

## แนวทางการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมในธุรกิจอุตสาหกรรม

### ภาคตะวันออกของประเทศไทย

## The Methods of Corporate Social Responsibility Management for Industry

### Business in Eastern, Thailand

อนันต์ ธรรมชาลัย (Anan Thamchalai)

ดร., อาจารย์ประจำหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

Lecture, Doctor of Philosophy in Management Program

Faculty of Political Science, North Bangkok University

E-mail: anan.th@northbkk.ac.th

Received: 30 November 2018

Revised: 21 February 2019

Accepted: 18 March 2019

### บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ระดับปัจจัยการบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม และระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจอุตสาหกรรมในปัจจุบัน ปัจจัยการบริหารธุรกิจอุตสาหกรรมที่ส่งผลต่อระดับความรับผิดชอบต่อสังคม และแนวทางการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมในธุรกิจอุตสาหกรรมภาคตะวันออกของประเทศไทย การวิจัยแบบผสมทั้งเชิงปริมาณ โดยเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างด้วยแบบสอบถามจำนวน 400 บริษัท และเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหาร ผู้จัดการและหน่วยงานภาครัฐจำนวน 17 คน พบว่า โดยผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยการบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.13$ ,  $SD = 0.219$ ) และระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจอุตสาหกรรมโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.89$ ,  $SD = 0.168$ ) ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า ปัจจัยการบริหารธุรกิจอุตสาหกรรมโดยรวมสามารถร่วมกันอธิบายการเปลี่ยนแปลงของระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจอุตสาหกรรมโดยรวมได้ร้อยละ 20.4 โดยมีปัจจัยการบริหารธุรกิจอุตสาหกรรมด้านโครงสร้างองค์กร และด้านรูปแบบ ส่งผลต่อระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจอุตสาหกรรม โดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 พบว่าแนวทางการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมในธุรกิจอุตสาหกรรมภาคตะวันออก

ของประเทศไทย ประกอบด้วย 1) ปัจจัยการบริหารธุรกิจอุตสาหกรรมด้านโครงสร้างองค์กรให้สอดคล้องกับนโยบายและแผนการบริหารธุรกิจอุตสาหกรรมที่สอดคล้องกับพันธกิจและเป้าหมายขององค์กรในการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมตามระเบียบข้อบังคับ มาตรฐานการปฏิบัติงานตามที่กฎหมายกำหนด 2) ปัจจัยการบริหารธุรกิจอุตสาหกรรมด้านรูปแบบในการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมในองค์กรให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมจะเป็นส่วนประกอบสำคัญในการดำเนินกิจการความรับผิดชอบต่อสังคมให้สำเร็จโดยรูปแบบนั้นจะสามารถพัฒนาได้ตามนโยบายขององค์กร 3) มาตรการที่ใช้ในการส่งเสริมและสนับสนุนในกิจกรรมการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคม ประกอบด้วยมาตรการเชิงรุก มาตรการเชิงรับ มาตรการเชิงป้องกัน มาตรการเชิงแก้ไข และมาตรการการมีส่วนร่วมในการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคม

**คำสำคัญ:** การจัดการ, ระดับความรับผิดชอบต่อสังคม, ธุรกิจอุตสาหกรรม

## Abstracts

The research article aimed to study the level factors of business management and level of CSR management in industrial business in the current situations. The study analyzed the factors of business management affecting the level of CSR management and provided the methods of CSR for industry business in eastern, Thailand. Both qualitative and quantitative research methods were chosen for this study. For quantitative research method, the data collection was from 400 companies. While in-depth interviews to 17 executive staffs and include staff in government sectors were selected for qualitative research method. The results showed that 1) level factors of business management in industrial business overall means at high level ( $\bar{X} = 4.13$ ,  $SD = 0.219$ ) and level of CSR management in industrial business overall means at high level ( $\bar{X} = 3.89$ ,  $SD = 0.168$ ) in the current situations 2) the analysis in the level factors of business management affecting the level of CSR management in industrial business could be also applied to explain the change of the performance of the level of CSR management at 20.4 percent while the factors of structure and style had a significantly effect on the level of CSR management in statistics at .01 level 3) the methods of CSR management for Industry business in eastern, Thailand included promotion and supporting all CSR activities composite proactive action, reactive action, preventive action, corrective action, and participation action in CSR management.

