การมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ของโรงงานซานมิเกล

PARTICIPATION IN COMMUNITY RELATIONS ACTIVITY OF SAN MIGUEL FACTORY

มหิธร วันยนาพร

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป
คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ปีการศึกษา 2555

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

การมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ของโรงงานซานมิเกล

มหิธร วันยนาพร

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป
คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ปีการศึกษา 2555

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	การมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ของโรงงานซานมิเกล Participation in Community Relations Activity of San Miguel Factory
ชื่อ - นามสกุล	นายมหิธร วันยนาพร
วิชาเอก	การจัดการทั่วไป
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์สุภาพร คูพิมาย, วท.ม.
ปีการศึกษา	2555

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ

..... ประธานกรรมการ
(อาจารย์สวัสดิ์ วรรณรัตน์, D.B.A.)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภา ทองคง, บธ.ม.)

..... กรรมการ
(อาจารย์สุภาพร คูพิมาย, วท.ม.)

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อนุมัติการค้นคว้าอิสระฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

..... คณบดีคณะบริหารธุรกิจ
(รองศาสตราจารย์ชนงกรณ์ กุณฑลบุตร, D.B.A.)
วันที่ 10 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2556

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	การมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ของโรงงานซานมิเกล
ชื่อ-นามสกุล	นายมหิธร วันยนาพร
วิชาเอก	การจัดการทั่วไป
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์สุภาพร คูพิมาย, วท.ม.
ปีการศึกษา	2555

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ของโรงงานซานมิเกลกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชาชนในตำบลบ้านใหม่ ตำบลบางกระดี อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี และตำบลบ้านใหม่ อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการค้นคว้าอิสระ คือ แบบสอบถาม ประกอบด้วย 2 ส่วนคือ ปัจจัยส่วนบุคคล และการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ Independent Samples t- test, One-way Analysis of Variance และวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี Lest Significant Difference

ผลการศึกษาพบว่าประชาชนส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงอายุตั้งแต่ 36 - 50 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัท มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตั้งแต่ 20,000 - 30,000 บาท มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อม ประชาชนได้มีส่วนร่วมมากที่สุด รองลงมาได้แก่ด้านด้านการส่งเสริมศาสนาวัฒนธรรมและประเพณี ด้านการรับรู้ทัศนคติชองชุมชน ด้านการพัฒนาสังคมและคุณภาพชีวิต และด้านการส่งเสริมสนับสนุนพัฒนาอาชีพ

ผลการวิเคราะห์สมมติฐานพบว่า เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์แตกต่างกัน

คำสำคัญ : การมีส่วนร่วม ชุมชน โรงงานซานมิเกล

Independent Study Title	Participation in Community Relations Activity of San Miguel Factory
Name-Surname	Mr. Mahithorn Wanyanaporn
Major Subject	General Management
Independent Study Advisor	Mrs. Supaporn Kupimai, M.S.
Academic Year	2012

ABSTRACT

The purpose of this independent study was to study participation in the activity of community relations of San Miguel Factory. The samples consisted of 400 participants who were local people living in Ban Mai Subdistrict and Bang Kadi Subdistrict, Muang, Pathum Thani as well as in Ban Mai Subdistrict, Pak Kret, Nonthaburi. An instrument for data collection was the questionnaire comprising two parts which were personal factors and participation in community relations activity. Statistics used for data analysis included the Independent Samples t-test, One-way Analysis of Variance (One-way ANOVA), and Least Significant Difference (LSD).

The results of the independent study revealed that the majority of the participants were female with ages ranging from 36 to 50 years old and married. The level of education was mostly Bachelor's degree. Besides, their occupation was employees of private companies with the average monthly income from 20,000 to 30,000 Baht. The result also showed that participation in the community relations activity was at medium level. Moreover, the aspect of environmental development had the highest level of participation, followed by the aspects of promoting religion, culture, and tradition, perceiving community attitudes, developing social and quality of life, and promoting and supporting professional development.

Due to hypothesis testing, different genders, marital statuses, ages, levels of education, and the average monthly income did not differently affected the levels of participation in the community relations activity. In contrast, different occupations differently affected the levels of participation in the community relations activity.

Keywords: Participation, Community, San Miguel Factory

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้จากการอนุเคราะห์ ของอาจารย์สุภาพร คูพิมาย ที่เสียสละเวลาอันมีค่าในการให้คำปรึกษาแนะนำตลอดจนให้ความช่วยเหลือแก้ไขบกพร่องต่าง ๆ ขอขอบพระคุณ ดร.สวัสดิ์ วรรณรัตน์ ประธานกรรมการ และ ผศ.สุภา ทองคง กรรมการสอบการค้นคว้าอิสระที่ให้การตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ของงานค้นคว้าให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณเพื่อน ๆ นักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ รุ่น 53 สาขาการจัดการทั่วไป ทุกท่านที่คอยให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจด้วยดีเสมอ

ขอกราบพระคุณบิดาที่เป็นกำลังใจและให้การสนับสนุนด้วยดีผู้ศึกษาหวังอย่างยิ่งว่างานค้นคว้าอิสระฉบับนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่สนใจหากขาดตกบกพร่องหรือไม่สมบูรณ์ประการใด ผู้ศึกษาขอกราบอภัยมา ณ โอกาสนี้ด้วย

มหิธร วันยนาพร

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย ..... ค

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ..... ง

กิตติกรรมประกาศ ..... จ

สารบัญ ..... ฉ

สารบัญตาราง ..... ซ

สารบัญภาพ ..... ญ

บทที่

1. บทนำ 1

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 1

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย 3

1.3 สมมติฐานการวิจัย 3

1.4 ขอบเขตของการวิจัย 3

1.5 คำจำกัดความในการวิจัย 4

1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย 6

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 7

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 8

2.1 ชุมชนสัมพันธ์ 8

2.2 ความรับผิดชอบต่อองค์กร 12

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชน 14

2.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ 19

2.5 ทัศนคติ 22

2.6 โรงงานซานมิเกล 25

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 28

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3. วิธีดำเนินการวิจัย	32
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	32
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	33
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	35
3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	36
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	37
4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	37
4.2 ผลการวิเคราะห์	38
5. สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	58
5.1 สรุปผลการวิจัย	58
5.2 การอภิปรายผลการวิจัย	59
5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย	61
5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวเนื่องในอนาคต	62
บรรณานุกรม	63
ภาคผนวก	68
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	69
ภาคผนวก ข ผลทางสถิติ	74
ประวัติผู้เขียน	92

สารบัญตาราง

ตารางที่ หน้า

2.1 ตารางงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 30

3.1 แสดงจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 33

3.2 แสดงค่า Alpha ของแบบสอบถาม 35

4.1 ค่าความถี่ร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลของประชากรจำแนกตามเพศ 38

4.2 ค่าความถี่ร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลของประชากรจำแนกตามอายุ 39

4.3 ค่าความถี่ร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลของประชากรจำแนกตามสถานภาพ 39

4.4 ค่าความถี่ร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลของประชากรจำแนกตามระดับการศึกษา 40

4.5 ค่าความถี่ร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลของประชากรจำแนกตามอาชีพ 40

4.6 ค่าความถี่ร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลของประชากรจำแนกตามเพศ 41

4.7 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ โรงงานซานมิเกล โดยรวม 42

4.8 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ โรงงานซานมิเกล ด้านการสนับสนุนการพัฒนาอาชีพ 43

4.9 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ โรงงานซานมิเกล ด้านการส่งเสริมสนับสนุนด้านสังคมและคุณภาพชีวิต 44

4.10 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ โรงงานซานมิเกล ด้านการส่งเสริมศาสนา วัฒนธรรมและประเพณี 46

4.11 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ โรงงานซานมิเกล ด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อม 47

4.12 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ โรงงานซานมิเกล ด้านการรับรู้ ทัศนคติชุมชน 49

4.13 ผลการทดสอบค่าสถิติความแตกต่างระหว่างเพศที่แตกต่างกันมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์แตกต่างกัน 51

4.14 ผลการทดสอบค่าสถิติความแตกต่างระหว่างอายุที่แตกต่างกันมีส่วนร่วมในการ

จัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์แตกต่างกัน 52

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ หน้า

4.15 ผลการทดสอบค่าสถิติความแตกต่างระหว่างสถานภาพที่แตกต่างกันมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์แตกต่างกัน 53
4.16 ผลการทดสอบค่าสถิติความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์แตกต่างกัน 54
4.17 ผลการทดสอบค่าสถิติความแตกต่างระหว่างอาชีพที่แตกต่างกันมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์แตกต่างกัน 55
4.18 ค่าสถิติที่ใช้เปรียบเทียบความแตกต่างของการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์โรงงานซานมิเกล จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ 56
4.19 ผลการทดสอบค่าสถิติความแตกต่างระหว่างรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์แตกต่างกัน 57
4.20 แสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน 57

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	วัตถุประสงค์ในการจัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์	2
1.2	แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย	6
2.1	แสดงลำดับขั้นความต้องการตามทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์	18
2.2	แสดงกระบวนการรับรู้	20
2.3	แสดงกระบวนการรับรู้ในแง่ของพฤติกรรม	20
2.4	สัญลักษณ์ประจำบริษัทซานมิเกล	26

บทที่ 1

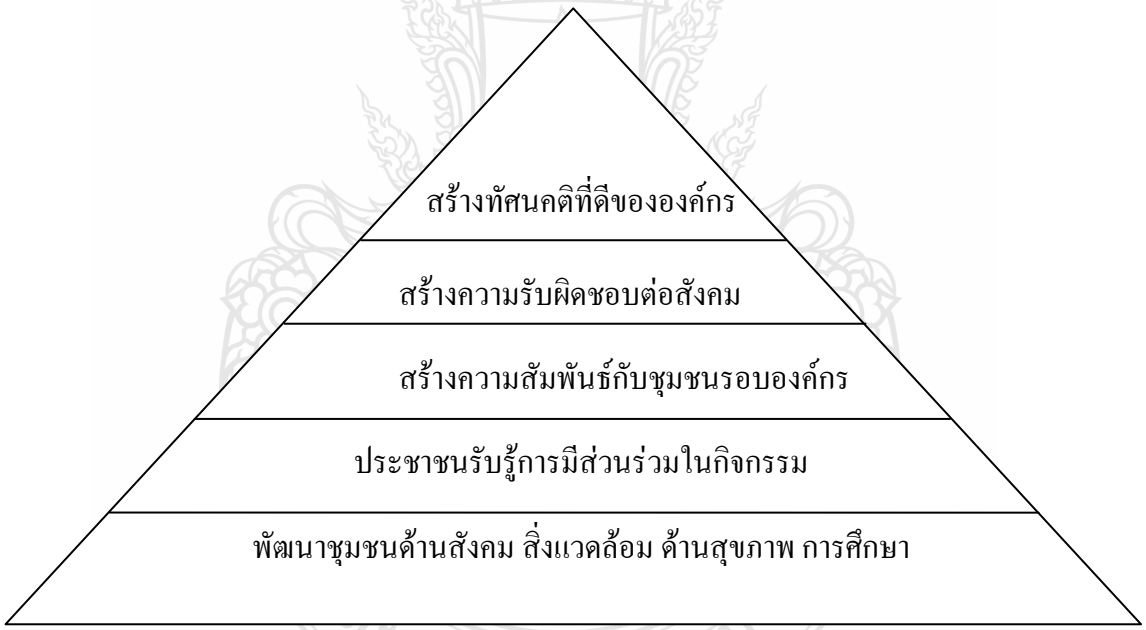
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมโลก ได้มุ่งเน้นการพัฒนาไปสู่ความยั่งยืนมากขึ้น (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 9, 2545) ทั้งนี้เนื่องจากในปัจจุบันทั้งองค์กรรัฐ และเอกชนมีการแข่งขันจำนวนมาก รวมไปถึงนโยบายของการบริหารที่แตกต่างกันออกไป แต่องค์กรหลายองค์กรมีแนวความคิด ในการรักษาสมดุลของสิ่งแวดล้อมควบคู่กับการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมกับองค์กร ทั้งในด้านสิ่งแวดล้อม และความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยในส่วนหนึ่ง ส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กรที่ประชาชนรับรู้ เกิดการยอมรับ สนันสนุน กิจกรรมขององค์กร แต่อย่างไรก็ตาม จากการที่ชุมชนท้องถิ่นไม่ได้มีส่วนร่วมในการพัฒนากิจกรรมต่าง ๆ เท่าที่ควร ส่งผลให้การพัฒนาไม่ตรงตามความต้องการของชุมชน ดังนั้นองค์กรรัฐได้จัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 9 ขึ้นมา โดยระบุให้องค์กรทั้งภาครัฐและภาคเอกชนมีการทำกิจกรรมให้เพิ่มมากขึ้น ทำกิจกรรมสาธารณะ เช่น มีกิจกรรมเพื่อสังคมให้มากขึ้นเพื่อช่วยแบ่งเบาภาครัฐ และนอกจากนี้ได้กำหนดวิสัยทัศน์รวม โดยมุ่งเน้นพัฒนาสังคมไทยสู่ สังคมที่เข้มแข็งและมีคุณภาพ การดำเนินงานด้านชุมชนสัมพันธ์เป็นสิ่งที่มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับหน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ เพราะการดำเนินกิจกรรมขององค์กรบางครั้งอาจจะขอความร่วมมือจากประชาชนในชุมชน ถ้าองค์กรสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนได้ก็จะทำให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่นโดยมุ่งหวังให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียดังกล่าวเกิดทัศนคติที่ดีกับหน่วนงาน เกิดศรัทธา ให้การสนับสนุนกิจกรรมของหน่วยงาน ตลอดจนทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อหน่วยงาน และหน่วยงานได้แสดงออกถึงการเป็นพลเมืองที่ดีของสังคม อันจะทำให้การสนับสนุนกิจกรรมของหน่วยงานมีชื่อเสียง และได้รับการยอมรับในวงกว้างมากขึ้น กรณีกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์เป็นกิจกรรมสาธารณะสุขย่อมแสดงถึงการรับผิดชอบต่อสังคมได้อีกทางหนึ่ง

ปัจจุบันกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ ได้หันมาให้ความสนใจกลยุทธ์การดำเนินงานเพื่อสังคม เพราะจากการศึกษาพบว่า การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นส่งผลดีต่อธุรกิจและสังคมหลายประการ เช่น ทำให้มีองค์กรภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาผู้บริโภค อีกทั้งยังทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจและอยากที่จะบริโภคสินค้าที่มีการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมมากกว่าองค์กรที่ไม่มีนโยบายนี้ (ศูนย์วิจัยมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, 2548) ความรับผิดชอบต่อสังคม ยังเป็นแนวทางในการดำเนิน

กิจการภายใต้หลักจริยธรรมต่อสังคม และการดูแลสิ่งแวดล้อม เพื่อพัฒนาสู่เส้นทางธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยองค์กรจะต้องทำกิจกรรมเพื่อสังคมด้วยใจจริง โดยให้คำนึงว่าตนก็เป็นประชาชน มีหน้าที่เป็นพลเมืองที่ดีของสังคมไปพร้อม ๆ กับการดำเนินธุรกิจโดยผสมผสานการบริหารการจัดการใส่ใจความจริงใจ ผลกำไรบริษัท สิ่งแวดล้อม และสังคมไปพร้อม ๆ กันเนื่องจากปัจจุบันทุกองค์กรให้ความสำคัญในการพัฒนาเรื่องสิ่งแวดล้อมและสังคมเป็นเรื่องหลัก พร้อมทั้งดำเนินกิจการไปพร้อมกันในการทำประโยชน์เพื่อสังคม โดยอาจจะสนับสนุนในด้านการให้ความรู้ การบริจาคทรัพย์สิน และสนับสนุนในเรื่องต่าง ๆ ให้กับชุมชนรอบองค์กรจะทำให้ประชาชนรอบ ๆ องค์กรเกิดความประทับใจ และมีทัศนคติที่ดีแก่องค์กร โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ให้ความสำคัญอย่างมากกับการสื่อสารทางการตลาดผ่านกิจกรรเพื่อสังคม เนื่องจากมีกฎหมายควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ว่าจะต้องเป็นลักษณะของการให้ข้อมูลข่าวสาร หรือความรู้ในทางการสร้างสรรค์ อาทิ การส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม ค่านิยมที่ดีในสังคม เป็นต้น (กรุงเทพธุรกิจออนไลน์, 2553) วัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์มีดังนี้



ภาพที่ 1.1 วัตถุประสงค์ในการจัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์

โรงงานซานมิเกล เป็นบริษัทชั้นแนวหน้าของประเทศฟิลิปปินส์ในธุรกิจอาหาร เครื่องดื่ม และบรรจุภัณฑ์ เริ่มเข้ามาตั้งฐานการผลิตในประเทศไทยประมาณ 5 ปี ด้วยงบการลงทุนกว่า 4000 ล้านบาท มีระบบรับรองมาตรฐาน ISO 9001:2008 และเริ่มดำเนินการเข้าสู่ระบบธรรมาภิบาล เมื่อปลายปี 2554 ซึ่งหลักธรรมาภิบาล จะเป็นการดำเนินงานที่ประชาชนรอบ ๆ ชุมชน องค์กรบริหาร

ส่วนท้องถิ่น มีส่วนร่วมกันในการพัฒนาชุมชนกับองค์กรเอกชน และประชาชนที่อาศัยอยู่รอบ ๆ องค์กร ก็สามารถตรวจสอบการทำงานขององค์กรว่ามีการทำลายสิ่งแวดล้อมในชุมชนหรือไม่ และองค์กรจะต้องมีการนำเสนอข้อมูลที่เป็นจริงกับชุมชน อีกทั้งต้องมีกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีแก่ประชาชน และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีกับผู้บริโภค

ดังนั้นการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้จะมุ่งศึกษาเกี่ยวกับผลการดำเนินกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ของบริษัท และทำการศึกษาว่าการดำเนินงานกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์มีผลประโยชน์ และครอบคลุมความต้องการของชุมชนมากน้อยเพียงใด รวมถึง ทัศนคติ การยอมรับ การเข้ามามีส่วนร่วม ของชุมชนรอบโรงงานซานมิเกล ว่ามีทัศนคติอย่างไรต่อการดำเนินงานบริษัทที่อาจส่งผลด้านสภาพแวดล้อม สุขภาพ ของชุมชน ซึ่งอาจเป็นข้อโต้แย้งระหว่างชุมชนและโรงงานซานมิเกลในที่สุดซึ่งอาจมีผลในการดำเนินกิจการด้านการผลิตขององค์กร

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ของโรงงานซาน-มิเกล

2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ ของโรงงานซานมิเกล กับปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน

1.3 สมมติฐานการวิจัย

ลักษณะปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่

สมมติฐานที่ 1 เพศที่แตกต่างกันมีการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 อายุที่แตกต่างกันมีการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 สถานภาพที่แตกต่างกันมีการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 5 อาชีพที่แตกต่างกันมีการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 6 รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมแตกต่างกัน

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์โรงงานซานมิเกล โดยมีขอบเขตงานวิจัยดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่รอบโรงงาน ซานมิเกล ตำบลบ้านใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี

2. ตัวแปรที่ศึกษา

2.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2.2 ตัวแปรตาม (Denpendentvariables) คือ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ ของโรงงานซานมิเกล 5 ด้าน ได้แก่

2.2.1 ด้านการส่งเสริม สนับสนุน พัฒนาอาชีพ

2.2.2 ด้านการพัฒนาด้านสังคม และคุณภาพชีวิต

2.2.3 ด้านการส่งเสริมศาสนา วัฒนธรรม และ ประเพณี

2.2.4 ด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อม

2.2.5 ด้านการรับรู้ ทัศนคติของชุมชน

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดการมีส่วนร่วมของประชาชนในงานพัฒนาของ สรณะ เทพเนาว์ (อ้างในสุนันทา สุจันทวารา, 2545 : 12) ที่กล่าวว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนในงานพัฒนา (People Participation) เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเสริมสร้างให้ประชาชนได้รู้ได้ทำความเข้าใจในการเป็นผู้ค้นหาปัญหา และช่วยกันกำหนดโครงการทุกอย่างไม่ควรให้บุคคลภายนอกมากำหนดโครงการภายในชุมชน เพราะอาจจะเป็นจุดในการทำลายศักยภาพของคนในชุมชน ดังนั้นควรเริ่มต้นให้ในชุมชนร่วมกันพัฒนาชุมชน สามารถร่วมกันแก้ปัญหาได้ สิ่งเหล่านี้ถือว่าเป็นการยอมรับและเปิดให้คนในชุมชนแสดงความคิดเห็นกันเต็มที่ และสามารถหาวิธีแก้ไขเมื่อเกิดปัญหา สามารถเสนอแนวความคิด มีการวางแผนงานล่วงหน้า การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน และมีการติดตามและประเมินผลโดยกรอบแนวคิดการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ ของโรงงานซานมิเกล มีตัวแปรที่ศึกษาดังนี้

1.5 คำจำกัดความในการวิจัย

1. ประชาชน หมายถึง ประชาชนที่ตั้งบ้านเรือนอยู่ในพื้นที่รอบ ๆ โรงงานซานมิเกล อำเภอเมือง จ.ปทุมธานี ขนาดพื้นที่ 8.5 ตารางกิโลเมตร

2. ชุมชน หมายถึง กลุ่มคนในหมู่บ้านที่มีการจัดการองค์กรรวมกัน ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ เพื่อในกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง โดยมีวัตถุประสงค์ร่วมกัน

3. กิจกรรมเพื่อสังคม หมายถึง การกระทำใด ๆ ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์แก่ส่วนรวม หรือสังคม ในรูปแบบต่าง ๆ โดยพนักงานของธนาคารต่าง ๆ ได้เข้าร่วมในกิจกรรมเหล่านี้ เช่น กิจกรรมการส่งเสริมกิจกรรมด้านศิลปวัฒนธรรม การศึกษา การแพทย์ ศาสนา สวัสดิการสังคมด้านต่าง ๆ

4. การรับรู้หมายถึง การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงงานซานมิเกล

5. ทัศนคติ หมายถึง แนวทางที่ประชาชนรอบโรงงานซานมิเกล คิด และรู้สึก หรือมีท่าทีต่อการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม และชุมชนรอบ ๆ โรงงานโดยทัศนคติแสดงให้เห็นถึงความเข้าใจและทิศทางความรู้สึกต่อสิ่งเร้าเหล่านี้ว่ามีความรู้สึกอย่างไร

6. การสร้างชุมชนสัมพันธ์ หมายถึง ความสำเร็จในการสร้างสัมพันธ์ให้ดีของผู้ที่เกี่ยวข้องกับงานชุมชนสัมพันธ์ในที่นี้ คือ ผู้ปกครอง และคณะกรรมการชุมชน เพื่อไปสู่ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด

7. การมีส่วนร่วม หมายถึง การดำเนินงานปักเจกบุคคล คณะกลุ่มบุคคล เพื่อระดมความคิดตามขั้นตอนของกระบวนการริเริ่ม ร่วมกำหนดนโยบาย ร่วมวางแผน และตัดสินใจและปฏิบัติตามแผน อันก่อให้เกิดประโยชน์แก่ส่วนรวม และบรรลุถึงเป้าหมาย

8. การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง การดำเนินกิจกรรมภายในและภายนอกองค์กรด้วยความสมัครใจ โดยคำนึงผลกระทบต่อสังคมในระดับใกล้และไกล ด้วยการนำทรัพยากรที่มีอยู่ภายในหรือภายนอกองค์กร มาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาการอย่างยั่งยืนต่อองค์กรและสังคม

9. การส่งเสริม สนับสนุน พัฒนาอาชีพ หมายถึง การช่วยเหลือ ส่งเสริมเพิ่มทักษะความรู้ในการประกอบอาชีพเดิมของบุคลคลในชุมชนให้มีการพัฒนาฝีมือและทักษะในการทำงานมากกว่าเดิม หรือการส่งเสริมการอบรมอาชีพเสริมเพื่อเป็นการเพิ่มรายได้อีกทางหนึ่ง

10. การพัฒนาด้านสังคมและคุณภาพชีวิต หมายถึง การพัฒนาและแก้ปัญหาสังคมของชุมชนรอบ ๆ องค์กรให้น้อยลง ร่วมรับฟังและหาแนวทางแก้ปัญหาร่วมกับผู้นำชุมชน อีกทั้งร่วมกันป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาขึ้นมาอีก เช่น ปัญหายาเสพติด ปัญหาด้านลักขโมย ซึ่งองค์กรจะต้องเข้าไปมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหา และดูแลในด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิต เช่น ด้านการศึกษา ให้การสนับสนุนด้านกิจการทางการศึกษาของโรงเรียนที่อยู่รอบ ๆ ชุมชน เช่น สนับสนุนด้านอุปกรณ์ด้านกีฬา ด้านการศึกษาเป็นต้น

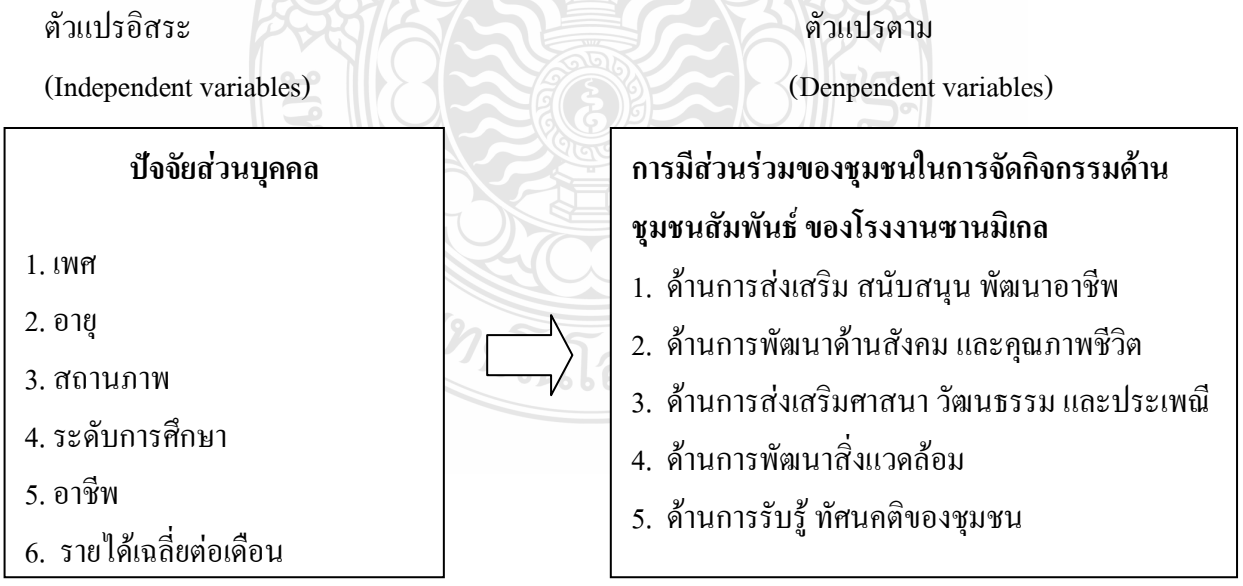
11. การส่งเสริมด้านศาสนา วัฒนธรรม และประเพณี หมายถึง การให้การสนับสนุนและมีส่วนร่วมในการจัดงานด้านประเพณีต่าง ๆ ของชุมชนรอบ ๆ องค์กร โดยองค์กรจะต้องดำเนินการกิจกรรมร่วมกับชุมชนในการจัดประเพณี ตามวัฒนธรรมที่ทางประชาชนรอบ ๆ องค์กร อาศัยอยู่เพื่อเป็นการสืบสานและอนุรักษ์ประเพณี และวัฒนธรรมดั้งเดิมไว้

12. การพัฒนาสิ่งแวดล้อม หมายถึง การสนับสนุนการรักษาและดูแลสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ องค์กร ให้คงอยู่ในสภาพที่ดี และมีการปรับปรุงสิ่งแวดล้อมที่อาจส่งผลต่อกระทบการดำเนินชีวิตของคนในชุมชน เช่น การบำบัดน้ำให้สะอาดก่อนปล่อยสู่ลงคลอง ร่วมกับชาวบ้านในการขุดลอกคูคลอง และกำจัดวัชพืช เป็นต้น

13. การรับรู้ ทัศนคติชุมชน หมายถึง การรับรู้กิจกรรมเพื่อสังคมและชุมชนสัมพันธ์ที่องค์กรได้จัดทำขึ้น ประชาชนมีการรับรู้การมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม และในขั้นตอนการับรู้จะส่งผลต่อทัศนคติของประชาชนที่อาศัยอยู่รอบ ๆ องค์กร

14. โรงงานซานมิเกล หมายถึง โรงงานผลิตและจัดจำหน่ายเบียร์ ตราซานมิเกล ซึ่งต้นกำเนิดสินค้าจากประเทศฟิลิปปินส์ และได้ขยายการผลิตมาที่ประเทศไทย โดยโรงงานซานมิเกลตั้งที่ตำบลบ้านใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี โดยโรงงานซานมิเกล ประกอบด้วย 2 บริษัท คือ บริษัท ซาน มิเกล เบียร์ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งทำการผลิตเบียร์ และบริษัท ซานมิเกล มาร์เก็ตติ้ง (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นฝ่ายจัดจำหน่ายและขนส่งสินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ

1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1.2 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

1.7 ประโยชน์คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นแนวทางในการเดินทางไปสู่การปรับปรุงการจัดกิจกรรม เพื่อให้งานด้านชุมชนสัมพันธ์ของโรงงานให้ดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับความต้องการของชุมชน

2. เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาแหล่งชุมชน ให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ ที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนในชุมชน

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ ของโรงงานซานมิเกล ผู้ศึกษาได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาดังนี้

2.1 ชุมชนสัมพันธ์

2.2 ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชน

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้

2.5 ทัศนคติ

2.6 โรงงานซานมิเกล

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ชุมชนสัมพันธ์

ชุมชน

พจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ได้ให้ความหมาย ของชุมชน คือกลุ่มคนที่อาศัยกันขนาดเล็ก อาศัยอยู่ในบริเวณเดียวกันและมีผลประโยชน์ร่วมกัน

ชิรวัฒน์ นิจเนตร (2528) กล่าวว่า ชุมชนหมายถึง การที่คนจำนวนหนึ่งอาศัยอยู่ในที่แห่งหนึ่ง มีความเชื่อ กิจกรรมต่าง ๆ ที่คล้ายคลึงกัน คุณลักษณะเหล่านี้มีลักษณะเด่นเพียงพอเพื่อให้สมาชิกตระหนักและเกื้อกูลกัน

พิชัย หิรัญเจริญ (2527) กล่าวไว้ว่า ในชุมชนแต่ละแห่ง นอกจากจะมีประชาชนอาศัยอยู่แล้วยังประกอบด้วยสถานที่ สถาบันต่าง ๆ ประชาชนกับองค์กรเหล่านี้เมื่ออยู่ใกล้เคียงกัน ย่อมมีการพบปะแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และพึ่งพาอาศัยกัน

กิตติมา กมลพันธุกษ์ (2537) กล่าวว่า ชุมชนหมายถึงกลุ่มประชาชนหรือเพื่อนบ้านที่เกี่ยวข้องกันอาศัยอยู่ใกล้กัน มีศิลปะ วัฒนธรรมและประเพณีใกล้คียงกัน มีความสนใจผลประโยชน์ที่ต้องเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่กันรวมไปถึงการมีวิถีชีวิตตามความเป็นอยู่ผูกพันเหนียวแน่น ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน

จากความหมายต่าง ๆ ของชุมชนข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ชุมชน หมายถึง กลุ่มชนที่อาศัยอยู่รวมกันในพื้นที่ใกล้เคียงกัน มีการทำกิจกรรม เรียนรู้ ติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกัน มีการอาศัยทรัพยากรบริเวณนั้นในการดำรงชีวิตประจำวันหรือประกอบอาชีพ ส่งผลให้คนในชุมชนเกิดการตระหนักรักและร่วมกันอนุรักษ์ วิถีชีวิต ประเพณี และทรัพยากรให้คงอยู่กับชุมชนถาวร

ชุมชนสัมพันธ์

เสรี วงศ์มณฑา (2542) กล่าวว่าชุมชนสัมพันธ์หมายถึง การที่องค์กรสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะชุมชนที่อาศัยรอบบริเวณโรงงาน

วิรัช ลภิรัตนกุล (2529) กล่าวว่าชุมชนสัมพันธ์คือ การที่องค์กรสถาบันสร้างสรรค์ความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนที่เกี่ยวข้อง ซึ่งอาจจะเป็นละแวกชุมชนที่ใกล้เคียง อันได้แก่ กลุ่มประชาชนที่อาศัยอยู่ใกล้เคียงกับองค์กร หรือโรงงาน ซึ่งชุมชนเหล่านี้เปรียบเสมือนเพื่อนบ้านใกล้เคียง

บัญญัติ คำนูญวัฒน์ (2532) กล่าวว่า องค์กรและประชาชนจะอยู่อย่าง โดดเดี่ยวไม่ได้ ประชาชนไม่สามารถดำรงชีวิตอย่างสะดวกสบายได้ เมื่อขาดองค์กรให้การสนับสนุน ด้านอาชีพของคนในชุมชน รวมทั้ง สนับสนุนด้านกีฬา วัฒนธรรมของชุมชนรอบ ๆ องค์กร ในขณะเดียวกันองค์กรก็จะไม่สามารถทำธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ หากขาดการสนับสนุนและการให้ความร่วมมือของประชาชนที่อาศัยอยู่รอบ ๆ องค์กร ซึ่งหน้าที่ที่องค์กรควรตระหนักถึงความรับผิดชอบที่มีต่อชุมชนและกิจกรรมที่ชุมชนให้ความร่วมมือกับองค์กร คือ “กิจกรรมชุมชนสัมพันธ์”

ดังนั้นสามารถกล่าวโดยสรุปถึงความหมายของ ชุมชนสัมพันธ์ ว่าหมายถึง การเสริมสร้างความเข้าใจและสร้างสัมพันธ์ที่ดีต่อกันระหว่างองค์กรกับชุมชนในท้องถิ่นที่องค์กรมีการดำเนินกิจการอยู่ ซึ่งเป็นการดำเนินงานที่ให้ความสนใจและเอาใจใส่ถึงความต้องการและทัศนคติของชุมชนที่มีต่อองค์กรและการดำเนินงานขององค์กร

หลักของการทำชุมชนสัมพันธ์

เสรี วงศ์มณฑา (2542) ได้กล่าว แนวทางหลักการสร้างชุมชนสัมพันธ์ไว้ 8 ประการดังนี้

1. องค์กรต้องรู้จักให้ความร่วมมือ (Participate) กับกิจกรรมชุมชน เช่นชุมชนรอบ ๆ มีงานกีฬา งานเทศกาลประจำปี บริษัทหรือองค์กรควรเข้าไปร่วมจัดงานด้วย อาจจะพิจารณา เป็นผู้สนับสนุนสปอนเซอร์ หรือส่งพนักงานร่วมทำกิจกรรมกับชุมชน

2. เมื่อบริษัทเข้าไปตั้งในชุมชนควรจ้างแรงงานในชุมชน โดยเฉพาะแรงงานที่ไม่เน้นทักษะ ซึ่งให้เลือกพนักงานที่มาจากรอบชุมชนมากกว่าบุคคลภายนอก เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์กับองค์กร เพื่อให้คนในชุมชนรอบโรงงานเกิดความรู้สึกว่าโรงงานเข้ามาสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน และทำให้ประชาชนรอบโรงงานไม่เกิดการต่อต้านหรือมีอคติกับโรงงาน

3. คนในชุมชนต้องการให้ชุมชนมีความสวยงามสะอาด เช่นสนามเด็กเล่น สวนสาธารณะ ซึ่งองค์กรสามารถสร้างสิ่งเหล่านี้ให้กับชุมชน โดยองค์กรเป็นผู้ดูแลและสนับสนุนกิจกรรม

4. คนในชุมชนต้องการความปลอดภัย เมื่อองค์กรโรงงานได้เข้าไปทำกิจการรอบ ๆ ชุมชน ต้องสร้างความเชื่อมั่นเพื่อให้คนในชุมชนรู้สึกปลอดภัยจากภัยอันตราย เช่นติดป้ายลดความเร็วอยู่ในเขตชุมชน หรือชะลอความเร็ว เพื่อเป็นการป้องกันการเกิดอุบัติเหตุ

5. การพัฒนาชุมชน เป็นการสร้างสรรค์ที่ดีงามและอำนวยประโยชน์แก่ชุมชนด้านต่าง ๆ เช่นการศึกษา ศาสนา เศรษฐกิจ สุขภาพอนามัย สวัสดิการสังคม ดังนั้นองค์กรควรเข้าไปมีส่วนร่วมหรือสนับสนุนด้านต่าง ๆ เช่นสร้างอาคารเรียน ส่งเสริมสนามกีฬาประจำชุมชน ส่งเสริมด้านดนตรี สร้างโบสถ์ ทำนุบำรุงศาสนา สิ่งเหล่านี้ถือว่าเป็นการพัฒนาชุมชน

6. องค์กรจะต้องดูแลด้านสิ่งแวดล้อมของชุมชน เช่น ปลูกต้นไม้ขจัดสารพิษ ทำถังขยะ บ่อบำบัดน้ำเสียให้กับชุมชน สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ชุมชนต้องการให้องค์กรเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา

7. องค์กรต้องเป็นผู้อุปถัมป์ให้กับชุมชนในกรณีที่มีการจัดงานหรือกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งชุมชนส่วนใหญ่มีงบประมาณไม่เพียงพอ องค์กรจึงควรเข้าไปสนับสนุนเพื่อสร้างความรู้สึกดี ๆ และเป็นการสร้างทัศนคติที่ดีให้กับสมาชิกในชุมชน

8. การทำการกุศล เป็นการทำกิจกรรมใด ๆ ที่ช่วยเหลือสังคม เช่น การบริจาคสิ่งของ เงินทอง หรือช่วยด้านใดด้านหนึ่งแก่ชุมชน

ในส่วนของหลักการสร้างชุมชนสัมพันธ์นั้นที่สำคัญ คือ ความจริงใจ ทั้งในส่วนของการให้ข้อมูลข่าวสารและพัฒนาชุมชน เช่น การให้ข่าวสารเรื่องผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมของโรงไฟฟ้าที่เป็นข้อเท็จจริงไม่เบียดเบือนหรือนำเสนอข้อมูลที่เป็นเท็จ ซึ่งอาจจะเป็นสาเหตุให้ชุมชนรอบ ๆ องค์กรให้ความไม่ไว้วางใจกับองค์กร

วัตถุประสงค์ของชุมชนสัมพันธ์

วิรัช ลภิรัตนกุล (2529) ได้กล่าวถึงโครงการประชาสัมพันธ์ชุมชนหรือชุมชนสัมพันธ์ว่า มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ ๆ ดังนี้

1. เพื่อชี้แจงเรื่องราว ประชาสัมพันธ์ข่าวสารขององค์กรให้ชุมชนรอบโรงงานรับทราบ เช่น นโยบาย

2. เพื่อชี้แจงเข้าร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชนนั้นและตอบโต้ต่อข้อวิพากษ์วิจารณ์จากกลุ่มผลประโยชน์ต่าง ๆ ภายในชุมชน ซึ่งอาจจะวิพากษ์วิจารณ์ด้วยความเข้าใจผิด หรือเป็นความเท็จเป็นผลเสียต่อองค์กร

3. เพื่อแสดงถึงความสำคัญขององค์การที่มีต่อชุมชนในฐานะที่เป็นผู้สนับสนุนให้กับชุมชนในท้องถิ่น รวมทั้งหน้าที่และความรับผิดชอบขององค์กรที่มีต่อชุมชน

4. เพื่อรับฟังความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับการดำเนินงานนโยบายขององค์กร เพื่อนำข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะมาปรับปรุงให้การดำเนินกิจกรรมขององค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

5. เพื่อส่งเสริมด้านสวัสดิการของชุมชน และการประชาสัมพันธ์ให้ชุมชนเป็นที่รู้จักแก่สังคม เพิ่มความเจริญให้กับชุมชน

6. เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับประชาชนในชุมชน โดยเริ่มจากผู้นำชุมชนให้ผู้นำมาพบปะพูดคุยกับองค์กร เพื่อแลกเปลี่ยนความคิด และเป็นการให้ผู้นำชุมชนเข้ามาตรวจสอบการดำเนินกิจการขององค์กร

7. เพื่อให้ความร่วมมือกับสถานศึกษา ได้แก่ การมอบทุนการศึกษา การมีวิทยากรมาให้ความรู้เพิ่มเติมจากตำราเรียน

8. เพื่อแสดงบทบาทความเป็นผู้นำการส่งเสริมอนุรักษ์ประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น

9. เพื่อส่งเสริมด้านสุขภาพอนามัยให้ประชาชนที่อยู่ในสังคม ให้มีคนในชุมชนมีสุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

10. เพื่อร่วมมือกับองค์กรอื่น ๆ ในชุมชน ก่อให้เกิดความเข้าใจอันดีต่อกันและเกิดการพึ่งพาอาศัยกัน

กล่าวโดยสรุป การทำโครงการชุมชนสัมพันธ์ขึ้นมาเพื่อจะสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง สร้างความนิยม รักใคร่ ความศรัทธาเชื่อถือ สร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันระหว่างประชาชนในชุมชนและองค์กร เป็นการเผยแพร่การดำเนินกิจการขององค์กร ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับองค์กร ตลอดการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อเป็นการพัฒนาชุมชน เพื่อให้ประชาชนเข้าใจในการดำเนินงานขององค์กร มีส่วนร่วมในการดำเนินกิจการขององค์กร และมีทัศนคติที่ดีให้แก่องค์กร

ผลงานชุมชนสัมพันธ์

ผลที่เห็นได้ชัดเจนจากการดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์ อาจแบ่งได้ดังนี้

1. ผลต่อตัวองค์กร ส่วนใหญ่จะเป็นผลดีต่อองค์กร ทั้งในเรื่องของการสร้างภาพพจน์ที่ดีต่อองค์กร ทำให้ประชาชนในชุมชนทั่วไปเกิดความรู้สึกว่าองค์กรมีความจริงใจและเอาใจใส่ต่อชุมชนอย่างแท้จริง เมื่อประชาชนในชุมชนมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร ก็จะกลายเป็นความผูกพันธ์กับองค์กรและให้ความร่วมมือกับองค์กรเป็นอย่างดี แต่ในทางกลับกัน ประชาชนบางกลุ่มเช่น ผู้นำชุมชน คิดว่าองค์กรเหล่านี้ทำไป เพื่อประโยชน์ส่วนตัว ไม่ได้คำนึงประโยชน์ที่ประชาชนในชุมชนจะได้รับอย่างแท้จริง ทำให้เกิดการไม่ไว้วางใจในองค์กร และเกิดภาพพจน์ที่ไม่ดีต่อองค์กร

2. ผลต่อประชาชนทั่วไป และสังคม แบ่งได้ 2 แบบคือ

2.1 กิจกรรมที่มองเห็นผลได้ง่ายและชัดเจน เป็นกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนโดยตรงและช่วยพัฒนาสังคมด้วย เช่น การแจกทุนทางการศึกษา การสนับสนุนกีฬาของเยาวชน

2.2 กิจกรรมที่เห็นผลไม่ชัดเจน เพราะขึ้นอยู่กับหลายปัจจัยประกอบกัน จึงเป็นประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวม

บัญญัติ คำนูญวัฒน์ (2532) กล่าวถึง งานชุมชนสัมพันธ์กับการสร้างภาพพจน์ของบริษัทปูนซีเมนต์ไทย พบว่า กลุ่มผู้นำชุมชน หรือผู้นำทางความคิดมองภาพพจน์ของบริษัทในระดับที่ไม่ดี เนื่องจากผู้นำชุมชน มีการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมจากข่าวสารต่าง ๆ เป็นประจำ ดังนั้นจึงทำให้เกิดความรู้สึกว่าบริษัทกระทำการเพื่อหวังประโยชน์ส่วนตนมากกว่าชุมชน ไม่ได้มีความจริงใจต่อประชาชนอย่างจริงใจ

2.2 ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม

ได้มีนักวิชาการให้ความหมายของคำว่า “ความรับผิดชอบต่อสังคม” ไว้หลายทัศนะดังนี้

Velasquez (อ้างใน วรทัย ราวินิช, 2549) ที่กล่าวว่าความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นเป็นข้อผูกพันและเป็นหน้าที่ขององค์กรที่มีหน้าที่ในการปกป้องและให้ประโยชน์ต่อสภาพแวดล้อมรอบข้าง ซึ่งสอดคล้องกับ Mondy (อ้างใน วรทัย ราวินิช, 2549) ที่ได้กล่าวว่าความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นเป็นข้อผูกมัดของผู้บริหารในการหาวิธีที่จะรักษาหรือป้องกันผลประโยชน์ของส่วนร่วมมากกว่าผลประโยชน์ขององค์กรเพียงอย่างเดียว

องค์การระหว่างประเทศว่าด้วยมาตรฐาน (International Oraganization for Standardization) หรือ ISO (อ้างใน กฤชณัช, 2553) ให้ความหมายว่า เป็นเรื่องของการที่องค์กรตอบสนองต่อเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งที่การให้ประโยชน์ให้กับชุมชน

สมยศ นาวีการ (อ้างใน มนตรี เลิศสกุลเจริญ, 2516) ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ว่า เป็นการพิจารณาถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการตัดสินใจของธุรกิจกลุ่มต่าง ๆ ทั้งหมดภายในสังคมนั้น ภายหลังจากการพิจารณาถึงผลกระทบดังกล่าวนี้แล้ว ผู้บริหารควรจะทำการตัดสินใจในลักษณะที่เป็นประโยชน์ต่อบุคคลส่วนมาก คือให้ความยุติธรรมกับกลุ่มต่าง ๆ ภายในสังคมมากที่สุด

สุทธิศักดิ์ ไกรสรสุธาสินี (2550) ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ว่า ความรับผิดชอบต่อผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมจากการตัดสินใจและดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรด้วยพฤติกรรมที่โปร่งใส มีจริยธรรม

สรุป ความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึงพันธกิจ และภาระหน้าที่ซึ่งองค์กรธุรกิจตอบสนองต่อสังคม หรือภาระที่บริษัทจะต้องดำเนินงานที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อส่วนรวม ด้วยการให้ในสิ่งที่องค์กรมี โดยการทำกิจกรรมเพื่อสาธารณะสังคมในรูปแบบต่าง ๆ ด้วยความสมัครใจ ซึ่งการกระทำหรือดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งภายในองค์กร หรือนอกองค์กรต้องดำเนินการอย่างโปร่งใส มีจริยธรรม เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมอย่างแท้จริง และต้องดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง

รูปแบบของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ

Kotler Lee (2005) ได้จำแนกรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคม ไว้เป็น 6 ชนิดดังนี้

1. การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นทางสังคม เป็นการจัดหาระดมเงินทุน งบประมาณ วัสดุสิ่งของ หรือทรัพยากรอื่น ๆ เพื่อสร้างการรับรู้แก่สารธารณะในประเด็นทางสังคม หรือช่วยในการรณรงค์ การส่งเสริมการมีส่วนร่วมร่วมกันระหว่างองค์กรกับประชาชนในประเด็นปัญหาสังคมในด้านที่มีปัญหา

2. การตลาดที่เกี่ยวโยงกับประเด็นทางสังคม เป็นการบริจาครายได้และกำไรส่วนหนึ่งจากการจำหน่ายสินค้าให้กับสังคม โดยจะต้องมีการกำหนดระยะเวลาอย่างชัดเจน ซึ่งอาจจะเจาะจงสินค้าประเภทใดประเภทหนึ่ง ส่วนใหญ่จะจำหน่ายสินค้าในกรณีพิเศษ

3. การจัดทำโครงการหรือกิจการเพื่อสังคมขององค์กร เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาด้านสุขภาพอนามัย ด้านสิ่งแวดล้อม และ คุณภาพชีวิตของคนในชุมชน โดยมีจุดประสงค์ในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของคนในชุมชน โดยองค์กรจะดำเนินกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานราชการ เช่น การให้ความรู้ในการป้องกันไข้หวัดใหญ่ การให้ความรู้ด้านยาเสพติด เป็นต้น

4. การบริจาคเพื่อการกุศล เป็นการช่วยเหลือไปที่ประเด็นของปัญหาโดยตรง ในรูปแบบการบริจาคเงินหรือวัตถุสิ่งของ เป็นกิจกรรมที่สามารถเห็นได้ในทุกองค์กร

5. การอาสาช่วยเหลือชุมชน เป็นการสนับสนุนให้พนักงานและผู้ประกอบการ หรือร่วมกับองค์กรการกุศลในการทำประโยชน์ให้กับชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่ เพื่อสามารถช่วยแก้ไขปัญหาของชุมชนได้ตามที่ตั้งเป้าหมายไว้

6. การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม เป็นการดำเนินงานโดยการป้องกันปรับเปลี่ยนการดำเนินธุรกิจเพื่อพัฒนาความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของประชาชน

เมื่อพิจารณาความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจตามบทบาทและเกี่ยวข้องกับหน่วยงาน จะสามารถจำแนกออกได้เป็น 3 ประเภท (divition) ดังนี้ (สถาบันไทยพัฒน์, 2555)

1. กิจกรรมเพื่อสังคม (CSR- After-Process) คือ การดำเนินกิจกรรมของหน่วยงาน ซึ่งองค์กรส่วนใหญ่เป็นองค์กรที่ต้องการทำกิจกรรม เพื่อสร้างให้เกิดประโยชน์แก่สังคมในด้านต่าง ๆ โดยกิจกรรมที่จะดำเนินการแยกจากธุรกิจที่เป็นกระบวนการผลิตและเกิดขึ้นมาในภายหลัง เช่นการให้ความช่วยเหลือชุมชนที่ได้รับผลกระทบทางด้านมลพิษจากสถานประกอบการ การเป็นอาสาสมัคร

ในการทำสาธารณะประโยชน์ ซึ่งกิจกรรมเพื่อสังคมเหล่านี้มักเป็นกิจกรรมที่อยู่นอกเหนือเวลาทำงานปกติ

2. ธุรกิจเพื่อสังคม (CSR-In-Process) คือ การดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมที่อยู่ในกระบวนหลักของกิจกรรม หรือการที่องค์กรดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ เช่นการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานตามข้อกำหนดในฉลากผลิตภัณฑ์ การชดเชยความเสียหายให้กับลูกค้าที่เกิดจากความผิดพลาดหรือความบกพร่องของพนักงานในองค์กร

3. กิจการเพื่อสังคม (CSR-as-Process) คือ องค์กรที่จัดตั้งขึ้นมาดำเนินงานโดยไม่แสวงหากำไรให้แก่ตนเอง กล่าวอีกนัยนึงคือ เป็นหน่วยงานที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อประโยชน์ให้แก่สังคม เช่น มูลนิธิ องค์กรสาธารณประโยชน์ องค์กรประชาชน เป็นต้น

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชน

ในการดำเนินงานกิจการสาธารณะประโยชน์ต่อชุมชนไม่ว่าจะเป็น กิจกรรม ด้านการพัฒนาสังคม กิจกรรมด้านเศรษฐกิจชุมชน กิจกรรมด้านการพัฒนาอาชีพ หรือกิจกรรมพัฒนาสิ่งแวดล้อม ข้อมูลของชุมชนเป็นสิ่งสำคัญซึ่งเป็นรากฐานของการดำเนินกิจกรรมที่ถูกต้อง สอดคล้องกับที่ชุมชนคาดหวัง การนำชาวบ้านในพื้นที่เข้ามามีบทบาทในกิจกรรมตั้งแต่การกำหนดกิจกรรม การดำเนินงาน การติดตามผล การประเมินผล คำว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนนั้น มีผู้ให้ความหมายหลากหลายดังนี้

ความหมายการมีส่วนร่วมของชุมชน

ได้มีการศึกษาอย่างกว้างขวางเกี่ยวกับความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชน ซึ่งให้ความหมายดังนี้

การมีส่วนร่วมนั้นเป็นกระบวนการที่ประชาชนหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้มีโอกาสแสดงทัศนะ แลกเปลี่ยนข้อมูลความคิดเห็นเพื่อแสวงหาแนวทางเลือก และการตัดสินใจด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับโครงการที่เหมาะสมและเป็นที่ยอมรับร่วมกัน (พัชรี สิโรรส, 2546) สอดคล้องกับ นรินทร์ชัย พัฒนพงศา (2546) ระบุว่าการมีส่วนร่วมคือการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมและรับผลประโยชน์จากโครงการพัฒนา นอกจากนี้ประชาชนควรมีส่วนร่วมในการประเมินผลการดำเนินโครงการพัฒนาขององค์กร (สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2534) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนหมายถึงการเปิดโอกาสให้ชุมชนและกลุ่มเป้าหมายของการพัฒนาเข้ามาร่วมโครงการของการพัฒนา ตั้งแต่เริ่มโครงการจนถึงเสร็จสิ้นโครงการจุดประสงค์เพื่อให้ประชาชนในชุมชนเกิดการเรียนรู้และทำงานร่วมกันซึ่งถ้าทำได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้จะทำให้เกิดการพัฒนาที่ประชาชนและชุมชน (ยุวัฒน์ วุฒิเมธี,

2534) ได้ให้ความหมายไว้ว่าการมีส่วนร่วมของชุมชน คือการเปิดโอกาสให้ประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมในการริเริ่ม การตัดสินใจและการร่วมปฏิบัติและร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่าง ๆ อันมีผลกระทบต่อประชาชนและชุมชนโดยตรง เพื่อแก้ไขปัญหา และพัฒนาสภาพชุมชนและความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น (พัฒน์ บุญยรัตน์พันธุ์, 2517) ให้ทัศนะถึงการมีส่วนร่วม ว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนจะต้องมีขึ้นโดยตลอดตั้งแต่ขั้นการวางแผนโครงการ การเสียสละ กำลังแรงงาน วัสดุ กำลังเงิน หรือทรัพยากรใดที่มีในชุมชนนั้นๆ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบของการมีส่วนร่วมของประชาชนที่สำคัญ 3 ประการ คือ 1. การมีส่วนร่วมของประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมกันอย่างต่อเนื่องตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงขั้นตอนสุดท้าย 2. มีการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างองค์กรและประชาชนโดยใช้สื่อสารสองทาง เพื่อให้ข้อมูลและรับทราบข้อมูลจากชุมชน ซึ่งจะส่งผลให้การดำเนินโครงการนั้นสอดคล้องกับชีวิต ความจำเป็น ความต้องการของชุมชน อันเป็นปัจจัยที่จะส่งเสริมให้เกิดการสนับสนุนและยอมรับของโครงการจากชุมชนในที่สุด ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อทุกฝ่าย 3. เป้าหมายของการมีส่วนร่วม จะต้องให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมอย่างกว้างขวาง ตั้งแต่การวางแผน การดำเนินการ การประเมินผล และการรับประโยชน์ร่วมกัน ซึ่งส่งผลให้การประเมินโครงการเป็นที่ยอมรับร่วมกัน (อภิญญา กังสนารักษ์ , 2544) ได้นำเสนอขั้นตอนการมีส่วนร่วมของชุมชนว่า ชุมชนจะต้องมีส่วนร่วม 4 ขั้นตอน คือ 1. การมีส่วนร่วมในการริเริ่มโครงการ ร่วมค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหาภายในชุมชน ร่วมตัดสินใจกำหนดความต้องการและร่วมลำดับความสำคัญของความต้องการ 2. การมีส่วนร่วมในขั้นการวางแผนกำหนดวัตถุประสงค์ วิธีการแนวทางการดำเนินงาน 3. การมีส่วนร่วมด้านวัสดุอุปกรณ์ แรงงาน 4. การมีส่วนร่วมในการประเมินโครงการ เพื่อให้รู้ผลจากการดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่สอดคล้องกับ (โคเฮนและอัฟฮอฟฟ์, 1980) ได้สร้างกรอบพื้นฐานเพื่ออธิบายการมีส่วนร่วม 4 ลักษณะ คือ 1. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซึ่งเป็นการตัดสินใจในระยะช่วงเริ่มกิจกรรม 2. การมีส่วนร่วมโดยให้มีการสนับสนุนทางด้าน 3. การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ 4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล ซึ่งนับว่าเป็นการแสดงถึงการปรับตัวในการมีส่วนร่วมต่อไป

จากแนวคิดเกี่ยวกับความหมายของการมีส่วนร่วมของนักวิชาการที่ได้กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปความหมายของการมีส่วนร่วมได้ว่า เป็นกระบวนการที่ส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามีบทบาทร่วมกันคิด ร่วมกันแก้ไขและพัฒนากิจกรรมของชุมชน รวมทั้งวางแผนการปฏิบัติการ และติดตามผลประเมินการปฏิบัติกิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ

ลักษณะของการมีส่วนร่วม

ไพรัตน์ เตชะรินทร์ (2527) ได้กล่าวถึงลักษณะการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาดังนี้ 1. ร่วมทำการศึกษา ค้นคว้าปัญหา และสาเหตุปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนและความต้องการของ

ชุมชน 2. ร่วมคิดหาและสร้างรูปแบบและวิธีการพัฒนาเพื่อแก้ไขปัญหาและลดปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนได้ 3. ประชาชนในชุมชนร่วมวางนโยบาย 4.ประชาชนร่วมในการตัดสินใจในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่และเป็นประโยชน์ส่วนรวม 5. ร่วมทำการปรับปรุงระบบการบริหารและพัฒนากิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชนให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล 6.ร่วมลงทุนในกิจการโครงการของชุมชนตามขีดความสามารถของตนเอง 7. ร่วมปฏิบัติตามนโยบายและกิจกรรมให้ได้ตามเป้าหมาย 8. ร่วมควบคุมติดตามและประเมินผล และบำรุงรักษาโครงการ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาทำการปรับปรุงกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับ (อภิญญา กังสนารักษณ์, 2544) ได้เสนอขั้นตอนการมีส่วนร่วมของชุมชนว่า ชุมชนต้องมีส่วนร่วม 4 ขั้นตอน คือ 1. การมีส่วนร่วมในการริเริ่มโครงการ ร่วมค้นหาปัญหาภายในชุมชน ร่วมตัดสินใจกำหนดความสำคัญของการต้องการ 2. การมีส่วนร่วมในการวางแผน กำหนดวัตถุประสงค์ วิธีการแนวทางการดำเนินงาน 3. การมีส่วนร่วมในขั้นตอนการดำเนินโครงการ 4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผลโครงการ เพื่อให้รู้ว่าผลจากการดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่ (บัฒทร อ่อนดำ, 2544) กล่าวถึงการมีส่วนร่วมในขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้ 1. การมีส่วนร่วมในขั้นริเริ่มการพัฒนา ซึ่งเป็นขั้นตอนที่ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาภายในชุมชนตลอดจนมีส่วนร่วม 2. การมีส่วนร่วมในขั้นการวางแผนพัฒนา เป็นขั้นตอนที่ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายและวัตถุประสงค์ของโครงการ กำหนดวิธีการ และแนวทางในการดำเนินงาน 3. การมีส่วนร่วมในขั้นตอนการดำเนินการพัฒนา เป็นขั้นตอนที่ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างประโยชน์โดยการสนับสนุนทรัพย์ 4. การมีส่วนร่วมในขั้นการรับประโยชน์จากการพัฒนา เป็นขั้นตอนที่ประชาชนมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ 5. การมีส่วนร่วมในขั้นตอนการประเมินผลการพัฒนา เป็นขั้นตอนที่ประชาชนเข้าร่วมการประเมิน

สรุปได้ว่า ลักษณะของการมีส่วนร่วม เป็นกระบวนการหรือขั้นตอนในการพบปะสังสรรค์ทางสังคม ซึ่งทำให้เกิดกระบวนการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อให้ไปสู่จุดประสงค์ที่กลุ่มได้กำหนดวางแผนไว้ โดยแผนที่กำหนดนั้นเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม และการร่วมติดตามประเมินผลโครงการหรือกิจกรรมป้องกันปัญหาของชุมชน

รูปแบบของการมีส่วนร่วม

นิรันทร์ จงวุฒิเวศน์ (2527) กล่าวว่า รูปแบบการมีส่วนร่วมอาจจำแนกออกได้ 3 ประการตามลักษณะของการมีส่วนร่วมดังนี้

1. การที่ประชาชนมีส่วนร่วมโดยตรง (Direct participation) โดยผ่านองค์กรจัดตั้งของประชาชนเช่น การรวมกลุ่มเยาวชน กลุ่มต่าง ๆ

2. การที่ประชาชนมีส่วนร่วมทางอ้อม (Indirect participation) โดยผ่านองค์กรผู้แทนประชาชนเช่น กรรมการหมู่บ้าน หรือชุมชน

3. การที่ประชาชนมีส่วนร่วมโดยการเปิดโอกาสให้ (Open – participation) โดยผ่านองค์กรที่ไม่ใช่ผู้แทนประชาชน เช่นสถาบัน หรือหน่วยงานที่เชิญชวน หรือเปิดโอกาสให้ประชาชนร่วมแสดงความคิดเห็น

หลักการกระบวนการมีส่วนร่วม

พัชรี สิโรรส (2546) ได้ให้ความเห็นว่าการมีส่วนร่วมที่ดี ควรนำเอาหลัก 4S มาใช้ในการบริหาร สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. การเริ่มต้นเร็ว (Starting Early) กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนจะต้องเริ่มตั้งแต่ระยะแรก ตั้งแต่การให้ข้อมูลเบื้องต้น มีการให้ข้อมูล กระตุ้นให้เกิดความคิดเห็น และให้องค์กรรับฟังความคิดเห็นของประชาชนก่อนการตัดสินใจ

2. ครอบคลุมผู้ที่เกี่ยวข้อง (Stakeholders) การมีส่วนร่วมนั้นจะต้องให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมอย่างกว้างขวางผู้ที่ได้รับผลกระทบ ผู้ที่ได้รับความเสียหาย ควรมีโอกาสเข้าสู่กระบวนการมีส่วนร่วม การบริหารจัดการมีส่วนร่วมต้องมั่นใจว่า ผู้ที่ได้รับผลกระทบมีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วม

3. ความจริงใจ (Sincerity) ในการบริหารการมีส่วนร่วมให้ประสบความสำเร็จหน่วยงานที่รับผิดชอบจะต้องจัดกระบวนการอย่างจริงใจ เปิดเผย ปราศจากอคติ มีการสื่อสารกันตลอดเวลา

4. วิธีที่เหมาะสม (Suitability) คือการเลือกเทคนิครูปแบบการมีส่วนร่วมต้องคำนึงถึงความเหมาะสม โดยพิจารณาประเภทและชนิดของโครงการ ความหลากหลายและลักษณะที่แตกต่างของพื้นที่และกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทฤษฎีการมีส่วนร่วม

ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's theory of motivation) เป็นทฤษฎีอธิบายถึงความต้องการของตนเองให้กระทำอย่างใดอย่างหนึ่งในแนวทางที่แน่นอนและความต้องการนั้นเป็นพื้นฐานของพฤติกรรม คือ แรงจูงใจของมนุษย์เริ่มจากการมีความต้องการ และทัศนคติของมนุษย์จะแปลความหมายจากความต้องการของมนุษย์ให้กลายเป็นพฤติกรรม สมมติฐานของทฤษฎีนี้คือ

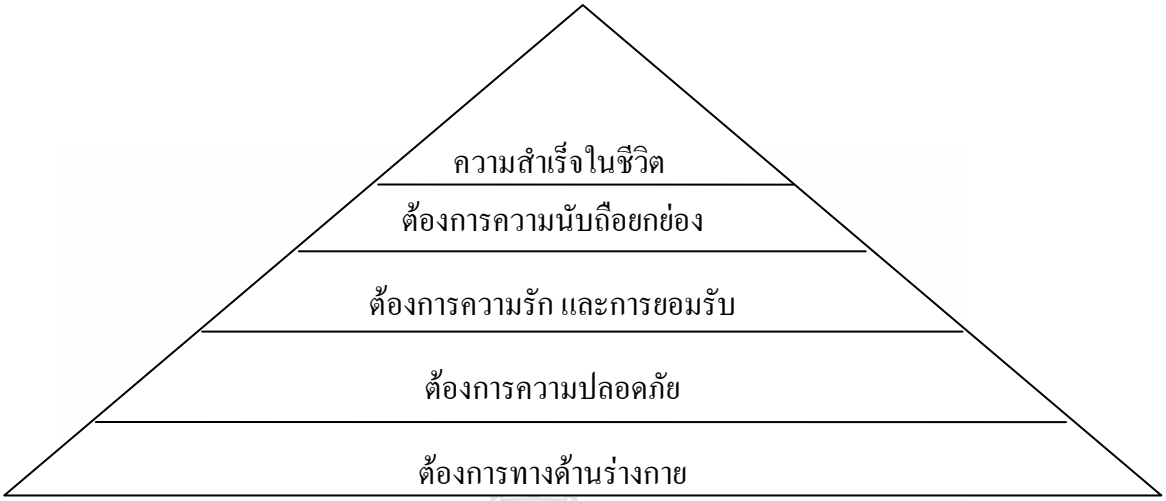
1. เชื่อว่ามนุษย์ทุกคนมีความต้องการมากมายไม่มีที่สิ้นสุด

2. สามารถจัดลำดับความต้องการเหล่านั้นตามความสำคัญไว้เป็นขั้น ๆ

3. มนุษย์จะแสวงหาความต้องการที่มีความสำคัญหรือความจำเป็นมากกว่าก่อนเสมอ

4. เมื่อได้ในสิ่งที่ต้องการแล้ว ความจำเป็นหรือความต้องการนั้นจะหมดไป

5. จะเริ่มสนใจในความต้องการที่มีความสำคัญเป็นอันดับรองมา ลำดับของความต้องการหรือความจำเป็นเรียงลำดับตามนี้



ภาพที่ 2.1 แสดงลำดับความต้องการตามทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์

1. ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological need) เป็นความต้องการพื้นฐานที่ใช้ในการดำรงชีวิตประจำวัน เช่น เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ที่อยู่อาศัย และการพักผ่อน ความต้องการเหล่านี้เป็นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์

2. ความต้องการความปลอดภัยและความมั่นคง (Security or Safety need) เป็นความต้องการที่สร้างขวัญและกำลังใจในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ เช่น ความต้องการความปลอดภัยในการทำงาน หรือ การประกอบอาชีพ

3. ความต้องการทางด้านสังคม (Belonging and Social Activity need) เป็นความต้องการแสดงตัวตนในสังคม ต้องการเพื่อน ต้องการเพื่อนร่วมงานต้องการครอบครัว ต้องการเป็นที่ยอมรับในกลุ่ม

4. ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง (Esteem or status need) เป็นการต้องการมีฐานะเด่นเป็นที่ยอมรับในสังคม อยากให้คนในสังคมนับถือ

5. ความต้องการประสบความสำเร็จและสมหวังในชีวิต (Self – actualization needs) เป็นความต้องการขั้นสูงสุดของมนุษย์ที่อยากจะทำความสำเร็จตามความคิดของตนเองที่ตั้งไว้

กล่าวได้ว่า ทฤษฎีจูงใจของ มาสโลว์ ชี้ให้เห็นว่า ความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ได้ แก่ ความต้องการอาหาร เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรคเป็นต้น ลำดับต่อมาเมื่อมีปัจจัยในการดำรงชีวิต ความต้องการต่อมา คือความต้องการด้านความปลอดภัยของชีวิต ลำดับต่อมาคือความต้องการทางสังคมคือความต้องการที่ต้องการให้คนในชุมชนให้เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อชุมชน

2.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้

มีนักจิตวิทยาหลายท่านได้ทำการศึกษาเรื่องการรับรู้ และให้ความหมายไว้ดังนี้

รัจรี นพเกตุ (2540) กล่าว่า การรับรู้ คือ ขบวนการประมวนผล และตีความหมายของข้อมูลต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวเรา โดยผ่านอวัยวะรับความรู้สึก และอยู่ภายใต้อิทธิพลของการเรียนรู้ แรงจูงใจ อารมณ์ และประสบการณ์ ซึ่งทั้งหมดมีผลต่อการรับรู้ (โรเบอร์ท เอส เฟด์แมน, 2540) การรับรู้หมายถึง การค้นหา การแปลความหมาย การวิเคราะห์ และรวบรวมความเกี่ยวข้องที่เกิดขึ้นจากสิ่งเร้าประสาทสัมผัสของอวัยวะต่าง ๆ สอดคล้องกับ (วิลเลียมและมารีลีน, 2547) ให้ความหมายว่า การรับรู้เป็นกระบวนการเลือก การรวบรวม การแปลความหมายของข้อมูลจากประสาทสัมผัสมาเป็นคำพูด (มัลลิกา, 2547) เป็นองค์ประกอบสำคัญสำหรับการติดต่อสื่อสาร เนื่องจากในชีวิตประจำวันของมนุษย์ทุกคนจะมีขบวนการรับรู้เกิดขึ้นตลอดเวลา การรับรู้เป็นกระบวนการของการเลือก (Selection) สอดคล้องกับ (จินตา เกียรติศักดิ์โสภณ, 2543) กล่าวว่า การรับรู้เป็นกระบวนการที่บุคคลรับสัมผัสกับสิ่งเร้า มีการจัดระเบียบ ตีความและแปลความหมายสิ่งเร้าที่รับสัมผัสนั้น ตามความรู้ ประสบการณ์เดิม ทัศนคติ ความเชื่อ ความต้องการ บุคลิกภาพของบุคคล การรับรู้ของบุคคลขึ้นอยู่กับสิ่งเร้าและตัวรับรู้ ซึ่งสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ ได้แก่ ความจำ อารมณ์ ความพร้อม สติปัญญา ความสนใจ ความคาดหวัง ความรู้ ประสบการณ์ ทักษะ ค่านิยมและวัฒนธรรม สอดคล้องกับ (บุญทรัพย์ ซื่อจริง, 2544) กล่าวว่า การรับรู้เป็นการแปลความหมายของการสัมผัส โดยใช้ประสบการณ์เดิม ความรู้เดิม ซึ่งได้จากการได้เห็น ได้ยิน ได้สัมผัส ได้รู้สึก แสดงออกมาเป็นความรู้สึกความเข้าใจในเรื่องต่าง ๆ ที่ได้สัมผัสเป็นลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคลเกิดขึ้นภายในตัวบุคคลและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคลนั้น

