

การใช้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ จ.ลำปาง

นางสาวพุกษา เกษมสารคุณ

ศูนย์วิทยทรัพยากร

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษิตตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาวิทยาศาสตรพัฒนการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะวิทยาศาสตร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2552

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

THE USE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY CONCEPT BY EGAT IN MAE MOH  
COMMUNITY, LAMPANG PROVINCE



Miss Phrugsa Gasemsarakoon

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
For the Degree of Master of Arts Program in Development Communication

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2009

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การใช้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ จ.ลำปาง

โดย

นางสาวพุกษา เกษมสารคุณ

สาขาวิชา

นิเทศศาสตร์พัฒนาการ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก รองศาสตราจารย์พัชนี เชยจรรยา

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้  
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก  
(รองศาสตราจารย์ พัทณี เชยจรรยา)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย  
(ดร.ศรัณย์ธร ศศิชนาครแก้ว)

พจนานุกรม : การใช้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ จ.ลำปาง. (THE USE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY CONCEPT BY EGAT IN MAE MOH COMMUNITY, LAMPANG PROVINCE) อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : รองศาสตราจารย์พนัสนิเรชจรยา, 255 หน้า

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาพฤติกรรมการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ (2) ศึกษาการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ ทิศนคติและการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ ของชุมชน (3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ ทิศนคติและการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ ของชุมชน การวิจัยประกอบด้วยการศึกษาวิจัย 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการใช้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ จ.ลำปาง” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยรวบรวมข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิ ที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ และจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ที่ได้จากเอกสาร บทความและงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง ส่วนที่ 2 ศึกษาเรื่อง “การรับรู้ ทิศนคติ และการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ ของชุมชน” ใช้การวิจัย 2 ประเภท คือ การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์แบบจัดกลุ่มสนทนากลุ่มนำทางความคิดของชุมชน และ การวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลจากประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชน โดยรอบ กฟผ.แม่เมาะ 400 คน และนำผลการวิจัยทั้ง 2 ส่วน มาวิเคราะห์เปรียบเทียบถึงความสอดคล้องกัน

ผลการวิจัยในส่วนของการใช้แนวคิดการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะนั้น พบว่ามีการดำเนินงานอย่างเป็นขั้นตอน และมีการนำกลยุทธ์ต่างๆมาใช้เพื่อปรับทัศนคติและสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน สามารถแบ่งกลยุทธ์ที่ใช้ได้ 2 ประเภท คือ (1) กลยุทธ์เกี่ยวกับการใช้สื่อ (2) กลยุทธ์เกี่ยวกับการดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์

ผลการศึกษาในส่วนของการรับรู้ข่าวสาร ทิศนคติและการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ ของชุมชน พบว่าการรับรู้ข่าวสาร ทิศนคติและการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ ของกลุ่มผู้นำทางความคิดและกลุ่มตัวอย่างมีความสอดคล้องกัน (1) ชุมชนมีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ ในระดับต่ำ โดยรับรู้จากสื่อบุคคลและป้ายประชาสัมพันธ์ตามจุดต่างๆมากที่สุด (2) ชุมชนมีทัศนคติที่ดีต่อ กฟผ.แม่เมาะ โดยมีทัศนคติที่ดีต่อ กฟผ.แม่เมาะ ที่ทำให้ อ.แม่เมาะ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สร้างรายได้และความภาคภูมิใจให้กับชุมชน และเป็นแหล่งจ้างงานทำให้คนในชุมชนมีงานทำ (3) ชุมชนมีการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ อยู่ในระดับปานกลาง (4) การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะ ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมากถึงระดับปานกลางแตกต่างกันไปในแต่ละสื่อ (5) การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมากถึงระดับปานกลางแตกต่างกันไปในแต่ละสื่อ (6) ทัศนคติที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะ มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลางกับการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ

ภาควิชา.....การประชาสัมพันธ์.....ลายมือชื่อนิสิต..... พจนานุกรม.....  
 สาขาวิชา.....นิเทศศาสตร์พัฒนาการ.....ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....  
 ปีการศึกษา.....2552.....

## 5184703928 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEYWORDS: CORPORATE SOCIAL RESONSIBILITY CONCEPT / EGAT IN MAE MOH /  
COMMUNITY

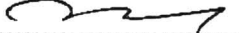
PHRUGSA GASEMSARAKOON : THE USE OF CORPORATE SOCIAL RESONSIBILITY  
CONCEPT BY EGAT IN MAE MOH COMMUNITY, LAMPANG PROVINCE. THESIS  
ADVISOR : ASSOC.PROF.PATCHANEE CHEYJUNYA, 255 PP.

The objective of this research aimed to study (1) the corporate social responsibility strategies of Electricity Generating Authority of Thailand (EGAT) in Mae Moh community; (2) the community perceptions, attitudes, and acceptance towards the corporate social responsibility activities of EGAT in Mae Moh community; (3) the relationship between the community perceptions, attitudes, and acceptance towards the corporate social responsibility activities of EGAT in Mae Moh community. This research was divided into two parts which comprised qualitative and quantitative research. The first part is qualitative research. Data were collected from in-depth interviews with EGAT staffs in Mae Moh community and from documentary research. The second part is quantitative research applying a survey research method by collecting data from 400 questionnaires which took the opinions of a sample group in Mae Moh community as well as used a community leader group discussion process. After that, the results of both sets of research were compared and analyzed.

The research results revealed two strategies of the corporate social responsibility of EGAT in Mae Moh community which were a mass media strategy and public relations strategy.

The result of the community perceptions, attitudes, and acceptance towards the corporate social responsibility activities of EGAT in Mae Moh community revealed people in the community received the EGAT corporate social responsibility activities information through a wide range of media at a low level. However, the mass media from which people always received the highest level of information were from public relation staffs and posters. The results also showed that people in the community had positive attitudes towards EGAT in Mae Moh because of income from tourists, a sense of pride in their community, and employment in EGAT. In total, EGAT has a medium level of community acceptance. Similar to the perception of corporate social responsibility activities of EGAT in Mae Moh, the level of the attitudes of people in the community towards EGAT was low to medium depending on each media. Moreover, the low to medium level of perception of corporate social responsibility activities of EGAT in Mae Moh was similar to the acceptance of people in the community depending on each media. Finally, the attitudes towards EGAT in Mah Moh were at a medium level with regard to acceptance of EGAT.

Department:.....Public Relations.....Student's Signature..... นฤชรา เกษมสารคุณ

Field of Study:....Development Communication...Advisor's Signature..... 

Academic Year:.....2009.....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงลงได้ก็ด้วยความกรุณาของรองศาสตราจารย์ พัทณี เขยจรรยา อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ที่คอยอยู่เคียงข้างผู้วิจัยบนหนทางการวิจัยอันยาวนาน ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณในความปรารถนาดี คำล้าใจ คำแนะนำ และความช่วยเหลือต่างๆ ที่ทำให้ผู้วิจัยมีความมั่นใจและพลังในการทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้ให้สำเร็จ

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์ ประธานสอบวิทยานิพนธ์ และ ดร.ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ในการปรับปรุงวิทยานิพนธ์เล่มนี้ให้สมบูรณ์

ขอกราบขอบพระคุณ คุณนำพล โปธิวงษ์ และ พี่ๆ เจ้าหน้าที่แผนกประชาสัมพันธ์เหมืองแม่เมาะ ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการให้ข้อมูลเป็นอย่างดี

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพัฒนะ ไชยมงคล คุณประภาพรรณ คุณประยูรรัตน์ คุณเลอสันต์ พี่โต้ง พี่กอบ ที่นอกจากจะให้ความอนุเคราะห์ในด้านข้อมูลแล้ว ยังช่วยประสานงานและให้ความช่วยเหลือผู้วิจัยอย่างเต็มที่ ตลอดช่วงเวลาที่ผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บข้อมูล

ขอกราบขอบพระคุณ ท่านกำนันทั้ง 5 ตำบล ที่เสียสละเวลาในการดูแลทุกข์สุขของลูกบ้านมาร่วมพูดคุยเพื่อให้ข้อมูลแก่ผู้วิจัย

ขอขอบคุณ พี่กอล์ฟพี่ชายที่แสนดี พลอย และ เมย์ ที่ช่วยสนับสนุนผู้วิจัยในทุกๆ เรื่อง ตั้งแต่รายละเอียดขยับย่นจนถึงเรื่องใหญ่โต ทั้งยังเป็นกำลังสำคัญในการช่วยผู้วิจัยลงเก็บข้อมูลอย่างเต็มกำลัง และอยู่เป็นเพื่อนพูดคุยให้กำลังใจในวันที่ผู้วิจัยเหนื่อยล้า

ขอขอบคุณ เพื่อนปลา ที่ไม่ว่าจะนานเท่าไรมิตรภาพและความมีน้ำใจของเพื่อนก็ยังคงมีให้กันมากเหมือนเดิมที่เรารู้จักกันวันแรก

ขอขอบคุณในความเป็นเพื่อนของเพื่อนๆ Dev comm.ทุกคน ที่ร่วมฝ่าฝืนกันมาตลอด 2 ปี และสอนให้ผู้วิจัยรู้จักอะไรหลายๆอย่าง

และขอกราบขอบคุณ ผู้ที่สำคัญที่สุดในชีวิตของผู้วิจัย ผู้ที่ให้ทั้งความรัก ความห่วงใย และการเสียสละ มอบให้โดยปราศจากข้อแม้เงื่อนไขใดๆตั้งแต่ที่ผู้วิจัยจำความได้ จนกระทั่งถึง ณ เวลานี้ ความรัก ความห่วงใย ของคุณแม่สุวิไล เกษมสารคุณ ที่มีให้ก็มีได้ลดลงตามวันเวลา หรือ อายุของผู้วิจัยเลย ผู้วิจัยขอมอบวิทยานิพนธ์เล่มนี้ให้เป็นของขวัญแด่แม่ แทนความรักที่ลูกมีให้แม่ไม่ต่างกัน

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ .....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	9
ปัญหานำวิจัย.....	9
สมมติฐานในงานวิจัย.....	9
ขอบเขตการวิจัย.....	10
นิยามศัพท์.....	11
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	12
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	13
แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การธุรกิจ.....	13
แนวคิดเกี่ยวกับชุมชนสัมพันธ์.....	27
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา.....	32
แนวคิดเกี่ยวกับกิจกรรมสาธารณะ.....	39
แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชน.....	43
แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ทัศนคติและพฤติกรรม.....	54
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	63

	หน้า
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	66
ส่วนที่ 1 การศึกษา “กลยุทธ์การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ของ กฟผ.แม่เมาะ.....	66
แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาวิจัย.....	67
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	67
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	68
ขั้นตอนในการดำเนินงานวิจัย.....	69
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	71
ส่วนที่ 2 การศึกษา “การรับรู้ ทักษะคิดและการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ”.....	71
ประชากรที่ใช้ในงานวิจัย.....	72
กลุ่มตัวอย่าง.....	74
วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	75
ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย.....	76
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	76
การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ.....	80
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	80
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	81
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	82
ผลการวิจัยส่วนที่ 1.....	83
1. ความเป็นมาและการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม.....	84
2. ขั้นตอนการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม.....	97
3. กลยุทธ์ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม.....	104
ผลการวิจัยส่วนที่ 2.....	139
1. ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากร.....	140
2. ข้อมูลการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม.....	145
3. ข้อมูลทัศนคติที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะ.....	152
4. ข้อมูลการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ.....	155
5. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม.....	159
6. การทดสอบสมมติฐาน.....	162
7. ผลการสัมภาษณ์ผู้นำทางความคิดของชุมชน.....	170



	หน้า
บทที่ 5 สรุปลผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	176
สรุปลผลการวิจัย.....	178
อภิปรายผล.....	198
ข้อเสนอแนะ.....	217
รายการอ้างอิง.....	228
ภาคผนวก.....	231
ภาคผนวก ก.....	233
ภาคผนวก ข.....	243
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	255



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 1	แสดงการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม และการสื่อสารแบบไม่มีส่วนร่วม.....	52
ตารางที่ 2	จำนวนประชากรในพื้นที่เป้าหมาย.....	74
ตารางที่ 3	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	140
ตารางที่ 4	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับอายุ.....	141
ตารางที่ 5	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา.....	142
ตารางที่ 6	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ.....	143
ตารางที่ 7	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้.....	144
ตารางที่ 8	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ใน การรับข้อมูลข่าวสาร.....	145
ตารางที่ 9	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความบ่อยครั้งในการรับรู้ ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ จากสื่อต่างๆ.....	146
ตารางที่ 10	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับ กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ.....	148
ตารางที่ 11	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความพอใจต่อ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของ กฟผ.แม่เมาะ.....	150
ตารางที่ 12	เหตุผลของความพอใจต่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของ กฟผ.แม่เมาะ.....	151
ตารางที่ 13	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามทัศนคติ.....	152
ตารางที่ 14	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเข้าร่วมกิจกรรม ความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ.....	155
ตารางที่ 15	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ ของกลุ่มตัวอย่าง.....	157
ตารางที่ 16	เหตุผลในการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะของกลุ่มตัวอย่าง.....	158
ตารางที่ 17	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับ การสนับสนุนด้านการพัฒนาที่ กฟผ.แม่เมาะ ควรสนับสนุน.....	159
ตารางที่ 18	จำนวนและร้อยละเหตุผลของกลุ่มตัวอย่างที่แสดงความคิดเห็นต่อ การพัฒนาที่ กฟผ.แม่เมาะ ควรสนับสนุน.....	160
ตารางที่ 19	ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ของ กฟผ.แม่เมาะ.....	161

		หน้า
ตารางที่ 20	ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะกับทัศนคติที่ชุมชนมีต่อ กฟผ.แม่เมาะ.....	162
ตารางที่ 21	ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะกับการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะของชุมชน .....	165
ตารางที่ 22	ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของชุมชนที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะกับการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะของชุมชน .....	168
ตารางที่ 23	ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.....	190
ตารางที่ 24	ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.....	192



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1	แสดงปัจจัยการดำเนิน CSR อย่างยั่งยืนในองค์กร..... 16
ภาพที่ 2	กรอบของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร..... 22
ภาพที่ 3	แผนภาพแสดงแบบจำลองการสื่อสารแบบสองทาง..... 36
ภาพที่ 4	แผนภาพบันไดแห่งการมีส่วนร่วมของพลเมือง..... 48
ภาพที่ 5	พื้นที่ 5 ตำบลที่ทำการศึกษาวิจัย..... 73
ภาพที่ 6	พื้นที่ในการเก็บข้อมูล..... 75
ภาพที่ 7	การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ..... 86
ภาพที่ 8	แผนผังการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ..... 87
ภาพที่ 9	กระบวนการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ... 97
ภาพที่ 10	กลยุทธ์การใช้สื่อผสมผสาน..... 105
ภาพที่ 11	วารสาร “จดหมายข่าวเหมืองแม่เมาะ”..... 107
ภาพที่ 12	สื่อของที่ระลึก..... 108
ภาพที่ 13	กลยุทธ์สร้างสื่อบุคคล..... 110
ภาพที่ 14	กลยุทธ์ขยายกลุ่มเป้าหมาย..... 112
ภาพที่ 15	กระบวนการดำเนินโครงการพัฒนาชุมชน กฟผ.แม่เมาะ..... 120
ภาพที่ 16	กลยุทธ์การค้นหาความต้องการ..... 124
ภาพที่ 17	แนวทางการดำเนินกลยุทธ์การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม..... 138
ภาพที่ 18	สรุปการทดสอบสมมติฐานที่ 1..... 191
ภาพที่ 19	สรุปการทดสอบสมมติฐานที่ 2..... 193
ภาพที่ 20	สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3..... 194
ภาพที่ 21	องค์ประกอบของงานกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ... 202
ภาพที่ 22	ขั้นตอนในแบบจำลองการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม..... 218
ภาพที่ 23	แบบจำลองการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม..... 221

# บทที่ 1

## บทนำ

### ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในการดำเนินธุรกิจขององค์กรต่างๆในปัจจุบัน แต่ละองค์กรต่างก็พยายามที่จะผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และเพื่อให้ผลผลิตที่มีคุณภาพ มีปริมาณมากเพื่อให้มีความสามารถแข่งขันได้ในตลาด จึงได้มีการนำเทคโนโลยีที่ก้าวหน้ามาใช้ในการผลิตมากขึ้น เพื่อหวังผลด้านยอดขายและกำไรขององค์กรเป็นหลัก แต่ในขณะเดียวกัน การทำธุรกิจขององค์กรก็ได้สร้างให้เกิดผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างมาก เช่น ภาวะการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศโลก ภาวะโลกร้อน ความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากของเสีย ปัญหามลภาวะสิ่งแวดล้อม อากาศ น้ำ ขยะ ปัญหามลพิษทางอากาศ เป็นต้น ซึ่งส่งผลให้ผู้บริโภคขาดความเชื่อถือในองค์กรที่ไม่ใส่ใจในเรื่องสิ่งแวดล้อมและทำธุรกิจด้วยการเอาเปรียบสังคม ทั้งนี้ประเทศต่างๆทั่วโลกจึงเริ่มต้นตัวกับทิศทางใหม่ของการพัฒนา หรือที่เรียกว่า การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) ซึ่งหมายความว่า นอกจากประเด็นในด้านเศรษฐกิจแล้วองค์กรยังต้องใส่ใจในเรื่องสิ่งแวดล้อม และประเด็นต่างๆทางสังคมด้วย ไม่ใช่มุ่งเน้นแต่กำไรเพียงอย่างเดียวซึ่งเป็นเป้าหมายหลักของการดำเนินธุรกิจ โดยไม่ใส่ใจต่อปัญหาดังกล่าว จึงเกิดคำว่า Corporate Citizenship, Responsible Corporate Citizenship หรือ Corporate Social Responsibility คือ เรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร หรือ CSR (CSR กับ SRI คืออะไร?, 2548)

ดังนั้น การที่องค์กรเป็นส่วนหนึ่งของสังคม จึงต้องมีการปรับตัวเพื่อให้เข้ากับสภาพทางสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อเป้าหมายในการพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรที่ “เก่ง” เพื่อการเจริญเติบโตก้าวหน้า ไปพร้อมกับการพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรที่ “ดี” เพื่อสร้างให้เกิดความยั่งยืน (Sustainable) ขององค์กร (วิธีทำซีเอสอาร์ให้สำเร็จ, 2549) หรือเป็นองค์กรที่สังคมอยากให้ดำรงอยู่ ดังนั้น องค์กรต่างๆจึงเริ่มมาให้ความสำคัญกับการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการช่วยพัฒนาสังคมในด้านต่างๆต่อทุกคนที่เกี่ยวข้องหรือมีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึก ทศนคติที่ดี อันจะส่งผลไปสู่การให้การยอมรับสนับสนุนองค์กรได้

ปัจจุบันองค์กรต่างๆได้หันมาให้ความสำคัญและพิจารณาทิศทางการดำเนินกิจกรรม เพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น ซึ่งกิจกรรมที่องค์กรได้ดำเนินการนั้นหมายรวมถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่องค์กรได้ทำ ไม่ว่าจะเป็นการวางแผน การตัดสินใจ การสื่อสารประชาสัมพันธ์ การบริหารจัดการ และการดำเนินงานขององค์กร โดยกิจกรรมทั้งหมดต้องกระทำด้วยความรับผิดชอบต่อผู้ที่

มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นผู้ถือหุ้น ผู้บริหาร พนักงาน ผู้บริโภค ลูกค้า คู่ค้า คู่แข่งทางธุรกิจ พนักงานและครอบครัว ชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่ และประชาชนทั่วไป (CSR บรรษัทภิบาล องค์กรต้องเก่งและดี, 2550) ดังนั้น การทำ CSR จึงเป็นเรื่องของทั้งองค์กร โดยเฉพาะผู้บริหารระดับสูง ไม่ใช่เฉพาะฝ่ายประชาสัมพันธ์หรือฝ่าย Social Relations หรือฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดเท่านั้น แต่เป็นสิ่งที่ควรมาจากความตั้งใจที่จะทำดีที่เกิดมาจากทุกๆ ส่วนของบริษัท ต่อทุกคนที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเล็กเพียงใด เช่น ขายสินค้าที่มีคุณภาพตรงไปตรงมา รับผิดชอบต่อสินค้าหรือบริการที่องค์กรได้ผลิต รวมถึงเรื่องความพยายามดำเนินธุรกิจไม่ให้เกิดผลกระทบต่อด้านลบต่อสังคมหรือสิ่งแวดล้อม แม้ว่าจะไม่มีตัวบทกฎหมายห้ามไว้ก็ตาม (CSR แบบของจริง , 2550) จะเห็นได้ว่ามีรูปแบบกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมเกิดขึ้นมากมายหลายรูปแบบ มีทั้งการทำกิจกรรมภายในและภายนอก เช่น มีการพัฒนาคุณภาพชีวิตพนักงาน การสร้างกระบวนการผลิตที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และกิจกรรมเพื่อสังคมที่มุ่งสร้างเสริมสุขภาพที่ดีให้แก่คนในชุมชน กิจกรรมด้านความปลอดภัย ด้านการศึกษา ด้านการจ้างแรงงาน ด้านสิ่งแวดล้อม การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม และความต้องการของมนุษย์ในด้านความต้องการ มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น เป็นต้น (Kotler & Lee , 2005)

การใส่ใจและให้ความสำคัญกับการดำเนินงานแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น เป็นสิ่งที่มิอาจละเลยและกระทำอย่างฉาบฉวยได้ แต่จะต้องกระทำอย่างมีหลักเกณฑ์และต่อเนื่องเพื่อสนับสนุนเป้าหมายที่วางไว้ คือสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดี อันจะนำมาสู่การยอมรับและความไว้วางใจจากคนในชุมชน เช่น บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ที่ให้ความสำคัญกับการทำกิจกรรมเพื่อสังคมและดูแลสิ่งแวดล้อมหรือ Green Company โดยให้ความสำคัญกับการรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมทั้งกระบวนการผลิต และสร้างความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานและชุมชน, บริษัท สดาร์บักส์ (ประเทศไทย) จำกัด มีนโยบายในการช่วยเหลือและสนับสนุนชาวไร่กาแฟและชุมชนด้วยการรับซื้อเมล็ดกาแฟในราคาที่เป็นธรรม

เช่นเดียวกับ โรงน้ำมันไทยออยล์ ที่แหลมฉบัง ซึ่งเป็นโรงกลั่นน้ำมันที่เข้าไปตั้งอยู่ในชุมชน อาจทำให้ชุมชนรู้สึกหวาดกลัวอันตรายต่างๆ ได้ แต่จากการไปทำวิจัยปรากฏว่าชาวบ้านแถวนั้นรักใคร่และไม่มีใครเกลียดชังโรงงานนี้เลย เนื่องจาก (1) พนักงานทั้งหมดของโรงงานล้วนเป็นชาวบ้านแหลมฉบังทั้งสิ้น (2) มีการว่าจ้างประชาชนบริเวณใกล้เคียงนั้นมาขายหญ้าทำให้เขามีรายได้ (3) คณะผู้บริหารเป็นกรรมการหมู่บ้าน คอยช่วยเหลือดูแลเมื่อเกิดอะไรขึ้น (4) บริษัทไทยออยล์รับเป็นเจ้าภาพจัดงานทอดกฐินที่วัดในชุมชนทุกปี (5) เมื่อเกิดน้ำท่วม บริษัทไทยออยล์ประชุมเพื่อแก้ไขปัญหา น้ำท่วม โดยบริษัทไทยออยล์มีงบประมาณส่วนหนึ่งในการจัดซื้อพืชพันธุ์แจกให้ชาวบ้าน เป็นการทำประโยชน์ให้กับชุมชน ความรับผิดชอบต่อสังคมที่บริษัทไทยออยล์ทำเหล่านี้ ทำให้ประชาชนรักใคร่ ไม่มีใครเกลียดชัง บริษัทไทยออยล์จึงได้รับการยอมรับจากชุมชน ส่งผลให้การดำเนินกิจการของบริษัทฯ เป็นไปด้วยความราบรื่น

ในทางกลับกัน การที่องค์กรต่างๆจะเข้ามาประกอบธุรกิจในพื้นที่โดยปราศจากการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น ก็เป็นการยากที่องค์กรนั้นจะดำเนินธุรกิจต่อไปด้วยความราบรื่น เพราะถ้าหากประชาชนในชุมชนเกิดความไม่พอใจหรือไม่ไว้วางใจในการดำเนินงานขององค์กรเนื่องด้วยเห็นว่าการทำงานส่งผลกระทบต่อชุมชนของตนแล้ว การดำเนินงานขององค์กรอาจไม่ได้รับการยอมรับหรือการสนับสนุนจากชุมชน และผลพวงของการไม่ยอมรับนั้นอาจหมายถึงการต่อต้านการเข้าไปดำเนินกิจการขององค์กรจากชุมชน (Community resistance) ซึ่งจะทำให้การดำเนินงานต่างๆต้องล่าช้าออกไปหรืออาจร้ายแรงจนถึงขั้นไม่สามารถดำเนินงานในพื้นที่ต่อไปได้ สร้างความเสียหายต่อองค์กรทั้งในด้านชื่อเสียงที่จะต้องเสื่อมเสียจากกระแสการคัดค้าน และด้านงบประมาณที่ต้องถูกใช้ไปในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากความขัดแย้งระหว่างองค์กรกับชุมชนนั้น

ดังเช่น กรณีห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ที่มุ่งขยายสาขาเพื่อตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคสมัยใหม่ที่ผู้บริโภคมีความต้องการความสะดวก รวดเร็ว ในการเลือกซื้อสินค้า อีกทั้งยังต้องการหาซื้อสินค้าที่มีความหลากหลาย มีคุณภาพในราคาประหยัด แต่แผนการขยายสาขาเพื่อพัฒนาความสามารถในการรองรับความต้องการดังกล่าวของห้างนั้น ได้ถูกต่อต้านจากชุมชนท้องถิ่นหลายพื้นที่ ที่ห้างค้าปลีกเหล่านั้นมีแผนที่จะเข้าไปดำเนินการก่อสร้างสาขาแห่งใหม่ เช่น ในพื้นที่ อ. สองพี่น้อง จ.สุพรรณบุรี ในวันที่ 8 พฤษภาคม 2549 ที่ชาวบ้านตลาดบางลี่กว่า 200 คนได้เดินทางไปชุมนุมที่สำนักงานเทศบาล ต.สองพี่น้อง เพื่อยื่นหนังสือคัดค้านการก่อสร้างห้างเทสโก้ โลตัสที่จะก่อสร้างบริเวณตรงข้ามรพ.สมเด็จพระสังฆราชองค์ที่ 17 โดยแกนนำกล่าวว่า ห้างขายสินค้าขนาดใหญ่เน้นการมุ่งขายทำกำไรเพียงอย่างเดียวขาดความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นแหล่งมั่วสุมของวัยรุ่น นักเรียน นักศึกษา อาจก่อให้เกิดอบายมุขอื่นๆตามมา สร้างค่านิยมการบริโภคที่เกินความจำเป็น ผลกำไรที่ได้แต่ละปีก็เป็นของชาวต่างชาติ เงินไหลออกนอกประเทศจำนวนนับหมื่นล้านบาท และหากห้างดังกล่าวได้ตั้ง ห้างอื่นๆก็จะตามมา พ่อค้าแม่ค้าในตลาดบางลี่และบริเวณใกล้เคียงก็จะต้องเลิกปิดกิจการไปในที่สุด ซึ่งถือว่าไม่เป็นธรรมกับประชาชนในพื้นที่ (ไทยโพสต์, 9 พฤษภาคม 2549)

ในพื้นที่ อ.แม่สอด จ.ตากที่ห้างเทสโก้ โลตัสกำลังจะเปิดดำเนินการในช่วงเดือนตุลาคม 2549 แต่ในวันที่ 4 ตุลาคม 2549 กลุ่มพ่อค้าและผู้ประกอบการในพื้นที่ได้ขับรถยนต์โฆษณาออกประกาศปลุกระดมประชาชนในพื้นที่ให้ออกมารวมตัวกันเพื่อประท้วงและต่อต้านโดยกลุ่มพ่อค้าขับรถยนต์โฆษณาเปิดเพลงปลุกใจให้รักชาติและต่อต้านห้างสรรพสินค้าข้ามชาติที่มาเปิดกิจการและยังนัดชุมนุมรวมตัวกันอีกครั้งที่บริเวณศาลเจ้าเงินแม่สอด ก่อนที่จะเดินขบวนไปยังบริเวณห้างเทสโก้ โลตัส (ไทยโพสต์ , 5 ตุลาคม 2549)

ทั้งนี้ห้างเทสโก้ โลตัสมีแผนขยายสาขาเป็นไฮเปอร์มาร์เก็ต และยังมีอีก 5-6 แห่งที่ถูกต่อต้าน สาเหตุของการต่อต้านการดำเนินการขยายสาขาของห้างเทสโก้ โลตัส เป็นเพราะประชาชนในพื้นที่เกรงว่าการดำเนินงานของห้างเทสโก้ โลตัสจะส่งผลกระทบต่อร้านค้าปลีกย่อยในชุมชนจน

อาจจะต้องปิดกิจการไป นอกจากนี้ประชาชนในท้องถิ่นบางส่วนยังมีความเห็นว่าห้างเทสโก้โลตัสขาดความรับผิดชอบต่อสังคมมุ่งหวังเพียงผลกำไรเพียงประการเดียว นอกจากผลแห่งความขัดแย้งที่สร้างอุปสรรคในการพัฒนาศักยภาพในอุตสาหกรรมของห้างเทสโก้โลตัสแล้ว ปัญหาดังกล่าวยังได้ส่งผลทำให้ห้างค้าปลีกรายใหญ่ทั้งหมดจะต้องทำบันทึกข้อตกลงเพื่อชะลอการก่อสร้างและการขยายสาขากับกระทรวงพาณิชย์ จนกว่าการจัดทำร่างกฎหมายค้าปลีกจะแล้วเสร็จ

อีกกรณีศึกษาถึงความขัดแย้งระหว่างองค์กรกับชุมชน คือ กรณีความขัดแย้งของโรงไฟฟ้าพลังน้ำธรรมชาติบางคล้า จ.ฉะเชิงเทราที่ชาวบ้านจาก 4 ตำบลในเขตอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา พากันชุมนุมปิดถนนสาย 304 ฉะเชิงเทรา-กบินทร์บุรีทำให้การจราจรทั้ง 2 ฝั่งติดขัดเป็นระยะทางกว่า 10 กิโลเมตร เพื่อคัดค้านการก่อสร้างโรงไฟฟ้า เหตุด้วยความไม่มั่นใจถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อมและวิถีชีวิตของชุมชน ทั้งนี้ชาวบ้านยังมีความรู้สึกว่าเป็นการดำเนินการไม่มีความจริงใจในการแก้ไขปัญหา (คม ชัด ลึก, 10 มิถุนายน 2552)

มิใช่เพียงโครงการที่ยังไม่ได้ก่อสร้างหรืออยู่ระหว่างการก่อสร้างเท่านั้นที่มีโอกาสถูกต่อต้านจากชุมชน สำหรับโครงการที่เปิดดำเนินการไปแล้วอย่างเช่น โครงการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิก็ยังคงถูกต่อต้านจากชุมชนด้วยเช่นกัน ซึ่งภายหลังจากการเปิดใช้สนามบินสุวรรณภูมิ สนามบินที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่องานพัฒนาด้านขนส่งทางอากาศของประเทศ ได้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะเรื่องมลพิษทางด้านเสียงในพื้นที่บริเวณใกล้เคียง ชุมชนโดยรอบสนามบินที่ได้รับผลกระทบจากมลภาวะดังกล่าวจำนวนมาก แบ่งเป็นบ้านเรือนประชาชนมากกว่า 3,000 หลังคาเรือน , โรงเรียน 46 แห่ง และมหาวิทยาลัย 2 แห่ง คือ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง และ มหาวิทยาลัยเกริกและวัดอีก 76 วัด ซึ่งพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด คือ ด้านทิศเหนือและทิศใต้ของสนามบินฯ ที่ใช้เป็นรันเวย์ขึ้น-ลงของเครื่องบิน (บีบีเอสไทย, 9 พฤศจิกายน 2549 )

แม้ในขณะที่การเคลื่อนไหวของชาวบ้านที่ได้รับผลกระทบจากปัญหาเสียงดังรบกวน ยังไม่รุนแรงมากนัก แต่หากข้อร้องเรียนของชุมชนไม่ได้รับการตอบสนองและใส่ใจจากหน่วยงานที่รับผิดชอบ คือ ท่าอากาศยานไทยอย่างดีแล้ว ในไม่ช้าเมื่อความอดทนของชาวบ้านในชุมชนหมดลง การชุมนุมเพื่อเรียกร้องความเป็นธรรม ก็อาจขยายตัวขึ้นจนกลายเป็นอุปสรรคสำคัญของการดำเนินงานและส่งผลเสียหายต่อความน่าเชื่อถือของสนามบินนานาชาติที่รัฐบาลปรารถนาให้เป็นศูนย์กลางทางการบินในภูมิภาคในที่สุด

แม้การดำเนินธุรกิจขององค์กรจะนำไปสู่ความเจริญก้าวหน้าตามที่ทุกคนปรารถนา แต่เพียงการเตรียมแผนในการดำเนินงานเพื่อแผนธุรกิจที่รัดกุม หรือเพียงการกล่าวอ้างผลคือความเจริญก้าวหน้าที่อยู่แต่เพียงอย่างเดียว นั้น ไม่สามารถเป็นหลักประกันความสำเร็จที่ต้องการให้เกิดขึ้นได้ ยิ่งถ้าหากการดำเนินธุรกิจนั้นส่งผลกระทบต่อคนในพื้นที่ตั้งขององค์กรมากเท่าไร นั่นก็เป็นสัญญาณที่ชี้ว่ายังมีอีกกระบวนการหนึ่งที่องค์กรจะต้องตระหนักถึง และต้องมุ่งปฏิบัติอย่าง



จริงจัง นั่นก็คือ กระบวนการสร้างการยอมรับให้เกิดขึ้นในหมู่ผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงาน เพื่อป้องกันมิให้การดำเนินงานขององค์กรนั้นประสบปัญหาวิกฤต ดังเช่นหลายกรณีในอดีต

แต่แม้จะเป็นกรณีที่องค์กรเคยมีความขัดแย้งรุนแรงกับชาวบ้านมาก่อนก็ตาม แต่หากองค์กรแสดงความจริงใจในการเข้าไปดำเนินงานเพื่อพัฒนาชุมชน โดยยึดหลักแนวทางการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรกับชุมชนที่เคยห่างเหินก็สามารถฟื้นคืนมาได้อีกครั้ง ดังเช่น กรณี โครงการวางท่อส่งก๊าซธรรมชาติจากแหล่งยาดานา ประเทศพม่า ที่เกิดความขัดแย้งรุนแรงระหว่างปตท. ผู้เป็นเจ้าของโครงการกับชาวบ้าน ต.ห้วยเขย่ง ที่ได้รับความเดือนร้อนจากโครงการ แต่ต่อมา ปตท. มุ่งสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชน ปรากฏให้เห็นในโครงการอนุรักษ์และฟื้นฟูพื้นที่ป่า 30,000 ไร่ ในพื้นที่ ต.ห้วยเขย่ง อ. ทองผาภูมิ จ.กาญจนบุรี ซึ่งโครงการดังกล่าวประกอบไปด้วยกิจกรรมพัฒนาในด้านต่างๆของชุมชน เช่น โครงการทางด้านชุมชน โครงการด้านเกษตร โครงการด้านเยาวชน โครงการป้องกันไฟฟ้า เป็นต้น การมุ่งมั่นแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างจริงจังประกอบกับการใส่ใจในความต้องการของชุมชน ได้ส่งผลให้ความคิดเห็นและทัศนคติของชาวบ้าน ในพื้นที่ ต.ห้วยเขย่ง ที่เคยติดลบกับ ปตท. กลับเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น (กรณีการ วิศวกรรมและคณะ , 2547 )

การทำกิจกรรมที่ให้ประโยชน์แก่ชุมชนจะช่วยสะท้อนให้เห็นถึงความรับผิดชอบต่อองค์กรที่มีต่อชุมชน ซึ่งการกระทำเช่นนี้จะช่วยก่อให้เกิดความรักและความพอใจในองค์กรอันจะนำมาซึ่งแนวร่วมในการพัฒนาองค์กรอย่างมากมาย ดังนั้นในการดำเนินธุรกิจนอกจากจะต้องใส่ใจในกระบวนการผลิตที่ต้องปลอดภัยต่อประชาชนและสิ่งแวดล้อมแล้ว องค์กรยังต้องใส่ใจสร้างความเข้าใจในการดำเนินกิจการเพื่อลดความวิตกกังวลของชุมชน ขณะเดียวกันก็ต้องสร้างความสัมพันธ์อันดีควบคู่กันไปเพื่อสร้างศรัทธาและ ความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้น ความรับผิดชอบต่อสังคมจึงเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่จะช่วยสร้างการยอมรับและทัศนคติที่ดีให้เกิดขึ้น เพื่อให้การดำเนินกิจการเป็นไปโดยราบรื่นและได้รับการสนับสนุนจากชุมชนที่อยู่โดยรอบ

เมื่อประเทศไทยจัดทำนโยบาย เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ โดยเริ่มใช้ “แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ” ในปี 2504-2509 ส่งผลให้ระบบเศรษฐกิจของไทยเริ่มเปลี่ยนแปลงจากภาคเกษตรกรรมไปสู่ภาคอุตสาหกรรม จนกระทั่งเข้าช่วงปลายของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 (ปี 2530-2534) ได้มีการวางแนวทางเร่งการพัฒนา โดยให้อุตสาหกรรมเป็นภาคนำเศรษฐกิจ ยิ่งประเทศพัฒนาไปมากเท่าไร ย่อมเป็นการกระตุ้นให้ใช้พลังงานมากขึ้นเท่านั้น

ไฟฟ้าจึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศและการดำเนินชีวิตของประชาชน ไฟฟ้าสามารถผลิตได้จากเชื้อเพลิงและพลังงานหลายรูปแบบ เช่น น้ำมัน ก๊าซธรรมชาติ

ถ่านหิน พลังแสงอาทิตย์ พลังลม ฯลฯ สำหรับประเทศไทยสิ่งที่นำมาใช้ผลิตไฟฟ้าส่วนใหญ่เป็นเชื้อเพลิง ซึ่งหาได้ในประเทศ ได้แก่ ถ่านหิน และก๊าซธรรมชาติ

ซึ่งวิกฤตการณ์น้ำมันโลกในปี 2517 ได้ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมไทยอย่างรุนแรง ทำให้รัฐบาลแสวงหาพลังงานทางเลือกจากแหล่งพลังงานภายในประเทศ ดังนั้นจึงหันมาใช้ถ่านหินถ่านหินที่พบบริเวณตำบลแม่เมาะ อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง มาเป็นเชื้อเพลิงในการผลิตกระแสไฟฟ้า ซึ่งได้มีส่วนช่วยให้รัฐบาลลดการนำเข้าน้ำมันจากต่างประเทศคิดเป็นเงินมูลค่ามหาศาล การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) จึงได้เปิดการทำเหมืองถ่านหินเพื่อส่งป้อนโรงไฟฟ้าที่ อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง พร้อมกับโรงไฟฟ้าแม่เมาะที่ได้ถูกสร้างขึ้นอย่างรีบเร่งสามารถเดินเครื่องจ่ายกระแสไฟฟ้าได้ในปี 2521 และเหมืองแม่เมาะได้ทำการขุดขนถ่านหินจำนวนประมาณ 15-17 ล้านตัน ส่งให้โรงไฟฟ้าแม่เมาะ จำนวน 13 หน่วย กำลังผลิต 2,625,000 กิโลวัตต์ ซึ่งจ่ายกระแสไฟฟ้าไปยังจังหวัดต่าง ๆ ทั้งภาคเหนือตอนบนและล่าง เชื่อมต่อไปยังภาคกลาง จนถึงกรุงเทพมหานคร และเชื่อมโยงกับภาคตะวันออกเฉียงเหนือด้วย โดยกำลังผลิตของโรงไฟฟ้าแม่เมาะ ปัจจุบันคิดเป็นประมาณ 20 % ของกำลังผลิตของทั้งประเทศ แต่ปัจจุบันได้ยกเลิกการใช้โรงไฟฟ้า 1-3 ทำให้เหลือโรงไฟฟ้ารวม 10 เครื่อง มีกำลังการผลิตกระแสไฟฟ้าทั้งหมด 2,400 เมกกะวัตต์

โดยการดำเนินงานของ กฟผ. แม่เมาะแบ่งการดำเนินงานออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนของโรงไฟฟ้าแม่เมาะ เป็นโรงไฟฟ้าพลังความร้อนที่ใช้ถ่านหินเป็นเชื้อเพลิงด้วยการแปรสภาพพลังงานสะสมของถ่านหินให้เป็นพลังงานไฟฟ้า และ ส่วนของเหมืองแม่เมาะ มีหน้าที่และความรับผิดชอบในการผลิตถ่านหิน เพื่อเป็นเชื้อเพลิงให้กับโรงไฟฟ้าแม่เมาะ สำหรับผลิตกระแสไฟฟ้า

แต่ กฟผ.แม่เมาะเป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วทั้งประเทศ จากเหตุการณ์ในเดือนตุลาคม 2535 และเดือนสิงหาคม 2541 โรงไฟฟ้าแม่เมาะเกิดภาวะมลพิษทางอากาศในระดับที่รุนแรงจากก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์จากกระบวนการผลิต ทำให้เกิดผลกระทบต่อสุขภาพอนามัยของชาวบ้านที่อาศัยอยู่รอบ ๆ โรงไฟฟ้า ตลอดจนทำให้เกิดความเสียหายต่อพืชและสัตว์เลี้ยง สาเหตุเนื่องจากสภาพอากาศที่แปรเปลี่ยนไปจากเดิม เกิดความกดอากาศสูงจากประเทศจีนแผ่ปกคลุมประเทศไทย และสภาพอากาศปิด (inversion) กฟผ. แม่เมาะจึงได้ดำเนินการแก้ไขโดยการศึกษาผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมพร้อมทั้งติดตั้งเครื่องกำจัดก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์ และยังมีติดตั้งระบบตรวจวัดคุณภาพอากาศ เชื่อมโยงผลการตรวจวัดให้สามารถอ่านค่าได้ตลอด 24 ชั่วโมง ที่ห้องศูนย์ควบคุมการเดินเครื่องของโรงไฟฟ้าแม่เมาะ และโรงพยาบาลแม่เมาะ จากการติดตั้งเครื่องกำจัดก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์นี้ สามารถดักจับก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์ได้เกือบ 100 % พร้อมกันนี้ทาง กฟผ.แม่เมาะ ยังได้จ่ายค่าเสียหายชดเชยให้กับชาวบ้านที่ได้รับผลกระทบด้วย จากการดำเนินการแก้ไขปัญหาดังกล่าวของ กฟผ. แม่เมาะ สร้างความพึงพอใจให้กับชาวบ้านในชุมชนโดยรอบ กฟผ.

แต่ปัญหาความขัดแย้งของ กฟผ.แม่เมาะกับชุมชนที่ยังคงมีปัญหากัน คือ ปัญหาที่เกิดส่วน การดำเนินงานของเหมืองแม่เมาะ ได้แก่

- **ปัญหาด้านฝุ่น** แหล่งกำเนิดที่สำคัญในการทำเหมืองจะเกิดจาก รถขุด เครื่องไม่ สายพานลำเลียง และถนนที่ใช้ขนส่งดินและถ่าน
- **ด้านกลิ่น** ปัญหากลิ่นรบกวนที่เกิดจากการทำเหมืองมีสาเหตุมาจากการที่ถ่าน ลิกไนต์ เกิดการลุกไหม้ด้วยตัวเองตามธรรมชาติ (Spontaneous Combustion) โดยจะพบบ่อย บริเวณ คี้อที่ลานกองถ่าน ในบ่อเหมืองและที่ทิ้งดิน
- **ด้านน้ำจากการทำเหมือง** น้ำเป็นอุปสรรคสำคัญสำหรับการทำเหมืองเนื่องจากการ ทำเหมืองมีพื้นที่บริเวณกว้าง เมื่อมีฝนตกจะชะล้างสารละลายในดินปนเปื้อนไปกับน้ำ ดังนั้นใน การจัดการคุณภาพน้ำเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อม เหมืองแม่เมาะจึงนำน้ำจาก ชุมเหมืองและน้ำจากที่ทิ้งดินระบายลงสู่บ่อตกตะกอน (Settling Pond) และผ่านการบำบัดด้วยพื้นที่ ชุ่มน้ำ (Wetland) นอกจากนี้ยังได้นำน้ำไปใช้ในกิจกรรมการทำเหมือง เช่น ดับฝุ่น ดับการลุกไหม้ ของถ่าน พื้นฟูสภาพเหมืองและระบายน้ำส่วนเกินปล่อยให้ไหลลงสู่อ่างเก็บน้ำแม่เมาะต่อไป
- **ด้านเสียง** ผลกระทบด้านเสียงจากการทำเหมืองอาจก่อให้เกิดปัญหาการรบกวนต่อ ชุมชนที่อาศัยอยู่ใกล้เหมือง โดยพบแหล่งกำเนิดที่สำคัญมาจาก ระบบสายพานลำเลียงดินและถ่าน

แม้ว่า กฟผ.แม่เมาะได้มีการศึกษาหามาตรการจัดการแก้ไขปัญหา และมีการดำเนินการ แก้ไขปัญหาในด้านต่างๆ ไปบ้างแล้ว แต่ก็ยังไม่สามารถจัดการกับปัญหาที่เกิดจากการดำเนินงาน ของเหมืองแม่เมาะให้หมดสิ้นไป

และแน่นอน...ปัญหาจากเหมืองแม่เมาะ ได้ก่อให้เกิดผลกระทบทางสังคม วิถีชีวิตของ ชุมชนท้องถิ่นดั้งเดิม จากก่อนเคยทำมาหากินและอยู่อาศัยกันอย่างมีความสุขสงบ ต้องแปร เปลี่ยนไปอย่างไม่วันหวนคืนกลับ ชุมชนที่อยู่รอบๆ กฟผ.แม่เมาะ จำนวน 5 ตำบล 42 หมู่บ้าน ต้อง เผชิญกับ ปัญหาด้านสาธารณสุข การความเจ็บป่วย ปัญหาด้านสาธารณูปโภคและบริโภค ปัญหา การไร้ที่ทำกินและที่อยู่อาศัยจากการเปิดเหมือง และปัญหาอื่นๆ ที่ตามมาอีกมากมาย นับตั้งแต่นั้น มา...ชาวบ้านจึงได้รวมตัวกันเรียกร้องต่อสู้กันมาอย่างต่อเนื่อง

เมื่อเป็นเช่นนี้ กฟผ.แม่เมาะจึงมอบหมายให้เหมืองแม่เมาะเป็นหน่วยงานในการดำเนิน กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งปัจจุบันภาพของเหมืองแม่เมาะได้เปลี่ยนไป นอกจากเหมือง แม่เมาะจะมีการจัดการปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการดำเนินงานของเหมืองแม่เมาะเองแล้ว ยังได้มีการปรับปรุงภูมิทัศน์ พื้นฟูสภาพเหมืองแม่เมาะที่หมดการใช้แล้ว ให้สวยงามเพื่อให้ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามแห่งหนึ่งของลำปาง เปลี่ยนพื้นที่ทิ้งดินจากการเปิดหน้าดินทำเหมือง ให้เป็นสวนพฤกษชาติ ศาลาชมวิว รวบรวมต้นไม้ในวรรณคดี ไม้ดอกไม้ประดับพันธุ์ต่างๆ รวมทั้ง ดอกบัวตองที่บ้านสะพรั่งชูช่อเหลืองอร่ามบนพื้นที่ 500 กว่าไร่ ส่วนแ่งดินหลังจากขุดถ่านหินขึ้น ไปแล้วก็เปลี่ยนเป็นอ่างเก็บน้ำขนาดใหญ่มีต้นไม้รายรอบ มีนกนานาพันธุ์เข้ามาอาศัย นอกนั้น

พื้นที่ในเมืองแม่เมาะส่วนต่างๆก็ถูกจัดสรรให้เป็นพิพิธภัณฑ์ศูนย์ถ่านหินลิกไนต์ศึกษา เป็นศูนย์การเรียนรู้ ให้ความเข้าใจทางธรณีวิทยา พร้อมทั้งประวัติความเป็นมาของเมืองแม่เมาะ และเทคโนโลยีในการทำเหมืองแร่ ตั้งแต่ขั้นตอนการผลิตจนกระทั่งการจัดการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมต่างๆที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินการของเมืองแม่เมาะ ทั้งยังมีสนามกอล์ฟและรีสอร์ทหรืออยู่ในพื้นที่แห่งนี้อีกด้วย ทำให้พื้นที่นี้กลายเป็นแหล่งสร้างงานแก่ชุมชนอีกแห่งหนึ่ง

นอกจากนี้ ทาง กฟผ.แม่เมาะยังได้ก่อตั้งโครงการพัฒนาชุมชน กฟผ.แม่เมาะขึ้นในปี 2542 โดยประสานงานพัฒนาร่วมกับอีก 2 สมาคม คือ องค์การบริหารส่วนตำบลแม่เมาะ (อบต) , องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ) และหน่วยงานของรัฐ เพื่อดูแลและช่วยเหลือราษฎรโดยรอบสามารถแบ่งงานพัฒนาออกเป็น 9 ด้าน ได้แก่ (1) มุ่งเน้นการพัฒนาท้องถิ่นและสาธารณูปโภค (2) ด้านเยาวชนและการศึกษา (3) ด้านการศึกษา (4) ด้านประเพณีและวัฒนธรรม (5) ด้านสังคมและการเมือง (6) ด้านส่งเสริมคุณภาพชีวิตและพัฒนาอาชีพ (7) ด้านประชาสัมพันธ์และการท่องเที่ยว (8) ด้านการมีส่วนร่วมกับหน่วยงานราชการและเอกชน (9) ช่วยเหลือสังคมและผู้ด้อยโอกาส พร้อมกับสนับสนุนช่วยเหลืองานของชุมชนตามโอกาส

ในปี 2548 กฟผ. แม่เมาะร่วมกับสำนักงานการอาชีวศึกษา จัดตั้งวิทยาลัยเทคโนโลยีและการจัดการ กฟผ.แม่เมาะ ทั้งนี้ยังมีการจ้างแรงงานท้องถิ่นโดยมุ่งเน้นผู้ที่มีภูมิลำเนาในเขตอำเภอแม่เมาะ ให้เข้ามาทำงานกับ กฟผ.แม่เมาะในหน่วยงานต่างๆ เป็นจำนวนมากอีกด้วย

จากการทำกิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะนี้ มีผลทำให้ความขัดแย้งที่เคยรุนแรงระหว่างชาวบ้านกับ กฟผ.แม่เมาะที่เคยมีต่อกันลดลงไปมาก ชาวบ้านและ กฟผ.แม่เมาะอยู่ด้วยกันอย่างสงบสันติมากขึ้น

จากข้อมูลการดำเนินกิจกรรมที่มุ่งเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนอย่างต่อเนื่อง และมีแบบแผน จนทำให้ความขัดแย้งรุนแรงที่ชุมชนเคยมีต่อ กฟผ.แม่เมาะ ลดลงจนเกือบจะหมดไปทำให้ กฟผ.แม่เมาะเป็นกรณีศึกษาที่ดีที่จะทำการศึกษาถึงกลยุทธ์การทำการกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อให้ได้องค์ความรู้ที่จะนำไปเป็นแนวทางในการสร้างการยอมรับเพื่อการอยู่ร่วมกันระหว่างองค์กรกับชุมชนอย่างมีความสุขและยั่งยืน

ดังนั้น การศึกษาวิจัยในครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์และสัมฤทธิ์ผลการใช้แนวความคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ จ.ลำปาง โดยเริ่มตั้งแต่ขั้นตอนการวิจัย การวางแผนการสื่อสารและการประเมินผล กลยุทธ์การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม รวมไปถึงการศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลต่อการทำการกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ตลอดจนศึกษาการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ทักษะคิดและการยอมรับของชุมชนที่อยู่ในพื้นที่โดยรอบ กฟผ.แม่เมาะ อันจะนำมาซึ่งประโยชน์สำหรับการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับองค์กรที่ลักษณะการดำเนินการอาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม อาชีพ

ความปลอดภัย วิถีชีวิต หรืออาจก่อให้เกิดผลกระทบทางด้านลบต่อจิตใจของชาวบ้านในชุมชน จนอาจนำไปสู่ข้อขัดแย้งระหว่างองค์กรและชุมชนได้ ซึ่งจะส่งผลกระทบไปถึงความสำเร็จในการดำเนินงานในพื้นที่ขององค์กรในที่สุด

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ
2. เพื่อศึกษาการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ ทำสนคดีและการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะของชุมชน
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ ทำสนคดีและการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะของชุมชน

### ปัญหานำวิจัย

1. กลยุทธ์การดำเนินกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะเป็นอย่างไร
2. การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ ทำสนคดีและการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะของชุมชนเป็นอย่างไร
3. การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่ชุมชนมีต่อ กฟผ.แม่เมาะหรือไม่และมีความสัมพันธ์กันอย่างไร
4. การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะมีความสัมพันธ์กับการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะหรือไม่และมีความสัมพันธ์กันอย่างไร
5. ทัศนคติที่ชุมชนมีต่อ กฟผ.แม่เมาะ มีความสัมพันธ์กับการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะหรือไม่อย่างไรและมีความสัมพันธ์กันอย่างไร

### สมมติฐานในการวิจัย

1. การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่ชุมชนมีต่อ กฟผ.แม่เมาะ
2. การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะมีความสัมพันธ์กับการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ
3. ทัศนคติที่ชุมชนมีต่อ กฟผ.แม่เมาะ มีความสัมพันธ์กับการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ

### ขอบเขตการวิจัย

1. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะกลยุทธ์การดำเนินกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ ในส่วนที่เหมืองแม่เมาะเป็นหน่วยงานรับผิดชอบและดำเนินงาน กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีพื้นที่เป้าหมาย คือ พื้นที่ 42 หมู่บ้าน 5 ตำบล คือ ตำบลแม่เมาะ ตำบลสบป่าด ตำบลบ้านดง ตำบลนาสัก และตำบลจางเหนือ อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง
2. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาถึงการรับรู้ข่าวสารของประชาชนเกี่ยวกับการทำกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ ในส่วนที่เหมืองแม่เมาะเป็นหน่วยงานรับผิดชอบและดำเนินงาน ตลอดจนทัศนคติและการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะของชุมชน

### นิยามศัพท์

1. กฟผ.แม่เมาะ หมายถึง การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย ตั้งอยู่ที่ อ.แม่เมาะ จ. ลำปาง เป็นโรงไฟฟ้าพลังความร้อนที่ใช้ถ่านลิกไนต์เป็นเชื้อเพลิงด้วยการแปรสภาพพลังงานสะสมของถ่านลิกไนต์ให้เป็นพลังงานไฟฟ้า จ่ายกระแสไฟฟ้าไปยังภาคเหนือตอนบนและล่าง เชื่อมต่อไปยังภาคกลาง จนถึงกรุงเทพมหานครและเชื่อมโยงกับภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีหน่วยงานที่อยู่ในความรับผิดชอบ 2 หน่วยงาน คือ โรงไฟฟ้าแม่เมาะ และเหมืองแม่เมาะ
2. เหมืองแม่เมาะ หมายถึง เหมืองถ่านหินลิกไนต์ซึ่งเป็นหน่วยงานหนึ่งของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.แม่เมาะ) มีหน้าที่และความรับผิดชอบในการผลิตถ่านลิกไนต์เพื่อเป็นเชื้อเพลิงให้กับโรงไฟฟ้าแม่เมาะ สำหรับผลิตกระแสไฟฟ้า
3. แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง การที่ กฟผ.แม่เมาะตอบสนองต่อประเด็นด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งที่การเอื้อประโยชน์กลับคืนสู่ คน ชุมชนและสังคมในแนวทางที่สังคมคาดหวัง โดยยึดถือเป็นนโยบายและเป้าหมายของ กฟผ.แม่เมาะ เพื่อร่วมแบ่งปันความสุขของคนในสังคม ด้วยการช่วยเหลือ สนับสนุนส่งเสริมชุมชนรอบ กฟผ. ให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นในด้านสิ่งแวดล้อม การศึกษา คุณภาพชีวิต เพื่อให้ กฟผ.แม่เมาะ ดำรงอยู่ต่อไปในฐานะองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม และเป็นองค์กรที่ชุมชนให้การยอมรับ
4. กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง กิจกรรมต่างๆที่ กฟผ.แม่เมาะจัดให้มีการดำเนินการเพื่อช่วยเหลือและสร้างประโยชน์ให้แก่สังคม เช่น แผนการฟื้นฟูสภาพเหมือง , โครงการพัฒนาชุมชนกฟผ.แม่เมาะ เป็นต้น

5. **โครงการพัฒนาชุมชน กฟผ. แม่เมาะ** หมายถึง แผนการที่ กฟผ.แม่เมาะ ได้ก่อตั้งขึ้นเพื่อทำหน้าที่เสริมสร้างคุณภาพชีวิต และพัฒนาอาชีพราษฎรทั้ง 5 ตำบลที่อาศัยอยู่โดยรอบ กฟผ.แม่เมาะและเพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจที่ดี และปรับเปลี่ยนทัศนคติของชุมชนต่อ กฟผ.แม่เมาะ
6. **ชุมชน** หมายถึง ประชาชนที่อาศัยและดำเนินชีวิตในเขตพื้นที่รอบกฟผ.แม่เมาะ 5 ตำบล คือ ตำบลแม่เมาะ ตำบลสบป่าด ตำบลบ้านดง ตำบลนาสัก และตำบลจางเหนือ อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง
7. **ชาวบ้าน** หมายถึง ประชาชนในชุมชนที่มีอายุระหว่าง 15 – 60 ปีขึ้นไป ที่มีครัวเรือนอาศัยอยู่ในพื้นที่ 5 ตำบลรอบกฟผ.แม่เมาะ ซึ่งเป็นพื้นที่เป้าหมายของภารกิจกรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ
8. **กลยุทธ์** หมายถึง เทคนิควิธีที่นำมาใช้ในการวางแผนสร้างความสัมพันธ์ ความเข้าใจอันดี และปรับเปลี่ยนทัศนคติของชาวบ้านในชุมชน ตลอดจนการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสร้างอาชีพ อันประกอบด้วย การกำหนดวิธีการ กิจกรรม รายละเอียดของวิธีการ ตลอดจนขั้นตอนการนำมาใช้เพื่อให้สัมฤทธิ์ผลตามจุดมุ่งหมายของโครงการ โดยพิจารณาจากกลยุทธ์การดำเนินงานกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม
9. **กลยุทธ์การดำเนินงานกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม** หมายถึง เทคนิคหรือวิธีการในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับชุมชน อันจะก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่าง กฟผ.แม่เมาะกับชุมชนโดยรอบ นำไปสู่การยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ จากชุมชน
10. **ปัญหาและอุปสรรค** หมายถึง องค์กรประกอบต่างๆที่เกิดขึ้นแล้วจะส่งผลกระทบต่อ การบรรลุวัตถุประสงค์ในแต่ละขั้นตอนของการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม
11. **การรับรู้ข่าวสาร** หมายถึง ระดับความบ่อยครั้งของการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของกฟผ.แม่เมาะจากสื่อและกิจกรรมต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ เอกสารเผยแพร่ต่างๆ (แผ่นพับ, โปสเตอร์) หอกระจายข่าว กิจกรรมสาธารณะต่างๆ ฯลฯ หรือจากบุคคล เช่น เจ้าหน้าที่ของกฟผ.แม่เมาะ นายอำเภอ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ครู เพื่อน ฯลฯ
12. **ทัศนคติต่อกฟผ.แม่เมาะ** หมายถึง ความคิดเห็น ความรู้สึกนึกคิดของชุมชนที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะ แสดงออกถึงความชอบหรือไม่ชอบ พอใจหรือไม่พอใจ ซึ่งจะส่งผลถึงการยอมรับให้กฟผ.แม่เมาะสามารถดำเนินการในพื้นที่ได้
13. **การยอมรับกฟผ.แม่เมาะ** หมายถึง การที่ชุมชนเข้าร่วมและยินดีให้ความร่วมมือกับกิจกรรมต่างๆในกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ

14. สัมฤทธิ์ผลของกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของกฟผ.แม่เมาะ หมายถึง การที่ชุมชนได้รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะและกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ที่ กฟผ.แม่เมาะได้ดำเนินการ การมีทัศนคติที่ดีต่อ กฟผ.แม่เมาะและการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ

#### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นแนวทางที่จะนำไปสู่การปรับปรุงกลยุทธ์การทำกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อให้การดำเนินกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับสถานการณ์ในชุมชนยิ่งขึ้น
2. เพื่อนำผลการวิจัยมาสรุปเป็นแนวทางการดำเนินงานกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับองค์กรทั่วไปที่ผลจากการดำเนินงานนี้อาจส่งผลกระทบต่อชุมชนในระแวกใกล้เคียงทั้งในด้านกายภาพและด้านจิตใจ จนอาจกลายเป็นประเด็นที่ก่อให้เกิดข้อขัดแย้งระหว่างองค์กรกับชุมชน

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “การใช้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ จ.ลำปาง” ต้องการศึกษาดังกลยุทธการใช้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม ในการสร้างความสัมพันธ์และปรับเปลี่ยนทัศนคติของชาวบ้านเพื่อให้ยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ ตลอดจนศึกษาถึงการรับรู้ ทัศนคติ และการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะของชุมชน เพื่อหาแนวทางการดำเนินงานกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่เหมาะสม ดังนั้นจึงจำเป็นต้องนำแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาศึกษาและทำความเข้าใจเพื่อใช้เป็นกรอบความคิดในการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งประกอบไปด้วย

1. แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การธุรกิจ (CSR)
2. แนวคิดเกี่ยวกับชุมชนสัมพันธ์
3. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา
4. แนวคิดเกี่ยวกับกิจกรรมสาธารณะ
5. แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชน
6. แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ ทัศนคติ และ พฤติกรรม
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การธุรกิจ

##### (Corporate Social Responsibility : CSR)

ในการประกอบธุรกิจนั้น จุดมุ่งหมายก็คือ การแสวงหาผลกำไรจากการประกอบกิจการ ซึ่งเกิดจากการขายสินค้าหรือบริการให้ได้มากที่สุด แต่ในปัจจุบันการมุ่งหวังผลกำไรเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอที่จะรักษาให้ธุรกิจนั้นดำเนินกิจการอยู่ได้ในสังคม เพราะนอกจากบทบาททั่วไป ซึ่งก็คือ บทบาทที่ธุรกิจจะต้องกระทำในขณะที่ธุรกิจยังดำเนินอยู่อย่างปกติ อันได้แก่ การผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชน , การเป็นแหล่งในการจ้างงาน , เป็นแหล่งรายได้ของรัฐบาลในการเสียภาษีอากร ฯลฯ แล้วองค์กรยังมีอีกบทบาทหนึ่งที่เรียกว่า บทบาทที่คาดหวัง ซึ่งหมายถึง บทบาทที่ประชาชนหรือสมาชิกในชุมชนคาดหวังให้ธุรกิจดำเนินการโดยปกติ ซึ่งได้แก่ การใช้และอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ , การเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าและบริการอย่างเป็นธรรมกับผู้บริโภค , การเป็นนายจ้างที่ยุติธรรม , การเป็นผู้นำในสิ่งที่ถูกต้องดีงาม และเป็นประโยชน์ต่อสังคม แม้บทบาทที่คาดหวังเหล่านี้มิได้ถูกกำหนดให้องค์การธุรกิจจะต้อง

กระทำ แต่ถ้าหากองค์กรธุรกิจจะเลยที่จะกระทำตามบทบาทที่สังคมคาดหวังแล้ว ก็ส่งผลให้องค์กรธุรกิจนั้นมีภาพลักษณ์ที่ไม่ดีและดูไม่มีจริยธรรมในการดำเนินการในสายตาของประชาชนและชุมชน ซึ่งจะย้อนมาส่งผลกระทบต่อการดำเนินกิจการในที่สุด

ดังนั้น การที่องค์กรจะมีบทบาทในด้านต่างๆดังกล่าว ได้ดีเพียงใดนั้นย่อมขึ้นอยู่กับวิจรรณญาณ และการคำนึงถึงผลประโยชน์ของประชาชนและชุมชนเป็นส่วนรวม ซึ่งการดำเนินกิจการอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมตามบทบาทที่ประชาชนและชุมชนคาดหวังนั้น ย่อมจะทำให้องค์กรธุรกิจนั้นมีภาพลักษณ์ที่ดีและมีจริยธรรม

### ความหมายและความสำคัญของการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

Sethi (1977, as cited in Brown & Vrioni, 2001) ได้กล่าวไว้ว่า การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนั้น เกิดขึ้นมาตั้งแต่ ค.ศ. 1800 โดยเริ่มจากการเป็นข้อบังคับที่ทำขึ้นเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์กับผู้ถือหุ้นผ่านรูปแบบการบริจาคเงินหรือสิ่งของให้กับองค์กรการกุศล ซึ่งเป็นสิ่งที่องค์กรต่างๆทำได้ แต่ในปัจจุบันแนวคิดเกี่ยวกับการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรได้ถูกพัฒนาต่อมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1960 ประเทศสหรัฐอเมริกาเริ่มมีความคิดที่ว่า องค์กรควรมีความรับผิดชอบต่อสังคมที่นอกเหนือไปจากสิ่งที่ต้องทำตามข้อบังคับของกฎหมาย

นอกจากนี้ การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคมที่ซับซ้อน เช่น เรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การจัดการทรัพยากรมนุษย์ สุขภาพและความปลอดภัยในชีวิตประจำวัน ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับชุมชนท้องถิ่น รวมไปถึงความสัมพันธ์กับผู้ประกอบการรายย่อยและผู้บริโภค ซึ่งในปัจจุบันกล่าวได้ว่า แนวคิดสำคัญของการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนั้น เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากความสมัครใจขององค์กรในการให้ความสนใจในเรื่องสังคมและสิ่งแวดล้อมในถิ่นที่องค์กรดำรงอยู่และให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร หรืออาจกล่าวได้ว่า องค์กรสามารถสร้างความไว้วางใจได้ด้วยตนเอง โดยไม่มีข้อกฎหมายหรือกฎบังคับข้อใดๆ (Branco & Rodrigues, 2006)

Kotler & Lee (2005) ได้ให้คำจำกัดความของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรไว้ว่าเป็นพันธสัญญาขององค์กรที่จะต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมในการปรับปรุง ส่งเสริมสังคมที่ตนดำรงอยู่ให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นและสนับสนุน ช่วยเหลือสังคมด้วยทรัพยากรของบริษัทด้วยความสมัครใจ ซึ่งกิจกรรมที่องค์กรได้ดำเนินการโดยสมัครใจนั้น ไม่ได้หมายถึงถึงกิจกรรมที่ทำโดยถูกควบคุมบังคับตามกฎหมาย ศีลธรรม จริยธรรม หรือข้อบังคับต่างๆเท่านั้น แต่รวมถึงการดำเนินการโดยสมัครใจในการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างแท้จริง เพื่อให้สังคมที่องค์กรตั้งอยู่มีสภาพความเป็นอยู่และมีสิ่งแวดล้อมที่ดีขึ้นด้วย

ในขณะที่องค์กร Locai Organization Business for Social Responsibility (2004 , as cited in Kotler & Lee , 2005 ) ได้ให้คำจำกัดความของการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรว่า

เป็นการตัดสินใจขององค์กรที่จะดำเนินธุรกิจเพื่อให้ประสบความสำเร็จในด้านการตลาดด้วยการมีคุณธรรมในการดำเนินธุรกิจ เคารพในข้อบังคับกฎหมายและเคารพในผู้คนในชุมชนและดูแลสิ่งแวดล้อมด้วย

ซึ่งความหมายของการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนี้ยังสอดคล้องกับหลักการของ Global Compact ของ UN ที่นาย Kofi Annan เลขาธิการสหประชาชาติ ได้เรียกร้องให้ผู้นำธุรกิจแสดงบทบาทของการคำนึงถึงการทำการกิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Activities) และปรับแนวทางการดำเนินธุรกิจภายใต้หลักการ 9 ประการ โดยความสมัครใจและไม่มีข้อผูกพันทางกฎหมายแต่อย่างใด ซึ่งหลักการดังกล่าว ครอบคลุมในเรื่อง สิทธิมนุษยชน เรื่องแรงงาน เรื่องสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การที่องค์กรควรสนับสนุนและเคารพในสิทธิมนุษยชนในระดับสากลและทำให้มั่นใจว่าจะไม่มีการเข้าไปเกี่ยวข้องในเรื่องการละเมิดสิทธิมนุษยชน เรื่องมาตรฐานแรงงาน ได้แก่ การให้อิสระกับพนักงานและยอมรับการรวมกลุ่มของพนักงานในการเจรจาต่อรอง ไม่ก่อให้เกิดการบังคับใช้แรงงาน ยกเลิกการใช้แรงงานเด็ก และไม่เลือกปฏิบัติต่อพนักงานในเรื่องการจ้างงานและประกอบอาชีพ และสุดท้ายในเรื่องของสิ่งแวดล้อม ได้แก่ องค์กรควรให้ความสำคัญในเรื่องการดูแลสิ่งแวดล้อม การพัฒนาเทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (the Global Compact : An International Commitment to sustainability , 2003) ซึ่งต่อมาในปี ค.ศ. 2000 ได้มีการประกาศพันธสัญญานี้อย่างเป็นทางการโดยมีองค์กรต่างๆกว่า 1,200 องค์กรยอมรับด้วยความสมัครใจ และในปี ค.ศ. 2004 ได้เพิ่มหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการคอร์รัปชันขึ้นมา (Cadbury Schweppes Corporate and Social responsibility Report 2004,2005)

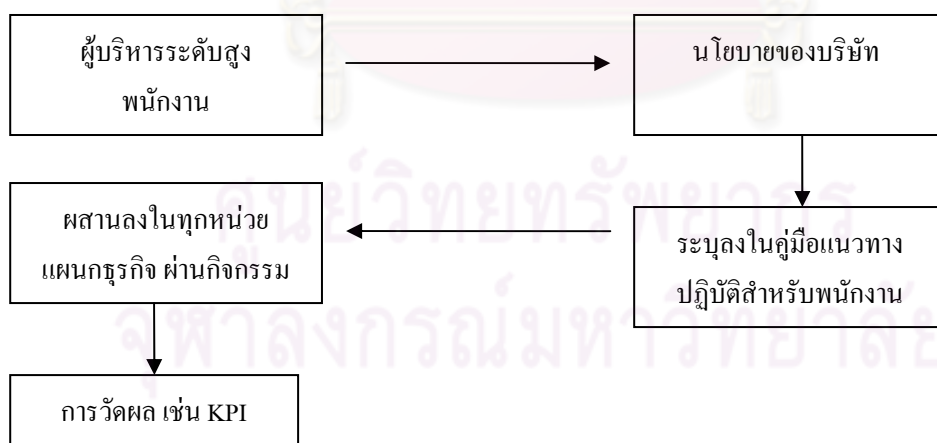
องค์การระหว่างประเทศว่าด้วยมาตรฐาน (International Organization for Standardization) หรือ ISO ให้ความหมายไว้ว่า เป็นเรื่องของการที่องค์กรตอบสนองประเด็นด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งที่การให้ประโยชน์กับคน ชุมชน สังคม นอกจากนี้ยังเป็นเรื่องของบทบาทขององค์กรธุรกิจ ในสังคมและความคาดหวังของสังคมที่มีต่อองค์กรธุรกิจ โดยจะต้องทำด้วยความสมัครใจ และผู้บริหารจะต้องมีบทบาทเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่างๆ โดยสามารถวัดผลได้ใน 3 มิติ คือ การวัดผลทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

ทั้งนี้ Kotler & Lee (2005) ยังได้กล่าวถึงรูปแบบการดำเนินกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม เรียกว่า Corporate Social Initiatives หรือ CSI ว่าเป็นกิจกรรมหลักที่ดำเนินการโดยองค์กรที่มุ่งสนับสนุนส่งเสริมประเด็นทางสังคมภายใต้พันธสัญญาที่องค์กรจะแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม โดยครอบคลุมถึงเรื่องการสร้างเสริมสุขภาพที่ดีให้แก่คนในชุมชน ด้านความปลอดภัย ด้านการศึกษา ด้านการจ้างงาน ด้านสิ่งแวดล้อม การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม และความต้องการของมนุษย์ในด้านความต้องการมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น เป็นต้น นอกจากนี้ Kotler & Lee ยังกล่าวเสริมว่า การมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์กิจกรรมเพื่อสังคมนั้นเหมือนกับการลงทุนที่มีโอกาสจะได้ผลประโยชน์ และจะสามารถสร้างผลประโยชน์ให้กับองค์กรได้ ถ้าในสิ่งที่ทำนั้นเป็น

สิ่งที่ทำแล้วดูดี (Looks Good) สามารถรักษาภาพลักษณ์องค์กรให้ดูดีในสายตาสังคม สำหรับผู้บริหาร นักลงทุน หรือนักวิเคราะห์ทางการเงินผู้ที่เกี่ยวข้องในสายงานธุรกิจเมื่อพิจารณาจากรายงานประจำปี และในข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับองค์กรที่ถูกเผยแพร่ออกไปและผู้ที่อยู่ในองค์กรเองอย่างผู้บริหาร พนักงาน เกิดความรู้สึกภาคภูมิใจ (Feels Good ) องค์กรที่มีการทำสิ่งที่ดี (Does Good) ให้กับตราสินค้าและเป็นองค์กรที่มีจริยธรรม ทำให้เกิดความรู้สึกมีความสุขกับการปฏิบัติงานในสภาพแวดล้อมที่ดี รวมทั้งบุคคลภายนอกที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กร อย่างผู้ถือหุ้น นักลงทุน ย่อมรู้สึกเชื่อมั่นในธุรกิจมากยิ่งขึ้น อันจะนำไปสู่สิ่งที่เกิดกับตราสินค้าคือชื่อเสียงขององค์กรด้านความเป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมจะคงอยู่กับองค์กรอย่างยาวนาน (Last Longer)

สำหรับในประเทศไทย เสรี วงษ์มณฑา (2550) กล่าวว่า การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนั้น ต้องเริ่มตั้งแต่การประกาศพันธกิจที่มีได้มีเพียงมิติทางเศรษฐกิจอย่างเดียว แต่ต้องมีมิติทางสังคมร่วมด้วย ซึ่งผู้บริหารสามารถกระตุ้นพนักงานในองค์กรได้ด้วยการแสดงวิสัยทัศน์ความสำเร็จในอนาคตขององค์กร รวมไปถึงการสร้างค่านิยมที่ดีให้กับองค์กรเพื่อที่จะทำให้พนักงานในองค์กรดำเนินตามแนวทางดังกล่าวได้ถูกต้องมากขึ้น นอกจากนี้ยังเสริมว่า ผู้บริหารจะต้องเป็นผู้สนับสนุน ส่งเสริมและเป็นแบบอย่างที่ดีให้แก่พนักงานอีกด้วย ดังแผนภาพที่ 2.1 แสดงปัจจัยการดำเนิน CSR อย่างยั่งยืนในองค์กร

### ปัจจัยการดำเนิน CSR อย่างยั่งยืนในองค์กร



### ภาพที่ 1 แสดงปัจจัยการดำเนิน CSR อย่างยั่งยืนในองค์กร

ที่มา : เสรี วงษ์มณฑา (2550) วิธีสร้างวัฒนธรรมองค์กรแห่งความรับผิดชอบต่อสังคม. ประชาชาติธุรกิจ หน้า 37-38

## ขอบเขตของความรับผิดชอบต่อสังคม

ขอบเขตของความรับผิดชอบต่อสังคม (Area of Social Responsibility) สามารถแบ่งออกได้เป็น 7 ประการ ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2539)

1. **ด้านชุมชน (Community)** องค์กรที่รับผิดชอบต่อสังคมจะต้องสร้างจุดเด่นขึ้นในชุมชน โดยเป็นผู้นำในการช่วยเหลือและแก้ปัญหาให้กับสังคม
2. **ด้านสุขภาพและสวัสดิการ (Health and Welfare)** องค์กรเชื่อว่าการลงทุนในสุขภาพและจัดสวัสดิการให้กับชุมชนเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีคุณค่าและเป็นที่ยอมรับสำหรับพนักงานบริษัทและชุมชนขนาดใหญ่
3. **ด้านการศึกษา (Education)** องค์กรจำนวนมากมีความสนใจในความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการศึกษา ผู้บริหารระดับสูงจะต้องปรับปรุงการศึกษาระดับประถม มัธยม วิทยาลัย มหาวิทยาลัย ทั้งในด้านการบริจาคเงิน ด้านการศึกษา การประชาสัมพันธ์ด้านอื่นๆ
4. **สิทธิมนุษยชน (Human Rights)** บางองค์กรมุ่งความรับผิดชอบต่อสังคมในการรณรงค์สิทธิมนุษยชน
5. **สิ่งแวดล้อมและธรรมชาติ (The Natural Environment)** องค์กรจำนวนมากได้ตัดสินใจเลือกการแก้ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและการสร้างจิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ
6. **สิทธิของผู้บริโภค (Consumer Rights)** บางองค์กรได้เน้นในเรื่องของสิทธิผู้บริโภค โดยคำนึงถึงผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีความปลอดภัย และการโฆษณาที่เกินจริง
7. **วัฒนธรรม (Culture)** ธุรกิจซึ่งให้การสนับสนุนด้านศิลปวัฒนธรรมเชื่อว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งสามารถส่งเสริมการรู้จักบริษัทและสร้างความรู้สึกรักที่ศรัทธาให้กับบริษัทได้ ทักษะที่ให้การสนับสนุนเหตุการณ์ด้านวัฒนธรรมถือว่าเป็นการลงทุนที่มีคุณภาพ เป็นการลงทุนด้านคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นสำหรับชุมชน

## องค์ประกอบของ CSR ที่ยอมรับในปัจจุบัน

แม้วิวัฒนาการของ CSR นั้นจะเรื่องที่ค่อนข้างซับซ้อนและไม่มีมาตรฐานตายตัว อย่างไรก็ตามในการประยุกต์ CSR เข้ากับธุรกิจอย่างเป็นรูปธรรมในทุกขนาดไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดเล็ก กลาง ใหญ่ หรือระหว่างประเทศนั้น ก็ได้มีการรวบรวมลักษณะรูปธรรมในการดำเนินการด้าน CSR ไว้โดยเฉพาะจาก European commission on CSR (2548) ซึ่งกล่าวว่า CSR นั้นมีอยู่ 2 มิติหลักๆ ก็คือ มิติภายในอันเป็นการดูแลกิจกรรมต่างๆที่ธุรกิจนั้นดำเนินการอยู่และจัดการได้โดยตรง เช่น การจัดการแรงงาน กระบวนการผลิต หรือการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม และมิติภายนอกซึ่งเกี่ยวกับกิจกรรมทางธุรกิจที่องค์กรอาจจะควบคุมไม่ได้โดยตรง เช่น การดูแลลูกค้า การรับผิดชอบต่อ supplier และการสนับสนุนกิจกรรมด้านการพัฒนาสังคม เป็นต้น ดังนี้

## มิติภายใน

### 1. การจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม

องค์กรต่างๆปัจจุบันมีความท้าทายที่จะต้องดึงพนักงานที่มีความสามารถ ดังนั้น ธุรกิจจึงควรส่งเสริมการจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น ด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Life-long learning) การให้ข้อมูลที่โปร่งใสกับพนักงานทุกๆด้าน การให้ความสมดุลระหว่างงานชีวิตครอบครัวและการพักผ่อน การปฏิบัติอย่างเท่าเทียมทั้งด้าน การคัดเลือกเข้าทำงาน รายได้และความก้าวหน้าทางการงาน โดยเฉพาะกับผู้หญิงและผู้พิการ การดูแลเอาใจใส่พนักงาน โดยเฉพาะที่ได้รับบาดเจ็บ และ/หรือ เกิดปัญหาสุขภาพจากการทำงาน นอกจากนี้ในด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต ธุรกิจควรที่จะให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมในระดับต่างๆ หรือแม้แต่การมีนโยบายส่งเสริมการเรียนรู้ที่สร้างสรรค์ เช่น การสนับสนุนช่วงต่อระหว่างโรงเรียนมาสู่พนักงานสำหรับคนรุ่นใหม่ โดยให้การฝึกอบรมพิเศษสำหรับคนกลุ่มนี้ นอกจากนี้สิ่งที่สำคัญที่สุดคือการสร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ใหม่ๆให้เกิดขึ้นในที่ทำงานให้ได้

### 2. สุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน

ถึงแม้จะมีกฎหมายควบคุมดูแลด้านสุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน แต่กระแสนการกระจายงานไปสู่ Supplier ทำให้้องค์การควบคุมไม่ทั่วถึง จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจที่ควรช่วยกันดูแล หรือตั้งเป็นนโยบายขององค์กร เช่น เลือกร่วมทำธุรกิจหรือเลือกใช้ Supplier ที่มีคุณธรรม จรรยาบรรณต่อพนักงาน เพื่อเป็นการควบคุมดูแลอีกทางหนึ่ง อีกทั้งยังเป็นการบีบให้องค์การอื่นๆที่ต้องการจะทำธุรกิจกับเราต้องพัฒนาตนเองตามไปด้วย เพราะมีเช่นนั้น หากเกิดผลร้ายจากการที่ใช้ Supplier ที่ไม่ใส่ใจสุขภาพ และความปลอดภัยในการทำงานของลูกค้า เมื่อเกิดกรณีขึ้นมาภาพลักษณ์ที่ไม่ดีก็จะกลับขึ้นมาถึงองค์กรแม้ผู้ว่าจ้างด้วย ในต่างประเทศได้มีการพัฒนามาตรฐานความปลอดภัยของอุปกรณ์ในการดำเนินงานทั้งในออฟฟิตและโรงงาน ตั้งแต่เครื่องเขียนไปจนถึงเครื่องจักร เพื่อลดและป้องกันอันตรายที่อาจเกิดขึ้นกับพนักงานให้ได้มากที่สุด ซึ่งประเทศไทยน่าจะนำมาประยุกต์ใช้

### 3. การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง

การบริหารองค์กรที่มีนโยบายที่จะรับผิดชอบต่อพนักงานในกรณีที่เกิดวิกฤตทางเศรษฐกิจ สังคมหรือการเมือง หรือแม้แต่การปรับโครงสร้างภายในขององค์กรเอง โดยเฉพาะการควบรวมกิจการต่างๆ ซึ่งมักจะนำมาสู่การเลิกจ้างพนักงานจำนวนมาก ซึ่งไม่ส่งผลดีต่อองค์กรเอง นอกเสียจากจะสุดวิสัยจริงๆ เพราะทำให้ความเชื่อถือ ไว้วางใจและความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับองค์กรต้องเสียไป ทั้งนี้ในช่วงที่เกิดวิกฤตในองค์กรนั้น การปรึกษาหารือ และสร้างความร่วมมือ

กันในกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร ไม่ว่าจะเป็นนักลงทุน ผู้บริหาร พนักงาน หรือแม้แต่ลูกค้าย่อมนำมาซึ่งการแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนมากกว่า

#### 4. การจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในองค์กร

การลดการใช้ทรัพยากรและการปล่อยสารพิษ ของเสีย ซึ่งเป็นการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ย่อมเป็นผลดีต่อองค์กรนั่นเอง ในอันที่จะจัดการการผลิตสินค้าบริการ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และยังเป็นการลดต้นทุนด้านพลังงาน และการจัดการของเสียต่างๆอีกด้วย ซึ่งนำไปสู่ผลกำไรที่สูงขึ้น ความสามารถในการแข่งขันในตลาดที่เพิ่มขึ้น และที่สำคัญเป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กร ถือว่าได้ประโยชน์ทุกฝ่าย (Win-win)

#### 5. บรรษัทภิบาลและความโปร่งใสในการดำเนินงาน

ปัจจุบันความเชื่อมั่นที่มีต่อองค์กร เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด โดยเฉพาะองค์กรที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ดังนั้น ความโปร่งใสและขั้นตอนการตัดสินใจต่างๆขององค์กรที่มีความชัดเจน ตรวจสอบได้ จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งยวดทั้งต่อ ความมั่นคงขององค์กรในมุมมองของนักลงทุนและความมั่นคงในสังคม ทั้งนี้เป็นเพราะว่าการบริหารจัดการที่มีความโปร่งใทางบัญชีและกระบวนการตัดสินใจในทุกระดับนั้น ย่อมนำไปสู่ข้อมูลที่มีความชัดเจน ซึ่งสามารถเข้าถึงได้โดยนักลงทุนและผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งทำให้เกิดระบบการลงทุนในสังคมโดยรวมที่มีประสิทธิภาพ ความผิดปกติทางการเงิน หรือกระบวนการตัดสินใจต่างๆย่อมจะสามารถถูกพบและจัดการได้โดยองค์กรที่เกี่ยวข้อง และลดโอกาสของความสูญเสียทั้งในด้านการเงินและทรัพยากรต่างๆที่ต้องเสียไปกับการคอร์รัปชันอีกด้วย ซึ่งนำไปสู่สังคมที่มีความยั่งยืนและแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจในที่สุด

### มิติภายนอก

#### 1. การจัดการกับ Supplier และหุ้นส่วนทางธุรกิจ (Partners) ที่รับผิดชอบต่อสังคม

กล่าวคือ การเลือก Supplier และหุ้นส่วนทางธุรกิจ (Partners) ควรคำนึงถึงบทบาทการรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนั้นๆเพื่อเป็นการขยายความรับผิดชอบต่อสังคม จากองค์กรของตนไปสู่องค์กรอื่นๆที่เกี่ยวข้อง และป้องกันปัญหาที่อาจจะตามมาจากความซับซ้อนของระบบธุรกิจสมัยใหม่ ที่ยากต่อการควบคุมให้ครอบคลุมไปทั้ง Supplier Chain ซึ่งอาจจะมึนโยบายหรือกิจกรรมที่ส่งเสริมประเด็นเหล่านี้ อาทิ ส่งเสริมผู้ประกอบการใหม่ๆที่จะเข้ามาเป็น Supplier ด้วยการส่งที่ปรึกษาไปช่วยพัฒนาระบบการทำงานให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นต้น

## 2. การดูแลผู้บริโภค

ผู้บริโภคหรือผู้ซื้อสินค้า / บริการขององค์กร เป็นแหล่งที่มาของรายได้ ดังนั้นจึงต้องมีระบบการดูแลผู้บริโภคในทุกๆกระบวนการของสินค้าและบริการ ตั้งแต่การผลิต การขาย ไปจนถึงการทิ้งให้ปลอดภัย มีประสิทธิภาพทั้งในเชิงคุณภาพและราคาและมีจริยธรรม นอกจากนี้ยังสามารถแสดงความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคด้วยการเลือกผลิต จำหน่าย สินค้าบริการเฉพาะด้านให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภค หรือแม้แต่การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สามารถใช้ได้กับทุกกลุ่ม ที่รวมถึงผู้พิการด้วย เช่น เครื่องไฟฟ้าที่มีอักษรเบรลล์ และ/หรือ สั่งการด้วยเสียงสำหรับคนปกติและคนตาบอดใช้ได้

## 3. ความรับผิดชอบต่อชุมชนใกล้เคียง (Local Communities)

องค์กรต่างๆตามปกติจะให้ประโยชน์ต่อชุมชนอยู่แล้ว เช่น การจ้างแรงงานชุมชน ซึ่งนำรายได้สู่ชุมชน และรายได้ภาษีของพื้นที่ ซึ่งนำไปสู่ทุนสาธารณะที่สามารถนำมาสร้างประโยชน์แก่ชุมชนได้อีก นอกจากนี้ องค์กรยังต้องพึ่งชุมชนรอบข้างในรูปแบบของแรงงานและอื่นๆ ดังนั้น องค์กรจึงควรมีส่วนช่วยเหลือทั้งด้านสุขภาพ และสิ่งแวดล้อมชุมชน ผ่านการบริจาคหรือกิจกรรมสาธารณประโยชน์ใดๆที่จะช่วยพัฒนาชุมชน และนำไปสู่ความแข็งแรงของชุมชนนั้นๆ ซึ่งผลตอบแทนที่องค์กรจะได้รับ คือ ภาพลักษณ์ที่ดีนำไปสู่ความร่วมมือและพร้อมจะช่วยเหลือบริษัท

## 4. ความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม

องค์กรต่างๆที่อยู่ในเมืองหรือองค์กรใหญ่ อาจไม่ได้เกี่ยวข้องกับพื้นที่ในบริเวณนั้นๆ มากนัก หรือเป็นองค์กรที่มีสาขามากมายทั่วประเทศ ดังนั้น องค์กรเหล่านี้จึงควรแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในวงกว้าง โดยการบริจาค ทำกิจกรรมหรือสนับสนุนในรูปแบบต่างๆ เพื่อแก้ไขและพัฒนาสังคม ในประเด็นที่องค์กรเกี่ยวข้อง สนใจ ซึ่งถือเป็นบทบาทผู้นำทางธุรกิจต่อการสร้างความเปลี่ยนแปลงต่อสังคมอย่างชัดเจนและควรเป็นอย่างยิ่งที่จะวัดผลได้ จึงจำเป็นที่จะต้องมีการวางแผน และการหาพันธมิตรในการปฏิบัติงานที่ดี ซึ่งจะนำมาสู่ภาพลักษณ์ที่ดี Corporate Citizenship ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างความไว้วางใจและคุณค่าขององค์กรในมุมมองของผู้บริโภคและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

## 5. การรับผิดชอบต่อโลก

ในมิติต่างๆ เช่น สิ่งแวดล้อม สิทธิมนุษยชน และประเด็นสำคัญอื่นๆ ในระดับภูมิภาค หรือระดับโลก ตามความเหมาะสมตามศักยภาพขององค์กร องค์กรสามารถร่วมมือกับองค์กรอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็น รัฐบาล NGO สถาบันการศึกษา องค์กรธุรกิจอื่นๆเพื่อร่วมมือกัน



### ประโยชน์ของการดำเนินงานที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม

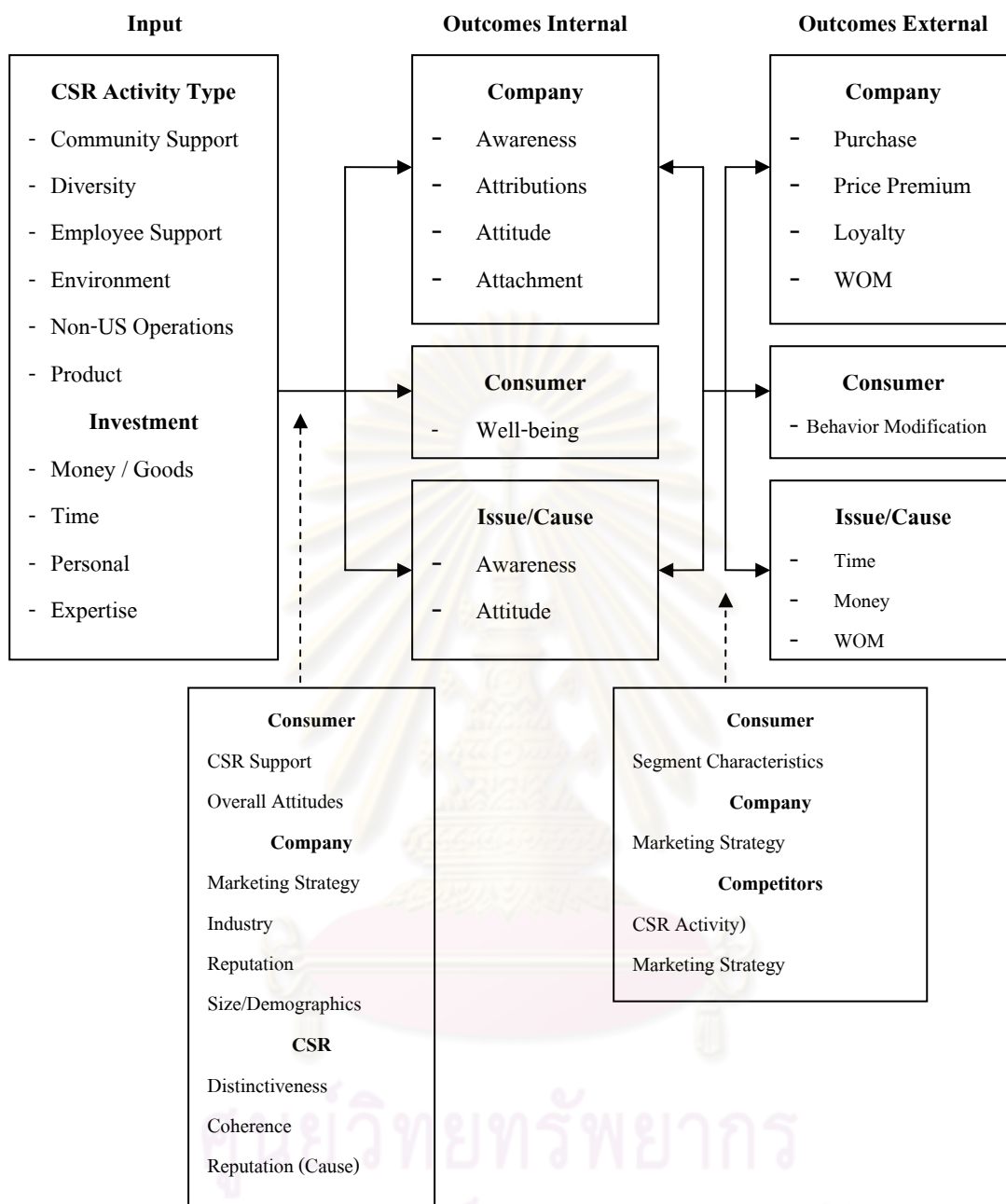
จากการวิจัยของ Bhattacharya & Sen พบว่ามี 3 ปัจจัยหลักที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

1. ผู้บริโภคแต่ละกลุ่มมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ซึ่งจะส่งผลต่อปฏิภิกิริยาโต้ตอบต่อกิจกรรม แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรแตกต่างกัน กิจกรรมหนึ่งอาจเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่ต่างกันไป ดังนั้นการที่องค์กรจะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งจึงต้องคำนึงถึงทัศนคติที่แตกต่างกันของผู้บริโภคด้วย
2. กิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรจะมีผลกระทบต่อปัจจัยความคิดของผู้บริโภค ซึ่ง ได้แก่ การตระหนักรู้ ทัศนคติ และความคิดเห็นของผู้บริโภค
3. ไม่เพียงแต่องค์กรจะได้ประโยชน์จากการทำกิจกรรมเพื่อสังคมแล้ว แต่ยังได้ประโยชน์กับทั้งตัวผู้บริโภคเอง และเป็นประโยชน์ต่อประเด็นต่างๆของสังคมที่ได้รับการช่วยเหลือจากองค์กรอีกด้วย (Bhattacharya & Sen. , 2004)



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### กรอบของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร



ภาพที่ 2 กรอบของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

ที่มา : Bhattacharya, C.B., & Sen, S. (2004). Doing better at doing good : When , Why , and how consumers corporate social initiatives. California Management Review, 47(1), p.12.

จากกรอบของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรข้างต้น จะช่วยแสดงให้เห็นถึงกรอบของการทำกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ซึ่งแบ่งเป็น 3 ส่วนหลัก ได้แก่ ในส่วนขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของปัจจัยเบื้องต้น (Input) และผลลัพธ์ภายใน (Outcomes

Internal) ผลลัพธ์ภายนอก (Outcomes External) จากผู้บริโภครวม ซึ่งเป็นประโยชน์ที่สะท้อนกลับมายังตัวองค์กร นอกจากนี้ยังอธิบายถึงปัจจัยเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องที่อาจส่งผลกระทบต่อผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้น แต่ในที่นี้จะกล่าวถึงเพียง ส่วนขององค์การที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของปัจจัยเบื้องต้น (Input) และผลลัพธ์ภายใน (Outcomes Internal) จากผู้บริโภครวม ซึ่งนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดของงานวิจัยการใช้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ จ.ลำปาง นี้

**ปัจจัยเบื้องต้น (Input CSR Activity Type)** สิ่งสำคัญของการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนั้น องค์กรจะต้องดำเนินธุรกิจโดยมีความรับผิดชอบต่อสังคม คนในชุมชนและสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีแนวทางในการทำกิจกรรมที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมได้ 6 ด้านคือ

1. การทำกิจกรรมที่ส่งเสริมชุมชน (Community Support) เช่น การสนับสนุนกิจกรรมในด้านศิลปะ สุขภาพอนามัย การศึกษา ที่อยู่อาศัยสำหรับผู้ด้อยโอกาส การถ่ายทอดความรู้ด้านนวัตกรรมขององค์กรสู่สังคม
2. การทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความหลากหลายทางด้านลักษณะทางประชากร (Diversity) เช่น กิจกรรมเกี่ยวกับเพศ เชื้อชาติ ครอบครัวยุค ความสนใจที่ต่างของแต่ละเพศ
3. การสนับสนุนช่วยพนักงานในด้านต่างๆ (Employee Support) เช่น การให้ความสำคัญเรื่องความปลอดภัย การประกันการว่างงาน การให้โอกาสในการมีส่วนร่วมของพนักงาน
4. กิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) เช่น การที่องค์กรผลิตสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การจัดการของเสียที่เป็นอันตราย การลดการใช้สารเคมีที่ทำลายชั้นบรรยากาศโลก
5. การทำกิจกรรมที่อยู่ภายนอกประเทศ (Non-US Operations) เช่น การปฏิบัติตนขององค์กรต่อแรงงานต่างชาติ
6. กิจกรรมที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น ในเรื่องความปลอดภัยของสินค้า การวิจัยและพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ

ซึ่งองค์กรสามารถพิจารณาเลือกกิจกรรมได้หลายหลาย โดยประเด็นที่ทำทนายองค์กร คือ องค์กรต้องเลือกประเด็นให้ชัดเจน โดยพิจารณาที่ผู้บริโภครวมเป็นหลัก และเลือกประเด็นที่องค์กรสามารถใช้ทรัพยากรขององค์กร เช่น เงิน สินค้า เวลา บุคคล เพื่อดำเนินกิจกรรมได้

**ผลลัพธ์ภายในที่ได้ทางด้านความคิดของผู้บริโภครวมต่อองค์กร ผู้บริโภค และประเด็นปัญหาทางสังคม (Outcomes Internal)**

ผลลัพธ์ภายในที่เกี่ยวกับองค์การเกี่ยวข้องกับเรื่องการตระหนักรู้ (Awareness) ที่ผู้บริโภครวมมีต่อองค์กร ซึ่งการตระหนักรู้เป็นปัจจัยสำคัญที่จะเกิดขึ้นก่อนปฏิกิริยาในทางบวกที่ผู้บริโภครวมมีต่อกิจกรรมเพื่อสังคมที่องค์กรได้ดำเนินการ การตระหนักรู้ของผู้บริโภคแต่ละคนแตกต่างกันไป

บางครั้งผู้บริหารไม่เคยรู้ว่าองค์กรได้กำลังทำกิจกรรมที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนั้น การตระหนักผู้ต่อกิจกรรมขององค์กรในเชิงบวก เป็นสิ่งที่จำเป็นต้องสร้างให้เกิดขึ้นก่อน เพื่อจะนำไปสู่ความชื่นชอบ ทศนคติและพฤติกรรมที่มุ่งหวัง และ **องค์กรต้องพิจารณาถึงเหตุผล (Attributions)** ที่จะทำให้ผู้บริหารเกิดความเข้าใจว่าเหตุใดองค์กรจึงต้องทำกิจกรรมเพื่อสังคมในลักษณะนั้นๆ ซึ่งเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องที่ผู้บริหารจะนำมาพิจารณา ได้แก่ ปัจจัยเรื่องชื่อเสียงขององค์กร และความเหมาะสมระหว่างลักษณะทางธุรกิจขององค์กรกับกิจกรรมที่องค์กรได้ดำเนินการ ซึ่งบางครั้งผู้บริหารอาจเกิดความสงสัยไม่มั่นใจเกี่ยวกับองค์กรที่มีชื่อเสียงในด้านลบ แต่กลับมากำทำกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม อย่างไรก็ตามผู้บริหารจะเกิดความรู้สึกที่ดีต่อองค์กรที่มีความตั้งใจจริงในการทำกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมมากกว่า องค์กรที่ทำกิจกรรมขึ้นเพื่อแก้ตัวหรือแก้ไขความผิด

นอกจากนี้ สิ่งที่องค์กรจะได้รับอีกประการหนึ่ง คือ **การเกิดทัศนคติ (Attitude)** ที่ดีกับองค์กรที่มีการทำกิจกรรมเพื่อสังคม โดยผู้บริหารจะเกิดความชื่นชอบและมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กรที่มีการทำกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งชื่อเสียงขององค์กรในทางบวกจะสัมพันธ์กับการรับรู้ชื่อเสียงขององค์กรในทางที่ดี หรือชื่อเสียงขององค์กรในด้านการทำกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมที่สอดคล้องและสะท้อนตัวตนขององค์กร

ประการต่อไป คือ ทำให้ผู้บริหารเกิด**ความรู้สึกมีส่วนร่วมและผูกพันกับองค์กร (Attachment)** การตอบสนองผู้บริหารต่อการทำกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีความเกี่ยวข้องกับความรู้สึกมีส่วนร่วม ความผูกพัน หรือเกี่ยวข้องกับความรู้สึกของผู้บริหารที่มีต่อกิจกรรมที่องค์กรได้ทำ นอกจากนี้ ความต้องการของแต่ละบุคคลและสถานภาพทางสังคมมีผลต่อการเกิดความรู้สึกต่อองค์กรด้วย ผู้บริหารจะเกิดการรับรู้เอกลักษณ์องค์กรที่แสดงถึงตัวตนของตนเอง ดังนั้นการที่องค์กรจะทำกิจกรรมที่ดี ก็จะต้องสร้างให้ผู้บริหารเกิดการตอบรับต่อกิจกรรมขององค์กรในทางที่ดีมากขึ้นเท่านั้น

ผลลัพธ์ภายในที่เกี่ยวข้องกับผู้บริหารในด้าน **ความเป็นอยู่ที่ดี (Well-Being)** หมายถึง การทำกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมที่องค์กรได้ทำขึ้นนั้นส่งผลต่อความรู้สึกของผู้บริหารที่รู้สึกว่าคุณค่าตนเองได้รับความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นและนำไปสู่พฤติกรรมที่มีต่อองค์กรด้วย ซึ่งผลลัพธ์ในด้านนี้แม้ว่าจะไม่ได้เป็นผลที่ได้โดยตรงกับองค์กรแต่องค์กรก็ยังคงต้องทำเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมให้ดีที่สุด เพื่อสร้างให้เกิดความรู้ การรับรู้ต่อกลุ่มเป้าหมายในระยะยาว และจะส่งผลกลับมายังองค์กรในภายหลัง

ผลลัพธ์ภายในที่เกี่ยวข้องกับประเด็นกิจกรรม ในด้าน**การรับรู้ (Awareness)** ซึ่งพบว่าเมื่อองค์กรได้ทำกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมไปแล้วนั้นและได้ทำการสื่อสารและส่งเสริมกิจกรรมเกี่ยวกับกิจกรรมดังกล่าวไปด้วย ก็จะมีส่วนทำให้สังคมเกิดความตระหนักรู้เกี่ยวกับประเด็นปัญหานั้นมากขึ้น และในเรื่อง **การเกิดทัศนคติ (Attitudes)** นั้นคือ เมื่อองค์กรได้

ดำเนินการและสนับสนุนการทำกิจกรรมเพื่อสังคมแล้ว ก็จะมีผลนำไปสู่การเกิดทัศนคติที่ดีของผู้บริโภคที่มีต่อประเด็นสังคมนั้นๆ (Bhattacharya & Sen. ,2004)

### การประเมินผลการดำเนินกิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

ในการดำเนินกิจกรรมต่างๆขององค์กรธุรกิจ การประเมินผลเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้องค์กรทราบถึงผลลัพธ์จากการที่ได้ลงทุนทางสังคมและสามารถคาดการณ์ถึงสิ่งที่จะดำเนินต่อไปได้ รวมทั้งเพื่อพิจารณาว่าผลที่ได้ตรงตามเป้าหมายที่กำหนดไว้หรือไม่และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นนั้นเป็นประโยชน์ต่อทั้งภายในและภายนอกองค์กรอย่างไร ทั้งหมดนี้เพื่อนำมาพิจารณาว่าควรมีการปรับปรุงหรือพัฒนาโครงการต่อไปในอนาคตอย่างไร ซึ่งการที่จะแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรอย่างแท้จริงแล้ว กิจกรรมที่นำมาปฏิบัตินั้นสังคมควรเป็นผู้ได้รับประโยชน์มากกว่าตัวองค์กรเอง ซึ่งวิธีการประเมินผลของการดำเนินกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร มีดังนี้ (Kotler & Lee, 2005)

1. ต้องมีการระบุถึงวัตถุประสงค์ของการประเมินผล (Determine Purpose of Evaluation) เพื่อทราบว่าข้อมูลที่ต้องการนำไปใช้คืออะไร โดยจะต้องมีการลำดับความสำคัญของข้อมูลที่ต้องการ เพื่อที่จะนำไปปรับปรุงต่อไป และต้องรายงานข้อมูลที่สำคัญกลับไปยังผู้ถือหุ้นหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร เพื่อที่จะนำมาพิจารณาผลการลงทุนที่องค์กรได้รับกลับมาว่าเพิ่มขึ้นหรือลดลงอย่างไร
2. ประเมินผลและรายงานผลจากการที่องค์กรได้ลงทุนใช้ทรัพยากรต่างๆไป(Measure and Report resource Outputs)ในส่วนนี้จะมุ่งเน้นประเด็นไปที่ทรัพยากรต่างๆที่ทางองค์กรได้ใช้ไปในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม ซึ่งอาจรวมทั้งตัวเงิน สินค้าหรือบริการที่ได้รับจากชั่วโมงการทำงานของพนักงานบริษัท พื้นที่ในการขายสินค้าหรือบริการต่างๆ เป็นต้น ทั้งนี้เป็นการรวบรวมงบประมาณทั้งหมดที่ได้ลงทุนไปเปรียบเทียบกับผลลัพธ์ที่ได้ เพื่อใช้ในการพิจารณาการดำเนินโครงการต่อไปในอนาคต
3. เป็นการประเมินผลและรายงานผลถึงสิ่งที่องค์กรได้รับกลับมา โดยอิงตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ (Measure and Report Outcomes for the company Based on initiative Objectives and Goals) พิจารณาว่าสิ่งที่องค์กรได้รับกลับมานั้นตรงตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ตั้งแต่แรกหรือไม่ โดยอาจพิจารณาจากภาพรวมทั้งหมดของเป้าหมายองค์กรก็ได้ รวมทั้งการดำเนินการสร้างความพึงพอใจให้กับพนักงานหรือไม่ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับบริษัทรับรู้หรือไม่ การดำเนินกิจกรรมสามารถ

สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรด้วยหรือไม่ และสามารถช่วยลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานในองค์กรอย่างไร เป็นต้น

4. การประเมินผลและรายงานผลที่สังคมได้รับความช่วยเหลือในการแก้ไขปัญหา โดยต้องพิจารณาจากวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่องค์กรกำหนดไว้ (Measure and Report Outcomes for the Cause Based on initiative Objectives and Goals) เช่น การเปลี่ยนแปลงในเรื่องการตระหนักรู้ในประเด็นปัญหาทางสังคม จำนวนอาสาสมัครที่เข้าร่วม จำนวนเงินที่ได้รับบริจาคเข้ามาสนับสนุนโครงการทางสังคมต่างๆ ซึ่งบางครั้งผลลัพธ์ที่ได้กลับมาอาจเป็นสิ่งที่จับต้องได้ เช่น ปริมาณมลภาวะในสิ่งแวดล้อมที่ลดลง จำนวนคอมพิวเตอร์ที่ส่งกลับมารีไซเคิล จำนวนของเด็กที่เข้าร่วมโปรแกรมต่างๆ เป็นต้น
5. การคอยติดตามสถานการณ์ประเด็นปัญหาทางสังคมที่ทางองค์กรได้ให้การสนับสนุน (Monitor Status of Social That initiatives Are Supporting) เป็นลักษณะที่องค์กรคอยติดตามสถานการณ์ประเด็นทางสังคมที่ทางองค์กรได้ให้การสนับสนุนอยู่ตลอดเวลา เนื่องจากบางปัญหาต้องใช้ระยะเวลาในการดำเนินการนาน ซึ่งจะช่วยทำให้ทราบถึงผลกระทบและการพัฒนาต่างๆ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงแผนงานต่อไปในอนาคต เช่น การพิจารณาถึงจำนวนของปัญหาใหม่ที่เกี่ยวข้องกับโรคเอดส์ในปีที่ผ่านมา
6. เป็นการประเมินผลของการจัดสรรงบประมาณและทรัพยากรของบริษัทให้ได้อย่างเหมาะสม (Allocate Adequate Resources for Measurement and reporting) เป็นการพิจารณาถึงสิ่งที่องค์กร ได้ลงทุนไปกับผลลัพธ์ที่ได้กลับคืนมา เป็นลักษณะของการวัดความคุ้มค่าในการลงทุน แต่อย่างไรก็ตามขึ้นอยู่กับว่าองค์กรบริษัทจะประเมินหรือวัดผลแบบใดในแต่ละกิจกรรมที่ได้ดำเนินการเพื่อประโยชน์ต่อสังคม (Kotler & Lee, 2005)

ในปัจจุบันองค์กรหลายๆแห่งได้มีการจัดสรรงบประมาณเพื่อการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมเพิ่มมากขึ้น และพร้อมที่จะยึดถือเป็นข้อปฏิบัติหนึ่งขององค์กรเพื่อช่วยเหลือและแก้ไขประเด็นปัญหาใดปัญหาหนึ่งทางสังคม และนำไปปรับใช้ในการดำเนินกลยุทธ์ขององค์กร ซึ่งองค์กรจำเป็นต้องเข้าใจในความหมายที่แท้จริงอย่างลึกซึ้งและสื่อสารให้กับทั้งบุคคลภายในและภายนอกองค์กรเข้าใจร่วมกันถึงวัตถุประสงค์ของการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมที่องค์กรสร้างขึ้นเพื่อสังคม และนอกจากกิจกรรมแล้วองค์กรก็พร้อมที่จะพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคมากขึ้นไปด้วยเช่นกัน โดยในการดำเนินกิจกรรมแต่ละกิจกรรมก็จะมีวัตถุประสงค์เพื่อเชื่อมโยงกับสินค้าและบริการขององค์กร ทั้งนี้เพื่อองค์กรจะสามารถใช้ศักยภาพที่ทางองค์กรมีหรือทักษะต่างๆที่บุคลากรในองค์กรมีความถนัดเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยเหลือสังคม สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับพนักงานภายในและความนิยมชมชอบจากชุมชนหรือสังคมภายนอก แต่อย่างไรก็ตามองค์กรยังคงต้องมีการประเมินผลถึงผลลัพธ์ของการดำเนินกิจกรรมต่างๆ

ที่ทางองค์กร ได้ปฏิบัติ ทั้งนี้เพื่อคุณการเปลี่ยนแปลงและข้อปัญหาอุปสรรคต่างๆเพื่อที่ทางองค์กรสามารถนำมาใช้ปรับปรุงพัฒนาต่อไปในอนาคต

แม้การดำเนินงานของ กฟผ.แม่เมาะจะนำมาซึ่งความเจริญ ความสว่างไสวให้กับประเทศชาติ แต่สิ่งหนึ่งที่มีอาจจะเลยและมองข้ามได้เลย คือการมีความรับผิดชอบต่อสังคม ถือเป็นรากฐานสำคัญในดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคงและสง่างามของ กฟผ.แม่เมาะ โดยเฉพาะในการแก้ปัญหาและจัดการความขัดแย้งของ กฟผ.แม่เมาะกับชุมชน ด้วยการสร้างความสัมพันธ์อันดีในด้านต่างๆกับชุมชนที่อยู่โดยรอบ แต่หาก กฟผ.แม่เมาะไม่ตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อที่มีต่อชุมชนอย่างแท้จริงด้วยความจริงใจแล้ว ความสัมพันธ์ที่ดำเนินการออกมาก็เป็นเพียงงานที่ทำเพื่อสร้างภาพฉาบฉวยเท่านั้น การวิเคราะห์เพื่อค้นหาแนวทางการดำเนินงานของ กฟผ.แม่เมาะบนความใส่ใจในสังคม จึงเป็นสิ่งสำคัญในการค้นหาฐานความคิดที่เป็นจุดเริ่มต้นของการดำเนินกิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีที่ยั่งยืนและยอมรับ กฟผ.แม่เมาะเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนให้เกิดขึ้นอย่างแท้จริง

#### **แนวคิดเกี่ยวกับชุมชนสัมพันธ์ (Community Relations)**

ชุมชน หมายถึง กลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน มีการทำกิจกรรม เรียนรู้ติดต่อสื่อสาร ร่วมมือและพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน มีการอาศัยทรัพยากรในบริเวณนั้นในการดำรงชีวิตหรือประกอบอาชีพ ส่งผลให้กลุ่มชนมีความรู้สึกตระหนักถึงคุณค่าและห่วงใยในทรัพยากร วัฒนธรรม วิถีชีวิต และสิ่งแวดล้อมของถิ่นฐานตน และพร้อมที่จะแสดงออกทางความคิดหรือพฤติกรรมเพื่อปกป้องรักษาให้ทรัพยากร วัฒนธรรม วิถีชีวิต และสิ่งแวดล้อมเหล่านั้นให้คงอยู่ในสถานะที่กลุ่มชนนั้นพึงพอใจ (พิทักษ์ ชุมงคล ,2549)

#### **ความหมายของชุมชนสัมพันธ์**

เมื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมเป็นงานที่มีอาจหลีกเลี่ยงผลกระทบต่อชุมชนได้ ดังนั้น การสร้างความเข้าใจเพื่อให้ชุมชนยอมรับพร้อมทั้งสร้างความสัมพันธ์อันดี จึงเป็นกระบวนการสำคัญหนึ่ง นอกเหนือจากกระบวนการผลิตตามภารกิจหลักของโรงงาน ซึ่งงานดังกล่าวเรียกว่า “ชุมชนสัมพันธ์”

สถาบันหรือองค์กรกับประชาชนจะอยู่อย่างโดดเดี่ยวไม่ได้ ประชาชนไม่สามารถดำรงชีพอย่างสะดวกสบายเมื่อขาดสถาบันอันใด สถาบันหรือองค์กรก็ไม่สามารถจะตั้งอยู่ได้ หากขาดการสนับสนุนจากประชาชนนั้น สถาบันธุรกิจเป็นผู้สร้างงานให้ชุมชน ชุมชนก็ตอบแทนด้วยการให้แรงงาน ทำให้มีการลงทุน สนับสนุนด้วยการซื้อ ฯลฯ และเมื่อเป็นเช่นนี้จึงเป็นหน้าที่ที่สถาบันหรือองค์กรธุรกิจควรตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อที่มีต่อชุมชน ไม่เพียงแต่การให้งานทำแต่ต้อง

เข้าไปช่วยเหลือ สนับสนุนในด้านต่างๆ เช่น สนับสนุนการศึกษา สาธารณสุข การกีฬา ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม ฯลฯหรือที่เรียกว่า “ชุมชนสัมพันธ์” นั่นเอง (บัญญัติ คำบุญวัฒน์, 2532)

การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนด้วยการเข้าไปพัฒนาช่วยเหลือสนับสนุนชุมชนในด้านต่างๆ แต่นอกจากกระทำเป็นคนดีของชุมชนด้วยวิธีการดังกล่าวแล้ว การดำเนินกิจการก็ควรจะต้องดีต่อชุมชน คือ ไม่เป็นพิษภัยต่อชุมชนด้วย เพราะแม้ว่าจะช่วยเหลือชุมชนอย่างมากมายแต่หากการดำเนินกิจการส่งผลกระทบต่อชุมชนแล้ว ความสัมพันธ์อันดีก็คงไม่อาจเกิดขึ้นได้ ดังนั้น ชุมชนสัมพันธ์ก็ควรจะหมายรวมไปถึง การสร้างความสัมพันธ์ด้วยการสร้างความเข้าใจในการดำเนินกิจการที่ประกอบด้วยความสุจริตใจ เพื่อลดความวิตกกังวลของชุมชนที่มีต่อการดำเนินกิจการ เช่น การดำเนินกิจการของโรงงาน แม้จะมีกระบวนการผลิตที่ปลอดภัยแล้วก็ตาม แต่ก็ยังต้องสื่อสารทำความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินกิจการที่ดีต่อชุมชนอยู่เสมอควบคู่ไปกับการพัฒนาชุมชนอยู่เสมอๆ

#### หลักการสื่อสารเพื่อสร้างชุมชนสัมพันธ์ ( เสรี วงศ์มณฑา ,2544)

1. บริษัทต้องรู้จักให้ความร่วมมือ (Participate) กับกิจกรรมชุมชน เช่น ชุมชนมีงานกีฬา มีงานวัด งานทอดกฐินผ้าป่า งานเทศกาลประจำปี บริษัทควรเข้าไปร่วมงาน โดยอาจเป็นกรรมการ เป็นสปอนเซอร์ของงานหรือส่งพนักงานออกไปช่วยเหลือตามความเหมาะสม
2. เมื่อบริษัทเขาไปตั้งอยู่ในชุมชนควรจ้างแรงงานในชุมชน โดยเฉพาะแรงงานที่ไม่เน้นทักษะหรือแม้แต่แรงงานที่ใช้ทักษะ ซึ่งมีพนักงานทั้งในและนอกชุมชนที่มีฝีมือใกล้เคียงกันก็จะต้องเลือกคนในชุมชนมากกว่า เพื่อให้คนที่อยู่รอบ โรงงานของบริษัทเป็นพวกเดียวกับบริษัททั้งหมด จะทำให้ชุมชนเกิดความรู้สึกว่าบริษัทเข้าไปสร้างงานให้ชุมชน จึงไม่เกิดความรู้สึกต่อต้าน
3. คนในชุมชนต้องการให้ชุมชนมีความสวยงาม สะอาด ร่มรื่น (Beatify the community) เช่น ทำสวนหย่อม หอนาฬิกา สนามเด็กเล่น ซึ่งบริษัทสามารถทำสิ่งเหล่านี้ให้กับชุมชนได้โดยรับผิดชอบดูแลสถานที่ต่างๆดังกล่าวด้วยค่าใช้จ่ายของบริษัท
4. คนในชุมชนต้องการความปลอดภัย (Safety and Security)เมื่อบริษัทเข้าไปสร้างโรงงาน บริษัทต้องทำให้คนในบริษัทรู้สึกปลอดภัย มีความมั่นใจไม่วิตกว่าเหตุร้ายจะเกิดขึ้น นอกจากนี้อาจเสริมสร้างความปลอดภัยในด้านอื่นๆด้วย เช่น ติดป้ายโค้งอันตราย ตั้งกระจกโค้งเพื่อดูรถเลี้ยวเป็นการสร้างความปลอดภัยให้เพิ่มมากขึ้น
5. การพัฒนาชุมชน (Community Development) เป็นการสร้างสรรค์สิ่งที่ดีงามและอำนวยความสะดวกสุขให้กับชุมชนทางด้านต่างๆ เช่น การศึกษา ศาสนา เศรษฐกิจ สุขภาพอนามัย สวัสดิการสังคม เพราะฉะนั้นบริษัทอาจจะต้องเข้าไปสนับสนุนทางด้านต่างๆของชุมชน



เช่น สร้างอาคารเรียน ส่งเสริมด้านการกีฬา ส่งเสริมดนตรี ส่งเสริมกิจกรรมของสถาบัน  
สร้างวัด สร้างศาลาที่พักผู้โดยสาร สร้างตลาดใหม่สิ่งเหล่านี้ถือเป็นการพัฒนาชุมชน

6. บริษัทจะต้องดูแลในด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) ของชุมชน เช่น การปลูกต้นไม้  
ขจัดมลพิษ ทำถังขยะ บำบัดน้ำเสียให้กับชุมชน สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่คนในชุมชนต้องการ
7. บริษัทต้องเป็นผู้อุปถัมภ์ (Sponsorship) ให้กับชุมชนในกรณีที่มีการจัดงานต่างๆ ขึ้น ซึ่ง  
ชุมชนส่วนใหญ่มีงบประมาณเพียงพอจึงไม่สามารถจัดงานเองได้ บริษัทจึงควรเข้าไปให้  
การสนับสนุนเพื่อสร้างความรู้สึที่ดี ให้เกิดขึ้นกับสมาชิกในชุมชนนั้นๆ
8. การทำการกุศล (Charity) เป็นการทำความดีใดๆ ที่ช่วยเหลือสังคม ไม่ว่าจะเป็นการ  
บริจาคสิ่งของเงินทองหรือช่วยเหลือด้านใดด้านหนึ่ง การกุศลทำได้ 2 แบบ  
การกุศลที่สอดคล้องกับสินค้า เช่น ขายถุงยางอนามัย มอบทุนการศึกษาวิจัยเรื่องโรคเอดส์  
หรือขายรถยนต์แล้วซื้อเฮลิคอปเตอร์ให้ จส.100 เช่น โตโยต้า เหล่านี้ เรียกว่าการกุศลที่  
สอดคล้องกับสินค้า

การกุศลที่สอดคล้องกับเหตุการณ์ เช่น เมื่อปี 2539 เป็นปีกาญจนาภิเษก โดยมีมูลนิธิชัย  
พัฒนาเป็นแกนนำ ฉะนั้นในการทำการกุศลใดๆก็ตามก็เพื่อสมทบทุนมูลนิธิชัยพัฒนา

ในส่วนของหลักการสร้างชุมชนสัมพันธ์นั้นที่สำคัญ คือ ความจริงใจ ทั้งในส่วนของการ  
ให้ข้อมูลข่าวสารและการพัฒนาชุมชน เช่น การให้ข่าวสารเรื่องผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมของ  
กฟผ. แม้จะเป็นข้อเท็จจริงไม่บิดเบือนหรือนำเสนอข้อมูลที่เป็นเท็จเพราะจะนำมาซึ่งความไม่  
ไว้วางใจ และการพัฒนาที่จริงใจคือมิใช่การกระทำเพียงฉาบฉวย เช่น มุ่งพัฒนาอาชีพโดยไม่  
คำนึงถึงความสามารถ ทรัพยากรหรือความต้องการของชุมชน เป็นต้น เช่นนี้จะเป็นการพัฒนาที่ไม่  
ยั่งยืน

### วิธีการทำชุมชนสัมพันธ์

จากหลักการทั้งหมดข้างต้นเป็นการทำชุมชนสัมพันธ์ ผู้เป็นเจ้าของกิจการหรือโรงงานที่  
เข้ามาตั้งในชุมชนจะต้องรู้วิธีการทำชุมชนสัมพันธ์ เสรี วงศ์มณฑา (2542) ได้กล่าวถึงวิธีการทำ  
ชุมชนสัมพันธ์ โดยแบ่งเป็นขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาความต้องการ (Need) ของชุมชน เช่น ต้องการปฏิสังขรณ์โบสถ์ ซ่อมอาคารเรียน  
ต้องการสร้างศาลาที่พักผู้โดยสาร โรงเรียนขาดอุปกรณ์กีฬา ถนนทางโค้งอันตรายไม่มีป้าย  
บอก โดยบริษัทต้องศึกษาถึงความต้องการของชุมชนเหล่านี้แล้วทำการบันทึก รวบรวม  
ข้อมูลเอาไว้
2. เมื่อศึกษาความต้องการของชุมชนเรียบร้อยแล้ว บริษัทควรเข้าพบกับผู้นำชุมชนนั้น  
ประกอบด้วยผู้ว่าราชการจังหวัด นายอำเภอ ปลัดอำเภอ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ครูใหญ่ คหบดี

ฯลฯ เพื่อเจรจาขอให้ผู้นำชุมชนสนับสนุนกิจกรรมของบริษัท ซึ่งถ้าบริษัทสามารถเจรจาให้บุคคลเหล่านี้ยอมรับได้ก็ถือว่าแนวความคิดนี้ประสบความสำเร็จ

3. เสนอโครงการว่าบริษัทจะพัฒนาโครงการ (Development project) อะไรในชุมชนเมื่อบริษัทเขียนข้อเสนอต่างๆแล้วจึงเข้าไปช่วยชุมชน ซึ่งเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีว่าบริษัทเอาใจใส่ดูแลชุมชนไม่ได้มาเพื่อคอบโกยผลประโยชน์ หรือเพื่อหวังผลกำไรโดยไม่ให้ความสำคัญกับชุมชน เพราะจากหลักการที่ว่าบริษัทจะไปตั้งที่ใดต้องเป็นเพื่อนบ้านที่แสนดี และต้องให้เกียรติชุมชน ให้ชุมชนมีบทบาทในการทำงานของบริษัท เพราะในหลายธุรกิจเมื่อเข้าไปตั้งในชุมชนแล้วเกิดการรบกวนชุมชน แต่ถ้าเข้าไปร่วมทำกิจกรรมต่างๆร่วมกับชุมชน ก็สามารถลดการต่อต้านของชุมชนได้
4. มีบทบาทในการส่งเสริมชุมชนนั้นๆ ซึ่งบทบาทในการส่งเสริมนั้นอาจจะเป็นการให้เงินสิ่งของ ความคิดและแรงกาย
  - เงิน คือ การมอบทุน มอบงบประมาณ เป็นสปอนเซอร์ให้กับการทำกิจกรรมใดๆก็ตามของชุมชน
  - สิ่งของ คือ การมอบสิ่งของสินค้าของบริษัทที่สอดคล้องเหมาะสมกับพื้นที่ที่จะมอบให้เช่น ดอกหญ้าจัดทำห้องสมุดให้ ปูนซีเมนต์จัดทำแท็งก์น้ำขนาดใหญ่ที่ทำด้วยปูนซีเมนต์ ซึ่งก็สอดคล้องกับสินค้าของบริษัท
  - ความคิด คือ การเข้าไปเป็นกรรมการหมู่บ้าน กรรมการในการจัดงาน ให้คำแนะนำ
  - แรงกาย คือ การส่งพนักงานของบริษัทไปมีส่วนร่วม เช่น ชุมชนมีการแข่งขันกีฬา บริษัทก็ส่งทีมกีฬาเข้าแข่งด้วย ชุมชนแห่เทียนพรรษาก็มีเทียนพรรษาของบริษัทเข้าร่วมขบวนแห่ด้วย ชุมชนทอดกฐิน ทอดผ้าป่า ทำบุญก็ส่งพนักงานเข้าไปทำบุญด้วย ชุมชนจัดงานกาชาดถ้าธุรกิจธนาคารส่งพนักงานธนาคารไปช่วยเก็บเงินช่วยจัดการทุกอย่างเรียบร้อย ถ้าเป็นโรงพยาบาลก็ให้ความช่วยเหลือโดยการตรวจรักษาโรคฟรี ถ้าเป็นบริษัทเครื่องดื่มน้ำก็ไปตั้งศูนย์แจกเครื่องดื่มในงานแข่งขันกีฬา ฯลฯ

### ปัจจัยต่อความล้มเหลวหรือความไม่สำเร็จของการสื่อสารเพื่อสร้างชุมชนสัมพันธ์

บัญญัติ คำบุญวัฒน์ (2532) ได้ให้ความเห็นถึงปัจจัยที่จะส่งผลต่อความล้มเหลวของการสร้างชุมชนสัมพันธ์ ไว้ดังนี้

1. โครงการกิจกรรมเพื่อชุมชนสัมพันธ์บางอย่าง เป็นโครงการกิจกรรมระยะยาว ซึ่งต้องใช้เงินทุนมากและจะต้องกระทำอย่างต่อเนื่อง ฉะนั้นเมื่อองค์กรเกิดปัญหาขาดแคลนเงินทุนจะทำให้โครงการต้องหยุดชะงักไป ทำให้ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับเป็นอันต้องเสียไป
2. ตัวประชาชนเองไม่ค่อยสนใจและให้ความร่วมมือในกิจกรรมบางอย่าง หรือไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกิจกรรมบางอย่าง ทำให้ประโยชน์ที่ประชาชนได้รับลดลงหรือไม่

ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร เช่น การสร้างสนามเด็กเล่นของบริษัท ปูนซีเมนต์ไทย ซึ่งเพิ่งสร้างไม่นานแต่ทรุดโทรมลงรวดเร็วเนื่องจากประชาชนไม่ช่วยกันดูแลรักษา ซึ่งบริษัทเองก็ไม่สามารถหาคนและกำลังเงินมาดูแลรักษาอยู่ตลอดเวลาได้ ทำให้ประโยชน์ที่ได้รับเป็นเพียงระยะสั้นๆ

3. ตัวองค์กรเองทำกิจกรรมเพื่อชุมชนสัมพันธ์เพื่อประโยชน์ของตนเองมากกว่าเพื่อสังคมและประชาชน เป็นการทำเพียงเอาหน้า โน้มน้าวประชาชนให้หันมานิยมเชื่อถือเท่านั้น

### ผลตอบรับที่เกิดจากกิจกรรมงานชุมชนสัมพันธ์

ผลตอบรับที่เห็นได้ชัดเจนจากการดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์นั้น แบ่งได้ 2 ประเภท ดังนี้

1. ผลตอบรับต่อตัวองค์กรเอง ส่วนใหญ่จะเป็นผลดีต่อองค์กร ทั้งในการสร้างภาพพจน์การจำหน่ายสินค้าและบริการ เพราะการทำกิจกรรมเพื่อสังคมขององค์กรย่อมทำให้ประชาชนทั่วไปเกิดการรับรู้ว่า องค์กรนั้นเป็นห่วงและไม่ทอดทิ้งประชาชน เกิดความไว้วางใจในองค์กร และเมื่อประชาชนเกิดความไว้วางใจก็จะค่อยๆ กลายเป็นความระลึกถึง ผูกพันกับองค์กรอยู่เสมอ ในทางกลับกัน ถ้าประชาชนบางกลุ่มมีความคิดเห็นว่ สิ่งที่องค์กรได้กระทำล้วนทำไปเพียงเพื่อผลประโยชน์ขององค์กร ไม่ได้คำนึงถึงประโยชน์ที่ประชาชนจะได้รับอย่างแท้จริงแล้ว ประชาชนจะเกิดความไม่ไว้วางใจองค์กร ส่งผลลบโดยตรงต่อการสร้างภาพพจน์ขององค์กร

ฉะนั้น ผลตอบรับของกิจกรรมเพื่อชุมชนที่มีต่อองค์กรนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นผลดีต่อองค์กร แต่ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับตัวองค์กรเอง ที่จะใช้การประชาสัมพันธ์ทางด้านกิจกรรมเพื่อชุมชนอย่างถูกต้องตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ว่าจะทำเพื่อชุมชน ถ้าองค์กรต่างๆ คอยมุ่งที่จะใช้เป็นเครื่องมือเพียงเพื่อผลประโยชน์ขององค์กรตน ผลเสียย่อมจะสะท้อนกลับมายังองค์กรในที่สุด

2. ผลตอบรับต่อประชาชนทั่วไปและสังคม อาจแบ่งเป็น 2 ลักษณะย่อย คือ
  - กิจกรรมที่เห็นผลได้ง่ายชัดเจน เป็นกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนโดยตรง และช่วยพัฒนาสังคมด้วย เช่น การแจกทุนการศึกษา การสร้างศาลาที่พักผู้โดยสาร การสนับสนุนอุปกรณ์กีฬาให้แก่เยาวชน การสร้างถนน เป็นต้น
  - กิจกรรมที่เห็นผลไม่ชัดเจน ประเมินผลยาก เพราะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่างประกอบกัน จึงจะเป็นประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวม เช่น การนำประชาชนเข้าเยี่ยมชมกิจการ ฯลฯ

การเริ่มต้นจากการทำความเข้าใจในแนวคิดเกี่ยวกับชุมชนสัมพันธ์ให้เข้าใจอย่างถ่องแท้ นั้น ถือเป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนได้ เพราะความล้มเหลวจากการสร้างความสัมพันธ์นั้น ส่วนหนึ่งเกิดจากการคิดโดยไม่มองจากมุมมองของชุมชน ทั้งในเรื่องการสื่อสารสร้าง

ความเข้าใจและการพัฒนาชุมชน ตามหลักการสื่อสารนั้นมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องวิเคราะห์ผู้รับสารซึ่งก็คือประชาชนในชุมชนให้เข้าใจถึงพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสาร และทัศนคติที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะ เพื่อนำมากำหนดเป็นเนื้อหาสารและช่องทางที่จะนำเสนอข่าวสารนั้นไป ในส่วนของ การพัฒนาชุมชนก็เช่นเดียวกัน จะต้องคำนึงถึงความต้องการของชุมชนประกอบกับความสามารถ ของชุมชนเป็นสำคัญ เพราะการพัฒนาที่ยั่งยืนจะต้องอาศัยความร่วมมือของชุมชนประกอบกันด้วย ดังนั้น กรอบแนวคิดเกี่ยวกับชุมชนสัมพันธ์จึงเป็นแนวคิดสำคัญที่จะช่วยให้มองเห็นแนวทางการ ดำเนินงานเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีที่ก่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ดังที่องค์การปรารณา

### แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา (Development Communication)

การเปลี่ยนแปลงหรือการพัฒนา โดยเฉพาะการสื่อสารที่สามารถสร้างสรรค์ให้สังคมดีขึ้น การสื่อสารมีความสำคัญและมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับสังคม ในกระบวนการพัฒนาในงานชุมชน นั้นการสื่อสารถูกใช้เพื่อส่งเสริมและขยายการพัฒนากิจกรรมสาธารณะที่เกิดขึ้นตลอดจนทำให้งาน พัฒนานั้นดำเนินไปได้โดยสะดวก การที่ชุมชนจะพัฒนาไปได้นั้นจำเป็นต้องให้ความรู้กับชาวบ้าน เพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ความเชื่อและพฤติกรรมของชาวบ้าน เพื่อให้ชาวบ้านสามารถ เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตให้สอดคล้องเข้ากับสภาพสังคมที่กำลังพัฒนาไป จะต้องชักจูงใจให้ ชาวบ้านเข้าร่วมโครงการต่างๆของการพัฒนาอย่างจริงจัง ร่วมกันทำงานเคียงข้างไปกับองค์กร

ส่วนหนึ่งของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาเป็นส่วนที่สอดคล้องกับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม คือ การเปิดรับและกระตุ้นให้ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมเพื่อการพัฒนาต่างๆ เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ในด้านการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงอย่างยั่งยืน ดังนั้นกรอบแนวคิดเกี่ยวกับ การสื่อสารเพื่อการพัฒนาจึงเป็นอีกกรอบแนวคิดหนึ่งซึ่งแสดงถึงความสำคัญของการกระตุ้นให้ ชาวบ้านมีส่วนร่วม และยังสะท้อนกลยุทธ์การสื่อสารในกิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ของ กฟผ.แม่เมาะ

### องค์ประกอบของการสื่อสาร

การสื่อสารมีองค์ประกอบที่สำคัญๆ 4 ประการ คือ ผู้ส่งสาร สาร สื่อ ผู้รับสาร (ปรมะ สตะ เวทิน, 2540)

ผู้ส่งสาร คือ บุคคลหรือกลุ่มคนที่ต้องการจะทำการสื่อสารความคิด ความรู้สึก ความ ต้องการข่าวสาร และวัตถุประสงค์ของตน ดังนั้นผู้ส่งสารอาจเป็นคนเดียวหรือหลายคน

สาร คือ ผลผลิตของผู้ส่งสารที่ถ่ายทอดความคิด ความรู้สึก ความต้องการ ข่าวสาร และ วัตถุประสงค์ของตนที่ปรากฏออกมาในรูปแบบรหัส เช่น เมื่อเราพูดสิ่งที่เราพูดก็คือสาร เมื่อเรา เขียนสารของเราก็คือ สิ่งที่เราเขียน เมื่อเราแสดงกริยาท่าทาง สารก็คือ กริยาท่าทาง เมื่อเราอ่าน หนังสือพิมพ์ สารก็คือ ข่าวและข้อความในหนังสือพิมพ์

สื่อ คือ สิ่งที่ขนส่งสาร หรือถ่ายทอดสารของผู้ส่งสาร เช่น เมื่อเราพูดคลื่นเสียงและอากาศ ก็เป็นสื่อ เมื่อเราอ่านหนังสือพิมพ์ คลื่นแสงและกระดาษหนังสือพิมพ์ก็เป็นสื่อ เมื่อเราดูโทรทัศน์ หรือฟังวิทยุ คลื่นแสง คลื่นเสียง และจอโทรทัศน์เป็นสื่อ

ผู้รับสาร คือ บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่รับสารของผู้ส่งสาร ผู้รับสารอาจเป็นคนเดียวหรือหลายคนก็ได้

### วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

ในการติดต่อสื่อสาร ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร ต่างก็มีวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร โดยทั่วไปวัตถุประสงค์ของการสื่อสารสามารถจำแนกได้ ดังนี้ Schramm (อ้างในประมะ สตะเวทิน ,2540)

1. เพื่อแจ้งให้ทราบ (To Inform)
2. เพื่อให้การศึกษา (To Educate)
3. เพื่อโน้มน้าวใจ (To Persuade)
4. เพื่อให้ความบันเทิง (To Entertain)

### หลักการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

การสื่อสารที่เป็นเครื่องมือสำหรับการพัฒนาอย่างแท้จริง ควรมีลักษณะ ดังต่อไปนี้ (เสถียร เศษประทับ,2538)

1. ต้องให้ประชาชนเข้ามาเกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสาร ประชาชนต้องเข้ามาเกี่ยวข้องทั้งในฐานะผู้รับสาร ผู้ส่งสาร และผู้มีส่วนร่วมในการวางแผน และผลิตเนื้อหาของสื่อ การสื่อสารเพื่อการพัฒนาควรมีลักษณะที่ผู้รับสารสามารถควบคุมกระบวนการสื่อสารได้มากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน และผู้ส่งสารสามารถควบคุมกระบวนการสื่อสารได้น้อยกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน จะเห็นได้ชัดเจนว่าในขณะนี้การเผยแพร่ข่าวสารเพื่อการพัฒนาให้แก่ประชาชนในชนบทไม่ว่าโดยสื่อมวลชนใดๆ ผู้ทำหน้าที่ส่งสาร คือ ผู้กำหนดกิจกรรมการสื่อสารว่า จะเกิดขึ้นที่ไหน อย่างไร เมื่อไร และด้วยวิธีอย่างไร โดยผู้รับสารไม่ได้เข้ามาเกี่ยวข้องแต่อย่างใดเลย นอกจากนี้ผู้รับสารยังมีโอกาสน้อยมากที่จะได้รับสารซ้ำในจุดที่น่าสนใจ หรือที่มีความสลับซับซ้อนสื่อสิ่งพิมพ์ที่ผู้รับสารสามารถอ่านซ้ำได้นั้น มักไม่เหมาะสมกับชาวชนบทที่มีระดับการอ่านออกเขียนได้ต่ำ เพราะฉะนั้นจึงจำเป็นต้องเน้นที่เทคโนโลยี หรือเทคนิคที่ผู้รับสารสามารถเข้าใจสาร สามารถเลือกเวลา สถานที่ และความถี่ที่จะรับสารแล้ว ก็น่าเชื่อว่าการสื่อสารเพื่อการพัฒนาจะมีประสิทธิผลมากขึ้น

2. **ต้องเป็นการผลิตในท้องถิ่น** ปัจจัยที่สำคัญยิ่งอีกประการหนึ่งที่จะทำให้การสื่อสารเพื่อการพัฒนาประสบผลสำเร็จคือ เนื้อหาของสื่อมวลชนควรได้รับการจัดทำขึ้นในท้องถิ่นจะเป็นสิ่งที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด เพราะเกี่ยวข้องกับโดยตรงและเข้ากับสภาพของผู้รับสาร ทั้งนี้การผลิตสื่อต้องเริ่มจาก สภาพความจริงที่มีอยู่ และต้องมีสิ่งสอดคล้องกับที่ชุมชนมี เช่น ด้านการผลิตสื่อควรใช้วัสดุจากท้องถิ่น เทคโนโลยีจากท้องถิ่น เพื่อตลาดท้องถิ่น ลักษณะที่สอดคล้องกับความเป็นจริงและความต้องการของชุมชน จะเป็นเหมือนวัคซีนป้องกันปัญหาการพึ่งพาและการครอบงำจากภายนอก ทำให้สื่อในแต่ละชุมชนมีลักษณะเป็นตัวของตัวเอง ไม่ลืมหืมตัวเอง ไม่ลืมหืมชุมชน สำหรับในแง่นี้บางทีการใช้สื่อมวลชนสมัยใหม่อาจจะต้องย้อนรอยเดิมกลับไปหารูปแบบและวิถีทางการสื่อสารที่เคยมีอยู่ในชุมชน นอกจากนี้การกระทำดังกล่าวยังสะท้อนให้เห็นถึงการเข้ามีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารของประชาชนในท้องถิ่น เพราะฉะนั้นเจ้าหน้าที่รับผิดชอบในการจัดทำ และเผยแพร่ข่าวสารเพื่อการพัฒนาควรมีความเชื่อมั่นในความสามารถของประชาชนในท้องถิ่นที่จะเข้ามามีส่วนร่วมอย่างจริงจังในกระบวนการสื่อสารมากกว่าที่เป็นเพียงผู้รับสารที่เฉื่อยชา

3. **ต้องสนับสนุนบทบาทของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมหรือนักพัฒนา** สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งที่ต้องเน้น คือ การสนับสนุนบทบาทของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมในท้องถิ่น เพราะเจ้าหน้าที่เหล่านี้มีความสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนา

4. **ด้านมนุษยธรรม** การสื่อสารต้องมีมนุษยธรรม หมายความว่า การสื่อสารและการใช้สื่อต้องถือเอา “คน” เป็นเป้าหมาย มิใช่เอาเทคโนโลยีหรือผลกำไรเป็นเป้าหมาย

5. **ด้านคุณค่า** การสื่อสารและการใช้สื่อ ต้องช่วยให้ประชาชนเชื่อมั่นในระบบคุณค่าดั้งเดิมอันดีงามที่ตนมีอยู่ หากจะมีการเปลี่ยนแปลงอันใด การเปลี่ยนแปลงนั้นต้องสอดคล้องกับคุณค่าเดิม

6. **ด้านการสร้างความเข้าใจ** การใช้สื่อต้องช่วยให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจปัญหาและสภาพแวดล้อมของตัวเอง ในขณะที่ทุกวันนี้ข่าวจากดาวเทียมช่วยให้รู้ว่าในสหรัฐอเมริกาประสบภัยพิบัติจากไฟไหม้ป่า แต่การรู้จักสถานการณ์ของผู้อื่นเท่านั้นยังไม่เป็นการเพียงพอ จนกว่าเราจะได้รู้จักสถานการณ์ของเราอย่างแจ่มแจ้งทะลุปรุโปร่งเสียก่อน ชาวบ้านจำเป็นต้องรู้ว่าเหตุใดในหมู่บ้านของตนจึงแห้งแล้ง ทั้งๆที่ในอดีตเคยอุดมสมบูรณ์ การรู้สาเหตุที่แท้จริงนั้นเป็นก้าวสั้นๆ ก้าวหนึ่ง แต่เป็นก้าวที่สำคัญที่จะนำไปสู่การแก้ปัญหาด้วยตนเอง

7. **ด้านความเป็นชุมชน** การใช้สื่อจะต้องเป็นหนทางให้ประชาชนเข้าใจความหมายของการเป็นชุมชนอย่างแท้จริง และในขอบเขตที่กว้างขวางขึ้น แต่ก่อนเราจะเห็นว่ามิธรรมนิยมประเพณี

ต่างๆที่มุ่งส่งเสริมบำรุงให้สมานฉันท์ทั้งภายในชุมชนเอง และระหว่างชุมชน มีความมั่นคงเป็น ปึกแผ่น เช่น งานบุญพระเวส งานเลี้ยงกลอง งานแข่งเรือ ฯลฯ ทั้งนี้เพื่อการเกื้อกูลกัน ในยามที่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งประสบความทุกข์ยาก ในปัจจุบันนี้เมื่อเรามีการสื่อสารมวลชนที่ทันสมัยแล้ว การสื่อสารนั้นก็ควรจะถูกนำมาใช้ เพื่อเสริมสร้างสมานฉันท์ในหมู่ประชาชนให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น (กาญจนา แก้วเทพ,2539)

### เงื่อนไขกำหนดประสิทธิผลของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา (เสถียร เขยประทับ , 2538)

ประสิทธิผลของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาซึ่งเป็นหัวใจ หรือเป้าหมายของสังคมที่กำลังพัฒนาในการใช้การสื่อสารเพื่อการพัฒนาประเทศจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อปฏิบัติตามเงื่อนไขดังต่อไปนี้

1. **การวางแผนอย่างเหมาะสม** การสื่อสารเพื่อการพัฒนาเป็นการสื่อสารที่เน้นในเรื่องของการทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เป็นการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงทางจิตวิทยาและสังคม ซึ่งจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมของประชาชนที่ปรารถนา หลักใหญ่ๆของทฤษฎีการสื่อสารจะมีลักษณะทางจิตวิทยาและสังคมวิทยา เพราะทฤษฎีการสื่อสารเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของบุคคลและกลุ่ม ในขณะที่การวางแผนเพื่อการสื่อสารที่มีประสิทธิผล ก็ต้องคำนึงถึงเรื่องสังคมและจิตวิทยาเพื่อที่จะสามารถผลิตข่าวสารได้อย่างเหมาะสม

2. **การเข้ากันได้กับวัฒนธรรมของประชาชน** วัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความเชื่อ และพฤติกรรมของคน ดังนั้น การสื่อสารที่เสนอแนะให้คนเปลี่ยนทัศนคติ ความเชื่อ และพฤติกรรมจึงต้องเข้าใจถึงและทำให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมของประชาชน

ประการแรก การแนะนำให้ประชาชนรับสิ่งใหม่ๆเข้ามาใช้ในสังคมนั้นจะต้องสามารถอธิบายให้เป็นที่ยอมรับได้ หรือตรงกับความเชื่อของประชาชน

ประการที่สอง การสื่อสารเพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจะต้องทำให้การเปลี่ยนแปลงนั้นเป็นสิ่งที่เป็นไปได้ด้วยดี ไม่มีผลเสียตามมา

3. **ทำการสื่อสารให้ถึงประชาชนเป้าหมาย** การสื่อสารเพื่อพัฒนาก็อาศัยหลักการของการสื่อสารทั่วไป กล่าวคือ จะต้องทำการสื่อสารให้ถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมาย เพราะประชาชนแต่ละกลุ่มย่อมมีความแตกต่างกันทั้งในเรื่องความต้องการ ปัญหา สภาพเศรษฐกิจ และสังคม ฯลฯ ดังนั้นจึงต้องมีการจัดเตรียมเครือข่ายการสื่อสารให้เพียงพอแก่การที่จะเผยแพร่ข่าวสารไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึงและความเหมาะสม อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการสื่อสารเพื่อการพัฒนาเป็นการสื่อสารที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ดังนั้น การสื่อสารจึงต้องมุ่งไปที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลผู้มีอำนาจตัดสินใจเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลง หรือผู้มีหน้าที่ในการปฏิบัติตามแนะนำ

4. **อาศัยการสื่อสารแบบสองทาง** การสื่อสารแบบสองทาง(Two-way Communication) หมายถึง การสื่อสารที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถส่งข่าวสาร หรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกันและกัน มีการเปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้ซักถามข้อข้องใจ หรือข้อสงสัยต่างๆทำให้ผู้รับสารสามารถที่จะตอบสนองต่อกันเพื่อสร้างความเข้าใจได้อย่างชัดเจน การสื่อสารแบบนี้ผู้ส่งสารจะให้ความสำคัญกับปฏิกิริยาโต้กลับ (Feedback) ของผู้รับสาร ดังแผนภาพจำลอง



ภาพที่ 3 แผนภาพแสดงแบบจำลองการสื่อสารแบบสองทาง

ทั้งนี้การสื่อสารแบบสองทางมีผลทำให้การสื่อสารที่เกิดขึ้นมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพราะเป็นการเปิดโอกาสให้อีกฝ่ายได้แสดงความคิดเห็นและความเข้าใจในเรื่องต่างๆ เป็นการลดช่องว่างการสื่อสารที่ดี ป้องกันการตีความหมายผิดพลาด และสามารถสร้างขวัญและการมีส่วนร่วมในการดำเนินการได้ และสร้างความรู้สึกร่วมกันเป็นเจ้าของผลงานร่วมกัน ซึ่งการสื่อสารในลักษณะนี้จะออกมาในลักษณะของการประชุม หรือการปรึกษาหารือ ซึ่งบุคคลที่ทำการสื่อสารในลักษณะนี้ควรเป็นบุคคลที่กระตือรือร้น (Active) ในการแสวงหาและรับฟัง รวมทั้งกระจายข่าวสารไปยังฝ่ายตรงข้ามไม่นิ่งเฉย (Passive) รอให้ข่าวสารมาถึงตัวเองตลอดเวลา

ในการพัฒนาสังคมนั้น การอาศัยแต่เพียงการสื่อสารจากรัฐบาลไปยังประชาชนแต่เพียงฝ่ายเดียวนั้นไม่เป็นการเพียงพอ ทั้งนี้เพราะจะทำให้รัฐบาลไม่มีโอกาสได้รับทราบความรู้สึกนึกคิดความต้องการและปัญหาของประชาชน ดังได้กล่าวมาแล้วว่าการพัฒนาสังคมต้องอาศัยความร่วมมือของประชาชนในการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต และการเข้าร่วมในโครงการพัฒนาการเปลี่ยนแปลงของประชาชนจะเกิดขึ้นได้โดยราบรื่น และประชาชนเข้าร่วมในโครงการพัฒนาอย่างจริงจัง ก็ต่อเมื่อประชาชนเกิดความรู้สึกด้วยตนเองว่าต้องการการเปลี่ยนแปลง ดังนั้นวิธีการสื่อสารที่ดีที่สุดก็คือฝ่ายรัฐบาลจะต้องรับฟังความคิดเห็นของประชาชนด้วย เพื่อจะได้นำมาใช้ในการปรับปรุงแผนพัฒนาและวิธีการสื่อสารต่อไป

5. **ทำการสื่อสารบ่อยๆและใช้ผู้ส่งสารที่มีความน่าเชื่อถือ** และอยู่ในความสนใจของผู้รับสาร หลักข้อหนึ่งของการสื่อสารที่มีประสิทธิผล คือ ผู้ส่งสารจะต้องสามารถทำให้สารของตนเด่นกว่าสารอื่นๆและได้รับความสนใจจากผู้รับสารก็คือ ผู้ส่งสารจะต้องทำการสื่อสารบ่อยๆ หรือโดยอาศัยสื่อหลายๆชนิด เช่น ในการรณรงค์ให้ประชาชนวางแผนครอบครัวอาจจะต้องใช้ทั้ง โปสเตอร์ จุล



สาร ภาพยนตร์ สไลด์ การเข้าไปพบปะกับชาวบ้านถึงบ้าน เป็นต้น อีกวิธีหนึ่งก็คือการใช้ผู้ส่งสารที่มีความน่าเชื่อถือ และอยู่ในความสนใจของประชาชน เช่น ผู้นำประเทศ ผู้นำท้องถิ่น หมอ ฯลฯ เพราะจะช่วยให้ข่าวสารที่ประชาชนได้รับนั้นมีน้ำหนักความเป็นจริงเป็นจิง ในขณะที่เดียวกันการใช้คาราเป็นผู้ส่งสารก็จะได้ผลในแง่ของความสนใจความนิยมซึ่งสามารถนำไปสู่การชักใจได้ด้วย

ในการสื่อสารเพื่อชุมชนนั้นสื่อบุคคลมีความสำคัญต่อการพัฒนาท้องถิ่นในด้านการโน้มน้าวใจ และชักจูงใจ สื่อบุคคลนั้นประกอบไปด้วยทั้งสื่อบุคคลในท้องถิ่น เช่น ผู้นำในชุมชน และสื่อบุคคลนอกท้องถิ่น เช่น นักพัฒนา เสถียร เขยประทับ(2538) เองก็ได้กล่าวถึงประสิทธิภาพของสื่อบุคคลไว้ว่า

1. สามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบบุคคลวิถี ถ้าผู้รับไม่เข้าใจในสารก็สามารถไต่ถาม หรือขอข่าวสารเพิ่มเติมจากผู้ส่งสารได้ในเวลาอันรวดเร็ว ส่วนตัวผู้ส่งสารเองก็สามารถปรับปรุงแก้ไขสารที่ส่งออกไปให้เข้ากับความต้องการและความเข้าใจของผู้รับสารได้ในเวลาอันรวดเร็วเช่นกัน การที่ช่องทางที่เป็นสื่อระหว่างบุคคลมีปฏิริยาตอบสนอง หรือปฏิริยาสะท้อนกลับ สามารถทำให้ลดอุปสรรคของการสื่อสารที่เกิดจากการเลือกรับสาร การเลือกแปล หรือตีความสาร และเลือกจำสารได้
2. สามารถชักจูงใจบุคคลให้เปลี่ยนทัศนคติที่ฝังลึกได้

Lazarsfeld and Manzel(1968) ให้เหตุผลในควมมีประสิทธิภาพของสื่อบุคคลว่า

การพูดคุยเป็นกันเอง เป็นส่วนตัว ทำให้ผู้พูดและผู้ฟังเกิดความเป็นกันเอง และทำให้ผู้ฟังยอมรับความคิดเห็นของผู้พูดได้ง่ายขึ้น

การสื่อสารแบบเผชิญหน้ากัน ทำให้ผู้พูดสามารถดัดแปลงเรื่องต่างๆให้ตรงกับความต้องการของผู้ฟังได้อย่างเหมาะสม

การสื่อสารแบบนี้ทำให้ผู้ฟังรู้สึกว่าได้รับรางวัล หรือการมีส่วนร่วมในเรื่องที่สามารถแสดงความคิดเห็นกับผู้พูดได้

ในการชักจูงใจนั้นชาวบ้านเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาต่างๆนั้น พบว่าบุคคลยังมีความน่าเชื่อถือมากเท่าไร การจูงใจยิ่งมีประสิทธิภาพมากขึ้นเท่านั้น Applaum (1973) ได้กล่าวว่า คุณลักษณะหรือบุคลิกของผู้ส่งสารมีส่วนสำคัญในการที่จะทำให้สารของเขาเป็นที่ยอมรับหรือไม่ยอมรับของผู้รับสาร ในช่วงแรกนั้นนักวิชาการมองว่าความน่าเชื่อถือของแหล่งสารนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ประการ คือ ความเชี่ยวชาญ (Expertness) และความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) (Hovland, 1953)

ในส่วนของความน่าไว้วางใจนี้ Aronson and Golden (1962) พบว่าการยอมรับในผู้ส่งสารที่ขึ้นอยู่กับความชำนาญเฉพาะด้านนั้น มักมีที่มาจากประสบการณ์มากกว่าจากการศึกษา ทั้งนี้ นอกเหนือจากปัจจัยด้านอายุ เพศ สีผิว น้ำเสียง การแต่งตัว ตลอดจนบุคลิกการแสดงออกและฐานะ

ทางสังคมหรือการประกอบอาชีพ นอกจากนี้ยังเชื่อว่าเรื่องและผู้ส่งสารพูดจะมีความสำคัญน้อยกว่าบุคลิกภาพของผู้ส่งสารเองซึ่งจะมีพลังในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้รับสารได้มากกว่า

ต่อมานักวิจัยหลายคนได้พัฒนาแนวคิดความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารโดยนำไปเชื่อมกับองค์ประกอบอื่นอีกด้วย James McCorskey (1987) เห็นว่า ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารหมายถึง การรับรู้ของผู้รับสารเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของผู้ส่งสารนั้นๆ และ ได้สรุปว่ามีคุณสมบัติอย่างน้อยที่สุด 5 ประการ ที่เป็นสิ่งที่ช่วยให้ผู้ส่งสารมีความน่าเชื่อถือ ได้แก่

1. ความสามารถ อันได้แก่ ความรู้ ความสามารถ ในข้อมูลข่าวสารหรือเรื่องที่จะทำการสื่อสาร
2. คุณลักษณะหรือบุคลิกลักษณะ ที่แสดงออกถึงความอบอุ่น น่าไว้วางใจ เฉลียวฉลาด มีไหวพริบที่ดี
3. ความสุขุม เยือกเย็น และความคล่องแคล่วในการสื่อความ การไม่มีอาการแสดงความหวาดกลัว หรือไม่สามารถควบคุมอารมณ์ได้
4. การเป็นคนที่สังคมให้การยอมรับหรือเป็นที่รู้จักของสังคม การที่เป็นคนที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของสังคมโดยทั่วไปนั้น จะทำให้ได้รับความรู้สึกที่ดี ผู้รับสารจะให้ความนิยมน่าเชื่อถือ
5. การเป็นคนเปิดเผย การให้ข้อมูลที่เปิดเผยของผู้ส่งสารจะทำให้ผู้รับสารรู้สึกสนิทสนมเป็นกันเอง

Berlo (1960) (อ้างอิงใน ประมะ สตะเวทิน, 2540) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของผู้ส่งสารไว้มี 4 ประการ ดังนี้

1. ทักษะในการสื่อสาร (Communication Skill) หมายถึง ความเชี่ยวชาญ ความชำนาญในการสื่อสาร ซึ่งจะทำให้ผู้ส่งสารสามารถวิเคราะห์จุดประสงค์และความต้องการในการสื่อสารได้ รวมถึงรู้จักเลือกสื่อและภาษาที่เหมาะสมกับผู้รับสารแต่ละกลุ่ม
2. ทัศนคติ (Attitude) เป็นความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ แบ่งออกเป็น
  - ทัศนคติต่อตนเอง เป็นการที่ผู้ส่งสารประเมินตนเอง กล่าวคือ ผู้ส่งสารอาจมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อตนเอง ซึ่งถือเป็นทัศนคติที่เป็นลบ แต่ในทางตรงกันข้ามผู้ส่งสารอาจมีทัศนคติที่ดีต่อตนเองก็ได้ ทัศนคติต่อตนเองเป็นผลสืบเนื่องมาจากบุคลิกภาพด้วยและยังมีผลต่อการสร้างสารอย่างมาก
  - ทัศนคติต่อเนื้อหา เป็นทัศนคติที่ผู้ส่งสารมีต่อเนื้อหาของสารที่เขาจะสื่อสาร
  - ทัศนคติต่อผู้รับสารหรือบุคคลอื่นๆ ในกระบวนการสื่อสาร กล่าวคือ ถ้าผู้ส่งสารมีทัศนคติที่ดีหรือไม่ดีต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ก็จะทำให้การสื่อสารแตกต่างกันออกไป

3. ระดับความรู้ (Knowledge Level) ผู้ส่งสารจะต้องมีความรู้และความเข้าใจในข่าวสารที่จะส่งออกไปก่อน เพื่อสามารถถ่ายทอดข่าวสารไปยังผู้รับได้
4. ระบบสังคมและวัฒนธรรม (Social & Culture System) หรือพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรม บุคคลที่มีพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมต่างกันจะมีการสื่อสารต่างกันไป ด้วย เช่น ค่านิยม ความน่าเชื่อถือ ตำแหน่งหน้าที่การงานของผู้ส่งสาร จะเป็นตัวกำหนดรูปแบบของการสื่อสาร นอกจากนั้น ผู้ส่งสารยังจะต้องทราบถึงพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมของผู้รับสารเสียก่อน จึงจะสามารถทำการสื่อสารได้ผลดี

6. **การสาธิต** การที่จะทำให้ประชาชนเข้าใจและยอมรับการเปลี่ยนแปลงนั้น จำเป็นที่จะต้องอาศัยการสาธิตให้เห็นได้จริงจัง หรืออาศัยบุคคลที่เปลี่ยนแปลงแล้วเป็นตัวอย่าง เพราะคนเรานั้นมักจะเชื่อสิ่งที่ตนเห็นมากกว่าสิ่งที่ได้ยิน ได้ฟัง เหมือนคำพังเพยที่ว่า “สิบปากว่า ไม่เท่าตาเห็น”

7. **การปฏิบัติ** การที่คนเราจะสามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ความเชื่อ และพฤติกรรมของตนได้นั้น คนๆนั้นต้องมีประสบการณ์ที่ดีต่อสิ่งใหม่นั้นเสียก่อน กล่าวคือ คนเราจะต้องมีโอกาสได้ทดลองกระทำสิ่งนั้นๆเสียก่อน และจากการกระทำแล้วเกิดผลดี คนจึงจะยอมรับสิ่งนั้นไปปฏิบัติต่อไป

#### แนวคิดเกี่ยวกับกิจกรรมสาธารณะ (Public Affair)

ในกิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ นอกจากการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับองค์การผ่านสื่อด้วยกลวิธีต่างๆเพื่อให้เกิดการรับรู้ สร้างความเข้าใจกับชาวบ้านแล้ว การสร้างสรรค์ความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์การกับชุมชนก็ยังเป็นอีกหน้าที่หนึ่งที่คุณดำเนินโครงการจะต้องดำเนินการควบคู่กันไป ซึ่งความสัมพันธ์อันดีนั้นสามารถก่อตัวจากการที่องค์การแสดงความรับผิดชอบต่อและใส่ใจที่องค์การมีต่อชุมชน ผ่านการดำเนินกิจการที่ไม่เป็นพิษเป็นภัยต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน และการกระทำในสิ่งที่ก่อให้เกิดประโยชน์ให้แก่ชุมชนที่เรียกว่า กิจกรรมสาธารณะ (Public Affair) ซึ่งนอกจากเป็นการกระทำที่ช่วยสะท้อนให้เห็นถึงความเป็นนิติบุคคลที่ดีของชุมชนแล้ว (Good corporate citizen) ยังเป็นการช่วยเสริมสร้างการเจริญเติบโตที่ดีงามให้เกิดขึ้นในชุมชนอีกด้วย การปฏิบัติตนต่อชุมชนในฐานะสมาชิกที่ดีเช่นนี้ย่อมจะทำให้ชุมชนเกิดความรู้สึกรักว่าองค์การนั้นเป็นห่วงเป็นใยชุมชน ซึ่งจะสร้างความไว้วางใจให้เกิดขึ้นและผลจากความเชื่อใจกันนี้จะพัฒนากลายเป็นความผูกพันกับองค์การในที่สุด

## รูปแบบของโครงการสาธารณะ

เสรี วงศ์มณฑา (2542) ได้จัดกลุ่มรูปแบบของโครงการสาธารณะไว้เป็นทั้งหมด 13 ประเภท ดังนี้

1. โครงการเด็ก ได้แก่ โครงการอาหารกลางวัน โครงการสนามเด็กเล่น โครงการพัฒนาคุณภาพเยาวชน
2. โครงการสิทธิสตรี ในกรณีที่เป็นสินค้าสำหรับผู้หญิงโดยเฉพาะ สามารถจัดกิจกรรมปลดแอกสตรีหรือกิจกรรมที่ยกฐานะสตรีได้
3. โครงการสำหรับผู้สูงอายุ สินค้าประเภทยาสามารถใช้ในการจัดกิจกรรมกับผู้สูงอายุได้ เช่น โครงการดูแลผู้ป่วยสูงอายุ
4. โครงการด้านการศึกษา สามารถทำโครงการเพื่อการศึกษา โครงการทุนศึกษา โครงการวิจัย โครงการประกวดวิทยาศาสตร์
5. โครงการกีฬา เป็นโครงการที่ได้รับความนิยมจนเกิดคำว่า การตลาดกีฬา (Sport Marketing)
6. โครงการศาสนา เป็นโครงการที่เกี่ยวกับการทำนุบำรุงหรือส่งเสริมศาสนา
7. โครงการสิ่งแวดล้อม เช่น โครงการแก้ไขปัญหาหมอกควัน อากาศเป็นพิษ ขยะมูลฝอย
8. โครงการศิลปวัฒนธรรม เช่น โครงการหล่อพระพุทธรูป การแกะสลักผลไม้ไทย
9. โครงการเพื่อความปลอดภัย เช่น โครงการถนนสีขาวของโตโยต้า
10. โครงการพัฒนาอาชีพ บางอาชีพของแต่ละท้องถิ่นเป็นอาชีพที่กำลังจะสูญหาย ดังนั้น อาจให้การสนับสนุนและจัดตั้งสหกรณ์ เพื่อให้อาชีพเหล่านั้นสามารถคงอยู่ได้
11. โครงการร่วมกับรัฐบาล เป็นการเข้าร่วมกิจกรรมรัฐบาลสัมพันธ์ รัฐบาลที่กำลังพัฒนาในกรณีประเทศไทยมีงบประมาณไม่เพียงพอต่อการดำเนินงานหลายอย่าง รัฐบาลต้องการโครงการที่ได้รับการสนับสนุนจากเอกชน การรวมกับกิจกรรมของรัฐบาลโดยให้การสนับสนุนรัฐบาล ทำให้ธุรกิจได้การครอบคลุมสื่อที่ดี มีชื่อเสียงโด่งดัง เพราะการทำกิจกรรมร่วมกับรัฐบาลจะได้รับความครอบคลุมสื่อ ทำให้ประชาชนเกิดการเปิดรับ เมื่อบริษัทให้การสนับสนุนส่วนราชการต่างๆ บริษัทก็สามารถสร้างความน่าเชื่อถือได้รวดเร็ว เมื่อบริษัทได้รับเลือกโดยรัฐบาล เป็นการให้เครดิตกับบริษัทว่าจะเป็นผู้นำ
12. การทำกิจกรรมเพื่อสาธารณะประโยชน์ (Public Benefit program) หมายถึง การที่กำหนดโปรแกรมโครงการอะไรอย่างหนึ่งขึ้นมาภายในองค์กรของเราที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณชน ซึ่งการทำกิจกรรมสาธารณะนี้ก็เพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม
13. การรวมกำลังเพื่อให้เกิดผลอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น การเดินการกุศล การขายดอกไม้เพื่อบริจาค การแข่งขันวิ่งมาราธอนเพื่อหารายได้ให้แก่ผู้พิการ เป็นต้น

### ขั้นตอนการดำเนินกิจกรรมสาธารณะ

1. บริษัทจะต้องศึกษานโยบายสาธารณะ (Public Policy) ของหน่วยงานต่างๆ เพื่อให้ได้ข้อมูล (Input) ในการที่องค์กรพิจารณาว่าควรสร้างโครงการอะไรขึ้น เพื่อให้้องค์กรทำประโยชน์แก่สาธารณะโดยสอดคล้องกับนโยบาย
2. จัดทำโครงการขึ้นมาโดยเรื่องเอาเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่สอดคล้องกับงานขององค์กรหรือเป็นเรื่องที่น่าส่งเสริม เป็นเรื่องที่สังคมต้องการ อันได้แก่เรื่องต่อไปนี้
  - 2.1 เรื่องของเด็กและเยาวชน
  - 2.2 เรื่องของสถานภาพสตรี
  - 2.3 เรื่องของการดูแลคนสูงอายุ
  - 2.4 เรื่องของการส่งเสริมประชาธิปไตย
  - 2.5 เรื่องของการศึกษา
  - 2.6 เรื่องของการบำรุงศาสนา
  - 2.7 เรื่องของการส่งเสริมกีฬา
  - 2.8 เรื่องของสาธารณสุข
  - 2.9 เรื่องของสวัสดิภาพและความปลอดภัย
  - 2.10 เรื่องของอาชีพท้องถิ่น
  - 2.11 เรื่องของประเพณีวัฒนธรรม
  - 2.12 เรื่องของศิลปะพื้นบ้าน
  - 2.13 เรื่องของสิ่งแวดล้อม
3. เมื่อเลือกเรื่องได้แล้ว ก็จัดเป็น โครงการขึ้นมา
4. นำเอาโครงการไปปฏิบัติ
5. ทำการเผยแพร่เรื่องราวของการทำกิจกรรมดังกล่าวให้สาธารณชนได้รับรู้ชื่นชม
6. ประเมินผลของกิจกรรมว่าส่งเสริมภาพลักษณ์ชื่อเสียงอย่างไร
7. ดำเนินการอย่างต่อเนื่องจนมีคน โยงใยกิจกรรมดังกล่าวกับภาพลักษณ์ชื่อเสียงของบริษัท
 

โอกาสในการจัดกิจกรรมสาธารณะ

  - 7.1 ทำในวันพิเศษประจำปี เช่น วันสิ่งแวดล้อมโลก วันต้นไม้แห่งชาติ ซึ่งวันเหล่านี้จะบอกได้ว่ามีความเกี่ยวข้องกับอะไร
  - 7.2 ทำในวันพิเศษของบริษัท เช่น วันครบรอบ 20 ปี
  - 7.3 ทำโดยดูการดูจากสภาพแวดล้อมรอบตัว โดยพิจารณาว่าบริษัทตั้งอยู่ใกล้กับอะไร ก็ทำกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือตามความเหมาะสมของชุมชนนั้นๆ

## การวางแผนงานกิจกรรมสาธารณะ

เสรี วงศ์มณฑา (2542) กล่าวว่า การวางแผนงานกิจกรรมสาธารณะ เป็นความพยายามที่จะใช้กิจกรรมเป็นเครื่องมือสำคัญในการสนับสนุนการทำงานเพื่อสังคม ดังนั้นการวางแผนงานจึงเป็นภารกิจที่ต้องจัดทำอย่างมีหลักเกณฑ์เพื่อเลือกแนวทางปฏิบัติที่เหมาะสมที่สุดในการดำเนินงาน ทั้งนี้อาจสรุปเป็นขั้นตอนการปฏิบัติงานได้ 7 ขั้นตอน คือ

1. การวิเคราะห์และประเมินผลสภาพปัญหาที่เกิดขึ้น เป็นขั้นตอนที่จะช่วยกำหนดจุดยืนในการวางแผนโครงการพัฒนาชุมชนให้เข้าไปพัฒนาอย่างเหมาะสม
2. การกำหนดวัตถุประสงค์ของแผนงานกิจกรรมสาธารณะ จะต้องมีการกำหนดอย่างแน่ชัดรัดกุม โดยคำนึงถึงวัตถุประสงค์ นโยบายเป้าหมายและกระบวนการยอมรับของประชาชนร่วมกันไป ด้วย โดยจำเป็นต้องปรับให้เข้ากันกับช่วงเวลาในระยษะนั้นๆ ซึ่งอาจจะมีการปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับกระบวนการรับของประชาชนอยู่เสมอ
3. การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การจัดกิจกรรมสาธารณะ จะต้องมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับกลุ่มประชาชนในระดับต่างๆ 3 ระดับ คือ
  - 3.1 ประชาชนเป้าหมาย คือ กลุ่มที่ได้รับประโยชน์จากกิจกรรมสาธารณะโดยตรงรวมถึงกลุ่มประชาชนที่มีความเกี่ยวข้องหรือได้รับผลกระทบจากกิจกรรมนั้นๆ
  - 3.2 กลุ่มผู้สนับสนุนการดำเนินกิจกรรมสาธารณะ ได้แก่ กลุ่มบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการสนับสนุนการดำเนินงานให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด
  - 3.3 กลุ่มผู้บริหารและวางแผนโครงการ คือ กลุ่มคนที่เป็นผู้กำหนดวัตถุประสงค์นโยบายเป้าหมายของกิจกรรมสาธารณะ ตลอดจนเป็นผู้ควบคุมให้การดำเนินงานดำเนินไปได้
4. การกำหนดกิจกรรมและสื่อที่ใช้เพื่อการพัฒนา ควรพิจารณาถึงองค์ประกอบสำคัญ 4 ประการ คือ
  - 4.1 คุณลักษณะของกลุ่มเป้าหมายว่าเป็นใคร มีภูมิหลังอย่างไร ลักษณะทางจิตใจเป็นอย่างไร อาศัยในเขตใด สภาพแวดล้อมเป็นอย่างไร
  - 4.2 วัตถุประสงค์ของกิจกรรมสาธารณะมีอย่างไร ต้องการให้ข่าวสารหรือต้องการให้ความรู้หรือต้องการจงใจให้เปลี่ยนทัศนคติพฤติกรรม
  - 4.3 เนื้อหาของสารที่จะส่ง ไปกลุ่มเป้าหมายมีความยากง่าย ชับซ้อนต้องการอธิบายมากน้อยเพียงใด
  - 4.4 ช่องทางการสื่อสารที่เลือกใช้นั้น สามารถอำนวยความสะดวกให้ใช้สื่อต่างๆ ได้มากน้อยเพียงใด
  - 4.5 การจัดทำแผนปฏิบัติงาน เป็นการกำหนดรายละเอียดของการปฏิบัติงานตามกิจกรรมที่กำหนดไว้ ได้แก่ การกำหนดบุคลากรผู้รับผิดชอบ การกำหนดวัตถุประสงค์ มีรายละเอียดใน

การดำเนินงานเป็นตารางปฏิบัติงานที่รัดกุม ทั้งนี้เพื่อให้แผนงานในองค์ประกอบต่างๆสามารถทำงานไปได้สอดคล้องกับแผนกิจกรรมสาธารณะต่างๆอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

5. การกำหนดงบประมาณ ผู้วางแผนกิจกรรมสาธารณะ ต้องรวบรวมรายละเอียดในรูปของค่าใช้จ่ายทุกรูปแบบที่จะต้องเกิดขึ้นในการปฏิบัติงาน
6. การประเมินผล แผนงานที่ดีควรเป็นแผนงานที่นำไปสู่การปฏิบัติได้จริง และเมื่อนำไปปฏิบัติแล้วได้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าและบรรลุจุดมุ่งหมายทางการพัฒนาได้ดีที่สุด ผู้วางแผนจึงควรทบทวนองค์ประกอบของแผนที่ได้กำหนดไว้ว่ามีคุณลักษณะที่ดีหรือไม่ เพื่อปรับเปลี่ยนแผนงานให้เหมาะสมก่อนนำไปใช้ปฏิบัติจริงต่อไป

จะเห็นได้ว่าขั้นตอนการวางแผนงานไม่ว่าจะเป็นแผนงานระดับใดก็ตามต่างก็มีขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ไม่ต่างกันนัก แต่ความสำคัญสำหรับการวางแผนงานกิจกรรมสาธารณะนั้นอยู่ที่ว่าแผนงานนั้นได้วางอย่างรอบคอบให้กิจกรรมต่างได้สนับสนุนกิจกรรมสาธารณะที่ได้ดำเนินอยู่แล้วนั้น ดำเนินต่อไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นหรือไม่อย่างไร ไม่ใช่เพียงจัดทำแผนให้ดูสวยหรูครบทุกองค์ประกอบ แต่เมื่อนำไปปฏิบัติจริงก็เป็นเพียงสร้างภาพลวงหลอกที่สูญเปล่าทั้งเวลาและทรัพยากรไปอย่างน่าเสียดาย

การจัดกิจกรรมสาธารณะเป็นดังคาบสองคม หมายถึง หากการจัดกิจกรรมประสบผลดังที่องค์การตั้งใจ คือ สามารถตอบสนองความต้องการของชุมชนตามที่ชาวบ้านคาดหวังไว้ได้ ความสัมพันธ์อันดีก็มีแนวโน้มจะก่อตัวขึ้นจากความพอใจในกิจกรรมสาธารณะนั้น แต่หากการดำเนินงานไม่เป็นไปดังที่ชาวบ้านคาดหวังแล้ว ผลเสียที่กระทบถึงความไว้นื้อเชื่อใจในองค์การก็ย่อมจะเกิดขึ้นตามมา การใช้กิจกรรมสาธารณะเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีนี้จะต้องมีการดำเนินการที่เป็นแบบแผนแต่ยืดหยุ่นตามสภาวะการในแต่ละพื้นที่ การศึกษาถึงแนวคิดเกี่ยวกับกิจกรรมสาธารณะข้างต้นนี้จะสามารถทำให้มองเห็นกรอบในการสังเคราะห์รูปแบบของกิจกรรมสาธารณะที่มีความสอดคล้องกับความคาดหวังของชาวบ้าน อันจะส่งผลถึงความพึงพอใจของชาวบ้าน ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีสำหรับพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างองค์การและชุมชนตามแนวทางของการดำเนินกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

### **แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชน (Public Participation)**

ในการดำเนินการจัดกิจกรรมสาธารณะเพื่อเป็นประโยชน์ต่อชุมชนไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมด้านการพัฒนาสังคม กิจกรรมด้านเศรษฐกิจชุมชน กิจกรรมด้านการพัฒนาอาชีพ หรือ กิจกรรมด้านการอนุรักษ์คลองและสิ่งแวดล้อม เพียงกำลังทรัพยากรขององค์การที่เพียบพร้อมมิได้หมายถึงความสำเร็จของการดำเนินกิจกรรมนั้น ข้อมูลของชุมชนเป็นสิ่งสำคัญอันเป็นรากฐานของการดำเนินกิจกรรมที่ถูกต้อง สอดคล้องกับสิ่งที่ชุมชนต้องการและคาดหวัง การนำชาวบ้านในพื้นที่เข้า

มาร่วมมีบทบาทในกิจกรรมตั้งแต่การกำหนดกิจกรรม การดำเนินงาน และการประเมินผลจึงเป็นสิ่ง ที่องค์การควรกระทำด้วยการมองจากมุมที่เห็นชาวบ้านเป็นผู้ร่วมพัฒนามิใช่ผู้ถูกพัฒนาดังเช่นในอดีต แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนจึงเป็นแนวทางที่จะอธิบายถึงวิธีการที่องค์การจะ นำประชาชนเข้ามาร่วมกิจกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการดำเนินกิจกรรมต่างๆ

บทเรียนจากอดีตของการพัฒนาที่ได้ให้ข้อมูลเช่นกันว่า การที่เปิดโอกาสให้ชุมชนได้เข้ามา มีส่วนร่วมในการดำเนินโครงการ โดยสร้างจิตสำนึกกว่าเป็นโครงการและกิจกรรมของชุมชน ก็จะ พบว่า เป็นการพัฒนาที่มีโอกาสประสบความสำเร็จสูงกว่า เป็นกิจกรรมที่ตรงกับความต้องการของ คนในชุมชน ชุมชนมีความเป็นเจ้าของและมีความต่อเนื่องตราบเท่าที่ชุมชนยังเห็นว่ามี ความจำเป็นต้องดำเนินงาน (อรพินท์ สพ โสภชัย, 2538)

### ความสำคัญของการให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนา

ปรัชญา เวสารัชช์ (2540) กล่าวถึงความสำคัญของการให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการ พัฒนาโดยเฉพาะในโครงการพัฒนาท้องถิ่นชนบท ดังนี้

1. เนื่องจากโครงการพัฒนาชนบททุกโครงการ มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ประชาชนมีความเป็นอยู่ ที่ดีขึ้น ดังนั้นหากประชาชนที่เป็นเป้าหมายของการพัฒนาเข้าใจและยอมรับต่อการพัฒนาแล้ว โครงการเหล่านั้นย่อมมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จ
2. บนสมมติฐานที่ว่าประชาชนในท้องถิ่นจะรู้และเข้าใจถึงสภาพปัญหา ความต้องการของ ท้องถิ่นเป็นอย่างดี เพราะเป็นผู้ที่อาศัยในพื้นที่มานาน ดังนั้นการที่จะให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม ในขั้นตอนต่างๆของการพัฒนา จึงน่าจะเป็นสิ่งที่ดีเพื่อจะได้สร้างความรู้สึกรับรู้ความเป็นเจ้าของ และ แก้ไขปัญหาของท้องถิ่นได้ตรงกับความต้องการมากขึ้น
3. ในแต่ละท้องถิ่นมีสภาพแตกต่างกันออกไป การที่จะใช้รูปแบบการพัฒนาแบบเดียวกัน ทั้งประเทศ อาจจะเป็นการแก้ปัญหาที่ไม่ตรงจุด

### การมีส่วนร่วมของประชาชนมีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1. การมีส่วนร่วมของประชาชนนั้นจะต้องเป็นกระบวนการที่มีความต่อเนื่อง คือ ประชาชน ได้มีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งโครงการ ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงขั้นตอนสุดท้าย
2. มีการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างองค์การและประชาชนโดยใช้การสื่อสาร 2 ทาง ทั้งช่องทางที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ มิใช่ทำครั้งเดียวจบแต่ควรเกิดขึ้นตลอดทั้งโครงการ เพื่อให้ข้อมูล และรับทราบข้อมูลจากชุมชน ซึ่งจะส่งผลให้การดำเนินโครงการนั้นสอดคล้องกับชีวิต ความจำเป็น ความต้องการของชุมชน อันเป็นปัจจัยที่จะส่งเสริมให้เกิดการสนับสนุนและยอมรับโครงการจาก ชุมชนในที่สุด ซึ่งจะเป็นประโยชน์จากทุกฝ่าย



3. เป้าหมายของการมีส่วนร่วมมิใช่เพียงการจัดให้มีการรับฟังความคิดเห็นเท่านั้น หากแต่กระบวนการมีส่วนร่วม จะต้องให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมอย่างกว้างขวาง ตั้งแต่การวางแผน การดำเนินการ การประเมินผล และการรับผลประโยชน์ร่วมกัน ซึ่งจะส่งผลให้การตัดสินใจในการดำเนินโครงการเป็นไปอย่างรอบคอบและเป็นที่ยอมรับร่วมกัน

### กระบวนการการมีส่วนร่วม

ในกระบวนการการมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมพัฒนาชุมชนนั้น ประชาชนในท้องถิ่นจะต้องเข้ามามีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของการปฏิบัติงาน โดยมีผู้รับผิดชอบโครงการเป็นผู้ส่งเสริมสนับสนุนในด้านต่างๆ ทั้งข้อมูลข่าวสารและเทคโนโลยี บัณฑิต อ่อนคำ (2544) กล่าวถึงขั้นตอนต่างๆไว้ดังนี้

**ขั้นตอนที่ 1** การมีส่วนร่วมในขั้นริเริ่มการพัฒนา ซึ่งเป็นขั้นตอนที่ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหาภายในชุมชนตลอดจนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจกำหนดความต้องการของชุมชนและมีส่วนในการจัดลำดับความสำคัญของความต้องการด้วย

**ขั้นตอนที่ 2** การมีส่วนร่วมในขั้นการวางแผนในการพัฒนา เป็นขั้นตอนที่ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย และวัตถุประสงค์ของโครงการ กำหนดวิธีการ และแนวทางในการดำเนินงาน ตลอดจนทรัพยากรและแหล่งทรัพยากรที่จะใช้

**ขั้นตอนที่ 3** การมีส่วนร่วมในขั้นการดำเนินการพัฒนา เป็นขั้นตอนที่ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างประโยชน์โดยการสนับสนุนทรัพยากร วัสดุอุปกรณ์และแรงงาน หรือเข้าร่วมบริหารประสานงานและดำเนินการของความช่วยเหลือจากภายนอก

**ขั้นตอนที่ 4** การมีส่วนร่วมในขั้นการรับประโยชน์จากการพัฒนา เป็นขั้นตอนที่ประชาชนมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ที่พึงได้รับจากการพัฒนา หรือยอมรับผลประโยชน์อันเกิดจากการพัฒนาทั้งด้านวัตถุและจิตใจ

**ขั้นตอนที่ 5** การมีส่วนร่วมในขั้นการประเมินผลการพัฒนา เป็นขั้นตอนที่ประชาชนเข้าร่วมประเมินว่า การพัฒนาที่ได้กระทำไปนั้นสำเร็จตามวัตถุประสงค์เพียงใด ซึ่งในการประเมินอาจปรากฏในรูปของการประเมินย่อย (Formative Evaluation) เป็นการประเมินผลก้าวหน้าเป็นระยะหรือกระทำในรูปของการประเมินผลรวม (Summative Evaluation) ซึ่งเป็นการประเมินผลสรุปรวบยอด

### หลักการบริหารกระบวนการมีส่วนร่วม

เพียงการให้ความสำคัญของการมีส่วนร่วมก็ยังไม่ใช่หลักประกันความสำเร็จของกิจกรรม เพราะความสำเร็จนั้นยังต้องอาศัยการบริหารจัดการ การมีส่วนร่วมที่ดีอีกด้วยซึ่ง พัชรี สิโรต (2546) ได้ให้ความเห็นว่า ควรนำเอาหลัก 4S มาใช้ในการบริหาร สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. **Starting Early** หรือการเริ่มต้นเร็ว กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนจะต้องเริ่มต้นตั้งแต่ระยะแรก มีการให้ข้อมูล กระตุ้นให้เกิดความคิดเห็น และให้มีการรับฟังความคิดเห็นจากประชาชนก่อนตัดสินใจ

2. **Stakeholders** หรือครอบคลุมผู้ที่เกี่ยวข้อง การมีส่วนร่วมนั้นจะต้องให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมอย่างกว้างขวางผู้ที่ได้รับผลกระทบหรือผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม ควรมีโอกาสเข้าสู่กระบวนการมีส่วนร่วม หน่วยงานที่รับผิดชอบต้องให้ความสำคัญในการระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ระบุความเสี่ยงให้เกิดการผิดกลุ่มเป้าหมาย การบริหารจัดการการมีส่วนร่วมต้องมั่นใจว่ากลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญทุกกลุ่มมีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วม

3. **Sincerity** หรือ ความจริงใจ การมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการที่มีความละเอียดอ่อน และความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานที่รับผิดชอบในการจัดการกระบวนการมีส่วนร่วมและประชาชนถือว่าเป็นมิติที่มีความสำคัญ ในการบริหารการมีส่วนร่วมให้ประสบผลสำเร็จ หน่วยงานที่รับผิดชอบจะต้องจัดกระบวนการอย่างจริงจัง เปิดเผย ปราศจากอคติ ให้เกียรติซึ่งกันและกัน มีการสื่อสาร 2 ทางอยู่ตลอดเวลา

4. **Suitability** หรือวิธีการที่เหมาะสม การเลือกเทคนิครูปแบบการมีส่วนร่วมต้องคำนึงถึงความเหมาะสม โดยพิจารณาจากประเภทและขนาดของโครงการ ความหลากหลายและลักษณะที่แตกต่างของพื้นที่และกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตลอดจนความแตกต่างด้านวัฒนธรรม สังคม และค่านิยม ระดับความสนใจของชุมชน ความสามารถและความพร้อมรวมทั้งข้อจำกัดของหน่วยงานที่รับผิดชอบในการจัดกระบวนการมีส่วนร่วม

นอกจากนี้ ไพรัตน์ เจริญรินทร์ (2509) ยังได้เสนอหลักการและแนวทางการพัฒนาโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ไว้ดังนี้

1. ต้องยึดหลักความต้องการและปัญหาของประชาชนเป็นจุดเริ่มต้นของกิจกรรม หากกิจกรรมที่จะนำไปใช้ให้ประชาชนเป็นเรื่องใหม่ ก็ต้องใช้เวลาในการกระตุ้น เร่งเร้าความสนใจ ให้ความรู้ ความเข้าใจจนประชาชนยอมรับความจำเป็นและประโยชน์ในการจัดทำกิจกรรมเหล่านั้น
2. กิจกรรมต้องดำเนินการในลักษณะกลุ่ม เพื่อสร้างพลังกลุ่มในการรับผิดชอบร่วมกัน สร้างความสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างสมาชิกกลุ่ม ปลูกฝังทัศนคติและพฤติกรรมที่เห็นแก่ส่วนรวม ทำงานเสียสละเพื่อส่วนรวมมากกว่าส่วนตัว
3. แนวทางการพัฒนากิจกรรมต่างๆในชุมชน ต้องคำนึงถึงขีดความสามารถของประชาชนที่รับดำเนินการต่อไปได้โดยไม่ต้องพึ่งพาจากภายนอก โดยเฉพาะในระยะเริ่มแรกต้องไม่ทุ่มเทในลักษณะการให้เปล่าโดยสิ้นเชิง ต้องทำให้ประชาชนเกิดความสำนึกเป็นเจ้าของ

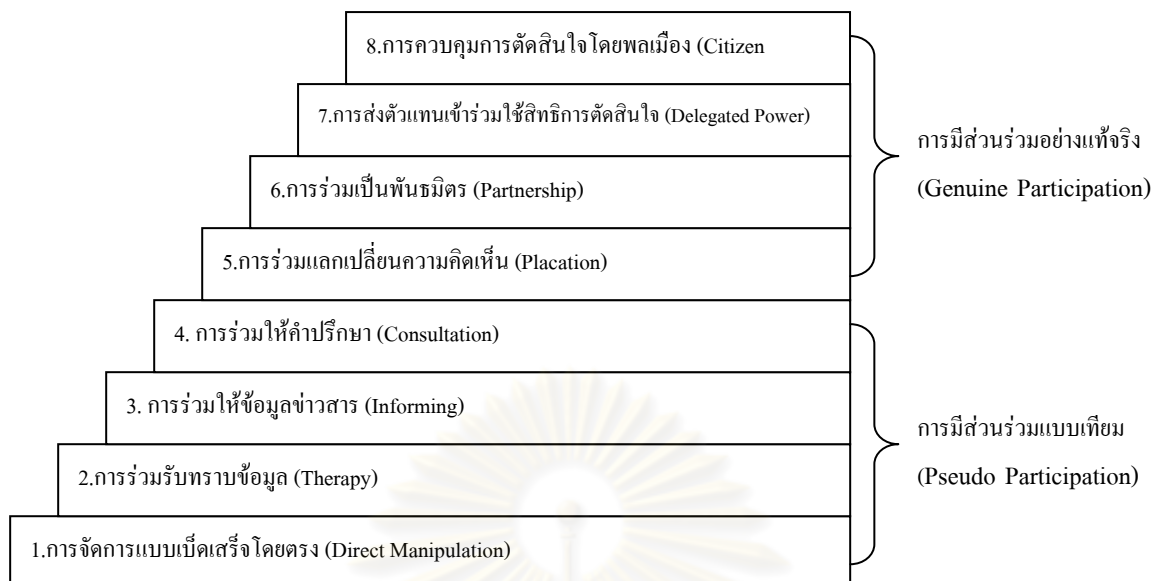
- กิจกรรมและต้องสามารถทำต่อไปได้เองได้ เมื่อการช่วยเหลือจากภายนอกสิ้นสุดลง การช่วยตนเองและการพึ่งพาตนเองเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องเริ่มตั้งแต่ต้น
4. กิจกรรมพัฒนาที่เข้าเข้าไปในชุมชนต้องสอดคล้องกับสภาพแวดล้อม ความพร้อมรับของชุมชน ซึ่งหมายรวมถึงการใช้ทรัพยากรของชุมชนการสอดคล้องกับธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมของชุมชน
  5. การเริ่มต้นกิจกรรมต้องอาศัยผู้นำชุมชน ซึ่งหมายถึงผู้นำตามธรรมชาติที่ชาวบ้านเคารพนับถือ ผู้นำทางศาสนา ผู้นำที่ได้รับการเลือกตั้ง หรือแต่งตั้งจากทางการเพื่อเป็นผู้บุกเบิกและชักนำชาวบ้านต่อไป ผู้นำชุมชนโดยทั่วไปจะสามารถปรับทัศนคติและการยอมรับสิ่งใหม่ๆ ได้เร็วกว่าและเป็นผู้ที่ชาวบ้านมีความศรัทธาในตัวอยู่แล้ว การเริ่มต้นจากผู้นำจึงไปได้เร็วกว่าและได้รับการยอมรับมากกว่าประชาชนทั่วไป
  6. ขั้นตอนการดำเนินงานต่างๆต้องให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมตั้งแต่ขั้นต้น กล่าวคือ ร่วมหาข้อมูล ร่วมหาสาเหตุปัญหา ร่วมปรึกษาหารือ หาทางแก้ไขปัญหา ร่วมกันตัดสินใจ ร่วมกันวางแผนงาน ร่วมปฏิบัติงาน ร่วมกันติดตามผลงานจนถึงขั้นการร่วมบำรุงรักษาในระยะยาว

#### ระดับของการมีส่วนร่วมในการพัฒนา

ปารีชาต สถาปิตานนท์ (2547) ได้สรุประดับของการมีส่วนร่วมไว้ดังนี้ “นับตั้งแต่ทศวรรษที่ 1970 เป็นต้นมา การเคลื่อนไหวเพื่อเรียกร้องเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนกลุ่มต่างๆในงานพัฒนาเป็นสิ่งที่ปรากฏชัดเจนในมุมต่างๆของโลก Amstein (1969) ได้นำเสนอกรอบความคิดเกี่ยวกับบันไดแห่งการมีส่วนร่วมของบุคคล (A Ladder of Citizen Participation) และได้รับการนำไปประยุกต์ใช้ในงานเขียนอื่นๆที่ต้องการสะท้อนให้เห็นถึงระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนในยุคต่อมา”

บันไดแห่งการมีส่วนร่วมของบุคคลในทัศนคติของ Amstein (1969) มี 8 ขั้น ดังแผนภาพต่อไปนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพที่ 4 แผนภาพบันไดแห่งการมีส่วนร่วมของพลเมือง

บันไดดังกล่าวสะท้อนให้เห็นลำดับขั้นของอำนาจในการตัดสินใจของประชาชน ดังนี้

**ขั้นที่หนึ่ง** การจัดการแบบเบ็ดเสร็จ หน่วยงานต่างๆทำหน้าที่จัดการเรื่องราวต่างๆแบบเบ็ดเสร็จโดยตรง โดยไม่ต้องจำเป็นต้องให้ประชาชนรับรู้เรื่องราวต่างๆที่เกี่ยวข้องกับตน

**ขั้นที่สอง** การร่วมรับทราบข้อมูล หน่วยงานต่างๆมักเชิญประชาชนให้มาร่วมรับทราบข้อมูลต่างๆ และการตัดสินใจต่างๆแต่ไม่ได้ถามข้อมูลหรือความคิดเห็นต่างๆจากประชาชน

**ขั้นที่สาม** การร่วมให้ข้อมูลข่าวสาร ประชาชนทำหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสารที่สำคัญแต่ไม่ได้แสดงความรู้สึกหรือความคิดเห็นต่างๆ โดยหน่วยงานทำหน้าที่นำข้อมูลเหล่านั้นไปใช้ในการตัดสินใจของตน

**ขั้นที่สี่** การร่วมให้คำปรึกษา ประชาชนทำหน้าที่ให้ข้อคิดเห็นต่างๆตามที่หน่วยงานร้องขอ และหน่วยงานยังคงมีอำนาจในการตัดสินใจ

**ขั้นที่ห้า** การร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประชาชนเริ่มมีโอกาสแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น และนำเสนอข้อมูลต่างๆจากมุมมองและจุดยืนของตน และในประเด็นที่ตนต้องการนำเสนอ แต่หน่วยงานต่างๆคงสงวนสิทธิในการตัดสินใจอยู่

**ขั้นที่หก** การร่วมเป็นพันธมิตร ประชาชนเริ่มทำงานใกล้ชิดกับหน่วยงาน และเริ่มมีอำนาจในการเสนอข้อคิดเห็นหรือข้อโต้แย้งต่างๆ ตลอดจนกระตุ้นให้หน่วยงานตัดสินใจบนพื้นฐานของข้อมูลที่ประชาชนเสนอให้

**ขั้นที่เจ็ด** การส่งตัวแทนเข้าร่วมใช้สิทธิในการตัดสินใจ ประชาชนส่วนหนึ่งได้รับคัดเลือกเข้าไปเป็นตัวแทนทำหน้าที่ในการออกความเห็น เสนอข้อโต้แย้งและมีสิทธิโดยชอบธรรมในการตัดสินใจ

**ขั้นที่แปด** การควบคุมการตัดสินใจโดยพลเมือง เป็นขั้นที่ประชาชนทำหน้าที่เป็นพลเมืองโดยสมบูรณ์ กล่าวคือ อำนาจในการตัดสินใจทั้งหมดอยู่ในมือประชาชน โดยที่หน่วยงานต่างๆทำหน้าที่ให้การสนับสนุนการตัดสินใจของประชาชน

ส่วนระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในโครงการพัฒนาต่างๆ สามารถแบ่งได้ ดังนี้

1. การให้การศึกษา ให้ข้อมูลข่าวสาร เพื่อสร้างความเข้าใจในโครงการ
2. การรับฟังความคิดเห็นของประชาชน ด้วยการที่เจ้าหน้าที่แจ้งจุดยืนของตนในโครงการนั้นๆ ให้ประชาชนทราบ และขอให้ประชาชนแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นนั้นๆ
3. การปรึกษาหารือ ทั้งฝ่ายเจ้าหน้าที่และประชาชนหันมาปรึกษาหารือกัน
4. การร่วมมือกัน ประชาชนมีตัวแทนคณะกรรมการ และมีสิทธิออกเสียงขึ้นการตัดสินใจ ประเด็นจะต้องเข้าใจได้โดยตัวแทนประชาชนจากพื้นที่นั้นๆ
5. การมอบหมายอำนาจหน้าที่ การส่งมอบความรับผิดชอบให้กับสาธารณชน หรือรัฐบาลท้องถิ่นที่มีความชำนาญเฉพาะเรื่องนั้นๆ
6. การให้ประชาชนตัดสินใจเอง

### เงื่อนไขการมีส่วนร่วม

การที่ประชาชนจะมีโอกาสเข้าร่วมในกิจกรรมการพัฒนานั้น ต้องมีเงื่อนไขที่สำคัญอย่างน้อย 3 ประการ คือ (จิระวรรณ ตันกูรานนท์, 2542)

1. ประชาชนต้องมีอิสรภาพที่จะมีส่วนร่วม
  2. ประชาชนต้องมีความสามารถที่จะมีส่วนร่วม
  3. ประชาชนต้องเต็มใจที่จะมีส่วนร่วม
- และความสำเร็จของการมีส่วนร่วม ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขต่อไปนี้
1. ประชาชนต้องมีเวลาที่จะมีส่วนร่วมก่อนเริ่มกิจกรรม การมีส่วนร่วมไม่เหมาะสมในสถานการณ์ฉุกเฉิน
  2. ประชาชนต้องไม่เสียเงินทองค่าใช้จ่าย ในการมีส่วนร่วมมากเกินไปที่เขาประเมินผลตอบแทนที่จะได้รับ
  3. ประชาชนต้องมีความสนใจที่สัมพันธ์สอดคล้องกับการมีส่วนร่วมนั้น
  4. ประชาชนต้องสามารถสื่อสารรู้เรื่องกันทั้ง 2 ฝ่าย

5. ประชาชนต้องไม่รู้สึกระทบกระเทือนต่อตำแหน่งหน้าที่ หรือสถานภาพทางสังคม หากจะมีส่วนร่วม

### การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication)

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการทัศน์ใหม่ที่เน้นการแบ่งปันความรู้และการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารเพื่อทำความเข้าใจและหาข้อตกลงร่วมกันของผู้ที่ทำการสื่อสารทั้งสองฝ่าย หรือที่เรียกกันว่า การสื่อสารแบบสองทาง (Two-Way Communication) เพื่อที่จะหาแนวทางและการลงมือปฏิบัติร่วมกัน ซึ่งในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ นั้นกระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารเพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันนั้น กรอบแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจึงจำเป็นต่อการศึกษาคำนี้

ในปัจจุบัน ทิศทางของการพัฒนาชุมชนและพัฒนาสังคม มุ่งเน้นการพัฒนาสังคมไปสู่สภาพที่ดีขึ้น (Betterment) หรือสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ดี (Social well-being) ในขณะเดียวกันก็ให้ความสำคัญกับการปรับเปลี่ยนบทบาทระหว่างผู้มีอำนาจและประชาชนที่แตกต่างไปจากเดิม โดยมุ่งเน้นให้ผู้มีอำนาจเล่นบทบาทในเชิงสนับสนุน (Facilitation) ให้ชุมชนพัฒนาไปในทิศทางที่สมาชิกชุมชนเห็นพ้องต้องกันมากกว่าการสั่งการ หรือกำหนดทิศทางในการพัฒนาชุมชนอย่างที่มีอำนาจพึงปรารถนาเช่นในอดีต

เราอาจสรุปได้ว่า การพัฒนาชุมชนแบบร่วมสมัย เน้นสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน (Public participation) โดยเฉพาะการระดมพลังความร่วมมือ (Mobilization) จากบุคคลกลุ่มต่างๆ ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชนและสังคม

ดังนั้น กระบวนการสื่อสารเพื่อการพัฒนาภายใต้กระบวนการทัศน์การพัฒนาเชิงทางเลือก (Alternative Development Paradigm) จึงมีการปรับเปลี่ยนทิศทางไปจากกระบวนการทัศน์เดิมซึ่งครอบงำทิศทางของสังคมมายาวนาน หรือที่บางกลุ่มเรียกว่า กระบวนการทัศน์แห่งความทันสมัยนิยม (Modernization Paradigm)

### ระดับของการมีส่วนร่วมในการสื่อสาร

เนื่องจากการมีส่วนร่วมในการสื่อสารของชุมชนนั้นกระทำได้หลายระดับ ซึ่งสามารถแบ่งระดับการมีส่วนร่วมในการสื่อสารได้ (วิภาวี ธีรสุวรรณ, 2546) นี้

1. การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่งสาร/ผู้ใช้สาร (Audience/Receiver/User)

เป็นขั้นตอนของการมีส่วนร่วมในระดับล่างที่สุด กล่าวคือ ในกระบวนการสื่อสาร ตั้งแต่ต้นยังอยู่ในการกำหนดของผู้ส่งสาร ไม่ว่าจะเป็นการเลือกประเด็นเนื้อหา การเลือกวิธีการนำเสนอ ไปจนกระทั่งเลือกช่องทางสื่อที่ใช้เผยแพร่ และผู้รับสื่อยังคงมีฐานะเป็นเพียงผู้รับสารแต่เพียงอย่างเดียว

## 2. การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่งสาร/ผู้ใช้สาร(Sender / Producer)

เป็นขั้นตอนของการมีส่วนร่วมในระดับที่สูงขึ้น ซึ่งการเข้ามามีส่วนร่วมในฐานะผู้ผลิตนั้นแบ่งได้หลายขั้นตอนตามหลักแนวคิดของการผลิตสื่อ ได้แก่ ขั้นตอนการผลิต ขั้นการผลิต และขั้นหลังผลิต

## 3. การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย (Policy Maker / Planner)

เป็นรูปแบบสูงสุดของการมีส่วนร่วมในระดับกว้าง หมายถึง การวางแผนและกำหนดนโยบายดำเนินการใช้สื่อเป็นการสร้างความเชื่อมโยงระหว่างสื่อแต่ละประเภท เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการใช้ ส่วนในระดับแคบลงมา อาจจะหมายถึงการมีส่วนร่วมในการวางแผนและกำหนดนโยบายของสื่อบางประเภทที่เข้ามาในชุมชน ซึ่งในการมีส่วนร่วมนี้ชุมชนเองจะต้องเป็นผู้รับชอบการดำเนินงานของสื่อ ซึ่งรวมทั้งงบประมาณ อุปกรณ์ บุคลากร ส่วนสื่อนั้นก็จะต้องตอบสนองความต้องการของชุมชน

### การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

นักวิชาการกลุ่มหนึ่ง อาทิ Servaes, Jacobson และ White (1996) Dragon (2001) Singhal (2004) ได้ให้ความสำคัญกับการชี้ให้เห็นจุดเด่นของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม อันเป็นการสื่อสารเพื่อการพัฒนาภายใต้กระบวนทัศน์ใหม่ โดยใช้วิธีการเปรียบเทียบเกี่ยวกับความแตกต่างในทิศทางทางการสื่อสารและคุณลักษณะของสื่อที่ใช้ในการสื่อสารแบบไม่มีส่วนร่วม ซึ่งปรากฏในกระบวนทัศน์เดิมที่ครอบงำสังคม ดังนี้

#### ตารางแสดงการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม และการสื่อสารแบบไม่มีส่วนร่วม

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม	การสื่อสารแบบไม่มีส่วนร่วม
การสื่อสารในแนวระนาบ (Horizontal) ของคู่สื่อสาร ในทิศทางของการแลกเปลี่ยนข่าวสารกัน (two-way Communication)	การสื่อสารในแนวตั้ง (Vertical/Top-down) จากผู้ส่งสาร ไปยังผู้รับสารในทิศทางเดียว (one-way Communication)
กระบวนการหารือและการมีส่วนร่วมบนพื้นฐานของหลักการประชาธิปไตย	การรณรงค์เพื่อขับเคลื่อนกิจกรรมในระยะสั้น โดยไม่เน้นการสร้างศักยภาพบุคคล
กระบวนการเปลี่ยนแปลงแบบยั่งยืนซึ่งใช้ระยะเวลายาว	กระบวนการวางแผนในระยะสั้นและเน้นการค้นหาทางออกให้เสร็จอย่างรวดเร็ว
การพัฒนาพลังอำนาจร่วมและการตัดสินใจร่วมกัน	การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมระดับบุคคล
การเน้นการร่วมมือของชุมชน	การเน้นดำเนินการเพื่อชุมชน
การเน้นเนื้อหา ภาษา โดยเคารพวัฒนธรรมเฉพาะถิ่น	การดำเนินการในระดับมหภาคและวงกว้าง โดยไม่คำนึงถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรม

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม	การสื่อสารแบบไม่มีส่วนร่วม
คำนึงถึงความจำเป็นของประชาชนเป็นหลัก	คำนึงถึงความต้องการของกลุ่มผู้สนับสนุนงบประมาณเป็นหลัก
บุคคลภายนอกชุมชนทำหน้าที่เป็นผู้สนับสนุนการพัฒนา (Facilitator)	บุคคลภายนอกชุมชนทำหน้าที่เป็นผู้กำหนดทิศทางในการพัฒนา (Authoritarian)
ชุมชนเป็นเจ้าของกิจกรรมและผลผลิต	ชุมชนสามารถเข้าถึงกิจกรรมและผลผลิตภายใต้องค์ประกอบทางการเมือง เศรษฐกิจและสังคม แต่ไม่มีบทบาทในการตัดสินใจ
เน้นการสร้างจิตสำนึกภายในตัวบุคคล	เป็นการโน้มน้าวใจในระยะสั้น

### ตารางที่ 1 แสดงการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม และการสื่อสารแบบไม่มีส่วนร่วม

หากพิจารณาจากตารางดังกล่าว จะเห็นว่าการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เป็นกระบวนการสื่อสารซึ่งมุ่งเน้นการดำเนินการไปสู่เป้าหมายในเชิงการเปลี่ยนแปลงแบบยั่งยืน การดำเนินการดังกล่าวใช้ระยะเวลานาน และให้ความสำคัญกับการสร้างจิตสำนึกซึ่งอยู่ในบุคคล ควบคู่ไปกับการร่วมมือตัดสินใจในเรื่องต่างๆที่สำคัญต่อการพัฒนาชุมชนและสังคม

นอกจากนี้ การดำเนินการดังกล่าวยังคำนึงถึงความจำเป็นของประชาชนเป็นหลัก โดยเลือกสรรเนื้อหาในการสื่อสารและการใช้ภาษาต่างๆบนพื้นฐานของการเคารพวัฒนธรรมชุมชน และการคำนึงถึงความเท่าเทียมกันเป็นสำคัญ ในกรณีนี้บุคคลภายนอกมักดำเนินบทบาทเป็นผู้สนับสนุนการพัฒนา ในขณะที่ให้สมาชิกในชุมชนได้ร่วมกันตัดสินใจในเรื่องต่างๆ อันก่อให้เกิดการรับรู้ถึงอำนาจร่วมกันในการตัดสินใจ ความเข้าใจร่วมกัน และการร่วมกันรับผิดชอบต่อกิจกรรมและผลพวงต่างๆที่เกิดขึ้นภายหลัง

#### ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน

William Reeder (1963) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้ประชาชนเข้ามามีส่วนหรือไม่เข้ามามีส่วนร่วม ดังนี้

1. บุคคลและกลุ่มบุคคลจะเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมใดๆก็ต่อเมื่อกิจกรรมนั้นสอดคล้องกับความเชื่อพื้นฐาน ทศนคติและค่านิยมของตน
2. บุคคลและกลุ่มบุคคลจะเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมใดๆก็ต่อเมื่อกิจกรรมนั้นมีคุณค่าสอดคล้องกับผลประโยชน์ของตน
3. บุคคลและกลุ่มบุคคลจะเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมใดๆก็ต่อเมื่อกิจกรรมนั้นมีเป้าหมายที่จะส่งเสริมและปกป้องรักษาผลประโยชน์ของตน



4. บุคคลและกลุ่มบุคคลจะไม่เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมใดๆก็ต่อเมื่อตนเองได้เคยมีประสบการณ์ที่เป็นอคติต่อกิจกรรมนั้นมาแล้ว
5. บุคคลและกลุ่มบุคคลจะเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมใดๆก็ต่อเมื่อกิจกรรมนั้นสอดคล้องกับสิ่งที่ตนเองได้มาหรือหวังเอาไว้
6. บุคคลและกลุ่มบุคคลจะเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมใดๆย่อมขึ้นอยู่กับความคิดเห็นของตนเองเป็นใหญ่
7. การเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมใดๆของบุคคลและกลุ่มบุคคลจะกระทำโดยการบีบบังคับหาได้ไม่
8. การเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมใดๆของบุคคลและกลุ่มบุคคล ย่อมขึ้นอยู่กับนิสัยและจารีตประเพณี
9. บุคคลและกลุ่มบุคคลจะเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมใดๆย่อมขึ้นอยู่กับโอกาสที่จะเอื้ออำนวย
10. การเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมใดๆของบุคคลและกลุ่มบุคคลย่อมขึ้นอยู่กับความสามารถ
11. บุคคลและกลุ่มบุคคลจะเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมใดๆก็ต่อเมื่อได้รับการสนับสนุน กระตุ้น ชักจูงและจูงใจให้เกิดขึ้น

#### ประโยชน์ของการมีส่วนร่วม

1. เพิ่มคุณค่าการตัดสินใจ ช่วยให้เกิดการพิจารณาทางเลือกใหม่ ทำให้การตัดสินใจรอบคอบขึ้น
2. การลดค่าใช้จ่ายและการสูญเสียเวลา เมื่อการตัดสินใจนั้นได้รับการยอมรับ จะช่วยลดความขัดแย้งระหว่างการนำไปปฏิบัติ
3. การสร้างฉันทามติ ลดความขัดแย้งทางการเมืองและเกิดความชอบธรรมในการตัดสินใจของรัฐ
4. การเพิ่มความง่ายในการนำไปปฏิบัติ สร้างให้ประชาชนเกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของและมีความกระตือรือร้นในการช่วยให้เกิดผลในทางปฏิบัติ
5. การมีส่วนร่วมตั้งแต่ต้นสามารถลดการเผชิญหน้าและความขัดแย้งที่รุนแรงได้
6. ช่วยให้ผู้เจ้าหน้าที่ของรัฐมีความใกล้ชิดกับประชาชนและไวต่อความรู้สึกห่วงกังวลของประชาชน และเกิดความกังวลในการตอบสนองต่อความกังวลของประชาชน
7. การพัฒนาความเชี่ยวชาญและความคิดสร้างสรรค์ของสาธารณชน ถือว่าเป็นการให้การศึกษาชุมชน เพื่อเรียนรู้กระบวนการตัดสินใจและเป็นเวทีฝึกผู้นำชุมชน

8. ช่วยให้ประชาชนสนใจประเด็นสาธารณะมากขึ้น เป็นการเพิ่มทุนทางสังคม และช่วยเสริมสร้างให้ประชาชนเป็นพลเมืองที่กระตือรือร้น สอดคล้องกับการปกครองตามหลักประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วม

การที่องค์การต้องการแสดงตนเป็นพลเมืองที่ดี เป็นสมาชิกที่ดีของชุมชน โดยการแสดงออกถึงความห่วงใยใส่ใจในชุมชนผ่านการจัดกิจกรรมสาธารณะประโยชน์เพื่อชุมชนนั้น สิ่งที่ควรตระหนักและใส่ใจในการจัดกิจกรรมดังกล่าว คือ การเข้ามามีส่วนร่วมของชุมชน เพราะนั่นเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะช่วยส่งเสริมให้เกิดการสนับสนุนและยอมรับกิจกรรมดังกล่าวจากชุมชน เมื่อชุมชนยอมรับกิจกรรมและให้ความร่วมมือสนับสนุนกิจกรรม จนองค์การสามารถดำเนินกิจกรรมได้ประสบผลแล้ว ความพึงพอใจในกิจกรรมพัฒนาที่องค์การจัดขึ้นก็อาจเกิดขึ้นและจะส่งผลถึงความพึงพอใจในตัวขององค์การ แนวโน้มที่จะเกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์การกับชุมชนย่อมมีโอกาที่จะเกิดขึ้น อันเป็นวัตถุประสงค์สำคัญประการหนึ่งของการดำเนินงานแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม การศึกษาถึงแนวคิดการมีส่วนร่วมของประชาชน จึงเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญต่องานพัฒนาชุมชนที่จะสร้างสรรค์กิจกรรมที่ตั้งอยู่บนความต้องการของชุมชน

### แนวคิดเรื่องการรับรู้ ทักษะคิดและพฤติกรรม

ในการศึกษาถึงการยอมรับหรือปฏิเสธของบุคคลนั้น นอกเหนือจากการวิเคราะห์ผู้รับสารแล้วทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องอย่างเห็นได้ชัดคืออย่างหนึ่งก็คือ แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการรับรู้ ทักษะคิดและพฤติกรรม ดังจะกล่าวต่อไปนี้

การรับรู้ เป็นกระบวนการที่มนุษย์เราจะเข้าใจสิ่งเร้าหนึ่งที่ปรากฏกับประสาทสัมผัสส่วนใดส่วนหนึ่งของเรา การที่มนุษย์รับรู้ว่าคุณต้องการของคนเราเป็นอย่างไร แรงจูงใจของมนุษย์เราเป็นอย่างไร การรับรู้ดังกล่าวจะกำหนดว่ามนุษย์จะมีทัศนคติอย่างไร ควรจะชอบหรือไม่ชอบควรเห็นคุณค่าหรือไม่ควร คนเรารับรู้โดยผ่านระบบสัมผัส ซึ่งได้แก่ ตา หู จมูก ลิ้น ผิวหนังและกล้ามเนื้อ ข่าวสารที่ระบบรับสัมผัสจากสิ่งแวดล้อมจะถูกส่งต่อไปยังสมอง เพื่อให้เกิดความรู้สึกเป็นการเห็น ได้ยิน ได้กลิ่น ได้รส ความรู้สึก ร้อนหนาว เจ็บปวด ฯลฯ ความรู้สึก (Sensation) เป็นการตอบสนองขั้นแรกสุดของคนเราเป็นการเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อม สมองจะตีความรู้สึกต่อไปอีกขั้นหนึ่งเป็นการรับรู้ (Perception) ว่าสิ่งที่เห็น ได้ยิน หรือรู้สึกคืออะไร กระบวนการรับรู้จึงเป็นการตีความข่าวสารที่สมองได้รับ ซึ่งขึ้นอยู่กับตัวแปรหลายอย่าง เช่น ประสบการณ์เดิม หรือการเรียนรู้เดิม ความคาดหวังในขณะนั้น ทัศนคติ ค่านิยม และสิ่งแวดล้อมรอบๆของสิ่งเร้าที่เราได้รับ

การรับรู้เป็นกระบวนการทางจิตที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่ได้รับ เป็นกระบวนการเลือกรับสาร (Select) การจัดสรร (Organize) เข้าด้วยกัน และการตีความสาร (Interpret) ที่ได้รับตามความเข้าใจและความรู้สึกของตนเอง โดยทั่วไปการรับรู้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นเองโดยไม่รู้ตัวหรือตั้งใจและมักเกิดตามประสบการณ์และการสั่งสมทางสังคม คนเราไม่สามารถให้ความสนใจกับสิ่ง

ต่างๆรอบตัวได้ทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนเท่านั้น แต่ละคนมีความสนใจและรับรู้ต่างกัน โดยทั่วไปการรับรู้ที่แตกต่างกันเกิดอิทธิพลหรือตัวกรอง (Filter) และบางอย่าง (พัชนี เศษจรยา, 2538) ได้แก่

1. แรงผลักดันหรือแรงจูงใจ (Motive) เรามักเห็นในสิ่งที่เราต้องการเห็นและได้ยินในสิ่งที่เราต้องการได้ยินเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง
2. ประสบการณ์เดิม (Past experience) คนเราต่างเติบโตขึ้นมาในสภาพแวดล้อมต่างกัน ถูกเลี้ยงดูด้วยวิธีต่างกันและคบค้าสมาคมกับคนต่างกันทำให้อาจมีประสบการณ์เดิมที่แตกต่างกันไปด้วย
3. กรอบอ้างอิง (Frame of Reference) ซึ่งเกิดจากการสั่งสมอบรมทางครอบครัวและสังคม ทำให้มีความเชื่อทัศนคติในเรื่องต่างๆกันไป
4. สภาพแวดล้อม (Environment) คนที่อยู่ในสภาพแวดล้อมต่างกัน เช่น อุณหภูมิ บรรยากาศ สถานที่ ฯลฯ จะตีความสารที่รับต่างกัน การถูกดำเนินในห้องส่วนตัวย่อมทำให้ผู้ถูกดำเนินรู้สึกต่างจากการถูกดำเนินต่อหน้าผู้อื่น
5. สภาพจิตใจและอารมณ์ (Mood) ได้แก่ ความโกรธ ความกลัว ฯลฯ เช่น เรามักจะมองความผิดเล็กน้อยเป็นเรื่องใหญ่โต ในขณะที่เราอารมณ์ไม่ดีหรือหงุดหงิด แต่กลับมองปัญหาหรืออุปสรรคใหญ่หลวงเป็นเรื่องเล็กน้อยในขณะที่มีความรัก

### ขั้นตอนการรับรู้

ปัจจัยในการสื่อสารที่มักกล่าวถึงบ่อยๆว่าเป็นตัวกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการส่งสารไปยังผู้รับสาร นั้นคือ กระบวนการเลือกสรร (Selective processes) ของผู้รับสารซึ่งเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filter) ข่าวนสารในการรับรู้ของมนุษย์เรา ซึ่ง Klapper (1960) ได้แบ่งขั้นตอนการกลั่นกรอง ไว้ดังนี้

1. การเลือกรับหรือใช้ (Selective Exposure) บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งต่างๆตามความสนใจ และความต้องการของตนเอง เพื่อนำมาใช้แก้ไขปัญหาและเป็นข้อมูลเพื่อสนองความต้องการของตน
2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) นอกจากบุคคลจะเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว บุคคลยังเลือกให้ความสนใจต่อข่าวสารที่ได้รับที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อเดิมของบุคคลนั้น ในขณะที่เดียวกันก็พยายามหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารที่ขัดแย้งต่อทัศนคติและความเชื่อเดิม ทั้งนี้การที่บุคคลได้รับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้สึกของเขา จะทำให้เกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจสับสนได้
3. เลือกรับรู้หรือตีความสาร (Selective Perception or Selective Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว ผู้รับสารอาจมีการเลือกรับรู้และเลือกตีความ

สารที่ได้รับด้วยตามประสบการณ์ของแต่ละคน ผู้รับสารจะมีการตีความสารที่ได้มาตามความเข้าใจของตนเองตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการและแรงจูงใจของตนในขณะนั้น

4. เลือกจดจำ (Selective Retention ) หลังจากที่บุคคลเลือกให้ความสนใจ เลือกรับรู้และตีความสารไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตนแล้วบุคคลยังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ต้องการจำเอาไว้เป็นประสบการณ์ ในขณะเดียวกันก็มักลืมข่าวสารที่ไม่ตรงกับความสนใจของตน

### แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติ (Attitude)

การที่บุคคลเกิดทัศนคตินั้น ก็หมายถึงว่าบุคคลเกิดความคิด ความรู้สึกในด้านบวกหรือด้านลบ คือ เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย ชอบ ไม่ชอบ พอใจหรือไม่พอใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งอาจเป็นสิ่งของ บุคคล องค์การเทคโนโลยี ความคิด หรืออื่นๆก็ได้ และบุคคลก็จะแสดงปฏิกิริยาในทางบวกหรือลบต่อสิ่งนั้นทัศนคตินั้นเป็นแนวคิดที่สำคัญทางด้านจิตวิทยาและการสื่อสารที่ได้มีการศึกษาและให้ความหมายไว้ ดังนี้

Good (1973) นิยาม ทัศนคติว่าเป็นแนวโน้มในการที่จะแสดงหรือมีปฏิกิริยาในทางบวกหรือทางลบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับค่านิยมของบุคคลและประสบการณ์ทางสังคมที่ฝังรากลึกอยู่

Krech & Crutchfield (อ้างถึงในวิรัช ลภีรัตนกุล, 2546) อธิบายว่า ทัศนคตินั้นเป็นผลรวมทั้งหมดของมนุษย์ที่เกี่ยวกับความรู้สึก อคติ ความคิด ความกลัวต่อสิ่งบางสิ่งรวมทั้งการแสดงออกทางด้านการพูด ความคิดเห็นหรือมติ ซึ่งความคิดเห็นหรือมตินี้เองที่เป็นสัญลักษณ์ของทัศนคติ

Milton Rokeach (อ้างถึงใน กิตติมา กมลพันธฤกษ์, 2538) กล่าวว่าทัศนคติเป็นการจัดระเบียบของความเชื่อที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง ซึ่งความเชื่อนี้จะเป็นตัวกำหนดแนวโน้มเชิงของบุคคลในการที่จะตอบสนองในด้านที่ชอบหรือไม่ชอบ

Norman L.Munn (อ้างถึงใน กิตติมา กมลพันธฤกษ์, 2538) กล่าวว่าทัศนคติ คือ ความรู้สึกที่บุคคลมีต่อสิ่งของสถานการณ์สถาบันใดๆในทางที่จะยอมรับหรือปฏิเสธ ซึ่งมีผลให้บุคคลจะแสดงพฤติกรรมในแนวทางเดียวกันเสมอ

เสรี วงศ์มณฑา (2529) กล่าวว่าทัศนคติ คือ ความพร้อมที่จะประพฤติปฏิบัติประกอบไปด้วยความรู้สึก และแนวโน้มของพฤติกรรม

จาระไน แกลโกส (2546) กล่าวว่าทัศนคติ คือ ความโน้มเอียงในการประเมินสัญลักษณ์วัตถุหรือแง่มุมหนึ่งของโลกในลักษณะที่เราชอบหรือไม่ชอบ ทัศนคติเป็นสิ่งที่ครอบคลุมถึงความรู้และความรู้สึก อารมณ์ ทัศนคติในส่วนที่เกี่ยวข้องกับความรู้ หมายถึง ส่วนที่ได้รับอิทธิพลจากเหตุผลและความรู้ตามที่เป็นจริงและพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับลักษณะการแสดงออก การมีปฏิกิริยาต่างๆ

ซึ่งทัศนคติอาจสะท้อนให้เห็นในรูปของพฤติกรรม เช่น การแสดงออกโดยการกล่าวให้ความเห็นเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เพราะเหตุใดเราจึงชอบหรือไม่ชอบสิ่งเหล่านั้น

จากความหมายต่างๆ จะเห็นได้ว่าทัศนคติ นั้นหมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่แสดงออกถึงความชอบหรือไม่ชอบ พอใจหรือไม่พอใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้และจะส่งผลถึงพฤติกรรมที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

### ประเภทของทัศนคติ

ทั้งนี้วีรัช ลภีรัตนกุล (2546) ได้แบ่งทัศนคติออกเป็น 3 ประเภทตามการแสดงออกของบุคคล ได้แก่

1. ทัศนคติทางบวก ซึ่งจะชักนำให้บุคคลแสดงปฏิกิริยาในด้านดีต่อบุคคลอื่นต่อเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง ต่อนโยบายหรือต่อองค์กร
2. ทัศนคติทางลบ จะเกิดขึ้นได้ในบุคคล ได้แก่ มีความรู้สึกที่ไม่ดีหรือเป็นไปในทางลบต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เรื่องราวปัญหาใดปัญหาหนึ่งต่อองค์กรหรือสถาบัน ทัศนคติในทางลบมักเกิดขึ้นร่วมกับความรู้สึกระหองระแหง หรือความไม่พอใจ
3. ทัศนคติที่นิ่งเฉย ทัศนคติที่คนมีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง อาจเป็นทัศนคติที่นิ่งเฉยก็ได้ ทั้งนี้อาจเนื่องจากบุคคลผู้นั้นไม่มีความคิดเห็นในเรื่องนั้นๆ โดยสิ้นเชิง

### องค์ประกอบของทัศนคติ

Zimbardo and Ebbsen (1970) ได้แบ่ง องค์ประกอบของทัศนคติของบุคคลนั้นสามารถแบ่งออกได้ 3 ส่วน คือ ส่วนที่เป็นความคิด ส่วนที่เป็นความรู้สึก ส่วนที่เป็นพฤติกรรม

1. ส่วนที่เป็นความคิด (Cognitive component) หมายถึง ความรู้ความเข้าใจ และความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ทั้งที่ชอบและไม่ชอบ ถ้าบุคคลเห็นว่าสิ่งใดดีก็มักจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น ตรงกันข้ามหากทราบมาว่าสิ่งนั้นไม่ดีก็จะมีทัศนคติไม่ดีตามมา
2. ส่วนที่เป็นความรู้สึก (Affective component) จะเป็นเรื่องของค่านิยมที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ ค่านิยมของแต่ละบุคคล ถ้าบุคคลมีความชอบในสิ่งใดก็จะช่วยให้มีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้นด้วย ถ้ารู้สึกไม่ชอบก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีตามมา
3. ส่วนที่เป็นพฤติกรรม (Behavioral component) เป็นความโน้มเอียงของบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรมตอบโต้ได้อย่างใดอย่างหนึ่งออกมา ซึ่งสิ่งที่แสดงออกมานั้นเกิดความรู้สึกที่เค้ามียู่เกี่ยวกับวัตถุเหตุการณ์หรือบุคคลนั่นเอง

ดังนั้นแล้ว ส่วนประกอบทางความคิดหรือความรู้ความเข้าใจ จึงนับได้ว่าเป็นส่วนประกอบพื้นฐานของทัศนคติ และส่วนประกอบนี้จะเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับความรู้สึกรู้สึกของบุคคล อาจออกมาในรูปแบบที่แตกต่างกันทั้งทางบวกและทางลบ ซึ่งขึ้นอยู่กับประสบการณ์และการเรียนรู้ของความรู้สึกรู้สึกที่เกิดขึ้นที่มีต่อวัตถุที่ปรากฏการณ์นั้นเป็นสำคัญ

### การเกิดของทัศนคติ

ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ การรับรู้ที่มีอยู่มากมายของบุคคล โดย Allport (1976) ได้เสนอความคิดเห็นว่าทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของคนนั้น เกิดขึ้นได้ตามเงื่อนไข 4 ประการ คือ

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) กระบวนการเรียนรู้ที่ได้จากการเพิ่มพูนและรวมกันของการตอบสนองแนวความคิดต่างๆซึ่งประสบการณ์ที่ได้รับมาเดิมมีทั้งดีและไม่ดี รุนแรงหรือไม่รุนแรง จะส่งผลถึงทัศนคติต่อสิ่งใหม่ที่กำลังคล้ายคลึงกัน เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เขาเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปตามทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน
2. การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น (Communication from others) จะทำให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากผู้อื่นได้ เช่น เคยถูกสอนว่าไม่ดีก็จะเห็นว่าไม่ดี การสร้างความรู้สึกรู้สึกเกิดจากประสบการณ์ส่วนตัว ซึ่งประสบการณ์ส่วนตัวขึ้นอยู่กับความแตกต่างของบุคคลที่ต่างมีประสบการณ์แตกต่างกันไป นอกจากประสบการณ์ของคนจะสะสมขึ้นเรื่อยๆแล้วยังทำให้มีรูปแบบเป็นของตัวเองด้วย ดังนั้น ทัศนคติบางอย่างจึงเป็นเรื่องเฉพาะของแต่ละบุคคลแล้วแต่พัฒนาการและความเจริญเติบโตของคนๆนั้น
3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) การเลียนแบบผู้อื่น ทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้กล่าวคือ การมองคุณปฏิบัติอย่างไร แล้วเราก็จดจำเอามาปฏิบัติตาม เช่น การถ่ายทอดทัศนคติของคนบางคนมาจากการเลียนแบบบุคคลอื่นที่ตนเองให้ความสำคัญและรับเอาทัศนคตินั้นมาเป็นของตน เช่น พ่อ แม่ ครูและบุคคลอื่นๆ
4. องค์ประกอบสถาบัน (Institutional Factors) ได้แก่ วัด โรงเรียน ครอบครัว หน่วยงาน เป็นต้น สถาบันเหล่านี้เป็นแหล่งที่สนับสนุนให้คนเกิดทัศนคติบางอย่างขึ้น

เกิดการเรียนรู้วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมในสังคม หรือ อิทธิพลของกลุ่มสังคม กล่าวคือ คนย่อมมีทัศนคติคล้ายคลึงตามกลุ่มสังคมที่ตนอาศัยอยู่ตามสภาพแวดล้อม เช่น ทัศนคติต่อศาสนาและสถาบันต่างๆ

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2520) กล่าวว่าไว้ว่า ทัศนคติของบุคคลสามารถถูกเปลี่ยนแปลงได้หลายวิธี ได้แก่

1. การได้รับข่าวสารจากบุคคลหรือสื่อบุคคล ข่าวสารที่ได้รับจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในองค์ประกอบของทัศนคติทั้ง 3 คือ ความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมได้ ซึ่งถ้าส่วนหนึ่งส่วนใดเปลี่ยนส่วนอื่นก็มีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนตามไปด้วย

2. การได้รับประสบการณ์ตรง

3. การเปลี่ยนแปลงการรับรู้ของบุคคล ซึ่งเกิดจากองค์ประกอบหลายอย่าง เช่น อิทธิพลจากบุคคลอื่น การโฆษณาชวนเชื่อ

4. การเปลี่ยนแปลงภาวะอารมณ์เชิงใจในตัวบุคคล จะทำให้เกิดการรับรู้ของบุคคลที่มีต่อสถานการณ์หนึ่งๆเปลี่ยนแปลงไป

5. วิธีการอื่นๆ เช่น การบังคับให้บุคคลปฏิบัติบางสิ่งบางอย่าง

อย่างไรก็ตาม Rogers (1983) ได้กล่าวเกี่ยวกับการสื่อสารและการเปลี่ยนแปลงทัศนคติไว้ว่า การสื่อสารก่อให้เกิดผล 3 ประการคือ

1. ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ของผู้รับสาร

2. ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านทัศนคติของผู้รับสาร

3. ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมของผู้รับสาร

การเปลี่ยนแปลงทั้ง 3 ด้านนี้จะเกิดขึ้นในลักษณะต่อเนื่องกัน คือ เมื่อผู้รับสารได้รับข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ก็จะเกิดความรู้และเข้าใจเรื่องนั้นๆ และความรู้ความเข้าใจนี้จะทำให้เกิดทัศนคติเกี่ยวกับเรื่องนั้น และขั้นสุดท้ายก็จะก่อให้เกิดพฤติกรรมที่กระทำต่อเรื่องนั้นๆ ตามมา

จุมพล รอดคำดี (2532) ได้กล่าวไว้ว่า การเปลี่ยนแปลงทัศนคติตั้งสิ่งใดสิ่งหนึ่งของมนุษย์จะมีกระบวนการเปลี่ยนแปลงอยู่ 3 ระดับ คือ

1. การเปลี่ยนแปลงความคิด สิ่งที่ทำให้คนเกิดการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะมาจากข้อมูลข่าวสารใหม่ ซึ่งอาจมาจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลกลุ่มอื่น

2. การเปลี่ยนแปลงความรู้สึก การเปลี่ยนแปลงในระดับนี้จะมาจากประสบการณ์หรือความประทับใจหรือสิ่งที่ทำให้เกิดความสะเทือนใจ

3. การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เป็นการเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินชีวิตในสังคมซึ่งมีผลต่อบุคคล ทำให้ต้องปรับพฤติกรรมเดิมเสียใหม่

เกิดจากประสบการณ์ต่างๆที่บุคคลนั้นได้รับการปรับตัวของบุคคลเพื่อให้เข้ากับสังคม การเลียนแบบในสังคม สิ่งเหล่านี้รวมตัวกันและสร้างสมกลายเป็นแบบแผนของทัศนคติของแต่ละบุคคล การถ่ายทอดแบบอย่างของบุคคลอื่นมาเป็นของตน และการค้นพบสิ่งที่ตนต้องการการที่สภาพแวดล้อมต่างๆในสังคม มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ย่อมมีผลทำให้ทัศนคติของบุคคลเปลี่ยนแปลงหันเหตามสภาพการณ์ในสังคมได้บ้าง

## แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม (Practice)

สุพงศ์ โสธนะเสถียร (อ้างถึงในอรรถวรรณ ปีฉันทน์โอวาท ,2547) กล่าวว่า พฤติกรรมเป็นการกระทำหรือพฤติกรรมใดๆของคนเราส่วนใหญ่จะเป็นการแสดงออกของบุคคล โดยมีพื้นฐานมาจากความรู้ทัศนคติของบุคคลนั้น การที่บุคคลมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันก็เนื่องมาจาก การมีความรู้ตนเองได้รับ จึงก่อให้เกิดประสบการณ์ที่สั่งสมที่แตกต่างกัน อันมีผลกระทบต่อพฤติกรรมของบุคคล

## องค์ประกอบของพฤติกรรม

Combat (อ้างถึงใน เศษฐา พิทยาพิบูลพงศ์, 2546) ได้อธิบายถึงพฤติกรรมของบุคคลซึ่งเกิดขึ้นเพราะองค์ประกอบ 7 ประการ ดังต่อไปนี้

1. ความมุ่งหมาย (Goal) เป็นความต้องการหรือวัตถุประสงค์ที่ทำให้เกิดกิจกรรม คนเราต้องทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการที่เกิดขึ้น กิจกรรมบางอย่างก็ให้ความพอใจหรือสนองความต้องการได้ในทันทีแต่ความต้องการหรือวัตถุประสงค์บางอย่างก็ต้องใช้เวลานานจึงสามารถบรรลุความต้องการ คนเรามีความต้องการหลายอย่างในเวลาเดียวกันและมักจะต้องเลือกสนองความต้องการที่เร่งด่วนก่อนและสนองความต้องการที่ห่างออกไปภายหลัง
2. ความพร้อม (Readiness) หมายถึง ระดับวุฒิภาวะหรือความสามารถที่จำเป็นในการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ คนเราไม่สามารถสนองความต้องการให้ได้หมดทุกอย่าง ความต้องการบางอย่างอยู่นอกเหนือความสามารถ
3. สถานการณ์ (Situation) เป็นเหตุการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ
4. การแปลความหมาย (Interpretation) ก่อนที่คนเราจะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งลงไป จะต้องพิจารณาสถานการณ์เสียก่อน แล้วจึงตัดสินใจเลือกวิธีการที่คาดว่าจะให้ความพอใจมากที่สุด
5. การตอบสนอง (Response) เป็นการทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการ โดยวิธีการที่ได้เลือกแล้ว ในขั้นแปลความหมาย
6. ผลที่ได้รับหรือผลที่ตามมา (Consequence) เมื่อได้ทำกิจกรรมแล้วย่อมได้รับผลจากการกระทำนั้นผลที่ได้รับอาจตรงกันข้ามกับที่คิดไว้หรืออาจตรงกันข้ามกับความหมายก็ได้
7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง (Reaction to Thwarting) หากคนเราสามารถสนองความต้องการได้ก็กล่าวได้ว่าเขาประสบความสำเร็จ ในกรณีนี้อาจจะย้อนกลับไปแปลความหมายของสถานการณ์เสียใหม่และเลือกวิธีตอบสนองใหม่ก็ได้



## แนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ทัศนคติ และพฤติกรรม

Harry C.Triandis (อ้างถึงในสุรเชษฐ พิทยาพิบูลพงศ์, 2546) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมหรือการปฏิบัติของมนุษย์เป็นผลมาจากทัศนคติ (Attitude) บรรทัดฐานของสังคม (Norms) นิสัย (Habbits) และผลที่คาดว่าจะได้รับหลังจากทำพฤติกรรมนั้นแล้ว (Experience about Reinforcement) ดังนั้น ทั้งการปฏิบัติหรือพฤติกรรมที่แสดงออกที่สังเกตได้กับทัศนคติต่างก็มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน เป็นที่เชื่อกันว่าทัศนคติมีผลต่อการแสดงออกทางพฤติกรรมของบุคคล และในขณะเดียวกันการแสดงออกหรือปฏิบัติของบุคคล ก็มีผลต่อทัศนคติของบุคคลนั้นๆ ด้วย โดยทั่วไปแล้วเชื่อกันว่าทัศนคติมีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติ ถึงแม้ว่าการวิจัยส่วนมากจะไม่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์อย่างเด่นชัด หรือมีความสัมพันธ์กันเพียงเล็กน้อยก็ตาม

ประภาเพ็ญ สุวรรณ(2520) ได้สรุปว่าการปฏิบัติหรือพฤติกรรมเป็นผลมาจากการมีปฏิกริยาซึ่งกันและกันระหว่างทัศนคติ 2 ชนิด คือ ทัศนคติที่มีต่อสิ่งหนึ่งที่เกี่ยวข้อง ทัศนคติที่มีต่อการปฏิบัตินั้นโดยตรง (Object) และทัศนคติที่มีต่อสถานการณ์หรือสิ่งแวดล้อม (Situation) ที่จริงแล้วทัศนคติเป็นเพียงส่วนหนึ่ง ที่จะทำนายพฤติกรรมหรือการปฏิบัติต่างๆของบุคคล แต่ไม่ได้หมายความว่า เป็นสิ่งเดียวเท่านั้น เพราะยังอาจจะมียุทธปัจจัยประกอบอื่นๆเป็นปัจจัยอยู่ด้วย

ทัศนคติมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคล พฤติกรรมของบุคคลเป็นปฏิกริยากับสภาพแวดล้อม อาจจะสังเกตได้หรือไม่ได้ แต่สามารถวินิจฉัยได้ว่ามีหรือไม่มี โดยวิธีการหรือเครื่องมือทางจิตวิทยา พฤติกรรมที่มีส่วนสัมพันธ์กับทัศนคติ มีอยู่ 3 ส่วน คือ

1. พฤติกรรมด้านความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Domain) ซึ่งพฤติกรรมด้านนี้เกี่ยวข้องกับ การเรียนรู้ จดจำ ความคิด ข้อเท็จจริงต่างๆรวมทั้งการพัฒนาความสามารถ และทักษะทาง ปัญญาการใช้วิจารณญาณเพื่อประกอบการตัดสินใจ พฤติกรรมด้านความรู้ความเข้าใจ จะประกอบด้วยความสามารถระดับต่างๆ ซึ่งเริ่มจากความรู้ในระดับง่ายๆและเพิ่มการใช้ ความหมาย การคาดคะเน และความสามารถในการนำไปใช้ รวมทั้งความสามารถในการ วิเคราะห์และการสังเคราะห์ได้
2. พฤติกรรมด้านความรู้สึกหรืออารมณ์ (Affective Domain) นี้เป็นความสนใจ ความรู้สึก ทำที่ ความชอบ พฤติกรรมด้านนี้เกิดขึ้นภายใน ซึ่งต้องใช้เครื่องมือพิเศษในการวัดพฤติกรรม
3. การตอบสนอง (Response) เป็นการตอบสนองต่อสภาวะการณ์หรือสิ่งเร้าต่างๆ พฤติกรรม ในขั้นการตอบสนองจะมีลักษณะของความยินดี เต็มใจและพอใจที่จะตอบสนอง

ทัศนคติจึงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม เป็นสาเหตุของพฤติกรรมและผลของพฤติกรรม เพราะเวลาที่บุคคลแสดงพฤติกรรมตามความต้องการของเขา เขาจะได้รับประสบการณ์ที่ทำให้ เขาเกิดความคิด ความรู้สึกบางอย่างต่อการกระทำนั้นด้วย ทัศนคติจึงเป็นผลของพฤติกรรมที่มี

อิทธิพลในการกำหนดรูปแบบของพฤติกรรมที่บุคคลจะกระทำครั้งต่อไปด้วย (ปริยาพร วงศ์อนุตรโรจน์ , 2534)

นอกจากนี้ Nancy E.Schwartz (อ้างในโสภิตสุตมา มงคลเกษม, 2539) ได้กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมของมนุษย์ว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมในรูปแบบ 4 ประการ ดังนี้

1. ทักษะเป็นตัวกลางที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ และการปฏิบัติ ดังนั้น ความรู้มีความสัมพันธ์กับทักษะและมีผลต่อการปฏิบัติ
2. ความรู้และทักษะมีความสัมพันธ์กันและทำให้เกิดการปฏิบัติตามมา
3. ความรู้และทักษะต่างทำให้เกิดการปฏิบัติได้ โดยที่ความรู้และทักษะไม่จำเป็นต้องมีความสัมพันธ์กัน
4. ความรู้มีผลต่อการปฏิบัติทั้งทางตรงและทางอ้อม

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าผู้รับสารจะเกิดความรู้ และทักษะที่ดีต่อสิ่งที่เผยแพร่ นั้น แต่ในขั้นตอนการยอมรับและนำไปปฏิบัติ ผู้รับสารอาจจะไม่ปฏิบัติตามทัศนคติของตนเองเสมอไปทุกกรณีก็ได้ถึงแม้ว่าโดยส่วนใหญ่เมื่อบุคคลมีทัศนคติที่ดีอย่างไรแล้ว มักจะมีความโน้มเอียงที่จะปฏิบัติตามทัศนคติของตนก็ตาม ทั้งนี้เพราะในบางกรณีอาจเกิดช่องว่างระหว่างความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมได้ หรือ KAP-GAP ขึ้นได้ เช่น ผลของ Lapham และ Parker (1971) เกี่ยวกับการวางแผนการใช้สื่อเพื่อเผยแพร่การวางแผนครอบครัวในประเทศ ส่วนใหญ่มีทัศนคติในทางบวกต่อประมาณ ร้อยละ 70-90 แต่มีผู้มารับบริการวางแผนครอบครัวเพียงร้อยละ 8 เท่านั้น

ซึ่งในเรื่องช่องว่างของความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมนี้ Roger (1970) ได้เสนอวิธีการปิดช่องว่างไว้ 4 ประการ ดังนี้ คือ

1. การให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีปฏิบัติต่อสิ่งที่เผยแพร่ นั้นแก่กลุ่มเป้าหมายให้มากขึ้น ให้เกิดความรู้ความเข้าใจอย่างแท้จริงในการปฏิบัติ
2. การให้คำแนะนำในการปฏิบัติอย่างใกล้ชิด ซึ่งสามารถทำได้โดยใช้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมเข้าไปติดต่อกับสมาชิกที่ต้องการรับนวัตกรรม
3. การให้รางวัลแก่ผู้ที่ยอมรับนวัตกรรม หรือยอมรับปฏิบัติเพื่อเป็นการจูงใจสมาชิกคนอื่น ๆ ที่ยังไม่ยอมรับ
4. การใช้สื่อบุคคลในการโน้มน้าวใจโดยใช้เจ้าหน้าที่ส่งเสริม หรือผู้นำทางความคิดเข้าไปติดต่อกับสมาชิก หรือกลุ่มเพื่อนฝูง เพื่อโน้มน้าวใจสมาชิกให้เกิดการยอมรับปฏิบัติอีกทางหนึ่ง

การเข้าใจถึงกระบวนการที่จะส่งผลกระทบต่อผลลัพธ์ที่ต้องการให้เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน ซึ่งในที่นี้หมายถึงกระบวนการภายในจิตใจของผู้รับสาร คือ ชาวบ้าน นั้นจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการกำหนดกลยุทธ์และแผนในการดำเนินกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งมีผลลัพธ์ที่ปรารถนา คือ ทักษะที่ดีและพฤติกรรมที่ยอมรับซึ่งในที่นี้หมายถึง การที่ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ที่องค์กรจัดขึ้น ไม่ว่าจะมาในรูปแบบของการลงแรง ออกทุน หรือ เข้าร่วมรับผลประโยชน์เพียงประการเดียว การศึกษากระบวนการที่เกิดขึ้นในจิตใจของชาวบ้าน เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการกำหนดการสื่อสารเพื่อสร้างการยอมรับให้เกิดขึ้นต่อไป

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

**กรณีการ อัครเดช และคณะ(2547)** ศึกษาเรื่อง การสำรวจความคิดเห็นและทัศนคติของชุมชน ต.ห้วยเขย่ง อ.ทองผาภูมิ จ.กาญจนบุรี ที่มีต่อโครงการอนุรักษ์และฟื้นฟูพื้นที่ป่า 30,000 ไร่ โดยการศึกษาจากการสำรวจความคิดเห็นของชาวบ้านในพื้นที่และการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น เจ้าหน้าที่ บุคคลจากภาครัฐที่ทำงานเกี่ยวข้องและผู้นำทางความคิด เป็นต้น ผลการศึกษา พบว่า ความคิดเห็นและทัศนคติของประชาชนและผู้นำความคิดมีความสอดคล้องกัน คือ มีภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น ความรู้สึกจากเดิมที่รู้สึกต่อต้านและไม่ชื่นชอบ การเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ ในโครงการพบว่า ใช้สื่อหลายช่องทาง ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อบุคคลที่เป็นทั้งเจ้าหน้าที่ ปตท. และผู้นำทางความคิด ข่าวสารแพร่กระจายทั่วถึงไปสู่ชาวบ้าน ทำให้ชาวบ้านรับทราบกิจกรรมต่างๆ ของ ปตท. และทำให้ภาพลักษณ์ของปตท. ดีขึ้นในสายตาชุมชน

**กิตติมา กมลพันธุ์ฤกษ์ (2538)** ศึกษาเรื่อง การประชาสัมพันธ์ของเครือซีเมนต์ไทย เป็นงานวิจัยที่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความรู้และทัศนคติของกลุ่มอาจารย์และนักศึกษาสาขาวิทยาศาสตร์ เจ้าหน้าที่ของเครือซีเมนต์ไทยและชุมชนที่มีต่อเครือซีเมนต์ไทย ตลอดจนวิเคราะห์ถึงผลการประชาสัมพันธ์ด้านชุมชนสัมพันธ์ การศึกษาพบว่า กลุ่มประชาชนรอบโรงงานมีความรู้เกี่ยวกับเครือซีเมนต์ไทยในระดับปานกลางแต่มีทัศนคติที่ดี มีความเชื่อศรัทธาในสินค้าและบริการ ผลการดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์ของเครือซีเมนต์ไทยในปี 2537 ประสบผลสำเร็จค่อนข้างมากทั้งในแง่ความรู้เกี่ยวกับองค์กร และภาพลักษณ์ขององค์กรในสายตาของชุมชนรอบโรงงาน เป็นผลมาจากการให้ความสำคัญกับงานชุมชนสัมพันธ์ กิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อชุมชน อาทิ กิจกรรมทางศาสนา สาธารณสุข สาธารณประโยชน์ และกิจกรรมพิเศษต่างๆ เช่น การจัดนำชมโรงงาน อบรมการใช้ถนอม การจัดกีฬาสัมพันธ์ เป็นต้น

**พิทักษ์ ชุมงคล (2549)** ศึกษาเรื่องกลยุทธ์และผลสัมฤทธิ์การสร้างชุมชนสัมพันธ์ของโรงไฟฟ้าราชบุรี เป็นงานวิจัยที่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์การสร้างชุมชนสัมพันธ์ของโรงไฟฟ้าราชบุรี ตลอดจนวิเคราะห์ผลของการสร้างชุมชนสัมพันธ์ ผลการศึกษาพบว่า โรงไฟฟ้าราชบุรีใช้กลยุทธ์ในการดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์อย่างเป็นขั้นตอน มีการนำกลยุทธ์ 2 ประเภท มาใช้เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน คือ กลยุทธ์การใช้สื่อ และ กลยุทธ์การดำเนินกิจกรรมสาธารณะ ส่วนผลการดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์นั้นทำให้ชุมชนมีทัศนคติที่ดีต่อโรงไฟฟ้า โดยเป็นผลมาจากกิจกรรมในโครงการโรงไฟฟ้าราชบุรีพัฒนา เช่น การพัฒนาแบบมีส่วนร่วม เปิดเป็นพื้นที่สาธารณะในการรับฟังความคิดเห็นและความต้องการของชุมชน การพัฒนาและจ้างแรงงานในพื้นที่ รวมถึงการกิจกรรมตามโอกาส ซึ่งทัศนคติที่ดีของชุมชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการยอมรับโรงไฟฟ้า

**เบญจวรรณ ชี้อัตย์ (2549)** ศึกษาเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับภาพลักษณ์และชื่อเสียงของตราสินค้ากลยุทธ์ฮอนด้า มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของตราสินค้าฮอนด้า ในมุมมองของผู้บริโภค ซึ่งเป็นผลมาจากการทำกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของตราสินค้าฮอนด้า ผลการวิจัยพบว่า ฮอนด้าได้ดำเนินธุรกิจขององค์กรด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและการเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยพัฒนาสังคมในด้านต่างๆอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สังคมและคนในชุมชนมีความเป็นอยู่ที่ดี ทำให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ภาพลักษณ์ที่ดี จึงเป็นสิ่งที่ช่วยเพิ่มคุณค่าให้องค์กร อันจะนำไปสู่การเป็นบริษัทที่สังคมให้การยอมรับอย่างต่อเนื่อง และเป็นองค์การที่สังคมต้องการให้ดำรงอยู่

**วรทัย ราวิณีจ (2549)** ศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพของการใช้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมในการสร้างภาพลักษณ์ของบริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการนำแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมไปประยุกต์ใช้ในการสร้างภาพลักษณ์ของบริษัท ตลอดจนประสิทธิภาพของการสร้างภาพลักษณ์โดยการใช้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม ผลการวิจัย พบว่า การทำโครงการและกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด แบ่งออกได้ 2 มิติ คือ ความรับผิดชอบต่อสังคมภายในองค์กร และความรับผิดชอบต่อสังคมภายนอกองค์กร และในส่วนผลของการสร้างภาพลักษณ์ชี้ว่า การรับรู้ภาพลักษณ์ที่ดีมีความสัมพันธ์กับการยอมรับบริษัทของผู้บริโภค ด้วยการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของ บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด

สุรพล กาญจนะจิตรา (2521) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “การมีส่วนร่วมของคนไทยในชนบท” พบว่า การที่ชาวชนบทเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ เป็นเพราะมีลักษณะนิสัยของคนใน 2 สิ่ง คือ ความเกรงใจ และ กำลังใจ กล่าวคือ ชาวชนบทเมื่อได้รับการร้องขอจากผู้ที่เขาเคารพนับถือ เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ให้ไปร่วมกิจกรรมของชุมชนเขาจะมีความรู้สึกเกรงใจทำให้ต้องเข้าไปมีส่วนร่วม ถึงแม้ว่าเขาจะไม่มี ความสนใจหรือมองไม่เห็นประโยชน์ของการมีส่วนร่วมนั้นก็ตาม ถ้าหากกิจกรรมของชุมชนมีข้าราชการไปปรากฏตัวอยู่ด้วยก็เกิดมีกำลังใจในการทำงาน และอยากจะทำร่วมในกิจกรรมนั้นๆ ด้วย

**Rebecca Atienza (1970)** “Socio-Economic Status and Social Participation of Rural Heads in Community Activities” พบว่า ปัจจัยที่เป็นตัวนำประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมนั้น ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการเป็นสมาชิกกลุ่ม การมีส่วนร่วมในการประชุม การมีส่วนร่วมในการจัดหาวัสดุอุปกรณ์ การมีส่วนร่วมเป็นกรรมการ รวมทั้งการมีส่วนร่วมในการออกเสียงเลือกตั้ง

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การใช้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ จ.ลำปาง” ในครั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งระเบียบวิธีวิจัยออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) และการศึกษาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากเอกสาร บทความและการวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง ส่วนที่ 2 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ด้วยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 400 ชุด เพื่อสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่สามารถเป็นตัวแทนของประชากรที่ต้องการศึกษาได้ และใช้การสัมภาษณ์แบบจัดกลุ่มสนทนา (Focus group Interview) ผู้นำความคิดเห็นในชุมชน เพื่อความสอดคล้องกันของการรับรู้ทัศนคติและการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ

#### ส่วนที่ 1 การศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การใช้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ จ.ลำปาง”

การวิจัยในส่วนที่ 1 นี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ทั้งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) บุคคลที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ นำมาประกอบกับการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร (Document Analysis) โดยอาศัยข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากเอกสารต่างๆและผลการศึกษาในส่วนนี้จะถูกนำมาใช้ในการกำหนดแบบสอบถามเพื่อสำรวจการรับรู้กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ทัศนคติและการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะของชุมชนต่อไป โดยมีรายละเอียดของการศึกษาส่วนที่ 1 ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาวิจัย
2. การเก็บรวบรวมข้อมูล
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. ขั้นตอนในการดำเนินงานวิจัย
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

## 1. แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ประกอบด้วย

### • แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล

ซึ่งเป็นข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) กลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ. แม่เมาะ โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม รวม 7 คน ดังนี้

- กลุ่มบุคลากรบริหารหรือเทียบเท่า ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการกำหนดแนวทางและแผนงานกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม รวมทั้งสิ้น 2 คน ได้แก่
  1. นายนำพล โพธิวงศ์ หัวหน้าประชาสัมพันธ์เหมืองแม่เมาะ
  2. นายพัฒนา ไชยมงคล หัวหน้าหน่วยชุมชนสัมพันธ์โครงการพัฒนาชุมชน กฟผ.แม่เมาะ
- กลุ่มเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม จำนวน 5 คน ได้แก่
  1. นายประกอบ ประระมะ หัวหน้าหมวดองค์กรสัมพันธ์
  2. นายประยูรรัตน์ ประธานราษฎร์ หัวหน้าหมวดสนับสนุนงานสาธารณูปโภคชุมชน
  3. นายเลอศักดิ์ เลอเปี้ย หัวหน้าหมวดส่งเสริมอาชีพชุมชน
  4. นางประภาพรณ พูลทวี หัวหน้าหมวดส่งเสริมกิจกรรมชุมชน
  5. นายชาติชาย จิวบาง ส่วนกลาง หน่วยชุมชนสัมพันธ์

โดยผู้ให้ข้อมูลในส่วนนี้ถือเป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Information) คัดเลือกโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

### • แหล่งข้อมูลประเภทเอกสารต่างๆ

ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการศึกษาค้นคว้าข้อมูลประเภทเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ เช่น วารสาร รายงานประจำปี ตัวอย่างสื่อ เอกสารเผยแพร่ ข่าวหนังสือพิมพ์ ตลอดจนตำราทางวิชาการ บทความและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

## 1. การเก็บรวบรวมข้อมูล

### • ข้อมูลจากบุคคล

ในการเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลประเภทบุคคลนี้ ผู้วิจัยจะรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) โดยใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อเป็นแนวทางในการสัมภาษณ์และกำหนดประเด็นที่ต้องการ ซึ่งผู้วิจัยได้ให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ได้อ่านประเด็นการสัมภาษณ์ก่อนมีการสัมภาษณ์จริง โดยผู้วิจัยเป็นผู้สัมภาษณ์ด้วยตนเอง และ

ในขณะที่มีการสัมภาษณ์ได้มีการบันทึกเสียงการสัมภาษณ์ไว้ เพื่อใช้อ้างอิงและเพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วนสมบูรณ์ตามที่ต้องการศึกษา

#### • ข้อมูลจากเอกสาร

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของกฟผ. แม่เมาะ และแยกเป็นประเด็นเป็นหัวข้อ เพื่อนำมาใช้ประกอบกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ประเด็นที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร ได้แก่

- (1) การดำเนินงานของเหมืองแม่เมาะ
- (2) ผลกระทบจากการดำเนินงานของเหมืองแม่เมาะต่อการดำเนินชีวิตและสิ่งแวดล้อมในชุมชน
- (3) ลักษณะทางประชากรของประชาชนในเขตพื้นที่ 5 ตำบลรอบ กฟผ.แม่เมาะ
- (4) กลยุทธ์การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในส่วนที่ 1 นี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อความครบถ้วนสมบูรณ์ในการดำเนินงานวิจัย จึงจำเป็นต้องมีเครื่องมือช่วยในการวิจัย ซึ่งประกอบไปด้วย

### 2.1 แบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก

ซึ่งผู้วิจัยใช้เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ โดยมีประเด็นคำถามที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย แบบสัมภาษณ์ดังกล่าวนี้สร้างขึ้นจากกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยในครั้งนี้ โดยมีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Question) แบบเจาะลึก เพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์มีโอกาสพูดคุยและตอบคำถามได้อย่างละเอียด ตรงกับความเป็นจริงและเกิดความยืดหยุ่นในการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นคำถามหลักไว้ ดังนี้

- ประเด็นคำถามหลักสำหรับบุคลากรระดับบริหารหรือเทียบเท่า ได้แก่
  - แนวนโยบายในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม
  - วัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม
  - วิธีการในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม
  - ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม
  - ความสำคัญของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม



- ประเด็นคำถามหลักสำหรับผู้ปฏิบัติงาน ได้แก่
  - กระบวนการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม
  - กลยุทธ์การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม
  - ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

## 2.2 ประเด็นที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร

ซึ่งผู้วิจัยใช้เป็นแนวทางในการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วนตามที่ต้องการศึกษา โดยได้กำหนดประเด็นตามปัญหาคำถามและวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งประกอบไปด้วย 4 ประเด็นหลัก ดังนี้

- (1) การดำเนินงานของเหมืองแม่เมาะ
- (2) ผลกระทบจากการดำเนินงานของเหมืองแม่เมาะต่อการดำเนินชีวิตและสิ่งแวดล้อมในชุมชน
- (3) ลักษณะทางประชากรของประชาชนในเขตพื้นที่ 5 ตำบลรอบ กฟผ.แม่เมาะ
- (4) กลยุทธ์การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ

## 2.3 เครื่องมือบันทึกเสียง

## 2.4 กล้องถ่ายภาพ

## 2.5 สมุดบันทึก

## 3. ขั้นตอนในการดำเนินงานวิจัย

วิธีการดำเนินงานวิจัยในส่วนที่ 1 นี้เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลในเชิงคุณภาพ เพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีขั้นตอน ดังนี้

1. เก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆจากแหล่งข้อมูลประเภทเอกสารที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ ประกอบด้วย วารสาร รายงานประจำปี ตัวอย่างสื่อ เอกสารเผยแพร่ ข่าวหนังสือพิมพ์ ตลอดจนตำรา วิชาการ บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น
2. เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลประเภทบุคคลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก กลุ่มบุคลากรระดับบริหารหรือเทียบเท่า และผู้ปฏิบัติงานกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ โดยใช้แบบสัมภาษณ์ที่เตรียมไว้ พร้อมทั้งจดบันทึกและบันทึกเสียงสัมภาษณ์ โดยมีขั้นตอน ดังนี้

ติดต่อกับเจ้าหน้าที่ของเหมืองแม่เมาะ เพื่อขอความอนุเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม รวมทั้งประสานขอรายชื่อ เบอร์โทรศัพท์ บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่จะศึกษา

ติดต่อบุคลากรที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความคุ้นเคยในเบื้องต้น และเดินทางไปเสนอโครงร่างงานวิจัยกับบุคลากรที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความเข้าใจในวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ตลอดจนนัดหมายวันเวลาและสถานที่ในการสัมภาษณ์

จัดเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นต้องใช้ในการสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วน สมบูรณ์ตามที่ต้องการศึกษา

เข้าพบบุคลากรที่เกี่ยวข้องด้วยตนเอง และสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูล จำนวน 4 ครั้ง คือ

- 1) วันที่ 16 ตุลาคม 2552 เก็บข้อมูลภาพรวมและการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมกับบุคลากรฝ่ายประชาสัมพันธ์ของเหมืองแม่เมาะ
- 2) วันที่ 5 พฤศจิกายน 2552 เก็บข้อมูลแผนนโยบายและวิธีการดำเนินโครงการพัฒนาชุมชน กฟผ.แม่เมาะ กับบุคลากรของโครงการพัฒนาชุมชน กฟผ.แม่เมาะ
- 3) วันที่ 10 พฤศจิกายน 2552 เก็บข้อมูลการดำเนินกิจกรรมในส่วนที่เป็นความรับผิดชอบต่อของหมวดสนับสนุนงานสาธารณูปโภคชุมชน, หมวดส่งเสริมอาชีพชุมชน และ หมวดส่งเสริมกิจกรรมชุมชน
- 4) วันที่ 20 พฤศจิกายน 2552 เก็บข้อมูลการดำเนินกิจกรรมในส่วนที่เป็นความรับผิดชอบต่อของหมวดองค์กรสัมพันธ์

โดยในการสัมภาษณ์นั้น ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการสัมภาษณ์ และยึดหยุ่นประเด็นคำถามตามสถานการณ์ในการสัมภาษณ์

ผู้วิจัยทำการถอดเทปบันทึกเสียงภายหลังการให้สัมภาษณ์ และเรียบเรียงเป็นลายลักษณ์อักษร

- 3 ผู้วิจัยนำข้อมูลและรายละเอียดที่ได้รับภายหลังการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องทั้งหมด มาสรุปวิเคราะห์ผลอย่างละเอียด ประกอบกับข้อมูลจากแหล่งข้อมูลประเภทเอกสารที่ได้รวบรวมไว้ เพื่อให้ผลการวิจัยมีความชัดเจนครบถ้วน สามารถตอบปัญหาของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้

#### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

เนื่องจากการศึกษาวิจัยในส่วนที่ 1 นี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำเสนอข้อมูลโดยใช้วิธีการพรรณนาเชิงวิเคราะห์เนื้อหา (Descriptive Analysis) เพื่อบรรยายถึงกลยุทธ์การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ โดยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แหล่งข้อมูลประเภทบุคคลมาประมวลรวมกับข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร รวมทั้งการศึกษาเปรียบเทียบกับหลักการและทฤษฎีต่างๆตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาวิเคราะห์และนำเสนอไปพร้อมๆกัน

#### ส่วนที่ 2 การศึกษา “การรับรู้ ทัศนคติ และการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะของชุมชน”

การวิจัยในส่วนที่ 2 นี้ใช้การวิจัย 2 ประเภท คือ การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์แบบจัดกลุ่มสนทนา (Focus group Interview) ผู้นำทางความคิดของชุมชน และการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการวัดตัวแปรเพียงครั้งเดียว (One-shot Descriptive Study) โดยผู้วิจัยได้สำรวจเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสาร ทัศนคติและการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะจากประชาชนในชุมชน โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการสำรวจ เพื่อนำผลการวิจัยทั้ง 2 ส่วน มาวิเคราะห์เปรียบเทียบถึง การรับรู้ ทัศนคติ และการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะของชุมชนว่ามีความสอดคล้องกันหรือไม่ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ในงานวิจัย
2. กลุ่มตัวอย่าง
3. วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
4. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย
5. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
6. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ
7. การเก็บรวบรวมข้อมูล
8. การวิเคราะห์ข้อมูล

### 1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การสัมภาษณ์แบบจัดกลุ่มสนทนา (Focus group Interview) ผู้นำความคิดในชุมชน คัดเลือกโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ทั้งหมด 5 คน ได้แก่

- |               |           |                           |
|---------------|-----------|---------------------------|
| 1. นายมนตรี   | จาคำมา    | ตำแหน่ง กำนันตำบลนาสัก    |
| 2. นายเสาร์คำ | ปิงยอม    | ตำแหน่ง กำนันตำบลจางเหนือ |
| 3. นายสุขเกษม | สุรียา    | ตำแหน่ง กำนันตำบลสบป่าด   |
| 4. นายอดุลย์  | วงศ์นันทา | ตำแหน่ง กำนันตำบลแม่เมาะ  |
| 5. นายบุญทอง  | ใจมา      | ตำแหน่ง กำนันตำบลบ้านดง   |



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 2 จำนวนประชากรในพื้นที่เป้าหมาย

	ตำบล	อำเภอ	จำนวนประชากร (คน)
1	บ้านดง	แม่เมาะ	4,675
2	นาสัก	แม่เมาะ	6,569
3	จางเหนือ	แม่เมาะ	5,294
4	แม่เมาะ	แม่เมาะ	16,448
5	สบป่าด	แม่เมาะ	5,293
รวม			38,279

ที่มา : จากรายงานสถิติจำนวนประชากรของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ณ เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2551 ที่รวบรวมโดยกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย

## 6. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บุคคลที่สุ่มจากประชากรที่มีครัวเรือนอาศัยอยู่ในพื้นที่เป้าหมายในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมจากสูตร ดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2537)

$$n = \frac{N}{(1 + Ne^2)}$$

เมื่อ  $n$  = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง  
 $N$  = ขนาดของประชากร  
 $e$  = ความน่าจะเป็นของความผิดพลาดที่ยอมรับให้เกิดได้ในที่นี้ ใช้ 5 %  
 ดังนั้น  $e = 0.05$

หรือเมื่อแทนค่าในสูตร

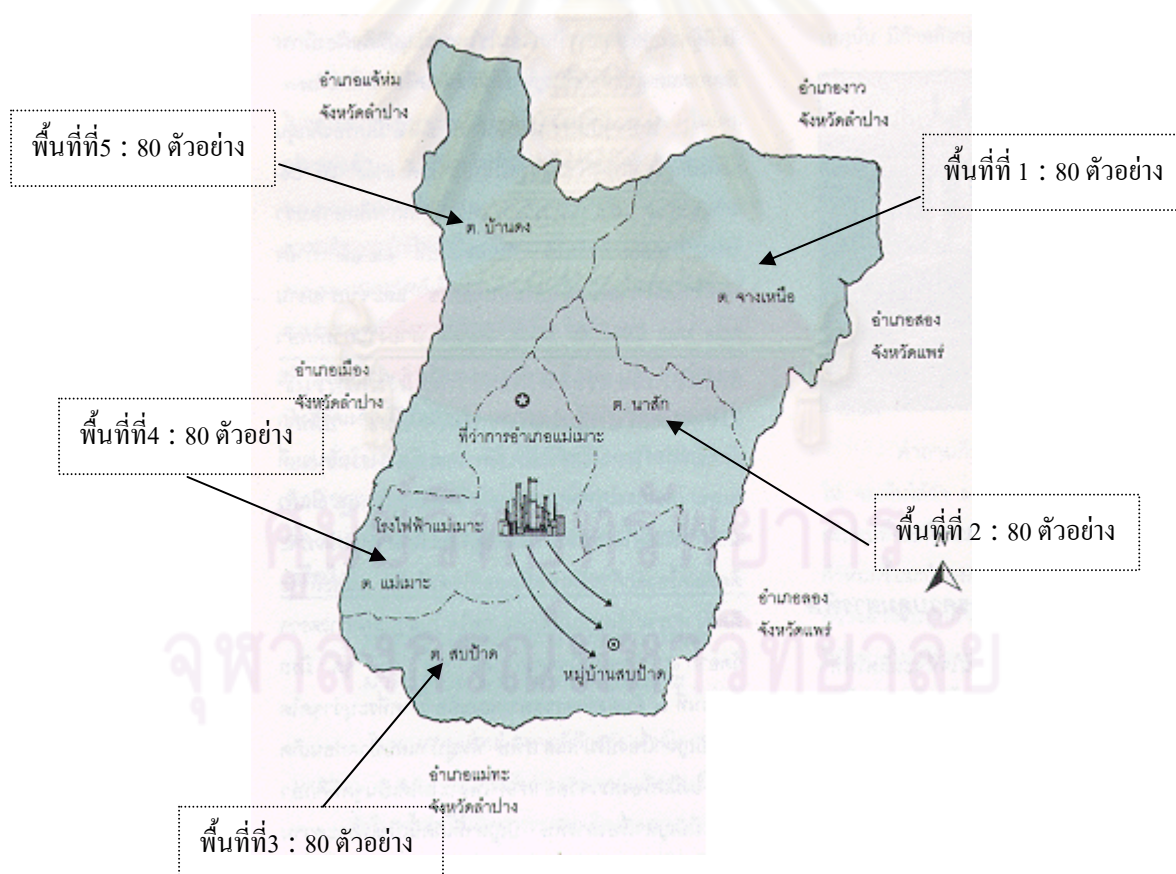
$$\begin{aligned} n &= \frac{38,279}{1 + 38,279 (0.05)^2} \\ &= \frac{38,279}{95.7} \\ &= 399.98 \end{aligned}$$

ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน

## 7. วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อมาตอบแบบสอบถามนั้น ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ไว้ไม่ต่ำกว่า 400 คน ด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) ซึ่งมีขั้นตอน ดังนี้

- 1) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างในเขตพื้นที่ 5 ตำบล ซึ่งเป็นพื้นที่เป้าหมายในการดำเนินกิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม
- 2) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างและเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดสัดส่วนเท่าๆกันในแต่ละตำบล โดยเก็บตัวอย่างตำบลละ  $400/5 = 80$  ตัวอย่าง ดังนั้นผลการคำนวณ มีขนาดของกลุ่มตัวอย่างตำบลละ 80 ตัวอย่าง
- 3) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accident Sampling) ตามจำนวนตัวอย่างที่กำหนดไว้ในแต่ละตำบลจนได้ครบตามจำนวน



ภาพที่ 6 พื้นที่ในการเก็บข้อมูล

## 8. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

มี 3 ตัวแปรหลัก คือ

- 1) การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ
- 2) ทักษะการตัดสินใจที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะ
- 3) การยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ

เมื่อแยกพิจารณาตามสมมติฐานของการวิจัยจะเป็น ดังนี้

**สมมติฐานที่ 1** การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่ชุมชนมีต่อ กฟผ.แม่เมาะ

ตัวแปรอิสระ การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ

ตัวแปรตาม ทักษะการตัดสินใจที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะ

**สมมติฐานที่ 2** การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะมีความสัมพันธ์กับการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ

ตัวแปรอิสระ การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ

ตัวแปรตาม การยอมรับ กฟผ.แม่เมาะของชุมชน

**สมมติฐานที่ 3** ทักษะการตัดสินใจที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะ มีความสัมพันธ์กับการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ

ตัวแปรอิสระ ทักษะการตัดสินใจที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะ

ตัวแปรตาม การยอมรับ กฟผ.แม่เมาะของชุมชน

## 9. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในส่วนที่ 2 นี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เลือกมาศึกษา ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นเองจากข้อมูลการค้นคว้าวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และงานวิจัยที่ใกล้เคียงที่มีผู้วิจัยมาก่อนหน้านี้ โดยในแบบสอบถามประกอบด้วยคำถามปลายปิด (Close-ended Question) และคำถามปลายเปิด (Opened-ended Question) โดยแบ่งคำถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้



**ส่วนที่ 1**      คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้  
ของผู้ตอบแบบสอบถาม

**ส่วนที่ 2**      คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อ  
สังคมของ กฟผ.แม่เมาะ ประกอบไปด้วยคำถามเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสาร  
เกี่ยวกับ กฟผ.แม่เมาะจากสื่อต่างๆ ความถี่ในการรับรู้ข่าวสาร และความคิดเห็น  
ต่อการเผยแพร่ข่าวสารของ กฟผ.แม่เมาะ โดยใช้คำถามแบบประเมินค่าระดับ  
ของตัวแปร 6 ระดับ

#### เกณฑ์การให้คะแนน

คำตอบ	คะแนน
บ่อยมาก	5
บ่อย	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยมาก	1
ไม่เคยเลย	0

#### การแปลผล

ระดับคะแนนเฉลี่ย	ผล
4.51-5.00	มีการรับรู้ข่าวสารในระดับสูงมาก
3.51-4.50	มีการรับรู้ข่าวสารในระดับสูง
2.51-3.50	มีการรับรู้ข่าวสารในระดับปานกลาง
1.50-2.50	มีการรับรู้ข่าวสารในระดับต่ำ
ต่ำกว่า 1.50	มีการรับรู้ข่าวสารในระดับต่ำมาก

**ส่วนที่ 3** คำถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะเป็นการศึกษาถึงทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะ โดยใช้คำถามแบบประเมินค่าระดับของตัวแปร 5 ระดับ

**เกณฑ์การให้คะแนน**

คำตอบ	คะแนน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5
เห็นด้วย	4
ไม่แน่ใจ	3
ไม่เห็นด้วย	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1

**การแปลผล**

ระดับคะแนนเฉลี่ย	ผล
4.51-5.00	มีทัศนคติที่ดีมากต่อ กฟผ.แม่เมาะ
3.51-4.50	มีทัศนคติที่ดีต่อ กฟผ.แม่เมาะ
2.51-3.50	มีทัศนคติที่เป็นกลางต่อ กฟผ.แม่เมาะ
1.50-2.50	มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อ กฟผ.แม่เมาะ
ต่ำกว่า 1.50	มีทัศนคติที่ไม่ดีมากต่อ กฟผ.แม่เมาะ

**ส่วนที่ 4** คำถามเกี่ยวกับการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ เป็นการศึกษาการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะของกลุ่มตัวอย่าง และความคิดเห็นที่มีต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ พิจารณาจากการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆโดยใช้คำถามแบบประเมินค่าระดับของตัวแปร 6 ระดับ

## เกณฑ์การให้คะแนน

คำตอบ	คะแนน
บ่อยมาก	5
บ่อย	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยมาก	1
ไม่เคยเลย	0

## การแปลผล

ระดับคะแนนเฉลี่ย	ผล
4.51-5.00	มีการยอมรับในระดับสูงมาก
3.51-4.50	มีการยอมรับในระดับสูง
2.51-3.50	มีการยอมรับในระดับปานกลาง
1.50-2.50	มีการยอมรับในระดับต่ำ
ต่ำกว่า 1.50	มีการยอมรับในระดับต่ำมาก

เกณฑ์การจัดระดับค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในการวิจัย ซึ่งมีค่าตั้งแต่ 0.00-1.00 ตามระดับค่าความสัมพันธ์ ดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2537)

ระดับความสัมพันธ์	ผลความสัมพันธ์
0.00 – 0.20	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก
0.21 – 0.40	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ
0.41 – 0.60	มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง
0.61 – 0.70	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง
มากกว่า 0.80	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก

## 10. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ

การศึกษาวิจัยใน ส่วนที่ 2 นี้ ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม ดังนี้

1. นำแบบสอบถามไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาและคณะกรรมการวิทยานิพนธ์ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของการใช้ภาษา (Wording) เพื่อนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้เหมาะสม ก่อนนำไปเก็บข้อมูล
2. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดสอบใช้จริงกับผู้ตอบแบบสอบถาม และนำข้อมูลที่ได้ไปหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น (Reliability Coefficient Alpha) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์ของครอนบาช (Cronbach's Coefficient Alpha)

ผลที่ได้จากการคำนวณค่าความเชื่อถือได้ (Reliability Coefficient) ของแบบสอบถาม เป็นดังนี้

- ค่าความเชื่อถือได้ในส่วนการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ = **0.87**
- ค่าความเชื่อถือได้ในส่วนทัศนคติที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะ = **0.84**
- ค่าความเชื่อถือได้ในส่วนการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ = **0.78**

ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่มีความเชื่อถือได้

## 11. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในส่วนของแบบสอบถามนี้ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยมีขั้นตอนดังนี้

### 11.1 การเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในพื้นที่เป้าหมาย โดยขอความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่างให้สละเวลาตอบแบบสอบถาม

### 11.2 กรรมวิธีข้อมูล

- 1) ตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของแบบสอบถาม และคัดเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ สามารถนำไปวิเคราะห์ข้อมูลได้ 400 ชุด
- 2) นำแบบสอบถามที่คัดเลือก มากำหนดรหัส ถอดรหัสและเขียนรหัสลงในแบบสอบถาม
- 3) นำไปบันทึกเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์ และประมวลผลโดยใช้โปรแกรมทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for the Social Sciences : SPSS)

- 4) แปลความหมายข้อมูลที่ได้ประมวลผลเรียบร้อยแล้ว เพื่อจัดทำรายงานผลการวิจัยต่อไป

## 12. การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ตรวจสอบข้อมูลลงรหัสแล้วนำมาประมวลผลด้วยโปรแกรมทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for the Social Sciences: SPSS) เพื่อคำนวณค่าสถิติต่างๆที่ใช้ในการวิจัย จากนั้นจึงจัดทำตารางวิเคราะห์ข้อมูลแปลความหมายที่ได้จากการประมวล ทำรายงานการวิจัยและสรุปผลการวิจัยโดยมีการแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติออกเป็น 2 ประเภท

1. วิเคราะห์เบื้องต้นโดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางเพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างดังต่อไปนี้
  - ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง
  - การรับรู้ข่าวสารงานกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ ของกลุ่มตัวอย่าง
  - ทักษะคิดของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะ
  - การยอมรับ กฟผ.แม่เมาะของกลุ่มตัวอย่าง
2. วิเคราะห์เบื้องต้นโดยใช้สถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) โดยใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคู่ต่างๆ
3. นำผลการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มาเปรียบเทียบกับผลการสัมภาษณ์แบบการจัดกลุ่มสนทนา (Focus group Interview) ผู้นำความคิดในชุมชน ว่ามีการรับรู้ ทักษะคิด และการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ สอดคล้องกันหรือไม่

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การใช้แนวความคิดความรับผิดชอบต่อสังคม ของ กฟผ.แม่เมาะ ในครั้งนี้ผู้วิจัยแบ่งการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่เป็นการศึกษากลยุทธ์ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ของ กฟผ.แม่เมาะ และส่วนที่เป็นการศึกษาถึงการรับรู้ข่าวสาร ทักษะคิดและการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอเสนอผลการวิจัยให้สอดคล้องกับระเบียบวิธีวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอผลการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Research) บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยแบ่งเป็นกลุ่มบุคลากรระดับบริหารหรือเทียบเท่าจำนวน 2 คนและกลุ่มเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติงานกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม จำนวน 5 คน รวมทั้งสิ้น 7 คน ประกอบกับข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้อง (Document analysis) เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ

**ส่วนที่ 2** เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาถึงการรับรู้ข่าวสาร ทักษะคิดและการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ โดยการวิจัยเชิงคุณภาพนั้น ใช้การสัมภาษณ์แบบจัดกลุ่มสนทนา (Focus group Interview) ผู้นำความคิดในชุมชน ทั้ง 5 ตำบล และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการสำรวจการรับรู้ข่าวสาร ทักษะคิดและการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ ซึ่งเก็บข้อมูลจากตัวแทนประชากรจำนวน 400 ตัวอย่างที่มีครัวเรือนอาศัยอยู่ในพื้นที่ตั้งโดยรอบ กฟผ.แม่เมาะครอบคลุมพื้นที่ 42 หมู่บ้าน 5 ตำบล จากนั้นนำผลการวิจัยทั้ง 2 ส่วน มาวิเคราะห์เปรียบเทียบถึง การรับรู้ ทักษะคิด และการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ ของชุมชนว่ามีความสอดคล้องกันหรือไม่

## ส่วนที่ 1 ผลการวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ. แม่เมาะ จ.ลำปาง”

ในการนำเสนอผลการวิจัยในส่วนที่ 1 ผู้วิจัยแบ่งประเด็นในการนำเสนอออกเป็น 3 ประเด็นดังต่อไปนี้

1. ความเป็นมาและการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ. แม่เมาะ
2. ขั้นตอนการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ. แม่เมาะ
  - 2.1 การศึกษาหาข้อมูล
  - 2.2 การวางแผน
  - 2.3 การสื่อสาร
  - 2.4 การประเมินผล
  - 2.5 ปัญหาและอุปสรรค
3. กลยุทธ์ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ. แม่เมาะ
  - 3.1 กลยุทธ์การใช้สื่อ
    - (1) กลยุทธ์การใช้สื่อผสมผสาน
    - (2) กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายสื่อบุคคล
    - (3) กลยุทธ์การขยายกลุ่มเป้าหมาย
  - 3.2 กลยุทธ์การดำเนินชุมชนสัมพันธ์
    - (1) กลยุทธ์ค้นหาความต้องการ
    - (2) กลยุทธ์การจัดหน่วยงานลงพื้นที่
    - (3) กลยุทธ์การสื่อสารหลายระดับ
    - (4) กลยุทธ์เข้าเป็นส่วนหนึ่งในชุมชน
    - (5) กลยุทธ์ความตั้งใจและความโปร่งใส
    - (6) กลยุทธ์การพัฒนาแบบมีส่วนร่วม
    - (7) กลยุทธ์การสื่อสารแนวราบ
    - (8) กลยุทธ์สร้างองค์กรพันธมิตรในพื้นที่
    - (9) กลยุทธ์การเปิดเป็นพื้นที่สาธารณะ
    - (10) กลยุทธ์พัฒนาและจ้างแรงงาน
    - (11) กลยุทธ์กิจกรรมตามโอกาส

## 1.ความเป็นมาและการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ. แม่เมาะ

กฟผ. แม่เมาะนั้นเกิดขึ้นจากกิจการเหมืองลิกไนต์ เริ่มเมื่อปี 2460 ในสมัยรัชกาลที่ 6 เมื่อพลเอกพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระกำแพงเพชรอัครโยธินซึ่งขณะนั้นทรงดำรงตำแหน่งอธิบดีกรมรถไฟหลวง ทรงมีพระประสงค์จะสงวนป่าไม้ จึงโปรดให้ทำการสำรวจหาเชื้อเพลิงอย่างอื่น เพื่อนำเอามาใช้แทนฟืนสำหรับหัวรถจักรไอน้ำของรถไฟ โดยว่าจ้างชาวต่างประเทศให้มาดำเนินการสำรวจในระยะแรก ต่อมาระหว่างปี 2464 - 2466 ได้ว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญชาวต่างประเทศให้มาสำรวจอีก ปรากฏว่าพบถ่านลิกไนต์ ที่ "แม่เมาะ" จังหวัดลำปางและที่"คลองขนาน" จังหวัดกระบี่

ในขณะนั้น รัฐบาลไทยได้อนุญาตให้บริษัทเอกชนเปิดการทำเหมืองลิกไนต์ที่ "บ้านดอน" จังหวัดสุราษฎร์ธานี เมื่อประธานบัตรหมดอายุลงในเดือนกุมภาพันธ์ 2470 พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 7 ทรงมีพระบรมราชโองการให้สงวนแหล่งถ่านหินที่มีอยู่ในประเทศไทยไว้ เพื่อให้ทางราชการเป็นผู้ดำเนินงานเท่านั้น

ในปี 2493 กรมโลหกิจ (กรมทรัพยากรธรณี) ได้รื้อฟื้นโครงการนี้ขึ้นมาดำเนินการอีกครั้ง การสำรวจได้ดำเนินไปจนถึงปี 2496 จึงพบแหล่งถ่านลิกไนต์มีแนวชั้นติดต่อกันยาวไปตามลำห้วยในแอ่งแม่เมาะ ต่อมาในปี 2497 รัฐบาลได้ตราพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การพลังงานไฟฟ้าลิกไนต์ เพื่อดำเนินกิจการลิกไนต์ให้บังเกิดผลอย่างจริงจัง จากนั้นจึงเปิดการทำเหมืองแม่เมาะขึ้น และสามารถผลิตถ่านลิกไนต์ออกจำหน่ายให้แก่โรงพยาบาล โรงงานต่าง ๆ รวมทั้งโรงไฟฟ้าวัดเลียบ และโรงไฟฟ้าสามเสนได้ในปีต่อมา ซึ่งถ่านลิกไนต์ที่แอ่งแม่เมาะนี้พบว่ามามีปริมาณถึง 120 ล้านตันและสามารถขุดขึ้นมาใช้งาน ได้คุ้มค่า 43.6 ล้านตัน

เมื่อประสบความสำเร็จในการดำเนินงานขั้นต้นแล้ว กล่าวคือสามารถผลิตถ่านลิกไนต์จำหน่ายเป็นเชื้อเพลิงได้ จึงทำการก่อสร้างโรงจักรแม่เมาะ ขนาดกำลังผลิต 12,500 กิโลวัตต์ ใช้ถ่านลิกไนต์เป็นเชื้อเพลิง มีพิธีเปิดโรงไฟฟ้า เมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2503 หลังจากนั้นมากิจการเหมืองแม่เมาะก็เจริญก้าวหน้าขึ้นเป็นลำดับ

ต่อมาเมื่อวันที่ 14 ธันวาคม 2503 รัฐบาลได้ตราพระราชบัญญัติจัดตั้งการลิกไนต์โดยโอนกิจการและทรัพย์สินขององค์การพลังงานไฟฟ้าลิกไนต์มาเป็นของการลิกไนต์ กำหนดให้มีหน้าที่ผลิตและจำหน่ายถ่านลิกไนต์ วัตถุเคมีจากลิกไนต์ และพลังงานไฟฟ้าจากลิกไนต์ มีอำนาจดำเนินการในเขตท้องที่จังหวัดลำปาง ลำพูน เชียงใหม่ และตาก จนกว่าการไฟฟ้าอันฮิจะขยายกิจการไปถึงจังหวัดนั้น ๆ และเขตท้องที่ในภาคใต้ ตั้งแต่จังหวัดชุมพรลงไปทั้งหมด

เมื่อรัฐบาลได้ตราพระราชบัญญัติจัดตั้ง การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) โดยรวมกิจการของการลิกไนต์ การไฟฟ้าอันฮิ และการไฟฟ้าตะวันออกเฉียงเหนือ เข้าด้วยกัน เมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 2512 กฟผ. จึงได้รับโอนภาระหน้าที่ของทั้ง 3 องค์การมาดำเนินการทั้งหมด

ในปลายปี 2512 กฟผ. ได้วางแผนพัฒนาถ่านลิกไนต์ที่เหมืองแม่เมาะ เพื่อใช้ในการผลิต



ไฟฟ้าอย่างจริงจัง เมื่อคำนวณปริมาณสำรองถ่านลิกไนต์เพิ่มเป็น 55 ล้านตัน และคาดว่าจะมีอีกไม่ต่ำกว่า 70 ล้านตัน จึงได้วางโครงการขยายแหล่งผลิตไฟฟ้าโดยใช้ถ่านลิกไนต์เป็นเชื้อเพลิงเมื่อรัฐบาลอนุมัติโครงการก่อสร้างโรงไฟฟ้าลิกไนต์แม่เมาะ จำนวน 2 เครื่อง ขนาดเครื่องละ 75,000 กิโลวัตต์ เมื่อวันที่ 17 สิงหาคม 2515 กฟผ. จึงทำการขยายเหมืองแม่เมาะในปีต่อมาเพื่อเพิ่มกำลังผลิตถ่านลิกไนต์จากปีละแสนกว่าตัน เป็นนับล้านตัน

จากนั้น เหมืองแม่เมาะได้ขยายพื้นที่กว้างขึ้นเรื่อย ๆ เพื่อผลิตถ่านลิกไนต์รองรับโรงไฟฟ้าที่สร้างขึ้นใหม่ที่แม่เมาะ ในขณะเดียวกัน น้ำมันก็มีราคาสูงขึ้นเรื่อย ๆ กฟผ. จึงได้เร่งสำรวจถ่านลิกไนต์ที่แอ่งแม่เมาะ เพื่อให้ทราบปริมาณถ่านลิกไนต์ทั้งหมด และปริมาณที่สามารถพัฒนาขึ้นมาใช้ประโยชน์ได้อย่างคุ้มค่า ในที่สุดเมื่อสามารถสรุปปริมาณถ่านลิกไนต์ได้ทั้งหมดแล้ว กฟผ. จึงได้วางแผนพัฒนาเพื่อนำถ่านลิกไนต์มาใช้ประโยชน์ในการผลิตไฟฟ้าต่อไป

กิจการของ กฟผ. แม่เมาะนั้นแบ่ง ออกเป็น 2 หน่วยงาน คือ โรงไฟฟ้าแม่เมาะ และ เหมืองแม่เมาะ ซึ่งทั้ง 2 หน่วยงานนี้มีการบริหารงานแยกส่วนกัน โดยเหมืองแม่เมาะ มีหน้าที่และความรับผิดชอบในการผลิตถ่านลิกไนต์ เพื่อเป็นเชื้อเพลิงให้กับโรงไฟฟ้าแม่เมาะ และ โรงไฟฟ้าแม่เมาะ ซึ่งเป็นโรงไฟฟ้าพลังความร้อนที่ใช้ถ่านลิกไนต์เป็นเชื้อเพลิงด้วยการแปรสภาพพลังงานสะสมของถ่านลิกไนต์ให้เป็นพลังงานไฟฟ้าต่อไป

