

**ทัศนคติของชุมชนในอำเภอขนอมที่มีต่อการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม
ของโรงแยกก๊าซธรรมชาติขนอม บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ประจำปี 2564**
**KHANOM COMMUNITY'S ATTITUDES TOWARDS CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY ACTIVITIES IMPLEMENTED BY KHANOM GAS SEPARATION
PLANT OF PTT PUBLIC COMPANY LIMITED IN 2021**

จิตติมา ชูพันธุ์^{1*}, นพดล ศรีภักดี², และ เข้มนที ศรีสุขล้อม³

Jittima Choopun^{1*}, Napadon Sornpakdee², and Kaemnatee Srisuklom³

^{1*, 2, 3} วิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย นครศรีธรรมราช

^{1*, 2, 3} College of Industrial Technology and Management,

Rajamangala University of Technology Srivijaya (RUTS), Nakhon Si Thammarat

Received: Month Date, Year Revised: Month Date, Year Accepted: Month Date, Year

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของชุมชนในอำเภอขนอมที่มีต่อการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแยกก๊าซธรรมชาติขนอม บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ประจำปี 2564 กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาได้มาโดยการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมโดยใช้ตารางสูตรของ Taro Yamane จากจำนวนประชากรที่อาศัยอยู่ในชุมชนตำบลท้องเนียน ตำบลควนทอง และตำบลขนอม อำเภอขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้งหมด 30,414 คน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ผู้วิจัยคำนวณจากขนาดประชากร 50,000 คน ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 397 คน และผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 415 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามเรื่องทัศนคติของชุมชนในอำเภอขนอมที่มีต่อการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแยกก๊าซธรรมชาติขนอม บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ประจำปี 2564 แบบทดสอบมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.89 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่าชุมชนในอำเภอขนอมมีทัศนคติต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแยกก๊าซธรรมชาติขนอม บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านพัฒนาความรู้และการศึกษา ด้านการพัฒนาชุมชนและสิ่งแวดล้อม ด้านกีฬาและการท่องเที่ยว และด้านศาสนาและวัฒนธรรม ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.21$) โดยกิจกรรมด้านพัฒนาความรู้และการศึกษามีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}=4.29$) รองลงไป คือ กิจกรรมด้านการพัฒนาสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}=4.27$) กิจกรรมด้านกีฬาและการท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.26$) และกิจกรรมด้านศาสนาและวัฒนธรรม ($\bar{X}=4.25$) ตามลำดับ

คำสำคัญ: โรงแยกก๊าซธรรมชาติขนอม บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ทัศนคติของชุมชน

*Corresponding author. Tel.: 089 469 8707

Email address: Jittima.c@rmuts.ac.th

Abstract

This research aimed to study Khanom community's attitudes towards corporate social responsibility (CSR) activities implemented by Khanom gas separation plant of PTT public company limited in 2021. The samples were selected by using Taro Yamane Formula determining an appropriate sample size method. They were 397 samples from the total population of 30,414 who live in Thongnein, Kuanthong, and Khanom sub-district, Khanom district, Nakhon Si Thammarat province at 95% confidence level. The researcher collected data from 415 samples. A questionnaire was employed to collect data. The title of the questionnaire was Khanom community's attitudes towards corporate social responsibility activities implemented by Khanom gas separation plant of PTT public company limited in 2021. The collected data were analyzed by using percentage, frequency, mean, and standard deviation. The findings revealed that the community has the highest-level attitudes ($\bar{X}=4.21$) towards the operation of the CSR activities implemented by Khanom gas separation plant of PTT public company limited. The development of knowledge and education activities has the highest level ($\bar{X}=4.29$) and then it was followed by the development of social, community, and environment activities ($\bar{X}=4.27$), sports and tourism activities ($\bar{X}=4.26$), and the religion and culture activities ($\bar{X}=4.25$) respectively.

Keywords: Khanom gas separation plant of PTT public company limited, CSR, community' attitudes

บทนำ

ปัจจุบันองค์การธุรกิจให้ความสำคัญกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การธุรกิจ (Corporate Social Responsibility หรือ CSR) เนื่องจากเป็นวิธีการที่องค์การธุรกิจจะให้สิ่งตอบแทนคืนกลับสู่สังคม โดยความรับผิดชอบต่อสังคมจะทำให้ประชาชน หรือผู้บริโภคมีความรู้สึกที่ดีต่อองค์การนั้น ๆ องค์การจะต้องตอบสนองต่อประเด็นทางสังคมและสิ่งแวดล้อม มุ่งให้การให้ประโยชน์กับคน ชุมชน และสังคม ตลอดจนคำนึงถึงบทบาทขององค์การที่ต้องปฏิบัติให้สอดคล้องกับความคาดหวังของสังคม การที่ธุรกิจจะเติบโตไม่ใช่เพียงผลประโยชน์ หรือกำไรขององค์การเพียงอย่างเดียว แต่ต้องคำนึงถึงการคืนกำไรในสิ่งที่สังคมรู้สึกด้วย ดังนั้น การดำเนินธุรกิจต้องคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมมาใช้ในการบริหารจัดการให้องค์การเติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน (สถาบันพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน, 2556)

บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจปิโตรเลียมครบวงจร ภายใต้กรอบผสมผสานนโยบายของรัฐบาลและบทบาทเชิงพาณิชย์อย่างสมดุล ให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่เศรษฐกิจและความมั่นคงของประเทศ โดยคำนึงถึงประโยชน์ของรัฐบาลและประชาชนเป็นสำคัญ โรงแยกก๊าซธรรมชาติเป็นหน่วยงานหนึ่งของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ทำหน้าที่ด้านการผลิตก๊าซธรรมชาติเป็นหลัก ในปัจจุบันมีจำนวนทั้งสิ้น 6 แห่ง ได้แก่ โรงแยกก๊าซธรรมชาติ ระยอง จำนวน 5 หน่วย และโรงแยกก๊าซธรรมชาติขอนแก่น จำนวน 1 หน่วย ธุรกิจส่วนนี้หากเปรียบเทียบกับส่วนงานอื่น ๆ ถือว่ามีความใกล้ชิดกับชุมชนค่อนข้างมาก บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ได้มีความตระหนักเสมอมาในการดำเนินธุรกิจ โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียอย่างทั่วถึง ดังพันธกิจที่กำหนดไว้ว่า “ดำเนินธุรกิจด้านพลังงานและปิโตรเคมีอย่างครบวงจรในฐานะเป็นบริษัทพลังงานแห่งชาติ มีพันธกิจในการดูแลผู้มีส่วนได้เสียอย่างสมดุล” (อุทัย มหิทธิมหาวงศ์, 2545) แต่เนื่องด้วยสภาพของการดำเนินกิจการมีลักษณะที่คล้ายกันกับอุตสาหกรรม โครงการหลายประเภทที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนอย่างหลีกเลี่ยงมิได้ ดังนั้น จึงจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่จะต้องดำเนินธุรกิจ ให้เกิดความมั่นคงทางพลังงานควบคู่ไปกับการดูแลสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม รวมถึงกำหนดแนวทางในการดำเนินงานบนแนวคิดบริษัทธรรมาภิบาล (Corporate Governance) และแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (สุกัญญา ศุภกิจอำนวย และศุภชัยวิวัฒน์ กรนท์แสง, 2552) จนบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ได้รับรางวัล CSR-DIW Award โดยกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม และรางวัลอุตสาหกรรมสีเขียวระดับ 4 (Green Industry) จากโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว กระทรวงอุตสาหกรรม เป็นโครงการที่ส่งเสริมภาคอุตสาหกรรมให้มีการประกอบกิจการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและมีความรับผิดชอบต่อสังคม แผนดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ในปี พ.ศ. 2563 นั้น บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ยังคงยึดหลัก 3 เรื่องในการดูแล คือ คน (People) สิ่งแวดล้อม (Planet) และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Partnership) (ประชาชาติธุรกิจ, 2564)

สำหรับโรงแยกก๊าซธรรมชาติขอนแก่น บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) มีการทำกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมผ่านการสนับสนุนโครงการต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการพัฒนาและความผาสุกของชุมชน รวมถึงเป็นการสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีและ

ยังยืนกับชุมชน รวมทั้งสิ้น 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการพัฒนาความรู้และการศึกษา 2) ด้านการพัฒนาสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อม 3) ด้านการกีฬาและการท่องเที่ยว และ 4) ด้านศาสนาและวัฒนธรรม ได้กำหนดแผนงานการดำเนินกิจกรรมดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง อีกทั้ง ยังเคยมีการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนโดยพนักงานของบริษัท แต่อย่างไรก็ตามด้วยปัจจัย อิทธิพลและสภาพแวดล้อมภายนอกที่เกิดการเปลี่ยนแปลงบ่อยครั้งอาจทำให้ประชาชนเกิดการเปลี่ยนแปลงไปในความคิดเห็นต่อสิ่งที่เข้ามากระทบอยู่ตลอดเวลา ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทัศนคติของชุมชน จึงมีความจำเป็นที่ทางองค์กรจะต้องมีการสำรวจความคิดเห็นของชุมชน ให้ได้ทราบว่าทางโรงเรียนกาศรรณชาติขอนแก่น บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) ควรเน้นการสนับสนุน หรือจัดกิจกรรมในด้านใด (จิรายุ จันทองแก้ว, 2557) ควรมีการเปลี่ยนแปลง หรือคงไว้กิจกรรมใดบ้าง จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาทัศนคติของชุมชนในอำเภอชนอมที่มีต่อการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงเรียนกาศรรณชาติขอนแก่น บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ที่ดำเนินการภายใต้โครงการต่าง ๆ ในชุมชน ผู้วิจัยคาดหวังที่จะนำผลการศึกษามาใช้วางแผนปรับปรุงพัฒนามาทั้งวางกลยุทธ์การดำเนินงานโครงการต่าง ๆ ในอนาคตให้สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนในพื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อทุกฝ่ายต่อไป

จุดประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาทัศนคติของชุมชนในอำเภอชนอมที่มีต่อการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงเรียนกาศรรณชาติขอนแก่น บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ประจำปี 2564

หลักการ แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ คำว่า “ทัศนคติ” ตรงกับภาษาอังกฤษว่า Attitude มาจากคำว่า Aptus ในภาษาละติน โดยพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542 ได้บัญญัติศัพท์ว่า ทัศนคติ หมายถึง ท่าที หรือความรู้สึกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (ราชบัณฑิตยสถาน, 2546)

นิวคอมบ์ เทอร์นิวและคอนเวิร์ส (Newcomb, Turnew & Converse, 1965) อธิบายว่าทัศนคติเป็นความรู้สึกเอนเอียงของจิตใจที่มีต่อประสบการณ์ที่มนุษย์เราได้รับ อาจมากหรือน้อยก็ได้ และทัศนคติจะแสดงออกได้ทางพฤติกรรมต่างกันไป คือ การแสดงออกในลักษณะของความพึงพอใจ เห็นด้วย หรือชอบ ทัศนคติเช่นนี้ทำให้คนอยากจะทำ ปฏิบัติ อยากได้ และอยากเข้าใกล้สิ่งนั้น ลักษณะเช่นนี้เรียกว่า ทัศนคติเชิงบวก อีกลักษณะ คือ ทัศนคติเชิงลบคนจะแสดงออกในทำนองไม่พึงพอใจ ไม่ชอบ หรือไม่เห็นด้วย ส่วนทัศนคติอีกแบบหนึ่ง คือ ความรู้สึกเฉยๆ ไม่ชอบ ไม่เกลียด เป็นทัศนคติกลางๆ

วิสุตร ยังพลพันธ์ (2544) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเกิดทัศนคติของบุคคล ได้แก่

1) อิทธิพลจากวัฒนธรรม แต่ละสังคมจะมีวัฒนธรรมเป็นตัวกำหนดแบบแผน ใช้ในการดำเนินชีวิต ความเชื่อและความรู้สึกของคนในสังคม ด้วยเหตุนี้คนในสังคมเดียวกันจึงมักแสดงพฤติกรรมออกมาในแนวทางเดียวกัน

2) อิทธิพลจากครอบครัว ครอบครัวเป็นสถาบันทางสังคมแห่งแรกที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติของบุคคลเป็นอย่างมาก ทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่ได้รับการปลูกฝังจากครอบครัวมาแล้ว อาจจะเปลี่ยนแปลงได้ยาก

3) อิทธิพลจากประสบการณ์ส่วนตัว ประสบการณ์ที่บุคคลได้รับจะมีสำคัญต่อการเกิดทัศนคติของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ทั้งในทางบวกและทางลบ โดยเฉพาะหากเป็นประสบการณ์ที่รุนแรง หรือได้รับความกระทบกระเทือนทางจิตใจของบุคคลจะเป็นสิ่งที่ฝังแน่นในจิตใจที่จะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติด้วย

4) อิทธิพลจากกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม ได้แก่ กลุ่มเพื่อนสนิท เพื่อนทำงาน ครูและเพื่อน ๆ ในโรงเรียนจะมีอิทธิพลต่อการพัฒนาทัศนคติเป็นอย่างมาก นอกจากนั้น แรงกดดันภายนอกจะทำให้คนคล้อยตามกันว่ามีอิทธิพลต่อการกำหนดทัศนคติไปในทางใดทางหนึ่งเช่นกัน

5) อิทธิพลจากสื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ แม้กระทั่งอินเทอร์เน็ต เหล่านี้จะมีบทบาทสำคัญต่อการชักจูงให้บุคคลเกิดทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดไปในทิศทางใดก็ได้ เนื่องจากสื่อมวลชนจะทำหน้าที่ป้อนข้อมูลข่าวสาร โฆษณา ประชาสัมพันธ์ รวมทั้งแสดงความคิดเห็นต่อบุคคล สถานการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมอยู่ตลอดเวลา

กล่าวโดยสรุป ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีความโน้มเอียงที่แสดงออกต่อสิ่งต่าง ๆ เช่น บุคคล สถาบัน สถานการณ์ เรื่องราวต่าง ๆ ไปในทางใดทางหนึ่ง อาจเป็นไปในทางชอบหรือไม่ชอบ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยก็ได้ ความรู้สึกดังกล่าวอาจเกิดจากปัจจัยที่มีอิทธิพลต่างกันไปในงานวิจัยนี้ทัศนคติ หมายถึง ความคิดเห็น หรือความรู้สึกของประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนในอำเภอชนอมที่มีต่อการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงเรียนกาศรรณชาติขอนแก่น บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ประจำปี 2564

2. แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การธุรกิจ

2.1 ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การธุรกิจ (Corporate Social Responsibility หรือ CSR)

เป็นวิธีการที่องค์การธุรกิจจะให้สิ่งตอบแทนคืนกลับสู่สังคม ด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมจะทำให้ประชาชนหรือผู้บริโภคมีความรู้สึกที่ดีต่อองค์การนั้น ๆ องค์การจะต้องตอบสนองต่อประเด็นทางสังคมและสิ่งแวดล้อม มุ่งให้การให้ประโยชน์กับคน ชุมชน และสังคม ตลอดจนต้องคำนึงถึงบทบาทขององค์การที่ต้องปฏิบัติให้สอดคล้องกับความคาดหวังของสังคม การที่ธุรกิจจะเติบโตได้ไม่ใช่ว่าอยู่ที่ผลประโยชน์หรือผลกำไรขององค์การเพียงอย่างเดียว ธุรกิจต้องคำนึงถึงการคืนกำไรในสิ่งที่สังคมต้องการ ดังนั้น การดำเนินธุรกิจต้องคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมมาใช้ในการบริหารจัดการ (สถาบันพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน, 2556)

ปัจจุบันความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การธุรกิจเป็นสิ่งที่องค์การทั่วโลกให้ความสนใจและให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะการเป็นองค์การที่ดี ประสบความสำเร็จและเติบโตอย่างยั่งยืนนั้น การทำกำไรสูงสุดเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอ แต่องค์การนั้น ๆ จะต้องเรียนรู้เพื่อจะทำสิ่งที่ดี ๆ ตอบแทนให้กับสังคมและสิ่งแวดล้อมด้วย ทำให้องค์การได้รับความไว้วางใจและเชื่อถือ ส่งผลให้ธุรกิจและชุมชน สังคมสามารถอยู่ร่วมกันอย่างเกื้อกูลและพัฒนาเติบโตไปด้วยกันอย่างยั่งยืน (พัชร์ศุภางค์ ศรีสวัสดิ์, 2554)

2.2 รูปแบบของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ตามแนวคิดทฤษฎีของคอตเลอร์และลี (Kotler & Lee, 2005) ได้จำแนกชนิดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมออกเป็น 6 ชนิดกิจกรรม ได้แก่

1) การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม (Cause Promotion) เป็นการจัดหาเงินทุน วัสดุ สิ่งของ หรือทรัพยากรอื่น ๆ ขององค์กร ขยายการรับรู้ ความห่วงใยต่อประเด็นปัญหาทางสังคม ตลอดจนสนับสนุนการระดมทุนการมีส่วนร่วม หรือการเพิกถอนอาสาศักดิ์ การดำเนินการดังกล่าวองค์การอาจริเริ่มและบริหารงานส่งเสริมด้วยตนเอง หรือร่วมมือกับองค์กรอื่น ๆ ก็ได้

2) การตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคม (Cause-Related Marketing) เป็นการอุดหนุน หรือการบริจาครายได้ส่วนหนึ่งจากการขายผลิตภัณฑ์เพื่อช่วยเหลือ หรือร่วมแก้ไขประเด็นปัญหาทางสังคมจำเพาะหนึ่ง ๆ มักมีช่วงเวลาที่กำหนดแน่นอน หรือดำเนินการแบบจำเพาะผลิตภัณฑ์ หรือให้แก่การกุศลที่ระบุไว้เท่านั้น กิจกรรมการมีส่วนร่วม ความรับผิดชอบต่อสังคมชนิดนี้ องค์การธุรกิจมักร่วมมือกับองค์กรที่ไม่มีวัตถุประสงค์หากำไร สร้างสัมพันธภาพในประโยชน์ร่วมกัน ด้วยวิธีการเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ นำรายได้ไปสนับสนุนกิจกรรมการกุศลนั้น ๆ ในขณะเดียวกันก็เป็นการเปิดโอกาสให้แก่ผู้บริโภคได้มีส่วนร่วมในการช่วยเหลือการกุศลผ่านทาง การซื้อผลิตภัณฑ์โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใด ๆ เพิ่มเติม

3) การตลาดเพื่อมุ่งเน้นการแก้ปัญหาสังคม (Corporate Social Marketing) เป็นการสนับสนุน การพัฒนา หรือการทำให้เกิดผลจากการรณรงค์ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทางด้านสาธารณสุข ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งแวดล้อม หรือด้านสุขภาพ ความแตกต่างสำคัญระหว่างการตลาด มุ่งแก้ไขปัญหาทางสังคมกับการส่งเสริมการรับรู้ ประเด็นปัญหาทางสังคม คือ การตลาด มุ่งแก้ไขปัญหาดังกล่าวจะเน้นที่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Behavior Change) เป็นหลัก ในขณะที่การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคมจะเน้นที่การสร้างความรู้ (Awareness) ตลอดจน การสนับสนุนทรัพยากรด้านทุนและอาสาสมัครให้รับรู้ถึงประเด็นปัญหาดังกล่าว

4) การบริจาคเพื่อการกุศล (Corporate Philanthropy) เป็นการช่วยเหลือไปประเด็นปัญหาทางสังคมโดยตรงในรูปแบบของการบริจาคเงิน หรือวัสดุสิ่งของ เป็นกิจกรรมการมีส่วนร่วมความรับผิดชอบต่อสังคมที่พบเห็นในแทบองค์กรธุรกิจ

5) การอาสาช่วยเหลือชุมชน (Community Volunteering) เป็นการสนับสนุน หรือการจูงใจให้เกิดการเสียสละเวลาและแรงงานให้แก่ชุมชน อาจดำเนินการโดยลำพัง หรือร่วมมือกับองค์กรอื่นก็ได้

6) การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Business Practice) เป็นการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจอย่างมีจริยธรรมทั้งในเชิงป้องกันและรวมแก้ไข ไม่ให้เกิดปัญหาทางสังคม รวมถึงยกระดับ สุขภาวะของชุมชน สิ่งแวดล้อม อาจมีการดำเนินการแบบลำพัง หรือมีพันธมิตรร่วมด้วย

3. กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงเรียนกษัตริย์ราชวิทยาลัย บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

โรงเรียนกษัตริย์ราชวิทยาลัย บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) มีการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม โดยสนับสนุนโครงการต่าง ๆ รวมถึงเป็นการสืบทอดเกี่ยวกับการพัฒนาและความผาสุกของชุมชนร่วมสัมพันธภาพที่ดีและยั่งยืน กับชุมชน รวมทั้งสิ้น 4 ด้าน ได้แก่

3.1 ด้านการพัฒนาความรู้และการศึกษา ประกอบด้วย 1) กิจกรรมการมอบทุนการศึกษานักเรียน 2) โครงการสัมมนาให้ความรู้ผู้นำชุมชน 3) โครงการโรงเรียนปลอดภัยใส่ใจ 5 ส. 4) ค่ายเยาวชน ขนอมรักษ์บ้านเกิด 5) โครงการแข่งขันทักษะด้านความรู้ PTT Genius 6) กิจกรรมธรรมะในสวน และ 7) โครงการธนาคารขยะ

3.2 ด้านการพัฒนาสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย 1) โครงการช่วยเหลือภัยพิบัติ/โรคภัย 2) โครงการปลูกป่าเฉลิมพระเกียรติ 3) โครงการหน่วยแพทย์เคลื่อนที่ 4) โครงการปล่อยพันธุ์สัตว์น้ำเฉลิมพระเกียรติ 5) โครงการทำความสะอาดชายหาด/ถนน Big Cleaning 6) โครงการจิตอาสาพัฒนาโรงเรียน/วัด 7) โครงการ Smart Farming และ 8) โครงการส่งเสริมสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน

3.3 ด้านการกีฬาและการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1) การสนับสนุนกิจกรรมแข่งขันฟุตบอล 2) การสนับสนุนกีฬาประจำอำเภอขนอม 3) การสนับสนุนเทศกาลตกปลาทราย 4) การสนับสนุนงานชาวสวนและของดีเมืองขนอม 5) การสนับสนุนกีฬาแข่งรถวิบาก/ขนอมมอเตอร์ครอส 6) การสนับสนุนกิจกรรมนมัสการหลวงปู่ทวดที่เกาะนุ้ย 7) การสนับสนุนโครงการกินปู ตูนก ตกปลา และ 8) การสนับสนุนงานปูเสื่อกินข้าว เคาท์ดาวน์ เมืองขนอม

3.4 ด้านศาสนาและวัฒนธรรม ประกอบด้วย 1) การสนับสนุนงานแห่ผ้าขึ้นธาตุเจดีย์ปะการัง ตำบลทองเนียน 2) การสนับสนุนการทอดกฐิน/ถวายเทียนพรรษา 3) การสนับสนุนงานลอยกระทง 4) การสนับสนุนกิจกรรมวันเด็กแห่งชาติ 5) การสนับสนุนงานประเพณีศาลเจ้าขุนเถ่ากง 6) การสนับสนุนงานประเพณีสงกรานต์และของดีเมืองอำเภอขนอม 7) การสนับสนุนกิจกรรมมัสยิด และ 8) การมอบพวงหรีด



ภาพที่ 1 กิจกรรมด้านการพัฒนาความรู้และการศึกษา ภาพที่ 2 กิจกรรมด้านการพัฒนาสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อม



ภาพที่ 3 กิจกรรมด้านการกีฬาและการท่องเที่ยว ภาพที่ 4 กิจกรรมด้านศาสนาและวัฒนธรรม

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) คือ ประชาชนในอำเภอขนอมทั้งหมด 30,414 คน แยกเป็นรายตำบล ดังนี้ ตำบลควนทอง จำนวน 10,976 คน ตำบลทองเนียน จำนวน 5,576 คน ตำบลขนอม จำนวน 13,862 คน

กลุ่มตัวอย่าง (Sample)

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนตำบลทองเนียน ตำบลควนทอง และตำบลขนอมอำเภอขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้มาด้วยการใช้วิธีคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม จากตารางสูตรของ Taro Yamane (Taro Yamane, 1973) จากจำนวนประชากรในอำเภอขนอมทั้งหมด 30,414 คน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ผู้วิจัยคำนวณจากขนาดประชากร 50,000 คน ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 397 คน และผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 415 คน

เครื่องมือในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เรื่องทัศนคติของชุมชนในอำเภอชนอมที่มีต่อการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงเรียนก้าชธรรมชาตินอม บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ประจำปี 2564 ที่คณะผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และผลการวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาทัศนคติ การบริหารองค์กร แนวทางการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การธุรกิจ ให้เหมาะสมสอดคล้องกับเรื่องที่ทำการศึกษา

แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลได้ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ค่าความเชื่อมั่น โดยมีค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เท่ากับ 0.89 และมีการนำไปทดลองใช้กับประชาชนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริงแบบสอบถามประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคล เป็นการสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด กลุ่มและตำบลที่อาศัยอยู่ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจรายการ (Checklist)

ส่วนที่ 2 ปัจจัยการรับรู้ ประกอบด้วยคำถามที่ให้กลุ่มตัวอย่างได้ระบุถึงช่องทางการรับรู้ข่าวสารทั่วไป และช่องทางการรับรู้ข่าวสารการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของโรงเรียนก้าชธรรมชาตินอม บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจรายการ (Checklist)

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านองค์กรในการดำเนินงานของโรงเรียนก้าชธรรมชาตินอม บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ประกอบด้วย 1) นโยบายองค์กร 2) โครงสร้างองค์กร 3) การสื่อสารองค์กร และ 4) บุคลากร ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจรายการ (Checklist) เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ระดับความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ (ละเอียด ตีลำน้อย และ กันทิมลำน้อย จินดาประเสริฐ, 2562)

ส่วนที่ 4 ทัศนคติของชุมชนต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงเรียนก้าชธรรมชาตินอม บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจรายการ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ระดับความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นอื่น ๆ การพิจารณาเพิ่มเติมกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงเรียนก้าชธรรมชาตินอม บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) เป็นแบบคำถามปลายเปิด (Open - ended) เป็นคำถามเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ตอบแบบสอบถามเสนอความคิดเห็นเพิ่มเติมหรือกิจกรรมที่ตัวเองต้องการ เป็นแนวทางการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงเรียนก้าชธรรมชาตินอม บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ในโอกาสต่อไป

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ในการศึกษาครั้งนี้คณะผู้วิจัยดำเนินการรวบรวมข้อมูล มีลำดับขั้นตอนดังนี้

1) ติดต่อประสานงานกับผู้นำชุมชนของกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับเลือก ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัย

2) นำแบบสอบถามลงพื้นที่ เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด

3) นำแบบสอบถามมาตรวจสอบความสมบูรณ์ มีการปรับปรุงแก้ไขข้อคำถามที่ยังไม่ชัดเจน และได้แบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์

4) นำแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์มาวิเคราะห์ข้อมูลและดำเนินการแจกแจงข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้มีการวิเคราะห์การตอบแบบสอบถาม ด้วยการนำข้อมูลมาประมวลผล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด กลุ่ม และตำบลที่อยู่อาศัย และปัจจัยด้านการรับรู้ข่าวสารโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ประกอบด้วยความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย

การวิเคราะห์ระดับทัศนคติของชุมชนต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงเรียนก้าชธรรมชาตินอม บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการพัฒนาความรู้และการศึกษา ด้านการพัฒนาสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อม ด้านกีฬาและการท่องเที่ยว และด้านศาสนาและวัฒนธรรม ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด กลุ่ม และตำบลที่อยู่อาศัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	153	36.9
หญิง	262	63.1
อายุ		
น้อยกว่า 20 ปี	17	4.1
20 - 29 ปี	130	31.3
30 - 39 ปี	97	23.4
40 - 49 ปี	84	20.2
50 - 59 ปี	69	16.6
60 ปีขึ้นไป	18	4.3
ระดับการศึกษาสูงสุด		
ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	28	6.7
มัธยมศึกษาตอนต้น	51	12.3
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	90	21.7
อนุปริญญา/ปวส.	24	5.8
ปริญญาตรี	197	47.5
ปริญญาโท	23	5.5
ปริญญาเอก	2	0.5
กลุ่ม		
บุคคลที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี	17	4.09
ข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา	59	14.22
ข้าราชการพลเรือน		
ข้าราชการส่วนท้องถิ่น ข้าราชการการเมือง	44	10.61
ประชาชนทั่วไป	295	71.08
ตำบลที่อาศัยอยู่		
ชนอม	135	33.5
ท้องเนียน	146	35.2
ควนทอง	134	31.3

จากตารางที่ 1 พบว่า มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งหมด 415 คน เป็นเพศชายจำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 36.9 และเพศหญิงจำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 63.1 อายุของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 20 - 29 ปี จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 รองลงมา คือ อายุระหว่าง 30 - 39 ปี จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 23.4 และ อายุระหว่าง 40-49 ปี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 20.2

ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมา ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 21.7 และระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3

กลุ่ม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นกลุ่มประชาชนทั่วไปมีจำนวน 295 คน คิดเป็นร้อยละ 71.08 รองลงมา เป็นกลุ่มข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา ข้าราชการพลเรือน จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.22 กลุ่มข้าราชการส่วนท้องถิ่น ข้าราชการการเมือง จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 10.61 และกลุ่มบุคคลที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.09

ตำบลที่อยู่อาศัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่ในตำบลท้องเนียน จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 35.2 รองลงมาพักอาศัยอยู่ในตำบลชนอม จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 และตำบลควนทอง จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3

2. ข้อมูลปัจจัยการรับรู้ของแต่ละบุคคล

ตารางที่ 2 จำนวนและค่าร้อยละของปัจจัยการรับรู้ของแต่ละบุคคลเกี่ยวกับช่องทางการรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ และช่องทางการรับรู้ข่าวสารของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

ปัจจัยการรับรู้ของแต่ละบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ช่องทางการรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ		
สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทต่าง ๆ	115	27.7
สื่อวิทยุ	38	9.2
สื่อโทรทัศน์	103	24.8
ป้ายประชาสัมพันธ์	137	33
ผู้นำชุมชน/บุคคลที่รู้จัก	191	46
Facebook	259	62.4
LINE application	132	31.8
Instagram	46	11.1
YouTube	61	14.7
Twitter	23	5.5
TikTok	35	8.4
อาจารย์แนะนำ	1	0.2
ช่องทางการรับรู้ข่าวสารของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)		
เว็บไซต์ของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)	76	18.3
เพจ Facebook โรงแยกก๊าซธรรมชาติชนอมฯ	155	37.3
เพจ/กลุ่ม Facebook สาธารณะ	165	39.8
LINE application	63	15.2
YouTube	17	4.1
พนักงานของโรงแยกก๊าซธรรมชาติชนอมฯ	64	15.4
เจ้าหน้าที่กรมการปกครอง	121	29.2
สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทต่าง ๆ	53	12.8
สื่อวิทยุ	15	3.6
สื่อโทรทัศน์	32	7.7
ป้ายประชาสัมพันธ์	142	34.2
บุคคลที่รู้จัก	183	44.1

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังแสดงในตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับรู้ข่าวสารต่าง ๆ ผ่านทาง Facebook จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 62.4 รองลงมาผ่านทางผู้นำชุมชน/บุคคลที่รู้จัก จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 46 และ ป้ายประชาสัมพันธ์ จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 ตามลำดับ

ในด้านช่องทางการรับรู้ข่าวสารการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของโรงแยกก๊าซธรรมชาติชนอม บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับรู้ข่าวสารการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของโรงแยกก๊าซธรรมชาติชนอม บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) จากบุคคลที่รู้จัก จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 44.1 รองลงมาผ่านเพจ กลุ่ม/Facebook สาธารณะ จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 และเพจ Facebook โรงแยกก๊าซธรรมชาติชนอม บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3 ตามลำดับ

3. ทศนคติของชุมชนต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแยกก๊าซธรรมชาติชนอม บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

การวิเคราะห์ทัศนคติของชุมชนต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแยกก๊าซธรรมชาติชนอม บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ประกอบด้วย ด้านการพัฒนาความรู้และการศึกษา ด้านการพัฒนาชุมชนและสิ่งแวดล้อม ด้านกีฬาและการท่องเที่ยว และด้านศาสนาและวัฒนธรรม ใช้เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย (ละเอียด ศิลา น้อย และ กันทิมาลย์ จินดาประเสริฐ, 2562) ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง

ความหมาย

1.00 – 1.80

เห็นด้วยต่อการดำเนินงานในระดับน้อยที่สุด

1.81 – 2.60

เห็นด้วยต่อการดำเนินงานในระดับน้อย

2.61 – 3.40

เห็นด้วยต่อการดำเนินงานในระดับปานกลาง

3.41 – 4.20

เห็นด้วยต่อการดำเนินงานในระดับมาก

4.21 – 5.00

เห็นด้วยต่อการดำเนินงานในระดับมากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติของชุมชนต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงเรียนก้าชธรรมชาตินิยม บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) แสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทัศนคติของชุมชนที่มีต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงเรียนก้าชธรรมชาตินิยม บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) เป็นรายด้าน

กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)				ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)				ระดับทัศนคติ
	ท้องถิ่น	ชนอม	ควนทอง	รวม	ท้องถิ่น	ชนอม	ควนทอง	รวม	
1. กิจกรรมด้านการพัฒนาความรู้และการศึกษา	4.25	4.22	4.41	4.29	0.931	0.968	0.916	0.942	มากที่สุด
2. กิจกรรมด้านการพัฒนาสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อม	4.17	4.23	4.40	4.27	0.905	0.957	0.896	0.924	มากที่สุด
3. กิจกรรมด้านกีฬาและการท่องเที่ยว	4.16	4.19	4.43	4.26	0.905	0.984	0.907	0.939	มากที่สุด
4. กิจกรรมด้านศาสนาและวัฒนธรรม	4.14	4.21	4.39	4.25	0.931	0.966	0.923	0.946	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.18	4.23	4.41	4.27	0.918	0.962	0.905	0.938	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 พบว่า ทัศนคติของชุมชนต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงเรียนก้าชธรรมชาตินิยม บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.27$) เมื่อพิจารณาจำแนกเป็นรายด้าน จำนวน 4 ด้าน พบว่า ทัศนคติของชุมชนต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงเรียนก้าชธรรมชาตินิยม บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) อยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 4 ด้าน มีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ กิจกรรมด้านการพัฒนาความรู้และการศึกษา ($\bar{X}=4.29$) กิจกรรมด้านการพัฒนาสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}=4.27$) กิจกรรมด้านกีฬาและการท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.26$) และกิจกรรมด้านศาสนาและวัฒนธรรม ($\bar{X}=4.25$)

เมื่อพิจารณารายตำบล ทัศนคติที่มีต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงเรียนก้าชธรรมชาตินิยม บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ของประชาชนที่อาศัยอยู่ในตำบลควนทอง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}=4.41$) รองลงมา คือ ตำบลชนอม ($\bar{X}=4.23$) และตำบลท้องถิ่น ($\bar{X}=4.18$)

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทัศนคติของชุมชนที่มีต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงเรียนก้าชธรรมชาตินิยม บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ในด้านการพัฒนาความรู้และการศึกษา

ด้านการพัฒนาความรู้และการศึกษา	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)				ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)				ระดับทัศนคติ
	ท้องถิ่น	ชนอม	ควนทอง	รวม	ท้องถิ่น	ชนอม	ควนทอง	รวม	
1. กิจกรรมการมอบทุนการศึกษานักเรียน	4.49	4.39	4.54	4.47	0.881	0.873	0.838	0.865	มากที่สุด
2. โครงการสัมมนาให้ความรู้ผู้นำชุมชน	4.21	4.07	4.32	4.20	0.956	1.083	1.008	1.018	มากที่สุด
3. โครงการโรงเรียนปลอดภัยไข้ 5 ส.	4.26	4.24	4.40	4.30	0.955	0.924	0.918	0.933	มากที่สุด

ด้านการพัฒนาความรู้ และการศึกษา	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)				ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)				ระดับ ทัศนคติ
	ท้องถิ่น	ชนอม	ควนทอง	รวม	ท้องถิ่น	ชนอม	ควนทอง	รวม	
4. ค่ายเยาวชน อนุรักษ์บ้านเกิด	4.27	4.26	4.46	4.33	0.919	0.922	0.881	0.911	มากที่สุด
5. โครงการแข่งขันทักษะ ด้านความรู้ PTT Genius	4.21	4.21	4.44	4.28	0.917	0.955	0.897	0.927	มากที่สุด
6. กิจกรรมธรรมะในสวน	4.09	4.15	4.34	4.19	0.939	0.989	0.957	0.965	มาก
7. โครงการธนาคารขยะ	4.21	4.20	4.40	4.27	0.919	1.006	0.902	0.945	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.25	4.22	4.41	4.29	0.931	0.968	0.916	0.942	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 พบว่าระดับทัศนคติของชุมชนต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแยกก๊าซธรรมชาติชนอม บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ในด้านการพัฒนาความรู้และการศึกษา ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.29$) เมื่อพิจารณาเป็นรายกิจกรรม พบว่า กิจกรรมการมอบทุนการศึกษานักเรียน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}=4.47$) รองลงมา คือ ค่ายเยาวชนอนุรักษ์บ้านเกิด ($\bar{X}=4.33$) และโครงการโรงเรียนปลอดภัยไข้ 5 ส. ($\bar{X}=4.30$) ส่วนกิจกรรมที่มีทัศนคติอยู่ในระดับมาก จำนวน 2 โครงการ ได้แก่ โครงการสัมมนาให้ความรู้ผู้นำชุมชน ($\bar{X}=4.20$) และกิจกรรมธรรมะในสวน ($\bar{X}=4.19$)

เมื่อพิจารณารายตำบล ประชาชนที่อาศัยอยู่ในตำบลท้องถิ่น ตำบลชนอม และตำบลควนทอง มีทัศนคติต่อกิจกรรมการมอบทุนการศึกษานักเรียน มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเมื่อเปรียบเทียบกับกิจกรรมอื่น ๆ

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทัศนคติของชุมชนที่มีต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแยกก๊าซธรรมชาติชนอม บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ในด้านการพัฒนาสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อม

ด้านการพัฒนาสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อม	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)				ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)				ระดับ ทัศนคติ
	ท้องถิ่น	ชนอม	ควนทอง	รวม	ท้องถิ่น	ชนอม	ควนทอง	รวม	
1. โครงการช่วยเหลือภัย พิบัติ/โรคภัย	4.29	4.27	4.48	4.34	0.838	0.964	0.856	0.889	มากที่สุด
2. โครงการปลูกป่าเฉลิม พระเกียรติ	4.14	4.14	4.34	4.20	0.937	0.971	0.943	0.952	มาก
3. โครงการหน่วยแพทย์ เคลื่อนที่	4.13	4.21	4.44	4.26	0.919	0.970	0.889	0.934	มากที่สุด
4. โครงการปล่อยพันธุ์สัตว์ น้ำเฉลิมพระเกียรติ	4.19	4.21	4.34	4.25	0.897	0.965	0.901	0.921	มากที่สุด
5. โครงการทำความสะอาด ชายหาด/ถนน Big Cleaning	4.14	4.30	4.39	4.27	0.947	0.939	0.917	0.938	มากที่สุด
6. โครงการจิตอาสาพัฒนา โรงเรียน/วัด	4.18	4.31	4.45	4.31	0.915	0.926	0.881	0.912	มากที่สุด
7. โครงการ Smart Farming	4.16	4.24	4.38	4.26	0.900	0.964	0.899	0.923	มากที่สุด
8. โครงการส่งเสริม สนับสนุนวิสาหกิจชุมชน	4.17	4.19	4.43	4.26	0.897	0.966	0.896	0.925	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.17	4.23	4.40	4.27	0.905	0.957	0.896	0.924	มากที่สุด

จากตารางที่ 5 พบว่า ระดับทัศนคติของชุมชนที่มีต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแยกก๊าซธรรมชาติชนอม บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ในด้านการพัฒนาสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อม ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.27$) เมื่อพิจารณาเป็นรายกิจกรรม พบว่า โครงการช่วยเหลือภัยพิบัติ/โรคภัย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}=4.34$)

รองลงมา คือ โครงการจิตอาสาพัฒนาโรงเรียน/วัด ($\bar{X}=4.31$) และโครงการทำความสะอาดชายหาด/ถนน Big Cleaning ($\bar{X}=4.27$) และโครงการที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ โครงการปลูกป่าเฉลิมพระเกียรติ ($\bar{X}=4.20$)

เมื่อพิจารณาเป็นรายตำบล พบว่า ตำบลท้องเนียน มีทัศนคติอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 1 กิจกรรม ได้แก่ โครงการช่วยเหลือภัยพิบัติ/โรคภัย ($\bar{X}=4.29$) และมีทัศนคติอยู่ในระดับมาก จำนวน 7 กิจกรรม ตำบลขนอมมีทัศนคติอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 6 กิจกรรม มีค่าเฉลี่ยของโครงการจิตอาสาพัฒนาโรงเรียน/วัด ($\bar{X}=4.31$) สูงสุด และตำบลควนทองมีทัศนคติอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 8 กิจกรรม มีค่าเฉลี่ยของโครงการช่วยเหลือภัยพิบัติ/โรคภัย ($\bar{X}=4.48$) สูงสุด

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทัศนคติของชุมชนต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงเรียนกษัตริย์ราชวิทยาลัย ขอนอม บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ในด้านกีฬาและการท่องเที่ยว

ด้านกีฬาและการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)				ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)				ระดับทัศนคติ
	ท้องเนียน	ขนอม	ควนทอง	รวม	ท้องเนียน	ขนอม	ควนทอง	รวม	
1. การสนับสนุนกิจกรรมแข่งขันฟุตบอล	4.21	4.27	4.44	4.30	0.849	0.924	0.872	0.884	มากที่สุด
2. การสนับสนุนกีฬาประจำอำเภอขนอม	4.24	4.34	4.51	4.36	0.873	0.865	0.838	0.865	มากที่สุด
3. การสนับสนุนเทศกาลตกปลาทราย	4.13	4.13	4.40	4.21	0.927	1.033	0.893	0.958	มากที่สุด
4. การสนับสนุนงานชาวสวนและของดีเมืองขนอม	4.19	4.18	4.47	4.28	0.949	1.021	0.890	0.962	มากที่สุด
5. การสนับสนุนกีฬาแข่งรถวิบาก/ขนอมมอเตอร์ครอส	4.11	4.15	4.40	4.22	0.969	0.950	0.951	0.964	มากที่สุด
6. การสนับสนุนกิจกรรมนมัสการหลวงพ่อทวดที่เกาะนุ้ย	4.18	4.24	4.42	4.27	0.861	0.964	0.904	0.912	มากที่สุด
7. การสนับสนุนโครงการกินปูตุนก ตกปลา	4.12	4.10	4.42	4.21	0.901	1.071	0.928	0.976	มากที่สุด
8. การสนับสนุนงานปูเสื่อกินข้าว เคาท์ดาวน เมืองขนอม	4.12	4.15	4.37	4.21	0.916	1.026	0.986	0.980	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.16	4.19	4.43	4.26	0.905	0.984	0.907	0.939	มากที่สุด

จากตารางที่ 6 พบว่า ระดับทัศนคติของชุมชนต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงเรียนกษัตริย์ราชวิทยาลัย ขอนอม บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ในด้านกีฬาและการท่องเที่ยว ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.26$) เมื่อพิจารณาเป็นรายกิจกรรม พบว่า การสนับสนุนกีฬาประจำอำเภอขนอม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}=4.36$) รองลงมา คือ การสนับสนุนกิจกรรมแข่งขันฟุตบอล ($\bar{X}=4.30$) และการสนับสนุนงานชาวสวนและของดีเมืองขนอม ($\bar{X}=4.28$)

เมื่อพิจารณารายตำบล พบว่า ตำบลท้องเนียน มีทัศนคติอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 2 กิจกรรม มีค่าเฉลี่ยของการสนับสนุนกีฬาประจำอำเภอขนอม ($\bar{X}=4.24$) สูงสุด ตำบลขนอมมีทัศนคติอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 3 กิจกรรม มีค่าเฉลี่ยของการสนับสนุนกีฬาประจำอำเภอขนอม ($\bar{X}=4.34$) สูงสุด และตำบลควนทองมีทัศนคติอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 8 กิจกรรม มีค่าเฉลี่ยของการสนับสนุนกีฬาประจำอำเภอขนอม ($\bar{X}=4.51$) สูงสุด

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทัศนคติของชุมชนต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงเรียนกษัตริย์ราชวิทยาลัย ขอนอม บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ในด้านศาสนาและวัฒนธรรม

ด้านศาสนาและวัฒนธรรม	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)				ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)				ระดับทัศนคติ
	ท้องเนียน	ขนอม	ควนทอง	รวม	ท้องเนียน	ขนอม	ควนทอง	รวม	
1. การสนับสนุนงานแห่ผ้าขึ้นธาตุเจดีย์ปะการังตำบลท้องเนียน	4.02	4.24	4.40	4.22	1.142	0.910	0.935	1.015	มากที่สุด

ด้านศาสนาและวัฒนธรรม	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)				ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)				ระดับทัศนคติ
	ท้องถิ่น	ชนอม	ความทอง	รวม	ท้องถิ่น	ชนอม	ความทอง	รวม	
2. การสนับสนุนการทอดกฐิน/ถวายเทียนพรรษา	4.18	4.27	4.43	4.29	0.917	0.918	0.905	0.917	มากที่สุด
3. การสนับสนุนงานลอยกระทง	4.16	4.16	4.42	4.24	0.917	1.014	0.912	0.954	มากที่สุด
4. การสนับสนุนกิจกรรมวันเด็กแห่งชาติ	4.21	4.32	4.45	4.32	0.896	0.920	0.914	0.913	มากที่สุด
5. การสนับสนุนงานประเพณีศาลเจ้าขุนเณร	4.14	4.20	4.34	4.22	0.910	0.937	0.965	0.938	มากที่สุด
6. การสนับสนุนงานประเพณีสงกรานต์และของดีเมืองอำเภอนอม	4.14	4.22	4.40	4.25	0.887	0.975	0.934	0.935	มากที่สุด
7. การสนับสนุนกิจกรรมมัสยิด	4.14	4.13	4.30	4.19	0.876	1.003	0.942	0.941	มาก
8. การมอบพวงหรีด	4.14	4.13	4.43	4.23	0.887	1.050	0.887	0.950	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.14	4.21	4.39	4.25	0.931	0.966	0.923	0.946	มากที่สุด

จากตารางที่ 7 พบว่า ระดับทัศนคติของชุมชนต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงพยาบาลชุมชนชาตินอม บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ในด้านศาสนาและวัฒนธรรม ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.25$) เมื่อพิจารณาเป็นรายกิจกรรม จำนวน 8 กิจกรรม พบว่า การสนับสนุนกิจกรรมวันเด็กแห่งชาติ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}=4.32$) รองลงมา คือ การสนับสนุนการทอดกฐิน/ถวายเทียนพรรษา ($\bar{X}=4.29$) และ การสนับสนุนงานประเพณีสงกรานต์และของดีเมืองอำเภอนอม ($\bar{X}=4.25$) และมีทัศนคติอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การสนับสนุนกิจกรรมมัสยิด ($\bar{X}=4.19$)

เมื่อพิจารณาจำแนกเป็นรายตำบล พบว่า ตำบลท้องเนียนมีทัศนคติอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 1 กิจกรรม ได้แก่ การสนับสนุนกิจกรรมวันเด็กแห่งชาติ ($\bar{X}=4.21$) และมีทัศนคติเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก จำนวน 7 กิจกรรม มีค่าเฉลี่ยของการสนับสนุนการทอดกฐิน/ถวายเทียนพรรษา ($\bar{X}=4.18$) มากที่สุด ตำบลชนอมมีทัศนคติอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 4 กิจกรรม มีค่าเฉลี่ยของการสนับสนุนกิจกรรมวันเด็กแห่งชาติ ($\bar{X}=4.32$) มากที่สุด ตำบลความทองมีทัศนคติอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 8 กิจกรรม มีค่าเฉลี่ยของการสนับสนุนกิจกรรมวันเด็กแห่งชาติ ($\bar{X}=4.45$) มากที่สุด

ตารางที่ 8 การเข้าร่วมกิจกรรมที่ทางโรงพยาบาลชุมชนชาตินอม บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) จัดหรือเป็นผู้สนับสนุนแยกตามตำบล

กิจกรรม CSR		ท้องถิ่น	ชนอม	ความทอง	รวม
1. กิจกรรมด้านการพัฒนาความรู้และการศึกษาในอำเภอนอม	เคยเข้าร่วม	81	81	97	259
	ไม่เคยเข้าร่วม	65	54	37	156
2. กิจกรรมด้านการพัฒนาสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม	เคยเข้าร่วม	62	79	95	236
	ไม่เคยเข้าร่วม	84	56	39	179
3. กิจกรรมด้านกีฬาและการท่องเที่ยว	เคยเข้าร่วม	85	83	107	275
	ไม่เคยเข้าร่วม	61	52	27	140
4. กิจกรรมด้านศาสนาและวัฒนธรรม	เคยเข้าร่วม	83	80	93	256
	ไม่เคยเข้าร่วม	63	55	41	159

จากตารางที่ 8 เมื่อพิจารณารายตำบล พบว่ากิจกรรมที่ประชาชนทุกตำบลเคยเข้าร่วมมากที่สุด คือ กิจกรรมด้านกีฬาและการท่องเที่ยวกิจกรรม มีจำนวน 275 คน รองลงมา คือ กิจกรรมด้านการพัฒนาความรู้และการศึกษาในอำเภอนอม

มีจำนวน 259 คน กิจกรรมด้านศาสนาและวัฒนธรรม มีจำนวน 256 คน และกิจกรรมด้านการพัฒนาสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อม มีการเข้าร่วมน้อยที่สุด คือ มีจำนวน 236 คน

อภิปรายผล

1. จากการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยการรับรู้ของแต่ละบุคคลของชุมชนในอำเภอชนอม ส่วนใหญ่รับรู้ข่าวสารปัจจุบันต่าง ๆ ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.4 รองลงมา คือ ผ่านทางผู้นำชุมชน/บุคคลที่รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 46 นอกจากนั้น การรับรู้ข่าวสารการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของโรงเรียนกัษัตริย์ราชินีชนอม บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) ผ่านทางช่องทางเพจ/กลุ่ม Facebook สาธารณะอื่น ๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.8 รองลงมา คือ เพจ Facebook โรงเรียนกัษัตริย์ราชินีชนอม คิดเป็นร้อยละ 37.3

ผลการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่าสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะเฟซบุ๊ก (Facebook) เพจต่าง ๆ เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมและสามารถใช้เป็นช่องทางในการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม การประชาสัมพันธ์ข้อมูล หรือกิจกรรม ต่าง ๆ ได้ รวมทั้งใช้เป็นเครื่องมือในการกระตุ้นให้คนในชุมชนมีความสนใจที่จะเข้าร่วมกิจกรรมที่ทางโรงเรียนกัษัตริย์ราชินีชนอม บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ได้จัดขึ้นและควรมีการนำสื่อสังคมออนไลน์ดังกล่าวมาใช้อย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ หรือโซเชียลมีเดียเป็นช่องทางการสื่อสารที่มีบทบาทต่อสังคมที่กำลังเปลี่ยนวิธีการติดต่อสื่อสารไปจากรูปแบบเดิม อีกทั้งยังเป็นการสื่อสารช่องทางเลือกที่สำคัญ (Alternative Channel) ของผู้คนในปัจจุบัน ส่งผลให้สื่อกระแสหลักทั้งหลายต้องปรับตัว วารสาร นิตยสาร โทรทัศน์และวิทยุ ต่างหันมาให้ความสำคัญและนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์กันมากขึ้น ทำให้เกิดการรับรู้ได้ในทันทีหรือแบบ Real time (ปานทิพย์ พยัพพานนท์, 2552; อติสรณ์ อันสงคราม, 2558)

นอกจากนี้ การรับรู้ข่าวสารการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของผู้คนในปัจจุบันที่นิยมการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ยังสอดคล้องกับข้อมูลที่ศึกษา โดยสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) (2560) พบว่า การใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทยส่วนใหญ่จะเป็นไป เข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) มีผู้ใช้งานคิดเป็นร้อยละ 97.3 จำนวน 2 สื่อ คือ เฟซบุ๊ก (Facebook) และยูทูบ (YouTube) แอปพลิเคชันไลน์ ร้อยละ 94.5 เฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มเด็กและเยาวชน (Generation Y และ Z) ประมาณร้อยละ 98 นิยมใช้สื่อยูทูบ (YouTube)

2. ทัศนคติของชุมชนต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ของโรงเรียนกัษัตริย์ราชินีชนอม บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน)

จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าชุมชนในอำเภอชนอมมีทัศนคติต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงเรียนกัษัตริย์ราชินีชนอม บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านการพัฒนาความรู้และการศึกษา ด้านการพัฒนาชุมชนและสิ่งแวดล้อม ด้านกีฬาและการท่องเที่ยว และด้านศาสนาและวัฒนธรรม ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.21$) ทั้งนี้ เนื่องจากโรงเรียนกัษัตริย์ราชินีชนอม บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) ได้จัดให้กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ที่คำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับสิ่งต่าง ๆ ในสังคม และมีกิจกรรมที่หลากหลาย ประชาชนในชุมชนอำเภอชนอมรู้จักและคุ้นเคยกับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมภายในองค์กรเป็นอย่างดี แสดงให้เห็นว่าองค์กรมีการให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมในทุก ๆ ด้านเป็นอย่างมาก

นอกจากนี้กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมดังกล่าวมีความสอดคล้องตามหลักการกำหนดรูปแบบตามแนวคิดทฤษฎีของ Kotler & Lee (2005) ได้จำแนกประเภทกิจกรรมไว้เป็น 6 ชนิดกิจกรรม กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงเรียนกัษัตริย์ราชินีชนอม บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ได้มีรูปแบบกิจกรรมการดำเนินงาน 4 ชนิดกิจกรรม ได้แก่ การส่งเสริมประเด็นทางสังคม การบริจาคโดยตรง อาสาสมัครช่วยเหลือชุมชน และข้อปฏิบัติทางธุรกิจเพื่อรับผิดชอบต่อประเด็นสังคม รูปแบบที่ได้ดำเนินการมากที่สุด คือ การบริจาคเพื่อการกุศล รองลงมา คือ การส่งเสริมประเด็นทางสังคม ด้านกลยุทธ์ ปตท. มีการทำความเข้าใจและสร้างค่านิยมเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม เริ่มจากภายในองค์กร แล้วจึงขยายไปสู่ภายนอกองค์กร โดย ปตท. กำหนดกรอบและขอบเขตในประเด็นทางสังคมไว้อย่างชัดเจน ทำให้บริษัทสามารถกำหนดกลยุทธ์การทำงานและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการได้ตรงจุด (ณัฐชนิธร อภิวิชญ์ชลชาติ, 2551)

นอกจากนี้ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ณัฐชนิ ชูช่วย (2553) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องกลยุทธ์การบริหารโครงการกิจกรรมเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในการสร้างภาพลักษณ์ของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) พบว่า การทำกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) มีความชัดเจน ต่อเนื่องและจริงจัง จึงส่งผลต่อภาพลักษณ์ของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) โดยชุมชนมีการรับรู้ต่อภาพลักษณ์ของ ปตท.ในระดับดี จึงให้ความร่วมมือเป็นเครือข่ายในการทำงานร่วมกับ ปตท.

รูปแบบกิจกรรมการดำเนินงาน 4 ชนิดกิจกรรม ที่ทางโรงเรียนกัษัตริย์ราชินีชนอม บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ได้ดำเนินการสามารถอภิปรายได้ดังนี้

1. การตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคม (Cause-Related Marketing) การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม (Cause Promotion) เป็นการจัดหาเงินทุน วัสดุสิ่งของ หรือทรัพยากรอื่นขององค์กร ขยายการรับรู้และความห่วงใยต่อประเด็นปัญหาทางสังคมนั้น ตลอดจนสนับสนุนการระดมทุน การมีส่วนร่วม หรือการเพิกถอนอาสาสมัคร

2. การบริจาคเพื่อการกุศล (Corporate Philanthropy) กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการบริจาคเพื่อการกุศลอาจเป็นกิจกรรมที่ทำได้ง่าย จากการศึกษากิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการบริจาคเพื่อการกุศลของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) พบว่า มีกิจกรรมการมอบทุนการศึกษานักเรียนในอำเภอชนอม การจัดกิจกรรมที่เป็นบริจาคเพื่อการกุศล สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อุทัย มหิทธิมาวงศ์ (2545) พบว่า ชุมชนอำเภอชนอมมีความต้องการให้โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรสนับสนุนการศึกษา เช่น ทุนการศึกษา อุปกรณ์การเรียนการสอน ห้องสมุด วิทยากรให้ความรู้ มากที่สุด

นอกจากนี้จากผลการศึกษายังพบว่ากิจกรรมการมอบทุนการศึกษานักเรียนในอำเภอชนอมเป็นกิจกรรมที่ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกตำบล มีทัศนคติที่ดีมากและมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเมื่อเปรียบเทียบกับกิจกรรมด้านการพัฒนาความรู้และการศึกษาอื่น ๆ

ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากประชาชนในอำเภอชนอมให้ความสำคัญกับการพัฒนาตนเองโดยเฉพาะด้านการศึกษา บางครอบครัวอาจจะมีข้อจำกัดทางการเงินที่นำมาใช้ในการสนับสนุนให้บุตรหลานของตนเอง ในปัจจุบันการศึกษาในระบบโรงเรียนและสถาบันการศึกษา มีค่าใช้จ่ายที่จำเป็นหลายประการ เช่น ค่าเล่าเรียน ค่าหนังสือ เครื่องมือ และอุปกรณ์ ค่าบำรุงรักษาและกิจกรรม และอื่น ๆ ที่โรงเรียน หรือสถานศึกษาเรียกเก็บ (ปรารถนา บุญบารมี และปิยพงษ์ สุเมตติกุล, 2558) ถ้าหากประชาชนในชุมชนได้รับการช่วยเหลือทางการเงินในรูปแบบของทุนการศึกษา เป็นการช่วยเหลือด้านเศรษฐกิจครอบครัวและยังเป็นการเสริมสร้างสัมพันธภาพชุมชนกับหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนทางการศึกษาอีกด้วย

3. การอาสาช่วยเหลือชุมชน (Community Volunteering) กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) มีหลายโครงการ อาทิเช่น โครงการช่วยเหลือภัยพิบัติ/โรคภัย โครงการจิตอาสาพัฒนาโรงเรียน/วัด โครงการทำความสะอาดชายหาด/ถนน Big Cleaning

4. การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Business Practices) การดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงผลกระทบด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะการตระหนักถึงการพัฒนาระบบ ชุมชนและสิ่งแวดล้อม เช่น โครงการปลูกป่าเฉลิมพระเกียรติ โครงการธนาคารขยะ เป็นโครงการที่มุ่งเน้นความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมการช่วยแก้ปัญหา เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการขยะมูลฝอยในพื้นที่ ลดงบประมาณเพื่อการจัดการขยะมูลฝอยและเป็นการขยายผลสู่การสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมให้เยาวชนมีจิตสำนึกในการใช้พลังงานอย่างประหยัด

โครงการ Smart farming หรือเกษตรอัจฉริยะ เป็นการนำเกษตรสมัยใหม่ในยุคดิจิทัลด้วยการใช้เทคโนโลยีมาช่วยในการจัดการการเกษตรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ทำให้ชุมชนได้ลดต้นทุนในกระบวนการผลิต ได้สินค้าที่มีมาตรฐานลดความเสี่ยงในภาคเกษตรที่เกิดจากการระบาดของศัตรูพืชและภัยธรรมชาติ และเป็นการจัดส่งผ่านความรู้โดยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อให้ชุมชนได้นำความรู้ไปต่อยอดเพื่อสร้างรายได้ในอนาคต

โครงการดังกล่าวที่ทางโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) จัดขึ้นนั้น ช่วยในการลดรายจ่ายเป็นการส่งเสริมการสร้างรายได้ การสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาทางเศรษฐกิจ เป็นการลงทุนเพื่อชุมชนให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นจึงส่งผลให้ชุมชนในอำเภอชนอมมีทัศนคติที่ดีมากต่อการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

นอกจากนี้ โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) มีกลยุทธ์การดำเนินกิจกรรมด้วยการเสนอโครงการที่ให้ความสำคัญกับบริบทเฉพาะของท้องถิ่นอำเภอชนอม หรือจังหวัดนครศรีธรรมราช ดังจะเห็นได้จากการมีโครงการด้านศาสนาและวัฒนธรรม อาทิ การสนับสนุนงานแห่ผ้าขึ้นธาตุเจดีย์ปะการังตำบลทองเนียน ถือว่าในอำเภอชนอมนั้น งานประเพณีแห่ผ้าขึ้นเจดีย์เขาธาตุ (เจดีย์ปะการัง) จัดขึ้นจากความเชื่อและศรัทธาว่าเจดีย์เขาธาตุ (เจดีย์ปะการัง) เป็นสถานที่ที่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร และยังรวมถึงการสนับสนุนการทอดกฐิน/ถวายเทียนพรรษา การสนับสนุนงานลอยกระทง การสนับสนุนงานประเพณีสงกรานต์และของดีเมืองอำเภอชนอม

กิจกรรมดังกล่าวมีความสอดคล้องกับแนวความคิดและวิถีชีวิตของชุมชนอำเภอชนอม ที่เห็นความสำคัญกับการดำเนินกิจกรรมในด้านศาสนาและวัฒนธรรม ชาวอำเภอชนอมมีความหลากหลายทางศาสนาและวัฒนธรรม จึงต้องการสิ่งที่ยึดเหนี่ยวทางใจและต้องการความเท่าเทียมกันของผู้คนที่นับถือศาสนาต่างกัน เพื่อให้ทุกคนอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข พบว่า ทุกกิจกรรมชุมชนมีความรู้สึกว่าเป็นสิ่งที่ดีและเป็นประโยชน์ต่อชาวอำเภอชนอม จึงทำให้ได้รับการยอมรับจากชุมชน เกิดภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กรสามารถดำเนินกิจการและอยู่ร่วมกับสังคมอย่างยั่งยืนต่อไป สอดคล้องกับแนวคิดของ มาริสา ดีใจ (2558) ที่กล่าวว่าธุรกิจใดที่ให้การ

สนับสนุนด้านศิลปวัฒนธรรม ถือเป็นรูปแบบหนึ่งของการแสดงออก ความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถส่งเสริมให้บุคคลอื่นได้รู้จัก เกิดความรู้สึกละแวกทัศนคติที่ดีให้กับบริษัทได้ แนวคิดที่ให้ การสนับสนุนด้านวัฒนธรรมถือว่าเป็นการลงทุนด้านคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นสำหรับชุมชน ท้องถิ่น บุคลากร และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กร

ด้านการพัฒนาความรู้และการศึกษา การจัดโครงการแข่งขันทักษะด้านความรู้ PTT Genius ถือเป็นการเผยแพร่ความรู้ทางด้านวิชาการและความรู้เกี่ยวกับก๊าซธรรมชาติให้กับเยาวชนในอำเภอหนองมิกิจกรรมค่ายเยาวชนหนองมิกิจกรรมบ้านเกิด เป็นกิจกรรมที่มุ่งปลูกฝังเยาวชนให้ช่วยกันรักษาทรัพยากรทางทะเล เป็นต้นทุนทางธรรมชาติของชุมชนอำเภอหนองมิกิจกรรมจึงทำให้ชุมชนมีทัศนคติที่ดีต่อการดำเนินกิจกรรม

ด้านกีฬาและการท่องเที่ยว เกี่ยวกับการสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ พบว่า ชุมชนมีทัศนคติในกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยการสนับสนุนงานชาวสวน งานเทศกาลตกปลาทราย งานนมัสการหลวงปู่ทวดที่เกาะนุ้ย การแข่งขันกีฬาต่าง ๆ ในอำเภอหนองมิกิจกรรมส่งเสริมกีฬาและการท่องเที่ยวในอำเภอหนองมิกิจกรรมสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนทุกกิจกรรมชุมชนมีระดับทัศนคติอยู่ในระดับมากที่สุด

3. ข้อเสนอแนะสำหรับการดำเนินการกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในอนาคต โรงแยกก๊าซธรรมชาติหนองมิกิจกรรม ปตท. จำกัด (มหาชน) ควรมีการเผยแพร่กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่กำลังดำเนินการหรือดำเนินการแล้วผ่านในช่องทางอื่น ๆ เช่น เว็บไซต์บริษัทเพื่อให้ประชาชนรับทราบ รวมทั้ง การจัดการสานเสวนา (Social Dialogue) เพื่อเพิ่มความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือขององค์กร อาจจะดำเนินการในรูปแบบของการประชุมระดับตัวแทนของกลุ่ม หรือชุมชน บุคคลที่เกี่ยวข้องหรือผู้มีส่วนได้เสีย หรือการเปิดบ้าน

การจัดกิจกรรมอื่น ๆ ที่สร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อชุมชน เช่น การเป็นเจ้าภาพจัดกีฬาอีสปอร์ต หรือกีฬาอิเล็กทรอนิกส์ การพัฒนาอาชีพกลุ่มแม่บ้าน การจัดหรือประสานงานให้มีการถ่ายทอดความรู้อาชีพท้องถิ่นต่าง ๆ การขยายตลาดสินค้าพื้นบ้านของชุมชนอำเภอหนองมิกิจกรรม (อุทัย มหิตติมหารักษ์, 2545) การให้ความรู้กับชุมชนในการปรับเปลี่ยนด้านต่าง ๆ สู่โลกหลังโควิด-19 เป็นต้น

การปรับเปลี่ยนรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแยกก๊าซธรรมชาติหนองมิกิจกรรม ปตท. จำกัด (มหาชน) ในด้านการพัฒนาความรู้และการศึกษาที่ชุมชนเห็นว่ามีความสำคัญที่น้อยกว่ากิจกรรมอื่น ๆ คือ โครงการสัมมนาให้ความรู้ผู้นำชุมชน และกิจกรรมธรรมะในสวน จากผลการศึกษาพบว่าค่าเฉลี่ยทัศนคติที่มีต่อกิจกรรมดังกล่าวมีน้อยที่สุด ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจและสังคม เป็นสาเหตุให้วิถีชีวิตของผู้คนในสังคมมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินชีวิตตามไปด้วย กิจกรรมของชีวิตเปลี่ยนแปลงไป เช่น ต้องตื่นแต่เช้าเพื่อออกไปทำงานนอกบ้าน ส่วนมากจะมีเวลาอยู่ที่ทำงาน หรืออยู่บนท้องถนน การเปลี่ยนแปลงรูปแบบดำเนินชีวิตดังกล่าวนี้นำให้ไม่มีเวลาพอที่จะกระทำกิจกรรมทางศาสนาตามแบบวิถีแห่งพุทธ เช่น การตื่นนอนแต่เช้าเพื่อจัดเตรียมอาหารคาวหวานสำหรับใส่ตักบาตร หรือแม้แต่การไปบำเพ็ญบุญกุศลที่วัด การฟังเทศน์ฟังธรรมจากพระสงฆ์ปริมาณลดน้อยลง (สิริพิชญ์ เดชะโกศล, 2549) ในอนาคตอาจจะมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบกิจกรรมเพื่อให้ตรงกับความต้องการของชุมชน เช่น การเชิญพระวิทยากรผู้มีชื่อเสียง ได้รับการยอมรับในระดับประเทศมาร่วมในการถ่ายทอดธรรมะที่เข้าใจง่าย กลุ่มที่เป็นวัยรุ่นหรือเยาวชนสามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้

สรุปผลการวิจัย

ในการจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของหน่วยงาน หรือองค์กรทางธุรกิจควรพิจารณากิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของประชาชน มุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจ สนับสนุนสิ่งจำเป็นที่เร่งด่วนในภาวะวิกฤติ มีการปรับเปลี่ยนให้เข้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ จะเป็นกิจกรรมที่ประชาชนในชุมชนให้ความสำคัญ ทั้งนี้ เพื่อให้ประชาชน หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องมีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กรนั้น ๆ และเพื่อการประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธุรกิจ

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากโรงแยกก๊าซธรรมชาติหนองมิกิจกรรม ปตท. จำกัด (มหาชน) คณะผู้วิจัยขอขอบคุณคุณคุณจิรายุ จันทองแก้ว พนักงานปฏิบัติงานมวลชนของโรงแยกก๊าซธรรมชาติหนองมิกิจกรรม ปตท. จำกัด (มหาชน) ที่ให้การช่วยเหลือในการติดต่อประสานงาน ขอขอบคุณผู้บริหารของวิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรมและการจัดการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ที่ได้ให้การสนับสนุนในการทำวิจัยนี้ และขอขอบคุณผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายที่ได้ให้ความช่วยเหลือในการตอบแบบสอบถาม

การอ้างอิง

- จิรายุ จันทองแก้ว.(2557). **ทัศนคติของชุมชนต่อการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแยกก๊าซธรรมชาติ บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน)** (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์, นครศรีธรรมราช.
- ณัฐชนัน อภิวิญญูชลชาติ. (2551). **การศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)** (การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.
- ณัฐินี ชูช่วย. (2553). **กลยุทธ์การบริหารโครงการกิจกรรมเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในการสร้างภาพลักษณ์ของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)** (รายงานโครงการเฉพาะบุคคล). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปรารธนา บุญปรมี และปิยพงษ์ สุเมตติกุล. (2558). **กลยุทธ์การพัฒนาคูสมบัติที่พึงประสงค์ของนักเรียนโรงเรียนมัธยมศึกษาในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร เพื่อการระดมทุนการศึกษาจากหน่วยงานเอกชน**. **วารสารอิเล็กทรอนิกส์ทางการศึกษา**, 10 (3), 100 -112.
- ประชาชาติธุรกิจ. (2564). **เปิดแผน CSR ปตท.ปี '63 โฟกัสปลูกป่า-ช่วยพื้นที่ภัยพิบัติ**. สืบค้นจาก <https://www.prachachat.net/csr-hr/news-419861>.
- ปานทิพย์ พัยพานนท์. (2552). **กระบวนการสื่อสารภายในองค์กรเกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)** (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพฯ.
- พัชร์ศุภากร ศรีสวัสดิ์. (2554). **ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) กับภาพลักษณ์ขององค์กรเครือซีเมนต์ไทย (SCG) ในมุมมองของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร** (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, นครปฐม.
- มาริสา ดีใจ. (2558). **การมีส่วนร่วมของชุมชนกับภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจัดการและพัฒนาทรัพยากรน้ำภาคตะวันออก จำกัด (มหาชน) จังหวัดระยอง** (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยบูรพา,ชลบุรี.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542**. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์.
- ละอียด ศิลาน้อย และกันทิมาลย์ จินดาประเสริฐ. (2562). **การใช้มาตรฐานค่าในการศึกษาวิจัยทางสังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ การโรงแรมและการท่องเที่ยว**. **วารสารบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี**, 8 (15), 112-126.
- วิสูตร ยังพลขันธ์. (2544). **ความตระหนักในความสำคัญของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของพนักงานปฏิบัติการคลังน้ำมัน บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน)** (ภาคนิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- สถาบันพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน. (2556). **ความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อความยั่งยืนขององค์กร**. กรุงเทพฯ: สถาบันธุรกิจเพื่อสังคมตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน). (2560). **รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2560**. กรุงเทพฯ: กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.
- สิริพิชญ์ เตชะไกรศรี. (2549). **การเผยแพร่ธรรมะเชิงรุกตามวิถีพุทธ : ศึกษาเฉพาะกรณีการจัดกิจกรรมธรรมะในสวน ณ สวนหลวง ร.9** (วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- สุกัญญา ศุภกิจอานวย และดุลยปวีณ กรณธ์แสง. (2552). **PTT: THE S- CURVE STORY กลยุทธ์ ตัด ต่อ โด่ ฝ่าวิกฤติสู่เวทีโลก**. กรุงเทพฯ: กรุงเทพธุรกิจ.
- อดิสรณ์ อ้นสงคราม. (2558). **รายงานการวิจัยเรื่องผลกระทบจากการใช้สื่อโซเชียลมีเดียของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- อุทัย มหิทธิมหาวงศ์. (2545). **การศึกษาทัศนคติและความต้องการของชุมชนอำเภอหนองม่อมต่อการดำเนินการด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมของโรงแยกก๊าซธรรมชาติหนองม่อม**. นครศรีธรรมราช: มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- Kotler, P., & Lee, N. (2005). **Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause**. New York: John Wiley.