

Received: Oct 29, 2023

Revised: Nov 10, 2023

Accepted: Dec 6, 2023

กิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทผลิตไฟฟ้าด้านพลังงานแสงอาทิตย์

Case Study Population in The Location of The Solar Power Generation Company

ปิยพันธุ์ สนธิ¹, ฉัตรชัย เหล่าเขตการณ์²

Piyapan Sonthi¹, Chatchai Laoketkarn²

นักศึกษาปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธนบุรี¹, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี²

Master's degree student Master of Business Administration Thonburi University¹, Faculty of Business

Administration Thonburi University²

s_prayad1@hotmail.com¹, Chatchai_lm@thonburi-u.ac.th²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมและปัจจัยการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทผลิตไฟฟ้าด้วยพลังงานแสงอาทิตย์ 2) เพื่อศึกษากิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทผลิตไฟฟ้าด้วยพลังงานแสงอาทิตย์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่โดยรอบที่ตั้งใน 3 โครงการ กำหนดขนาดตัวอย่างโดยสูตรของทาโร ยามาเน่ จำนวน 293 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.843 สถิติที่ใช้ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test, F-test และ Multiple Regression Analysis ผลการศึกษาโครงการที่ 1 พบว่าการทำกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมด้านธุรกิจเพื่อสังคมมีอิทธิพลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมของธุรกิจ โดยมีค่า R^2 เท่ากับ 0.105 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โครงการที่ 2 พบว่าด้านกิจกรรมเพื่อสังคมและด้านกิจการเพื่อสังคมมีอิทธิพลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมของธุรกิจ โดยมีค่า R^2 เท่ากับ 0.202 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โครงการที่ 3 พบว่าด้านกิจกรรมเพื่อสังคมมีอิทธิพลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมของธุรกิจ โดยมีค่า R^2 เท่ากับ 0.277 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การรับรู้, ภาพลักษณ์องค์กร, ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ, กิจกรรมเพื่อสังคม, ธุรกิจเพื่อสังคม, กิจการเพื่อสังคม

Abstract

The objective of this study is 1) to examine the factors of social and environmental activities and their influence on the corporate's social and environmental image perception of a solar energy company and 2) to investigate the impact of social and environmental activities on the corporate's social and environmental image perception of a solar energy company. The study utilized a sample group residing around of the three projects and determined using Yamane's formula, consisting of 293 individuals. The sampling method employed a non-

probability cluster sampling, and the research tools included a survey with a reliability coefficient of 0.843. Statistical analyses encompassed frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test, and multiple regression analysis. The findings revealed that for Project 1 social and environmental activities significantly influenced the corporate's social and environmental image perception of the business ($R^2 = 0.105$, $p < 0.05$). For Project 2 both social and community engagement activities, as well as social responsibility activities, significantly affected the corporate image perception ($R^2 = 0.202$, $p < 0.01$). Lastly, for Project 3 social responsibility activities significantly influenced the corporate image perception ($R^2 = 0.277$, $p < 0.05$).

Keywords: Perception, Organizational Image, Corporate Social Responsibility, Social Activities, Business for Community, Business for Society

บทนำ

ปัจจุบันทั้งภาครัฐและองค์กรอิสระต่างๆ ได้แนะนำให้ผู้ประกอบการได้มีการรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมจากการรับรู้ของชุมชนถึงผลกระทบที่ภาคธุรกิจสร้างขึ้น โดยนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมถือเป็น 1 ในนโยบาย 12 ด้านของรัฐบาล พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา ที่ได้แถลงต่อรัฐสภา เมื่อวันที่ 25 กรกฎาคม 2562 โดยใช้ชื่อว่า “การฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและรักษาสิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืน” (สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี, 2562) ซึ่งผู้ประกอบการควรตระหนักถึงมลพิษต่างๆ เช่น การปล่อยน้ำเสียลงแหล่งน้ำชุมชน การสร้างมลพิษทางเสียง ทางอากาศ ซึ่งอาจมีผลต่อการดำเนินชีวิตที่ไม่เหมือนเดิมของคนในชุมชนที่อาศัยอยู่บริเวณใกล้เคียงกัน ซึ่งการเกิดมลพิษต่างๆ นี้ อาจก่อให้เกิดผลกระทบทางด้านสุขภาพร่างกายและจิตใจของคนในพื้นที่ นำมาซึ่งการต่อต้านของมวลชนในพื้นที่ การเข้ามาขององค์กรอิสระไม่แสวงผลกำไร (NGOs) หรือแม้กระทั่งหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง เช่น กกพ. (คณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน) กรณีเมื่อได้รับรายงานมาตรการด้านสิ่งแวดล้อม (CoP monitor : ประมวลหลักการปฏิบัติ Code of Practice) หาก กกพ. ตรวจสอบว่าคุณภาพน้ำ แสง เสียง ไม่เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดก็จะมีบทลงโทษสถานเบา คือ การแจ้งให้ผู้ขออนุญาตผลิตไฟฟ้าปรับปรุงแก้ไขให้เป็นไปตามข้อกำหนด จนถึงบทลงโทษขั้นรุนแรงถึงขั้นเพิกถอนใบอนุญาตได้ ซึ่งส่งผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจถึงขนาดต้องหยุดดำเนินธุรกิจได้ การส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม การตอบแทนชุมชน โดยการสร้างความรู้ สิ่งของ วัสดุ สิ่งก่อสร้างต่างๆ จึงเป็นบทบาทสำคัญในการสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์ที่ดีของผู้ประกอบการให้เป็นที่ยอมรับของประชาชนโดยรอบหน่วยงาน (คณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน, 2564)

การทำกิจกรรมเพื่อสังคมทั้งนอกจากจะเป็นไปเพื่อการรับรู้ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรแล้ว ยังนำมาซึ่งการอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างสันติอีกด้วย สอดคล้องกับสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (อนันตชัย ยุธประถม, 2559) ที่ได้ส่งเสริมและวางแนวทางการทำกิจกรรมเพื่อสังคมต่างๆ เพื่อเป็นไปในแนวทางเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรและชุมชน อันจะช่วยให้ไม่เกิดการกระทบกระทั่งกันระหว่างชุมชนและหน่วยงานขององค์กรเอง ตัวอย่างการทำกิจกรรมทางสังคม เช่น การมอบทุนการศึกษา การมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชน การช่วยเหลือชุมชนกรณีที่ประสบเหตุการณ์ เช่น น้ำท่วม ไฟไหม้ เป็นต้น ต่างเหล่านี้ ล้วนมีส่วนช่วยในการสร้างความเข้าใจอันดีงาม การอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข และยังช่วยสร้างภาพลักษณ์อันดีงามในสายตาของชุมชน องค์กรอิสระ และภาครัฐด้วย

บริษัทผลิตไฟฟ้าแห่งหนึ่ง เป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจด้านพลังงานในประเทศไทย จดทะเบียนเมื่อปี พ.ศ. 2564 โดยมีกลุ่มบริษัทพลังงานขนาดใหญ่ ถือหุ้น 100% และยังคงจดทะเบียนก่อตั้งบริษัทลูกขึ้นมาเพื่อดำเนินธุรกิจบริหารสินทรัพย์โดยการปฏิบัติการและการดูแลรักษาโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ (Operation and Maintenance) จำนวน

ทั้งสิ้น 9 โครงการ กำลังผลิตรวมทั้งสิ้น 39.5 เมกะวัตต์ ตั้งอยู่ในพื้นที่ 4 จังหวัด ประกอบด้วย ลพบุรี สุพรรณบุรี พิจิตร และ ขอนแก่น ปัจจุบันสามารถผลิตและจำหน่ายไฟฟ้าเข้าระบบให้กับการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (กฟภ.) โดยมีสัญญาซื้อขายไฟฟ้าเป็นระยะเวลา 25 ปี โรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ทั้งหมดมีการเดินเครื่องเชิงพาณิชย์ไปแล้ว ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557-2558

การเข้าไปตั้งโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ในแต่ละพื้นที่ ย่อมทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในชุมชน อาจทำให้วิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของผู้คนโดยรอบเปลี่ยนแปลงไป อาจเกิดมีความสงสัยเคลือบแคลงในตัวโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ เนื่องจากขาดความรู้ความเข้าใจ หรือเกิดข้อร้องเรียนผลกระทบต่างๆ ตามมา เช่น ในเดือนมกราคม ปี พ.ศ. 2559 โรงไฟฟ้าแห่งหนึ่งในจังหวัดพิจิตร ได้มีตัวแทนชาวบ้านและผู้นำชุมชนในพื้นที่จำนวน 5 คน ซึ่งมีภูมิลำเนาอยู่ในละแวกโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ เข้ามาสอบถามถึงเรื่องการก่อกมลพิษและโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์จะสร้างความร้อนให้กับชุมชนระแวกนี้เพิ่มขึ้นหรือไม่ ทั้งนี้ตัวแทนโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ก็ได้ชี้แจงทำความเข้าใจกับตัวแทนชาวบ้านให้ได้รับความรู้ความเข้าใจไปในระดับหนึ่ง เช่นเดียวกับที่โรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ในจังหวัดสุพรรณบุรี ได้มีตัวแทนชาวบ้านและผู้นำชุมชนจำนวน 3 คน เข้ามาสอบถามเกี่ยวกับผลกระทบเรื่องการก่อกมลพิษ การระบายน้ำจากโรงงานและความร้อนจากแผงเซลล์แสงอาทิตย์ ทั้งนี้พนักงานฝ่ายปฏิบัติการซึ่งประจำอยู่ที่โรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์แห่งนั้น ก็ได้ชี้แจงทำความเข้าใจในเบื้องต้นจนเป็นที่พอใจแก่ตัวแทนชาวบ้านจนได้รับความพอใจกลับไป และมีการแจ้งข้อมูลผ่านเสียงตามสายจากผู้นำชุมชนอีกด้วย ส่วนในเดือนสิงหาคม ปี พ.ศ. 2559 ซึ่งอยู่ในช่วงฤดูฝน โรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ในจังหวัดลพบุรี มีชาวบ้านจำนวน 2 ครอบครัว ที่ทำการเกษตรอยู่รอบโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์มาร้องเรียนเรื่องโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์สร้างคันดิน ขวางช่องทางระบายน้ำตามธรรมชาติ ทำให้เกิดน้ำหลากเปลี่ยนทิศทางเข้าท่วมผลผลิตของตนเองเสียหาย ชาวบ้านจึงขอให้ทางโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ทำการจ่ายค่าเสียหายแก่ผลผลิตและเอาคันดินออก สุดท้ายจบลงด้วยการเดินทางเข้าพบท่านปลัดอำเภอเพื่อชี้แจงทำความเข้าใจและทางโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ได้ช่วยเหลือค่าทำขวัญแก่ผู้ที่มีไร่และผู้ที่มิมีพื้นที่การเกษตรติดกับโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์เพิ่มอีก 3 ครอบครัวด้วย เหตุการณ์เหล่านี้ล้วนทำให้ส่งผลเสียต่อภาพลักษณ์ของโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ในสายตาของประชาชนในชุมชนโดยรอบที่ไม่เข้าใจถึงข้อจำกัดและข้อกำหนดและความจำเป็นของโรงไฟฟ้าในด้านต่างๆ

จากปัญหาที่กล่าวข้างต้น ซึ่งอาจนำมาสู่การเกิดปัญหาความไม่เข้าใจกันระหว่างโรงไฟฟ้ากับชุมชนและพัฒนา กลายเป็นความขัดแย้งขึ้นจนนำไปสู่การเข้ามาขององค์กรอิสระ (NGOs) และหน่วยงานราชการต่างๆ ทั้งการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (PEA) เขตนั้นๆ สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนั้นๆ สำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน (ERC) เขตนั้นๆ หรือกระทรวงพลังงาน เป็นต้น ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญในส่วนของการศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ต่อชุมชนที่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ต่อไปอย่างไร เพื่อไม่ให้เกิดเป็นปัญหาลุกลามขึ้นมาและกระทบต่อดำเนินธุรกิจเป็นสำคัญ การสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์และชุมชนจะทำให้การดำเนินธุรกิจโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์มีความราบรื่นไร้ปัญหาที่ชุมชนต่อไปในภายภาคหน้า ผู้วิจัยจึงได้ขอดำเนินการศึกษาแนวคิด ความเข้าใจ ความรู้สึกและการรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์กรด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมของประชากรรอบที่ตั้งกรณีศึกษาบริษัทผลิตไฟฟ้าด้านพลังงานแสงอาทิตย์ เนื่องจากจะสามารถนำผลการศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์ของประชาชนโดยรอบที่มีต่อองค์กรไปปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานตอบแทนสังคม CSR (Corporate Social Responsibility) เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นต่อองค์กรให้กับชุมชน ลดปัญหาความไม่เข้าใจกันระหว่างโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์และประชาชนโดยรอบ เพื่อให้มีความสอดคล้องกับบริบทของแต่ละชุมชนโดยรอบ และมอบความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องที่มีต่อโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ให้กับชุมชน อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มศักยภาพในมุมมองของความสัมพันธ์อันดีระหว่างโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ต่อชุมชนในมุมมองของภาครัฐและองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรต่างๆ อีกด้วย

วัตถุประสงค์งานวิจัย

1. เพื่อศึกษากิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมและการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทผลิตไฟฟ้าด้วยพลังงานแสงอาทิตย์
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทผลิตไฟฟ้าด้วยพลังงานแสงอาทิตย์

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์กรในมุมมองของประชาชนผู้ที่อาศัยอยู่ในตำบลที่บริษัทผลิตไฟฟ้าด้านพลังงานแสงอาทิตย์ตั้งอยู่
2. ทำเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยของผู้ที่สนใจถึงการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมในมุมมองของประชาชนผู้ที่อาศัยอยู่ในตำบลที่บริษัทผลิตไฟฟ้าด้านพลังงานแสงอาทิตย์ตั้งอยู่
3. นำผลที่ได้ไปปรับปรุงกระบวนการตอบสนองสังคมและสิ่งแวดล้อมให้เหมาะสมตามบริบทของประชาชนในแต่ละพื้นที่

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การรับรู้ด้านการทำกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของประชากรรอบที่ตั้งกรณีศึกษาบริษัทผลิตไฟฟ้าด้านพลังงานแสงอาทิตย์” ผู้ศึกษาวิจัยได้กำหนดวิธีการศึกษาโดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ศึกษาโดยใช้แบบสอบถามและเก็บข้อมูลโดยการสำรวจจากกลุ่มประชากรตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ข้อมูลจำนวนประชากรสำรวจเมื่อ เดือนธันวาคม 2564 ประชาชนผู้มีสัญชาติไทยเชื้อชาติไทย (สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง, 2564) ประกอบด้วย

1. หมู่ที่ 5 บ้านคลองระนาม ตำบลสาทเหล็ก อำเภอสาทเหล็ก จ.พิจิตร จำนวน 90 คน ซึ่งเป็นที่ตั้งของบริษัทผลิตไฟฟ้าด้านพลังงานแสงอาทิตย์โครงการที่ 1
2. หมู่ที่ 10 บ้านวังน้ำโจน ตำบลหนองมะค่าโมง อำเภอด่านช้าง จ.สุพรรณบุรี จำนวน 153 คน ซึ่งเป็นที่ตั้งของบริษัทผลิตไฟฟ้าด้านพลังงานแสงอาทิตย์โครงการที่ 2
3. หมู่ที่ 3 บ้านโนนตาล ตำบลบางกะพี้ อำเภอบ้านหมี่ จ.ลพบุรี จำนวน 50 คน ซึ่งเป็นที่ตั้งของบริษัทผลิตไฟฟ้าด้านพลังงานแสงอาทิตย์โครงการที่ 3

เครื่องมือการวิจัย

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคล และพฤติกรรมมารับข่าวสาร จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวข้องกับการรับรู้ด้านการทำกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ โดยระบุนความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) โดยใช้มาตรวัดแบบประเมินค่า (Rating Scale) จำนวน 24 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ด้านการทำกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของประชากรรอบที่ตั้งกรณีศึกษาบริษัทผลิตไฟฟ้าด้านพลังงานแสงอาทิตย์ โดยให้ระบุนความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) โดยใช้มาตรวัดแบบประเมินค่า (Rating Scale) จำนวน 9 ข้อ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

การตรวจสอบความเชื่อมั่น

ผู้ศึกษาวิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างไปทำการทดลอง จำนวน 30 ชุด เพื่อหาความเหมาะสม แล้วนำมาทดสอบความเชื่อมั่นโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ แล้วจึงจะนำผลนั้นมาวิเคราะห์ความเชื่อมั่น โดยใช้สถิติและกระบวนการตัดสินใจจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช (Cronbach's Alpha Coefficient) เป็นลำดับต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาการรับรู้ด้านการทำกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของประชากรรอบที่ตั้งกรณีศึกษาบริษัทผลิตไฟฟ้าด้านพลังงานแสงอาทิตย์ในมุมมองของผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ซึ่งโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์แห่งหนึ่งตั้งอยู่ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยนำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565

1. เก็บข้อมูลจากแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลและพฤติกรรมกรับข่าวสาร จำนวน 293 ชุด
2. เก็บรวบรวมข้อมูล นำข้อมูลที่ได้ทำการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อนำมาสรุปข้อมูลในแต่ละหัวข้อ

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

1. นำข้อมูลและรายละเอียดที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ก่อนการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม
2. การวิเคราะห์ข้อมูลดำเนินการวิเคราะห์เนื้อหาที่ได้จากการเก็บข้อมูล โดยแบ่งการวิเคราะห์ผ่านโปรแกรมเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็นแต่ละประเด็น เพื่อนำมาปรับปรุงแล้วนำผลที่ได้มาสรุปต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ศึกษา คือ ผู้มีสัญชาติไทย เชื้อชาติไทย ซึ่งอาศัยอยู่ในพื้นที่ที่บริษัทผลิตไฟฟ้าด้วยพลังงานแสงอาทิตย์ตั้งอยู่ โดยสามารถคำนวณจากสูตรของทาโร ยามาเน่ จำนวน 293 คน จำแนกตามพื้นที่ ใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic Analysis) เป็นสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ สถิติ t-test, F-test และ Multiple Regression Analysis (จักรกฤษ เดชพร, 2563)

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณตามลำดับตัวแปรที่เข้าสมการ (Stepwise Multiple Regression Analysis) ระหว่างด้านภาพลักษณ์องค์กรด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ (โรงไฟฟ้า ม.5 ต.สากเหล็ก อ.สากเหล็ก จ.พิจิตร)

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์การ	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย		
	ถดถอยไม่ปรับมาตรฐาน	ปรับมาตรฐาน	T	Sig.
ค่าคงที่	3.009		10.77	0.05
ด้านกิจกรรมเพื่อสังคม (X1)	0.040	0.072	0.488	0.627
ด้านธุรกิจเพื่อสังคม (X2)	0.157	0.242	2.165	0.033
กิจการเพื่อสังคม (X3)	0.049	0.077	0.533	0.595
R = 0.324 SEEst = 0.46545 F = 3.353				
R ² = 0.105 Adjusted R ² = 0.073 Sig. of F = 0.023				

จากตารางที่ 1 การทดสอบนัยสำคัญของค่าสหสัมพันธ์พหุคูณพบว่าค่าสหสัมพันธ์พหุคูณมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อยู่ 1 ด้าน คือด้านธุรกิจเพื่อสังคม แสดงว่าตัวแปรอิสระ สามารถร่วมกันอธิบายความสัมพันธ์ตัวแปรได้ และมีน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรอิสระแต่ละตัวแปร

ดังนั้น สามารถนำค่าสถิติที่เกี่ยวข้องมาอธิบายในรูปแบบสมการการถดถอยเชิงพหุโดยสามารถอธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อตัวแปรตามได้ร้อยละ 10.50 (สัมประสิทธิ์การกำหนดแบบปรับแก้ = Adjusted $R^2 = 0.073$) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.324 ($R = 0.324$) ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์เท่ากับ 0.46545 ($SE_{Est} = .46545$) และสามารถเขียนสมการในการทำนายในรูปคะแนนดิบได้ดังนี้ $Y = 3.009 + 0.157(X_2)$ และสามารถเขียนเป็นสมการทำนายในรูปคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้ $Z = 0.242 (Z_2)$

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณตามลำดับตัวแปรที่เข้าสมการ (Stepwise Multiple Regression Analysis) ระหว่างด้านภาพลักษณ์องค์กรด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ (โรงไฟฟ้า ม.10 ต.หนองมะค่าโมง อ.ด่านช้าง จ.สุพรรณบุรี)

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์การ	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย	T	Sig.
	ถดถอยไม่ปรับมาตรฐาน	ปรับมาตรฐาน		
ค่าคงที่	2.662		10.851	0.05
ด้านกิจกรรมเพื่อสังคม (X1)	0.185	0.289	3.709	<.001
ด้านธุรกิจเพื่อสังคม (X2)	0.014	0.022	0.249	0.804
กิจการเพื่อสังคม (X3)	0.157	0.274	3.239	0.001
R = 0.450 SEest = 0.38885 F = 12.602				
$R^2 = 0.202$ Adjusted $R^2 = 0.186$ Sig. of F = <0.001				

จากตารางที่ 2 การทดสอบนัยสำคัญของค่าสหสัมพันธ์พหุคูณพบว่าค่าสหสัมพันธ์พหุคูณมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 อยู่ 2 ด้าน คือ ด้านกิจกรรมเพื่อสังคมและด้านกิจการเพื่อสังคม แสดงว่าตัวแปรอิสระ สามารถร่วมกันอธิบายความสัมพันธ์ตัวแปรได้ และมีน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรอิสระแต่ละตัวแปร

ดังนั้น สามารถนำค่าสถิติที่เกี่ยวข้องมาอธิบายในรูปแบบสมการการถดถอยเชิงพหุโดยสามารถอธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อตัวแปรตามได้ร้อยละ 20.20 (สัมประสิทธิ์การกำหนดแบบปรับแก้ (Adjusted $R^2 = 0.186$) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.450 ($R = 0.450$) ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์เท่ากับ 0.3885 ($SE_{Est} = 0.3885$) และสามารถเขียนสมการในการทำนายในรูปคะแนนดิบได้ดังนี้ $Y = 2.662 + 0.185 (X_1) + 0.157 (X_3)$ และสามารถเขียนเป็นสมการทำนายในรูปคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้ $Z = 0.289 (Z_1) + 0.274 (Z_3)$

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณตามลำดับตัวแปรที่เข้าสมการ (Stepwise Multiple Regression Analysis) ระหว่างด้านภาพลักษณ์องค์กรด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ (โรงไฟฟ้า ม.3 ต.บางกะปิ อ.บ้านหมี่ จ.ลพบุรี)

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย	T	Sig.
	ไม่ปรับมาตรฐาน	ปรับมาตรฐาน		
ค่าคงที่	2.626		6.658	0.05
ด้านกิจกรรมเพื่อสังคม (X1)	0.266	0.392	2.79	0.008

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย		T	Sig.
	ไม่ปรับมาตรฐาน	ปรับมาตรฐาน		
ด้านธุรกิจเพื่อสังคม (X2)	-0.09	-0.184	-1.392	0.171
กิจการเพื่อสังคม (X3)	0.157	0.261	1.87	0.068
R = 0.526 SEest = 0.49633 F = 5.879				
R ² = 0.277 Adjusted R ² = 0.230 Sig. of F = 0.002				

จากตารางที่ 3 การทดสอบนัยสำคัญของค่าสหสัมพันธ์พหุคูณพบว่าค่าสหสัมพันธ์พหุคูณมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อยู่ 1 ด้าน คือ ด้านกิจกรรมเพื่อสังคม แสดงว่าตัวแปรอิสระ สามารถร่วมกันอธิบายความสัมพันธ์ตัวแปรได้ และมีน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรอิสระแต่ละตัวแปร