**Keywords:** Management, Level of Corporate Social Responsibility (CSR), Industry Business

## บทนำ

ปัจจุบันมีการกล่าวถึงความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) ในภาคธุรกิจอุตสาหกรรมกันอย่างกว้างขวาง ทำให้มีการตื่นตัวในการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของกิจการ และส่งผลต่อผลการดำเนินงานด้วยเหตุผลนี้จึงทำให้ภาคธุรกิจอุตสาหกรรมให้ความสนใจในด้านการมีส่วนร่วมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะกิจการที่ประสบความสำเร็จได้ควรมีส่วนเกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมในยุคปัจจุบัน โดยแนวคิดในการพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคมเริ่มต้นจาก Bowen (1953) กล่าวถึง ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ ในหนังสือ *Social Responsibilities of the Businessman* คอตเลอร์ และลี (Kotler & Lee, 2005, p. 3) ได้ให้ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง พันธะผูกพันในการที่จะพัฒนาชุมชนให้ดีขึ้นด้วยการใช้วิจรรณญาณในทุกๆ ขั้นตอนของการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนการบริจาคทรัพยากรขององค์กรเท่าที่จะทำได้ให้กับชุมชนจนเป็นที่สนใจขององค์กรชั้นนำทั่วโลก จนมาถึงกระแสการพัฒนาที่ยั่งยืนในภาคธุรกิจอุตสาหกรรมเริ่มมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1980 โดย John Elkington ได้เขียนหนังสือเรื่อง *The Ecology of Tomorrow's World Industry's Environment* กล่าวถึงการจัดทำรายงานผลการประกอบการธุรกิจที่ยั่งยืน เรียกว่า “Triple Bottom Line” ซึ่งเป็นรายงานที่ไม่ได้มุ่งเน้นการนำเสนอผลประกอบการและผลกำไรทางธุรกิจเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญกับคุณค่าทางสังคมและการใช้ทรัพยากรของภาคธุรกิจอุตสาหกรรมด้วยการพัฒนาอย่างยั่งยืนมุ่งเน้นการสร้างสมดุลใน 3 ด้าน ได้แก่ เศรษฐกิจ (Economic) สังคม (Social) และสิ่งแวดล้อม (Environment) ส่งผลให้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม CSR มีความชัดเจนมากขึ้น โดยมีคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียเข้ามาเกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ และมีการปฏิบัติกันอย่างแพร่หลายในประเทศที่พัฒนาแล้ว ต่อมาในปี ค.ศ. 1991 นักวิชาการหลายคน อาทิ Archie B. Carroll (1991) ได้นำเสนอรูปแบบพีระมิดความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการบริษัทในประเทศที่พัฒนาแล้วประกอบด้วย ความรับผิดชอบต่อสังคมในเชิงเศรษฐกิจและข้อบังคับทางกฎหมาย รวมไปถึงความรับผิดชอบต่อสังคมในเชิงจริยธรรม และการบริจาคการกุศลด้วย อย่างไรก็ตามในบริบททางสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่แตกต่างกันไม่อาจนำรูปแบบ CSR ของ Carroll ( มาปรับใช้ในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาได้ทั้งหมด ส่วนนักวิชาการได้ให้ความสนใจในประเด็นนี้ ในปี ค.ศ. 2008 Wayne Visser จึงได้นำเสนอรูปแบบของ CSR ของกลุ่มประเทศที่กำลังพัฒนาว่า ให้ความสำคัญต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมด้านเศรษฐกิจ (Economic Responsibility) เป็นพื้นฐานเช่นกัน แต่ในลำดับต่อมา ได้ให้ความสำคัญกับการบริจาคการกุศล (Philanthropy Responsibility) มาก่อนความรับผิดชอบต่อสังคมด้านกฎหมาย (Legal Responsibility) และความรับผิดชอบต่อสังคมด้านจริยธรรม (Ethics Responsibility)

