่อาศัยอยู่ในชุมชนเป็นระยะเวลา นานกว่ามีส่วนร่วมในโครงการมากกว่า

สรุปในปัจจุบันด้านทรัพยากร มีแนวความคิดทางด้านการบริหารของนักวิชาการ เป็น 3 แนวทางที่แตกต่างกัน แนวทางแรก มีเฉพาะ คน (Man) เงิน (Money) และวัสดุสิ่งของ (Materials) หรือที่เรียก “3M” แนวคิดที่สองประกอบด้วย คน (Man) เงิน (Money) วัสดุสิ่งของ (Materials) และการจัดการ (Management) หรือที่เรียก “4M” แนวคิดที่สาม ประกอบด้วย คน (Man) เงิน (Money) วัสดุสิ่งของ (Materials) วิธีการ (Method) ตลาด (Market) และ เครื่องจักรกล (Machine) หรือที่เรียก “6M” หรือในปัจจุบันอาจมีแนวคิดที่มากกว่า 3 แนวทางดังกล่าวเพิ่มขึ้น แต่ทั้งหมดล้วนเป็นปัจจัยที่สำคัญในการบริหารขององค์กรธุรกิจ ที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ มีผลต่อการเจริญเติบโตขององค์กรและเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจมากน้อยแตกต่างกันไปตามบริบทขององค์กรธุรกิจ นั้นๆ หวน พินธุพันธ์, (2560)

### 2.6.3 ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม

จรัสชัย ศุภกิจ (2558) ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมในงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงไฟฟ้าแม่เมาะ อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมมีหลายปัจจัยอันได้แก่ ความภาคภูมิใจในการได้เข้าร่วมกิจกรรม โอกาสในการเข้าร่วมกิจกรรม คุณลักษณะของงาน ความพึงพอใจในการทำงาน และช่วงเวลาที่ปฏิบัติงาน ล้วนเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมทั้งสิ้น ทั้งส่วนร่วมในผลประโยชน์ ส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม ส่วนร่วมในการประเมินผล และส่วนร่วมในการตัดสินใจตามลำดับ

พระครูเกษมอินทเขต (วงศ์มา) (2561) ได้สรุปใจความเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมไว้ชัดเจนดังนี้ คือ ด้านความหมาย คือ การที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับกระบวนการ การดำเนินงานหรือกิจกรรมตั้งแต่ต้นจนจบทั้งในรูปแบบของการเสนอความเห็น การร่วมลงมือทำ การตัดสินใจและร่วมถึงการประมวลผลของทั้งผลที่สำเร็จและไม่สำเร็จ เป็นแนวทางในการพัฒนาร่วมกันอย่างแท้จริง ด้านความสำคัญของการมีส่วนร่วม จะเป็นกระบวนการของการสร้างความสัมพันธ์ สร้างความชอบธรรมและอุดมการณ์ร่วมกัน ในที่สุดก็จะมีผลสัมฤทธิ์เกิดขึ้น เป็นความร่วมมือกันที่ทรงพลัง ป้องกันความขัดแย้งได้เป็นอย่างดี ด้านปัจจัยของการมีส่วนร่วม สิ่งที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมมากที่สุดคือ ทัศนคติ ค่านิยม ผลประโยชน์เป็นสำคัญ และอาจมีเรื่องของอุปนิสัย ขนบธรรมเนียมจารีตประเพณีที่ถือปฏิบัติของคนในชุมชนด้วย ด้านประโยชน์ของการมีส่วนร่วม จะส่งผลต่อความสำเร็จต่อการดำเนินกิจกรรมให้บรรลุผลสำเร็จได้โดยง่าย ลดอุปสรรค ลดต้นทุน ลดเวลาในการดำเนินงาน ที่สำคัญคือ การเกิดการสร้างฉันทามติ

มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เต็มใจที่จะร่วมในทุกๆกิจกรรม จะนำมาสู่ความเข้มแข็งและนำไปสู่ความยั่งยืนในที่สุด

ปิยฉัตร ทองแพง (2562) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมว่า การมีส่วนร่วมเป็นผลมาจากการเห็นพ้องต้องกัน สำหรับความเห็นพ้องต้องกันอาจหมายถึงเสียงส่วนใหญ่ที่มีน้ำหนักที่มากพอที่จะให้เกิดการลงมือทำ ความเห็นพ้องอาจหมายถึงในเรื่องของความต้องการ อาจหมายถึงทิศทางและการเปลี่ยนแปลง เมื่อความเห็นพ้องมากพอที่จะทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ ก็เกิดโครงการที่สามารถปฏิบัติได้จริงตามเจตนารมณ์ของความเห็นพ้องกันนั้น

อดินันท์ บัวภักดี (2552) อ้างถึงทฤษฎีสองปัจจัยของ เฮอร์เบิร์ต ( Herzberg) เป็นทฤษฎีการจูงใจที่เกี่ยวข้องและสามารถโยงไปสู่กระบวนการมีส่วนร่วมได้ แนวคิดนี้สนับสนุนแรงจูงใจให้พนักงานเกิดความพึงพอใจในการปฏิบัติงานให้ได้ก่อน เพราะเชื่อว่างานจะประสบความสำเร็จจะเกิดทั้งประสิทธิภาพและประสิทธิผลได้นั้นมาจากความพึงพอใจ ฉะนั้นความร่วมมืออย่างเต็มที่และสุดความสามารถด้วยความกระตือรือร้นอย่างเต็มเปี่ยมก็จะเกิดขึ้น ทำให้ได้ผลผลิตเพิ่มขึ้นอย่างมาก ตรงข้ามกันหากขาดความร่วมมือก็จะมีผลงาน สอดคล้องกับการเข้ามามีส่วนร่วมในทุกๆกิจกรรมขององค์กร หากพนักงานได้มีส่วนร่วมในการเสนอความคิด วิธีการ หรือแม้แต่ประเมินผลของกิจกรรม การมีส่วนร่วมในลักษณะนี้จะทำให้เกิดความสำเร็จอย่างมากภายในองค์กร เพราะพนักงานมีความรู้สึกเป็นเจ้าของกิจกรรมหรือโครงการนั้นด้วยนั่นเอง และจะนำไปสู่การพัฒนาอื่นๆ ได้อีกมากมาย

กรมโรงงานอุตสาหกรรม (2552) ให้ความสำคัญต่อการดำเนินงานอย่างมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ไว้หลายแนวทาง อันได้แก่

1. ร่วมมือกันวางแผนเชื่อมโยงผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรด้วยฉันทามติ และความไว้วางใจซึ่งกันและกัน
2. สร้างแนวคิดร่วมกันในเรื่องการหาทางเพิ่มผลประโยชน์และลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นและการตัดสินใจ
3. ร่วมกันประเมินความสอดคล้องของกฎหมายต่างๆ เพื่อป้องกันหรือลดข้อขัดแย้งระหว่างองค์กรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
4. ให้ประนีประนอมในประเด็นความขัดแย้งในผลประโยชน์ ระหว่างองค์กรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
5. ทำให้เกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องโดยองค์กรและค่านึงถึงผู้มีส่วนได้เสีย
6. ให้บทบาทปรับปรุงเสริมสมรรถนะและพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างต่อเนื่อง
7. เพิ่มความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือของการสื่อสารอย่างทั่วถึง
8. เป็นพื้นฐานสำหรับกิจกรรมที่ดำเนินการร่วมกัน เช่น คู่ค้า

ซึ่งการดำเนินงานกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถทำได้หลายรูปแบบ และสามารถกำหนดโดยองค์กรหรือสามารถเริ่มต้นตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งรูปแบบการประชุมที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยควรมุ่งเน้นให้มีการสื่อสารในลักษณะแบบสองทางด้วย

กล่าวโดยสรุป การมีส่วนร่วมแม้จะมีความหมายกว้าง แต่การมีส่วนร่วมของประชาชนหรือชุมชน จะถูกผูกโยงกับการพัฒนา เมื่อมีโอกาสในการแสดงความเห็น มีโอกาสในการตัดสินใจ มีโอกาสในการกำหนดปัญหา มีโอกาสในการเสนอความต้องการ ก็จะเป็นพลังขีดความสามารถในด้านความร่วมมือสามารถบริหารจัดการทรัพยากรร่วมกันอย่างเกิดประโยชน์สูงสุด ทุกกิจกรรมทุกเป้าหมายจึงเป็นเรื่องสำคัญเสมอเมื่อทุกภาคส่วนมีส่วนร่วม โดยหากมุ่งสู่การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพิ่มศักยภาพของชุมชนมีผลต่อคุณภาพชีวิต จะนำมาซึ่งความแข็งแกร่งและมั่นคงของชุมชนเอง ฉะนั้นการจะเกิดโครงการหรือกิจกรรมใดเกิดขึ้น จึงต้องเกิดจากความตระหนักและเป็นพ้องต้องกันของชุมชนจึงสามารถขับเคลื่อนชุมชนไปได้อย่างยั่งยืน

#### 2.6.4 ปัจจัยด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม

พระเจริญ บุญทศ, สุรินทร์ นิยมางกูร, และ บุญเลิศ ไพรินทร์. (2558). ได้ให้ความหมายของการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม คือ การบริหารจัดการทรัพยากรไม่ว่าทรัพยากรนั้นจะเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติหรือถูกสร้างขึ้นด้วยฝีมือของมนุษย์ก็ตามโดยการบริหารจัดการดังกล่าวหมายถึง การพิจารณาทรัพยากรอย่างมีระบบ และมีการนำมาใช้อย่างประหยัดและการนำกลับมาใช้ใหม่ และได้แบ่งแยกความหมายของการจัดการสิ่งแวดล้อมไว้เพิ่มเติมไว้ เป็น 4 ประเด็นอันได้แก่ 1) การใช้ทรัพยากรเพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์ 2) การนำทรัพยากรมาใช้อย่างมีระบบและคุ้มค่าที่สุด 3) การใช้ทรัพยากรเกิดผลกระทบต่อมนุษย์น้อยที่สุด 4) การใช้ทรัพยากรต้องคำนึงถึงการอนุรักษ์ควบคู่ไปด้วยกันเสมอ ดังนั้นการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมจะต้องสอดคล้องกับการดำรงชีวิตอย่างสะดวกสบายและมีความปลอดภัย

ฮารุณ โสธามาต (2562) ให้ความหมายของการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม คือ สิ่งที่อยู่รอบตัวทุกอย่างทั้งเป็นสิ่งที่มีชีวิตและสิ่งที่ไม่มีชีวิต พิจารณาตัวอย่างการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมในโรงเรียนใน 3 ด้านได้แก่ การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมด้านกายภาพ คือบรรยากาศ และสถานที่ ให้เป็นสถานศึกษาที่น่าอยู่ ด้านบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมด้านบริหาร คือการพัฒนาทางด้านนโยบายในการบริหารที่เอื้อประโยชน์ต่อการเรียนรู้ และเอื้อต่อผู้ที่เกี่ยวข้องจากจากผู้เรียนในสถานศึกษาด้วย เช่น ผู้สอน เจ้าหน้าที่ผู้ปกครองนักเรียนด้วย การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมด้านวิชาการ คือ การพัฒนาการเรียนรู้ของนักเรียนและคณะครูอาจารย์ให้อยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข

สร้อยสุข พงศ์พูล (2554) กล่าวถึงการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมของกรุงเทพมหานคร เพื่อเสนอเป็นแนวทางการเพิ่มพื้นที่สีเขียว เพิ่มบรรยากาศและศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยว จากปัจจัยความเจริญที่เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้ประชากรเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วด้วยการหลั่งไหลเข้ามาในเมืองหลวง จนกลายเป็นผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างกว้างขวางกลายเป็นภาระของการบริหารกรุงเทพมหานครที่เพิ่มขึ้นเป็นเงาตามตัวของการเจริญเติบโตทั้งทางด้านกายภาพ เศรษฐกิจ และสังคม ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานครจากความแออัด จนเกิดความไม่พอเพียงทางด้านสาธารณูปโภค เกิดมลภาวะด้านขยะ มลภาวะด้านอากาศและฝุ่นละออง มลภาวะด้านเสียง การมีนโยบายเพิ่มพื้นที่สีเขียวในกรุงเทพมหานครจึงเป็นเรื่องที่มีความจำเป็น แม้จะมีอุปสรรคเรื่องพื้นที่ที่เป็นข้อจำกัดหลัก

สำนักงานนโยบายและแผนกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (2550) ได้ให้ความหมายของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมว่า การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์ที่สุด มีการใช้ก็ต้องมีการอนุรักษ์และฟื้นฟูรวมถึงการหมุนเวียนนำกลับมาใช้ซ้ำ สำนักงานนโยบายและแผนแบ่งการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมออกเป็นสองแนวทางได้แก่

#### 1. การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมทางตรง แนวทางที่สำคัญคือ

1.1 การใช้อย่างประหยัด คือการใช้ทรัพยากรอย่างเกิดประโยชน์สูงสุด ลดการสูญเสีย เกิดความคุ้มค่า มีการใช้ตรงกับวัตถุประสงค์ตามความจำเป็น

1.2 การนำกลับมาใช้ใหม่ เพื่อลดจำนวนการใช้ทรัพยากร ลดการทำลายสิ่งแวดล้อม ทรัพยากรที่ใช้ซ้ำหรือถูกนำมาใช้ใหม่อาจผ่านกระบวนการต่างๆเพื่อแปลงสภาพหรือคงสภาพใกล้เคียงของเดิมแต่ใช้ได้เหมือนเดิม เช่นกระดาษ กระจกพลาสติกไซเคิล เป็นต้น

1.3 การซ่อมแซมบูรณะขึ้นมาใหม่ เพื่อยืดอายุการใช้งานของทรัพยากร ของใช้บางอย่างอาจใช้งานมานานหลายปีดูเหมือนเก่า แต่ประโยชน์และประสิทธิภาพจากการใช้งานยังคงเดิม

1.4 การบำบัดและฟื้นฟู เช่นการปลูกป่า รักษาความสมดุลของป่าชายเลน การบำบัดน้ำเสียก่อนที่จะปล่อยลงสู่น้ำลำคลอง เป็นการลดความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

1.5 การใช้สิ่งอื่นทดแทน เป็นการยกเลิกการใช้ทรัพยากร หรือลดการใช้ทรัพยากรให้น้อยลง ซึ่งมุ่งหวังไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมเป็นหลักสำคัญ เช่นการใช้กระดาษหรือถุงผ้าแทนถุงพลาสติก การใช้พลังงานจากธรรมชาติ เช่น ลม น้ำ หรือแสงอาทิตย์ แทนแร่ถ่านหิน การใช้อินทรีย์วัตถุแทนสารเคมีที่ใช้ทำปุ๋ย เป็นต้น

1.6 การเฝ้าระวังป้องกัน เป็นดูแลการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเชิงป้องกัน เพื่อไม่ให้เกิดการทำลายทรัพยากร โดยไม่มีเหตุอันสมควร เช่นการรณรงค์การไม่ทิ้งขยะลงในแม่น้ำลำคลอง การป้องกันไฟฟ้า เป็นต้น

## 2. การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมทางอ้อม แนวทางที่สำคัญคือ

2.1 การพัฒนาคุณภาพของผู้ใช้ทรัพยากรธรรมชาติ โดยมีวิธีการให้องค์ความรู้ที่ถูกต้อง ทั้งในเชิงวิชาการ และการเป็นแบบอย่างที่ดี ซึ่งการใช้องค์ความรู้ผ่านการศึกษา มีหลายช่องทาง เช่น สร้างหลักสูตรที่ทำให้เกิดความตระหนักห่วงแหนต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เกิดเป็นรากฐานในจิตใจที่จะมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

2.2 การใช้มาตรการทางสังคม กฎหมายและกติกาท่างสังคม ในรูปขององค์กรชุมชน เครือข่ายพิทักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กลุ่มชมรม สมาคมต่างๆ ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างจิตสำนึก ในคุณค่าของทรัพยากรด้วยจิตที่อาสา และความร่วมมือสามัคคีอาจทำให้เกิดองค์กรที่เข้มแข็ง อย่างมูลนิธิกรุกตต่างๆ เช่น มูลนิธิสืบนาคะเสถียร เป็นต้น

2.3 ส่งเสริมให้ประชาชนในท้องถิ่นผู้เป็นเสมือนเจ้าของทรัพยากรที่อยู่ใกล้ชิดได้มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ หวงแหนสืบทอดไว้ให้ลูกหลานในอนาคต ให้คงสภาพอยู่ให้เหมือนเดิมที่สุด เกิดความร่วมมือระหว่างองค์กรภาครัฐกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับประชาชน ในบทบาทเชิงปกป้อง คุ้มครอง และเกิดประโยชน์สูงสุด สร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน

2.4 ส่งเสริมการศึกษาค้นคว้าวิจัย โดยนำเอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพประสิทธิผลมากที่สุด การค้นคว้าวิจัย อาจนำมาซึ่งการทำให้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอยู่คู่กับมนุษยชาติไปตราบนาน

2.5 นโยบายและแนวทางยุทธศาสตร์ของชาติ ในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่มีการกำหนดไว้อย่างชัดเจน ทั้งเป็นแผนระยะสั้น ระยะกลางและระยะยาว เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องแม้จะมีการเปลี่ยนแปลงคณะผู้บริหารของรัฐบาลนโยบายเรื่องนี้ก็ยังคงอยู่ หลักการและหน้าที่ของหน่วยงานรัฐยังรวมถึงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ข้อมูลด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเพียงพอ สม่่าเสมอและต่อเนื่อง

โดยสรุปการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมคือ กระบวนการที่มีเป้าประสงค์ให้เกิดกิจกรรมที่มุ่งหวังให้เกิดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่าและเกิดการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมไม่ให้เกิดผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจหรือดำเนินชีวิต ให้เกิดความรู้สึก ตระหนัก และมีองค์ความรู้ในการอยู่ร่วมกันอย่างเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและเกิดความห่วงแหนทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อสืบทอดสู่คนรุ่นต่อไป โดยการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมต้องได้รับการสนับสนุนจากทุกภาคส่วน ตั้งแต่ประชาชน องค์กรภาครัฐและเอกชน ซึ่งเป็นผู้ที่ได้ประโยชน์หลักจากทรัพยากรธรรมชาติ

### 2.6.5 ปัจจัยด้านกิจกรรม CSR กับชุมชน

ภาวิณี ตั้งสกุล (2555) สรุปไว้ชัดเจนจากการวิจัยของบริษัท ปตท.สำรวจและวิจัยปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ในเรื่องการเข้าร่วมกิจกรรมด้าน CSR พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยได้เข้าร่วม



กิจกรรม CSR ของบริษัทฯ และลักษณะการเข้าร่วมกิจกรรม CSR ของชุมชนเป็นการร่วมแรงร่วมใจลงมือปฏิบัติจริงในกิจกรรมนั้นๆ กิจกรรมที่สำคัญที่ได้รับความสนใจได้แก่ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ดังเช่นกิจกรรมรักษาน้ำเงือกของบริษัทฯ เป็นต้น

เพชรวิดี กาญจนวิโรจน์ (2554) ระบุว่า การสร้างกลยุทธ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัท : กรณีศึกษาบริษัท ไทยออยล์ จำกัด (มหาชน) จากการเก็บแบบสอบถามจากชุมชนโดยรอบโรงกลั่นพบว่า “ความสัมพันธ์ของบริษัท ไทยออยล์กับคนในชุมชนมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันเป็นอย่างมาก เนื่องจากบริษัทได้มีการจัดทำกิจกรรม CSR อย่างสม่ำเสมอ”

จิรประภา อัครบวร และประยูร อัครบวร (2552) ได้พูดถึงการแบ่งประเภทของกิจกรรม CSR ไว้ 3 ประเภทตามหลักการของกระบวนการ (Process) อันได้แก่

1. CSR In process หมายถึง การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการหลักของกิจกรรมที่มีผลต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและสิ่งแวดล้อมขององค์กร เช่น การดำเนินธุรกิจอย่างถูกกฎหมาย การดูแลสวัสดิการพนักงาน การผลิตที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม มีความโปร่งใสเป็นธรรมกับซัพพลายเออร์และลูกค้า มีความรับผิดชอบต่อลูกค้า มีการตอบแทนผู้ถือหุ้นอย่างเหมาะสม การให้ความช่วยเหลือชุมชน เป็นต้น CSR In process จะสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธุรกิจอาจยังสร้าง Story ให้กับสินค้า ซึ่งมีผลต่อที่ต่อแบรนด์และตัวสินค้าอีกด้วย

2. CSR After process หมายถึง การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อสร้างประโยชน์แก่สังคมที่แยกจากกิจกรรมที่เป็นกระบวนการหลักของธุรกิจ กิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมที่ไม่เกี่ยวกับการดำเนินงานของธุรกิจโดยตรง เช่น การปลูกป่า การบริจาคทุนการศึกษา การช่วยเหลือผู้ประสบภัย การบริจาคมูลนิธิ การจัดกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมอื่นๆ

3. CSR as process การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยไม่แสวงหาผลกำไรให้กับองค์กรตนเอง โดยคำนึงถึงประโยชน์ของสังคมเป็นหลัก อาจเห็นในรูปแบบของมูลนิธิการกุศล ข้อดีของ CSR as process จะสามารถช่วยเหลือสังคมและสิ่งแวดล้อมในระยะยาว

Kotler & Lee (2005b) ได้จำแนกความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ 6 กิจกรรม อันได้แก่ 1) การส่งเสริมและการรับรู้ประเด็นทางสังคม เพื่อเป็นการแสวงหาทรัพยากรต่างๆมาสนับสนุนและมีส่วนร่วมกับประเด็นทางสังคมนั้น 2) การตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคม เป็นการสร้างประโยชน์ที่เอื้อต่อกันในระหว่างด้านการตลาดกับด้านสังคม ด้านหนึ่งเพื่อการขายแล้วนำรายได้จากการขายนั้นไปสนับสนุนกิจกรรมที่เป็นไปเพื่อการกุศล เป็นโอกาสให้ผู้บริโภคได้มีส่วนร่วมกุศลในทางอ้อม 3) การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคม ปัญหาสังคมเป็นปัญหาเชิงพฤติกรรมในด้านต่างๆ ฉะนั้นการตลาดส่วนนี้มุ่งหวังให้มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเป็นหลัก เพื่อสร้างความตระหนักต่อประเด็นปัญหาและนำไปสู่ความร่วมมือในการเปลี่ยนแปลง 4) ด้านการบริจาคเพื่อการกุศล เป็นที่นิยมขององค์กรธุรกิจที่ตอบสนองโดยตรงต่อสังคมเพื่อสาธารณประโยชน์ ผ่านการบริจาควัสดุหรือสิ่งของ มักเป็นไปตามประเพณีนิยม

ไม่ได้เชื่อมโยงกับการดำเนินธุรกิจมากนัก 5) การอาสาช่วยเหลือชุมชน เป็นลักษณะของการอาสา การเสียสละทั้งแรงงานกายและใจเป็นหลักต่อประเด็นทางสังคมที่สนใจหรือมีความห่วงใย โดยกิจกรรมอาจเกิดจากองค์กรธุรกิจเป็นผู้กำหนดหรือเกิดจากข้อตกลงในความร่วมมือระหว่างกัน แล้วมีการนำเสนอ กำหนดทิศทาง วันและเวลา 6) การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม การดำเนินธุรกิจจะต้องไม่สร้างมลภาวะ หรือเมื่อมีมลภาวะเกิดขึ้นก็ต้องมีการแก้ไขอย่างเป็นรูปธรรมครอบคลุมถึงการเยียวยาทางสังคม ต้องมีแนวคิดในการยกระดับในการดูแลรักษาพิทักษ์สิ่งแวดล้อมร่วมกับชุมชนให้เป็นที่ประจักษ์

โดยสรุปการกำหนดกิจกรรม CSR กับชุมชน ไม่ว่าจะเป็นประเด็นการรับรู้ปัญหาทางสังคม การใช้การตลาดเชื่อมโยงประเด็นทางสังคม การใช้การตลาดแก้ปัญหาสังคมในเชิงการเปลี่ยนพฤติกรรม ล้วนเกี่ยวกับการพยายามใช้ทรัพยากรนอกองค์กรนำมาสื่อสารและใช้ประโยชน์เชิงการตลาด สำหรับประเด็นการบริจาค การอาสาช่วยเหลือชุมชน และการประกอบธุรกิจที่รับผิดชอบต่อสังคม ล้วนยึดถือการปฏิบัติเป็นหลักสำคัญ และอาศัยทรัพยากรภายในองค์กรเป็นตัวขับเคลื่อนหลักที่สำคัญ สำหรับการจำแนกกิจกรรม CSR ที่ยึดถือกระบวนการเป็นหลัก ไม่ว่าจะเป็น CSR in process ที่เกิดขึ้นคู่กับกระบวนการทางธุรกิจ CSR after process ที่เกิดขึ้นภายหลังแยกจากกระบวนการทางธุรกิจ และ CSR as process ที่เป็นกิจกรรมที่ไม่ได้หวังกำไรก็ตาม โดยรวมการดำเนินกิจกรรม CSR กับชุมชน ล้วนคำนึงถึงประโยชน์ของคนในชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อมที่มีหลักจริยธรรมและการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อนำไปสู่ความร่วมมือกับชุมชนและการอยู่ร่วมกันอย่างยั่งยืน

### 2.6.6 ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม

องค์กรธุรกิจประเภทใดก็ตามมีหน้าที่ที่จะต้องปฏิบัติตามกฎหมายบ้านเมือง แต่ประเด็นการบังคับใช้กฎหมายอาจมีผลกระทบในหลายด้าน ในหลายมุมมอง และข้อกังวลต่างๆของทั้งผู้ประกอบการธุรกิจ หากกฎหมายฉบับนั้นทำให้เกิดข้อสงสัยเคลือบแคลงในการปฏิบัติ ทั้งในเรื่องความยุติธรรมหรือการใช้ช่องว่างของกฎหมายเพื่อประโยชน์ในทางใดที่ไม่ชอบธรรมได้

ผู้วิจัยได้หยิบข้อกฎหมายฉบับล่าสุดที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจอย่างพาราโดยตรงของกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มาพิจารณาเป็นปัจจัยด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมที่ตั้งสมมติฐานว่าจะมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนโดยรอบโรงงานการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

กรมควบคุมมลพิษ (2562) เมื่อวันที่ 15 ตุลาคม พ.ศ. 2562 ได้มีประกาศประกาศกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมลงในราชกิจจานุเบกษา หน้า 5 เล่ม 136 ตอนพิเศษ 259 ง เรื่อง กำหนดมาตรฐานค่าความเข้มข้นของอากาศเสียที่ปล่อยทิ้งจากโรงงานผลิตยาง โดยที่เป็นการสมควร

กำหนดมาตรฐานค่าความเข้มข้นของอากาศเสียที่ปล่อยทิ้งจากโรงงานผลิตยางออกสู่บรรยากาศอาศัยอำนาจตามความในมาตรา 55 แห่งพระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535 รัฐมนตรีว่าการกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยคำแนะนำของคณะกรรมการควบคุมมลพิษ และโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ จึงออกประกาศไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ในประกาศนี้

“โรงงานผลิตยาง” หมายความว่า โรงงานลำดับที่ 52 ตามกฎหมายว่าด้วยโรงงานยางทุกขนาดที่มีการประกอบกิจการอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง เช่น ยางแผ่นรมควัน น้ำยางข้น ยางแท่ง ยางเครป หรือแปรรูปในรูปแบบอื่นที่มีส่วนคล้ายคลึงกับยางธรรมชาติ “ค่าความเข้มข้น” (odour concentration) หมายความว่า ค่าที่แสดงสภาพกลิ่นซึ่งเป็นอัตราส่วนการเจือจางตัวอย่างอากาศเสียที่มีกลิ่นด้วยอากาศบริสุทธิ์

“ค่าความเข้มข้นที่บริเวณรั้วหรือขอบเขตแหล่งกำเนิดมลพิษ” หมายถึง ค่าความเข้มข้นที่เก็บตัวอย่างอากาศจากจุดที่อยู่ห่างจากขอบรั้วด้านในหรือขอบเขตแหล่งกำเนิดมลพิษไม่เกิน ๑ เมตร

“ผู้ทดสอบกลิ่น” หมายความว่า ผู้ที่ทำหน้าที่ดมกลิ่นที่ขึ้นทะเบียนอย่างถูกต้องและยังคงสถานะเป็นปัจจุบัน มีหน้าที่ตรวจวัดค่าความเข้มข้นโดยผู้ทดสอบกลิ่นจะต้องเป็นผู้ที่ผ่านการทดสอบตามมาตรฐานของกรมควบคุมมลพิษ และได้ขึ้นบัญชีรายชื่อไว้กับกรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม หรือขึ้นบัญชีรายชื่อไว้กับกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

ข้อ 2 กำหนดมาตรฐานค่าความเข้มข้นของอากาศเสียที่ปล่อยทิ้งจากโรงงานผลิตยางไว้ดังต่อไปนี้ ค่าความเข้มข้นที่บริเวณรั้วหรือขอบเขตแหล่งกำเนิดมลพิษ ค่าความเข้มข้นที่ปล่อยระบายอากาศเสียของแหล่งกำเนิดมลพิษ ไม่เกิน 30 หน่วย ไม่เกิน 2,500 หน่วย

ข้อ 3 วิธีการตรวจวัดค่าความเข้มข้นโดยการวิเคราะห์กลิ่นด้วยการดม (sensory test) และการขึ้นบัญชีรายชื่อผู้ทดสอบกลิ่นของกรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ให้เป็นไปตามที่คณะกรรมการควบคุมมลพิษกำหนดโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา

ข้อ 4 ประกาศนี้ให้ใช้บังคับเมื่อพ้นกำหนดหนึ่งร้อยแปดสิบวันนับแต่วันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป ซึ่งประกาศกระทรวงฉบับนี้จะมีผลบังคับใช้ 16 เมษายน 2563 และประเด็นข้อกังวลของผู้ประกอบธุรกิจยางพารา มีอย่างน้อย 2 ประการคือ

- 1) ผู้ทดสอบกลิ่น อาจมีความแตกต่างเฉพาะบุคคล
- 2) การดมกลิ่น (Sensory test) อาจมีความคลาดเคลื่อน

นิทัศน์ เจียมศรีพงษ์, ปัญญา สุทธิบัติ, ประเทือง ธนียผล, และประพจน์ คล้ายสุรณ. (2563) ระบุว่า มลพิษในพื้นที่ของอุตสาหกรรมนั้น สาเหตุเกิดจากการที่กฎหมายสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับนิคมอุตสาหกรรมไม่สามารถบังคับใช้ได้กับโรงงานอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ในนิคม

อุตสาหกรรมที่มีขนาดใหญ่ ที่มีความซับซ้อนในทุกกระบวนการ อีกประเด็นหนึ่งของปัญหาด้านมลพิษคือ ขาดองค์กรที่ทำหน้าที่ตรวจสอบที่เข้มงวดและเป็นอิสระอย่างแท้จริง อีกทั้งในแง่ของนโยบายด้านการลงทุนจะให้ความสำคัญกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมมากกว่าความเข้มงวดในการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม จึงเห็นได้ว่า กฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมไม่สามารถบังคับใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพนั่นเอง

พนัส ทศนิยานนท์, ประสิทธิ์ ปิวาวัฒนพานิช, และวิพล กิติทัศนาศรัย. (2554). ระบุว่า กฎหมายสิ่งแวดล้อม มีไว้เพื่อปกป้องคุ้มครองสิ่งแวดล้อม จากผลกระทบที่เกิดจากทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นภาคประชาชน ภาคเอกชนและภาครัฐ กฎหมายจึงเป็นระบบและเป็นมาตรการในการอนุรักษ์ทรัพยากร พืชสัตว์สิ่งแวดล้อม เพื่อความสมดุลระหว่างการใช้ทรัพยากรและการอนุรักษ์ กฎหมายสิ่งแวดล้อมในประเทศไทยนั้น มีสภาพการบังคับทั้งทางแพ่งและอาญา ซึ่งแบ่งขอบเขตของกฎหมายสิ่งแวดล้อมไว้ดังนี้

1. กฎหมายสิ่งแวดล้อมเป็นพื้นฐานในการกำหนดนโยบายและอำนาจหน้าที่ของรัฐในการบริหาร เพื่อนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน และยืนยันสิทธิการมีส่วนร่วมของประชาชน
2. กฎหมายสิ่งแวดล้อมเป็นการกำหนดระบบการจัดการและใช้ประโยชน์ ที่เป็นธรรมและยั่งยืน
3. กฎหมายสิ่งแวดล้อมเป็นกำหนดระบบการจัดการเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหามลพิษ
4. กฎหมายสิ่งแวดล้อมเป็นกฎหมายระหว่างประเทศ ว่าด้วยการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อคุ้มครองสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศน์ให้กับมนุษยชาติ

ดังนั้นโดยสรุป การมีกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมยึดเจตนารมณ์ของกฎหมายที่ใช้เป็นเป้าประสงค์ เพื่อการป้องกันมลพิษความเสียหายที่จะเกิดกับสิ่งแวดล้อม เป้าประสงค์เพื่อปรับปรุงพัฒนามาตรฐานคุณภาพของสิ่งแวดล้อม โดยมีเกณฑ์และมาตรฐานที่กำหนดขึ้นเป็นที่ยอมรับของหลักสากล เป้าประสงค์เพื่อการเยียวยากรณีที่เกิดผลกระทบแล้ว ในรูปแบบของความรับผิดชอบทางกฎหมายเช่น คดีแพ่งคดีใช้และชดเชยผู้ที่ได้รับผลกระทบอย่างทั่วถึงเพียงพอและเป็นธรรม หากความผิดที่มีโทษทางคดีอาญา กฎหมายก็มุ่งที่จะลงโทษผู้กระทำผิด และคุ้มครองสังคมโดยรวมอย่างดีที่สุด

## 2.7 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจและการยอมรับของบุคลากรเป็นปัจจัยหนึ่งที่น่าไปสู่ความสำเร็จของงานหรือโครงการซึ่งหมายรวมถึงการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้วย ความพึงพอใจเป็นดัชนีชี้วัดความยั่งยืนขององค์กรธุรกิจได้เป็นอย่างดีและเป็นที่ยอมรับของสังคม

กชกร เป้าสุวรรณ และคณะ (2550) ได้กล่าวถึง ความหมายของความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจแสดงออกได้ทั้งในทางบอกและทางลบ เป็นผลของการแสดงออกของทัศนคติของบุคคลอีกรูปแบบ

หนึ่งต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หลังจากสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการได้ก็จะเกิดความรู้สึกทั้งบวกและลบได้ ประสพการณ์ที่แต่ละบุคคลมีหรือได้รับจะเป็นองค์ประกอบที่สำคัญต่อความรู้สึกพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ หรือที่เรียกว่าความโอเนอียงทางด้านจิตใจ ซึ่งล้วนแตกต่างกันเฉพาะตัวบุคคล ตัวชี้วัดความพึงพอใจผ่านออกมาทางการแสดงออกย่อมบอกได้ว่า หากมีความพึงพอใจแสดงถึงสิ่งนั้นตอบสนองความต้องการได้ หรือตรงกับความคาดหวังของบุคคลนั้น เช่นเดียวกันหากมีความไม่พึงพอใจก็แสดงถึงสิ่งที่ปรากฏอยู่หรือผลลัพธ์ที่ได้ไม่ได้ตอบสนองความต้องการหรือไม่บรรลุตามความคาดหวังที่ตั้งใจไว้

Applewhite (1965) ได้กล่าวถึง ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกส่วนตัวของบุคคลที่มีต่อด้านต่างๆในการทำงาน เช่น ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานและหน้าที่รับผิดชอบในงาน ความพึงพอใจในสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสถานที่ทำงานบรรยากาศโดยรอบในที่ทำงาน ความพึงพอใจที่ทำงานร่วมกับคนอื่นที่เข้ากัน แม้กระทั่งทัศนคติที่ดีต่องานก็มีผลต่อความพึงพอใจของบุคคล ซึ่งเกิดขึ้นแตกต่างกันออกไปของแต่ละบุคคลอาจเหมือนหรือแตกต่างกันโดยสิ้นเชิง

นอกจากนี้พิชิต พิทักษ์เทพสมบัติ (2552) ได้กล่าวถึงปัจจัยตัวกำหนดความพึงพอใจในงานว่ามี 4 ปัจจัยที่เป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้พนักงานพอใจหรือไม่พอใจ ได้แก่

1. บุคลิกภาพ การมีบุคลิกภาพที่ดี จะมีความสามารถในการรับรู้และเข้าใจได้ง่าย การแสดงอารมณ์ จะมีความเหมาะสม มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อบุคคลอื่น คนที่บุคลิกภาพดีจะแสดงออกทางความพึงพอใจได้อย่างเหมาะสมกับสภาพความเป็นจริง ตรงไปตรงมา
2. ค่านิยม เป็นพฤติกรรมที่เกิดจากความยอมรับการปฏิบัติต่อกันมา โดยการตอบสนองต่อทัศนคติที่เห็นพ้องต้องกัน ความพึงพอใจของกลุ่มคนที่มีค่านิยมเดียวกันจึงมีความเป็นไปได้ต่อทิศทางของความพึงพอใจในทิศทางเดียวกัน
3. สถานการณ์ของงานเป็นการกำหนดโครงสร้างและระบบควบคุมองค์กร สถานการณ์ที่แตกต่างกันนำมาซึ่งการบริหารจัดการที่แตกต่างกัน และแนวทางการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์แตกต่างกันไปด้วยสภาพแวดล้อมหรือสถานการณ์ของงานมีผลโดยตรงต่อความพึงพอใจในการทำงาน ณ สถานการณ์นั้นๆแตกต่างกันออกไป
4. อิทธิพลทางสังคม คืออิทธิพลของบุคคลอื่นที่มีต่อความคิดและพฤติกรรมของบุคคล หรืออาจเรียกว่าปฏิสัมพันธ์ทางสังคม พฤติกรรมของสังคมหรือบุคคลที่เราเข้าไปเกี่ยวข้องจะมีผลต่อทิศทางในความพึงพอใจโอเนอียงไปในทิศทางเดียวกันได้

จึงสรุปได้ว่าความหมายของความพึงพอใจ คือความรู้สึกทั้งในด้านบวกหรือด้านลบ อันเกิดจากเฉพาะตัวบุคคลที่มีความรู้สึกหรือมีทัศนคติไปในทางที่ดีและไม่ดีต่อสิ่งเร้าที่เข้ามากระทบจิตใจ และเกิดการตอบสนองความต้องการของบุคคลนั้นออกมาในรูปของความพึงพอใจในระดับที่แตกต่างกันไปตามเหตุการณ์ สถานการณ์ หรือสิ่งเร้าที่เปลี่ยนแปลงไป

### 2.7.1 ความพึงพอใจด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชน

กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2552) โดยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เห็นชอบให้ออกประกาศกระทรวงว่าด้วย การจัดทำรายงานวิเคราะห์ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมสำหรับโครงการหรือกิจการที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนอย่างรุนแรงทั้งในด้านคุณภาพสิ่งแวดล้อมทรัพยากรธรรมชาติและสุขภาพ โดยมีแนวทางดังนี้

1. เสนอแนวทางการจัดทำรายงานในส่วนสาระสำคัญ เช่น ตัวโครงการ สภาพแวดล้อมในปัจจุบัน การประเมินผลกระทบ แนวทางป้องกันแก้ไขกรณีเกิดผลกระทบการติดตามตรวจสอบผลกระทบ
2. เสนอแนวทางการสำรวจผลกระทบต่อสุขภาพและต่อชุมชน ประเมินผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงของชุมชน ความสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตและศิลปวัฒนธรรม
3. เสนอแนวทางการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนและผู้มีส่วนได้เสียในกระบวนการวิเคราะห์ ทั้งคุณภาพสิ่งแวดล้อมทรัพยากรธรรมชาติและสุขภาพอย่างทั่วถึง

สำนักงานสาธารณสุข จังหวัดอุดรธานี (2558). ได้สรุปในมติสมัชชาสุขภาพจังหวัดอุดรธานี บันทึกเรื่องการประกอบธุรกิจยางพารา เป็นปัญหาที่เกิดมลภาวะส่งผลกระทบต่อเป็นวงกว้างสร้างความเดือดร้อนรำคาญแก่ประชาชน ในหลายด้าน เช่น ด้านกายภาพ จะมีกลิ่นเหม็น เสี่ยงรบกวน อุบัติเหตุ การจราจรแออัด ถนนลื่นสกปรกยากแก่การสัญจรไปมา ด้านสุขภาพ การแก่สารเคมี ความเครียดวิตกกังวล บรรยากาศในที่อยู่อาศัย ด้านสิ่งแวดล้อม น้ำเสีย อากาศเป็นพิษ การเพิ่มขึ้นของขยะมูลฝอย เป็นต้น และในที่ประชุมได้ข้อสรุปในการแก้ปัญหาเป็น 3 ระยะได้แก่

1. ระยะเร่งด่วน สื่อสารประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการรถบรรทุกติดรางหรืออุปกรณ์ป้องกันการหกเรี่ยราดของน้ำยางจากรถบรรทุก ไม่ให้ไหลลงบนผิวจราจรและคูด้านข้าง บูรณาการจุดตรวจของเจ้าหน้าที่อย่างเคร่งครัดพร้อมการตรวจตราของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
2. ระยะกลาง จัดทำมติข้อตกลงร่วมกันของผู้ประกอบการรับซื้อยางพาราในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการรับซื้อยางแห้งที่ 55% ขึ้นไปลดภาระและปริมาณน้ำเสียลง
3. ระยะยาว ผู้ผลิตน้ำยางพาราหันมาใช้กรดฟอร์มิกแทนกรดซัลฟูริก เพื่อลดกลิ่นเหม็นหรือพัฒนาสารเคมีตัวอื่นที่ทดแทนกรดซัลฟูริก

Kotler & Lee (2005b) ได้จำแนกการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมไว้เป็น 7 กิจกรรม ได้กล่าวถึงประเด็นการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชนไว้เป็นหนึ่งใน 7 กิจกรรม คือ การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Business Practices) เป็นการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจด้วยความระมัดระวัง ทั้งในเชิงป้องกันด้วยการหลีกเลี่ยงการก่อให้เกิดปัญหาทางสังคม หรือในเชิงการช่วยเหลือเยียวยาอย่างทันทั่วถึงและเพียงพอทั่วถึงกรณีที่มีผลกระทบเกิดขึ้นแล้ว ไม่ว่าจะด้วยกระบวนการทางธุรกิจที่แก้ปัญหาที่ต้นเหตุจากการบริหารและกระบวนการผลิตภายใน และเพื่อ

การยกระดับสุขภาพของชุมชนและการพิทักษ์สิ่งแวดล้อมก็ควรมีแนวทางการอนุรักษ์และฟื้นฟูอย่างมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียด้วย

บริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน). (2563ข) ระบุว่า บริษัทฯ มินโยบายสิ่งแวดล้อมและให้ความสำคัญ และสร้างการมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาและพิทักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมร่วมกัน เช่น

1. กิจกรรมเพิ่มพื้นที่สีเขียวและฟื้นฟูป่า มีการจัดกิจกรรมปลูกป่าร่วมกับหน่วยงานภาครัฐอย่างสม่ำเสมอทุกปี มีการอนุรักษ์พันธุ์ไม้พื้นถิ่น
2. กิจกรรมการปล่อยพันธ์สัตว์น้ำคืนสู่ธรรมชาติ ฟื้นฟูระบบนิเวศน์ในน้ำ รักษาสมดุลของห่วงโซ่อาหารตามธรรมชาติ ห้วยหนองคลองบึงอย่างต่อเนื่อง
3. โครงการบรรพทุกรางสร้างรอยยิ้ม เพื่อลดปัญหาเรื่องกลิ่นจากการขนส่งวัตถุดิบเข้ามายังโรงงาน
4. โครงการเพื่อนชาวสวน รณรงค์การห้ามใช้สารเคมีต้องห้าม และใช้สารเคมีที่สร้างมลภาวะให้น้อยลง

โดยสรุป ความพึงพอใจด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชนจะเป็นประเด็นหลักที่ถูกเฝ้ามองจากผู้มีส่วนได้เสียตั้งแต่ พนักงาน ลูกค้า คู่ค้า ชุมชน ผู้ถือหุ้น เนื่องจากการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชนจะเป็นตัวชี้วัดที่สำคัญสำหรับการกำกับดูแลกิจการที่ดีตามมาตรฐานจรรยาบรรณและจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ และเรื่องสิ่งแวดล้อมและผลกระทบเป็นเรื่องที่อ่อนไหวต่อการอยู่ร่วมกันของชุมชน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องความร่วมมือ ความสามัคคีในชุมชน และชีวิตความเป็นอยู่ล้วนกระทบโดยตรงต่อชุมชนรอบข้างทั้งสิ้น ฉะนั้นการตระหนักถึงประเด็นการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชนจึงเป็นเรื่องลำดับต้นๆ ที่โรงงานจะต้องพิจารณาอย่างรอบคอบและรัดกุมที่สุด

### 2.7.2 ความพึงพอใจด้านการยอมรับของชุมชน

Rogers (1973) กล่าวว่า การยอมรับของบุคคลใดเพื่อประโยชน์หรือเพื่อบรรลุเป้าหมายต่าง ๆ นั้น จะต้องผ่านกระบวนการยอมรับ (Adoption Process) ประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอนอันได้แก่

1. ขั้นแห่งการรับรู้ (Awareness Stage) เป็นขั้น เป็นการเริ่มต้นเชิงประจักษ์ที่ผ่านการมองเห็นผ่านการฟัง ผ่านการสังเกต แต่ยังไม่เข้าถึงรายละเอียดของเรื่องราวต่างๆ ซึ่งยังไม่สามารถวิเคราะห์หรือแสดงความเห็นใดๆได้เลย
2. ขั้นสนใจและหาความรู้เพิ่มเติม (Interest Stage) เป็นขั้น เมื่อเริ่มจากการมองเห็น การได้ยินในครั้งแรก หากมีความสนใจอยากเข้าใจว่าเกิดอะไรขึ้นสิ่งที่ได้เห็นหรือได้ยินคืออะไรกันแน่ ก็จะเริ่มแสวงหารายละเอียดมาประกอบในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้เข้าถึงได้มากกว่ากระบวนการหรือพฤติกรรมแรกๆที่แค่การรับรู้

3. ขั้นประเมินค่า (Evaluation Stage) เป็นขั้นที่ต้องมีการตัดสินใจอย่างใดอย่างหนึ่ง ที่มีความอยากลองหรือเข้าไปสัมผัส ก็จะมีความคิดที่จะประเมินความคุ้มค่า ประเมินผลได้หรือผลเสียที่จะเกิดขึ้น หากเข้าไปลอง หรือเข้าไปสัมผัสสิ่งนั้น

4. ขั้นทดลอง (Trial Stage) เป็นขั้นที่ลงมือทำจริง ทดลองใช้สิ่งใหม่กับสถานการณ์ของตนเพื่อดูความเป็นไปได้ของการใช้ เพื่อดูผลที่จะเกิดขึ้นจากการทดลองใช้ ซึ่งผลที่เกิดขึ้นอาจเป็นไปได้หลายทาง เช่นพึงพอใจในทางบวกและพึงพอใจในทางลบหรือเฉยๆ ไม่รู้สึกพึงพอใจระดับกลางๆ และผลที่เกิดจากการใช้ก่อนที่จะยอมรับจริง

5. ขั้นการยอมรับ (Adoption Stage) เป็นขั้นที่ทรงอิทธิพลที่สุดเพราะตัดสินใจยอมรับที่จะใช้หรือเข้าถึง เป็นการยอมรับสิ่งใหม่ไปใช้ในสถานการณ์ของตนอย่างจริงจังและเต็มใจ ขั้นตอนนี้เมื่อเกิดการทดลองจนทราบถึงประโยชน์และผลดีที่ชัดเจนที่เกิดกับผู้ใช้แล้ว การยอมรับนี้นำมาซึ่งการตัดสินใจอื่นๆ ตามมาอีกมากมาย เช่นการสื่อสารต่อ การเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของสถานะการณ์ หรือร่วมถึงการลงทุนทางธุรกิจก็เกิดขึ้นได้จากการต่อยอดที่มีความยอมรับมากถึงมากที่สุด

สตุาร์ตัน แพลมมัจฉะ (2554) กล่าวสรุปว่า การยอมรับนั้นเป็นกระบวนการการตัดสินใจของแต่ละบุคคล และเป็นกระบวนการทางจิตใจ โดยการที่จะทำให้บุคคลเกิดการยอมรับนั้นจะต้องเริ่มต้นจากการให้องค์ความรู้ การถ่ายทอดวิทยาการ การสื่อสารจนเกิดการรับรู้เข้าใจส่วนบุคคลอย่างลึกซึ้ง จนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การประเมิน และนำมาสู่การยอมรับในด้านความคิดเห็นที่สุด ซึ่งเมื่อมีการตัดสินใจที่ต้องการทดลองอย่างรอบคอบที่สุดแล้ว ก็จะมีการนำไปใช้และนำไปปฏิบัติจริงตามสิ่งที่ยอมรับและศึกษามาอย่างไม่มีข้อเคลือบแคลงสงสัย และหากพบว่าการนำไปใช้จริงนั้นเป็นประโยชน์ตอบสนองความต้องการได้ ก็จะมีการยอมรับในภาคปฏิบัติขึ้นอย่างไม่มีเงื่อนไข แนวคิดเหล่านี้สามารถนำไปใช้เพื่อก่อให้เกิดการยอมรับในการดำเนินงานของธุรกิจทั้งระดับบริหารหรือระดับปฏิบัติการได้หรือใช้เป็นวิธีในการพิจารณาเพื่อเกิดการยอมรับโครงการต่างๆ ขององค์กรได้เป็นอย่างดี

อัครกฤษ นุ่นจันทร์ (2562) จากการศึกษาการสร้างโรงงานกำจัดขยะในชุมชน พบว่ากระบวนการที่จะสร้างพฤติกรรมการยอมรับในการสร้างโรงงานกำจัดขยะ จะต้องประกอบไปด้วย

1. การสร้างความเข้าใจร่วมกันว่าการกำจัดหรือการบริหารจัดการเรื่องขยะให้ถูกสุขลักษณะเป็นหน้าที่ของทุกคนในชุมชน
2. การสร้างความเข้าใจ ความมั่นใจ ในกระบวนการที่ใช้หรือในเทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมไม่ให้เกิดมลพิษทั้งทางด้าน กลิ่น เสียง อากาศ กับชุมชน เพื่อต่อยอดความปลอดภัยและประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับ
3. การสร้างความเข้าใจและตระหนักเรื่องประโยชน์ร่วมกันของการกำจัดขยะที่ถูกต้อง
4. การสร้างองค์ความรู้และการบูรณาการร่วมกันของทุกภาคส่วน และมีการสนับสนุนจากภาครัฐ และการปกครองส่วนท้องถิ่นอย่างเป็นทางการและเป็นรูปธรรมและจริงจัง



บริษัท ศรีตรังแอโกรอินด์สทรี จำกัด (มหาชน). (2563ข) ระบุว่า มุมมองในด้านการยอมรับของชุมชนผ่านกิจกรรมการสานเสวนากับผู้นำชุมชนที่จัดขึ้นเป็นประจำ ทั้งในรูปแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ และมีนโยบายการเปิดบ้านให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม รับรู้ข่าวสาร อย่างใกล้ชิด สามารถลดประเด็นข้อเคลือบแคลงสงสัยได้เชิงประจักษ์แก่สายตา ยังผลให้เกิดความน่าเชื่อถือและภาพจำที่ดีต่อบริษัทฯ

โดยสรุปความพึงพอใจด้านการยอมรับของชุมชนจะเป็นพลังหลักในการขับเคลื่อนธุรกิจให้ราบรื่นและเติบโตอย่างยั่งยืน เพราะการยอมรับของชุมชนไม่ว่าโครงการใดๆย่อมได้รับการยอมรับโดยง่ายและผลลัพธ์ของโครงการด้านการยอมรับจะทำให้เกิดความตื่นไหวโดยเฉพาะด้านการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมซึ่งชุมชนเองจะได้รับผลประโยชน์โดยตรง ไม่ว่าจะมียุทธศาสตร์ใดๆ ก็จะมีการแก้ไขและพัฒนาอย่างรวดเร็ว แต่การจะสร้างความยอมรับจากชุมชนได้อย่างสนิทใจ ต้องอาศัยระยะเวลา ความจริงใจ องค์กรความรู้ งบประมาณ และบุคคลากรที่เพียงพอในการดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่องและมีระบบแบบแผน

### 2.7.3 ความพึงพอใจด้านการพัฒนาชุมชนและสังคม

Kotler & Lee (2005b) มีแนวคิดในการจำแนกการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมไว้เป็น 7 กิจกรรม ได้กล่าวถึงประเด็นการอาสาช่วยเหลือชุมชนเป็นหนึ่งใน 7 กิจกรรม คือ. การอาสาช่วยเหลือชุมชน (Community Volunteering) ซึ่งเป็นการอาสาช่วยเหลือชุมชนด้วยการลงแรงจริงๆ มีการเสียสละเวลาและแรงงานของพนักงานที่จะอาสาช่วยเหลือชุมชนด้วยความสมัครใจและเต็มใจ การอาสาช่วยเหลืออาจเป็นไปได้ในหลายรูปแบบ เช่นองค์กรทำด้วยตัวเองทั้งหมดตลอดโครงการแต่เพียงผู้เดียว องค์กรร่วมมือกับองค์กรอื่นแบบพันธมิตรทั้งที่เป็นองค์กรภาคเอกชนหรือภาครัฐ องค์กรจับมือร่วมกับคู่ค้าหรือซัพพลายเออร์ ซึ่งเป็นการสนับสนุนให้เกิดกิจกรรมดีๆ แก่ชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่และเพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชนในด้านต่างๆ หรือตอบสนองต่อประเด็นปัญหาทางสังคมที่องค์กรให้ความสนใจร่วมกัน โดยเน้นที่ผู้ได้รับผลประโยชน์เป็นหลักในการกำหนดกิจกรรมที่ดำเนินการ

อัจฉรา ชลาชนนาวิน (2562) วิเคราะห์องค์ประกอบของชุมชนที่ทำให้เกิดการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนไว้ 4 องค์ประกอบดังนี้

1. การปฏิสัมพันธ์ในกลุ่มเนื่องจากมนุษย์เป็นสัตว์สังคม พฤติกรรมของคนในกลุ่มจึงมีผลต่อกันเสมอ ตั้งแต่กลุ่มเล็กๆในครอบครัว 2 คนขึ้นไปและกลุ่มขนาดใหญ่อย่างชมรม สมาคม หรือกลุ่มการเมืองระดับประเทศ
2. บทบาทของบุคคลและพฤติกรรมในกลุ่ม ความชัดเจนในตัวประธานหรือผู้นำกลุ่ม ทำให้เกิดบทบาทหน้าที่ตามความคาดหวังในกลุ่ม การรวมตัวของสมาชิกในกลุ่มเพื่อทำประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่ง

เพื่อสร้างรายได้และประโยชน์ต่อกลุ่มสร้างบทบาทหน้าที่ในการบริหารของกลุ่มอย่างชัดเจน แบ่งหน้าที่รับผิดชอบร่วมกัน

3. การปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ ต่างมีสถานะที่ต้องพึ่งพาอาศัยกัน ถ้าทุกคนร่วมกันใช้ทรัพยากรพร้อมๆกับการรักษาทรัพยากรและสร้างใหม่ทดแทน ปฏิสัมพันธ์นี้จะยืนยาวตลอดไป

4. การปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น สังคมเมือง สิ่งก่อสร้าง ศิลปะขนบ ประเพณี หมายรวมถึงการดำรงรักษาไว้ตามประเพณีแต่โบราณกาล

สรุปองค์ประกอบที่สำคัญต่อการพัฒนาชุมชนที่ยั่งยืนคือความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นต่อกันกับสิ่งแวดล้อมและเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม การเคารพความแตกต่างซึ่งกันและกัน ความเชื่อทำให้ชุมชนอยู่ร่วมกันอย่างปกติสุขตลอดไป

สภาวะเดือน พิมพิศาล (2558) อ้างถึงสำนักงานพัฒนาชุมชน แนวทางในการปฏิบัติในการพัฒนาชุมชน ตามคู่มือปฏิบัติงานกรรมการชุมชน จะประสบความสำเร็จได้ต้องเริ่มต้นด้วย การทราบถึงความต้องการอันแท้จริงของประชาชน โดยมีองค์ประกอบดังนี้

1. ความร่วมมือระหว่างชุมชนและรัฐ คือการมีส่วนร่วมของชุมชนในทุกกระบวนการของกิจกรรมหรือโครงการของชุมชน ในการค้นหาปัญหา ในการวางแผน ในการลงมือปฏิบัติ ในการติดตามประเมินผล และส่วนร่วมของรัฐในการสนับสนุนด้านต่างๆ

2. การช่วยเหลือตนเอง การที่ชุมชนระดมกำลังทั้งกำลังคนและอุปกรณ์ในการเข้าร่วมโครงการได้ด้วยตัวเอง ทั้งในเรื่องการรับประโยชน์และเรื่องการร่วมแก้ปัญหาของชุมชน

3. ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชน อาจเกิดจากแรงบันดาลใจของชุมชน หรืออาจเกิดจากปัญหาความทุกข์ที่ชุมชนได้รับอยู่ในปัจจุบัน

4. ความต้องการแท้จริงของชุมชน อาจพิจารณาเป็นสองรูปแบบคือความต้องการด้านการบริโภคความเป็นอยู่ในชีวิตประจำวันกับความต้องการเชิงการพัฒนาต่อยอด

5. ความสมดุลในการพัฒนา จำเป็นต้องบริหารสัดส่วนที่เป็นรูปธรรมและนามธรรมให้ควบคู่กันไปอย่างเหมาะสมและให้มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกันไปโนทิศทางเดียวกัน หากมุ่งด้านใดด้านหนึ่งมากเกินไปอาจมีผลทำให้โครงสร้างของการพัฒนาผิดเพี้ยนไปได้

6. การศึกษาตลอดชีวิต องค์ความรู้และการศึกษาเป็นกระบวนการที่สำคัญต่อเป้าหมายในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพของมนุษย์ในการดำรงชีวิต

7. การพัฒนาชุมชน เป็นการพัฒนาแบบเบ็ดเสร็จ ไม่สามารถใช้วิธีหรือกระบวนการเดียวสำเร็จ จำเป็นต้องอาศัยการประสานความร่วมมือหลายด้านหลายหน่วยงานในการพัฒนา

บริษัท ศรีตรังแอโกลอินดัสทรี จำกัด (มหาชน). (2563ข) ระบุว่า บริษัทฯ มีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนและสังคมผ่านกิจกรรมและโครงการต่างๆ ทั้งที่ริเริ่มขึ้นเองและจัดทำขึ้นสอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย อาทิเช่น

1. สนับสนุนงบประมาณ และอุปกรณ์กีฬาให้ชุมชน และพร้อมส่งกำลังคนเข้าร่วมกิจกรรมด้วย เช่น กีฬาต้านยาเสพติด กีฬากระชับความสัมพันธ์ เป็นต้น
2. โครงการบ้านเดียวกัน เป็นโครงการที่เข้าไปช่วยเหลือผู้ป่วยติดเตียงในชุมชน เป็นการช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายในครัวเรือนและเป็นขวัญกำลังใจทั้งผู้ป่วยและผู้ดูแลผู้ป่วย
3. โครงการศรีตรัง ศรีบ้าน ศรีเมือง “ร่วมแรงร่วมใจ ถนนสดใส ให้ชุมชน” เป็นกิจกรรมกวาดล้างถนนจัดการกับขยะอุดตันท่อระบายเตรียมฤดูฝน “ร่วมแรงร่วมใจ คลองสดใส ให้ชุมชน เป็นกิจกรรมการลอกขยะออกจากคลองบริเวณที่ปิดกั้นทางน้ำ

โดยสรุปความพึงพอใจด้านการพัฒนาชุมชน ขึ้นอยู่กับความสำคัญในการบริหารจัดการของชุมชน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการบริหารจัดการกำลังคน การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ของชุมชน และรวมถึงการบริหารจัดการองค์ความรู้ของคนในชุมชน ตัวชี้วัดขึ้นอยู่กับขีดความสามารถในการที่จะเปลี่ยนแปลงและพัฒนาชุมชนให้ดีขึ้น และตอบสนองต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมระดับประเทศต่อไป

#### 2.7.4 ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการศึกษา

เบญจมาศ ยศเสนา (2559) กล่าวว่า ปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญที่สุดของมนุษย์ปัจจัยหนึ่งคือ การศึกษา เพราะการศึกษาเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการยกระดับชีวิตได้ดีที่สุด ภายใต้ข้อสันนิษฐานที่ว่า การที่บุคคลใดได้รับความรู้ ได้รับการฝึกฝนทักษะอย่างต่อเนื่อง ได้มีการพัฒนาความคิด ได้มีทัศนคติ มีค่านิยมที่ดี ย่อมจะส่งผลที่ดีต่อต้นทุนมนุษย์ ซึ่งจะเป็นปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนอย่างแท้จริง

ธนภุต อู่ตระกูล (2560) กล่าวว่า ผลการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ไทยเพรซิเดนท์ฟูดส์ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดระยอง พบว่า ภาพรวมประชาชนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 3.88 เมื่อพิจารณารายข้อแล้วพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเฉพาะด้านการศึกษาค่าเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 3.91

บริษัท ศรีตรังแอโกลอินดัสทรี จำกัด (มหาชน). (2563ข) ระบุว่า โครงการที่สะท้อนถึงเรื่องการศึกษาส่งเสริมการศึกษามีปรากฏให้เห็นอยู่หลายโครงการ โดยเน้นหลักการ “หนึ่งโรงงานหนึ่งโรงเรียน” ที่ต้องดูแลในการส่งเสริมการศึกษาได้แก่

1. โครงการสะสมเต็มศึกษา: STA STEM STUDENT การจัดการศึกษามูลนิธิโครงการ STEM Education ในโรงงานศรีตรังเองหรือภายนอกโรงงานเช่น สถานศึกษาโรงเรียน หรืออาคารเอนกประสงค์

ของชุมชน สำหรับ STEM Student เป็นโครงการแหล่งเรียนรู้คู่ชุมชนไม่น้อยกว่า 3 ปี มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้นักเรียนได้มีกิจกรรม แลกเปลี่ยนเรียนรู้ สนองนโยบายทางการศึกษารูปแบบการเรียนรู้นอกห้องเรียน การปฏิบัติจริงนอกห้องเรียน ซึ่งกลุ่มบริษัท ศรีตรังได้ดำเนินโครงการนี้มาแล้ว จำนวน 32 โรงเรียน ใน 24 สาขาของบริษัทฯ

2. โครงการพัฒนาปรับปรุงสนามเด็กเล่น BBL (Brain-Based Learning) ได้ดำเนินการไปแล้ว 18 โรงงานหรือเท่ากับ 18 โรงเรียน

โดยสรุปความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการศึกษา การศึกษาเป็นปัจจัยพื้นฐานในการพัฒนา เริ่มต้นจากการใช้การศึกษาเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนเอง การใช้การศึกษาพัฒนาชุมชนสังคมที่พำนักอยู่ ในระดับเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม องค์ความรู้ต่างๆประกอบการพัฒนาก็ได้มาจากการส่งเสริมการศึกษาที่ตอบสนองความต้องการได้ การเริ่มต้นที่เด็กที่โรงเรียนจึงไม่ใช่เรื่องแปลกเพราะเข้าถึงได้ง่าย ส่งเสริมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ได้จริง

### 2.7.5 ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพ

วิไลพรรณ ศรีสงคราม สุขัญญา รัตนัญญา โรจน์วี พจน์พัฒนพล และพีรพล เทพประสิทธิ์ (2549) อาชีพและรายได้เป็นสิ่งแสดงถึงความมั่นคงทางเศรษฐกิจของครอบครัวและของประเทศ สามารถแบ่งได้เป็นสองกลุ่ม คือกลุ่มของผู้ที่มีอาชีพและรายได้ที่มั่นคง มีรายได้ต่อเดือนในระดับคงที่ ได้แก่ ผู้ประกอบอาชีพในระบบราชการหรือพนักงานของรัฐในหน่วยงานของรัฐ พนักงานรัฐวิสาหกิจในหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ หรือพนักงานบริษัทในหน่วยงานหรือองค์กรเอกชนที่มีความมั่นคง กับกลุ่มของผู้ที่มีอาชีพและรายได้ที่ไม่มั่นคง มีรายได้ต่อเดือนไม่แน่นอน จะได้แก่ ผู้ที่ไม่ได้เป็นพนักงานในองค์กรของรัฐ ในองค์กรของรัฐวิสาหกิจ ในองค์กรเอกชนที่มั่นคง ในอาชีพเกษตรกรรม ในอาชีพรับจ้างทั่วไป และคนงานนอกระบบ

อิสรา ตียะสุขสวัสดิ์ (2552) รายได้ของครัวเรือนเป็นดัชนีชี้วัดฐานะทางเศรษฐกิจของครัวเรือน เมื่อครอบครัวมีรายได้มาก ชีวิตความเป็นอยู่ของครอบครัวก็ดีขึ้น รวมถึงการมีทุนทรัพย์ในการที่จะเข้าถึงทรัพยากรที่นอกเหนือจากปัจจัยสี่ในชีวิตประจำวันก็จะมีมากขึ้นตาม อาจหมายรวมถึงฐานะทางสังคมซึ่งอาศัยรายได้ของครัวเรือนเป็นตัวชี้วัดทางอ้อม เพราะครอบครัวที่มีรายได้มากมักจะได้รับการยอมรับนับหน้าถือตาในสังคม ผ่านการเข้าถึงปัจจัยที่มีทุนทรัพย์ในการลงทุนด้านบุคลิกภาพในการ แต่งกาย เครื่องประดับ และสิ่งฟุ่มเฟือยอำนวยความสะดวกนั่นเอง

บริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน). (2563ข) ระบุว่า นอกเหนือจากการสร้างงานโดยบริษัทฯ มีนโยบายในการรับคนในชุมชนเข้าทำงานตามคุณสมบัติและความเหมาะสม เป็นการเปิดโอกาส

คนในชุมชนได้มีงานทำที่มั่นคง บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและสร้างอาชีพให้กับคนในชุมชน โดยพิจารณาจากความสามารถของชุมชนอย่างมีส่วนร่วม และคิดโครงการที่ตอบสนองความต้องการ เพื่อสร้างความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ดังนี้

1. โครงการสานสัมพันธ์ มาตรฐานน้ำดี วิถีชุมชน บริษัทฯ มีการบริหารจัดการน้ำอย่างเป็นระบบ เพื่อใช้ในการผลิต และมีแหล่งสำรองน้ำอย่างเพียงพอ แต่ในภาคเหนือและอีสานจะประสบปัญหาขาดแคลนน้ำที่สะอาดในการอุปโภคและบริโภคก็จะมีนโยบายการจัดสรรแบ่งปันน้ำเพื่อชุมชนบางโรงงาน ในการชุดบ่อสำรองน้ำมีการปล่อยปลาท้องถิ่นและเมื่อพันธ์ปลาเจริญเติบโต ก็ได้มีการจัดกิจกรรมกับชุมชน ให้สามารถเข้ามาจับปลาเป็นอาหารหรือเพื่อจำหน่ายเป็นประจำทุกปี ผลพลอยได้อีกอย่างของบริษัทฯ การที่มีปลาเจริญเติบโตจะเป็นดัชนีชี้วัดคุณภาพน้ำของโรงงานได้เป็นอย่างดี

2. โครงการพลังหญิง เพิ่มช่องทางอาชีพ เสริมสร้างรายได้ให้กับชุมชน และสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง มีรายได้เพิ่มขึ้นโดยบริษัทฯ สนับสนุนในองค์ความรู้ในการประกอบอาชีพ ผ่านการสนับสนุนอุปกรณ์ตั้งต้น และสนับสนุนวิทยากรในการฝึกอบรม ซึ่งในปี 2562 บริษัทฯ ดำเนินการโครงการ 17 โครงการ 9 ผลิตภัณฑ์ อาทิเช่น โครงการสานตะกร้าจากวัสดุเหลือใช้ในโรงงาน โครงการไม่กวาดทางมะพร้าววัสดุที่ได้จากชุมชน โครงการแชมพูสมุนไพรน้ำยาล้างจานลดภาระค่าใช้จ่ายในครัวเรือน โครงการเหรียญโปรยทานอาชีพเสริมยามว่าง โครงการสบู่มังคุด-ขมิ้นลดค่าใช้จ่ายในครัวเรือน โครงการไม่กวาดจากขวดพลาสติกสร้างรายได้จากขยะรีไซเคิล เป็นต้น