ดังนั้น สามารถนำค่าสถิติที่เกี่ยวข้องมาอธิบายในรูปแบบสมการการถดถอยเชิงพหุโดยสามารถอธิบายความสัมพันธ์ ของตัวแปรอิสระที่ส่งผลที่ต่อตัวแปรตามได้ร้อยละ 27.70 (สัมประสิทธิ์การกำหนดแบบปรับแก้ = Adjusted R² = 0.230) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.526 (R = 0.526) ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์เท่ากับ 0.49633 (SEest = 0.49633) และสามารถเขียนสมการในการทำนายในรูปคะแนนดิบได้ดังนี้ $Y = 2626 + 0.266(X1)$ และสามารถเขียนเป็นสมการทำนายในรูปคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้ $Z = 0.392 (Z1)$

สรุปผล

ปัจจัยการทำกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (โรงไฟฟ้า ม.5 ต.สากเหล็ก อ.สากเหล็ก จ.พิจิตร) 3 ด้าน ได้แก่ ด้านกิจกรรมเพื่อสังคม ด้านธุรกิจเพื่อสังคม และด้านกิจการเพื่อสังคม ต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทผลิตไฟฟ้าด้านพลังงานแสงอาทิตย์ จากการสำรวจพบว่า มีเพียง 1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมของธุรกิจกล่าวคือ ผู้ที่อาศัยโดยรอบให้ความสนใจและรับรู้ในด้านธุรกิจเพื่อสังคม ส่วนปัจจัยการทำกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (โรงไฟฟ้า ม.10 ต.หนองมะค่าโมง อ.ด่านช้าง จ.สุพรรณบุรี) 3 ด้าน ได้แก่ ด้านกิจกรรมเพื่อสังคม ด้านธุรกิจเพื่อสังคม และด้านกิจการเพื่อสังคม ต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทผลิตไฟฟ้าด้านพลังงานแสงอาทิตย์ จากการสำรวจพบว่า มีเพียง 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมของธุรกิจกล่าวคือ ผู้ที่อาศัยโดยรอบให้ความสนใจและรับรู้ในด้านกิจกรรมเพื่อสังคม และด้านกิจการเพื่อสังคม และสุดท้ายปัจจัยการทำกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (โรงไฟฟ้า ม.3 ต.บางกะพี้ อ.บ้านหมี่ จ.ลพบุรี) 3 ด้าน ได้แก่ ด้านกิจกรรมเพื่อสังคม ด้านธุรกิจเพื่อสังคม และด้านกิจการเพื่อสังคม ต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทผลิตไฟฟ้าด้านพลังงานแสงอาทิตย์ จากการสำรวจพบว่า มีเพียง 1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมของธุรกิจกล่าวคือ ผู้ที่อาศัยโดยรอบให้ความสนใจและรับรู้ในด้านกิจกรรมเพื่อสังคม

ข้อเสนอแนะ

1. ด้านกิจกรรมเพื่อสังคม

จากผลการศึกษาพบว่าองค์กรมีการทำกิจกรรมเพื่อสังคมและสื่อสารเรื่องการทำกิจกรรมเพื่อสังคมได้ดีในพื้นที่ของบริษัทผลิตไฟฟ้าด้วยพลังงานแสงอาทิตย์ โรงไฟฟ้า ม.10 ต.หนองมะค่าโมง อ.ด่านช้าง จ.สุพรรณบุรี และโรงไฟฟ้า ม.3 ต.บางกะพี้ อ.บ้านหมี่ จ.ลพบุรี แต่พบว่าในโรงไฟฟ้า ม.5 ต.สากเหล็ก อ.สากเหล็ก จ.พิจิตร ยังสื่อสารกับผู้ที่เกี่ยวข้องรอบบริษัทผลิตไฟฟ้าได้ไม่ดีพอ ควรมีการยกระดับและเพิ่มความถี่ในการจัดกิจกรรมและสื่อสารกับชุมชนมากยิ่งขึ้น ทั้งการให้ความรู้แก่นักเรียน นักศึกษา ผู้ที่สนใจเรื่องพลังงานแสงอาทิตย์ การออกหน่วยบริการแก้ไขอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า การ

ช่วยเหลือระบบไฟฟ้าของใช้ที่เป็นสาธารณะประโยชน์ เช่น ปิ๊มสูบน้ำระบบบาดาลของชุมชน และการจัดทำโครงการเพื่อสิ่งแวดล้อมต่างๆ เช่น การออกไปร่วมกับชุมชนปลูกป่าในวาระต่างๆ นำกิจกรรมต่างๆ เหล่านี้มาประชาสัมพันธ์ผ่านเฟสบุ๊คของบริษัทด้วยอีกทาง ซึ่งไม่เพียงเป็นประโยชน์ต่อองค์กรเท่านั้น แต่ผู้ที่อาศัยอยู่รอบบริษัทผลิตไฟฟ้าด้วยพลังงานแสงอาทิตย์และสังคมจะได้ประโยชน์การทำกิจกรรมเพื่อสังคมที่ดีอีกด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของพนิตีย์ เหลืองภัทรเชวง (2559) เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมและต้นทุนเงินทุนของผู้ถือหุ้น ในส่วนของการให้ความสำคัญในการจัดกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของธุรกิจ

2. ด้านธุรกิจเพื่อสังคม

จากผลการศึกษาพบว่าองค์กรมีการทำธุรกิจเพื่อสังคมและสื่อสารเรื่องการทำธุรกิจเพื่อสังคมได้ดีในพื้นที่ของบริษัทผลิตไฟฟ้าด้วยพลังงานแสงอาทิตย์ โรงไฟฟ้า ม.5 ต.สากเหล็ก อ.สากเหล็ก จ.พิจิตร ประชาชนที่อาศัยอยู่รอบบริษัทผลิตไฟฟ้าด้วยพลังงานแสงอาทิตย์สามารถรับรู้การทำธุรกิจเพื่อสังคมได้ ทั้งด้านการใช้สินค้าและบริการจากในพื้นที่ การจ้างงานคนในชุมชน และการใช้บริการธุรกิจของคนในพื้นที่ แต่พบว่าในโรงไฟฟ้า ม.10 ต.หนองมะค่าโมง อ.ด่านช้าง จ.สุพรรณบุรี และโรงไฟฟ้า ม.3 ต.บางกะพ้อ อ.บ้านหมี่ จ.ลพบุรี ยังสื่อสารกับผู้ที่อยู่รอบบริษัทผลิตไฟฟ้าได้ไม่ดีพอ ควรมีการยกระดับและเพิ่มความถี่ในการสื่อสารกับชุมชนมากยิ่งขึ้น ทั้งการออกไปพบปะผู้นำชุมชน การเข้าร่วมประชุมกับชุมชนโดยถือโอกาสสื่อสารการจัดทำโครงการต่างๆที่เป็นประโยชน์แก่ชุมชน เช่น สื่อสารกับชุมชนเรื่องการจ้างงาน ทั้งรปภ. และคนงานตัดหญ้าล้างแผง ซึ่งใช้ในชุมชนใกล้เคียงทั้งสิ้น และการเพิ่มการจัดหาสินค้าวัสดุสิ้นเปลืองในชุมชนมากยิ่งขึ้น เนื่องจากเป็นไปได้ว่าการซื้อวัสดุสิ้นเปลืองในชุมชนบางแห่งอาจไม่มีบิลหรืออาจมีราคาสูงกว่าการซื้อจากห้างสรรพสินค้าหรือร้านค้าส่งขนาดใหญ่ในตัวอำเภอบ้านหมี่ ฉะนั้นเพื่อประโยชน์ในการอยู่ร่วมกันโดยได้รับประโยชน์ทั้งสองฝ่ายจึงควรมีการเพิ่มการใช้บริการธุรกิจในชุมชนและการใช้สินค้าในชุมชนมากยิ่งขึ้น ซึ่งก็ไม่เพียงเป็นประโยชน์ต่อองค์กรเท่านั้น แต่ผู้ที่อาศัยอยู่รอบบริษัทผลิตไฟฟ้าด้วยพลังงานแสงอาทิตย์และสังคมจะได้ประโยชน์การทำธุรกิจเพื่อสังคมอีกด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของพลอยฉัตรี ศิริวัฒน์ (2559) เรื่องการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ของบุคลากรกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานตามแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ขององค์กรคลังสินค้า ในด้านแนวคิดที่ส่งเสริมบุคลากรในการดำเนินงานรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของชุมชน

3. ด้านกิจการเพื่อสังคม

จากผลการศึกษาพบว่าองค์กรมีการทำกิจการเพื่อสังคมและสื่อสารเรื่องการทำกิจการเพื่อสังคมได้ดีในพื้นที่ของบริษัทผลิตไฟฟ้าด้วยพลังงานแสงอาทิตย์ โรงไฟฟ้า ม.10 ต.หนองมะค่าโมง อ.ด่านช้าง จ.สุพรรณบุรี ประชาชนที่อาศัยอยู่รอบบริษัทผลิตไฟฟ้าด้วยพลังงานแสงอาทิตย์สามารถรับรู้กิจการเพื่อสังคมได้ดี มีการสนับสนุนเงินแก่การกุศล และการสนับสนุนให้พนักงานบำเพ็ญประโยชน์ แต่พบว่า โรงไฟฟ้า ม.5 ต.สากเหล็ก อ.สากเหล็ก จ.พิจิตรและโรงไฟฟ้า ม.3 ต.บางกะพ้อ อ.บ้านหมี่ จ.ลพบุรี ยังสื่อสารกับผู้ที่อยู่รอบบริษัทผลิตไฟฟ้าได้ไม่ดีพอ ควรมีการยกระดับและเพิ่มความถี่ในการสื่อสารกับชุมชนมากยิ่งขึ้น ทั้งการออกไปพบปะผู้นำชุมชน การเข้าร่วมประชุมกับชุมชนโดยถือโอกาสสื่อสารการจัดทำโครงการต่างๆที่เป็นประโยชน์แก่ชุมชน เช่น การความรู้เรื่องไฟฟ้าเบื้องต้น การแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง การบำเพ็ญประโยชน์ตามโอกาสต่างๆ เช่น การปลูกป่าชุมชนเฉลิมพระเกียรติ การร่วมพัฒนาชุมชน วัด พื้นที่สาธารณะ การจัดตั้งองค์กรชุมชนผ้าป่า เป็นต้น เพื่อประโยชน์ในการอยู่ร่วมกันโดยได้รับประโยชน์ทั้งสองฝ่าย ซึ่งก็ไม่เพียงเป็นประโยชน์ต่อองค์กรเท่านั้น แต่ผู้ที่อาศัยอยู่รอบบริษัทผลิตไฟฟ้าด้วยพลังงานแสงอาทิตย์และสังคมจะได้ประโยชน์จากกิจการเพื่อสังคมอีกด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของจันจิราภรณ์ จันดี (2560) เรื่องการพัฒนาการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่สอดคล้องตามความต้องการของชุมชน กรณีศึกษาบริษัทผลิตอาหารสัตว์แห่งหนึ่งในจังหวัดลำพูน ในด้านบทบาทของภาคธุรกิจในการตอบสนองความต้องการของชุมชนด้านกิจการเพื่อสังคม

เอกสารอ้างอิง

- คณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน. (2564). *การจัดทำรายงานประมวลหลักการปฏิบัติ (COP) และรายงานผลการปฏิบัติตามประมวลหลักการปฏิบัติ (COP Monitor)*. สืบค้นเมื่อ 15 กันยายน 2564, จาก www.erc.or.th/web-upload/200xf869baf82be74c18cc110e974eea8d5c/202205/m_laws/8504/1788/file_download/45e9312393ed4376c9798d26cc039d3c.pdf.
- จักรกฤษ เตชพร. (2563). *การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมในมุมมองของผู้บริโภคกรณีศึกษา บริษัทอำพลฟู้ดส์ โพรเซสซิ่ง จำกัด*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- จันจิราภรณ์ จันดี. (2560). *การพัฒนาการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่สอดคล้องตามความต้องการของชุมชน กรณีศึกษาบริษัทผลิตอาหารสัตว์แห่งหนึ่งในจังหวัดลำพูน*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- พันธิตย์ เหลืองภัทรเขวง. (2559). *ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมและต้นทุนเงินทุนของผู้ถือหุ้น*. การค้นคว้าอิสระ บัญชีมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พลอยฉัตรี ศิริพัฒน์. (2559). *การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ของบุคลากรกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานตามแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ขององค์กรคลังสินค้า*. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง. (2564). *สถิติประชากรทางการทะเบียนราษฎร (รายเดือน)*. สืบค้นเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2564, จาก stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statMONTH/statmonth/#/view
- สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี. (2562). *คำแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรี*. สืบค้นเมื่อ 28 สิงหาคม 2564, จาก www.thaigov.go.th/uploads/document/66/2019/07/pdf/Doc_20190725085640000000.pdf.
- อนันตชัย ยุธประณม. (2559). *แนวปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคม สำหรับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.

Translated Thai References

- Dechporn, Jukkrit. (2020). *Consumers' perception towards image of organization implementing concept of corporate social responsibility case study: Ampol food processing ltd.* (A Thesis for Master of Business Administration, Silpakorn University). (in Thai)
- Energy Regulatory Commission, ERC. (2564). *Preparation of a report compiling principles Perform (COP) and report results of compliance with the Code of Practice (COP Monitor)*. Retrieved September 15, 2021, from www.erc.or.th/web-upload/200xf869baf82be74c18cc110e974eea8d5c/202205/m_laws/8504/1788/file_download/45e9312393ed4376c9798d26cc039d3c.pdf. (in Thai)
- Janta, Janjiraporn. (2017). *The Development of Corporate Social Responsibility Activities according to Community Needs: A Case Study of a Feed Production Company in Lamphun Province*. (A Thesis for Master of Science Department, Sukhothai Thammathirat University). (in Thai)
- Luangpatarachaveng, Pattanit. (2016). *The relationship between CSR and cost of equity*. (Independent Studies for Master of Accounting Faculty of Commerce and Accountancy, Thammasat University). (in Thai)

Siripat, Ploychatthree. (2016). *The relationship between the perception of the personnel involved in the implementation of the concept of corporate social responsibility (CSR) of PWO*. (Independent Studies for Master of Business Administration, Bangkok University). (in Thai)

The Bureau of Registration Administration, BORA. (2021). *Official population statistics from the civil registration (monthly)*. Retrieved November 25, 2021, from stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statMONTH/statmonth/#/View. (in Thai)

The Secretariat of The Cabinet (2019). *Policy Statement of the Council of Ministers*. Retrieved August 28, 2021, from www.thaigov.go.th/uploads/document/66/2019/07/pdf/Doc_20190725085640000000.pdf. (in Thai)

Yunprathom, Anantachai. (2016). *CSR Best Practices*. 3rd ed. Bangkok: The Stock Exchange of Thailand. (in Thai)