แนวคิดการจัดการจัดการในภาคอุตสาหกรรมเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายขององค์กรซึ่งมีหลักสำคัญ 5 ขั้นตอนสำคัญดังนี้ 1) การวางแผน คือ การวางแผนการปฏิบัติงานในทุกส่วนงานภายในองค์กรไว้ล่วงหน้า เพื่อดำเนินกิจกรรมต่างๆ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยการวางแผนระดับหน่วยงาน ระดับองค์กร 2) การจัดองค์กร คือ การจัดโครงสร้างขององค์กรให้เหมาะสมกับทรัพยากรทางการบริหาร โดยมีผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญในการกำหนดนโยบายและให้การสนับสนุนในการจัดโครงสร้างในระดับองค์กร และระดับหน่วยงานให้เกิดความเหมาะสมทั้งความรู้ ทักษะ และความสามารถ 3) การสั่งการ คือการวินิจฉัยสั่งการที่ดีเพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรดำเนินการไปตามเป้าหมายโดยมีการสั่งการตามสายบังคับบัญชาจากระดับบริหารสู่ระดับปฏิบัติการอย่างเหมาะสม มีระบบการสั่งการ ติดตามคำสั่ง และรายงานผลงานจากการสั่งการไปอย่างมีประสิทธิภาพ 4) การประสานงาน คือ การเชื่อมโยงต่าง ๆ ขององค์กรให้ดำเนินไปอย่างสอดคล้องต้องกัน โดยมีการกำหนดผู้ประสานงานให้สอดคล้องกับการประสานงานระหว่างหน่วยงานภายในองค์กรกับหน่วยงานต่างๆ ภายนอกองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ และ 5) การควบคุม คือ การควบคุมและกำกับกิจกรรมต่างๆ ภายในองค์กรให้ดำเนินไปตามแผนที่กำหนดไว้โดยมีการประเมินความสำเร็จของแผนงาน และมีขั้นตอนในการดำเนินการควบคุมเป็นระยะ มีการวัดผลความสำเร็จในระดับองค์กรและระดับหน่วยงาน อนันต์ ธรรมชาลย์ (2561)

แนวคิดการจัดการจัดการทั่วไปประกอบด้วย 1) กลยุทธ์ (Strategy) คือ การวางแผนกิจกรรมภายในองค์กร โดยให้แผนที่วางขึ้นมานั้นได้สอดคล้องและเหมาะสมต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอก และภายในองค์กร ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ช่วยสนับสนุนให้องค์กรมีขีดความสามารถเหนือคู่แข่ง 2) โครงสร้างองค์กร (Structure) หมายถึง ลักษณะโครงสร้างขององค์กรที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ รวมถึงขนาดการควบคุม การรวมอำนาจ และการกระจายอำนาจของผู้บริหาร การแบ่งโครงสร้างงานตามหน้าที่ ตามผลิตภัณฑ์ ตามลูกค้า ตามภูมิภาคได้อย่างเหมาะสม 3) สไตล์ (Style) สไตล์ในการทำงานของผู้บริหารนั้น มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งโดยเฉพาะผู้บริหารระดับสูงจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดของพนักงานภายในองค์กร มากกว่าคำพูดของผู้บริหาร 4) ระบบ (System) เป็นการวิเคราะห์ถึงระบบงานขององค์กรในทุกๆ เรื่อง ทั้งเรื่องระบบการบริหารจัดการ ระบบการปฏิบัติงาน เช่น ระบบสารสนเทศ ระบบการวางแผน ระบบงบประมาณ ระบบการควบคุม ระบบการจัดซื้อ ระบบในการสรรหาและคัดเลือกพนักงาน ระบบในการฝึกอบรม ตลอดจนระบบในการจ่ายผลตอบแทน 5) บุคลากร (Staff) หมายถึง การคัดเลือกบุคลากรที่มีความสามารถ การพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง 6) ทักษะ (Skill) เป็นการพิจารณาถึงทักษะหรือความเชี่ยวชาญขององค์กรโดยรวม ว่ามีความเชี่ยวชาญหรือมีความชำนาญในด้านใด และ 7) ค่านิยม (Shared Value) หมายถึง ค่านิยมร่วมกันระหว่างคนในองค์กร ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันโดย ผู้วิจัยใช้แนวคิดของ McKinsey 7-S Framework (อ้างถึงใน อำนาจ วัชรจินดา, 2558)

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า ประเทศไทยยังพบข้อจำกัดถึงแนวทางการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมในภาคธุรกิจอุตสาหกรรม ในการนำหลักความรับผิดชอบต่อสังคมมาใช้ และยังไม่เข้าใจ