3. โครงการเกษตรอินทรีย์วิถีพอเพียง เพื่อสร้างอาชีพให้ชุมชนตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง ตามรอยในหลวงรัชกาลที่ 9 อาทิเช่น โครงการปลูกผักปลอดสารพิษ เพาะเห็ด ทำน้ำสมุนไพรสร้างรายได้เสริม โครงการเลี้ยงหมูหลุม มีการนำรายได้บางส่วนมาดูแลผู้สูงอายุในชุมชนได้อีกด้วย

4. โครงการส่งเสริมและสนับสนุนร้านค้าและผลิตภัณฑ์ในชุมชนของบริษัทฯ มีการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการในชุมชน สิ่งผลิตหรือประกอบอาหารในเทศกาลวันประเพณีต่างๆ อย่างต่อเนื่อง

โดยสรุปความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพ จะเป็นการดำเนินกิจกรรม CSR ที่ได้รับความสำคัญและเป็นที่สนใจในการเข้าร่วมโครงการเนื่องจากมีแรงจูงใจในการตอบสนองความต้องการในด้านการสร้างรายได้และอาชีพ เป็นผลประโยชน์ที่จับต้องได้และสามารถต่อยอดเป็นอาชีพเสริมหรือเป็นอาชีพหลักในอนาคตได้ เป็นการเรียนรู้ที่มีการลงทุนน้อยเนื่องจากได้รับการสนับสนุนจากบริษัทฯ และองค์กร รายได้และอาชีพในครัวเรือนจึงเป็นตัวชี้วัดความมั่งคั่งและฐานะทางเศรษฐกิจ สังคมของครอบครัวหรือชุมชน

## 2.7.6 ความพึงพอใจด้านการบริจาคเพื่อสาธารณประโยชน์

Kotler,& Lee (2005b) มีแนวคิดในการจำแนกการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมไว้เป็น 7 กิจกรรม ได้แก่การประเมินการบริจาคเพื่อการกุศลหนึ่งใน 7 กิจกรรม คือ การบริจาคเพื่อการ

กุศล (Corporate Philanthropy) อาจเป็นการมุ่งประเด็นไปยังการช่วยเหลือในประเด็นปัญหาทางสังคม โดยตรงก็เป็นได้ ในรูปของการบริจาคเพื่อสาธารณประโยชน์ อาจเกิดขึ้นได้ในรูปแบบของเงิน วัสดุ สิ่งของ หรือกำลังแรงงาน การดำเนินกิจกรรม CSR ในลักษณะนี้จะพบเห็นได้เป็นปกติทุกองค์กรธุรกิจ และโดยมากมักจะจะเป็นไปตามกระแส หรือไม่ก็ความต้องการ ซึ่งความต้องการนั้นอาจเกิดจากภายนอก แบบมีส่วนร่วมนำเสนอของชุมชน หรือมีผู้เสนอให้ทำจากภายในองค์กรผ่านนโยบายและงบประมาณที่ถูก กำหนดไว้ล่วงหน้า ซึ่งปกติจะเป็นการเสนอทำมาจากภายนอกหรือเป็นความต้องการจากภายนอก มากกว่าจะเกิดจากการวางแผนหรือออกแบบกิจกรรมจากภายในองค์กรเอง

เอ บี แครอลล์ (1991) ได้ค้นคว้าเกี่ยวกับพีระมิดของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรไว้ 4 ด้าน ได้กล่าวถึงด้านที่สี่ในเรื่อง ด้านการกุศล (Philanthropy) การจัดกิจกรรมด้านการกุศลได้ปฏิบัติกัน มานาน ส่วนใหญ่เพื่อเป็นการระดมทุน ระดมกำลังคน ให้กับหน่วยงานต่างๆ ปัจจุบันกิจกรรมการกุศลถูก พัฒนามากมายหลายรูปแบบขึ้น

ธนกฤต อู่ตระกูล (2560) กล่าวว่า ผลการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อกิจกรรม ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ไทยเพอร์ซิเดนซ์ฟูดส์ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดระยอง พบว่า ภาพรวมประชาชนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่าง = 3.88) เมื่อพิจารณารายชื่อแล้ว พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ด้านการบริจาคเพื่อกิจกรรมสาธารณประโยชน์ (ค่าเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 3.92)

เพ็ญญา ดีชัยยะ (2552) พบว่า CSR ในสังคมไทยมีมานานแล้วหากแต่เป็นในรูปแบบของการใช้ บริจาคและการบำเพ็ญสาธารณประโยชน์ต่างๆขององค์กรธุรกิจ

บริษัท ศรีตรังแอมโกลอินดัสทรี จำกัด (มหาชน). (2563ข) ระบุว่า ได้มีการสนับสนุนงบประมาณ ในการสนับสนุนกิจกรรมของสังคมโดยรวมของแต่ละพื้นที่จังหวัดที่ตั้งอยู่ของบริษัทฯ จัดเป็นกิจกรรมหลัก หรือกิจกรรมเสริมในส่วนของการบริจาคเพื่อสาธารณประโยชน์ดังนี้

1. การบริจาคทรัพย์สินหรือเงินทองให้กับหน่วยงานกาชาดประจำจังหวัด
2. การบริจคน้ำดื่ม ที่มีโลโก้ของบริษัทฯ ในกิจกรรมของชุมชนที่ชุมชนจัดขึ้นเองหรือบริษัทฯ เป็นผู้จัดร่วม
3. การบริจาคตามประเพณีนิยม เช่นเทศกาลทอดกฐิน ทอดผ้าป่า เป็นต้น

โดยสรุปความพึงพอใจด้านการบริจาคเพื่อสาธารณประโยชน์ มักเป็นเรื่องการตอบสนองต่อ ชุมชนในระยะสั้น บางโครงการเป็นการบริจาคเพื่อสาธารณประโยชน์เป็นประจำตามขนบธรรมเนียม ประเพณีที่มีมาช้านานในชุมชน ไม่ใช่โครงการที่เกิดขึ้นใหม่ รูปแบบและวิธีการไม่ซับซ้อน ในปัจจุบัน

กิจกรรมการกุศลและการบริจาคเพื่อสาธารณะได้มีการพัฒนาให้เกิดการมีส่วนร่วมมากขึ้น ไม่ใช่ให้เงินแล้วจบไป เริ่มมีการวางแผนออกแบบวิธีการดำเนินการ หรือเพิ่มกิจกรรมอื่นๆ สอดแทรกอย่างมีมิติมากขึ้น

โดยสรุปภาพรวมความพึงพอใจของชุมชน เกิดจากการแสดงให้เห็นการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างมีแบบแผน มีวัตถุประสงค์ เป้าหมาย สามารถติดตามตรวจสอบและประเมินผลได้ ล้วนมีความสำคัญในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างแท้จริง ซึ่งงานวิจัยนี้ได้แบ่งขอบเขตของความพึงพอใจในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมได้เป็นห้าประเด็นคือ 1) ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชน 2) ด้านการยอมรับของชุมชน 3) ด้านการพัฒนาชุมชนและสังคม 4) ด้านการส่งเสริมการศึกษา 5) ด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพ 6) ด้านการบริจาคเพื่อสาธารณะประโยชน์ ดังรายละเอียดตามตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 การเปรียบเทียบแนวคิดประเด็นความพึงพอใจของชุมชนในด้านต่างๆ

ผู้วิจัย	ประเด็นความพึงพอใจด้านต่างๆของชุมชนรอบโรงงาน					
	ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชน	ด้านการยอมรับของชุมชน	ด้านการพัฒนาชุมชนและสังคม	ด้านการส่งเสริมการศึกษา	ด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพ	ด้านการบริจาคเพื่อสาธารณะประโยชน์
กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (2552)	รายงานผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม					
สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดอุดรธานี (2558)	มติสมัชชาสุขภาพของจังหวัดอุดรธานี					

ผู้วิจัย	ประเด็นความพึงพอใจด้านต่างๆของชุมชนรอบโรงงาน					
	ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชน	ด้านการยอมรับของชุมชน	ด้านการพัฒนาชุมชนและสังคม	ด้านการส่งเสริมการศึกษา	ด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพ	ด้านการบริจาคเพื่อสาธารณประโยชน์
Kotler,& Lee (2005b)	การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม		การอาสาช่วยเหลือชุมชน			การบริจาคเพื่อการกุศล
บริษัท ศรีตรังแอกโรร อินดัสทรี จำกัด (มหาชน) (2563ข)	โครงการติดตั้งรางรอยยิ้ม	การประชุมสานเสวนากับผู้นำชุมชน	โครงการบ้านเดียวกันเยี่ยมผู้ป่วยติดเตียง	โครงการ STEM STUDENT	โครงการพลังหญิงสร้างอาชีพ	บริจาคน้ำดื่มและบริจาคผ่านงานประเพณี
Rogers (1973)		กระบวนการยอมรับ 5 ขั้นตอน				
สุดารัตน์ แผลวมัจฉะ (2554)		การยอมรับเป็นกระบวนการทางจิตใจ				
อัครกฤษ นุ่นจันทร์ (2562)		พฤติกรรม การยอมรับ มี 4 องค์ประกอบ				



ผู้วิจัย	ประเด็นความพึงพอใจด้านต่างๆของชุมชนรอบโรงงาน					
	ด้านการ รักษา สิ่งแวดล้อม และ ผลกระทบต่อชุมชน	ด้านการ ยอมรับของ ชุมชน	ด้านการ พัฒนา ชุมชนและ สังคม	ด้านการ ส่งเสริม การศึกษา	ด้านการ ส่งเสริม รายได้และ อาชีพ	ด้านการ บริจาคเพื่อ สาธารณะ ประโยชน์
อัจฉรา ชลาชนานาวิน (2019)			องค์ประกอบ การพัฒนา ชุมชนอย่าง ยั่งยืน			
สกาเวเดือน พิมพ์พิศาล (2558)			คู่มือ ปฏิบัติงาน กรรมการ ชุมชน			
เบญจมาศ ยศเสนา (2559)				การศึกษา คือต้นทุน ของมนุษย์		
ชนกฤต อู่ ตระกูล (2560)				ความ คิดเห็นด้าน การศึกษา ค่าเฉลี่ย 3.91		ความคิดเห็น ด้านการ บริจาค ค่าเฉลี่ย 3.92
วิไลพรรณ ศรีสงคราม สุชัยญา รัตน์ สัณญา โรจน์ รวี พจน์พัฒ นพล และพี รพล เทพ					อาชีพและ รายได้ แสดงถึง ความมั่นคง ของ ครอบครัว	

ผู้วิจัย	ประเด็นความพึงพอใจด้านต่างๆของชุมชนรอบโรงงาน					
	ด้านการ รักษา สิ่งแวดล้อม และ ผลกระทบต่อชุมชน	ด้านการ ยอมรับของ ชุมชน	ด้านการ พัฒนา ชุมชนและ สังคม	ด้านการ ส่งเสริม การศึกษา	ด้านการ ส่งเสริม รายได้และ อาชีพ	ด้านการ บริจาคเพื่อ สาธารณะ ประโยชน์
ประสิทธิ์ (2549)						
อิสรา ดิยะ สุขสวัสดิ์ (2552)					รายได้เป็น ดัชนีวัด ฐานะทาง เศรษฐกิจ	
เอ บี แค รอลล์ (1991)						ประเมินความ รับผิดชอบต่อ สังคม
เพ็ญภา ตี ชัยยะ (2552)						สังคมไทยใช้ รูปแบบการ บริจาคมาทำ CSR เริ่มต้น

## 2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมทั้ง 6 ด้านดังกล่าวได้ครอบคลุม ตามเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งสามารถอธิบายเพิ่มเติมด้วยแนวคิดและทฤษฎีต่างๆที่เกี่ยวข้องของเพิ่มเติมตาม ตารางที่ 2.3

ตารางที่ 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยที่ศึกษาเพิ่มเติม

หัวข้องานวิจัย	ผู้วิจัย	วัตถุประสงค์ในการวิจัย	สรุปผลการวิจัย
ประสิทธิผลของการใช้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมในการสร้างภาพลักษณ์ของ บริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด	วรทัย ราวินิจ, 2549	ศึกษาการนำแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรไปประยุกต์ใช้ในการสร้างภาพลักษณ์ของเครือเจริญโภคภัณฑ์	ลักษณะของประชากรที่ต่างกันมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของบริษัทต่างกัน การรับรู้ภาพลักษณ์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของบริษัทฯ
ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจกรณีศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมของ บมจ.ปตท.	เรืองอุไร เพชรสังข์, 2552	ศึกษาความจริงจังของการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมของ บมจ.ปตท. ที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม	พบว่าการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อแก้ปัญหาจากการดำเนินธุรกิจของปตท.มากกว่าการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างเต็มที่ เริ่มจากปัญหาที่ ปตท. ก่อไว้แล้วกำหนดโครงการต่างลงไปเพื่อลดแรงต่อต้านหรือสร้างการยอมรับจากภายนอก
ภาพลักษณ์และประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์ของบริษัท ปตท.เคมีคอล จำกัด(มหาชน)	ชุติมา จริเกษม, 2553	ศึกษาภาพลักษณ์พึงประสงค์วิธีการประชาสัมพันธ์ การรับรู้ข่าวสารของกลุ่มเป้าหมายทัศนคติและภาพลักษณ์ของกลุ่มเป้าหมาย	การรับรู้ข่าวสารของกลุ่มเป้าหมายอยู่ในระดับปานกลาง ทัศนคติและภาพลักษณ์ของกลุ่มเป้าหมายอยู่ในระดับที่ดี และภาพลักษณ์พึงประสงค์ของบริษัทฯ มีแนวทางควบคู่ไปกับการจัดการเกี่ยวกับ CSR
กระบวนการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ SCG ที่มีส่วนร่วมของสื่อมวลชน	พิสชา สมบูรณ์สิน, 2553	ศึกษากระบวนการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ SCG ในโครงการรักษาน้ำเพื่ออนาคตรวมถึงทัศนคติ และการมีส่วนร่วมของสื่อมวลชน	พบว่า 1) การรับรู้ข่าวสารของชุมชนอยู่ในระดับต่ำ 2) ชุมชนมีทัศนคติที่ดีต่อ กฟผ.แม่เมาะในแง่สร้างรายได้กับชุมชน3) ชุมชนมีการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะอยู่ในระดับปานกลาง
กลยุทธ์การใช้กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) เพื่อการสร้างภาพลักษณ์ของบริษัท สิงห์คอร์เปอเรชั่น จำกัด	นิสากร โลกสุทธิ, 2551	ศึกษากลยุทธ์การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อการสร้างภาพลักษณ์ของบริษัท สิงห์ คอร์เปอเรชั่น จำกัด	พบว่า CSR ในสังคมไทยมีมานานแล้ว หากแต่เป็นในรูปแบบของการใช้บริจาคและการบำเพ็ญสาธารณประโยชน์ต่างๆขององค์กรธุรกิจ

หัวข้องานวิจัย	ผู้วิจัย	วัตถุประสงค์ในการวิจัย	สรุปผลการวิจัย
การใช้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม กฝผ. แม่เมาะ จ.ลำปาง	พฤษภา เกษม สารคุณ และ พัชนี เขยจรรยา, 2553	1) ศึกษากลยุทธ์การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม2) ศึกษาการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม	การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยมีการนำกลยุทธ์ต่างๆมาใช้ได้แก่ 1) กลยุทธ์การสื่อสารหลากหลาย 2) กลยุทธ์สร้างเครือข่ายสื่อบุคคล 3) กลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์อันดี 4) กลยุทธ์สร้างการมีส่วนร่วม 5) กลยุทธ์การสร้างสรรคกิจกรรมและโครงสร้างด้านความรับผิดชอบต่อสังคม
ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจในฐานะบรรทัดฐานทางสังคมในบริบทโลกาภิวัตน์กรณีศึกษา นิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด	เพ็ญญา ดีชัยยะ, 2552	ศึกษาความเคลื่อนไหวที่เป็นปัจจุบันต่อประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจและศึกษาการประยุกต์ใช้ประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจไทยในบริบทโลกาภิวัตน์	กลุ่มนักวิชาการด้านสุขภาพมีทัศนคติเป็นลบ กลุ่มสื่อมวลชนมีทัศนคติเป็นกลาง กลุ่มที่ได้รับการสนับสนุนจากธุรกิจมีทัศนคติเป็นบวก
กลยุทธ์และประสิทธิภาพการใช้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย	ณัฐณี สืบจากยง, 2554	1) ศึกษาการใช้แนวคิด CSR ต่อสังคมของนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย 2) ศึกษาประสิทธิภาพการใช้แนวคิด CSR ของนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย	ได้พัฒนาแบบวัดสำหรับการประเมินผลการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทธุรกิจในประเทศไทย โดยมีข้อความแบบวัดทั้งหมด 47 ข้อความแบ่งเป็น 1) ด้านสังคม 13 ข้อความ 2) ด้านสิ่งแวดล้อม 12 ข้อความ 3) ด้านการบริหารจัดการหรือเศรษฐกิจ 22 ข้อความ
การสื่อสารความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการธุรกิจบุหรี	กิตติยา ปรีตถจริยา และ ปารีชาติ สถา ปีตานนท์, 2553	วิเคราะห์แนวทางการสื่อสารรูปแบบและทัศนคติของกิจกรรมแนวคิด CSR ของผู้ประกอบการธุรกิจบุหรี	ตัวชี้วัดความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจพลังงานมี 6 ปัจจัยหลัก และจัดลำดับได้ดังนี้ 1) ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ต่อกลุ่มเป้าหมายและสังคม 2) ปัจจัยด้านความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยในชุมชนรอบบริษัท 3) ปัจจัยด้านความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้เสีย 4) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ 5) ปัจจัยด้านการพัฒนาสังคมและประเทศชาติ 6) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม

หัวข้องานวิจัย	ผู้วิจัย	วัตถุประสงค์ในการวิจัย	สรุปผลการวิจัย
การสร้างแบบวัดสำหรับการประเมินผลการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทธุรกิจในประเทศไทย	เนติมา นิจจันพันธ์ และพนม คลี ฉายา, 2555	เพื่อสร้างแบบวัดสำหรับการประเมินผลการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทธุรกิจในประเทศไทย	ตัวบ่งชี้ความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันฯเรียงลำดับจากมากไปน้อย 1) การดูแลแก้ปัญหาชุมชนและสังคม 2) การวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชนและสังคม 3) การใช้นวัตกรรมเพื่อพัฒนาชุมชนและสังคม 4) การจัดการสิ่งแวดล้อม 5) การส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม 6) การบริหารแบบมีส่วนร่วม 7) จริยธรรมเชิงวิชาการ
การสร้างตัวชี้วัดความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจพลังงานในประเทศไทย	ฐปณีย์ วิชญธน และรุ่งนภา พิตรปรีชา, 2555	ศึกษาตัวชี้วัด CSR ของธุรกิจพลังงานในประเทศไทยและเพื่อค้นหาปัจจัยสะท้อนตัวชี้วัดและจัดลำดับความสำคัญของตัวชี้วัด CSR ของธุรกิจพลังงานในประเทศไทย	ทั้งปัจจัยด้านระดับความเกี่ยวพันต่อสินค้าและปัจจัยด้านความสอดคล้องระหว่างธุรกิจหลักกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ต่างส่งผลทางตรงต่อภาพลักษณ์ขององค์กรได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งคู่
การพัฒนาตัวบ่งชี้ความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาไทยตามหลักธรรมาภิบาล	จอย ทองกล่อมสี , 2557	วิเคราะห์แนวทาง ลักษณะ ขอบข่าย และพัฒนาตัวบ่งชี้ความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาไทยตามหลักธรรมาภิบาล	จากการศึกษาพบว่าแรงผลักดันภายนอกที่มีผลต่อการปรับตัวเข้าสู่โครงการฯ มากที่สุดได้แก่ แรงผลักดันด้านสังคม รองลงมาได้แก่ ด้านการตลาดและลูกค้า ด้านการส่งเสริมทางการเงิน ด้านการแข่งขัน ด้านผู้ส่งมอบวัตถุประสงค์ ตามลำดับ

จากงานวิจัยที่ศึกษาเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องทั้งหมดสรุปได้ว่า ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมทั้ง 6 ด้าน ได้ครอบคลุมสอดคล้องครอบคลุมด้านสังคม เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตามหลักของการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบธุรกิจ ยางพาราที่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชน กรณีศึกษา:บริษัท ศรีตรังแอกโอรินด์สทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง” มีรูปแบบการศึกษาวิจัย 2 ส่วน คือ ส่วนที่หนึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารของบริษัทศรี ตรังแอกโอรินด์สทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง ส่วนที่สอง เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวม จำนวน 337 ชุด ในการศึกษาทั้งสอง ส่วน จะนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาแปลผลรวมทั้งนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนต่อไป

#### 3.1 รูปแบบการวิจัย

มีรูปแบบการศึกษาวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพหรือแบบผสมผสาน (Mixed Method) ซึ่ง 2 ส่วนดังกล่าว คือ ส่วนที่หนึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารและผู้รับผิดชอบโดยตรงด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทศรีตรังแอกโอรินด์สทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง ส่วนที่สอง เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวม จำนวน 330 ชุด ในการศึกษาทั้งสองส่วน มีความสัมพันธ์กันคือ การวิจัยเชิงคุณภาพจะนำผลการวิจัยมาสนับสนุนการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการศึกษาแนวคิดและกลยุทธ์ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ศรีตรังแอกโอรินด์สทรี จำกัด(มหาชน) สาขาตรัง ในมุมมองของผู้บริหารและผู้รับผิดชอบสูงสุดของสาขาตรังแต่ละผลิตภัณฑ์ โดยทำการศึกษาในด้านต่างๆจากแหล่งข้อมูล ดังนี้

- แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลประเภทบุคคลโดยตรง จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับผู้บริหารและบุคคลที่รับผิดชอบหรือเกี่ยวข้องกับด้านการดำเนินงานกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัทฯ โดยการจดบันทึกและการบันทึกเสียงจากผู้บริหารและผู้รับผิดชอบด้านการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม
- แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นแหล่งข้อมูลประเภทสื่อ และเอกสารต่างๆ เกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท ศรีตรังแอกโอรินด์สทรี จำกัด (มหาชน) จากบทความ บทสัมภาษณ์ รวมทั้งข่าวสารที่เกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรม

ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดสทรี จำกัด(มหาชน) ที่ตีพิมพ์ตามที่ปรากฏอยู่ในนิตยสาร วารสาร หนังสือพิมพ์ และเว็บไซต์ เป็นต้น

ส่วนที่ 2 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้ลักษณะการเก็บข้อมูลแบบครั้งเดียวด้วยการใช้แบบสอบถาม ซึ่งต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับประชากรในชุมชนที่จะใช้ในการวิจัย วิธีการสุ่มตัวอย่าง เครื่องมือในการวิจัย การวัดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย เกณฑ์การให้น้ำหนักและคะแนน การรวบรวม วิเคราะห์ประมวลผลและนำเสนอ

### ประเด็นในการวิจัย

เนื่องจากการวิจัยส่วนนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบธุรกิจยางพาราที่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชน ของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง เพื่อนำมาประยุกต์และวิเคราะห์ใช้ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร โดยเฉพาะประเด็นเจาะจงใหม่ที่ต้องศึกษาและพิจารณาเกี่ยวกับการปฏิบัติตามกฎหมายใหม่ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมที่มีผลกระทบโดยตรงกับองค์กรและการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และการกำหนดแผนกลยุทธ์รับมือกับการเปลี่ยนแปลงเพื่อความยั่งยืนขององค์กรต่อไป

### 3.2 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษา การวิเคราะห์ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบธุรกิจยางพารา ที่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชน โดยมีขอบเขตด้านประชากร คือจำนวนครัวเรือน ได้แก่ จำนวนที่อยู่อาศัยตามบ้านเลขที่ ในเขตชุมชนรอบโรงงานซึ่งมี 5 ชุมชน แยกเป็นชุมชนบางรัก 1 – 4 จำนวน 1,465 ครัวเรือน (สำนักงานเทศบาลนครตรัง) และชุมชนบ้านสะพานช้าง จำนวน 437 ครัวเรือน (องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นตำบลบางรัก) และผู้บริหารระดับผู้จัดการฝ่ายขึ้นไปที่ปฏิบัติหน้าที่ในสาขาตรัง และผู้รับผิดชอบต่อโดยตรงด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

#### การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง คือ จำนวนครัวเรือนรอบโรงงานทั้ง 5 ชุมชน จำนวน 330 ครัวเรือน โดยใช้วิธีการสุ่มคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างตามวิธีการของ Taro Yamane และเลือกกลุ่มตัวอย่างตามการแบ่งชั้นภูมิ (Cluster) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Sample Random Sampling) โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีความคลาดเคลื่อนร้อยละ 0.05 ดังนี้

ขนาดกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างด้วยการแทนค่าในสูตร Yamane ณ ระดับความน่าเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความผิดพลาดไม่เกิน 0.05 ตามสูตรดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

โดย n = จำนวนตัวอย่าง

N = จำนวนครัวเรือน

e = ค่าความคลาดเคลื่อนจากจากจำนวนตัวอย่าง

นำมาแทนค่าในสูตรจะได้จำนวนตัวอย่างดังต่อไปนี้

$$n = \frac{1,902}{1 + 1902(0.05)^2}$$

$$n = 330 \text{ ตัวอย่าง}$$

#### วิธีการสุ่มตัวอย่าง

เมื่อได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างแล้ว ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง (Sampling) แบบชั้นภูมิตามสัดส่วน (Proportional Stratified Random Sampling) ตามครัวเรือนของชุมชนนั้นๆ เพื่อเป็นการกระจายที่มาของข้อมูลอย่างครอบคลุมและน่าเชื่อถือ

แบ่งข้อมูลจำนวนครัวเรือนที่จะเก็บข้อมูลตามชั้นภูมิตารางที่ 3.1 ดังนี้

ตารางที่ 3.1 แสดงข้อมูลจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ชื่อชุมชน	N=จำนวนครัวเรือน	%	n=จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
ชุมชนบางรัก 1	643	33.81%	112
ชุมชนบางรัก 2	327	17.19%	57
ชุมชนบางรัก 3	285	14.98%	49
ชุมชนบางรัก 4	210	11.04%	36
ชุมชนบ้านสะพานช้าง	437	22.98%	76
รวม	1902	100.00%	330

ที่มา ข้อมูลชุมชนในเขตเทศบาลนครตรังและองค์การบริหารส่วนตำบลบางรัก (<http://www.trangcity.go.th>, <http://bangraktrang.go.th>)



### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

#### ส่วนที่ 1 การวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยในส่วนนี้จะเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารและผู้รับผิดชอบและเกี่ยวข้องในด้านการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง ผู้ศึกษาวิจัยจะทำการสัมภาษณ์ตามแนวคำถาม 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 คำถามทั่วไปเกี่ยวกับ วิสัยทัศน์ กลยุทธ์ ต่างๆ และบทบาทของของผู้บริหารและผู้ที่ได้รับผิดชอบโดยตรงที่ดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามประเด็นที่ได้ตั้งวัตถุประสงค์ไว้ ประกอบกับการศึกษาข้อมูลจากแหล่งต่างๆข้างต้นมาประกอบการวิเคราะห์ข้อมูล และนำเสนอข้อมูลในรูปแบบของการวิเคราะห์เชิงพรรณาสันับสนุนการวิเคราะห์เชิงปริมาณต่อไป

#### ส่วนที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณ

ในการวิจัยเชิงปริมาณใช้การสำรวจโดยอาศัยแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่มีการตั้งคำถามชนิดปลายปิด (Closed-ended questions) เพื่อให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร โดยแบ่งโครงสร้างคำถามดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

### 3.4 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มี 2 ประเภท คือ

1) ตัวแปรต้น (Independent Variable) ประกอบด้วย ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กร ด้านทรัพยากร ด้านการมีส่วนร่วม ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ด้านกิจกรรม CSR กับชุมชน และด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องสิ่งแวดล้อม

2) ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ประกอบด้วย ความพึงพอใจของชุมชนด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชน ด้านการยอมรับของชุมชน ด้านการพัฒนาชุมชนและสังคม ด้านการส่งเสริมการศึกษา ด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพ และด้านการบริจาคเพื่อสาธารณประโยชน์

ในการวิจัยครั้งนี้ส่วนของการวิจัยเชิงปริมาณจะมีการให้คะแนนตัวแปรต่างๆ ตามหลักของ Linkert Tating Scales ซึ่งเป็นมาตรวัดที่ใช้สำหรับผู้แสดงความคิดเห็นในแบบสอบถามปลายปิด ซึ่งระดับความเห็นทั้ง 5 ระดับ มีตั้งแต่พอใจหรือเห็นด้วยที่สุด (Favorable) ไปจนถึงไม่พอใจหรือไม่เห็นด้วยที่สุด (unfavorable) ดังนี้

- ระดับ 5 หมายถึง เห็นด้วยที่สุด หรือพึงพอใจที่สุด
- ระดับ 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก หรือ พอใจมาก
- ระดับ 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง หรือ พึงพอใจปานกลาง
- ระดับ 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย หรือ ไม่พึงพอใจ
- ระดับ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง หรือไม่พึงพอใจอย่างยิ่ง

มาตรวัดตัวแปรความคิดเห็นด้านปัจจัยกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

แปลผลคะแนนของค่าเฉลี่ยเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จากการใช้มาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ต (Likert, 1961) วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยแปลผลเป็นระดับใช้เกณฑ์ดังนี้

- คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 แสดงว่า ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด
- คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 แสดงว่า ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก
- คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 แสดงว่า ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
- คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 แสดงว่า ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย
- คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 แสดงว่า ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

มาตรวัดตัวแปรความพึงพอใจ

แปลผลคะแนนของค่าเฉลี่ยเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จากการใช้มาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ต (Likert, 1961) วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยแปลผลเป็นระดับใช้เกณฑ์ดังนี้

- คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 แสดงว่า ระดับความพึงพอใจของชุมชนอยู่ในระดับมากที่สุด
- คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 แสดงว่า ระดับความพึงพอใจของชุมชนอยู่ในระดับมาก
- คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 แสดงว่า ระดับความพึงพอใจของชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง
- คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 แสดงว่า ระดับความพึงพอใจของชุมชนอยู่ในระดับน้อย
- คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 แสดงว่า ระดับความพึงพอใจของชุมชนอยู่ในระดับน้อยที่สุด

### วิธีการสร้างเครื่องมือ

การวิจัยครั้งนี้ใช้เครื่องมือแบบสอบถาม ซึ่งมีกระบวนการดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร ตำรา และทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. จัดทำโครงสร้างของแบบสอบถาม ให้มีเนื้อหาครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยเริ่มด้วยการร่างตามกรอบแนวคิดการวิจัยโดนนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบเนื้อหาและให้คำแนะนำ
3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความถูกต้อง โดยมีอาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์วิทยาเขตตรัง จำนวน 2 ท่าน และผู้บริหารบริษัท สตาร์ไลท์อิเล็กทรอนิกส์เพรสทรานสปอร์ต จำกัด 1 ท่าน
4. หลังจากผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามที่ได้แนวคำถามมาจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเสร็จเรียบร้อยแล้วนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินดัชนีความสอดคล้องของเครื่องมือวิจัย (IOC) และให้คำแนะนำ หลังจากปรับปรุงแบบสอบถามตามคำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากประชาชนในชุมชนรอบข้างบริษัทฯ จำนวน 30 คน เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามก่อนนำไปใช้จริง โดยวิธี Cronbach's Alpha ได้ผลเท่ากับ 0.957 อยู่ในระดับดีมาก
5. นำแบบสอบถามไปปรับปรุงและจัดทำเป็นฉบับสมบูรณ์

### 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

#### ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยสัมภาษณ์และสังเกตการพูดคุย พร้อมอุปกรณ์บันทึกเสียงซึ่งได้รับอนุญาตจากผู้ให้สัมภาษณ์ ในเดือน พฤศจิกายน พ.ศ.2563 นำข้อมูลจากเครื่องบันทึกเสียงมาถอดบทสัมภาษณ์ สรุปเป็นประเด็นต่างตามหัวข้อในแบบสอบถาม เพื่อใช้เป็นผลที่สนับสนุนต่อการวิเคราะห์เชิงปริมาณต่อไป

#### ข้อมูลเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจากประชาชนทั้ง 5 ชุมชน ระหว่างเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2563 ถึง เดือน เดือนมกราคม พ.ศ. 2564 จากนั้นตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลและนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ผู้วิจัยได้ทำแจกแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 350 ฉบับ ได้รับแบบสอบถามกลับมาครบ 350 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 จากนั้นตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์ใช้งานได้ จำนวน 337 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 96.29 ของแบบสอบถามทั้งหมด สาเหตุที่ได้แบบสอบถามมาครบตามจำนวน แต่มีความไม่สมบูรณ์ เพราะมีการกรอกข้อมูลไม่ครบถ้วนอาจเป็นเพราะจำนวนข้อในแบบสอบถามค่อนข้างละเอียดและมีจำนวนข้อคำถามความคิดเห็นและความพึงพอใจ 54 ข้อ และตอนเก็บข้อมูลอาจตรวจสอบไม่ละเอียดเท่าที่ควร เป็นต้น

### 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 337 ชุดครบถ้วนแล้ว ผู้วิจัยจะนำข้อมูลทั้งหมดที่ได้ นำมาตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามและทำการบันทึกข้อมูลไปทำการประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical-Package for the Social Sciences) เพื่อคำนวณและวิเคราะห์ค่าทางสถิติต่างๆที่ใช้ประกอบในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง คือ จำนวนประชาชนรอบบริษัทฯ ทั้ง 5 ชุมชน จำนวน 337 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่าง จาก 337 ครัวเรือน ครัวเรือนละ 1 คน ในการหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง คำนวณตามวิธีการของ Taro Yamane (Yamane, 1967) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% นั่นคือ มีความคลาดเคลื่อนร้อยละ 0.05 ส่งผลให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 330 คน แต่ในทางปฏิบัติจริงได้ข้อมูลมาทั้งหมด 337 คน ดังตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 แสดงข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่เก็บข้อมูลได้จริง

ชื่อชุมชน	N=จำนวน ครัวเรือน	%	n=จำนวนกลุ่ม ตัวอย่าง	จำนวนที่เก็บ ข้อมูลได้จริง
ชุมชนบางรัก 1	643	33.81%	112	112
ชุมชนบางรัก 2	327	17.19%	57	57
ชุมชนบางรัก 3	285	14.98%	49	51
ชุมชนบางรัก 4	210	11.04%	36	38
ชุมชนบ้านสะพานช้าง	437	22.98%	76	79
รวม	1902	100.00%	330	337

สถิติที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ให้สัมภาษณ์และผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์จากค่าสถิติพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อต้องการทราบลักษณะของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สถิติบรรยาย ได้แก่ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS
2. การวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรีจำกัด (มหาชน) สาขาตรัง โดยใช้ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ซึ่งใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS และนำค่ามาเปรียบเทียบและวิเคราะห์สนับสนุนความพึงพอใจของชุมชน

3. การวิเคราะห์เชิงพรรณนาเพื่อศึกษาปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม และสมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) เพื่อทดสอบปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีผลความพึงพอใจของชุมชน แสดงได้จากสมการดังนี้

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e \quad \text{Model 1}$$

$$Y_1 = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e \quad \text{Model 2}$$

$$Y_2 = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e \quad \text{Model 3}$$

$$Y_3 = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e \quad \text{Model 4}$$

$$Y_4 = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e \quad \text{Model 5}$$

$$Y_5 = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e \quad \text{Model 6}$$

$$Y_6 = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e \quad \text{Model 7}$$

โดยที่  $Y$  = ความพึงพอใจของชุมชนโดยรวม

$Y_1$  = ความพึงพอใจของชุมชนด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชน

$Y_2$  = ความพึงพอใจของชุมชนด้านการยอมรับของชุมชน

$Y_3$  = ความพึงพอใจของชุมชนด้านการพัฒนาชุมชนและสังคม

$Y_4$  = ความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมการศึกษา

$Y_5$  = ความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพ

$Y_6$  = ความพึงพอใจของชุมชนด้านการบริจาคเพื่อสาธารณประโยชน์

$X_1$  = ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กร

$X_2$  = ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านทรัพยากร

$X_3$  = ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการมีส่วนร่วม

$X_4$  = ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม

$X_5$  = ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านกิจกรรม CSR กับชุมชน

$X_6$  = ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม

$e$  = ค่าความคลาดเคลื่อน

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบธุรกิจยางพารา กรณีศึกษา บริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด(มหาชน) สาขาตรัง ซึ่งผู้วิจัยมีรูปแบบการศึกษาคือเป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพหรือแบบผสมผสาน (Mixed Method) ซึ่ง 2 ส่วนดังกล่าว คือ ส่วนที่หนึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารและผู้รับผิดชอบโดยตรงด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง ส่วนที่สอง เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวม ดังกล่าวไว้ในบทที่ 3 ว่าด้วยระเบียบวิธีวิจัยแล้วนั้น

ผู้วิจัยจึงสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

- การวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยเชิงคุณภาพจะสรุปผลของการสัมภาษณ์จากผู้บริหารและผู้รับผิดชอบโดยตรงด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน)สาขาตรัง
- การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ที่จะใช้คือ (1) การวิเคราะห์ที่ใช้สถิติเบื้องต้น ในการแจกแจงความถี่ และคำนวณค่าสถิติเบื้องต้น (2) การวิเคราะห์เปรียบเทียบเกี่ยวกับค่าเฉลี่ยของข้อมูล ได้แก่การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว

#### 4.1 ผลการวิจัยสัมภาษณ์เชิงคุณภาพ

4.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ ประกอบไปด้วยผู้บริหารระดับสูง 4 ท่าน เป็นผู้ชาย 3 ท่าน ผู้หญิง 1 ท่าน และในส่วนของผู้รับผิดชอบโดยตรงด้านความรับผิดชอบต่อสังคม 1 ท่าน รวมทั้งหมด 5 ท่าน ทุกท่านมีช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป

4.1.2 ส่วนคำถามทั่วไป สรุปบทสัมภาษณ์ได้ดังนี้

4.1.2.1 ความรับผิดชอบต่อสังคมในความเข้าใจของผู้บริหาร คือ การดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการบูรณาการที่สามารถอยู่ร่วมกับสังคม โดยพิจารณาถึงสิ่งแวดล้อมและผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นนำมาซึ่งการบริหารจัดการต่างๆร่วมกับชุมชนและมีส่วนในการสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน

4.1.2.2 บริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง ต้องมีการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเพราะ นอกจากเหตุผลหลักที่เป็นนโยบายของบริษัทที่ต้องการที่จะให้บริษัทฯ อยู่คู่กับชุมชนและดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน เพราะบริษัทฯ เป็นส่วนหนึ่งของสังคมที่ต้องมีความสัมพันธ์ต่อกัน ที่ประกอบไปด้วย พนักงานในบริษัทฯ คนในชุมชน คนทั่วไป ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อย่างไรก็ตามมีท่านหนึ่งมีความเห็นว่าการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมจะเป็นเกราะป้องกันในเรื่องการจัดการสิ่งแวดล้อมผลกระทบที่บริษัทสร้างขึ้น ลดข้อขัดแย้งได้

4.1.2.3 ชุมชนมีบทบาทและมีผลต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรังหรือไม่อย่างไร โดยสรุป คือ การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมบริษัทฯ จะทำฝ่ายเดียวไม่ได้ เพราะจะขาดการบูรณาการไม่เกิดความยั่งยืนอย่างแท้จริง บทบาทของชุมชนที่เห็นได้ชัดเรื่องการสะท้อนให้ทางบริษัทฯ ทราบในผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่รวดเร็ว เนื่องจากบริษัทฯ ก่อตั้งมากกว่า 30 ปี ชุมชนค่อยๆ หนาแน่นขึ้น การอยู่ร่วมกัน การเกื้อหนุนกัน จึงเห็นได้ชัดแม้กระทั่งพนักงานส่วนหนึ่งก็เป็นคนในชุมชน ฉะนั้นชุมชนในรัศมี 5 กิโลเมตรจึงเป็นชุมชนเป้าหมายหลักในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

4.1.2.4 บริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรังได้รับประโยชน์จากการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างไรบ้าง โดยสรุป คือ เนื่องจากบริษัทฯ เป็นบริษัทที่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์ นอกจากเป็นนโยบายที่สำคัญและจำเป็น ประโยชน์ที่บริษัทฯ ได้รับโดยตรงได้แก่ ความเข้าใจของชุมชนได้แลกเปลี่ยนข้อมูลและความร่วมมือในทุกๆ ด้าน ได้ช่วยเหลือและเสริมสร้างเศรษฐกิจทางหนึ่งให้กับชุมชน บ่มเพาะความรู้สึกรักให้และเสริมสร้างความสามัคคีภายในบริษัทฯ และช่วยสร้างสานสัมพันธ์ที่ติดขัดขัดแย้งที่อาจจะเกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจได้

4.1.2.5 ภาพลักษณ์โดยรวมด้าน CSR ของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรังในความคิดของผู้บริหารเป็นอย่างไร โดยสรุป คือ ได้รับการตอบรับที่ดีทั้งพนักงานและชุมชนรอบข้างและมีการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในระยะเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมาที่เป็นรูปธรรมชัดเจนยิ่งขึ้นทั้งในแง่ความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทำให้เกิดความรู้สึกรักภูมิใจและอยากให้การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเติบโตขึ้นไปอีก ทางโรงงานยังเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้าถึงภายในรั้วโรงงานมากขึ้นสร้างภาพลักษณ์ ในการ Connection และ Feedback ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

4.1.2.6 สภาพทางเศรษฐกิจส่งผลต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรังหรือไม่ โดยสรุป คือ ความเห็นส่วนใหญ่ บริษัทฯ มีการวางแผนงานมีการวางแผนงบประมาณในการดำเนินกิจกรรมที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจอยู่แล้ว การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมจึงยังดำเนินได้ตามปกติ จึงไม่มีผลกระทบ ใดๆ ก็ตามมีความเห็นจากบางท่านถึงความจำเป็นในการปรับหรือลดกิจกรรมตามลำดับความสำคัญโดยยึดผลประโยชน์ของชุมชนเป็นหลักไม่ให้เกิดขาดหายไปเลยจนขาดความต่อเนื่อง

4.1.2.7 กฎหมาย ระเบียบข้อบังคับต่างๆ ทั้งจากหน่วยงานราชการทุกภาคส่วนที่มีผลต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง หรือไม่อย่างไร โดยสรุปคือ กฎหมายไม่ได้มีผลโดยตรงในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม เพราะการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมมุ่งเน้นการเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน ซึ่งกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ ของหน่วยงานราชการเป็นเพียงส่วนหนึ่งที่เข้ามาประกอบกัน เป็นการเสริมให้กับบริษัทฯ ในหลายด้าน ได้แก่ การเปิดโอกาสให้มีการปรับปรุงแก้ไขให้สอดคล้องตามกฎหมาย เสริมให้ผู้รับผิดชอบโดยตรงด้านความรับผิดชอบต่อสังคมสามารถนำไปสื่อสารกับผู้บริหารในการตัดสินใจได้ง่าย

ขึ้น สิ่งที่น่าสนใจของบริษัทฯ ในด้านนี้คือมีทีมกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะที่คอยถ่วงดุลความสอดคล้องในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจอย่างเป็นรูปธรรม

4.1.3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม สรุปบทสัมภาษณ์ได้ดังนี้

#### ด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กร

4.1.3.1 บริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรังมีนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมหรือไม่และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยสรุปคือ มีการประกาศนโยบายที่ชัดเจนจากสำนักงานใหญ่เป็นกรอบปฏิบัติตามแนวนโยบาย “Green Rubber Company” สนับสนุนกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมผ่านการจัดสรรงบประมาณและโครงการต่างๆ

4.1.3.2 บริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรังมีแนวทางและแผนการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมหรือไม่และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยสรุปคือ มีแผนและกรอบในการดำเนินกิจกรรมที่ชัดเจน ซึ่งเป็นแผนงานทั้งปีและยังมีสำนักงานใหญ่คอยให้ความช่วยเหลือและคอยอำนวยความสะดวกซึ่งส่งผลให้การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมดำเนินไปอย่างราบรื่น

4.1.3.3 การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรังบรรลุวัตถุประสงค์และสอดคล้องกับนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมหรือไม่และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยสรุป คือ บรรลุวัตถุประสงค์เพราะกิจกรรมที่จัดทุกครั้งได้รับการตอบรับทั้งจากหน่วยงานราชการและภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมซึ่งถือเป็นดัชนีชี้วัดได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตามมีบางท่านมองว่าสำเร็จ 60% ที่เหลือต้องให้ชุมชนเป็นคนตอบด้วย แต่ใน 2-3 ปีที่ผ่านมาสาขาตรังดำเนินกิจกรรมด้านนี้ได้ดี

4.1.3.4 ภาพลักษณ์ของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรังสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ในบริบทของ “บริษัทศรีตรังเป็นองค์กรแห่งยางสีเขียว (Green Rubber Company)”หรือไม่อย่างไรส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยสรุปคือ สอดคล้อง องค์กรแห่งยางสีเขียวมีหลายกระบวนการตั้งแต่การสรรหาวัตถุดิบ กระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ รวมถึงตัวบริษัทฯ เช่นในกระบวนการผลิตก็มีการดำเนินธุรกิจให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม กระบวนการสรรหา ก็ให้ความเป็นธรรมกับลูกค้า โปร่งใสตรวจสอบได้เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ก็มีข้อเสนอในการสร้างภาพลักษณ์ให้ภายนอกรับรู้ถึงความเป็นองค์กรแห่งยางสีเขียวให้มากขึ้นอีก

4.1.3.5 บริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง ประสบความสำเร็จในด้านการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมหรือไม่และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยสรุปคือ สำเร็จเพราะได้รับการตอบรับที่ดีจากทั้งชุมชนและหน่วยงานราชการ และมองว่าในแต่ละปีจะมีกิจกรรมที่เพิ่มขึ้นและชัดเจนเป็นรูปธรรม ผลได้ที่ตามมานอกจากข้อร้องเรียนที่ลดลงและมีแนวโน้มดีขึ้นโดยเฉพาะประเด็นที่ชุมชนเข้าใจการทำงานของบริษัทฯ มากขึ้น มี



การ Feedback กลับมาหรือบอกกล่าว ก่อนที่ปัญหาจะลุกลาม ทำให้สามารถรับรู้และแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว

สรุปความเห็นของผู้บริหารและผู้รับผิดชอบโดยตรงด้านความรับผิดชอบต่อสังคมต่อปัจจัยด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กร บริษัทฯ ยึดถือนโยบาย Green Rubber Company “องค์กรแห่งสีเขียว” เป็นแม่บทในการวางแผนกำกับดูแลกิจการของบริษัท ภาพลักษณ์ของบริษัทแสดงออกผ่านนโยบาย Green Rubber Company

#### ด้านทรัพยากร

4.1.3.6 บริษัท ศรีตรังแอกโรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรังมีบุคลากรที่ดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเพียงพอและมีความรู้ความสามารถต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมหรือไม่และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยสรุปคือเพียงพอและมีความรู้ความสามารถทำให้โครงการต่างๆ สามารถดำเนินไปได้ด้วยดี ได้ตามเป้าหมาย และยังมีบุคลากรจากสำนักงานใหญ่คอยให้การสนับสนุน และมีบุคคลกรที่สามารถประสานงานได้กับทุกภาคส่วน มีข้อเสนอให้บุคลากรภายในบริษัทมีส่วนร่วมเพิ่มขึ้นแม้ว่าต้องทำงานประจำควบคู่ไป เพื่อเสริมสร้างภาคการมีส่วนร่วมเพิ่มขึ้น

4.1.3.7 ผู้บริหารได้ให้ความสำคัญและสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมหรือไม่และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยสรุปคือผู้บริหารทุกคนให้ความสำคัญในสองมุมมอง ได้แก่ มุมมองการอนุมัติตามแผน สนับสนุนแผนและเข้ามามีส่วนร่วมตามความเหมาะสมของเวลาและสถานะการณ์ อีกมุมมองคือการติดตามผลสัมฤทธิ์ ติดตามการรายงานสรุปผล ผู้บริหารใช้กิจกรรมในการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นส่วนหนึ่งในการหล่อหลอมพนักงานในองค์กรให้เป็นหนึ่งเดียวทำให้กิจกรรมดำเนินไปได้อย่างยั่งยืนต่อไป

4.1.3.8 งบประมาณในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ศรีตรังแอกโรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรังมีความเพียงพอหรือไม่และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยสรุปคือ ในส่วนของงบประมาณด้วยสภาพทางเศรษฐกิจมีผลกระทบอยู่บ้าง ในส่วนของสาขาได้พยายามบริหารจัดการงบประมาณที่อยู่อย่างจำกัดของกรอบงบประมาณที่อนุมัติตั้งแต่ต้นปีให้เกิดประโยชน์มากที่สุดต่อสังคม งบประมาณเพียงพอเหมาะสมตามหมวดหมู่และประเภทที่วางไว้จากสำนักงานใหญ่ทุกครั้งที่มีการจัดกิจกรรมไม่ได้ติดขัดปัญหายังสามารถดำเนินไปได้ด้วยดี

4.1.3.9 งบประมาณในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ศรีตรังแอกโรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรังมีการจัดสรรได้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของบริษัทหรือไม่และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยสรุปคือ สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมเพราะกระจายไปในหลายๆกิจกรรม ไม่นั่นไปที่กิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง ซึ่งตรงกับความต้องการของชุมชนรอบข้าง อย่างไรก็ตามผู้บริหารบางท่านให้ข้อคิดเห็นเรื่องการจัดสรรงบประมาณตาม

กำลังการผลิตอาจไม่ตรงกับความต้องการหรือเพียงพอ ควรพิจารณาเนื้องานและสภาพที่ตามที่เกิดขึ้นจริงของปีก่อนๆมาพิจารณาประกอบด้วย

4.1.3.10 วัสดุอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง มีความเหมาะสมเพียงพอหรือไม่และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยสรุปคือ ในส่วนของเครื่องมือและอุปกรณ์นอกจากมาจากส่วนของสาขาเองก็ยังได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานใหญ่ที่มีฝ่ายดูแลด้านความรับผิดชอบต่อสังคมโดยตรงซึ่งในทุกครั้งที่มีการจัดกิจกรรมใดๆ รูปแบบและอุปกรณ์ที่เป็น การสื่อสารโดยตรงจะถูกออกแบบจากทีมแบรนด์ดิ้ง ทำให้กิจกรรมของสาขาที่มีความน่าสนใจมากขึ้นด้วย อย่างไรก็ตามก็มีข้อเสนอที่เห็นควรให้สาขาสร้างเครื่องมืออุปกรณ์เป็นของตัวเองเพราะการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมยังมีความจำเป็นที่ต้องทำต่อเนื่องในปีต่อไป

4.1.3.11 สถานที่วันและเวลาในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง มีความสอดคล้องและเหมาะสมหรือไม่และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยสรุปคือ มีความสอดคล้องภายใต้การพิจารณา ทั้งวัน เวลาและสถานที่ เพราะมีผลต่อบุคลากรของบริษัทฯ ที่จะได้เข้าไปมีส่วนร่วม เช่น คำนึงถึงฤดูกาลผลิต ความสะดวกของภาคส่วนอื่น จึงได้มีการวางแผนการประชุมร่วมกับชุมชนก่อนจัดกิจกรรมใดๆ และพยายามเปิดโอกาสให้ชุมชนสามารถเข้ามาภายในบริษัทได้ โดยนำกิจกรรมบางอย่างมาจัดในพื้นที่ของบริษัทฯ

4.1.3.12 บริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง มีมาตรฐานและรูปแบบในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมหรือไม่และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยสรุปคือ มีรูปแบบที่กำหนดชัดเจนเป็นมาตรฐานในรูปแบบโครงสร้าง วัตถุประสงค์งบประมาณ วิธีการ จัดให้มีแผนปฏิทินเป็นรายปี ถูกกำหนดด้วยผู้ที่มีความชำนาญ มีกรอบโครงสร้างหลักให้แต่ละสาขาปฏิบัติที่ชัดเจน

4.1.3.13 มีการติดตามตรวจสอบและประเมินผลเพื่อนำมาสู่การปรับปรุงพัฒนาหลังการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมหรือไม่และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยสรุปคือ ในทุกๆกิจกรรมที่เราดำเนินการอยู่นั้น มีการสำรวจความพึงพอใจ มีการรับฟังความคิดเห็นจากผู้ร่วมกิจกรรม ทั้งผู้นำชุมชน หน่วยงานราชการ เพื่อนำมาวิเคราะห์ปัญหาและเพื่อเป็นข้อมูลในการปรับปรุงในการทำกิจกรรมครั้งต่อไปหรือในปีถัดไป ซึ่งมีการติดตามและรายงานผลไปประมวลภาพรวมไปยังส่วนกลางด้วย

4.1.3.14 บริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง มีการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยความโปร่งใสและเป็นธรรมหรือไม่และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม โดยสรุปคือ ในส่วนของด้านความโปร่งใสและเป็นธรรม บริษัทฯ ที่จดทะเบียนอยู่ในตลาดหลักทรัพย์ นอกจากนโยบายในการทำกิจกรรม CSR แล้วยังมีการดูแลในส่วนของผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งชุมชน พนักงาน เปิดโอกาสให้มีการตรวจสอบติดตามรับฟังความคิดเห็น สามารถเสนอแนะได้

กลุ่มบริษัทศรีตรัง เป็นองค์กรใหญ่ เรื่องความโปร่งใสจึงเป็นหนึ่งในค่านิยมองค์กรที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก

4.1.3.15 ครัวเรือนที่อยู่ใกล้กับบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดและมีโอกาสเข้าร่วมการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมมากกว่า ครัวเรือนที่ไกลออกไปตามลำดับหรือไม่และมีผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยสรุปคือ มีความเห็นเป็น 2 ส่วน ส่วนหนึ่งมองว่าไม่มีผลเพราะในการทำกิจกรรมก็มีการกระจายกิจกรรมไปได้ทุกชุมชนไม่ได้ยึดติดว่าต้องเป็นชุมชนรอบโรงงานเท่านั้น จึงมีโอกาستهاเทียบกัน อีกส่วนหนึ่งมองว่ามีโอกาสที่จะได้รับการเข้าร่วมมากกว่าและมีจำนวนไม่น้อยที่ทำงานกับบริษัทฯ ยิ่งอยู่ใกล้ย่อมมีโอกาสมากกว่าครัวเรือนที่อยู่ไกลออกไป

4.1.3.16 ครัวเรือนที่อยู่ใกล้บริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง จะได้รับการดูแลแก้ไขกรณีเกิดมลภาวะก่อนครัวเรือนที่อยู่ไกลออกไปหรือไม่และมีผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยสรุปคือ สำหรับคนที่ได้รับผลกระทบบริษัทฯ จะต้องดูแลทั้งหมด แต่สำหรับเรื่องมลภาวะที่อาจจะเกิดขึ้นครัวเรือนที่อยู่ใกล้ย่อมสัมผัสหรือได้รับผลกระทบก่อน จะมีการสำรวจและเข้าถึงในการแก้ปัญหา ก่อน สุดท้ายก็ต้องดูแลให้ครอบคลุมอย่างเท่าเทียมกัน และทั่วถึง

4.1.3.17 ความสัมพันธ์ที่ดีกับบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรังเกิดขึ้นได้กับครัวเรือนที่อาศัยอยู่เป็นระยะเวลานานหรือไม่และมีผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยสรุปคือ แบ่งความเห็นเป็นสองส่วน ส่วนแรกมองว่าระยะเวลาอยู่นานหรือเพิ่งมาอยู่ไม่ใช่ประเด็นที่สำคัญถือว่าเป็นคนในชุมชนเหมือนกัน อีกส่วนหนึ่งคนที่อยู่มานานมักจะคุ้นชินและคุ้นเคยกับคนในบริษัทฯ มากกว่า คนที่มาอยู่อาศัยใหม่จะเข้าใจในบริษัทน้อยกว่า เพราะไม่เห็นความเปลี่ยนแปลงแต่ละระยะช่วงเวลาจึงขาดความเข้าใจมากกว่าคนที่อยู่มานานกว่า

4.1.3.18 ครัวเรือนที่พำนักอยู่ในชุมชนมานานมีอิทธิพลต่อการปรับปรุงพัฒนาการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมหรือไม่และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยสรุปคือ มีคนที่อยู่มานานเป็นคนเก่าแก่ความสัมพันธ์ย่อมมีมากกว่าคนที่เพิ่งมาอยู่ใหม่ ซึ่งอาจเป็นหัวเรี่ยวหัวแรงในการที่เป็นผู้นำในการคุยทำความเข้าใจกับเพื่อนบ้านหรือทีมงานได้ดี อย่างไรก็ตามมีบางท่านมองว่าไม่มีผลเพราะในการจัดกิจกรรมไม่ได้เจาะจงว่าครัวเรือนที่อยู่มานานก็จะมี การกระจายกิจกรรมอย่างทั่วถึง

สรุปความเห็นของผู้บริหารและผู้รับผิดชอบโดยตรงด้านความรับผิดชอบต่อสังคมต่อปัจจัยด้านทรัพยากร บริษัทมีความพร้อมด้านการบริหารทรัพยากรทั้งด้านบุคลากรด้านความรับผิดชอบต่อสังคมงบประมาณที่มีแผนอนุมัติประจำปี วัสดุอุปกรณ์สถานที่ก็พร้อมเปิดบ้าน มีรูปแบบและโครงสร้างแผนงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่ชัดเจนและมีหน่วยงานกลางด้าน Sustainability คอยสนับสนุน

### ด้านการมีส่วนร่วม

4.1.3.19 พนักงานของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง ได้ให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมหรือไม่และมีผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยสรุปคือ พนักงานให้ความร่วมมืออย่างเต็มที่ ทำให้กิจกรรมสามารถดำเนินไปได้ตามวัตถุประสงค์ในส่วนที่พนักงานก็ชอบที่ได้ร่วมทำกิจกรรมเพราะเป็นการช่วยเหลือคนอื่น มีความพร้อมเพรียงกันเป็นปัจจัยหลักในการดำเนินกิจกรรมร่วมกัน โดยจะมีการแบ่งเป็นทีมในการทำกิจกรรมอย่างชัดเจน

4.1.3.20 บริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง เปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมหรือไม่และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยสรุปคือ ก่อนเราจะดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม บริษัทฯ ได้ทำการสำรวจชุมชนมาก่อนอันดับแรก ก็จะมีการประชุมที่จัดกันทุกสามเดือน มีแนวทางของโครงการที่เกิดจากบริษัทฯเองและจากที่ชุมชนจัดกันเอง มาประชุมร่วมกันเพื่อให้ตรงเป้าหมายตรงความต้องการของชุมชน

สรุปความเห็นของผู้บริหารและผู้รับผิดชอบโดยตรงด้านความรับผิดชอบต่อสังคมต่อปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม บริษัทมีการเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมผ่านผู้นำและสมาชิกของชุมชนทั้ง 5 ชุมชน มีการติดต่อสื่อสารประสานงานอย่างรวดเร็วระหว่างบริษัทฯ กับชุมชน มีการกำหนดกิจกรรมร่วมกันและพึ่งพาอาศัยกัน

### ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม

4.1.3.21 บริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง มีนโยบายด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมหรือไม่และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยสรุปคือ มีนโยบายที่ชัดเจน ทั้งระบบมาตรฐานการจัดการ ISO14001 ที่มีการตรวจประเมินและผ่านการรับรองทุกปี ด้านนโยบายที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมเรามีประกาศชัดเจนภายใต้นโยบาย Green Rubber Company ซึ่งดำเนินกิจกรรมโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเป็นหลักทั้งในด้านมลพิษด้านกลิ่น น้ำเสีย ซึ่งเป็นปัจจัยเหล่านี้เป็นของคู่กันกับธุรกิจยางธรรมชาติ

4.1.3.22 ผู้บริหารและพนักงานตระหนักและมีจิตสำนึกในเรื่องสิ่งแวดล้อมที่อาจจะส่งผลเสียต่อองค์กรหรือไม่และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยสรุปคือ ในส่วนของความตระหนักและจิตสำนึกในเรื่องของสิ่งแวดล้อมเราก็มีการพยายามประชาสัมพันธ์ของบริษัทฯโดยเริ่มที่ตัวพนักงานเองในการที่จะปฏิบัติให้สอดคล้องกับนโยบายของผู้บริหารในการที่จะดำรงรักษาไว้ในเรื่องของผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเริ่มจากการรับผิดชอบต่อหน้าที่ของตนเอง ด้านสิ่งแวดล้อมก็ลดความเสี่ยงได้ เป็นความตระหนักที่จะไม่เหมินเฉย ซึ่งเป็นการป้องกันการลุกลามเป็นเรื่องใหญ่ เมื่อเกิดผลกระทบจากจุดเล็กๆ ที่เราจะแก้ปัญหาได้ทันท่วงที ซึ่งถ้าเราไม่ตระหนักก็จะกลายเป็นเรื่องใหญ่มีผลตามมาอีกมากมาย

4.1.3.23 บริษัทได้ใช้ทรัพยากรอย่างเพียงพอเพื่อใช้ในการรักษาสิ่งแวดล้อมหรือไม่และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยสรุปคือ บริษัทฯ มีงบประมาณในการควบคุมการใช้ทรัพยากรต่างๆให้อยู่ในความเหมาะสมของมันไม่ว่าจะเป็นเรื่องการใช้ น้ำ ไฟฟ้า เชื้อเพลิง เป็นต้น การควบคุมการใช้ต่างๆ การลดของเสียจากกระบวนการผลิต บริษัทฯ มีหน่วยงาน Sustainability (ฝ่ายความยั่งยืน) มีนโยบายในการปกป้องสิ่งแวดล้อมโดยรวมจากโครงการ ลด ละ เลิก ขยะและถุงพลาสติก ระบบบำบัดน้ำเสียก็ได้มีการลงทุนให้ทันสมัย เพื่อปกป้องชุมชนเป็นหลัก จากผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้น

4.1.3.24 บริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง เปิดเผยและเผยแพร่นโยบายสิ่งแวดล้อมอย่างเพียงพอหรือไม่และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยสรุปคือ ในส่วนของนโยบายสิ่งแวดล้อมบริษัทฯ ได้มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ทั้งทางด้านสื่อและสิ่งพิมพ์มากมายเพื่อที่จะเป็นการสื่อสารภาพลักษณ์ขององค์กรให้เป็นที่ยอมรับ โดยเฉพาะบริษัท ศรีตรังเป็นบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ จะเป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้นักลงทุนมีความเชื่อมั่นในธุรกิจ ส่วนของ บริษัทศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรังมีการติดป้ายสื่อสารหน้าโรงงาน มีการจัดทำแผ่นพับสื่อสารด้านสิ่งแวดล้อมให้กับชุมชน หน่วยงานราชการ ลูกค้า และมีการส่งข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมให้กับลูกค้าทราบปีละ 1 ครั้งเป็นอย่างน้อย

สรุปความเห็นของผู้บริหารและผู้รับผิดชอบโดยตรงด้านความรับผิดชอบต่อสังคมต่อปัจจัยด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม นอกจากนโยบาย Green Rubber Company บริษัทมีระบบบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมที่เป็นมาตรฐานสากลมาใช้ คือ ระบบ ISO14001 คือ มาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environment management System) ที่ได้รับการยอมรับมากที่สุดจากหน่วยงานองค์กรทั่วโลก มีวัตถุประสงค์เพื่อให้องค์กรมีความตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการสิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์พลังงาน การนำพลังงานทดแทนหรือธรรมชาติมาใช้หมุนเวียน เพื่อให้เกิดการพัฒนาสิ่งแวดล้อมควบคู่กับการพัฒนาธุรกิจ โดยมุ่งเน้นในการป้องกันมลพิษและรักษาสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก

#### ด้านกิจกรรม CSR กับชุมชน

4.1.3.25 บริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรังได้เข้าร่วมกิจกรรมกับชุมชนอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องหรือไม่และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยสรุปคือ ในส่วนของการเข้าร่วมกิจกรรมกับชุมชน มีการดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง เป็นโครงการมาจากภาครัฐบ้าง ในชุมชนบ้าง โดยได้มีการติดต่อในการขอความช่วยเหลือในเรื่องของบุคลากรหรือทรัพยากรไปช่วยในการดำเนินกิจกรรมและผู้บริหารก็ให้การสนับสนุนอย่างเต็มที่

4.1.3.26 มีการกำหนดกิจกรรมกับชุมชนได้อย่างสอดคล้องและตรงกับความต้องการหรือไม่และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยสรุปคือ สอดคล้องอย่างยิ่งเพราะบริษัทฯ มีการจัดให้มีการประชุมทุก 3 เดือนกับผู้นำชุมชนในกิจกรรมต่างๆ ทั้งในส่วนที่บริษัทฯ นำเสนอและที่ ชุมชนนำเสนอ แล้วพิจารณาตามความเหมาะสม จึงนำไปวางแผนในการดำเนิน

กิจกรรม ลักษณะความสอดคล้องก็ตรงกับเทศกาลต่างๆ และเพิ่มกิจกรรมพิเศษเข้าไป นำกิจกรรมต่างๆ มาจัดลำดับความสำคัญเพราะความต้องการของชุมชนอาจมีหลากหลาย บริษัทฯ ก็พยายามทำให้ตอบ โจทย์ในทุกๆ ข้ออย่างเหมาะสม

4.1.3.27 กิจกรรมกับชุมชนได้มีการสื่อสารประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึงหรือไม่ และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยสรุปคือ บริษัทฯ ได้มีการ ประชาสัมพันธ์ให้กับชุมชนได้รับทราบ มีการติดป้ายประชาสัมพันธ์ มีการส่งข้อมูลข่าวสารทั้งในด้าน กิจกรรมของตัวบริษัทฯ เองให้กับชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่องช่องการสื่อสารมีช่องทางไลน์ เป็นกลุ่มที่ไว้คอยเชื่อมโยงกับชุมชนสำหรับการนัดหมายต่างๆ อย่างเป็นรูปธรรม อย่างไรก็ตามบางท่านคิดว่า การสื่อสารจากคนสู่คน ยังไม่มั่นใจในการกระจายข่าวต่อก็ได้

สรุปความเห็นของผู้บริหารและผู้รับผิดชอบโดยตรงด้านความรับผิดชอบต่อสังคมต่อปัจจัยด้าน กิจกรรม CSR กับชุมชน บริษัทฯ มีการกำหนดกิจกรรม CSR กับชุมชนล่วงหน้าผ่านงบประมาณประจำปีซึ่ง ทุกกิจกรรมหรือโครงการมีทั้งโครงการที่บริษัทฯ กำหนดเอง กิจกรรมที่ชุมชนร้องขอ และส่วนใหญ่เป็น กิจกรรมที่กำหนดหรือขอความเห็นชอบร่วมกันกับชุมชน เพื่อความต่อเนื่องและยั่งยืนผ่านการประชุมกับ ชุมชนทุก 3 เดือนทั้งในและนอกสถานที่

#### ด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องสิ่งแวดล้อม

4.1.3.28 กฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมมีผลต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรังหรือไม่และส่งผลอย่างไรต่อการ ดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม โดยสรุปคือ กฎหมายเป็นสิ่งที่จะทำให้ดีขึ้นและสอดคล้อง กฎหมายด้าน สิ่งแวดล้อมเรื่องกลิ่นเป็นกฎหมายฉบับล่าสุดยังมองว่าส่วนรัฐเองยังไม่พร้อมมากนัก สิ่งหนึ่งที่บริษัทฯ ทำ มาก่อนแล้ว การระงับอย่างใกล้ชิดซึ่งผู้ตรวจวัดยังหายากและมีจำนวนน้อย บริษัทฯ ไม่ได้กังวลเรื่องการ ตรวจวัดเพราะมีการป้องกันเรื่องนี้กับชุมชนอย่างเต็มที่ แต่จะมีผลกระทบกับบริษัทมากในกรณีที่ตรวจวัด ค่าแล้วไม่ผ่าน

4.1.3.29 ผู้บริหารให้ความสำคัญในการปฏิบัติให้สอดคล้องตามกฎหมายหรือไม่ และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยสรุปคือ ให้ความสำคัญเป็นลำดับที่ หนึ่งในเรื่องของความถูกต้องและสอดคล้องกับกฎหมาย มีการประเมินกฎหมายและปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้ สอดคล้องในทันที สำหรับกฎหมายทุกๆ ฉบับที่ออกมาไม่ว่าจะเป็นด้านสิ่งแวดล้อมหรือด้านไหน ก็ตาม ผู้บริหารให้ความสำคัญมากและมีหน่วยงานที่จะคอยตรวจสอบสำหรับกฎหมายใหม่ๆ ที่จะออกมา คอย กำกับดูแลอย่างชัดเจน

4.1.3.30 กฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมทำให้มีการปรับกลยุทธ์และนโยบายในการ ดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง หรือไม่และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยสรุปคือ ในเรื่องกลยุทธ์และ นโยบายด้านการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมสามารถปรับเปลี่ยนได้ อาจมีบางประเด็นที่ บริษัทฯ ต้องศึกษาเพิ่มเติมและทำให้รัดกุมมากยิ่งขึ้น โดยปกติแล้ว กฎหมายตามพระราชบัญญัติโรงงาน

ทางบริษัทฯ ก็ปฏิบัติตามข้อตกลงอยู่แล้ว และพยายามดำเนินกิจกรรมทุกกิจกรรมไม่ให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนทั้งโดยรอบโรงงานและชุมชนในภาพกว้าง ทางผู้บริหารมั่นใจว่าสามารถที่จะดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมได้โดยไม่มีความขัดแย้งกับตัวบทกฎหมายอย่างแน่นอน

สรุปความเห็นของผู้บริหารและผู้รับผิดชอบโดยตรงด้านความรับผิดชอบต่อสังคมต่อปัจจัยด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม ผู้บริหารมีความตั้งใจที่จะบริหารงานให้สอดคล้องกับกฎหมาย แต่ก็ยังมีข้อกังวลในเรื่องการบังคับใช้กฎหมายทั้งด้านงบประมาณในการลงทุนและวิธีการปฏิบัติ แต่มองว่ากฎหมายจะทำให้มีผลดีต่อบริษัทฯ ในการเพิ่มความระมัดระวังกับการบริหารธุรกิจไม่ให้เกิดผลกระทบต่อชุมชน

## 4.2 ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ

### 4.2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

#### 4.2.1.1 ข้อมูลทั่วไปของประชากร

ผลการวิจัยพบว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาจากชุมชนบางรัก 1 จำนวน 112 คน คิดเป็น 33.3% ชุมชนบางรัก 2 จำนวน 57 คน คิดเป็น 16.9% ชุมชนบางรัก 3 จำนวน 51 คน คิดเป็น 15.1% ชุมชนบางรัก 4 จำนวน 38 คน คิดเป็น 11.3% และ ชุมชนบ้านสะพานช้าง จำนวน 79 คนคิดเป็น 23.4% รายละเอียดดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ความถี่และร้อยละของประชากร

		Frequency	percent
ชุมชน	ชุมชนบางรัก1	112	33.3
	ชุมชนบางรัก2	57	16.9
	ชุมชนบางรัก3	51	15.1
	ชุมชนบางรัก4	38	11.3
	ชุมชนบ้านสะพานช้าง	79	23.4
รวม		337	100.0

#### 4.2.1.2 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิจัยพบว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 174 คน คิดเป็น 51.6% เพศชาย จำนวน 163 คนคิดเป็น 48.4% รายละเอียดดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 ความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

		Frequency	percent
เพศ	ชาย	163	48.4
	หญิง	174	51.6
รวม		337	100.0

ผลการวิจัยพบว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จำแนกตามอายุ ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี จำนวน 89 คน คิดเป็น 26.4% อายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 83 คน คิดเป็น 24.6% อายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 70 คน คิดเป็น 20.8% อายุมากกว่า 61 ปี จำนวน 48 คน คิดเป็น 14.2% อายุ 21-30 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็น 11.9% น้อยที่สุด อายุน้อยกว่า 20 ปี จำนวน 7 ปี คิดเป็น 2.1% รายละเอียดดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 ความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

		Frequency	percent
อายุ	< 20 ปี	7	2.1
	21-30 ปี	40	11.9
	31-40 ปี	70	20.8
	41-50 ปี	83	24.6
	51-60 ปี	89	26.4
	> 61 ปี	48	14.2
รวม		337	100.0

ผลการวิจัยพบว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างแยกตามอาชีพ ส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้าง จำนวน 117 คน คิดเป็น 34.7% อาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 56 คน คิดเป็น 16.6% อาชีพเกษตรกร จำนวน 54 คน คิดเป็น 16% อาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 39 คน คิดเป็น 11.6% อาชีพข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ จำนวน 36 คน คิดเป็น 10.7% และอาชีพอื่นๆ จำนวน 35 คน คิดเป็น 10.4% รายละเอียดดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 ความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ



		Frequency	percent
อาชีพ	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	36	10.7
	เกษตรกร	54	16.0
	พนักงานบริษัท	39	11.6
	ธุรกิจส่วนตัว	56	16.6
	รับจ้าง	117	34.7
	อื่นๆ	35	10.4
รวม		337	100.0

ผลการวิจัยพบว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 112 คน คิดเป็น 33.2% ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวช. จำนวน 80 คน คิดเป็น 23.8% ระดับประถมศึกษา จำนวน 51 คน คิดเป็น 15.1% ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น 49 คน คิดเป็น 14.5% ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 19 คน คิดเป็น 5.6% ระดับอนุปริญญาและปวส. จำนวน 14 คน คิดเป็น 4.2% ไม่ได้รับการศึกษา จำนวน 12 คน คิดเป็น 3.6% รายละเอียดดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 ความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา

		Frequency	percent
การศึกษา	ไม่ได้รับการศึกษา	12	3.6
	ประถมศึกษา	51	15.1
	มัธยมศึกษาตอนต้น	49	14.5
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	80	23.8
	อนุปริญญา/ปวส.	14	4.2
	ปริญญาตรี	112	33.2
	สูงกว่าปริญญาตรี	19	5.6
รวม		337	100.0

ผลการวิจัยพบว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ส่วนใหญ่ น้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 166 คน คิดเป็น 49.3% รายได้ 10,001-20,000 บาท จำนวน 138 คน คิดเป็น 40.9% รายได้ 20,001-30,000 บาท จำนวน 25 คน คิดเป็น 7.4% รายได้ 30,001-40,000 จำนวน 7 คน คิดเป็น 2.1% รายได้ 40,001-50,000 บาท จำนวน 1 คน คิดเป็น 0.3% รายละเอียดดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 ความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

		Frequency	percent
รายได้	<10,000 บาท	166	49.3
	10,001-20,000 บาท	138	40.9
	20,001-30,000 บาท	25	7.4
	30,001-40,000 บาท	7	2.1
	40,001-50,000 บาท	1	0.3
	>50,001 บาท	0	0.0
รวม		337	100.0

4.2.2 จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม และความพึงพอใจของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง พบว่า ปัจจัยด้านการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวมมีระดับการประเมินอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับเห็นด้วยมากทุกด้าน โดยด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ด้านทรัพยากรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ด้านการมีส่วนร่วมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ด้านกิจกรรม CSR กับชุมชนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 และด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ดังตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 ระดับการประเมินผลปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น	
		ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับการประเมิน
ด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กร	3.84	0.589	เห็นด้วยมาก
ด้านทรัพยากร	3.69	0.706	เห็นด้วยมาก
ด้านการมีส่วนร่วม	3.63	0.904	เห็นด้วยมาก
ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม	3.72	0.723	เห็นด้วยมาก
ด้านกิจกรรม CSR กับชุมชน	3.69	0.753	เห็นด้วยมาก
ด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม	3.72	0.723	เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.87	0.697	เห็นด้วยมาก

สำหรับระดับการประเมินความพึงพอใจพบว่า ความพึงพอใจของชุมชนโดยรวมมีระดับการประเมินอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากเกือบ

ทุกด้าน ยกเว้นด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 อยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านการยอมรับของชุมชนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 ด้านพัฒนาชุมชนและสังคมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 ด้านการส่งเสริมการศึกษา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 และด้านการบริจาคเพื่อสาธารณประโยชน์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 ระดับการประเมินผลความพึงพอใจของชุมชนรอบโรงงาน

ความพึงพอใจของชุมชน พึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความ
ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชน	3.41	0.786	ปานกลาง
ด้านการยอมรับของชุมชน	3.53	0.827	มาก
ด้านการพัฒนาชุมชนและสังคม	3.85	0.771	มาก
ด้านการส่งเสริมการศึกษา	3.89	0.730	มาก
ด้านส่งเสริมรายได้และอาชีพ	3.74	0.791	มาก
ด้านการบริจาคเพื่อสาธารณประโยชน์	3.83	0.794	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.93	0.724	มาก

#### 4.3 ผลการทดสอบยืนยันสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนโดยรวมของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

H1.1: ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กรมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนโดยรวมของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

H1.2: ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านทรัพยากรมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนโดยรวมของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

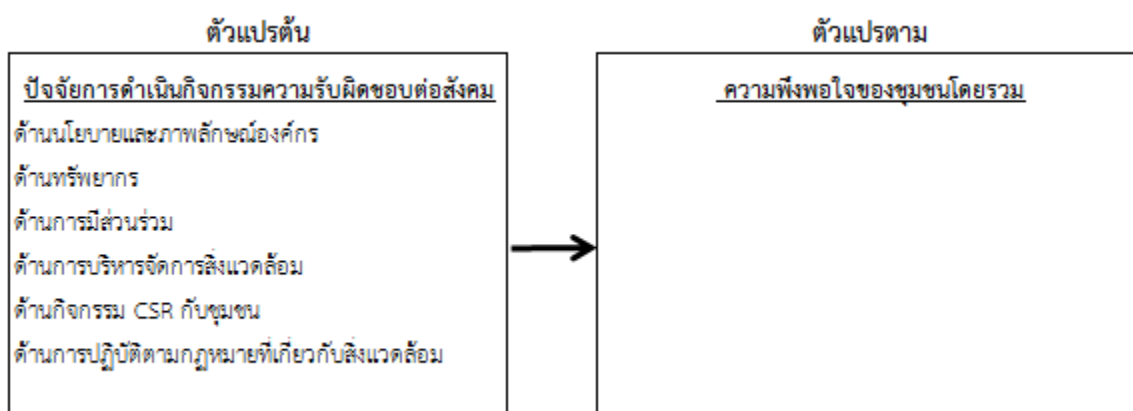
H1.3: ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการมีส่วนร่วมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนโดยรวมของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

H1.4: ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนโดยรวมของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

H1.5: ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านกิจกรรม CSR กับชุมชนมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนโดยรวมของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

H1.6: ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนโดยรวมของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง สรุปโดยภาพรวมตามภาพที่ 4.1

ภาพที่ 4.1 แสดงกรอบวิจัยปัจจัยด้านการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมต่อความพึงพอใจของชุมชนโดยรวม



สมมติฐานที่ 1 เมื่อใช้วิธี Stepwise ตัวแปรต้นที่ไม่มีความสัมพันธ์ถูกตัดออกไป 1 ตัวแปรเหลือตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน 5 ตัวแปรได้แก่ ด้านนโยบายและภาพลักษณ์ ด้านกิจกรรม CSR กับชุมชน ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ด้านทรัพยากร และด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม ดังตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 แสดงตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของชุมชนโดยรวม

Variables Entered / Removed			
Model	Variables Entered	Variable Removed	Method
1	ด้านนโยบายและภาพลักษณ์	-	วิธี Stepwise ตัดตัวแปรที่ไม่มีความสัมพันธ์ออก คือ ด้านการมีส่วนร่วม
2	ด้านกิจกรรม CSR กับชุมชน	-	
3	ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม	-	
4	ด้านทรัพยากร	-	
5	ด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม	-	

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนโดยรวม

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.650 <sup>a</sup>	0.423	0.421	0.551
2	0.738 <sup>b</sup>	0.545	0.542	0.490
3	0.774 <sup>c</sup>	0.599	0.596	0.461
4	0.789 <sup>d</sup>	0.622	0.617	0.448
5	0.793 <sup>e</sup>	0.629	0.623	0.445

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R)=0.793 หมายความว่า ความพึงพอใจของชุมชนด้าน ด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กร ด้านกิจกรรม CSR กับชุมชน ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ด้านทรัพยากร และด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม ในระดับสูง สัมประสิทธิ์การกำหนด ( $R^2$ ) = 0.623 หมายความว่า ปัจจัยด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กร ด้านกิจกรรม CSR กับชุมชน ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ด้านทรัพยากร และด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม ในระดับสูงคิดเป็น 62.3% การประมาณค่าของความพึงพอใจของชุมชนโดยรวมมีความคลาดเคลื่อน เกิดขึ้นเท่ากับ 0.445

ตารางที่ 4.11 แสดงตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของชุมชนโดยรวม

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
5	(Constant)	.096	.170		.565	.573
	ด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กร	.251	.060	.204	4.152	.000
	ด้านกิจกรรมCSRกับชุมชน	.199	.044	.207	4.541	.000
	ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม	.268	.044	.268	6.068	.000
	ด้านทรัพยากร	.188	.051	.183	3.659	.000
	ด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม	.120	.049	.120	2.424	.016

a. Dependent Variable: ความพึงพอใจในภาพรวม

ตารางที่ 4.11 ปัจจัยที่มีผลที่สุดต่อความพึงพอใจโดยรวม คือ ปัจจัยด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม (เนื่องจากมีค่า Beta มากที่สุด)

จากแบบจำลองในการวิเคราะห์ Model 1

$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e$  แสดงผลได้ดังนี้

ความพึงพอใจของชุมชนโดยรวม =  $0.096 + 0.251(\text{ด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กร}) + 0.188(\text{ด้านทรัพยากร}) + 0.268(\text{ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม}) + 0.199(\text{ด้านกิจกรรม CSR กับชุมชน}) + 0.120(\text{ด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม}) + 0.445$

ดังนั้นสำหรับสมมติฐานข้อที่ 1 จึงยอมรับสมมติฐานข้อที่ 1.1, 1.2, 1.4, 1.5, 1.6 แต่ปฏิเสธสมมติฐานข้อที่ 1.3

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชนของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

H2.1: ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กรมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชนของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

H2.2: ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านทรัพยากรมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชนของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

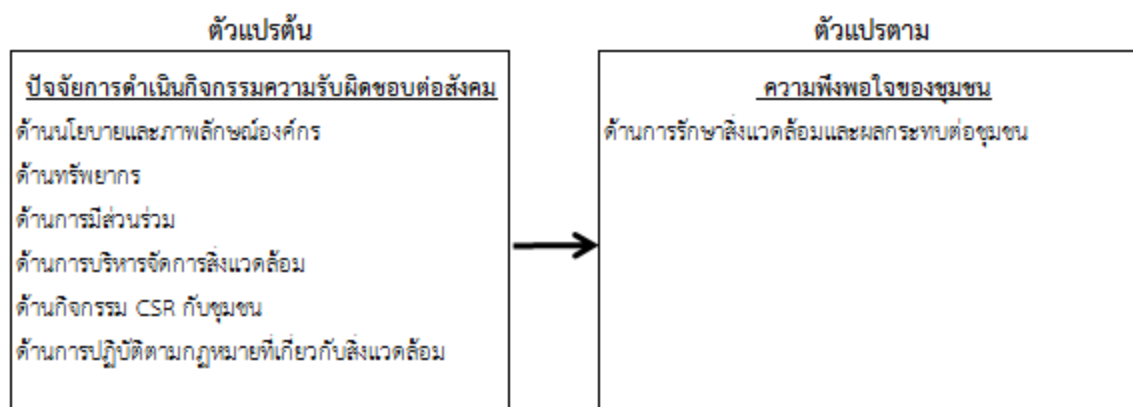
H2.3: ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการมีส่วนร่วมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชนของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

H2.4: ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชนของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

H2.5: ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านกิจกรรม CSR กับชุมชนมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชนของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

H2.6: ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชนของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง สรุปโดยรวมตามภาพที่ 4.2

ภาพที่ 4.2 แสดงกรอบวิจัยปัจจัยด้านการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชน



สมมติฐานที่ 2 เมื่อใช้วิธี Stepwise ตัวแปรต้นที่ไม่มีความสัมพันธ์ถูกตัดออกไป 2 ตัวแปรเหลือตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน 4 ตัวแปรได้แก่ ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ด้านนโยบายและภาพลักษณ์ ด้านการมีส่วนร่วม และด้านทรัพยากร ดังตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 แสดงตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของชุมชนด้านการรักษาสีสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชน

Variables Entered / Removed			
Model	Variables Entered	Variable Removed	Method
1	ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม	-	วิธี Stepwise ตัดตัวแปรที่ไม่มีความสัมพันธ์ออก คือ ด้านกิจกรรม CSR กับชุมชนและด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม
2	ด้านนโยบายและภาพลักษณ์	-	
3	ด้านการมีส่วนร่วม	-	
4	ด้านทรัพยากร	-	

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชน

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.553 <sup>a</sup>	0.284	0.282	0.666
2	0.570 <sup>b</sup>	0.325	0.321	0.648
3	0.600 <sup>c</sup>	0.360	0.354	0.632
4	0.613 <sup>d</sup>	0.376	0.368	0.625

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R)=0.613 หมายความว่า ความพึงพอใจของชุมชนด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชนมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กร ด้านการมีส่วนร่วม และด้านทรัพยากร ในระดับสูง สัมประสิทธิ์การกำหนด (R<sup>2</sup>) = 0.368 หมายความว่า ปัจจัยด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กร ด้านการมีส่วนร่วม ด้านทรัพยากร มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนในด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชนคิดเป็น 36.8% การประมาณค่าของความพึงพอใจของชุมชนด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชน มีความคลาดเคลื่อน เกิดขึ้นเท่ากับ 0.625

ตารางที่ 4.14 แสดงตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชน

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
4	(Constant)	.524	.236		2.223	.027
	ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม	.407	.060	.375	6.811	.000
	ด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กร	.405	.082	.304	4.967	.000
	ด้านการมีส่วนร่วม	-.254	.049	-.292	-5.150	.000
	ด้านทรัพยากร	.200	.069	.179	2.895	.004

a. Dependent Variable: ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชน

ตาราง 4.14 ปัจจัยที่มีผลที่สุดต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชน คือ ปัจจัยด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม (เนื่องจากมีค่า Beta มากที่สุด) จากแบบจำลองในการวิเคราะห์ Model 2



$Y_1 = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e$  แสดงผลได้ดังนี้

ความพึงพอใจของชุมชนด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชน = 0.524 + 0.405(ด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กร) + 0.200(ด้านทรัพยากร) - 0.254(ด้านการมีส่วนร่วม) + 0.407(ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม) + 0.625

ดังนั้นสำหรับสมมติฐานข้อที่ 2 จึงยอมรับสมมติฐานข้อที่ 2.1, 2.2, 2.3, 2.4 แต่ปฏิเสธสมมติฐานข้อที่ 2.5, 2.6

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการยอมรับของชุมชนของบริษัท ศรีตรังแอกโอรินด์สทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

H3.1: ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กรมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการยอมรับของชุมชนของบริษัท ศรีตรังแอกโอรินด์สทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

H3.2: ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านทรัพยากรมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการยอมรับของชุมชนของ บริษัทศรีตรังแอกโอรินด์สทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

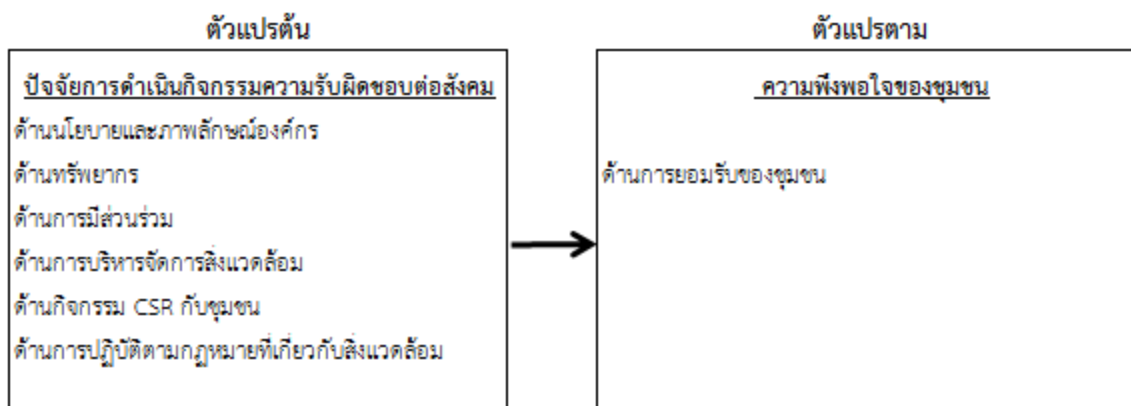
H3.3: ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการมีส่วนร่วมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการยอมรับของชุมชนของ บริษัทศรีตรังแอกโอรินด์สทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

H3.4: ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการยอมรับของชุมชนของบริษัท ศรีตรังแอกโอรินด์สทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

H3.5: ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านกิจกรรม CSR กับชุมชนมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการยอมรับของชุมชนของบริษัท ศรีตรังแอกโอรินด์สทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

H3.6: ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการยอมรับของชุมชนของบริษัท ศรีตรังแอกโอรินด์สทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง สรุปโดยรวมตามภาพที่ 4.3

ภาพที่ 4.3 แสดงกรอบวิจัยปัจจัยด้านการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการยอมรับของชุมชน



สมมติฐานที่ 3 เมื่อใช้วิธี Stepwise ตัวแปรต้นที่ไม่มีความสัมพันธ์ถูกตัดออกไป 2 ตัวแปรเหลือตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน 4 ตัวแปรได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วม ด้านนโยบายและภาพลักษณ์ ด้านทรัพยากร และด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมสิ่งแวดล้อม ดังตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 แสดงตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของชุมชนด้านการยอมรับของชุมชน

Variables Entered / Removed			
Model	Variables Entered	Variable Removed	Method
1	ด้านการมีส่วนร่วม	-	วิธี Stepwise ตัดตัวแปรที่ไม่มีความสัมพันธ์ออก คือ ด้านกิจกรรม CSR กับชุมชนและด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม
2	ด้านนโยบายและภาพลักษณ์	-	
3	ด้านทรัพยากร	-	
4	ด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม	-	

ตารางที่ 4.16 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการยอมรับของชุมชน

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.648 <sup>a</sup>	0.420	0.419	0.631
2	0.727 <sup>b</sup>	0.528	0.525	0.570
3	0.746 <sup>c</sup>	0.556	0.552	0.554
4	0.753 <sup>d</sup>	0.566	0.561	0.548

ตารางที่ 4.16 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R)=0.753 หมายความว่า ความพึงพอใจของชุมชนด้านการยอมรับของชุมชนมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม ปัจจัยด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กร ด้านทรัพยากร และด้านการปฏิบัติตามกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม ในระดับสูง สัมประสิทธิ์การกำหนด (R<sup>2</sup>)= 0.561 หมายความว่า ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม ปัจจัยด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กร ด้านทรัพยากร และด้านการปฏิบัติตามกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมคิดเป็น 56.1% การประมาณค่าของความพึงพอใจของชุมชนด้านการยอมรับของชุมชน มีความคลาดเคลื่อน เกิดขึ้นเท่ากับ 0.548

ตารางที่ 4.17 แสดงตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการยอมรับของชุมชน

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
4	(Constant)	-.289	.204		-1.417	.157
	ด้านการมีส่วนร่วม	.268	.047	.293	5.713	.000
	ด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กร	.345	.071	.246	4.855	.000
	ด้านทรัพยากร	.231	.061	.197	3.805	.000
	ด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม	.180	.064	.157	2.789	.006

a. Dependent Variable: ด้านการยอมรับของชุมชน

ตารางที่ 4.17 ปัจจัยที่มีผลที่สุดต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการยอมรับของชุมชน คือ ปัจจัยด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กร (เนื่องจากมีค่า Beta มากที่สุด)

จากแบบจำลองในการวิเคราะห์ Model 3

$$Y_2 = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e \text{ แสดงผลได้ดังนี้}$$

ความพึงพอใจของชุมชนด้านการยอมรับของชุมชน = -289 + 0.345(ด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กร) + 0.231(ด้านทรัพยากร) - 0.268(ด้านการมีส่วนร่วม) + 0.180(ด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม) + 0.548

ดังนั้นสำหรับสมมติฐานข้อที่ 3 จึงยอมรับสมมติฐานข้อที่ 3.1, 3.2, 3.3, 3.6 แต่ปฏิเสธสมมติฐานข้อที่ 3.4, 3.5

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการพัฒนาชุมชนและสังคมของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

H4.1: ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กรมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการพัฒนาชุมชนและสังคมของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

H4.2: ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านทรัพยากรมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการพัฒนาชุมชนและสังคมของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

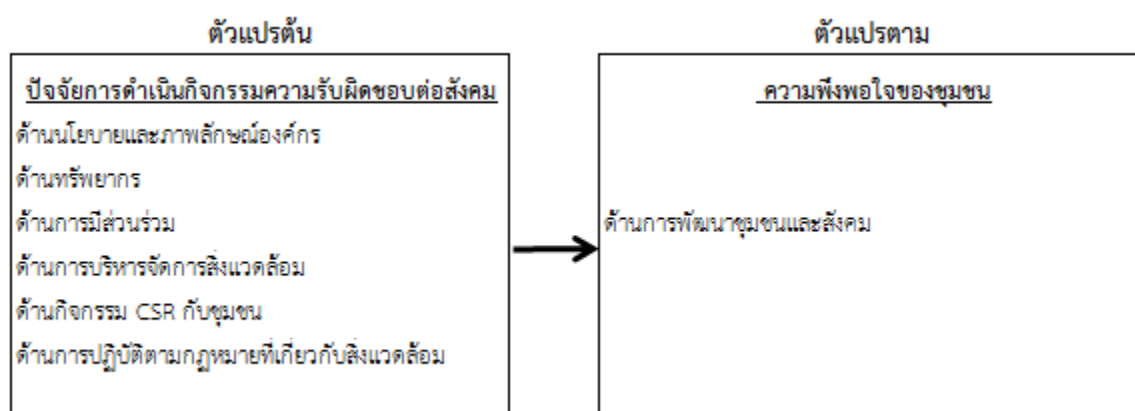
H4.3: ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการมีส่วนร่วมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการพัฒนาชุมชนและสังคมของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

H4.4: ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการพัฒนาชุมชนและสังคมของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

H4.5: ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านกิจกรรม CSR กับชุมชนมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการพัฒนาชุมชนและสังคมของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

H4.6: ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการพัฒนาชุมชนและสังคมของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง สรุปโดยรวมดังภาพที่ 4.4

ภาพที่ 4.4 แสดงกรอบวิจัยปัจจัยด้านการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการพัฒนาชุมชนและสังคม



สมมติฐานที่ 4 เมื่อใช้วิธี Stepwise ตัวแปรต้นที่ไม่มีความสัมพันธ์ถูกตัดออกไป 2 ตัวแปรเหลือตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน 4 ตัวแปรได้แก่ ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ด้านกิจกรรม CSR กับชุมชน ด้านนโยบายและภาพลักษณ์ และด้านทรัพยากร ดังตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 แสดงตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของชุมชนด้านการพัฒนาชุมชนและสังคม

Variables Entered / Removed			
Model	Variables Entered	Variable Removed	Method
1	ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม	-	วิธี Stepwise ตัดตัวแปรที่ไม่มีความสัมพันธ์ออก คือ ด้านการมีส่วนร่วมและด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม
2	ด้านกิจกรรม CSR กับชุมชน	-	
3	ด้านนโยบายและภาพลักษณ์	-	
4	ด้านทรัพยากร	-	

ตารางที่ 4.19 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการพัฒนาชุมชนและสังคม

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.563 <sup>a</sup>	0.317	0.315	0.639
2	0.643 <sup>b</sup>	0.413	0.410	0.593
3	0.669 <sup>c</sup>	0.448	0.443	0.576
4	0.679 <sup>d</sup>	0.462	0.455	0.569

ตารางที่ 4.19 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R)=0.679 หมายความว่า ความพึงพอใจของชุมชนด้านการพัฒนาชุมชนและสังคมมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ด้านกิจกรรม CSR ด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กร และด้านทรัพยากร ในระดับสูง สัมประสิทธิ์การกำหนด (R<sup>2</sup>)= 0.455 หมายความว่า ปัจจัยด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ด้านกิจกรรม CSR ด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กร และด้านทรัพยากร คิดเป็น 45.5% การประมาณค่าของความพึงพอใจของชุมชนด้านการพัฒนาชุมชนและสังคมมีความคลาดเคลื่อน เกิดขึ้นเท่ากับ 0.569

ตารางที่ 4.20 แสดงตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการพัฒนาชุมชนและสังคม

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
4	(Constant)	.385	.217		1.773	.077
	ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม	.268	.056	.252	4.775	.000
	ด้านกิจกรรม CSR กับชุมชน	.239	.055	.233	4.316	.000
	ด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กร	.234	.072	.179	3.238	.001
	ด้านทรัพยากร	.184	.063	.169	2.919	.004

a. Dependent Variable: ด้านการพัฒนาชุมชนและสังคม

ตารางที่ 4.20 ปัจจัยที่มีผลที่สุดต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการพัฒนาชุมชนและสังคม คือ ปัจจัยด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม (เนื่องจากมีค่า Beta มากที่สุด)

จากแบบจำลองในการวิเคราะห์ Model 4

$$Y_3 = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e \text{ แสดงผลได้ดังนี้}$$

$$\text{ความพึงพอใจของชุมชนด้านการพัฒนาชุมชนและสังคม} = 0.385 + 0.234(\text{ด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กร}) + 0.184(\text{ด้านทรัพยากร}) + 0.268(\text{ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม}) + 0.239(\text{ด้านกิจกรรม CSR กับชุมชน}) + 0.569$$

ดังนั้นสำหรับสมมติฐานข้อที่ 4 จึงยอมรับสมมติฐานข้อที่ 4.1, 4.2, 4.4, 4.5 แต่ปฏิเสธสมมติฐานข้อที่ 4.3, 4.6

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมการศึกษาของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

H5.1: ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กรมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมการศึกษาของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

H5.2: ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านทรัพยากรมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมการศึกษาของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

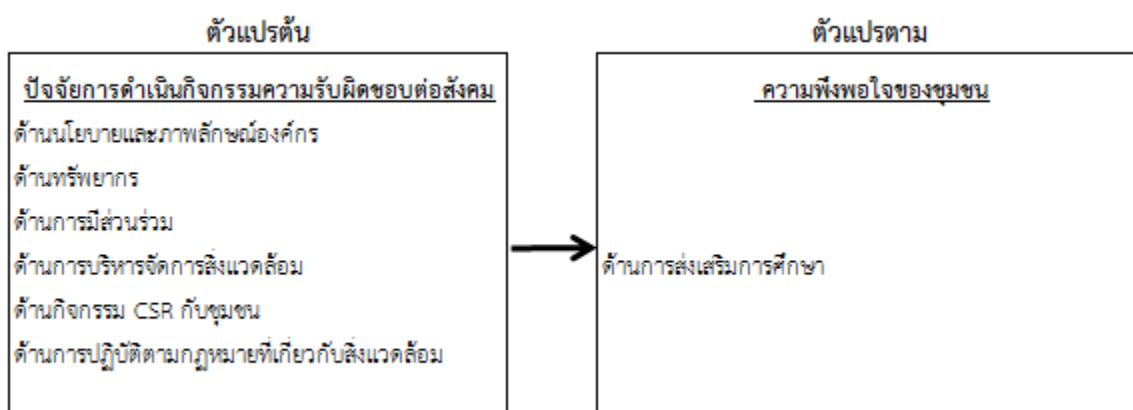
H5.3: ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการมีส่วนร่วมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมการศึกษาของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

H5.4: ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมการศึกษาของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

H5.5: ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านกิจกรรม CSR กับชุมชนมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมการศึกษาของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

H5.6: ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมการศึกษาของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง สรุปรวมตามภาพที่ 4.5

ภาพที่ 4.5 แสดงกรอบวิจัยปัจจัยด้านการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมการศึกษา



สมมติฐานที่ 5 เมื่อใช้วิธี Stepwise ตัวแปรต้นที่ไม่มีความสัมพันธ์ถูกตัดออกไป 2 ตัวแปรเหลือตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน 4 ตัวแปรได้แก่ ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ด้านกิจกรรม CSR กับชุมชน ด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม และด้านนโยบายและภาพลักษณ์ ดังตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21 แสดงตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมการศึกษา

Variables Entered / Removed			
Model	Variables Entered	Variable Removed	Method
1	ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม	-	วิธี Stepwise ตัดตัวแปรที่ไม่มีความสัมพันธ์ออก คือ ด้านการมีส่วนร่วมและด้านทรัพยากร
2	ด้านกิจกรรม CSR กับชุมชน	-	
3	ด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม	-	
4	ด้านนโยบายและภาพลักษณ์	-	

ตารางที่ 4.22 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมการศึกษา

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.590 <sup>a</sup>	0.348	0.346	0.590
2	0.653 <sup>b</sup>	0.426	0.423	0.554
3	0.679 <sup>c</sup>	0.461	0.456	0.538
4	0.684 <sup>d</sup>	0.468	0.461	0.536

ตารางที่ 4.22 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R)=0.684 หมายความว่า ความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมการศึกษามีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านกิจกรรม CSR ด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม และด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กร ในระดับสูง สัมประสิทธิ์การกำหนด (R<sup>2</sup>)= 0.461 หมายความว่า ปัจจัยด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านกิจกรรม CSR ด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม และด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กร ในระดับสูงคิดเป็น 46.1% การประมาณค่าของความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมการศึกษามีความคลาดเคลื่อน เกิดขึ้นเท่ากับ 0.536



ตารางที่ 4.23 แสดงตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมการศึกษา

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
4	(Constant)	.675	.204		3.310	.001
	ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม	.312	.053	.310	5.895	.000
	ด้านกิจกรรมCSRกับชุมชน	.219	.049	.226	4.458	.000
	ด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม	.187	.057	.186	3.279	.001
	ด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กร	.143	.071	.115	2.017	.044

a. Dependent Variable: ด้านการส่งเสริมการศึกษา

ตารางที่ 4.23 ปัจจัยที่มีผลที่สุดต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมการศึกษา คือ ปัจจัยด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม (เนื่องจากมีค่า Beta มากที่สุด)

จากแบบจำลองในการวิเคราะห์ Model 5

$$Y_4 = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e \text{ แสดงผลได้ดังนี้}$$

ความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมการศึกษา = 0.675 + 0.143(ด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กร) + 0.312(ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม) + 0.219(ด้านกิจกรรม CSR กับชุมชน) + 0.187(ด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม) + 0.536

ดังนั้นสำหรับสมมติฐานข้อที่ 5 จึงยอมรับสมมติฐานข้อที่ 5.1, 5.4, 5.5, 5.6 แต่ปฏิเสธสมมติฐานข้อที่ 5.2, 5.3

สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

H6.1: ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กรมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

H6.2: ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านทรัพยากรมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

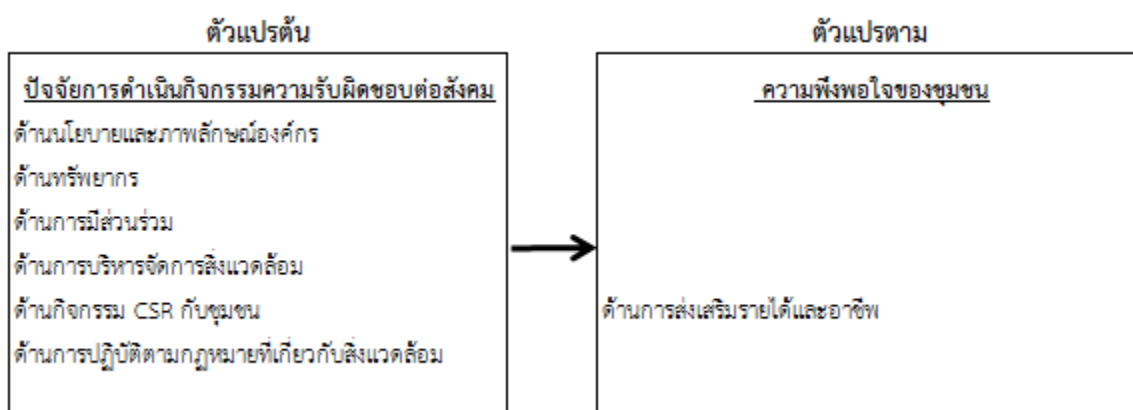
H6.3: ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการมีส่วนร่วมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

H6.4: ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

H6.5: ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านกิจกรรม CSR กับชุมชนมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

H6.6: ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง สรุปรวมดังภาพที่ 4.6

ภาพที่ 4.6 แสดงกรอบวิจัยปัจจัยด้านการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพ



สมมติฐานที่ 6 เมื่อใช้วิธี Stepwise ตัวแปรต้นที่ไม่มีความสัมพันธ์ถูกตัดออกไป 3 ตัวแปรเหลือตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน 3 ตัวแปรได้แก่ ด้านกิจกรรม CSR กับชุมชน ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม และด้านทรัพยากร ดังตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.24 แสดงตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพ

Variables Entered / Removed			
Model	Variables Entered	Variable Removed	Method
1	ด้านกิจกรรม CSR กับชุมชน	-	วิธี Stepwise ตัดตัวแปรที่ไม่มีความสัมพันธ์ออก คือ ด้านการมีส่วนร่วม ด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กร และด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม
2	ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม	-	
3	ด้านทรัพยากร	-	

ตารางที่ 4.25 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพ

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.614 <sup>a</sup>	0.377	0.376	0.625
2	0.670 <sup>b</sup>	0.449	0.446	0.589
3	0.686 <sup>c</sup>	0.471	0.466	0.578

ตารางที่ 4.25 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R)=0.686 หมายความว่า ความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านกิจกรรม CSR กับชุมชน ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม และด้านทรัพยากรในระดับสูง สัมประสิทธิ์การกำหนด (R<sup>2</sup>)= 0.466 หมายความว่า ปัจจัยด้านกิจกรรม CSR กับชุมชน ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม และด้านทรัพยากรในระดับสูงคิดเป็น 46.6% การประมาณค่าของความพึงพอใจของชุมชนการส่งเสริมรายได้และอาชีพมีความคลาดเคลื่อน เกิดขึ้นเท่ากับ 0.578

ตารางที่ 4.26 แสดงตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพ

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
3	(Constant)	.490	.195		2.514	.012
	ด้านกิจกรรม CSR กับชุมชน	.375	.056	.358	6.703	.000
	ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม	.286	.053	.262	5.386	.000
	ด้านทรัพยากร	.218	.060	.195	3.657	.000

a. Dependent Variable: ด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพ

ตารางที่ 4.26 ปัจจัยที่มีผลที่สุดต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพ คือ ปัจจัยด้านกิจกรรม CSR กับชุมชน (เนื่องจากมีค่า Beta มากที่สุด)

จากแบบจำลองในการวิเคราะห์ Model 6

$$Y_5 = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e \text{ แสดงผลได้ดังนี้}$$

$$\text{ความพึงพอใจของชุมชนในด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพ} = 0.490 + 0.218(\text{ด้านทรัพยากร}) + 0.286(\text{ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม}) + 0.375(\text{ด้านกิจกรรม CSR กับชุมชน}) + 0.578$$

ดังนั้นสำหรับสมมติฐานข้อที่ 6 จึงยอมรับสมมติฐานข้อที่ 6.2, 6.4, 6.5 แต่ปฏิเสธสมมติฐานข้อที่ 6.1, 6.3, 6.6

สมมติฐานที่ 7 ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการบริจาคเพื่อสาธารณประโยชน์ของบริษัท ศรีตรังแอกโกรอินด์สทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

H7.1: ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กรมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการบริจาคเพื่อสาธารณประโยชน์ของบริษัท ศรีตรังแอกโกรอินด์สทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

H7.2: ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านทรัพยากรมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการบริจาคเพื่อสาธารณประโยชน์ของบริษัท ศรีตรังแอกโกรอินด์สทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

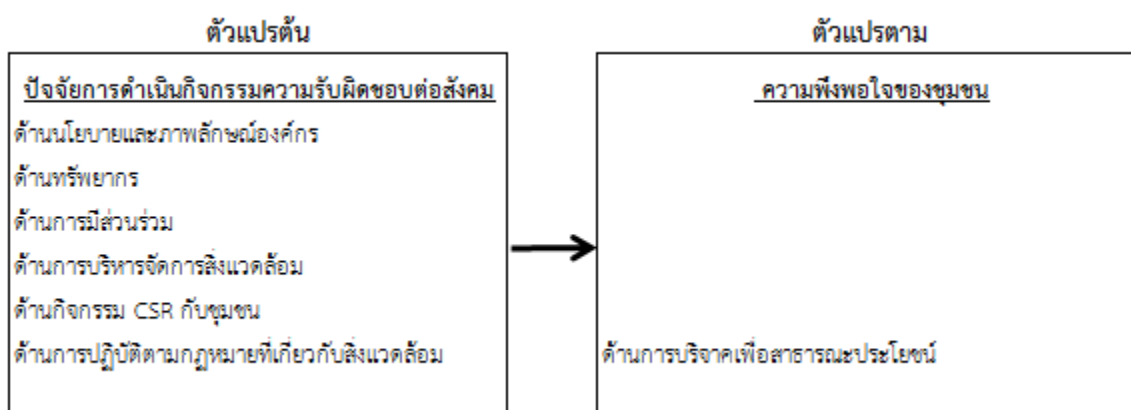
H7.3: ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการมีส่วนร่วมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการบริจาคเพื่อสาธารณประโยชน์ของบริษัท ศรีตรังแอกโกรอินด์สทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

H7.4: ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการบริจาคว่าเพื่อสาธารณะประโยชน์ของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

H7.5: ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านกิจกรรม CSR กับชุมชนมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการบริจาคว่าเพื่อสาธารณะประโยชน์ของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

H7.6: ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการบริจาคว่าเพื่อสาธารณะประโยชน์ของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง สรุปโดยรวมตามภาพที่ 4.7

ภาพที่ 4.7 แสดงกรอบวิจัยปัจจัยด้านการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการบริจาคว่าเพื่อสาธารณะประโยชน์



สมมติฐานที่ 7 เมื่อใช้วิธี Stepwise ตัวแปรต้นที่ไม่มีความสัมพันธ์ถูกตัดออกไป 1 ตัวแปรเหลือตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน 5 ตัวแปรได้แก่ ด้านกิจกรรม CSR กับชุมชน ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ด้านทรัพยากร ด้านนโยบายและภาพลักษณ์ และด้านการมีส่วนร่วม ดังตารางที่ 4.27

ตารางที่ 4.27 แสดงตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของชุมชนด้านการบริจาคเพื่อประโยชน์สาธารณะ

Variables Entered / Removed			
Model	Variables Entered	Variable Removed	Method
1	ด้านกิจกรรม CSR กับชุมชน	-	วิธี Stepwise ตัดตัวแปรที่ไม่มีมีความสัมพันธ์ออก คือ การปฏิบัติ ตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม
2	ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม	-	
3	ด้านทรัพยากร	-	
4	ด้านนโยบายและภาพลักษณ์	-	
5	ด้านการมีส่วนร่วม	-	

ตารางที่ 4.28 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการบริจาคเพื่อประโยชน์สาธารณะ

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.514 <sup>a</sup>	0.293	0.290	0.669
2	0.620 <sup>b</sup>	0.384	0.380	0.625
3	0.640 <sup>c</sup>	0.410	0.405	0.613
4	0.650 <sup>d</sup>	0.422	0.415	0.607
5	0.658 <sup>e</sup>	0.435	0.426	0.602

ตารางที่ 4.28 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R)=0.658 หมายความว่า ความพึงพอใจของชุมชนด้านการบริจาคเพื่อสาธารณประโยชน์มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านกิจกรรม CSR กับชุมชน ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ด้านทรัพยากร ด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กร และด้านการมีส่วนร่วม ในระดับสูง สัมประสิทธิ์การกำหนด ( $R^2$ )= 0.426 หมายความว่า ปัจจัยด้านกิจกรรม CSR กับชุมชน ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ด้านทรัพยากร ด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กร และด้านการมีส่วนร่วม ในระดับสูงคิดเป็น 42.6% การประมาณค่าของความพึงพอใจของชุมชนด้านการบริจาคเพื่อสาธารณประโยชน์มีความคลาดเคลื่อน เกิดขึ้นเท่ากับ 0.602

ตารางที่ 4.29 แสดงตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการบริจาคเพื่อประโยชน์สาธารณะ

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
5	(Constant)	.434	.230		1.889	.060
	ด้านกิจกรรม CSR กับชุมชน	.275	.059	.261	4.666	.000
	ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม	.261	.059	.238	4.402	.000
	ด้านทรัพยากร	.245	.071	.218	3.449	.001
	ด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กร	.254	.079	.188	3.227	.001
	ด้านการมีส่วนร่วม	-.130	.048	-.148	-2.723	.007

a. Dependent Variable: ด้านการบริจาคเพื่อสาธารณะประโยชน์

ตารางที่ 4.29 ปัจจัยที่มีผลที่สุดต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการบริจาคเพื่อสาธารณะประโยชน์ คือ ปัจจัยด้านกิจกรรม CSR กับชุมชน (เนื่องจากมีค่า Beta มากที่สุด)

จากแบบจำลองในการวิเคราะห์ Model 7

$$Y_6 = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e \text{ แสดงผลได้ดังนี้}$$

ความพึงพอใจของชุมชนด้านการบริจาคเพื่อสาธารณะประโยชน์ = 0.434 + 0.254(ด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กร) + 0.245(ด้านทรัพยากร) - 0.130(ด้านการมีส่วนร่วม) + 0.261(ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม) + 0.275(ด้านกิจกรรม CSR กับชุมชน) + 0.602

ดังนั้นสำหรับสมมติฐานข้อที่ 7 จึงยอมรับสมมติฐานข้อที่ 7.1, 7.2, 7.3, 7.4, 7.5 แต่ปฏิเสธสมมติฐานข้อที่ 7.6

ตารางที่ 4.30 แสดงปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชน

ความพึงพอใจ	ปัจจัยที่มีผลมากที่สุด	ปัจจัยที่มีผล	ปัจจัยที่ไม่มีผล
ความพึงพอใจโดยรวม	- ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม	- ด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กร - ด้านกิจกรรม CSR กับชุมชน - ด้านทรัพยากร	- ด้านการมีส่วนร่วม

ความพึงพอใจ	ปัจจัยที่มีผลมากที่สุด	ปัจจัยที่มีผล	ปัจจัยที่ไม่มีผล
		- ด้านการปฏิบัติตาม กฎหมายที่เกี่ยวข้อง สิ่งแวดล้อม	
ความพึงพอใจด้านการ รักษาสิ่งแวดล้อมและ ผลกระทบต่อชุมชน	- ด้านการบริหาร จัดการ สิ่งแวดล้อม	- ด้านนโยบายและ ภาพลักษณ์องค์กร - ด้านการมีส่วนร่วม - ด้านทรัพยากร	- ด้านการปฏิบัติตาม กฎหมายที่เกี่ยวข้อง สิ่งแวดล้อม - ด้านกิจกรรม CSR กับ ชุมชน
ความพึงพอใจด้านการ ยอมรับของชุมชน	- ด้านนโยบาย และภาพลักษณ์ องค์กร	- ด้านการมีส่วนร่วม - ด้านทรัพยากร - ด้านการปฏิบัติตาม กฎหมายที่เกี่ยวข้อง สิ่งแวดล้อม	- ด้านกิจกรรม CSR กับ ชุมชน - ด้านการบริหารจัดการ สิ่งแวดล้อม
ความพึงพอใจด้านการ พัฒนาชุมชนและสังคม	- ด้านการบริหาร จัดการ สิ่งแวดล้อม	- ด้านกิจกรรม CSR กับ ชุมชน - ด้านนโยบายและ ภาพลักษณ์องค์กร - ด้านทรัพยากร	- ด้านการมีส่วนร่วม - ด้านการปฏิบัติตาม กฎหมายที่เกี่ยวข้อง สิ่งแวดล้อม
ความพึงพอใจด้านการ ส่งเสริมการศึกษา	- ด้านการบริหาร จัดการ สิ่งแวดล้อม	- ด้านกิจกรรม CSR กับ ชุมชน - ด้านการปฏิบัติตาม กฎหมายที่เกี่ยวข้อง สิ่งแวดล้อม - ด้านนโยบายและ ภาพลักษณ์องค์กร	- ด้านการมีส่วนร่วม - ด้านทรัพยากร
ความพึงพอใจด้านการ ส่งเสริมรายได้และ อาชีพ	- ด้านกิจกรรม CSR กับชุมชน	- ด้านการบริหารจัดการ สิ่งแวดล้อม - ด้านทรัพยากร	- ด้านการมีส่วนร่วม - ด้านนโยบายและ ภาพลักษณ์องค์กร - ด้านการปฏิบัติตาม กฎหมายที่เกี่ยวข้อง สิ่งแวดล้อม



ความพึงพอใจ	ปัจจัยที่มีผลมากที่สุด	ปัจจัยที่มีผล	ปัจจัยที่ไม่มีผล
ความพึงพอใจด้านการบริจาคเพื่อสาธารณประโยชน์	- ด้านกิจกรรม CSR กับชุมชน	- ด้านการบริหารจัดการ สิ่งแวดล้อม - ด้านทรัพยากร - ด้านนโยบายและ ภาพลักษณ์องค์กร - ด้านการมีส่วนร่วม	- ด้านการปฏิบัติตาม กฎหมายที่เกี่ยวกับ สิ่งแวดล้อม

จากตารางที่ 4.30 สรุปประเด็นของปัจจัยที่ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านต่างๆ จำแนกได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม พบว่า ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนโดยรวม ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการพัฒนาชุมชนและสังคม ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมการศึกษา และไม่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพ ซึ่งสอดคล้องกับตารางที่ 4.7 ระดับการประเมินผลปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่า ปัจจัยการมีส่วนร่วมจะมีคะแนนค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด อยู่ที่ 3.63 สาเหตุมาจาก คนในชุมชนยังรับทราบข้อมูลของกิจกรรมและการมีส่วนร่วมยังน้อย ประกอบกับในบางกิจกรรมยังขาดการประเมินความพึงพอใจของชุมชนจึงไม่เห็นพัฒนาการด้านการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง การประชุมกับผู้นำชุมชนทุก 3 เดือน ไม่ได้เป็นการทำให้แน่ใจว่าจะเป็นการสื่อสารที่ลงไปถึงลูกบ้านทั่วถึงหรือไม่ กิจกรรมเด่นที่เห็นการมีส่วนร่วมมากที่สุดคือกิจกรรมพลังหญิงเท่านั้น และเป็นกิจกรรมเดียวที่มีการประเมินผลของผู้เข้าร่วมกิจกรรม

2. ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชน ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการพัฒนาชุมชนและสังคม ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพ และไม่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการบริจาคเพื่อสาธารณประโยชน์ เป็นเพราะว่าชุมชนส่วนใหญ่ยังไม่ทราบข้อกำหนดใหม่ที่มีผลบังคับใช้แล้ว ประกอบกับบริษัทฯ มีการตื่นตัวเรื่องกฎหมายใหม่เพราะมีฝ่ายคุณภาพส่วนกลางที่ทำงานตามระบบ ISO14001 มีหน้าที่คอยติดตามข้อกำหนดใหม่อยู่ตลอดเวลาจึงมีการวางแผนความสอดคล้อง เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความผิดพลาดอย่างรัดกุมและทันต่อเหตุการณ์ ซึ่งถือว่าบริษัทฯบริหารความเสี่ยงเรื่องข้อกำหนดได้ดี

3. ปัจจัยด้านกิจกรรม CSR กับชุมชน พบว่า ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชน และไม่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการยอมรับของชุมชน เนื่องจากกิจกรรมด้าน CSR ส่วนใหญ่ยังเกิดจากความต้องการของโรงงานมากกว่าความต้องการของ

ชุมชนโดยตรง จึงขาดการมีส่วนร่วมและยอมรับ เห็นได้จากด้านการมีส่วนร่วมที่ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนโดยรวม และความพึงพอใจในอีกหลายๆด้าน

4. ปัจจัยด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม พบว่า ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนในด้านการยอมรับของชุมชน เป็นเพราะการสื่อสารประชาสัมพันธ์ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมในชุมชนมีน้อยเกินไป ชุมชนยังขาดข้อมูลที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ

5. ปัจจัยด้านทรัพยากร พบว่า ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนในด้านการส่งเสริมการศึกษา เพราะบริษัทฯ มั่นใจว่าไม่ได้ใช้งบประมาณเยอะไปกว่าการเสียสละเวลาในบางกิจกรรม เช่น STEM ศึกษา ก็เป็นการจัดกิจกรรมภายในบริษัทฯ

6. ปัจจัยด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กร พบว่า ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนในด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพ มีสาเหตุจากคนในชุมชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้าง ไม่ได้ประกอบอาชีพเกษตรกรที่ทำสวนยางพารา ภาพลักษณ์ของธุรกิจยางจึงไม่มีผลโดยตรงนอกเหนือไปจากการจ้างงานภายในชุมชน ซึ่งไม่ได้มีมากนักเพราะมีการกระจายของแรงงานทั่วไปอย่างกว้างขวาง

## บทที่ 5

### อภิปรายผลและสรุปผลวิจัยและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบธุรกิจยางพารา ที่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนกรณีศึกษา: บริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง ได้ทำการศึกษาปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมทั้ง 6 ด้าน คือ ด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กร ด้านทรัพยากร ด้านการมีส่วนร่วม ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ด้านกิจกรรม CSR กับชุมชน และด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม และได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนทั้ง 6 ด้าน คือ ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมผลกระทบต่อชุมชน ด้านการยอมรับของชุมชน ด้านการพัฒนาชุมชนและสังคม ด้านการส่งเสริมการศึกษา ด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพ และด้านการบริจาคเพื่อสาธารณประโยชน์ สามารถอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ ได้ดังต่อไปนี้

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยใช้การวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นหลัก และนำข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มาสนับสนุนการวิจัยเชิงปริมาณ ในการรวบรวมข้อมูลวิจัยในครั้งนี้ อาศัยสมาชิกในครัวเรือนละ 1 คน ในการตอบแบบสอบถาม มีครัวเรือนที่เป็นครัวเรือนในชุมชนรอบโรงงาน ทั้ง 5 ชุมชน ทั้งหมด 1,902 ครัวเรือน ชุมชนรอบโรงงานของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง ติดเขตการปกครองของเทศบาลนครตรังและเขตปกครองขององค์การบริหารส่วนตำบลบางรัก จำนวนครัวเรือนที่ติดเขตปกครองของเทศบาลนครตรังมี 4 ชุมชน ได้แก่ชุมชนบางรัก 1 ถึง ชุมชนบางรัก 4 จำนวน 1,465 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 77.02 ของชุมชนทั้งหมดรอบโรงงานมี 1 ชุมชนติดเขตองค์การบริหารส่วนตำบลบางรัก คือ ชุมชนบ้านสะพานช้าง 437 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 22.98 ของชุมชนทั้งหมดรอบโรงงาน ผู้วิจัยได้ทำแจกแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 350 ฉบับ ได้รับแบบสอบถามกลับมาครบ 350 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 จากนั้นตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์ใช้งานได้ จำนวน 337 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 96.29 ของแบบสอบถามทั้งหมด สาเหตุที่ได้แบบสอบถามมาครบตามจำนวน แต่มีความไม่สมบูรณ์ เพราะมีการกรอกข้อมูลไม่ครบถ้วนอาจเป็นเพราะจำนวนข้อในแบบสอบถามค่อนข้างละเอียดและมีจำนวนข้อคำถามความคิดเห็นและความพึงพอใจ 54 ข้อ และ 6 คำถามลักษณะประชากรทั่วไป และเมื่อเก็บข้อมูลอาจตรวจสอบไม่ละเอียดเท่าที่ควร เป็นต้น ข้อมูลที่ได้โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชน กรณีศึกษา บริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง โดยใช้วิธีทางสถิติ Multiple Regression ที่มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.957

### 5.1.1 ข้อมูลทั่วไป

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายกับเพศหญิงเป็นสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน เพศหญิง 174 คนคิดเป็นร้อยละ 51.6 มากกว่าเพศชายเล็กน้อย ซึ่งเพศชายเท่ากับ 163 คนคิดเป็น 48.4 อายุผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มี 3 ช่วงอายุที่ใกล้เคียงกัน คืออายุระหว่าง 51-60 ปี จำนวน 89 คน อายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 83 คน อายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 70 คน ที่มีร้อยละ 26.4 ร้อยละ 24.6 ร้อยละ 20.8 เรียงตามลำดับ อายุมากกว่า 61 ปี จำนวน 48 คนคิดเป็นร้อยละ 14.2 ช่วงอายุ 21-30 ปี มีจำนวน 40 คนคิดเป็นร้อยละ 11.9 และอายุน้อยกว่า 20 ปี มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้างมากที่สุด 117 คน คิดเป็นร้อยละ 34.7 ส่วนที่เหลือกระจายกันออกไปไม่แตกต่างกันมากนัก ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 16.6 ประกอบอาชีพเกษตรกรจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทฯ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 11.6 ประกอบอาชีพข้าราชการจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 10.7 และอื่นๆจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 10.4 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีจำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 33.2 การศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือระดับ ปวช.จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 การศึกษาระดับประถมศึกษาจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 15.1 การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 การศึกษาระดับอนุปริญญาหรือ ปวส.จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2 ไม่ได้เรียนหนังสือจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 49.3 มีรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาท จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 40.9 มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาท จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 7.4 มีรายได้ 30,001-40,000 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1 และรายได้ระหว่าง 40,001-50,000 บาทมีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3

### 5.1.2 ระดับการประเมินปัจจัยการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมและระดับการประเมินความพึงพอใจของชุมชนรอบโรงงาน

จากวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม และความพึงพอใจของชุมชนโดยรอบของบริษัท ศรีตรังแอมโกลอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง ผลการวิเคราะห์แสดงระดับการประเมินปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ศรีตรังแอมโกลอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง ผลการศึกษาพบว่า ระดับการประเมินปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ในระดับเห็นด้วยทุกปัจจัย ระดับการประเมินปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม มีค่าเฉลี่ย 3.87 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.697 ด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กร มีค่าเฉลี่ย 3.84 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.589 ด้านทรัพยากร มีค่าเฉลี่ย 3.69 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.706 ด้านการมีส่วนร่วม มีค่าเฉลี่ย 3.63 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.904 ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ย 3.72 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.723 ด้านกิจกรรม CSR กับชุมชน มีค่าเฉลี่ย 3.69

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.753 และด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ย 3.72 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.723

ระดับการประเมินความพึงพอใจของชุมชนรอบโรงงานของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง ผลการศึกษาพบว่าระดับความพึงพอใจของชุมชนรอบโรงงานในด้านต่างๆ เรียงตามลำดับ ความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมการศึกษามีค่าเฉลี่ย 3.89 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.730 ความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์พึงพอใจมาก ความพึงพอใจของชุมชนด้านการพัฒนาชุมชนและสังคมมีค่าเฉลี่ย 3.85 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.771 ความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์พึงพอใจมาก ความพึงพอใจของชุมชนรอบโรงงานในด้านการบริจาคเพื่อสาธารณประโยชน์มีค่าเฉลี่ย 3.83 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.794 ความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์พึงพอใจมาก ความพึงพอใจของชุมชนในด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพมีค่าเฉลี่ย 3.74 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.791 ความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์พึงพอใจมาก ความพึงพอใจของชุมชนด้านการยอมรับของชุมชนมีค่าเฉลี่ย 3.53 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.827 ความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์พึงพอใจมาก และความพึงพอใจของชุมชนในด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชนมีค่าเฉลี่ย 3.41 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.786 ความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์พึงพอใจปานกลาง

### 5.1.3 ปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชน

จากการศึกษาปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบธุรกิจยางพาราที่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนกรณีศึกษา : บริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้

ตารางที่ 5.1 ตารางทดสอบผลสมมติฐานการวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชน กรณีศึกษาของบริษัทศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

สมมติฐานที่	รายละเอียดสมมติฐาน	ผลการวิจัย
<u>สมมติฐานที่ 1</u>	<u>ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนโดยรวมของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง</u>	
1.1	ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กรมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนโดยรวมของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง	ยอมรับสมมติฐาน

สมมติฐานที่	รายละเอียดสมมติฐาน	ผลการวิจัย
1.2	ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านทรัพยากรมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนโดยรวมของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง	ยอมรับสมมติฐาน
1.3	ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการมีส่วนร่วมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนโดยรวมของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง	ปฏิเสธสมมติฐาน
1.4	ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนโดยรวมของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง	ยอมรับสมมติฐาน
1.5	ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านกิจกรรม CSR กับชุมชนมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนโดยรวมของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง	ยอมรับสมมติฐาน
1.6	ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนโดยรวมของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง	ยอมรับสมมติฐาน
<u>สมมติฐานที่ 2</u>	<u>ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชนของบริษัทศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง</u>	
2.1	ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กรมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชนของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง	ยอมรับสมมติฐาน
2.2	ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านทรัพยากรมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชนของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง	ยอมรับสมมติฐาน

สมมติฐานที่	รายละเอียดสมมติฐาน	ผลการวิจัย
2.3	ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการมีส่วนร่วมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชนของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง	ยอมรับสมมติฐาน
2.4	ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชนของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง	ยอมรับสมมติฐาน
2.5	ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านกิจกรรม CSR กับชุมชนมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชนของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง	ปฏิเสธสมมติฐาน
2.6	ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชนของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง	ปฏิเสธสมมติฐาน
<u>สมมติฐานที่ 3</u>	<u>ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการยอมรับของชุมชนของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง</u>	
3.1	ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กรมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการยอมรับของชุมชนของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง	ยอมรับสมมติฐาน
3.2	ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านทรัพยากรมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการยอมรับของชุมชนของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง	ยอมรับสมมติฐาน

สมมติฐานที่	รายละเอียดสมมติฐาน	ผลการวิจัย
3.3	ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการมีส่วนร่วมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการยอมรับของชุมชนของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง	ยอมรับสมมติฐาน
3.4	ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการยอมรับของชุมชนของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง	ปฏิเสธสมมติฐาน
3.5	ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านกิจกรรม CSR กับชุมชนมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการยอมรับของชุมชนของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง	ปฏิเสธสมมติฐาน
3.6	ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการยอมรับของชุมชนของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง	ยอมรับสมมติฐาน
<u>สมมติฐานที่ 4</u>	<u>ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการพัฒนาชุมชนและสังคมของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง</u>	
4.1	ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กรมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการพัฒนาชุมชนและสังคมของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง	ยอมรับสมมติฐาน
4.2	ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านทรัพยากรมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการพัฒนาชุมชนและสังคมของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง	ยอมรับสมมติฐาน
4.3	ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการมีส่วนร่วมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการพัฒนาชุมชนและสังคมของบริษัทศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง	ปฏิเสธสมมติฐาน



สมมติฐานที่	รายละเอียดสมมติฐาน	ผลการวิจัย
4.4	ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการพัฒนาชุมชนและสังคมของบริษัท ศรีตรังแอมโกลอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง	ยอมรับสมมติฐาน
4.5	ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านกิจกรรม CSR กับชุมชนมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการพัฒนาชุมชนและสังคมของบริษัท ศรีตรังแอมโกลอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง	ยอมรับสมมติฐาน
4.6	ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการพัฒนาชุมชนและสังคมของบริษัท ศรีตรังแอมโกลอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง	ปฏิเสธสมมติฐาน
<u>สมมติฐานที่ 5</u>	<u>ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมการศึกษาของบริษัท ศรีตรังแอมโกลอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง</u>	
5.1	ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กรมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมการศึกษาของบริษัท ศรีตรังแอมโกลอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง	ยอมรับสมมติฐาน
5.2	ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านทรัพยากรมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมการศึกษาของบริษัท ศรีตรังแอมโกลอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง	ปฏิเสธสมมติฐาน
5.3	ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการมีส่วนร่วมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมการศึกษาของบริษัท ศรีตรังแอมโกลอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง	ปฏิเสธสมมติฐาน
5.4	ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมการศึกษาของบริษัท ศรีตรังแอมโกลอินดัสทรี จำกัด (มหาชน)	ยอมรับสมมติฐาน

สมมติฐานที่	รายละเอียดสมมติฐาน	ผลการวิจัย
	สาขาตรัง	
5.5	ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านกิจกรรม CSR กับชุมชนมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมการศึกษาของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง	ยอมรับสมมติฐาน
5.6	ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมการศึกษาของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง	ยอมรับสมมติฐาน
<u>สมมติฐานที่ 6</u>	<u>ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง</u>	
6.1	ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กรมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง	ปฏิเสธสมมติฐาน
6.2	ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านทรัพยากรมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพของบริษัทศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง	ยอมรับสมมติฐาน
6.3	ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการมีส่วนร่วมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพของบริษัทศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง	ปฏิเสธสมมติฐาน
6.4	ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง	ยอมรับสมมติฐาน

สมมติฐานที่	รายละเอียดสมมติฐาน	ผลการวิจัย
6.5	ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านกิจกรรม CSR กับชุมชนมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง	ยอมรับสมมติฐาน
6.6	ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง	ปฏิเสธสมมติฐาน
<u>สมมติฐานที่ 7</u>	<u>ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการบริจาคเพื่อสาธารณประโยชน์ของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง</u>	
7.1	ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กรมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการบริจาคเพื่อสาธารณประโยชน์ของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง	ยอมรับสมมติฐาน
7.2	ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านทรัพยากรมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการบริจาคเพื่อสาธารณประโยชน์ของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง	ยอมรับสมมติฐาน
7.3	ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการมีส่วนร่วมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการบริจาคเพื่อสาธารณประโยชน์ของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง	ยอมรับสมมติฐาน
7.4	ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการบริจาคเพื่อสาธารณประโยชน์ของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง	ยอมรับสมมติฐาน
7.5	ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านกิจกรรม CSR กับชุมชนมีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการบริจาคเพื่อ	ยอมรับ

สมมติฐานที่	รายละเอียดสมมติฐาน	ผลการวิจัย
	สาธารณะประโยชน์ของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง	สมมติฐาน
7.6	ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการปฏิบัติ ตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความพึงพอใจของ ชุมชนด้านการบริจาคเพื่อสาธารณะประโยชน์ของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง	ปฏิเสธสมมติฐาน

## 5.2 สรุปผลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหาร

ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ ประกอบไปด้วยผู้บริหารระดับสูง 4 ท่าน เป็นผู้ชาย 3 ท่าน ผู้หญิง 1 ท่าน และในส่วนของผู้รับผิดชอบต่อโดยตรงด้านความรับผิดชอบต่อสังคม 1 ท่าน รวมทั้งหมด 5 ท่าน ทุกท่านมีช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป โดยสรุปความเห็นจำแนกเป็นด้านต่างๆ ดังนี้

สรุปความเห็นของผู้บริหารและผู้รับผิดชอบต่อโดยตรงด้านความรับผิดชอบต่อสังคมต่อปัจจัยด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กร บริษัทยึดถือนโยบาย Green Rubber Company “องค์กรแห่งยางสีเขียว” เป็นแม่บทในการวางแผนกำกับดูแลกิจการของบริษัท ภาพลักษณ์ของบริษัทแสดงออกผ่านนโยบาย Green Rubber Company

สรุปความเห็นของผู้บริหารและผู้รับผิดชอบต่อโดยตรงด้านความรับผิดชอบต่อสังคมต่อปัจจัยด้านทรัพยากร บริษัทมีความพร้อมด้านการบริหารทรัพยากรทั้งด้านบุคลากรด้านความรับผิดชอบต่อสังคมงบประมาณที่มีแผนอนุมัติประจำปี วัสดุอุปกรณ์สถานที่ก็พร้อมเปิดบ้าน มีรูปแบบและโครงสร้างแผนงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมชัดเจนและมีหน่วยงานกลางด้าน Sustainability คอยสนับสนุน

สรุปความเห็นของผู้บริหารและผู้รับผิดชอบต่อโดยตรงด้านความรับผิดชอบต่อสังคมต่อปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม บริษัทมีการเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมผ่านผู้นำและสมาชิกของชุมชนทั้ง 5 ชุมชน มีการติดต่อสื่อสารประสานงานอย่างรวดเร็วระหว่างบริษัทฯ กับชุมชน มีการกำหนดกิจกรรมร่วมกันและพึ่งพาอาศัยกัน

สรุปความเห็นของผู้บริหารและผู้รับผิดชอบต่อโดยตรงด้านความรับผิดชอบต่อสังคมต่อปัจจัยด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม นอกจากนโยบาย Green Rubber Company บริษัทมีระบบบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมที่เป็นมาตรฐานสากลมาใช้ คือ ระบบ ISO14001 คือ มาตรฐานระบบการจัดการ

สิ่งแวดล้อม (Environment management System) ที่ได้รับการยอมรับมากที่สุดจากหน่วยงานองค์กรทั่วโลก มีวัตถุประสงค์เพื่อให้องค์กรมีความตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการสิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์พลังงาน การนำพลังงานทดแทนหรือธรรมชาติมาใช้หมุนเวียน เพื่อให้เกิดการพัฒนาสิ่งแวดล้อมควบคู่กับการพัฒนาธุรกิจ โดยมุ่งเน้นในการป้องกันมลพิษและรักษาสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก

สรุปความเห็นของผู้บริหารและผู้รับผิดชอบโดยตรงด้านความรับผิดชอบต่อสังคมต่อปัจจัยด้านกิจกรรม CSR กับชุมชน บริษัทฯ มีการกำหนดกิจกรรม CSR กับชุมชนล่วงหน้าผ่านงบประมาณประจำปี ซึ่งทุกกิจกรรมหรือโครงการมีทั้งโครงการที่บริษัทฯ กำหนดเอง กิจกรรมที่ชุมชนร้องขอ และส่วนใหญ่เป็นกิจกรรมที่กำหนดหรือขอความเห็นชอบร่วมกันกับชุมชน เพื่อความต่อเนื่องและยั่งยืนผ่านการประชุมกับชุมชนทุก 3 เดือนทั้งในและนอกสถานที่

สรุปความเห็นของผู้บริหารและผู้รับผิดชอบโดยตรงด้านความรับผิดชอบต่อสังคมต่อปัจจัยด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม ผู้บริหารมีความตั้งใจที่จะบริหารงานให้สอดคล้องกับกฎหมาย แต่ก็ยังมีข้อกังวลในเรื่องการบังคับใช้กฎหมายทั้งด้านงบประมาณในการลงทุนและวิธีการปฏิบัติ แต่มองว่ากฎหมายจะทำให้มีผลดีต่อบริษัทฯ ในการเพิ่มความระมัดระวังกับการบริหารธุรกิจไม่ให้เกิดผลกระทบต่อชุมชน

### 5.3 อภิปรายผลการวิจัย

วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม และความพึงพอใจของชุมชนโดยรอบของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ระดับการประเมินความเห็นปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง เฉลี่ยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากและหากแยกเป็นรายปัจจัยก็อยู่ในระดับเห็นด้วยมากทุกปัจจัย เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กร ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม ด้านทรัพยากร ด้านกิจกรรม CSR กับชุมชน และด้านการมีส่วนร่วม ตามลำดับ สำหรับการประเมินความพึงพอใจของชุมชนรอบโรงงานของบริษัทศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง เฉลี่ยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก แต่หากแยกความพึงพอใจออกแต่ละด้านพบว่าความพึงพอใจด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชนระดับความพึงพอใจปานกลางนอกนั้นปัจจัยความพึงพอใจในด้านอื่นๆ อยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านการส่งเสริมการศึกษา ด้านการพัฒนาชุมชนและสังคม ด้านการบริจาคเพื่อสาธารณประโยชน์ ด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพ ด้านการยอมรับของชุมชน และด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชน ซึ่งมีค่าน้อยที่สุดและประเมินผลในระดับพึงพอใจปานกลาง



สถิติ 0.05 แต่ปัจจัยด้านการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีผลมากที่สุดต่อความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการศึกษา ได้แก่ ปัจจัยด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม และปัจจัยที่ไม่มีผลต่อความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการศึกษา ได้แก่ ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมและปัจจัยด้านทรัพยากร

6. ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพ คือปัจจัยด้านกิจกรรม CSR กับชุมชน ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมและด้านทรัพยากรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แต่ปัจจัยด้านการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีผลมากที่สุดต่อความพึงพอใจด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพ ได้แก่ ปัจจัยด้านกิจกรรม CSR กับชุมชน และปัจจัยที่ไม่มีผลต่อความพึงพอใจด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพ ได้แก่ ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม ด้านนโยบายและภาพลักษณ์ และด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม

7. ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการบริจาคเพื่อสาธารณประโยชน์ คือปัจจัยด้านกิจกรรม CSR กับชุมชน ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ด้านทรัพยากร ด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กร และด้านการมีส่วนร่วมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แต่ปัจจัยด้านการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีผลมากที่สุดต่อความพึงพอใจด้านการบริจาคเพื่อสาธารณประโยชน์ ได้แก่ ปัจจัยด้านกิจกรรม CSR กับชุมชน และปัจจัยที่ไม่มีผลต่อความพึงพอใจด้านการบริจาคเพื่อสาธารณประโยชน์ ได้แก่ ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม

อย่างไรก็ตามยังมีประเด็นที่ต้องอภิปรายจากผลของการศึกษาวิจัยและนำเสนอข้อเสนอแนะดังกล่าว คือ 1) ประเด็นที่ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมไม่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนโดยรวม ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนในด้านการพัฒนาชุมชนและสังคม ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนในด้านการส่งเสริมการศึกษา และไม่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนในด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพ 2) ประเด็นที่ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมไม่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนในด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชน ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนในด้านการพัฒนาชุมชนและสังคม ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนในด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพ และไม่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนในด้านการบริจาคเพื่อสาธารณประโยชน์ โดยอภิปรายผลสองประเด็นนี้ไว้ดังนี้

1. ประเด็นที่ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมไม่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนโดยรวม ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนในด้านการพัฒนาชุมชนและสังคม ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนในด้านการส่งเสริมการศึกษา และไม่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนในด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพ สรุปได้ว่าปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านการมีส่วนร่วมเป็นจุดอ่อนและควรมีแผนในการปรับปรุงพัฒนาให้เกิดการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงและเพิ่มขึ้นในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทฯ ซึ่งสอดคล้องกับตัวเลขทางสถิติของระดับการประเมินผลปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่า ปัจจัยการมีส่วนร่วมจะมีคะแนนค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด อยู่ที่ 3.63 สาเหตุมา

จาก คนในชุมชนยังรับทราบข้อมูลของกิจกรรมและการมีส่วนร่วมยังด้อยในการชี้แจงประชาสัมพันธ์การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมกับชุมชนอย่างทั่วถึง และยังด้อยในการเสนอแนะหรือแสดงความคิดเห็นจากชุมชนต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างเปิดเผย ประกอบกับบางกิจกรรมขาดการประเมินความพึงพอใจของชุมชนจึงไม่เห็นพัฒนาการด้านการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง การประชุมกับผู้นำชุมชนทุก 3 เดือน ไม่ได้รับประกันว่าจะเป็นการสื่อสารที่ลงไปถึงลูกบ้านทั่วถึงหรือไม่ กิจกรรมเด่นที่เห็นการมีส่วนร่วมมากที่สุดคือกิจกรรม พลังหญิงเท่านั้น และเป็นกิจกรรมที่มีการประเมินผลของผู้เข้าร่วมกิจกรรมอย่างชัดเจน บริษัทฯ ควรสร้างตัวชี้วัดในการมีส่วนร่วมของชุมชนในทุกๆ กิจกรรมอย่างเป็นรูปธรรม สร้างรูปแบบให้เห็นมิติของการมีส่วนร่วมหลายรูปแบบที่สามารถวิเคราะห์และประมวลผลนำมาใช้ในการตัดสินใจได้

2. ประเด็นที่ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมไม่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนในด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชน ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนในด้านการพัฒนาชุมชนและสังคม ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนในด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพ และไม่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนในด้านการบริจาคเพื่อสาธารณประโยชน์ สรุปได้ว่า บริษัทฯ มีการตื่นตัวเรื่องกฎหมายใหม่เพราะมีฝ่ายคุณภาพส่วนกลางที่ทำงานตามระบบ ISO14001 มีหน้าที่คอยติดตามข้อกำหนดใหม่อยู่ตลอดเวลาจึงมีการวางแผนความสอดคล้อง เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความผิดพลาดอย่างรัดกุมและทันต่อเหตุการณ์ ซึ่งถือว่าบริษัทฯ บริหารความเสี่ยงเรื่องข้อกำหนดได้ดี และเพราะว่าชุมชนส่วนใหญ่เห็นว่ากฎหมายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมช่วยคุ้มครองรักษาผลประโยชน์ของชุมชนโดยตรง และเห็นว่ากฎหมายที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมจะส่งผลต่อกลยุทธ์และนโยบายในการดำเนินธุรกิจไม่ให้เกิดผลกระทบต่อชุมชน แม้ชุมชนส่วนใหญ่ยังไม่ทราบข้อกำหนดใหม่ที่มีผลบังคับใช้แล้ว บริษัทฯ ควรสร้างความจริงใจในการสื่อสารกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมให้ชุมชนได้รับทราบด้วย เป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ในการสื่อสารจะทำให้เกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมและเกิดการยอมรับโดยปริยาย

สำหรับการศึกษาแนวทางและความสอดคล้องในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้บริหารและผู้รับผิดชอบโดยตรงด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง สรุปจากความเห็นของผู้บริหารและผู้รับผิดชอบโดยตรงด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง ในด้านปัจจัยต่างๆในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม มีความเห็นไปในทางเดียวกันว่าบริษัทฯ มีแนวทางและแผนงานที่ชัดเจน มีความพร้อมจะดำเนินนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมสอดคล้องกับการเจริญเติบโตของบริษัทโดยรวม และของสาขาตรังเองตามบริบทองค์กรที่เขียนไว้ และความพร้อมในการสนับสนุนในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมจากส่วนกลาง โดยมีฝ่ายที่คอยให้คำปรึกษาและช่วยเหลือจากสำนักงานใหญ่ที่ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางของฝ่ายความยั่งยืนองค์กร

จากการศึกษาปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมจะมีผลมากที่สุดต่อความพึงพอใจโดยรวมของชุมชน และเมื่อแยกความพึงพอใจของชุมชนใน



ด้านต่างๆพบว่า ปัจจัยด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมยังมีผลมากที่สุดต่อความพึงพอใจในด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชน มีผลมากที่สุดต่อความพึงพอใจในด้านการพัฒนาชุมชนและสังคม และมีผลมากที่สุดต่อความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการศึกษาอีกด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฮารุณ โสธามาต (2562) ให้ความหมายของการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม คือ สิ่งที่อยู่รอบตัวทุกอย่างทั้งเป็นสิ่งที่มีชีวิตและสิ่งที่ไม่มีชีวิต พิจารณาตัวอย่างการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมในโรงเรียนใน 3 ด้านได้แก่ การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมด้านกายภาพ คือบรรยากาศ และสถานที่ให้เป็นสถานศึกษาที่น่าอยู่ ด้านบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมด้านบริหาร คือการพัฒนาทางด้านนโยบายในการบริหารที่เอื้อประโยชน์ต่อการเรียนรู้ และเอื้อต่อผู้ที่เกี่ยวข้องจากผู้เรียนในสถานศึกษาด้วย เช่น ผู้สอน เจ้าหน้าที่ ผู้ปกครองนักเรียนด้วย การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมด้านวิชาการ คือ การพัฒนาการเรียนรู้ของนักเรียนและคณะครูอาจารย์ให้อยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข สอดคล้องกับงานวิจัยของพระเจริญ บุญทศ, สุรินทร์ นิมมางกูร และ บุญเลิศ ไพรินทร์ (2558). ได้ให้ความหมายของการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม คือ การบริหารจัดการทรัพยากรไม่ว่าทรัพยากรนั้นจะเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ หรือถูกสร้างขึ้นด้วยฝีมือของมนุษย์ก็ตามโดยการบริหารจัดการดังกล่าวหมายรวมถึง การพิจารณาทรัพยากรอย่างมีระบบ และมีการนำมาใช้อย่างประหยัดและการนำกลับมาใช้ใหม่ และสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์กับผู้บริหารและผู้รับผิดชอบโดยตรงต่อความรับผิดชอบต่อสังคมที่สรุปใจความได้ว่า นอกจากนโยบาย Green Rubber Company บริษัทฯ มีระบบบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมที่เป็นมาตรฐานสากลมาใช้ คือ ระบบ ISO14001 คือ มาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environment management System) ที่ได้รับการยอมรับมากที่สุดจากหน่วยงานองค์กรทั่วโลก มีวัตถุประสงค์เพื่อให้องค์กรมีความตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการสิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์พลังงาน การนำพลังงานทดแทนหรือธรรมชาติมาใช้หมุนเวียน เพื่อให้เกิดการพัฒนาสิ่งแวดล้อมควบคู่กับการพัฒนาธุรกิจ โดยจะต้องมุ่งเน้นในการป้องกันมลพิษและรักษาสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก

จากการศึกษาปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านกิจกรรม CSR กับชุมชน จะมีผลมากที่สุดต่อความพึงพอใจของชุมชนในด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพ และมีผลมากที่สุดต่อความพึงพอใจในด้านการบริจาคเพื่อสาธารณะประโยชน์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาวินี ตั้งสกุล (2555) สรุปไว้ชัดเจนจากการวิจัยของบริษัท ปตท.สำรวจและวิจัยปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ในเรื่องการเข้าร่วมกิจกรรมด้าน CSR พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยได้เข้าร่วมกิจกรรม CSR ของบริษัทฯ และลักษณะการเข้าร่วมกิจกรรม CSR ของชุมชนเป็นการร่วมแรงร่วมใจลงมือปฏิบัติจริงในกิจกรรมนั้นๆ กิจกรรมที่สำคัญที่ได้รับความสนใจได้แก่ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เช่นกิจกรรมรักษาน้ำเจือกของ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เพชรวดี กาญจนวิโรจน์, (2554) ระบุว่า การสร้างกลยุทธ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัท : กรณีศึกษาบริษัท ไทยออยล์ จำกัด (มหาชน) จากการเก็บแบบสอบถามจากชุมชนโดยรอบโรงกลั่นพบว่า ความสัมพันธ์ของบริษัท ไทยออยล์กับคนในชุมชนมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันเป็นอย่างมาก เนื่องจากบริษัทได้มีการจัดทำกิจกรรม CSR อย่างสม่ำเสมอ และสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์กับผู้บริหารและผู้รับผิดชอบโดยตรงต่อ

ความรับผิดชอบต่อสังคมที่สรุปใจความได้ว่า บริษัทมีการกำหนดกิจกรรม CSR กับชุมชนล่วงหน้าผ่านงบประมาณประจำปีซึ่งทุกกิจกรรมหรือโครงการมีทั้งโครงการที่บริษัทฯ กำหนดเอง กิจกรรมที่ชุมชนร้องขอ และส่วนใหญ่เป็นกิจกรรมที่กำหนดหรือขอความเห็นชอบร่วมกันกับชุมชน เพื่อความต่อเนื่องและยั่งยืนผ่านการประชุมกับชุมชนทุก 3 เดือนทั้งในและนอกสถานที่

จากการศึกษาปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กรจะมีผลมากที่สุดต่อความพึงพอใจของชุมชนในด้านการยอมรับของชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุปรีชา ข่านานุกุฒิพร เกษมชาติ นเรศเสนีย์ และบุญเลิศ ไพรินทร์ (2558) สรุปประเด็นด้านนโยบายไว้ชัดเจนว่า คือแนวทางต่างๆที่ผู้บริหารตั้งใจกำหนดไว้เพื่อดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ โดยมีการกำหนดเป้าหมาย หลักการดำเนินงาน ยุทธศาสตร์ แผนงาน วิธีการบริหารงานที่ชัดเจนทุกกระบวนการ ซึ่งการจะบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายจะต้องมีวิธีการที่ตรงกับความต้องการและสอดคล้องกับสภาพการณ์ที่เป็นจริง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปวีณา สินขาว (2556) สรุปประเด็นภาพลักษณ์ไว้ชัดเจนว่า บริษัทฯที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมจะมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของบริษัทฯ และจะเป็นบริษัทที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจในทุกๆด้านครอบคลุมผู้มีส่วนได้เสียอย่างทั่วถึง เช่น ผู้บริโภค ชุมชนและสังคมรอบๆ บริษัทฯ และด้านสิ่งแวดล้อม ผู้บริโภคจะมีความชื่นชอบและเชื่อมั่นในภาพลักษณ์และสินค้าของบริษัทผ่านการดำเนินการทางการตลาด ประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะถ้าบุคคลากรที่รับผิดชอบต่อสังคมโดยตรงเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ และสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์กับผู้บริหารและผู้รับผิดชอบต่อสังคมที่สรุปใจความได้ว่า บริษัทยึดถือนโยบาย Green Rubber Company “องค์กรแห่งยางสีเขียว” เป็นแม่บทในการวางแผนกำกับดูแลกิจการของบริษัท ภาพลักษณ์ของบริษัทแสดงออกผ่านนโยบาย Green Rubber Company

สำหรับปัจจัยการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่เป็นประเด็นใหม่ที่ต้องการศึกษา แม้จะไม่มีผลมากที่สุดต่อความพึงพอใจของชุมชนในทุกด้าน แต่ก็มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนโดยรวม มีผลต่อความพึงพอใจด้านการยอมรับของชุมชน มีผลต่อความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการศึกษา สอดคล้องกับงานวิจัยของนิทัศน์ เจริญศรีพงษ์, ปัญญา สุทธิบดี, ประเทือง ธนียผล, และประพจน์ คล้ายสุรธม. (2563) จากการศึกษาพบว่า มลพิษในพื้นที่ของอุตสาหกรรมนั้น สาเหตุเกิดจากการที่กฎหมายสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวกับนิคมอุตสาหกรรมไม่สามารถบังคับใช้ได้กับโรงงานอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ในนิคมอุตสาหกรรมที่มีขนาดใหญ่ ที่มีความซับซ้อนในทุกกระบวนการ อีกประเด็นหนึ่งของปัญหาด้านมลพิษคือขาดองค์กรที่ทำหน้าที่ตรวจสอบที่เข้มงวดและเป็นอิสระอย่างแท้จริง อีกทั้งในแง่ของนโยบายด้านการลงทุนจะให้ความสำคัญกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมมากกว่าความเข้มงวดในการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม จึงเห็นได้ว่ากฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมไม่สามารถบังคับใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพนั่นเอง และสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์กับผู้บริหารและผู้รับผิดชอบต่อสังคมที่สรุปใจความได้ว่า ผู้บริหารมีความตั้งใจที่จะบริหารงานให้สอดคล้องกับกฎหมาย แต่ก็มีข้อกังวลในเรื่องการบังคับใช้กฎหมายทั้งด้านงบประมาณในการลงทุนและวิธีการปฏิบัติ แต่มองว่า

กฎหมายจะทำให้มีผลดีต่อบริษัทในการเพิ่มความระมัดระวังกับการบริหารธุรกิจไม่ให้เกิดผลกระทบกับชุมชน

ประโยชน์ในเชิงธุรกิจที่ได้จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหารและผู้รับผิดชอบโดยตรงด้านการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ศรีตรังแอมโอรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรังสามารถนำผลการศึกษาในครั้งนี้ใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมหรือ CSR ให้สอดคล้องกับความเป็นจริง โดยนำผลการศึกษาไปแจ้งการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนที่ได้ในครั้งนี้นำไปประกอบในการพิจารณาในการพัฒนาปรับปรุงการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น ตรงกับความต้องการของชุมชนและสอดคล้องกับความเป็นจริงของชุมชน ทั้งเพื่อตอบสนองความพึงพอใจในภาพรวมและความพึงพอใจในทุกๆด้านอย่างเสมอภาค เช่น นำค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่ได้คะแนนน้อยมาเจาะลึกประเด็นค้นหาปัญหาจะนำมาซึ่งการแก้ไขและปรับปรุงพัฒนาอย่างยั่งยืนและต่อเนื่องต่อไป หรือบริษัทศรีตรังแอมโอรสาขาอื่นๆ ก็สามารถนำไปขยายผลในการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมเพราะสภาพแวดล้อมหรือภูมิภาคที่แตกต่างกันจะมีผลแตกต่างกันแต่สามารถนำการวิจัยนี้เป็นต้นแบบในการวิจัยได้ นอกจากนี้ ผลการศึกษาในครั้งนี้ผู้ประกอบการธุรกิจยางพาราและอุตสาหกรรมอื่นที่เกี่ยวข้องกันยังสามารถนำผลการศึกษาไปแจ้งการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของที่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนไปประยุกต์ใช้เพื่อปรับปรุงและพัฒนาให้สอดคล้องกับบริบทขององค์กรได้

ประโยชน์ในเชิงวิชาการ วิทยานิพนธ์นี้เกิดองค์ความรู้ใหม่ที่เป็นการสนับสนุนผลงานวิจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจโดยเฉพาะปัจจัยด้านการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการปฏิบัติตามกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม พบว่าปัจจัยด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมไม่ได้มีผลมากที่สุดต่อความพึงพอใจในทุกๆด้าน แต่น่าจะมีผลต่อองค์กรมากกว่าถ้าหากไม่สามารถปฏิบัติได้สอดคล้องตามกฎหมายไม่ว่าจะด้วยเหตุผลใดก็ตาม

อย่างไรก็ตามในการศึกษาครั้งนี้มีข้อจำกัดบางอย่าง คือ เป็นการศึกษากรณีเฉพาะบริษัท ศรีตรังแอมโอรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง เท่านั้น ยังมีบริษัท ศรีตรังแอมโอรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดตรังอีก 2 สาขาที่ไม่ได้ศึกษา คือ สาขาห้วยนาง และสาขาสิเกา ซึ่งทั้งสองสาขามีความแตกต่างในด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปที่แตกต่างจากสาขาตรัง แม้สภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์จะใกล้เคียงกันก็ตาม กลุ่มบริษัทศรีตรังฯ เป็นองค์กรขนาดใหญ่ที่ดำเนินธุรกิจยางพาราอย่างครบวงจรและมีสาขาและบริษัทในเครือกระจายทั่วภูมิภาคทั้งในและต่างประเทศ ผลการวิจัยจึงมีความเจาะจงเฉพาะสาขาตรัง อาจเป็นข้อจำกัดในการนำไปใช้หรือขยายผลเป็นแนวทางของอุตสาหกรรมยางพาราและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกัน อาทิ ประเภท ขนาด ที่ตั้ง และวัฒนธรรมได้ เป็นต้น

#### 5.4 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการทดสอบสมมติฐานประเด็นปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนโดยรวม ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการพัฒนาชุมชนและสังคม ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมการศึกษา และไม่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพ ประกอบด้วย ตารางที่ 4.7 ระดับการประเมินผลปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่า ปัจจัยการมีส่วนร่วมจะมีคะแนนค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด อยู่ที่ 3.63 จากปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมทั้ง 6 ด้าน ซึ่งวิเคราะห์ได้ว่าเป็นจุดอ่อนของบริษัทฯ ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะให้ศึกษาเชิงลึกในเรื่องของประสิทธิผลของการมีส่วนร่วมต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบธุรกิจยางพารา

การมีส่วนร่วมควรเป็นปัจจัยหลักในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อความยั่งยืนอย่างแท้จริง การมีส่วนร่วมแม้จะมีความหมายกว้าง แต่การมีส่วนร่วมของประชาชนหรือชุมชนจะถูกผูกโยงกับการพัฒนา เมื่อมีโอกาสในการแสดงความเห็น มีโอกาสในการตัดสินใจ มีโอกาสในการกำหนดปัญหา มีโอกาสในการเสนอความต้องการ ก็จะเป็นพลังขีดความสามารถในด้านความร่วมมือ สามารถบริหารจัดการทรัพยากรร่วมกันอย่างเกิดประโยชน์สูงสุด ทุกกิจกรรมทุกเป้าหมายจึงเป็นเรื่องสำคัญเสมอเมื่อทุกภาคส่วนมีส่วนร่วม โดยหากมุ่งสู่การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพิ่มศักยภาพของชุมชนมีผลต่อคุณภาพชีวิต จะนำมาซึ่งความแข็งแกร่งและมั่นคงของชุมชนเอง ฉะนั้นการเกิดโครงการหรือกิจกรรมใดเกิดขึ้นจึงต้องเกิดจากความตระหนักและเป็นพ้องต้องกันของชุมชนจึงสามารถขับเคลื่อนชุมชนไปได้อย่างยั่งยืน ซึ่งดัชนีชี้วัดของการมีส่วนร่วมมีหลายวิธี เช่น ความพึงพอใจในการดำเนินกิจกรรม จำนวนผู้มีส่วนร่วม โดยเฉพาะจำนวนของคนในชุมชน การรับรู้ข่าวสารประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

## บรรณานุกรม

กชกร เปาสวรรณ และคณะ. (2550). *ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการมาศึกษาต่อที่ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ศูนย์พิษณุโลก*. สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

- กรมควบคุมมลพิษ. (2562). ประกาศกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เรื่อง กำหนดมาตรฐานค่าความเข้มข้นของอากาศเสียที่ปล่อยทิ้งจากโรงงานผลิตยาง. สืบค้นเมื่อ 30 มิถุนายน 2563, จาก [https://www.pcd.go.th/wp-content/uploads/2020/03/pcdnew-2020-03-24\\_04-24-33\\_757425.pdf](https://www.pcd.go.th/wp-content/uploads/2020/03/pcdnew-2020-03-24_04-24-33_757425.pdf)
- กรมโรงงานอุตสาหกรรม. (2552). ประกาศกรมโรงงานอุตสาหกรรม ว่าด้วยมาตรฐานความรับผิดชอบต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อสังคม พ.ศ. 2552. สืบค้น 25 มิถุนายน 2563, จาก <http://ecocenter.diw.go.th/csr/images/content/10newsletter/pdf/2563/Standard%20CSR-DIW%202563.pdf>.
- กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2552, 29 ธันวาคม). ประกาศกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เรื่อง กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ ระเบียบปฏิบัติและแนวทางในการจัดทำรายงานการวิเคราะห์ผล กระทำสิ่งแวดล้อมสำหรับโครงการหรือกิจการที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนอย่างรุนแรงทั้งทางด้านคุณภาพสิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติและสุขภาพ. สืบค้น 25 มิถุนายน 2563, จาก <https://www.md.go.th/md/index.php/2014-01-19-05-02-28/2016-07-25-03-15-33/2016-11-23-07-45-13/2824---259/file>
- กิตติยา ปรัดถจรีญา, และปาริชาติ สถาปิตานนท์. (2553). การสื่อสารความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ ธุรกิจบุหรี. *วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา*, 3(3), 121-140. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jprad/article/view/134391>
- จรัสชัย อุปกิจ. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ปฏิบัติงานสังกัดโรงไฟฟ้าแม่เมาะ อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง [วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.
- จอย ทองกลมศรี. (2557). การพัฒนาตัวบ่งชี้ความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันอุดมศึกษาไทยตามหลักธรรมาภิบาล. *วารสารเศรษฐศาสตร์*, 42(1), 1-19. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/EDUCU/article/view/27720>
- จิรประภา อัครบวร, และประยูร อัครบวร. (2552). *ความรับผิดชอบต่อสังคม CSR: Corporate Social Responsibility*. ก.พลพิมพ์ (1996).
- ชุตินา จริเกษม. (2553). *ภาพลักษณ์และประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์ของบริษัท ป.ต.ท. เคมีคอล จำกัด (มหาชน)* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. <http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/30531>.

- ฐปนีย์ วิชญชน, และรุ่งนภา พิตรปรีชา. (2555). การสร้างตัวชี้วัดความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจพลังงานในประเทศไทย. *วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา*, 5(1), 83-98.  
<https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jprad/article/view/134254/100462>
- ฐานิตา ฮ่องฤกษ์. (2560). ความรับผิดชอบต่อสังคมกับการสร้างข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขันของ องค์กร. *วารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 2(2), 70-81.  
[https://repository.rmutp.ac.th/bitstream/handle/123456789/2894/HEC\\_62\\_01.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.rmutp.ac.th/bitstream/handle/123456789/2894/HEC_62_01.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- ณัฐินี สืบจากยง. (2554). *กลยุทธ์และประสิทธิผลการใช้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของ การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย].  
<http://doi.org/10.14457/CU.the.2011.342>
- ธนกฤต อยู่ตระกูล. (2560). *ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัทไทยเพอร์ซิเดนซ์ฟุตส์ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดระยอง* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา]. <http://202.28.77.107/dcms/files/57920840.pdf>
- นฤพร กัลยาณลาภ. (2561). *การเปิดรับเครื่องมือการสื่อสารการตลาด การรับรู้ภาพลักษณ์และ แนวโน้มพฤติกรรมต่อแอปพลิเคชัน KPlus* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์].  
[https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve\\_Doi=10.14457/TU.the.2018.1392](https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve_Doi=10.14457/TU.the.2018.1392)
- นิทัศน์ เจริญศรีพงษ์, ปัญญา สุทธิบดี, ประเทือง ธนียผล, และประพจน์ คล้ายสุวรรณ. (2563). การ บังคับใช้กฎหมายสิ่งแวดล้อมเกี่ยวกับนิคมอุตสาหกรรม. *วารสารรัชต์ภาคย์*, 14(32), 50-66.  
<https://so05.tci-thaijo.org/index.php/RJPJ/article/view/183359>
- นิสากร โลกสุทธิ. (2551). *กลยุทธ์การใช้กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) เพื่อการสร้าง ภาพลักษณ์ของบริษัท สิงห์คอร์เปอเรชั่น จำกัด* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. <http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/14786>
- เนติมา นิจจันพันศรี, และพนม คลี่ฉายา. (2555). การสร้างแบบวัดสำหรับการประเมินผลการดำเนินงาน กิจกรรม ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจในประเทศไทย. *วารสารการประชาสัมพันธ์ และการโฆษณา*, 5(2), 65-91. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jprad/article/view/134097>
- บริษัท ศรีตรังแอมโกลอินดัสทรี จำกัด (มหาชน). (2563ก). *ประวัติบริษัท*. สืบค้น 20 สิงหาคม 2563, จาก <https://www.sritranggroup.com/th/about/company-profile>

- บริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน). (2563ข). รายงานความยั่งยืนประจำปี 2562. สืบค้น 20 สิงหาคม 2563, จาก <https://www.sriranggroup.com/misc/sustainability/20200409-sta-sdreport-2019-th.pdf>.
- เบญจมาศ ยศเสนา. (2559). *คุณภาพประชากรการยอมรับกระแสโลกและการเห็นคุณค่าผู้สูงอายุ* [วิทยานิพนธ์ปริญญาคุุณบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. <http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/55315>
- ประจวบ กล่อมจิตร, และประสิทธิ์ชัย ผาสุกตร. (2559). การประยุกต์ใช้การบำรุงรักษาด้วยเทคโนโลยีความนำ เชื่อถือเป็นศูนย์กลางในการผลิตในโรงงานตัวอย่าง. *วารสารข่าวงานวิศวกรรมอุตสาหกรรมไทย*, 2(2), 35-41. <https://ph02.tci-thaijo.org/index.php/ienj/article/view/179537>
- ปวีณา สิ้นขาว. (2556). *ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของบริษัทไทย น้ำทิพย์ จำกัด จังหวัดปทุมธานี* [วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี]. <http://www.repository.rmutt.ac.th/dspace/bitstream/123456789/1969/1/139392.pdf>
- ปิยฉัตร ทองแพง. (2562). การจัดทำบัญชีและการควบคุมภายในของคณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านและชุมชน เมือง: กองทุนหมู่บ้านหนองคูใหญ่ ตำบลเป้าะ อำเภอบึงบูรพ์ จังหวัดศรีสะเกษ. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ*, 13(1), 114-123. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/sskrujournal/article/view/184752>
- พนัส ทศนิยานนท์, ประสิทธิ์ ปิวาวัฒนพานิช, และวิพล กิติทัศนาศรัชัย. (2554). *ศาลโลก-ศาลประจำอนุญาโตตุลาการกับข้อพิพาทระหว่างประเทศ. มุลินธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*.
- พระเจริญ บุญทศ, สุรินทร์ นิยมางกูร, และ บุญเลิศ ไพรินทร์. (2558). ประสิทธิภาพการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมในนิคมอุตสาหกรรมนวนคร จังหวัดปทุมธานี. *วารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม*, 14(1), 220-225. <https://ph01.tci-thaijo.org/index.php/JIE/article/view/124488/94381>
- พระครูเกษมอินทเขต (วงศ์มา). (2561). *ชุมชนกับการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมสุขภาพตามวิถีพุทธแก่ผู้สูงอายุบ้านล้อง หมู่ 2 ตำบลหนองหล่ม อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง* [วิทยานิพนธ์ปริญญา

มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย].

[http://information.mcu.ac.th/site/thesiscontent\\_desc.php?ct=1&t\\_id=4145](http://information.mcu.ac.th/site/thesiscontent_desc.php?ct=1&t_id=4145)

พฤกษา เกษมสารคุณ, และพัชนี เขยจรรรยา. (2553). การใช้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ. แม่เมาะ จ. ลำปาง. *วารสารนิเทศศาสตร์*, 28(4), 115-130. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jcomm/article/view/86326>

พวงพยอม คำมุง. (2557, 24 กรกฎาคม). *จริยธรรม ที่สำคัญของการดำเนินธุรกิจ*. สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดน่าน จาก [https://pr.prd.go.th/nan/ewt\\_news.php?nid=2414&filename=intro](https://pr.prd.go.th/nan/ewt_news.php?nid=2414&filename=intro)

พิชิต พิทักษ์เทพสมบัติ. (2552). *ความพึงพอใจในงานและความผูกพันต่อองค์กร ความหมายทฤษฎี วิธีวิจัยดและงานวิจัย*. เสมาธรรม.

เพชรวิดี กาญจนวิโรจน์. (2554). *การสร้างกลยุทธ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัท: กรณีศึกษา บริษัท ไทยออยล์ จำกัด (มหาชน) [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย]*. <https://scholar.utcc.ac.th/handle/6626976254/733>

เพ็ญนภา ดีชัยยะ. (2552). *ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ ในฐานะบรรทัดฐานทางสังคมในบริบทโลกาภิวัตน์ : กรณีศึกษานิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]*. [https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve\\_Doi=10.14457/CU.the.2009.767](https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve_Doi=10.14457/CU.the.2009.767)

พิมพ์กมล เกษแก้ว, และพัชต์ ลวางกูร. (2563). การกำหนดนโยบายการพัฒนาทางพาราประเทศไทย. *วารสารรัฐศาสตร์ภาคย์*, 14(32), 12-22. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/RJPJ/article/view/184292>

พิสชา สมบูรณ์สิน. (2553). *กระบวนการประชาสัมพันธ์กิจกรรม การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ SCG ที่มีส่วนร่วมของสื่อมวลชน [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]*. <http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/36578>

ภาวิณี ตั้งสกุล. (2555). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจของพนักงานในการเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ของบริษัท ปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]*. [http://digital.library.tu.ac.th/tu\\_dc/frontend/Info/item/dc:106603](http://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:106603)



- ภูเบศ อัครเดชพิพิธ. (2561). *การรับรู้ภาพลักษณ์การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. [http://digital.library.tu.ac.th/tu\\_dc/frontend/Info/item/dc:165292](http://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:165292)
- มยุรี อนุมานราชธน. (2556). *นโยบายสาธารณะ Public Policy* (พิมพ์ครั้งที่ 2). เอ็กสเปอร์เน็ท.
- มาลินี สายก้อน, และณัฐนันท์ จิตติยาปราโมทย์. (2560). ผลกระทบความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจที่มีต่อการเปิดเผยข้อมูลบัญชีสิ่งแวดล้อมของกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตที่ได้การรับรอง ISO14001 ในประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*, 12(2), 78-101. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jmscr/article/view/119811>
- รวีโรจน์ พิสิทธิ์อัศร. (2560). การศึกษาความพึงพอใจของประชาชนรอบฟาร์มสุกรมมาตรฐานต่อการจัดการมลพิษทางกลิ่นของฟาร์มสุกรมมาตรฐานในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม. *วารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์*, 25(2), 94-116. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/swjournal/article/view/170086>
- เรวัตย์ ยอดสุราง. (2556). *การศึกษาปัจจัยในการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อโครงการจัดการทรัพยากรประมง บริเวณอ่างเก็บน้ำทับทิมสยาม 01 จังหวัดตราด*. เอกสารวิชาการฉบับที่ 5/2556.ศูนย์บริหารจัดการประมงน้ำจืดภาคตะวันออก ระยอง.
- เรืองอุไร เพชรสังข์. (2552). *ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ กรณีศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมของ บมจ.ปตท* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. <http://doi.org/10.14457/CU.the.2009.2118>
- วรทัย ราวินิจ. (2549). *ประสิทธิผลของการใช้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมในการสร้างภาพลักษณ์ของ บริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. <http://doi.org/10.14457/CU.the.2006.1426>
- วิไลพรรณ ศรีสงคราม, สุชัยญา รัตนสัญญา, โรจน์รวี พจน์พัฒนพล, และพีรพล เทพประสิทธิ์. (2549). *จิตวิทยาทั่วไป*. ทริปเพิ้ล กรุ๊ป.
- ศรีสุวรรณ ขอไพบูลย์. (2559). ผลกระทบของนโยบายค่าแรงขั้นต่ำต่อการบริหารจัดการองค์กรของธุรกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัย ราชภัฏสวนสุนันทา*, 2(2), 279-291. <http://journalgrad.ssru.ac.th/index.php/issue14/article/view/600>

ศุภกฤต หอมประไพ. (2561). *ความสัมพันธ์ระหว่างความล้มเหลวในการให้บริการ (Service Failures) กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ของผู้ใช้งานในกรุงเทพมหานคร และปริมาณทลโดยมีภาพลักษณ์องค์กรเป็นตัวแปรสื่อ* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์].

[https://doi.nrct.go.th//ListDoi/listDetail?Resolve\\_DOI=10.14457/TU.the.2018.801](https://doi.nrct.go.th//ListDoi/listDetail?Resolve_DOI=10.14457/TU.the.2018.801)

สกวเดือน พิมพ์ศาล. (2558). การศึกษาตลอดชีวิตและการพัฒนาชุมชนให้ยั่งยืนตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง. *วารสารวิชาการแพรวากาฬสินธุ์*, 2(3), 153-172. [https://so05.tci-thaijo.org/index.php/Praewa-ksu\\_Journal/article/view/89430](https://so05.tci-thaijo.org/index.php/Praewa-ksu_Journal/article/view/89430)

สถาบันไทยพัฒนา มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์. (2553). *มาตรฐานแนวทางการความรับผิดชอบต่อสังคม ISO/26000*. Thaipat Institute. สืบค้น 26 มิถุนายน 2563, จาก <https://www.thaicr.com/2012/01/iso-26000.html?m=0>

สมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกร, และยุพาวดี สมบูรณ์กุล. (2553). *ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงงานอุตสาหกรรมยางพาราใน 5 จังหวัดภาคใต้* (รายงานการวิจัย). คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. <http://kb.psu.ac.th/psukb/handle/2010/6968>

สร้อยสุข พงศ์พูล. (2554). *แนวทางการเพิ่มพื้นที่สีเขียวในกรุงเทพมหานคร*. สำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร.

สำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร (องค์การมหาชน). ประวัติการปลูกยางพาราของประเทศไทย. คลังข้อมูลสารสนเทศระดับภูมิภาค (ภาคใต้) สืบค้น 30 มิถุนายน 2563, จาก <https://www.arda.or.th/kasetinfo/south/para/history/01-05.php>

สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดอุดรธานี. (2558). *การแก้ปัญหาผลกระทบจากกระบวนการผลิตและแปรรูปยางพาราจังหวัดอุดรธานี*. kbphp.nationalhealth. สืบค้น 17 พฤศจิกายน 2563, จาก <http://kbphp.nationalhealth.or.th/handle/123456789/3162>

สำนักอนามัยสิ่งแวดล้อม. (2560). *คู่มือวิชาการ เรื่อง แนวทางการตรวจสอบกลิ่นรบกวนสำหรับเจ้าพนักงานตามกฎหมายว่าด้วยการสาธารณสุข*. กรมอนามัย.

สุดารัตน์ แผลวมัจฉะ. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อสังคม กรณีศึกษากลุ่มบริษัทอูเบะ (ประเทศไทย)* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สถาบันพัฒนาบริหารศาสตร์].

<http://repository.nida.ac.th/handle/662723737/2066>

- สุปรีชา ชำนาญภูมิพร, เกษมชาติ นเรศเสนีย์, และบุญเลิศ ไพรินทร์. (2558). ประสิทธิภาพการนำนโยบายayangพาราไปปฏิบัติของสถาบันเกษตรกรยางพารา ในจังหวัดภาคใต้ตอน. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 9(2), 172-191. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JournalGradVRU/article/view/40657>
- หวน พินธุพันธ์. (2560). การบริหารทรัพยากรทางการศึกษา. *สารานุกรมศึกษาศาสตร์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 52. 8-19. <http://ejournals.swu.ac.th/index.php/ENEDU/article/view/10007>
- อนันตชัย ยुरประถม. (2550). CSR จากแนวคิดสู่วิธีปฏิบัติ. *วารสารเพิ่มผลผลิต Productivity World พฤศจิกายน-ธันวาคม*.
- อดิพันธ์ บัวภักดี. (2552). รายงานพิเศษผลงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว [จุลสาร]. ม.ป.พ.
- อัครกฤษ นุ่นจันทร์. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับของประชาชนในการสร้างโรงงานกำจัดขยะชุมชน. *วารสารสหวิทยาการ มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 2(1), 35-46. [https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jmhs1\\_s/article/view/243487](https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jmhs1_s/article/view/243487)
- อัจฉรา ชลายนนาวิน. (2562). แนวคิดองค์ประกอบชุมชนและการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน. *วารสารรัฐราษฎร์*, 61(1), 45-55. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/ratthapirak/article/view/188953>
- อิศรา ตียะสุขสวัสดิ์. (2552). การใช้อินเทอร์เน็ตของประชากรไทย พ.ศ. 2551 [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย] <http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/16748>
- ฮารุณ โสธามาต. (2562). การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมภายในของโรงเรียนระดับมัธยมศึกษา สหวิทยาเขตอ้นตามัน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 16 [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- Applewhite, P. B. (1965). *Organization and Behavior*. Prentice-Hall.
- Bowen, H. R. (2013). *Social responsibilities of the businessman*. University of Iowa Press.
- Brown, T. J., & Dacin, P. A. (1997). The company and the product: corporate associations and consumer product responses. *Journal of Marketing*, 61(1), 68-84. <https://doi.org/10.2307/1252190>

- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business horizons*, 34(4), 39-48. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)
- Crane, A., & Desmond, J. (2002). *Societal marketing and morality*. European journal of marketing
- Hoffman, D. L. & Novark, T. P. (1995). *Commercial scenarios for the web: Projet 2000*. Owen Graduate School of Management.
- Kotler, P. & Lee, N. (2005a). *Business management*. Prentice Hall.
- Kotler, P. & Lee, N. (2005b). *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. Wiley.
- Kreps, T. (1940). *Measurement of the Social Performance of Business, TNEC Monograph No.7*, (Washington Government Printing Office.)
- Likert, R. (1961). *New Patterns of Management*. McGraw-Hill.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2002, December). The competitive advantage of corporate philanthropy. *Harvard Business Review*, 27-64. <https://hbr.org/2002/12/the-competitive-advantage-of-corporate-philanthropy>.
- Rogers, E. M. (1973). *Communication Strategies for Family Planning*. The Free Press.
- Yamene, T. (1967). *Elementary sampling theory*. Prentice Hall.

## ภาคผนวก ก

## รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

- |   |                                      |  |
|---|--------------------------------------|--|
| 1 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ครรชิต เชื้อขำ | <p>อาจารย์ประจำสาขาวิชาการประกันภัยและการจัดการความเสี่ยง</p> <p>รองคณบดีฝ่ายบริหาร คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง</p>          |
| 2 | ดร.ชัยยา น้อยนารถ                    | <p>อาจารย์ประจำสาขาวิชาการประกันภัยและการจัดการความเสี่ยง</p> <p>ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายวิชาการและพัฒนานักศึกษาวิทยาเขตตรัง มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง</p> |
| 3 | นายวรชาติ วรวิทยกิจ                  | <p>ผู้จัดการบริษัท</p> <p>บริษัท สตาร์ไลท์เอ็กซ์เพรสทรานสปอร์ต จำกัด</p>   |

ภาคผนวก ข  
แบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก สำหรับผู้บริหารในองค์กรและผู้ที่ปฏิบัติงานเกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม

เรื่อง ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบธุรกิจยางพารา

ที่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชน

กรณีศึกษา:บริษัทศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

**คำชี้แจง**

แบบสอบถามนี้ใช้สำหรับการวิจัยเรื่อง ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบธุรกิจยางพาราที่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชนกรณีศึกษา:บริษัทศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง โดยในแบบสอบถามประกอบไปด้วย 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 คำถามทั่วไป

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

โดยขอให้ท่านช่วยกรุณาตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อตามความเป็นจริงมากที่สุด เพื่อจะได้นำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการวิจัย เพื่อประโยชน์ต่อไปในอนาคต จะถือเป็นความลับและนำเสนอข้อมูลต่างๆ จะเป็นไปในภาพรวมเพื่อประโยชน์ทางวิชาการเท่านั้น ซึ่งจะไม่ส่งผลกระทบต่อท่านทั้งสิ้น

จึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการให้ความอนุเคราะห์การสัมภาษณ์ในครั้งนี้

ขอแสดงความนับถือ

(นายเกรียงศักดิ์ เพทหาย)

หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก สำหรับผู้บริหารในองค์กรและผู้ปฏิบัติงานเกี่ยวข้องกับความรู้ผิดชอบต่อสังคม  
เรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินกิจกรรมความรู้ผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบธุรกิจยางพารา  
กรณีศึกษา บริษัทศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

ผู้ให้สัมภาษณ์

.....

ตำแหน่ง.....

วัน/เดือน/ปี.....เวลาที่สัมภาษณ์.....

สถานที่สัมภาษณ์.....

ผู้สัมภาษณ์.....

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง  ที่ตรงกับความเป็นจริง

1. ระดับพนักงานในองค์กรผู้ตอบแบบสอบถาม

1. ผู้บริหาร  2. ผู้รับผิดชอบโดยตรงด้านความรู้ผิดชอบต่อสังคม

2. เพศ  1.ชาย  2.หญิง

3. อายุ  1. ไม่เกิน 30 ปี  2. 31-40 ปี  3. 41-50 ปี

4. 51-60 ปี  5. 61 ปีขึ้นไป

4. การศึกษา  1.อนุปริญญา/ปวส  2. ปริญญาตรี  3.ปริญญาโท

4. สูงกว่าปริญญาโท

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. ไม่เกิน 20,000 บาท  2. 20,001-30,000 บาท  3. 30,001-40,000 บาท

4. 40,001-50,000 บาท  5. 50,001-60,000 บาท  6. 60,001 บาทขึ้นไป

## ส่วนที่ 2 คำถามทั่วไป

1. ความรับผิดชอบต่อสังคมในความเข้าใจของท่านคืออะไร

.....

.....

.....

2. บริษัทศรีตรังแอกโรรินด์สทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรังต้องมีการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเพราะเหตุใด

.....

.....

.....

3. ชุมชนมีบทบาทและมีผลต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทศรีตรังแอกโรรินด์สทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง หรือไม่อย่างไร

.....

.....

.....

4. บริษัทศรีตรังแอกโรรินด์สทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง ได้รับประโยชน์จากการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

5. ภาพลักษณ์โดยรวมด้าน CSR ของบริษัทศรีตรังแอกโรรินด์สทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง ในความคิดของท่านเป็นอย่างไรบ้าง

.....



- .....
- .....
6. สภาพทางเศรษฐกิจส่งผลต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทศรีตรังแอกโรรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง หรือไม่อย่างไร
- .....
- .....

7. กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ ที่จากหน่วยงานราชการทุกภาคส่วน มีผลต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทศรีตรังแอกโรรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง หรือไม่อย่างไร
- .....
- .....

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

## 1. ด้านนโยบายและภาพลักษณ์องค์กร

### 1.1 ด้านนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม

- 1) บริษัทศรีตรังแอกโรรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน ) สาขาตรัง มีนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมหรือไม่และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม
- .....
- .....

2) บริษัทศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง มีแนวทางและแผนงานในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมหรือไม่และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

.....

.....

.....

3) การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง บรรลุวัตถุประสงค์และสอดคล้องกับนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมหรือไม่และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

.....

.....

.....

## 1.2 ด้านภาพลักษณ์องค์กร

1) ภาพลักษณ์ของบริษัทศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ในบริบทของ “บริษัทศรีตรังฯเป็นองค์กรแห่งยางสีเขียว (Green Rubber Company)” หรือไม่และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

.....

.....

.....

2) บริษัทศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง ประสบความสำเร็จในด้านการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมหรือไม่และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

.....

.....

---

## 2.ด้านทรัพยากร

### 2.1 ทรัพยากรบุคคล

1) บริษัทศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง มีบุคลากรที่ดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเพียงพอและมีความรู้ความสามารถต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมหรือไม่ และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

---

---

---

2) ผู้บริหารได้ให้ความสำคัญและสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม หรือไม่ และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

---

---

---

### 2.2 งบประมาณ

1) งบประมาณในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง มีความเพียงพอหรือไม่ และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

---

---

---

2) งบประมาณในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง มีการจัดสรรได้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของบริษัทฯ หรือไม่ และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

### 2.3 เครื่องมือและอุปกรณ์

1) วัสดุอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง มีความเหมาะสมเพียงพอหรือไม่ และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

2) สถานที่วันและเวลาในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง มีความสอดคล้องและเหมาะสม หรือไม่ และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

### 2.4 วิธีการดำเนินงาน

1) บริษัทศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง มีมาตรฐานและรูปแบบในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมหรือไม่ และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

2) มีการติดตามตรวจสอบและประเมินผลเพื่อนำมาสู่การปรับปรุงพัฒนาหลังการดำเนินกิจกรรม ความรับผิดชอบต่อสังคมหรือไม่ และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

.....

.....

.....

3) บริษัทฯ มีการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยความโปร่งใสและเป็นธรรมหรือไม่ และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

.....

.....

.....

## 2.5 ระยะห่างระหว่างชุมชนกับบริษัท

1) คริวเรือนที่อยู่ใกล้กับบริษัทศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดและมีโอกาสเข้าร่วมการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมมากกว่าคริวเรือนที่ไกลออกไปตามลำดับหรือไม่ และมีผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

.....

.....

.....

2) คริวเรือนที่อยู่ใกล้บริษัทฯ จะได้รับการดูแลแก้ไขกรณีเกิดมลภาวะก่อนคริวเรือนที่อยู่ไกลออกไปหรือไม่และมีผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

.....

.....

.....

## 2.6 ระยะเวลาที่พำนักอยู่ในชุมชน

1) ความสัมพันธ์ที่ดีกับบริษัทฯ เกิดขึ้นได้กับครัวเรือนที่อาศัยอยู่เป็นระยะเวลาสั้นหรือไม่ว และมีส่วน  
อย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

.....

.....

.....

2) ครัวเรือนที่พำนักอยู่ในชุมชนมานานมีอิทธิพลต่อการปรับปรุงพัฒนาการดำเนินกิจกรรมความ  
รับผิดชอบต่อสังคมหรือไม่ และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

.....

.....

.....

### 3. ด้านการมีส่วนร่วม

1) พนักงานของบริษัทศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรังได้ให้ความร่วมมือในการ  
ดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมหรือไม่ และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อ  
ต่อสังคม

.....

.....

.....

2) บริษัทฯ เปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมหรือไม่  
และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

.....

.....

.....

### 4. ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม

1) บริษัทฯ มีนโยบายด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมหรือไม่ และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

.....

.....

.....

2) ผู้บริหารและพนักงานตระหนักและมีจิตสำนึกในเรื่องสิ่งแวดล้อมที่อาจจะส่งผลเสียต่อองค์กรหรือไม่ และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

.....

.....

.....

3) บริษัทฯ ได้ใช้ทรัพยากรอย่างเพียงพอเพื่อใช้ในการด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมหรือไม่ และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

.....

.....

.....

4) บริษัทฯ ได้มีการเปิดเผยและเผยแพร่นโยบายสิ่งแวดล้อมอย่างเพียงพอหรือไม่ และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

.....

.....

.....

## 5. ด้านกิจกรรม CSR กับชุมชน

1) บริษัทฯ ได้เข้าร่วมกิจกรรมกับชุมชนอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องหรือไม่ และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

.....

.....

.....

2) มีการกำหนดกิจกรรมกับชุมชนได้อย่างสอดคล้องและตรงกับความต้องการหรือไม่และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

.....

.....

.....

3) กิจกรรมกับชุมชนได้มีการสื่อสารประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึงหรือไม่และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

## 6. ด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องสิ่งแวดล้อม

1) กฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมมีผลต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทฯ หรือไม่อย่างไร และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

.....

.....

.....

2) ผู้บริหารให้ความสำคัญในการปฏิบัติให้สอดคล้องตามกฎหมายหรือไม่และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม



.....

3) กฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมทำให้มีการปรับกลยุทธ์และนโยบายในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทฯหรือไม่ และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

.....

.....

.....

ภาคผนวก ค  
แบบสอบถาม

แบบสอบถาม ความพึงพอใจสำหรับชุมชนโดยรอบบริษัทศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขา  
ตรัง

เรื่อง ปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบธุรกิจยางพารา

ที่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชน

กรณีศึกษา:บริษัทศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง

**คำชี้แจง**

แบบสอบถามนี้ใช้สำหรับการวิจัยเรื่องปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบธุรกิจยางพาราที่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชน กรณีศึกษา:บริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง โดยในแบบสอบถามประกอบไปด้วย 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 คำถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของชุมชนโดยรอบบริษัท

โดยขอให้ท่านช่วยกรุณาตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อตามความเป็นจริงมากที่สุด เพื่อจะได้นำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการวิจัย เพื่อประโยชน์ต่อไปในอนาคต จะถือเป็นความลับและนำเสนอข้อมูลต่างๆ จะเป็นไปในภาพรวมเพื่อประโยชน์ทางวิชาการเท่านั้น ซึ่งจะไม่ส่งผลกระทบต่อท่านทั้งสิ้น

จึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการให้ความอนุเคราะห์การสัมภาษณ์ในครั้งนี้

ขอแสดงความนับถือ

(นายเกรียงศักดิ์ เพทาย)

หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง  ที่ตรงกับความเป็นจริง

1. ชุมชนที่ผู้ตอบแบบสอบถามอาศัยอยู่

1. ชุมชนบางรัก 1       2. ชุมชนบางรัก 2       3. ชุมชนบางรัก 3

4. ชุมชนบางรัก 4       5. ชุมชนบ้านสะพานช้าง

2 เพศ       1.ชาย       2.หญิง

3 อายุ       1. ต่ำกว่า 20 ปี       2. 21-30 ปี       3. 31-40 ปี

4. 41-50 ปี       5. 51-60 ปี       6. 61 ปีขึ้นไป

4 อาชีพ       1.ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ       2.เกษตรกร       3. พนักงานบริษัทฯ

4. ประกอบธุรกิจส่วนตัว       5.รับจ้าง       6.อื่นๆ.....

5 การศึกษา       1.ไม่ได้รับการศึกษาในระบบ       2. ประถมศึกษา       3. มัธยมศึกษาตอนต้น

4. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช       5. อนุปริญญา/ปวส       6 ปริญญาตรี

7. สูงกว่าปริญญาตรี

6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. ไม่เกิน 10,000 บาท       2. 10,001-20,000 บาท       3. 20,001-30,000 บาท

4. 30,001-40,000 บาท       5. 40,001-50,000 บาท       6. 50,001 บาทขึ้นไป

**ส่วนที่ 2** คำถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ลำดับ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		5.เห็นด้วยมากที่สุด	4.เห็นด้วยมาก	3. เห็นด้วยปานกลาง	2.เห็นด้วยน้อย	1.เห็นด้วยน้อยที่สุด
<b>ด้านนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม</b>						
1	เป็นนโยบายการดำเนินการทางจริยธรรมและคุณธรรมในการดำเนินธุรกิจ					
2	เป็นการปกป้องประโยชน์ของชุมชน ซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้เสีย					
3	เป็นการสร้างสัมพันธ์อันดีกับชุมชน					
4	เป็นการลดโอกาสในการเกิดข้อร้องเรียน					
<b>ด้านภาพลักษณ์องค์กร</b>						
5	เป็นการสร้างภาพลักษณ์ด้านองค์กร ยางสีเสียว (Green Rubber Company)					
6	เป็นการสร้างภาพลักษณ์ด้านองค์กรที่มีคุณธรรมและประสบความสำเร็จ					
7	เป็นการสร้างภาพลักษณ์ด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในชุมชนโดยรอบ					
<b>ด้านทรัพยากรบุคคล</b>						
8	มีบุคลากรในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทฯ					

ลำดับ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		5.เห็นด้วยมากที่สุด	4.เห็นด้วยมาก	3. เห็นด้วยปานกลาง	2.เห็นด้วยน้อย	1.เห็นด้วยน้อยที่สุด
	ที่มีความรู้ความสามารถและทักษะในงาน					
9	มีบุคลากรในการดำเนินกิจกรรม ความรับผิดชอบต่อสังคมเพียงพอ					
<b>ด้านงบประมาณ</b>						
10	มีการเปิดโอกาสให้ท่านมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นหรือเสนอ งบประมาณในการดำเนินกิจกรรม ความรับผิดชอบต่อสังคม					
11	มีการจัดสรรงบประมาณอย่าง เพียงพอต่อการดำเนินกิจกรรมความ รับผิดชอบต่อสังคม					
<b>ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์</b>						
12	มีการกำหนดสถานที่ ในการดำเนิน กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัทฯ มีความเหมาะสม					
13	มีวัสดุอุปกรณ์ในการดำเนินกิจกรรม ความรับผิดชอบต่อสังคมอย่าง เพียงพอ					
<b>ด้านวิธีการดำเนินงาน</b>						
14	มีมาตรฐานและรูปแบบในการดำเนิน กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม อย่างชัดเจน					

ลำดับ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		5.เห็นด้วยมากที่สุด	4.เห็นด้วยมาก	3. เห็นด้วยปานกลาง	2.เห็นด้วยน้อย	1.เห็นด้วยน้อยที่สุด
15	มีการสื่อสาร อธิบาย ให้เข้าใจและปฏิบัติได้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการดำเนินกิจกรรม ความรับผิดชอบต่อสังคม					
16	มีการติดตามตรวจสอบและประเมินผล เพื่อนำมาสู่การปรับปรุงพัฒนาหลังการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นกิจลักษณะ					
<b>ด้านระยะห่างชุมชนกับบริษัท</b>						
17	ครัวเรือนที่อยู่ใกล้กับบริษัทฯ มีผลกระทบกรณีเกิดมลภาวะมากกว่าครัวเรือนที่ไกลออกไปตามลำดับ					
18	ครัวเรือนที่อยู่ใกล้บริษัทฯ มีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมมากกว่าครัวเรือนที่ไกลออกไปตามลำดับ					
<b>ระยะเวลาที่พำนักอยู่ในชุมชน</b>						
19	ครัวเรือนที่อาศัยอยู่เป็นระยะเวลานานมีความสัมพันธ์ที่ดีกับบริษัทฯ					
20	ครัวเรือนที่อยู่อาศัยมานานมีอิทธิพลต่อการปรับปรุงพัฒนาการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทฯ					

ลำดับ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		5.เห็นด้วยมากที่สุด	4.เห็นด้วยมาก	3. เห็นด้วยปานกลาง	2.เห็นด้วยน้อย	1.เห็นด้วยน้อยที่สุด
<b>ด้านการมีส่วนร่วม</b>						
21	มีการชี้แจงประชาสัมพันธ์การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมกับชุมชนอย่างทั่วถึง					
22	มีการเสนอแนะหรือแสดงความคิดเห็นจากชุมชนต่อการดำเนินการกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างเปิดเผย					
<b>ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม</b>						
23	มีนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมที่ชัดเจน					
24	มีผู้บริหารและพนักงานที่ตระหนักและมีจิตสำนึกในเรื่องสิ่งแวดล้อม					
25	มีความมุ่งมั่นและทุ่มเทในการลดผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นด้านสิ่งแวดล้อม					
<b>ด้านกิจกรรม CSR กับชุมชน</b>						
26	มีความตั้งใจจะเข้าร่วมกิจกรรมกับชุมชนอย่างสม่ำเสมอ					
27	มีการกำหนดกิจกรรมได้อย่างสอดคล้องและตรงกับความต้องการของชุมชน					
28	มีการเปิดโอกาสให้ชุมชนได้เสนอกิจกรรมของชุมชนเองได้อย่างเปิดเผย					

ลำดับ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		5.เห็นด้วยมากที่สุด	4.เห็นด้วยมาก	3. เห็นด้วยปานกลาง	2.เห็นด้วยน้อย	1.เห็นด้วยน้อยที่สุด
	โปร่งใส					
<b>ด้านการปฏิบัติกฎหมายที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม</b>						
29	กฎหมายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมเรื่อง กลิ่นช่วยคุ้มครองรักษาผลประโยชน์ของชุมชนซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้เสียโดยตรง					
30	กฎหมายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมมีผลต่อกลยุทธ์และนโยบายในการการดำเนินงานกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทฯ					

### ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของชุมชนโดยรอบโรงงาน

ลำดับ	ข้อความ	ระดับความพึงพอใจ				
		5.พึงพอใจมากที่สุด	4.พึงพอใจมาก	3. พึงพอใจปานกลาง	2.พึงพอใจน้อย	1.พึงพอใจน้อยที่สุด
<b>ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชน</b>						
31	ท่านพึงพอใจต่อการวัดมลภาวะด้านกลิ่นรบกวนของบริษัทฯ ในระดับใด					
32	ท่านพึงพอใจต่อการวัดมลภาวะด้านฝุ่นละอองและโอโซนจากสารเคมีของบริษัทฯในระดับใด					
33	ท่านพึงพอใจต่อการวัดมลภาวะด้าน					



ลำดับ	ข้อความ	ระดับความพึงพอใจ				
		5.พึงพอใจมากที่สุด	4.พึงพอใจมาก	3. พึงพอใจปานกลาง	2.พึงพอใจน้อย	1.พึงพอใจน้อยที่สุด
	ควัน เขม่าหรือคุณภาพอากาศรบกวนของบริษัทฯ ในระดับใด					
34	ท่านพึงพอใจต่อการวัดมลภาวะด้านเสียงดังรบกวนของบริษัทฯในระดับใด					
35	ท่านพึงพอใจต่อการวัดมลภาวะด้านน้ำเสียและระบบนิเวศน์ของบริษัทฯในระดับใด					
36	ท่านพึงพอใจต่อระบบการกำจัดกลิ่นของบริษัทฯ ในระดับใด					
37	ท่านพึงพอใจต่อระบบบำบัดน้ำเสียของบริษัทฯ ในระดับใด					
38	ท่านพึงพอใจต่อการจัดการของเสียวัสดุไม่ใช่แล้วจากกระบวนการผลิตในระดับใด					
39	ท่านพึงพอใจในการแก้ปัญหากรณีที่เกิดผลกระทบต่อชุมชนในระดับใด					
<b>ด้านการยอมรับของชุมชน</b>						
40	ท่านพึงพอใจต่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์ข้อมูลสิ่งแวดล้อมในระดับใด					
41	ท่านพึงพอใจต่อการติดต่อประสานความร่วมมือกับชุมชนในระดับใด					
42	ท่านพึงพอใจยอมรับต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ					

ลำดับ	ข้อความ	ระดับความพึงพอใจ				
		5.พึงพอใจมากที่สุด	4.พึงพอใจมาก	3. พึงพอใจปานกลาง	2.พึงพอใจน้อย	1.พึงพอใจน้อยที่สุด
	บริษัทฯในระดับใด					
43	ท่านพึงพอใจต่อตัวผู้รับผิดชอบในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทฯ ในระดับใด					
<b>ด้านการพัฒนาชุมชนและสังคม</b>						
44	ท่านพึงพอใจต่อกิจกรรมด้านการพัฒนาชุมชนและสังคมของบริษัทฯ ในระดับใด					
45	ท่านพึงพอใจต่อกิจกรรมปีใหม่และรดน้ำดำหัวในวันสงกรานต์ในระดับใด					
46	ท่านพึงพอใจต่อกิจกรรมการล้างถนนและเคลียร์ขยะในคูคลองในระดับใด					
<b>ด้านการส่งเสริมการศึกษา</b>						
47	ท่านพึงพอใจต่อกิจกรรมด้านส่งเสริมการศึกษาแก่นักเรียนและเยาวชนของบริษัทฯ ในระดับใด					
48	ท่านพึงพอใจต่อกิจกรรม 1 โรงงาน 1 โรงเรียนที่ทำกับโรงเรียนที่อยู่ใกล้กับบริษัทฯ ในระดับใด					
<b>ด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพ</b>						
49	ท่านพึงพอใจต่อกิจกรรมด้านการส่งเสริมรายได้และอาชีพของบริษัทฯ ในระดับใด					

ลำดับ	ข้อความ	ระดับความพึงพอใจ				
		5.พึงพอใจมากที่สุด	4.พึงพอใจมาก	3. พึงพอใจปานกลาง	2.พึงพอใจน้อย	1.พึงพอใจน้อยที่สุด
50	ท่านพึงพอใจต่อกิจกรรมพลังหญิงที่สอนให้ชุมชนสร้างผลิตภัณฑ์ต่างๆ ในระดับใด					
51	ท่านพึงพอใจต่อการอุดหนุนสินค้าและบริการของชุมชนในระดับใด					
<b>ด้านการบริจาคเพื่อสาธารณประโยชน์</b>						
52	ท่านพึงพอใจต่อกิจกรรมด้านการบริจาคเพื่อสาธารณประโยชน์ของบริษัทฯ ในระดับใด					
53	ท่านพึงพอใจต่อกิจกรรมการทอดกฐินหรืองานบุญประเพณีในระดับใด					
54	ท่านพึงพอใจต่อกิจกรรมการบริจคน้ำดื่มให้หน่วยงานต่างๆของบริษัทฯ ในระดับใด					

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ สกุล	นายเกรียงศักดิ์ เพทาย	
รหัสประจำตัวนักศึกษา	6250121001	
วุฒิการศึกษา	ชื่อสถาบัน	ปีที่สำเร็จการศึกษา
วุฒิชีบัณฑิต (บัญชีต้นทุน)	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	2538
บริหารธุรกิจบัณฑิต (การเงินการธนาคาร)	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช	2544

## ตำแหน่งที่ทำงานปัจจุบัน

ผู้จัดการอาวุโสฝ่ายความยั่งยืนและสิ่งแวดล้อมองค์กร  
บริษัท ศรีตรังแอมโกลอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตราง  
13/1-5 ถนนจริงจิตร ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตราง 92000

## การตีพิมพ์เผยแพร่ผลงาน

เกรียงศักดิ์ เพทาย, นิพัทธ์ โปธิ์วิจิตร และสุรณัย ช่วยเรือง. (2564). ปัจจัยการดำเนินกิจกรรม  
ความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบธุรกิจยางพาราที่มีผลต่อความพึงพอใจของชุมชน  
กรณีศึกษา: บริษัท ศรีตรังแอมโกลอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตราง. การประชุมวิชาการระดับชาติ  
ม.อ. ตราง วิจัย ครั้งที่ 10 ประจำปี 2564. 12/03/2562. คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ  
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์