ส่วนการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ. แม่เมาะนั้นตามขอบเขตการวิจัยที่ผู้วิจัยระบุไว้ คือ มุ่งศึกษาเฉพาะกลยุทธ์การทำกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนที่เหมืองแม่เมาะเป็นหน่วยงานรับผิดชอบและดำเนินงานเท่านั้น ซึ่งการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของเหมืองแม่เมาะนั้น มีดังนี้

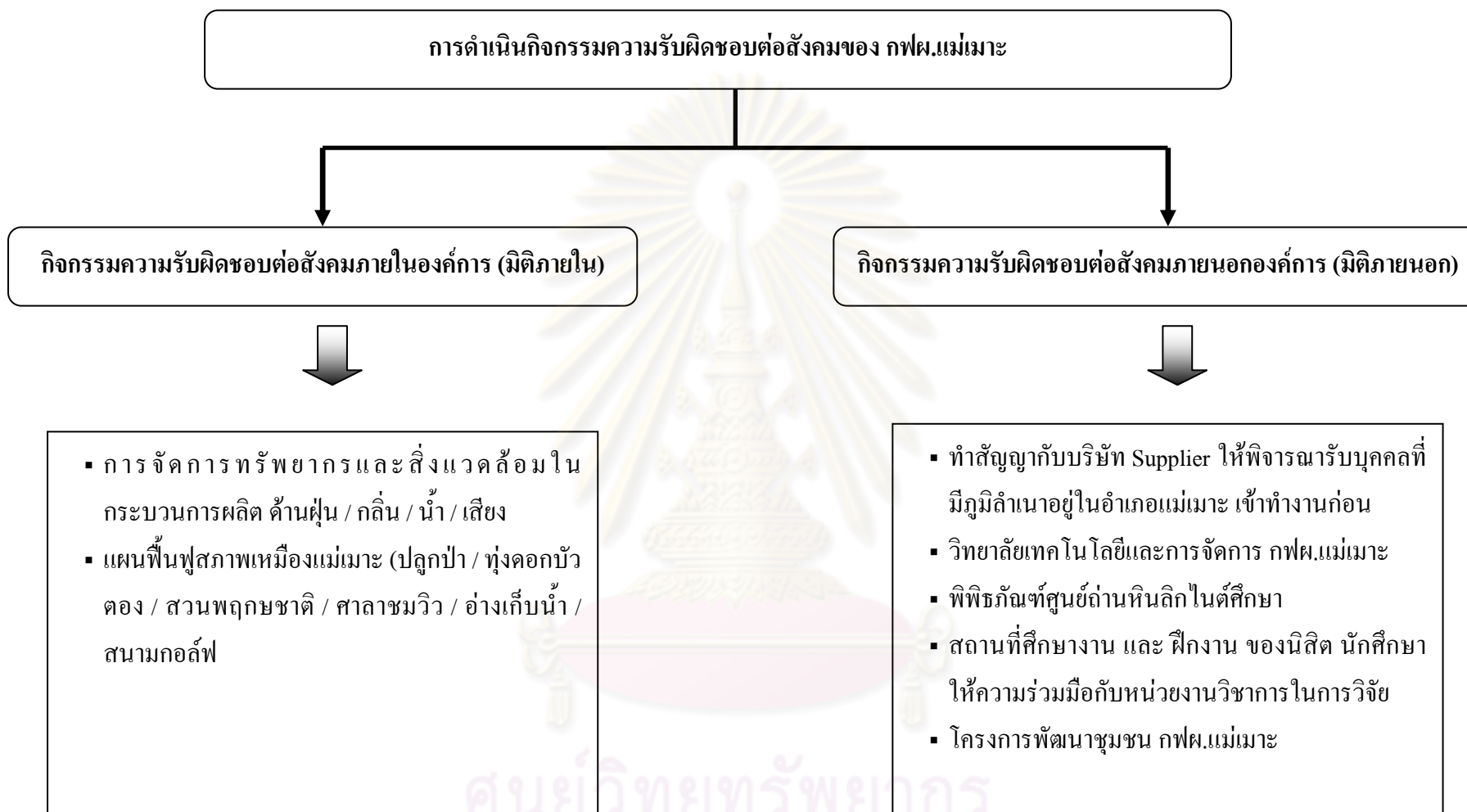
เนื่องจากเหมืองแม่เมาะเป็นหน่วยงานที่อยู่ภายใต้การควบคุมดูแลของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย ( กฟผ. ) ดังนั้น วิสัยทัศน์ พันธกิจ และนโยบายต่างๆ ของเหมืองแม่เมาะจึงยึดถือตามการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย ( กฟผ. ) เป็นหลัก โดยจุดมุ่งหมายสูงสุดของ กฟผ. คือ “ให้บริการด้านพลังงานที่มีคุณภาพ เชื่อถือได้ในราคาที่เหมาะสมเป็นธรรม และให้ความสำคัญต่อสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างสรรค์ พัฒนาคุณภาพชีวิตและเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของประเทศ” และเพื่อให้ กฟผ. สามารถบรรลุวิสัยทัศน์ พันธกิจ และจุดมุ่งหมายสูงสุดที่กำหนดไว้ จึงได้มีการกำหนดกรอบยุทธศาสตร์หลัก (Strategic Theme) ไว้ 4 ด้าน และด้านหนึ่งที่เน้นหนักคือการเป็นองค์กรที่ห่วงใยสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อม (สถาบันไทยพัฒนา.การศึกษาและจัดทำแผนแม่บทความรับผิดชอบต่อสังคมการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย, 2552)

เช่นนั้นแล้ว แนวทางการดำเนินงานของเหมืองแม่เมาะ จึงมีการดำเนินงานอย่างห่วงใยและให้ความสำคัญต่อสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อมที่เหมืองแม่เมาะตั้งอยู่ เริ่มตั้งแต่ขั้นตอนการวางแผนเปิดเหมือง กระบวนการผลิตจนถึงขั้นตอนสุดท้ายเมื่อขุดถ่านหินเสร็จสิ้น

ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะนั้น ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้



ภาพที่ 7 การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ



ภาพที่ 8 แผนผังการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ

## ❖ การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมภายในองค์กร (มิติภายใน)

ในการทำเหมืองถ่านหินลิกไนต์ที่แม่เมาะนั้น เป็นการทำเหมืองแบบเปิด (Open cast mining) คือ ใช้เครื่องจักรเปิดหน้าดินออกเป็นชั้นๆ จนถึงชั้นถ่าน ซึ่งทางเหมืองแม่เมาะก็มีการจัดการควบคุมดูแลไม่ให้ขั้นตอนการทำเหมืองส่งผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมใกล้เคียง ในด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้

### ด้านฝุ่น


แหล่งกำเนิดที่สำคัญในการทำเหมืองจะเกิดจากรถขุด เครื่องไม่สายพานลำเลียง และถนนที่ใช้ขนส่งดินและถ่าน ซึ่งการลดปริมาณฝุ่นจากแหล่งกำเนิดเพื่อไม่ให้มีผลกระทบต่อคุณภาพอากาศโดยมีมาตรการดังนี้

- ลดปริมาณฝุ่นบนถนนในและนอกบ่อเหมือง โดยใช้น้ำฉีดพรมตลอดเวลาการทำงาน
- ปรับปรุงสภาพถนนให้เป็นถนนลาดยางมากขึ้น
- จำกัดความเร็วของรถวิ่งในบ่อและรอบบ่อไม่เกิน 60 กิโลเมตรต่อชั่วโมง
- ปิดคลุมที่สายพานลำเลียงถ่านและจุดเปลี่ยนสายพานงานดินและถ่าน
- ติดตั้งระบบฉีดพรมน้ำที่บั้งก็่หุมุนสำหรับขุดดินและเครื่องตักถ่าน
- ติดตั้งระบบฉีดพรมน้ำลานกองถ่าน
- ปลูกแนวต้นไม้ (Green Belt) เป็นฉากกั้นฝุ่นทางทิศเหนือและทิศใต้ของเหมือง



## ด้านกลิ่น

ปัญหากลิ่นรบกวนที่เกิดจากการทำเหมืองมีสาเหตุมาจากการที่ถ่านลิกไนต์ เกิดการลุกไหม้ด้วยตัวเองตามธรรมชาติ (Spontaneous Combustion) โดยจะพบบ่อย บริเวณ คี้อที่ลานกองถ่าน ในบ่อเหมืองและที่ทิ้งดิน ซึ่งการแก้ไข จะใช้ระถน้ำและเครื่องจักรกลเข้าดับการลุกไหม้ของถ่านบริเวณดังกล่าวทันทีที่พบเห็นนอกจากนี้ยังปรับปรุงวิธีการ ปฏิบัติงานให้เหมาะสมเพื่อป้องกันการลุกไหม้

- ใช้ถ่านในการกองถ่านให้สั้นที่สุด โดยถ่านที่เข้ามากองก่อนจะถูกนำไปใช้ก่อน (First In First Out)
  - เมื่อย้ายพื้นที่ขุด/ตักถ่านจะเก็บเศษถ่านออกจากพื้นที่ให้เหลืออยู่น้อยที่สุด
- 
- ในบ่อเหมือง
    - เมื่อเปิดหน้าดินจะเหลือดินคลุมถ่านไว้ 1 เมตร เพื่อไม่ให้ถ่านสัมผัสกับอากาศ
    - บ่อเหมืองที่เข้าตำแหน่งสุดท้าย (Final Limit) หากมีถ่านโผล่ตามผนังบ่อ จะใช้ดินถมและบดอัด
  - บริเวณที่ทิ้งดิน
    - ตัดยอดกอง และบดอัดดินที่มีเศษถ่านปนอยู่ให้แน่น

## ด้านเสียง

ผลกระทบด้านเสียงจากการทำเหมืองอาจก่อให้เกิดปัญหารบกวนต่อชุมชนที่อาศัยอยู่ใกล้เหมือง โดยพบแหล่งกำเนิดที่สำคัญมาจาก ระบบสายพานลำเลียงดินและถ่านซึ่งการลดหรือการควบคุม



- ให้ผู้รับจ้างมีการบำรุงรักษาเครื่องจักรกล และระบบสายพานลำเลียงให้มีสภาพดีอยู่เสมอเพื่อลดระดับเสียงดัง จากการเสียดสีชิ้นส่วนของเครื่องจักร
- ใช้แผ่นยางรองกันกระแทก บริเวณจุดเปลี่ยนสายพานและเครื่องโม่เพื่อลดเสียงกระแทก
- ปลุกต้นไม้เป็นแนวกันระหว่างบ่อเหมืองและชุมชนที่ไวต่อการได้รับผลกระทบ
- ให้ผู้ปฏิบัติงานในบ่อเหมืองที่อยู่ใกล้กับแหล่งกำเนิดเสียง สวมอุปกรณ์ป้องกันเสียง (Ear Plug)

### ด้านน้ำจากการทำเหมือง

น้ำเป็นอุปสรรคสำคัญสำหรับการทำเหมืองเนื่องจากการทำเหมืองมีพื้นที่บริเวณกว้าง เมื่อมีฝนตกจะชะล้างสารละลายในดินปนเปื้อนไปกับน้ำ ดังนั้นในการจัดการคุณภาพน้ำเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อม บันเหมืองแม่เมาะจึงนำน้ำจากขุมเหมืองและน้ำจากที่ทิ้งดินระบายลงสู่บ่อคัดตะกอน (Settling Pond) และผ่านการบำบัดด้วยพื้นที่ชุ่มน้ำ (Wetland) นอกจากนี้ยังได้นำน้ำไปใช้ในกิจกรรมการทำเหมือง เช่น ดับฝุ่น ดับการลุกไหม้ของถ่าน พื้นที่ฟุสภาพเหมือง และระบายน้ำส่วนเกินปล่อยให้ไหลล้นสู่อ่างเก็บน้ำแม่เมาะต่อไป สำหรับแผนในอนาคตเหมืองจะดำเนินการดังนี้



และสร้างที่กักเก็บน้ำบนที่ทิ้งดิน เพื่อลดการปนเปื้อนของน้ำจากที่ทิ้งดิน

- สร้างระบบเก็บกักน้ำเพิ่มมากขึ้น เพื่อสำรองน้ำไว้ใช้ในช่วงฤดูแล้ง และ ลดปริมาณน้ำทิ้ง
- สร้างคันกั้นน้ำ (CHECK DAM) บริเวณลำห้วยเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้มีการตกตะกอนของสารแขวนลอย
- ปลูกพืชคลุมดินเพื่อลดการปนเปื้อน

ที่มา : โครงการพัฒนาชุมชน กฟผ.แม่เมาะ , 2548

“ในเรื่องของการดูแลสังคมเราได้พยายามทำในเรื่องของ CSR IN PROCESS เพราะฉะนั้นในกระบวนการผลิตของเราทั้งหมด ควบคุมทุกจุด ทุกขั้นตอนในกระบวนการผลิต ไม่ให้ส่งผลกระทบต่อออกไปยังชุมชน”

(พัฒนา ไชยมงคล, สัมภาษณ์ ,6 พฤศจิกายน 2552)

**การฟื้นฟูสภาพเหมือง (Mined Land Reclamation)** เกิดขึ้นหลังจากที่เหมืองหมดสภาพการใช้งานทำการขุดถ่านหินออกไปหมดจากพื้นที่แล้ว ซึ่งกิจกรรมการทำเหมืองแบบเปิดนั้น ได้ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพพื้นที่ การฟื้นฟูสภาพเหมืองเป็นวิธีการหนึ่งที่ช่วยแก้ไขปัญหานี้ให้ลดลง ซึ่งทางเหมืองแม่เมาะได้ตระหนักถึงความสำคัญของความสมดุลทางสิ่งแวดล้อมมาก จึงจัดแผนดำเนินงานในเรื่องนี้โดยเฉพาะ เรียกว่า “แผนฟื้นฟูสภาพเหมืองแม่เมาะ”

การฟื้นฟูพื้นที่ทำเหมืองแร่ คือการปรับปรุงบูรณะพื้นที่ที่ได้ใช้ทำเหมืองแร่แล้ว ให้มีสภาพปลอดภัยไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและเหมาะสมแก่การใช้ประโยชน์หรือคืนสู่ธรรมชาติ โดย “แผนฟื้นฟูสภาพเหมืองแม่เมาะ” มีวัตถุประสงค์ คือ

1. เพื่อปรับปรุงสภาพพื้นที่ให้มีความมั่นคง มีเสถียรภาพและความปลอดภัยต่อชีวิตความเป็นอยู่ของมนุษย์และสิ่งแวดล้อม
2. เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดผลกระทบต่อเนื่องสู่สิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะจากการชะล้างพังทลาย โดยกระบวนการทางธรรมชาติภายหลังหยุดการทำเหมือง
3. เพื่อบูรณะฟื้นฟูสภาพพื้นที่ให้สามารถใช้ประโยชน์ต่อไปตามศักยภาพของพื้นที่และความต้องการร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง

การปฏิบัติงานฟื้นฟูสภาพเหมืองแม่เมาะได้เริ่มดำเนินการตั้งแต่ปี 2525 ต่อเนื่องมาจวบจนกระทั่งปัจจุบัน โดยจะเข้าปฏิบัติงานฟื้นฟูสภาพเหมืองทันทีเมื่อได้รับมอบพื้นที่ที่ผ่านการทำเหมืองแล้ว โดยมีหลักการต่อไปนี้

1. ศึกษาพันธุ์ไม้และวิธีปรับปรุงดิน จากการทดลองเพาะพันธุ์ไม้และวิธีปรับปรุงดินเพื่อปลูกป่าทดแทน ซึ่งได้ดำเนินการมาตั้งแต่ปี 2525 เป็นต้นมา พบว่ามีพันธุ์ไม้ป่าท้องถิ่นที่เหมาะสมหลายชนิด ซึ่งรวบรวมเมล็ดพันธุ์ได้จากบริเวณรอบๆเหมือง
2. จัดสร้างพื้นที่สีเขียว (Green Belt) โดยรอบพื้นที่เหมืองด้วยการปลูกไม้โตเร็ว เพื่อลดมลภาวะด้านเสียงและอากาศ
3. การพัฒนาคุณภาพชีวิตชุมชนโดยรอบ จัดสรรพื้นที่ทำกิน พื้นที่อยู่อาศัย และสาธารณูปโภคที่จำเป็น
4. ฟื้นฟูพื้นที่ที่ใช้งานเหมือง ในทุกพื้นที่ที่สามารถเข้าปฏิบัติงานฟื้นฟูได้ เหมืองแม่เมาะจะดำเนินการปลูกพืชคลุมดินในทันที เพื่อลดอัตราการสูญเสียน้ำดิน ป้องกันและลดอัตราการพังทลายของพื้นที่ลาดเอียง และลดความชุ่มชื้นของตะกอนในแหล่งน้ำใกล้เคียง สำหรับพื้นที่ที่ผ่านการทำเหมืองแล้วและจะไม่มีการเปลี่ยนแปลงใดๆอีก ทางเหมืองแม่เมาะจะปรับพื้นที่และใช้ประโยชน์ตามหลักการใช้ประโยชน์สุดท้ายของที่ดิน เพื่อปลูกป่าทดแทน เป็นอ่างเก็บน้ำ ที่อยู่อาศัยและที่พักผ่อนหย่อนใจ และการเกษตร ในอัตราร้อยละ 62 , 20 , 11 และ 7 ตามลำดับ

นอกจากนั้น ทางเหมืองแม่เมาะยังได้มีการปรับแต่งพื้นที่และปลูกต้นไม้เพื่อความสวยงาม และใช้เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจเพื่อสาธารณประโยชน์ของประชาชน เช่น สวนพฤกษชาติ ทุ่งบัวตอง ศาลาชมวิว สนามกอล์ฟ บ้านพักเรือนรับรอง

ผลการดำเนินงานฟื้นฟูสภาพเมืองแม่เมาะ ตั้งแต่ปี 2525 – 2551 สรุปได้ดังนี้

การใช้ประโยชน์สุดท้ายของพื้นที่	ปริมาณพื้นที่ตามแผน (ไร่)	ผลการดำเนินงาน ณ สิ้นปี 2551 (ไร่)	ร้อยละเมื่อเทียบกับแผน
ปลูกป่าทดแทน 61 %	25,620	9,122	35.6 %
พื้นที่กักเก็บน้ำ 35 %	14,700	50	3.4 %
แหล่งพักผ่อนหย่อนใจ 4 %	1,700	700	41.2 %

ประโยชน์ที่ได้รับจากการฟื้นฟูสภาพเมืองแม่เมาะ

- สภาพแวดล้อมดีขึ้นตามวัตถุประสงค์
- ทักษะอาชีพดีขึ้น
- ป้องกันการกัดเซาะพังทลายของผิวดิน
- ป้องกันการเกิดการลุกไหม้ด้วยตัวเองของถ่านหิน (Spontaneous Combustion) ลดกลิ่นรบกวนบริเวณใกล้เคียงและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอื่นๆ
- ลดมลภาวะของน้ำ
- ลดปริมาณฝุ่นจากที่ทิ้งดิน
- เป็นแหล่งเรียนรู้ด้านการฟื้นฟูสภาพเมือง
- เกิดพื้นที่สาธารณประโยชน์สำหรับประชาชน เพื่อใช้เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ ผลิตผลจากป่า
- สร้างงานและรายได้ให้ประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่รอบเมืองแม่เมาะ เช่น งานจ้างปลูกบำรุงรักษาต้นไม้ งานจ้างเก็บเมล็ด-หว่านพืชคลุมดิน งานจ้างผลิตกล้าไม้ แคนดี้สนามกอล์ฟ เป็นต้น

“...เราตั้งใจเปลี่ยนพื้นที่ที่มันเป็นแหล่งที่คนคิดว่าเป็นแหล่งมลพิษเปลี่ยนให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว ก็ส่วนที่เราจะทำอยู่แล้ว แทนที่จะปลูกต้นไม้อย่างเดียว ตอนแรกคอนเซปต์เราคือ เราทำเมืองที่นี้ทำให้เสียพื้นที่ป่าไม้ไป เพราะฉะนั้นเราก็ต้องคืนป่าให้ได้มากที่สุด แต่แค่คืนป่าอย่างเดียวมันไม่ impact กับใจคน ...ก็ปรับมาเป็นทุ่งบัวตอง ...สวนพฤกษชาติที่เคยมีอยู่แล้วเนี่ย เราก็เคยมีคนที่มาเที่ยวแล้วแล้วก็มีเด็กเอากล่องกระดาษมาลงไปเป็นสไลเดอร์ ... ไหนๆใครมาแม่เมาะก็พูดว่าลองมาเล่นสไลเดอร์หน่อย เด็กๆเค้าพูดกันปากต่อปาก นอกจากมาชมสวนพฤกษชาติสวยๆ มาชมภูมิทัศน์ ซึ่งแน่นอนคนที่มาคอยจัดการ ดูแลรักษาสวนให้สวยอยู่เสมอเนี่ย ก็เป็นการจ้างงานท้องถิ่น..”

(นำพล โพธิวงศ์, สัมภาษณ์, 16 ตุลาคม 2552)



## ❖ การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมภายนอกองค์กร (มิติกายนอก)

ในการดำเนินงานของเหมืองแม่เมาะ นอกจากที่จะให้ความสำคัญต่อกระบวนการผลิตไม่ให้ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมและชุมชนที่อยู่ข้างเคียงแล้ว ทางองค์กรก็ยังให้ความสำคัญในด้านสังคม และการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในชุมชนที่อยู่โดยรอบเหมืองแม่เมาะมาโดยตลอด นับตั้งแต่เริ่มเปิดเหมือง แต่การแบ่งงานด้านสังคมในขณะนั้นยังไม่ชัดเจน เพราะไม่มีการจัดหน่วยงานที่รับผิดชอบงานด้านสังคมโดยตรง แผนกประชาสัมพันธ์จึงเป็นผู้รับผิดชอบงานด้านสังคมเป็นหลัก ซึ่งก็เกิดความสับสนในการมาติดต่อ หรือขอความช่วยเหลือของประชาชนและบุคคลภายนอก เนื่องจากแผนกประชาสัมพันธ์ของ กฟผ. แม่เมาะมี 2 ที่ คือ แผนกประชาสัมพันธ์ของเหมืองแม่เมาะ และ แผนกประชาสัมพันธ์ของโรงไฟฟ้า ประกอบกับแผนกประชาสัมพันธ์ยังไม่มีศักยภาพเพียงพอในการที่จะดูแลงานด้านสังคมและชุมชน

เหตุผลสำคัญอีกประการหนึ่ง คือ ภาพลักษณ์ที่ติดลบของ กฟผ. แม่เมาะ จากปี 2535 การเกิดอุบัติเหตุการปล่อยก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์ของโรงไฟฟ้าแม่เมาะ นับแต่นั้นเป็นต้นมา ประชาชนจึงคิดว่า กฟผ.แม่เมาะ เป็นองค์กรที่สร้างมลพิษให้กับพื้นที่

ดังนั้นใน ปี 2542 จึงได้มีการจัดตั้ง “โครงการพัฒนาชุมชน กฟผ. แม่เมาะ” ขึ้นเพื่อดูแลรับผิดชอบต่อสังคมโดยตรงในการพัฒนาชุมชนโดยรอบ อ.แม่เมาะ และเพื่อให้สอดคล้องกับงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่ทวีความสำคัญมากขึ้น การสร้างความเข้าใจและทัศนคติที่ดีต่อ กฟผ. แม่เมาะ เป็นสิ่งที่มีความจำเป็นที่จะต้องมีการดำเนินงานที่ทั่วถึงและครอบคลุมมากกว่าในอดีต

คณะผู้บริหาร กฟผ.แม่เมาะจึงได้มีมติในการปรับโครงสร้างการบริหาร โดยเพิ่มสายงานด้านสังคมขึ้น อยู่ภายใต้สังกัดเหมืองแม่เมาะ “โครงการพัฒนาชุมชน กฟผ. แม่เมาะ” ก่อตั้งขึ้นอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 2542 โดยมีหน้าที่หลักในการเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่าง กฟผ. กับชุมชนโดยรอบ เสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจอันดีและปรับเปลี่ยนทัศนคติของชุมชนต่อ กฟผ.แม่เมาะ เสริมสร้างคุณภาพชีวิตและพัฒนาอาชีพราษฎรให้ดีขึ้นและตอบสนองความต้องการของชุมชน ให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดกับทุกฝ่ายในภาพรวม รวมทั้งส่งเสริมและสนับสนุนให้ความช่วยเหลือราษฎรเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต ความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น และสามารถใช้ชีวิตในพื้นที่ได้อย่างปกติสุข

การดำเนินงานของ โครงการพัฒนาชุมชน กฟผ. แม่เมาะ แบ่งออกเป็น 9 ด้าน ดังนี้

1. ด้านพัฒนาท้องถิ่นและสาธารณูปโภค
2. ด้านเยาวชนและการศึกษา
3. ด้านศาสนา
4. ด้านประเพณีวัฒนธรรม
5. ด้านสังคมการเมือง
6. ด้านส่งเสริมคุณภาพชีวิตและพัฒนาอาชีพ
7. ด้านการมีส่วนร่วมกับหน่วยงานราชการและเอกชน
8. ด้านการท่องเที่ยวและประชาสัมพันธ์
9. ด้านอื่นๆ (ช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาส , ผู้พิการ , ผู้สูงอายุ )

“...จริงๆแล้วงานทางด้านสังคมมีการทำมาก่อนจัดตั้งโครงการฯ การสร้างสัมพันธ์กับชุมชนโดยรอบก็มีการฝากงานไว้กับฝ่ายต่างๆที่กล่าวมาแล้ว 4-5 ฝ่าย ต่อมาปี 35 เกิดเหตุการณ์ก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์เกิดผลกระทบต่อพืช ต่อสัตว์ ต่อคน ซึ่งตรงนั้นก็เป็ผลมาจนถึงทุกวันนี้ เป็นแผลในใจของทุกคน เป็นภาพลักษณ์ของคนทั่วประเทศคิดว่าแม่เมาะก่อมลภาวะซึ่งขณะนั้นเป็นเรื่องของอุบัติเหตุ สภาพอากาศเป็นสิ่งที่ควบคุมไม่ได้ .....ความซ้่าซ้อ้นคือชาวบ้านที่เค้มาขอความอนุเคราะห์ที่ติดต่อมา เนื่องจากมันมีหลายฝ่าย ทั้งโรงไฟฟ้า เหมืองฯบางเรื่องเรื่องเดียวกันเค้ก็ขอไป 2 ที่มันก็ซ้่าซ้อ้นเหตุผลก็คือตรงนี้ ในเมื่อเราเกิดเหตุการณ์ตรงนั้นขึ้นมา ก็เลยจัดตั้งโครงการนี้ขึ้นมาเมื่อปี 42 ....”

(พัฒนา ไชยมงคล, สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน 2552)

**การพัฒนาพื้นที่ อ. แม่เมาะให้เป็นแหล่งเรียนรู้ด้านพลังงานและการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม**

▪ **พิพิธภัณฑ์ศูนย์ถ่านหินลิกไนต์ศึกษา (เหมืองแม่เมาะ)**

เปิดให้เข้าชม ปี 2548 โดยผู้บริหารเหมืองแม่เมาะมีแนวคิดว่าการค้นพบและนำถ่านหินลิกไนต์ที่ อ. แม่เมาะ มาใช้ประโยชน์นั้น ไม่เพียงแต่เปลี่ยนให้ตำบลเล็กๆใน จ.ลำปางกลายมาเป็นอำเภอที่คนรู้จักกันทั่วประเทศเท่านั้น หากแต่ยังได้เปลี่ยนรูปแบบการใช้เชื้อเพลิงในการผลิตกระแสไฟฟ้าของประเทศไทยด้วย ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้เกิดขึ้นในสมัยพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 7 นอกจากนั้นยังมีอีกหลายเรื่องราว หลายแง่มุมที่เกี่ยวข้องกับความเป็นมาวิธีการทำเหมืองถ่านหิน ซึ่งเรื่องเฉพาะตัวที่มีความน่าสนใจและมีบุคคลที่เกี่ยวข้องมากมาย หากไม่มีการรวบรวมเรื่องเหล่านี้ไว้ ก็จะได้ไร้ค่าและสูญหายไปตามกาลเวลา ด้วยตระหนักในเรื่องดังกล่าวจึงมีมติให้สร้างพิพิธภัณฑ์ศูนย์ถ่านหินลิกไนต์ศึกษา (เหมืองแม่เมาะ) เพื่อรวบรวมเรื่องราวต่างๆ

ให้เป็นความรู้และถ่ายทอดประสบการณ์เพื่อเป็นประโยชน์แก่เยาวชน และผู้สนใจได้มาศึกษาเรียนรู้และใช้ประโยชน์ร่วมกัน

“...การที่จะมาท่องเที่ยวอย่างเดี๋ยวมันมีเรื่องราวมีความเป็นมาอยู่เราก็เลยทำเป็น museum ขึ้นมา การเปิดประตูต้อนรับให้คนมาเยี่ยมชม คือคนสามารถ walk in เข้ามาได้ตลอดเวลา และ museum เป็นตัวแม่เหล็กดึงดูดให้สถานศึกษาเข้ามา คือเข้ามาเที่ยว สวย สนุกและได้ความรู้กลับไป ด้วยแล้วก็คอนเซ็ปต์ของเราก็คือว่า museum นี้จะต้องกดได้ จับได้ คุยได้...”

(นำพล โพธิวงศ์, สัมภาษณ์, 16 ตุลาคม 2552)

#### ▪ แหล่งศึกษาดูงาน ฝึกงานของนักศึกษา

เนื่องจากเมืองแม่เมาะเป็นเมืองถ่านหินที่มีขนาดใหญ่และสำคัญของประเทศ เริ่มมีการทำเหมืองมาตั้งแต่ปี 2498 ดังนั้นการดำเนินงานของเมืองแม่เมาะจึงมีประสบการณ์อันยาวนาน พร้อมทั้งมีบุคลากรที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญในการทำเหมือง ประกอบกับความพร้อมในด้านเครื่องมือและเครื่องจักรต่างๆ จึงทำให้เมืองแม่เมาะมีศักยภาพที่ดีในการเป็นแหล่งเรียนรู้ให้นักศึกษาได้มาเรียนรู้จากสถานที่ เครื่องจักร วิธีการทำงาน ปัญหาอุปสรรคจากการทำงานจริง

“...คณะที่เข้ามาดูงานเรา ความที่เรามีประสบการณ์ในการทำเหมืองมานาน คือเราเจอทั้งเทคนิค ทั้งปัญหาอุปสรรค เรามีวิธีการรับมือเหล่านี้ เราก็คิดว่าประสบการณ์เหล่านี้เป็น know how ที่ต่อเนื่องกันมา มหาวิทยาลัยหลายที่ก็มีการเรียนการสอนเทคโนโลยีการทำเหมืองแร่ ก็เปิดตรงนี้ให้เป็นแหล่งเรียนรู้ ขณะเดียวกันให้ความร่วมมือทางด้านวิชาการในการวิจัย ตอนนี้มีนิสิตมาฝึกงาน คุณภาพเหมืองจริงจะได้มีประสบการณ์นอกจากการเรียนในกระดาษ แต่สิ่งที่เรายังเป็นทั้งหมดทั้งหมดที่เป็นไป เป้าประสงค์ก็คือการพัฒนาในชุมชนโดยรอบและการยอมรับจากชุมชนโดยรอบ...”

(นำพล โพธิวงศ์, สัมภาษณ์, 16 ตุลาคม 2552)

#### ▪ วิทยาลัยเทคโนโลยีและการจัดการ กฟผ.แม่เมาะ

ผู้บริหารเมืองแม่เมาะ เล็งเห็นว่าการพัฒนาที่ยั่งยืน คือ ต้องให้การศึกษาเพื่อให้นักมีความรู้และนำไปประกอบอาชีพ เลี้ยงตนเองและครอบครัวได้ อีกทั้งอยากให้ประชาชนใน อ. แม่เมาะได้เรียนในพื้นที่ เพื่อเป็นการประหยัดค่าใช้จ่าย ทาง กฟผ. แม่เมาะ ได้มีการบริจาคเงินจำนวน 372.47 ล้านบาท ให้แก่คณะกรรมการการอาชีวศึกษา (สอศ.) กระทรวงศึกษาธิการ เพื่อสร้างสถานศึกษาแห่งใหม่ขึ้นใน อ. แม่เมาะ ซึ่งในการดำเนินงานนับตั้งแต่ กฟผ. แม่เมาะ ได้อนุมัติโครงการฯ ได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานจากภายนอกเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน

ด้วย เช่น ข้าราชการและแกนนำชุมชนใน อ.แม่เมาะ คณะผู้บริหารและอาจารย์จาก สอศ. ที่สำคัญสถานศึกษาแห่งนี้ได้จัดการศึกษาในระบบทวิภาคี คือเน้นเรื่องการฝึกอาชีพในภาคปฏิบัติอย่างเข้มข้น โดย กฟผ.แม่เมาะได้เปิดโอกาสให้นักศึกษาจากวิทยาลัยฯได้เข้ามารับการฝึกอาชีพทั้งที่โรงไฟฟ้าและเหมืองแม่เมาะ

“...คนในอำเภอแม่เมาะถ้าไปเรียนข้างนอกมันก็จะม่ค่าใช่จ่ายเยอะ ดังนั้นผู้บริหารก็มีแนวคิดในการจัดตั้งวิทยาลัยเทคโนโลยีและการจัดการ กฟผ.แม่เมาะ การเรียนเน้นมันเป็นแบบทวิภาคีอยู่แล้ว เป็นวิชาเฉพาะทางซึ่งเกี่ยวกับโรงไฟฟ้า ทำให้คนในชุมชนได้เรียนใกล้ มีงานที่ใกล้เคียงกับที่ กฟผ.มีอยู่ ผลิตบุคคลากรเอาคนในพื้นที่ให้ได้รับการศึกษา การศึกษาแบบทวิภาคี การเรียนรู้จากสถานที่จริง กฟผ.มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ เราก็ช่วยเหลือสังคมด้วยการเอาคนของเราเข้าไปสอน กฟผ.ใช้ความรู้ความเชี่ยวชาญที่เรามีช่วยเหลือสังคม...”

(ชาติชาย จิวบาง, สัมภาษณ์, 16 ตุลาคม 2552)



ศูนย์วิทยพัทยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## 2. ขั้นตอนการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

จากการศึกษาพบว่า การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ มีการดำเนินงานที่เป็นขั้นตอน ด้วยรูปแบบและวิธีการที่มุ่งหวังที่จะพัฒนาคุณภาพชีวิต สร้างความสัมพันธ์ ความเข้าใจอันดี และได้รับการยอมรับจากชุมชนโดยรอบ ซึ่งนอกจากกลุ่มชาวบ้านในพื้นที่แล้ว กลุ่มเป้าหมายอื่นๆ ที่ความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายนั้นอาจส่งผลเชื่อมโยงไปถึงความคิดเห็นของชาวบ้าน ก็ได้ถูกกำหนดเป็นกลุ่มเป้าหมายในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้วย

จากผลการศึกษา นั้น ผู้วิจัยสามารถสรุปเป็นแผนภาพขั้นตอนในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ ดังนี้



ภาพที่ 9 กระบวนการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ

### 2.1 การศึกษาหาข้อมูล

จากการศึกษาพบว่า การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ มีการค้นคว้าหาข้อมูล เพื่อนำมาใช้ประกอบการดำเนินงานที่ถูกต้องเหมาะสมสำหรับชุมชนในพื้นที่ ซึ่งข้อมูลที่ศึกษารวบรวมมานั้น มีทั้งที่เป็นข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ สามารถจำแนกได้ดังนี้

- (1) **ข้อมูลทุติยภูมิ** เป็นข้อมูลที่ได้จากเอกสารที่หน่วยงานต่างๆ ได้รวบรวมไว้แล้ว เช่น หน่วยราชการในพื้นที่ หรือสถาบันการศึกษา ข้อมูลที่ได้ อาทิเช่น ลักษณะทางประชากร ลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาของอำเภอแม่เมาะ แผนแม่บทกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม หรือ ข้อมูลที่เกี่ยวกับความคิดเห็นของ

ชุมชนที่ได้จากงานวิจัย เช่น การศึกษาผลกระทบจากการใช้เทคโนโลยีการจัดการสิ่งแวดล้อมของ กฟผ. แม่เมาะ ซึ่งเป็นการศึกษาถึงการรับรู้ ทัศนคติของชุมชนรอบ กฟผ.แม่เมาะถึงผลกระทบที่ได้รับจากการดำเนินงานของ กฟผ.แม่เมาะ ,งานวิจัยเรื่อง แผนสื่อสารสาธารณะเพื่อการผลิตไฟฟ้าสำหรับประชาชนแบบมีส่วนร่วม ของ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง เป็นต้น

“...ใช้ข้อมูลจาก สฟฐ. จากส่วนของอำเภอ และของชุมชน เพราะชุมชนเค้ามีสำรวจแต่ละปี เราก็จะขอรายงานเค้ามา แล้วเค้าจะมาร์กไว้ ครอบครัไหนที่ว่าเรียนจบ ครอบครัไหนได้รับการช่วยเหลือจากหน่วยงานไหนบ้าง...”

(เลอสินต์ วงศ์เป็ย, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

(2) **ข้อมูลปฐมภูมิ** เป็นข้อมูลที่ทาง โครงการพัฒนาชุมชนได้ศึกษาเพิ่มเติม ด้วยวิธีการต่างๆ ซึ่งจากการศึกษาพบว่าได้ข้อมูลมาจาก 4 ส่วน คือ

- **พูดคุยกับชาวบ้าน** เพื่อรับทราบถึงความต้องการในด้านต่างๆที่อยากให้ กฟผ. แม่เมาะส่งเสริม สนับสนุน ช่วยเหลือ ปัญหาความคับข้องใจอันเกิดจากความไม่วางใจในผลกระทบที่เกิดจากการดำเนินกิจการของ กฟผ.แม่เมาะหรือ ทัศนคติและความคิดเห็นอื่นๆที่เกี่ยวข้อง ซึ่งการพูดคุยดังกล่าวมีทั้งในรูปแบบที่เป็นทางการ เช่น การเข้าร่วมประชุมกับส่วนราชการ , การเข้าร่วมประชุมกับผู้นำชุมชน กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน หรือในลักษณะที่ไม่เป็นทางการ เช่น การพบปะพูดคุยในงานต่างๆที่จัดขึ้นในชุมชน เช่น งานบุญ ตลาดนัด ลงพื้นที่ติดตามผล เป็นต้น
- **การประชาคมของหมู่บ้านและตำบล** ทางเจ้าหน้าที่โครงการพัฒนาชุมชนจะเข้าร่วมกับผู้นำชุมชนในการประชุมสำรวจความคิดเห็น ความต้องการของในหมู่บ้านหรือตำบลของตนเอง ที่มีจัดลำดับความสำคัญในความต้องการ ที่อยากให้ กฟผ.แม่เมาะ ช่วยเหลือ หรือ สนับสนุน
- **แบบสอบถาม** ทางโครงการพัฒนาชุมชน กฟผ.แม่เมาะ จะมีการสำรวจความคิดเห็น และ ความพึงพอใจของชาวบ้านในทุกครั้งที่มีการจัดกิจกรรม เพื่อศึกษาความพึงพอใจของชาวบ้านที่มีต่อกิจกรรมที่จัดขึ้น และ ความพึงพอใจที่มีต่อ กฟผ. แม่เมาะ ซึ่งข้อมูลในส่วนนี้ได้นำมาใช้ในการวางแผนงาน และปรับปรุงรูปแบบการดำเนินกิจกรรมให้สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน
- **สื่อมวลชน** เป็นการติดตามข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับ กฟผ. แม่เมาะที่เผยแพร่ตามสื่อท้องถิ่นต่างๆ

จากการศึกษาพบว่าข้อมูลที่ได้จากการศึกษารวบรวมมานั้น ได้ถูกนำมาเก็บไว้ในรูปของเอกสารและไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ โดยจัดแยกออกเป็นหมวดหมู่ตามกลุ่มเป้าหมาย เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับโรงเรียน ข้อมูลเกี่ยวกับวัด ข้อมูลเกี่ยวกับสาธารณูปโภคในชุมชน เป็นต้น ซึ่งการจัดข้อมูลให้ง่ายต่อการเข้าถึงและสืบค้นนั้น นับว่าเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ. แม่เมาะ

“...กิจกรรมต่างๆเมื่อก่อน เดิมเราคิดขึ้นมาเอง แต่หลังๆนี้เรามีการทำประชาคม ทำแผนร่วมกัน ทำประชาคมหมู่บ้าน ทำแผนระดับตำบล ระดับอำเภอร่วมกันกับผู้นำชุมชนก็ร่วมกับ PDA สกช. สมาคมพัฒนาคุณภาพชีวิตราษฎรแล้วก็กองทุนรอบ โรงไฟฟ้า ก็ตอนนี้เราก็จะร่วมกันพิจารณาว่าแผนไหน เมื่อก่อนบางครั้งมันก็จะซ้ำกันแต่ตั้งแต่เราทำแผนร่วมกัน มันจะอะไรที่ทำร่วมกันได้ แชร้กันได้มันจะไม่ซ้ำซ้อน ก็น่าจะดีขึ้นเรื่อยๆ...”

(ประภาพรณ พูลทวี, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

ข้อมูลและความตระหนักในความสำคัญของข้อมูลที่ได้รวบรวมมา นับเป็นส่วนสำคัญที่เป็นหนึ่งในปัจจัยอันจะส่งผลต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมให้สอดคล้องกับสถานการณ์และบริบทของชุมชนในขณะนั้น จากการศึกษาพบว่าเจ้าหน้าที่ของ กฟผ. มีความเข้าใจและให้ความสำคัญกับข้อมูลที่ได้ศึกษามาและนำมาประกอบการกำหนดแผนกิจกรรมเพื่อชุมชน

## 2.2 การวางแผน

- (1) **วัตถุประสงค์** จากการสัมภาษณ์บุคลากรฝ่ายต่างๆที่รับผิดชอบในกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ สามารถสรุปวัตถุประสงค์หลักในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมได้ 3 ประการ ดังนี้
  1. เพื่อส่งเสริม สนับสนุน พัฒนาคุณภาพชีวิตในด้านต่างๆ ของคนในชุมชนให้มีความเป็นอยู่ที่ดี
  2. เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจอันดีและปรับเปลี่ยนทัศนคติของชุมชนต่อ กฟผ. แม่เมาะ อันจะนำไปสู่ความสัมพันธ์อันดีระหว่าง กฟผ. กับชุมชนโดยรอบ
  3. เพื่อไม่ให้เกิดการดำเนินงานของ กฟผ. แม่เมาะ ส่งผลกระทบต่อสุขภาพ ชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนโดยรอบ
- (2) **กลุ่มเป้าหมาย** กลุ่มเป้าหมายในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มเป้าหมายทั่วไป ได้แก่ ประชาชนที่มีครัวเรือนอาศัยอยู่ในพื้นที่เป้าหมาย 5 ตำบลใน อ. แม่เมาะ คือ ตำบลแม่เมาะ ตำบลนาสัก ตำบลสบป่าด

ตำบลบ้านดง ตำบลจางเหนือ และ กลุ่มเป้าหมายพิเศษ คือ หมู่บ้านที่ตั้งอยู่ใกล้บ่อเหมือง

“...เป้าหมายทั่วไป 5 ตำบล 42 หมู่บ้านแบ่งกลุ่มเป้าหมายออกเป็น 2 กลุ่มคือ ประชาชนทั่วไปใน อ.แม่เมาะ กับอีกกลุ่มเป็นกลุ่มเป้าหมายเฉพาะคือ ประชาชนที่อยู่ใกล้ขอบบ่อมันก็จะ มี 10 หมู่บ้านที่อยู่ใกล้ขอบบ่อ คือเค้าจะค่อนข้างที่จะได้รับผลกระทบจากการทำเหมืองมาก เรายังจะดูแลเค้าเป็นพิเศษ ส่วนประชากร 42 หมู่บ้านให้เหมือนกันดูแลเหมือนกันแต่อีก 10 หมู่บ้านก็จะดูแลเค้าหน่อยเพิ่มเติมเข้าไป มีเรื่องอะไรบ้าง เช่นเรื่องแพทย์เคลื่อนที่ที่เพิ่มเข้าไปมากหน่อย บ่อยหน่อย ...”

(พัฒนา ไชยมงคล, สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน 2552)

### 2.3 การสื่อสารกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

- (1) สื่อที่ใช้ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ประกอบไปด้วย
  - สื่อบุคคล คือ เจ้าหน้าที่ของ กฟผ.แม่เมาะ กลุ่มผู้นำในชุมชน
  - สื่อมวลชน คือ วิทยุ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น
  - สื่อสิ่งพิมพ์ของ กฟผ. แม่เมาะ คือ เอกสารเผยแพร่ต่างๆ วารสารจดหมายข่าวเหมืองแม่เมาะ
  - สื่อเฉพาะกิจ คือ ป้ายประชาสัมพันธ์ หอกระจายข่าว สื่อของที่ระลึก
- (2) สื่อผ่านกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ประกอบไปด้วยกิจกรรมใน 3 ลักษณะด้วยกัน คือ
  1. กิจกรรมหรือโครงการที่ กฟผ. แม่เมาะ เป็นผู้ริเริ่มขึ้นมาเอง เช่น การฟื้นฟูสภาพเหมือง พิพิธภัณฑ์ศูนย์ถ่านหินลิกไนต์ศึกษา โครงการพัฒนาชุมชน กฟผ.แม่เมาะ
  2. กิจกรรมหรือโครงการที่ กฟผ. แม่เมาะเข้าไปเป็นผู้ร่วมสนับสนุนไม่ว่าจะเป็นในด้านงบประมาณหรือให้ทรัพยากรในด้านอื่นๆ เช่น วิทยาลัยเทคโนโลยีและการจัดการ กฟผ.แม่เมาะ, สมาคมพัฒนาคุณภาพชีวิตราษฎร, ศูนย์พัฒนาชนบทผสมผสาน
  3. กิจกรรมหรือโครงการที่ กฟผ.แม่เมาะดำเนินงานร่วมกับหน่วยงานอื่น



“เรื่องแหล่งท่องเที่ยวเราทำมาสวยงาม เรื่องของสวนพฤกษชาติเอง พิพิธภัณฑสถานเองคือ ผู้บริหารก็มีนโยบายว่า ถ้าทำให้คนมาเห็นด้วยตา ก็จะเอาไปพูดต่อกัน เพราะคนที่ได้รับข่าวสารแต่ คำไม่ได้มาเห็นคำก็จะนึกภาพไม่ออก”

(ชาติชาย จีวบาง, สัมภาษณ์, 16 ตุลาคม 2552)

“..วิทยุชุมชนก็มีให้ข้อมูล ให้ความรู้เกี่ยวกับ กฟผ. ด้วย เป็นการทำความเข้าใจกับ กฟผ. กับชุมชน คือมีข่าวสารอะไรเกี่ยวกับ กฟผ. ที่ชุมชนควรรู้อะไรต่างๆ มีคนในชุมชนโทรฯเข้ามา แล้วเราก็มีการไปมอบของที่ระลึกของ กฟผ. พวกเสื้อยืด หมวกอะไรต่างๆเหล่านี้ที่เราจะไปมอบ ให้กับชุมชนที่เค้าตอบที่เค้า Response กลับมา ดิชมรายการเราแล้วก็แนะนำอะไรต่างๆ ถึงจะเป็น แม่ค้าในตลาดอะไรต่างๆ เราก็จะไปมอบถึงที่เลย...”

(ประภาพรรณ พูลทวี, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

ซึ่งในแต่ละกิจกรรมจะมีกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันไป โดยมีวัตถุประสงค์หลักก็เพื่อ แสดงออกถึงความรับผิดชอบในฐานะสมาชิกที่ดีของชุมชน

## 2.4 การประเมินผล

จากการศึกษาพบว่า ทางโครงการพัฒนาชุมชน กฟผ.แม่เมาะ จะมีการจัดทำแบบสอบถาม เพื่อประเมินความคิดเห็น ความพึงพอใจของชาวบ้านในทุกๆกิจกรรมที่จัดขึ้น นอกจากนี้ทาง กฟผ.แม่เมาะ ยังได้มีการจ้างมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง เข้ามาสอบถามประเมินความคิดเห็น ความพึงพอใจในด้านต่างๆของชุมชนที่อยู่รอบ กฟผ. แม่เมาะในทุกๆปี

“ใช้หน่วยงานภายนอก ประเมินภายในเป็นการติดตามงานที่เราเข้าไปช่วยเหลือ แต่ในเรื่อง ความพึงพอใจจ้างหน่วยงานภายนอกมาว่าความสัมพันธ์ของเรากับชุมชนภายนอกปีนี้เพิ่มขึ้น ประเมินปีละครั้ง นำผลประเมินมาปรับในแผนการดำเนินงานว่าเรามี Weak จุดอ่อนในเรื่องไหน ก็เอาไปปรับปรุงแผนของเราในปีต่อไป”

(พัฒนะ ไชยมงคล, สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน 2552)

นอกจากประเมินในลักษณะการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ และการจ้าง หน่วยงานภายนอกมาเป็นผู้ประเมินแล้ว ยังมีการประเมินผลในรูปแบบการตัดข่าว , การนับจำนวน ผู้ร่วมกิจกรรมต่างๆ เมื่อพิจารณาจากการประเมินผลจะพบว่าการประเมินผลของ กฟผ. แม่เมาะ เองนั้นยังเป็นการประเมินแบบง่าย มิได้มีการวิเคราะห์และประมวลผลโดยวิธีการทางสถิติอย่างใด

“...เราจะมีแบบประเมินเพื่อจะได้รับการทราบว่าผู้นำแต่ละท่าน คิดเห็นอย่างไรหรือให้เราปรับปรุงอย่างไรในการที่นำพามาเช่นนี้..”

(ประกอบ ประระมะ , สัมภาษณ์, 20 พฤศจิกายน 2552)

## 2.5 ปัญหาและอุปสรรค

ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ. แม่เมาะในพื้นที่นั้น จากการศึกษาสามารถสรุปเป็นประเด็นปัญหาสำคัญได้ 3 ประการ ดังนี้

### (1) ปัญหาทางการเมือง

การเมืองท้องถิ่นนับเป็นอุปสรรคสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้ภารกิจสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่าง กฟผ. แม่เมาะกับชุมชนต้องสะดุด โดยเฉพาะช่วงที่มีการเลือกตั้ง เพราะเมื่อมีการปราศรัยหาเสียง ประเด็นเกี่ยวกับ กฟผ. แม่เมาะในทางลบมักจะถูกนักการเมืองหยิบยกมาเป็นประเด็นในการหาเสียงเสมอ

“การเมืองท้องถิ่นก็มันจะมีการเลือกตั้งเข้ามา ซึ่งมีการเปลี่ยนขั้วอำนาจ ซึ่งก็จะผลต่อการดำเนินงาน เพราะที่เราประสบปัญหาปัจจุบันนี้คือการที่เราขอต่ออายุประทานบัตร ขออนุญาตใช้พื้นที่เพื่อเป็นที่ทิ้งดิน เราจะต้องดำเนินการตามรัฐธรรมนูญก็ต้องขอความเห็นชอบไปยังกรมปกครองท้องถิ่น (อบต.) อบต.ก็ต้องไปถามประชาชน ซึ่งตรงนี้เนี่ยก็เป็นปัญหาในการดำเนินงานก็คือชาวบ้านเค้าก็จะอ้างเรื่องสิ่งแวดล้อม เค้าก็จะไม่ให้ความเห็นชอบซึ่งเป็นปัญหาที่เราเจอ แต่สิ่งหนึ่งที่เค้าอ้างก็เพื่อประชาชน อันนี้คือเรื่องการเมือง บางทีมันก็เปลี่ยนขั้วอำนาจ เรื่องการเมืองก็จะมีฐานเสียงของเค้าอยู่ ก็ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการทำงานด้วย”

(พัฒนา ไชยมงคล, สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน 2552)

### (2) ปัญหาทัศนคติของคนนอกพื้นที่

จากการศึกษาพบว่า คนนอกพื้นที่ที่เข้ามาทำงานใน อ. แม่เมาะ ยังมีความเข้าใจในเรื่องผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่คลาดเคลื่อน และมีความคิดว่า กฟผ.แม่เมาะเป็นผู้ที่ก่อให้เกิดมลภาวะในพื้นที่

“เรื่องของคนในแม่เมาะมาจากหลายที่มีการแข่งขันกัน คนในแม่เมาะก็มีการย้ายภูมิลำเนาจากหลายที่จากภาคอีสาน ได้ หลายหลายวัฒนธรรมแล้วก็คนที่มาอยู่ก็อพยพมาจากที่อื่น อันนี้ก็มีส่วนเพราะมาทำงานบ้าง มาอะไรบ้างเพราะที่นี้ถือว่าเป็นแหล่งสร้างงานที่ดี กลุ่มที่มีปัญหาเป็นกลุ่มที่มาจากที่อื่นเป็นส่วนใหญ่ เค้าก็จะมาคุยเรื่องสิ่งแวดล้อมไม่ดี คนภูมิลำเนาเราเดิมๆไม่ค่อยมีปัญหา

คนดั้งเดิมคนพื้นเพไม่ค่อยจะมีปัญหา ภาพลักษณ์ของเราคนทั้งประเทศอะนะ พอพูดถึงแม่เมาะมัน  
เป็นลบถูกมัยเพราะภาพมันติดอยู่อย่างนั้นตลอด”

(ชาติชาย จีวบาง, สัมภาษณ์, 16 ตุลาคม 2552)

### (3) ปัญหาเรื่องความไม่เข้าใจและไม่เชื่อใจ

ทัศนคติของคนส่วนใหญ่คิดว่า กฟผ.แม่เมาะเป็นผู้สร้างมลภาวะให้แก่พื้นที่ ส่งผลกระทบ  
ต่อการดำเนินชีวิตของคนในชุมชน ซึ่งความคิดนี้ได้ฝังรากลึกทำให้ภาพลักษณ์ของ กฟผ.ติดลบใน  
สายตาของคนส่วนใหญ่ แม้ว่า กฟผ. ได้แก้ไขปัญหาโดยการติดตั้งเครื่องวัดคุณภาพอากาศ ผล  
ออกมาว่าการดำเนินงานของ กฟผ. แม่เมาะไม่ได้สร้างความเสียหายในพื้นที่ แต่ข้อมูลดังกล่าวยังไม่  
เป็นที่ยอมรับจากชาวบ้านบางส่วน นอกจากนี้ทาง กฟผ. ยังส่งเจ้าหน้าที่เข้าไปอธิบายการ  
ดำเนินงาน มาตรการควบคุมมลพิษให้ชาวบ้านรับทราบแต่ก็ยังไม่สามารถสร้างความเชื่อมั่นใน  
ระดับที่น่าพอใจ

การปฏิเสธข้อมูลที่เผยแพร่เป็นปัญหาสำคัญ สาเหตุอาจมาจากข้อมูลทางด้านเทคนิคที่มี  
ความซับซ้อนยากแก่การทำความเข้าใจ ประกอบกับทัศนคติในทางลบที่มีอยู่เดิม เมื่อเจ้าหน้าที่ของ  
กฟผ. ไปชี้แจง ก็เหมือนเป็นการแก้ตัว ซึ่ง กฟผ.แม่เมาะได้ดำเนินแก้ไขปัญหาดังกล่าวด้วยวิธีการสื่อสารที่  
จริงใจและมีปรรณนาที่ดีแก่ชุมชน

“ผลกระทบเรื่องสิ่งแวดล้อมและการรับรู้แล้วก็ฝังใจ กิจกรรมของที่นี่ เป็น โครงการขนาดใหญ่  
ใหญ่มีหลายกิจกรรม แต่พอกิจกรรมต่างๆบางเรื่องเป็นเรื่องเชิงเทคนิคต้องอาศัยการอธิบาย แต่มัน  
ไม่ใช่ประเด็นที่คนสนใจอยากจะรู้อยากจะฟังเมื่ออธิบายแล้วก็เข้าใจยาก แต่ข่าวที่คนรับรู้ก็คือข่าวที่  
ชาวบ้านกลุ่มหนึ่งไม่พอใจประท้วง ในขณะที่ชาวบ้านส่วนใหญ่ 80-90% เขาก็ไม่อะไร ดังนั้นเมื่อมี  
ข่าวความขัดแย้งอย่างต่อเนื่องเนี่ย เราก็ต้องรับมือ แล้วก็พอมันเกิดปัญหาอะไรต่างๆเนี่ย คนที่เข้าไป  
เจรจาเนี่ยมันอยู่ในฐานะน้ำท่วมปาก ...ถ้าอธิบายไปอาจจะเป็นการ ได้เถียงแต่เราก็ต้องใช้เวลา  
เพราะมันเป็นเรื่องยากและต้องอาศัยเวลาในการเข้าใจแต่สิ่งหนึ่งที่เรามีคือความตั้งใจจริง อดทน  
และปรรณนาดี”

(นำพล โพธิวงศ์, สัมภาษณ์, 16 ตุลาคม 2552)

### 3. กลยุทธ์ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

#### 3.1 กลยุทธ์ในการใช้สื่อ

วัตถุประสงค์ของการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมประการหนึ่ง คือ เพื่อทำความเข้าใจและสร้างทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับ กฟผ.แม่เมาะ อันนำไปสู่การยอมรับ กฟผ. แม่เมาะ ให้เป็นส่วนหนึ่งของชุมชน และเพื่อจะบรรลุวัตถุประสงค์ประการนี้ กฟผ.แม่เมาะ จึงเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมไปยังชุมชนอย่างต่อเนื่อง เมื่อพิจารณาเนื้อหาในสารส่วนใหญ่ที่ กฟผ.แม่เมาะ เผยแพร่นั้น แสดงความมุ่งหมายที่ส่งสารไปก่อให้เกิดผลเป็นภาพในใจของชาวบ้าน 3 ประการ คือ

1. ความเป็นองค์กรที่ใช้เทคโนโลยีและวิธีการทำเหมืองแร่ที่ทันสมัยและมีความปลอดภัย ซึ่งจะเป็นผลจากการรับข่าวสารเกี่ยวกับกระบวนการทำเหมืองแร่และการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม
2. ความเป็นองค์กรที่ประพฤติปฏิบัติตามกรอบของกฎหมายข้อบังคับ ซึ่งจะเป็นผลจากการรับข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินการดูแลควบคุมมลภาวะที่ถูกต้องเหมาะสมตามกรอบของกฎหมาย
3. ความเป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อชุมชนในระดับสูง ซึ่งจะเป็นผลจากการรับข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนรอบ กฟผ.แม่เมาะ

ด้วยความเชื่อที่ว่า การให้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่ออย่างต่อเนื่องจะสามารถสร้างผลกระทบได้ กล่าวคือ เมื่อชาวบ้านรับรู้ข้อมูลจากสื่อแล้วจะมีความรู้ความเข้าใจใน กฟผ. แม่เมาะ เพิ่มมากขึ้น เมื่อมีความเข้าใจมากขึ้น ก็จะส่งผลไปถึงทัศนคติและพัฒนาไปถึงการยอมรับใน กฟผ.แม่เมาะ ในที่สุด กฟผ.แม่เมาะ จึงพยายามใช้สื่อที่หลากหลายเพื่อเข้าถึงชุมชนให้มากที่สุด จากการศึกษาพบว่า กฟผ. แม่เมาะ มีการใช้กลยุทธ์ในการใช้สื่อ ดังนี้

#### (1) กลยุทธ์การใช้สื่อผสมผสาน

เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการเผยแพร่ข้อมูล ขยายความเข้าใจ ใน กฟผ.แม่เมาะ ให้เข้าถึงชาวบ้านและครอบคลุมพื้นที่เป้าหมายมากที่สุด

“...ใช้หลายๆช่องทาง ช่องทางที่เป็นทางการ ส่วนใหญ่จะเป็นผู้นำ ในการประชุมกำนันผู้ใหญ่บ้าน การประชุมหัวหน้าส่วนราชการซึ่งมีเป็นประจำทุกเดือน สองก็คือวิทยุชุมชนมีสถานีเดียวที่เราไปออกอากาศ ... สามก็คือจดหมายข่าว ทางประชาสัมพันธ์เค้าก็จะมีจดหมายข่าว เดือน

ละ 1 ฉบับ .... ผ่านนักเรียนนักศึกษาในเรื่องของค่ายเยาวชน สื่อสารผ่านกีฬา .. ไม่ใช่เรื่องของข้อมูล ข่าวสารอย่างเดียวเป็นการประชาสัมพันธ์กิจกรรมไม่ว่าจะเป็นค่ายเยาวชน กีฬาต่างๆ..”

(พัฒนา ไชยมงคล,สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน 2552)

“...สื่อบุคคลนะ เค้าได้มาสัมผัสด้วยตัวเองก่อนที่เค้ามาความคิดเค้าเป็นยังไงเค้าก็จะให้ สัมภาษณ์ เราก็จะได้ข้อมูลจริงเราก็จะส่งต่อไปยังสื่อสิ่งพิมพ์ แทนที่เราจะฟังคนเดียวเราก็ให้คนอื่น เค้าฟังด้วย...”

(นำพล โพธิวงศ์, สัมภาษณ์, 16 ตุลาคม 2552)

กฟผ.แม่เมาะ ได้นำกลยุทธ์การใช้สื่อผสมผสานมาใช้ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร ขยายความ เข้าใจและโน้มน้าวใจ โดยการนำสื่อทุกประเภทที่สามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารได้มาใช้ในการ ดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

จากผลการศึกษา ผู้วิจัยสามารถสรุปกลยุทธ์การใช้สื่อผสมผสานเป็นแผนภาพได้ ดังนี้



ภาพที่ 10 กลยุทธ์การใช้สื่อผสมผสาน

(1.1) สื่อบุคคล

จากการศึกษาการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ พบว่าในกลยุทธ์การใช้สื่อผสมผสานนั้น สื่อบุคคลนับว่าเป็นสื่อหลักที่นำมาใช้เพื่อวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อให้ความรู้ (To educate) ประกอบด้วยความรู้ 2 ส่วน คือ (1) ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทำเหมืองถ่านหินลิกไนต์ เช่น ขั้นตอนการผลิต การจัดการสิ่งแวดล้อมในด้านต่างๆ และการอบรมให้ความรู้วิธีการอ่านค่าการตรวจวัดคุณภาพอากาศจากสถานีตรวจวัดตามจุดต่างๆ ซึ่งเจ้าหน้าที่จะทำการสื่อสารในโอกาสต่างๆ เช่น จัดการอบรมในแต่ละเดือน หรือ ในโอกาสที่ลงไปพบปะชาวบ้านในเวทีชุมชนต่างๆ (2) ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ กฟผ. แม่เมาะ จัดขึ้น เช่น การอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาอาชีพ
2. เพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร (to inform) ข้อมูลข่าวสารที่เจ้าหน้าที่มุ่งเผยแพร่ให้กับชาวบ้านจะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมความเคลื่อนไหวของ กฟผ.แม่เมาะ ทั้งในด้านข่าวสารเกี่ยวกับกระบวนการทำเหมือง เช่น การสั่งซื้อเครื่องจักรใหม่ที่ทันสมัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และ ข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น การออกตรวจของหน่วยแพทย์เคลื่อนที่ การสร้างสาธารณูปโภคในชุมชน โดยการให้ข้อมูลข่าวสารด้วยวิธีการต่างๆ เช่น เข้าไปในพื้นที่เพื่อให้ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับโครงการต่างๆด้วยการประชุมชี้แจง การจัดอบรม การพบปะพูดคุยกับผู้นำและชาวบ้าน
3. เพื่อโน้มน้าวใจ (to persuade) การใช้สื่อบุคคลในวัตถุประสงค์นี้ในการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจให้ชาวบ้านเข้าร่วมกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านต่างๆที่ กฟผ.แม่เมาะ จัดขึ้น เช่น พิพิธภัณฑสถานถ่านหินลิกไนต์ศึกษา โครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตต่างๆ เจ้าหน้าที่ต้องเข้าไปพูดคุยเพื่อโน้มน้าวเชิญชวนให้ชาวบ้านมาร่วมในกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่ กฟผ.แม่เมาะจัดขึ้น

นอกจากส่งสารแล้วสื่อบุคคลของ กฟผ.แม่เมาะยังต้องเป็นผู้รับสาร ที่เป็นความคิดเห็นข้อเสนอแนะในเรื่องราวต่างๆที่เกี่ยวข้องกับ กฟผ.แม่เมาะ เพื่อนำมาพัฒนางานอีกด้วย

“...เราก็ไปรับฟังปัญหาชาวบ้านว่าเป็นไง เช่น เครื่องจักรไม่ค่อยดีเราก็เออ เดี่ยวเราติดต่อช่างมาซ่อมให้ชนะ ไปปรับทราบปัญหามาก็เอามาสู่แผนปีต่อไป...”

(ประกอบ ประระมะ,สัมภาษณ์, 20 พฤศจิกายน 2552)

นับได้ว่าสื่อบุคคลของ กฟผ.แม่เมาะนั้น จะต้องทำหน้าที่ใน 2 บทบาท คือ (1) บทบาทของผู้ให้ข้อมูลข่าวสาร ที่จะต้องสื่อสารสร้างความเข้าใจให้เกิดขึ้นกับชาวบ้าน (2) บทบาทของนักพัฒนา ที่จะต้องสื่อสารเพื่อให้ความรู้ สร้างความเข้าใจในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

### (1.2) สื่อสิ่งพิมพ์ของ กฟผ.แม่เมาะ

จากการศึกษาพบว่าสื่อสิ่งพิมพ์ของ กฟผ. แม่เมาะที่ใช้ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น ใช้เป็นสื่อสนับสนุน โดยมีเนื้อหาส่วนใหญ่ที่มุ่งเน้นการให้ความรู้และแจ้งข่าวสารความเคลื่อนไหวในด้านต่างของ กฟผ.แม่เมาะ เป็นหลัก ดังนี้

1. เพื่อให้ความรู้ (to educate) สามารถแบ่งความรู้ใน 2 ส่วน คือ (1) ความรู้เกี่ยวกับผลกระทบและการป้องกันด้านสิ่งแวดล้อมของ กฟผ.แม่เมาะ (2) ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากิจกรรม เช่น เอกสารประกอบการอบรมต่างๆ
2. เพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร (to inform) เป็นการแจ้งข่าวสารความเคลื่อนไหวที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่ กฟผ.แม่เมาะ ได้ดำเนินการในชุมชน

โดยสิ่งพิมพ์ของ กฟผ.แม่เมาะที่พิมพ์ออกมาแจกจ่ายไปแล้ว เช่น

#### ▪ วารสาร “จดหมายข่าวเหมืองแม่เมาะ”

เป็นวารสารรายเดือนที่ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการดำเนินงานความเคลื่อนไหวของเหมืองแม่เมาะ การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม และข่าวสารด้านสิ่งแวดล้อมของเหมืองแม่เมาะ ไปยังประชาชนในพื้นที่โดยรอบ 5 ตำบล 42 หมู่บ้าน ซึ่งเป็นสื่อที่เหมืองแม่เมาะใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ



ภาพที่ 11 วารสาร “จดหมายข่าวเหมืองแม่เมาะ”

### (1.3) สื่อเฉพาะกิจ

จากการศึกษาพบว่า สื่อเฉพาะกิจที่ใช้ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น เป็นสื่อสนับสนุน โดยมีเนื้อหาส่วนใหญ่ที่มุ่งเน้นเนื้อหา เพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร (to inform) เกี่ยวกับ กฟผ. แม่เมาะ และข้อมูลกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่ กฟผ.แม่เมาะ ได้ดำเนินการ

#### ■ หอกระจายข่าว

โดยเจ้าหน้าที่ กฟผ. แม่เมาะ จะจัดส่งข่าวเกี่ยวกับกิจกรรมและข่าวสารของ กฟผ.แม่เมาะ ไปให้ผู้นำชุมชนในหมู่บ้านต่างๆ ทั้ง 42 หมู่บ้าน เพื่อประกาศให้ชาวบ้าน ได้รับทราบ

“...หน่วยฟื้นฟูสภาพเหมืองเอามาให้เรา เจ้าอาจจะเอางานมาให้เราประมาณสักห้าหกสิบงาน ให้ชาวบ้านไปจัดตั้งกลุ่มแรงงานจากที่ชุมชน ...เราก็ประชาสัมพันธ์ ...ออกประชาสัมพันธ์ขอเชิญกลุ่มแรงงานที่สนใจงานจ้างเหมาเกี่ยวกับงานฟื้นฟูสภาพเหมืองเข้ามาจับสลากงาน ...สื่อที่ใช้คือ เอาประกาศไปให้ผู้ใหญ่บ้านออกเสียงตามสายในหมู่บ้าน ...”

(เลอสันต์ วงศ์เปี้ย ,สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

#### ■ สื่อของที่ระลึก

เป็นสื่อที่ใช้มอบเป็นของที่ระลึกในกิจกรรมต่างๆ นับเป็นสื่อที่ใช้สนับสนุนสื่อหลักและกิจกรรมต่างๆประกอบไปด้วย เสื้อยืด หมวก พวงกุญแจ ที่มีรูปมาสคอตของเหมืองแม่เมาะ



ภาพที่ 12 สื่อของที่ระลึก

#### ■ ป้ายประชาสัมพันธ์

จะติดตั้งตามจุดต่างๆในชุมชน โดยเน้นประชาสัมพันธ์กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่ กฟผ.แม่เมาะ จัดขึ้น เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวแม่เมาะ(ทุ่งดอกบัวตอง , พิพิธภัณฑ์ ศูนย์ถ่านหินลิกไนต์) วิทยาลัยเทคโนโลยีและการจัดการ กฟผ.แม่เมาะ เป็นต้น



## ■ สื่ออินเทอร์เน็ต

ทาง กฟผ.แม่เมาะ มีการจัดทำเว็บไซต์ <http://maemohmine.egat.co.th/> เป็นอีกช่องทางหนึ่งในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ กฟผ. แม่เมาะ ในด้านต่างๆ เริ่มตั้งแต่ประวัติความเป็นมาของ กฟผ.แม่เมาะ, การดำเนินงานแผนการทำเหมือง , ผลการดำเนินงานในแต่ละปี , การควบคุมจัดการด้านสิ่งแวดล้อม , งานจัดซื้อ , แหล่งท่องเที่ยวใน อ.แม่เมาะ รวมถึงการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่ กฟผ.แม่เมาะ ดำเนินการ โดยการใช้อินเทอร์เน็ตนี้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้รับสารได้ในวงกว้าง ให้ข้อมูลได้อย่างละเอียด โดยเฉพาะข้อมูลที่เป็นเชิงวิชาการ เช่น แผนการทำเหมือง จึงส่งผลให้ผู้รับสารได้รับข้อมูลอย่างละเอียด และมีความรวดเร็ว ทั้งยังสามารถซักถาม ดิชมการดำเนินงานของ กฟผ.แม่เมาะ กลับมายังต้นสังกัดได้

## ■ สื่อมวลชน

จากการศึกษาพบว่า กฟผ.แม่เมาะ ใช้สื่อมวลชนเป็นสื่อสนับสนุน เพื่อเป็นช่องทางเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงาน ทั้งที่จัดรายการเผยแพร่เองและจัดส่งข่าวแจกหรือภาพข่าวให้สื่อมวลชนเผยแพร่ ตลอดจนเชิญสื่อมวลชนเข้าร่วมในกิจกรรมต่างๆที่ กฟผ.แม่เมาะ จัดขึ้น สามารถจำแนกสื่อมวลชนที่ กฟผ.แม่เมาะ ใช้ได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. สื่อวิทยุ โดย กฟผ. แม่เมาะ ได้จัดรายการวิทยุชื่อรายการ “พลังงานสีขาว” ที่คลื่น FM.90.5 จัดในช่วงเวลา 11.00 – 12.00 น. ซึ่งผู้จัดรายการใช้ภาษาคำเมืองจัดรายการ โดยรายการที่จัดมีเนื้อหาเกี่ยวกับการดำเนินงานในด้านต่างๆของ กฟผ.แม่เมาะ เช่น การควบคุมมลพิษ การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม เชิญชวนให้มาร่วมกิจกรรม สลับกับการเปิดเพลง และมีการเปิดโอกาสให้ชาวบ้าน โทรศัพท์เข้ามาแสดงความคิดเห็น ดิชม และให้ข้อเสนอแนะกับการดำเนินงานของ กฟผ.แม่เมาะ
2. หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ส่วนมากเป็นการจัดทำข่าวแจก ,การแถลงข่าว หรือเชิญมาร่วมทำข่าว ในกิจกรรมต่างๆที่ กฟผ. แม่เมาะ จัดขึ้น

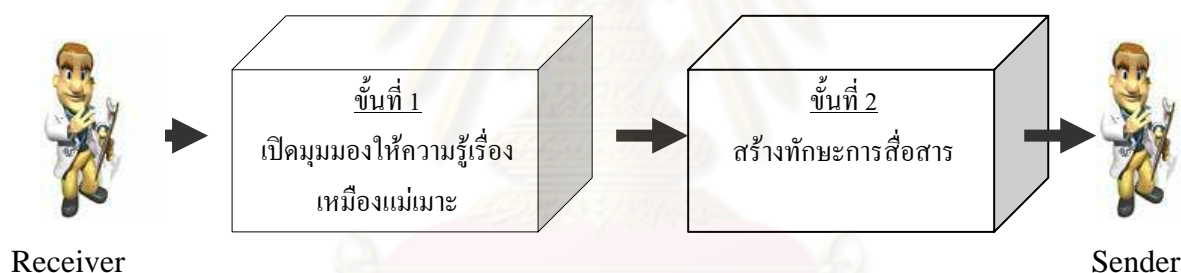
กลยุทธ์การใช้อสื่อผสมผสานนี้ เป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำหน้าที่ส่งสารไปยังชาวบ้านเพื่อให้เข้าใจถึงแนวทางการดำเนินงาน มาตรการความปลอดภัยและการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของ กฟผ. แม่เมาะ ระวังไม่ให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนและการจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชาวบ้านให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ตลอดจนเกิดเป็นภาพที่ดีในใจของชาวบ้าน การใช้อสื่อผสมผสานที่ครอบคลุมทั้งพื้นที่ได้ผลดีให้เกิดกับทั้งชุมชนและ กฟผ.แม่เมาะ กล่าวคือ เมื่อชาวบ้านได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องครบถ้วนก็就会有ความเข้าใจที่ถูกต้อง และสามารถ

แสดงปฏิกิริยาสะท้อนกลับมาได้ ซึ่งก็จะเกิดเป็นผลดีต่อ กฟผ.แม่เมาะ ที่นำข้อมูลสะท้อนกลับดังกล่าวมาใช้ปรับปรุงการนำเสนอสารไปยังชุมชนต่อไป

## (2) กลยุทธ์การสร้างสื่อบุคคล

สื่อบุคคลเป็นสื่อสำคัญที่ถูกใช้เป็นตัวกลางในการนำข้อมูลข่าวสารของ กฟผ.แม่เมาะ ไปสู่ชุมชน ทั้งนี้เพื่อการพัฒนาและให้ข้อมูลข่าวสาร จากการศึกษาพบว่า นอกจากเจ้าหน้าที่ของโรงไฟฟ้าที่ทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารแล้ว ยังได้มีแนวคิดที่จะนำคนในพื้นที่ที่มีศักยภาพพอที่จะพัฒนาการสื่อสารได้ มาพัฒนาจากผู้รับสารให้เป็นผู้ส่งสาร โดยกลุ่มคนดังกล่าว คือ กลุ่มผู้นำชุมชน เช่น พระ , กำนัน , ผู้ใหญ่บ้าน , อบต. , กลุ่มเยาวชนในพื้นที่ เป็นต้น แนวทางดำเนินกลยุทธ์นี้ คือ ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ กฟผ. แม่เมาะกับกลุ่มผู้นำก่อน เพื่อให้กลุ่มผู้นำนำข้อมูลข่าวสารต่างๆ ไปถ่ายทอดให้กับคนในชุมชนต่อไป

จากผลการศึกษากลยุทธ์สร้างเครือข่ายสื่อบุคคล ผู้วิจัยสามารถสรุปเป็นแผนภาพได้ ดังนี้



ภาพที่ 13 กลยุทธ์สร้างสื่อบุคคล

### (2.1) กิจกรรมเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับ กฟผ. แม่เมาะ

กิจกรรมเยี่ยมชมและศึกษาดูงาน กฟผ.แม่เมาะ ในช่วงเวลาปกตินั้น กฟผ. แม่เมาะ จะมีผู้เข้ามาขอศึกษาดูงานอยู่แล้ว สามารถแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

1. เป็นคณะบุคคลกลุ่มบุคคล หน่วยงานต่างๆทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึง หน่วยงานจากต่างประเทศ ที่สนใจเข้ามาศึกษาดูงาน
2. เป็นคณะบุคคลที่ทาง กฟผ. แม่เมาะ เชิญให้เข้ามาศึกษาดูงาน

โดยผู้ที่เข้าชมจะได้รับความรู้กระบวนการดำเนินงานของ กฟผ. แม่เมาะ ขั้นตอนการทำเหมือง ส่งถ่านหินป้อนให้โรงไฟฟ้าผลิตไฟฟ้า และกระบวนการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของ กฟผ. แม่เมาะ แผนการฟื้นฟูสภาพเหมือง ซึ่งกิจกรรมนี้นับเป็นอีกกิจกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญ โดยเฉพาะกับกลุ่มเป้าหมายที่ กฟผ. แม่เมาะ เชิญมาศึกษาดูงาน เพราะเป็นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ได้มาสัมผัสและซักถามข้อสงสัยประสบการณ์ตรงที่ได้จากการศึกษาดูงานจะส่งผลถึงความเข้าใจและเชื่อมั่นต่อระบบความปลอดภัยของการดำเนินงานของ กฟผ.แม่เมาะ สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่ กฟผ. แม่เมาะ เชิญเข้ามานี้จะเป็นการกำหนดกิจกรรมขึ้นมาโดยเฉพาะตามกลุ่มเป้าหมายต่างๆ เช่น

- กลุ่มเยาวชน มีการจัดโครงการให้เยาวชนจากโรงเรียนรอบ กฟผ. แม่เมาะ ในระดับชั้นต่างๆ ได้เข้าศึกษาดูงานภายในพิพิธภัณฑ์ศูนย์ถ่านหินลิกไนต์ศึกษา เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกที่ดี สร้างความภาคภูมิใจให้กับนักเรียนว่า เหมืองถ่านหินลิกไนต์ที่อยู่ในท้องถิ่นของตนเองนั้น เป็นแหล่งเหมืองถ่านหินที่เป็นเชื้อเพลิงสำคัญของประเทศในการผลิตกระแสไฟฟ้า ลดการนำเข้าเชื้อเพลิงจากต่างประเทศ และเป็นเหมืองที่มีการดำเนินงานโดยคำนึงถึงสภาพแวดล้อมเป็นสำคัญ เป็นกิจกรรมที่ทำให้นักเรียนเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข้อมูลที่ถูกต้องไปยังชุมชน
- กลุ่มผู้นำชุมชน กิจกรรมที่จัดขึ้น เช่น โครงการ “ศึกษาดูงานของผู้นำชุมชน” เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเรื่องพลังงานของประเทศให้กับผู้นำชุมชนรอบโรงไฟฟ้ากว่า 60 คน ด้วยการทัศนศึกษาดูงาน ณ โรงไฟฟ้าบางประกง จ. ฉะเชิงเทรา และ โรงไฟฟ้าพลังน้ำเขื่อนภูมิพล จ.ตาก

“...ศึกษาดูงานก็จะมี 2 แผน แผนที่พาส่วนราชการร่วมกับกำนันผู้ใหญ่บ้านนี้แผนหนึ่งและอีกแผนก็แผนอบต. นักการเมือง สจ. ร่วมกับผู้เกี่ยวข้องด้านท้องถิ่นไปดูงาน เป็นการเชื่อมความสัมพันธ์ในระหว่างเดินทาง แล้วเราก็จะนำภารกิจของ กฟผ. ไปพูดคุยตรงที่ศึกษาดูงาน แล้วก็ไปดูงานที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นเขื่อนสิริกิติ์ โรงไฟฟ้าบางประกง แล้วก็ที่มีโรงไฟฟ้าตั้งอยู่ เราจะไปตรงนั้นแล้วก็ได้ประชาสัมพันธ์ไปในตัว โดยสอดแทรกเรื่องภารกิจ กฟผ. เข้าไป...”

(ประกอบ ประระมะ, สัมภาษณ์, 20 พฤศจิกายน 2552)

## (2.2) กิจกรรมเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสาร

เมื่อได้ศึกษาดูงานจนกลุ่มเป้าหมายมีความเข้าใจในกระบวนการดำเนินงานของ กฟผ.แม่เมาะ แล้ว ขั้นตอนถัดมาคือ การพัฒนาทักษะด้านการสื่อสารเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายนั้นมีความรู้ในการสื่อสาร คือ โครงการ “ค่ายเยาวชนรักษ์สิ่งแวดล้อม” เป็นโครงการที่จัดเยาวชนในชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจากโรงเรียนรอบ กฟผ.แม่เมาะมาเข้าค่าย เพื่ออบรมพัฒนาทักษะในการสื่อสาร เป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารให้กับคนในครอบครัวและชุมชน ทั้งเยาวชนที่

ผ่านการอบรมยังเป็นมัลคฤเทศก์น้อยในการพานักท่องเที่ยวที่วชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆที่เกิดจากการฟื้นฟูสภาพเหมือง อันจะนำไปสู่การเกิดทัศนคติที่ดี และยอมรับให้ กฟผ.แม่เมาะ เป็นส่วนหนึ่งของชุมชน

“...25 โรงเรียนในพื้นที่แม่เมาะทั้งหมด ก็จะแยกออกเป็น 3 ค่ายก็ครบหมดทุกโรงเรียน เราจะเน้นในเรื่องของสิ่งแวดล้อมและวิถีพุทธ ด้านจริยธรรมด้านอะไรให้กับเด็ก แล้วก็เน้นเรื่องของสิ่งแวดล้อมแล้วก็พามาดูงานของ กฟผ. เพื่อให้เค้าได้มีทัศนคติที่ดีกับ กฟผ.ด้วย...เรื่องท่องเที่ยว เรื่องอะไรในแม่เมาะ ก็จะมีมัลคฤเทศก์น้อยพาแลกเปลี่ยนไปทัวร์ อย่างงานเทศกาลท่องเที่ยวแม่เมาะก็จะพาแลกเปลี่ยนไปดูทุ่งบัวตอง ดูอะไรอย่างนี้ แล้วก็ฝึกมัลคฤเทศก์น้อยไปด้วย อาจจะคอยอธิบายอยู่ในรถหรือตามสถานที่อย่างพิพิธภัณฑ์ต่างๆพวกนี้...”

(ประภาพรธรรม พูลทวี, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

แนวคิดของกลยุทธ์การสร้างเครือข่ายสื่อบุคคล ที่จัดกิจกรรมอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานของ กฟผ.แม่เมาะและการพัฒนาศักยภาพด้านการสื่อสารควบคู่ไปด้วยนี้เชื่อว่า ทักษะการสื่อสารที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมอบรมประกอบกับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับ กฟผ.แม่เมาะ ที่มีนั้น จะส่งผลให้เมื่อใดที่กลุ่มผู้นำที่ผ่านการอบรมจะสื่อสารเรื่องราวเกี่ยวกับ กฟผ.แม่เมาะ ไปยังชุมชน ในฐานะสื่อบุคคลแล้วจะสามารถเผยแพร่ข่าวสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### (3) กลยุทธ์ขยายกลุ่มเป้าหมาย

เป็นการใช้กิจกรรมพิเศษเชิงรุก เพื่อขยายฐานกลุ่มเป้าหมายในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมให้เข้าถึงกลุ่มผู้นำในชุมชนและกลุ่มสื่อมวลชน ผู้มีอิทธิพลต่อความคิดของชาวบ้านในพื้นที่รอบ กฟผ.แม่เมาะ โดยมีการจัดหน่วยงานรองรับหน้าพื้นที่นี้ไว้ 2 หน่วยงาน คือ แผนกประชาสัมพันธ์เหมืองแม่เมาะ และ โครงการพัฒนาชุมชน กฟผ.แม่เมาะ

จากผลการศึกษากลยุทธ์ขยายกลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยสามารถสรุปเป็นแผนภาพได้ ดังนี้



ภาพที่ 14 กลยุทธ์ขยายกลุ่มเป้าหมาย

### (3.1) งานรัฐกิจสัมพันธ์

เป็นส่วนงานที่รับผิดชอบโดยโครงการพัฒนาชุมชน กฟผ.แม่เมาะ เป็นงานที่ให้ความร่วมมือและสนับสนุนกิจกรรมต่างๆของส่วนราชการในจังหวัดลำปางและอำเภอแม่เมาะ , องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น และ ผู้นำชุมชน เพื่อกระชับความสัมพันธ์และสร้างความเข้าใจกับหัวหน้าส่วนราชการ , ผู้นำท้องถิ่น , ผู้นำชุมชน , กลุ่มผู้นำต่างๆ รวมถึงสมาชิกในชุมชน ด้วยการพบปะ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น หรือเชิญเยี่ยมชมกิจการของ กฟผ. แม่เมาะ กิจกรรมที่เคยจัดขึ้น เช่น

- กิจกรรมกีฬาและบันเทิงร่วมกับผู้นำทุกภาคส่วนและส่วนราชการ เป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อช่วยสร้างเสริมสุขภาพกาย และสุขภาพจิตที่ดีให้กับผู้นำชุมชนและข้าราชการ และใช้กีฬาเป็นการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่าง กฟผ.แม่เมาะ กับ หน่วยงานราชการ
- สนับสนุนกิจกรรมของส่วนราชการจังหวัดลำปางในวันสำคัญต่างๆเช่น ประเพณีสงกรานต์ , งานกาชาดประจำปี , งานแสดงท้องทุ่ง

หรือการมอบงบประมาณสนับสนุนการพัฒนาชุมชนในด้านต่างๆ เช่น

- มอบงบประมาณสนับสนุนการจัดการแข่งขันฟุตบอลมวลชน “อำเภอแม่เมาะคัพ”
- มอบเงินสนับสนุนปรับปรุงโรงครัวให้กับสถานพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชนจังหวัดลำปาง
- มอบกรวยจราจรให้กับสถานีตำรวจอำเภอเมือง จ.ลำปาง

### (3.2) งานด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์

เป็นส่วนงานที่รับผิดชอบโดยแผนกประชาสัมพันธ์เหมืองแม่เมาะ เป็นการดำเนินงานเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนในพื้นที่ ด้วยการให้ข้อมูลข่าวสาร อำนวยความสะดวกในการสัมภาษณ์ผู้บริหาร และการพบปะเยี่ยมเยียนสื่อมวลชนอย่างสม่ำเสมอ ตลอดจนให้การสนับสนุนกิจกรรมต่างๆที่สื่อจัดขึ้น เช่น งานวันนักข่าว งานแสดงความยินดีกับสื่อ และการแข่งกีฬา กับสื่อมวลชน

การสร้างเครือข่ายพันธมิตรกับกลุ่มสื่อมวลชนและผู้นำชุมชน นับเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่มีความสำคัญ เพราะทั้ง 2 กลุ่มนี้นับว่ามีอิทธิพลต่อความคิดของชาวบ้านในพื้นที่ในฐานะผู้นำความคิด (Opinion Leader) ที่เชื่อว่า บางคนจะยอมรับเรื่องราวต่างๆได้ ต่อเมื่อได้รับการยืนยันจากผู้นำทางความคิดของตนเองเสียก่อน

### 3.2 กลยุทธ์ในการดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์

ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น นอกจากการให้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับองค์การที่เป็นประโยชน์ต่อการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องแล้ว การแสดงตนเป็นสมาชิกที่ดีของชุมชนด้วยสำนึกในหน้าที่ในฐานะสมาชิกที่ดีของชุมชน ด้วยการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชาวบ้านร่วมกันพัฒนาชุมชนไปสู่ความเจริญในด้านความเป็นอยู่พื้นฐานต่างๆ เช่น ด้านการศึกษา สุขภาพ อาชีพ สาธารณูปโภค และอื่นๆ ซึ่งเป็นภาระหน้าที่สำคัญที่องค์การจะต้องดำเนินการอย่างจริงจังและต่อเนื่องควบคู่ไปกับการให้ข้อมูลข่าวสาร ซึ่งจะช่วยให้ภาพความเป็นองค์การเพื่อนบ้านที่มีความรับผิดชอบต่อ ใส่ใจและห่วงใยในชุมชนปรากฏชัดเจนในใจของชาวบ้านมากยิ่งขึ้น ซึ่งปัจจัยดังกล่าวนี้จะส่งผลผูกพันไปถึงการยอมรับองค์การของชาวบ้านในที่สุด

จากการศึกษาพบว่า กฟผ.แม่เมาะ ได้มีการจัดตั้ง “โครงการพัฒนาชุมชน กฟผ.แม่เมาะ” ขึ้นในปี 2542 เพื่อดำเนินงานด้านชุมชนสัมพันธ์โดยเฉพาะ โดยมีวัตถุประสงค์ คือ

1. เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่าง กฟผ. กับชุมชน โดยรอบ
2. เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจอันดีและปรับเปลี่ยนทัศนคติของชุมชนต่อ กฟผ.แม่เมาะ
3. เพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตและพัฒนาอาชีพราษฎรให้ดีขึ้นและตอบสนองความต้องการของชุมชน ให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดกับทุกฝ่ายในภาพรวม
4. เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้ความช่วยเหลือราษฎรเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต ความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น และสามารถใช้ชีวิตในพื้นที่ได้อย่างปกติสุข

โครงการพัฒนาชุมชน กฟผ.แม่เมาะ มีการวางแผนการดำเนินงานกิจกรรมเพื่อชุมชนออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่

1. แผนเสริมสร้างความสัมพันธ์กับภาครัฐ
2. แผนเสริมสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน
3. แผนพัฒนาคุณภาพชีวิตชุมชน โดยรอบ กฟผ.แม่เมาะ
4. แผนชุมชนสัมพันธ์พื้นที่เป้าหมาย
5. สนับสนุนงานวิเคราะห์ประเมินผลชุมชน
6. สนับสนุนช่วยเหลือสังคมและสาธารณะประโยชน์อื่นๆ

โดยครอบคลุมกิจกรรมพัฒนา ทั้ง 9 ด้าน คือ (1) ด้านพัฒนาท้องถิ่นและสาธารณูปโภค (2) ด้านเยาวชนและการศึกษา (3) ด้านศาสนา (4) ด้านประเพณีวัฒนธรรม (5) ด้านสังคมการเมือง (6) ด้านส่งเสริมคุณภาพชีวิตและพัฒนาอาชีพ (7) ด้านการมีส่วนร่วมกับหน่วยงานราชการและเอกชน (8) ด้านการท่องเที่ยวและประชาสัมพันธ์ (9) ด้านอื่นๆ ซึ่งทางโครงการพัฒนาชุมชนมีการดำเนินกิจกรรมสาธารณะเพื่อชุมชนมาโดยตลอด

ซึ่งในแต่ละประเภทกิจกรรมนั้น จะประกอบไปด้วยกิจกรรม 3 ลักษณะ คือ

1. กิจกรรมหรือโครงการที่ กฟผ.แม่เมาะ เป็นผู้ริเริ่มขึ้นมาเอง
2. กิจกรรมหรือโครงการที่ กฟผ.แม่เมาะ เข้าไปเป็นผู้ร่วมสนับสนุน
3. กิจกรรมหรือโครงการที่ กฟผ.แม่เมาะ ดำเนินงานร่วมกับหน่วยงานอื่น

#### (1) กิจกรรมด้านพัฒนาท้องถิ่นและสาธารณูปโภค

- โครงการพัฒนาสาธารณูปโภคโรงเรียนและศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก
- โครงการพัฒนาสาธารณูปโภควัด/สำนักสงฆ์
- โครงการพัฒนาสาธารณูปโภคและโครงสร้างพื้นฐานชุมชน เช่น สร้างถนน
- โครงการอาหารกลางวันนักเรียนแบบบูรณาการครบวงจร

เป็นการดำเนินงานร่วมกันระหว่าง กฟผ.แม่เมาะ ศูนย์พัฒนาชนบทผสมผสานแม่เมาะ และสมาคมพัฒนาคุณภาพชีวิตราษฎร อ.แม่เมาะ โดย กฟผ.แม่เมาะ ดำเนินงานในส่วนของการปรับปรุงโรงครัวโรงอาหารที่ชำรุดทรุดโทรม เข้าไปก่อสร้างและปรับปรุงให้ถูกสุขลักษณะ สะอาด สะดวกต่อการใช้งาน

#### (2) กิจกรรมด้านเยาวชนและการศึกษา

- โครงการจัดทำสาระท้องถิ่น อ.แม่เมาะ

สาระท้องถิ่น อ.แม่เมาะเป็นการรวบรวมเนื้อหา องค์ความรู้ที่เกี่ยวกับท้องถิ่น เช่น ภูมิอากาศ ทรัพยากร สิ่งแวดล้อม ศิลปะ วัฒนธรรมประเพณี ภูมิปัญญาฯลฯ รวมถึงสภาพปัญหาสิ่งทีควรได้รับการถ่ายทอดในการพัฒนาชุมชนและสังคม โดยการจัดทำสาระท้องถิ่น อ.แม่เมาะนั้นมีวัตถุประสงค์ให้คนในชุมชนรักและภูมิใจในท้องถิ่นของตนเอง และเพื่อให้เด็กและเยาวชนสามารถเรียนรู้ได้ทันเหตุการณ์ สอดคล้องกับสภาพการณ์ปัจจุบันและเหมาะสมกับสภาพท้องถิ่นของตนเอง รวมทั้งเป็นสร้างความสัมพันธ์ ที่ศนคทที่ดีของชุมชนต่อ กฟผ.แม่เมาะ

- กิจกรรมวันเด็ก กฟผ.แม่เมาะ

เป็นกิจกรรมที่ กฟผ.แม่เมาะ ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความสนุกสนานควบคู่ไปกับการให้ความรู้และเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์ในด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี ศิลปะ กีฬา ตลอดจนเรื่องสิ่งแวดล้อมผ่านฐานกิจกรรมต่างๆในงานให้กับเยาวชนที่เข้าร่วมกิจกรรม โดยเน้นกลุ่มเป้าหมายคือ เด็กและเยาวชนที่อยู่ในพื้นที่ 5 ตำบลรอบ กฟผ.แม่เมาะ

- โครงการค่ายเยาวชนรักษ์สิ่งแวดล้อม

เป็นโครงการที่จัดให้เด็กทุกโรงเรียนใน อ.แม่เมาะมาเข้าค่ายร่วมกันในช่วงปิดเทอม โดยจะสอดแทรกความรู้ ความเข้าใจในภารกิจต่างๆของ กฟผ.แม่เมาะ และยังให้ความรู้ความเข้าใจและความสำคัญของโบราณสถานใน จ.ลำปาง พร้อมทั้งฝึกทักษะในด้านต่างๆ เช่น ทักษะการสื่อสาร ,การเป็นผู้นำ ,กล้าแสดงออก,การอยู่ร่วมกันทำกิจกรรมกลุ่มของนักเรียน

(3) **กิจกรรมด้านศาสนา**

- โครงการมอบงบประมาณสนับสนุนวัด/สำนักสงฆ์
- โครงการถวายเทียนพรรษาในวันเข้าพรรษา

(4) **กิจกรรมด้านประเพณีวัฒนธรรม**

- โครงการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมระดับตำบล

ทาง กฟผ.แม่เมาะ มีการสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาตำบลละ 500,000 บาท และหมู่บ้านละ 50,000 บาท ในการจัดกิจกรรมประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่นของแต่ละตำบล หมู่บ้าน

(5) **กิจกรรมด้านสังคมการเมือง**

- กิจกรรมผู้บริหาร กฟผ.แม่เมาะ เข้าร่วมประชุมหัวหน้าส่วนราชการ / กำนัน-ผู้ใหญ่บ้าน

ในการประชุมส่วนราชการและประชุมกำนัน-ผู้ใหญ่บ้านในอ.แม่เมาะนั้น จะมีการจัดขึ้นเป็นประจำทุกเดือนอยู่แล้ว ทาง กฟผ.แม่เมาะจึงใช้โอกาสนี้เข้าร่วมประชุมด้วยเพื่อรับรู้และมีส่วนร่วมในแผนพัฒนาหมู่บ้าน/ชุมชน และร่วมแก้ปัญหา อุปสรรคในการพัฒนา พร้อมทั้งใช้เวทีนี้ในการชี้แจงภาระหน้าที่ของ กฟผ.แม่เมาะ ให้ผู้นำชุมชนรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง เป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างส่วนราชการ ผู้นำชุมชน กับ กฟผ.แม่เมาะ

- การประชุมคณะกรรมการสิ่งแวดล้อม

เป็นการให้ความรู้ ความเข้าใจในภารกิจของ กฟผ.แม่เมาะ ที่มีความรับผิดชอบต่อชุมชนด้านสิ่งแวดล้อมเหมืองแม่เมาะ และสร้างความเชื่อมั่นในภารกิจของ กฟผ.แม่เมาะด้านสิ่งแวดล้อมให้แก่ชุมชนอย่างถูกต้อง รวมทั้งเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับ อบต. สมาชิก ผู้นำชุมชน และส่วนราชการ อ.แม่เมาะ

(6) **กิจกรรมด้านส่งเสริมคุณภาพชีวิตและพัฒนาอาชีพ**

- กิจกรรมหน่วยแพทย์เคลื่อนที่

กฟผ. แม่เมาะ ได้ประสานงานกับโรงพยาบาลต่างๆ ในจังหวัดลำปาง จัดหน่วยแพทย์เคลื่อนที่เข้าไปตรวจ รักษาชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในพื้นที่รอบ กฟผ.แม่เมาะ เพื่ออำนวยความสะดวก



สะดวกในการรักษาพยาบาลให้กับชาวบ้าน และเป็นการกระชับความสัมพันธ์อันดีระหว่างโรงไฟฟ้ากับชุมชน โดยที่ กฟผ. แม่เมาะเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรและเครื่องมือทางการแพทย์ทั้งหมด

- โครงการยกระดับการสร้างรายได้ให้ชุมชน อ. แม่เมาะ

เป็นโครงการที่ช่วยเหลือประชาชนในพื้นที่รอบ กฟผ.แม่เมาะ ให้มีรายได้สามารถเลี้ยงตนเองและครอบครัวได้ ซึ่ง กฟผ.แม่เมาะ จะช่วยหางานและส่งเสริมอาชีพให้ โดยเริ่มจากการสำรวจข้อมูลประชาชนที่มีรายได้ต่ำกว่าเกณฑ์ คนว่างงาน และเปิดโอกาสให้เข้าทำงานในบริษัทต่างๆที่ทำสัญญากับ กฟผ.แม่เมาะ , งานฟื้นฟูสภาพเหมือง และยังมีการประสานกับศูนย์พัฒนาชนบทผสมผสานแม่เมาะ ในการพัฒนาอาชีพแรงงานฝีมือ เช่น ตัดเย็บผ้า ปลูกผัก เลี้ยงไก่สามสายพันธุ์ หมูหลุม เป็นต้น

**(7) กิจกรรมด้านการมีส่วนร่วมกับหน่วยงานราชการและเอกชน**

- กฟผ.แม่เมาะได้มอบเงินสนับสนุนการจัดงานกุศลสาธารณและสาธารณประโยชน์/การกีฬา/การศึกษา ของภาครัฐและเอกชน และมูลนิธิต่างๆ
- กฟผ. แม่เมาะ ช่วยสนับสนุนโครงการของส่วนราชการ ในเขตอ.แม่เมาะในทุกโครงการ โดยสนับสนุนเป็นเงิน และ สิ่งของต่างๆ

**(8) กิจกรรมด้านการท่องเที่ยวและประชาสัมพันธ์**

- ในทุกปี กฟผ.แม่เมาะ จะมีการจัดงาน “เทศกาลท่องเที่ยวแม่เมาะ” เป็นการผนวกเอาทุกกิจกรรมที่เกิดจากแผนฟื้นฟูสภาพเหมือง มาพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงอีกแห่งหนึ่งของจังหวัดลำปาง เช่น ทุ่งดอกบัวตอง ลานสไลเดอร์ สวนพฤกษชาติ ศาลาชมวิว พิพิธภัณฑสถานถ้ำหินเหล็กไนต์ศึกษา สนามกอล์ฟ ซึ่งจะนำความภูมิใจมาสู่ชุมชนใน อ.แม่เมาะ และเป็นการแสดงให้เห็นว่า กฟผ.แม่เมาะไม่ได้เป็นผู้สร้างมลพิษให้แก่พื้นที่ แต่การที่ กฟผ.แม่เมาะมาตั้งเป็นการสร้างชื่อเสียงและพัฒนาให้ อ.แม่เมาะมีความสวยงาม สร้างรายได้ให้ชุมชน

**(9) กิจกรรมด้านอื่นๆ**

- โครงการสนับสนุนกลุ่มแม่บ้านและผู้สูงอายุ
- สนับสนุนผู้บริหาร กฟผ.แม่เมาะมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชนตามความเหมาะสม
- งานด้านการบริการต่างๆ เช่น ติดตั้งเดินที่ เวที บริการโต๊ะเก้าอี้ ในงานเทศกาลต่างๆ ของ อ.แม่เมาะ เช่น งานลอยกระทง งานสงกรานต์ ฯลฯ

จากการศึกษาพบว่า กิจกรรมสาธารณะประโยชน์เพื่อพัฒนาสังคมและคุณภาพชีวิตทั้ง 9 ด้าน ในโครงการพัฒนาชุมชน กฟผ.แม่เมาะ ที่กล่าวมาข้างต้นนั้น เป็นกิจกรรมที่มีการประยุกต์เอา กลยุทธ์ต่างๆมาใช้ในการดำเนินงานปรากฏให้เห็นชัดเจนกว่ากิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ประเภทอื่นๆ ดังนั้นเพื่อให้เห็นภาพการใช้กลยุทธ์ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่ชัดเจน ผู้วิจัยจึงขอนำเสนอกลยุทธ์ในการดำเนินกิจกรรมสาธารณะประโยชน์เพื่อพัฒนาสังคมและคุณภาพชีวิตเป็นหลัก โดยเริ่มจากขั้นตอนการดำเนินโครงการ ที่มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

### **ขั้นตอนการดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์ “โครงการพัฒนาชุมชน กฟผ.แม่เมาะ”**

จากการศึกษาการดำเนินงานโครงการพบว่า มีการดำเนินงานอย่างเป็นขั้นตอน สามารถแบ่งได้ 5 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

#### **1. ขั้นตอนการค้นหาความต้องการ**

ก่อนที่จะมีการดำเนินโครงการนั้น ทางโครงการเองได้ทำการศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับสภาพของพื้นที่ ข้อมูลด้านประชากร ข้อมูลด้านเศรษฐกิจ ข้อมูลด้านสังคม สภาพปัญหาในพื้นที่และความคิดเห็นของชาวบ้านที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะ เพื่อนำข้อมูลมาจัดทำแผนการดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์ต่อไป การศึกษาหาข้อมูลดังกล่าวจึงนับเป็นขั้นตอนแรกของการดำเนินงานโครงการ โดยประกอบไปด้วย 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาข้อมูลที่มีผู้ศึกษาไว้แล้ว (ข้อมูลทุติยภูมิ)

ขั้นตอนที่ 2 การออกสำรวจข้อมูลในพื้นที่ (ข้อมูลปฐมภูมิ)

ขั้นตอนที่ 3 การศึกษาคุณภาพชีวิตของชุมชนและการจัดทำแผนร่วมกับประชาชนในแต่ละหมู่บ้าน 42 หมู่บ้านด้วยการทำประชาคม

จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมารวบรวม เพื่อใช้เป็นแนวทางสำคัญสำหรับกำหนดแผนงานของโครงการที่สอดคล้องและเหมาะสมกับสภาพและความต้องการของประชาชนในพื้นที่

#### **2. ขั้นตอนการประสานงานกับผู้นำ**

ภายหลังจากที่โครงการพัฒนาชุมชน กฟผ.แม่เมาะ มีการจัดตั้งอย่างเป็นทางการแล้ว ทางโครงการก็ได้มีการจัดทีมเจ้าหน้าที่ลงไปในพื้นที่อีกครั้ง เพื่อเริ่มดำเนินโครงการฯในระยะแรก โดยเริ่มต้นจากการเข้าไปพบผู้นำหมู่บ้านเพื่อแนะนำตัวและทำความรู้จัก พร้อมทั้งชี้แจงถึงที่มาของการเข้ามาดำเนินโครงการ วัตถุประสงค์ของโครงการรวมทั้งกิจกรรมภายในโครงการที่เกิดจากการระดมความคิดเห็นของชาวบ้านด้วยวิธีการพบปะ พูดคุยอย่างไม่เป็นทางการ ประสานงานเพื่อสร้างความเข้าใจในขั้นต้น

“...การเข้าถึงเราจะเข้าผ่านผู้นำ อย่างการประชามก็จะให้ผู้ใหญ่บ้านเป็นผู้เชิญประชุม...”