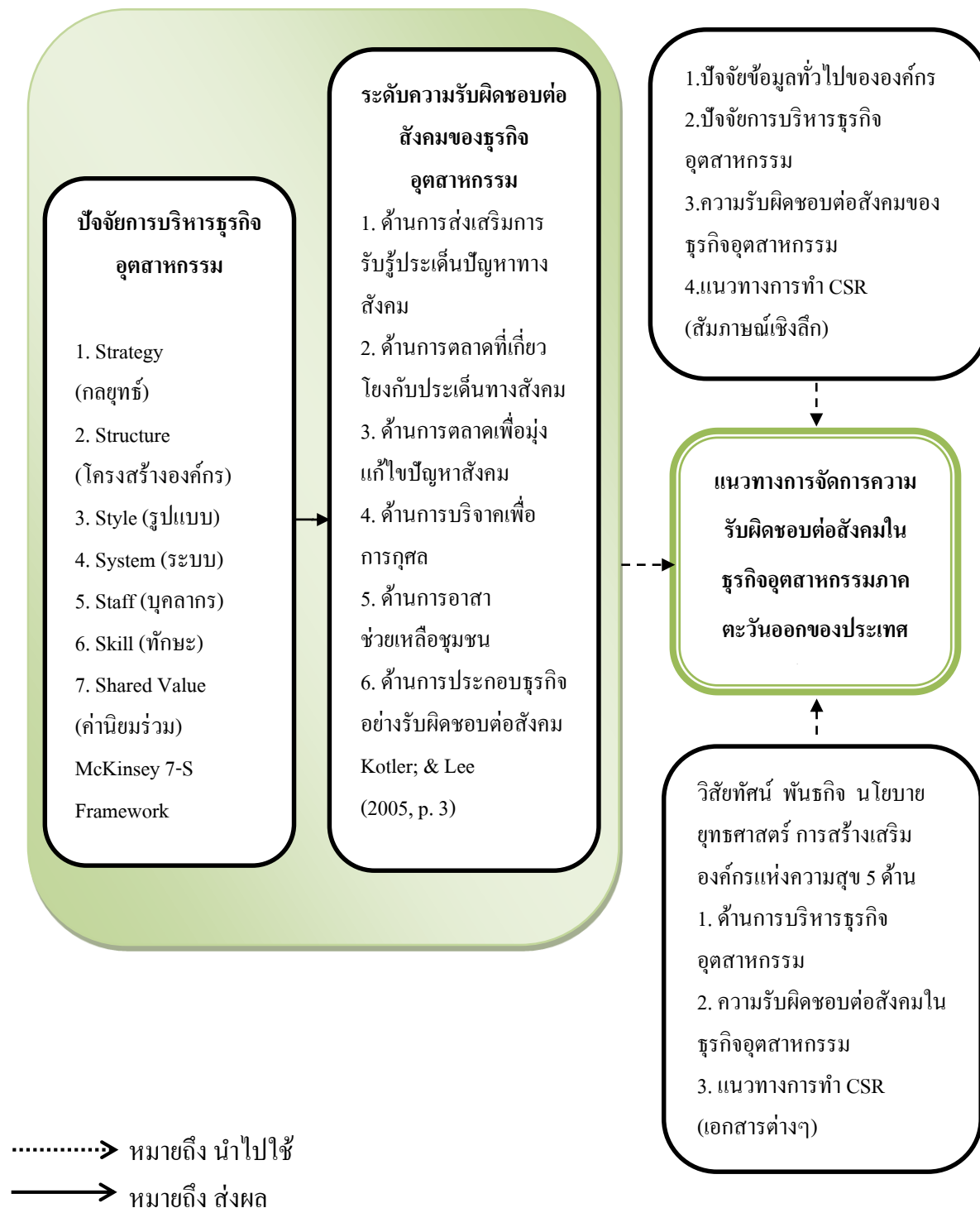
ถึงความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมไม่ครอบคลุม เนื่องจากประเทศไทยเป็นกลุ่มประเทศที่กำลังพัฒนา กำลังขยายตัวเจริญเติบโตของเศรษฐกิจภาคอุตสาหกรรมส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสิ่งแวดล้อมต่อชุมชนภาคประชาสังคมและภาคประชาชนจึงได้ผลักดันให้เกิดมาตรการทางกฎหมายบังคับตามรัฐธรรมนูญฉบับปี พ.ศ. 2550 มาตรา 67 ระบุให้โครงการกิจกรรมที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนอย่างรุนแรงทั้งทางด้านคุณภาพสิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติและสุขภาพ ให้ทำประชาพิจารณ์และจัดทำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Impact Assessment: EIA) หรือรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ (Environmental Health Impact Assessment: EHIA) จึงถือเป็นการเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมกับภาคอุตสาหกรรมมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตามระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนนั้นยังไม่มากเท่าที่ควรควบคู่ไปกับการประกอบการภาคอุตสาหกรรมได้โดยตลอด โดยกรมโรงงานอุตสาหกรรมจึงร่วมกับหน่วยงานต่างๆพัฒนาและจัดทำมาตรฐานความรับผิดชอบต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อสังคม หรือที่เรียกว่า“Corporate Social Responsibility - Department of Industrial Works: CSR-DIW” ขึ้นมา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551 โดยใช้กรอบของร่าง ISO 26000 และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีการให้รางวัลกระตุ้นจูงใจให้บริษัทอุตสาหกรรมเข้าร่วมโครงการ ดังนั้น เรื่องการดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคอุตสาหกรรมจึงให้ความสำคัญอย่างแพร่หลายในยุคปัจจุบัน

