237584

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา การดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ระดับการรับรู้และทัศนคติที่ประชาชนมีต่อการดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ ประชากรจำนวน 400 คนที่มีอายุระหว่าง 18-60 ปี ที่อาศัยอยู่ใน 6 เขตของกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เขตวังทองหลาง เขตสาทร เขตจตุจักร เขตบึงกุ่ม เขตบางพลัด และเขตราษฎร์บูรณะ สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น และได้ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิและทดลอง (try-out) ได้ค่าความเชื่อมั่น (reliability) เท่ากับ 0.803 และใช้โปรแกรมสำเร็จรูปที่สถาบันคอมพิวเตอร์มหาวิทยาลัยรามคำแหงในการประมวลผลข้อมูล ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสถิติที่ใช้เป็นสถิติเชิงบรรยาย ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญ และทดสอบสมมติฐานโดยใช้ *t* test และ *F* test ทดสอบวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) และในกรณีที่พบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติ

237584

ผู้วิจัยจะทดสอบเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (post hoc test) ตามวิธีการของฟิชเชอร์ (Fisher's Least Significant Difference: LSD) และใช้การวิเคราะห์ค่าทางสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson correlation coefficient) เพื่อวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร

ซึ่งผลจากการศึกษาสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25-31 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และส่วนใหญ่ใช้ผลิตภัณฑ์ของปตท.

โครงการการดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ที่นำมาศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกศึกษาเฉพาะมิติด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และชุมชนเท่านั้น ด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ (1) โครงการปลูกป่าถาวรเฉลิมพระเกียรติ 1 ล้านไร่ (2) โครงการพัฒนาและรณรงค์การใช้หญ้าแฝกอันเนื่องมาจากพระราชดำริ (3) โครงการลูกโลกสีเขียว (4) โครงการสวนสมุนไพรสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ด้านสังคม ได้แก่ (5) โครงการขับขี่ปลอดภัยรักวินัยจราจร (6) โครงการโรงเรียนในฝัน (7) โครงการจัดสร้างอาคารเรียนและห้องสมุด (8) โครงการประกวดศิลปกรรม และด้านชุมชน ได้แก่ (9) โครงการวิสาหกิจชุมชน (10) โครงการปันน้ำใจให้ชุมชน (11) โครงการค่ายเยาวชนอนุรักษ์พลังงาน (12) โครงการมอบทุนการศึกษา

การรับรู้การดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมทุกด้านพบว่า ประชาชนมีระดับการรับรู้อยู่ในระดับมาก โดยเมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละด้านพบว่าการดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ด้านสิ่งแวดล้อมและด้านชุมชน มีระดับการรับรู้มาก และด้านสังคมมีระดับการรับรู้ปานกลาง และประชาชนได้รับทราบข้อมูลข่าวสารสื่อสิ่งพิมพ์จากหนังสือพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์จากโทรทัศน์ และสื่อบุคคลจากเพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน

ทัศนคติที่ประชาชนมีต่อการดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมทุกด้านพบว่า ประชาชนมีทัศนคติเชิงบวก รวมถึงการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ทำให้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ผลิตภัณฑ์ และมีความชอบในการดำเนินกิจกรรมด้าน

237584

ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

ผลจากการศึกษาสามารถสรุปเป็นข้อเสนอแนะได้ดังนี้ (1) บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ควรดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมให้เข้มข้นยิ่งขึ้นกว่าเดิมและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยจัดกิจกรรมให้มีความชัดเจนเจาะจงให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะ (2) บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ควรเพิ่มการใช้สื่อบุคคลอ้างอิงเพื่อประโยชน์ทางการประชาสัมพันธ์ในเชิงลึกให้มากขึ้น (3) บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ควรเข้าไปจัดกิจกรรมที่ใกล้ชิดกับสังคมมากขึ้น เพื่อให้เกิดการรับรู้ที่เพิ่มมากขึ้นในอนาคต (4) ประชาชนมีทัศนคติเชิงบวกมากต่อการดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ในด้านของสิ่งแวดล้อม คาดว่าเป็นผลจากการเกิดภาวะโลกร้อน จึงทำให้ประชาชนมีการตื่นตัวและสนใจมากขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการควรดำเนินโครงการเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมให้มากขึ้น (5) บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) มีการสื่อสารให้ประชาชนเกิดการรับรู้มาก จึงก่อให้เกิดทัศนคติเชิงบวกต่อการดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนั้นองค์กรควรดำเนินการโครงการดังกล่าวอย่างต่อเนื่องต่อไป

237584

In this thesis, the researcher investigates the issue of corporate social responsibility (CSR) in respect to the Petroleum Authority of Thailand (PTT) Pubic Company Limited. As such, the researcher is concerned with the CSR performance of PTT in addition to perceptions of and attitudes toward the CSR performance of PTT evinced by members of the general public.

The sample population consisted of 400 subjects between the ages of eighteen and sixty years of age who were domiciled in six districts of Bangkok Metropolis. These six districts were Wang Thonglang, Sathon, Chatuchak, Bueng Kum, Bang Phlat, and Rat Burana. Used as an instrument of research

was a questionnaire constructed by the researcher. The questionnaire was validated by expert opinion and was found to be couched at the reliability level of 0.9803 upon being tested.

The data collected were processed by means of the application of a computer program at Ramkhamhaeng Computer Institute and the results were computed as being at the statistically significant level of 0.05. Using techniques of descriptive statistics, the researcher analyzed the data obtained in terms of frequency, percentage, mean and standard deviation.

Additionally utilized by the researcher in testing the data were techniques of inferential statistics. Accordingly, hypothesis testing was conducted by applications of the techniques of *t* test, *F* test and one-way analysis of variance (ANOVA). In cases in which it was found that there were differences at statistically significant levels, the researcher employed Fisher's least significant difference (LSD) method. Pearson's correlation coefficient technique was used to analyze the relationships between variables.

Findings are as follows:

Most of the subjects under study were females who were between the ages of twenty-five and thirty-one, holders of a bachelor's degree, and employees of private companies. They had an average monthly income between 10,001 and 20,000 baht. Most of them used products produced by PTT Public Company Limited.

The researcher investigated the CSR projects of PTT only in respect to those which pertained to the environment, society and the community.

It was found that PTT's environmental projects were as follows: (1) the One Million *Rai* Permanent Reforestation Project in Honor of His Majesty the King; (2) the Project to Use Vitiver Grass Initiated by His Majesty the King; (3) the Green Globe Project; and (4) the Herb Garden Project of Her Royal Highness Princess Maha Chakri Sirindhorn.

The social projects were as follows: (5) the Safe Driving and the Love-of-Traffic Discipline Project; (6) the Dream Schools Project; (7) the School Building and Library Construction Project; and (8) the Art Contest Project.

The community projects were as follows: (9) the Community Enterprise Project; (10) the Community Savings Project; (11) the Youth Camp for Energy Conservation Project; and (12) the Educational Grants Project.

In regard to perceptions of PTT's CSR projects, it was overall found that members of the general public perceived these projects at a high level. When considered in each aspect, it was found that the CSR operations in respect to the aspects of environment and community were perceived at a high level. However, in the aspect of society, perceptions were found to be at a moderate level.

In respect to information concerning PTT's CSR projects, members of the general public received printed media information from newspapers, electronic media information from television, and individual media information from friends or colleagues.

In respect to the attitudes evinced by members of the general public toward PTT operations in the aspect of CSR, it was overall found that the

general public held positive attitudes. The CSR operations of PTT induced most of the subjects under study to use its products and they especially evinced positive attitudes in respect to CSR activities which reflected a good image of the organization.

On the basis of the research findings of this investigation, the researcher would like to offer the following suggestions:

(1) PTT should intensely augment its CSR activities on a continuous basis. Activities should be organized in a clear manner such that they can be earmarked for particular target groups.

(2) PTT should pay attention to television media as the first priority because in so doing they can foster and disseminate awareness and knowledge to message receivers at the mass level in an expeditious fashion. In respect to printed media, attention should be paid to newspapers as the first priority. The use of individual media as references should be increased for the sake of more in-depth public relations.

(3) PTT should organize activities closer to the heart of society in order to increase positive perception in the future.

(4) PTT should increase community CSR activities in tandem with its social activities, especially in the aspect of participation in fostering the actualization of community potentialities in a fashion conducive to enhancing community strengths. Learning should be promoted in youth groups to the end of instilling notions of environmental conservation, being a good member of society and becoming involved in community concerns in a sustainable manner.

(5) PTT communications have successfully heightened perceptions at a high level on the part of members of the general public. This has led to positive attitudes being evinced toward PTT's CSR projects. Therefore, the organization should continue such projects without surcease.