จากความหมายข้างต้น สรุปได้ว่า การรับรู้เป็นองค์ประกอบทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคล โดยมีการรับรู้เป็นแรงผลักดันภายในบุคคล เป็นตัวนำไปสู่การกระทำ การรับรู้เป็นพื้นฐานสำคัญที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ อันนำไปสู่ความคิด ความรู้ความเข้าใจเชิงเหตุผล การที่บุคคลนึกคิดหรือเข้าใจสิ่งใดสิ่งหนึ่ง จะทำให้บุคคลมีแนวโน้มที่จะปฏิบัติตามแนวคิดหรือการรับรู้

กระบวนการรับรู้ (Process of Perception) เป็นกระบวนการที่คาบเกี่ยวกับระหว่างความเข้าใจ (Understand) การคิด (Thinking) การรู้สึก (Sensing) ความจำ (Memory) การเรียนรู้ (Learning) การตัดสินใจ (Decision Making) การแสดงพฤติกรรม (Behavior) เขียนเป็นแผนภูมิได้ดังนี้

ภาพที่ 2.2 แสดงกระบวนการรับรู้

ที่มา : กันยา สุวรรณแสง (2532)

ในกระบวนการรับรู้ ถ้าพิจารณาในแง่พฤติกรรม “ การรับรู้” จะแทรกอยู่ระหว่างสิ่งเร้ากับการตอบสนองสิ่งเร้า ดังนี้

ภาพที่ 2.3 แสดงกระบวนการรับรู้ในแง่ของพฤติกรรม

ที่มา : กฤษณา ศักดิ์ศรี (2530)

องค์ประกอบที่ก่อให้เกิดการรับรู้มีดังนี้

1. สิ่งเร้า (Stimulus) เช่น รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส
2. อวัยวะรับสัมผัส (Sense Organs) เช่น หู ตา จมูก ลิ้น ผิวหนัง
3. ประสบการณ์เดิม ความรู้ ความจำเดิมที่เกี่ยวกับสิ่งเร้าที่ได้สัมผัส
4. การแปลความหมายจากสิ่งที่สัมผัส

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการรับรู้

รังสรรค์ ประเสริฐศรี (2548) อธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลในการรับรู้ของบุคคล ซึ่งมีผลทำให้บุคคลเกิดการรับรู้ที่แตกต่างกัน ได้แก่

1. ผู้รับรู้ (perceiver) การตีความ จะได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนตัวของผู้รับรู้
2. ทัศนคติ (attitudes) คือ ความรู้สึก และท่าทีของบุคคล ที่มีต่อความคิด ทัศนคติมีผลต่อการตีความหมายของสิ่งที่เกิดขึ้นและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของกลุ่ม
3. แรงจูงใจ (motives) เป็นสภาพภายในจิตใจของบุคคล ซึ่งผลักดันให้เกิดพฤติกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายนั้น ซึ่งแรงจูงใจมีอิทธิพลอย่างมากในการรับรู้
4. ความสนใจ (interest) เป็นความสนใจของผู้รับรู้ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยทั่วไปบุคคลจะสนใจเรื่องที่เกี่ยวข้องกับตัวเองมากที่สุด

5. ประสบการณ์ในอดีต (past experience) บุคคลมักนำเรื่องประสบการณ์ในอดีตมาคิดทบทวนในสิ่งที่กำลังรับรู้

6. ความคาดหวัง (expection) เป็นความเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ หรือพฤติกรรมซึ่งนำไปสู่ผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้น

7. เป้าหมาย (target) คือส่งที่ผู้สังเกตและรับรู้ว่าคืออะไร มีความเกี่ยวข้องกับความใหม่ การเคลื่อนไหว เสียง ขนาด ภูมิหลังและความใกล้เคียงอย่างไร

8. สถานการณ์ (situation) สถานการณ์ที่ทำให้เกิดการรับรู้ประกอบด้วย เวลา สภาพงาน และสภาพสังคม

การรับรู้ ของบุคคลเป็นอย่างไรนั้นย่อมขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่ผ่านมา ความสนใจอาชีพ และความเกี่ยวข้องกับสิ่งเร้า กับบุคคลนั้นเป็นสำคัญหรืออาจจะกล่าวได้ว่าการรับรู้ของแต่ละบุคคลขึ้นอยู่กับภูมิหลังของบุคคลนั่นเอง

ขั้นตอนการรับรู้

Klapper (1960) ได้แบ่งขั้นตอนการรับรู้ ไว้ดังนี้

1. การเลือก (select) บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ ตามความต้องการของตนเองเพื่อนำมาใช้แก้ไขปัญหาและเป็นข้อมูล เพื่อสนองความต้องการ

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) นอกจากบุคคลจะเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว บุคคลยังเลือกให้ความสนใจต่อข่าวสารที่ได้รับสอดคล้องกับทัศนคติ และความเชื่อเดิมของบุคคลนั้น ในขณะเดียวกันก็พยายามหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารที่ขัดต่อทัศนคติและความเชื่อเดิม ทั้งนี้การที่บุคคลได้รับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้สึกของเขา จะทำให้เกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจสับสนได้

3. เลือกรับรู้หรือตีความสาร (Selective Perception) เมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง ผู้รับสารอาจมีการเลือกรับรู้และเลือกตีความสารที่ได้รับด้วย ตามประสบการ์ณของแต่ละคน ผู้รับสารจะมีการตีความข่าวสารที่ได้รับมา ตามความเข้าใจของตนเอง ตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการและแรงจูงใจของตนเองในขณะนั้น

4. เลือกจดจำ (Serective Retention) หลังจากที่บุคคลเลือกให้ความสนใจ เลือกรับรู้ และเลือกตีความสารไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตนแล้วบุคคลยังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ต้องการจำเข้าไว้เป็นประสบการณ์ ในขณะเดียวกันก็มักลืมข่าวสารที่ไม่ตรงกับความสนใจของตน

ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้

เทพพนม เมืองแมน และ สวิง สุวรรณ (อ้างอิงใน กมลวัฒน์ ยะสาวรรณ, 2547) กล่าวว่าสิ่งที่มีผลต่อการรับรู้ของบุคคล ได้แก่ ประสบการณ์เดิม สถานการณ์ ความต้องการและหน้าที่รับผิดชอบของบุคคล

สุภาวดี คูหาทอง (อ้างอิงใน กมลวัฒน์ ยะสาวรรณ, 2547) แบ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ การรับรู้ของบุคคลเป็น 1. ปัจจัยภายใน ได้แก่ คุณสมบัติที่อยู่ภายในตัวของผู้รับ เช่น เพศ อาชีพ อายุ ระดับการศึกษา ความต้องการ คุณค่า ความสนใจ ประสบการณ์เดิม 2. ปัจจัยภายนอก ได้แก่ คำแนะนำ คำสั่งสอน

พัชราวัล พันธศิลาโรจน์ (2551) ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ แบ่งเป็น 2 ลักษณะดังนี้

1. ปัจจัยเกี่ยวกับตัวผู้รับรู้ แบ่งได้ 2 ด้านคือ ด้านกายภาพ และด้านสติปัญญา เช่น ความจำ อารมณ์ สติปัญญา การสังเกตพิจารณา

2. ปัจจัยทางจิตวิทยา ได้แก่ 1. ความรู้เดิม หมายถึง กระบวนการรับรู้เมื่อสัมผัสแล้วต้องแปลสัญลักษณ์โดยอาศัยความรู้เดิมที่เกี่ยวข้องกับการที่รับรู้ 2. ลักษณะของสิ่งเร้า หมายถึง คุณสมบัติซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่ให้คนสนใจที่จะรับรู้ เช่น ความคล้ายคลึง ความต่อเนื่องต่อสิ่งเร้า และพื้นฐานของการรับรู้ เป็นต้น

2.5 ทัศนคติ

ทัศนคติ เป็นแนวคิดที่สำคัญทางด้านจิตวิทยาและการสื่อสารที่ได้มีการศึกษาและได้มีการให้ความหมายไว้ดังนี้

Krech & Crtchfield (อ้างอิงใน วิรัช ลภิรัตนกุล, 2546) อธิบายว่า ทัศนคติ นั้นเป็นผลรวมทั้งหมดของมนุษย์ที่เกี่ยวกับความรู้สึก อคติ ความคิด ความกลัวต่อบางสิ่งรวมทั้งการแสดงออกทางด้านการพูดความคิดเห็นหรือมติ ซึ่งความคิดเห็นหรือมติ ซึ่งความคิดเห็นหรือมตินี้เป็นสัญลักษณ์ของทัศนคติ ซึ่งสอดคล้องกับ Miltion Rokeach (อ้างอิงใน กิตติมา กมลพันธุกษ์, 2538) กล่าวว่า ทัศนคติเป็นการจัดระเบียบของความเชื่อที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งความเชื่อนี้จะเป็นตัวกำหนดแนวโน้มเอียงของบุคคลในการตอบสนองในด้านที่ชอบและไม่ชอบ Norman L. Munn (อ้างอิงใน กิตติมา กมลพันธุกษ์, 2538) กล่าวว่า ทัศนคติ คือ ความรู้สึกที่บุคคลมีต่อสิ่งของสถานการณ์สถาบันใด ๆ ในทางที่จะยอมรับหรือปฏิเสธ ซึ่งมีผลให้บุคคลจะแสดงพฤติกรรมในแนวทางเดียวกันเสมอ สอดคล้องกับ เสรี วงศ์มณฑา (2529) กล่าวว่า ทัศนคติ คือ ความพร้อมที่จะพฤติกรรมปฏิบัติซึ่งมาจากความรู้สึก และแนวโน้มพฤติกรรม

จากความหมายต่าง ๆ จะเห็นได้ว่า ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่แสดงออกถึงความชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งอาจเป็นสิ่งของบุคคล องค์กร ความคิด หรืออื่น ๆ และจะส่งผลถึงแนวโน้มของพฤติกรรมที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

ประเภทของทัศนคติ

วิรัช ลภิรัตนกุล (2546) ได้แบ่งทัศนคติออกเป็น 3 ประเภทตามการแสดงออกของบุคคล ได้แก่

1. ทัศนคติทางบวก ซึ่งจะเป็นการชักนำให้บุคคลแสดงปฏิกิริยาในด้านดีต่อบุคคลอื่น ต่อเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง ต่อนโยบายหรือต่อองค์กร

2. ทัศนคติทางลบ จะเกิดขึ้นได้ในบุคคลได้แก่ มีความรู้สึกที่ไม่ดีหรือเป็นไปในทางลบต่อบุคคลหนึ่งบุคคลใด เรื่องราวปัญหาใดปัญหาหนึ่งต่อองค์กรหรือสถาบัน ทัศนคติในทางลบมักเกิดขึ้นร่วมกับความรู้สึกหรือความไม่พอใจ

3. ทัศนคติที่นิ่งเฉย ทัศนคติที่คนมีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง อาจเป็นทัศนคติที่นิ่งเฉย ทั้งนี้อาจเนื่องจากบุคคลนั้นไม่มีความคิดเห็นในเรื่องนั้น ๆ อย่างสิ้นเชิง

องค์ประกอบของทัศนคติ

Zimbardo and Ebbson (อ้างอิงใน พิทักษ์ ชูมงคล, 2549) ได้แบ่งองค์ประกอบทัศนคติของบุคคลนั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ส่วนคือ องค์ประกอบทางด้านความคิด องค์ประกอบทางด้านอารมณ์ และองค์ประกอบด้านพฤติกรรม

1. องค์ประกอบทางความคิด ความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Component) คือ ลักษณะที่บุคคลได้รับรู้และสิ่งต่าง ๆ มากมาย โดยจะแบ่งกลุ่มของสิ่งที่ผ่านมาในชีวิตของตนเสมอ เพื่อให้เกิดความง่ายในการให้ความหมายหรือคิดเกี่ยว และเรื่องเหล่านั้น โดยรวมสิ่งที่เหมือนกันหรือคล้ายกันเข้าด้วยกันจะเป็นการจัดหมวดหมู่จะช่วยบุคคลในการรับรู้

2. องค์ประกอบทางอารมณ์ ความรู้สึก (Affective Component) ได้แก่ ความรู้สึกหรืออารมณ์ที่เป็นด้านบวกหรือด้านลบ ในทางสรีระวิทยาอารมณ์จะเกี่ยวข้องโดยตรงและภาวะการณ์ที่มาเร้า หรือจากบุคคลนั้นได้แปลความหมาย สามารถที่จะให้ทราบทิศทางของอารมณ์ หรือความรู้สึกว่าไปในทางบวกหรือทางลบได้

3. องค์ประกอบทางพฤติกรรม (Behavioral Component) ซึ่งทางสังคมเป็นสิ่งกำหนดว่าอะไรเป็นสิ่งที่ถูกต้องหรือผิด ทางสังคมจะมีอิทธิพลในการควบคุมการประพฤติ หรือ การแสดงออกแต่ละบุคคล โดยองค์ประกอบทางพฤติกรรมจะมีความสัมพันธ์กับความรู้สึก

ดังนั้น องค์ปรกอบด้านความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรม นับเป็นองค์ประกอบพื้นฐานของทัศนคติ และมีความสัมพันธ์กับความรู้สึกของบุคคลออกมาในรูปแบบต่างกันทั้งทางบวกและทางลบซึ่งขึ้นอยู่กับ ประสบการณ์ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นกับเหตุการณ์นั้น

คุณสมบัติของทัศนคติ

1. มีลักษณะที่มีความมั่นคงที่จะไม่อาจเปลี่ยนแปลง

2. มีทิศทางที่แน่นอนต่อสิ่งแวดล้อมหรือเป้าหมายทางทัศนคติ

3. มีปริมาณความเข้มข้นของตนเองและต่อสิ่งแวดล้อมที่ค่อนข้างถาวร แต่อาจเปลี่ยนแปลงได้ตามความเปลี่ยนแปลงด้านค่านิยม

การเกิดทัศนคติ

ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ การรับรู้ที่มีอยู่มากมายของบุคคล โดย Allport (อ้างอิงใน พิทักษ์ ชูมงคล, 2549 : 80) ได้เสนอความคิดเห็นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้นเกิดขึ้นได้ 4 ประการดังนี้

1. ประสบการณ์บางอย่างเฉพาะ (Specific Experience) กระบวนการเรียนรู้ที่ได้จากการเพิ่มพูนและรวมกันของการตอบสนองความคิดต่าง ๆ ซึ่งประสบการณ์ที่ได้รับมาจากเดิมมีทั้งดีและไม่ดี รุนแรงหรือไม่รุนแรง จะส่งผลต่อประสบการณ์ใหม่ที่คล้ายคลึงกัน เช่น บุคลคลที่เคยมีประสบการณ์ในบางด้านที่ไม่ดีและในด้านที่ดี จะให้บุคคลนั้นมีทัศนคติต่อสิ่งนั้นตามประสบการณ์ที่เคยผ่านมาก่อน

2. การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น (Communication from other) จะทำให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ข้อมูลข่าวสารข้อมูลจากผู้อื่นได้ เช่น เคยถูกสอนว่าด้านใดไม่ดีก็จะเห็นว่าไม่ดี การสร้างความรู้สึกเกิดจากประสบการส่วนตัว ซึ่งประสบการณ์ส่วนตัวขึ้นอยู่กับความแตกต่างของบุคคลที่ต่างมีประสบการณ์ที่แตกต่างกันไป นอกจากประสบการณ์ของบุคคลจะเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ดังนั้นทัศนคติบางอย่างจึงเป็นเรื่องเฉพาะของบุคคลแล้วแต่พัฒนาการและความเจริญเติบโตของบุคคลนั้น ๆ

3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) การเลียนแบบผู้อื่น ทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้ กล่าวคือ การมองดู บุคคลปฏิบัติการอย่างไร แล้วก็จดจำเอามาปฏิบัติตาม เช่นการถ่ายทอดทัศนคติของคนบางคนมาจากการเลียนแบบบุคคลที่ตนเองให้ความสำคัญและรับเอาทัศนคตินั้นมาเป็นของตน เช่น พ่อ แม่ อาจารย์ เป็นต้น

4. องค์ประกอบสถาบัน (Institutional Factors) ได้แก่ วัดโรงเรียน ครอบครัว หน่วยงาน เป็นต้น สถาบันเหล่านี้เป็นแหล่งที่สนับสนุนให้คนเกิดทัศนคติบางอย่างเพิ่มขึ้น เกิดการเรียนรู้วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมในสังคม หรือ อิทธิพลของกลุ่มหรือสังคม กล่าวคือคนย่อมมีทัศนคติคล้อยตามกลุ่มสังคมที่ตนอยู่อาศัยตามสภาพแวดล้อม เช่น ทัศนคติต่อศาสนาและสถาบันต่าง ๆ

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2520) กล่าวได้ว่า ทัศนคติของบุคคลสามารถเปลี่ยนแปลงได้หลายวิธี ได้แก่

1. การได้รับข่าวจากบุคคล ข่าวสารที่ได้รับจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในองค์ประกอบของทัศนคติทั้ง 3 คือ ความคิด ความรู้สึกและพฤติกรรมได้ ซึ่งถ้าสิ่งใดสิ่งหนึ่งมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนตามไปด้วย

2. การรับประสบการณ์ตรง

3. การเปลี่ยนแปลงการรับรู้ของบุคคล ซึ่งเกิดจากองค์ประกอบหลายอย่าง เช่น อิทธิพลโฆษณา

4. การเปลี่ยนแปลงภาวการณ์จูงใจในตัวบุคคล จะทำให้การรับรู้ของบุคคลที่มีต่อสถานการณ์เปลี่ยนไป

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า พัฒนาการด้านทัศนคติของบุคคล เกิดจากประสบการณ์ต่าง ๆ ที่บุคคลนั้นได้รับการปรับตัวของบุคคลเพื่อให้เข้ากับสังคม การเรียนแบบในสังคม สิ่งประกอบเหล่านี้รวมกันกลายเป็นแบบแผนของทัศนคติของแต่ละบุคคล การถ่ายทอดแบบอย่างของบุคคลอื่น การที่สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ในสังคม มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ย่อมมีผลทำให้เกิดทัศนคติบุคคลเปลี่ยนแปลงและตามสถานการณ์ในสังคม

2.6 โรงงานซานมิเกล

ความเป็นมาของเบียร์ซานมิเกล

ธุรกิจเบียร์ซานมิเกล ดำเนินกิจการเมื่อปี 1890 โดยในขณะนั้นเป็นเพียงโรงเบียร์ขนาดเล็กที่สุดในประเทศฟิลิปปินส์ และในปี 1963 ได้เปลี่ยนชื่อเป็น ซานมิเกลคอปอเรชั่น ซึ่งธุรกิจเบียร์ซาน-มิเกลเป็นรากฐานให้บริษัทมีการขยายกิจการเป็นอาหาร เครื่องดื่มและบรรจุภัณฑ์ ที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

ซานมิเกลเบียร์ เป็นผู้ผลิตรายใหญ่ที่สุดของเบียร์ในฟิลิปปินส์มีส่วนแบ่งตลาดรวมมากกว่า 95% ในปี 2008 บริษัทได้ขยายกิจการโรงงานผลิตอีก 5 แห่ง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการให้ครอบคลุมร้านค้าปลีกทั่วประเทศประมาณ 470,000 ร้าน อีกทั้งเพื่อลดต้นทุนการกระจายสินค้าและรักษาคุณภาพด้านรสชาติของสินค้า ซานมิเกลเบียร์ในประเทศฟิลิปปินส์มีกำลังผลิตรวมปีละ 15.1 แสนล้านลิตร มีการพัฒนาโรงกลั่นพร้อมอุปกรณ์ที่มีเทคโนโลยีและเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต อีกทั้งมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภค โดยปัจจุบันมียอดการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากที่สุดในประเทศฟิลิปปินส์ ซึ่ง

มีการขยายกิจการไปที่ประเทศจีนตอนเหนือและตอนใต้ อินโดนิเซีย เวียดนาม และประเทศไทย ซานมิเกลเบียร์มีการจำหน่ายมากกว่า 40 ประเทศทั่วโลก และมีการส่งไปที่ประเทศสำคัญต่าง ๆ อาทิเช่น ไต้หวัน เกาหลี ญี่ปุ่น สิงค์โปร์ และสหรัฐอเมริกา ซานมิเกลเป็นบริษัท 1 ใน 20 บริษัทธุรกิจเครื่องดื่มที่มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์มากที่สุดในโลก

ซานมิเกลเบียร์ได้เข้ามาขยายกิจการในประเทศไทยแห่งแรกที่ นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดระยอง บนเนื้อที่กว่า 600 ไร่ด้วยเงินทุนกว่า 4,000 ล้านบาท และในปีพ.ศ. 2547 โรงงานซานมิเกลได้ซื้อโรงงานผลิตเครื่องดื่มต่อจากบริษัทไทยอมฤต ซึ่งมีกำลังการผลิต 100 ล้านลิตร มีเนื้อที่ 100 ไร่ ที่ตำบลบ้านใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี ซึ่งจัดตั้ง 2 บริษัท คือ 1. บริษัทซานมิเกลเบียร์ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นโรงงานผลิตเบียร์ ได้แก่ เบียร์ซานมิเกล เบียร์ซานมิกซ์ไลท์ เบียร์เรดฮอท และมีการผลิตสินค้าเพื่อส่งออกให้กับประเทศญี่ปุ่น มาเลเซีย สิงคโปร์ และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ 2. บริษัทซานมิเกล มาร์เก็ตติ้ง (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทจำหน่ายและขนส่ง กระจายสินค้า ผลิตภัณฑ์ซานมิเกลเบียร์ภายในประเทศ

สัญลักษณ์ประจำบริษัท

ภาพที่ 2.4 สัญลักษณ์ประจำบริษัทซานมิเกล
ที่มา : โรงงานซานมิเกล

ภาพสัญลักษณ์ของการสื่อความหมายสัญลักษณ์ของซานมิเกล มีชื่อว่า เอสคูโด (The Escudo) ซึ่งมีความหมายดังนี้

1. Traditional Strength of Quality หมายถึง คุณภาพด้านรสชาติยังคงคุณภาพเหมือนเดิมไม่เปลี่ยนแปลง

2. Reliability หมายถึง ความเชื่อถือ ความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์

3. Vigor ความตื่นตัวอยู่เสมอ บริษัทมีความตื่นตัวอยู่เสมอ มีการพัฒนาความสามารถของบุคลากรให้มีความรู้เพิ่มขึ้น เพื่อเพิ่มทักษะในการทำงาน

4. Results Oriented Performance การทำงานที่มุ่งผลงาน โดยมีการขับเคลื่อนการพัฒนาให้ดีขึ้นในแต่ละวัน โดยรักษาความเป็นผู้นำและเพิ่มจุดแข็งให้กับองค์กร

5. Dynamism กิจการที่ไม่หยุดนิ่ง มีการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานทุกๆด้าน เพื่อเพิ่มการขยายตัวทางธุรกิจ

จากความหมายสัญลักษณ์เบื้องต้น สรุปได้ว่าโรงงานซานมิเกล มีการพัฒนาธุรกิจอย่างต่อเนื่อง มีการพัฒนาประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากร โรงงานซานมิเกลมีการดำเนินการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคในประเทศไทย อีกทั้งมีการพัฒนาโรงงานผลิตให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมสืบเนื่องจากโรงงานผลิตแอลกอฮอล์ มักมีปัญหาเกี่ยวกับการปล่อยน้ำเสียลงสู่แหล่งน้ำรอบ ๆ ชุมชน อีกทั้งส่งกลิ่นเหม็นของกากวัตถุดิบที่ใช้สำหรับหมักแอลกอฮอลล์ ดังนั้นโรงงานซานมิเกลจึงมีกิจกรรมร่วมกับชุมชนเพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์และสร้างทัศนคติที่ดีให้ประชาชนที่อาศัยรอบโรงงาน เช่นด้านการสนับสนุนศึกษา การสนับสนุนด้านกีฬา ด้านสาธารณะสุข และด้านสิ่งแวดล้อม อีกทั้งโรงงานร่วมเข้าโครงการธรรมาภิบาล และกำลังปรับปรุงโครงสร้างระบบคุณภาพเพื่อเข้าสู่ระบบ ISO 14000 ซึ่งเป็นระบบคุณภาพมาตรฐานสิ่งแวดล้อมโรงงานจึงเริ่มมีกิจกรรมกับชุมชนรอบ ๆ โรงงานและสังคมมากขึ้น เพื่อเป็นการเตรียมพร้อมเข้าสู่ระบบต่าง ๆ

ด้านการพัฒนาด้านสังคมและคุณภาพชีวิต ด้านสุขภาพของชุมชนรอบ ๆ โรงงานโรงงานมีโครงการร่วมกับโรงพยาบาลประจำตำบลบ้านใหม่ เช่น ในการรณรงค์เรื่องโรคไข้เลือดออก โดยการเดินขบวนให้ความรู้เกี่ยวกับการป้องกันและการทำลายแหล่งเพาะพันธุ์ยุงลาย เป็นต้น ในด้านการสนับสนุนด้านการศึกษา ทางโรงงานให้การสนับสนุนด้านกิจกรรม เช่น มีการสนับสนุนด้านอุปกรณ์กีฬาให้กับโรงเรียนบ้านใหม่วัฒนา และให้การสนับสนุนวงดุริยางค์ประจำโรงเรียน และเพิ่มทุนการศึกษาให้กับบุตรหลานพนักงาน

ด้านการส่งเสริมศาสนา วัฒนธรรม และประเพณี โรงงานให้การสนับสนุนทีมกีฬาฟุตบอลประจำตำบลบ้านใหม่ โดยให้การสนับสนุนด้านชุดทีมฟุตบอล และในด้านศาสนาและวัฒนธรรมโรงงานมีการจัดตักบาตรทำบุญร่วมกับคนในชุมชนรอบ ๆ โรงงานอยู่เป็นประจำ

ด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อม โรงงงานมีการพัฒนาสิ่งแวดล้อมรอบ ๆโรงงาน เช่น การขุดลอกคูคลองระบายน้ำร่วมกับชุมชน มีการร่วมกับชุมชนในการตัดหญ้าข้างทางเพื่อเป็นการรักษาความปลอดภัยให้กับชุมชนและพนักงานโรงงานที่พักอาศัยรอบ ๆ โรงงาน อีกทั้งระบบบำบัดน้ำเสียที่มีประสิทธิภาพก่อนปล่อยสู่แหล่งน้ำธรรมชาติ

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาค้นคว้าเอกสาร ข้อมูลเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ ทำให้ทราบถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนที่อยู่ในชุมชนรอบ ๆ องค์กร โรงงาน ในแง่มุมที่ต่างกันดังนี้

บัญญัติ คำนูญวัฒน์ (2532) ทำการศึกษาเรื่อง งานชุมชนสัมพันธ์กับการสร้างภาพพจน์ของบริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด โดยศึกษาจากประชากรที่อาศัยอยู่รอบโรงปูนซีเมนต์ไทย แก่งคอย สระบุรี จากการศึกษาพบว่า ภาพพจน์ของปูนซีเมนต์ไทย จำกัด ในสายตาชุมชนรอบโรงงานแก่งคอย ส่วนใหญ่มองภาพพจน์ของบริษัทอยู่ในเกณฑ์ดี และผลการดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์ที่โรงงานแก่งคอย มีความสัมพันธ์กับการสร้างภาพพจน์ที่ดีของบริษัทปูนซีเมนต์ไทย และพบว่าผู้นำทางด้านความคิด เช่นกรรมการหมู่บ้าน ผู้ใหญ่บ้าน จะมองภาพพจน์บริษัทไปในทางที่ไม่ดีมากกว่าประชาชนทั่วไป

ประพัฒน์ แก้วกนิษฐารักษ์ (2551) ทำการศึกษาความพึงพอใจของชุมชนรอบโรงงานไฟฟ้าต่องานชุมชนสัมพันธ์ของการไฟฟ้าผลิตแห่งประเทศไทย ศึกษาเฉพาะกรณี โรงไฟฟ้าพระนครเหนือ พบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์โดยโดยรวมอยู่ในระดับมาก การรับรู้ของชุมชนต่อการดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตโรงไฟฟ้าพระนครเหนือโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชน การรับรู้ของประชาชน กับความพึงพอใจของชุมชนต่องานชุมชนสัมพันธ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงาน ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านการส่งเสริมศาสนา วัฒนธรรม และประเพณี มากที่สุด รองลงมาคือด้านการพัฒนาสาธารณสุขชุมชน ด้านการส่งเสริมกีฬา การศึกษาของชุมชน และ ด้านการส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาอาชีพตามลำดับ

สุรินธร มากมณี (2540) ศึกษาเรื่อง งานชุมชนสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของการเคหะแห่งชาติในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างรับทราบข่าวสารการจัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ระดับปานกลาง ผ่านสื่อ คือรถประชาสัมพันธ์มากที่สุด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าการจัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์มีความเหมาะสมในระดับสูง นอกจากนี้ยังพบว่าตัวแปรด้านการรับข่าวสารการจัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมุมชนสัมพันธ์ และประโยชน์ที่ได้รับจากการจัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ของกลุ่มตัวอย่าง จะมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการเคหะแห่งชาติ

พูนศรี หรูสกุล (2548) ได้ทำการศึกษา บทบาทองค์กรภาคเอกชนกับการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนแบบมีส่วนร่วม ศึกษากรณีเฉพาะ : ชุมชนในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลท่าฉนวน จังหวัดชัยนาท ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านความเข้มแข็งของชุมชนและรายได้ของชุมชนมากที่สุด ซึ่งส่งผลให้ด้านการดำรงชีวิต สถาบันครอบครัว ความเอื้ออาทรของญาติมิตร และคนในชุมชน กลับสู่วิถีชีวิตชุมชนเข้มแข็งขึ้น รวมถึงสภาพแวดล้อมด้านการขจัดของเสียและขยะ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ทางด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในการพัฒนาท้องถิ่นของตน รวมถึงการเข้ามามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาชุมชน กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความพึงพอใจมาก

ปัณฑิตา ทรัพย์กมล (2544) ได้ทำการศึกษา ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การภาคธุรกิจ : ศึกษากรณีเฉพาะโรงงานอุตสาหกรรมเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่า ลักษณะกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมองค์กร มีการดำเนินงานด้านการผลิตที่ดีและมีคุณภาพมากที่สุด รองลงมาคือด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม การบริจาคเงินหรือสิ่งของในงานสาธารณกุศลต่าง ๆ ซึ่งกิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้มีความสอดคล้องกับนโยบายขององค์กร อาจกล่าวได้ว่าหากองค์กรใดมีนโยบายเรื่องใดเรื่องหนึ่ง การดำเนินกิจกรรมขององค์กรย่อมเป็นไปตามนโยบายและเป้าหมายที่องค์กรวางไว้ แสดงว่าผู้บริหารให้ความสำคัญในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น และมีแนวโน้มการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง

วศินี นพคุณ (2551) ศึกษาการสื่อสารเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม และการมีส่วนร่วมของชุมชนด้านสิ่งแวดล้อมของกลุ่ม อุตสาหกรรมพลังงาน พบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนที่เข้าร่วมโครงการ ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อม คือ ผู้นำชุมชนได้เป็นตัวแทนในการเข้าร่วมกับบริษัท และได้นำความรู้ที่ทางบริษัทและเครือข่ายให้การสนับสนุนมาบูรณาการเข้าชุมชน และถ่ายทอดความรู้ไปยังประชากรที่อาศัยในชุมชน และแนวทางการมีส่วนร่วม พบว่า กิจกรรมการมีส่วนร่วมในการประชุมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์ที่พบเจอ การเข้าดูงาน การทำการทดลองด้วยตนเอง

เยาวลักษณ์ ทองอุ่มใหญ่ (2545) ทำการศึกษาการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานโครงการชุมชนร่วมใจรักสะอาดเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ดีของกรุงเทพมหานคร: กรณีศึกษาชุมชนเขตบางแคกรุงเทพมหานคร พบว่า ระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยภายนอกและระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานโครงการทั้ง 7 ประเด็น ได้แก่ ความรู้ การกำจัดการเกี่ยวกับขยะมูลฝอย บทบาทผู้นำชุมชน พิษภัยจากขยะมูลฝอย การสื่อสารประชาสัมพันธ์ ความพึงพอใจที่มีต่อโครงการและการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานโครงการ ซึ่งผลที่ได้ผลที่ได้อยู่ในระดับสูงและผลทดสอ บ

สมมติฐานพบว่า เพศ อายุ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานโครงการชุมชนร่วมใจรักสะอาดเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ดีของเขตบางแค กรุงเทพมหานคร

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตารางที่ 2.1 ตารางสรุปงานวิจัยการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ ของโรงงานซานมิเกล

ผู้วิจัย	การมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์			
	ด้านการส่งเสริมและพัฒนาอาชีพ	ด้านการพัฒนาชุมชนด้านสังคม	ด้านการพัฒนาสุขภาพและสุขภิบาลสิ่งแวดล้อม	ด้านการส่งเสริมการศึกษาและพัฒนาความรู้
บัญญัติ คำนูญวัฒน์ (2532)		✓		✓
ประพัฒน์ แก้วกนิษฐารักษ์ (2551)	✓	✓	✓	✓
พูนศรี หรูสกุล (2548)	✓	✓	✓	
ปัณฑิตา ทรัพย์กมล (2544)		✓	✓	
วศินี นพคุณ (2551)	✓	✓	✓	✓
เยาวลักษณ์ ทองอุ่มใหญ่(2545)		✓	✓	

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ พบว่า ประชาชนที่อาศัยรอบ ๆ องค์กรส่วนใหญ่มีการทำกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ การมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน ร่วมกับองค์กรเอกชนในท้องถิ่น โดยประชาชนมีความคาดหวังว่ากิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ที่องค์กรจัดขึ้น จะสามารถช่วยพัฒนาชุมชนให้เป็นชุมชนที่น่าอยู่และเข้มแข็ง โดยจากการดำเนินงานการทำวิจัยเรื่องต่าง ๆ สามารถนำมาประยุกต์ใช้ ในองค์กรและหน่วยงานที่ต้องการจะสร้างนโยบาย การสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนโดยรอบองค์กร

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ ของโรงงานซานมิเกล โดยผู้ศึกษาดำเนินการตามลำดับขั้นตอนต่อไปนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2 การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชากรที่อาศัยในเขตพื้นที่ โรงงานซานมิเกล ตำบลบ้านใหม่ จังหวัดปทุมธานี ตำบลบ้านใหม่ จังหวัดนนทบุรี และ ตำบลบางกระดี มีจำนวนทั้งสิ้น 22,239 คน (ศูนย์ข้อมูลสถิติจังหวัด, 2555)

ตำบลบ้านใหม่ จังหวัดปทุมธานี	จำนวน 8,416 คน
ตำบลบ้านใหม่ จังหวัดนนทบุรี	จำนวน 5,342 คน
ตำบลบางกระดี	จำนวน 8,481 คน

1.2 การหาขนาดตัวอย่าง เนื่องจากจำนวนประชากรมีจำนวนมากและมีขนาดไม่แน่ชัด ดังนั้นผู้ศึกษาจึงคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง กรณีไม่ทราบจำนวนประชากรใช้สูตร Robert V. Krejcie Miniscta และ Earyle W. Morgan (บุญชม ศรีสะอาด, 2538)

$$n = \frac{P(1-P)(Z)^2}{e^2}$$

กำหนดให้

n = จำนวนหรือขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

P = ค่าเปอร์เซ็นต์ที่ต้องการจะสุ่มจากประชากรทั้งหมด

E = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ซึ่งกำหนดค่าให้เท่ากับ 0.05

Z = ระดับความเชื่อมั่น 95% มีค่าเท่ากับ 1.96

ผู้ศึกษาต้องการสุ่มตัวอย่างเป็น 50% หรือ 0.50 จากประชากรทั้งหมด ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมรับค่าความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างได้ 5% หรือ 0.05 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างสามารถคำนวณได้ดังนี้

$$n = \frac{(0.50)\,(1-0.05)(1.96)^2}{0.05^2}$$

$$= \frac{(0.05)(1-0.05)(3.8416)}{0.0025}$$

$$= 384 \text{ คน}$$

ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่าง 384 คนแต่ในการศึกษาครั้งนี้ขอเพิ่มขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 คน

การสุ่มตัวอย่าง

เพื่อให้มีการกระจายตัวของข้อมูลกลุ่มตัวอย่างไปทุกตำบล จึงใช้หลักการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) ตามสัดส่วนแต่ละตำบลดังนี้

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างวิจัย

ที่	พื้นที่ตำบล	จำนวน (คน)	
		ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง(n)
1	ตำบลบ้านใหม่ จังหวัดปทุมธานี	8,416	151
2	ตำบลบ้านใหม่ จังหวัดนนทบุรี	5,342	96
3	ตำบลบางกระดี	8,481	153
		22,239	400

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ของประชาชนรอบโรงงาน ซานมิเกล จะมีข้อคำถามแบบให้เลือกตอบ โดยเนื้อหาแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของประชากรที่มีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการแบบ (Check List) ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริง จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ และ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่วกับระดับการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ของโรงงานซานมิเกล ลักษณะแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเป็นคำถามแบบตัวเลขมาตราส่วนประมาณค่า (numerical rating scales) ลักษณะคำถามประกอบด้วยข้อความที่เป็นการให้ความสำคัญต่อปัจจัยในแต่ละด้าน โดยในแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ โดยกำหนดน้ำหนักของคะแนน ดังนี้ (สุวรีย์ ศิริโภคาภิรมย์, 2546 : 139-140)

ระดับคะแนน 5 หมายถึง ระดับการมีส่วนร่วมมากที่สุด
ระดับคะแนน 4 หมายถึง ระดับการมีส่วนร่วมมาก
ระดับคะแนน 3 หมายถึง ระดับการมีส่วนร่วมปานกลาง
ระดับคะแนน 2 หมายถึง ระดับการมีส่วนร่วมน้อย
ระดับคะแนน 1 หมายถึง ระดับการมีส่วนร่วมน้อยที่สุด

ดังนั้น เกณฑ์สำหรับการแปลความหมายระดับคะแนนวัดการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ ของโรงงานซานมิเกล จำกัด

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง ระดับการมีส่วนร่วมมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง ระดับการมีส่วนร่วมมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง ระดับการมีส่วนร่วมปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง ระดับการมีส่วนร่วมน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง ระดับการมีส่วนร่วมน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายปิด (Open ended question) เพื่อเป็นข้อมูลในการอภิปรายผล

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้นโดยได้ดำเนินการตามลำดับดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร บทความ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์กับชุมชนขององค์กรเอกชน

2. กำหนดกรอบแนวคิดและขอบเขตของคำถามในการวิจัยให้สอดคล้องกับความมุ่งหมายและความสำคัญของการวิจัย โดยได้รับคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา

3. ดำเนินการสร้างแบบสอบถามฉบับร่าง และให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์

4. นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทำการทดสอบ (Pre-test) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะประชากรคล้ายกับตัวอย่างจริง จำนวน 30 ชุด นำแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยนำคะแนนที่ได้จากการทดสอบความคิดเห็นมาหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยวิเคราะห์หาสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่เป็นแบบสอบถามการประมาณค่า (Rating Scale) การหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) โดยค่าความเชื่อมั่นต้องได้ค่าตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป

5. แบบสอบถามที่ได้จากการปรับปรุงเรียบร้อยแล้วจำนวน 30 ชุด นำไปทำการทดสอบ (Pre-Test) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะประชากรคล้ายกับกลุ่มตัวอย่างจริง เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ในส่วนของข้อคำถามที่มีลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) การหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach.1970 :160) โดยนำค่าความเชื่อมั่นต้องได้ค่าตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไปจากการทดสอบค่า Alpha ของแบบสอบถามในภาพรวมเท่ากับ 0.976 ซึ่งสามารถแยกรายละเอียดได้ดังนี้

ตารางที่ 3.2 แสดงค่า Alpha ของแบบสอบถาม

การทดสอบรายด้าน	ค่า Alpha
ด้านการส่งเสริมสนับสนุนพัฒนาอาชีพ	0.933
ด้านการพัฒนาสังคมและคุณภาพชีวิต	0.905
ด้านการส่งเสริมศาสนา วัฒนธรรมและประเพณี	0.885
ด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อม	0.939
ด้านการรับรู้ทัศนคติของชุมชน	0.955

ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยดำเนินการเก็บรวบรวมจากการขอความร่วมมือจากประชาชนที่มีพื้นที่อาศัยรอบ ๆ โรงงานซานมิเกล คือ ตำบลบ้านใหม่ จังหวัดปทุมธานี ตำบลบ้านใหม่ จังหวัดนนทบุรี และ ตำบลบางกระดี

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากเอกสาร หลักทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และอินเตอร์เน็ต

3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งมีการประมวลข้อมูลเป็นขั้นตอน คือ หลังจากตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามแล้วจึงนำข้อมูลที่ได้แปลงเป็นรหัสตัวเลข (Code) แล้วบันทึกลงในคอมพิวเตอร์

1. แบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลที่เกี่ยวกับพื้นฐานทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ใช้วิธีการหาความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

2. แบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ต่อองค์กร ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้วิธีหาค่าเฉลี่ย (Mean : $\overline{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : SD)

3. เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความแตกต่างของการมีส่วนร่วมกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ของประชาชนในชุมชนกับองค์กร จำแนกตามสภาพด้านเพศ ใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างโดยใช้ Independent t-test สำหรับอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปรเป็นรายกลุ่ม กรณีพบค่าแตกต่างเป็นรายกลุ่ม วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายกลุ่มเป็นคู่อีกครั้งโดยใช้ Lest Significant Difference

4. แบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนออื่น ๆ ที่มีต่อการมีส่วนร่วมกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ แบบสอบถามเป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open end) ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ของโรงงานซานมิเกล ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาได้กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
$\overline{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
Df	แทน	ชั้นของความอิสระ (Degree of Freedom)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของผลบวกทั้งสองของคะแนน (Mean of Squares)
F	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา F-Distribution
Sig.	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
SS	แทน	ผลรวมกำลังสองของความแปรผัน
LSD	แทน	ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวนสำหรับการทดสอบความแตกต่าง (Least Significant Difference)
t	แทน	ค่าทางสถิติที่ใช้ในการพิจารณาใน t-distribution
r	แทน	ค่าสหสัมพันธ์
P	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติว่าปฏิเสธหรือยอมรับสมมุติฐาน
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (95 เปอร์เซ็นต์)
**	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (99 เปอร์เซ็นต์)

4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

แบบสอบถามที่ใช้ในการสอบถามประชาชนในตำบลบางกระดี ตำบลบ้านใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานีและตำบลบ้านใหม่ อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งการนำเสนอแบ่งเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งนำเสนอในรูปแบบตาราง และรูปภาพ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่และร้อยละ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ของโรงงานซานมิเกล แบ่งออกเป็น 5 ด้าน ซึ่งนำเสนอในรูปแบบตาราง โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมุติฐาน ซึ่งนำเสนอในรูปแบบของตาราง โดยใช้สถิติเชิงอนุมานมาวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐาน ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ของโรงงานซานมิเกล ใช้การวิเคราะห์สถิติแบบ Independent Sample t-test และ One-way Analysis of Variance (F-test)

4.2 ผลการวิเคราะห์

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	180	45.00
หญิง	220	55.00
รวม	**400**	**100.00**

จากตารางที่ 4.1 แสดงให้เห็นผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามเพศ กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน พบว่าเป็นเพศชาย จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 45 และเพศหญิง จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25 ปี	64	15.00
ตั้งแต่ 25 -35 ปี	124	31.00
ตั้งแต่ 36-50 ปี	132	33.00
มากกว่า 50 ปี	84	21.00
รวม	**400**	**100.00**

จากตารางที่ 4.2 แสดงให้เห็นผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามอายุ กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุตั้งแต่ 36-50 ปี จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33 อายุตั้งแต่ 25-35 ปี จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31 อายุมากกว่า 50 ปี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21 และอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 15 ตามลำดับ สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 36-50 ปี รองลงมาคือ อายุ 25-35 ปี อายุมากกว่า 50 ปี และผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุดคืออายุต่ำกว่า 25 ปี

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานะภาพ

สภานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	134	33.50
สมรส	259	64.75
อื่นๆ	7	1.75
รวม	**400**	**100.00**

จากตารางที่ 4.3 แสดงให้เห็นผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามสถานะอายุ กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สมรส 259 คน คิดเป็นร้อยละ 64.75 % และ โสดจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 และสถานะภาพอื่น ๆ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 ตามลำดับ สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส รองลงมาคือ สถานภาพโสด และผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด คือ สถานภาพอื่น ๆ เช่น หย่าร้าง เป็นต้น

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	172	43.00
ปริญญาตรี	199	49.75
สูงกว่าปริญญาตรี	7	7.25
รวม	**400**	**100.00**

จากตารางที่ 4.4 แสดงให้เห็นผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามด้านระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ระดับการศึกษาปริญญาตรีมีจำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.75% และ ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ43 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25 ตามลำดับ สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี รองลงมาคือ ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด คือระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	28	7.00
พนักงานบริษัท/โรงงาน	176	44.00
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	48	12.00
ค้าขาย	119	29.75
อื่นๆ	29	7.25
รวม	**400**	**100.00**

จากตารางที่ 4.5 แสดงให้เห็นผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามด้านอาชีพ กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/โรงงานมีจำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44% รองลงมาคือ อาชีพค้าขายมีจำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.75 อาชีพข้าราชการรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12 อาชีพอื่น ๆ เช่น ธุรกิจส่วนตัว รับจ้างจำนวน 29 คน คิดเป็น

ร้อยละ 7.25 และนักเรียนและนักศึกษามีจำนวน 28 คนคิดเป็นร้อยละ 7 ตามลำดับ สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/โรงงาน รองลงมาคืออาชีพค้าขาย ข้าราชการและรัฐวิสาหกิจ อาชีพอื่น ๆ เช่นรับจ้าง ธุรกิจส่วนตัว และผู้ตอบแบบสอบถามประกอบอาชีพน้อยที่สุดคือนักเรียนนักศึกษา

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
ต่ำกว่า 10,000 บาท	50	12.50
ตั้งแต่ 10,000-20,000 บาท	115	28.75
ตั้งแต่ 20,000-30,000 บาท	152	38.00
มากกว่า 30,000 บาท	83	20.75
รวม	**400**	**100.00**

จากตารางที่ 4.6 แสดงให้เห็นผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามด้านรายได้ต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบรายได้ตั้งแต่ 20,000-30,000 บาท มีจำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38% รองลงมาคือ รายได้ตั้งแต่ 10,000-20,000 บาท มีจำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.75 รายได้มากกว่า 30,000 บาท มีจำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.75 และนักเรียนและนักศึกษาตามลำดับสรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/โรงงาน รองลงมาคืออาชีพค้าขาย ข้าราชการและรัฐวิสาหกิจ อาชีพอื่น ๆ เช่นรับจ้าง ธุรกิจส่วนตัว และผู้ตอบแบบสอบถามประกอบอาชีพน้อยที่สุดคือนักเรียนนักศึกษา

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสมพันธ์ โรงงานซานมิเกล แบ่งออกเป็น 5 ด้าน ซึ่งนำเสนอในรูปแบบตาราง โดยใช้วิธีสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสมพันธ์ โรงงานซานมิเกลประกอบด้วย ด้านการส่งเสริมสนับสนุนพัฒนาอาชีพ ด้านการพัฒนาสังคมและคุณภาพชีวิต ด้านการส่งเสริมศาสนา วัฒนธรรมและประเพณี ด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อม และด้านการรับรู้ทัศนคติของชุมชน

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสมพันธ์ โรงงานซานมิเกล จำแนกตามรายด้าน

การมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสมพันธ์ โรงงานซานมิเกล	ระดับความคิดเห็น			
	$\overline{X}$	S.D.	แปรผล	ลำดับที่
1. ด้านการส่งเสริมสนับสนุนพัฒนาอาชีพ	2.34	0.49	น้อย	5
2. ด้านการพัฒนาสังคมและคุณภาพชีวิต	2.68	0.66	ปานกลาง	4
3. ด้านการส่งเสริมศาสนา วัฒนธรรมและประเพณี	3.40	0.54	ปานกลาง	2
4. ด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อม	3.46	0.52	มาก	1
5. ด้านการรับรู้ทัศนคติของชุมชน	3.35	0.55	ปานกลาง	3
การส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสมพันธ์ โรงงานซานมิเกล	3.04	0.34	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.7 แสดงระดับความคิดเห็นของการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ โรงงานซานมิเกล พบว่าประชาชนมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสมพันธ์ โรงงานซานมิเกล มีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวม 3.04 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.34

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ประชาชนมีส่วนร่วมในด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อมมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.46 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.52 รองลงมาคือด้านการส่งเสริมศาสนาวัฒนธรรมและประเพณี ด้านการรับรู้ทัศนคติชองชุมชน ด้านการพัฒนาสังคมและคุณภาพชีวิต และด้านการส่งเสริมสนับสนุนพัฒนาอาชีพ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40, 3.35, 2.68 และ 2.34 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ โรงงานซานมิเกล จำแนกตามด้านการส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาอาชีพ

ด้านการส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาอาชีพ	ระดับความคิดเห็น								
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\overline{X}$	S.D.	แปรผล	ลำดับที่
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)				
1.คุณเคยมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านพัฒนาอาชีพ	53 (13.25)	215 (53.75)	115 (28.75)	17 (4.25)	0 (0)	2.24	0.73	น้อย	3
2. คุณเคยมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการอบรมทักษะอาชีพ	33 (8.25)	196 (49)	149 (37.25)	21 (5.25)	1 (0.25)	2.40	0.73	น้อย	2
3.กิจกรรมอบรมที่โรงงานจัดขึ้นมีส่วนทำให้คนในชุมชนมีความรู้เพิ่มขึ้นเพื่อนำไปพัฒนาประกอบอาชีพ	38 (9.50)	148 (37)	198 (49.50)	16 (4)	0	2.48	0.72	น้อย	1
4.โรงงานมีการจัดกิจกรรมพัฒนาอาชีพเป็นกิจกรรมที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน	47 (11.75)	220 (55)	123 (30.75)	10 (2.50)	0	2.24	0.68	น้อย	4
ด้านการส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาอาชีพ						2.34	0.49	น้อย	

จากตารางที่ 4.8 แสดงความคิดเห็นของการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ โรงงานซานมิเกล ด้านการส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาอาชีพ พบว่าประชาชนมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาอาชีพ โดยรวมอยู่ในระดับน้อย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.34 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.49

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าประชาชนมีระดับความคิดเห็น กิจกรรมอบรมต่าง ๆ ที่โรงงานจัดขึ้นมีส่วนทำให้คนในชุมชนมีความรู้เพิ่มขึ้นเพื่อนำไปพัฒนาประกอบอาชีพอยู่ในระดับน้อยอันดับหนึ่ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.48 คุณเคยมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านพัฒนาอาชีพ และโรงงานมีการจัดกิจกรรมพัฒนาอาชีพเป็นกิจกรรมที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.40, 2.24 และ 2.24 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ โรงงานซานมิเกล จำแนกตามด้านการส่งเสริมสนับสนุนด้านสังคมและคุณภาพชีวิต

ด้านการส่งเสริมสนับสนุนด้านสังคมและคุณภาพชีวิต	ระดับความคิดเห็น					$\overline{X}$	S.D.	แปรผล	ลำดับที่
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด				
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)				
1.คุณเคยมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมตรวจสุขภาพของชุมชนรอบ ๆ โรงงาน	47 (11.75)	177 (44.25)	136 (34)	39 (9.75)	1 (0.25)	2.42	0.83	น้อย	4
2. คุณเคยมีส่วนร่วมการสนับสนุนการจัดกิจกรรมให้ความรู้ด้านสาธารณสุขแก่ชุมชน	34 (8.50)	201 (50.25)	139 (34.75)	23 (5.75)	3 (0.75)	2.40	0.76	น้อย	3

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

ด้านการส่งเสริมสนับสนุนด้านสังคมและคุณภาพชีวิต	ระดับความคิดเห็น					$\overline{X}$	S.D.	แปรผล	ลำดับที่
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด				
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)				
3.โรงงานมีการสนับสนุนด้าการศึกษาและอุปกรณ์กีฬาเพียงพอต่อความต้องการของชุมชน	15 (3.75)	111 (27.75)	141 (35.25)	112 (28)	21 (5.25)	3.03	0.96	ปานกลาง	1
4.คุณเคยมีส่วนร่วมกับโรงงานในการแก้ปัญหาภายในชุมชนรอบ ๆ โรงงาน	25 (6.25)	110 (27.5)	165 (41.25)	95 (23.75)	5 (1.52)	2.86	0.89	ปานกลาง	2
ด้านการส่งเสริมสนับสนุนด้านสังคมและคุณภาพชีวิต						2.68	0.66	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.9 แสดงความคิดเห็นของการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ โรงงานซานมิเกล ด้านการส่งเสริมสนับสนุนด้านสังคมและคุณภาพชีวิตพบว่าประชาชนมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาอาชีพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.68 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.66

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าโรงงานมีการสนับสนุนด้านการศึกษา และอุปกรณ์กีฬาเพียงพอต่อความต้องการของชุมชนโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.96 รองลงมาคือคุณเคยมีส่วนร่วมกับโรงงานในการแก้ปัญหาภายในชุมชนรอบ ๆ โรงงาน คุณเคยมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมตรวจสุขภาพของชุมชนรอบ ๆ โรงงาน และคุณเคยมีส่วนร่วมการสนับสนุนการจัดกิจกรรมให้ความรู้ด้านสาธารณะสุขแก่ชุมชนโดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.86, 2.42 และ 2.40 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ โรงงานซานมิเกล จำแนกตามด้านการส่งเสริมศาสนา วัฒนธรรมและประเพณี

ด้านการส่งเสริมศาสนา วัฒนธรรมและประเพณี	ระดับความคิดเห็น								
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\overline{X}$	S.D.	แปรผล	ลำดับที่
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)				
1.คุณเคยมีส่วนร่วมในการจัดงานเทศกาลต่าง ๆ ที่ทางโรงงานจัดขึ้น	1 (0.25)	33 (8.25)	161 (40.25)	196 (49)	9 (2.25)	3.45	0.83	ปานกลาง	2
2. คุณเคยมีส่วนร่วมกับกิจกรรมส่งเสริมด้านกีฬา และศิลปะของคนในชุมชนที่ทางโรงงานจัดขึ้น	1 (0.25)	67 (16.75)	187 (46.75)	116 (29)	29 (7.25)	3.26	0.83	ปานกลาง	4
3.คุณเคยมีส่วนร่วมกับกิจกรรมด้านส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมที่โรงงานจัดขึ้นแก่คนในชุมชน	1 (0.25)	28 (7)	159 (39.75)	175 (43.75)	37 (10.75)	3.55	0.77	มาก	1
4.คุณเคยมีส่วนร่วมกับโรงงานในการสนับสนุนและอนุรักษ์ด้านประเพณี ศิลปะ วัฒนธรรม	0 (0)	23 (5.75)	229 (57.25)	139 (34.75)	9 (2.25)	3.34	0.62	ปานกลาง	3
						3.40	0.54	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.10 แสดงความคิดเห็นของการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ โรงงานซานมิเกล ด้านการส่งเสริมศาสนา วัฒนธรรมและประเพณีพบว่าประชาชนมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการส่งเสริมศาสนา วัฒนธรรมและประเพณี โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.40 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.54

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าประชาชนมีระดับความคุณเคยมีส่วนร่วมกับกิจกรรมด้านส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรมที่ทางโรงงานจัดขึ้นแก่คนในชุมชนอันดับหนึ่ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.69 รองลงมาคือ คุณเคยมีส่วนร่วมในการจัดงานเทศกาลต่าง ๆ ที่ทางโรงงานจัดขึ้น เช่น เทศกาลสงกรานต์ คุณเคยมีส่วนร่วมกับโรงงานในการสนับสนุนและอนุรักษ์ด้านประเพณี ศิลปะ วัฒนธรรมของ และคุณเคยมีส่วนร่วมกับกิจกรรมส่งเสริมด้านกีฬา และศิลปะของคนในชุมชนที่ทางโรงงานจัดขึ้นโดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.45, 3.34 และ 3.26 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ โรงงานซานมิเกล จำแนกตาม ด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อม

ด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อม	ระดับความคิดเห็น					$\overline{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด				
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)				
1. คุณมีส่วนร่วมกับกิจกรรมการพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ชุมชนที่ทางโรงงานจัดขึ้น	0 (0)	24 (6)	165 (41.25)	140 (35)	71 (17.75)	3.65	0.84	มาก	1
2. คุณมีส่วนร่วมในการร่วมแก้ปัญหา และแสดงความคิดเห็นกับโรงงานในการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อมของโรงงาน เช่น น้ำเสีย ขยะมูลฝอย เป็นต้น	1 (0.3)	24 (6)	183 (45.75)	189 (47.25)	3 (0.75)	3.42	0.63	ปานกลาง	3

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

ด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อม	ระดับความคิดเห็น								
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)				
3. คุณมีส่วนร่วมในการพัฒนากิจกรรมรักษาสิ่งแวดล้อมรอบชุมชนอย่างต่อเนื่องร่วมกับโรงงาน	0 (0)	22 (5.50)	203 (50.75)	139 (34.75)	6 (9)	3.47	0.74	ปานกลาง	2
4. โครงการรักษาสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ชุมชนที่โรงงานจัดทำขึ้นร่วมกับชุมชน ตรงตามความต้องการของคนในชุมชน	0 (0)	17 (4.25)	253 (63.25)	125 (31.25)	5 (1.25)	3.30	0.56	ปานกลาง	4
ด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อม						3.46	0.52	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.11 แสดงความคิดเห็นของการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ โรงงานซานมิเกล ด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อมพบว่าประชาชนมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.46 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.52

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าประชาชนมีระดับความคิดเห็นคุณมีส่วนร่วมกับกิจกรรมการพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ชุมชนที่ทางโรงงานจัดขึ้นอันดับหนึ่ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.84 รองลงมาคือ คุณมีส่วนร่วมในการพัฒนากิจกรรมรักษาสิ่งแวดล้อมรอบชุมชนอย่างต่อเนื่องร่วมกับโรงงาน เช่น ขุดลอกคูคลอง ลอกท่อระบายน้ำ เป็นต้น คุณมีส่วนร่วมในการร่วมแก้ปัญหา และแสดงความคิดเห็นกับโรงงาน ในการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อมของโรงงาน เช่น น้ำเสีย ขยะมูลฝอย เป็นต้น และโครงการรักษาสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ชุมชนที่โรงงานจัดทำขึ้นร่วมกับชุมชน ตรงตามความต้องการของคนในชุมชน โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.47, 3.42 และ 3.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ โรงงานซานมิเกล จำแนกตาม ด้านการรับรู้ ทัศนคติของชุมชน

ด้านการรับรู้ทัศนคติของชุมชน	ระดับความคิดเห็น								
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\overline{X}$	S.D.	แปรผล	ลำดับที่
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)				
1.คุณคิดว่ากิจกรรมการชุมชนสัมพันธ์ที่โรงงานจัดทำขึ้นในด้านต่าง ๆ ตรงตามความต้องการของคนในชุมชน	24 (6)	175 (43.75)	187 (46.75)	21 (5.25)	1 (0.25)	3.58	1.62	มาก	1
2. คุณคิดว่ากิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ของโรงงาน เป็นโครงการที่ส่งเสริมให้ชุมชนพัฒนาอย่างยั่งยืน	0 (0)	16 (4)	261 (65.25)	117 (29.25)	6 (1.50)	3.28	0.56	น้อย	3
3.คุณคิดว่ากิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ของโรงงาน ช่วยเพิ่มทัศนะคติที่ดีของคนในชุมชนต่อโรงงาน	0 (0)	24 (6)	232 (58)	136 (34)	8 (2)	3.32	0.61	ปานกลาง	2

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

ด้านการรับรู้ทัศนคติของชุมชน	ระดับความคิดเห็น								
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\overline{X}$	S.D.	แปรผล	ลำดับที่
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)				
4. คุณคิดว่ากิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ที่โรงงานจัดขึ้นทำให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนและคนในชุมชน	0 (0)	40 (10)	251 (67.25)	97 (24.25)	12 (3)	3.20	0.65	ปานกลาง	4
ด้านการรับรู้ ทัศนคติของชุมชน						3.35	0.05	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.12 แสดงความคิดเห็นของการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ โรงงานซานมิเกล ด้านการรับรู้ ทัศนคติของชุมชน พบว่าประชาชนมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการรับรู้ ทัศนคติของชุมชน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.35 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.55

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าประชาชนมีระดับความคิดเห็นคุณคิดว่ากิจกรรมการชุมชนสัมพันธ์ที่โรงงานจัดทำขึ้นในด้านต่าง ๆ ตรงตามความต้องการของคนในชุมชน อันดับหนึ่ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.62 รองลงมาคือ คุณคิดว่ากิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ของโรงงาน ช่วยเพิ่มทัศนะคติที่ดีของคนในชุมชนต่อโรงงาน คุณคิดว่า กิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ของโรงงาน เป็นโครงการที่ส่งเสริมให้ชุมชนพัฒนาอย่างยั่งยืนและคุณคิดว่ากิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ที่โรงงานจัดขึ้นทำให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนและคนในชุมชน โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.32, 3.28 และ 3.20 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

H_1 : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ โรงงานซานมิเกล แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ Independent Sample t-test เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐาน (H_1) ก็ต่อเมื่อ Sig. มีค่ามากกว่า 0.05

ตารางที่ 4.13 ผลการทดสอบค่าสถิติความแตกต่างระหว่างอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์โรงงานซานมิเกล แตกต่างกัน โดยภาพรวม

การมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ โรงงานซานมิเกล	เพศ	จำนวน	Mean	S.D.	T	Sig.
ภาพรวม	ชาย	180	3.01	0.30	-1.859	0.99
	หญิง	220	3.07	0.36		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.13 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ โรงงานซานมิเกล จำแนกตามเพศ โดยใช้วิธี Independent Sample t-test ในการทดสอบพบว่า

การมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ โรงงานซานมิเกล โดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.99 ซึ่งมากกว่า 0.05 คือ ปฏิเสธสมมติฐาน (H_1) หมายความว่า ประชาชนที่มีเพศแตกต่างกันมีการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ โรงงานซานมิเกลไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

H_2 : อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ โรงงานซานมิเกล แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ One-way Analysis of Variance เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มขึ้นไปใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐาน (H_2) ก็ต่อเมื่อ Sig. มีค่ามากกว่า 0.05

ตารางที่ 4.14 ผลการทดสอบค่าสถิติความแตกต่างระหว่างอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อการมีส่วนร่วมการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์โรงงานซานมิเกล แตกต่างกัน โดยภาพรวม

การมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์โรงงานซานมิเกล	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	0.264	3	0.88	0.77	0.51
ภายในกลุ่ม	44.98	396	0.114		
รวม	45.25	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.14 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ โรงงานซานมิเกล จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธี One-way Analysis of Variance ในการทดสอบพบว่า

การมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ โรงงานซานมิเกล โดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.51 ซึ่งมากกว่า 0.05 คือ ปฏิเสธสมมติฐาน (H_2) หมายความว่า ประชาชนที่มีอายุแตกต่างกันมีการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ โรงงานซานมิเกลไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

H_3 : สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์โรงงานซานมิเกล แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ One-way Analysis of Variance เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มขึ้นไป ใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐาน (H_3) ก็ต่อเมื่อ Sig. มีค่ามากกว่า 0.05

ตารางที่ 4.15 ผลการทดสอบค่าสถิติความแตกต่างระหว่างสถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์โรงงานซานมิเกล แตกต่างกันโดยภาพรวม

การมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์โรงงานซานมิเกล	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	0.054	2	0.27	0.238	0.79
ภายในกลุ่ม	45.19	397	0.114		
รวม	45.25	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.15 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ โรงงานซานมิเกล จำแนกตามสถานภาพ โดยใช้วิธี One-way Analysis of Variance ในการทดสอบพบว่า

การมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ โรงงานซานมิเกล โดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.79 ซึ่งมากกว่า 0.05 คือ ปฏิเสธสมมติฐาน (H_3) หมายความว่า ประชาชนที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ โรงงานซานมิเกลไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

H_4: ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์โรงงานซานมิเกล แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ One-way Analysis of Variance เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มขึ้นไป ใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐาน (H_4) ก็ต่อเมื่อ Sig. มีค่ามากกว่า 0.05

ตารางที่ 4.16 ผลการทดสอบค่าสถิติความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการมี ส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์โรงงานซานมิเกลแตกต่างกันโดยภาพรวม

การมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์โรงงานซานมิเกล	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	0.336	2	0.168	1.483	0.23
ภายในกลุ่ม	44.91	397	0.113		
รวม	45.25	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.16 การทดสอบความแตกต่างของการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ โรงงานซานมิเกล จำแนกตามสถานภาพ โดยใช้วิธี One-way Analysis of Variance ในการทดสอบพบว่า

การมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ โรงงานซานมิเกล โดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.23 ซึ่งมากกว่า 0.05 คือ ปฏิเสธสมมติฐาน (H_4) หมายความว่า ประชาชนที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ โรงงานซานมิเกลไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

H_5 : อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ โรงงานซานมิเกล แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ One-way Analysis of Variance เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มขึ้นไป ใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐาน (H_5) ก็ต่อเมื่อ Sig. มีค่ามากกว่า 0.05

ตารางที่ 4.17 ผลการทดสอบค่าสถิติความแตกต่างระหว่างอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ โรงงานซานมิเกล แตกต่างกัน โดยภาพรวม

การมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ โรงงานซานมิเกล	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	1.721	4	0.43	3.905	0.004
ภายในกลุ่ม	45.53	395	0.11		
รวม	45.25	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.17 การทดสอบความแตกต่างของการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ โรงงานซานมิเกล จำแนกตามสถานภาพ โดยใช้วิธี One-way การทดสอบพบว่า

การมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ โรงงานซานมิเกล โดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 คือ ยอมรับสมมติฐาน (H_5) หมายความว่า ประชาชนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ โรงงานซานมิเกลแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ดังนั้นจึงนำผลวิเคราะห์นำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยวิธีทดสอบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.18 ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ โรงงานซานมิเกล จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

อาชีพ		นักเรียน/นักศึกษา	พนักงานบริษัท/โรงงาน	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	ค้าขาย	อื่น ๆ
	Mean	3.15	2.98	3.00	3.11	3.11
นักเรียน/นักศึกษา	3.15	-	0.17 **(0.01*)**	0.15 (0.07)	0.04 (0.59)	0.04 (0.61)
พนักงานบริษัท/โรงงาน	2.98	-		-0.02 (0.69)	-0.13 **(0.01*)**	-0.13 (0.06)
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.00				-0.11 (0.06)	-0.11 (0.20)
ค้าขาย	3.11		-		-	0.07 (0.91)
อื่น ๆ	3.11					-

จากตารางที่ 4.18 แสดงผลทดสอบเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์โรงงานซานมิเกล จำแนก ตามอาชีพ โดยใช้ One-way Analysis of Variance ในการทดสอบพบว่า 2 คู่ ได้แก่ นักเรียน/นักศึกษา มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์โรงงานซานมิเกลมากกว่า พนักงานบริษัท/โรงงาน และอาชีพค้าขาย มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์โรงงานซานมิเกล มากกว่า พนักงานบริษัท/โรงงาน

H_6 : รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์โรงงานซานมิเกล แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ One-way Analysis of Variance เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มขึ้นไป ใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐาน (H_6) ก็ต่อเมื่อ Sig. มีค่ามากกว่า 0.05

ตารางที่ 4.19 ผลการทดสอบค่าสถิติความแตกต่างระหว่างรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ โรงงานซานมิเกล แตกต่างกันโดยภาพรวม

การมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ โรงงานซานมิเกล	SS	df	Ms	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	0.390	3	0.130	1.707	0.165
ภายในกลุ่ม	30.173	396	0.76		
รวม	30.56	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.19 การทดสอบความแตกต่างของการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ โรงงานซานมิเกล จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยใช้วิธี One-way Analysis of Variance ในการทดสอบพบว่า

การมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ โรงงานซานมิเกล โดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.165 ซึ่งมากกว่า 0.05 คือ ปฏิเสธสมมติฐาน (H_0) หมายความว่า ประชาชนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ โรงงานซานมิเกล ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากการทดสอบสมมติฐานสามารถสรุปเป็นตารางได้ดังนี้

ตารางที่ 4.20 แสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน

การมีส่วนร่วมในการกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ของโรงงานซานมิเกล	เพศ	อายุ	สถานภาพ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
การมีส่วนร่วมในการกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ โดยรวม	-	-	-	-	✓	-

