

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ	ความคิดเห็นของชุมชน ใกล้เคียงที่มีต่อนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทธนภัคดี จำกัด
ผู้เขียน	นางสาวศุภิสรา โยธาดี
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการอุตสาหกรรมเกษตร)
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร.สรญา เขียวนาหวางค์ษา

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิจัยความคิดเห็นของชุมชน ใกล้เคียงที่มีต่อนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทธนภัคดี จำกัด กลุ่มตัวอย่างที่ผู้ศึกษาใช้คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนรอบบริษัทธนภัคดี จำกัด จาก 12 หมู่บ้าน จำนวน 385 ราย การเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา ผลจากการวิเคราะห์นำเสนอในรูปแบบตารางแจกแจง ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

แบบสอบถามเรื่องความคิดเห็นของชุมชน ใกล้เคียง แบ่งออกเป็น 6 ด้าน โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวม คือ เห็นด้วยมาก หมายความว่าบริษัทฯ สามารถดำเนินการตามนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทฯ ได้ดีมากในทุกด้าน และมีค่าเฉลี่ยสูงสุดแต่ละด้านดังนี้

- 1) ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมคือ การส่งเสริมการทำปุ๋ยหมัก , ใช้น้ำ EM มีค่าเฉลี่ย 3.80 แปลผลคือ เห็นด้วยมากที่สุด
- 2) ด้านการส่งเสริมด้านกีฬาให้กับชุมชนคือ การจัดกิจกรรมร่วมแข่งขันกีฬาประจำท้องถิ่น เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนรอบข้าง มีค่าเฉลี่ย 3.97 แปลผลคือ เห็นด้วยมากที่สุด
- 3) ด้านการส่งเสริมด้านศิลปวัฒนธรรมคือ การสนับสนุนงบประมาณในการจัดงานตามประเพณี เช่น งานกาชาด อำเภอสันทราย งานลอยกระทง ฯลฯ มีค่าเฉลี่ย 3.93 แปลผลคือ เห็นด้วยมากที่สุด
- 4) ด้านการส่งเสริมการศึกษาให้กับชุมชนคือ การจัดกิจกรรมงานวันเด็กแห่งชาติ เพื่อส่งเสริมกิจกรรมการจัดงานวันเด็กให้กับเด็กและเยาวชนในชุมชน มีค่าเฉลี่ย 4.12 แปลผลคือ เห็นด้วยมากที่สุด

5) ด้านการสร้างงานหรือส่งเสริมอาชีพให้กับชุมชนคือ การจ้างงานคนในพื้นที่ใกล้เคียง มีค่าเฉลี่ย 4.17 แปลผล คือ เห็นด้วยมากที่สุด

6) ด้านการส่งเสริมด้านสาธารณสุขและสุขภาพให้กับชุมชนคือ การส่งตัวแทนของโรงงานฯ ร่วมเป็นกรรมการสาธารณสุข มีค่าเฉลี่ย 4.02 แปลผล คือ เห็นด้วยมากที่สุด

มีข้อเสนอแนะ คือ บริษัทฯ ควรมีการจัดฝึกอบรม หรือจัดกิจกรรมร่วมกับชุมชนและเยาวชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนเพื่อเป็นการเผยแพร่ข้อมูลความรู้ที่ถูกต้อง อันก่อให้เกิดความเข้าใจในนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทฯ อย่างถูกต้องตามความเป็นจริง



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title	The Neighboring Communities' View Towards the Corporate Social Responsibility Policy of Thanapakdi Company Limited
Author	Ms.Supisara Yotadee
Degree	Master of Business Administration (Agro-Industry Management)
Advisor	Lect.Dr.Sorraya Khiewnavawongsa

ABSTRACT

The objective of this independent study was to study of the neighboring communities' view towards the Corporate Social Responsibility Policy of Thanapakdi Company Limited. The number of samples were 385 people living in the community surrounding the factory. Data was analyzed as descriptive statistics. Results from analysis were presented in terms of frequency table, percentage and mean.

The questionnaire was divided into 6 areas. Respondents rated strongly satisfy with the overall corporate social responsibility policy of Thanapakdi Company Limited.

- 1) The environmental management area – promoting production of fertilizer and EM. The average result is 3.80, meaning it is highly agreed.
- 2) The community's sports promotion area – hosting the local sports event in order to promote relationship with neighborhood community. The average result is 3.97, meaning it is highly agreed.
- 3) The art and cultural traditional promotion area providing financial assistance to organize the traditional festives such as Loy Kratong event, Sansai district's red cross. The average result is 3.93, meaning it is highly agreed.
- 4) The community's education promotion area hosting the children day festivities. The average result is 4.12, meaning it is highly agreed.
- 5) The occupational promotion area – hiring local workforce. The average result is 4.17, meaning it is highly agreed.

6) The public health and wellness promotion area – having representative for public health committee. The average result is 4.02, meaning it is highly agreed.

Furthermore, a suggestion from this study is that the company should organize the workshop or event with the community in order to provide right information, which leads to correct understanding the company's corporate social responsibility policies.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved