

การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 2

The 2nd STOU Graduate Research Conference

การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะและการมีส่วนร่วมต่อกิจกรรมเพื่อสังคม

ของพนักงานบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม(บสย.)

Media Exposure, Knowledge, Attitudes, and Participation in Social Activities of the Employees Working at Small Business Credit Guarantee Corporation (TCG)

จิตลดา ปัญญาธนิต (Jitlada Panyathanit)* สันตัต ทองรินทร์ (Santat Thongrin)**

กำจร หลุยยะพงศ์ (Kamjohn Louiyapong)***

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมของพนักงานบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) 2) ความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมของพนักงานบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) 3) ทักษะต่อการกิจกรรมเพื่อสังคมของพนักงานบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) 4) การมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมของพนักงานบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) 5) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรของพนักงานบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) กับ การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะ และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคม

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือ พนักงานบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) โดยเจาะจงเฉพาะผู้ที่ปฏิบัติงานในกรุงเทพมหานครจำนวน 130 คนเครื่องมือที่ใช้วิจัยคือ แบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ผลทางสถิติแบบ T-test และ F-test

ผลการวิจัยพบว่า 1) พนักงานส่วนใหญ่เปิดรับสื่อโดยภาพรวมในระดับมาก 2) พนักงานส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมโดยภาพรวมในระดับดี 3) พนักงานส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกเกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมโดยรวมในระดับมาก 4) พนักงานส่วนใหญ่มีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมของ บสย. โดยรวมในระดับมาก 5) พนักงานที่มีระดับการปฏิบัติงานแตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะต่อการกิจกรรมเพื่อสังคมแตกต่างกัน และอายุที่ต่างกันมีส่วนร่วมต่อกิจกรรมเพื่อสังคมแตกต่างกัน

คำสำคัญ การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะ การมีส่วนร่วม กิจกรรมเพื่อสังคม

* นักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช earth_jitlada@hotmail.com

**ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำสาขานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช sant_santa@yahoo.com

*** รองศาสตราจารย์ ประจำสาขานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช kamjohn@yahoo.com

Abstract

The purpose of this research is to investigate (a) media exposure in social activities participated by employees working at Small Business Credit Guarantee Corporation (TCG), (b) the participants' knowledge in social activities of their workplace, (c) their attitude toward such activities, (d) their participation in the activities and (e) the relationship between the participants' demographic characteristics and those five investigated variables. The research was quantitatively conducted, with a sample of 130 employees of TCG situated in Bangkok.

The instrument used in this study was a questionnaire. Data analysis was achieved through descriptive statistics including a percentage, an average, a standard deviation, t-test, and F-test.

Four main research findings were found. First, most participants were exposed to media to great extent. Second, most of them in a good degree had knowledge about the social activities of their workplace. Third, most of them revealed positive attitudes toward the social activities to a high degree. Fourth, they highly participated in such social activities. Finally, it was found that the difference in the participants' operation levels and ages both affected the difference in their attitudes toward the social activities they had participated in their workplace.

Keywords: Media exposure, Knowledge, Attitudes, Participation, Social activities

การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 2
The 2nd STOU Graduate Research Conference

บทนำ

องค์กร (Organization) เป็นสถาบันทางสังคมที่ตั้งขึ้นเพื่อดำเนินงานและกิจกรรมต่าง ๆ สนองความต้องการของมนุษย์ และช่วยให้คนในสังคมประยุกต์ทักษะบางอย่างมาดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายเร็วขึ้น จุดประสงค์ขององค์กรทุกรูปแบบก็เพื่อบริการประชาชนให้เกิดความพึงพอใจ ทั้งในด้านผลผลิตและการให้บริการ ผลสำเร็จขององค์กร ส่วนใหญ่แล้วเป็นผลจากความร่วมมือร่วมใจของมนุษย์ในการทำงานร่วมกันทั้งสิ้น (ชงยุทธ เกษสาคร. 2541 :1-3) การพัฒนาองค์กร ส่วนใหญ่มุ่งประเด็นของการพัฒนาไปที่การศึกษาพฤติกรรมองค์กรและประสิทธิผลขององค์กร พฤติกรรมองค์กร (Organizational Behaviors) เป็นการศึกษาองค์กรในระดับจุลภาค (Micro View) โดยเน้นการศึกษาที่ปัจเจกบุคคลและกลุ่มในองค์กร ปัญหาขององค์กรส่วนใหญ่จะเป็นปัญหาของคนที่อยู่ในองค์กร ซึ่งจะมีผลต่อปัจเจกบุคคลและกลุ่มโดยมีสมมติฐานว่า “ประสิทธิผลขององค์กรขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของบุคคลและของกลุ่ม” สภาพปัญหาที่เกิดขึ้นในองค์กร มักเกิดจากการติดต่อสื่อสารที่ไม่ดี ความขัดแย้งระหว่างบุคคลและระหว่างกลุ่มการจูงใจและภาวะผู้นำ ปัญหาเหล่านี้ผู้บริหารองค์กรจะต้องศึกษา นำไปสู่การเปลี่ยนแปลง แก้ไขปัญหา เพื่อความสำเร็จขององค์กร (นิตยา เงินประเสริฐศรี. 2542: 3-4)

การติดต่อสื่อสารเป็นสิ่งที่มีความสำคัญในกระบวนการบริหารทุกขั้นตอน ซึ่งประกอบด้วยการวางแผน การจัดรูปงาน การบริหารงานบุคคล การอำนวยความสะดวก การประสานงาน และการควบคุมงาน การติดต่อสื่อสารเปรียบเสมือนเส้นใยให้การบริหารงานเป็นไปอย่างราบรื่นและมีระเบียบเป็นเครื่องมือทำให้การดำเนินงานขององค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้หากผู้บริหารและบุคลากรในองค์กรทุกระดับรู้จักสร้างความสัมพันธ์ ความคุ้นเคย และมีการแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นกันบ่อย ๆ ย่อมทำให้มีโอกาสจะเปิดเผยความรู้สึก นำไปสู่ความเข้าใจซึ่งกันและกัน มองเห็นปัญหาร่วมกัน มีความเข้าใจกัน ก็จะทำให้บรรยากาศขององค์กร เอื้ออำนวยต่อการปฏิบัติงาน การจัดระบบการติดต่อสื่อสารในองค์กร จึงเป็นสิ่งสะท้อนให้เห็นความสามารถของผู้บริหารในองค์กรนั้น ๆ ได้เป็นอย่างดี การติดต่อสื่อสารของมนุษย์ มีทั้งในรูปแบบหรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ ในการสื่อความเข้าใจระหว่างกัน เริ่มตั้งแต่การสื่อความหมายอย่างง่ายเพื่อให้ผู้อื่นเข้าใจถึงความต้องการของตน โดยใช้อวัจนภาษา รวมไปถึงการสื่อสารความคิดด้วยภาษาพูด ภาษาเขียน ซึ่งเป็นการสื่อความหมายที่เป็นถ้อยคำ พัฒนาการของสังคมมนุษย์ในปัจจุบัน มีการดำรงชีวิตอยู่ในสังคมที่มีขนาดใหญ่ และมีความหลากหลายเพิ่มขึ้นทำให้มนุษย์ต้องมีปฏิสัมพันธ์และพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ในระดับที่สูงขึ้นทำให้การสื่อสารทำความเข้าใจระหว่างกัน มีความสำคัญเป็นทวีคูณ ตลอดจนมีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามามีบทบาทต่อการสื่อความหมายให้มีประสิทธิผลยิ่งขึ้น (ณัฐพันธ์ เชนนันท์. 2551 : 178) การพัฒนาการสื่อสารภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพ จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลต่อการพัฒนาองค์กร ทั้งในด้านการลดความขัดแย้ง การสร้างความเข้าใจอันดีให้เกิดขึ้น การเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ตลอดจนการบรรลุถึงความสำเร็จขององค์กรนอกจากการสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพแล้วนั้น องค์กรควรมีการสื่อสารกับภายนอกด้วยเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดี ตลอดจนเป็นการเผยแพร่บทบาทขององค์กรอีกด้วย โดยทำการสื่อสารในรูปแบบที่หลากหลายเช่น การประชุมสร้างเครือข่ายพันธมิตร กิจกรรมกีฬาสร้างความสัมพันธ์ รวมถึงการจัดกิจกรรมเพื่อสังคม หรือ Corporate Social Responsibility (CSR) (วรทัย ราวินิจ. 2549 : 165)

กิจกรรมเพื่อสังคม เป็นการดำเนินกิจกรรมภายในและภายนอกองค์กรที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมในระดับใกล้และไกล ด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรหรือทรัพยากรจากภายนอกองค์กรให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม องค์กรที่นำแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมไปปฏิบัติ จะเกิดผลลัพธ์ทั้งในส่วนรูปธรรมที่จับต้องได้ (Tangible) และใน

ส่วนนามธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible) จากผู้ที่อยู่ในองค์กร ได้แก่ ผู้ถือหุ้นและพนักงาน และจากผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กรทั้งทางตรงและทางอ้อม มิได้จำกัดว่าจะต้องเป็นองค์กรหรือหน่วยงานที่อยู่ในภาคธุรกิจเท่านั้น ในอดีตที่ผ่านมา ภาครัฐเองก็ได้เคยตราพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี ซึ่งทำให้ส่วนราชการต่างๆ ต้องพัฒนาการปฏิบัติราชการโดยใช้วิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีเพื่อให้เกิดประโยชน์สุขแก่ประชาชนส่วนรวม จะเห็นได้ว่าหน่วยงานต่าง ๆ นั้น มีพันธกิจหลักในการบริหารกิจการบ้านเมืองด้วยความรับผิดชอบเป็นที่ตั้งอยู่แล้ว ทั้งยังเป็นหน่วยงานที่ตั้งขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้บริการสาธารณะแก่ประชาชนโดยไม่แสวงหาผลกำไรกิจกรรมเพื่อสังคมจึงเป็นสิ่งที่สำคัญอันดับต้นๆ ที่ทุกองค์กรต้องให้ความสำคัญ เช่นเดียวกับบรรษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดกลาง และขนาดย่อมเล็งเห็นความสำคัญในการจัดกิจกรรมเพื่อสังคม โดยให้พนักงานในบริษัทได้ร่วมคิด ร่วมวางแผนในการดำเนินกิจกรรมเพื่อให้สังคมได้รับประโยชน์จากการทำกิจกรรมสูงสุด

แนวคิดในเรื่องกิจกรรมเพื่อสังคม จะมุ่งไปที่การสร้างให้องค์กรมีความ “ดี” ที่ก่อให้เกิดความยั่งยืนของกิจการ เป็นแนวคิดที่มีรากฐานมาจากหลักคุณธรรมทางศาสนา กิจกรรมเพื่อสังคม จึงมิใช่เรื่องใหม่ เพียงแต่เพิ่งได้มีการบัญญัติคำนี้ขึ้นใช้ในวงการธุรกิจเมื่อไม่กี่สิบปีที่ผ่านมาเนื่องจากจึงปฏิเสธไม่ได้ว่าความสำเร็จขององค์กร เกิดขึ้นจากสังคมโดยรวม ดังนั้นองค์กรจึงควรใส่ใจในการคืนกำไรสู่สังคม เพื่อให้สังคมนั้นได้รับประโยชน์ตลอดจนส่งผลให้ธุรกิจขององค์กรนั้นประสบความสำเร็จอีกด้วย

บรรษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) เป็นสถาบันการเงินเฉพาะกิจภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงการคลัง ทำหน้าที่ให้บริการด้านการค้าประกันสินเชื่อแก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่ดีแต่มีหลักทรัพย์ค้ำประกันไม่เพียงพอ การให้บริการค้ำประกันสินเชื่อโดย บสย. เป็นแนวทางหนึ่งในการส่งเสริมเศรษฐกิจไทยให้แข็งแกร่ง ภายใต้นโยบายของรัฐบาล ดังนั้นการปลูกฝังศรัทธาและการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าหรือในหมู่ประชาชนจึงถือว่าเป็นภารกิจที่สำคัญยิ่ง และบสย. เองจำเป็นต้องสร้างสรรค์ให้เกิดกิจกรรมขึ้นในรูปแบบต่าง ๆ เพราะองค์กรใดที่ประกอบกิจกรรมโดยคำนึงถึงความก้าวหน้า ความมั่นคง และความยั่งยืนของประชาชนส่วนรวมถือได้ว่าเป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

บสย. เป็นองค์กรหนึ่งที่ทำให้มีความสำคัญกับกิจกรรมเพื่อสังคมเป็นอย่างยิ่ง จึงดำเนินการจัดกิจกรรมดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง แต่ในการดำเนินกิจกรรมในแต่ละครั้งนั้น บสย. มีวัตถุประสงค์ต้องการให้พนักงานมีความรู้ ทักษะที่ดี และเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อพัฒนาสังคมของ บสย. ไม่ว่าจะเป็นการมีส่วนร่วมในการวางแผน การร่วมบริจาค การปฏิบัติ การร่วมประเมินผล การร่วมเสนอแนะ ทั้งนี้เพื่อจะบรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าวได้จะต้องคำนึงถึงองค์ประกอบต่าง ๆ มากมายแต่ในการศึกษาครั้งนี้จะมุ่งศึกษาการเปิดรับสื่อและประเด็นสารความรู้ ทักษะดี การเข้าร่วมต่อกิจกรรมเพื่อสังคมของพนักงานบสย. นั้นเอง

สำหรับบรรษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) ได้มีแนวคิดเรื่องกิจกรรมเพื่อสังคมมานานแล้วแต่นั่นในเรื่องของการบริจาคช่วยเหลือสังคมเป็นส่วนมาก จึงอาจจะไม่สามารถช่วยเหลือสังคมได้อย่างยั่งยืน ในภายหลังบสย. จึงให้ความสำคัญกับการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมมากขึ้นโดยเน้นให้สังคมสามารถช่วยเหลือตนเองได้อย่างยั่งยืน และบรรจุกิจกรรมเพื่อสังคมไว้ในแผนวิสาหกิจเพื่อให้อัตลักษณ์ขององค์กรอีกด้วยดังนั้นการศึกษาการมีส่วนร่วมและทัศนคติต่อกิจกรรมเพื่อสังคมของบรรษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) มีความจำเป็นอย่างมากเนื่องจากอาจเป็นประเด็นสำคัญในการพัฒนาการสื่อสารในองค์กร ตลอดจนก่อให้เกิดความรู้ ทักษะดีในการที่จะก่อให้เกิดการร่วมมือในกิจกรรมเพื่อสังคมของพนักงาน บสย. อันจะส่งผลให้การดำเนินกิจกรรมดังกล่าวสามารถดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและพัฒนาสังคมสืบไป

การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 2
The 2nd STOU Graduate Research Conference

ปัญหาการวิจัย

1. พนักงานบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) มีความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมมากนักน้อยเพียงไร
2. พนักงานบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) มีทัศนคติในกิจกรรมเพื่อพัฒนาสังคมของพนักงาน บสย. อย่างไร
3. พนักงานบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมเพื่อสังคมมากน้อยเพียงไร
4. ลักษณะทางประชากรของพนักงานบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมหรือไม่อย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัย เรื่อง การมีส่วนร่วมและทัศนคติต่อกิจกรรมเพื่อสังคมของพนักงานบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมของพนักงานบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.)
2. เพื่อศึกษาความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมของพนักงานบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.)
3. เพื่อศึกษาทัศนคติต่อกิจกรรมเพื่อสังคมของพนักงานบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.)
4. เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมของพนักงานบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.)
5. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรของพนักงานบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมเพื่อสังคม

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างคือพนักงานบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) จากจำนวนพนักงานทั่วประเทศจำนวน 166 คน ปฏิบัติหน้าที่ต่างจังหวัดจำนวน 36 คน และปฏิบัติหน้าที่ในกรุงเทพมหานครจำนวน 130 คน โดยศึกษาจากประชากรเฉพาะพนักงานบสย. ที่ปฏิบัติหน้าที่ในกรุงเทพมหานครจำนวน 130 คนเท่านั้น เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นประกอบด้วย 5 ส่วน คือ (1) ข้อมูลส่วนบุคคล (2) พฤติกรรมการสื่อสาร (3) ความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคม (4) ทัศนคติ (5) การมีส่วนร่วมวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ผลทางสถิติแบบ T-test และ F-test

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลลักษณะทางประชากร

พนักงาน บสย. ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.4 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 56.2 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 70.0 ปฏิบัติงานในระดับปฏิบัติการคิดเป็นร้อยละ 91.5 และมีระยะเวลาที่ทำงานในองค์กร 6 - 10 ปีคิดเป็นร้อยละ 58.5

2. การเปิดรับสาร

การเปิดรับประเด็นสารเกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมของ บสย. ในรอบ 1 ปีที่ผ่านมาในภาพรวมอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 เรียงตามลำดับคือ เปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมคิด/ร่วมทำ/ร่วมประเมินผล รองลงมาคือ กลุ่มเป้าหมายในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมของ บสย. เช่น พนักงาน ลูกจ้าง วิทยาลัยต่างๆ ฯลฯ เป้าหมายการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม นโยบายด้านกิจกรรมเพื่อสังคมและผลการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมต่างๆ รูปแบบการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม เช่น การบริจาค การร่วมพัฒนา ฯลฯ และประเด็นสารในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม เช่น การเชิญชวนเข้าร่วมกิจกรรม ภาพกิจกรรม ฯลฯ และแนวคิดของการดำเนินกิจกรรม “ต้นกล้าของการพัฒนาอย่างยั่งยืน” ตามลำดับ โดยเปิดรับสารผ่านทางสื่อบุคคล/เพื่อนร่วมงาน รองลงมาคือ การเปิดรับจากสื่ออินเทอร์เน็ต อินเทอร์เน็ต การประชุม บอร์ดประชาสัมพันธ์ และจดหมายเวียนตามลำดับ

3. ความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมของ บสย.

พนักงาน บสย. มีความรู้ในภาพรวมอยู่ในระดับดีคิดเป็นร้อยละ 88.5 รองลงมาคือมีความรู้ในระดับพอใช้คิดเป็นร้อยละ 8.5 และระดับความรู้น้อย คิดเป็นร้อยละ 3.1 ตามลำดับ โดยพนักงานมีความรู้รอบตัวเกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมรวมถึงมีความรู้เกี่ยวกับนโยบาย รูปแบบ ประเภทของกิจกรรมเพื่อสังคมขององค์กรด้วย

4. ทักษะของพนักงานที่มีต่อกิจกรรมเพื่อสังคมของ บสย.

ทักษะของพนักงาน บสย. ที่มีต่อกิจกรรมเพื่อสังคมของ บสย. ในภาพรวมเป็นทักษะดีเชิงบวกอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 เรียงตามลำดับคือ ด้านนโยบายและองค์กร รองลงมาคือด้านเป้าหมาย ด้านการใช้สาร ด้านดำเนินการ ด้านการใช้สื่อ ด้านการมีส่วนร่วมตามลำดับ

5. การมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมของพนักงาน บสย.

การมีส่วนร่วมของพนักงาน บสย. ต่อกิจกรรมเพื่อสังคมของ บสย. ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 เรียงตามลำดับคือ มีส่วนร่วมในการตัดสินใจคัดเลือกกิจกรรมเพื่อสังคมมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม ได้รับประโยชน์จากการเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคม มีส่วนร่วมในการประเมินผลกิจกรรมเพื่อสังคม มีส่วนร่วมในการนำเสนอรูปแบบกิจกรรมเพื่อสังคม และมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมตามลำดับ

6. เปรียบเทียบความแตกต่างลักษณะทางประชากรกับการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะ และการมีส่วนร่วมต่อกิจกรรมเพื่อสังคม (ตารางแสดงเฉพาะในกรณีที่มีความแตกต่างเท่านั้น)

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างระดับการปฏิบัติงานกับการเปิดรับสื่อกิจกรรมเพื่อสังคมของพนักงาน บสย.

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน ตัวอย่าง	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า t	ค่า Sig (2-tailed)
ระดับการปฏิบัติงาน				-3.15*	.002
ระดับบริหาร	11	3.64	1.91		
ระดับปฏิบัติการ	119	4.43	0.61		

ระดับการปฏิบัติงานที่ต่างกันมีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ระดับปฏิบัติการมีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมสูงกว่าระดับบริหาร เนื่องจากจำนวนพนักงานระดับปฏิบัติการมีจำนวน 119 ซึ่งต่างกับระดับบริหารซึ่งมีแค่เพียง 11 คนเท่านั้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 และ 3.64 ตามลำดับ แต่เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่ทำงานในองค์กรที่ต่างกันมีการเปิดรับสื่อไม่ต่างกัน

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างอายุกับการเปิดรับสื่อกิจกรรมเพื่อสังคมของพนักงาน บสย.

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน ตัวอย่าง	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า F	ค่า Sig
อายุ				2.89*	.038
20 - 30 ปี	20	4.10	1.15		
31 - 40 ปี	73	4.46	0.41		
41 - 50 ปี	27	4.34	1.33		
51 ปีขึ้นไป	10	4.30	0.25		

อายุที่ต่างกันมีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมแตกต่างกัน โดยเรียงตามลำดับอายุ 31 - 40 ปี ($\bar{X} = 4.46$) รองลงมาคือ อายุ 41-50ปี ($\bar{X} = 4.34$) อายุ 51 ปีขึ้นไป ($\bar{X} = 4.30$) อายุ 20 - 30 ปี ($\bar{X} = 4.10$) แต่เพศ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่ทำงานในองค์กรที่ต่างกันมีการเปิดรับสื่อไม่ต่างกัน

การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 2

The 2nd STOU Graduate Research Conference

ตารางที่ 2.1 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของอายุกับการเปิดรับสื่อต่อกิจกรรมเพื่อสังคมของพนักงาน บสย.

อายุ	20 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
20 - 30 ปี		.009*	.01*	.05
31 - 40 ปี			.65	.79
41 - 50 ปี				.97
51 ปีขึ้นไป				

**มีนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตารางที่ 2.1 ผลจากการวิเคราะห์ตารางที่ 2 เมื่อนำไปวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบรายคู่ พบว่าพนักงานที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีการเปิดรับสื่อแตกต่างจากพนักงานที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี และ อายุระหว่าง 41-50 ปี

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างระดับการปฏิบัติงานกับความรู้ต่อกิจกรรมเพื่อสังคมของพนักงาน บสย.

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน ตัวอย่าง	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า t	ค่า Sig (2-tailed)
ระดับการปฏิบัติงาน				-3.15*	0.002
ระดับบริหาร	11	3.64	1.91		
ระดับปฏิบัติการ	119	4.43	0.61		

ระดับการปฏิบัติงานของพนักงานที่แตกต่างกันมีความรู้กิจกรรมเพื่อสังคมของ บสย. แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพนักงานระดับปฏิบัติการมีค่าเฉลี่ยของความรู้สูงกว่าระดับบริหาร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 และ 3.64 ตามลำดับแต่เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่ทำงานในองค์กรที่ต่างกันมีความรู้ไม่ต่างกัน

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างระดับการปฏิบัติงานกับทัศนคติต่อกิจกรรมเพื่อสังคมของพนักงาน บสย.

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน ตัวอย่าง	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า t	ค่า Sig (2-tailed)
ระดับการปฏิบัติงาน				-2.12*	0.035
ระดับบริหาร	11	4.05	0.66		
ระดับปฏิบัติการ	119	4.29	0.32		

ระดับการปฏิบัติงานที่ต่างกันมีทัศนคติต่อกิจกรรมเพื่อสังคมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยระดับปฏิบัติการมีทัศนคติต่อกิจกรรมเพื่อสังคมสูงกว่าระดับบริหาร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 และ 4.05 ตามลำดับแต่เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่ทำงานในองค์กรที่ต่างกันมีทัศนคติไม่ต่างกัน

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างอายุกับการมีส่วนร่วมต่อกิจกรรมเพื่อสังคมของพนักงาน บสย.

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน ตัวอย่าง	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน(SD)	ค่า F	ค่า Sig
อายุ				2.89*	0.037
20 - 30 ปี	20	3.90	0.72		
31 - 40 ปี	73	4.23	0.40		
41 - 50 ปี	27	4.29	0.55		
51 ปีขึ้นไป	10	4.28	0.33		

อายุที่แตกต่างกันมีส่วนร่วมต่อกิจกรรมเพื่อสังคมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเรียงตามลำดับคือ อายุ 41-50ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 รองลงมาคือ อายุ 51 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 อายุ 31 - 40 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 และอายุ 20 - 30 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 ตามลำดับ แต่เพศ ระดับการปฏิบัติงาน ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่ทำงานในองค์กรที่ต่างกันมีการมีส่วนร่วมไม่ต่างกัน

ตารางที่ 5.1 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของอายุกับการมีส่วนร่วมต่อกิจกรรมเพื่อสังคมของพนักงาน บสย.

อายุ	20 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
20 - 30 ปี		.048*	.012*	.014*
31 - 40 ปี			.169	.039*
41 - 50 ปี				.354
51 ปีขึ้นไป				

**มีนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตารางที่ 5.1 ผลจากการวิเคราะห์ตารางที่ 5 เมื่อนำไปวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบรายคู่ พบว่าพนักงานที่มีอายุระหว่าง 20-30ปี มีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคม ต่างจากพนักงานที่มีอายุระหว่าง 31-40ปี อายุระหว่าง 41-50ปี และพนักงานที่มีอายุตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป นอกจากนั้นพนักงานที่มีอายุระหว่าง 31-40ปี มีการเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมต่างจากพนักงานที่มีอายุตั้งแต่ 51 ปี ขึ้นไป

อภิปรายผล

1. การเปิดรับสาร

พนักงานส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคม 4-5 ครั้งในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา โดยส่วนใหญ่เปิดรับจากสื่อบุคคล/เพื่อนร่วมงาน ถึงแม้ว่าจะมีการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายก็ตาม แต่เนื่องจาก บสย. เป็นองค์กรขนาดเล็กมีพนักงานน้อย ทำให้พนักงานมีความใกล้ชิดกัน และสามารถสื่อสารกันในลักษณะของการสื่อสารระหว่างบุคคลได้ง่ายและมีความทั่วถึงจึงทำให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างบุคคลมากขึ้นด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของการสื่อสารของจอร์จ และ โจนส์ (George and Jones, 2002 : 433) ที่ว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลจะทำให้เกิดความเข้าใจต่อกันมากกว่า นอกจากนั้นการเปิดรับสื่อจากบุคคล หรือ เพื่อนร่วมงานเกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมของ บสย.นี้อาจส่งผลดีในด้านการสื่อสารที่รวดเร็วและสามารถมีปฏิสัมพันธ์ได้ทันทีรวมถึงพนักงานยังสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลในลักษณะของการตอบปัญหา หรือ ข้อซักถามได้ทันทีเมื่อมีข้อสงสัย

ส่วนด้านการเปิดรับข้อมูลข่าวสารนั้นพนักงานโดยส่วนใหญ่เปิดรับข้อมูลข่าวสารในประเด็นที่ ทาง บสย. ได้มีการเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในทุกด้านเนื่องจากการดำเนินกิจกรรมของ บสย. นั้น มีการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมขององค์กรอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องในหลายช่องทาง และจัดกิจกรรมให้พนักงานมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของกิจกรรม รวมทั้งจัดการประชุมพบปะระหว่างพนักงานกับผู้บริหารเป็นประจำทุกเดือน จึงทำให้พนักงานบสย. สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมได้ง่ายขึ้น

2. ความรู้ของพนักงาน บสย. ต่อกิจกรรมเพื่อสังคมในภาพรวมอยู่ในระดับดีเนื่องจากกิจกรรมเพื่อสังคมเป็นสิ่งที่ได้รับการยอมรับและให้ความสำคัญจากประชาชนทั่วไปในปัจจุบันที่ทำให้พนักงานบสย. มีความตื่นตัวในการที่จะแสวงหาความรู้จากสื่อต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร นอกจากนั้นการที่ บสย. ให้ความสำคัญในเรื่องของการให้ความรู้รอบตัวและกิจกรรมเพื่อสังคม ตลอดจนมีการดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่องมาเป็นเวลานาน จึงทำให้พนักงานมีความคุ้นเคยกับกิจกรรมเพื่อสังคม และส่งผลให้พนักงานมีความรู้ในระดับดีเป็นส่วนใหญ่ สอดคล้องกับทฤษฎีการเปิดรับสื่อของ แอสเซล (Assael : 1985) ที่กล่าวว่ากระบวนการเปิดรับสื่อจะมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการรับสารด้วย โดยที่ความสนใจ และความเกี่ยวข้องของผู้เปิดรับนั้นจะสะท้อนออกมาในระดับของความตั้งใจ ที่ผู้เปิดรับด้วยซึ่งในกรณีนี้พนักงานของ บสย. เลือกที่จะสนใจในข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมเพื่อสังคมผ่านทางสื่อต่างๆ จึงทำให้มีความรู้ในระดับดี

3. ทักษะของพนักงาน บสย. ต่อ กิจกรรมเพื่อสังคมโดยรวมเป็นทัศนคติเชิงบวกในระดับมาก โดยเฉพาะการมีทัศนคติที่ดีต่อนโยบายและองค์กรที่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม เพราะการที่ บสย. เป็นองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรและพันธกิจขององค์กรเป็นการมุ่งเน้นที่จะช่วยเหลือผู้ประกอบการ SMEs เป็นหลักจึงถือได้ว่าเป็นองค์กรที่ช่วยเหลือสังคมโดยตรงอยู่แล้ว เปรียบเสมือนกับเป็นการรับรู้และเป็นวัฒนธรรมอย่างหนึ่งขององค์กรที่มีต่อสังคม สอดคล้องกับเดมส์คีย์ คทวนิช (2548 : 314 – 315) ที่กล่าวว่า วัฒนธรรมแต่ละสังคมจะมีวัฒนธรรมเป็นตัวกำหนดแบบแผนเพื่อใช้ในการดำเนินชีวิตของคนในสังคม ดังนั้นวัฒนธรรมจึงมีอิทธิพลต่อความคิด ความเชื่อและความรู้สึกของคนในสังคมอย่างมากด้วยเหตุนี้คนในสังคมเดียวกันจึงมักแสดงพฤติกรรมออกมาในแนวทางเดียวกัน ซึ่งลักษณะดังกล่าวเป็นเหตุที่ทำให้พนักงานรับรู้จนก่อให้เกิดมีทัศนคติเชิงบวกต่อนโยบายและองค์กร รวมทั้งองค์กรมีกิจกรรมเพื่อสังคมในด้านต่างๆ ที่มุ่งเน้นการคืนกำไรสู่สังคมอย่างยั่งยืน เช่น ด้านการศึกษา สังคม สิ่งแวดล้อม เป็นต้น

4. การมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมของพนักงาน บสย. พบว่าพนักงานมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมในทุกระดับ โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมการตัดสินใจคัดเลือกกิจกรรมเพื่อสังคมของบสย. ทั้งนี้เนื่องจากพนักงานมีความตระหนักและเห็นความสำคัญของการเป็นผู้ให้ที่ปลูกฝังในความเป็นองค์กรที่มุ่งช่วยเหลือผู้ประกอบการและสังคม

ปรากฏในปรัชญา วิสัยทัศน์ และพันธกิจขององค์กร นอกจากนั้นการที่พนักงานได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจคัดเลือกกิจกรรมที่ตนเองสนใจและเห็นว่าเป็นประโยชน์มากที่สุดนั้นเป็นการแสดงความเป็นเจ้าของกิจกรรมอย่างแท้จริงสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ รุปงาม (2545 :5) ที่กล่าวว่าการมีส่วนร่วม เป็นผลมาจากการเห็นพ้องกันในเรื่องของความต้องการและทิศทางของการเปลี่ยนแปลงและความเห็นพ้องต้องกันจะต้องมีมากจนเกิด ความคิดริเริ่มโครงการเพื่อการปฏิบัติ เหตุผลเบื้องต้นของการที่มิคนมารวมกันได้ควรจะต้องมีการตระหนักว่าปฏิบัติการทั้งหมดหรือการกระทำทั้งหมดที่ทำโดยกลุ่มหรือในนามกลุ่มนั้น กระทำผ่านองค์กร ดังนั้นองค์กรจะต้องเป็นเสมือนตัวนำให้บรรลุถึงความเปลี่ยนแปลงได้

5. การเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรของพนักงาน บสย.กับการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วม นั้น จะเห็นได้ว่าระดับปฏิบัติงานของพนักงานบสย.ที่แตกต่างกัน ส่งผลให้มีการเปิดรับสื่อ ความรู้ และทักษะคิดต่อกิจกรรมเพื่อสังคมแตกต่างกัน โดยระดับปฏิบัติงานมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าระดับบริหาร เป็นเพราะว่า การวิจัยครั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับปฏิบัติงานมากกว่าระดับบริหารจำนวนหลายเท่าตัว และลักษณะการทำงานของทั้งสองระดับนี้แตกต่างกันผู้บริหารอาจจะเข้าประชุมและต้องวางแผนงานเป็นส่วนใหญ่จึงอาจเป็นเหตุทำให้มีโอกาสในการเปิดรับสื่อและความรู้รอบตัว ความเคลื่อนไหว และเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมของบสย. เท่ากับระดับปฏิบัติงาน และช่วงอายุของพนักงานที่แตกต่างกันส่งผลให้มีส่วนร่วมต่อกิจกรรมเพื่อสังคมต่างกัน โดยอายุ 41-50ปี มีส่วนร่วมมากที่สุด รองลงมาคือ อายุ 51 ปีขึ้นไป และลำดับสุดท้ายคือช่วงอายุ 20-30ปี เพราะว่ามีพนักงานที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป มีความผูกพันกับองค์กร มีความรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร จึงเป็นเหตุให้อยากเข้าร่วมในกิจกรรมต่างๆขององค์กรมากกว่าในช่วงอายุอื่นๆ ตามแนวคิดของชนันท์ทะสุใจ (2547 :12) กล่าวว่าความผูกพันต่อองค์กรมีความสำคัญอย่างมากเพราะทำให้องค์กรได้มาซึ่งพนักงานที่ทุ่มเทกำลังกายกำลังใจตั้งใจและเต็มใจที่จะปฏิบัติงานให้กับองค์กรทำให้องค์กรได้รับประโยชน์มากมายทั้งด้านอัตราการขาดงานอัตราการลาออกหรือเปลี่ยนงานและการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

3. ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

เนื่องจากพบว่า ทุกปัจจัยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ดังนั้นข้อเสนอแนะจึงเน้นรูปแบบการส่งเสริม ทั้งนี้เพื่อพนักงานเห็นความสำคัญและเข้าร่วม มีทัศนคติต่อกิจกรรมเพื่อสังคมของ บสย. ให้มากขึ้นกล่าวคือ

1. ควรเน้นการใช้สื่อบุคคลเช่น เผยแพร่ข่าวสาร โดยเรียกประชุมหัวหน้างานหรือหัวหน้าทีมกิจกรรมต่างๆ และชี้แจงข้อมูลเพื่อให้เข้าใจไปขยายผลสู่เพื่อนร่วมงานอย่างทั่วถึงแต่อย่างไรก็ตามก็ยังมีข้อสังเกตว่าควรทำการสื่อสารกับบุคคลที่มีความชำนาญและมีความน่าเชื่อถือเป็นลำดับต้นๆ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการสื่อสารที่ผิดไปจากวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

2. ควรจัดตั้งคณะทำงานซึ่งเป็นตัวแทนจากฝ่ายงานต่างๆเพื่อให้พนักงานมีส่วนร่วมนำเสนอแนวคิดผ่านคณะทำงาน เพื่อกลั่นกรองและพัฒนากิจกรรมเพื่อสังคมขององค์กร

3. ควรสร้างทัศนคติเชิงบวกด้านการมีส่วนร่วมให้กับพนักงานเช่น ทำให้พนักงานเห็นว่าการเข้าร่วมกิจกรรมนั้นมีผลดีต่อตนเองและสังคมโดยรวมอย่างไร ตลอดจนทำให้พนักงานรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร โดยเฉพาะพนักงานที่มีอายุน้อย เพื่อให้เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของซึ่งอาจจะทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมมากยิ่งขึ้น

4. การดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมควรมีการกำหนดประเด็นที่สอดคล้องกับความต้องการของสังคมและความสอดคล้องกับปรัชญา นโยบายวิสัยทัศน์ขององค์กรด้วย

ข้อเสนอแนะในการศึกษาค้นต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจและการได้ประโยชน์จากกิจกรรมเพื่อสังคมของบสยจากทั้งบุคลากรและกลุ่มเป้าหมายภายนอกของ บสย.
2. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของ บสย.จากทั้งบุคลากรและกลุ่มเป้าหมายภายนอกของ บสย.

เอกสารอ้างอิง

- ณัฐพันธุ์ เขจรนันท์ (2551) *พฤติกรรมองค์กร* กรุงเทพมหานคร วิ.พรินทร์
- เดิมศักดิ์ ทวณิช(2548) *จิตวิทยาทั่วไป* กรุงเทพมหานคร ซีเอ็ดดูเคชั่น
- ชนนันท์ ทะสุใจ(2547) “ความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการสำนักงานศาลยุติธรรมประจำภาค5” ภาคนิพนธ์
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิตสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- นิตยา เงินประเสริฐศรี (2542) *ทฤษฎีองค์การ ใน แนวการศึกษาเชิงบูรณาการ* กรุงเทพมหานคร
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์สาขาวิชานิเทศศาสตร์
- นิสากร โลกสุทธิ(2551) “กลยุทธ์การใช้กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) เพื่อการสร้างภาพลักษณ์ของ
บริษัท สิงห์ คอร์เปอเรชั่น จำกัด” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ปรมะสตะเวทิน (2540) *หลักนิเทศศาสตร์* กรุงเทพมหานคร ภาพพิมพ์
- ยุพาพร รูปงาม (2545) “การมีส่วนร่วมของข้าราชการสำนักงานงบประมาณ ในการปฏิรูประบบราชการ” วิทยานิพนธ์
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิตสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- วรทัย ราวิณีจ (2549) “ประสิทธิผลของการใช้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมในการสร้างภาพลักษณ์ของบริษัท
เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สายทิพย์ โสรรัตน์(2551) “หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกประเด็นทางสังคมเพื่การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อ
สังคมขององค์กรธุรกิจ”วารสารพัฒนบริหารศาสตร์ปีที่ 49 (กันยายน-ธันวาคม) : 23-37
- Assael, H. (1985). *Consumer behavior and marketing action*. New York :South-Western.
- George, J.M., & Jones, G.R. (1996). *Organizational behavior. understanding and management*.
New York : Addison – Wesley.