✓ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\- ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การค้นคว้าอิสระเรื่องการศึกษาการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ของโรงงานซานมิเกลมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชากรที่อยู่ในชุมชนบริเวณโรงงานในการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ของโรงงานซานมิเกล ทั้ง 5 ด้าน คือ ด้านการส่งเสริมสนับสนุนพัฒนาอาชีพ ด้านการพัฒนาด้านสังคมและคุณภาพชีวิต ด้านการส่งเสริมศาสนา วัฒนธรรมและประเพณี ด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อม และด้านการรับรู้ ทัศนคติของชุมชน กับปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นประชาชนที่อยู่ใน ตำบลบ้านใหม่ ตำบลบางกระดี อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี และ ตำบลบ้านใหม่ จังหวัดนนทบุรี จำนวน 400 ชุด

5.1 สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำากว่า 36-50 ปี สถานภาพ สมรส มีระดับการศึกษาที่ปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทโรงงาน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 20,000-30,000 บาท

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ด้านการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์

จากการศึกษาความเห็นการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ของโรงงานซานมิเกล โดยภาพรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.04

ด้านการส่งเสริมสนับสนุนพัฒนาอาชีพ ประชาชนผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย 2.34

ด้านการพัฒนาสังคมและคุณภาพชีวิต ประชาชนผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 2.68

ด้านการส่งเสริมศาสนา วัฒนธรรมและประเพณี ประชาชนผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.40

ด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อม ประชาชนผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.46

ด้านการรับรู้ทัศนคติของชุมชน ประชาชนผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.35

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานของการวิจัย ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ของโรงงานซานมิเกลแตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ของโรงงานซานมิเกลไม่แตกต่างกัน ผลการทดสอบ พบว่า ปฏิเสธสมมติฐาน

ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ได้แก่ อาชีพ มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ของโรงงานซานมิเกลแตกต่างกัน ผลการทดสอบ พบว่า ยอมรับสมมติฐาน

5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

จากการค้นคว้าอิสระเรื่อง การมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ของโรงงานซานมิเกล สามารถอภิปรายได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้ศึกษาเลือกตัวอย่างแบบใช้ความน่าจะเป็นในกลุ่มตัวอย่าง (Probability Sampling) และทำการเก็บข้อมูลแบบง่าย (Sample Random Sampling) ซึ่งให้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 55) อายุตั้งแต่ 36-50 ปี (ร้อยละ 33) สถานภาพ (ร้อยละ64.75) มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 49.75) ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัท (ร้อยละ 44) มีรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ ตั้งแต่ 20,000-30,000 บาท (ร้อยละ 38)

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ด้านการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ของโรงงานซานมิเกล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของประชากรรอบ ๆ โรงงานในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ของโรงงานซานมิเกล พบว่าประชากรรอบ ๆ โรงงานมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากประชากรมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ด้านการส่งเสริมสนับสนุนพัฒนาอาชีพ ประชาชนผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับน้อย เนื่องจากโรงงานมีการมีการจัดกิจกรรมด้านการอบรมอาชีพไม่คลอบคลุมความต้องการของประชากรรอบ ๆ โรงงาน และขาดการประชาสัมพันธ์กิจกรรมด้านการพัฒนาอาชีพ ทำให้ประชากรรับทราบข้อมูลไม่ทั่วถึง ดังนั้นควรเพิ่มกิจกรรมให้ตรงตามความต้องการของชุมชน และมีการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

ด้านการพัฒนาสังคมและคุณภาพชีวิต ประชาชนผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 2.68 เนื่องจากทางโรงงานมีการสำรวจความต้องการพื้นฐานของชุมชน จึงมีกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของคนในชุมชน เช่น แจกอุปกรณ์กีฬา อุปกรณ์การศึกษาให้กับโรงเรียนรอบ ๆ โรงงานและโรงงานเริ่มเข้าระบบธรรมาภิบาล ซึ่งจะต้องมีตัวแทนชุมชนรอบ ๆ โรงงาน เข้ามาตรวจสอบการทำงานของโรงงานได้ แต่ยังขาดในส่วนการตรวจสุขภาพและให้ความรู้ด้านสุขภาพแก่ชุมชน ซึ่งโรงงานเริ่มกิจกรรมเพียงประชากรกลุ่มเล็ก ๆ ที่อาศัยอยู่ข้างโรงงาน ทำให้ประชากรที่อยู่บริเวณอื่นไม่ทราบกิจกรรมในด้านนี้ของโรงงาน ดังนั้นควรมีการเพิ่มกิจกรรมด้านคุณภาพชีวิต

ด้านการส่งเสริมศาสนา วัฒนธรรมและประเพณี ประชาชนผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากโรงงานมีการร่วมมือกับชุมชนในการจัดกิจกรรมด้านศาสนา มีการแห่เทียนพรรษาในเทศกาลเข้าพรรษา การตักบาตรอาหารแห้ง เป็นต้น แต่ในด้านประเพณีประชากรให้ความเห็นว่าโรงงานมีการจัดกิจกรรมน้อยเกินไป ควรเพิ่มกิจกรรมแข่งกีฬาประจำปี ระหว่างชุมชนกับโรงงานเพื่อเชื่อมความสัมพันธ์กัน

ด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อม ประชาชนผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากโรงงานมีกิจกรรมร่วมกับประชากรในชุมชนอยู่ต่อเนื่อง เช่น การขุดลอกคูคลอง การตัดหญ้าทางเข้าหมู่บ้าน เพื่อป้องกันอาชญากรรม เป็นต้น

ด้านการรับรู้ทัศนคติของชุมชน ประชาชนผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากโรงงานมีส่วนร่วมในกิจกรรมร่วมกับชุมชนมากขึ้น ทำให้การรับรู้เกี่ยวกับกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ของโรงงานของประชากรในชุมชนรอบ ๆ โรงงานมากขึ้น จึงทำให้เกิดทัศนคติกับโรงงานไปทางบวก

จากการศึกษา สรุปได้ว่าประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ของโรงงานซานมิเกล ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านการส่งเสริมสนับสนุนพัฒนาอาชีพ ด้านการพัฒนาด้านสังคมและคุณภาพชีวิต ด้านการส่งเสริมศาสนา วัฒนธรรมและประเพณี ด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อม และด้านการรับรู้ ทัศนคติของชุมชน ในระดับปานกลาง จึงสอดคล้องกับประพัฒน์ แก้วกนิษฐารักษ์

(2552) ทำการศึกษาความพึงพอใจของชุมชนรอบโรงงานไฟฟ้าต่องานชุมชนสัมพันธ์ของการไฟฟ้าผลิตแห่งประเทศไทย ศึกษาเฉพาะกรณี โรงไฟฟ้าพระนครเหนือ พบว่า การรับรู้ของชุมชนต่อการดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตโรงไฟฟ้าพระนครเหนือโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านการส่งเสริมศาสนา วัฒนธรรม และประเพณี มากที่สุด รองลงมาคือด้านการพัฒนาสาธารณสุขชุมชน ด้านการส่งเสริมกีฬา การศึกษาของชุมชน และ ด้านการส่งเสริม สนับสนุนการพัฒนาอาชีพตามลำดับ และยังสอดคล้องงานวิจัยของสุรินธร มากมณี (2540) ศึกษาเรื่อง งานชุมชนสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของการเคหะแห่งชาติในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างรับทราบข่าวสารการจัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ระดับปานกลาง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าการจัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์มีความเหมาะสมในระดับสูง นอกจากนี้ยังพบว่าตัวแปรด้านการรับข่าวสารการจัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ และประโยชน์ที่ได้รับจากการจัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ของกลุ่มตัวอย่าง จะมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการเคหะแห่งชาติ

ส่วนที่ 3 ศึกษาข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานของการวิจัย คือ สมมติฐานของการวิจัย คือ ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์แตกต่างกัน พบว่า อาชีพที่แตกต่างกัน มีการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์แตกต่างกัน โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์มากกว่าพนักงานบริษัท/โรงงาน และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพค้าขาย มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์มากกว่าพนักงานบริษัท/โรงงาน

5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ต้องการให้โรงงานจัดโครงการพัฒนาอาชีพให้ครอบคลุมกับความต้องการของคนในชุมชน ซึ่งคนในชุมชนประกอบอาชีพหลากหลาย เช่น ค้าขาย รับจ้างทั่วไป และ พนักงานบริษัท ควรมีการอบรมอาชีพเสริมรายได้ และมีเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น เพื่อให้คนในชุมชนรับรู้ถึงกิจกรรมอบรมพัฒนาอาชีพ

2. ต้องการให้โรงงานจัดกิจกรรมให้ความรู้และโทษของยาเสพติด เนื่องจากโรงงานได้มีการรับรองเป็นโรงงานสีขาว ประชากรในชุมชนจึงต้องการให้โรงงานมีโครงการต้านยาเสพติดให้มากยิ่งขึ้น เช่น กิจกรรมแข่งกีฬาต้านยาเสพติด กิจกรรมอบรมให้ความรู้และป้องกันชุมชนห่างไกลยาเสพติด

3. ควรเพิ่มโครงการตรวจสุขภาพและให้ความรู้ด้านสุขภาพประชากรในชุมชนร่วมกับหน่วยงานรัฐบาล หรือ โรงพยาบาลประจำตำบลให้มากขึ้น ให้ครอบคลุมกับสุขภาพของทุกเพศทุกวัย เช่น โรคความดันโลหิตสูง ด้านโรคหัวใจ โรคเบาหวาน เป็นต้น

5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวเนื่องในอนาคต

1. ควรศึกษารูปแบบการรับทราบข่าวสารการจัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์รวมทั้งประเภทสื่อประชาสัมพันธ์ที่สามารถเพิ่มการรับรู้ของประชากรในชุมชนเกี่ยวกับข่าวสารและกิจกรรมของโรงงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดกิจกรรมและทัศนคติที่ดีของโรงงาน

2. ควรศึกษากลยุทธ์การสร้างเครือข่ายบุคคลเพื่อเป็นสื่อกลางในการนำข้อมูลข่าวสารของโรงงานไปสู่ชุมชน เพื่อเป็นการพัฒนาและให้ข้อมูลข่าวสาร

บรรณานุกรม

กฤชณัช แสนทวี. 2553. **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อชื่อเสียงองค์กรและการจัดการชื่อเสียงขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ระดับปริญญามหาบัณฑิต. ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กมลวัฒน์ ยะสาวรรณ. 2547. **การรับรู้กฎระเบียบของพนักงานท่าเรือแหลมฉบัง**. ปัญหาพิเศษ วิทยาลัยบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.

กันยา สุวรรณแสง. 2532. **จิตวิทยาทั่วไป**. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์บำรุงสาลน์.

กิตติมา กมลพันธฤกษ์. 2538. **การประชาสัมพันธ์ของเครือซีเมนต์ไทย**. วิทยานิพนธ์ระดับปริญญามหาบัณฑิต. ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กรุงเทพธุรกิจออนไลน์.2553.“กิจกรรมเพื่อสังคมเพื่อองค์กร,”[ออนไลน์].เข้าถึงได้จาก : **http://www.bangkokbiznews.com**, [สืบค้นได้เมื่อ 15 สิงหาคม 2555]

จินตา เกียรติศักดิ์โสภณ. 2543. **เปรียบเทียบสิทธิที่ผู้ป่วยควรได้รับและสิทธิที่ได้รับจริงระหว่างผู้ป่วยไทยพุทธกับผู้ป่วยไทยมุสลิมในภาคใต้ของประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์พยาบาลศาสตร์มหาบัณฑิต. สาขาการพยาบาลผู้ใหญ่ คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

ชิรวัฒน์ นิจเนตร. 2528. “การศึกษาและการพัฒนาชุมชน,” **เอกสารนิเทศการศึกษา** ฉบับที่ 269. กรุงเทพมหานคร : กรมการฝึกหัดครู.

เทพพนม เมืองแมน และสวิง สุวรรณ. 2540. **พฤติกรรมองค์การ**. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.

นรินทร์ชัย พัฒนพงศา. 2546. **การมีส่วนร่วม หลักการพื้นฐาน เทคนิคและกรณีตัวอย่าง**. กรุงเทพมหานคร : สิริลักษณ์การพิมพ์.

นิรันทร์ จงวุฒิเวศน์. 2527. **กลวิธีแนวทางวิธีการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา**. กรุงเทพมหานคร : ศูนย์ศึกษานโยบายสาธารณสุข มหาวิทยาลัยมหิดล.

บัญญัติ คำนูญวัฒน์. 2532. **งานชุมชนสัมพันธ์กับการสร้างภาพจน์ของบริษัทปูนซีเมนต์ไทยจำกัด : ศึกษากรณีโรงงานปูนซีเมนต์แก่งคอย จังหวัดสระบุรี**. วิทยานิพนธ์ระดับปริญญามหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

บรรณานุกรม (ต่อ)

บัณฑิตา ทรัพย์กมล. 2544. **ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรภาคธุรกิจ: ศึกษาเฉพาะกรณีโรงงานอุตสาหกรรมเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาสังคมสังเคราะห์ศาสตร์มหาบัณฑิต. สาขาวิชาการบริหารและนโยบายสวัสดิการสังคม คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

บัฒฑร อ่อนดำ. 2544. **การจัดกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม**. เชียงใหม่ : สถาบันการเรียนรู้เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน มูลนิธิภาคเหนือ.

บุญทรัพย์ ซื่อจริง. 2544. **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความชุกโรคไข้เลือดออก ตำบลไชยสถาน อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์สาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต. คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ประพัฒน์ แก้วกนิษฐารักษ์. 2552. **ความพึงพอใจของชุมชนรอบโรงไฟฟ้าต่องานชุมชนสัมพันธ์ของไฟฟ้าการผลิตแห่งประเทศไทย : ศึกษากรณี โรงไฟฟ้าพระนครเหนือ**. ภาคนิพนธ์รัฐศาสตร์มหาบัณฑิต. สาขาการบริหารจัดการสาธารณะ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ประภาเพ็ญ สุวรรณ. 2520. **ทัศนคติ : ในการวัด การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอนามัย**. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิชย์.

ปาริชาติ วลัยเสถียรและคณะ. 2543. **กระบวนการและเทคนิคการทำงานของนักพัฒนา**. กรุงเทพมหานคร : ม.ป.พ.

พัชรี สิโรรส. 2546. **คู่มือการมีส่วนร่วมของประชาชน**. กรุงเทพมหานคร : มูลนิธิปริญญาโท นักบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พัฒน์ บุญยรัตน์พันธุ์. 2517. **การสร้างชุมชนโดยขบวนการพัฒนาชุมชน**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.

พิชัย หิรัญเจริญ. 2527. “ประชาสัมพันธ์บริการชุมชน,” **โลกของการประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์พิฆเณศ.

พิทักษ์ ชูมงคล. 2549. **กลยุทธ์และผลสัมฤทธิ์การสร้างชุมชนสัมพันธ์ของโรงไฟฟ้าราชบุรี**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์บัณฑิต. สาขาประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศาสตร์บัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บรรณานุกรม (ต่อ)

พูนศรี หรูสกุล. 2548. **บทบาทองกรณ์ภาคเอกชนกับการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนแบบมีส่วนร่วมศึกษากรณีเฉพาะ : ชุมชนในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลท่าฉงวน**. ภาคนิพนธ์มหาบัณฑิต. คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ไพรัตน์ เตชะรินทร์. 2527. **นโยบายและกลวิธีการมีส่วนร่วมของชุมชนในยุทธศาสตร์การพัฒนาปัจจุบันการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา**. กรุงเทพมหานคร : ศักดีโสภาการพิมม์.

มนตรี เลิศสกุลเจริญ. 2516. **แนวทางการพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจภาคอุตสาหกรรม ในจังหวัดนนทบุรี**. วิทยานิพนธ์ระดับปริญญามหาบัณฑิต. คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ยุวัฒน์ วุฒิเมธี. 2534. **หลักการพัฒนาชุมชนและการพัฒนาชนบท**. กรุงเทพมหานคร: ไทยอนุเคราะห์ไทย.

เยาวลักษณ์ ทองอุ่มใหญ่. 2545. **การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานโครงการชุมชนร่วมใจรักสะอาดเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ดีของกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษาชุมชนในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา สถาบันราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.

ราชบัณฑิตยสถาน. 2525. **พจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน พิมพ์ครั้งที่ 2**. กรุงเทพมหานคร : ราชบัณฑิตยสถาน.

รัจรี นพเกตุ. 2540. **จิตวิทยาการรับรู้**. กรุงเทพมหานคร: ประกายพรึก.

รังสรรค์ ประเสริฐศรี. 2548. **พฤติกรรมองค์การ**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร : บริษัทธรรมสาร จำกัด.

วศินี นพคุณ. 2541. **กลยุทธ์การสื่อสารเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม และการมีส่วนร่วมของชุมชนด้านสิ่งแวดล้อม ของกลุ่มอุตสาหกรรมพลังงาน**. สารนิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วรทัย ราวินิจ. 2549. **ประสิทธิผลของการใช้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม ในการสร้างภาพลักษณ์ของบริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด**. วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต. สาขาการประชาสัมพันธ์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บรรณานุกรม (ต่อ)

วิรัช ลภิรัตนกุล. 2529. **การประชาสัมพันธ์โฆษณาสื่อมวลชนการสื่อสาร**. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร

สรณะ เทพเนาว์. 2527. **การมีส่วนร่วมขององค์กรประชาชนในงานพัฒนา : ศึกษาเฉพาะกรรมการหมู่บ้านสะพาน ตำบลขามเฒ่า อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา**. สารนิพนธ์บัณฑิตอาสาสมัคร. สำนักบัณฑิตอาสาสมัคร. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุทธิศักดิ์ ไกรสรสุธาสินี. 2550. “CSR : มิติใหม่ในการบริหารธุรกิจ,” **วารสารสื่อพลัง**. ปีที่ 15 ฉบับที่ 1. กรุงเทพมหานคร.

สุริยันต์ สุวรรณราช. 2548. “การมีส่วนร่วมของประชาชนในองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย,” **รายงานการวิจัย**. ศูนย์วิจัยมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

สุรินทร มากมณี. 2540. **การศึกษางานชุมชนสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของการเคหะแห่งชาติในเขตกรุงเทพมหานคร**. สาขาวิชานิเทศศาสตร์ธุรกิจ. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

สุนันทา จันทวารา. 2545. **การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหาดดูเดื่อ อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี**. การค้นคว้าอิสระ. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สุภาวดี คูหาทอง. 2533. **บทบาทที่คาดหวังและการปฏิบัติงานของผู้ชำนาญการพิเศษด้านสาธารณสุขตามการรับรู้ของตนเอง ผู้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงานในสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาบริหารสาธารณสุข มหาวิทยาลัยมหิดล.

เสรี วงศ์มณฑา. 2540. **การประชาสัมพันธ์ ทฤษฎีและปฏิบัติ**. บริษัท ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด : กรุงเทพมหานคร.

สมยศ นาวีการ. 2545. **การบริหารแบบมีส่วนร่วม การบริหารงานบุคคล**. กรุงเทพมหานคร : ศิลปบรรณาคาร.

สถาบันไทยพัฒน์. “Thai Corporate Social Responsibility,” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : **http://www.thaicsr.com**, [สืบค้นเมื่อ วันที่ 28 สิงหาคม 2555].

บรรณานุกรม (ต่อ)

สัญญา สัญญาวิวัฒน์. 2534. **หลักการพัฒนา**. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2544. “แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9. (พ.ศ.2545-2549),” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : **http://www.nesdb.go.th/Default.aspx?tabid=91**, [สืบค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2555]

อภิญญา กังสนารักษ์. 2544. **รูปแบบการบริหารแบบมีส่วนร่วมในองค์กรที่มีประสิทธิผลระดับคณะของสถาบันอุดมศึกษา**. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Allport, Gordom W. 1973. “Attiudes,” Reading in Attiude Theory and Measurement. In Marin Adepartment of Harper & Row Publishers Inc.

Cohen , J.M. and Uphoff , N.T. 1980. “Rural Development Participation : Concept and Measures for Project Design Implementation and Evaluation,” Rural Development Committee Center for International Studies , Cornell University.

Klapper, Joseph T. 1960. **The effects of mass communication**. New York: The Free Press.

Kotler Phillip , and Lee Nansy. 2005. **Coperate Social Responsibility : Doing The Most Good for Your Company and Your Cause**. United States of America : John Wiley & Sons inc.

Krech, D., Crutchfield,R.S. & Ballachey, E.L.1962. **Individual in Society**. Newyork: McGraw-hill Book Co.Inc.

Mondy, Wanye R. 1998. **Management**. USA. : np.

Velasquez , Manual G. 2002. **Business Ethic : Concept and Case**. Prentice Hall.

Zimbardo, P., Ebbesen, E. B., & Maslach, C. 1977. **Influencing attitudes and changing behavior**. London: Addison – Wesley Publishing.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง การมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ ของโรงงานซานมิเกล

คำชี้แจง แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ของบริษัทซานมิเกล

ตอนที่ 3 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ หน้าหัวข้อที่ตรงกับความจริงเกี่ยวกับตัวท่าน

1. เพศ

☐ ชาย ☐ หญิง

2. อายุ

☐ ต่ำกว่า 25 ปี ☐ ตั้งแต่ 25 - 35ปี

☐ ตั้งแต่ 36 – 50 ปี ☐ มากกว่า 50 ปี

3. สถานภาพ

☐ โสด ☐ สมรส

☐ อื่นๆ(โปรดระบุ).....