(ประกอบ ประระมะ, สัมภาษณ์, 20 พฤศจิกายน 2552)

“...จะเข้าถึงหัวหน้าก็คือ อย่าง ผอ. โรงเรียนอย่างนี้ ก็จะต้องเข้าถึงเค้าทั้งหมด หัวหน้ากลุ่มเครือข่ายลิกไนต์ 1 ลิกไนต์ 2 เราต้องเข้าถึงให้หมดจนถึงผอ.เขตพื้นที่การศึกษาลำปาง เขต 1 ในจังหวัดลำปางที่เค้าดูแลทั้งหมด แล้วก็รองที่ดูแลเฉพาะแม่เมาะรองผอ. เขต ถ้าคนใหม่มาเราต้องเข้าไปแสดงความยินดีหรือว่ามอบกระเช้าหรืออะไรต่างๆ อย่างวันปีใหม่อีกเตรียมของที่ระลึกที่จะต้องไปมอบ ผอ. แล้วก็วัดทุกวัดอะไรต่างๆ ก็พยายามทุกวิถีทาง...”

(ประภาพรรณ พูลทวี, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

### 3. ขั้นตอนการชักชวนชาวบ้านเข้าร่วมโครงการ

ในขั้นตอนนี้จะมีการจัดประชุมเพื่อชี้แจงให้ชาวบ้านได้รับรู้และทำความเข้าใจรายละเอียดของโครงการ และร่วมตัดสินใจเลือกกิจกรรมที่จะเริ่มดำเนินงานก่อน โดยจะเป็นไปตามความต้องการและความพร้อมของแต่ละหมู่บ้านซึ่งจะแตกต่างกัน จากนั้นจะเป็นการร่วมกันคัดเลือกคณะทำงานเพื่อเป็นทีมประสานงานขับเคลื่อนกิจกรรมร่วมกับเจ้าหน้าที่โครงการ

### 4. ขั้นตอนผลักดันการพัฒนา

เป็นขั้นตอนที่มุ่งสร้างแนวทางเพื่อพัฒนางานและความเชื่อมั่นในกิจกรรมสาธารณะที่จะร่วมกันดำเนินงาน ซึ่งเจ้าหน้าที่จะจัดให้มีการศึกษาดูงาน และอบรมการดำเนินงาน เช่น การอบรมวิธีการอ่านค่าเครื่องตรวจวัดคุณภาพอากาศ รวมทั้งพาไปศึกษาดูงานเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับพื้นที่อื่นที่ได้ดำเนินการกิจกรรมมาแล้ว เป็นต้น เพื่อสร้างความเข้าใจ ความรู้และความเชื่อมั่นในการดำเนินกิจกรรมให้กับชาวบ้าน โดยในขั้นตอนนี้ชาวบ้านจะได้เข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนและดำเนินงานแต่ละกิจกรรมอย่างเต็มที่ โดยมีเจ้าหน้าที่เป็นผู้คอยให้การสนับสนุนและให้คำแนะนำ พร้อมทั้งติดตามผลอย่างใกล้ชิด

### 5. ขั้นตอนการประเมินผล

การประเมินผลในโครงการแบ่งออกเป็น 2 ระยะ คือ

- ประเมินผลระหว่างดำเนินโครงการ

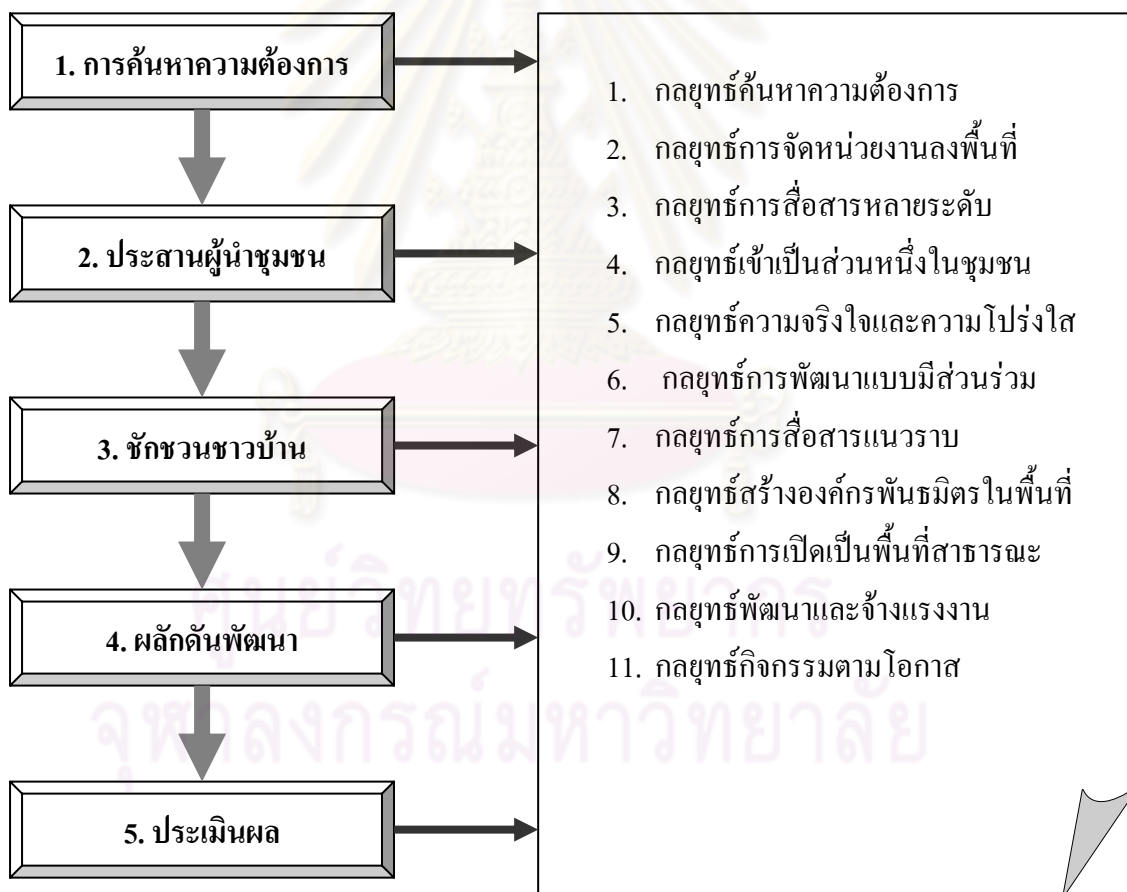
เป็นการประเมินความก้าวหน้าของกิจกรรม ความพึงพอใจของชาวบ้านในการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ และการดำเนินงานของกลุ่ม เพื่อนำผลการประเมินมาปรับปรุงและพัฒนากิจกรรมที่กำลังดำเนินการอยู่ ซึ่งจะเป็นการประเมินอย่างง่ายโดยใช้แบบสอบถามหรือการนับจำนวนคนมาร่วมกิจกรรมเป็นเครื่องมือ แต่ไม่ได้มีการวิเคราะห์และประมวลผลด้วยวิธีทางสถิติแต่อย่างใด

- ประเมินผลหลังดำเนินโครงการ

เป็นการประเมินผลกิจกรรมที่จัดขึ้นในภาพรวม เพื่อประเมินผลลัพธ์ภายหลังการดำเนินกิจกรรมเสร็จสิ้น ด้วยวิธีการประชุมแสดงความคิดเห็น โดยมีผู้ร่วมประชุมเพื่อให้ข้อมูล คือ เจ้าหน้าที่ส่วนราชการ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และกลุ่มตัวแทนของหมู่บ้าน มีประเด็นหลักในการประเมิน ดังนี้

- วัตถุประสงค์ของกิจกรรมที่กำหนดไว้ ได้ดำเนินการหรือไม่
- ความพึงพอใจในกิจกรรมที่ดำเนินการ
- กิจกรรมที่เกิดขึ้นเพิ่มเติมจากกิจกรรมที่กำหนดไว้

จากผลการศึกษาระบวนการดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์ใน โครงการพัฒนาชุมชน กฟผ.แม่เมาะ ผู้วิจัยสามารถสรุปเป็นแผนภาพกระบวนการดำเนินงาน ได้ ดังนี้



ภาพที่ 15 กระบวนการดำเนินโครงการพัฒนาชุมชน กฟผ.แม่เมาะ

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทั้ง 4 ประการในงานชุมชนสัมพันธ์ คือ เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่าง กฟผ. กับชุมชนโดยรอบ เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจอันดีและปรับเปลี่ยนทัศนคติของชุมชนต่อ กฟผ.แม่เมาะ เพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตและพัฒนาอาชีพราษฎรให้ดีขึ้นและตอบสนองความต้องการของชุมชน ให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดกับทุกฝ่ายในภาพรวม และ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้ความช่วยเหลือราษฎรเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต ความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น และสามารถใช้ชีวิตในพื้นที่ได้อย่างปกติสุข ด้วยการทำกิจกรรมสาธารณะที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน ในด้านสังคมและคุณภาพชีวิตในโครงการพัฒนาชุมชน กฟผ.แม่เมาะ เจ้าหน้าที่ได้ประยุกต์เอากลยุทธ์ต่างๆมาใช้ประกอบการดำเนินโครงการในทุกขั้นตอน สามารถสรุปเป็นกลยุทธ์ในการดำเนินกิจกรรมสาธารณะ ได้ดังนี้

### (1) กลยุทธ์ค้นหาความต้องการ

การศึกษาหาความต้องการเป็นขั้นตอนสำคัญ เพราะแต่ละพื้นที่มีสภาพสังคม สภาพปัญหา และสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน จึงไม่สามารถที่จะนำเอารูปแบบการสื่อสารและการพัฒนาสำเร็จรูปมาใช้ได้ทันที แนวทางในกลยุทธ์นี้ คือ การสืบค้นข้อมูลของชุมชนในด้านต่างๆ ตลอดจนค้นหาความต้องการของชุมชน เพื่อนำมาเป็นฐานข้อมูลในการจัดทำแผนพัฒนาที่เหมาะสมกับชุมชน ซึ่งจากการศึกษาพบว่า การแสวงหาข้อมูลในชุมชน เจ้าหน้าที่ในโครงการฯมีการใส่ใจอย่างจริงจัง เห็นได้จากการค้นหาข้อมูลด้วยวิธีการที่หลากหลายจากกลุ่มผู้ที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาสามารถแบ่งข้อมูลที่ทำการศึกษาค้นคว้าได้เป็น 2 ส่วน คือ

#### 1.1 ข้อมูลพื้นฐานของชุมชน แบ่งข้อมูลที่ศึกษาเป็น 2 ส่วน

##### 1.1.1 ข้อมูลทุติยภูมิ

เป็นข้อมูลที่ได้จากเอกสารจากหน่วยงานต่างๆ เช่น รายงานการวิจัยของสถาบันการศึกษา สมาคมพัฒนาคุณภาพชีวิตราษฎร อ.แม่เมาะ ศูนย์พัฒนาชนบทผสมผสานแม่เมาะ และของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น อำเภอแม่เมาะ องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ที่ได้มีการศึกษาและรวบรวมข้อมูลไว้แล้ว ดังนี้

- ข้อมูลทางกายภาพ ได้แก่ อาณาเขตติดต่อ จำนวนพื้นที่ สภาพดินและอากาศ แหล่งน้ำ ฯลฯ
- ข้อมูลทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ การประกอบอาชีพ การศึกษา จำนวนสมาชิกในครัวเรือน ฯลฯ
- ข้อมูลทางสังคม ได้แก่ การจัดตั้งกลุ่มอาชีพ ทักษะทางด้านอาชีพ ความเชื่อ ประเพณีวัฒนธรรม จำนวนวัด โรงเรียน สาธารณูปโภคต่างๆ ฯลฯ
- ข้อมูลทางด้านสาธารณสุข ได้แก่ จำนวนสถานพยาบาล การเจ็บป่วย การวางแผนครอบครัว ฯลฯ

- ข้อมูลเศรษฐกิจ ได้แก่ รายได้ อาชีพหลัก อาชีพเสริม ฯลฯ
- ข้อมูลเกี่ยวกับ กฟผ.แม่เมาะ ได้แก่ นโยบาย การดำเนินงาน ผลกระทบต่อชุมชนสิ่งแวดล้อม ฯลฯ
- ข้อมูลเกี่ยวกับตัวชี้วัดด้านคุณภาพชีวิต ได้แก่ การมีที่ดินทำกิน รายได้ การจัดกิจกรรมในหมู่บ้าน

### 1.1.2 ข้อมูลปฐมภูมิ

เป็นข้อมูลที่ได้ศึกษาเพิ่มเติมจากข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งเป็นข้อมูลที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาศักยภาพในการพัฒนาชุมชน ที่ศึกษาข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่มดังต่อไปนี้

- กลุ่มตัวแทนประชาชนในพื้นที่
 

เป็นการเก็บข้อมูลจากผู้นำชุมชนและตัวแทนประชาชนในแต่ละหมู่บ้าน หมู่บ้านละ 5-7 คน โดยใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เป็นวิธีการในการเก็บข้อมูล โดยมีประเด็นในการเก็บข้อมูล คือ สภาพปัญหาและความต้องการในหมู่บ้าน ผลกระทบจากการดำเนินงานของ กฟผ.แม่เมาะ, ข้อมูลด้านสังคม ได้แก่ การจัดตั้งกลุ่มอาชีพ ทักษะด้านอาชีพ, ข้อมูลด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ รายได้ อาชีพหลัก อาชีพเสริม เป็นต้น
- กลุ่มหน่วยงานต่างๆที่มีความเกี่ยวข้องในพื้นที่
 

เป็นการเก็บข้อมูลจากกลุ่มหน่วยงานต่างๆ ซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วนหลักคือ

  1. หน่วยงานภาครัฐ
  2. หน่วยงานภาคเอกชน
  3. องค์กรประชาชนในพื้นที่เป้าหมาย

ด้วยวิธีการประชุมระดมความคิดและสนทนากลุ่ม โดยมีประเด็นในการเก็บข้อมูล เช่น ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในชุมชน, ประสิทธิภาพการดำเนินงานร่วมกับชุมชนในพื้นที่เป้าหมาย, ความพึงพอใจในการดำเนินงานที่ผ่านมาและความคาดหวังต่อการดำเนินงานกับชุมชนในพื้นที่เป้าหมาย

## 1.2 ข้อมูลความต้องการของชุมชน

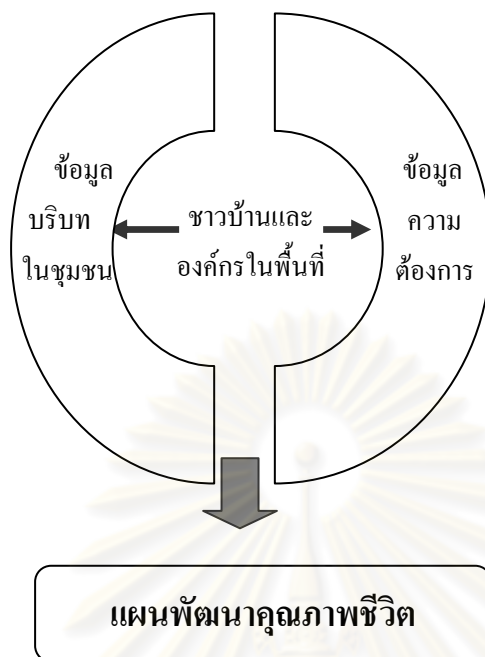
เป็นการจัดประชุมเพื่อระดมความคิดในการพัฒนาของชาวบ้าน โดยเปิดโอกาสให้ชาวบ้านได้ระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัญหา ความต้องการของชุมชนและร่วมเสนอแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน ด้วยกระบวนการประชุมแบบประชาคม การประชุมประชาคม ถูกจัดขึ้นทุกหมู่บ้านรวม 42 หมู่บ้าน ใช้เวลาหมู่บ้านละ 1 วัน

“...ความต้องการของชาวบ้านส่วนหนึ่งเอามาจากการประชาคม ชาวบ้านจะแยกมาเป็น priority ให้เราเลย 42 หมู่บ้านความต้องการไม่เหมือนกัน อย่างหมู่บ้านแม่สานความต้องการด้านน้ำจะเป็นหลักเค้าอยู่ที่แห้งแล้ง เค้าก็เรียกเอาน้ำเป็นอันดับ 1 เราก็จัดงบประมาณไปบอกเค้าด้านน้ำให้เค้าอย่างด้านแม่มาะ ซึ่งค่อนข้างจะพร้อมในด้านอื่น เค้าก็ต้องการในด้านแรงงาน เรื่องเด็กไม่ได้ทำงานอันดับ 1 มันจะต่างกัน แม่สานมันอยู่ไกลไปแรงงานเค้าไม่ต้องการ เค้าหาของป่าปลูกหน่อไม้ ทำกาแฟ ปลูกเกษตรเค้าก็ไม่เน้นเรื่องแรงงาน เพราะเค้าทำงานแล้ว เรายังจะสำรวจจาก 42 หมู่บ้านมาเนี่ยว่าบ้านนี้ต้องการนี้ เรายังจะเอาตรงนี้ไปนำเสนอ แล้วเค้าก็จะเขียนว่าต้องการให้ กฟผ. ทำอะไร เช่น บ้านดงเนี้ยอยู่ใกล้บ่อ เค้าต้องการเรื่องรถรับส่งคนไข้ เพราะเค้าได้รับผลกระทบจากการเปิดเหมือง คือตอนแรกเนี่ยเราตั้งตุ๊กตามา เรายังจะช่วยเหมือนกันนั่นแหละ 5 ข้อ ด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมเราก็เรียงของเราไป เพราะเราไม่รู้ว่าจะเอาตามเราไปว่า พอไปถึงบ้านนี้เศรษฐกิจเค้าไม่เอา เพราะเค้าพร้อมแล้ว เค้าต้องการด้านแรงงาน ในแม่มาะ พอไปถึงแม่สานเค้าจะเอาน้ำเอาด้านสาธารณสุขไปบอก สมมติว่า 42 หมู่บ้าน เรายังต้องการสำรวจความต้องการเค้าว่าแต่ละตำบล แต่ละหมู่บ้านต้องการอะไร...”

(ประกอบ ประระมะ, สัมภาษณ์, 20 พฤศจิกายน 2552)

ศูนย์วิทยพัชกร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากการศึกษากลยุทธ์ค้นหาความต้องการดังกล่าว ผู้วิจัยสามารถนำมาสรุปเป็นแผนภาพได้ดังนี้



ภาพที่ 16 กลยุทธ์การค้นหาความต้องการ

เมื่อได้ข้อมูลทั้ง 2 ส่วนครบถ้วนแล้ว จึงได้นำข้อมูลมาประมวล เพื่อจัดทำแผนพัฒนาคุณภาพชีวิตเสนอให้ผู้บริหารพิจารณา แนวกลยุทธ์นี้นับเป็นจุดเริ่มต้นแรกของการดำเนิน โครงการที่ดี ซึ่งได้ส่งผลอันเป็นประโยชน์ต่อการสื่อสารและการพัฒนาในเวลาต่อมา กล่าวคือ (1) ในส่วนของข้อมูลบริบทชุมชนนั้น ช่วยให้มี ความเข้าใจในวัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ ตลอดจนลักษณะ ประชากรของผู้รับสาร ทำให้ผู้ส่งสาร คือเจ้าหน้าที่สามารถเลือกวิธีการสื่อสาร ได้สอดคล้องกับ บริบทในชุมชนดังกล่าว เป็นผลให้ประสิทธิภาพในการสื่อสารเพิ่มสูงขึ้น (2) ส่วนของข้อมูลความ ต้องการนั้น นอกจากจะนำไปเป็นแนวทางในการดำเนินกิจกรรมแล้ว ยังสามารถนำมากล่าวอ้างถึง เพื่อสร้างการยอมรับโครงการในขั้นต้นได้อีกด้วย ซึ่งจะพบการอ้างดังกล่าวในช่วงแรกที่โครงการ พัฒนาชุมชนฯ เข้ามาดำเนินงานในพื้นที่ ซึ่งเป็นช่วงที่เจ้าหน้าที่จะต้องสื่อสารทำความเข้าใจและ โน้มน้าวใจให้ชาวบ้านยอมรับและเข้าร่วมโครงการ

## (2) กลยุทธ์การจัดหน่วยงานลงพื้นที่

เพื่อให้แผนพัฒนาคุณภาพชีวิต และการสร้างสัมพันธ์ที่ดีระหว่าง กฟผ.แม่เมาะ กับชุมชน เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการพัฒนาชุมชน กฟผ.แม่เมาะทางโครงการจึง ได้จัดรูปแบบการบริหารกำลังเจ้าหน้าที่เพื่อเข้าไปผลักดันกิจกรรมให้เป็นไปตามแผน ด้วยการจัดแบ่งเจ้าหน้าที่



ออกเป็น 2 หน่วย คือ หน่วยปฏิบัติการ และ หน่วยธุรการประเมินผล โดยเจ้าหน้าที่ในหน่วยปฏิบัติการจะแบ่งออกเป็น 4 หมวด โดยแบ่งตามหมวดของกิจกรรม ดังต่อไปนี้

1. หมวดสนับสนุนสาธารณูปโภคชุมชน ดูแลรับผิดชอบงานในหมวดกิจกรรมพัฒนาท้องถิ่น และสาธารณูปโภค
2. หมวดส่งเสริมกิจกรรมชุมชนดูแลรับผิดชอบงานในหมวดกิจกรรมเยาวชน การศึกษา และด้านศาสนา
3. หมวดส่งเสริมอาชีพชุมชนดูแลรับผิดชอบงานในหมวดกิจกรรมด้านประเพณีวัฒนธรรม และการส่งเสริมคุณภาพชีวิตและพัฒนาอาชีพ มุ่งเน้นการสร้างโอกาสและการพัฒนาศักยภาพในการประกอบอาชีพให้กับชาวบ้าน
4. หมวดองค์กรสัมพันธ์ดูแลรับผิดชอบงานในหมวดกิจกรรมด้านสังคมการเมือง และด้านการมีส่วนร่วมกับหน่วยงานราชการและเอกชน ประสานงานเป็นตัวกลางในการเจรจาปัญหาข้อขัดข้องต่างๆ

แนวกลยุทธ์การจัดหน่วยงานนี้ ทางโครงการพัฒนาชุมชนฯ เห็นว่าการแบ่งทีมทำงานโดยยึดตามหมวดกิจกรรมเป็นหลัก จะทำให้เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบหมวดกิจกรรมต่างๆ สามารถพัฒนาผลดำเนินงานในเชิงคุณภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเจ้าหน้าที่แต่ละคนจะทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษา คอยให้คำแนะนำและผลักดันกิจกรรมพัฒนาเป็นหลัก เพราะการบริหารงานในลักษณะดังกล่าว ได้ช่วยให้เจ้าหน้าที่มีความคุ้นเคยกับสภาพสังคม ผู้นำชุมชน ชาวบ้านในพื้นที่ รวมถึงรับรู้ และเข้าใจสภาพปัญหามาตั้งแต่ต้น เจ้าหน้าที่ก็สามารถนำความเข้าใจและความคุ้นเคยดังกล่าวมานั้น มาช่วยขยายงานให้เป็นไปตามเป้าหมาย สามารถแก้ไขปัญหาได้ถูกต้อง

“...แบ่งเป็น 2 หน่วย แบ่งเป็น 4 หมวด มีหน่วยปฏิบัติการ และหน่วยธุรการและประเมินผลว่าง่ายขึ้นนะ หน่วยปฏิบัติการก็จะลงปฏิบัติการ หน่วยธุรการก็จะคอยประเมินผลการทำงานมี 2 หน่วยหลักๆ หน่วยปฏิบัติการก็จะลงไปคลุกคลีกับชาวบ้าน โดยการแบ่งเป็นหมวดๆนี้ เรายึดตามกิจกรรมนะ เพื่อที่ว่าเจ้าหน้าที่จะได้มีความชำนาญในด้านนั้น โดยเฉพาะ...”

(พัฒนา ไชยมงคล, สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน 2552 )

จากการศึกษาพบว่า แนวกลยุทธ์การจัดหน่วยงานลงพื้นที่ตามหมวดกิจกรรมพัฒนา ดังกล่าวนี้นี้ มีความเหมาะสมตามสถานการณ์และพื้นที่ กล่าวคือ ในการดำเนินโครงการพัฒนาชุมชนฯ สิ่งที่สำคัญ คือ การยอมรับจากชาวบ้าน อำนาจที่จะสร้างการยอมรับที่เจ้าหน้าที่มี คือ อำนาจการสื่อสาร และ ความเชี่ยวชาญในงานนั้นๆ ซึ่งพบว่า การที่เจ้าหน้าที่ได้ลงพื้นที่ และ พบสภาพปัญหาเดิมซ้ำๆอย่างต่อเนื่อง ทำให้เจ้าหน้าที่เรียนรู้ลักษณะของชาวบ้านที่เป็น ผู้รับสารและผู้มีปัญหาได้

เป็นอย่างดี ตลอดจนสภาพการณ์ทางสังคมในหมู่บ้าน เมื่อนำมาประกอบกับทักษะการสื่อสาร และ ความเชี่ยวชาญเฉพาะในปัญหาที่เกิดจากประสบการณ์การทำงานชุมชนในพื้นที่มาหลายปี ทำให้ การทำงานของเจ้าหน้าที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

### (3) กลยุทธ์การสื่อสารหลายระดับ

จากการศึกษาการสื่อสารในโครงการพัฒนาชุมชนฯ พบว่า เจ้าหน้าที่ที่มีการสื่อสารหลาย ระดับ ดังนี้

#### การสื่อสารภายในบุคคล

เป็นการสื่อสารภายในของตัวเจ้าหน้าที่เอง เป็นการใคร่ครวญทบทวนสิ่งที่จะต้องตอบ ชาวบ้าน โดยเฉพาะในกรณีที่ถูกถามเกี่ยวกับเรื่องมลภาวะที่เกิดจากการดำเนินงานของ กฟผ.แม่เมาะ เจ้าหน้าที่ต้องใคร่ครวญหาคำตอบที่เหมาะสม ที่จะรักษาความสัมพันธ์อันดีระหว่าง ชาวบ้านไว้

วิธีการตอบคำถามที่เกี่ยวกับ กฟผ.แม่เมาะนั้น เจ้าหน้าที่จะใคร่ครวญและใช้วิธีตอบแบบ กลางๆ ไม่เป็นไปในลักษณะที่จะทำให้ชาวบ้านเข้าใจว่าเป็นการแก้ตัวให้กับทาง กฟผ.แม่เมาะ

#### การสื่อสารระหว่างบุคคล

เป็นการสื่อสารที่จะพบกับคน 3 กลุ่ม คือ กลุ่มแรกเจ้าหน้าที่ส่วนราชการ กลุ่มที่สอง คือ ผู้นำชุมชน และ กลุ่มสุดท้ายชาวบ้าน ส่วนใหญ่จะเป็น ไปเพื่อชี้แจงและทำความเข้าใจ ตลอดจนให้ คำปรึกษาเรื่องราวเกี่ยวกับโครงการ เช่น แนวคิดในการดำเนินโครงการ งบประมาณที่จัดสรรใน โครงการ วิธีดำเนินการในแต่ละกิจกรรม เป็นต้น นอกจากนี้ยังเป็นการสื่อสารเพื่อรับฟังความ คิดเห็นของชาวบ้านเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ เพื่อนำมาปรับปรุงพัฒนางานอีกด้วย พบว่าการสื่อสาร ระหว่างบุคคลจะเป็นไปอย่างง่ายๆ ไม่เป็นทางการ

“...กลยุทธ์ที่ดำเนินตามแผนงานที่วางไว้ มีการลงไปพูดคุยกับชาวบ้านอย่างไม่เป็นทางการ มีทุกวัน อย่างในเวลาเราก็ติดงาน คิดประชุมแต่นอกเวลางานเราก็ไปเจอพูดคุย บางทีเราก็ไปเป็น แบบไม่เป็นทางการ ถ้าชาวบ้านเค้ามีปัญหาอะไรก็มาคุยแบบสบายๆ เราก็รับฟังรู้ปัญหา...”

(เลอสันต์ วงศ์เปี้ย, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552 )

การสื่อสารระหว่างบุคคลนี้นอกจากสื่อบุคคล คือ เจ้าหน้าที่ ที่เป็นสื่อหลักแล้วยังมีการใช้ สื่อสิ่งพิมพ์ประกอบ เพื่อให้ข้อมูลเสริมความเข้าใจอีกด้วย เช่น ในการชี้แจงทำความเข้าใจเรื่อง

ผลกระทบจากการดำเนินงานของ กฟผ.แม่เมาะ ก็จะนำเอกสารค่าตรวจวัดคุณภาพอากาศ มาใช้ร่วมในการชี้แจงด้วย เป็นต้น

### การสื่อสารแบบกลุ่ม

เป็นการสื่อสารที่พบใน 3 โอกาส คือ ช่วงแรกที่มีการจัดประชุมทำประชาคมในหมู่บ้าน โดยมีเจ้าหน้าที่เข้าไปทำการชี้แจง และ ภายหลังจากกลุ่มกิจกรรมต่างๆได้เริ่มขึ้นแล้ว ก็จะมีการจัดประชุมกลุ่มเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างเจ้าหน้าที่กับสมาชิกและชาวบ้านในเรื่องการพัฒนากิจกรรม การประเมินผลกิจกรรม หรือ การจัดอบรมให้ความรู้ต่าง เช่น การอ่านค่าจากเครื่องตรวจวัดคุณภาพอากาศ นอกจากนี้ในทุกเดือนเจ้าหน้าที่จะเข้าร่วมประชุมกับส่วนราชการ ประชุมกำนัน-ผู้ใหญ่บ้าน เพื่อรับฟังปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นในชุมชน พร้อมทั้งชี้แจง รายงานความคืบหน้าต่างๆของกิจกรรมพัฒนา รวมถึงการดำเนินงานของ กฟผ.แม่เมาะ ด้วย

“...เรามีการตั้งกรรมการสิ่งแวดล้อมขึ้นมา เป็น ไตรภาคี 3 ส่วนคือ กฟผ. ชุมชนแล้วก็ราชการ มีการประชุมไตรมาสละ 1 ครั้งก็จะมีการพูดคุยในเรื่องสิ่งแวดล้อมรวมทั้งเรื่องพัฒนาด้วย อันนี้ก็เป็นเวทีของการสื่อสาร 2 ทาง...”

(พัฒนา ไชยมงคล, สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน 2552 )

ซึ่งการใช้กลยุทธ์ดังกล่าวนี้ ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาโครงการตามคุณประโยชน์ของการสื่อสารแต่ละระดับ กล่าวคือ การสื่อสารภายในตัวเองทำให้เกิดการกลั่นกรองความคิดและคำพูดที่เหมาะสมก่อนที่จะทำการสื่อสารออกไป การสื่อสารระหว่างบุคคลช่วยสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจที่ดี และยังเป็น โอกาสที่ทำให้รู้ปฏิบัติการสะท้อนกลับจากชาวบ้าน ทั้งในเรื่องที่เกี่ยวกับกิจกรรมพัฒนา ความคิดเห็นเกี่ยวกับ กฟผ.แม่เมาะ เป็นต้น ส่วนการสื่อสารแบบกลุ่มก็ทำให้ผู้นำชุมชน ชาวบ้าน ได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน ซึ่งช่วยขยายความเข้าใจในมุมมองที่หลากหลาย ส่งผลให้การดำเนินกิจกรรมพัฒนามีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

#### (4) กลยุทธ์เข้าเป็นส่วนหนึ่งในชุมชน

กลยุทธ์นี้ใช้เพื่อให้ชาวบ้านรู้สึกไว้วางใจ เชื่อใจที่จะคุยด้วยด้วยการไปพบปะชาวบ้านอย่างสม่ำเสมอ ตลอดจนเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้นในชุมชนเสมือนหนึ่งเป็นสมาชิกในชุมชนเพื่อสร้างความไว้วางใจ และความคุ้นเคยกับชาวบ้าน

“...คั้งนั้น กฟผ. ต้องพยายามเข้าไปสร้างความเป็นกันเองกับชุมชน โดยให้ความช่วยเหลือไปร่วมกิจกรรม ไปมีส่วนร่วมทุกอย่าง ซึ่งปัจจุบันนี้เราก้ทำอยู่...”

(เลอสนัด วงศ์เป็ย, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552 )

“...ใช้การพูดคุยลงพื้นที่ที่คุยกัน บางทีก็ไปสังสรรค์ มีงานอะไรเราก้ไปร่วมด้วย ทำความสนิทสนมอย่างบ้านที่เราสนิทสนมก็ไปกินข้าวพูดคุยกัน...”

(ประยูรรัตน์ ประธานราษฎร์, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

สื่อบุคคลนั้นว่ามีความสำคัญต่อการดำเนินงานโครงการอย่างยิ่ง ปัจจัยที่ทำให้สื่อบุคคลมีอิทธิพลต่อการสื่อสารประการแรกๆ คือ ความน่าเชื่อถือ เมื่อเจ้าหน้าที่ใช้กลยุทธ์เข้าเป็นส่วนหนึ่งในชุมชน ความเป็นกันเองทำให้ชาวบ้านมีความเชื่อถือ และไว้วางใจที่จะทำการสื่อสาร พูดคุยในเรื่องต่างๆ รวมทั้งข้อสงสัย ความคับข้องใจ ก็จะทำให้การผลักดันโครงการเป็นไปได้ตามเป้าหมายที่กำหนด

#### (5) กลยุทธ์ความตั้งใจและความโปร่งใสในการทำงาน

การใช้กลยุทธ์นี้เข้าไปดำเนินงานในชุมชน เพื่อเป็นการแสดงให้ชาวบ้านเห็นว่า กฟผ.แม่เมาะ มีความตั้งใจและปรารถนาดีที่จะพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน ตลอดจนสิ่งแวดล้อมของชุมชนให้ดีขึ้น มิใช่เป็นการดำเนินงานเพียงฉาบฉวย สร้างภาพให้ กฟผ.แม่เมาะ เป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมเท่านั้น

“...เพราะจริงๆเราคำนึงถึงประชาชนและสิ่งแวดล้อม สังคมและสิ่งแวดล้อม อยากจะเห็นเค้ามีคุณภาพชีวิตที่ดี มีรายได้มีอาชีพที่มั่นคงอันนี้เราอยากเห็นเค้า ส่วนภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ตามมาเป็นผลพลอยได้มากกว่า...”

(พัฒนะ ไชยมงคล, สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน 2552)

“...ขอให้มีความตั้งใจกับชาวบ้าน ก็ทำให้เค้าพึงพอใจ พอใจที่สุดนะ แล้วก็ทันตามกำหนด ตรงต่อเวลา พูดจริงทำจริงอย่างเราติดงานเราก้บอกเค้าว่าช้าหน่อยนะ เครื่องจักรติดงาน...”

(ประยูรรัตน์ ประธานราษฎร์, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552 )

“...การตรวจวัดจะต้องเปิดเผยและโปร่งใส ก็ดึงผลตรวจวัดออนไลน์ไปที่ชุมชนคือโรงพยาบาลแม่เมาะกับ กรมควบคุมมลพิษนั้นก็เป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งในการสื่อว่ามันโปร่งใสนะ เครื่องติดตั้งที่เรามี 10 - 12 สถานี จะมีเครื่องของกรมควบคุมมลพิษมาติดตั้งคู่กันคอร์สเช็กัน 2-3

จุดนี้คือความโปร่งใสเป็นกลยุทธ์หนึ่ง เปิดเผยให้เค้าเข้ามาเห็น จากนั้นก็ในกระบวนการตรวจสอบตรวจวัดก็ค่อยๆ develop มาจนกระทั่งถึงตอนนี้คือ อบรมให้กับชุมชนเข้าใจว่าค่าต่างๆ อ่านยังไง วัดยังไงด้วยคนที่ตรวจวัดก็คือชุมชนที่อยู่โดยรอบ...”

(นำพล โพธิวงศ์, สัมภาษณ์, 16 ตุลาคม 2552)

จากผลการศึกษาพบว่า การที่ กฟผ.แม่เมาะ มีการดำเนินงานที่โปร่งใส ชุมชนสามารถตรวจสอบการดำเนินงานและผลกระทบต่อชุมชนได้ตลอดเวลานั้น เป็นการแสดงถึงความจริงใจว่า กฟผ.แม่เมาะ มีความห่วงใยชุมชนอย่างแท้จริง ไม่ได้มีการปิดบังข้อมูลเพียงเพื่อให้ภาพลักษณ์ออกมาดูดี และการที่จะให้ชาวบ้านเชื่อใจก็ คือ ต้องให้ชาวบ้านมาพิสูจน์และสามารถตรวจวัดได้ด้วยตนเอง

#### (6) กลยุทธ์การพัฒนาแบบมีส่วนร่วม

กลยุทธ์นี้มีจุดมุ่งหมายให้ชาวบ้านได้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม เพื่อสร้างความผูกพันและความรู้สึกเป็นเจ้าของ จากการศึกษาพบว่า การมีส่วนร่วมของชาวบ้านปรากฏในทุกขั้นตอนของการดำเนินโครงการ ดังนี้

##### 5.1 การมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล

เป็นกระบวนการที่ให้ชาวบ้านได้เข้ามาให้ข้อมูลกับเจ้าหน้าที่ในรูปแบบการประชุมกลุ่ม ซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนของตนเอง นอกจากนี้ในขั้นตอนของการศึกษาหาความต้องการชาวบ้านยังได้มีส่วนร่วมในการศึกษาวิเคราะห์ชุมชนของตนเอง วิเคราะห์ถึงสาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน และร่วมกันกำหนดกิจกรรมเพื่อพัฒนาแก้ไข โดยใช้รูปแบบการประชุมแบบการระดมความคิด ด้วยการประชาคม

การประชุมนี้ถูกจัดขึ้นทุกหมู่บ้านรวม 42 หมู่บ้าน ใช้เวลาหมู่บ้านละ 1 วัน โดยให้ชาวบ้านเสนอความต้องการว่าอยากให้ กฟผ.แม่เมาะ เข้าไปช่วยเหลือเรื่องอะไร หรือ ทำกิจกรรมพัฒนาในด้านไหน

“...เราจะออกไปประชาคมก่อน ถามความคิดเห็นของชาวบ้านก่อนว่าในปีต่อไปชาวบ้านมีแผนจะทำกิจกรรมอะไรบ้าง คือแผนที่ออกมา เราจะต้องไปทำประชาคมก่อนนะ...”

(เลอศักดิ์ วงศ์เป็ย, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552 )

“...ชาวบ้านเค้าจะเสนอความต้องการเข้ามาต้องการพัฒนาในวงเงินที่เค้าได้รับ เค้าก็จะประชุมปรึกษาหารือกันเสร็จ เค้าก็จะส่งแผนงานความต้องการมา ก็คือการมีส่วนร่วมความต้องการในการพัฒนา เค้าเป็นคนคิดขึ้นมาเองเป็นความต้องการอย่างแท้จริง...”

(พัฒนา ไชยมงคล, สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน 2552)

## 5.2 การมีส่วนร่วมเลือกตัวแทน

จากการศึกษาพบว่า การเลือกตัวแทนจากชาวบ้านเกิดขึ้นในช่วงเวลาก่อนเริ่มดำเนินกิจกรรม โดยมีการจัดประชุมเพื่อชี้แจงทำความเข้าใจกับชาวบ้านถึงความเป็นมาและกิจกรรมที่จะดำเนินการ ซึ่งในการประชุมก็จะเปิดโอกาสให้ชาวบ้านได้เลือกคณะกรรมการในกิจกรรมเอง เช่น กิจกรรมคณะกรรมการสิ่งแวดล้อม วิทยาลัยเทคโนโลยีและการจัดการ กฟผ.แม่เมาะ เป็นต้น

## 5.3 การมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม

ในการดำเนินงานของวิทยาลัยเทคโนโลยีและการจัดการ กฟผ.แม่เมาะตัวแทนในชุมชนมีส่วนแสดงความคิดเห็น เสนอและวางแผนในการจัดการเรียนการสอนสำหรับชาวบ้านในชุมชนนั้น เข้ามามีส่วนร่วมในการคัดเลือกและลำดับความสำคัญของกิจกรรมที่จะดำเนินงานในชุมชน นอกจากนั้นทาง กฟผ.แม่เมาะ จะมียกประมาณสนับสนุนหมู่บ้านละ 50,000 บาท และในระดับตำบลละ 500,000 บาท ส่งเสริมในเรื่องของประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น ให้ชาวบ้านไปจัดสรรงบประมาณในชุมชนของตนเองว่าจะใช้ในส่วนนี้ในด้านใดบ้าง

และเนื่องจากความแตกต่างกันในพื้นที่ วัฒนธรรมและความเชื่อ ความต้องการของชาวบ้านส่งผลให้แนวทางการดำเนินกิจกรรมต่างๆ โครงการมีรูปแบบที่แตกต่างกันไปตามพื้นที่

“...ชาวบ้านมีการทำประชาคมว่า 1 2 3 จะเอางานอะไรขึ้นก่อน เรียงลำดับความสำคัญเค้าจะมีการทำประชาคมก่อน ประชาคมก็ประชาคมในหมู่บ้านให้ชาวบ้านเค้ามีส่วนร่วมด้วย...”

(ประยูรรัตน์ ประธานราษฎร์, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

“...ในส่วนของแผนวัฒนธรรมประเพณีหมู่บ้านละ 5 หมื่นที่เราสนับสนุนไปนะว่าเงิน 5 หมื่น นี้จะเอาไปทำอะไรบ้าง ให้เค้าคุยกันเอง แล้วก็เขียนรายละเอียดมาให้เรา ตำบลละ 5 แสนก็เหมือนกันแล้วก็ให้เค้าคิดเองนะ ในปีต่อไปเค้าจะทำอะไรกับเงินที่เค้าได้รับ อันนี้เป็นความต้องการมาจากชาวบ้านแน่นอน...”

(เลอศักดิ์ วงศ์เปี้ย, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

“...ให้เค้าคิดร่วมกับเรา ก็จะแบ่งออกเป็นอย่างโรงเรียนก็จะมีเครือข่ายลิกไนต์ 1 ลิกไนต์ 2 เค้าก็จะรวมกัน ลิกไนต์ 1 ทั้งหมดก็โรง ลิกไนต์ 2 ก็โรงก็จะประชุมกันเหมือนประชาคม แทนที่จะประชาคมหมู่บ้านก็จะประชาคมกลุ่มโรงเรียน ก็จะคิดแผนร่วมกัน อย่างวัดก็มี ทางพระเลขากับเจ้าคณะตำบล เจ้าคณะอำเภอเค้าจะมีประชุมพระทุกวัดทั้ง 40 กว่าวัดเราก็อำเภอเค้าก็ทำแผนร่วมกันพระก็ทำแผนร่วมกัน ก็จะนำมาเสนอเราว่า ปีนี้ว่าจะมีประเพณี มีกิจกรรมทางศาสนาอะไรบ้าง เรายังเป็นหน่วยสนับสนุน...”

(ประภาพรรณ พูลทวี, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

#### 5.4 การมีส่วนร่วมในการประเมินผล

การประเมินผลนั้นทั้งในระยะที่กิจกรรมกำลังดำเนินงานอยู่และภายหลังจากที่กิจกรรมเสร็จสิ้นลงแต่ละกิจกรรม ชาวบ้านได้เข้ามามีส่วนร่วมในการประเมินอย่างกว้างขวาง คือ ทำหน้าที่เป็นผู้ประเมินและแสดงความคิดเห็นต่อการดำเนินกิจกรรมที่จัดขึ้นผ่านวิถุชุมชน เวทีการประชุม ผู้ประเมินประกอบไปด้วย เจ้าหน้าที่ส่วนราชการ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และกลุ่มตัวแทนของหมู่บ้าน หากเป็นในระดับการประเมินกิจกรรมก็จะเป็นสมาชิกเป็นผู้ประเมิน

“...การประเมินผล ต้องใช้แน่นอนอยู่แล้ว โดยเฉพาะวิถุชุมชน เรายังจะสรุปให้ทางนายเราด้วย ว่าเราเค้ามี Comment อะไรที่เราเข้าไปช่วย ไปชี้แจง อะไร มีบางเรื่องพื้นที่ที่อยู่ใกล้ได้รับผลกระทบ เค้ามีอะไรก็จะร้องเรียนเป็นประจำอยู่แล้ว มาทางเว็บบ้าง มาทางวาจาหรือโทรศัพท์จะเป็นกันเอง แก้ปัญหาทันทีเป็นเชิงรุก คือมันช้าไม่ได้เรื่องพวกนี้มันต้อง ต้องชี้แจงทันทีถ้ารู้ว่ามีปัญหานั้น เพราะปล่อยไว้ไม่ได้...”

(ประภาพรรณ พูลทวี, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

การพัฒนาแบบเอาชุมชนเป็นศูนย์กลางโดยยึดโยงกิจกรรมและการดำเนินการให้เข้ากับชาวบ้านเป็นสิ่งสำคัญ เปิดโอกาสให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนตั้งแต่ขั้นตอนแรกๆที่ได้ร่วมคิด ร่วมคัดเลือกกิจกรรม คัดเลือกคณะทำงาน กลยุทธ์ดังกล่าวได้ส่งผลให้กิจกรรมสาธารณะในโครงการที่ดำเนินงานอยู่นั้น ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความต้องการและศักยภาพของชุมชน ซึ่งได้ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานกิจกรรมพัฒนา

แม้การนำชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมเช่นนี้ จะเป็นแนวคิดที่จะสามารถสร้างการพัฒนาที่ยั่งยืนได้ แต่เมื่อนำกลยุทธ์ดังกล่าวไปดำเนินงานจริงในพื้นที่ก็พบปัญหาในการดำเนินงาน ความไม่เข้าใจในแนวทางดังกล่าวของชาวบ้านอยู่บ้าง ปัญหาที่ชาวบ้านส่วนหนึ่งมองว่าแนวทางแบบมีส่วนร่วมนี้ยุ่งยากและเชื่องช้า ไม่เหมือนอย่างที่เคยได้รับการช่วยเหลือมา วิธีการแก้ไขของเจ้าหน้าที่ คือ

การให้ข้อมูลด้านดีของวิธีการนี้และอธิบายด้วยวิธีการยกตัวอย่างพื้นที่ที่ประสบผลสำเร็จจากรูปแบบการดำเนินงานดังกล่าวมาแล้วให้ชาวบ้านรับทราบ

“...แต่ตอนไปทำประชามันก็ยากขึ้นแต่ได้ความต้องการตรง แล้วเค้าก็มีส่วนร่วมมากขึ้น ..”

(ประกอบ ประมะ, สัมภาษณ์, 20 พฤศจิกายน 2552 )

### (7) กลยุทธ์การสื่อสารแนวราบ

จากแนวคิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่มุ่งสนับสนุนการสื่อสารในหลายทิศทาง เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างกว้างขวาง การสื่อสารในแนวราบเป็นแนวทางหนึ่งที่ศึกษาพบในการดำเนินงานโครงการ จากแนวคิดมาเป็นกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ และทัศนคติระหว่างกันระหว่างชาวบ้านกับชาวบ้าน และเจ้าหน้าที่กับชาวบ้าน ดังนี้

- ชาวบ้านกับชาวบ้าน เป็นการแลกเปลี่ยนความรู้กันระหว่างชาวบ้าน ซึ่งพบในการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างเครือข่ายการพัฒนาระหว่างกัน ซึ่งเป็นลักษณะของการขยายขอบเขตความสัมพันธ์จากลักษณะเครือข่ายเพื่อนพ้อง มาเป็นเครือข่ายด้านกิจกรรม ซึ่งจะเพิ่มเนื้อหาการสื่อสารระหว่างกันในเรื่องการพัฒนา เจ้าหน้าที่เชื่อว่าจะช่วยส่งผลดีต่อการพัฒนากิจกรรม
- เจ้าหน้าที่กับชาวบ้าน การสื่อสารในระนาบเดียวกันนี้เป็นไปในลักษณะให้ความเชื่อเหลือ ๕ แนวทางการทำงาน อธิบายและเรียนรู้ไปพร้อมกัน ทั้งนี้การสื่อสารเป็นไปในลักษณะ 2 ทิศทาง นอกจากเพื่อการพัฒนาแล้วยังส่งผลให้เจ้าหน้าที่ได้รับทราบความคิดเห็นและปฏิกิริยาสะท้อนกลับจากชาวบ้านด้วย

เมื่อได้เปิดโอกาสให้ชาวบ้านร่วมแสดงความคิดเห็นก็พบว่าชาวบ้านเองก็มีลักษณะเป็น Active Audience กล่าวคือ ไม่เป็นเพียงแต่ผู้รับฟังเท่านั้น แต่ยังสามารถแสดงความต้องการ ความคิดเห็นร่วมเสนอแนะทางแก้ไขและพัฒนางานของตนด้วย

### (8) กลยุทธ์สร้างองค์กรพันธมิตรในพื้นที่

กฟผ.แม่เมาะ ได้แสดงตนเป็นมิตรที่ดีต่อเพื่อนบ้าน โดยรอบ ผ่านกลยุทธ์สร้างองค์กรพันธมิตรในพื้นที่ ด้วยวิธีการให้ความร่วมมือและให้การสนับสนุนองค์กรเพื่อนบ้านต่างๆ ในพื้นที่ทั้งในรูปแบบของสิ่งของ งบประมาณ หรือองค์ความรู้ ปรากฏเป็นกิจกรรมต่างๆ เช่น

- โรงเรียน มอบทุนการศึกษาให้กับนักเรียนทั้ง 25 โรงเรียนในอำเภอแม่เมาะ เป็นประจำทุกปี ,ร่วมกับคณะกรรมการการอาชีวศึกษา (สอศ.) กระทรวงศึกษาธิการ จัดตั้งวิทยาลัย



เทคโนโลยีและการจัดการ กฟผ.แม่เมาะ สนับสนุนสถานศึกษาต่างๆในการนำนักเรียน นักศึกษา มาทัศนศึกษาดูงานที่ กฟผ.แม่เมาะ

- วัด มอญเทียนพรรษาพร้อมปัจจัยไทยธรรมเป็นประจำทุกปี , สนับสนุนงบประมาณในการบูรณปฏิสังขรณ์วัด กุฏิสงฆ์ที่ชำรุดทรุดโทรม
- สื่อมวลชน เช่น จัดงานขอบคุณสื่อมวลชน , อำนวยความสะดวกให้ในกรณีขอสัมภาษณ์ผู้บริหาร เยี่ยมชมการดำเนินงานของ กฟผ.แม่เมาะ
- องค์กรอื่นๆ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ที่สนับสนุนพื้นที่สนามกอล์ฟแม่เมาะ กฟผ.แม่เมาะ ในโครงการ “เยาวชนท่องเที่ยวภาคเหนือเพื่อการเรียนรู้ภายใต้กิจกรรมเรียนกอล์ฟกับโปร โทนี่ เทียวดีๆกับ ททท.” , มูลนิธิเผยแผ่ศาสนาและพัฒนาคุณภาพชีวิต สนับสนุนในการจัดงาน “โครงการเผยแผ่ศาสนาและพัฒนาคุณภาพชีวิต”

ซึ่งนอกจากเป็นการสร้างองค์กรพันธมิตรในพื้นที่ด้วยการให้ความร่วมมือ (Participate) แล้ว การดำเนินกลยุทธ์ดังกล่าวยังเป็นไปเพื่อแสดงบทบาทความเป็นผู้นำทางด้านการส่งเสริมการศึกษา ส่งเสริมสุขภาพอนามัยแก่ชุมชน ด้านศาสนาและวัฒนธรรม ซึ่งช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ กฟผ.แม่เมาะอีกทางหนึ่งด้วย

#### (9) กลยุทธ์การเปิดเป็นพื้นที่สาธารณะ

แนวคิดของกลยุทธ์ คือ การวางตัวให้ใกล้ชิดกับชุมชน โดยการเปิดพื้นที่ส่วนหนึ่งของ กฟผ.แม่เมาะให้เป็นสวนพฤกษชาติ สำหรับทำกิจกรรมต่างๆ เช่น กิจกรรมวันเด็ก เทศกาลท่องเที่ยวแม่เมาะ เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจ สถานที่ออกกำลังกาย สนามเด็กเล่น ลานสไลเดอร์ เป็นกลยุทธ์ที่สร้างโอกาสในการสื่อสารกับกลุ่มชาวบ้านที่เข้ามาใช้พื้นที่ ในขณะที่เดียวกันก็เป็นการสร้างความใกล้ชิดระหว่าง กฟผ.แม่เมาะ กับชาวบ้านในพื้นที่ได้อีกทางหนึ่งด้วย

#### (10) กลยุทธ์พัฒนาและจ้างแรงงาน

เมื่อ กฟผ.แม่เมาะ เข้าไปตั้งอยู่ในชุมชนได้มีการว่าจ้างแรงงานในชุมชนเข้ามาร่วมงานกับ กฟผ.แม่เมาะ ในส่วนต่างๆ ได้แก่ ในส่วนงานฟื้นฟูสภาพเหมืองแม่เมาะ เช่น งานจัดซื้อเมล็ดพันธุ์-กล้าไม้ งานปลูกต้นไม้ งานบำรุงรักษา แคคคัสสนามกอล์ฟ ฯลฯ ส่วนงานใน กฟผ.แม่เมาะนั้นเป็นงานที่ต้องอาศัยแรงงานทักษะจึงไม่สามารถรับคนในชุมชนเข้าทำงานในปริมาณที่มากได้ ส่วนหนึ่งเพื่อแก้ไขปัญหาที่อาจจะเกิดจากความไม่เข้าใจในระยะยาว ทางกฟผ.แม่เมาะจึงร่วมกับการอาชีวศึกษา (สอศ.) กระทรวงศึกษาธิการ เพื่อสร้างสถานศึกษาแห่งใหม่ขึ้นใน อ. แม่เมาะ คือ วิทยาลัยเทคโนโลยีและการจัดการ กฟผ.แม่เมาะ ขึ้นซึ่งนอกจากจะเปิดสอนในหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพสาขาต่างๆทั่วไปที่เหมือนกับวิทยาลัยเทคนิคอื่นแล้ว ที่วิทยาลัย

เทคโนโลยีและการจัดการ กฟผ.แม่เมาะยังเปิดหลักสูตรพิเศษในการพัฒนาบุคลากรสายอาชีพอุตสาหกรรมพลังงาน โดยผู้ที่เข้าเรียนหลักสูตรนี้จะได้รับสิทธิประโยชน์ คือ ได้รับการสนับสนุนด้านการศึกษา ค่าครองชีพ ได้รับค่าเบี้ยเลี้ยงระหว่างฝึกงาน มีเจ้าหน้าที่ของ กฟผ.แม่เมาะ เข้าไปเป็นวิทยากรและครูฝึกในการเรียนรู้ปฏิบัติงานจริง จนจบหลักสูตรจาก กฟผ.แม่เมาะ โดยเปิดรับสมัครนักเรียนที่จบชั้น ม. 3 และจะต้องมีคุณสมบัติที่สำคัญประการหนึ่ง คือ มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตอำเภอแม่เมาะ

นอกจากนี้ยังมีการจ้างงานทางอ้อม คือ การที่ กฟผ.แม่เมาะทำสัญญาร่วมกับบริษัทที่เป็นหุ้นส่วนทางธุรกิจ เช่น บริษัท อิตาเลียนไทยฯ , บริษัท นวรัตน์ให้พิจารณารับสมัครงานที่มีภูมิลำเนาในอำเภอแม่เมาะก่อนพื้นที่อื่น หรือ การสนับสนุนแหล่งตลาดให้กับกลุ่มอาชีพของชาวบ้านในพื้นที่

“...โรงเรียน กฟผ. ก็ตั้งโรงเรียนขึ้นมารองรับให้วิทยาลัยเทคนิค กฟผ. เพื่อรองรับลูกหลานเค้าไปเรียนตรงนี้แล้วกลับมาทำงานตรงนี้ ซึ่งสอนวิชาตรงๆเลย อีกหน่อยจะเป็นมหาวิทยาลัยแล้วตอนนี้เป็นวิทยาลัย นี่ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ผลักดันเข้าไป ก็สามารถเข้าเสนอปัญหาชาวบ้านได้ว่า ถ้าคุณต้องการรับคนนอกมานะขอสัดส่วนคนนอกสัก 20-30 % ได้มั้ย ขอคนในแม่เมาะ 70 % ซึ่งในระเบียบของวิทยาลัย โรงเรียนต่างๆมันไม่มีระบบว่าจะต้องรับเฉพาะคนในแม่เมาะหรือ open แต่ในที่แม่เมาะเราขอ เอาเด็กที่แม่เมาะก่อน ถ้าเด็กที่แม่เมาะไม่มีแล้วค่อยเอาเด็กที่อื่น...”

(ประกอบ ประระมะ, สัมภาษณ์, 20 พฤศจิกายน 2552 )

“...ลูกหลานของเค้าได้ทำงานนี้ก็รับขึ้นทะเบียนคนว่างงาน ช่วยกระจายก็เอาไปฝากงานให้บริษัท ให้การไฟฟ้าที่พอจะรับได้ เราก็นำเสนอให้ผู้บริหารของบริษัทรับคนในพื้นที่ ซึ่งทำให้เยอะมากซึ่งทำให้จัดส่งแล้วก็สอบ ซึ่งตอนนี้บริษัทนวรัตน์ บริษัทอิตาเลียนก็รับจากคนที่เราขึ้นทะเบียนตรงนี้ไป ต้องการช่าง บัญชีอะไร เรารู้ปัญหาชาวบ้านต้องการมีงานทำ ถ้าเค้ามีงานทำเค้าก็อยากจะอยู่กับครอบครัวแล้วเค้าก็จะเป็นส่วนหนึ่งของการไฟฟ้า แล้วเค้าก็จะช่วยเหลือเวลาพวกที่ไม่เข้าใจ เช่น NGO ข้างนอกเข้ามาโจมตี เค้าจะได้อตอบว่าเค้าก็ดูแลดี แล้วชาวบ้านก็อยู่กันมีความสุขได้รับการเอาใจใส่ ลูกหลานตงงานก็ได้ทำงาน...”

(ประกอบ ประระมะ, สัมภาษณ์, 20 พฤศจิกายน 2552 )

การดำเนินกลยุทธ์ดังกล่าวนอกจากจะแสดงตนเป็นผู้ให้การสนับสนุนการศึกษาแล้ว ยังเป็นการปูทางเพื่อแก้ไขข้อเข้าใจผิดในระยะยาวเรื่องของการรับแรงงานเข้ามาทำงานในพื้นที่อีกด้วย เพราะเมื่อเยาวชนเหล่านั้นจบไปโอกาสที่เค้าจะเลือกมาทำงานกับ กฟผ.ก็มีสูงจากความสัมพันธ์ที่มี เมื่อถึงเวลานั้น กฟผ.แม่เมาะ ก็จะจัดซื้อจำกัดในเรื่องการรับแรงงานเข้ามา

ทำงานในเรื่องทักษะด้านการทำงานออกไปได้ ทั้งนี้ยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์และทัศนคติที่ดีให้กับชาวบ้านในพื้นที่ว่า กฟผ.แม่เมาะมีความจริงใจ ห่วงใยและเอาใจใส่ชุมชน ต้องการพัฒนาให้ชาวบ้านมีชีวิตที่ดีขึ้น

### (11) กลยุทธ์กิจกรรมตามโอกาส

การจะเลือกทำกิจกรรมหรือสนับสนุนโครงการใด พบว่า กฟผ.แม่เมาะ จะเลือกพิจารณาตามวาระโอกาสและกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ ทั้งที่เป็นวาระโอกาสระดับประเทศหรือในระดับชุมชน เช่น ช่วงเข้าพรรษา ก็จะเป็นกิจกรรมเกี่ยวกับศาสนา ช่วงปิดเทอมก็จะเป็นกิจกรรมเกี่ยวกับเยาวชน หรือในวาระระดับประเทศ เช่น ในโอกาสสมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 77 พรรษา ก็จะจัดกิจกรรมที่ร่วมเฉลิมพระเกียรติต่างๆ เช่น การทำบุญตักบาตร บวชภิกษุสามเณร เป็นต้น

การดำเนินกิจกรรมที่สอดคล้องกับโอกาสและเหตุการณ์ในชุมชนย่อมส่งผลให้กิจกรรมที่จัดมีโอกาสดำเนินการได้รับการยอมรับจากชุมชน เพราะเมื่อกระแสความสนใจในช่วงเวลานั้นของชาวบ้านโน้มเอียงไปในทางใด โอกาสที่จะเปิดรับข่าวสารในเรื่องนั้นก็ยิ่งมีมากขึ้น นั่นหมายความว่าข่าวสารการทำกิจกรรมเพื่อชุมชนก็จะมีโอกาสไปถึงชาวบ้านมากยิ่งขึ้นตามไปด้วย

และจากการศึกษาการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะนั้น พบว่ามีใช้เพียงกลยุทธ์ต่างๆ เท่านั้นที่มีส่วนช่วยให้งานชุมชนสัมพันธ์ดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ การได้รับความใส่ใจและให้ความสำคัญกับงานกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้บริหาร ก็นับเป็นอีกปัจจัยสำคัญเช่นกัน ระดับบริหารองค์การของ กฟผ.แม่เมาะ ได้ให้ความสำคัญในงานด้านสังคมมาโดยตลอด ซึ่งสะท้อนออกมาเป็นงบประมาณที่ได้รับการจัดสรรในแต่ละปีที่ต้องดำเนินงาน ทั้งยังมีหลายกิจกรรมพัฒนาที่มาจากความคิดของผู้บริหารที่ต้องการจะพัฒนาชุมชนให้ดียิ่งขึ้นบนรากฐานของความยั่งยืน นอกจากนี้แล้วยังเปิดโอกาสให้ระดับปฏิบัติการได้เข้าไปร่วมกำหนดนโยบายที่เกี่ยวกับงานมวลชนเพื่อความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางสังคมในพื้นที่

“...สาระท้องถิ่น อ.แม่เมาะถึงงบประมาณ 5 แสน สำหรับโครงการสาระท้องถิ่นตอนนี้เราทำเป็นรูปเล่มเสร็จเรียบร้อยแล้วมอบให้ทั้ง 25 โรงเรียน ซึ่งโครงการนี้เป็นคำริของทางผู้บริหารของ กฟผ. ที่อยากจะทำให้กับชุมชน ของผู้ช่วยผู้ว่าการเหมืองแม่เมาะที่คำริอยากจะให้ทำตรงนี้ร่วมกับชุมชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจะให้ชุมชนรักท้องถิ่น แล้วก็เมื่อเรียนจบก็อยากกลับมาทำประโยชน์ให้กับท้องถิ่นของตัวเอง นอกจากเพื่อให้รักถิ่นแล้วก็คือใช้เป็นแหล่งเรียนรู้แล้วก็เรื่องเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น และสุดท้ายก็เพื่อให้ครูอาจารย์เค้ามีทัศนคติที่ดีกับเราด้วย แล้วช่วงระหว่างที่เราทำ

กิจกรรมกันก็จะทำให้เราเข้าไปสร้างความสัมพันธ์ทั้งครูแล้วก็นักเรียนในระหว่างที่ทำได้ ก็นับว่าเป็นโครงการที่ประสบความสำเร็จด้วย...”

(ประภาพรธรรม พูลทวี, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

“...ข้อดีอย่างหนึ่งของการทำงานด้านมวลชนที่นี่ คือ ผู้บริหารเห็นความสำคัญและให้การสนับสนุนเต็มที่ ทั้งในส่วนงบประมาณที่ดี เวลาที่ดี รวมทั้งการบริหารงานของโครงการพัฒนาชุมชน ทำให้เรามีความคล่องตัวในการทำงาน สามารถ Kick off กับปัญหาในชุมชนได้ทันที

(คุณชาติชาย จีวบาง, สัมภาษณ์, 1 ธันวาคม 2552)

ความเข้าใจในงานกิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งในระดับบริหารและระดับปฏิบัติการนี้เอง ได้สะท้อนผลแห่งความเข้าใจนั้นออกมาเป็นแนวทางการดำเนินงานที่สอดคล้องกับบทบาทขององค์กรท่ามกลางบริบทของชุมชน ทั้งในฐานะนักสื่อสารประสานความเข้าใจและนักพัฒนาเพื่อสร้างความเจริญ พัฒนาคุณภาพชีวิตของชาวบ้านในชุมชนให้ดีขึ้นทุกด้าน อันนำมาซึ่งความสัมพันธ์และทัศนคติอันดี จนนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ต้องการ คือ การยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชุมชน ซึ่งไม่ยากที่จะเกิดขึ้นจากปัจจัยการปฏิบัติอย่างต่อเนื่องในบทบาททั้ง 2 ด้าน

โดยสรุปแล้วพบว่า การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ มีการดำเนินงานอย่างเป็นขั้นตอน โดยนำกลยุทธ์เชิงรุกมาใช้ในการดำเนินงานอย่างกว้างขวาง เพื่อผลักดันให้การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมบรรลุเป้าหมายตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ คือ

#### 1. เพื่อชี้แจง

คือ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการดำเนินงานและการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอของ กฟผ.แม่เมาะ โดยอาศัยกลยุทธ์การใช้สื่อผสมผสาน กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายบุคคล และกลยุทธ์ขยายกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเผยแพร่ความรู้ดังกล่าวให้เข้าถึงไปสร้างความเข้าใจอันดี (Good understanding) ให้เกิดขึ้น ซึ่งความเข้าใจนี้จะป็นเครื่องปกป้องและรักษาชื่อเสียงของ กฟผ.แม่เมาะ ไม่ให้เสียหายจากความเข้าใจที่คลาดเคลื่อน ซึ่งอาจสร้างให้ชาวบ้านเป็นปรปักษ์กับ กฟผ.แม่เมาะ ได้ในที่สุด

## 2. เพื่อชี้แนะ

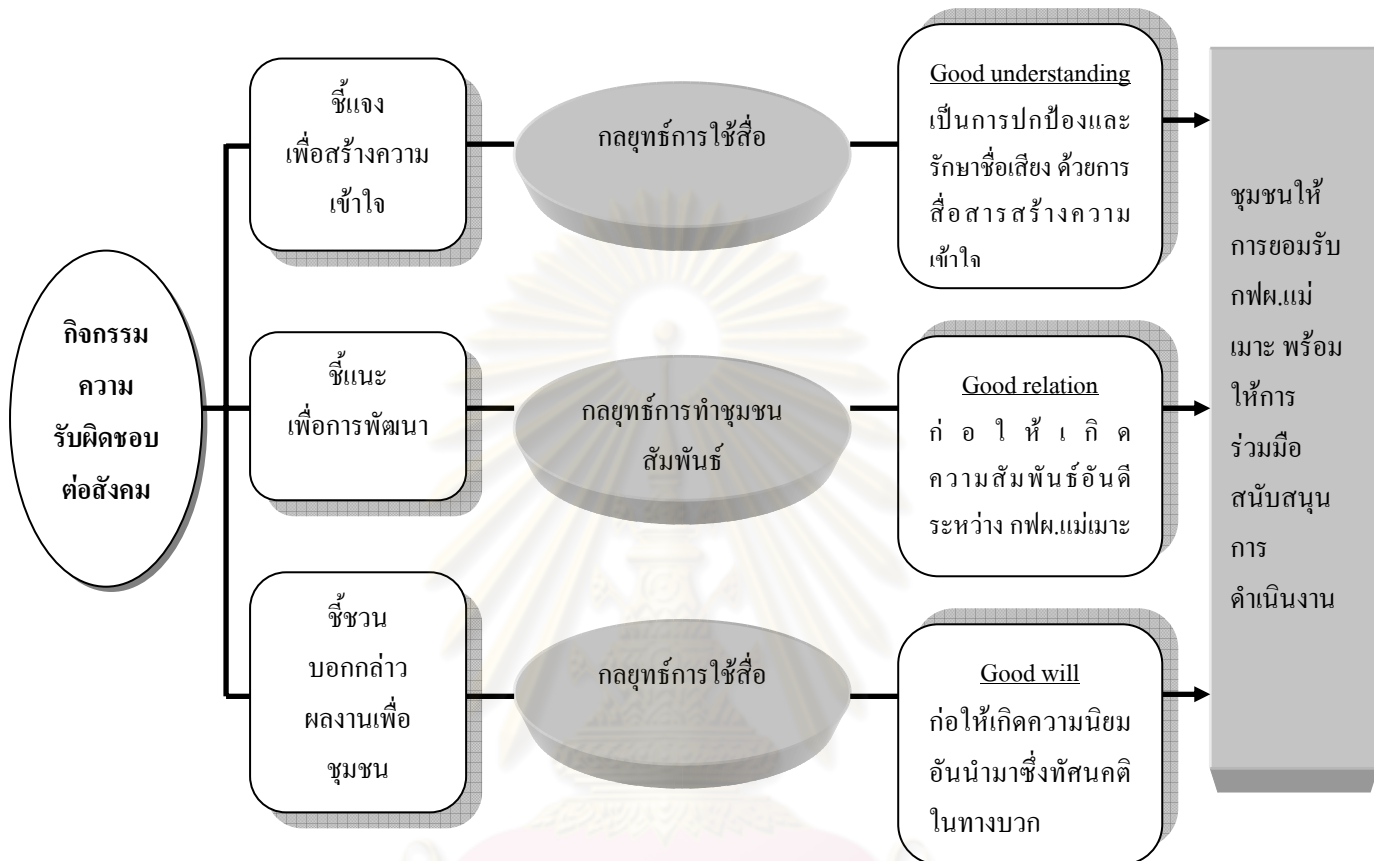
คือ การนำเสนอกิจกรรม การให้คำแนะนำ และให้การสนับสนุน ในกิจกรรมงานพัฒนา ทั้งที่ กฟผ.แม่เมาะเป็นผู้ริเริ่มเอง หรือเป็นหน่วยงานที่ทำร่วมกับหน่วยงานอื่นๆ การแสดงบทบาท ในฐานะสมาชิกที่ดีของชุมชน โดยอาศัยกลยุทธ์การดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์เพื่อดำเนินงานพัฒนา ให้ก้าวหน้าให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ อันจะก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดี (Good relation) ระหว่าง กฟผ.แม่เมาะกับชาวบ้านในฐานะเพื่อนผู้แนะนำประโยชน์ ความร่วมมือและการสนับสนุน ซึ่งกันและกัน อันเป็นผลจากความสัมพันธ์อันดีย่อมเกิดกับ กฟผ.แม่เมาะในที่สุด

## 3. เพื่อชี้ชวน

คือ การเผยแพร่ความดีที่ กฟผ.แม่เมาะพัฒนาและสร้างสรรค์เพื่อชุมชนด้วยความเต็มใจ และจริงใจไปยังกลุ่มเป้าหมาย ไม่จำกัดอยู่เพียงในวงของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับ กฟผ.แม่เมาะ เท่านั้น แต่ยังครอบคลุมไปยังพื้นที่อื่น เพื่อสร้างความชื่นชมและความภาคภูมิใจมาสู่ชุมชนแม่เมาะ ด้วยกลยุทธ์การใช้สื่อผสมผสานชี้ชวนให้ผู้รับสารได้เห็นคุณประโยชน์ที่ กฟผ.แม่เมาะ ได้ก่อไว้ให้ ชุมชนและประเทศชาติ ซึ่งจะสร้างความนิยมชมชอบให้เกิดขึ้น อันจะนำมาซึ่งทัศนคติในทางบวก ต่อ กฟผ.แม่เมาะ นับเป็นจุดเริ่มต้นในการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ ความนิยม (Good will) ของ ชาวบ้านก็จะแปรเป็นพลังสำคัญที่ช่วยสนับสนุนการดำเนินงานของ กฟผ.แม่เมาะ ในที่สุด

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากการศึกษากลยุทธ์การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ ผู้วิจัยสามารถนำมาสรุปเป็นแผนภาพ ได้ดังนี้



ภาพที่ 17 แนวทางการดำเนินกลยุทธ์การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างต่อเนื่อง ตามแบบแผนวิธีการทางการสื่อสาร และ รูปแบบการพัฒนา ที่นำเอาหลักการทางการสื่อสาร และการพัฒนามาปรับใช้อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทของชุมชน เมื่อนำมาผนวกใช้กับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมภายในของ กฟผ.แม่เมาะ เองที่มีการจัดการ ควบคุมการดำเนินงานอย่างใส่ใจ ชุมชน สิ่งแวดล้อม ไม่ให้เกิดผลกระทบใดๆอย่างแท้จริงแล้ว ความแปลกหน้าและความเป็นองค์การที่เอาเปรียบสังคมก็จะถูกจัดออกไปด้วยหลักทั้ง 2 ประการนี้ ด้วยแนวคิดการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมจะช่วยให้ กฟผ.แม่เมาะมิได้ตั้งอยู่ในพื้นที่ชุมชนเท่านั้น แต่ยังจะเข้าไปตั้งอยู่ในใจของคนในชุมชนในฐานะเพื่อนบ้านที่ดี (Good Neighbour) อีกด้วย

## ส่วนที่ 2 ผลการวิจัยเรื่อง “การรับรู้ข่าวสาร ทศนคติและการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ “

การวิจัยในส่วนที่ 2 เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาผลสัมฤทธิ์ของการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ. แม่เมาะ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ ทศนคติ และการยอมรับ กฟผ. แม่เมาะ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง ผสมผสานกับการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การสนทนากลุ่มผู้นำทางความคิดชุมชน เพื่อศึกษาความสอดคล้องกันของผลการวิจัยในการรับรู้ข่าวสาร ทศนคติและการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ ซึ่งจะเสนอผลการวิจัยตามลำดับ ดังนี้

### ■ ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากร

ประกอบด้วยผลการวิจัยเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวและลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ โดยนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบของตาราง จำนวนทั้งสิ้น 5 ตาราง (ตารางที่ 1 – 5)

### ■ ตอนที่ 2 ข้อมูลการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ. แม่เมาะ

ประกอบด้วยผลการวิจัยเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ จากสื่อต่างๆ ความถี่ในการรับรู้ข่าวสาร และความคิดเห็นต่อการเผยแพร่ข่าวสารของ กฟผ.แม่เมาะ โดยนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบของตาราง จำนวนทั้งสิ้น 5 ตาราง (ตารางที่ 6 – 10)

### ■ ตอนที่ 3 ข้อมูลทัศนคติที่มีต่อ กฟผ. แม่เมาะ

เป็นผลการวิจัยเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะ โดยนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบของตารางทั้งสิ้น 1 ตาราง (ตารางที่ 11)

### ■ ตอนที่ 4 ข้อมูลการยอมรับ กฟผ. แม่เมาะ

ประกอบด้วยผลการวิจัยเกี่ยวกับการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ ที่พิจารณาจากการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ โดยนำเสนอในรูปแบบของตาราง จำนวนทั้งสิ้น 3 ตาราง (ตารางที่ 12 – 14)

- **ตอนที่ 5** ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ

ประกอบด้วยผลการวิจัยเกี่ยวกับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อกิจกรรมที่ต้องการให้ กฟผ.แม่เมาะดำเนินการในชุมชน พร้อมทั้งเหตุผลและข้อเสนอแนะ โดยนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบของตาราง จำนวนทั้งสิ้น ตาราง (ตารางที่ 15 – 17)

- **ตอนที่ 6** การทดสอบสมมติฐาน

ประกอบด้วยผลการพิสูจน์สมมติฐานการวิจัย ทั้ง 3 ข้อ โดยนำเสนอในรูปแบบของตาราง จำนวนทั้งสิ้น 3 ตาราง (ตารางที่ 18 - 20 )

- **ตอนที่ 7** ผลการวิจัยสนทนากลุ่มผู้นำชุมชน

## ตอนที่ 2 ข้อมูลด้านลักษณะประชากร

จากผลการวิเคราะห์และแปรผลข้อมูลลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เป้าหมายของการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ผลการจำแนกปรากฏในตารางที่ 2 - 6 ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

### ตารางที่ 3 : จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	125	31.2
หญิง	275	68.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ศึกษารั้งนี้ เป็นเพศหญิง ร้อยละ 68.8 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 31.2



**ตารางที่ 4: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับอายุ**

ระดับอายุ	จำนวน	ร้อยละ
15-20 ปี	99	24.8
21-30 ปี	126	31.5
31-40 ปี	84	21.0
41-50 ปี	82	20.5
51-60 ปี	9	2.2
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างอยู่ในช่วงอายุ 21- 30 ปีมากที่สุด คิดเห็นร้อยละ 31.5 รองลงมา คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 15 -20 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.8 นอกจากนั้นเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี ร้อยละ 21.0 อยู่ในช่วง 41-50 ปี 20.5 ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 51-60 จำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.2

**ตารางที่ 5 : จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา**

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	44	11.0
มัธยมศึกษาตอนต้น	61	15.2
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	126	31.5
อนุปริญญา/ปวส.	56	14.0
ปริญญาตรี	109	27.2
สูงกว่าปริญญาตรี	3	0.8
ไม่ได้เรียนหนังสือ	1	0.2
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.5 รองลงมาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 27.2 นอกจากนั้นอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 15.2 ระดับอนุปริญญา/ปวส. ร้อยละ 14.0 ระดับประถมศึกษา ร้อยละ 11.0 และ ระดับสูงกว่าสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 0.8 โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้เรียนหนังสือ มีจำนวนน้อยที่สุด คือ ร้อยละ 0.2

**ตารางที่ 6: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ**

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
รับราชการ	13	3.2
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4	1.0
พนักงานบริษัทเอกชน	143	35.8
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	33	8.2
รับจ้าง	78	19.5
นักเรียน/นักศึกษา	108	27.0
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	18	4.5
ว่างงาน	3	0.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.8 รองลงมาคือ นักเรียน / นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 27.0 นอกจากนั้นประกอบอาชีพรับจ้าง ร้อยละ 19.5 อาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 8.2 พ่อบ้าน/แม่บ้าน ร้อยละ 4.5 รับราชการ ร้อยละ 3.2 และพนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 1.0 โดยมีผู้ว่างงานน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.8

**ตารางที่ 7: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้**

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีรายได้	113	28.2
ต่ำกว่า 3,000 บาท	35	8.8
3,001-6,000 บาท	84	21.0
6,001-12,000 บาท	113	28.2
12,001-18,000 บาท	28	7.0
มากกว่า 18,000 บาท	27	6.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 6,001-12,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.2 เท่ากับผู้ที่ไม่มีรายได้ รองลงมา คือ ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 3,001-6,000 บาท ร้อยละ 21.0 นอกจากนี้ ผู้มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาท ร้อยละ 8.8 มีรายได้ 12,001-18,000 บาท ร้อยละ 7.0 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 18,000 บาท มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.8

## ตอนที่ 2 ข้อมูลการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ

จากผลการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลการรับรู้ข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ ซึ่งประกอบไปด้วย ข้อมูลการรับรู้ข่าวสารจากสื่อต่างๆ ข้อมูลความถี่ในการรับรู้ข่าวสาร และความคิดเห็นต่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของ กฟผ.แม่เมาะ ผลการจำแนกปรากฏในตารางที่ 8 - 12 ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

### 2.1 ข้อมูลความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ ของกลุ่มตัวอย่าง

**ตารางที่ 8 : จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสาร**

ความถี่	จำนวน	ร้อยละ
ทุกสัปดาห์	18	4.5
เดือนละ 2-3 ครั้ง	76	19.0
เดือนละครั้ง	223	55.8
หลายเดือนครั้ง	77	19.2
ไม่เคยได้รับเลย	6	1.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะจากสื่อต่างๆเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 55.8 รองลงมาได้รับข้อมูลหลายเดือนครั้ง คิดเป็นร้อยละ 19.2 นอกจากนั้นร้อยละ 19.0 ได้รับข้อมูลเดือนละ 2-3 ครั้ง ร้อยละ 4.5 ได้รับข้อมูลทุกสัปดาห์ และน้อยที่สุดร้อยละ 1.5 ไม่เคยได้รับข้อมูลเลย

## 2.2 ข้อมูลในการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ

**ตารางที่ 9 :** จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความบ่อยครั้งในการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะจากสื่อต่างๆ

สื่อ	ความบ่อยครั้งในการรับรู้จากสื่อ						ค่าเฉลี่ย (1 – 5)	ระดับการรับรู้
	บ่อยมาก	บ่อย	ปานกลาง	น้อย	น้อยมาก	ไม่เคย		
วิทยุ	52 (13.0)	105 (26.3)	114 (28.5)	67 (16.8)	42 (10.5)	20 (5.0)	3.00	ปานกลาง
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	39 (9.8)	71 (17.8)	139 (34.8)	86 (21.5)	42 (10.5)	23 (5.8)	2.78	ปานกลาง
สื่อบุคคล	56 (14.0)	97 (24.2)	117 (29.2)	76 (19.0)	32 (8.0)	22 (5.5)	3.01	ปานกลาง
สื่อสิ่งพิมพ์ของ กฟผ.แม่เมาะ	36 (9.0)	60 (15.0)	111 (27.8)	106 (26.5)	52 (13.0)	35 (8.8)	2.54	ปานกลาง
หอกระจายข่าว	16 (4.0)	50 (12.5)	137 (34.2)	88 (22.0)	44 (11.0)	65 (16.2)	2.28	ต่ำ
เข้าร่วมกิจกรรมของ กฟผ.แม่เมาะ	13 (3.2)	63 (15.8)	148 (37.0)	86 (21.5)	41 (10.2)	49 (12.2)	2.44	ต่ำ
ป้ายตามจุดต่างๆ	28 (7.0)	126 (31.5)	119 (29.8)	84 (21.0)	35 (8.8)	8 (2.0)	3.01	ปานกลาง
อินเทอร์เน็ต	8 (1.5)	48 (12.0)	109 (27.2)	82 (20.5)	80 (20.0)	75 (18.8)	1.98	ต่ำ
<b>รวม</b>							<b>2.01</b>	<b>ต่ำ</b>

จากตารางที่ 9 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะจากสื่อต่างๆ เท่ากับ 2.01 ซึ่งจัดได้ว่ามีการรับรู้ข่าวสารในระดับต่ำ ส่วนสื่อที่กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้มากที่สุด คือ สื่อบุคคล และ ป้ายประชาสัมพันธ์ตามจุดต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01 เท่ากัน รองลงมา คือ สื่อวิทยุ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.0 จัดได้ว่ามีการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อทั้ง 3 ประเภทอยู่ในระดับปานกลาง และสื่อที่กลุ่มตัวอย่างรับรู้ น้อยที่สุด คือ สื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.98 จัดได้ว่ามีการรับรู้ข่าวสารในระดับที่ต่ำ



ศูนย์วิทยพัทยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ตารางที่ 10 : จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความ  
รับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ**

กิจกรรม	การรับรู้กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ						ค่าเฉลี่ย (1 – 5)	ระดับการ รับรู้
	บ่อย มาก	บ่อย	ปาน กลาง	น้อย	น้อย มาก	ไม่เคย		
โครงการปลูกป่า	44 (11.0)	115 (28.8)	159 (39.8)	54 (13.5)	23 (5.8)	5 (1.2)	3.22	ปานกลาง
เปลี่ยนพื้นที่บ่อเหมือง เป็นอ่างเก็บน้ำ	26 (6.5)	63 (15.8)	121 (30.2)	116 (29.0)	50 (12.5)	24 (6.0)	2.57	ปานกลาง
สถานที่ท่องเที่ยว	109 (27.2)	139 (34.8)	127 (31.8)	19 (4.8)	6 (1.5)	0 (0.0)	3.82	สูง
พิพิธภัณฑ์ศูนย์ถ่านหิน ลิกไนต์ศึกษา	76 (19.0)	124 (31.0)	145 (35.8)	48 (12.0)	3 (0.8)	6 (1.5)	3.51	สูง
สนามกอล์ฟ	68 (17.0)	91 (22.8)	128 (32.0)	90 (22.5)	17 (4.2)	6 (1.5)	3.22	ปานกลาง
ที่พัก รีสอร์ท บ้านพัก รับรอง	33 (8.2)	70 (17.5)	130 (32.5)	107 (26.8)	35 (8.8)	25 (6.2)	2.71	ปานกลาง
การพัฒนาท้องถิ่นและ สาธารณูปโภค	26 (6.5)	85 (21.2)	153 (38.2)	103 (25.8)	28 (7.0)	5 (1.2)	2.91	ปานกลาง
เป็นแหล่งจ้างงาน	21 (5.2)	113 (28.2)	159 (39.8)	73 (18.2)	27 (6.8)	7 (1.8)	3.02	ปานกลาง
การดูแลด้าน สิ่งแวดล้อม	25 (6.2)	107 (26.8)	170 (42.5)	77 (19.2)	14 (3.5)	7 (1.8)	3.08	ปานกลาง
กิจกรรมหน่วยแพทย์ เคลื่อนที่	12 (3.0)	67 (16.8)	145 (36.2)	119 (29.8)	34 (8.5)	23 (5.8)	2.59	ปานกลาง
สนับสนุนด้านศาสนา	15 (3.8)	58 (14.5)	189 (47.2)	100 (25.0)	27 (6.8)	11 (2.8)	2.75	ปานกลาง



กิจกรรม	การรับรู้กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ						ค่าเฉลี่ย (1 – 5)	ระดับการ รับรู้
	บ่อย มาก	บ่อย	ปาน กลาง	น้อย	น้อย มาก	ไม่เคย		
สนับสนุนด้าน การศึกษาของเยาวชน	36 (9.0)	96 (21.0)	134 (33.5)	105 (26.2)	26 (6.5)	3 (0.8)	3.01	ปานกลาง
สนับสนุนโครงการ อาหารกลางวัน	21 (5.2)	79 (19.8)	121 (30.2)	96 (24.0)	49 (12.2)	34 (8.5)	2.56	ปานกลาง
สนับสนุนค่า ยานพาหนะชุมชน	21 (5.2)	60 (15.0)	145 (36.2)	90 (22.5)	38 (9.5)	46 (11.5)	2.50	ต่ำ
กิจกรรมประเพณี วัฒนธรรม	38 (9.5)	139 (34.8)	133 (33.2)	53 (13.2)	18 (4.5)	19 (4.8)	3.17	ปานกลาง
ช่วยเหลือสังคมและ ผู้ด้อยโอกาส	28 (7.0)	104 (26.0)	140 (35.0)	85 (21.2)	28 (7.0)	15 (3.8)	2.94	ปานกลาง
วิทยาลัยเทคโนโลยี และการจัดการ กฟผ. แม่เมาะ	32 (8.0)	109 (27.2)	114 (28.5)	73 (18.2)	55 (13.8)	17 (4.2)	2.84	ปานกลาง

จากตารางที่ 10 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้กิจกรรมสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ทุ่งดอกบัวตอง ,สวนพฤกษชาติ , ศาลาชมวิวมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 กิจกรรมที่มีการรับรู้รองลงมา คือ พิพิธภัณฑ์ศูนย์ถ่านหินลิกไนต์ศึกษา คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 จัดว่ามีการรับรู้ในระดับสูง ส่วนกิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ที่น้อยที่สุด คือ กิจกรรมสนับสนุนค่ายานพาหนะชุมชน มีค่าเฉลี่ย 2.50 จัดการรับรู้อยู่ในระดับต่ำ

### 2.3 ข้อมูลระดับความพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของ กฟผ.แม่เมาะ

**ตารางที่ 11:** จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความพอใจต่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของ กฟผ.แม่เมาะ

ระดับความพอใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่ออกความเห็น	5	1.2
ต้องปรับปรุง	62	15.5
พอใช้	168	42.0
ดี	124	31.0
ดีมาก	41	10.2
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 11 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพอใจอยู่ในระดับพอใช้ ร้อยละ 42.0 รองลงมา มีความพอใจในระดับดี ร้อยละ 31.0 และอยู่ในระดับที่ต้องปรับปรุง ร้อยละ 15.5 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความพอใจที่ดีมากจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.2

## 2.4 ข้อมูลเหตุผลของความพอใจต่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของ กฟผ.แม่เมาะ

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ได้ให้เหตุผลในการกำหนดระดับความพอใจต่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของ กฟผ.แม่เมาะไว้ โดยผู้วิจัยได้รวบรวมเหตุผลทั้งหมดและจัดกลุ่มแยกเป็นประเด็นได้ 10 ประเด็น นำเสนอในตารางที่ 11 ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

### ตารางที่ 12 : เหตุผลของความพอใจต่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของ กฟผ.แม่เมาะ

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
เหมาะสมแล้ว	3	0.8
ได้รับข่าวสารสม่ำเสมอ	17	4.2
ข่าวสารเผยแพร่ทั่วถึง	8	2.0
ข่าวสารมีความน่าเชื่อถือ	5	1.3
วิธีการเผยแพร่ข่าวสารยังไม่เหมาะสม	9	2.2
ข่าวสารเผยแพร่ไม่ทั่วถึง	32	8.0
ข่าวสารเผยแพร่ไม่สม่ำเสมอ	10	2.5
ข่าวสารไม่มีความน่าเชื่อถือ	19	4.8
ทำให้มีความเข้าใจมากขึ้น	9	2.2

จากตารางที่ 12 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ให้ระดับความพึงพอใจสูงกว่าพอใช้ ส่วนใหญ่ให้เหตุผลในการกำหนดระดับความพอใจว่าได้รับข่าวสารสม่ำเสมอ ร้อยละ 4.2 รองลงมาคือ ข่าวสารเผยแพร่ทั่วถึง ร้อยละ 2.0 และสำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ให้ระดับความพอใจในระดับพอใช้หรือต่ำกว่า ส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่าข่าวสารเผยแพร่ไม่ทั่วถึง ร้อยละ 8.0 รองลงมา คือ ข่าวสารไม่มีความน่าเชื่อถือ ร้อยละ 4.8

#### ตอนที่ 4 ข้อมูลทัศนคติที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะ

จากผลการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะ ผลการจำแนกแสดงในตารางที่ 13 ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

**ตารางที่ 13 : จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามทัศนคติ**

ความคิดเห็น	ระดับของทัศนคติ					ค่าเฉลี่ย (1-5)	ระดับ ทัศนคติ
	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง		
การที่ กฟผ. เข้ามาตั้งในพื้นที่ เป็นส่วน หนึ่งของการพัฒนาชุมชน	84 (21.0)	217 (54.2)	98 (24.5)	1 (0.2)	0 (0.0)	3.96	ดี
กฟผ.แม่เมาะ ได้แจ้งข้อมูลข่าวสาร ต่างๆ เกี่ยวกับ กฟผ.แม่เมาะให้ ชาวบ้านได้รับทราบอย่างสม่ำเสมอ	51 (12.8)	205 (51.2)	119 (29.8)	20 (5.0)	5 (1.2)	3.70	ดี
ข้อมูลที่ได้รับทราบจาก กฟผ.แม่เมาะ มีความน่าเชื่อถือ	29 (7.2)	187 (46.8)	167 (41.8)	17 (4.2)	0 (0.0)	3.57	ดี
โครงการพัฒนาชุมชน กฟผ.แม่เมาะ เป็นโครงการที่ส่งเสริมให้ชุมชน พัฒนาอย่างยั่งยืน	65 (16.2)	216 (54.0)	113 (28.2)	6 (1.5)	0 (0.0)	3.85	ดี
กฟผ.แม่เมาะ ช่วยพัฒนา ปรับปรุงให้ อ.แม่เมาะมีภูมิทัศน์ และสิ่งแวดล้อมที่ สวยงาม	73 (18.2)	232 (58.0)	83 (20.8)	12 (3.0)	0 (0.0)	3.92	ดี
กฟผ.แม่เมาะ เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ อ.แม่เมาะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สร้าง รายได้และความภาคภูมิใจให้กับ ชุมชน	100 (25.0)	203 (50.8)	84 (21.0)	13 (3.2)	0 (0.0)	3.98	ดี
กฟผ.แม่เมาะ เข้ามามีส่วนช่วยพัฒนา สาธารณูปโภคในชุมชน	84 (21.0)	191 (47.8)	112 (28.0)	13 (3.2)	0 (0.0)	3.87	ดี

ความคิดเห็น	ระดับของทัศนคติ					ค่าเฉลี่ย (1-5)	ระดับ ทัศนคติ
	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง		
กฟผ.แม่เมาะ ช่วยเพิ่มการให้บริการด้านสุขภาพอนามัยในชุมชนให้ดีขึ้น	63 (15.8)	175 (43.8)	144 (36.0)	17 (4.2)	1 (0.2)	3.70	ดี
กฟผ.แม่เมาะ ช่วยเพิ่มการให้บริการด้านการศึกษาในชุมชนให้ดีขึ้น	87 (21.8)	186 (46.5)	106 (26.5)	21 (5.2)	0 (0.0)	3.85	ดี
กฟผ.แม่เมาะ เป็นแหล่งจ้างงาน ทำให้คนในชุมชนมีงานทำ	90 (22.5)	218 (54.5)	85 (21.2)	7 (1.8)	0 (0.0)	3.98	ดี
กิจกรรมอบรมพัฒนาอาชีพต่างๆ ช่วยให้ชาวบ้านมีความรู้เพื่อนำไปพัฒนา ประกอบอาชีพ	59 (14.8)	186 (46.5)	139 (34.8)	16 (4.0)	0 (0.0)	3.72	ดี
กฟผ.แม่เมาะ มีการควบคุม จัดการมลภาวะอย่างมีประสิทธิภาพ	43 (10.8)	162 (40.5)	180 (45.0)	14 (3.5)	1 (0.2)	3.58	ดี
กฟผ.แม่เมาะ นำผลกำไรที่ได้มาพัฒนาชุมชน	55 (13.8)	142 (35.5)	182 (45.5)	20 (5.0)	1 (0.2)	3.58	ดี
กิจกรรมช่วยเหลือสังคมต่างๆ ของ กฟผ.แม่เมาะ ทำให้ชุมชนเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น	52 (13.0)	225 (56.2)	120 (30.0)	3 (0.8)	0 (0.0)	3.82	ดี
กิจกรรมช่วยเหลือสังคมต่างๆ ของ กฟผ.แม่เมาะ เป็นกิจกรรมที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน	37 (9.2)	210 (52.5)	136 (34.0)	17 (4.2)	0 (0.0)	3.67	ดี
<b>รวม</b>						<b>3.78</b>	<b>ดี</b>

จากตารางที่ 13 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่ดีต่อ กฟผ.แม่เมาะ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 โดยกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่ดีต่อการที่ กฟผ.แม่เมาะ เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ อ.แม่เมาะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สร้างรายได้และความภาคภูมิใจให้กับชุมชน และ กฟผ.แม่เมาะ เป็นแหล่งจ้างงานทำให้คนในชุมชนมีงานทำ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.98 รองลงมา คือ การที่ กฟผ. เข้ามาตั้งในพื้นที่เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาชุมชน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 และ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดในเรื่องข้อมูลที่ได้รับทราบจาก กฟผ.แม่เมาะ มีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ตอนที่ 5 ข้อมูลการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ

จากผลการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ ของกลุ่มตัวอย่าง ที่พิจารณาจากการเข้าร่วมกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่ กฟผ.แม่เมาะจัดขึ้น และข้อมูลประกอบเหตุการณ์ตัดสินใจยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ ผลการจำแนกแสดงในตารางที่ 14 – 16 ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

### 5.1 ข้อมูลการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ ของกลุ่มตัวอย่าง

**ตารางที่ 14 :** จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเข้าร่วมกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ

กิจกรรม	ความถี่ในการเข้าร่วมกิจกรรม						ค่าเฉลี่ย (1 – 5)	ระดับ การ ยอมรับ
	บ่อย มาก	บ่อย	ปาน กลาง	น้อย	น้อย มาก	ไม่เคย		
กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวของ อ.แม่เมาะ เช่น ไปเที่ยวพักผ่อนที่ ศาลาชมวิว / ทุ่งดอกบัวตอง	104 (26.0)	134 (33.5)	105 (26.2)	30 (7.5)	16 (4.0)	11 (2.8)	3.62	สูง
เล่นกอล์ฟที่สนามกอล์ฟของ กฟผ.แม่เมาะ	23 (5.8)	53 (13.2)	64 (16.0)	47 (11.8)	30 (7.5)	183 (45.8)	1.61	ต่ำ
เข้าศึกษาชมพิพิธภัณฑ์ศูนย์ถ่าน หินลิกไนต์ศึกษา	60 (15.0)	81 (20.2)	124 (31.0)	55 (13.8)	38 (9.5)	42 (10.5)	2.86	ปาน กลาง
กิจกรรมเสริมสร้างรายได้เข้า อบรมพัฒนาอาชีพ เช่น ไม้ 3 สามพันรู้, การเลี้ยงวัว, การเย็บผ้า	47 (11.8)	43 (10.8)	68 (17.0)	80 (20.0)	32 (8.0)	130 (32.5)	2.01	ต่ำ
กิจกรรมด้านนิเวศและ สิ่งแวดล้อม เช่น การปลูกป่า ร่วมตรวจวัดคุณภาพอากาศ	43 (10.8)	69 (17.2)	106 (26.5)	55 (13.8)	41 (10.2)	86 (21.5)	2.40	ต่ำ
กิจกรรมด้านการศึกษา	29 (7.2)	94 (23.5)	60 (15.0)	62 (15.5)	41 (10.2)	114 (28.5)	2.17	ต่ำ

กิจกรรม	ความถี่ในการเข้าร่วมกิจกรรม						ค่าเฉลี่ย (1 – 5)	ระดับ การ ยอมรับ
	บ่อย มาก	บ่อย	ปาน กลาง	น้อย	น้อย มาก	ไม่เคย		
ตรวจสอบสุขภาพกับหน่วยแพทย์เคลื่อนที่	36 (9.0)	49 (12.2)	81 (20.2)	72 (18.0)	56 (14.0)	106 (26.5)	2.05	ต่ำ
กิจกรรมตามเทศกาลต่างๆ เช่น เข้าพรรษา ทอดกฐิน สงกรานต์ วันเด็ก เป็นต้น	43 (10.8)	85 (21.2)	129 (32.2)	63 (15.8)	37 (9.2)	43 (10.8)	2.76	ปาน กลาง
<b>รวม</b>							<b>2.65</b>	<b>ปาน กลาง</b>

จากตารางที่ 14 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยการยอมรับ กฟผ. แม่เมาะ อยู่ที่ 2.65 ซึ่งจัดอยู่ในระดับปานกลาง โดยกลุ่มตัวอย่างเข้าร่วมกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวของ อ.แม่เมาะ เช่น ไปเที่ยวพักผ่อนที่สวนพฤกษศาสตร์ / ศาลาชมวิว / ทุ่งดอกบัวตอง / ลานสไลเดอร์ / อ่างเก็บน้ำ มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.62 ซึ่งจัดอยู่ในระดับการยอมรับสูง รองลงมา คือ การเข้าศึกษาชมพิพิธภัณฑ์ ศูนย์ถ่านหินลิกไนต์ศึกษา คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.86 จัดว่ามีการยอมรับในระดับปานกลาง และมีการเข้าร่วมกิจกรรมเล่นกอล์ฟที่สนามกอล์ฟของ กฟผ.แม่เมาะ น้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.61 จัดว่ามีการยอมรับในระดับต่ำ

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## 5.2 ข้อมูลความคิดเห็นการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ ของกลุ่มตัวอย่าง

**ตารางที่ 15 :** จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะของกลุ่มตัวอย่าง

ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
ยอมรับ	329	82.2
ไม่ยอมรับ	3	0.8
ไม่แน่ใจ	68	17.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 15 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ คิดเป็นร้อยละ 82.2 รองลงมา คือ ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 17.0 และ ร้อยละ 0.8 ไม่ยอมรับที่ กฟผ.แม่เมาะเข้ามาตั้งในพื้นที่

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### 5.3 ข้อมูลเหตุผลในการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ได้ให้เหตุผลในการกำหนดระดับความคิดเห็นในการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะไว้ โดยผู้วิจัยได้รวบรวมเหตุผลทั้งหมดและจัดกลุ่มแยกเป็นประเด็นได้ 7 ประเด็น นำเสนอในตารางที่ 16 ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

**ตารางที่ 16 : เหตุผลในการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะของกลุ่มตัวอย่าง**

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
เป็นแหล่งจ้างงาน	49	12.3
ช่วยให้เศรษฐกิจใน อ.แม่เมาะดี มีเงินหมุนเวียน	37	9.2
ทำให้ชุมชนพัฒนา มีความสวยงามขึ้น	15	3.7
ทำให้คุณภาพชีวิตของคนในชุมชนดีขึ้น	10	2.5
กฟผ.แม่เมาะ มีทั้งข้อดีและข้อเสีย	24	6.0
ไม่มั่นใจในผลกระทบยาว	3	0.8

จากตารางที่ 16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ให้การยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ ส่วนใหญ่ให้เหตุผลในการตัดสินใจยอมรับเพราะว่า กฟผ.แม่เมาะ เป็นแหล่งจ้างงาน ร้อยละ 12.3 รองลงมา คือ ช่วยให้เศรษฐกิจใน อ.แม่เมาะดี มีเงินหมุนเวียน ร้อยละ 9.2 และสำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ยอมรับ และไม่แน่ใจในการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ ส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่า กฟผ.แม่เมาะ มีทั้งข้อดีและข้อเสีย ร้อยละ 6.0 รองลงมา คือ ไม่มั่นใจในผลกระทบยาว ร้อยละ 0.8

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ

ประกอบด้วยผลการวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่า กฟผ.แม่เมาะควรสนับสนุนให้เกิดขึ้นในชุมชน พร้อมทั้งเหตุผลและข้อเสนอแนะ ผลการจำแนกปรากฏในตารางที่ 17 ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

### 6.1 ข้อมูลการพัฒนาที่ กฟผ.แม่เมาะควรสนับสนุน

**ตารางที่ 17 :** จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับการสนับสนุนด้านการพัฒนาที่ กฟผ.แม่เมาะ ควรสนับสนุน

การพัฒนา	จำนวน	ร้อยละ
ด้านพัฒนาคุณภาพชีวิต / สังคม	287	71.8
ด้านสุขภาพ	263	65.8
ด้านเยาวชน / การศึกษา	249	62.3
ด้านศาสนา / วัฒนธรรม / ประเพณี	192	48.0
อื่นๆ	68	17.0

**\*\*ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ**

จากตารางที่ 17 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการให้ กฟผ.แม่เมาะ พัฒนาในด้านคุณภาพชีวิตและสังคมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.8 รองลงมา คือ ด้านสุขภาพ ร้อยละ 65.8 ถัดมาคือ ด้านเยาวชนและการศึกษา ร้อยละ 62.3 และ ร้อยละ 48.0 ต้องการให้พัฒนาในด้านด้านศาสนา วัฒนธรรมและ ประเพณี นอกจากนี้ยังมีความต้องการให้พัฒนาในด้านอื่นๆ เช่น ด้านสิ่งแวดล้อม การจัดสรรพื้นที่อพยพ ร้อยละ 17.0

## 6.2 ข้อมูลเหตุผลต่อการพัฒนาที่ กฟผ.แม่เมาะ ควรสนับสนุน

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ได้ให้เหตุผลที่แสดงความคิดเห็นต่อการพัฒนาที่ กฟผ.แม่เมาะ ควรสนับสนุนไว้ โดยผู้วิจัยได้รวบรวมแล้ว จัดกลุ่มแยกเป็นประเด็นต่างๆ ไว้ 9 ประเด็น นำเสนอในตารางที่ 18 มีรายละเอียด ดังนี้

**ตารางที่ 18 :** จำนวนและร้อยละเหตุผลของกลุ่มตัวอย่างที่แสดงความคิดเห็นต่อการพัฒนาที่ กฟผ.แม่เมาะ ควรสนับสนุน

การพัฒนา	จำนวน	ร้อยละ
กฟผ. แม่เมาะ ต้องรับผิดชอบที่ก่อมลภาวะในพื้นที่	13	3.2
เมื่อมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นชุมชนก็จะพัฒนาขึ้น	7	1.8
การศึกษามีความสำคัญ	4	1.0
เด็กและเยาวชนเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนา	6	1.5
เพื่อสืบสานประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น	5	1.3
ควรพัฒนาให้ดีขึ้นทุกด้าน	9	2.2
ต้องการสถานที่พักผ่อนหย่อนใจและทำกิจกรรม	1	0.2
ชาวบ้านได้รับผลกระทบ	10	2.5

จากตารางที่ 18 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้ให้เหตุผลที่แสดงความคิดเห็นต่อการพัฒนาที่ กฟผ.แม่เมาะ ควรสนับสนุนว่า เพราะ กฟผ. แม่เมาะ ต้องรับผิดชอบที่ก่อมลภาวะในพื้นที่ ร้อยละ 3.2 รองลงมา คือ ควรพัฒนาให้ดีขึ้นทุกด้าน คิดเป็นร้อยละ 2.2

### 6.3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยได้มีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ เพื่อประโยชน์สำหรับนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุง กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยผู้วิจัยได้รวบรวมแล้ว จัดกลุ่มแยกเป็นประเด็นต่างๆ ไว้ 17 ประเด็น นำเสนอในตารางที่ 19 มีรายละเอียด ดังนี้

**ตารางที่ 19 :** ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
ควรสนับสนุนเรื่องงบประมาณมากขึ้น	2	0.5
ควรสนับสนุนเรื่องสาธารณูปโภคเพิ่มขึ้น	5	1.3
ควรสนับสนุนการพัฒนาชุมชนอย่างต่อเนื่อง	24	6.0
ควรสนับสนุนเรื่องสาธารณสุข การรักษาพยาบาลเพิ่มขึ้น	10	2.5
ควรพัฒนาให้ทั่วถึงชาวบ้านมากขึ้น	7	1.8
ควรให้ข้อมูลข่าวสารเพิ่มมากขึ้น	4	1.0
ควรเพิ่มช่องทางและความถี่ในการให้ข้อมูลข่าวสาร	9	2.3
ควรพัฒนาส่งเสริมเรื่องอาชีพมากขึ้น	3	0.7
ควรรับประชาชนในพื้นที่เข้าทำงานที่ กฟผ.แม่เมาะเพิ่มมากขึ้น	15	3.8
ควรมีความยุติธรรมในการรับคนเข้าทำงานที่ กฟผ.แม่เมาะ	20	5.0
ควรพัฒนาด้านกีฬาเพิ่มขึ้น	1	0.2
ควรดูแลจัดสรรพื้นที่อพยพให้มีความพร้อมก่อนอพยพชาวบ้าน	12	3.0
ควรแก้ไขเรื่องมลภาวะที่เกิดจาก กฟผ.แม่เมาะ	1	0.2
ควรมีกิจกรรมพัฒนาในด้านต่างๆเพิ่มมากขึ้น	2	0.5
เจ้าหน้าที่ควรลงพื้นที่เข้ามาดูปัญหาในชุมชน	2	0.5
เจ้าหน้าที่ กฟผ.แม่เมาะควรทำตัวเป็นกันเองกับชาวบ้าน	8	2.0

จากตารางที่ 19 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ข้อเสนอแนะว่า ควรสนับสนุนการพัฒนาชุมชนอย่างต่อเนื่อง ร้อยละ 6.0 รองลงมา คือ ควรมีความยุติธรรมในการรับคนเข้าทำงานที่ กฟผ.แม่เมาะ ร้อยละ 5.0

## ตอนที่ 7 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัยเรื่อง “การใช้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ จ.ลำปาง” มี 3 ข้อ คือ

### 1. การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่ชุมชนมีต่อ กฟผ.แม่เมาะ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่ชุมชนมีต่อ กฟผ.แม่เมาะ ดังนี้

**ตารางที่ 20 :** ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะกับทัศนคติที่ชุมชนมีต่อ กฟผ.แม่เมาะ

การรับรู้ข่าวสาร	ค่าสหสัมพันธ์กับทัศนคติ	ระดับความสัมพันธ์
วิทยุ	.296**	ต่ำ
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	.315**	ต่ำ
สื่อบุคคล	.500**	ปานกลาง
สิ่งพิมพ์ของ กฟผ. แม่เมาะ	.267**	ต่ำ
หอกระจายข่าวในหมู่บ้าน	.157**	ต่ำมาก
เข้าร่วมกิจกรรมที่ กฟผ. แม่เมาะ จัดขึ้น	.214**	ต่ำ
ป้ายตามจุดต่างๆ	.219**	ต่ำ
อินเทอร์เน็ต	.147**	ต่ำมาก

\*\* มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (2 – tailed)

ผลจากตารางที่ 20 ผู้วิจัย พบว่า

#### 1) การรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อวิทยุ

การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะผ่านสื่อวิทยุมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของชุมชนที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งมี



6) การรับรู้ข่าวสารผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมที่ กฟผ. แม่เมาะ จัดขึ้น

การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมที่ กฟผ. แม่เมาะ จัดขึ้นมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของชุมชนที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งมีความสัมพันธ์เชิงบวก กล่าวคือ ถ้าชุมชนรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมที่ กฟผ. แม่เมาะ จัดขึ้นมาก ทัศนคติที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะก็จะดีตามไปด้วย แต่มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

7) การรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อป้ายประชาสัมพันธ์ตามจุดต่างๆ

การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะผ่านสื่อป้ายประชาสัมพันธ์ตามจุดต่างๆมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของชุมชนที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งมีความสัมพันธ์เชิงบวก กล่าวคือ ถ้าชุมชนรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะผ่านสื่อป้ายประชาสัมพันธ์ตามจุดต่างๆมาก ทัศนคติที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะก็จะดีตามไปด้วย แต่มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

8) การรับรู้ข่าวสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของชุมชนที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งมีความสัมพันธ์เชิงบวก กล่าวคือ ถ้าชุมชนรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตมาก ทัศนคติที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะก็จะดีตามไปด้วย แต่มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก



## 2. การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะมีความสัมพันธ์กับการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะมีความสัมพันธ์กับการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะของชุมชน ดังนี้

### ตารางที่ 21 : ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะกับการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะของชุมชน

การรับรู้ข่าวสาร	ค่าสหสัมพันธ์กับการยอมรับ	ระดับความสัมพันธ์
วิทยุ	.361**	ต่ำ
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	.304**	ต่ำ
สื่อบุคคล	.202**	ต่ำมาก
สิ่งพิมพ์ของ กฟผ. แม่เมาะ	.316**	ต่ำ
หอกระจายข่าวในหมู่บ้าน	.187**	ต่ำมาก
เข้าร่วมกิจกรรมที่ กฟผ. แม่เมาะ จัดขึ้น	.457**	ปานกลาง
ป้ายตามจุดต่างๆ	.215**	ต่ำ
อินเทอร์เน็ต	.308**	ต่ำ

\*\* มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (2 – tailed)

ผลจากตารางที่ 21 ผู้วิจัย พบว่า

#### 1) การรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อวิทยุ

การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะผ่านสื่อวิทยุมีความสัมพันธ์กับการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะของชุมชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งมีความสัมพันธ์เชิงบวก กล่าวคือ ถ้าชุมชนรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะผ่านสื่อวิทยุมาก การยอมรับ กฟผ.แม่เมาะก็จะยิ่งมีมากตามไปด้วย แต่มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ



กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมที่ กฟผ. แม่เมาะ จัดขึ้นมาก การยอมรับ กฟผ.แม่เมาะก็จะมีความตามไปด้วย และมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

7) การรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อป้ายประชาสัมพันธ์ตามจุดต่างๆ

การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะผ่านสื่อป้ายประชาสัมพันธ์ตามจุดต่างๆมีความสัมพันธ์กับการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะของชุมชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งมีความสัมพันธ์เชิงบวก กล่าวคือ ถ้าชุมชนรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะผ่านสื่อป้ายประชาสัมพันธ์ตามจุดต่างๆมาก การยอมรับ กฟผ.แม่เมาะก็จะมีความตามไปด้วย แต่มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

8) การรับรู้ข่าวสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะของชุมชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งมีความสัมพันธ์เชิงบวก กล่าวคือ ถ้าชุมชนรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตมาก การยอมรับ กฟผ.แม่เมาะก็จะมีความตามไปด้วย แต่มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### 3. ทักษะที่ชุมชนมีต่อ กฟผ.แม่เมาะ มีความสัมพันธ์กับการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ ทักษะของชุมชนที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะมีความสัมพันธ์กับการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ ดังนี้

**ตารางที่ 22 :** ความสัมพันธ์ระหว่างทักษะของชุมชนที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะกับการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะของชุมชน

ทักษะ	ค่าสหสัมพันธ์กับการยอมรับ	ระดับความสัมพันธ์
ทักษะของชุมชนที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะ	.315**	ต่ำ

\*\* มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (2 – tailed)

ผลจากตารางที่ 22 พบว่าทักษะของชุมชนที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะมีความสัมพันธ์กับการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ ชุมชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งมีความสัมพันธ์เชิงบวก กล่าวคือ ถ้าชุมชนมีทักษะที่ดีมากต่อ กฟผ.แม่เมาะมาก การยอมรับ กฟผ.แม่เมาะก็จะมีมากตามไปด้วย แต่มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## สรุปผลสัมฤทธิ์ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ

ผลสัมฤทธิ์ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะนั้น เมื่อพิจารณาจากผลการศึกษาในส่วนของการรับรู้ทัศนคติและการยอมรับแล้ว พบว่า การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะนั้นได้รับผลสัมฤทธิ์พอสมควร

โดยผลการศึกษาในส่วนของการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับ กฟผ.แม่เมาะจากสื่อต่างๆของกลุ่มตัวอย่างนั้น มีค่าเฉลี่ยของการรับรู้อยู่ที่ 2.01 ซึ่งจัดได้ว่า มีการรับรู้ข่าวสารในระดับต่ำ โดยกลุ่มตัวอย่างรับรู้ข่าวสารจากสื่อบุคคล และ ป้ายประชาสัมพันธ์ตามจุดต่างๆมากที่สุด รองลงมา คือ รับรู้จากสื่อวิทยุ และกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่กลุ่มตัวอย่างรับรู้มากที่สุด คือ สถานที่ท่องเที่ยว เช่น ทุ่งดอกบัวตอง ,สวนพฤกษชาติ , ศาลาชมวิวส่วน กิจกรรมที่มีการรับรู้รองลงมา คือ พิพิธภัณฑสถานย้านหินลิกไนต์ศึกษา

ผลการศึกษาในส่วนของทัศนคติของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ค่าเฉลี่ยของทัศนคติที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะ อยู่ที่ 3.78 ซึ่งจัดได้ว่ามีทัศนคติที่ดี โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อ กฟผ.แม่เมาะ ในการเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ อ.แม่เมาะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สร้างรายได้และความภาคภูมิใจให้กับชุมชน และ เป็นแหล่งจ้างงานทำให้คนในชุมชนมีงานทำ

ผลการศึกษาในส่วนของการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ นั้น พบว่ามีค่าเฉลี่ยของการยอมรับโดยวัดจากการเข้าร่วมกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมต่างๆ อยู่ที่ 2.65 ซึ่งจัดอยู่ในระดับปานกลาง นอกจากนั้นผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ยังพบว่า การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับ กฟผ.แม่เมาะ ผ่านสื่อต่างๆนั้น มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทัศนคติและการยอมรับ เช่นเดียวกับทัศนคติที่ชุมชนมีต่อโรงไฟฟ้าก็มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ อีกเช่นกัน

จากการพิจารณาข้อมูลผลการศึกษาดังกล่าวนี้แสดงว่า ผลสัมฤทธิ์ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะนั้นจะเพิ่มสูงขึ้นได้ โดยการสร้างโอกาสการรับรู้ของชุมชนให้มากขึ้น โอกาสที่ชุมชนจะมีทัศนคติที่ดีก็จะมีมากขึ้นด้วย ซึ่งเป็นไปตามผลการวิจัยที่พบความสัมพันธ์ในเชิงบวกระหว่างการรับรู้ข่าวสาร ทัศนคติ เมื่อชุมชนมีการรับรู้มากขึ้นก็จะส่งผลให้มีทัศนคติในระดับที่ดีขึ้น โอกาสที่จะยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ ก็จะมีมากขึ้นตามไปด้วย ซึ่งเป็นไปตามผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ และการยอมรับที่พบว่ามีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก อันจะทำให้ระดับผลสัมฤทธิ์ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะเพิ่มสูงขึ้นได้

## ■ ตอนที่ 7 ผลการวิจัยการสนทนากลุ่มผู้นำทางความคิดชุมชน

ผลการสัมภาษณ์โดยใช้การสนทนากลุ่ม (Focus group Interview) ผู้นำทางความคิดชุมชน ทั้ง 5 ตำบล เกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสาร ทักษะคิดและการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ จากการดำเนินกิจกรรม ความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ ในวันที่ 2 ธันวาคม 2552 ในผลการวิจัยผู้วิจัย แบ่งประเด็นในการนำเสนอออกเป็น 5 ประเด็น ดังนี้

1. ภาพลักษณ์โดยรวมของ กฟผ.แม่เมาะ
2. การรับรู้กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ
3. ทักษะคิดที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะ
4. การยอมรับ กฟผ.แม่เมาะเข้ามาดำเนินงานในพื้นที่
5. ข้อเสนอแนะต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ

### 1. ภาพลักษณ์โดยรวมของ กฟผ.แม่เมาะ

กฟผ.แม่เมาะ เป็นองค์กรที่มีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของผู้นำทางความคิดชุมชน ก่อนหน้านี้นักผู้นำทางความคิดชุมชนรู้สึกต่อต้านและไม่ชอบ เพราะการเข้ามาดำเนินงานของ กฟผ.แม่เมาะ ทำให้เกิดผลกระทบ และมลพิษต่อสภาพแวดล้อม การดำเนินชีวิตของคนในพื้นที่ เปลี่ยนแปลงไป แต่ปัจจุบันผู้นำทางความคิดมีความรู้สึกต่อบทบาทและภาพลักษณ์ของ กฟผ.แม่เมาะ ในทางที่ดีขึ้น จากการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ ที่ควบคุม ป้องกันปัญหาที่จะส่งผลกระทบต่อชุมชน อันเกิดจากการดำเนินงานของ กฟผ.แม่เมาะเอง ทั้งยังช่วยเข้ามาพัฒนาคุณภาพชีวิตของชาวบ้านให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ส่งผลให้ชุมชนพัฒนา เปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น

“...ก็เป็นความจริงที่เมื่อก่อนชาวบ้านกับ กฟผ. มีความขัดแย้งกันแต่ปัจจุบัน กฟผ.ก็มีการปรับปรุง สารพิษมลพิษ อะไร เขาก็มีการปรับปรุงเครื่อง ดักกรองเรื่องมลพิษก็จะดีขึ้น ก็มีการจัดตั้งงบประมาณอะไรเข้ามาพัฒนาชุมชนอะไรหลายอย่าง ประชาชนก็ได้ประโยชน์จากตรงนี้เยอะพอสมควร ก็ทำให้ดีขึ้น ทำให้ความสัมพันธ์กับประชาชนดีขึ้นมาก ...

(เสาร์คำ ปิงยอม , สัมภาษณ์, 2 ธันวาคม 2552)

“...จริงๆแล้วตั้งแต่ที่เกิดมลพิษในปี 2535 - 2541 ตอนนั้น กฟผ.ปล่อยปะละเลยชาวบ้าน มากเลย ไม่คำนึงถึงเรื่องปัญหามลพิษเลยนะ ต. สบป่าคณะ ปี2535 เค้าไม่รู้วากลิ่นอะไร อย่างเวลา ปลูกพืชมา ปลูกพืชไม่ได้ผล อย่างเวลาหน้าฝน ฝนตกมาใบไม้มันก็จะร่วงจะเหี่ยวจะเฉา ปลูกข้าว

ข้าวโพดแล้วพืชผักต่างๆ มันจะแห้งเอาตายลงไป ชาวบ้านเค้าไม่รู้แต่มาตอนหลังเค้ารู้ สาเหตุที่มันแห้งเหี่ยวลงไป เกิดมาจากกระบวนการผลิตไฟฟ้าจากเอาถ่านหินลิกไนต์มาเป็นเชื้อเพลิง เกิดก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์ตรงนี้ เพราะฉะนั้นตรงนี้ทางชุมชนตื่นตัวกันมาก ทางหน่วยงานของ กฟผ.แม่เมาะก็เริ่มที่จะปรับตัวทำงานร่วมกับชุมชนมากขึ้น ก็มีการจัดตั้ง โครงการพัฒนาชุมชน กฟผ.แม่เมาะ ขึ้น ขณะนั้นหน่วยงานของ กฟผ.แม่เมาะมีความจริงจังมากเลยที่จะทำงานร่วมกับชุมชน เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และเพื่ออยู่ร่วมกันระหว่าง กฟผ. กับชุมชน...”

(คุณสุเกษม สุริยา, สัมภาษณ์, 2 ธันวาคม 2552)

ในส่วนของภาพลักษณ์ของ กฟผ.แม่เมาะ ภายหลังจากดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ ผู้นำทางความคิดเห็นว่าภาพลักษณ์โดยรวมของ กฟผ.แม่เมาะ ดีขึ้นมาก กฟผ.แม่เมาะ ได้แสดงให้เห็นว่าองค์กรไม่ได้ดำเนินงานเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ มุ่งผลกำไรเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่ กฟผ.แม่เมาะ ยังเป็นองค์กรที่ห่วงใยสังคม คำนึงถึงผลประโยชน์ของประชาชนและชุมชนส่วนรวมด้วย เนื่องจาก กฟผ.แม่เมาะ มีการดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด มีการลงพื้นที่เพื่อช่วยเหลือชาวบ้านอย่างสม่ำเสมอ และมีการจัดหน่วยงานลงพื้นที่จัดสรรกิจกรรมความช่วยเหลือ งบประมาณครอบคลุมทั้งชุมชน

“...กิจกรรมของ กฟผ.แม่เมาะช่วยสร้างภาพลักษณ์ให้กับ กฟผ.แม่เมาะได้มาก ก็ดีขึ้นเยอะ เค้าไม่ได้ทำเพื่อหาเงินอย่างเดียว ยังมีจิตอาสาเข้าไปช่วยเหลือชุมชนเยอะ ก็ดีขึ้น และมีการทำอย่างต่อเนื่อง ครอบคลุมพื้นที่ ทุกโรงเรียน เค้าก็จะมิกองคูลในส่วนของโรงเรียน กอนี้จะรับผิดชอบโรงเรียนนี้ กิจกรรมวันพ่อ วันเด็ก อะไรอย่างนี้ เค้าก็จะไปดูแลตลอดครอบคลุม ตามหมู่บ้านก็จะมีงบประมาณแต่ละหมู่บ้าน...”

(คุณบุญทอง ใจมา, สัมภาษณ์, 2 ธันวาคม 2552)

“...นอกจากการที่เจ้าหน้าที่ กฟผ. จะเข้าพบปะกับผู้นำชุมชนแล้ว ยังมีการลงพื้นที่เพื่อเข้าถึงชาวบ้าน บางทีมีกิจกรรมอะไรเค้าก็มา มาร่วมงานด้วย...”

(คุณสุเกษม สุริยา, สัมภาษณ์, 2 ธันวาคม 2552)

## 2. การรับรู้กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ

ผู้นำทางความคิดของชุมชน มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆของ กฟผ.แม่เมาะ ส่วนใหญ่ผ่านทางสื่อบุคคล คือ เจ้าหน้าที่ของ กฟผ.แม่เมาะ โดยผ่านการประชุม ซึ่งในทุกเดือนจะมีการประชุมกำนัน-ผู้ใหญ่บ้าน ทางเจ้าหน้าที่ กฟผ.จะเข้ามาประชุมด้วยเพื่อรับทราบปัญหาผลกระทบต่างๆในชุมชน และ ความต้องการการพัฒนาในด้านต่างๆ พร้อมกันนี้เจ้าหน้าที่ กฟผ. จะแจ้งข้อมูลข่าวสาร

รวมทั้งผลของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่ได้ดำเนินการไปแล้ว และกิจกรรมที่กำลังจะดำเนินการด้วย พร้อมกันนี้ในที่ประชุมก้านัน – ผู้ใหญ่บ้าน เจ้าหน้าที่ กฟผ. จะนำวารสารจดหมายข่าวเหมืองแม่เมาะมาแจก เพื่อเป็นการสื่อสารอีกทางหนึ่ง และนอกจากจะสื่อสารผ่านที่ประชุมแล้วยังมีการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ เช่น การพบปะพูดคุยกันในสถานที่ต่างๆ การพูดคุยขอความอนุเคราะห์ช่วยเหลือผ่านทางโทรศัพท์

เมื่อผู้นำทางความคิดชุมชนรับทราบข้อมูลข่าวสารจาก กฟผ.แม่เมาะ ก็จะนำข้อมูลข่าวสารเหล่านั้นไปเผยแพร่ต่อให้คนในชุมชนของตนได้รับรู้ โดยผ่านการประชุมหมู่บ้าน หอกระจายข่าว และการพูดคุย

“...ในการเผยแพร่ข่าวสารในหมู่บ้านจะมีเสียงตามสาย บางวันก็มีข่าวสาร วันไหนไม่มีข่าวสารก็ไม่ได้ใช้ แล้วทุกหมู่บ้านทั้ง 42 หมู่บ้านจะมีการประชุมหมู่บ้านทุกเดือนก็ใช้เวทีนี้ละเป็นช่องทางในการแจ้งข่าวให้ชาวบ้านได้รับรู้ ในส่วนของ กฟผ.ก็มึ้นักจัดรายการของเค้าเนอะที่ออกวิทยุชุมชนแต่ว่าชาวบ้านบางคนก็ไม่ได้ฟัง...”

(คุณสุขเกษม สุริยา, สัมภาษณ์, 2 ธันวาคม 2552)

อย่างไรก็ตาม การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของ กฟผ.แม่เมาะ ยังอยู่ในวงจำกัด ไม่ครอบคลุมชาวบ้านในพื้นที่ทั้งหมด ส่วนหนึ่งมาจากความไม่พอใจเจ้าหน้าที่ของ กฟผ. แม่เมาะ

“...อย่างที่ทุกหมู่บ้านทั้ง 42 หมู่บ้านจะมีการประชุมหมู่บ้านทุกเดือน แต่ที่นี้ชาวบ้านมีปัญหาเกี่ยวกับเจ้าหน้าที่การไฟฟ้าบางคน ชาวบ้านเลยไม่อยากเข้าประชุม ที่นี้ในส่วนของผมจริงๆหากเจ้าหน้าที่เค้ามีความจริงใจ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ร่วมกับหมู่บ้านชุมชน ร่วมกับผู้นำชุมชน จะเป็นกระบอกเสียง ที่สร้างภาพลักษณ์ให้กับ กฟผ.แม่เมาะ...”

(คุณมนตรี จาคำมา, สัมภาษณ์, 2 ธันวาคม 2552)

### 3. ทักษะที่ดีที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะ

จากการสัมภาษณ์ผู้นำทางความคิดชุมชน พบว่าภายหลังที่ กฟผ.แม่เมาะ ได้มีการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ส่งผลให้ทัศนคติของชาวบ้านที่เคยติดลบกับ กฟผ.แม่เมาะ ค่อยๆเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น



“...ในพื้นที่ ต.บ้านดงที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานของเหมืองมากที่สุด เมื่อ กฟผ.แม่เมาะลงพื้นที่ไปช่วยเหลือพัฒนา ก็ทำให้ชาวบ้านมีทัศนคติที่ดีต่อกฟผ.มากขึ้น จากแต่ก่อน ...”

(คุณบุญทอง ใจมา, สัมภาษณ์, 2 ธันวาคม 2552)

“...ชาวบ้าน 42 หมู่บ้านจะมีทัศนคติที่ดีต่อโรงไฟฟ้า กิจกรรมที่ กฟผ.แม่เมาะทำทดแทนให้ ชุมชนก็มีส่วนทดแทนได้ เพราะว่า กฟผ.ก็ช่วยเหลือเขา...”

( คุณอตุลย์ วงศ์นันตา, สัมภาษณ์, 2 ธันวาคม 2552)

#### 4. การยอมรับ กฟผ.แม่เมาะเข้ามาดำเนินงานในพื้นที่

ผลการศึกษา พบว่า ในกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ มีการดำเนิน กิจกรรมบนความต้องการที่แท้จริงของชาวบ้าน เพราะได้มีการเปิดโอกาสให้ชาวบ้านแสดงความคิดเห็น ความต้องการในการพัฒนาชุมชนของตนเอง ผ่านการประชาคมที่จัดขึ้นในทุกหมู่บ้าน

“...การทำกิจกรรมของ กฟผ.ก็สอดคล้องกับความต้องการของชาวบ้าน เพราะส่วนมากก็ เป็นการเสนอจากหมู่บ้านเข้าไป แต่ละโครงการก็จะมีการทำประชาคมก็เป็นความต้องการของ ประชาชนจริงๆ...”

(คุณบุญทอง ใจมา, สัมภาษณ์, 2 ธันวาคม 2552)

“...ชาวบ้านให้การตอบรับดีทุกกิจกรรม อย่างบ 5 แสนที่ กฟผ.มอบให้กับตำบลนะ ชาวบ้านก็มาช่วยกันจัดสรรงบ หารกันตามหมู่บ้าน แล้วเดี๋ยวเราจะทำโครงการนี้กันนะ จัดสรรเสร็จ ก็มีการทำป้าย ว่าได้รับการสนับสนุนจาก กฟผ.แม่เมาะ เป็นจำนวนเงินเท่านั้นเท่านี้ ในส่วนของ ผู้นำเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยประสานงานของ กฟผ. ด้วยนะ...”

(คุณสุขเกษม สุริยา, สัมภาษณ์, 2 ธันวาคม 2552)

และภายหลังที่ กฟผ.แม่เมาะ ได้มีการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมไปอย่าง ต่อเนื่องและอยู่บนพื้นฐานความต้องการที่แท้จริงของชาวบ้าน ส่งผลให้ชาวบ้านมีการยอมรับให้ กฟผ.แม่เมาะ เข้ามาตั้งดำเนินงานอยู่ในพื้นที่

“...การทำกิจกรรมของ กฟผ.แม่เมาะ มีผลทำให้ชุมชน ยอมรับ กฟผ. มากขึ้น เพราะว่าทำให้รู้สึกว่าการไฟฟ้ายังดูแลอยู่ การที่เข้าไปลงพื้นที่บ่อย แสดงว่าการไฟฟ้าดูแลบ่อย ทำให้ชาวบ้านยอมรับ...”

(คุณบุญทอง ใจมา, สัมภาษณ์, 2 ธันวาคม 2552)

##### 5. ข้อเสนอแนะต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ

จากผลการศึกษา พบว่า แม้การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ จะสามารถสร้างทัศนคติที่ดี และนำไปสู่การยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ จากชาวบ้านในชุมชน โดยเฉพาะในเรื่องที่ กฟผ.แม่เมาะ เป็นแหล่งจ้างงาน สร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน แต่กิจกรรมจ้างแรงงานในพื้นที่ของ กฟผ.แม่เมาะยังมีความไม่เหมาะสม เพราะไม่ได้มีการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้แสดงศักยภาพ ใช้ความรู้ความสามารถที่แท้จริง

“...การรับสมัครงาน จริงๆเนี่ยคนแม่เมาะตำแหน่งงานสำคัญอะไรแทบจะไม่ได้ทำหรอก ยกตัวอย่างคนรุ่นหลังที่มีความรู้ความสามารถ ต้องไปทำงานต่างจังหวัดแถวชลบุรี แถวระยอง แต่งานแม่เมาะมีเค้าเปิดรับสมัครก็ไปสมัคร แต่ก็ไม่ได้ไม่ติด โผล่เลยนะ เพราะเค้ามุ่งเน้นในลูกหลานหลานเธอ เด็กเส้น เด็กที่มีความสามารถไม่มีโอกาสได้เข้าทำงาน ส่วนที่มีโอกาสคืองานที่ไม่ใช้ความสามารถ เป็นลูกจ้างรายวัน...”

(คุณอตุลย์ วงศ์นันทา, สัมภาษณ์, 2 ธันวาคม 2552)

“...กฟผ.แม่เมาะจ้าง PDA เข้ามา จริงๆผมเสียขายเงินที่จ้าง PDA เพราะว่าเงินส่วนนี้น่าจะเอามาจ้างคนในชุมชนสร้างความเข้าใจที่ดีกับ กฟผ.มากกว่า แต่ PDA นี้ก็สูญเสียเงินไปตั้ง 200 กว่าล้าน ผมว่ามันเป็นจุดอ่อนของ กฟผ.เองที่ไม่ได้เห็นความสำคัญของชุมชน จริงๆแล้วน่าจะจ้างนักศึกษาในแม่เมาะ จบ ป.ตรี ป.โท มาที่ว่างงานอยู่ คนในแม่เมาะนี้มีความรู้กันเยอะนะเด็กรุ่นหลังนี้มีความรู้กันเยอะนะ ก็ตั้งเป็นองค์กรช่วยเหลืองานมวลชนของ กฟผ.นะจะดีกว่า เรายังไม่ต้องสร้างอะไรมากมาย เด็กเค้าอยู่ในหมู่บ้านในตำบล ดีที่สุดเค้าเป็นคนในตำบลรู้อะไรเป็นอะไรดีที่สุด อย่งทุกวันนี้ปัญหาที่เกิดขึ้น อย่างปัญหาเรื่องมลพิษในอดีต กฟผ. สามารถทำงานร่วมกับเด็กเหล่านี้ได้...”

(คุณสุขเกษม สุริยา, สัมภาษณ์, 2 ธันวาคม 2552)

นอกจากนี้ กลุ่มผู้นำทางความคิดชุมชน ยังมีข้อเสนอแนะในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ ว่าสิ่งที่สำคัญในการดำเนินงานด้านมวลชน คือ ความจริงใจของเจ้าหน้าที่ ที่ควรเห็นแก่ประโยชน์ส่วนร่วม มากกว่าประโยชน์ส่วนตัว และไม่ควรเข้ามา

แทรกแซงการดำเนินงานภายใน นอกจากนั้นแล้ว ยังมีเจ้าหน้าที่ของ กฟผ.แม่เมาะบางคนที่ว่างตัวไม่เหมาะสม คือ วางตัวอยู่สูงกว่าชาวบ้าน คิดว่าตัวเองนั้นมีการศึกษาและความสามารถที่สูงกว่าชาวบ้าน

“...หน่วยงานของ กฟผ. มันดี แต่เจ้าหน้าที่ กฟผ. แม่เมาะบางคนไม่ดี เจ้าหน้าที่บางคนจะเห็นแก่ตัวเห็นแก่ประโยชน์ อย่างมีใบปลิวคนนั้นเค้าทำงานด้านมวลชนแต่กลับมาสสร้างความแตกแยกให้กับมวลชน...”

(คุณมนตรี จาคามา, สัมภาษณ์, 2 ธันวาคม 2552)

“...ยกตัวอย่าง กฟผ. ให้งบบูบ้านมา 5 หมื่นบาท กำนันก็ต้องการที่จะเองไปทำตามความต้องการของชาวบ้าน แต่เจ้าหน้าที่คนนี้ก็กลับบอกว่าไม่ได้จะต้องเองไปทำอย่างนั้นอย่างนี้ ซึ่งเค้าไม่ควรจะทำอย่างนี้ เพราะชาวบ้านเค้าประชาคมแล้ว ก็ควรจะปล่อยให้ไปจะไปทำอะไรก็ได้ เพราะเค้าก็มีความโปร่งใสของเค้า...”

(คุณสุขเกษม สุริยา, สัมภาษณ์, 2 ธันวาคม 2552)

“...เรื่องการอพยพชาวบ้านออกมา กฟผ.ต้องมีความจริงจัง ต้องจัดเตรียมโครงสร้างพื้นฐานให้กับชาวบ้านเค้า ถนนต้องเสร็จ ไฟฟ้าต้องมี น้ำดื่มน้ำใช้ นี้ไม่ใช่ เค้าแค่ไปปรับพื้นที่ แล้วให้ชาวบ้านไปปลูกบ้าน แล้วให้ชาวบ้านไปหางบจากหน่วยงานอื่น ซึ่งไม่ใช่ กฟผ.แม่เมาะต้องหางบให้เค้านะ เพราะเค้าได้รับผลกระทบจากที่เค้าไปขุดถ่านลิกไนต์ คนขอบบอเค้าได้รับผลกระทบจากฝุ่น กลิ่น เสียง ทำให้เค้ามีทัศนคติที่ไม่ดี แต่เค้ามีเหตุมีผลนะ เพราะถ้าทำให้เค้าดีเค้าก็คงชื่นชมนะ นี่ทำแบบขอไปที...”

(คุณเสาร์คำ ปิงยอม, สัมภาษณ์, 2 ธันวาคม 2552)

ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะนั้น นอกจากจะต้องดำเนินกิจกรรมบนพื้นฐานความต้องที่แท้จริงของชาวบ้าน เพื่อให้การพัฒนาสอดคล้องกับสภาพแวดล้อม สภาพวิถีชีวิตของคนในชุมชนแล้ว สิ่งหนึ่งที่มีอาจมองข้ามได้ คือ ความจริงใจในการดำเนินกิจกรรมของเจ้าหน้าที่ เพื่อไม่ให้กิจกรรมที่ดำเนินเป็นไปเพื่อความฉาบฉวยสร้างภาพเท่านั้น แต่เป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีที่ยั่งยืนและการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนอย่างแท้จริง

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การใช้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ จ.ลำปาง ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย 3 ประการ คือ

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ
2. เพื่อศึกษาการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ ที่ทัศนคติและการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะของชุมชน
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ ที่ทัศนคติและการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะของชุมชน

ทั้งนี้ผู้วิจัย ได้ตั้งสมมติฐานการวิจัยไว้ 3 ประการ คือ

1. การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่ชุมชนมีต่อ กฟผ.แม่เมาะ
2. การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ มีความสัมพันธ์กับการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ
3. ที่ทัศนคติที่ชุมชนมีต่อ กฟผ.แม่เมาะ มีความสัมพันธ์กับการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

โดยการวิจัยครั้งนี้แบ่งการศึกษาวิจัยเป็น 2 ส่วน คือ

**ส่วนที่ 1** เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษากลยุทธ์ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ โดยการศึกษาจากการวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้อง (Document Analysis) ประกอบกับการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยแบ่งกลุ่มบุคลากรระดับบริหารหรือเทียบเท่าจำนวน 2 คน และกลุ่มเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติงานกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม จำนวน 5 คน รวมทั้งสิ้น 7 คน

**ส่วนที่ 2** เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อสำรวจ การรับรู้ ทัศนคติ และการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากตัวแทนประชากร ที่มีครัวเรือนตั้งอยู่ในพื้นที่โดยรอบ กฟผ.แม่เมาะ ครอบคลุมพื้นที่ 5 ตำบล 42 หมู่บ้าน จำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi - Stage Sampling) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษา การรับรู้ ทัศนคติ และการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ โดยการสัมภาษณ์แบบจัดกลุ่มสนทนา (Focus group Interview) ผู้นำทางความคิดของชุมชน คัดเลือกโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ทั้งหมด 5 คน เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับผลวิจัยจากการสำรวจถึงความสอดคล้องกัน

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## สรุปผลการวิจัย

เพื่อให้สอดคล้องกับวิธีการวิจัย ผู้วิจัยจึงแบ่งการนำเสนอสรุปผลการวิจัยเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ผลการวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ” และ ส่วนที่ 2 สรุปผลการวิจัยเรื่อง “การรับรู้ ทัศนคติ และการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ”

### ส่วนที่ 1 การวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ”

#### 1. ความเป็นมาและการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ. แม่เมาะ

กฟผ.แม่เมาะนั้นเป็นหน่วยงานที่อยู่ภายใต้การควบคุมดูแลของ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) ดังนั้นวิสัยทัศน์ พันธกิจ และนโยบายต่างๆ ของ กฟผ.แม่เมาะ จึงยึดถือตาม การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย ( กฟผ. ) เป็นหลัก โดยมีจุดมุ่งหมายสูงสุด คือ “ให้บริการด้านพลังงานที่มีคุณภาพ เชื่อถือได้ในราคาที่เหมาะสมเป็นธรรม และให้ความสำคัญต่อสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างสรรค์ พัฒนาคุณภาพชีวิตและเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของประเทศ”

จากการศึกษาการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ พบว่ามีการดำเนินกิจกรรมเป็น 2 มิติ คือ มิติภายใน ซึ่งเป็นการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมภายในองค์กร และมิติภายนอก ซึ่งเป็นการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมภายนอกองค์กร ดังนี้

- 1) **ขอบเขตการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมภายในองค์กร (มิติภายใน)**  
คือ การควบคุม-ป้องกันไม่ให้เกิดการดำเนินงานกระบวนการผลิตของ กฟผ.แม่เมาะ ส่งผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม ในด้านฝุ่น กลิ่น เสียง และน้ำ นอกจากนี้ยังมี “แผนฟื้นฟูสภาพเหมืองแม่เมาะ” เพื่อปรับปรุง ฟื้นฟูสภาพเหมืองที่หมดสภาพใช้งาน ให้มีภูมิทัศน์ที่สวยงาม เป็นสถานที่ท่องเที่ยว ที่พักผ่อนหย่อนใจ พื้นที่กักเก็บน้ำและป่าไม้
- 2) **ขอบเขตการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมภายนอกองค์กร (มิติภายนอก)**  
โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญ คือ เพื่อช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนที่อยู่โดยรอบ กฟผ.แม่เมาะ ให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นในทุกด้าน และเป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่าง กฟผ. กับชุมชนโดยรอบ เสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจอันดี และปรับเปลี่ยนทัศนคติของชุมชนต่อ กฟผ.แม่เมาะ กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมภายนอกองค์กร ได้แก่ โครงการพัฒนาชุมชน กฟผ.แม่เมาะ , พิพิธภัณฑสถานธรณีวิทยา

ลิกไนต์ศึกษา (เหมืองแม่เมาะ) , วิทยาลัยเทคโนโลยีและการจัดการ กฟผ.แม่เมาะ และ เปิด กฟผ.แม่เมาะเป็นสถานที่ศึกษางาน ฝึกงานของนักศึกษา

## 2. ขั้นตอนการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ. แม่เมาะ

จากการศึกษาพบว่า การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะนั้น มีการดำเนินงานที่เป็นขั้นตอน ด้วยรูปแบบและวิธีการที่มุ่งหวังจะพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชน และสร้างความเข้าใจ ความสัมพันธ์อันดี ให้เกิดขึ้นระหว่าง กฟผ.แม่เมาะ กับ ชาวบ้าน สามารถสรุปได้ ดังนี้

### 2.1 การศึกษาหาข้อมูล

มีการศึกษาหาข้อมูลเพื่อนำมาใช้ประกอบการดำเนินงานที่ถูกต้องเหมาะสม สำหรับชุมชนในพื้นที่ ซึ่งข้อมูลที่ศึกษารวบรวมมานั้น มีทั้งข้อมูลที่เป็นข้อมูลปฐมภูมิและ ข้อมูลทุติยภูมิ ดังนี้

(1) **ข้อมูลทุติยภูมิ** เป็นข้อมูลที่ได้จากเอกสารที่หน่วยงานต่างๆ ได้รวบรวมไว้แล้ว เช่น หน่วยงานราชการในพื้นที่ หรือ สถาบันการศึกษา เป็นต้น

(2) **ข้อมูลปฐมภูมิ** เป็นข้อมูลที่ทาง กฟผ.แม่เมาะ ได้ศึกษาเพิ่มเติมเอง ด้วยวิธีการที่ ศึกษาพบ 4 ส่วน คือ (1) พูดคุยกับชาวบ้าน (2) การประชามหมู่บ้าน (3) ใช้แบบสอบถาม (4) ติดตามข่าวสารจากสื่อต่างๆ

### 2.2 การวางแผน

#### (1) วัตถุประสงค์ สามารถสรุปได้ ดังนี้

1. เพื่อส่งเสริม สนับสนุน พัฒนาคุณภาพชีวิตในด้านต่างๆ ของคนในชุมชนให้ มีความเป็นอยู่ที่ดี
2. เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจอันดีและปรับเปลี่ยนทัศนคติของชุมชนต่อ กฟผ.แม่เมาะ อันจะนำไปสู่ความสัมพันธ์อันดีระหว่าง กฟผ. กับชุมชน โดยรอบ
3. เพื่อไม่ให้เกิดการดำเนินงานของ กฟผ. แม่เมาะ ส่งผลกระทบต่อสุขภาพ ชีวิต ความเป็นอยู่ของชุมชน โดยรอบ

(2) **กลุ่มเป้าหมาย** คือ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มเป้าหมายทั่วไป ได้แก่ ประชาชนที่มีครัวเรือนอาศัยอยู่ในพื้นที่เป้าหมาย 5 ตำบลใน อ. แม่เมาะ คือ ตำบลแม่เมาะ ตำบลนาสัก ตำบลสบป่าด ตำบลบ้านดง ตำบลจางเหนือ และ กลุ่มเป้าหมายพิเศษ คือ หมู่บ้านที่ตั้งอยู่ใกล้บ่อเหมือง

### 2.3 การสื่อสาร

การสื่อสารในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะนั้น เจ้าหน้าที่ได้ใช้สื่อหลายหลายประเภทเป็นช่องทางในการสื่อสาร ประกอบไปด้วย สื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อสิ่งพิมพ์ของ กฟผ.แม่เมาะ และสื่อเฉพาะกิจต่างๆ ตลอดจนสื่อสารผ่านกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่ กฟผ.แม่เมาะ ได้จัดขึ้น

### 2.4 การประเมินผล

มีการประเมินผลแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

1. ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ โดยจะทำการประเมินในทุกๆกิจกรรมที่จัดขึ้น และจ้างมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง เข้ามาทำประเมินทุกปี
2. การประเมินผลในรูปแบบการตัดข่าว , การนับจำนวนผู้ร่วมกิจกรรมต่างๆ เมื่อพิจารณาจากการประเมินผลจะพบว่าการประเมินผลของ กฟผ. แม่เมาะเองนั้นยังเป็นการประเมินแบบง่าย มิได้มีการวิเคราะห์และประมวลผลโดยวิธีการทางสถิติอย่างใด

### 2.5 ปัญหาและอุปสรรค มีประเด็นปัญหาสำคัญ 3 ประการ ดังนี้

- 1) **ปัญหาการเมือง** ที่พบว่าในช่วงที่มีการเลือกตั้ง ประเด็นเกี่ยวกับ กฟผ.แม่เมาะ มักจะถูกนักการเมืองหยิบยกมาเป็นประเด็นในการหาเสียง ซึ่งมักจะเป็นไปในทางลบ กล่าวโจมตี ที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดระหว่าง กฟผ.แม่เมาะกับชาวบ้าน
- 2) **ปัญหาทัศนคติของคนนอกพื้นที่** คนนอกพื้นที่ที่เข้ามาทำงานใน อ. แม่เมาะ ยังมีความเข้าใจในเรื่องผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่คลาดเคลื่อน และมีความคิดว่า กฟผ.แม่เมาะเป็นผู้ที่ก่อให้เกิดมลภาวะในพื้นที่ ทำให้เกิดการสื่อสารต่อบุคคลอื่นเกี่ยวกับ กฟผ.แม่เมาะเป็นไปในทางลบ
- 3) **ปัญหาเรื่องความไม่เข้าใจและไม่เชื่อใจ** ด้วยข้อมูลด้านเทคนิคที่มีความซับซ้อนจนยากที่ชาวบ้านจำทำความเข้าใจ ประกอบกับทัศนคติเดิมที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะ ที่เป็นไปในทางลบ ทำให้ข่าวสารที่ส่งออกไปไม่อาจสร้างผลสัมฤทธิ์อย่างที่คาดหวังได้เต็มที่



### 3. กลยุทธ์ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ. แม่เมาะ

จากการศึกษาพบว่า กลยุทธ์ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ ประกอบด้วยกลยุทธ์หลัก 2 ประการ ดังนี้

#### 3.1 กลยุทธ์การใช้สื่อ

##### (1) กลยุทธ์การใช้สื่อผสมผสาน

เป็นแนวคิดที่นำเอาสื่อหลากหลายประเภทมาใช้เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ กฟผ.แม่เมาะและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม และโน้มน้าวใจให้ชาวบ้านเข้าร่วมกิจกรรม สื่อที่ใช้ประกอบไปด้วย

- สื่อบุคคล คือ เจ้าหน้าที่ของ กฟผ.แม่เมาะ ที่ทำหน้าที่ในบทบาทนักสื่อสารและบทบาทนักพัฒนาชุมชนในขณะเดียวกัน
- สื่อสิ่งพิมพ์ของ กฟผ.แม่เมาะ คือ วารสารจดหมายข่าวเหมืองแม่เมาะ
- สื่อเฉพาะกิจ เช่น หอกระจายข่าว , ป้ายประชาสัมพันธ์ , ของที่ระลึก
- สื่ออินเทอร์เน็ต
- สื่อมวลชน เช่น สื่อวิทยุที่ กฟผ.แม่เมาะ จัดรายการ”พลังงานสีขาว” และ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น โดยการส่งข่าวแจกและเชิญสื่อมาทำข่าวกิจกรรม เผยแพร่ต่างๆ

##### (2) กลยุทธ์การสร้างสื่อบุคคล

เป็นแนวคิดที่เลือกเอาบุคคลในชุมชนที่มีศักยภาพพอที่จะพัฒนาศักยภาพทางการสื่อสารเพื่อมาทำหน้าที่เป็นสื่อบุคคลของ กฟผ.แม่เมาะ โดยการจัดกิจกรรมให้ความรู้เกี่ยวกับ กฟผ.แม่เมาะ และ กิจกรรมอบรมพัฒนาทักษะการสื่อสาร เพื่อให้บุคคลที่ผ่านกิจกรรมทั้ง 2 ส่วน สามารถพัฒนาจากผู้รับสารมาเป็นผู้ส่งสารที่มีประสิทธิภาพของ กฟผ.แม่เมาะ กลุ่มเป้าหมายที่ถูกเลือกมาใช้ในกลยุทธ์ เช่น พระ , กำนัน , ผู้ใหญ่บ้าน , อบต. , กลุ่มเยาวชนในพื้นที่ เป็นต้น

##### (3) กลยุทธ์การขยายกลุ่มเป้าหมาย

เป็นกลยุทธ์ที่มุ่งพัฒนาความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย ที่เชื่อว่าเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อความคิดของคนในชุมชน ด้วยการจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ รวมทั้งให้การสนับสนุนกลุ่มเป้าหมายเหล่านั้นในลักษณะต่างๆ เช่น การสนับสนุนด้านงบประมาณ ด้านกีฬาและบันเทิง เป็นต้น โดยกลุ่มเป้าหมายในกลยุทธ์นี้ คือ กลุ่มผู้นำในชุมชนและกลุ่มสื่อมวลชน

### 3.2 กลยุทธ์การดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์

นอกจากการสื่อสารไปยังชาวบ้านเพื่อสร้างความเข้าใจในการดำเนินกิจกรรม ความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ ด้วยกลยุทธ์การใช้สื่อแล้ว กฟผ.แม่เมาะ ยังทำหน้าที่เป็นสมาชิกที่ดีของชุมชนด้วยการจัดตั้ง “โครงการพัฒนาชุมชน กฟผ.แม่เมาะ” ขึ้นในปี 2542 เพื่อดำเนินงานด้านชุมชนสัมพันธ์โดยเฉพาะ โดยมีวัตถุประสงค์คือ

1. เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่าง กฟผ. กับชุมชนโดยรอบ
2. เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจอันดีและปรับเปลี่ยนทัศนคติของชุมชนต่อ กฟผ.แม่เมาะ
3. เพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตและพัฒนาอาชีพราษฎรให้ดีขึ้นและตอบสนองความต้องการของชุมชน ให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดกับทุกฝ่ายในภาพรวม
4. เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้ความช่วยเหลือราษฎรเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต ความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น และสามารถใช้ชีวิตในพื้นที่ได้อย่างปกติสุข

โดยใช้กิจกรรมสาธารณะเป็นเครื่องมือในการพัฒนา ครอบคลุมกิจกรรมพัฒนา ทั้ง 9 ด้าน คือ (1) ด้านพัฒนาท้องถิ่นและสาธารณูปโภค (2) ด้านเยาวชนและการศึกษา (3) ด้านศาสนา (4) ด้านประเพณีวัฒนธรรม (5) ด้านสังคมการเมือง (6) ด้านส่งเสริมคุณภาพชีวิตและพัฒนาอาชีพ (7) ด้านการมีส่วนร่วมกับหน่วยงานราชการและเอกชน (8) ด้านการท่องเที่ยวและประชาสัมพันธ์ (9) ด้านอื่นๆ ซึ่งทางโครงการพัฒนาชุมชนมีการดำเนินกิจกรรมสาธารณะเพื่อชุมชนมาโดยตลอด ประกอบด้วยกิจกรรม ดังนี้

#### (1) กิจกรรมด้านพัฒนาท้องถิ่นและสาธารณูปโภค

- โครงการพัฒนาสาธารณูปโภค โรงเรียนและศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก
- โครงการพัฒนาสาธารณูปโภควัด/สำนักสงฆ์
- โครงการพัฒนาสาธารณูปโภคและโครงสร้างพื้นฐานชุมชน เช่น สร้างถนน
- โครงการอาหารกลางวันนักเรียนแบบบูรณาการครบวงจร

#### (2) กิจกรรมด้านเยาวชนและการศึกษา

- โครงการจัดทำสาระท้องถิ่น อ.แม่เมาะ
- กิจกรรมวันเด็ก กฟผ.แม่เมาะ
- โครงการค่ายเยาวชนรักษ์สิ่งแวดล้อม

#### (3) กิจกรรมด้านศาสนา

- โครงการมอบงบประมาณสนับสนุนวัด/สำนักสงฆ์
- โครงการถวายเทียนพรรษาในวันเข้าพรรษา

**(4) กิจกรรมด้านประเพณีวัฒนธรรม**

- โครงการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมระดับตำบล

**(5) กิจกรรมด้านสังคมการเมือง**

- กิจกรรมผู้บริหาร กฟผ.แม่เมาะ เข้าร่วมประชุมหัวหน้าส่วนราชการ / กำนัน-ผู้ใหญ่บ้าน
- การประชุมคณะกรรมการสิ่งแวดล้อม

**(6) กิจกรรมด้านส่งเสริมคุณภาพชีวิตและพัฒนาอาชีพ**

- กิจกรรมหน่วยแพทย์เคลื่อนที่
- โครงการยกระดับการสร้างรายได้ให้ชุมชน อ. แม่เมาะ

**(7) กิจกรรมด้านการมีส่วนร่วมกับหน่วยงานราชการและเอกชน**

- กฟผ.แม่เมาะ ได้มอบเงินสนับสนุนการจัดงานกุศลสาธารณและสาธารณประโยชน์/การศึกษา/การศึกษา ของภาครัฐและเอกชน และมูลนิธิต่างๆ
- กฟผ. แม่เมาะ ช่วยสนับสนุนโครงการของส่วนราชการ ในเขตอ.แม่เมาะในทุกโครงการ โดยสนับสนุนเป็นเงิน และ สิ่งของต่างๆ

**(8) กิจกรรมด้านการท่องเที่ยวและประชาสัมพันธ์**

- เทศกาลท่องเที่ยวแม่เมาะ

**(9) กิจกรรมด้านอื่นๆ**

- โครงการสนับสนุนกลุ่มแม่บ้านและผู้สูงอายุ
- สนับสนุนผู้บริหาร กฟผ.แม่เมาะมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชนตามความเหมาะสม
- งานด้านการบริการต่างๆ เช่น ติดตั้งเต็นท์ เวที บริการโต๊ะเก้าอี้ ในงานเทศกาลต่างๆ ของ อ.แม่เมาะ เช่น งานลอยกระทง งานสงกรานต์ ฯลฯ

จากการศึกษาพบว่า กิจกรรมสาธารณะประโยชน์เพื่อพัฒนาสังคมและคุณภาพชีวิตทั้ง 9 ด้าน ในโครงการพัฒนาชุมชน กฟผ.แม่เมาะ ที่กล่าวมาข้างต้นนั้น เป็นกิจกรรมที่มีการประยุกต์เอา กลยุทธ์ต่างๆมาใช้ในการดำเนินงานปรากฏให้เห็นชัดเจนว่ากิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมประเภทอื่นๆ ดังนั้นเพื่อให้เห็นภาพการใช้กลยุทธ์ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่ชัดเจน ผู้วิจัยจึงขอนำเสนอกลยุทธ์ในการดำเนินกิจกรรมสาธารณะประโยชน์เพื่อพัฒนาสังคมและคุณภาพชีวิตเป็นหลัก โดยเริ่มจากขั้นตอนการดำเนินงานในโครงการ ซึ่งมี 5 ขั้นตอน ดังนี้

**1. ขั้นตอนการค้นหาความต้องการ**

ซึ่งมีการศึกษาหาข้อมูลทั้งที่เป็นข้อมูลทุติยภูมิและข้อมูลปฐมภูมิ ตลอดจนข้อมูลความต้องการของชาวบ้านที่ได้จากการมีส่วนร่วมออกความคิดเห็นการจัดทำแผนร่วมกับประชาชนในแต่ละหมู่บ้าน 42 หมู่บ้านด้วยการทำประชาคม

## 2. ขั้นตอนการประสานงานกับผู้นำ

ภายหลังจากที่โครงการพัฒนาชุมชน กฟผ.แม่เมาะ มีการจัดตั้งอย่างเป็นทางการแล้ว ทางโครงการก็ได้มีการจัดทีมเจ้าหน้าที่ลงไปในพื้นที่ โดยเริ่มต้นจากการเข้าไปพบผู้นำหมู่บ้านเพื่อแนะนำตัว พร้อมทั้งชี้แจงถึงที่มาของการเข้ามาดำเนินโครงการ วัตถุประสงค์ของโครงการรวมทั้งกิจกรรมภายในโครงการ และ สร้างความสัมพันธ์อันดีในขั้นต้น

## 3. ขั้นตอนการชักชวนชาวบ้านเข้าร่วมโครงการ

เมื่อชี้แจงผู้นำให้เข้าใจในรายละเอียดของโครงการแล้ว ก็จะขออนุญาตจัดการประชุมเพื่อชี้แจงให้ชาวบ้านได้รับรู้และทำความเข้าใจรายละเอียดของโครงการ และร่วมตัดสินใจเลือกกิจกรรมที่จะเริ่มดำเนินงานก่อน โดยจะเป็นไปตามความต้องการและความพร้อมของแต่ละหมู่บ้าน จากนั้นจะเป็นการร่วมกันคัดเลือกคณะทำงานเพื่อเป็นทีมประสานงานร่วมกับเจ้าหน้าที่โครงการ

## 4. ขั้นตอนผลักดันการพัฒนา

เป็นขั้นตอนที่กิจกรรมเริ่มดำเนินงานในพื้นที่แล้ว โดยในขั้นตอนนี้ชาวบ้านจะได้เข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนและดำเนินงานแต่ละกิจกรรมอย่างเต็มที่ โดยมีเจ้าหน้าที่เป็นผู้คอยให้การสนับสนุนและให้คำแนะนำ พร้อมทั้งติดตามผลอย่างใกล้ชิด

## 5. ขั้นตอนการประเมินผล

การประเมินผลในโครงการแบ่งออกเป็น 2 ระยะ คือ ระหว่างดำเนินกิจกรรมซึ่งจะเป็นการใช้แบบสอบถามหรือการนับจำนวนคนมาร่วมกิจกรรม และการประเมินภายหลังโครงการเสร็จสิ้นด้วยวิธีการประชุมแสดงความคิดเห็น โดยมีผู้ร่วมประชุม คือ เจ้าหน้าที่ส่วนราชการ กำนันผู้ใหญ่บ้าน และกลุ่มตัวแทนของหมู่บ้าน

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในงานชุมชนสัมพันธ์ด้วยการทำกิจกรรมสาธารณะที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน ในด้านสังคมและคุณภาพชีวิต เจ้าหน้าที่ได้ประยุกต์เอากลยุทธ์ต่างๆมาใช้ประกอบการดำเนินโครงการในทุกขั้นตอน สามารถสรุปเป็นกลยุทธ์ในการดำเนินกิจกรรมสาธารณะ ได้ดังนี้

### (1) กลยุทธ์ค้นหาความต้องการ

การศึกษาหาความต้องการเป็นสิ่งที่เจ้าหน้าที่ให้ความสำคัญศึกษาอย่างมาก พิจารณาได้จากขั้นตอนการค้นหาข้อมูลที่หลากหลาย ครอบคลุมในประเด็นที่จำเป็นต่องานพัฒนา นอกจากข้อมูลพื้นฐานในชุมชนแล้ว แนวทางในกลยุทธ์นี้ยังสืบค้นไปถึงความต้องการในชุมชน เพื่อนำมาเป็นฐานข้อมูลในการจัดทำแผนพัฒนาที่เหมาะสมกับชุมชน แนวกลยุทธ์นี้นับเป็นจุดเริ่มต้นแรกของการดำเนินโครงการที่ดี ซึ่งได้ส่งผลอันเป็นประโยชน์ต่อการสื่อสาร คือ ช่วยให้เจ้าหน้าที่ที่มีความเข้าใจในชุมชน และยังสามารถนำเอาข้อมูลต่างๆมากล่าวอ้างเพื่อสร้างการยอมรับโครงการในขั้นต้นได้อีกด้วย

## (2) กลยุทธ์การจัดหน่วยงานในพื้นที่

แนวกลยุทธ์นี้แบ่งทีมงานโดยยึดตามหมวดกิจกรรมเป็นหลัก ส่งผลให้เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบหมวดกิจกรรมต่างๆ สามารถพัฒนาผลดำเนินงานในเชิงคุณภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยให้เจ้าหน้าที่ที่มีความคุ้นเคยกับสภาพสังคม ผู้นำชุมชน ชาวบ้านในพื้นที่ รวมถึงรับรู้ และเข้าใจสภาพปัญหามาตั้งแต่ต้น เจ้าหน้าที่ที่สามารถนำความเข้าใจและความคุ้นเคยดังกล่าวนี้ มาช่วยขยายงานให้เป็นที่ไปตามเป้าหมาย สามารถแก้ไขปัญหาได้ถูกต้อง เมื่อนำมาประกอบกับทักษะการสื่อสาร และ ความเชี่ยวชาญเฉพาะ ในปัญหาที่เกิดจากประสบการณ์การทำงานชุมชนในพื้นที่มาหลายปี ทำให้การทำงานของเจ้าหน้าที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

## (3) กลยุทธ์การสื่อสารหลายระดับ

กลยุทธ์นี้เจ้าหน้าที่ใช้ในหลายสถานการณ์ แต่ก็ล้วนเป็นไปเพื่อการพัฒนางานในกิจกรรมที่รับผิดชอบเป็นสำคัญ คือ การสื่อสารภายในบุคคล เป็นการสื่อสารเพื่อไตร่ตรองหาคำตอบที่เหมาะสม , การสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นไปเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและให้คำปรึกษา , การสื่อสารแบบกลุ่มเป็นไปเพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร ชี้แจงข้อเท็จจริงตลอดจนแสดงความคิดเห็นระหว่างกัน

## (4) กลยุทธ์เข้าเป็นส่วนหนึ่งในชุมชน

เป็นจุดเริ่มต้นที่ก่อให้เกิดปัจจัยแรกเหตุความสำเร็จในการสื่อสารกับชาวบ้าน นั่นคือความรู้สึกไว้วางใจ เชื่อใจที่จะคุยด้วย โดยการเข้าพบปะกับชาวบ้านอย่างสม่ำเสมอ เข้าร่วมกิจกรรมของชุมชนตามวาระ โอกาสต่างๆ และการวางตัวที่เป็นกันเองของเจ้าหน้าที่ ที่ทำให้ชาวบ้านเกิดการยอมรับ พร้อมทั้งจะเปิดใจรับฟังข้อมูลที่จะทำการสื่อสารด้วย

## (5) กลยุทธ์ความจริงใจและความโปร่งใส

กลยุทธ์นี้ กฟผ.แม่เมาะใช้วิธีการดำเนินงานที่โปร่งใส เปิดโอกาสให้ชุมชนสามารถตรวจสอบการดำเนินงานและผลกระทบต่อชุมชนได้ตลอดเวลานั้น เป็นการแสดงถึงความจริงใจว่า กฟผ.แม่เมาะ มีความห่วงใยชุมชนอย่างแท้จริง ไม่ได้มีการปิดบังข้อมูลเพียงเพื่อให้ภาพลักษณ์ออกมาดูดี ส่งผลให้ชาวบ้านมีความเชื่อมั่นและมีทัศนคติที่ดีต่อการดำเนินงานของ กฟผ.แม่เมาะ

## (6) กลยุทธ์การพัฒนาแบบมีส่วนร่วม

เป็นกลยุทธ์ที่ช่วยสร้างความรู้สึกร่วมกันและความรู้สึกเป็นเจ้าของในกิจกรรมพัฒนา ทำให้กิจกรรมพัฒนาเป็นไปอย่างสอดคล้องกับความต้องการและศักยภาพชุมชน ซึ่งได้ส่งผลต่อความสำเร็จในเชิงคุณภาพของการดำเนินโครงการ

## (7) กลยุทธ์การสื่อสารแนวราบ

เป็นกลยุทธ์การสื่อสารที่ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเจ้าหน้าที่กับชาวบ้าน และชาวบ้านกับชาวบ้านเอง ส่งผลให้ได้ความคิดเห็น ความรู้ ที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนางาน

### (8) กลยุทธ์สร้างองค์กรพันธมิตรในพื้นที่

เป็นกลยุทธ์ที่มีเป้าหมายสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้น ไม่เพียงแต่ในระดับปัจเจกชนเท่านั้น แต่ยังเป็นการขยายความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นระหว่างหน่วยงานกับหน่วยงาน ด้วยการสนับสนุนกิจกรรมของหน่วยงานต่างๆที่อยู่ในพื้นที่ ทั้งวัด โรงเรียน สื่อมวลชน เป็นต้น

### (9) กลยุทธ์การเปิดเป็นพื้นที่สาธารณะ

เป็นแนวทางที่สร้างให้ชาวบ้านได้ใกล้ชิดกับ กฟผ.แม่เมาะมากยิ่งขึ้น ด้วยการเปิดพื้นที่ของ กฟผ.แม่เมาะเป็นพื้นที่สาธารณะให้ชาวบ้านได้เข้ามาใช้ประโยชน์ นอกจากนี้จะเป็นการสร้าง ความคุ้นเคยให้เกิดขึ้นแล้ว ยังเป็นการสร้างโอกาสในการสื่อสารกับชาวบ้านที่เข้ามาใช้พื้นที่ด้วย

### (10) กลยุทธ์พัฒนาและจ้างแรงงาน

เป็นแนวทางที่จะลดปัญหาการจ้างแรงงานที่ขาดทักษะในพื้นที่เข้ามาทำงานใน กฟผ.แม่เมาะในระยะยาว โดยการให้การสนับสนุนให้การศึกษาในสาขาวิชาที่ กฟผ.แม่เมาะต้องการ โดยที่ กฟผ.แม่เมาะให้การสนับสนุนด้านทุนการศึกษา สื่อการเรียนการสอน ตลอดจนบุคลากร ทั้งยังมีการจ้างงานทางอ้อม คือ การที่ กฟผ.แม่เมาะทำสัญญาร่วมกับบริษัทที่เป็นหุ้นส่วนทางธุรกิจ ให้พิจารณารับพนักงานที่มีภูมิลำเนาในอำเภอแม่เมาะก่อนพื้นที่อื่น หรือ การสนับสนุนแหล่งตลาด ให้กับกลุ่มอาชีพของชาวบ้านในพื้นที่

### (11) กลยุทธ์กิจกรรมตามโอกาส

เป็นการเลือกตั้งหรือสนับสนุนกิจกรรมตามวาระโอกาสในขณะนั้น เมื่อชาวบ้านเปิดรับ ข่าวสารตามวาระ โอกาสนั้นแล้ว โอกาสที่ชาวบ้านจะเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมที่ กฟผ.แม่เมาะสนับสนุนก็จะยิ่งมากขึ้นตามไปด้วย และ โอกาสที่ชาวบ้านจะมีทัศนคติที่ดีต่อ กฟผ.แม่เมาะก็จะมีเพิ่มขึ้น

โดยสรุปแล้วพบว่า การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะมีการ ดำเนินงานอย่างเป็นขั้นตอน โดยนำกลยุทธ์เชิงรุกมาใช้ในการดำเนินงานอย่างกว้างขวางซึ่ง สอดคล้องเป้าหมายการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ คือ

#### 1. เพื่อชี้แจง

คือ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการดำเนินงานและการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมอย่าง สม่ำเสมอของ กฟผ.แม่เมาะ โดยอาศัยกลยุทธ์การใช้สื่อผสมผสาน กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายบุคคล และกลยุทธ์ขยายกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเผยแพร่ความรู้ดังกล่าวให้เข้าถึงไปสร้างความเข้าใจอันดี (Good understanding) ให้เกิดขึ้น

## 2. เพื่อชี้แนะ

คือ การนำเสนอกิจกรรม การให้คำแนะนำ และให้การสนับสนุน ในกิจกรรมงานพัฒนา ทั้งที่ กฟผ.แม่เมาะเป็นผู้ริเริ่มเอง หรือเป็นหน่วยงานที่ทำร่วมกับหน่วยงานอื่นๆ การแสดงบทบาท ในฐานะสมาชิกที่ดีของชุมชน โดยอาศัยกลยุทธ์การดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์เพื่อดำเนินงานพัฒนา ให้ก้าวหน้าให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ อันจะก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดี (Good relation) ระหว่าง กฟผ.แม่เมาะกับชุมชน

## 3. เพื่อชี้ชวน

คือ การเผยแพร่ความดีที่ กฟผ.แม่เมาะพัฒนาและสร้างสรรค์เพื่อชุมชนด้วยความเต็มใจ และจริงใจไปยังกลุ่มเป้าหมาย ไม่จำกัดอยู่เพียงในวงของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับ กฟผ.แม่เมาะ เท่านั้น แต่ยังครอบคลุมไปยังพื้นที่อื่น เพื่อสร้างความนิยม (Good will) ให้เกิดขึ้น

การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างต่อเนื่อง ตามแบบแผนวิธีการทางการสื่อสาร และ รูปแบบการพัฒนา ที่นำเอาหลักการทางการสื่อสาร และการพัฒนามาปรับใช้อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทของชุมชน เมื่อนำมาผนวกกับการดำเนินงานที่จริงใจไม่ หลอกลวงชาวบ้าน ด้วยปัจจัยทั้ง 2 ประการนี้ ความสัมพันธ์อันดีระหว่างชุมชนกับ กฟผ.แม่เมาะ ย่อมเกิดขึ้นและกลายเป็นอีกหนึ่งพลังผลักดันให้การดำเนินงานของ กฟผ.แม่เมาะพัฒนาอย่างยั่งยืน ในชุมชนต่อไป

## ส่วนที่ 2 การวิจัยเรื่อง “การรับรู้ ทัศนคติ และการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ”

ในส่วนของ การวิจัย “การรับรู้ ทัศนคติและการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ” นั้น ผู้วิจัยแบ่งการ วิเคราะห์ออกเป็น 3 ตอน คือ

**ตอนที่ 1** การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นสถิติพื้นฐานที่ใช้อธิบาย และแสดงค่าข้อมูลเป็นจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย โดยวิเคราะห์แบบตารางเดียวตัวแปร เพื่ออธิบาย ข้อมูลทางลักษณะทางประชากร การรับรู้ข่าวสาร ทัศนคติและการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ ของกลุ่ม ตัวอย่าง

**ตอนที่ 2** การวิเคราะห์โดยใช้สถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) โดยใช้ในการหาค่า สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เป็น

การทดสอบสมมติฐาน เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่าง การรับรู้ข่าวสาร ทัศนคติและการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ ของกลุ่มตัวอย่าง

**ตอนที่ 3** การรับรู้ข่าวสาร ทัศนคติและการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ ของกลุ่มผู้นำทางความคิด ชุมชน และความสอดคล้องกับการรับรู้ข่าวสาร ทัศนคติและการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ ของกลุ่ม ตัวอย่าง

โดยกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ บุคคลที่สุ่มด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างหลายขั้นตอน จากประชากรที่มีครัวเรือนอาศัยอยู่ในพื้นที่เป้าหมาย 5 ตำบล คือ ตำบลแม่เมาะ ตำบลนาสัก ตำบล บ้านดง ตำบลสบป่าด และตำบลจางเหนือ ทั้งหมด 400 ตัวอย่าง และ กลุ่มผู้นำทางความคิดใน ชุมชน คัดเลือกโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ทั้งหมด 5 คน

**ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา**

### 1.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากร

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 400 คน เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปีมากที่สุด ซึ่งส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. และ ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด โดยมีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 6,001-12,000 บาท เป็นส่วนใหญ่

### 1.2 ข้อมูลการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับ กฟผ.แม่เมาะ

ผลการศึกษารับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับ กฟผ.แม่เมาะ ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่ มีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับ กฟผ.แม่เมาะเดือนละครั้ง โดยรับรู้จากสื่อบุคคล และ ป้าย ประชาสัมพันธ์ตามจุดต่างๆมากที่สุด รองลงมามีการรับรู้จากสื่อวิทยุ และมีการรับรู้เรื่องกิจกรรม สถานที่ท่องเที่ยว เช่น ทุ่งดอกบัวตอง ,สวนพฤกษชาติ , ศาลาชมวิวมกที่สุด โดยค่าเฉลี่ยการรับรู้ ข่าวสารเกี่ยวกับ กฟผ.แม่เมาะ จากสื่อต่างๆอยู่ในระดับต่ำ

### 1.3 ข้อมูลทัศนคติที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะ

ผลการศึกษาทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะ พบว่ามีค่าเฉลี่ยของทัศนคติ ที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะอยู่ในระดับที่สูง โดยมีทัศนคติที่ดีต่อการที่ กฟผ.แม่เมาะ เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ อ.แม่เมาะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สร้างรายได้และความภาคภูมิใจให้กับชุมชน และ กฟผ.แม่เมาะ เป็นแหล่งจ้างงานทำให้คนในชุมชนมีงานทำ



#### 1.4 ข้อมูลการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ

ผลการศึกษารับยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ อยู่ในระดับปานกลาง โดยกิจกรรมแหล่งท่องเที่ยวของ อ.แม่เมาะ เช่น ไปเที่ยวพักผ่อนที่สวนพฤกษศาสตร์ / ศาลาชมวิว / ทุ่งดอกบัวตอง / ลานสไลเดอร์ / อ่างเก็บน้ำ มีกลุ่มตัวอย่างเข้าร่วมมากที่สุด รองลงมา คือ การเข้าศึกษาชมพิพิธภัณฑ์ศูนย์ถ่านหินลิกไนต์ศึกษา นอกจากนั้น คือ เข้าร่วมกิจกรรมตามเทศกาลต่างๆ กิจกรรมด้านนิเวศและสิ่งแวดล้อม กิจกรรมด้านการศึกษา กิจกรรมตรวจสอบสุขภาพกับหน่วยแพทย์เคลื่อนที่ กิจกรรมเสริมสร้างรายได้เข้าอบรมพัฒนาอาชีพ โดยมีค่าเฉลี่ยการยอมรับลดหลั่นลงมาตามลำดับ

โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตัดสินใจยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ โดยส่วนใหญ่ให้เหตุผลประกอบการตัดสินใจว่าเป็นเพราะ กฟผ.แม่เมาะ เป็นแหล่งจ้างงาน และ กฟผ.แม่เมาะ ช่วยให้เศรษฐกิจใน อ.แม่เมาะดี มีเงินหมุนเวียน เป็นเหตุผลถัดมา

#### 1.5 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ

กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการให้ให้ กฟผ.แม่เมาะ พัฒนาในด้านคุณภาพชีวิตและสังคมมากที่สุด และความต้องการด้านสุขภาพเป็นความต้องการในอันดับรองลงมา โดยส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่าเพราะ กฟผ.แม่เมาะ ต้องรับผิดชอบต่อที่ก่อกมลภาวะในพื้นที่ และให้ข้อเสนอแนะว่า กฟผ.แม่เมาะ ควรสนับสนุนการพัฒนาชุมชนอย่างต่อเนื่อง รองลงมาเสนอว่า กฟผ.แม่เมาะควรมีความยุติธรรมในการรับคนเข้าทำงาน

### ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

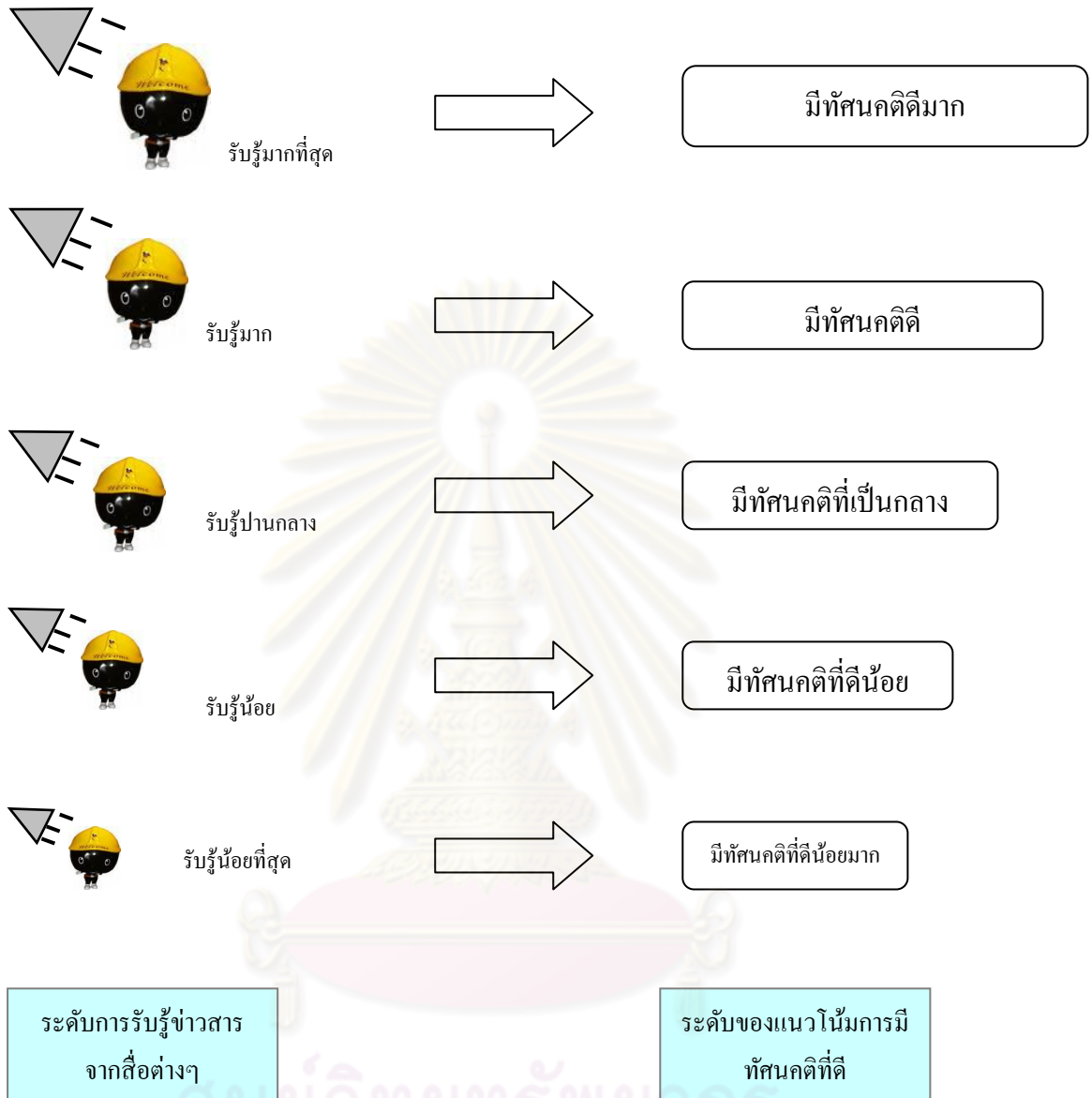
**สมมติฐานที่ 1 การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่ชุมชนมีต่อ กฟผ.แม่เมาะ**

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า ผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่ชุมชนมีต่อ กฟผ.แม่เมาะ โดยการรับรู้ข่าวสารจากสื่อต่างๆ คือ วิทยุ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ของ กฟผ.แม่เมาะ หอกระจายข่าว กิจกรรมที่ กฟผ.จัดขึ้น ป้ายประชาสัมพันธ์ตามจุดต่างๆ และ อินเทอร์เน็ต ซึ่งมีความสัมพันธ์เชิงบวก กล่าวคือ ถ้ากลุ่มตัวอย่างรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ ผ่านสื่อต่างๆ มาก ทัศนคติที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะ ก็จะดีตามไปด้วย ซึ่งจะมีความสัมพันธ์กันในระดับที่แตกต่างกันไปในแต่ละสื่อ

**ตารางที่ 23** ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ	ระดับความสัมพันธ์
การรับรู้ข่าวสารจากวิทยุ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของชุมชนที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะ	เป็นไปตามสมมติฐาน	ต่ำ
การรับรู้ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของชุมชนที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะ	เป็นไปตามสมมติฐาน	ต่ำ
การรับรู้ข่าวสารจากสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของชุมชนที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะ	เป็นไปตามสมมติฐาน	ปานกลาง
การรับรู้ข่าวสารจากสิ่งพิมพ์ของ กฟผ. แม่เมาะ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของชุมชนที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะ	เป็นไปตามสมมติฐาน	ต่ำ
การรับรู้ข่าวสารจากหอกระจายข่าวในหมู่บ้าน มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของชุมชนที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะ	เป็นไปตามสมมติฐาน	ต่ำมาก
การรับรู้ข่าวสารจากการเข้าร่วมกิจกรรมที่ กฟผ. แม่เมาะ จัดขึ้น มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของชุมชนที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะ	เป็นไปตามสมมติฐาน	ต่ำ
การรับรู้ข่าวสารจากป้ายตามจุดต่างๆ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของชุมชนที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะ	เป็นไปตามสมมติฐาน	ต่ำ
การรับรู้ข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของชุมชนที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะ	เป็นไปตามสมมติฐาน	ต่ำมาก

สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ได้เป็นแผนภาพ ดังนี้



ภาพที่ 18 สรุปการทดสอบสมมติฐานที่ 1

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

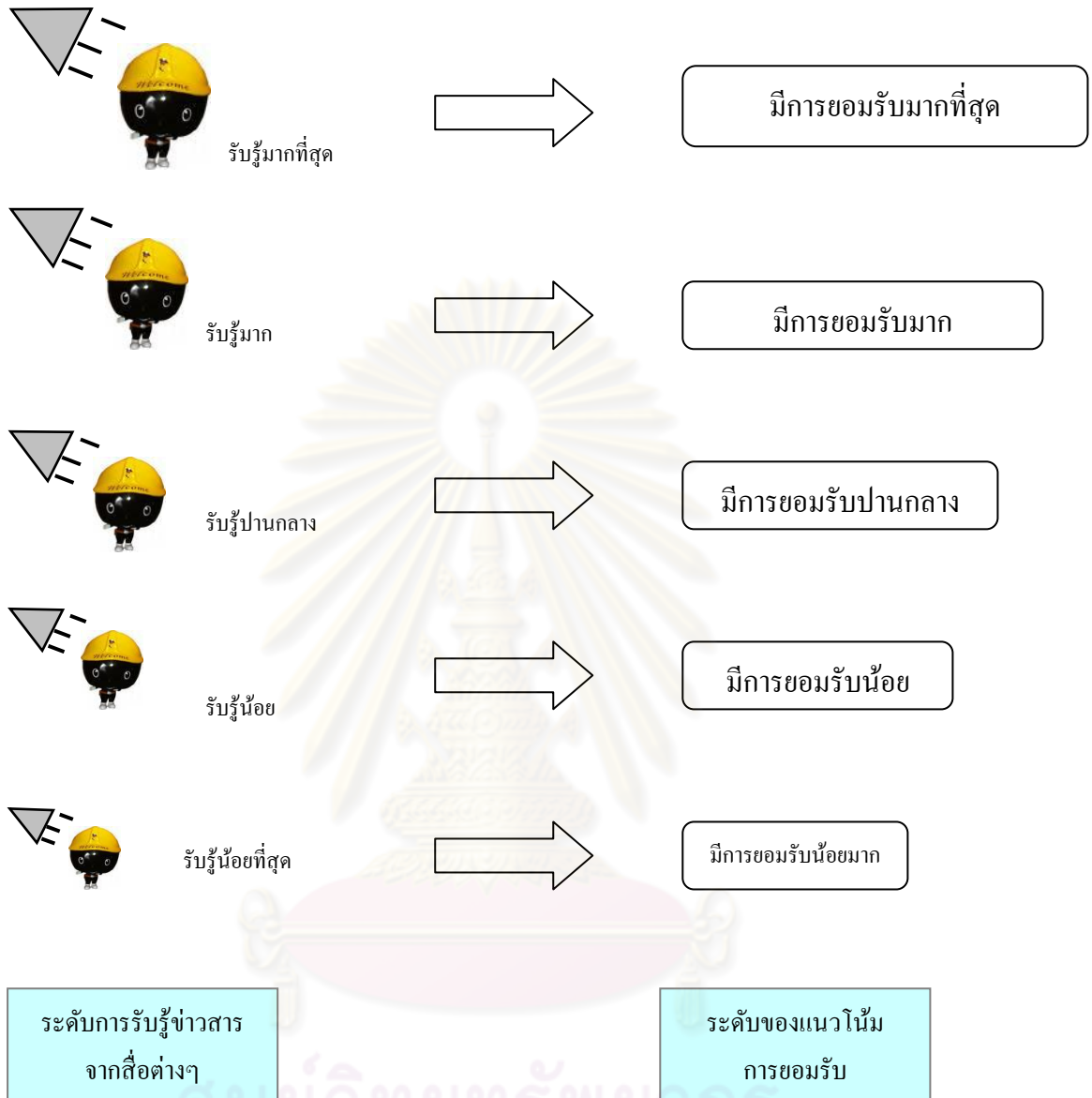
## สมมติฐานที่ 2 การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะมีความสัมพันธ์กับการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า ผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะมีความสัมพันธ์กับการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ โดยการรับรู้ข่าวสารจากสื่อต่างๆ คือ วิทยุ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ของ กฟผ.แม่เมาะ หอกระจายข่าว กิจกรรมที่ กฟผ.จัดขึ้น ป้ายประชาสัมพันธ์ตามจุดต่างๆ และ อินเทอร์เน็ต ซึ่งมีความสัมพันธ์เชิงบวก กล่าวคือ ถ้ากลุ่มตัวอย่างรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ ผ่านสื่อต่างๆมาก การยอมรับ กฟผ.แม่เมาะก็จะมีสูงตามไปด้วย ซึ่งจะมีความสัมพันธ์กันในระดับที่แตกต่างกันไปในแต่ละสื่อ

### ตารางที่ 24 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ	ระดับความสัมพันธ์
การรับรู้ข่าวสารจากวิทยุ มีความสัมพันธ์กับการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ	เป็นไปตามสมมติฐาน	ต่ำ
การรับรู้ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมีความสัมพันธ์กับการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ	เป็นไปตามสมมติฐาน	ต่ำ
การรับรู้ข่าวสารจากสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ	เป็นไปตามสมมติฐาน	ต่ำมาก
การรับรู้ข่าวสารจากสิ่งพิมพ์ของ กฟผ. แม่เมาะ มีความสัมพันธ์กับการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ	เป็นไปตามสมมติฐาน	ต่ำ
การรับรู้ข่าวสารจากหอกระจายข่าว มีความสัมพันธ์กับการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ	เป็นไปตามสมมติฐาน	ต่ำมาก
การรับรู้ข่าวสารจากการเข้าร่วมกิจกรรมที่ กฟผ. แม่เมาะ จัดขึ้น มีความสัมพันธ์กับการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ	เป็นไปตามสมมติฐาน	ปานกลาง
การรับรู้ข่าวสารจากป้ายตามจุดต่างๆ มีความสัมพันธ์กับการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ	เป็นไปตามสมมติฐาน	ต่ำ
การรับรู้ข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ	เป็นไปตามสมมติฐาน	ต่ำ

สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ได้เป็นแผนภาพ ดังนี้



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ภาพที่ 19 สรุปการทดสอบสมมติฐานที่ 2

### สมมติฐานที่ 3 ทักษะคติที่ชุมชนมีต่อ กฟผ.แม่เมาะ มีความสัมพันธ์กับการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่า ผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ ทักษะคติของชุมชนที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะมีความสัมพันธ์กับการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ ซึ่งมีความสัมพันธ์เชิงบวก กล่าวคือ ถ้ากลุ่มตัวอย่างมีทักษะคติที่ดีต่อ กฟผ.แม่เมาะ การยอมรับ กฟผ.แม่เมาะก็จะมีสูงตามไปด้วย ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ได้เป็นแผนภาพ ดังนี้



ทัศนคติของชาวบ้าน



การยอมรับของชาวบ้าน

ภาพที่ 20 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3

### ตอนที่ 3 การรับรู้ข่าวสาร ทศนคติและการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ ของกลุ่มผู้นำทางความคิดชุมชน

#### 1. ภาพลักษณ์โดยรวมของ กฟผ.แม่เมาะ

ก่อนหน้านี้ผู้นำทางความคิดชุมชนรู้สึกต่อต้านและไม่ชอบ เพราะการเข้ามาดำเนินงานของ กฟผ.แม่เมาะ ทำให้เกิดผลกระทบ และมลพิษต่อสภาพแวดล้อม การดำเนินชีวิตของคนในพื้นที่ แต่ปัจจุบันผู้นำทางความคิดมีความรู้สึกต่อบทบาทและภาพลักษณ์ของ กฟผ.แม่เมาะ ในทางที่ดีขึ้น ผลจากการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ ที่มีการควบคุม ป้องกัน ปัญหาที่จะส่งผลกระทบต่อชุมชน อันเกิดจากการดำเนินงานของ กฟผ.แม่เมาะเอง ทั้งยังช่วยเข้ามาพัฒนาคุณภาพชีวิตของชาวบ้านให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ส่งผลให้ชุมชนพัฒนา เปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น

ในส่วนของภาพลักษณ์ของ กฟผ.แม่เมาะ ภายหลังจากดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ ผู้นำทางความคิดเห็นว่าภาพลักษณ์โดยรวมของ กฟผ.แม่เมาะ ดีขึ้นมาก เนื่องจาก กฟผ.แม่เมาะ มีการดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด มีการลงพื้นที่เพื่อช่วยเหลือชาวบ้านอย่างสม่ำเสมอ และมีการจัดหน่วยงานลงพื้นที่ จัดสรรกิจกรรมความช่วยเหลืองบประมาณครอบคลุมทั้งชุมชน

#### 2. การรับรู้กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ

ผู้นำทางความคิดของชุมชน มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆของ กฟผ.แม่เมาะ ส่วนใหญ่ผ่านทางสื่อบุคคล คือ เจ้าหน้าที่ของ กฟผ.แม่เมาะ โดยผ่านการประชุมทุกเดือน และในที่ประชุมเจ้าหน้าที่ กฟผ. จะนำวารสารจดหมายข่าวเหมืองแม่เมาะมาแจก เพื่อเป็นการสื่อสารอีกทางหนึ่ง และนอกจากจะสื่อสารผ่านที่ประชุมแล้วยังมีการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ เช่น การพบปะพูดคุยกันในสถานที่ต่างๆ การพูดคุย ขอความอนุเคราะห์ช่วยเหลือผ่านทางโทรศัพท์

เมื่อผู้นำทางความคิดชุมชนรับทราบข้อมูลข่าวสารจาก กฟผ.แม่เมาะ ก็จะนำข้อมูลข่าวสารเหล่านั้นไปเผยแพร่ต่อให้คนในชุมชนของตนได้รับรู้ โดยผ่านการประชุมหมู่บ้าน หอกระจายข่าว และการพูดคุย

อย่างไรก็ตาม การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของ กฟผ.แม่เมาะ ยังอยู่ในวงจำกัด ไม่ครอบคลุมชาวบ้านในพื้นที่ทั้งหมด เพราะชาวบ้านบางคนไม่พอใจเจ้าหน้าที่ของ กฟผ. แม่เมาะ และ ไม่ได้ฟังรายการวิทยุในช่วงเวลาที่ออกอากาศ

### 3. ทักษะที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะ

ภายหลังที่ กฟผ.แม่เมาะ ได้มีการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ส่งผลให้ทัศนคติของชาวบ้านที่เคยติดลบกับ กฟผ.แม่เมาะ ค่อยๆเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น

### 4. การยอมรับ กฟผ.แม่เมาะเข้ามาดำเนินงานในพื้นที่

ภายหลังที่ กฟผ.แม่เมาะ ได้มีการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมไปอย่างต่อเนื่อง และอยู่บนพื้นฐานความต้องการที่แท้จริงของชาวบ้านผ่านการประชาคม ส่งผลให้ชาวบ้านมีการยอมรับให้ กฟผ.แม่เมาะ เข้ามาตั้งดำเนินงานอยู่ในพื้นที่

### 5. ข้อเสนอแนะต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ

ผู้นำทางความคิดเห็นว่ากิจกรรมต่างๆของ กฟผ.แม่เมาะ ดำเนินมาถูกทางแล้ว และควรทำไปอย่างต่อเนื่อง และแม้การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ จะสามารถสร้างทัศนคติที่ดี และนำไปสู่การยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ จากชาวบ้านในชุมชน โดยเฉพาะในเรื่องที่ กฟผ.แม่เมาะ เป็นแหล่งจ้างงาน สร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน แต่กิจกรรมจ้างแรงงานในพื้นที่ของ กฟผ.แม่เมาะยังมีความไม่เหมาะสม เพราะไม่ได้มีการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้แสดงศักยภาพ ใช้ความรู้ความสามารถที่แท้จริง

นอกจากนี้ กลุ่มผู้นำทางความคิดชุมชน ยังมีข้อเสนอแนะในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ ว่าสิ่งสำคัญในการดำเนินงานด้านมวลชน คือ ความจริงใจของเจ้าหน้าที่ ที่ควรเห็นแก่ประโยชน์ส่วนร่วม มากกว่าประโยชน์ส่วนตัว และไม่ควรเข้ามาแทรกแซงการดำเนินงานภายใน



## สรุปผลสัมฤทธิ์ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ

ผลสัมฤทธิ์ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ เมื่อพิจารณาจากผลการศึกษาในส่วนของการรับรู้ ทัศนคติและการยอมรับ ของกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง และกลุ่มผู้นำทางความคิดของชุมชนหลังจากการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ มีความสอดคล้องกัน

การเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ ของ กฟผ.แม่เมาะ ใช้การสื่อสารหลายช่องทาง ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อบุคคลทั้งที่เป็นเจ้าหน้าที่ของ กฟผ. และผู้นำความคิด สื่อหอกระจายข่าว ป้ายประชาสัมพันธ์ตามจุดต่างๆ และสื่อกิจกรรมต่างๆ ที่ กฟผ.แม่เมาะ จัดขึ้น ลักษณะการสื่อสารจัดเป็นแบบหลายขั้นตอน (Multi-step flow effect theory) แต่ในส่วนของการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับ กฟผ.แม่เมาะ จากสื่อต่างๆของกลุ่มตัวอย่างนั้น มีการรับรู้ข่าวสารในระดับต่ำ

จากการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะนั้น สามารถทำให้กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่ดีต่อ กฟผ.แม่เมาะ และมีการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะอยู่ในระดับปานกลาง โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่า เพราะ กฟผ.แม่เมาะ เป็นแหล่งจ้างงาน ทำให้คนในชุมชนมีงานทำ และเหตุผลรองลงมา คือ กฟผ.แม่เมาะทำให้อ.แม่เมาะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สร้างรายได้และความภาคภูมิใจให้กับชุมชน ช่วยให้เศรษฐกิจใน อ.แม่เมาะดี มีเงินหมุนเวียน

นอกจากนี้ยังพบว่า การรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทัศนคติ และการรับรู้ข่าวสารนี้ยังมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการยอมรับ ซึ่งทัศนคติที่ชุมชนมีต่อ กฟผ.แม่เมาะก็มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ จากการพิจารณาข้อมูลผลการศึกษาดังกล่าวนี้แสดงให้เห็นว่า ผลสัมฤทธิ์ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมจะเพิ่มสูงขึ้นได้ โดยการสร้างโอกาสการรับรู้ของชุมชนให้มากขึ้น โอกาสที่ชุมชนจะมีทัศนคติที่ดีก็จะมีมากขึ้นตามไปด้วย เมื่อชุมชนมีทัศนคติในระดับที่ดีขึ้น โอกาสที่จะยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ ก็จะมีมากขึ้น ซึ่งเป็นไปตามผลความสัมพันธ์ระหว่างคู่ตัวแปรทั้ง การรับรู้ข่าวสารกับทัศนคติ , การรับรู้ข่าวสารกับการยอมรับ และ ทัศนคติกับการยอมรับ ที่มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก อันจะทำให้ผลสัมฤทธิ์ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ เพิ่มขึ้นได้

## อภิปรายผล

### 1. กลยุทธ์การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ

กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรจะดำเนินการไปได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายๆด้าน การสื่อสารนับว่าเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่จะเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกันระหว่างชาวบ้านกับองค์กร การพัฒนาที่เป็นปัจจัยอีกด้านที่เสริมสร้างสายสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นระหว่างองค์กรกับชุมชน ซึ่งทั้งการสื่อสารและการพัฒนาจำเป็นต้องอาศัยกลยุทธ์ในการดำเนินงาน เพื่อขับเคลื่อนให้บรรลุเป้าประสงค์ที่คาดหวังในงานกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม คือ ดูแลสังคมชุมชน สิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างสรรค์พัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชน โดยรอบ และ สร้างความสัมพันธ์ที่ดี ได้รับการยอมรับและความร่วมมือสนับสนุนระหว่าง กฟผ.แม่เมาะ กับชุมชน

จากการศึกษาพบว่า กฟผ.แม่เมาะ ยึดถือจุดมุ่งหมายสูงสุดขององค์กรตามสำนักงานใหญ่ คือ “ให้บริการด้านพลังงานที่มีคุณภาพ เชื่อถือได้ในราคาที่เหมาะสมเป็นธรรม และให้ความสำคัญต่อสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างสรรค์ พัฒนาคุณภาพชีวิตและเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของประเทศ” โดยมีการดำเนินกิจกรรมพัฒนาคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น ควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจ สอดคล้องกับความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ที่ Kotler & Lee (2005) ให้คำจำกัดความของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรไว้ว่า เป็นพันธสัญญาขององค์กรที่จะต้องมีความรับผิดชอบต่อในการปรับปรุง ส่งเสริมสังคมที่ตนดำรงอยู่ให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นและสนับสนุน ช่วยเหลือสังคมด้วยทรัพยากรของบริษัทด้วยความสมัครใจ ซึ่งกิจกรรมที่องค์กรได้ดำเนินการโดยสมัครใจนั้น ไม่ได้หมายรวมถึงกิจกรรมที่ทำโดยถูกควบคุม บังคับตามกฎหมาย ศีลธรรม จริยธรรม หรือข้อบังคับต่างๆเท่านั้น แต่รวมถึงการดำเนินการโดยสมัครใจในการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่ออย่างแท้จริง เพื่อให้สังคมที่องค์กรตั้งอยู่มีสภาพความเป็นอยู่และมีสิ่งแวดล้อมที่ดีขึ้นด้วย

ขอบเขตการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ แบ่งออกเป็น 2 มิติ คือ การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมภายในองค์กร (มิติภายใน) และ การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมภายนอกองค์กร (มิติภายนอก) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่ององค์ประกอบของ CSR ที่ยอมรับในปัจจุบัน ของ European commission on CSR (2548) กล่าวคือ

- 1) **กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมภายในองค์กร (มิติภายใน)** เป็นการดูแลกิจกรรมต่างๆที่ธุรกิจนั้นดำเนินการอยู่และจัดการได้โดยตรง โดย กฟผ.แม่เมาะ ได้มีการควบคุม ดูแลจัดการการดำเนินงานตั้งแต่กระบวนการผลิต ไม่ให้ส่งผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ กฟผ.แม่เมาะยังดูแลไปถึงขั้นตอนหลังกระบวนการผลิต

ฟื้นฟูเมืองที่หมดสภาพใช้งานแล้ว ให้มีความสวยงาม เป็นสถานที่ท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ ปลูกป่าฟื้นฟูธรรมชาติ ดังที่ เสรี วงศ์มณฑา (2542) กล่าวว่า คนในชุมชนต้องการให้ชุมชนมีความสวยงาม สะอาดร่มรื่น ซึ่งบริษัทสามารถทำสิ่งเหล่านี้ให้กับชุมชนได้โดยรับผิดชอบดูแลสถานที่ด้วยค่าใช้จ่ายของบริษัท

- 2) **กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมภายนอกองค์กร(มิติภายนอก)** เป็นกิจกรรมทางธุรกิจที่องค์กรอาจจะควบคุมไม่ได้โดยตรง กฟผ.แม่เมาะ มีการจัดตั้ง “โครงการพัฒนาชุมชน กฟผ.แม่เมาะ” ขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพัฒนา ส่งเสริมคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนโดยรอบให้ดีขึ้นทุกด้าน เช่น ด้านการศึกษา ด้านสุขภาพอนามัย ด้านอาชีพ ด้านสังคมประเพณี การร่วมมือก่อตั้งวิทยาลัยเทคโนโลยีและการจัดการ กฟผ.แม่เมาะ เป็นต้น

ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ มีความสอดคล้องกับแนวคิดของเสรี วงศ์มณฑา (2550) ถึงปัจจัยการดำเนิน CSR อย่างยั่งยืนในองค์กร คือ ผู้บริหารระดับสูงเห็นถึงความสำคัญของการรับผิดชอบต่อสังคม จึงได้มีการกำหนดไว้ในจุดมุ่งหมายสูงสุดขององค์กรตอนหนึ่ง “ให้ความสำคัญต่อสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างสรรค์ พัฒนาคุณภาพชีวิตและเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของประเทศ” โดยได้ผสานจุดมุ่งหมายสูงสุดนี้ลงในกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเอง เช่น การควบคุมกระบวนการผลิต แผนฟื้นฟูสภาพเหมืองแม่เมาะ และ โครงการพัฒนาชุมชน กฟผ.แม่เมาะ และหลังจากที่มีการดำเนินกิจกรรมทาง กฟผ.แม่เมาะจะมีการประเมินผลความพึงพอใจของชุมชนที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะ

ด้วยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ ที่เป็นขั้นตอน ด้วยรูปแบบและวิธีการที่มุ่งหวังจะพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชน และสร้างความเข้าใจ ความสัมพันธ์อันดี ให้เกิดขึ้นระหว่าง กฟผ.แม่เมาะ กับ ชาวบ้าน ประกอบด้วยการดำเนินงาน 4 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนการค้นคว้าและวิจัย ขั้นตอนการวางแผน ขั้นตอนการสื่อสารและขั้นตอนการประเมินผล ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการวางแผนงานกิจกรรมสาธารณะของเสรี วงศ์มณฑา (2542) กล่าวคือ

- (1) **ขั้นตอนการค้นคว้าและวิจัย** ซึ่งกฟผ.แม่เมาะ ได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนในด้านต่างๆเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาประกอบการกำหนดแผนกิจกรรมสำหรับชุมชน ข้อมูลที่ศึกษานั้นประกอบด้วยข้อมูล ลักษณะทางประชากร ลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ หรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็นของชุมชนที่เกี่ยวกับ กฟผ.แม่เมาะ
- (2) **ขั้นตอนการวางแผน** กฟผ.แม่เมาะได้นำข้อมูลที่รวบรวมมาได้นั้น ใ้ใช้ในการกำหนดแผนและเป้าหมายในการดำเนินงานอย่างแน่ชัดรัดกุม โดยคำนึงถึงวัตถุประสงค์

นโยบายเป้าหมายและกระบวนการยอมรับของชุมชนด้วย เพื่อเป็นกรอบแนวทางในการทำความเข้าใจร่วมกันกับทีมงาน ตลอดจนใช้ในการตัดสินใจว่าจะใช้กลยุทธ์ใดในการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคม และในขั้นตอนการวางแผนนี้ยังมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายของการดำเนินกิจกรรม คือ ประชาชนเป้าหมายกลุ่มที่ได้รับประโยชน์จากการจัดกิจกรรม

- (3) **ขั้นตอนการสื่อสาร** กฟผ.แม่เมาะได้ดำเนินการตามแผนที่วางไว้ โดยใช้เครื่องมือเทคนิคและกลยุทธ์ทางการสื่อสารในการเผยแพร่ข่าวสารและเทคนิคกลยุทธ์ในการดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์
- (4) **ขั้นตอนการประเมินผล** กฟผ.แม่เมาะได้มีการศึกษาผลการปฏิบัติงานโดยจ้างหน่วยงานอื่นมาประเมินผลความพึงพอใจของชาวบ้านที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะ

หากพิจารณาถึงแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมโดยทั่วไปแล้ว จะพบว่าทั้งแนวคิดของ Bhattacharya and Sen. (2004) หรือแนวคิดของ Kotler and Lee (2005) จะกล่าวไว้ในส่วนของขั้นตอนการดำเนินงานส่วนที่ 3 ขั้นตอนการสื่อสาร มุ่งเน้นไปที่กลยุทธ์ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่องค์กรได้ดำเนิน เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้ เข้าใจร่วมกัน อันเป็นปัจจัยสำคัญที่จะนำมาซึ่งปฏิกิริยาในทางบวกที่มีต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ และจากการศึกษาก็พบว่า กระบวนการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะนั้น ในขั้นตอนที่ 3 นอกจากจะเป็นการจัดกิจกรรมสาธารณะเพื่อพัฒนาชุมชนแล้ว ยังมีการสื่อสารเผยแพร่กิจกรรมผ่านสื่อต่างๆ เพื่อเป็นการสะท้อนภาพลักษณ์ที่ดีของการเป็นสมาชิกในชุมชน ที่ช่วยเสริมสร้างความเจริญที่ดึงมาให้เกิดขึ้นในชุมชนอีกด้วย

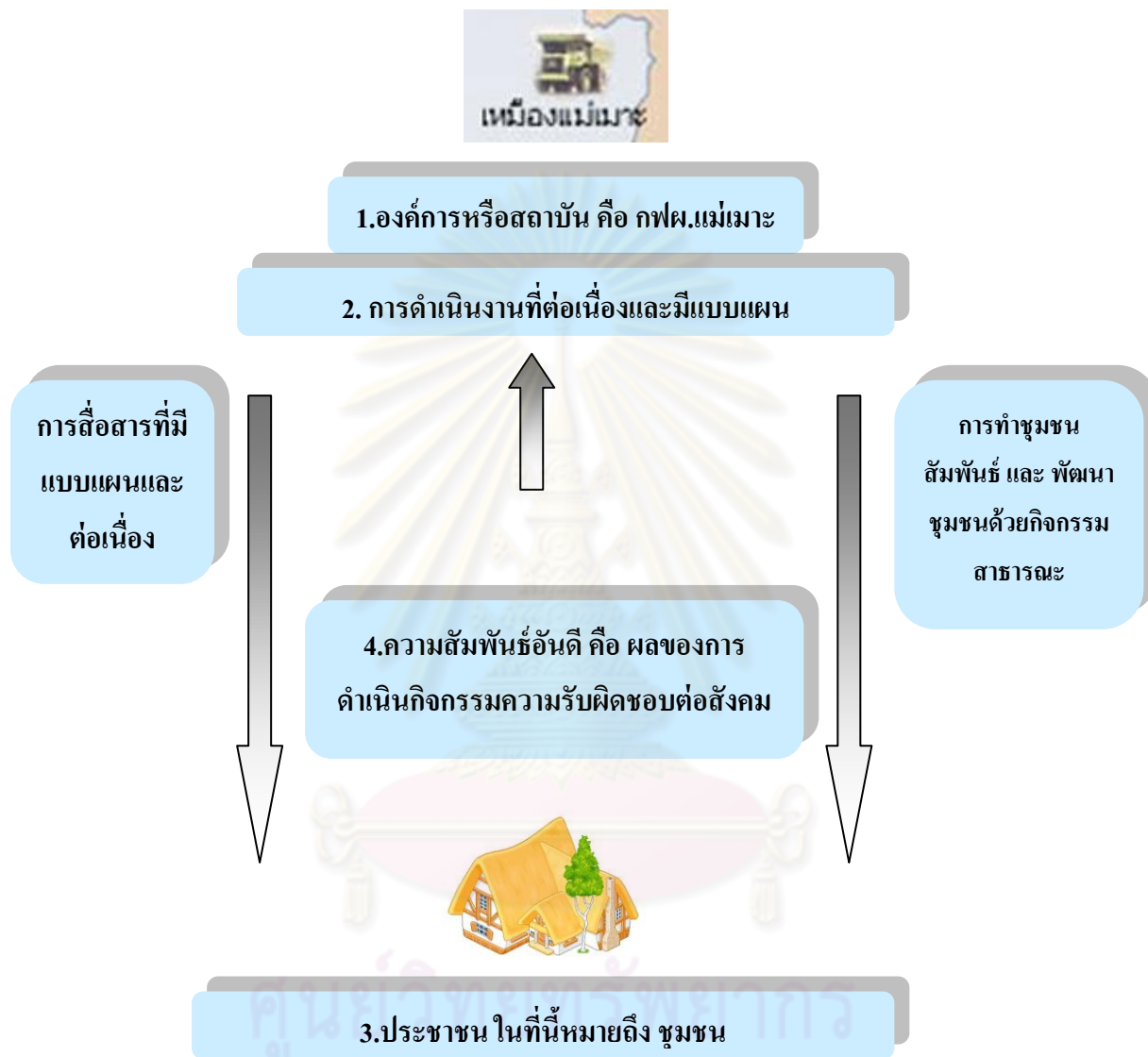
ซึ่งวิเคราะห์ได้ว่า การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นไม่ได้มีมิติแห่งการพัฒนาเพื่อสร้างสรรค์ชุมชนให้ดีขึ้นเท่านั้น แต่ยังประกอบไปด้วยมิติในการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจในชุมชนด้วย ซึ่งเป็นแนวทางสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์อันดี ที่จะนำไปสู่การยอมรับในที่สุด เมื่อความเข้าใจผนวกกับความผูกพัน ผลลัพธ์ คือ ทัศนคติที่ดี อันจะเป็นปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลนำไปสู่พฤติกรรมการให้ความร่วมมือในที่สุด ดังที่ Bhattacharya and Sen. (2004) กล่าวไว้ว่า บางครั้งผู้บริหาร โภคไม่เคยรู้ว่าองค์กรได้กำลังทำกิจกรรมที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนั้น การตระหนักรู้ต่อกิจกรรมขององค์กรในเชิงบวก เป็นสิ่งที่จำเป็นต้องสร้างให้เกิดขึ้นก่อน เพื่อจะนำไปสู่ความชื่นชอบ ทัศนคติและพฤติกรรมที่มุ่งหวัง

จึงสามารถสรุปองค์ประกอบในงานกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ ได้ 4 ประการ คือ

1. องค์กร หรือ สถาบัน ในที่นี้ คือ กฟผ.แม่เมาะ ที่มีความมุ่งหมายในการเป็นผู้นำในด้านอุตสาหกรรมพลังงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมชุมชนและสิ่งแวดล้อม
2. ประชาชน ในที่นี้หมายถึง ชาวบ้าน ที่อาศัยอยู่โดยรอบพื้นที่ของ กฟผ.แม่เมาะ ซึ่งมีลักษณะทางประชากรที่หลากหลาย และมีความต้องการที่คาดหวังจะให้ กฟผ.แม่เมาะตอบสนองในฐานะองค์กรเพื่อชุมชนที่แตกต่างกัน
3. การดำเนินงานที่ต่อเนื่องและมีแบบแผน ในที่นี้หมายถึง การดำเนินงานที่มีความต่อเนื่อง เพราะการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกรักถิ่นเกิดของชาวบ้าน จึงมีอาจใช้ระยะเวลาอันสั้นในการดำเนินงานได้ ดังนั้นการดำเนินงานจะต้องมีการวางแผน การดำเนินงานและการประเมินผลที่สอดคล้องกับลักษณะของชุมชน ทั้งในด้านการสื่อสารและการทำชุมชนสัมพันธ์พร้อมกับการพัฒนาชุมชนด้วยกิจกรรมสาธารณะ
4. ความสัมพันธ์อันดี ในที่นี้คือ ผลจากการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งเป็นการดำเนินกิจกรรมที่ทำให้ความสนใจและเอาใจใส่ถึงความต้องการและทัศนคติของชุมชนโดยรอบอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอด้วยกระบวนการที่มีแบบแผน ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้ก็คือ ความเชื่อถือศรัทธา การยอมรับและให้ความร่วมมือกับ กฟผ.แม่เมาะ

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากการศึกษา ผู้วิจัยสามารถสรุปเป็นแผนภาพองค์ประกอบของงานกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ ได้ดังนี้



ภาพที่ 21 องค์ประกอบของงานกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ

จากผลการศึกษาที่ได้ก็พบว่า การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ นั้นมีการดำเนินงานสอดคล้องกับแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของนักวิชาการที่กล่าวไว้ข้างต้น ปรากฏเป็นกลยุทธ์การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม 2 กลยุทธ์หลัก คือ

### 1.1 กลยุทธ์การใช้สื่อ

#### 1.2 กลยุทธ์การดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์

### 1.1 กลยุทธ์การใช้สื่อ

เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายในกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมมีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันไปจากกลุ่มเป้าหมายอื่นๆ กล่าวคือ ชาวบ้านในบริบทของสังคมในประเทศกำลังพัฒนา จัดอยู่ในระดับที่เรียกว่า ระดับรากหญ้า สะท้อนความเป็นชนชั้นล่างที่มีการศึกษาน้อยและมีรายได้ต่ำ ลักษณะทางประชากรดังกล่าว จะส่งผลให้รูปแบบการสื่อสารไม่เหมือนกับการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายอื่นๆ ที่อาจจะมียุทธศาสตร์การสื่อสารที่ไม่แตกต่างกันมากนัก

แนวทางการใช้สื่อในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ มุ่งเน้นการใช้สื่อบุคคลเป็นหลัก โดยมีสื่ออื่นๆ เป็นสื่อสนับสนุน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ขยายความเข้าใจ ให้เข้าถึงและครอบคลุมพื้นที่เป้าหมายมากที่สุด

#### (1) กลยุทธ์การใช้สื่อผสมผสาน

เป็นกลยุทธ์ที่ กฟผ.แม่เมาะเลือกใช้สื่อทุกสื่อที่สามารถส่งสารไปยังชาวบ้านได้ ทั้งสื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่ออินเทอร์เน็ต เพื่อวัตถุประสงค์ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการสื่อสารที่ Schramm (1974) กล่าวไว้ 4 ประการ คือ

- เพื่อให้ความรู้ (To educate) ประกอบด้วยความรู้ 2 ส่วน คือ (1) ส่วนที่เป็นความรู้เกี่ยวกับกระบวนการผลิตไฟฟ้าจากถ่านหินลิกไนต์และการจัดการดูแลสิ่งแวดล้อมของ กฟผ.แม่เมาะ (2) ความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่ กฟผ.แม่เมาะจัดขึ้น
- เพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร (To inform) เป็นข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมความเคลื่อนไหวของ กฟผ.แม่เมาะในด้านต่างๆ ทั้งในด้านการดำเนินการและด้านสังคม
- เพื่อโน้มน้าวใจ (To persuade) เพื่อโน้มน้าวใจให้ชาวบ้านมาร่วมกิจกรรม และเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ติดลบของชาวบ้านที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะ ให้เป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น
- เพื่อความบันเทิง (To entertain) เพื่อสร้างความสนุกสนานให้กับชาวบ้านเวลาที่มีการประชุมค้นหาความต้องการ หรือกิจกรรมต่างๆ

การใช้กลยุทธ์ดังกล่าวมีความมุ่งหวังให้สื่อที่ใช้ไปสร้างอิทธิพลต่อความคิด ความเชื่อและทัศนคติของชาวบ้าน ทั้งโดยตรงและโดยอ้อม แม้แนวคิดเรื่องกระบวนการเลือกสรร (Selective processes) ของผู้รับสารที่ Klapper (1960) กล่าวว่า การเลือกสรรดังกล่าวจะเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filter) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ แต่เมื่อใช้สื่อทุกประเภทเผยแพร่ข่าวสารพร้อมๆ กันไป ยังชุมชนในทุกทิศทาง การที่ชาวบ้านจะหลีกเลี่ยงไม่เปิดรับข่าวสารดังกล่าวก็น่าจะมีโอกาสน้อยลง และเมื่อพิจารณาอีก 2 กลยุทธ์ในการใช้สื่อ คือ กลยุทธ์การสร้างสื่อบุคคล และ กลยุทธ์ขยายกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่ต่อเนื่องกับสื่อบุคคล จะพบว่าเป็นกลยุทธ์ที่สะท้อนแนวคิดความเชื่อที่ว่าผู้นำทางความคิดนั้นมีอิทธิพลต่อชาวบ้าน ดังปรากฏในกลยุทธ์ที่ 2 และ 3 ดังนี้

## (2) กลยุทธ์การสร้างสื่อบุคคล

เป็นแนวคิดที่เอาผู้นำในชุมชนทั้งกำนัน , ผู้ใหญ่บ้าน , พระภิกษุ , อบต. และเยาวชน มาทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร โดยให้ความรู้เกี่ยวกับ กฟผ.แม่เมาะและการสื่อสารกับกลุ่มผู้นำเหล่านั้น เพื่อให้สามารถเป็นสื่อบุคคลไปทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารได้ การสื่อสารไปยังผู้นำทางความคิดก่อน เพื่อให้ผู้นำทางความคิดนั้นเอาข่าวสารไปทำการสื่อสารต่อกับชาวบ้านที่เคยมีอิทธิพลและคุ้นเคยอีกทอดหนึ่ง เป็นแนวที่ให้ประโยชน์ 2 ด้าน คือ

- 1) ประโยชน์กับการสื่อสาร การพัฒนาผู้นำทางความคิดมาทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร จะก่อให้เกิดประสิทธิภาพขึ้นในกระบวนการสื่อสาร เพราะผู้นำทางความคิดมีอิทธิพลสำคัญอย่างยิ่งต่อการชักจูงความคิดเห็นของคนในชุมชน เพราะชาวบ้านส่วนใหญ่นั้นมีความเชื่อถือในตัวผู้นำและมักที่จะมีความคิดความเห็นคล้ายตามผู้นำเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเสถียร เขยประทับ (2538) ที่ว่า ในการสื่อสารเพื่อชุมชนนั้น สื่อบุคคลมีความสำคัญต่อการพัฒนาท้องถิ่นในด้านการโน้มน้าวใจและชักจูงใจ เพราะสื่อบุคคลสามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบบุคคลวิถี ถ้าผู้รับสารไม่เข้าใจในสารก็สามารถซักถาม ขอข้อมูลเพิ่มเติมได้อย่างรวดเร็ว ส่วนตัวผู้ส่งสารก็สามารถปรับปรุงแก้ไขสารให้ตรงกับความต้องการและความเข้าใจของผู้รับสารได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งแนวคิดของ Lazarsfeld and Manzel (1968) ยังกล่าวถึงประสิทธิภาพของสื่อบุคคลว่าสามารถชักจูงใจบุคคลให้เปลี่ยนทัศนคติที่ฝังลึกได้ เนื่องจาก การพูดคุยแบบเป็นกันเอง ทำให้ผู้รับสารรู้สึกเป็นกันเองและยอมรับความคิดเห็นของผู้ส่งสารได้ง่ายขึ้น
- 2) ประโยชน์กับการมีส่วนร่วมในการสื่อสาร การดึงผู้นำเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการสื่อสาร โดยการทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารนั้นสอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม ที่นำเอาผู้ที่เคยเป็นเพียงผู้รับสารมาทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารด้วย และยังเป็นแนวทางที่ช่วยสร้างให้กลุ่มผู้นำทางความคิดได้รับประสบการณ์ตรงที่ดีจาก



การเข้าเยี่ยมชมกิจการ ความรู้ที่ได้จากประสบการณ์ตรงจะทำให้ผู้นำทางความคิดเหล่านั้นมีทัศนคติที่ดีได้ ดังที่ Allport (1976) ได้กล่าวไว้ว่า เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เขาเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปตามทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อนด้วย เมื่อทัศนคติของผู้นำทางความคิดดี โอกาสที่ทัศนคติของชุมชนจะดีก็มีต่อไปด้วย

### (3) กลยุทธ์ขยายกลุ่มเป้าหมาย

กลยุทธ์นี้ก็มีลักษณะที่เหมือนกับกลยุทธ์การสร้างสื่อบุคคล คือ เชื่อในอิทธิพลที่มีต่อความคิดชาวบ้านของกลุ่มผู้นำทางความคิด ซึ่งผู้นำในกลยุทธ์นี้ คือ กลุ่มข้าราชการ หน่วยงานของรัฐในพื้นที่และกลุ่มสื่อมวลชนในท้องถิ่น เป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นระหว่างกลุ่มผู้นำและ กฟผ.แม่เมาะ ด้วยกลวิธีสนับสนุนการดำเนินงานในรูปแบบต่างๆ การอำนวยความสะดวกด้านข้อมูลข่าวสาร เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของจุมพล รอดคำดี (2532) ว่าสิ่งที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความคิดมาจากการรับข้อมูลข่าวสารใหม่ ซึ่งอาจมาจากสื่อมวลชนและบุคคลกลุ่มอื่น

## 1.2 กลยุทธ์การดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์

จากผลการศึกษาพบว่า การดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์ของ กฟผ.แม่เมาะนั้น มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ เสรี วงศ์มณฑา (2542) ที่ได้กล่าวถึงวิธีการทำชุมชนสัมพันธ์ไว้ 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาความต้องการ (Need) ของชุมชน ซึ่ง กฟผ.แม่เมาะได้ศึกษาความต้องการของชุมชนและลักษณะพื้นฐานของชุมชนอย่างละเอียด ด้วยวิธีการสืบค้นจากข้อมูลทุติยภูมิและการจัดประชุมที่เปิดโอกาสให้ชาวบ้านได้แสดงความคิดเห็น ความต้องการของพวกเขาออกมาอย่างเป็นรูปธรรม
2. ภายหลังจากได้มีการศึกษาหาข้อมูลแล้ว กฟผ.แม่เมาะได้มีการจัดส่งเจ้าหน้าที่ลงพื้นที่เพื่อพบผู้นำในแต่ละชุมชน เพื่อชี้แจงทำความเข้าใจในโครงการที่จะเข้ามาดำเนินงาน
3. จากนั้นจึงเป็นขั้นตอนการเสนอโครงการ ว่า กฟผ.แม่เมาะมีโครงการที่จะพัฒนา (Development project) อะไรบ้าง กับชาวบ้านในชุมชนผ่านเวทีความคิดเห็น การประชุมในแต่ละหมู่บ้าน
4. เมื่อโครงการเริ่มดำเนินการ เจ้าหน้าที่ก็จะดำเนินบทบาทในการส่งเสริมชุมชนนั้นๆ ซึ่งบทบาทที่มุ่งส่งเสริม สนับสนุน นั่นก็คือ การให้ความรู้ คำแนะนำในด้านต่างๆ ที่จำเป็นต่อการพัฒนากิจกรรม

ขั้นตอนที่มีการดำเนินงานเพิ่มเติมจากแนวคิดของ เสรี วงศ์มณฑา (2542) คือ ขั้นตอนของการประเมินผล ซึ่งจะมีการประเมินระหว่างดำเนินกิจกรรม และการประเมินภายหลังโครงการเสร็จสิ้นแล้ว

ในการดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์นั้น กฟผ.แม่เมาะได้ใช้กิจกรรมสาธารณะเป็นเครื่องมือในการดำเนินงาน เพื่อพัฒนาชุมชน และ สร้างความสัมพันธ์อันดี ปรับทัศนคติของชุมชนที่มีต่อกฟผ.แม่เมาะ โดยกิจกรรมสาธารณะนั้นมีความครอบคลุมความคลุมความต้องการของชุมชนในทุกด้านทั้ง 9 ด้าน คือ (1) ด้านพัฒนาท้องถิ่นและสาธารณูปโภค (2) ด้านเยาวชนและการศึกษา (3) ด้านศาสนา (4) ด้านประเพณีวัฒนธรรม (5) ด้านสังคมการเมือง (6) ด้านส่งเสริมคุณภาพชีวิตและพัฒนาอาชีพ (7) ด้านการมีส่วนร่วมกับหน่วยงานราชการและเอกชน (8) ด้านการท่องเที่ยวและประชาสัมพันธ์ (9) ด้านอื่นๆ ซึ่งในแต่ละกิจกรรมได้มีการนำเอกลักษณ์ต่างๆ มาใช้ในการดำเนินกิจกรรม ดังนี้

#### (1) กลยุทธ์ค้นหาความต้องการ

กลยุทธ์นี้มีผลอย่างมากต่อการดำเนินกิจกรรมสาธารณะ ทำให้เจ้าหน้าที่สามารถทำการสื่อสารและการพัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งส่งผลให้มีการดำเนินงานโครงการที่มีประสิทธิภาพตามไปด้วย กลยุทธ์นี้ได้ส่งผลประโยชน์ 2 ด้าน คือ ช่วยให้การดำเนินโครงการเป็นไปตามที่ชาวบ้านต้องการไม่ใช่เป็นไปตามที่ กฟผ.แม่เมาะต้องการ ซึ่งคาดว่าน่าจะเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้โครงการนี้มีชาวบ้านเข้าร่วมในกิจกรรมจำนวนมาก ดังเช่นที่ Willam Reeder (1963) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่ได้ทำให้ประชาชนเข้ามามีส่วนหรือไม่เข้ามามีส่วนร่วมว่า บุคคลและกลุ่มบุคคลจะเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมใดๆ ก็ต่อเมื่อกิจกรรมนั้นสอดคล้องและตั้งอยู่บนพื้นฐานของชุมชนเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ชาวบ้านเข้าร่วมกิจกรรม เพราะการที่บุคคลจะเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมใดๆ ก็ต่อเมื่อกิจกรรมนั้นสอดคล้องกับความเชื่อพื้นฐาน ทัศนคติและค่านิยมของตน ตลอดจนนิสัยและจารีตประเพณี

นอกจากส่งผลถึงการมีส่วนร่วมแล้ว การได้มาซึ่งข้อมูลยังช่วยเสริมสร้างประสิทธิภาพของเจ้าหน้าที่ในการสื่อสารด้วย เมื่อนำข้อมูลที่ทำการศึกษามาแล้วมาประกอบกับข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่จริงซ้ำๆ ตามแนวทางการบริหารงานในพื้นที่ ทำให้เจ้าหน้าที่มีความคุ้นเคยและเรียนรู้ที่จะทำการสื่อสารกับชาวบ้านในชุมชนนั้นๆ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับที่ Berlo (1960) ได้กล่าวไว้ถึงปัจจัยที่ส่งเสริมให้ผู้สื่อสารทำหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพคือทักษะในการสื่อสาร (Communication skill) จากการศึกษาพบว่า นอกจากการมีข้อมูลชุมชนที่ละเอียดได้ช่วยให้เจ้าหน้าที่สามารถกำหนดรูปแบบการเข้าไปทำการสื่อสารกับชาวบ้านได้อย่างเหมาะสมแล้ว ทักษะในการสื่อสารกับชาวบ้านที่เกิดจากการฝึกฝนผ่านการทำงานใน

หลายพื้นที่ทำให้เจ้าหน้าที่ที่มีความสามารถที่จะเลือกสื่อและวิธีการสื่อสารที่เหมาะสมกับชาวบ้านในแต่ละหมู่บ้านได้เป็นอย่างดี

### (2) กลยุทธ์การจัดหน่วยงานลงพื้นที่

กลยุทธ์การจัดหน่วยงานลงพื้นที่เป็นกลยุทธ์ที่ทำให้เจ้าหน้าที่สามารถสร้างความคุ้นเคยกับชาวบ้านได้อย่างดี และด้วยบุคลิกที่เป็นกันเองได้สร้างความไว้วางใจให้เกิดขึ้น ซึ่งความไว้วางใจนี้ได้ส่งผลให้ชาวบ้านยอมรับในเรื่องราวที่เจ้าหน้าที่ทำการสื่อสารออกไป สอดคล้องกับแนวคิดของ Middlebrook (1974) ที่กล่าวไว้ว่า ปัจจัยที่ทำให้สื่อบุคคลในฐานะผู้ส่งสารมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ คือ ความน่าเชื่อถือ ความรู้สึกที่ผู้รับสารรู้สึกว่าคุณส่งสารน่าไว้วางใจและมีความสามารถ ถ้าผู้รับสารมีความรู้สึกว่าคุณส่งสารมีความน่าเชื่อถือแล้วผู้รับสารก็มีแนวโน้มที่จะยอมรับสารจากพวกเขาเหล่านั้น และการจัดหน่วยงานที่รับผิดชอบเฉพาะในแต่ละหมวดกิจกรรมนั้น ก็ส่งผลให้เจ้าหน้าที่มีความรู้ความชำนาญเฉพาะกิจกรรมอย่างมาก ความชำนาญดังกล่าวนี้ได้ทำให้ชาวบ้านยอมรับเจ้าหน้าที่มากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Aronson and Golden (1962) ที่กล่าวว่า สื่อบุคคลที่จะได้รับความเชื่อถือนั้นจะต้องเป็นผู้ที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน โดยเป็นความชำนาญที่มาจากประสบการณ์มากกว่าการศึกษาหรือสถานภาพทางสังคม

### (3) กลยุทธ์การสื่อสารหลายระดับ

การชี้แจงทำความเข้าใจให้ชาวบ้านได้รับทราบเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างถูกต้อง นับเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ชาวบ้านมาเข้าร่วมกิจกรรมและมีทัศนคติที่ดีต่อ กฟผ.แม่เมาะ การสื่อสารในระดับต่างๆที่เกิดขึ้นในกิจกรรมล้วนส่งผลต่อการดำเนินงานในกิจกรรมทั้งสิ้น

- 1) การสื่อสารระดับบุคคล (Intrapersonal communication) เป็นการสื่อสารกับตนเอง เป็นการคิดและไตร่ตรองเรื่องราวต่างๆ ก่อนที่จะทำการสื่อสารออกไป การสื่อสารในระดับนี้มีประโยชน์ต่อการเลือกสรรวิธีการสื่อสาร ตลอดจนเลือกวิธีการนำเสนอสารให้สอดคล้องกับเรื่องที่บ้านกำลังพูดคุยด้วย
- 2) การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal communication) เป็นการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจ ความมั่นใจในการพัฒนาตลอดจนชักชวนโน้มน้าวใจให้ชาวบ้านเข้าร่วมกิจกรรม การสื่อสารระหว่างบุคคลนี้ Lazarsfeld and Manzel (1968) ได้กล่าวว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลมีบทบาทสำคัญ เพราะเป็นการสื่อสารที่มีความเป็นกันเองและเป็นส่วนตัว ก่อให้เกิดความคุ้นเคยช่วยให้เกิดการยอมรับได้ง่ายขึ้น ซึ่งนอกจากนี้การสื่อสารระหว่างบุคคลยังเป็นการเปิดโอกาสให้ชาวบ้านให้

ซักถามข้อสงสัย ในขณะที่เดียวกันก็สร้างโอกาสให้เจ้าหน้าที่ที่สามารถปรับปรุงวิธีการสื่อสารในขณะที่ทำการสื่อสาร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสร้างความเข้าใจได้ด้วย สอดคล้องกับแนวคิดของ เสดียร เชยประทับ (2525) ที่กล่าวถึงประสิทธิภาพของสื่อบุคคลไว้ว่าสามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบบุคคลวิถิ ถ้าผู้รับสารไม่เข้าใจในสารก็สามารถไต่ถามหรือขอข่าวสารเพิ่มเติมจากผู้ส่งสารได้อย่างรวดเร็ว

- 3) การสื่อสารแบบกลุ่ม (Group communication) เป็นการสื่อสารระหว่างคนจำนวนมากที่อยู่ในที่เดียวกัน แม้โอกาสที่จะสื่อสารระหว่างเจ้าหน้าที่กับชาวบ้านที่จะมาร่วมประชุมจะมีจำนวนน้อย แต่ก็มีความประสงค์ต่อการชี้แจงให้ชาวบ้านได้รับทราบข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องโดยตรงจากเจ้าหน้าที่ เพราะการสื่อสารแบบหลายขั้นตอน (Multi-step flow of communication) โอกาสที่ชาวบ้านผู้ทำการสื่อสารจะสอดแทรกทัศนคติของตนเองเข้าไปมีมาก หากเป็นทัศนคติที่ดีอันเกิดจากการตีความสารได้ถูกต้องก็จะเป็นประโยชน์ต่อการขยายฐานสมาชิก แต่ถ้าเป็นความเข้าใจผิด โอกาสจะสร้างความเข้าใจผิดต่อไปเป็นลูกโซ่ก็ย่อมมีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้น ยิ่งถ้าผู้ที่เข้าใจผิดนั้นเป็นผู้นำทางความคิดแล้ว ความเข้าใจผิดก็อาจขยายตัวไปมีอิทธิพลต่อความคิดของชาวบ้านได้อย่างรวดเร็ว การสื่อสารแบบกลุ่มจะช่วยให้โอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ที่เกิดเหตุการณ์ในลักษณะดังกล่าวมีน้อยลง อีกทั้งเป็นการประหยัดเวลาในการสื่อสารสร้างความเข้าใจกับชาวบ้านที่มีจำนวนมากเช่นนี้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ เสดียร เชยประทับ (2538) ที่ว่า การสื่อสารแบบ 2 ทางมีผลทำให้การสื่อสารที่เกิดขึ้นมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพราะเป็นการเปิดโอกาสให้อีกฝ่ายได้แสดงความคิดเห็นและความเข้าใจในเรื่องต่างๆ เป็นการลดช่องว่างการสื่อสารที่ดี ป้องกันการตีความหมายผิดพลาด และสามารถสร้างขวัญและการมีส่วนร่วมในการดำเนินการได้ และสร้างความรู้สึกร่วมกันเป็นเจ้าของผลงานร่วมกัน

#### (4) กลยุทธ์เข้าเป็นส่วนหนึ่งในชุมชน

ตามที่ได้กล่าวไว้ว่า กฟผ.แม่เมาะได้ใช้สื่อบุคคลเป็นสื่อหลักในการสื่อสารกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม และสื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีความสำคัญต่อการพัฒนา กิจกรรมอย่างยิ่ง จากการศึกษาพบว่าการลงพื้นที่ของเจ้าหน้าที่ที่มีความสม่ำเสมอประกอบกับการวางตัวของเจ้าหน้าที่ในลักษณะที่ไม่เป็นทางการและเป็นกันเอง เป็นส่วนสำคัญที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารระหว่างชาวบ้านกับเจ้าหน้าที่ เพราะเมื่อชาวบ้านเห็นว่าเจ้าหน้าที่ไม่ใช่คนแปลกหน้าแต่เป็นเพื่อนแล้ว การสื่อสารเรื่องราวต่างๆที่เจ้าหน้าที่ต้องการ ชาวบ้านก็

พร้อมจะเปิดรับข่าวสารนั้นโดยง่าย สอดคล้องกับแนวคิดที่ Lazarsfeld and Manzel (1968) กล่าวไว้ว่า การพูดคุยอย่างเป็นกันเอง เป็นส่วนตัว ทำให้ผู้พูดและผู้ฟังเกิดความเป็นกันเองและทำให้ผู้ฟังยอมรับความคิดเห็นของผู้พูดง่ายขึ้น และปัจจัยที่ทำให้เจ้าหน้าที่สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกประการหนึ่ง คือ ความไวเนื้อเชื่อใจ ซึ่งเจ้าหน้าที่ได้สร้างความไวเนื้อเชื่อใจให้เกิดขึ้นโดยการวางตัวเป็นกันเอง เข้าร่วมกิจกรรมของชุมชนต่างๆ พูดคุยอย่างจริงใจ สอดคล้องกับที่ Aronson and Golden (1962) กล่าวว่า การยอมรับผู้ส่งสารนอกจากเกิดจากความชำนาญเฉพาะด้านของผู้ส่งสารแล้ว ปัจจัยด้านอายุ เพศ สีผิว น้ำเสียง การแต่งตัว ตลอดจนบุคลิกภาพการแสดงออก นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับไหวพริบ ความซื่อสัตย์ ความจริงใจ และความใจกว้างของผู้ส่งสารอีกด้วย ดังนั้นความน่าเชื่อถือที่เป็นปัจจัยสำคัญในการเริ่มต้นการสื่อสารนั้นถือได้ว่าเกิดขึ้นจากตัวผู้ส่งสาร คือ เจ้าหน้าที่เอง เช่นเดียวกับที่ Applbaum (1973) กล่าวว่า คุณลักษณะหรือบุคลิกของผู้ส่งสารมีส่วนสำคัญในการทำให้ข่าวสารของเขาเป็นที่ยอมรับหรือไม่ยอมรับ

ภาพลักษณ์ของความเป็นกันเอง ไม่ถือตัวของเจ้าหน้าที่ที่ชาวบ้านพบจากการที่เจ้าหน้าที่ไปเข้าร่วมกิจกรรมของชุมชนตามโอกาสต่างๆหรือที่มาพบปะกับชาวบ้าน ภาพลักษณ์ดังกล่าวทำให้ชาวบ้านยอมรับเจ้าหน้าที่ได้ง่ายขึ้น สอดคล้องกับ James McCorskey (1987) ที่กล่าวไว้ว่า ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารนั้น หมายถึง การรับรู้ของผู้รับสารเกี่ยวกับภาพลักษณ์ (Image) ของผู้ส่งสารนั้นๆ แนวคิดในกลยุทธ์นี้เชื่อว่าเรื่องที่เจ้าหน้าที่จะพูดมีความสำคัญน้อยกว่าบุคลิกภาพของตัวเจ้าหน้าที่เอง

##### (5) กลยุทธ์ความจริงใจและความโปร่งใส

สิ่งที่สำคัญสิ่งหนึ่งในการดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์ คือ ความจริงใจและโปร่งใสในการดำเนินงาน เพื่อให้ชาวบ้านเกิดความรู้สึกเชื่อมั่นใน กฟผ.แม่เมาะ ว่ากิจกรรมสาธารณะที่จัดขึ้นนี้เพื่อนำประโยชน์ ความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นมาสู่ชุมชน มิใช่เพื่อภาพลักษณ์ที่ดีเพียงฉาบฉวยจากการศึกษา พบว่าการเข้าไปดำเนินงานของเจ้าหน้าที่เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนอาศัยหลักความจริงใจ มากกว่าการคำนึงถึงชื่อเสียงที่จะเกิดขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของพัชรี ลิโรธ (2546) ที่ว่าความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานที่รับผิดชอบในการพัฒนาและประชาชนถือว่าเป็นมิติที่มีความสำคัญ ในการบริหารการมีส่วนร่วมให้ประสบผลสำเร็จ หน่วยงานที่รับผิดชอบจะต้องจัดกระบวนการอย่างจริงใจ เปิดเผย ปราศจากอคติ ให้เกียรติซึ่งกันและกัน

นอกจากนี้การดำเนินงานที่โปร่งใส เปิดเผยขั้นตอนในการดำเนินงาน และเปิดให้ชาวบ้านเข้ามาตรวจสอบการดำเนินงานของ กฟผ.แม่เมาะได้ ตามกรอบกลยุทธ์นี้เจ้าหน้าที่เชื่อว่า จะส่งผลให้ชาวบ้านมีความเข้าใจเชื่อมั่นในกระบวนการดำเนินงานของ กฟผ.แม่เมาะ มาก

ขึ้น และการที่เจ้าหน้าที่ชี้แจงเรื่องสิ่งแวดล้อม ชาวบ้านก็จะไม่คิดว่าเป็นการแก้ตัว ดังแนวคิดของ เกลิเยร เซยประดับ (2538) ที่ว่า การที่จะทำให้ประชาชนเข้าใจและยอมรับการเปลี่ยนแปลงนั้น จำเป็นที่จะต้องอาศัยการสาธิตให้เห็น ได้จริงจัง เพราะคนเรานั้นมักจะเชื่อสิ่งที่ตนเห็นมากกว่าสิ่งที่ได้ยิน ได้ฟัง พ้องกับแนวคิดของ James McCorskey (1987) ว่าการเป็นคนเปิดเผยการให้ข้อมูลที่ไม่มีปิดบังของผู้ส่งสารจะทำให้ผู้รับสารรู้สึกสนิทสนมเป็นกันเอง

#### (6) กลยุทธ์การพัฒนาแบบมีส่วนร่วม

จากการศึกษาพบว่า การดำเนินกิจกรรมสาธารณะในการดำเนินชุมชนสัมพันธ์ของ กฟผ.แม่เมาะ ได้เปิดโอกาสให้ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมอย่างกว้างขวาง สอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วมของ บัณฑูร อ่อนคำ (2544) ที่แบ่งกระบวนการของการมีส่วนร่วมของประชาชนออกเป็น 4 ระดับ คือ

- 1) การมีส่วนร่วมการตัดสินใจ (Decision-making) ที่ปรากฏให้เห็นตั้งแต่ในระยะเริ่มต้นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ชาวบ้านเข้ามาให้ข้อมูลทั้งข้อมูลชุมชนและข้อมูลความต้องการที่ชาวบ้านมี ตลอดจนเข้าร่วมตัดสินใจผ่านการประชุมในเวทีชุมชนว่าจะเลือกดำเนินกิจกรรมใดก่อนหรือหลัง ซึ่งล้วนแต่เป็นการตัดสินใจโดยชุมชนทั้งสิ้น
- 2) การมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม (Implementation) ในการดำเนินทุกขั้นตอน จะมีชาวบ้านเป็นผู้ดำเนินการ เช่น กิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมตรวจวัดคุณภาพอากาศ ชาวบ้านก็จะเข้ามามีส่วนร่วมตั้งแต่การคัดเลือกตัวแทนที่จะเข้ามาเป็นคณะกรรมการสิ่งแวดล้อม ร่วมตรวจวัดคุณภาพอากาศ เสนอแนวทางแก้ไขและปรับปรุง เป็นต้น
- 3) การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ (Benefits) ภายหลังจากการดำเนินการไปแล้ว เมื่อผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นชาวบ้านก็เป็นผู้ได้รับผลประโยชน์นั้น เช่น กิจกรรมพัฒนาอาชีพที่เมื่อได้ก่อตั้งกลุ่มอาชีพต่างๆขึ้นมาแล้ว เช่น กลุ่มเย็บผ้า เมื่อเกิดผลกำไรจากการดำเนินกิจการก็จะจัดสรรแบ่งปันผลกำไรนั้นในหมู่สมาชิก
- 4) การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Evaluation) เป็นอีกกระบวนการที่เปิดโอกาสให้ชาวบ้านเข้ามาควบคุมและตรวจสอบการดำเนินกิจกรรมทั้งหมด ซึ่งมีทั้งการประเมินที่ปรากฏในรูปของการประเมินย่อย (Formative Evaluation) เป็นการประเมินผลก้าวหน้าเป็นระยะผ่านการสอบถามความคิดเห็น และการประเมินผลรวม (Summative Evaluation) ซึ่งเป็นการประเมินผลสรุปรวมยอดภายหลังจากที่กิจกรรมแต่ละกิจกรรมเสร็จสิ้น

จากกระบวนการของการมีส่วนร่วมของประชาชนทั้ง 4 ระดับยังสอดคล้องกับการมีส่วนร่วมของพลเมืองตามแนวคิดของ Amstein (1969) ที่ชุมชนมีส่วนร่วมในการส่งตัวแทนเข้าร่วมใช้สิทธิในการตัดสินใจ ถือว่าเป็นการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง (Genuine Participation) การให้โอกาสชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนเช่นนี้เช่นนี้ ได้ก่อประโยชน์ในด้านต่างๆให้เกิดขึ้น เช่น ทำให้การตัดสินใจรอบคอบตั้งอยู่บนศักยภาพของชุมชน ช่วยลดความขัดแย้งระหว่างการนำไปปฏิบัติ และสร้างให้ชาวบ้านเกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของและมีความกระตือรือร้นที่จะช่วยให้เกิดผลในทางปฏิบัติในแต่ละกิจกรรม

#### (7) กลยุทธ์การสื่อสารแนวราบ

จากการศึกษาพบว่า การสื่อสารเพื่อพัฒนากิจกรรมนั้นปรากฏรูปแบบการสื่อสารแนวราบ ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญของเจ้าหน้าที่ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกับชาวบ้าน ซึ่งเป็นการเรียนรู้หาข้อมูลร่วมกัน เพราะเจ้าหน้าที่เองไม่ได้มีความชำนาญในทางปฏิบัติทุกกิจกรรม เช่น การพัฒนาชาวบ้านที่เลี้ยงสุกร ชาวบ้านจะมีความรู้จากประสบการณ์ในการปฏิบัติ ส่วนเจ้าหน้าที่เองก็มีความรู้ในเชิงทฤษฎี การสื่อสารแนวราบจึงเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อการพัฒนา ซึ่งเป็นการสื่อสารอีกรูปแบบหนึ่งที่ช่วยเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมในการพัฒนาของสมาชิกในกลุ่มกิจกรรม

#### (8) กลยุทธ์สร้างองค์กรพันธมิตรในพื้นที่

เป็นกลยุทธ์การขยายฐานแนวร่วมผู้ให้การสนับสนุน กฟผ.แม่เมาะ ในลักษณะขององค์กรซึ่งเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน สอดคล้องกับหลักการของงานชุมชนสัมพันธ์ ซึ่งเสรี วงศ์มณฑา (2542) ได้กล่าวไว้ว่า บริษัทต้องเป็นผู้อุปถัมภ์ (Sponsorship) ให้กับชุมชน และเพื่อเป็นไปเพื่อให้ความร่วมมือกับองค์กรสถาบันอื่นๆในชุมชน เพื่อความเข้าใจอันดีต่อกันและการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน

#### (9) กลยุทธ์พัฒนาและจ้างแรงงาน

การที่ กฟผ.แม่เมาะรับชาวบ้านเข้าทำงานไม่จำกัดเฉพาะงานที่ไม่ใช่ทักษะเท่านั้น แต่ กฟผ.แม่เมาะ ยังหาหนทางพัฒนาแรงงานในพื้นที่ให้มีทักษะ ความรู้ความสามารถต่อการเข้าทำงานในธุรกิจด้านพลังงาน โดยสนับสนุนการศึกษาของเยาวชนในพื้นที่ให้ได้มีโอกาสศึกษาวิชาความรู้ในด้านพลังงาน โดยให้โอกาสเยาวชนในอำเภอแม่เมาะก่อน เป็นการสะท้อนให้เห็นถึงความเป็นนิติบุคคลที่ดีของชุมชน (Good corporate citizen) สอดคล้องกับหลักการดำเนินชุมชนสัมพันธ์ที่ เสรี วงศ์มณฑา (2544) กล่าวไว้ว่า เมื่อบริษัทเข้าไปตั้งอยู่ในชุมชนควรจ้างแรงงานชุมชน โดยเฉพาะแรงงานที่ไม่เน้นทักษะหรือแม้แต่แรงงานที่ใช้ทักษะ ซึ่งถ้ามี

พนักงานทั้งในและนอกชุมชนที่มีฝีมือใกล้เคียงกันก็ต้องเลือกคนในชุมชนมากกว่า เพื่อให้คนที่อยู่รอบโรงงานของบริษัทเป็นพวกเดียวกันกับบริษัททั้งหมด จะทำให้ชุมชนเกิดความรู้สึกว่าบริษัทเข้าไปสร้างงานให้ชุมชน จึงไม่เกิดความรู้สึกต่อต้าน

นอกจากนี้ การที่ กฟผ.แม่เมาะทำสัญญาร่วมกับบริษัทที่เป็นหุ้นส่วนทางธุรกิจ ให้พิจารณารับพนักงานที่มีภูมิลำเนาในอำเภอแม่เมาะก่อนพื้นที่อื่น สอดคล้องกับ European commission on CSR ที่เป็นการขยายความรับผิดชอบต่อสังคม จากองค์การของตนไปสู่องค์การอื่นๆที่เกี่ยวข้อง

#### (10) กลยุทธ์กิจกรรมตามโอกาส

การจัดกิจกรรมตามโอกาสนั้นเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะแสดงตัวตนในฐานะสมาชิกคนหนึ่งในชุมชน อีกทั้งเป็นโอกาสอันดีที่จะเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังชุมชนอีกด้วย เพราะในขณะที่มีเทศกาลหรืองานตามวาระโอกาสต่าง ๆ นั้น ชาวบ้านย่อมให้ความสนใจข่าวที่เกี่ยวข้องสอดคล้องกับวาระโอกาสนั้น เมื่อ กฟผ.แม่เมาะทำกิจกรรมที่สอดคล้องกับวาระดังกล่าว ชาวบ้านเข้าไปร่วมทำคุณประโยชน์ในกิจกรรมตามเทศกาลนั้น ย่อมมีโอกาสไปถึงชาวบ้านมากขึ้น ไปสร้างผลกระทบต่อทัศนคติมากขึ้น การเข้าไปทำกิจกรรมตามวาระโอกาสหรือเข้าไปให้การสนับสนุนกิจกรรมนั้น สอดคล้องกับหลักการชุมชนสัมพันธ์ที่เสรี วงศ์มณฑา (2546) กล่าวไว้ว่า บริษัทต้องรู้จักให้ความร่วมมือ (Participate) กับกิจกรรมชุมชน เช่น ชุมชนมีงานกีฬา มีงานวัด งานทอดกฐินทอดผ้าป่า งานเทศกาลประจำปี บริษัทควรเข้าไปร่วมงาน โดยอาจเป็นกรรมการ เป็นสปอนเซอร์ของงานหรือส่งพนักงานออกไปช่วยเหลือตามความเหมาะสม

## 2 การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างนั้นมีความดีในการรับรู้ข่าวสารเดือนละหนึ่งครั้งโดยมีการรับรู้จากสื่อบุคคล และ ป้ายประชาสัมพันธ์ตามจุดต่างๆมากที่สุด รองลงมาคือสื่อวิทยุ เหตุที่ทำให้ผู้อัตราการรับรู้ข่าวสารจากสื่อบุคคลมีมากที่สุดนั้น น่าจะเป็นเพราะว่าความดีในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดังกล่าว โดยเฉพาะจากผู้นำทางความคิด บุคคลในครอบครัว เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมงาน และเจ้าหน้าที่ของ กฟผ.แม่เมาะจากการลงพื้นที่ที่พบปะกับชาวบ้านเพื่อติดตามความก้าวหน้าของกิจกรรมในโครงการอย่างสม่ำเสมอ ขณะที่ชาวบ้านก็ได้รับข้อมูลข่าวสารจากป้ายประชาสัมพันธ์ตามจุดต่างๆมากที่สุดเช่นกัน จากการสัญจรไปตามตามสถานที่ต่างๆในชุมชน ก็ย่อมเห็นป้ายประชาสัมพันธ์ตามจุดที่วางไว้ ทำให้โอกาสที่จะทำการสื่อสารผ่านช่องทางดังกล่าวมีมากกว่าช่องทางอื่น ในขณะที่สื่ออื่นๆเช่น หนังสือพิมพ์ สื่อสิ่งพิมพ์ของ กฟผ.แม่เมาะ สื่ออินเทอร์เน็ต นั้นมีความดีในการนำเสนอข่าวสารที่น้อยกว่า อีกทั้งยังเป็นสื่อที่ยากต่อการเข้าถึง เช่น



สื่ออินเทอร์เน็ต หากพิจารณาถึงแนวคิดที่กล่าวถึงคุณสมบัติเด่นของอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีความรวดเร็วในการเผยแพร่ข้อมูลไปยังกลุ่มคนจำนวนมาก และมีทั้งข้อมูลที่ละเอียดมีภาพประกอบสวยงาม ง่ายต่อการทำความเข้าใจ แต่เนื่องจากข้อจำกัดในเรื่องของค่าใช้จ่าย เช่น ค่าเครื่องคอมพิวเตอร์ ค่าติดตั้งระบบอินเทอร์เน็ต และ ข้อจำกัดของความรู้ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี ทำให้ชาวบ้านส่วนใหญ่ที่มีระดับการศึกษาในชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ไม่สามารถที่จะเข้าถึงสื่อดังกล่าวได้

ในขณะที่เดียวกันจากผลการศึกษา การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะของผู้นำทางความคิดในชุมชน พบว่ากลุ่มผู้นำทางความคิดมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านทางช่องทางสื่อบุคคลและสื่อสิ่งพิมพ์ของ กฟผ.แม่เมาะมากที่สุด ซึ่งอาจเป็นผลจากการเข้าร่วมประชุม การพบปะพูดคุย สอบถามโดยตรงกับเจ้าหน้าที่ของ กฟผ.เลย และการที่เจ้าหน้าที่ กฟผ.แม่เมาะ แจกข่าวสารต่างๆมายังผู้นำทางความคิดก่อน เพื่อให้ผู้นำทางความคิดนำไปเผยแพร่ต่อยังชาวบ้านอีกทอดหนึ่ง สำหรับสื่อสิ่งพิมพ์ของ กฟผ.แม่เมาะนั้น กฟผ.แม่เมาะจะนำไปแจกให้ผู้นำชุมชนในที่ประชุมกำนัน-ผู้ใหญ่บ้าน และแจกจ่ายในสถานที่ราชการ จึงทำให้การรับรู้ข่าวสารข้อมูลผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์ของ กฟผ.แม่เมาะ จำกัดเฉพาะอยู่ในกลุ่มผู้นำชุมชน ซึ่งจากการศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ ทำให้พบประเด็นที่น่าสนใจประการหนึ่ง คือ การกระจุกตัวของข้อมูลข่าวสารที่มีการกระจุกตัวอยู่ในกลุ่มผู้นำชุมชน จากการที่ กฟผ.แม่เมาะ ใช้สื่อบุคคลเป็นสื่อหลักในการเผยแพร่ข่าวสารไปยังชุมชน ดังนั้น เจ้าหน้าที่ กฟผ.แม่เมาะก็จะมีการแจ้งข่าวสารผ่านการประชุม การพูดคุยเป็นการส่วนตัว รวมถึงการแจกวารสารจดหมายข่าวเหมือนแม่เมาะให้กับกลุ่มผู้นำชุมชนเหล่านี้ ด้วยหวังว่ากลุ่มผู้นำชุมชนจะเป็นกระบอกเสียงให้กับ กฟผ.แม่เมาะ ข่าวสารทั้งหมดจึงมารวมอยู่ที่ตัวของผู้นำชุมชน ซึ่งผู้นำชุมชนบางคนไม่สามารถเผยแพร่ข้อมูลทั้งหมดให้ครอบคลุมทั้งชุมชนได้ ด้วยข้อจำกัดบางประการ เช่น ค่าใช้จ่ายของการใช้หอกระจายข่าว พื้นที่บางส่วนยากต่อการเข้าถึง เป็นต้น จึงทำให้ผู้นำชุมชนเผยแพร่ข่าวสารได้เฉพาะในกลุ่มคนใกล้ชิดเครือข่ายของตน

ส่วนสื่อวิทยุ นั้น สาเหตุที่ชาวบ้านได้มีโอกาสรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อดังกล่าวบ่อย น่าจะเนื่องด้วยสื่อวิทยุเป็นสื่อที่มีความสะดวก ง่ายต่อการเข้าถึง คือ สื่อวิทยุมีราคาถูกชาวบ้านสามารถซื้อหาเป็นเจ้าของได้ สามารถพกพาสื่อวิทยุติดตัวไปทำงาน และฟังวิทยุในขณะที่ทำงานไปด้วย เช่น ไปทำไร่ทำสวน ขยายของในตลาด ทำงานในสำนักงาน เป็นต้น อีกทั้ง รายการวิทยุของ กฟผ.แม่เมาะ มีการใช้ภาษาท้องถิ่นจัตราการ จึงทำให้ข่าวสารเข้าถึงชาวบ้านได้ง่ายขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ เสถียร เขยประทับ (2538) ที่ว่าการสื่อสารที่เสนอแนะให้คนเปลี่ยนทัศนคติ ความเชื่อ และพฤติกรรมจึงต้องเข้าใจถึงและทำให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมของประชาชน

และจากการศึกษาในส่วนของประเด็นการรับรู้ นั้นพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้เกี่ยวกับกิจกรรมสถานที่ท่องเที่ยวของอำเภอแม่เมาะมากที่สุด อาจจะเป็นเพราะการเผยแพร่ข้อมูลจาก

หน่วยงานต่างๆ ทั้งจากการเผยแพร่ของ กฟผ.แม่เมาะเอง จะมีการจัดเทศกาลท่องเที่ยวแม่เมาะ (Mae Moh Festival) เชิญดารานักแสดงที่มีชื่อเสียงมาร่วมงาน และการเผยแพร่ของหน่วยงานภายนอก เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สื่อมวลชนต่างๆ ทั้งโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ หนังสือท่องเที่ยว ที่แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดลำปาง ส่งผลให้ชาวบ้านมีการรับรู้ จำจดข่าวสารประเด็นดังกล่าวได้มากกว่าประเด็นอื่นอย่างประเด็นการพัฒนาชุมชน สอดคล้องกับที่ เสถียร เศษประทับ (2538) กล่าวไว้ว่า หลักข้อหนึ่งของการสื่อสารที่มีประสิทธิผล คือ ต้องทำให้สารของตนเด่นกว่าสารอื่นๆ และได้รับความสนใจจากผู้รับสาร โดยทำการสื่อสารบ่อยๆ และ ใช้ผู้ส่งสารที่อยู่ในความสนใจของประชาชน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับกระบวนการเลือกสรรในการรับรู้ของ Klapper (1960) ว่า การเลือกรับหรือใช้ (Selective Exposure) การบุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งต่างๆ ตามความสนใจและความต้องการของตนเอง ดังที่ชาวบ้านย่อมมีความสนใจ อยากรู้ในเรื่องราวต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับชุมชนของตนเอง ก็จะมีการเปิดรับสื่อและข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับชุมชนของตนเอง เป็นต้น

### 3 การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของชุมชนที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะ

ผลการวิจัยพบว่า สื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์ บุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ หอกระจายข่าว กิจกรรมที่ กฟผ.แม่เมาะจัดขึ้น ตลอดจนสื่ออินเทอร์เน็ต ที่ กฟผ.แม่เมาะ ใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารไปยังชาวบ้านนั้น มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของชุมชนเป็นไปในทิศทางที่เป็นบวก เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1 อธิบายได้ว่า ถ้าชุมชนได้รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะผ่านสื่อต่างๆ มาก ทัศนคติที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะ ก็จะดีตามไปด้วย ในขณะที่เดียวกันหากชาวบ้านรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะผ่านสื่อต่างๆ น้อย ทัศนคติที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะ ก็จะดีน้อยตามไปด้วย

ซึ่งสอดคล้องกับกับที่ Bhattacharya & Sen. (2004) ที่กล่าวว่า ผลลัพธ์ภายในที่เกี่ยวข้องกับประเด็นกิจกรรม ในด้านการรับรู้ (Awareness) ซึ่งพบว่าเมื่อองค์การได้ทำกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมไปแล้วนั้นและได้ทำการสื่อสารและส่งเสริมกิจกรรมเกี่ยวกับกิจกรรมดังกล่าวไปด้วย ก็จะมีส่วนทำให้สังคมเกิดความตระหนักรู้เกี่ยวกับประเด็นปัญหานั้นมากขึ้น และในเรื่องการเกิดทัศนคติ (Attitudes) นั้นคือ เมื่อองค์การได้ดำเนินการและสนับสนุนการทำกิจกรรมเพื่อสังคมแล้ว ก็จะมีผลนำไปสู่การเกิดทัศนคติที่ดีของผู้บริโภคที่มีต่อประเด็นสังคมนั้นๆ ทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ กรรณิการ์ อัสวทรเดชา (2547) ในการการสำรวจความคิดเห็นและทัศนคติของชุมชน ต.ห้วยเขย่ง อ.ทองผาภูมิ จ.กาญจนบุรี ที่มีต่อโครงการอนุรักษ์และฟื้นฟูพื้นที่ป่า 30,000 ไร่ พบว่า ความคิดเห็นและทัศนคติของประชาชนและผู้นำความคิดมีความสอดคล้องกัน คือ มีภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น ความรู้สึกจากเดิมที่รู้สึกต่อต้านและไม่ชื่นชอบ การเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับ

กิจกรรมต่างๆในโครงการพบว่า ใช้สื่อหลายช่องทาง ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อบุคคลที่เป็นทั้งเจ้าหน้าที่ ปตท. และผู้นำทางความคิด ข่าวสารแพร่กระจายทั่วถึง ไปสู่ชาวบ้าน ทำให้ชาวบ้านรับทราบ กิจกรรมต่างๆของ ปตท. และทำให้ภาพลักษณ์ของปตท. ดีขึ้นในสายตาชุมชน

จากการศึกษาพบว่า เจ้าหน้าที่นั้นมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการสื่อสารเพื่อชักจูงโน้มน้าวให้ ชาวบ้านเกิดทัศนคติที่ดีต่อกิจกรรม ซึ่งด้วยบุคคลที่เป็นกันเอง ไม่ถือตัวของเจ้าหน้าที่ประกอบการลงพื้นที่เพื่อพบปะชาวบ้านอย่างสม่ำเสมอ นั้น เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดความคุ้นเคย ซึ่ง ความคุ้นเคยดังกล่าวได้ส่งผลให้เจ้าหน้าที่สามารถสื่อสารกับชาวบ้านได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เมื่อ มีความคุ้นเคยมาประกอบกับความรู้ความสามารถในการพัฒนาชุมชนที่เจ้าหน้าที่มี ทำให้ชาวบ้าน เมื่อรับสารจากเจ้าหน้าที่แล้วก็มีแนวโน้มจะเกิดทัศนคติที่ดีต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ตามมาด้วย สอดคล้องกับ JamesMcCorskey (1987) กล่าวว่า วั้วว่า ปัจจัยที่ทำให้สื่อบุคคลในฐานะผู้ส่ง สารมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ คือ ความน่าเชื่อถือ ความรู้สึกที่ผู้รับสารรู้สึกว่ามีผู้ส่งสาร น่าไว้วางใจและมีความสามารถ ถ้าผู้รับสารมีความรู้สึกว่ามีผู้ส่งสารมีความน่าเชื่อถือแล้ว ผู้รับสารก็ มีแนวโน้มที่จะยอมรับสารจากพวกเขาเหล่านั้น สอดคล้องกับแนวคิดของ Aronson and Golden (1962) ที่กล่าวว่า สื่อบุคคลจะได้รับความเชื่อถือนั้นจะต้องเป็นผู้ที่ชำนาญเฉพาะด้าน โดยเป็นความ ชำนาญจากประสบการณ์มากกว่าการศึกษาหรือสภาพทางสังคม ซึ่งผู้วิจัยวิเคราะห์ได้ว่า เจ้าหน้าที่ที่ลงพื้นที่ไปพบชาวบ้านนั้น มีความน่าเชื่อถือและความรู้ที่สามารถสื่อสารจนก่อให้เกิด ทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมได้ในที่สุด

#### 4 การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะมีความสัมพันธ์กับการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ

ผลการวิจัยพบว่า สื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์ บุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ หอกระจายข่าว กิจกรรมที่ กฟผ.แม่เมาะจัดขึ้น ตลอดจนสื่ออินเทอร์เน็ต ที่ กฟผ.แม่เมาะ ใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารไปยัง ชาวบ้านนั้น มีความสัมพันธ์กับการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะของชาวบ้านเป็นไปในทิศทางที่เป็นบวก เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2 อธิบายได้ว่า ถ้าชุมชนได้รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะผ่านสื่อต่างๆมาก การยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ ก็จะมีสูงตามไปด้วย ในขณะที่เดียวกันหากชาวบ้านรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ ผ่านสื่อต่างๆน้อย การยอมรับ กฟผ.แม่เมาะก็จะต่ำลงตามไปด้วย

จากผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ในประเด็นที่ชาวบ้านรับรู้มากที่สุด คือ กิจกรรมสถานที่ท่องเที่ยวของอำเภอแม่เมาะ ดังนั้นจึงทำให้วิเคราะห์ได้ว่า เมื่อชาวบ้านมีการรับรู้เกี่ยวกับกิจกรรม ดังกล่าวแล้วเห็นว่าเป็นกิจกรรมที่มีประโยชน์ แนวโน้มที่ชาวบ้านที่ชาวบ้านจะเข้ามามีส่วนร่วมจึง มีมากขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ William Reeder (1983) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้ประชาชน บุคคลและกลุ่มบุคคลเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมใดๆก็ต่อเมื่อกิจกรรมนั้นมีเป้าหมายที่จะส่งเสริม

และปกป้องรักษาผลประโยชน์ของตน การสื่อสารเรื่องราวเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมผ่านสื่อต่างๆดังกล่าว สามารถทำให้ชาวบ้านเข้าร่วมกิจกรรมมากขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ Rogers (1973) ที่กล่าวเกี่ยวกับการสื่อสารว่าสามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับสารได้

นอกจากนี้การรับรู้จากสื่อบุคคลยังมีบทบาทสำคัญในการชักจูงให้ชาวบ้านเข้าร่วมกิจกรรมโดยสื่อบุคคลดังกล่าวคือ เจ้าหน้าที่ กฟผ.แม่เมาะซึ่งทำการสื่อสารด้วยระบบการสื่อสารระหว่างบุคคลกับชาวบ้านเพื่อชักชวนให้เข้าร่วมกิจกรรม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Lazarfeld and Manzel (1968) ที่กล่าวว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในการชักจูงใจให้ผู้รับสารเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม อีกทั้งการสื่อสารแบบเผชิญหน้ากัน สามารถทำให้เจ้าหน้าที่ปรับเปลี่ยนการสื่อสารไปตามสถานการณ์และลักษณะของชาวบ้านที่ทำการสื่อสารด้วยได้ ประกอบกับความเป็นกันเองของเจ้าหน้าที่ สามารถทำให้ชาวบ้านรู้สึกเป็นกันเองไม่อึดอัดที่จะคุยด้วย ส่งผลให้ชาวบ้านยอมรับเรื่องราวที่เจ้าหน้าที่สื่อสารออกไปได้ง่ายขึ้น ทำให้ประสิทธิภาพในการสื่อสารมีเพิ่มมากขึ้น

ทั้งนี้สื่อบุคคลที่เป็น ผู้นำในชุมชน ยังมีบทบาทสำคัญในการกระตุ้น และจูงใจให้ชาวบ้านมาเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรพล กาญจนะจิตรา (2521) ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของคนไทยในชนบท พบว่า การที่ชาวชนบทเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ เป็นเพราะมีลักษณะนิสัยของคนใน 2 สิ่ง คือ ความเกรงใจ และ กำลังใจ คือ ชาวชนบทเมื่อได้รับการร้องขอจากผู้ที่เขาเคารพนับถือ เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ให้ไปร่วมกิจกรรมของชุมชนเขาจะมีความรู้สึกเกรงใจทำให้ต้องเข้าไปมีส่วนร่วม และถ้าหากกิจกรรมของชุมชนมีข้าราชการไปปรากฏตัวอยู่ด้วยก็เกิดมีกำลังใจในการทำงาน และอยากจะเข้าร่วมในกิจกรรมนั้นๆด้วย

## 5 ทักษะจิตของชุมชนที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะมีความสัมพันธ์กับการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะของชุมชน

ผลการวิจัยพบว่า ทักษะจิตของชุมชนที่มี กฟผ.แม่เมาะมีความสัมพันธ์กับการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ ในทิศทางที่เป็นบวก เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3 อธิบายได้ว่า ถ้ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่ดีต่อ กฟผ.แม่เมาะ การยอมรับก็จะยิ่งมากตามไปด้วย สอดคล้องกับที่ Harry C. Triandis ที่กล่าวว่า พฤติกรรมหรือการปฏิบัติจิงมนุษย์เป็นผลมาจากทัศนคติ (Attitude) บรรทัดฐานของสังคม (Norms) นิสัย (Habbits) และผลที่คาดว่าจะได้รับหลังจากทำพฤติกรรมนั้นแล้ว (Experience about Reinforcement) ดังนั้น ทั้งการปฏิบัติหรือพฤติกรรมที่แสดงออกที่สังเกตได้กับทัศนคติต่างก็มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน และยังเป็นไปตามที่ Rogers (1978) กล่าวไว้ที่ว่า การสื่อสารก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้และทัศนคติ และก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับสาร นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับที่ Zimbardo and Ebbesen (1970) กล่าวไว้ว่า พฤติกรรม (Behavioral component) เป็นความโน้มเอียงของบุคคลที่แสดงพฤติกรรมตอบโต้ได้อย่างใดอย่างหนึ่งออกมา ซึ่ง

สิ่งที่แสดงออกมานั้นเกิดจากความรู้สึกที่เขาอยู่เกี่ยวกับเหตุการณ์หรือบุคคลนั่นเอง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัทธ์ชัย ชุมงคล (2549) ที่ศึกษาเรื่องกลยุทธ์และผลสัมฤทธิ์การสร้างความสัมพันธ์ของโรงไฟฟ้าราชบุรี ผลการศึกษาพบว่า ผลการดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์นั้นทำให้ชุมชนมีทัศนคติที่ดีต่อโรงไฟฟ้า โดยเป็นผลมาจากกิจกรรมในโครงการโรงไฟฟ้าราชบุรีพัฒนา ซึ่งทัศนคติที่ดีของชุมชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการยอมรับโรงไฟฟ้า

แต่จากข้อมูลในรายละเอียดของการเข้าร่วมกิจกรรมในแต่ละกิจกรรม พบว่า มีค่าเฉลี่ยการเข้าร่วมในแต่ละกิจกรรม พบว่า มีค่าเฉลี่ยการเข้าร่วมที่ส่วนใหญ่อยู่ในปริมาณน้อย โดยกลุ่มตัวอย่างเข้าร่วมในกิจกรรมแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมา คือ การเข้าชมพิพิธภัณฑ์ศูนย์ถ่านหินลิกไนต์ศึกษา อุปสรรคหนึ่งในการเข้าร่วมกิจกรรม คือ เวลาที่ชาวบ้านจะมีให้ เพราะชาวบ้านมีความจำเป็นต้องประกอบอาชีพและทำภารกิจงานของตน เวลาที่ให้กับกิจกรรมพัฒนาต่างๆจึงมีน้อย สอดคล้องกับที่ William Reeder (1963) ได้กล่าวถึง ปัจจัยที่ทำให้ประชาชนเข้ามามีส่วนหรือไม่เข้ามามีส่วนร่วมว่า บุคคลและกลุ่มบุคคลจะเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมใดๆ ย่อมขึ้นอยู่กับโอกาสที่เอื้ออำนวย

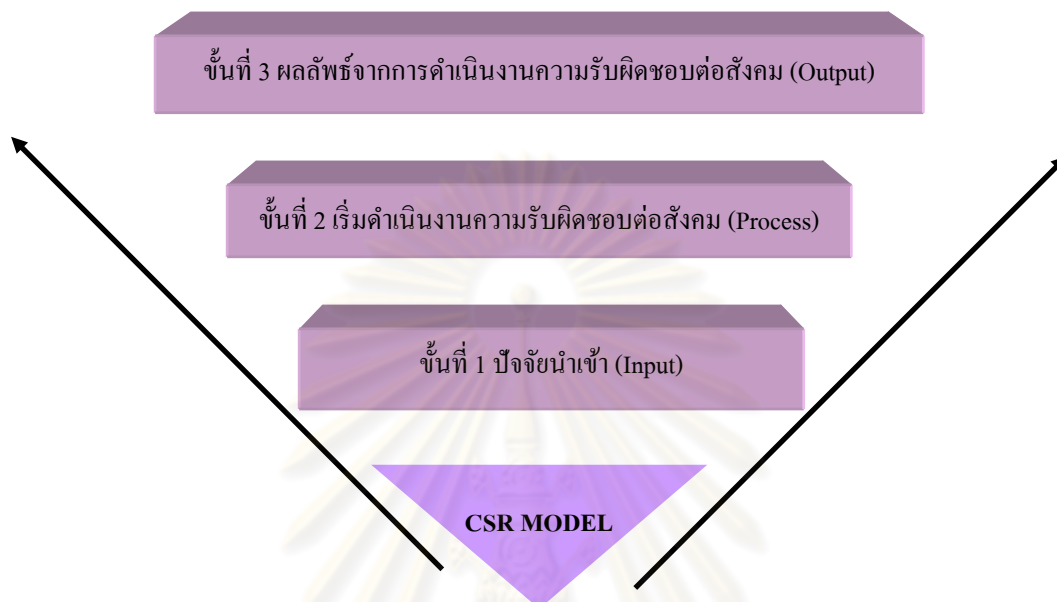
### ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากผลการศึกษาประกอบกับแนวคิดที่ใช้ในการอภิปรายผล ผู้วิจัยจึงประมวลข้อมูลทั้ง 2 ส่วน เพื่อนำเสนอเป็นแบบจำลองการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY MODEL: CSR MODEL) เพื่อให้ได้มาซึ่งการยอมรับและให้ความร่วมมือจากชุมชน สามารถสรุปได้ ดังนี้

อันดับแรกผู้บริหารองค์กรควรตระหนักและให้ความสำคัญกับการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร โดยกำหนดเป็นพันธกิจ หรือ เป้าหมายสูงสุดขององค์กร เพื่อเป็นการวางแนวทางให้พนักงานทุกคนในองค์กรรับทราบถึงแนวทางการดำเนินงานขององค์กรที่มีได้มีการดำเนินการเพื่อแสวงหาผลกำไรเพื่ออย่างเดียว แต่ยังมีการดำเนินการอย่างห่วงใยสังคมด้วย และทำให้พนักงานสามารถปฏิบัติตนในการช่วยส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรได้

ในการดำเนินงานเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทั้งฝ่ายพัฒนาและฝ่ายสื่อสาร เพื่อให้กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นเกิดประสิทธิภาพสูงสุด เพราะการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น แม้ว่าองค์กรจะมีการทำกิจกรรมมากมาย และกิจกรรมนั้นมีประโยชน์หรือดีเยี่ยมสักเพียงใด แต่ถ้ากิจกรรมที่ดำเนินนั้นไม่มีใครรับทราบ ผลลัพธ์ของการดำเนินกิจกรรมก็เท่ากับสูญเปล่า ดังนั้นทั้งฝ่ายพัฒนาและฝ่ายสื่อสารจึงต้องประสานการทำงานควบคู่กันไป โดยฝ่ายพัฒนาที่วางแผนงานเพื่อพัฒนาชุมชนขณะเดียวกันก็มีการใช้เทคนิคใน

เรื่องการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับคนในชุมชน นอกจากนี้ฝ่ายสื่อสารและฝ่ายพัฒนาที่ช่วยกันคัดเลือกเรื่อง ประเด็นข่าวสารงานพัฒนา และการใช้สื่อที่จะนำเสนอออกไปยังชาวบ้านและสาธารณชน ให้เกิดประสิทธิภาพและครอบคลุมผู้รับสารมากที่สุด อันจะนำกลับมาซึ่งภาพลักษณ์อันดีและการยอมรับจากชุมชน



ภาพที่ 22 ขั้นตอนในแบบจำลองการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

โดยฝ่ายพัฒนาและฝ่ายสื่อสารจะต้องทำความเข้าใจกับปัจจัยนำเข้าก่อนเริ่มดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนี้

### ขั้นที่ 1 : ปัจจัยนำเข้า (Input)

ก่อนเริ่มต้นดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น องค์กรควรจะศึกษาปัจจัยนำเข้าที่มีต่อผลสำเร็จของการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม 3 ประการ ดังนี้

#### 1. ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility)

เจ้าหน้าที่จะต้องทำความเข้าใจก่อนเริ่มกิจกรรมก่อนว่า การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นสิ่งที่องค์กรไม่สามารถหลีกเลี่ยงปฏิบัติได้ ทั้งนี้ด้วยแรงกดดันจากประชาคมโลกที่ต้องการให้องค์กรต่างๆดำเนินงานเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน ประกอบกับการดำเนินกิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมจะให้ผลตอบแทนที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กรทั้งในด้านความมั่นคงกิจการ สนับสนุนผลประโยชน์ ความมีชื่อเสียง และที่สำคัญคือรักษาความยั่งยืนไว้ให้ชนรุ่นต่อไป องค์กรธุรกิจจะถูกคาดหวังจากสังคมอย่างมากที่จะต้องแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ในอนาคตองค์กรที่ไม่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมอาจจะอยู่ไม่ได้ แต่ทั้งนี้การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

ขององค์กรจะต้องเป็นไปด้วยความสมัครใจ ปรารถนาจะพัฒนาสังคมด้วยความจริงใจ มิใช่ทำเพราะข้อกฎหมายบังคับ

## 2. กิจกรรมพัฒนา + การสื่อสาร (Development + Communication)

ก่อนที่จะเริ่มดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น เจ้าหน้าที่จะต้องทำความเข้าใจในกรอบของการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเสียก่อนว่า มิได้จำกัดแต่มีติในงานพัฒนาชุมชนเท่านั้น แต่ยังครอบคลุมไปถึงการสื่อสารกับชุมชนด้วย ดังนั้นกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมจึงเป็นทั้งงานพัฒนาและงานสื่อสารในเวลาเดียวกัน

## 3. ชุมชน (Community)

ชุมชน คือ เป้าหมายในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนั้นองค์กรจึงต้องศึกษาให้ทราบถึงข้อมูลชุมชน (Community Information) ในทุกด้านที่จำเป็นต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น ลักษณะทางกายภาพของชุมชน เช่น จำนวนวัด จำนวนโรงเรียน สถานที่ราชการต่างๆ แหล่งที่ตั้งของสถานที่เหล่านั้น รวมทั้งลักษณะทางประชากรของคนในชุมชน ปัญหาในชุมชน ตลอดจนความต้องการของชุมชนในด้านต่างๆ เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาประกอบการวางแผนงานพัฒนาและงานสื่อสารต่อไป

เมื่อเจ้าหน้าที่ได้ทำความเข้าใจเกี่ยวกับ แนวคิดเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร , กรอบการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ตลอดจนทำการศึกษาหาข้อมูลชุมชนเรียบร้อยแล้ว จึงสามารถเริ่มดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมได้

## ขั้นที่ 2 : เริ่มดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (Process)

ในขั้นการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมทั้ง 3 ขั้นตอนเริ่มตั้งแต่การวางแผนกิจกรรม , การดำเนินกิจกรรม จนถึงการประเมินผล ควรมีการดึงชาวบ้านในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมดำเนินงานกับเจ้าหน้าที่ เป็นการทำงานพัฒนาอย่างมีส่วนร่วม เพื่อให้เป็นการพัฒนาและตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของคนในชุมชนเอง รวมทั้งให้ชุมชนเองมีความรู้สึกเป็นเจ้าของในกิจกรรมพัฒนาร่วมกัน ก็จะก่อให้เกิดความรัก และความภาคภูมิใจ นำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน ทั้งชาวบ้านเองก็มีทัศนคติที่ดีและยอมรับองค์กรให้เข้ามาตั้งในชุมชน

### 1) การวางแผน (Planning)

การวางแผนงานเพื่อการสื่อสารและการพัฒนา ซึ่งแผนพัฒนานั้นควรจัดให้มีกิจกรรมพัฒนาครอบคลุมทั้ง 2 มิติ มิติภายในที่ควบคุมกระบวนการดำเนินงานภายในของ

องค์กรไม่ให้ส่งผลกระทบต่อชุมชน และ มิติภายนอก ที่ช่วยส่งเสริมพัฒนาชุมชนให้ดีขึ้น ในขั้นตอนนี้ควรดึงให้ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมด้วย เพื่อการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และ การพัฒนาที่สอดคล้องกับชุมชน

## 2) การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (Action)

ในการพัฒนาต้องนำชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมดำเนินการด้วยเพื่อสร้างความสัมพันธ์ไปด้วย ส่วนการดำเนินการสื่อสารก็ต้องเป็นการสื่อสาร 2 ทางเพื่อสร้างความเข้าใจ

## 3) การประเมินผล (Evaluation)

การประเมินผลการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างมาก เพื่อที่จะได้ทราบถึงผลการปฏิบัติงานขององค์กรในภาพรวม วัดผลสำเร็จ ตรวจสอบชี้จุดด้อย โดยจะวัดผลที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจกรรม คือ

- การพัฒนาที่ควรวัดที่ระดับความพึงพอใจที่เกิดจากการร่วมมือร่วมใจพัฒนาชุมชน
- การสื่อสารที่ควรวัดที่ความเข้าใจในประเด็นของการดำเนินกิจกรรม

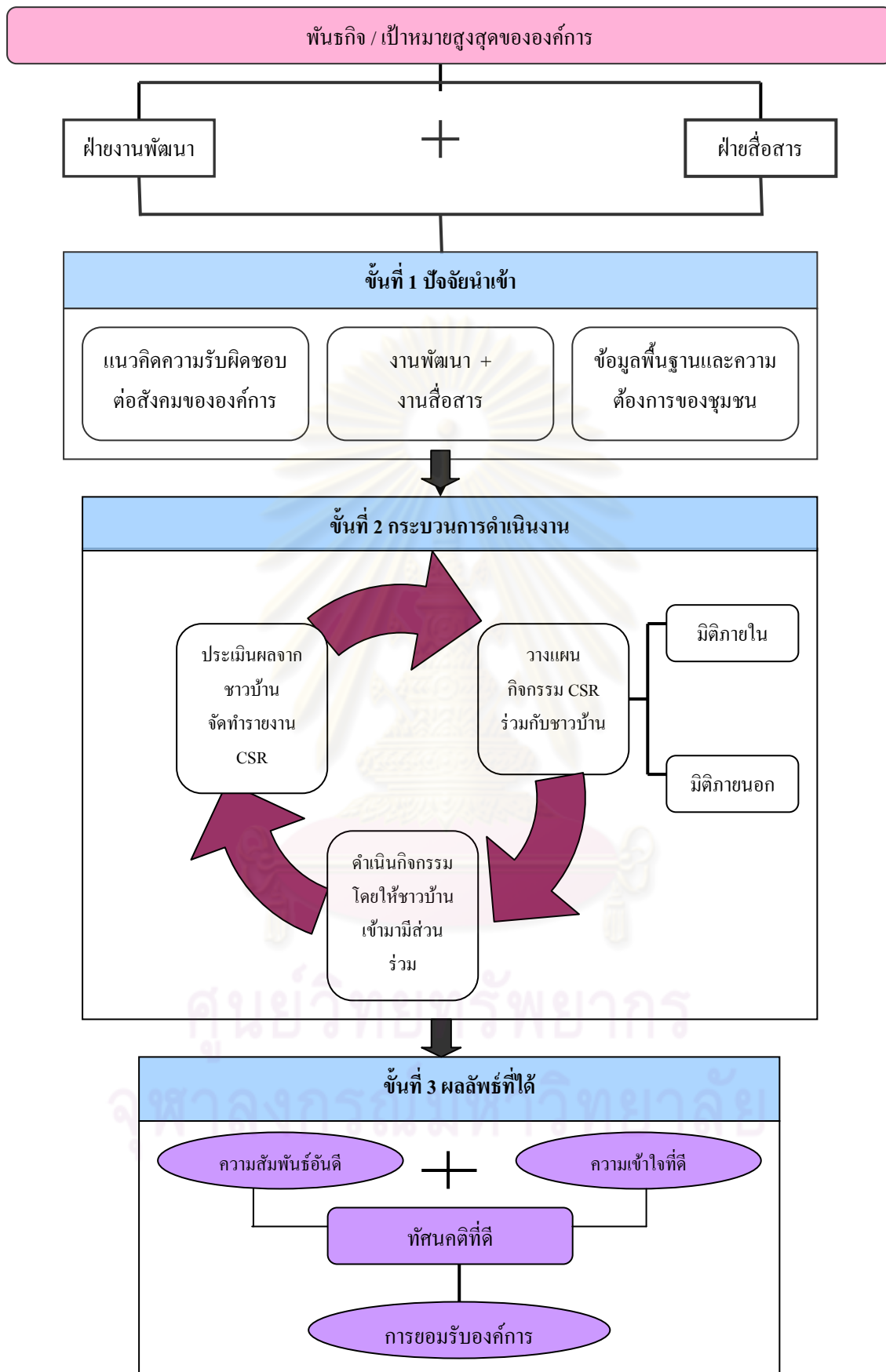
และองค์กรควรมีการจัดทำรายงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR Annual Report) เพื่อเป็นการยกระดับมาตรฐานการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรให้สูงขึ้น

## ขั้นที่ 3 : ผลลัพธ์จากการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (Output)

ข่าวสารจะสร้างความเข้าใจอันดี (Good Understanding) และการพัฒนาจะสร้างความสัมพันธ์ที่ดี (Good relations) ความเข้าใจและความสัมพันธ์ที่ดีจะก่อให้เกิดทัศนคติที่เป็นบวก (Attitude Positive) ต่อองค์กร และทัศนคติที่ดีจะสร้างการยอมรับ (Acceptance) และความร่วมมืออันดี (Good Co-operation) ระหว่างองค์กรกับชุมชนในที่สุด ซึ่งจะทำให้องค์กรไม่เพียงตั้งอยู่บนพื้นที่ในชุมชนเท่านั้นแต่ยังจะเข้าไปตั้งอยู่ในหัวใจชุมชนอีกด้วย

จากผลการศึกษาวិจัยประกอบกับแนวคิดที่ใช้ในการอภิปรายผล สามารถนำมาสรุปเป็นแบบจำลองการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY MODEL: CSR MODEL) ที่เหมาะสมสำหรับองค์กรที่ตั้งอยู่หรือที่จะเข้าไปดำเนินการที่อาจส่งผลกระทบต่อในพื้นที่ชุมชนยังมีความต้องการการพัฒนาในด้านต่างๆ ได้ดังนี้





ภาพที่ 23 แบบจำลองการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

## 1. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับกระบวนการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

การที่องค์กรเข้ามาดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น มีเหตุผลอยู่ 2 ประการ คือ 1) เพื่อร่วมสร้างความเจริญ พัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนให้ดีขึ้นในฐานะสมาชิกที่ดีของชุมชน และ 2) เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรและชุมชน แต่จากการศึกษาถึงการดำเนินงานกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ ที่มีการดำเนินกิจกรรมทางด้านสิ่งแวดล้อมและด้านชุมชน ยังพบข้อจำกัดบางประการ ดังนี้

### 1.1 การกระจุกตัวของผู้ได้รับผลประโยชน์

การประสานงานในชุมชนนั้น มีความจำเป็นต้องประสานงานผ่านผู้นำชุมชนเพื่อขอเข้าไปทำงานในพื้นที่ แม้การประสานงานดังกล่าวจะสะดวกต่อการดำเนินงาน ประหยัดเวลา และงบประมาณมากกว่าการลงไปพบชาวบ้านเองทั้งพื้นที่ แต่วิธีการนี้มีข้อจำกัดอย่างเด่นชัดคือ เกิดการกระจุกตัวของผู้ได้รับผลประโยชน์ จากการศึกษาในพื้นที่มีชาวบ้านบางส่วนรู้สึกไม่พอใจต่อการดำเนินกิจกรรมที่มุ่งสร้างประโยชน์ให้แก่กลุ่มผู้นำและพวกพ้องเท่านั้น เช่น สิทธิในการไปศึกษาดูงาน การเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ เมื่อเป็นการประสานงานผ่านผู้นำชุมชน มักเลือกเฉพาะพวกพ้องของตน ไปร่วมรับผลประโยชน์เท่านั้น

เมื่อกลุ่มผู้ได้รับผลประโยชน์กระจุกตัว ความไม่พอใจจึงเกิดกับผู้ที่ไม่ได้รับผลประโยชน์ ซึ่งก็คือ คนที่ไม่ใช่พวกพ้องของผู้นำชุมชนนั้น ความรู้สึกคับข้องใจของกลุ่มดังกล่าว อาจขยายตัวจากการไม่พอใจในตัวผู้นำมาถึงความไม่พอใจในองค์กรได้ ด้วยเหตุแห่งการกระจุกตัวนี้ จะก่อให้เกิดความพอใจเทียมขึ้นในพื้นที่ กล่าวคือ ความพึงพอใจในกิจกรรมก็จะกระจุกตัวอยู่เพียงคนกลุ่มหนึ่งในชุมชนที่เป็นเครือข่ายของผู้นำเท่านั้น การวัดความพอใจจากกิจกรรมต่างๆที่จัดขึ้นจึงเชื่อถือได้ในระดับหนึ่งเท่านั้น

ดังนั้น นอกจากการประสานงานผ่านผู้นำชุมชนแล้ว เจ้าหน้าที่ควรค้นหาผู้นำตามธรรมชาติที่เป็นที่ยอมรับของชาวบ้านอีกทางหนึ่งด้วย เป็นการขจัดข้อจำกัดดังกล่าว เพื่อขยายฐานกลุ่มผู้ได้รับผลประโยชน์ให้ชุมชนกว้างขวางมากขึ้น

### 1.2 พนักงานของ กฟผ.แม่เมาะส่วนใหญ่ไม่เข้าใจแนวคิดของความรับผิดชอบต่อสังคม

ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นมิใช่เป็นเพียงหน้าที่ของหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งในองค์กรเท่านั้น เพราะพนักงานทุกคนในองค์กรถือเป็นตัวแทนขององค์กร และมีผลต่อการมีทัศนคติที่ดีและไม่ดีจากชาวบ้านกลับมายังองค์กร แม้รูปแบบการดำเนินกิจกรรมขององค์กรจะดีต่อชาวบ้าน แต่อคติที่มีต่อตัวบุคคลก็ไม่อาจหักล้างกันได้ ทำให้ภาพลักษณ์การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นเพียงแค่ความฉาบฉวยสร้างภาพให้ออกมาสวยงามเท่านั้น ซึ่งจากการศึกษาพบว่าชาวบ้านบางส่วนมีความไม่พอใจเจ้าหน้าที่บางคนของ กฟผ.แม่เมาะ เนื่องจากวางตัวไม่เหมาะสมทำตัวไม่เป็นกันเอง มองว่าชาวบ้านอยู่

ในชนชั้นที่ต่ำกว่า ซึ่งส่งผลทำให้ชาวบ้านมีทัศนคติไม่ดีกลับมาอีก กฟผ.แม่เมาะด้วย โดยพนักงานส่วนใหญ่ก็อาจจะมองว่าเรื่องการสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนเป็นหน้าที่ของหน่วยงานด้านสังคมโดยเฉพาะ คนไม่มีหน้าที่หรือจำเป็นต้องสร้างความสัมพันธ์กับชาวบ้าน

ดังนั้นแล้วเพื่อให้การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ มีประสิทธิภาพสูงสุด องค์กรจะต้องดึงพนักงานเข้ามามีส่วนร่วมกับงานด้านสังคมขององค์กร ด้วยการกระตุ้นเสริมสร้างจิตสำนึกให้พนักงานของ กฟผ.แม่เมาะเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม เพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น ให้เกิดความรู้ความเข้าใจความรู้สึกที่ดีต่อชุมชน สร้างจิตอาสาให้มีจิตสาธารณะและความเสียสละ เพื่อให้เข้าถึงชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ การดึงพนักงานเข้ามามีส่วนร่วมกับงานด้านสังคมขององค์กร ยังช่วยสร้างความภาคภูมิใจให้แก่พนักงานที่มีโอกาสได้ช่วยเหลือสังคม เพราะในความเป็นจริงพนักงานอาจไม่มีเงินมากมายที่จะสามารถไปบริจาคให้กับองค์กรเพื่อสังคมต่างๆหรือหากทำได้ก็เพียงเล็กน้อย แต่หากองค์กรมีโอกาสนำพนักงานไปทำประโยชน์เพื่อสังคมทั้งการเสียสละเงินหรือ แรงกาย ก็จะทำให้พนักงานเกิดความปลื้มใจว่าพวกเขาไม่ได้ทำงานให้กับองค์กรอย่างเดียวแต่ยังทำเพื่อสังคมด้วย ทั้งยังทำให้พนักงานเกิดความภูมิใจและความภาคภูมิใจต่อองค์กรด้วย

### 1.3 การเปิดโอกาสให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนามากกว่าปัจจุบัน

การจะทำโครงการหรือกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมให้เกิดประสิทธิผลดีที่สุดทั้งต่อสังคม ชุมชน หรือองค์กรเองนั้น ควรเป็นการดำเนินการที่สอดคล้องกับสภาพชุมชน สังคม วัฒนธรรม และตั้งอยู่บนความต้องการที่แท้จริงของคนในชุมชนเอง วิธีการหนึ่งที่จะช่วยให้กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ ดำเนินงานได้อย่างราบรื่นและสอดคล้องกับความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง คือ การพัฒนาอย่างมีส่วนร่วมของชาวบ้านในพื้นที่ เพราะคนในพื้นที่ย่อมรู้และเข้าใจถึงสภาพปัญหา ความต้องการของท้องถิ่นเป็นอย่างดี ดังนั้นการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในขั้นตอนการพัฒนาต่างๆ จึงเป็นการสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของ และแก้ไขปัญหาของท้องถิ่นได้ตรงกับความต้องการมากขึ้น

จากการศึกษาการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ พบว่าแม้ กฟผ.แม่เมาะ จะเปิดโอกาสให้ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในขั้นตอนต่างของการพัฒนาเริ่มตั้งแต่ การค้นหาความต้องการ การดำเนินงาน และการประเมินผลแล้ว แต่ชาวบ้านก็ยังไม่สนใจในการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่ กฟผ.เต็มที่นัก เนื่องจากมีการกระโดดตัวของผู้รับผลประโยชน์ จึงทำให้ชาวบ้านมองว่าผู้ที่ได้รับผลประโยชน์แท้จริงแล้วคือ กฟผ.แม่เมาะ

ดังนั้น วิธีการแก้ไขปัญหาดังกล่าว ทาง กฟผ.แม่เมาะ จึงควรรับคนในพื้นที่อำเภอแม่เมาะเองที่มีความรู้ความสามารถในการทำงานด้านพัฒนาสังคม เข้ามาทำงานเป็นส่วนหนึ่งในหน่วยงานด้านสังคมโดยเฉพาะ เพราะแน่นอนว่าคนในพื้นที่เองย่อมมีความรู้ความเข้าใจใน

สภาพชุมชนของตนเองอยู่แล้ว ข้อดีอีกประการหนึ่ง คือ คนเหล่านี้สามารถเป็นตัวกลางเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่าง กฟผ.แม่เมาะ กับชุมชนได้อย่างดี เมื่อลูกหลานของชุมชนเองมาชี้แจงข้อมูลข่าวสารของ กฟผ.แม่เมาะ คนในชุมชนก็จะเกิดความเชื่อใจ มั่นใจกับข่าวที่ได้รับมา ไม่คิดว่าเป็นข้อแก้ตัว ทั้งยังมีทัศนคติที่ดีต่อ กฟผ.แม่เมาะในเรื่องที่ทำให้คนในชุมชนมีงานทำอีกด้วย ทั้งยังเป็นการปลูกฝังจิตสำนึกที่ดีแก่เยาวชนในชุมชน ให้มีความสำนึกรักชุมชนของตนเอง และเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาชุมชนต่อไป ทั้งนี้จากการสังเกตในพื้นที่พบว่า การร่วมรับผลประโยชน์นั้นสามารถสร้างแค่เพียงความพึงพอใจ แต่การได้เข้ามาร่วมสร้างประโยชน์ให้กับชุมชน โดยมีองค์การสนับสนุนนั้นจะสามารถสร้างทั้งความพึงพอใจและความผูกพันได้ถึงวันหนึ่งผลประโยชน์อาจหมดลงแต่ความสัมพันธ์ที่ดีจากการได้ร่วมกันพัฒนาชุมชนก็จะยังคงอยู่ เป็นการดำเนินงานพัฒนาที่สร้างความผูกพันที่ยั่งยืน ไม่เพียงผลประโยชน์ที่ยั่งยืนเท่านั้น

1.4 ควรมีการจัดทำรายงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ที่แยกจากรายงานผลประกอบการประจำปี (Annual Report) ซึ่งจะเป็นการวางแนวทางให้พนักงานทุกคนในองค์กรตระหนักและให้ความสำคัญต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งยังเป็นการยกระดับมาตรฐานการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรให้สูงขึ้น

## 2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการสื่อสาร

ถึงแม้องค์กรจะมีการดำเนิน โครงการหรือกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมมากมาย แต่หากไม่มีการสื่อสารเผยแพร่ให้สาธารณชนรับทราบ สิ่งที่ทำเนิการมาก็จะมีการรับรู้อยู่ในวงจำกัดเท่านั้น ดังนั้น การสื่อสารเผยแพร่จึงควรเข้ามาเป็นส่วนประกอบหนึ่งในการดำเนินงานต่างๆของโครงการหรือกิจกรรมที่องค์กรได้จัดทำขึ้น เพื่อก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร และนำไปสู่การมีทัศนคติที่ดีของชุมชนต่อองค์กร ทั้งนี้ภาพลักษณ์มิใช่สิ่งที่จะสามารถสร้างขึ้นได้ในชั่วข้ามคืน เมื่อมีการทำโครงการหรือกิจกรรมก็ควรมีการสื่อสารเผยแพร่ เพื่อให้เกิดเป็นภาพขึ้นในใจของชาวบ้านทีละเล็กทีละน้อย และในที่สุดก็จะกลายเป็นภาพลักษณ์ที่ดีขึ้นในใจของชาวบ้าน

จากการศึกษา การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ นับเป็นกิจกรรมที่พัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน ด้วยหลัก 3 ประการ คือ 1) คุณภาพของสิ่งแวดล้อมดีขึ้น 2) คุณภาพชีวิตดีขึ้น 3) เศรษฐกิจในชุมชนดีขึ้น ดังนั้นการพัฒนาที่ยั่งยืนจึงควรเป็นแนวคิดหลักในการนำเสนอภาพลักษณ์ขององค์กร ทั้งในระดับชุมชนและประเทศ

การนำเสนอภาพลักษณ์ดังกล่าว สำหรับชุมชนทั้ง 5 ตำบลในอำเภอแม่เมาะ ควรเผยแพร่กิจกรรมดังกล่าวต่อชุมชน โดยเฉพาะกิจกรรมที่ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็น

หลัก เช่น การร่วมตรวจวัดคุณภาพสิ่งแวดล้อม การปลูกป่า การมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมพัฒนา

นอกจากนี้ในการเผยแพร่ข่าวสารนั้น กฟผ.แม่เมาะใช้สื่อบุคคลเป็นสื่อหลักในการเผยแพร่ข้อมูล ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำการประสานงานกับกลุ่มผู้นำผ่านไปยังชาวบ้าน แต่จากการศึกษาพบว่า เจ้าหน้าที่ไม่อาจฝากความหวังในการสื่อสารทั้งหมดไว้กับกลุ่มผู้นำเหล่านั้นได้ ด้วยเหตุผล ดังต่อไปนี้

- ผู้นำความคิดเรื่องหนึ่งอาจไม่ใช่ผู้นำความคิดอีกเรื่องหนึ่ง

จากกลยุทธ์การสร้างสื่อบุคคลที่คาดหวังจะให้กลุ่มผู้นำที่เลือกมา ทำหน้าที่เป็นสื่อบุคคลให้กับ กฟผ.แม่เมาะ โดยเชื่อว่าผู้นำทางความคิดเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นและทัศนคติของชาวบ้าน แต่จากการศึกษาพบข้อจำกัดบางประการในกลยุทธ์ดังกล่าว คือ ผู้นำความคิดเรื่องหนึ่งอาจไม่ใช่ผู้นำความคิดอีกเรื่องหนึ่งก็ได้ การพัฒนากลุ่มเยาวชนให้สามารถสื่อสารเรื่องของ กฟผ.แม่เมาะ ได้ก็จริง แต่ก็มีได้หมายความว่าข่าวสารเกี่ยวกับ กฟผ.แม่เมาะที่สื่อสารออกไปโดยกลุ่มเยาวชนจะได้รับความเชื่อถือจากชาวบ้าน อีกทั้งกลุ่มผู้นำต่างๆยังมีภาระหน้าที่ในบทบาทของตน การคาดหวังให้ผู้นำที่สู้อุดสาหกรรมมาเพื่อทำหน้าที่ในการสื่อสารสร้างความเข้าใจนั้น เมื่อพิจารณาจากข้อจำกัดดังกล่าวแล้วจะพบว่า มีความเป็นไปได้ในระดับหนึ่งเท่านั้น

- การกระจุกตัวของข้อมูล

จากการศึกษากลยุทธ์การสร้างสื่อบุคคลพบว่า การสื่อสารของกลุ่มผู้นำโดยเฉพาะกลุ่มผู้นำชุมชนนั้น มีการกระจุกตัวของข้อมูล กล่าวคือ ผู้นำชุมชนในบางพื้นที่ไม่สื่อสารข้อมูลที่ได้รับจาก กฟผ.แม่เมาะให้ทั่วถึงทั้งชุมชน แต่กลับสื่อสารเพียงกับผู้ที่เป็กลุ่มเครือข่ายของตนเท่านั้น ทำให้ข่าวสารไปไม่ถึงชาวบ้านอย่างทั่วถึง อย่างเช่นสื่อสิ่งพิมพ์ของ กฟผ.แม่เมาะ กลุ่มผู้นำได้รับข้อมูลข่าวสารส่วนใหญ่จากสื่อสิ่งพิมพ์นี้ ในขณะที่ชาวบ้านส่วนใหญ่มีการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ของ กฟผ.แม่เมาะ ในเกณฑ์ที่ต่ำ กลยุทธ์นี้จึงประสบผลไม่เต็มที่

ด้วยข้อจำกัดทั้ง 2 ประการจึงควรปรับเปลี่ยนแนวทางกลยุทธ์การสร้างสื่อบุคคลให้ไม่จำกัดอยู่เฉพาะกลุ่มผู้นำเท่านั้น แต่ควรค้นหาผู้ส่งสารที่น่าจะมีศักยภาพในการทำการสื่อสารกับชาวบ้านได้และสามารถเข้าถึงชาวบ้านได้ดี ซึ่งอาจจะเป็นเจ้าของร้านค้าชุมชนที่มีคนเข้ามาซื้อของตลอด หรือเจ้าของรถขายของตามหมู่บ้านก็เป็นได้

▪ ข้อเสนอแนะที่สำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องดำเนินงานควบคู่กันไปเพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ที่มีประสิทธิภาพทั้งในด้านการดำเนินงานและการสื่อสาร โดยจะขาดอย่างใดอย่างหนึ่งมิได้ ข้อค้นพบที่สำคัญประการหนึ่งเกี่ยวกับการสื่อสารในกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ คือ การที่แผนกประชาสัมพันธ์ และ โครงการพัฒนาชุมชน กฟผ.แม่เมาะ แบ่งแยกการทำงานกันอย่างชัดเจน ทำให้กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ ไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร เนื่องจากเจ้าหน้าที่ใน โครงการพัฒนาชุมชน เป็นผู้วางแผนและผลักดันงานพัฒนา แต่เจ้าหน้าที่ในโครงการไม่มีความถนัดและความชำนาญในการวางแผนสื่อสาร การผลิตสื่อ และเครือข่ายสื่อต่างๆ ในการช่วยเผยแพร่ข่าวสารให้ออกไปในวงกว้างมากขึ้น ขณะที่แผนกประชาสัมพันธ์มีความพร้อม ความสามารถในการสื่อสาร แต่ไม่มีความเข้าใจในรายละเอียดของงานพัฒนา จึงทำให้ไม่สามารถสื่อสารข้อมูลด้านงานพัฒนาในเชิงลึกได้

จากการศึกษาพบว่าประเด็นข่าวสารที่ชาวบ้านในชุมชนส่วนใหญ่รับรู้ คือ เรื่องสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆของ อ.แม่เมาะที่เกิดจากการฟื้นฟูสภาพเหมือง ซึ่งอยู่ในความรับผิดชอบต่อสังคมของแผนกประชาสัมพันธ์แต่ข่าวสารด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ โครงการพัฒนาชุมชน ชาวบ้านส่วนใหญ่กลับมีการรับรู้

ดังนั้น เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว นักวางแผนพัฒนาจะต้องทำงานประสานกับฝ่ายประชาสัมพันธ์ว่าประเด็นใด กิจกรรมใด จะสามารถนำเสนอเป็นข่าวสารเพื่อบอกต่อประชาชนและสาธารณชนได้ ซึ่งนอกจากจะนำเสนอข้อมูลให้ชาวบ้านในชุมชนรับรู้แล้ว ควรมีการประสานกับสื่อมวลชนท้องถิ่นและสื่อมวลชนระดับประเทศเพื่อนำเสนอภาพลักษณ์ของ กฟผ.แม่เมาะ ว่าองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมผ่านสื่อมวลชน โดยจัดเป็นสื่อมวลชนสัญจรลงพื้นที่อำเภอแม่เมาะ เพื่อให้สื่อมวลชนทำเป็นสารคดีเผยแพร่ ความรับผิดชอบต่อสังคมเริ่มตั้งแต่กระบวนการผลิต ขยายไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตของชาวบ้านในชุมชน โดยรอบ อันจะทำให้ทุกฝ่ายรับรู้ เข้าใจถึงบริบทการทำงานขององค์กร อันจะนำมาซึ่งความเชื่อมั่น และยอมรับองค์กรต่อไป

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ข้อเสนอแนะเพื่องานวิจัยในอนาคต

1. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้ศึกษากลยุทธ์การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ ในส่วนที่เหมืองแม่เมาะเป็นผู้ดำเนินกิจกรรมเท่านั้น ซึ่งเป็นการวิจัยในวงจำกัด ไม่ครอบคลุมกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งหมด ของ กฟผ.แม่เมาะ ในการศึกษาครั้งต่อไปจึงควรศึกษาถึงการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ ในภาพรวมขององค์กร เพื่อนำมาปรับปรุงแบบกิจกรรมไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อนกัน สามารถใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดต่อไป
2. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้ศึกษากลยุทธ์การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ ในพื้นที่ 5 ตำบล ของจังหวัดลำปางเพียงแห่งเดียว ซึ่งเป็นการวิจัยในพื้นที่จำกัดและใช้อ้างอิงเฉพาะกรณีพื้นที่เป้าหมายในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะเท่านั้น ในการศึกษาครั้งต่อไปจึงควรศึกษาถึงรูปแบบการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในพื้นที่อื่นๆ เพื่อจะได้นำผลการศึกษามาเปรียบเทียบเพื่อค้นหาแนวทางการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีประสิทธิภาพที่สุดต่อไป
3. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่ผลการดำเนินการอาจส่งผลกระทบต่อชุมชนในด้านสิ่งแวดล้อม ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่ผลการดำเนินการอาจส่งผลกระทบต่อชุมชนในด้านเศรษฐกิจ เช่น กรณีห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ที่เข้าไปตั้งในพื้นที่ชุมชนต่างๆ ว่ามีการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างไร เพื่อนำผลที่ได้มาศึกษาเปรียบเทียบกันว่าระหว่างองค์กรที่มีผลกระทบต่อด้านสิ่งแวดล้อมมีการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเหมือนหรือต่างกันอย่างไรกับองค์กรที่มีผลกระทบต่อชุมชนด้านเศรษฐกิจ
4. ในส่วนของการวิจัยเชิงปริมาณในงานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเฉพาะเรื่องการรับรู้ข่าวสารทัศนคติและการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะของชุมชน แต่จากการศึกษาพบว่าด้วยปัจจัยบางประการทำให้ชาวบ้านที่แม้จะมีการรับรู้ข่าวสารที่ดีและมีทัศนคติที่ดีต่อ กฟผ.แม่เมาะ แต่ไม่อาจแสดงออกถึงการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะด้วยการเข้าร่วมกิจกรรมที่ กฟผ.แม่เมาะ จัดขึ้นได้ ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาตัวชี้วัดอื่นที่สามารถบ่งบอกถึงการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะได้ เช่น การวัดภาพลักษณ์ของ กฟผ.แม่เมาะในสายตาของชุมชน เป็นต้น

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

- กรรมธิการ อัสวตรเดชา.การสำรวจความคิดเห็น และทัศนคติของชุมชน ต.ห้วยเขย่ง อ.ทองผาภูมิ จ. กาญจนบุรี ที่มีต่อโครงการอนุรักษ์และฟื้นฟูพื้นที่ป่า 30,000 ไร่. วารสารนิเทศศาสตร์ 2547 : 45.
- กิตติมา กมลพันธฤกษ์. การประชาสัมพันธ์ของเครือซิเมนต์ไทย.วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- โครงการพัฒนาพื้นที่และชุมชน กฟผ.แม่เมาะ. เอกสารการอบรมสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่นของเรา. ลำปาง : เหมืองแม่เมาะ. 2548
- จุมพล รอดคำดี.การสื่อสารมวลชนเพื่อการพัฒนา.กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532.
- บัญญัติ คำณูณวัฒน์.งานชุมชนสัมพันธ์กับการสร้างภาพพจน์ของบริษัทปูนซีเมนต์ไทย จำกัด : ศึกษากรณี โรงงานปูนซีเมนต์แก่งคอย จ.สระบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,2532
- บัณฑิต อ่อนคำ.การจัดกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม.เชียงใหม่ : สถาบันส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน มูลนิธิพัฒนาภาคเหนือ, 2544.
- เบญจวรรณ ชื้อศักดิ์. ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับภาพลักษณ์และชื่อเสียงของตราสินค้า ฮอนด้า. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.
- ประมะ สตะเวทิน. การสื่อสารมวลชน : กระบวนการและทฤษฎี. กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540
- ประมะ สตะเวทิน.การสื่อสารมวลชน : กระบวนการและทฤษฎี.กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- พัชนี เขจรธยา. แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : ข้าวฟ่าง, 2538.
- พัชรี สีโรต. คู่มือการมีส่วนร่วมของประชาชน. กรุงเทพมหานคร : มูลนิธิปัญญาโทนักบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.
- พิทักษ์ ชุมงคล.กลยุทธ์และผลสัมฤทธิ์การสร้างชุมชนสัมพันธ์ของโรงไฟฟ้าราชบุรี.วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.



มนตรี เลิศสกุลเจริญ. แนวทางการพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจภาคอุตสาหกรรมในจังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะสังคมสงเคราะห์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.

ระวีราไพ ศิริคุปต์. การเปิดรับสื่อ ความสนใจสื่อ และการมีส่วนร่วมในงานชุมชนสัมพันธ์ ของผู้อยู่อาศัยในเคหะชุมชนของการเคหะแห่งชาติ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

รุ่งทิพา แซ่ตั้ง. กลยุทธ์การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของตราสินค้าบริษัท. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.

วรทัย ราวิณี. ประสิทธิผลของการใช้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมในการสร้างภาพลักษณ์ของบริษัท เครื่องเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.

วิเชียร เกตุสิงห์. การวิจัยเชิงปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์วัฒนาพานิช, 2537.

วิรัช ลภีรัตนกุล. การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546

สถาบันไทยพัฒนา. การศึกษาและจัดทำแผนแม่บทความรับผิดชอบต่อสังคม การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย, 2552

สุชาดา ราชภูรีรักษา. การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อม จากโรงไฟฟ้าถ่านหินและการยอมรับโรงไฟฟ้าบ่อนอก. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

สุรินทร มากมณี. การศึกษางานชุมชนสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของการเคหะแห่งชาติ ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชานิเทศศาสตร์ธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2540.

เสถียร เชยประดับ. การสื่อสารและการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

เสรี วงษ์มณฑา. การประชาสัมพันธ์ : แนวความคิดและหลักวิธีการปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร : อักษรบัณฑิต, 2542.

เสรี วงษ์มณฑา. การประชาสัมพันธ์เชิงปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร : ธนรัชการพิมพ์, 2546.

CSR เมื่อองค์กรธุรกิจอยากเป็นคนดีของสังคม. กรุงเทพธุรกิจ (30 มกราคม 2530): 10.

CSR บรรษัทภิบาล องค์กรต้องเก่งและดี. ประชาชาติธุรกิจ. (8-11 กุมภาพันธ์ 2550): 4.

CSR กับ SRI คืออะไร?. ประชาชาติธุรกิจ. (14 กรกฎาคม 2548): 9.

## ภาษาอังกฤษ

- Allport & Gordon W. “Attitudes”. Readings in Attitude Theory and Measurement. In Marin Adepartment of Harper & Row Publishers Inc., 1973
- Angelidis, J.P., & Ibrahim, N.A. Social demand and corporate strategy: A Corporate Social Responsibility model. Review of Business, Vol. 15, No.1 (1993) : 7-10.
- Aronson, E and Golden, B.W. The Effect of Relevant and Irrelevant Accept of Communicator Credibility on opinion Change. Journal of Personality 30, 1962.
- Bhattacharya, C, & Sen., S. Doing Better at doing Good: When, Why and how consumers corporate social initiatives. California Management Review, Vol 47, No.1(2004) :11
- Good, Carter V.. Dictionary of Education. New York: Mc Graw – Hall Book Company, 1973.
- Hovland, C. I. and Weiss, W. “The Influence of Source credibility on Communication Effectiveness”, Public Opinion. Quarterly 15, 1961.
- Keller, K.L. Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity (2 nd Ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 2003.
- Klapper, Joseph T. The Effects of Mass Communication. New York: The free Press, 1960.
- Kotler Phillip and Lee Nancy. Corporate Social Responsibility: Doing the most good for your company and your cause. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, (2005).
- Marquez,A.,& Forbrun , C.J. Measuring corporate social responsibility. Corporate Reputation Review, Vol. 7, No.4 (2005) : 304-308.
- Middlebrook, P.N. Social Psychology and Modern life. New York: Alfred A. Knopf, 1974.
- Reich, R.B. The new meaning of corporate social responsibility. California Management Review, Vol. 40, No.2 (1998) : 8-17.
- Zimbardo, Philip and Ebbsen, Ebbe B. Influencing Attitudes and Changing Behavior: A Basic Introduction to Relevant Methodology. Theory and Applications. Massachusetts: Addison – Wesley Publishing, 1970.



**ภาคผนวก**

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ก.

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**แนวคำถามในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก(Depth interview)**  
**เรื่อง กลยุทธ์การใช้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ**

**ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับตัวผู้ให้สัมภาษณ์**

1. ชื่อ-นามสกุล.....อายุ.....
2. ตำแหน่ง.....
3. หน้าที่รับผิดชอบในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม.....
4. ระยะเวลา/ประสบการณ์ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม.....

**ตอนที่ 2 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับ กฟผ.แม่เมาะ และกลยุทธ์ขององค์กร ได้แก่ วิสัยทัศน์ พันธกิจ รวมทั้งโครงสร้างและบทบาทของหน่วยงานที่ดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ**

1. กฟผ.แม่เมาะ ได้มีการวางหลักการ การกำหนดวิสัยทัศน์(Vision) และพันธกิจ (Mission) ขององค์กรไว้อย่างไร ในด้านกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ
2. ทิศทางการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ เป็นอย่างไร
3. กลุ่มเป้าหมายในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ แบ่งเป็นกลุ่มใดบ้าง และมีกลยุทธ์การสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวอย่างไร
4. กฟผ.แม่เมาะ มีการจัดโครงสร้าง(บุคลากร/หน่วยงาน) การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรไว้อย่างไร
5. ในทัศนะของท่าน กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสำคัญต่อ กฟผ.แม่เมาะหรือไม่อย่างไร
6. กฟผ.แม่เมาะ มีนโยบายและเป้าหมายในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างไร

**ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และแนวทางการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร รวมถึงกลยุทธ์การสื่อสารกิจกรรมในระดับภายในองค์กร และการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร**

1. กฟผ.แม่เมาะ มีการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างไรบ้าง
2. วัตถุประสงค์ในการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ

3. การกำหนดวัตถุประสงค์ และกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรองของการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะที่ได้ดำเนินการเป็นอย่างไร ในแต่ละกิจกรรม
4. กลยุทธ์การสื่อสารกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ ทั้งในระดับภายในองค์กร และการสื่อสารกับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรให้ได้รับทราบการทำกิจกรรมของ กฟผ.แม่เมาะ อย่างไร
5. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ และปัญหาด้านการสื่อสารยังกลุ่มเป้าหมายหรือไม่ อย่างไร
6. กฟผ.แม่เมาะ ได้มีการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างต่อเนื่องหรือไม่ และประเด็นหลักหรือกิจกรรมหลักที่มุ่งปฏิบัติและสื่อสาร เป็นอย่างไร
7. ภาพลักษณ์ของ กฟผ.แม่เมาะ ที่ต้องการให้เกิดขึ้นในมุมมองของชุมชนเป็นอย่างไร และมีการใช้กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในการสร้างภาพลักษณ์ของ กฟผ.แม่เมาะหรือไม่ อย่างไร

#### ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการประเมินผลสำเร็จของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

1. ความคาดหวังผลสำเร็จของการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมไว้อย่างไร
2. ผลตอบรับและการให้ความร่วมมือในการสนับสนุนการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกองค์กรต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะเป็นอย่างไร
3. กฟผ.แม่เมาะ มีการประเมินผลสำเร็จในการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างไร และผลประเมินที่ได้เป็นอย่างไร
4. ปัจจัยใดที่ทำให้การดำเนินกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมที่ กฟผ.แม่เมาะ ได้ดำเนินการไปนั้นประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์
5. กฟผ.แม่เมาะ มีการนำผลการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมมาวิเคราะห์ เพื่อปรับปรุงแนวทางการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร รวมทั้งปรับปรุงกลยุทธ์การสื่อสารหรือไม่ อย่างไร

แนวคำถามในการสัมภาษณ์สนทนากลุ่ม (Focus group) ผู้นำทางความคิดของชุมชน  
เรื่อง “การรับรู้ ทัศนคติ และการยอมรับกฟผ.แม่เมาะของชุมชน”

.....  
ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับตัวผู้ให้สัมภาษณ์

5. ชื่อ-นามสกุล.....อายุ.....
  6. อาชีพ.....
  7. ที่อยู่/ เบอร์โทรศัพท์.....
- .....

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ ทัศนคติ และการยอมรับกฟผ.แม่เมาะของชุมชน

1. ภาพลักษณ์ของกฟผ.แม่เมาะ ก่อนมีการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม
2. ภาพลักษณ์ของ กฟผ.แม่เมาะ หลังจากที่มีการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม
3. กฟผ.แม่เมาะ มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ กฟผ.แม่เมาะ และ กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมบ่อยหรือไม่ ส่วนใหญ่เผยแพร่ผ่านสื่อใด
4. ในทัศนะของท่าน คิดว่าการเผยแพร่ทางสื่อที่ กฟผ. แม่เมาะ ใช้ได้ผลหรือไม่
5. ถ้าไม่ได้ผลควรจะใช้สื่อใดในการเผยแพร่
6. ท่านเคยร่วมกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมใดบ้าง
7. ท่านคิดว่ากิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ มีประโยชน์และสอดคล้องกับความต้องการของชุมชนหรือไม่
8. ท่านคิดว่ากิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ มีผลทำให้ชุมชนยอมรับ กฟผ. แม่เมาะ มากขึ้นหรือไม่ เพราะเหตุใด
9. ข้อเสนอแนะต่อการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสอบถามความคิดเห็น

เรื่อง “การรับรู้ ทัศนคติ และการยอมรับ กฟผ. แม่เมาะ ของชุมชน”

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท สาขา นิเทศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้จัดทำใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามทุกข้อให้ตรงตามความเป็นจริง เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยในครั้งนี้ และผู้จัดทำขอขอบคุณพระคุณท่านในความร่วมมืออย่างดียิ่งมา ณ โอกาสนี้

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาตอบเพียงข้อเดียว โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องว่าง  ที่ตรงกับตัวท่านให้ครบทุกข้อ

- 1.1 เพศ  ชาย  หญิง
- 1.2 อายุ  15-20  21-30  
 31-40  41-50  
 51-60  60 ปีขึ้นไป
- 1.3 ระดับการศึกษา
- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ประถมศึกษา               | <input type="checkbox"/> มัธยมศึกษาตอนต้น |
| <input type="checkbox"/> มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. | <input type="checkbox"/> อนุปริญญา / ปวส. |
| <input type="checkbox"/> ปริญญาตรี                | <input type="checkbox"/> สูงกว่าปริญญาตรี |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ.....      |   |
- 1.4 อาชีพ
- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> รับราชการ           | <input type="checkbox"/> พนักงานรัฐวิสาหกิจ     |
| <input type="checkbox"/> พนักงานบริษัทเอกชน  | <input type="checkbox"/> ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว |
| <input type="checkbox"/> รับจ้าง             | <input type="checkbox"/> เกษตรกร / ทำสวน        |
| <input type="checkbox"/> นักเรียน / นักศึกษา | <input type="checkbox"/> พ่อบ้าน / แม่บ้าน      |
| <input type="checkbox"/> ว่างงาน             | <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ.....    |
- 1.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ไม่มีรายได้       | <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 3,000 บาท  |
| <input type="checkbox"/> 3,001 – 6,000 บาท | <input type="checkbox"/> 6,001 – 12,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 12,001-18,000 บาท | <input type="checkbox"/> มากกว่า 18,000 บาท |



**ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ กฟผ.แม่เมาะ และกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ. แม่เมาะ**

**2.1 ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ กฟผ. แม่เมาะ และกิจกรรมเพื่อสังคมต่างๆ (สถานที่ท่องเที่ยว ทุ่งบัวตอง , สวนพฤกษศาสตร์ , พิพิธภัณฑ์ถ่านหินลิกไนต์ , โครงการพัฒนาชุมชน กฟผ. แม่เมาะ , วิทยาลัยเทคโนโลยี และการจัดการ กฟผ. แม่เมาะ) ที่ กฟผ. แม่เมาะ จัดขึ้น มากน้อยเพียงใด**

- ทุกสัปดาห์
- เดือนละ 2-3 ครั้ง
- เดือนละครั้ง
- หลายเดือนครั้ง

**2.2 ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ กฟผ. แม่เมาะ และกิจกรรมต่างๆข้างต้นที่ กฟผ. แม่เมาะ จัดขึ้น จากสื่อประเภทใดบ้าง และบ่อยครั้งเพียงใด**

สื่อที่ได้รับ	บ่อยมาก	บ่อย	ปานกลาง	น้อย	น้อยมาก	ไม่เคยเลย
วิทยุ						
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น						
สื่อบุคคล คำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน / เพื่อนบ้าน / ญาติ / เจ้าหน้าที่ กฟผ. เป็นต้น						
สิ่งพิมพ์ของ กฟผ. แม่เมาะ เช่น จดหมายข่าวเหมืองแม่เมาะ						
หอกระจายข่าวในหมู่บ้าน						
จากการเข้าร่วมกิจกรรมที่ กฟผ. แม่เมาะ จัดขึ้น						
ป้ายตามจุดต่างๆ						
อินเทอร์เน็ต						

### 2.3 ท่านรับรู้กิจกรรมเพื่อสังคมที่ กฟผ.แม่เมาะ จัดขึ้นอย่างน้อยเพียงใด

กิจกรรมเพื่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ	รับรู้มากที่สุด	รับรู้มาก	รับรู้ปานกลาง	รับรู้น้อย	รับรู้น้อยมาก	ไม่เคยรับรู้เลย
โครงการปลูกป่า						
เปลี่ยนพื้นที่บ่อเหมืองเป็นอ่างเก็บน้ำ						
สถานที่ท่องเที่ยว ทุ่งดอกบัวตอง / สวนพฤกษศาสตร์,ศาลาชมวิว / ลานสไลเดอร์						
พิพิธภัณฑ์ศูนย์ถ่านหินลิกไนต์ศึกษา						
สนามกอล์ฟ						
ที่พัก รีสอร์ท บ้านพักรับรอง						
การพัฒนาท้องถิ่นและสาธารณูปโภค เช่น ปรับปรุงพัฒนาโรงเรียน / ศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก / วัด / สำนักสงฆ์						
การส่งเสริมคุณภาพชีวิตและพัฒนาอาชีพให้กับชุมชน เป็นแหล่งจ้างงาน						
การดูแลด้านสิ่งแวดล้อม ตรวจสอบวัดคุณภาพอากาศ						
กิจกรรมหน่วยแพทย์เคลื่อนที่						
สนับสนุนด้านศาสนา						
สนับสนุนด้านการศึกษาของเยาวชน การจัดทำสารระท้องถิ่น อ.แม่เมาะ / ค่ายเยาวชนรักษ์สิ่งแวดล้อม						
สนับสนุนโครงการอาหารกลางวัน						
สนับสนุนค่ายานพาหนะชุมชน						
กิจกรรมประเพณีวัฒนธรรม เช่น วันเด็ก / วันเข้าพรรษา /ทอดกฐิน						
ช่วยเหลือสังคมและผู้ด้อยโอกาส พร้อมกับสนับสนุนช่วยเหลืองานของชุมชนตามโอกาส						
วิทยาลัยเทคโนโลยีและการจัดการ กฟผ.แม่เมาะ						

## 2.4 ท่านต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ เพิ่มเติม จากสื่อใด

สื่อที่ได้รับ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยมาก	ไม่ต้องการเลย
วิทยุ						
โทรทัศน์						
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น						
สื่อบุคคล กำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน / เพื่อนบ้าน / ญาติ / เจ้าหน้าที่ กฟผ. เป็นต้น						
สิ่งพิมพ์ของ กฟผ.แม่เมาะ เช่น จดหมายข่าวเหมืองแม่เมาะ						
หอกระจายข่าวในหมู่บ้าน						
จากการเข้าร่วมกิจกรรมที่ กฟผ.แม่เมาะ จัดขึ้น						
นิทรรศการ						
ป้ายตามจุดต่างๆ						
อินเทอร์เน็ต						

## 2.5 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร ต่อการให้ข้อมูลข่าวสารของ กฟผ. แม่เมาะ

- ดีมาก  
 ดี  
 พอใช้  
 ต้องปรับปรุง  
 ไม่ออกความเห็น

เพราะเหตุใด

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ กฟผ.แม่เมาะ และ กิจกรรมเพื่อสังคม

ความคิดเห็นของท่าน	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
การที่ กฟผ. เข้ามาตั้งในพื้นที่ เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาชุมชน					
กฟผ.แม่เมาะ ได้แจ้งข้อมูลข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับ กฟผ.แม่เมาะ ให้ชาวบ้านได้รับทราบอย่างสม่ำเสมอ					
ข้อมูลที่ได้รับทราบจาก กฟผ.แม่เมาะ มีความน่าเชื่อถือ					
โครงการพัฒนาชุมชน กฟผ.แม่เมาะ เป็นโครงการที่ส่งเสริมให้ชุมชนพัฒนาอย่างยั่งยืน					
กฟผ.แม่เมาะ ช่วยพัฒนา ปรับปรุงให้ อ. แม่เมาะมีภูมิทัศน์ และสิ่งแวดล้อมที่สวยงาม					
กฟผ.แม่เมาะ เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ อ.แม่เมาะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สร้างรายได้และความภาคภูมิใจให้กับชุมชน					
กฟผ.แม่เมาะ เข้ามามีส่วนช่วยพัฒนาสาธารณูปโภคในชุมชน เช่น ปรับปรุงพัฒนาโรงเรียน / ศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก / วัด / สำนักสงฆ์ เป็นต้น					
กฟผ.แม่เมาะ ช่วยเพิ่มการให้บริการด้านสุขภาพอนามัยในชุมชนให้ดีขึ้น					
กฟผ.แม่เมาะ ช่วยเพิ่มการให้บริการด้านการศึกษาในชุมชนให้ดีขึ้น					
กฟผ.แม่เมาะ เป็นแหล่งจ้างงาน ทำให้คนในชุมชนมีงานทำ					
กิจกรรมอบรมพัฒนาอาชีพต่างๆ ช่วยทำให้ชาวบ้านมีความรู้เพื่อนำไปพัฒนา ประกอบอาชีพ เช่น การเลี้ยงไก่ 3 สามพันธุ์					
กฟผ.แม่เมาะ มีการควบคุม จัดการมลภาวะอย่างมีประสิทธิภาพ					
กฟผ.แม่เมาะ นำผลกำไรที่ได้มาพัฒนาชุมชน					
กิจกรรมช่วยเหลือสังคมต่างๆ ของ กฟผ.แม่เมาะ ทำให้ชุมชนเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น					
กิจกรรมช่วยเหลือสังคมต่างๆของ กฟผ.แม่เมาะ เป็นกิจกรรมที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน					

## ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการยอมรับ กฟผ.แม่เมาะ


### 4.1 ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมของ กฟผ.แม่เมาะต่างๆต่อไปนี้ มากน้อยเพียงใด

กิจกรรม ของ กฟผ.แม่เมาะ	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยมาก	ไม่เคย เลย
กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวของ อ.แม่เมาะ เช่น ไป เที่ยวพักผ่อนที่สวนพฤกษศาสตร์ / ศาลาชมวิว / ทุ่ง ดอกบัวตอง / ลานสไลเดอร์ / อ่างเก็บน้ำ						
เล่นกอล์ฟที่สนามกอล์ฟของ กฟผ.แม่เมาะ						
เข้าศึกษาชมพิพิธภัณฑ์ศูนย์ถ่านหินลิกไนต์ศึกษา						
กิจกรรมเสริมสร้างรายได้ เข้าอบรมพัฒนาอาชีพ เช่น ไม้ 3 สามพันธุ์, การเลี้ยงวัว, การเย็บผ้า						
กิจกรรมด้านนิเวศและสิ่งแวดล้อม เช่น การปลูกป่า ร่วมตรวจวัดคุณภาพอากาศ						
กิจกรรมด้านการศึกษา เช่น ตนเองหรือการส่งบุตร หลานเข้าศึกษาในวิทยาลัยเทคโนโลยีและการ จัดการ กฟผ.แม่เมาะ						
ตรวจสอบสุขภาพกับหน่วยแพทย์เคลื่อนที่						
กิจกรรมตามเทศกาลต่างๆ เช่น เข้าพรรษา ทอดกฐิน สงกรานต์ วันเด็ก เป็นต้น						
ท่านมีความสนใจเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อแสดงความ รับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ						
ในอนาคตท่านมีความตั้งใจที่จะเข้าร่วมกิจกรรม เพื่อต่อสังคมที่ กฟผ.แม่เมาะ จัดขึ้น						
ท่านมีการบอกต่อ ชักชวน คนใกล้ชิดให้เข้าร่วม กิจกรรมเพื่อสังคมที่ กฟผ.แม่เมาะ จัดขึ้น						

### 4.2 โดยสรุปแล้ว ท่านยอมรับการที่มี กฟผ.แม่เมาะ เข้ามາตั้งอยู่ในชุมชนหรือไม่

- ยอมรับ เพราะ.....
- ไม่ยอมรับ เพราะ.....
- ไม่แน่ใจ เพราะ.....

ตอนที่ 5 โปรดให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมของ กฟผ. แม่เมาะ

 ท่านสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

5.1 ท่านต้องการให้ กฟผ. แม่เมาะ ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมในด้านใดเพิ่มเติมอีกบ้าง เพราะ

เหตุใด

- ด้านพัฒนาคุณภาพชีวิต / สังคม
- ด้านสุขภาพ
- ด้านเยาวชน / การศึกษา
- ด้านศาสนา / วัฒนธรรม / ประเพณี
- อื่นๆ.....

เพราะเหตุใด

.....

.....

.....

.....

.....

.....

5.2 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

.....

ศูนย์วิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

☺☺☺ ขอขอบพระคุณที่ท่านให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลในครั้งนี้ ☺☺☺



ภาคผนวก ข

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ข้อมูลเหมืองแม่เมาะ

เหมืองแม่เมาะ เป็นเหมืองถ่านหินลิกไนต์ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง มีระยะห่างจากกรุงเทพมหานคร ไปทางทิศเหนือ ประมาณ 630 กิโลเมตร และห่างจากตัวเมืองลำปาง ไปทางทิศตะวันออก (ตามเส้นทางหลวงสาย ลำปาง-เด่นชัย) ประมาณ 28 กิโลเมตร เหมืองแม่เมาะ เป็นหน่วยงานหนึ่งของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) มีหน้าที่และความรับผิดชอบในการผลิตถ่านลิกไนต์ เพื่อเป็นเชื้อเพลิงให้กับโรงไฟฟ้าแม่เมาะ สำหรับผลิตกระแสไฟฟ้า

### ประวัติและความเป็นมา

กิจการเหมืองลิกไนต์ เริ่มเมื่อปี 2460 ในสมัยรัชกาลที่ 6 เมื่อพลเอกพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระกำแพงเพชรอัครโยธินซึ่งขณะนั้นทรงดำรงตำแหน่งอธิบดีกรมรถไฟหลวง ทรงมีพระประสงค์จะสงวนป่าไม้ จึงโปรดให้ทำการสำรวจหาเชื้อเพลิงอย่างอื่น เพื่อนำเอามาใช้แทนฟืนสำหรับหัวรถจักรไอน้ำของรถไฟ โดยว่าจ้างชาวต่างประเทศ ให้มาดำเนินการสำรวจในระยะแรก ต่อมาระหว่างปี 2464 - 2466 ได้ว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญชาวต่างประเทศให้มาสำรวจอีกปรากฏว่าพบถ่านลิกไนต์ ที่ "แม่เมาะ" จังหวัดลำปางและที่ "คลองขนาน" จังหวัดกระบี่

ในระยะนั้น รัฐบาลไทยได้อนุญาตให้บริษัทเอกชนเปิดการทำเหมืองลิกไนต์ที่ "บ้านดอน" จังหวัดสุราษฎร์ธานี เมื่อประทานบัตรหมดอายุลงในเดือนกุมภาพันธ์ 2470 พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 7 ทรงมีพระบรมราชโองการให้สงวนแหล่งถ่านหินที่มีอยู่ในประเทศไทยไว้ เพื่อให้ทางราชการเป็นผู้ดำเนินการแทน

ในปี 2493 กรมโลหกิจ (กรมทรัพยากรธรณี) ได้รื้อฟื้นโครงการนี้ขึ้นมาดำเนินการอีกครั้ง การสำรวจได้ดำเนินไปจนถึงปี 2496 จึงพบแหล่งถ่านลิกไนต์มีแนวชั้นติดต่อกันยาวไปตามลำห้วยในแอ่งแม่เมาะ ต่อมาในปี 2497 รัฐบาลได้ตราพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การพลังงานไฟฟ้าลิกไนต์ เพื่อดำเนินกิจการลิกไนต์ให้บังเกิดผลอย่างจริงจัง จากนั้นจึงเปิดการทำเหมือง แม่เมาะขึ้นและสามารถผลิตถ่านลิกไนต์ออกจำหน่ายให้แก่โรงบ่มไบยาสูบ โรงงานต่าง ๆ รวมทั้งโรงไฟฟ้าวัดเลียบ และโรงไฟฟ้าสามเสนได้ในปีต่อมา ซึ่งถ่านลิกไนต์ที่แอ่งแม่เมาะนี้พบว่ามีปริมาณถึง 120 ล้านตันและสามารถขุดขึ้นมาใช้งานได้คุ้มค่า 43.6 ล้านตัน

เมื่อประสบความสำเร็จในการดำเนินงานขั้นต้นแล้ว กล่าวคือสามารถผลิตถ่านลิกไนต์จำหน่ายเป็นเชื้อเพลิงได้ จึงทำการก่อสร้างโรงจักรแม่เมาะ ขนาดกำลังผลิต 12,500 กิโลวัตต์ ใช้ถ่านลิกไนต์เป็นเชื้อเพลิง มีพิธีเปิดโรงไฟฟ้า เมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2503 หลังจากนั้นมากิจการเหมืองแม่เมาะก็เจริญก้าวหน้าขึ้นเป็นลำดับ



ต่อมาเมื่อวันที่ 14 ธันวาคม 2503 รัฐบาลได้ตราพระราชบัญญัติจัดตั้งการลิกไนต์โดยโอนกิจการและทรัพย์สินขององค์การพลังงานไฟฟ้าลิกไนต์มาเป็นของการลิกไนต์ กำหนดให้มีหน้าที่ผลิตและจำหน่ายถ่านลิกไนต์ วัตถุประสงค์จากลิกไนต์ และพลังงานไฟฟ้าจากลิกไนต์ มีอำนาจดำเนินการในเขตท้องที่จังหวัดลำปาง ลำพูน เชียงใหม่ และตาก จนกว่าการไฟฟ้าอันฮือจะขยายกิจการไปถึงจังหวัดนั้น ๆ และเขตท้องที่ในภาคใต้ ตั้งแต่จังหวัดชุมพรลงไปทั้งหมด

เมื่อรัฐบาลได้ตราพระราชบัญญัติจัดตั้ง การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) โดยรวมกิจการของการลิกไนต์ การไฟฟ้าอันฮือ และการไฟฟ้าตะวันออกเฉียงเหนือ เข้าด้วยกัน เมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 2512 กฟผ. จึงได้รับโอนภาระหน้าที่ของทั้ง 3 องค์การมาดำเนินการทั้งหมด

ในปลายปี 2512 กฟผ. ได้วางแผนพัฒนาถ่านลิกไนต์ที่เหมืองแม่เมาะ เพื่อใช้ในการผลิตไฟฟ้าอย่างจริงจัง เมื่อคำนวณปริมาณสำรองถ่านลิกไนต์เพิ่มเป็น 55 ล้านตัน และคาดว่าจะมีอีกไม่ต่ำกว่า 70 ล้านตัน จึงได้วางโครงการขยายแหล่งผลิตไฟฟ้าโดยใช้ถ่านลิกไนต์เป็นเชื้อเพลิงเมื่อรัฐบาลอนุมัติโครงการก่อสร้างโรงไฟฟ้าลิกไนต์แม่เมาะ จำนวน 2 เครื่อง ขนาดเครื่องละ 75,000 กิโลวัตต์ เมื่อวันที่ 17 สิงหาคม 2515 กฟผ. จึงทำการขยายเหมืองแม่เมาะในปีต่อมาเพื่อเพิ่มกำลังผลิตถ่านลิกไนต์จากปีละแสนกว่าตัน เป็นนับล้านตัน

จากนั้น เหมืองแม่เมาะได้ขยายพื้นที่กว้างขึ้นเรื่อย ๆ เพื่อผลิตถ่านลิกไนต์รองรับโรงไฟฟ้าที่สร้างขึ้นใหม่ที่แม่เมาะ ในขณะเดียวกัน น้ำมันก็มีราคาสูงขึ้นเรื่อย ๆ กฟผ. จึงได้เร่งสำรวจถ่านลิกไนต์ที่แอ่งแม่เมาะ เพื่อให้ทราบปริมาณถ่านลิกไนต์ทั้งหมด และปริมาณที่สามารถพัฒนาขึ้นมาใช้ประโยชน์ได้อย่างคุ้มค่า ในที่สุดเมื่อสามารถสรุปปริมาณถ่านลิกไนต์ได้ทั้งหมดแล้ว กฟผ. จึงได้วางแผนพัฒนาเพื่อนำถ่านลิกไนต์มาใช้ประโยชน์ในการผลิตไฟฟ้าต่อไป

ปัจจุบันเหมืองแม่เมาะได้ทำการขุดขนถ่านจำนวนประมาณ 15-17 ล้านตัน ส่งให้โรงไฟฟ้าแม่เมาะ จำนวน 13 หน่วย กำลังผลิต 2,625,000 กิโลวัตต์ ซึ่งจ่ายกระแสไฟฟ้าไปยังจังหวัดต่าง ๆ ทั้งภาคเหนือตอนบนและล่าง เชื่อมต่อไปยังภาคกลาง จนถึงกรุงเทพมหานคร และเชื่อมโยงกับภาคตะวันออกเฉียงเหนือด้วย โดยกำลังผลิตของโรงไฟฟ้าแม่เมาะ ปัจจุบันคิดเป็นประมาณ 20 % ของกำลังผลิตของทั้งประเทศ

เหมืองแม่เมาะ ได้ดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด และได้ปฏิบัติตามมาตรการป้องกันและแก้ไขผลกระทบสิ่งแวดล้อม ตามเงื่อนไขแนบท้ายประทานบัตรอย่างเคร่งครัด นอกจากนี้ยังได้มีการติดตาม ตรวจสอบคุณภาพสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ พร้อมทั้งรายงานผลการตรวจติดตาม ตรวจสอบคุณภาพสิ่งแวดล้อม เสนอสำนักงานนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อม เป็นประจำทุก 6 เดือน ในปี 2543 เหมืองแม่เมาะได้นำระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานสากล หรือ ISO 14001 มาใช้กับการทำเหมือง เพื่อให้มั่นใจได้ว่า การดูแลสิ่งแวดล้อมด้านต่างๆ จะต้องได้ผล และมีการติดตามตรวจสอบอย่างเป็นระบบ..

**การทำเหมืองแร่** เป็นงานที่ต้องพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์นั้น อาจเกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมได้จึงจัดทำรายงานการศึกษาผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (EIA) และมีมาตรการต่างๆเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด โดยต้องทำการศึกษาผลกระทบหลักเพื่อประกอบการขอประทานบัตรเหมืองแร่ดังนี้

#### 1. ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Resources)

- สภาพภูมิประเทศ
- ธรณีวิทยา
- อุคณิยมวิทยาและคุณภาพอากาศ
- ระดับเสียง
- แรงสั่นสะเทือน
- อุทกวิทยา
- คุณภาพน้ำผิวดิน
- อุทกวิทยาน้ำใต้ดิน

#### 2. ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมทางชีวภาพ (Biological Resources)

- ทรัพยากรป่าไม้
- ทรัพยากรสัตว์ป่า
- นิเวศวิทยาทางน้ำ

#### 3. คุณค่าต่อการใช้ประโยชน์ของมนุษย์ (Human Use Value Resources)

- การใช้ที่ดินและการเกษตร
- การใช้ประโยชน์แหล่งน้ำ
- การคมนาคมขนส่ง
- สาธารณูปโภคและสาธารณูปการ

#### 4. คุณค่าต่อคุณภาพชีวิต (Quality of Life Value Resources)

- เศรษฐกิจ-สังคม
- สาธารณสุข
- อาชีวอนามัยและความปลอดภัย
- ประวัติศาสตร์ และสุนทรียภาพ

## งานด้านคุณภาพเหมืองแม่เมาะ

เหมืองแม่เมาะมีความรับผิดชอบในการส่งถ่านลิกไนต์ให้กับลูกค้า คือ โรงไฟฟ้าแม่เมาะ ให้ได้ปริมาณและคุณภาพตามที่โรงไฟฟ้าต้องการ ปัจจุบันเหมืองแม่เมาะส่งถ่านประมาณปีละ 16 ล้านตัน ให้โรงไฟฟ้าหน่วยที่ 4-13 ซึ่งมีกำลังการผลิต 2,400 MW

ในกระบวนการผลิตจะต้องเปิดเปลือกดินออกไปทิ้งนอกบ่อเหมืองก่อนที่จะชุดเอาถ่านลิกไนต์ส่งให้โรงไฟฟ้าแม่เมาะ ทำให้เหมืองแม่เมาะมีความจำเป็นต้องใช้พื้นที่ในการชุดบ่อเหมืองประมาณ 37 ตารางกิโลเมตรและใช้พื้นที่ทิ้งดินนอกบ่อเหมืองอีกประมาณ 40 ตารางกิโลเมตร ในการดำเนินงานให้บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนด เหมืองแม่เมาะต้องคำนึงถึงองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ด้านด้วยกัน คือ.-

1. ด้านการผลิตและส่งถ่านลิกไนต์ มีกระบวนการวางแผนและการผลิตที่มีคุณภาพ โดยการนำระบบการจัดการคุณภาพตามมาตรฐานสากล ISO 9001 : 2000 มาใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการ
2. ด้านการซ่อมและบำรุงรักษาเครื่องจักร มีกระบวนการในการซ่อมบำรุงรักษาเครื่องมือ เครื่องจักร อุปกรณ์ที่มีคุณภาพ โดยการนำระบบการจัดการคุณภาพตามมาตรฐานสากล ISO 9001 : 2000 มาใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการ
3. ด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน มีระบบบริหารจัดการด้านผลกระทบที่เกิดกับสุขภาพจากการทำงานของปฏิบัติงาน และลดความสูญเสียจากอุบัติเหตุหรือเหตุฉุกเฉินจากการทำงาน โดยนำระบบการบริหารความปลอดภัยสมัยใหม่ (Modern Safety Management) มาใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการ
4. ด้านสิ่งแวดล้อม มีระบบบริหารจัดการผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม โดยการนำระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานสากล ISO 14001 : 2004 มาใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการ

## ความรู้เกี่ยวกับโรงไฟฟ้า

โรงไฟฟ้าแม่เมาะเป็นโรงไฟฟ้าพลังความร้อนที่ใช้ถ่านลิกไนต์เป็นเชื้อเพลิง ด้วยการแปรสภาพพลังงานสะสมของถ่านลิกไนต์ให้เป็นพลังงานไฟฟ้า โดยใช้น้ำเป็นตัวกลาง

### กระบวนการแปรสภาพพลังงานดังกล่าว มีขั้นตอนดังนี้

1. เปลี่ยนพลังงานสะสมในถ่านลิกไนต์ให้เป็นพลังงานความร้อน โดยการเผาไหม้ หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าการสันดาป (Combustion or Oxidation)
2. พลังงานความร้อนที่ได้จากการเผาไหม้ถูกส่งผ่านไปให้กับน้ำทำให้น้ำกลายเป็นไอน้ำ อุณหภูมิและความดันสูง
3. เปลี่ยนพลังงานความร้อนของไอน้ำให้เป็นพลังงานกล โดยใช้ไอน้ำไปหมุนกังหันไอน้ำ
4. เปลี่ยนพลังงานกลเป็นพลังงานไฟฟ้า โดยให้กังหันไอน้ำไปหมุนเครื่องกำเนิดไฟฟ้า เป็นการสิ้นสุดขั้นตอนการแปรสภาพพลังงาน

### การทำงานของโรงไฟฟ้าแม่เมาะ

การทำงานของโรงไฟฟ้าแม่เมาะเป็นเช่นเดียวกับโรงไฟฟ้าพลังงานความร้อนทั่วไป โดยใช้ถ่านลิกไนต์เป็นเชื้อเพลิง อุปกรณ์ของโรงไฟฟ้า ประกอบด้วย

- เครื่องอุ่นอากาศ (Air Heater) เป็นอุปกรณ์เพิ่มอุณหภูมิแก่อากาศก่อนที่จะเข้าไปช่วยในการเผาไหม้เชื้อเพลิง เครื่องอุ่นอากาศนี้ทำงานโดยรับความร้อนจากก๊าซร้อนที่ออกจากหม้อน้ำ และถ่ายความร้อนดังกล่าวให้กับอากาศ
- แผงท่อรับความร้อน (Economizer) คือแผงท่อน้ำซึ่งทำให้น้ำที่เข้าไปในหม้อน้ำมีอุณหภูมิสูงขึ้นอีกขั้นหนึ่ง แผงนี้จะติดตั้งอยู่บริเวณช่วงสุดท้ายก่อนที่ก๊าซร้อนที่เกิดจากการเผาไหม้จะออกจากตัวหม้อน้ำ เพื่อรับความร้อนจากก๊าซร้อนและถ่ายเทให้แก่ น้ำที่เข้าหม้อน้ำ
- เครื่องแยกไอน้ำ (Boiler Drum) ลักษณะเป็นเหล็กหนารูปแคปซูลที่สามารถทนความดันและอุณหภูมิสูง ภายในเครื่องแยกไอน้ำมีอุปกรณ์ Cyclone Separator และ Steam Scrubber ทำหน้าที่แยกไอน้ำออกจากน้ำ โดยอาศัยหลักของแรงหนีศูนย์กลางและการเปลี่ยนทิศทางไหล
- หม้อน้ำ (Boiler) คือตัวเตาซึ่งมีท่อเหล็กทนต่อความดันและอุณหภูมิสูงประกอบกันเป็นผนัง 4 ด้านของเตา ภายในท่อเหล่านี้จะมีน้ำไหลวนอยู่ ส่วนบนของตัวเตามีแผงท่อไอน้ำแขวนลอยเป็นท่อรับไอน้ำที่ออกจากเครื่องแยกไอน้ำ(Boiler Steam Drum) มารับความร้อนจากการเผาไหม้เชื้อเพลิงอีกครั้งเพื่อเพิ่มอุณหภูมิแก่ไอน้ำให้สูงขึ้นและส่งไอน้ำอุณหภูมิสูงนี้ออกจากหม้อน้ำไปยังท่อนำไอน้ำเพื่อไปหมุนเครื่องกังหันไอน้ำ

### การทำงานของระบบหม้อน้ำ

ขั้นแรก น้ำบริสุทธิ์ปราศจากแร่ธาตุ (Demineralizer Water) จะถูกสูบเข้าไปสู่หม้อน้ำในระดับที่เหมาะสม จากนั้นจะจุดเชื้อเพลิงภายในเตา ความร้อนจากการเผาไหม้เชื้อเพลิงส่งผ่านไปยัง

น้ำในท่อผนังเตา ทำให้อุณหภูมิสูงขึ้นและเกิดการไหลเวียน น้ำที่มีอุณหภูมิสูงจนกลายเป็นไอน้ำ และมีความดันสูงขึ้น จะไหลเข้าสู่เครื่องแยกไอน้ำเพื่อแยกไอน้ำออก ไอน้ำจะไหลเข้าสู่แผงท่อไอน้ำเพื่อรับความร้อนจากก๊าซร้อนที่เกิดจากการเผาไหม้เชื้อเพลิงอีกครั้งหนึ่ง จนมีอุณหภูมิสูงขึ้น พอเหมาะที่จะไหลออกจากหม้อน้ำ ผ่านไปยังท่อนำไอน้ำเพื่อไปหมุนเครื่องกังหันไอน้ำต่อไป

### การทำงานของเครื่องกังหันไอน้ำ (Steam Turbine)

เครื่องกังหันไอน้ำ ใช้เปลี่ยนพลังงานความร้อนของไอน้ำให้เป็นพลังงานกล มี ส่วนประกอบสำคัญคือ ระบบควบคุม (Governor System) เพลลาหมุนและใบพัด (Roter & Moving Blade) ตัวถังและใบพัด (Casing & Stationary Blade) และเครื่องควบแน่น (Condenser)

ไอน้ำอุณหภูมิและความดันสูงจากท่อนำไอน้ำจะไหลผ่านวาล์วของระบบควบคุม (Governing Control System) ซึ่งจะควบคุมการไหลของไอน้ำให้อยู่ในภาวะที่ต้องการเข้าสู่เครื่องกังหันไอน้ำ ซึ่งประกอบด้วยตัวถังมีเพลลาหมุนและใบพัดติดตั้งอยู่ภายใน เมื่อไอน้ำไหลเข้าไปในตัวกังหัน ความดันของไอน้ำจะลดลงและเกิดการขยายตัวทำให้ปริมาตรของไอน้ำเพิ่มขึ้น มีผลให้ความเร็วในการไหลของไอน้ำสูงขึ้น เมื่อไอน้ำความเร็วสูงนี้ไปปะทะกับใบพัด (Moving Blade) จำนวนหลายชุดที่ติดอยู่กับเพลลา ก็จะผลักดันให้เพลลาของกังหันหมุนก่อกำเนิดพลังงานกล

เมื่อไอน้ำผ่านชุดของใบพัดจนครบ ความดันและอุณหภูมิลดลง ไอน้ำจะไหลออกจากกังหัน เข้าสู่เครื่องควบแน่นซึ่งมีท่อโลหะสอดขวางอยู่เป็นจำนวนมากภายในท่อมีน้ำเพื่อใช้ระบายความร้อนไหลอยู่ เมื่อไอน้ำไหลเข้าสู่เครื่องควบแน่นไอน้ำจะถ่ายเทความร้อนให้น้ำในท่อ ส่วนตัวไอน้ำเองจะควบแน่นและเปลี่ยนสถานะเป็นน้ำบริสุทธิ์อีกครั้งหนึ่ง และถูกสูบลวนกลับเข้าหม้อน้ำอีก

การทำงานของระบบกังหันที่กล่าวมานี้เป็นเพียงคร่าว ๆ เท่านั้น ในการทำงานจริงจะมีระบบอื่น ๆ เสริม เช่น เครื่องอุ่นน้ำ ป้อนน้ำมันความดันสูง เครื่องดูดอากาศ เป็นต้น เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการเดินระบบเครื่องกังหันไอน้ำ

### เครื่องกำเนิดไฟฟ้า

เครื่องกำเนิดไฟฟ้าติดตั้งอยู่ในแนวระดับเดียวกับเครื่องกังหันไอน้ำ โดยเพลลาของเครื่องกำเนิดไฟฟ้าจะต่อโดยตรงเข้ากับเพลลาของเครื่องกังหันไอน้ำ เมื่อเพลลาเครื่องกังหันไอน้ำหมุนก็จะทำให้เพลลาเครื่องกำเนิดไฟฟ้าหมุนไปด้วย ที่เพลลาของเครื่องกำเนิดไฟฟ้ามีตัวนำพันอยู่กับแกนเหล็กไฟฟ้ากระแสตรงจะถูกจ่ายให้กับตัวนำนี้ ดังนั้นจะเกิดสนามแม่เหล็กขึ้นที่เพลลาของเครื่องกำเนิดไฟฟ้า เมื่อเพลลาของเครื่องกำเนิดไฟฟ้าหมุน สนามแม่เหล็กก็หมุนไปด้วย สนามแม่เหล็กนี้จะหมุนไปตัดกับตัวนำอีกชุดหนึ่งซึ่งพันอยู่กับแกนเหล็กที่ติดอยู่รอบตัวถังของเครื่องกำเนิดไฟฟ้า ทำให้

เกิดการเหนียวนำและเกิดกระแสไฟฟ้าไหลในตัวนำที่ติดอยู่กับตัวเครื่องกำเนิดไฟฟ้า กระแสไฟฟ้าที่เกิดขึ้นนี้จะส่งเข้าไปยังหม้อแปลงไฟฟ้าแรงดันสูงเพื่อจ่ายให้กับสายส่งแรงสูงต่อไป

เครื่องกำเนิดไฟฟ้ายังประกอบด้วยระบบอุปกรณ์อื่น ๆ อีกมากมาย เช่น ระบบระบายความร้อนระบบควบคุม ฯลฯ

### ขั้นตอนการใช้ถ่านเป็นเชื้อเพลิง

ถ่านลิกไนต์ที่ขุดจากเหมืองแม่เมาะ ถูกส่งเข้ามาคในเครื่องย่อยถ่านชุดแรกและผ่านออกมาในขนาดไม่โตกว่า 30 ลบ.ซม. จากนั้นจะใช้สายพานลำเลียงมากองไว้ยังบานกองย่อย ถ่านจากลานกองจะถูกส่งขึ้นมายังโรงย่อยถ่าน โดยมีระบบแม่เหล็กไฟฟ้าและระบบตรวจสอบโลหะเพื่อแยกโลหะไม่พึงประสงค์ออก ก่อนจะผ่านไปยังเครื่องย่อยถ่านชุดที่สอง ซึ่งจะย่อยถ่านให้มีขนาดไม่โตกว่า 3 ลบ.ซม. และส่งไปเก็บไว้ในยู่ถ่าน (Coal Bunker) ในตัวโรงไฟฟ้าเพื่อเตรียมใช้งานต่อไป

ถ่านลิกไนต์ติดไฟก่อนข้างยาก ในช่วงแรกของการจุดเตาจึงต้องใช้ Light Oil จุดนำก่อน โดยใช้หัวฉีดน้ำมัน ฉีด Light Oil ให้กระจายเป็นฝอยเข้าไปในตัวเตาใช้ระบบจุดระเบิดโดยการ Sprak ของไฟฟ้าแรงสูง ทำให้ Light Oil ลูกไหม้ภายในเตา เมื่อการเผาไหม้ Light Oil อยู่ในสภาวะคงที่ (Stable) และอุณหภูมิภายในเตาสูงพอ จึงจะเริ่มเผาถ่านลิกไนต์

ถ่านลิกไนต์จากยู่ถ่านถูกป้อนเข้าโมบคด้วยเครื่องป้อนถ่าน (Coal Feeder) ซึ่งเป็นตัวควบคุมปริมาณถ่านที่จะเผา ในโมบคถ่านจะมีลมร้อนจากเครื่องอุ่นอากาศเป่าเข้าไปในโมบ ถ่านจะถูกพัดโดยมีลมร้อนเป็นตัวกวานให้การบดมีประสิทธิภาพดีและไล่ความชื้นออกจากถ่าน

ถ่านที่บดแล้วจะมีขนาดประมาณ 75/1000 มิลลิเมตร และอุณหภูมิประมาณ 60 องศาเซลเซียส ถูกลมร้อนพาขึ้นไปตามท่อส่งถ่าน ไปยังหัวฉีดถ่าน (Coal Burner) หัวฉีดถ่านจะทำหน้าที่ควบคุมให้ถ่านกระจายเข้าไปในเตาอย่างมีระเบียบ เมื่อผงถ่านปะทะกับ Light Oil ที่กำลังลุกไหม้ และมีอุณหภูมิสูง ผงถ่านจะติดไฟและเกิดการเผาไหม้ขึ้น ในช่วงนี้ก็จะหยุดใช้ Light Oil และใช้ถ่านเพียงอย่างเดียวได้

การเผาถ่านจะทำให้เกิดขี้เถ้า ซึ่งแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

- ขี้เถ้าหนัก (Wet Ash) จะตกลงสู่ก้นเตาและถูกลำเลียงออกจากเตาโดยระบบสายพานเหล็ก (Scrapper Conveyor)
- ขี้เถ้าเบา (Fly Ash or Dry Ash) จะปนไปกับก๊าซร้อน ปริมาณขี้เถ้าเบาที่เกิดขึ้นมีปริมาณร้อยละ 80-95 ของขี้เถ้าที่เกิดขึ้นทั้งหมด จึงต้องมีการติดตั้งเครื่องดักจับฝุ่น ไฟฟ้าสถิต (Electrostatic Precipitator) เพื่อแยกฝุ่นออกจากก๊าซร้อน ก่อนจะปล่อยก๊าซออกทางปล่องควัน

## งานฟื้นฟูสภาพเหมืองแม่เมาะ

เหมืองแม่เมาะเป็นเหมืองเปิด (Openpit Mining) โดยทำการเปิดเปลือกดิน (Overburden) แล้วขนไปทิ้งยังที่ทิ้งดิน (Dumping Area) ที่กำหนดไว้ แล้วจึงตักเอาถ่านลิกไนต์ไปใช้ ลักษณะการทำเหมืองแบบนี้นอกจากจะทำให้พื้นที่เดิมเสียหายเปลี่ยนสภาพไปจากเดิมแล้วยังส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในหลาย ๆ ด้าน ดังนั้น กพผ. จึงได้ดำเนินการศึกษาความเปลี่ยนแปลงโดยติดตามผลกระทบ ในประเด็นสำคัญที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากโครงการนี้ เพื่อ วัตถุประสงค์ในการวางแผนฟื้นฟูสภาพและจัดสร้างแนวทางแก้ไขผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม

### ผลกระทบสิ่งแวดล้อมและแนวทางการจัดการ

ผลการดำเนินการต่าง ๆ ของเหมืองแม่เมาะและโรงไฟฟ้าแม่เมาะ สามารถก่อให้เกิดผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อม ต่อระบบนิเวศน์ ในพื้นที่และบริเวณใกล้เคียง ซึ่งกิจกรรมในการดำเนินการดังกล่าวประกอบด้วย การทำเหมืองลิกไนต์ โดยการขุด-ขนดิน ที่อยู่เหนือชั้นถ่านลิกไนต์ไปทิ้งยังที่ที่กำหนด แล้วขนถ่านลิกไนต์โดยรถบรรทุกและสายพานส่งไปยังลานกองถ่านลิกไนต์ เพื่อส่งต่อไปให้โรงไฟฟ้า การเผาถ่าน ลิกไนต์เป็นเชื้อเพลิงในการผลิตกระแสไฟฟ้า การทิ้งขี้เถ้าและของเสียต่าง ๆ จากโรงไฟฟ้า และการระบายความร้อนของน้ำที่ใช้ใน โรงไฟฟ้า ผลกระทบที่เกิดขึ้นจะสามารถแพร่กระจายในสิ่งแวดล้อมได้ 3 ทาง คือ อากาศ น้ำและพื้นผิวดิน ซึ่งจะแสดงออกในรูปของปัญหา มลพิษต่าง ๆ ซึ่งอาจจะมีผลกระทบต่อคุณภาพ ชีวิตของ คน สัตว์ และพืชได้ ดังนั้นจึงต้องมีการดำเนินการป้องกันและแก้ไขผลกระทบ เหล่านี้ให้บรรเทาลง วิธีการสำคัญอีกวิธีหนึ่งนอกเหนือไปจากการควบคุมมลภาวะทางอากาศและน้ำตามที่ทำกันอยู่ทั่วไปก็คือ การฟื้นฟูสภาพเหมือง

### การฟื้นฟูสภาพเหมืองช่วยลดปัญหาผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมด้านต่าง ๆ อย่างไร

การฟื้นฟูสภาพเหมือง คือการฟื้นฟูสภาพพื้นที่ภายหลังจากการทำเหมืองเสร็จสิ้น แล้ว และอยู่ในระหว่างการทำเหมือง ให้อยู่ในสภาพ ใกล้เคียงกับสภาพพื้นที่เดิมมากที่สุดหรือ ดีกว่าเดิม ได้แก่การปลูกพืชคลุมดิน ไม้ยืนต้นต่าง ๆ ทั้งที่เป็นพันธุ์ไม้ชนิดเดียวกับสภาพพื้นที่เดิม (เช่น สวนสักขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้) และพันธุ์ไม้เศรษฐกิจที่มีค่าต่าง ๆ เช่น มะค่าโมง ประดู่ รวมถึงพันธุ์ไม้โตเร็ว เช่น กระจินณรงค์ ชงโค สะเดา เป็นต้น ซึ่งจะช่วยลดผลกระทบ สิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ได้ดังนี้

- (1) ด้านคุณภาพน้ำและอากาศ โดยที่พื้นที่ที่ผ่านการทำเหมืองแล้ว ทั้งที่สิ้นสุด (Final) และหยุดการทำเหมืองชั่วคราว (Intermediate) จะทำการฟื้นฟูสภาพโดยการปลูกพืช คลุมดิน

จึงเป็นผลทำให้สามารถลดการชะล้างหน้าดินเมื่อฝนตกไม่ให้สิ่งปนเปื้อนต่างๆ ติดไปกับน้ำซึ่งอาจทำให้เกิดมลพิษกับแหล่งน้ำธรรมชาติ รวมทั้งลดการฟุ้งกระจายของฝุ่นในอากาศที่เกิดจากลม

(2) **ด้านเสียง** สำหรับขอบเขตของพื้นที่การทำเหมืองในส่วนที่ติดกับที่อยู่อาศัย จะปลูกแนวต้นไม้ (Green Belt) ซึ่งจะช่วย ลดเสียงที่เกิด จากกิจกรรมการทำเหมืองได้ระดับหนึ่ง

(3) **ด้านนิเวศวิทยา** โดยการทำเหมืองลิกไนต์มีผลทำให้สภาพภูมิประเทศด้านนิเวศวิทยาพื้นดินเปลี่ยนแปลงไป จากสภาพเดิมโดยสิ้นเชิง ทั้งด้านการใช้ประโยชน์ที่ดิน คุณภาพ ดินรวมทั้งพื้นที่ป่าและสัตว์ป่า การฟื้นฟูสภาพเหมือง โดยการปลูกป่าให้มีสภาพใกล้เคียงหรือดีกว่าสภาพเดิม จะสามารถช่วยให้ระบบนิเวศวิทยาของป่าและสัตว์ป่ากลับคืน สภาพเดิมหรือใกล้เคียงได้

### ข้อกำหนดในการวางแผนงานฟื้นฟู (Reclamation Criteria)

การทำเหมืองลิกไนต์สำหรับโรงไฟฟ้าหน่วยที่ 1 - 13 ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมดังได้กล่าวมาข้างต้น อันเป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถกำหนดรูปแบบของงานฟื้นฟูสภาพเหมือง เกณฑ์การจัดการฟื้นฟูสภาพเหมือง ที่เกี่ยวกับงานสิ่งแวดล้อมดังนี้คือ

(1) บริเวณที่เป็นสวนป่าสักขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ซึ่งอยู่ทางตอนเหนือของพื้นที่ที่ถูกกำหนดให้เป็นที่ทิ้งดิน จะชะลอการทิ้งดินในบริเวณนี้จนกว่าต้นสักจะสามารถตัดใช้งานได้ และจะปลูกสัก ทดแทนเมื่อทิ้งดินเสร็จสมบูรณ์

(2) การควบคุมระบบน้ำ (Run-Off Control Work) จะจัดแยกออกเป็น 2 ระบบ คือ

- ระบบน้ำที่ไม่มีสิ่งเจือปน (Uncontaminated Water) จะระบายลงสู่แหล่งน้ำธรรมชาติโดยไม่ผ่านพื้นที่การทำเหมือง
- ระบบน้ำที่มีสิ่งเจือปน (Contaminated Water) ได้แก่ น้ำที่อยู่ใน บริเวณพื้นที่การทำเหมืองและมาจากที่ทิ้งดิน จะระบายสู่บ่อตกเก็บกักตะกอน (Settling Ponds) ที่อยู่โดยรอบที่ทิ้งดิน แล้วจึงบำบัดด้วยกรรมวิธี Wetland Treatment ก่อนจะปล่อยลงสู่แหล่งน้ำธรรมชาติ นอกจากนี้ยังนำไปใช้ในกิจกรรมการทำเหมืองต่างๆ เช่น ลาดถนนดับฝุ่น ระบบ Spray น้ำดับฝุ่นถ่านลิกไนต์ของระบบย่อยและขนส่งถ่านลิกไนต์และดิน รวมทั้งนำไปใช้รดน้ำต้นไม้ บริเวณพื้นที่ฟื้นฟูสภาพเหมือง อีกด้วย

(3) การกำหนดพื้นที่สีเขียว (Green Belts) กำหนดให้ปลูกพันธุ์ไม้ยืนต้น โตเร็วตามแนวรอบเขตการทำเหมือง รวมถึงบริเวณที่ทิ้งดินในทันทีที่สามารถดำเนินการได้ เพื่อลดผลกระทบทางด้านเสียงและฝุ่นอันเกิดจากการทำเหมือง



(4) การตั้งถิ่นฐาน (Settlement) จัดเตรียมพื้นที่สำหรับตั้งบ้านเรือนที่อยู่อาศัย ที่ทำกินบนบริเวณที่  
ที่ดินรวมทั้งจัดเตรียมระบบน้ำกินน้ำใช้ และมอบหมายพื้นที่ปลูกป่าบางส่วนให้ดูแลรักษา  
เช่นเดียวกับหลักการหมู่บ้านป่าไม้ขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้

### แนวทางการใช้ประโยชน์สุดท้ายของที่ดิน (End Use)

การใช้ประโยชน์สุดท้ายของที่ดินที่ผ่านการทำเหมืองแล้ว จะกลับมาใช้ลักษณะ รูปแบบ  
การใช้ประโยชน์ที่ดินอย่างเดิม ก่อนมีการทำเหมืองผสมผสานกับหลักการการจัดการหมู่บ้านป่า  
ไม้ขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ รวมถึงการปลูกป่าทดแทนและการฟื้นฟูคุณภาพดิน เพื่อการ  
รักษา ความ สมดุลของระบบนิเวศวิทยาและสภาพแวดล้อมดังนี้

(1) การปลูกป่าทดแทน (Re-Afforestation) งานทดลองด้านการปลูกป่าทดแทนได้เริ่มทำการ  
ทดลองเมื่อปี 2525 โดยการ เตรียมดินวิธีต่าง ๆ กัน แล้วปลูกพันธุ์ไม้ต่าง ๆ ไม่น้อยกว่า 30 ชนิด ซึ่ง  
ได้ข้อสรุปว่า การฟื้นฟูสภาพเหมืองโดยการปลูกป่า ทดแทนไม่มีความจำเป็นต้องใช้ดิน Top Soil  
ช่วยปรับปรุงคุณภาพดินแต่อย่างไร พันธุ์ไม้ที่ใช้ปลูกเป็นพันธุ์ไม้ที่มี อยู่ในเขต ภาคเหนือ เช่น สัก  
เลี่ยน ซ้อ ประดู่ และพันธุ์ไม้อื่น ๆ อีกหลายชนิดที่สามารถขึ้นได้ดีในพื้นที่ทดลองซึ่งอยู่สูง กว่า  
ระดับน้ำ ทะเลประมาณ 350 เมตร

(2) การปลูกพืชทดแทน (Revegetation) ได้มีการทดลองปลูกพืชคลุมดิน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2526 โดย  
การเตรียมดินวิธีต่าง ๆ กัน และคัดเลือกพืชตระกูลถั่วคลุมดินต่าง ๆ 6 ชนิด จากการทดลองสามารถ  
คัดเลือกพันธุ์ถั่วคลุมดินหลายชนิด ซึ่งสามารถขึ้นได้ดีในบริเวณที่ทำการ ฟื้นฟูสภาพเหมือง การ  
ปลูกพืชตระกูลถั่วนี้นอกจากจะช่วยปรับปรุงคุณภาพ ของดินให้ดีขึ้นแล้วยังช่วยปกคลุม พื้นดินเพื่อ  
ป้องกันการชะล้างพังทลายของผิวหน้าดินได้อีกด้วย ดังนั้นในการดำเนินงาน ฟื้นฟูสภาพเหมือง จึง  
ทำการปลูกพืชคลุมดินในพื้นที่นั้นทันทีในโอกาสแรกที่สามารถเข้าทำการได้

(3) พื้นที่การเกษตร (Agriculture) ได้มีการทดลองด้านการเกษตรเพื่อทดสอบว่าพืชเกษตรชนิดใด  
สามารถปลูกได้ใน พื้นที่ฟื้นฟูสภาพเหมือง ซึ่งได้เริ่มทดลองเมื่อปี 2529 โดยการเตรียมดินวิธีต่าง ๆ  
กัน แล้วปลูกพืชเกษตรชนิดต่าง ๆ เช่น ข้าวโพดหวาน ถั่วลิสง สับปะรด มันสำปะหลัง กัญชง เป็น  
ต้น ผลการทดลองเป็นที่น่าพอใจ ทั้งในดินที่ใช้ Top soil และไม่ได้ใช้ อย่างไรก็ตามงานทดลอง  
ด้านนี้จะต้องดำเนินการทดลองต่อไป และจะต้องใช้เวลาอีกระยะหนึ่งจึง จะสามารถสรุปผล  
แน่นอนได้ สำหรับพื้นที่การเกษตรที่จะจัดให้ราษฎรที่จะมาตั้งถิ่นฐานใหม่ และดูแลรักษาป่าที่ปลูก  
ในบริเวณฟื้นฟูเหมือง จะจัดพื้นที่บริเวณฟื้นฟูเหมืองให้โดยจะจัดให้ครอบครัวละ 14 ไร่

(4) พื้นที่เก็บน้ำ (Water Storage) เพื่ออำนวยความสะดวกในการใช้ที่ดินและป้องกันการพังทลายของ  
ดิน จึงกำหนดให้มี การใช้พื้นที่ฟื้นฟูบางส่วนเป็นพื้นที่เก็บกักน้ำโดยต้องดำเนินการให้สอดคล้อง  
กับการทำเหมือง ซึ่งจะต้องนำดินมาทิ้ง ให้เป็นรูปร่างของอ่างเก็บน้ำอย่างไรก็ดีในการเตรียมพื้นที่

ซึ่งเป็นขอบอ่างและพื้นที่รับน้ำ (Catchment Area) จะต้องดำเนินการ ปลูกพืชคลุมดินก่อน เพื่อป้องกัน การพังทลายและการชะล้างตะกอน มาสะสมในอ่างเก็บน้ำจนทำให้ คุณสมบัติของน้ำเปลี่ยนแปลงไป

(5) พื้นที่อยู่อาศัยและการพักผ่อน (Settlement) ในแผนแม่บทได้กำหนดพื้นที่บางส่วนของบริเวณ พื้นที่พุ่มเมืองให้เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจ และบางส่วน เป็นที่พักอาศัยสำหรับราษฎร ที่จะจัดให้มา ดูแลรักษาป่า โดยจะจัดที่อยู่อาศัยให้ครอบครัวละ 1 ไร่

### ค่าใช้จ่ายในการฟื้นฟูสภาพเหมือง

ในการดำเนินการฟื้นฟูสภาพเหมืองตามที่ได้กล่าวมาข้างต้นจำเป็นต้องมีค่าใช้จ่าย ต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก การไฟฟ้าฝ่ายผลิต แห่งประเทศไทย โดยคณะกรรมการ กฟผ. จึงได้มีมติ ให้จัดตั้ง กองทุนเพื่อการฟื้นฟูสภาพเหมืองขึ้นในปี พ.ศ. 2526 พร้อมทั้งแต่งตั้ง คณะกรรมการ กองทุนเพื่อการฟื้นฟูสภาพเหมือง (คฟม.) ซึ่งประกอบด้วยผู้แทนจากหน่วยงานต่าง ๆ ของ กฟผ. ที่เกี่ยวข้อง ให้มี อำนาจหน้าที่ในการพิจารณากำหนดหลักเกณฑ์ การจัดสรรเงินเข้ากองทุนฯ โดยจะหักเงินเข้า กองทุนจากปริมาณถ่านลิกไนต์ที่ขุด ได้ทุก ๆ 1 ตัน ในปัจจุบันหักเงินตันละ 6.51 บาท และจะ ดำเนินการจ่ายเงินจากกองทุน เมื่อมีการทำงานฟื้นฟูสภาพเหมืองตามแผนงาน รายปีที่ ได้เสนอไว้ ล่วงหน้า

### สรุปผลงานฟื้นฟูสภาพเหมือง

จากผลงานฟื้นฟูสภาพเหมืองแม่เมาะซึ่งเริ่มต้นมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2525 จนถึง พ.ศ. 2537 มี ผลงานเป็นที่น่าพอใจ กล่าวคือ สามารถ ดำเนินการปลูกป่าทดแทนในพื้นที่ทั้งสิ้น 1,953 ไร่ มีพันธุ์ ไม้ชนิดต่าง ๆ ไม่น้อยกว่า 30 ชนิด ประมาณ 292,000 ตัน และได้ปรับปรุง พื้นที่บางส่วนเพื่อใช้ ประโยชน์อื่นในภายหลัง เช่น เป็นสวนพฤกษชาติและสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ สำหรับบุคคล ทั่วไป และใช้ประโยชน์ ในกิจกรรมเหมืองด้านต่าง ๆ จากการแบ่งพื้นที่เพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ดังกล่าว ทำให้พื้นที่ปลูกป่าทดแทนในปัจจุบันคงเหลือประมาณ 1,600 ไร่ แต่พื้นที่ปลูกป่าทดแทน จะเพิ่มขึ้นทุกปี อย่างไรก็ตามบริเวณพื้นที่ฟื้นฟูสภาพเหมืองเป็นพื้นที่ที่มีระบบนิเวศวิทยาใหม่ ซึ่งเริ่มมี การพัฒนาตัวเองในทุก ๆ ด้าน ดังนั้นการศึกษา ทดลองในด้านต่าง ๆ จึงมีความจำเป็นต้อง ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อปรับปรุงงานฟื้นฟูสภาพเหมืองให้มีประสิทธิภาพยิ่ง ๆ ขึ้นไป รวมทั้ง การเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลที่ถูกต้องให้แก่ประชาชนซึ่งต้องดำเนินการควบคู่กันไปพร้อมกัน เพื่อให้ บุคคลทั่วไปเข้าใจถึงความ สำคัญของงานฟื้นฟูสภาพเหมืองอย่างถูกต้อง

## ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวพุกษา เกษมสารคุณ เกิดเมื่อวันที่ 14 พฤษภาคม 2527 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาภาษาไทย (เกียรตินิยมอันดับ 2) คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น เมื่อปีการศึกษา 2548 และเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโท สาขา นิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2552



ศูนย์วิทยพัทยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย