

การเปิดรับสื่อ และการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในพื้นที่
จังหวัดระยองของพนักงานกลุ่มบริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน)
Media Exposure and Engagement in Socially Responsible Activities in
Rayong Province by Workers of PTT Global Chemical Public Company
Limited

อักรพนธ์ เขมะรังสี¹ และ โมไนยพล รณเวช²
Akarapon Khemarungsee³ and Monaiphol Ronavej⁴

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อ และการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม รวมทั้งเพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างภูมิหลังกับการเปิดรับสื่อ และเพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อกับการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในพื้นที่จังหวัดระยองของพนักงานกลุ่มบริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน)

การวิจัยนี้ใช้การวิจัยเชิงสำรวจ ประชากร คือ พนักงานกลุ่มบริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) จำนวน 4,972 คน ขนาดตัวอย่าง 320 คน ใช้การเลือกตัวอย่างแบบโควตา โดยแบ่งโควตาตามกลุ่มธุรกิจ และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเก็บข้อมูลทางสื่อสังคมออนไลน์ ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง โดยทำเป็นแบบสอบถามออนไลน์ ไปโพสต์ที่สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กและแอปพลิเคชัน LINE ทั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลในวันที่ 1-30 มิถุนายน 2564 และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับมาก และกลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์มากกว่าสื่อออฟไลน์ นอกจากนั้นกลุ่มตัวอย่างมีการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับปานกลาง โดยเข้าร่วมในวันที่จัดกิจกรรมสูงที่สุด รองลงมา คือ มีส่วนร่วมประเมินผล มีส่วนร่วมในการวางแผน และมีส่วนร่วมในการกำหนดประเด็น ตามลำดับ

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประจำคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

³ Master's Student, Program in Corporate Communication Management, Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University

⁴ Assistant Professor, Ph.D., Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พนักงานที่มีอายุงานและตำแหน่งงานที่ต่างกันจะมีการเปิดรับสื่อในแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ และพนักงานที่สังกัดอยู่ในกลุ่มธุรกิจที่แตกต่างกันจะมีการเปิดรับสื่อไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ยังพบว่า การเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยสื่อออนไลน์มีขนาดความสัมพันธ์สูงกว่าสื่อออนไลน์ ทั้งการมีส่วนร่วมในภาพรวม การมีส่วนร่วมกำหนดประเด็น การมีส่วนร่วมในการวางแผนและการมีส่วนร่วมประเมินผล ยกเว้นการเข้าร่วมในวันที่จัดกิจกรรมเท่านั้นที่พบว่า สื่อออนไลน์มีขนาดความสัมพันธ์สูงกว่าสื่อออฟไลน์

คำสำคัญ : การจัดการการสื่อสาร, การเปิดรับสื่อ, การมีส่วนร่วม, ความรับผิดชอบต่อสังคม, บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน)

ABSTRACT

The objectives of this research are to study the media exposure of workers of PTT Global Chemical Public Company Limited and their engagement in socially responsible activities, to study the difference between their background and media exposure, and to study the relationship between their media exposure and engagement in socially responsible activities in Rayong Province.

This is a survey research. The population consists of 320 samples out of 4,972 workers of PTT Global Chemical Public Company Limited, through quota sampling of business groups. Data, collected through online self-administered questionnaire posted on Facebook and LINE Application during 1-30 June 2021, are analyzed using descriptive and inferential statistics.

The finding shows that the samples have a high media exposure about social responsibility, with greater exposure to online than offline media. In addition, they have a moderate engagement in socially responsible activities, with the highest score in the days on which activities are held, followed by engagement in assessment, planning, and setting of issues, respectively.

Hypothesis testing reveals that workers with different years of service and work positions show significantly different media exposure, while those in different business groups show no significant difference in media exposure. It is also found that the media exposure has a positive relationship with the engagement in socially responsible activities, with greater exposure to offline than online media whether it

comes to overall engagement, setting of issues, planning, or assessment. The only exception is found in the engagement on the days when activities are held where there is greater exposure to online than offline media.

Keywords: communication management, media exposure, engagement, social responsibility, PTT Global Chemical Public Company Limited

ที่มาและความสำคัญ

บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) หรือ จีซี ในฐานะแกนนำธุรกิจเคมีภัณฑ์ของกลุ่ม ปตท. มุ่งมั่นในการเป็นผู้นำในธุรกิจเคมีภัณฑ์ที่ผสานนวัตกรรม และเทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างสรรค์ชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น โดยดำเนินธุรกิจปิโตรเคมีครบวงจร ครอบคลุมการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมีขั้นต้น ขั้นกลาง และขั้นปลาย ปัจจุบันการดำเนินธุรกิจไม่เพียงแต่มุ่งแสวงหาผลกำไรได้อย่างมากที่สุด แต่การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจดำเนินได้อย่างยั่งยืน โดยดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม ทั้งในด้านความปลอดภัย คุณภาพชีวิต และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ พนักงานเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรที่มีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม คำนึงถึงการดำเนินธุรกิจที่จะมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยเริ่มตั้งแต่ขั้นตอนการเริ่มก่อสร้างโรงงาน การเลือกเทคโนโลยี ตลอดถึงกระบวนการผลิต และกระบวนการกำจัดของเสีย รวมถึงวิจัยและพัฒนานวัตกรรมที่จะส่งเสริมการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) มีกลุ่มบริษัทย่อย 27 บริษัท แต่ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จะใช้จำนวน 9 บริษัทย่อยที่อยู่ใน 8 กลุ่มธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ และมีส่วนร่วมกับการกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) มีดังนี้ 1.บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) (GC) 2.บริษัท โกลบอลกรีนเคมิคอล จำกัด (มหาชน) (GGC) 3.บริษัท จีซี โกลคอล จำกัด (GC Glycol) 4.บริษัท พีทีที ฟีนอล จำกัด (PPCL) 5.บริษัท จีซี สไตรีนิกส์ จำกัด (GCS) 6.บริษัท จีซี ออกซีเรน จำกัด (GCO) 7.บริษัท จีซี โพลีเอสเตอร์ จำกัด (GCP) 8.บริษัท จีซี เอสเทท จำกัด (GCEC) 9.บริษัท จีซี ศูนย์บริหารเงิน จำกัด (GCTC) การดำเนินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทฯ มุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนและสังคมทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างคุณค่าสูงสุดต่อสังคมและธุรกิจ ตัวอย่างกิจกรรมในแต่ละด้านมีดังนี้ 1.ด้านสังคม กิจกรรมชุมชน งานประเพณี และวันสำคัญต่างๆ จัดอาสาช่วยเหลือสถานการณ์ในยามวิกฤต และกิจกรรมรวมพลคนเดือนเกิด 2.ด้านเศรษฐกิจ สนับสนุนวิสาหกิจชุมชน Rayong Get & Go และตลาดนัดชุมชน 3.ด้านสิ่งแวดล้อม โครงการ YOU เทิร์น โครงการฟื้นป่า รักษา น้ำ เขียวห้วยมะหาด และกิจกรรมทำความสะอาดชายหาด ในปี พ.ศ. 2563 ดำเนินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมไปแล้วกว่า 117 โครงการและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อ

สังคม มีจำนวนชุมชน 88 ชุมชน ที่ได้รับการพัฒนาจากโครงการและกิจกรรม และมีจำนวนจังหวัด 32 จังหวัด ที่ได้เข้าไปดำเนินโครงการและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยรูปแบบการลงทุนเพื่อสนับสนุนการดำเนินโครงการและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม มีดังนี้ บริจาคเงินสด 113.29 ล้านบาท บริจาคสิ่งของ 45.43 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ 48.23 ล้านบาท และค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการโครงการ 6.00 ล้านบาท รวมทั้งสิ้น 212.95 ล้านบาท

การดำเนินกิจกรรมหรือโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม ไม่เป็นเพียงหน้าที่ของหน่วยงาน CSR ที่เป็นผู้ดำเนินกิจกรรมแต่เพียงหน่วยงานเดียว แต่เป็นความร่วมมือของคนในองค์กรที่จะต้องเข้าไปมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งในปี 2563 พนักงานของ GC Group มีจำนวนพนักงานเข้าร่วมกิจกรรม ในปี พ.ศ. 2563 ทั้งสิ้น 2,694 คน และมีเวลาของพนักงานที่เข้าร่วมโครงการและกิจกรรมฯ จำนวน 25,648 ชั่วโมง ซึ่งจากการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ที่ผ่านมาส่งผลให้กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นไปอย่างจำกัด ทำให้การมีส่วนร่วมลดลงจากปีก่อน ๆ ที่ผ่านมา ซึ่งจากความร่วมมือความรับผิดชอบต่อสังคมดังกล่าวบริษัทฯ ได้รับการรับรองมาตรฐาน และรางวัลต่าง ๆ ทั้งระดับประเทศ และระดับโลก ล้วนแล้วแต่มีการใช้เกณฑ์ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทฯ เป็นหนึ่งในเกณฑ์พิจารณา ดังนี้ 1.ระดับสากล อาทิเช่น Dow Jones Sustainability Indices หรือ DJSI ปี 2563 และ UN Global Compact LEAD เป็นต้น 2.ระดับประเทศ อาทิเช่น Thailand Sustainability Investment (THSI) โครงการประเมินและจัดระดับธุรกิจคาร์บอนต่ำและยั่งยืนและ CSR-DIW Continuous Award เป็นต้น

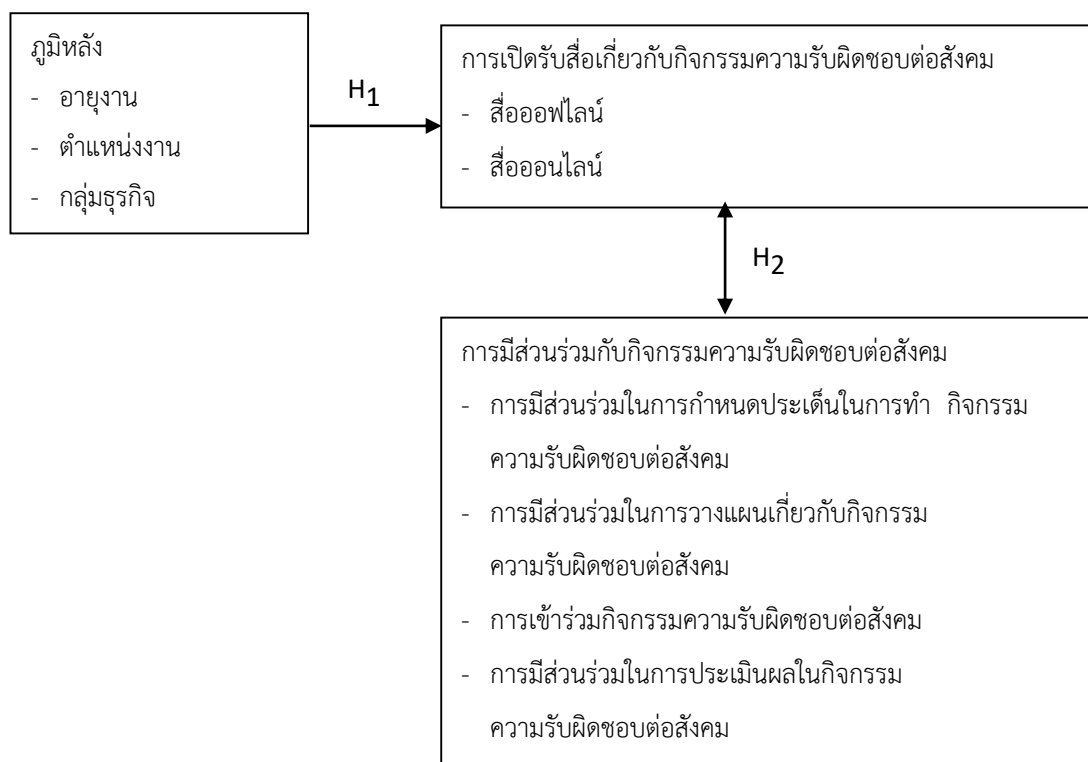
ดังนั้นการสื่อสารจึงช่องทางสำคัญที่จะสื่อสารไปถึงพนักงานให้ทราบเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่จะเกิดขึ้น เพื่อเกิดการมีส่วนร่วมของพนักงานในกิจกรรมนั้น ๆ รวมไปถึงการสร้างพฤติกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมให้เกิดเป็นพฤติกรรมที่ยั่งยืนของพนักงานเองด้วย การเปิดรับสื่อของพนักงานเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้พนักงานได้รับข่าวสารกิจกรรม โดยใน GC Group พนักงานจะได้รับข่าวสารแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ สื่อออนไลน์ และสื่อออฟไลน์ โดยสื่อออนไลน์จะได้รับข่าวสารอย่างเป็นทางการผ่านอีเมล (Email) ซึ่งพนักงานทุกคนจะได้รับอีเมล (All User) โดยจะมีรายละเอียดวัน เวลา รวมถึง QR Code เพื่อลงทะเบียนในกิจกรรมดังกล่าว Line ทั้งในกลุ่มบริษัท และกลุ่มหน่วยงาน Facebook Fanpage Facebook ส่วนบุคคลของพนักงาน และเว็บไซต์ของบริษัทฯ เป็นต้น รวมไปถึงสื่อออฟไลน์ ป้ายประชาสัมพันธ์และสื่อบุคคล หัวหน้างาน เพื่อนร่วมงาน พนักงานชุมชนสัมพันธ์ ก็เป็นสิ่งสำคัญที่จะชักชวนพนักงานให้เกิดการมีส่วนร่วมในกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมได้เป็นอย่างดี

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีแนวคิดที่จะศึกษา การเปิดรับสื่อ และการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในพื้นที่จังหวัดระยอง ของพนักงานกลุ่มบริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) โดยผลที่ได้รับจากการศึกษาจะสามารถนำมาปรับใช้พัฒนาในการวางแผนการสื่อสารกับพนักงานเพื่อเกิดการมีส่วนร่วมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อ และการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในพื้นที่จังหวัดระยองของพนักงาน
2. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างภูมิภาคหลังกับการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในพื้นที่จังหวัดระยองของพนักงาน
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อกับการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในพื้นที่จังหวัดระยองของพนักงาน

กรอบแนวคิด



การวิจัยครั้งนี้ใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบเก็บข้อมูลเพียงครั้งเดียว (Cross-sectional Study) ประชากร คือ ประชากรเป้าหมายในวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานกลุ่มบริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) จำนวน 4,972 คน (รายงานความยั่งยืนแบบบูรณาการ ประจำปี 2563 บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน)) ขนาดตัวอย่าง 320 คน วิธีการเลือกตัวอย่างใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยแบ่งโควตาตามกลุ่มธุรกิจ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ และมีการทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) ด้วยการหาค่า Cronbach's Alpha ผลการทดสอบ พบว่า แบบสอบถามตอนที่นำมาทดสอบได้ค่า Alpha ไม่ต่ำกว่า 0.7

การวิจัยครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง โดยทำแบบสอบถามออนไลน์ในโซเชียลมีเดีย (Social Media) คือ Facebook และ แอปพลิเคชัน Line ทั้งนี้ได้เก็บข้อมูลในวันที่ 1-30 มิถุนายน 2564 ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลได้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการนำเสนอข้อมูล ภูมิหลัง การเปิดรับสื่อ และการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม รวมทั้งสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ Independent Samples t-Test, Oneway ANOVA (F-Test) และ Pearson Correlation ในการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในพื้นที่จังหวัดระยองในภาพรวมในระดับมาก (3.93) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในพื้นที่จังหวัดระยองผ่านสื่อออนไลน์ในระดับมาก (4.18) รองลงมา คือ มีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในพื้นที่จังหวัดระยองผ่านสื่อออฟไลน์ในระดับมาก (3.68) ตามลำดับ

โดยสื่อออนไลน์ที่พนักงานเปิดรับมากที่สุด คือ อีเมล จากบริษัทฯ และผ่าน LINE เช่น กลุ่มพนักงาน กลุ่มบริษัทฯ และส่วนตัว เป็นต้น ซึ่งอีเมลเป็นช่องทางการสื่อสารอย่างเป็นทางการจากบริษัทฯ ส่งสารถึงพนักงานโดยตรง สามารถออกแบบให้มีความน่าสนใจ ไม่มีค่าใช้จ่าย และที่สำคัญพนักงานทำงานผ่านอีเมลเป็นหลัก ทำให้เกิดการเปิดรับข่าวสารได้ดี และผ่าน LINE ทั้งจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องส่งข่าวสารกิจกรรมและเชิญชวน รวมถึงพนักงานส่งต่อเชิญชวนด้วยตนเอง เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาวิณี ตั้งสกุล (2555) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจของพนักงานในการเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ของ บริษัท ปตท. สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)” ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างรับรู้ข่าวสารผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์หรืออีเมลมากที่สุด เพราะช่องทางการติดต่อสื่อสารผ่านอีเมลเป็นช่องทางหลักที่บุคลากรภายในองค์กรใช้ติดต่อสื่อสารระหว่างกันรวมถึงการเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ด้าน CSR ผ่านทางอีเมลไปยังพนักงานปฏิบัติงานอยู่ในพื้นที่ปฏิบัติงานอื่น ๆ ยังมีความจำเป็นอยู่มาก โดยจากผลการวิจัย LINE ถือเป็นสื่อออนไลน์ที่นิยมใช้อย่างมากในปัจจุบันผลการศึกษาพบว่า พนักงานเปิดรับสื่อผ่าน LINE ในระดับมากที่สุดด้วยเช่นกัน รองลงมาคือ สื่อออฟไลน์ โดยสื่อออฟไลน์ที่พนักงานเปิดรับมากที่สุด คือ เพื่อนร่วมงาน ซึ่งเป็นช่องทางการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการ ส่งสารถึงเพื่อนพนักงานด้วยกัน ผ่านทางวาจา ด้วยการชักชวน โดยเกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ความสนิทสนม สอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง การเปิดรับสื่อ ของ ขวัญเรือน กิตติวัฒน์ (2533) ได้กล่าวปัจจัยในการเปิดรับสื่อของแต่ละบุคคลในด้านปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์กับสังคมเนื่องจากคนเรามักจะคล้อยตามกลุ่มสมาชิกของกลุ่ม

การมีส่วนร่วมกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในพื้นที่จังหวัดระยองในระดับปานกลาง (3.07) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างการมีส่วนร่วมในการเข้าร่วมในวันจัดกิจกรรมในระดับมาก (4.14) รองลงมา คือ การมีส่วนร่วมในการประเมินผลในการทำกิจกรรมในระดับปานกลาง (2.93) การมีส่วนร่วมในการวางแผนในการทำกิจกรรมในระดับปานกลาง (2.63) และการมีส่วนร่วมในการกำหนดประเด็นในการทำกิจกรรมในระดับน้อย (2.59) ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างการมีส่วนร่วมในการเข้าร่วมในวันจัดกิจกรรมในระดับมาก รองลงมา คือ การมีส่วนร่วมในการประเมินผลในการทำกิจกรรมในระดับปานกลาง การมีส่วนร่วมในการวางแผนในการทำกิจกรรมในระดับปานกลาง และการมีส่วนร่วมในการกำหนดประเด็นในการทำกิจกรรมในระดับน้อย ตามลำดับ

เนื่องจากบริษัทมีหน่วยงานที่รับผิดชอบเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยเฉพาะ จะเห็นได้ว่า พนักงานจะมีการมีส่วนร่วมในการเข้าร่วมในวันจัดกิจกรรมในระดับมาก ซึ่งในปี 2563 มีเวลาของพนักงานที่เข้าร่วมโครงการและกิจกรรม จำนวน 25,648 ชั่วโมง มีจำนวนพนักงานเข้าร่วมกิจกรรม 2,694 คน ซึ่งเป็นจำนวนที่น้อยกว่าปีก่อน ๆ มา สาเหตุจากในปี 2563 เกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ทำให้กิจกรรมมีข้อจำกัดมากยิ่งขึ้น

ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมโดยเฉพาะในด้านการกำหนดประเด็น การวางแผน และการประเมินผล ซึ่งปกติแล้วนอกจากหน่วยงานที่รับผิดชอบต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมแล้วนั้น พนักงานยังสามารถคิดกิจกรรมดังกล่าวได้ด้วย ส่งผลให้เกิดการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม สอดคล้องกับประโยชน์ของการมีส่วนร่วมของ วรรณา ประยุกต์วงศ์ และ ปาริณา ประยุกต์วงศ์ (2554) ได้ให้ประโยชน์ของการมีส่วนร่วมออกเป็น 3 ด้าน คือ 1.ประโยชน์ต่อองค์กร คือ ช่วยลดความขัดแย้งในองค์กร มีความพร้อมที่จะรับการเปลี่ยนแปลง ซึ่งในปัจจุบันองค์กรต้องดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน และมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกส่วน ดังนั้นการที่พนักงานของบริษัทมีส่วนร่วมกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมส่งผลให้องค์กรเกิดภาพลักษณ์ที่ดีรวมไปถึงการเสริมสร้างความยั่งยืนในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมให้กับองค์กรด้วย 2.ประโยชน์ต่อผู้บริหาร คือ สามารถบริหารจัดการพนักงานได้ง่ายมากยิ่งขึ้น เนื่องจากได้รับข้อมูลความคิดเห็นจากหลายฝ่าย การที่พนักงานมีส่วนร่วมกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ทำให้สามารถใช้ข้อมูลในการเข้าร่วมกิจกรรมของพนักงานมาพัฒนาต่อยอดกิจกรรมที่พนักงานส่วนใหญ่เข้าร่วม หรือส่วนไหนที่บกพร่องได้ และประโยชน์ต่อพนักงาน คือ ความสัมพันธ์ในองค์กรเป็นไปในทางที่ดีขึ้น มีความไว้วางใจกัน มีความรับผิดชอบและผูกพันกับองค์กรมากขึ้น พนักงานที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมไม่ว่าจะเข้าร่วมในระดับใดล้วนแล้วแต่เกิดประโยชน์กับพนักงานเอง ไม่ว่าจะเป็นการสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนพนักงานทั้งในและนอกหน่วยงาน หรือนอกบริษัทฯ รวมไปถึงการทำประโยชน์กลับคืนสู่สังคมด้วย ซึ่งระดับการมีส่วนร่วม

ไม่ว่าพนักงานจะเข้าร่วมในระดับไหนก็ตามล้วนแล้วแต่เกิดประโยชน์ต่อองค์กร ผู้บริหาร และต่อพนักงานเองทั้งสิ้น

การทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พนักงานที่มีภูมิหลังแตกต่างกันจะมีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ในพื้นที่จังหวัดระยองแตกต่างกัน ผลการศึกษาพบว่า

พนักงานที่มีอายุงานต่างกันจะมีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ในพื้นที่จังหวัดระยองในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีการเปิดรับสื่อออฟไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ และมีการเปิดรับสื่อออนไลน์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

พนักงานที่มีตำแหน่งงานต่างกันจะมีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ในพื้นที่จังหวัดระยองในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีการเปิดรับสื่อออฟไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ และมีการเปิดรับสื่อออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

พนักงานที่สังกัดอยู่ในกลุ่มธุรกิจต่างกันจะมีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ในพื้นที่จังหวัดระยองในภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีการเปิดรับสื่อออฟไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีการเปิดรับสื่อออนไลน์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ซึ่งพนักงานที่มีอายุงาน และตำแหน่งงานต่างกันจะมีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ในพื้นที่จังหวัดระยองในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับแนวคิดของ ขวัญเรือน กิติวัฒน์ (2533) ได้กล่าวปัจจัยในการเปิดรับสื่อของแต่ละบุคคลในด้านปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล โดยแต่ละคนมีความแตกต่างเฉพาะตัว ซึ่งเป็นผลมาจากการอบรมเลี้ยงดูที่ต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน เป็นต้น รวมถึงสติปัญญา ทักษะคิด ความคิดตลอดจนกระบวนการทางจิตใจในด้านการรับรู้ การเรียนรู้ การสนใจ และประสบการณ์ กล่าวคือพนักงานที่มีอายุงาน และตำแหน่งงานที่แตกต่างกัน เกิดจากความแตกต่างระหว่างบุคคล เนื่องจากประสบการณ์การทำงานแตกต่างกัน การที่มีอายุงานมาก รู้จักคนมาก การที่มีตำแหน่งงานที่สูงกว่ารู้จักคนเยอะกว่า เป็นต้น

ส่วนพนักงานที่สังกัดอยู่ในกลุ่มธุรกิจต่างกันจะมีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ในพื้นที่จังหวัดระยองในภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับแนวคิดของ ขวัญเรือน กิติวัฒน์ (2533) ได้กล่าวปัจจัยในการเปิดรับสื่อของแต่ละบุคคลในด้านปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์กับสังคม เนื่องจากคนเรายึดติดกับกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่ มักจะคล้อยตามกลุ่มสมาชิกของกลุ่มในด้านความคิด ทักษะคิด และพฤติกรรม เพื่อให้เป็นที่ยอมรับในกลุ่มของตน และปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร จากแนวคิด บุคคลมักรวมกันเป็นกลุ่มทางสังคม และนำเอาลักษณะพื้นฐานที่เหมือนกัน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ฯลฯ มาอยู่ในกลุ่มเดียวกันเพราะย่อมจะรับเนื้อหาของการสื่อสารคล้ายคลึงกันและมีการตอบสนองต่อเนื้อหาไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ พนักงานที่สังกัดในกลุ่มธุรกิจต่างกันมีการเปิดรับสื่อไม่แตกต่างกัน เนื่องจากได้รับสื่อ

เหมือนกันในทุกกลุ่มธุรกิจจากบริษัทฯ ทั้งในด้านของเนื้อหาสื่อ และช่องทางการสื่อสารที่เป็นทางการด้วย

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 การเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์ กับการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ในพื้นที่จังหวัดระยอง ของพนักงาน ผลการศึกษาพบว่า

การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ในพื้นที่จังหวัดระยองในภาพรวมมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญ โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก โดยด้านที่มีความสัมพันธ์สูงสุด คือ การเปิดรับสื่อสื่อออฟไลน์ และรองลงมา คือ สื่อออนไลน์ ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ในพื้นที่จังหวัดระยองทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับด้านการมีส่วนร่วมในการกำหนดประเด็น การวางแผน และการประเมินผลในการทำกิจกรรมอย่างมีนัยสำคัญ โดยด้านที่มีความสัมพันธ์สูงสุด คือ การเปิดรับสื่อสื่อออฟไลน์ และรองลงมา คือ สื่อออนไลน์ ตามลำดับ เนื่องจากพนักงานในกลุ่มบริษัทฯ มีจำนวนมาก สื่อออฟไลน์จึงถือเป็นสื่อที่สำคัญสำหรับการสื่อสารในองค์กร ที่จะทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในการกำหนดประเด็นปัญหา การวางแผน และการประเมินผล สื่อออฟไลน์ ที่ส่งผลให้เกิดการมีส่วนร่วมมากที่สุดนั้น คือ เพื่อนพนักงาน เพราะการสื่อสารด้วยตัวบุคคลเองจะเข้าใจา แสดงปฏิกิริยา ชักชวน โน้มน้าวให้เกิดการมีส่วนร่วมในกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมได้เป็นอย่างดี นี่คือนิสัยที่สื่อทางด้านอื่น ๆ ไม่สามารถทำได้นั่นเอง

ส่วนการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ในพื้นที่จังหวัดระยองทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับด้านการมีส่วนร่วมในการเข้าร่วมในวันจัดกิจกรรมอย่างมีนัยสำคัญ โดยด้านที่มีความสัมพันธ์สูงสุด คือ การเปิดรับสื่อสื่อออฟไลน์ และรองลงมา คือ สื่อออฟไลน์ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณพัชร ประพันธ์พจน์ (2558) วิจัย เรื่อง “การมีส่วนร่วมในกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงาน บริษัท ยูนิลีเวอร์ไทยโฮลดิ้ง จำกัด” ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม บริษัทฯ ได้สร้างการรับรู้ให้กับพนักงานโดยการประชาสัมพันธ์ทางอีเมลล์ของพนักงาน เป็นการสื่อสารทางเดียวในยุคปัจจุบันอาจจะใช้โซเชียลมีเดียกับพนักงานสามารถทำเป็นกลุ่มปิดสำหรับพนักงาน เพื่อเป็นการสื่อสารประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม หรือให้ความรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นการกระตุ้นการรับรู้และแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อความเข้าใจที่ตรงกันและทันกับยุคสมัย เพื่อให้พนักงานรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของการสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมในเรื่องต่าง ๆ รอบตัว สื่อออนไลน์ จึงมีความสำคัญอย่างมากสำหรับการมีส่วนร่วมในการเข้าร่วมกิจกรรม เพราะเมื่อมีการส่งข่าวสารในองค์กรอย่างเป็นทางการผ่านอีเมล ในช่องทางนี้บุคคลอาจส่งต่อผ่านในกลุ่มไลน์ เพื่อชักชวน หรือบอกต่อข่าวสารให้ผู้สนใจเกิดการมีส่วนร่วมในกิจกรรม เพราะเนื้อหาข่าวสารประชาสัมพันธ์ให้มีส่วนร่วมในวันจัดกิจกรรม เป็นเนื้อหาที่เข้าใจง่าย มีชื่อกิจกรรม วัน เวลา สถานที่ ระบุอย่างชัดเจน ทำให้พนักงานสามารถเข้าใจได้ง่าย และเกิดการเชิญชวน หรือเกิดการมีส่วนร่วมในวันจัดกิจกรรมได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับแนวคิดกระบวนการเลือก

ข่าวสาร ของ พิระ จิโรโสณ (2537) ได้กล่าวกระบวนการเลือกรับข่าวสารไว้ว่า ในการเปิดรับข่าวสารนั้นผู้รับสารมีกระบวนการเลือกรับสาร (Selective process) ประกอบไปด้วย ขั้นตอนที่สำคัญ 3 ขั้นตอนดังนี้ 1. การเลือกรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) 2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Interpretation) 3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) จากกระบวนการเลือกรับข่าวสารดังกล่าวเป็นการอธิบายให้เห็นว่าพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารของบุคคล เกิดจากบทบาทของผู้รับสารที่เลือกเป็นผู้เปิดรับ และใช้สื่อมวลชน (Active audience) โดยผู้รับสารจะเป็นผู้เลือกเปิดรับ สนใจ รับรู้ หรือตีความ และจดจำข่าวสารที่สอดคล้องกับความต้องการภายในจิตใจของตนเป็นสำคัญ

การมีส่วนร่วมในการวางแผน กำหนดประเด็น และประเมินผล เป็นเรื่องที่ซับซ้อนเนื่องจากพนักงานมีจำนวนที่เยอะ ทำให้ผู้รับสารมีข้อซักถามสงสัยการใช้สื่อบุคคลเป็นสิ่งที่จะสามารถลดความซับซ้อน ความสงสัย เพราะเป็นการสื่อสารแบบ Two way communication รวมถึงการมีส่วนร่วมในวันที่จัดกิจกรรม ผู้รับสารเปิดรับข่าวสารที่ตนเองสนใจ หรือเลือกที่จะจดจำ เพราะไม่ได้มีความซับซ้อนมากมาย เพราะได้รับข่าวสารจากช่องทางสื่อออนไลน์คือ อีเมล และ LINE ซึ่งอีเมลเป็นช่องทางการสื่อสารอย่างเป็นทางการของบริษัทฯ ที่ใช้เป็นหลัก โดยรายละเอียดมีทั้ง กิจกรรม วัน เวลา สถานที่ และการลงทะเบียน เนื้อหากระชับ ง่าย และสามารถทำความเข้าใจเองได้ และ LINE เป็นช่องทางการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการซึ่งเป็นการส่งภาพประชาสัมพันธ์กิจกรรมดังกล่าวเข้าไปนั่นเอง

รวมไปถึงกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของกลุ่มบริษัทฯ จะแบ่งได้ออกเป็น 3 ด้านคือ ด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ และด้านสิ่งแวดล้อม โดยมีทั้งกิจกรรมที่ดำเนินกิจกรรมด้วยหน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบโดยเฉพาะ เช่น มอบของช่วยเหลือ มอบทุนการศึกษา เป็นต้น แต่กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่เป็นในส่วนของการมีส่วนร่วมของบริษัทฯ ในส่วนมากพนักงานจะเข้าร่วมในวันที่จัดกิจกรรมกันเป็นอย่างมากทั้งมาทั้งหน่วยงาน และมาในนามของบริษัทในกลุ่มก็ตาม

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อ และการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในพื้นที่จังหวัดระยอง ของพนักงานกลุ่มบริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน)” ซึ่งผู้วิจัยพบประเด็นที่น่าสนใจและข้อเสนอแนะต่าง ๆ จากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องนำไปเป็นข้อมูลเบื้องต้นเพื่อปรับปรุงและพัฒนา และข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

1.การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในภาพรวมในระดับมาก

สื่อออฟไลน์ กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อในระดับมากที่สุด คือ ผ่านเพื่อนร่วมงาน ซึ่งสามารถพัฒนาให้แข็งแกร่งขึ้นผ่านการสร้างความสัมพันธ์ของเพื่อนร่วมงานทั้งในและนอกหน่วยงาน เพื่อเกิดความสัมพันธ์ที่ตีรวมถึงความสนิทสนมในการชักชวน แจ้งข่าวสารเพื่อก่อให้เกิดการมีส่วนร่วม

ร่วมกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งนี้หัวหน้างาน และพนักงานชุมชนสัมพันธ์สามารถพัฒนาความสัมพันธ์เพิ่มเติมกับพนักงานได้ด้วยเช่นกัน และเปิดรับสื่อในระดับน้อย คือ ผ่านโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ที่ติดประกาศ ซึ่งสามารถปรับเปลี่ยนการติดประกาศสื่อในรูปแบบใหม่ ๆ นอกเหนือจากบอร์ดประชาสัมพันธ์กิจกรรมบริษัทฯ เป็นในรูปแบบของบริเวณพื้นที่สาธารณะที่พนักงานมักผ่านบริเวณนั้นบ่อย ๆ อาทิเช่น ลิฟต์ ห้องน้ำ ตู้กดน้ำ เป็นต้น รวมถึงเนื้อหาในสื่อโปสเตอร์จากการวิเคราะห์สื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์พบว่า มีตัวหนังสือหรือเนื้อหาที่ไม่จำเป็นในสื่อที่เยอะเกินไป อาจปรับเปลี่ยนให้น่าสนใจขึ้น ลดการใช้ตัวหนังสือที่เยอะ หรือการสื่อสารแบบเดิม ๆ เช่นการใช้ เรียนทั้งผู้บริหารและพนักงานทุกท่าน อาจเปลี่ยนได้เป็น เชิญชวนชาว GC Group ร่วมกิจกรรม... เป็นต้น

สื่อออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อในระดับมากที่สุด คือ ผ่านอีเมล (Email) ซึ่งพนักงานมีการทำงานผ่านอีเมลเป็นหลัก ดังนั้นอีเมลจะถูกเปิดอ่านและสร้างการรับรู้ได้เป็นอย่างดี ยังสามารถพัฒนาต่อยอดผ่านรูปแบบใหม่ ๆ หรือการใช้ชื่ออีเมลที่แปลกใหม่เชิญชวนมากยิ่งขึ้นจากรูปแบบเดิม ๆ การเปิดรับสื่อผ่านทาง LINE ไม่ว่าจะเป็นส่วนบุคคล กลุ่มพนักงาน หน่วยงาน หรือบริษัท ก็ยังสามารถเป็นสื่อหนึ่งที่เป็นการส่งสารผ่านตัวบุคคลทำให้เกิดการเปิดรับมากขึ้นเนื่องจากมีความสนิทสนมจากตัวผู้ส่งสารนั่นเอง และเปิดรับสื่อในระดับน้อย คือ ผ่านเว็บไซต์ (Website) เป็นช่องทางที่ค่อนข้างเป็นทางการ พนักงานไม่ได้เข้าเว็บไซต์ของบริษัทฯทุกวันเหมือนอีเมล หรือ LINE สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบหรือการสร้างตารางกิจกรรมเพื่อพนักงานสามารถเข้าไปตรวจสอบได้ว่าในเดือนนี้มีกิจกรรมอะไรบ้าง

2.การมีส่วนร่วมกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในภาพรวมในระดับกลาง

การมีส่วนร่วมในการกำหนดประเด็นในการทำกิจกรรม กลุ่มตัวอย่างมีการมีส่วนร่วมในการกำหนดประเด็นในการทำกิจกรรมในระดับน้อย เมื่อพิจารณารายด้าน ด้านสิ่งแวดล้อมมีการมีส่วนร่วมในระดับปานกลาง ในด้านนี้เกิดการมีส่วนร่วมมากขึ้นเนื่องจากมีการให้หน่วยงานด้านสิ่งแวดล้อมเข้าร่วมกำหนดประเด็นปัญหาร่วมด้วย ด้านสังคม และด้านเศรษฐกิจ มีการมีส่วนร่วมในระดับน้อย ซึ่งสามารถพัฒนาการมีส่วนร่วมในการกำหนดประเด็นได้ด้วยการจัดกิจกรรมรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะจากพนักงาน อาทิเช่น การกำหนดประเด็นให้สำรวจ และเลือกประเด็นที่พนักงานให้สนใจเยอะเลือกขึ้นมาทำกิจกรรม เป็นต้น

การมีส่วนร่วมในการวางแผนในการทำกิจกรรม กลุ่มตัวอย่างมีการมีส่วนร่วมในการวางแผนในการทำกิจกรรมในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน ด้านเศรษฐกิจ และด้านสิ่งแวดล้อม มีการมีส่วนร่วมในระดับปานกลาง และด้านสังคม มีการมีส่วนร่วมในระดับน้อย ซึ่งสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบจากการคิดกิจกรรมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมเท่านั้น อาจมีการใช้ตัวแทนในแต่ละหน่วยงาน ในแต่ละบริษัทย่อย มาร่วมกันในการวางแผนกิจกรรม

การมีส่วนร่วมในการเข้าร่วมในวันที่จัดกิจกรรม กลุ่มตัวอย่างมีการมีส่วนร่วมในการเข้าร่วมในวันที่จัดกิจกรรมในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน ด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ และด้าน

สิ่งแวดล้อม ทั้ง 3 ด้านมีการมีส่วนร่วมในระดับมาก ซึ่งพนักงานจะให้ความร่วมมือเข้าร่วมกิจกรรมกันเป็นอย่างดี ส่วนมากจะเข้าร่วมในรูปแบบของมาเป็นกลุ่ม มาเป็นบริษัทย่อย ๆ รวมถึงสามารถพัฒนาให้เกิดการมีส่วนร่วมได้มากยิ่งขึ้น จากการจัดกิจกรรมที่น่าสนใจนั้นก็จะสามารถย้อนกลับไปในการมีส่วนร่วมในการกำหนดประเด็น และวางแผนนั่นเอง

การมีส่วนร่วมในการประเมินผลในการทำกิจกรรม กลุ่มตัวอย่างมีการมีส่วนร่วมในการประเมินผลในการทำกิจกรรมในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน ด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ และด้านสิ่งแวดล้อม ทั้ง 3 ด้านมีการมีส่วนร่วมในระดับปานกลาง สามารถพัฒนาการประเมินผลที่ตรงประเด็นใช้ข้อความที่ไม่มากจนเกินไป เนื่องจากการทำแบบสอบถามจะมีข้อความที่ค่อนข้างมากและหลายตอน ปรับเปลี่ยนให้ใช้คำถามอย่างตรงประเด็น และเป็นคำถามที่จะนำไปใช้ในการปรับปรุงพัฒนาต่อยอดได้นั่นเอง เพื่อที่จะได้เกิดการตั้งใจทำและอ่าน ส่งผลให้เกิดการประเมินผลที่นำไปสามารถพัฒนาต่อยอดในการจัดกิจกรรมครั้งต่อ ๆ ไปได้

3.การเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์ กับการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม การเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญ โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก

การเปิดรับสื่อกับการมีส่วนร่วมในการกำหนดประเด็นในการทำกิจกรรม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อออฟไลน์ มีความสัมพันธ์สูงสุด และรองลงมา คือ การเปิดรับสื่อออนไลน์ สามารถพัฒนาได้ทั้งสื่อออฟไลน์ และออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีของพนักงาน หรือการใช้สื่อออนไลน์ในการสำรวจประเด็นปัญหาที่พนักงานสนใจ เพื่อส่งผลก่อให้เกิดการมีส่วนร่วม

การเปิดรับสื่อกับการมีส่วนร่วมในการวางแผนในการทำกิจกรรม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อออนไลน์ มีความสัมพันธ์สูงสุด และรองลงมา คือ การเปิดรับสื่อออฟไลน์ สามารถพัฒนาใช้สื่อออนไลน์ในการร่วมวางแผนจากกับหน่วยงานอื่น ๆ จากการสร้างกลุ่มพูดคุยในช่องทางออนไลน์ และสื่อออฟไลน์ที่สำคัญคือความสัมพันธ์ของพนักงานในการชักชวน ก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการวางแผนหรือระดมความคิด

การเปิดรับสื่อกับการมีส่วนร่วมในการเข้าร่วมในวันจัดกิจกรรม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อออนไลน์ มีความสัมพันธ์สูงสุด และรองลงมา คือ การเปิดรับสื่อออฟไลน์ สามารถพัฒนาสื่อออนไลน์ให้เกิดประโยชน์สูงสุด เช่น การส่งข่าวสารผ่านกลุ่ม LINE เนื่องจากจะมีความสนิสนกันมากกว่าการออกประกาศจากทางการของบริษัทฯ และสื่อออฟไลน์พนักงานเป็นส่วนสำคัญทั้งในด้านการเข้าร่วมกิจกรรม หรือกันชักชวนการเข้าร่วมกิจกรรม การมีความสัมพันธ์ที่ดีของคนในหน่วยงาน หรือบริษัทก็เป็นประเด็นสำคัญ

การเปิดรับสื่อกับการมีส่วนร่วมในการประเมินผลในการทำกิจกรรม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อออฟไลน์ มีความสัมพันธ์สูงสุด และรองลงมา คือ การเปิดรับสื่อออนไลน์ เนื่องด้วยการให้เพื่อนพนักงานบอกต่อข่าวสารในการประเมินผลของกิจกรรม เช่น ประเมินผลทันทีหลังกิจกรรม หรือการแจ้งข่าวผ่านพนักงานก็จะเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมในการประเมินผล รวมถึงสื่อ

ออนไลน์ ส่งจากทั้งเป็นทางการจากบริษัทฯ และส่งผ่านทางกลุ่ม LINE ก็จะเป็นตัวกระตุ้นการมีส่วนร่วมในการประเมินผลได้เพิ่มขึ้น

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- ขวัญเรือน กิตติวัฒน์. (2533). *แนวทางการคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมสื่อสาร หน่วยที่ 1*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ณพัชร ประพันธ์พจน์. (2558). *การมีส่วนร่วมในกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงาน บริษัท ยูนิลีเวอร์ไทย โฮลดิ้ง จำกัด*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศิลปากร, คณะวิทยาการจัดการ, สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน.
- นรินทร์ จงวุฒิเวศย์. (2550). *แนวคิดแนวทางการพัฒนาชุมชน*. กรุงเทพฯ: กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย.
- พรจิต สมบัติพานิช. (2547). *โฆษณาในทศวรรษที่ 2000-2010 : การศึกษาถึงปัจจัยด้านสื่อที่มีต่อรูปแบบโฆษณา*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน.
- พิพัฒน์ นนทนาธรณ์. (2559). *การจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร: การสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: ศูนย์ผู้นำธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise Leadership Center) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พีระ จิรโสภณ. (2537). *หลักและทฤษฎีการสื่อสารในเอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 9-15*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ภาวิณี ตั้งสกุล. (2555). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจของพนักงานในการเข้าร่วมกิจกรรม เพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ของบริษัท ปตท. สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)*. (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร.
- ยุพดี ฐิติกุลเจริญ (2536). *ทฤษฎีการสื่อสาร: Communication Theory*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศศิเพ็ญ เพ็ชรขาว. (2558). *การมีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานระดับปฏิบัติการธนาคารกรุงไทยจำกัด มหาชน ในจังหวัดราชบุรี กาญจนบุรีและนครปฐม*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศิลปากร, คณะวิทยาการจัดการ, สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน.

- สมบุญ ใจประการ. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของพนักงานในการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย: กรณีศึกษาโรงไฟฟ้าในจังหวัดสระบุรี. (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์, วิชาเอกการจัดการจัดการอนามัยสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย.
- สุวิทย์ เหลืองประเสริฐ. (2555). การรับรู้ทัศนคติ และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมโครงการกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) ของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จังหวัดลพบุรี. (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการจัดการการสื่อสารองค์กร.
- อศิน รพีพัฒน์. (2547). การมีส่วนร่วมของประชาชนในงานพัฒนา. กรุงเทพฯ: ศูนย์การศึกษานโยบายสาธารณสุข.

ภาษาต่างประเทศ

- Cohen, J.M., & Uphoff, N.T. (1980). *Effective Behavior in Organizations*. New York: Richard D. Irwin Inc.
- Uphoff, N. (1981). *Rural Development Participation : Concept and Measures for Project Design Implementation and Evaluation*. Ithaca, NY: Rural Development Committee Center for International Studies, Cornell University Seminar. Washington D.C. : The World Bank.