4. ระดับการศึกษา

☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ ปริญญาตรี

☐ สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

☐ นักเรียน/นักศึกษา ☐ พนักงานบริษัท/โรงงาน

☐ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ☐ ค้าขาย

☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

☐ น้อยกว่า 10,000 บาทท ☐ ตั้งแต่ 10,000 – 20,000 บาท

☐ ตั้งแต่ 20,000 – 30,000 บาท ☐ มากกว่า 30,000 บาท

<u>ตอนที่ 2</u> สอบถาม **การมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ ของโรงงาน ซานมิเกล**

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ หน้าหัวข้อที่ตรงกับความจริงเกี่ยวกับตัวท่าน

ระดับคะแนน 5 หมายถึง ระดับการมีส่วนร่วมมากที่สุด

ระดับคะแนน 4 หมายถึง ระดับการมีส่วนร่วมมาก

ระดับคะแนน 3 หมายถึง ระดับการมีส่วนร่วมปานกลาง

ระดับคะแนน 2 หมายถึง ระดับการมีส่วนร่วมน้อย

ระดับคะแนน 1 หมายถึง ระดับการมีส่วนร่วมน้อยที่สุด

การมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์	**มากที่สุด 5**	**มาก 4**	**ปานกลาง 3**	**น้อย 2**	**น้อยที่สุด 1**
ด้านการส่งเสริมสนับสนุนพัฒนาอาชีพ					
1. คุณเคยมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านพัฒนาอาชีพ					
2. คุณเคยมีส่วนร่วมในกิจกรรมการอบรมทักษะอาชีพ					
3. กิจกรรมอบรมต่าง ๆ ที่โรงงานจัดขึ้นมีส่วนให้คนในชุมชนมีความรู้เพิ่มขึ้นเพื่อนำไปพัฒนาการประกอบอาชีพ					
4. โรงงานมีการจัดกิจกรรมพัฒนาอาชีพเป็นกิจกรรมที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน					
ด้านการพัฒนาด้านสังคมและคุณภาพชีวิต					
5. คุณเคยมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมตรวจสุขภาพของชุมชนรอบๆโรงงาน					
6. คุณเคยมีส่วนร่วมการสนับสนุนการจัดกิจกรรมให้ความรู้ด้านสาธารณสุขแก่ชุมชน					
7. โรงงานมีการสนับสนุนด้านการศึกษา และอุปกรณ์กีฬาเพียงพอต่อความต้องการของชุมชน					
8. คุณเคยมีส่วนร่วมกับโรงงานในการมีส่วนร่วมในการ					

แก้ปัญหาภายในชุมชนรอบๆโรงงาน เช่น ปัญหายาเสพติด เป็นต้น					
ด้านการส่งเสริมศาสนา วัฒนธรรมและประเพณี					
9. คุณเคยมีส่วนร่วมในการจัดงานเทศกาลต่าง ๆ ที่ทางโรงงานจัดขึ้น เช่น เทศกาลสงกรานต์					
10. คุณเคยมีส่วนร่วมกับกิจกรรมส่งเสริมด้านกีฬา และศิลปะของคนในชุมชนที่ทางโรงงานจัดขึ้น					
11. คุณเคยมีส่วนร่วมกับกิจกรรมด้านส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมที่ทางโรงงานจัดขึ้นแก่คนในชุมชน					
12. คุณเคยมีส่วนร่วมกับโรงงานในการสนับสนุนและอนุรักษ์ด้านประเพณี ศิลปะ วัฒนธรรมของท้องถิ่น					
ด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อม					
13. คุณมีส่วนร่วมกับกิจกรรมการพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อมรอบๆชุมชนที่ทางโรงงานจัดขึ้น					
14. คุณมีส่วนร่วมในการร่วมแก้ปัญหา และแสดงความคิดเห็นกับโรงงาน ในการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อมของโรงงาน เช่น น้ำเสีย ขยะมูลฝอย เป็นต้น					
15. คุณมีส่วนร่วมในการพัฒนากิจกรรมรักษาสิ่งแวดล้อมรอบชุมชนอย่างต่อเนื่องร่วมกับโรงงาน เช่น ขุดลอกคูคลอง ลอกท่อระบายน้ำ เป็นต้น					
16. โครงการรักษาสิ่งแวดล้อมรอบๆชุมชนที่โรงงานจัดทำขึ้นร่วมกับชุมชน ตรงตามความต้องการของคนในชุมชน					
ด้านการรับรู้ ทัศนคติของชุมชน					
17. คุณคิดว่ากิจกรรมการชุมชนสัมพันธ์ที่โรงงานจัดทำขึ้นในด้านต่าง ๆ ตรงตามความต้องการของคนในชุมชน					
18 . คุณคิดว่า กิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ของโรงงาน					

เป็นโครงการที่ส่งเสริมให้ชุมชนพัฒนาอย่างยั่งยืน					
19. คุณคิดว่ากิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ของโรงงาน ช่วยเพิ่มทัศนะคติที่ดีของคนในชุมชนต่อโรงงาน					
20. คุณคิดว่ากิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ที่โรงงานจัดขึ้นทำให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนและคนในชุมชน					

ตอนที่ 3 โปรดให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการดำเนินงานการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ โรงงาน ซานมิเกล

……

……

……

……

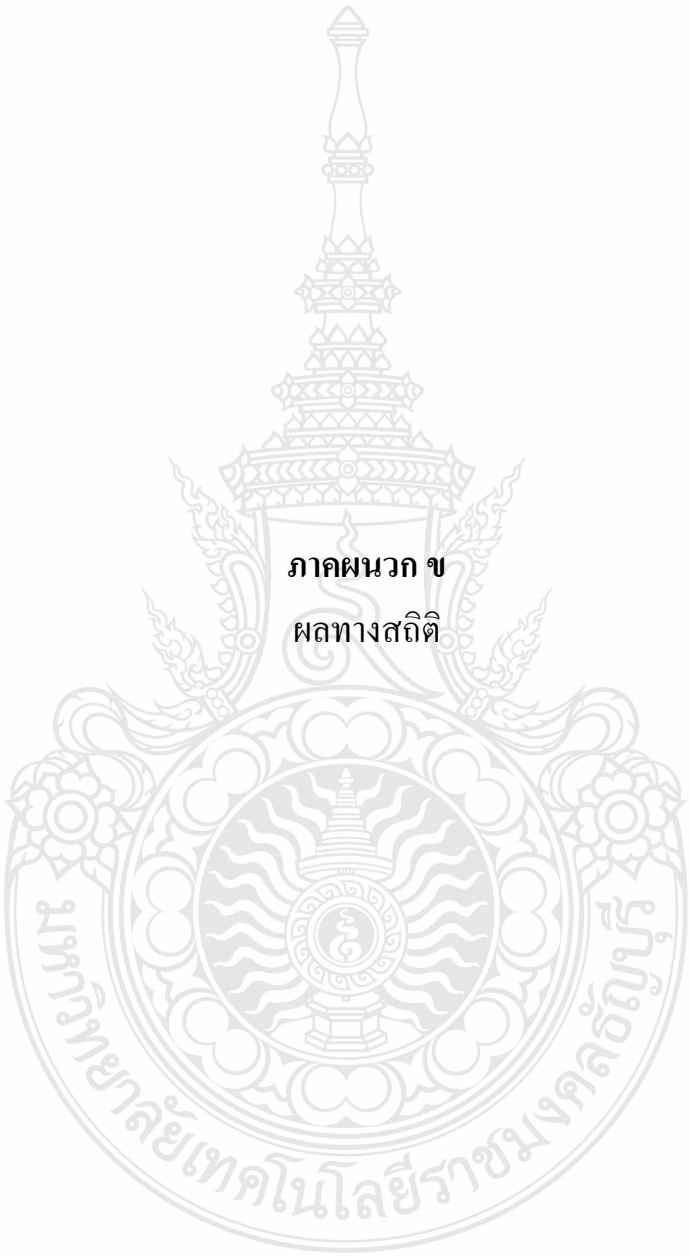
……

……

ขอขอบพระคุณในการให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี



ภาคผนวก ข

ผลทางสถิติ

RELLIABLITY ANALYSIS-SCALE (ALPHA)

ด้านการส่งเสริมสนัสนุนพัฒนาอาชีพ

Item Total Staisties

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
คุณเคยมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมตรวจสุขภาพของชุมชนรอบๆโรงงาน	12.5667	16.116	.880	.846	.859
คุณเคยมีส่วนร่วมการสนับสนุนการจัดกิจกรรมให้ความรู้ด้านสาธารณสุขแก่ชุมชน	12.4333	16.530	.735	.739	.888
โรงงานมีการสนับสนุนด้านการศึกษา และอุปกรณ์กีฬาเพียงพอต่อความต้องการของชุมชน	12.6667	15.471	.824	.779	.868
คุณเคยมีส่วนร่วมกับโรงงานในการมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาภายในชุมชนรอบๆโรงงาน	13.0667	15.789	.774	.703	.880

Reliability Coefficients

N of Case = 30 N of Item = 5

Alpha = .933

ด้านการพัฒนาด้านสังคมและคุณภาพชีวิต

Item Total Staisties

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
คุณเคยมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านพัฒนาอาชีพ	10.6000	15.903	.776	.613	.926
คุณเคยมีส่วนร่วมในกิจกรรมการอบรมทักษะอาชีพ	10.9667	15.413	.842	.755	.913
กิจกรรมอบรมต่าง ๆ ที่โรงงานจัดขึ้นมีส่วนให้คนในชุมชนมีความรู้เพิ่มขึ้นเพื่อนำไปพัฒนาการประกอบอาชีพ	10.8333	16.006	.779	.648	.925
โรงงานมีการจัดกิจกรรมพัฒนาอาชีพเป็นกิจกรรมที่สอดคล้อกับงความต้องการของชุมชน	10.9333	15.582	.890	.804	.905

Reliability Coefficients

N of Case = 30 N of Item = 5

Alpha = .905

ด้านการส่งเสริมศาสนา วัฒนธรรมและประเพณี

Item Total Staisties

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
คุณเคยมีส่วนร่วมในการจัดงานเทศกาลต่าง ๆ ที่ทางโรงงานจัดขึ้น	9.7333	16.202	.731	.684	.853
คุณเคยมีส่วนร่วมกับกิจกรรมส่งเสริมด้านกีฬา และศิลปะของคนในชุมชนที่ทางโรงงานจัดขึ้น	9.8000	18.166	.605	.587	.880
คุณเคยมีส่วนร่วมกับกิจกรรมด้านส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรมที่ทางโรงงานจัดขึ้นแก่คนในชุมชน	10.5667	16.159	.748	.666	.850
คุณเคยมีส่วนร่วมกับโรงงานในการสนับสนุนและอนุรักษ์ด้านประเพณี ศิลปะ วัฒนธรรมท้องถิ่น	10.9333	15.789	.754	.702	.874

Reliability Coefficients

N of Case = 30 N of Item = 5

Alpha = .885

ด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อม

Item Total Staisties

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
คุณมีส่วนร่วมกับกิจกรรมการพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อมรอบๆชุมชนที่ทางโรงงานจัดขึ้น	9.8333	17.523	.805	.761	.932
คุณมีส่วนร่วมในการร่วมแก้ปัญหาและแสดงความคิดเห็นกับโรงงานในการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อมของโรงงาน	9.8333	18.833	.809	.769	.931
คุณมีส่วนร่วมในการพัฒนากิจกรรมรักษาสิ่งแวดล้อมรอบชุมชนอย่างต่อเนื่องร่วมกับโรงงาน	10.0333	17.895	.839	.803	.925
โครงการรักษาสิ่งแวดล้อมรอบๆชุมชนที่โรงงานจัดทำขึ้นร่วมกับชุมชน ตรงตามความต้องการของคนในชุมชน	10.000	16.897	.906	.881	.912

Reliability Coefficients

N of Case = 30 N of Item = 5

Alpha = .939

ด้านการรับรู้และ ทัศนคติของชุมชน

Item Total Staisties

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
คุณคิดว่ากิจกรรมการชุมชนสัมพันธ์ที่โรงงานจัดทำขึ้นในด้านต่าง ๆ ตรงตามความต้องการของคนในชุมชน	10.6000	15.903	.776	.613	.926
คุณคิดว่า กิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ของโรงงาน เป็นโครงการที่ส่งเสริมให้ชุมชนพัฒนาอย่างยั่งยืน	10.9667	15.413	.842	.755	.945
คุณคิดว่ากิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ของโรงงาน ช่วยเพิ่มทัศนะคติที่ดีของคนในชุมชนต่อโรงงาน	10.8333	16.006	.779	.648	.925
คุณคิดว่ากิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ที่โรงงานจัดขึ้นทำให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนและคนในชุมชน	10.9333	15.582	.890	.804	.930

Reliability Coefficients

N of Case = 30 N of Item = 5

Alpha = .955

Statistics

		เพศ	อายุ	สถานภาพ	การศึกษา	อาชีพ	รายได้
N	Valid	400	400	400	400	400	400
	Missing	0	0	0	0	0	0

เพศ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ชาย	180	45.0	45.0	45.0
	หญิง	220	55.0	55.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

อายุ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ต่ำกว่า 25 ปี	60	15.0	15.0	15.0
	ตั้งแต่ 25-35 ปี	124	31.0	31.0	46.0
	ตั้งแต่ 36-50 ปี	132	33.0	33.0	79.0
	มากกว่า 50 ปี	84	21.0	21.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

สถานภาพ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	โสด	134	33.5	33.5	33.5
	สมรส	259	64.8	64.8	98.3
	อื่นๆ	7	1.8	1.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

การศึกษา

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ต่ำกว่าปริญญาตรี	172	43.0	43.0	43.0
	ปริญญาตรี	199	49.8	49.8	92.8
	สูงกว่าปริญญาตรี	29	7.3	7.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

อาชีพ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	นักเรียน/นักศึกษา	28	7.0	7.0	7.0
	พนักงานบริษัท/โรงงาน	176	44.0	44.0	51.0
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	48	12.0	12.0	63.0
	ค้าขาย	119	29.8	29.8	92.8
	อื่นๆ	29	7.3	7.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

รายได้ต่อเดือน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ต่ำกว่า 10,000 บาท	50	12.5	12.5	12.5
	ตั้งแต่10,000 -20,000 บาท	115	28.8	28.8	41.3
	ตั้งแต่20,000 -30,000 บาท	152	38.0	38.0	79.3
	มากกว่า 30,000 บาท	83	20.8	20.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

Statistics

	ด้านการส่งเสริมสนับสนุนพัฒนาอาชีพ	คุณเคยมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านพัฒนาอาชีพ	คุณเคยมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านทักษะอาชีพ	กิจกรรมอบรมต่างๆ ที่โรงงานจัดขึ้นมีส่วนให้คนในชุมชนมีความรู้เพิ่มขึ้นเพื่อนำไปพัฒนาประกอบอาชีพ	โรงงานมีการจัดกิจกรรมพัฒนาอาชีพเป็นกิจกรรมที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน
N Valid	400	400	400	400	400
Missing	0	0	0	0	0
Mean	2.2400	2.4025	2.4550	2.5975	2.2450
Std. Deviation	.73057	.72582	.72174	.68452	.48770

Statistics

	ด้านการพัฒนาด้านสังคม	คุณเคยมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมตรวจสุขภาพของชุมชนรอบๆ โรงงาน	คุณเคยมีส่วนร่วมการสนับสนุนการจัดกิจกรรมให้ความรู้ด้านสาธารณสุขแก่ชุมชน	โรงงานมีการสนับสนุนด้านการศึกษา และอุปกรณ์กีฬาเพียงพอต่อความต้องการของชุมชน	คุณเคยมีส่วนร่วมกับโรงงานในการมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาภายในชุมชนรอบๆโรงงาน
N Valid	400	400	400	400	400
Missing	0	0	0	0	0
Mean	2.6800	2.4250	2.4000	3.0325	2.8625
Std. Deviation	.66329	.83133	.75593	.95851	.89195

Statistics

	ด้านการส่งเสริมศาสนาวัฒนธรรมและประเพณี	คุณเคยมีส่วนร่วมในการจัดงานเทศกาลต่าง ๆ ที่ทางโรงงานจัดขึ้น	คุณเคยมีส่วนร่วมกับกิจกรรมส่งเสริมด้านกีฬา และศิลปะของคนในชุมชนที่ทางโรงงานจัดขึ้น	คุณเคยมีส่วนร่วมกับกิจกรรมด้านส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมที่ทางโรงงานจัดขึ้นแก่คนในชุมชน	คุณเคยมีส่วนร่วมกับโรงงานในการสนับสนุนและอนุรักษ์ด้านประเพณี ศิลปะ วัฒนธรรมของท้องถิ่น
N Valid	400	400	400	400	400
Missing	0	0	0	0	0
Mean	3.3981	3.4475	3.2625	3.5475	3.3350
Std. Deviation	.53724	.68806	.83085	.76760	.61946

Statistics

	ด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อม	คุณมีส่วนร่วมกับกิจกรรมการพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อมรอบๆชุมชนที่ทางโรงงานจัดขึ้น	คุณมีส่วนร่วมในการร่วมแก้ปัญหา และแสดงความคิดเห็นกับโรงงาน ในการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อมของโรงงาน	คุณมีส่วนร่วมในการพัฒนากิจกรรมรักษาสิ่งแวดล้อมรอบชุมชนอย่างต่อเนื่องร่วมกับโรงงาน	โครงการรักษาสิ่งแวดล้อมรอบๆชุมชนที่โรงงานจัดทำขึ้นร่วมกับชุมชน ตรงตามความต้องการของคนในชุมชน
N					
Valid	400	400	400	400	400
Missing	0	0	0	0	0
Mean	3.4588	3.6450	3.4225	3.4725	3.2950
Std. Deviation	.52254	.84008	.62848	.73525	.56460

Statistics

	ด้านการรับรู้ทัศนคติของชุมชน	คุณคิดว่ากิจกรรมการชุมชนสัมพันธ์ที่โรงงานจัดทำขึ้นในด้านต่าง ๆ ตรงตามความต้องการของคนในชุมชน	คุณคิดว่า กิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ของโรงงาน เป็นโครงการที่ส่งเสริมให้ชุมชนพัฒนาอย่างยั่งยืน	คุณคิดว่ากิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ของโรงงาน ช่วยเพิ่มทัศนะคติที่ดีของคนในชุมชนต่อโรงงาน	คุณคิดว่ากิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์ที่โรงงานจัดขึ้นทำให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนและคนในชุมชน
N					
Valid	400	400	400	400	400
Missing	0	0	0	0	0
Mean	3.3450	3.5750	3.2825	3.3200	3.2025
Std. Deviation	.55072	1.62819	.55989	.61526	.65004

การทดสอบสมมุติฐานที่ 1

T-Test

Group Statistics

เพศ		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
การมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์โดยภาพรวม	ชาย	180	3.0100	.30432	.02268
	หญิง	220	3.0727	.35936	.02423

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
การมีส่วนร่วมในการกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ โดยภาพรวม	Equal variances assumed	2.739	.099	-1.859	398	.064	-.0627	.03374	-.12906	.00361
	Equal variances not assumed			-1.890	397.517	.059	-.0627	.03319	-.12797	.00252

การทดสอบสมมุติฐานที่ 2

Descriptives

การมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ โดยรวม

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
ต่ำกว่า 25 ปี	60	3.0150	.40738	.05259	2.9098	3.1202	2.05	4.95
ตั้งแต่ 25-35 ปี	124	3.0367	.38435	.03452	2.9684	3.1050	1.85	3.80
ตั้งแต่ 36-50 ปี	132	3.0348	.29486	.02566	2.9841	3.0856	2.20	3.75
มากกว่า 50 ปี	84	3.0923	.26050	.02842	3.0357	3.1488	2.45	3.55
Total	400	3.0445	.33675	.01684	3.0114	3.0776	1.85	4.95

ANOVA

การมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ โดยรวม

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.264	3	.088	.774	.509
Within Groups	44.984	396	.114		
Total	45.248	399			

การทดสอบสมมุติฐานที่ 3

Descriptives

การมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ โดยรวม

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
โสด	134	3.0593	.37292	.03222	2.9956	3.1230	2.05	4.95
สมรส	259	3.0380	.31658	.01967	2.9993	3.0768	1.85	3.80
อื่นๆ	7	3.0000	.37417	.14142	2.6540	3.3460	2.30	3.55
Total	400	3.0445	.33675	.01684	3.0114	3.0776	1.85	4.95

ANOVA

การมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ โดยรวม

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.054	2	.027	.238	.788
Within Groups	45.194	397	.114		
Total	45.248	399			

การทดสอบสมมุติฐานที่ 4

Descriptives

การมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ โดยรวม

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	172	3.0730	.32513	.02479	3.0240	3.1219	1.85	4.95
ปริญญาตรี	199	3.0307	.35247	.02499	2.9814	3.0799	1.85	3.75
สูงกว่าปริญญาตรี	29	2.9707	.28269	.05249	2.8632	3.0782	2.45	3.50
Total	400	3.0445	.33675	.01684	3.0114	3.0776	1.85	4.95

ANOVA

การมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ โดยรวม

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.336	2	.168	1.483	.228
Within Groups	44.912	397	.113		
Total	45.248	399			

การทดสอบสมมุติฐานที่ 5

Descriptives

การมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ โดยรวม

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
นักเรียน/นักศึกษา	28	3.1500	.43076	.08141	2.9830	3.3170	2.30	4.95
พนักงานบริษัท/โรงงาน	176	2.9827	.36610	.02760	2.9282	3.0371	1.85	3.80
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	48	3.0042	.35202	.05081	2.9020	3.1064	2.20	3.70
ค้าขาย	119	3.1126	.24367	.02234	3.0684	3.1568	2.30	3.60
อื่นๆ	29	3.1052	.28232	.05243	2.9978	3.2126	2.55	3.55
Total	400	3.0445	.33675	.01684	3.0114	3.0776	1.85	4.95

ANOVA

การมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ โดยรวม

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1.721	4	.430	3.905	.004
Within Groups	43.527	395	.110		
Total	45.248	399			

Post Hoc Tests

Multiple Comparison

Dependent Variable: การมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ โดยรวม

LSD

(I) อาชีพ	(J) อาชีพ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
นักเรียน/นักศึกษา	พนักงานบริษัท/โรงงาน	.1673(*)	.06754	.014	.0345	.3001
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	.1458	.07894	.065	-.0094	.3010
	ค้าขาย	.0374	.06972	.592	-.0997	.1745
	อื่นๆ	.0448	.08795	.611	-.1281	.2177
พนักงานบริษัท/โรงงาน	นักเรียน/นักศึกษา	-.1673(*)	.06754	.014	-.3001	-.0345
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	-.0215	.05405	.691	-.1278	.0848
	ค้าขาย	-.1299(*)	.03940	.001	-.2074	-.0525
	อื่นๆ	-.1225	.06653	.066	-.2533	.0083
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	นักเรียน/นักศึกษา	-.1458	.07894	.065	-.3010	.0094
	พนักงานบริษัท/โรงงาน	.0215	.05405	.691	-.0848	.1278
	ค้าขาย	-.1084	.05676	.057	-.2200	.0032
	อื่นๆ	-.1010	.07807	.197	-.2545	.0525

	นักเรียน/นักศึกษา	-.0374	.06972	.592	-.1745	.0997
ค้าขาย						
	พนักงานบริษัท/โรงงาน	.1299(*)	.03940	.001	.0525	.2074
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	.1084	.05676	.057	-.0032	.2200
	อื่นๆ	.0074	.06874	.914	-.1277	.1426
อื่นๆ						
	นักเรียน/นักศึกษา	-.0448	.08795	.611	-.2177	.1281
	พนักงานบริษัท/โรงงาน	.1225	.06653	.066	-.0083	.2533
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	.1010	.07807	.197	-.0525	.2545
	ค้าขาย	-.0074	.06874	.914	-.1426	.1277

* The mean difference is significant at the .05 level.

การทดสอบสมมุติฐานที่ 5

Descriptives

การมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ โดยรวม

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
น้อยกว่า 10,000 บาท	50	3.0280	.41774	.05908	2.9093	3.1467	2.10	4.95
ตั้งแต่ 10,000-20,000 บาท	121	3.0169	.32854	.02987	2.9578	3.0761	1.85	3.80
ตั้งแต่ 20,000 – 30,000 บาท	150	3.0830	.33074	.02700	3.0296	3.1364	1.85	3.75
มากกว่า 30,000 บาท	79	3.0241	.30137	.03391	2.9565	3.0916	2.30	3.65
Total	400	3.0445	.33675	.01684	3.0114	3.0776	1.85	4.95

ANOVA

การมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ โดยรวม

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.361	3	.120	1.061	.365
Within Groups	44.887	396	.113		
Total	45.248	399			

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – ชื่อสกุล	มหิธร วันยนาพร
วัน เดือน ปี เกิด	2 มีนาคม 2531 ที่กรุงเทพมหานคร
การศึกษา	ระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สาขาภาษาอังกฤษธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ปีการศึกษา 2549
ที่อยู่ปัจจุบัน	31/ 261 หมู่ที่ 16 หมู่บ้านไวท์เฮ้าท์ ต.คลองหนึ่ง อ. คลองหลวง จ.ปทุมธานี 12120
ที่ทำงานปัจจุบัน	บริษัท ซานมิเกล มาร์เก็ตติ้ง (ประเทศไทย) จำกัด 89 หมู่ที่ 2 ถ.ติวานนท์ ต.บ้านใหม่ อ.เมือง ปทุมธานี 12000
ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน	เจ้าหน้าที่ฝ่ายคลังสินค้าและขนส่ง

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี