

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของการศึกษา

ปัจจุบันการพัฒนาประเทศได้มีความก้าวหน้าเป็นอย่างมาก ซึ่งอาจมาจากปัจจัยหลายปัจจัย อาทิ การแข่งขันกับประเทศอื่น ๆ การพัฒนาของเทคโนโลยี การเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากร

จริงอยู่ที่การมุ่งไปสู่ความเป็นประเทศอุตสาหกรรมใหม่อาจนำมาซึ่งความเจริญรุ่งเรืองแก่ประเทศชาติและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของคนในประเทศในอนาคต แต่สิ่งที่เราไม่ควรละเลยและผู้เกี่ยวข้องควรให้ความสนใจและคอยติดตามอยู่เสมอก็คือ ผลกระทบที่ประเทศและคนไทยจะได้รับจากการเป็นอุตสาหกรรมนั้น ซึ่งแน่นอนที่เห็นได้ง่าย ก็คือ วิถีชีวิตของคนไทยยิ่งเปลี่ยนแปลงไปอย่างไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ ซึ่งเป็นปัญหาที่สำคัญที่น่าศึกษาต่อไป

ความสำคัญของปัญหาในการศึกษานี้ ประเด็นที่จะนำมาพิจารณา คือ เมื่อโรงงานอุตสาหกรรมเกิดมากขึ้น ซึ่งการเกิดขึ้นของโรงงานอุตสาหกรรมมีทั้งข้อดีและข้อเสียทั้งสองด้าน ด้านดีคือ ชุมชนรอบโรงงานมีงานทำ มีอาชีพจากการที่โรงงานอุตสาหกรรมเกิดขึ้น ข้อเสียก็ย่อมเกิดขึ้นควบคู่กันไป ทั้งปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม กลิ่นเหม็น เสียงรบกวน หรือผลกระทบต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นตามมา ในประเด็นนี้ สิ่งที่ต้องการศึกษาก็คือ ทำอย่างไรปัญหาเหล่านี้จะลดลงหรือไม่ส่งผลกระทบมากขึ้น ถึงกับเกิดการขัดแย้ง ความไม่พอใจ การไม่ให้ความร่วมมือหรือจนกระทั่งการต่อต้านของชุมชนรอบโรงงานที่มีต่อการประกอบกิจการหากกิจกรรมหรือโรงงานเหล่านั้นตระหนักถึงความเดือดร้อนของประชาชนโดยรอบโรงงานอุตสาหกรรมและพยายามที่จะแก้ปัญหาผลกระทบต่าง ๆ อย่างจริงจัง ก็คงจะเป็นปัญหาไปได้โดยตรงทางหนึ่งอยู่แล้ว แต่ก็ไม่ใช่เพียงพอหรือเป็นหลักประกันที่จะสร้างความพึงพอใจหรือสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของชุมชนโดยรอบโรงงานอุตสาหกรรม เพราะในปัจจุบันที่มีการแข่งขันทางด้านธุรกิจอย่างสูงในขณะนี้ โรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนจำนวนมาก และเป็นเป้าหมายใหญ่ของกลุ่มผลประโยชน์ต่าง ๆ ที่จะพยายามเข้ามามีบทบาทช่วยแก้ไขปัญหากับสาธารณชน มักจะถูกมองหรือคาดหวังจากสังคมเป็นอย่างมาก ไม่เพียงแต่ไม่สร้างความเดือดร้อนให้กับชุมชนแล้ว ยังต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม คำนึงไว้ให้กับสังคม โดยส่งเสริมช่วยเหลือกิจกรรมสังคมเป็นการตอบแทน

หน่วยงานต่าง ๆ ในภาคอุตสาหกรรม จึงอาศัยการประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือในการดำเนินงาน เพื่อให้องค์กรป็นที่ยอมรับและสามารถดำเนินธุรกิจอย่างราบรื่น ให้ได้เพราะการประชาสัมพันธ์สามารถเผยแพร่ บอกกล่าว ให้ข้อมูลข่าวสารและความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ขององค์กรแก่กลุ่มเป้าหมายและสาธารณชนได้รับทราบเมื่อประชาชนได้รับทราบข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ย่อมมีผลให้ประชาชนเกิดความรู้และความเข้าใจในการดำเนินงานขององค์กร ผลที่ตามก็คือ ทำให้ประชาชนเกิดความเลื่อมใส ศรัทธาและเชื่อถือในการดำเนินงานอันจะทำให้ได้รับความร่วมมือด้วยดี

งานชุมชนสัมพันธ์จะเป็นกลยุทธ์ หรือเครื่องมือหนึ่งที่สำคัญมากในการที่จะสามารถนำไปใช้ป้องกัน และแก้ไข หรือคลี่คลายปัญหาลักษณะนี้ได้เหมาะสมและตรงจุดที่สุด เพราะงานชุมชนสัมพันธ์โดยรวมแล้วก็คือ การทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมในรูปแบบต่าง ๆ นั้นเอง งานชุมชนสัมพันธ์เป็นกิจกรรมหนึ่งที่องค์กรสามารถสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนหรือประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี อาจกระทำได้หลายวิธี อาทิ การพบปะผู้นำทางความคิด การจัดกิจกรรมรณรงค์ต่าง ๆ เช่น กิจกรรมด้านศาสนา การรณรงค์เกี่ยวกับการรักษาสิ่งแวดล้อม ชุมชน กิจกรรมการป้องกันยาเสพติดในชุมชน การมอบทุนการศึกษา การเป็นผู้อุปถัมภ์ต่าง ๆ งานชุมชนสัมพันธ์จึงเป็นกิจกรรมที่สามารถสร้างความสัมพันธ์และแสดงให้ชุมชนเห็นว่าองค์กรเป็นหน่วยงานที่ให้ความช่วยเหลือและรับผิดชอบต่อสังคม

บริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน)¹ โดยการก่อตั้งของตระกูลรัตนรักษ์ ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากทางราชการและได้รับการส่งเสริมจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน เพื่อการอุตสาหกรรม บริษัทได้รับการสำรวจหาแหล่งวัตถุดิบทั่วประเทศตั้งแต่ พ.ศ. 2511 โดยคณะสำรวจชาวเยอรมัน ผลการทดสอบคุณภาพของวัตถุดิบ ซึ่งได้ส่งไปทำการทดลอง ณ ต่างประเทศ ปรากฏว่าเขตตำบลทับกวาง อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี มีวัตถุดิบเลิศตามความต้องการ และมีจำนวนมากพอที่จะนำมาใช้ในการผลิตได้กว่า 50 ปี บริษัทฯ ได้ดำเนินการขอสัมปทานที่ดิน 4,000 ไร่ และวางแผนการก่อสร้างโรงงานในเนื้อที่อีก 1,000 ไร่ ของบริเวณติดต่อกัน

บริษัทฯ ได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทวันที่ 18 พฤษภาคม 2512 ต้นทุนจดทะเบียนแรกเริ่ม 100 ล้านบาท และเริ่มก่อสร้างโรงงาน ณ กม.129 ถนนมิตรภาพ ตำบลทับกวาง อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี ดำเนินการผลิตและจัดจำหน่ายปูนซีเมนต์ เพื่อตอบสนองความต้องการในอุตสาหกรรมก่อสร้างของประเทศ ซึ่งมีปริมาณการใช้ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในแต่ละปี

¹ บริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน), “เอกสารแนะนำบริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน),” (สระบุรี: บริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน), 2549).

ตลอดระยะเวลา 30 ปี ของการดำเนินงาน บริษัทฯ ได้เติบโต ขยายกิจการและพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ รวมถึงพัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิภาพในการให้บริการตลอดมา

บริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน) ลงทุนซื้อเครื่องจักรเทคโนโลยีอันทันสมัยมาใช้ในระบบการผลิตอย่างต่อเนื่อง เป็นต้นว่า การติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์และหุ่นยนต์ร่อนมวล เพื่อควบคุมและตรวจสอบคุณภาพอย่างพิถีพิถันในทุกขั้นตอนของการผลิต

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังนำระบบประกันคุณภาพตามมาตรฐาน ISO 9002 ซึ่งเป็นระบบมาตรฐานระหว่างประเทศที่บริษัทผู้ผลิตทั่วโลกต่างให้การยอมรับ มาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาระดับคุณภาพของบริษัทฯ ทั้งในด้านการผลิตและการบริการ โดยนำข้อกำหนดต่าง ๆ ของระบบ ISO 9002 มาจัดทำเป็นระบบเอกสารและใช้เป็นหลักปฏิบัติในการบริหารคุณภาพทั้งองค์กร รวมถึงจัดให้มีการฝึกอบรมพนักงานทุกระดับให้มีความรู้และความเข้าใจในระบบบริหารคุณภาพ เพื่อให้เกิดความมั่นใจในระบบคุณภาพนี้ได้ถูกนำมาใช้ปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง

นอกจากนี้ บริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง ยังมีค่านิยมองค์กร 5 ข้อ ดังนี้

1. เป็นองค์การที่ยึดมั่นในการบริการลูกค้า
2. เป็นองค์การที่ให้โอกาสพนักงานพัฒนาศักยภาพของตนเอง
3. เป็นองค์การที่มีผลประโยชน์ทางการเงินที่มั่นคงและยั่งยืน
4. เป็นองค์การที่มีบรรยากาศเปิดกว้างและเกื้อกูลกัน
5. เป็นองค์การที่มีความรับผิดชอบและเป็นสมาชิกที่ดีต่อสังคม

ซึ่งค่านิยมข้อที่ 5 เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่า บริษัท มีเป้าหมายที่ดำเนินกิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งในระดับประเทศและระดับท้องถิ่น

ทั้งนี้บริษัทฯ ยังได้ตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อในฐานะที่เป็นหน่วยหนึ่งของสังคม ถือเป็นภาระหน้าที่ของการเป็นพลเมืองดี ซึ่งจะต้องปฏิบัติ เพราะการที่องค์กรสังคมอยู่ได้ก็เพราะได้ใช้หรือแสวงหาประโยชน์จากทรัพยากรที่มีอยู่ ดังนั้นจึงควรที่องค์กรหรือหน่วยงานนั้นจะได้นำใจและความรับผิดชอบต่อพึงกระทำอันเป็นประโยชน์ต่อสังคม ซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคมที่สำคัญประการหนึ่งคือ การเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของท้องถิ่นที่องค์กรตั้งอยู่ ทั้งนี้เพื่อเป็นการแสดงถึงความรับผิดชอบต่อองค์กรนั้นเป็นแหล่งที่ใช้ทรัพยากรท้องถิ่นหรือบริเวณใกล้เคียง ดังนั้นการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมสังคมจะเป็นการกระชับมิตรและสัมพันธ์ภาพที่ดีและในขณะเดียวกันยังเป็นการแสดงให้เห็นว่าเป็นองค์การที่รู้จัก “ให้” แก่ชุมชนหรือท้องถิ่นที่สังกัด มิใช่แต่จะมุ่งแสวงหาผลกำไรผลประโยชน์แต่อย่างเดียว แต่รู้จักตอบแทนคุณประโยชน์ให้แก่ชุมชนหรือสังคม

นั่นด้วย นอกจากนี้การเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมนั้น เป็นการสร้างมิตรและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เป็นที่เข้าใจและเป็นการสร้างความนิยมเชื่อถือให้บังเกิดขึ้นในหมู่ประชาชนซึ่งมีต่อองค์กร²

ดังนั้นการศึกษาเรื่อง “การศึกษางานชุมชนสัมพันธ์กับการสร้างภาพลักษณ์ของบริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน)” มุ่งศึกษาในลักษณะของการดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์ ว่าสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ตั้งไว้ใน การเสริมสร้างความสัมพันธ์ และความเข้าใจอันดีระหว่างโรงงานกับชุมชนรอบโรงงาน ซึ่งข้อมูลจะก่อให้เกิดประโยชน์ในการวางแผนงานชุมชนสัมพันธ์ อันจะส่งผลต่อความสัมพันธ์ที่ดีต่อองค์กรและองค์กรภาคอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่มีการดำเนินการที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไปในอนาคต

ปัญหานำการวิจัย

1. งานชุมชนสัมพันธ์ของ บริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน) เฉพาะโรงงานสระบุรี ในปี 2549 มีผลต่อภาพลักษณ์ของบริษัทฯ อย่างไร
2. ชุมชนรอบโรงงานปูนซีเมนต์นครหลวง มีภาพลักษณ์อย่างไรต่อบริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน)
3. งานชุมชนสัมพันธ์ของ บริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน) เฉพาะโรงงานสระบุรี ในปี 2549 มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของบริษัทฯ หรือไม่

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษางานชุมชนสัมพันธ์ของ บริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อทราบภาพลักษณ์ของบริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน) ในความคิดเห็นของชุมชนรอบโรงงานปูนซีเมนต์นครหลวง
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างงานชุมชนสัมพันธ์และภาพลักษณ์ของ บริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน)

² จิตราภรณ์ สุทธิสรเศรษฐ์, ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์ (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537), น. 24.

สมมติฐานของการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีภาพลักษณ์ต่อบริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน
2. ความคิดเห็นของชุมชนต่องานชุมชนสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของบริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน)

ขอบเขตของการวิจัย

1. การศึกษาครั้งนี้ จะทำการศึกษาจากข้อมูลการดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์ในเรื่องของภาพลักษณ์งานชุมชนสัมพันธ์ของบริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน) ปี พ.ศ. 2549 เท่านั้น ซึ่งไม่ได้ศึกษาภาพลักษณ์อื่น ๆ
2. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) มุ่งศึกษาผู้บริหาร/กลุ่มผู้นำชุมชนในแต่ละชุมชนรอบโรงงานปูนซีเมนต์นครหลวง เท่านั้น
3. การวิจัยเชิงสำรวจ โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง (Sample) เป็นประชากรในเขตพื้นที่ตำบลทับทิม อำเภอกำแพงแสน จังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งนี้กำหนดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในเขตห่างจากโรงงานปูนซีเมนต์นครหลวงรัศมี 5 กิโลเมตร เนื่องจากเป็นชุมชนอยู่ใกล้ชิดกับโรงงานและเป็นบริเวณที่ได้รับผลกระทบจากการประกอบกิจการของโรงงาน อย่างเช่น ฝุ่น กลิ่น

นิยามศัพท์

ชุมชน (Community) หมายถึง ประชาชนที่อาศัยอยู่รอบโรงงานปูนซีเมนต์นครหลวง เฉพาะ 4 ชุมชน ในตำบลทับทิม อำเภอกำแพงแสน จังหวัดสุพรรณบุรี ในเขตพื้นที่ตำบลทับทิม

งานชุมชนสัมพันธ์ (Community Relation) หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่บริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน) ได้วางแผนกำหนดและดำเนินการให้แก่ชุมชนรอบโรงงาน ปูนซีเมนต์นครหลวงโดยวัตถุประสงค์เพื่อสร้างภาพลักษณ์และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน ในปี 2549 จำนวน 18 โครงการ ได้แก่ กิจกรรมออกหน่วยแพทย์เคลื่อนที่ สนับสนุนยาสามัญประจำบ้าน ปลุกป่าเฉลิมพระเกียรติ สนับสนุนเครื่องมือแพทย์แก่สถานีนอนามัย ชุมชนปลอดภัยสำหรับเด็ก ทอดกฐิน จัดสร้างถังซีเมนต์บรรจุน้ำ สัมมนาผู้บริหารเทศบาลและผู้นำชุมชน ประชุมเครือข่ายพันธมิตร 3 เล้า เยี่ยมบ้านยามเย็นและมอบอุปกรณ์กีฬา มอบเครื่องเขียนวันเด็ก มอบ

โปรแกรมคอมพิวเตอร์ปิดภาคเรียน สร้างห้องสุชาสำหรับ 7 โรงเรียน มอบทุนการศึกษา นำครู-นักเรียนทัศนศึกษาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สอนจัดดอกไม้-ช่างซ่อมอิเล็กทรอนิกส์ โครงการชุมชนน่าอยู่ บำรุงบ่อบาดาลผาเสด็จ

ภาพลักษณ์ของบริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน) หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในใจของชุมชนรอบโรงงานปูนซีเมนต์นครหลวง ที่มีต่อบริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน) เป็นภาพลักษณ์ด้านองค์กร ด้านสินค้า ด้านบุคลากร และด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

โรงงานปูนซีเมนต์นครหลวง หมายถึง โรงงานผลิตปูนซีเมนต์ของบริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน) ตั้งอยู่ตำบลทับกวาง อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี

บริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน) หมายถึง บริษัทที่ก่อตั้งและจดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัดมหาชนและเป็นสำนักงานใหญ่

ความคิดเห็น หมายถึง ระดับความรู้สึกพอใจที่มีต่องานชุมชนสัมพันธ์ของบริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบผลการดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์ของบริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อทราบถึงภาพลักษณ์ของบริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน) ในความคิดเห็นของชุมชนรอบโรงงานสระบุรี
3. เพื่อทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างงานชุมชนสัมพันธ์และภาพลักษณ์ของบริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน)
4. เพื่อนำข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ความคิดเห็นของชุมชน ที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของบริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน) มาใช้ในการพัฒนางานชุมชนสัมพันธ์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในงานชุมชนสัมพันธ์ของบริษัทฯ ยิ่งขึ้น