ด้วยเหตุดังที่กล่าวมานี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาค้นหาแนวทางการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมในธุรกิจอุตสาหกรรมภาคตะวันออกของประเทศไทย เนื่องจากการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นกระบวนการที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการทำให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรโดยการค้นหาแนวทางที่มีประสิทธิภาพในการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งในกระบวนการผลิต หรือหลังกระบวนการผลิต ตลอดจนแนวทางการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมที่เหมาะสมทั้งในระดับกิจกรรม และในระดับองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพจะนำไปสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืนดังเจตนารมณ์ขององค์กรต่อไป

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับทางการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมในธุรกิจอุตสาหกรรมภาคตะวันออกของประเทศไทย ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วนประกอบสำคัญโดยส่วนแรกคือปัจจัยการบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม ประกอบด้วย 1. Strategy (กลยุทธ์) 2. Structure (โครงสร้างองค์กร) 3. Style (รูปแบบ) 4. System (ระบบ) 5. Staff (บุคลากร) 6. Skill (ทักษะ) และ 7. Shared Value (ค่านิยมร่วม) โดยผู้วิจัยใช้แนวคิดของ McKinsey 7-S Framework ส่วนที่สองคือ ระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจอุตสาหกรรม ประกอบด้วย 1. ด้านการส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม 2. ด้านการตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคม 3. ด้านการตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคม 4. ด้านการบริจาคเพื่อ

การกุศล 5. ด้านการอาสาช่วยเหลือชุมชน และ 6. ด้านการประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม โดยผู้วิจัยใช้แนวคิดของ Kotler; & Lee (2005, p. 3) ดังที่ปรากฏตามกรอบแนวคิดในการวิจัยในครั้งนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยการบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม และระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจอุตสาหกรรมในปัจจุบัน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยการบริหารธุรกิจอุตสาหกรรมที่ส่งผลต่อระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจอุตสาหกรรม
3. เพื่อศึกษาหาแนวทางการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมในธุรกิจอุตสาหกรรมภาคตะวันออกของประเทศไทย

### สมมติฐานของงานวิจัย

ปัจจัยการบริหารธุรกิจอุตสาหกรรมมีผลต่อระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจอุตสาหกรรม

### วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) โดยใช้วิธีการผสมผสานด้วยการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ (Quantitative and Qualitative research) โดยผู้วิจัยได้ใช้วิธีการศึกษาถึงระบบการจัดการของเสียภายในโรงงานอุตสาหกรรมพลาสติกของไทยปัจจุบัน โดยมีประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ดังนี้

ประชากร คือ สถานประกอบการภาคอุตสาหกรรมในภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัด ฉะเชิงเทรา ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด ปราจีนบุรี และสระแก้ว โดยผู้แทนในการให้ข้อมูลคือ ผู้ประกอบการ/ผู้บริหาร/ผู้จัดการ ที่ยังคงปฏิบัติงานสถานประกอบการอุตสาหกรรมในภาคตะวันออก ซึ่งในปัจจุบันมีสถานประกอบการภาคตะวันออก มีจำนวน จำนวน 19,143 บริษัท (สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2560)

กลุ่มตัวอย่าง (เชิงปริมาณ) ผู้วิจัยใช้วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามตารางสำเร็จรูปของ Krejcie & Morgan (1970) ใช้ในการประมาณค่าสัดส่วนของประชากรเท่ากับ 0.5 ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้กลุ่มตัวอย่าง 377 บริษัท โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้เก็บตัวอย่างเพิ่มอีก 23 บริษัทรวมทั้งสิ้น 400 บริษัท

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือ (แบบสอบถาม) จากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการของเสียทั้งในประเทศและต่างประเทศ เป็นคำถามแบบตรวจรายการให้เลือกคำตอบ (Check List) จำนวน 65 ข้อ โดยนำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นมาหาค่าความ

## อนันต์ ธรรมชาลัย

เที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยได้รับความอนุเคราะห์จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คนเป็นผู้ประเมินแบบสอบถามโดยได้ผลการประเมิน IOC 0.82 และผู้วิจัยได้นำเครื่องมือไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง (Try Out) จำนวน 30 บริษัทเพื่อตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.92

กลุ่มตัวอย่าง (เชิงคุณภาพ) ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการ ผู้บริหารระดับสูง ผู้จัดการฝ่ายผลิต ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้เชี่ยวชาญที่ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informant Person) ด้วยการเจาะจงเลือก (Purposive Sampling) จากผู้บริหารภาครัฐและเอกชน จำนวน 17 คน เพื่อศึกษาข้อมูลที่ครอบคลุมเกี่ยวกับปัจจัย ปัจจัยข้อมูลทั่วไปขององค์กร ปัจจัยการบริหารธุรกิจ อุตสาหกรรม ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจอุตสาหกรรม และแนวทางการทำ CSR ที่เหมาะสมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

## ผลการวิจัย

ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ผลการศึกษาระดับของปัจจัยการบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม และระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจอุตสาหกรรม ดังตารางที่ 1 และตารางที่ 2 ตามลำดับ

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็นของระดับของปัจจัยการบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม โดยรวม

ข้อ	ปัจจัยการบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม	ระดับความคิดเห็น		
		$\bar{X}$	SD	แปลผล
1	ด้านกลยุทธ์	3.13	0.886	ปานกลาง
2	ด้านโครงสร้างองค์กร	3.80	0.436	มาก
3	ด้านรูปแบบ	4.36	0.618	มากที่สุด
4	ด้านระบบ	4.40	0.621	มากที่สุด
5	ด้านบุคลากร	4.52	0.500	มากที่สุด
6	ด้านทักษะ	4.38	0.610	มากที่สุด
7	ด้านค่านิยมร่วม	4.55	0.498	มากที่สุด
	รวม	4.13	0.219	มาก



จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้บริหารองค์กรมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.13$ ,  $SD = 0.219$ ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านค่านิยมร่วมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.55$ ,  $SD = 0.498$ ) รองลงมาคือด้านบุคลากรมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.52$ ,  $SD = 0.500$ ) และน้อยที่สุดคือด้านกลยุทธ์มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.13$ ,  $SD = 0.886$ )

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจอุตสาหกรรม โดยรวม

ข้อ	ระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจอุตสาหกรรม	ระดับความคิดเห็น		
		$\bar{X}$	SD	แปลผล
1	ด้านการส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม	3.87	0.500	มาก
2	ด้านการตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคม	4.04	0.470	มาก
3	ด้านการตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคม	3.91	0.474	มาก
4	ด้านการบริจาคเพื่อการกุศล	3.86	0.494	มาก
5	ด้านการอาสาช่วยเหลือชุมชน	4.03	0.438	มาก
6	ด้านการประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม	4.17	0.629	มาก
	รวม	3.89	0.168	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้บริหารองค์กรมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจอุตสาหกรรม โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.89$ ,  $SD = 0.168$ ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านการประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.17$ ,  $SD = 0.629$ ) รองลงมาคือ ด้านการตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.04$ ,  $SD = 0.470$ ) และน้อยที่สุดคือด้านการบริจาคเพื่อการกุศลมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.86$ ,  $SD = 0.494$ )

2. เพื่อศึกษาปัจจัยการบริหารธุรกิจอุตสาหกรรมที่ส่งผลต่อระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจอุตสาหกรรม

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการบริหารธุรกิจอุตสาหกรรมส่งผลต่อระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจอุตสาหกรรมโดยรวม

ปัจจัยการบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม	Unstandardized		Standardized	t	Sig
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std.Err	Beta		
ค่าคงที่	2.769	.117		23.731**	.000
1. ด้านกลยุทธ์	.010	.009	.054	1.193	.018
2. ด้านโครงสร้างองค์กร	.114	.018	.295	6.478**	.000
3. ด้านรูปแบบ	.053	.012	.193	4.216**	.000
4. ด้านระบบ	-.036	.046	-.134	-.783	.434
5. ด้านบุคลากร	.049	.042	.146	1.178	.240
6. ด้านทักษะ	..038	.047	.138	.815	.415
7. ด้านค่านิยมร่วม	.045	.042	.132	1.060	.290

Adjusted R<sup>2</sup> = .204, R<sup>2</sup> = .218, F = 15.593

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า ปัจจัยการบริหารธุรกิจอุตสาหกรรมโดยรวมสามารถร่วมกันอธิบายการเปลี่ยนแปลงของระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจอุตสาหกรรมโดยรวมได้ร้อยละ 20.4 (Adjusted R<sup>2</sup> = .204) โดยมีปัจจัยการบริหารธุรกิจอุตสาหกรรมด้านโครงสร้างองค์กร และด้านรูปแบบ ส่งผลต่อระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจอุตสาหกรรมโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักของผลกระทบของตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจอุตสาหกรรมโดยรวม พบว่า ด้านโครงสร้างองค์กรมีน้ำหนักมากที่สุด (Beta = .295) ที่ส่งผลต่อระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจอุตสาหกรรมโดยรวม

### 3. เพื่อศึกษาหาแนวทางการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมในธุรกิจอุตสาหกรรมภาคตะวันออกของประเทศไทย

พบว่าแนวทางการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมในธุรกิจอุตสาหกรรมภาคตะวันออกของประเทศไทย ประกอบด้วย 1) ปัจจัยการบริหารธุรกิจอุตสาหกรรมด้านโครงสร้างองค์กรให้สอดคล้องกับนโยบายและแผนการบริหารธุรกิจอุตสาหกรรมที่สอดคล้องกับพันธกิจและเป้าหมายขององค์กรในการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมตามระเบียบข้อบังคับ มาตรฐานการปฏิบัติงานตามที่กฎหมายกำหนด 2) ปัจจัยการบริหารธุรกิจอุตสาหกรรมด้านรูปแบบในการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมในองค์กรให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมจะเป็นส่วนประกอบสำคัญในการดำเนินกิจการความรับผิดชอบต่อสังคมให้สำเร็จโดยรูปแบบนั้นจะสามารถพัฒนาได้ตามนโยบายขององค์กร 3) มาตรการที่ใช้ในการส่งเสริมและสนับสนุนในกิจกรรมการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคม ประกอบด้วยมาตรการเชิงรุก มาตรการเชิงรับ มาตรการเชิงป้องกัน มาตรการเชิงแก้ไข และมาตรการการมีส่วนร่วมในการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคม

#### อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ผู้บริหารองค์กรมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.13$ ,  $SD = 0.219$ ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านค่านิยมร่วมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.55$ ,  $SD = 0.498$ ) รองลงมาคือ ด้านบุคลากรมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.52$ ,  $SD = 0.500$ ) และน้อยที่สุดคือ ด้านกลยุทธ์มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.13$ ,  $SD = 0.886$ ) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อนันต์ ชรรณชาลัย (2561) ได้ศึกษาเรื่องแนวทางการจัดการความเสี่ยงสำหรับกลุ่มอุตสาหกรรมปิโตรเคมีของประเทศไทยพบว่าผู้บริหารองค์กรมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการจัดการธุรกิจอุตสาหกรรมปิโตรเคมีโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.15$ ,  $S.D. = 0.196$ ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการตั้งการอยู่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.42$ ,  $S.D. = 0.339$ ) รองลงมาคือ ด้านการควบคุมอยู่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.39$ ,  $S.D. = 0.344$ ) และด้านที่น้อยที่สุดคือ ด้านการจัดองค์การมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.81$ ,  $S.D. = 0.331$ ) และ ผู้บริหารองค์กรมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจอุตสาหกรรมโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.13$ ,  $SD = 0.219$ ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านการประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.17$ ,  $SD = 0.629$ ) รองลงมาคือ ด้านการตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.04$ ,  $SD = 0.470$ ) และด้านที่น้อยที่สุดคือ ด้านการบริจาคเพื่อการกุศลมีระดับ

ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.86, SD = 0.494$ ) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร และภาคภูมิ ภักดีवास (2557) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กลงในเขตภาคเหนือในประเทศไทย พบว่า ความเหมาะสมพอเพียงในการเลือกทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 66.20, SD = 0.63$ ) โดยแยกตามรายด้าน ได้แก่ ด้านการรู้จักตน ( $\bar{X} = 22.50, SD = 0.88$ ) ด้านการมีเหตุมีผล ( $\bar{X} = 20.25, S.D. = 0.58$ ) และด้านการมีภูมิคุ้มกัน ( $\bar{X} = 23.45, SD = 0.43$ ) ซึ่งกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่องค์กรเลือกสามารถทำได้ยังมีกลยุทธ์ แต่ต้องขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อปรับปรุงพัฒนาให้เข้มแข็ง

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า ปัจจัยการบริหารธุรกิจอุตสาหกรรมโดยรวมสามารถร่วมกันอธิบายการเปลี่ยนแปลงของระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจอุตสาหกรรมโดยรวมได้ร้อยละ 20.4 (Adjusted R<sup>2</sup> = .204) โดยมีปัจจัยการบริหารธุรกิจอุตสาหกรรมด้านโครงสร้างองค์กร และด้านรูปแบบ ส่งผลต่อระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจอุตสาหกรรมโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักของผลกระทบของตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจอุตสาหกรรมโดยรวม พบว่า ด้านโครงสร้างองค์กรมีน้ำหนักมากที่สุด (Beta = .295) ที่ส่งผลต่อระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจอุตสาหกรรมโดยรวม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทธกร โพธิวรรณ และพิศมัย จารุจิตติพันธ์ (2558) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจโรงแรม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาปัจจัยด้านองค์กรและปัจจัยด้านการบริหารองค์กรที่ส่งผลต่อระบบและกลไกสนับสนุนบุคลากรของการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ภายใต้หลักความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรม 5 ดาวที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่าปัจจัยองค์กรด้านโครงสร้างองค์กรส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ด้านพลวัตการเรียนรู้ ด้านการปรับเปลี่ยนองค์กร ด้านการเอื้ออำนาจให้บุคลากร ด้านการจัดการความรู้ และด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทุกด้าน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉัยฐนนท ทวีสิน (2558) ได้ศึกษาเรื่องบุปัจจัยและผลลัพธ์ของนวัตกรรมมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรภาคเอกชนกลุ่มบริษัทในเขตอุตสาหกรรมนวนคร จังหวัดปทุมธานี พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลและมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคม คือ ปัจจัยนำเข้าประกอบด้วยด้านทรัพยากรบุคคล ด้านภาวะผู้นำของผู้บริหาร ด้านการบริหารจัดการ ด้านงบประมาณ ปัจจัยด้านกระบวนการประกอบด้วย ด้านการวางแผน การดำเนินการ และการประเมินผล ปัจจัยด้านผลลัพธ์ขององค์กรประกอบด้วย การร่วมแก้ปัญหา การพัฒนาอย่างยั่งยืน และประสิทธิภาพในการตอบสนองความต้องการของสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และพบว่าปัจจัยทั้ง 3 มีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลต่อความร่วมมือ จึงนำข้อค้นพบมาพัฒนาเป็นนวัตกรรมมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคม

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า แนวทางการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมในธุรกิจอุตสาหกรรมภาคตะวันออกของประเทศไทย ประกอบด้วย 1) ปัจจัยการบริหารธุรกิจอุตสาหกรรมด้าน

โครงสร้างองค์กรให้สอดคล้องกับนโยบายและแผนการบริหารธุรกิจอุตสาหกรรมที่สอดคล้องกับพันธกิจและเป้าหมายขององค์กรในการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมตามระเบียบข้อบังคับ มาตรฐานการปฏิบัติงานตามที่กฎหมายกำหนด 2) ปัจจัยการบริหารธุรกิจอุตสาหกรรมด้านรูปแบบในการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมในองค์กรให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมจะเป็นส่วนประกอบสำคัญในการดำเนินกิจการความรับผิดชอบต่อสังคมให้สำเร็จโดยรูปแบบนั้นจะสามารถพัฒนาได้ตามนโยบายขององค์กร 3) มาตรการที่ใช้ในการส่งเสริมและสนับสนุนในกิจกรรมการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคม ประกอบด้วยมาตรการเชิงรุก มาตรการเชิงรับ มาตรการเชิงป้องกัน มาตรการเชิงแก้ไข และมาตรการการมีส่วนร่วมในการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งสอดคล้องกับ พิพัฒน์ นนทนาธรณ์ (2559, หน้า 28 – 30) ได้แบ่งความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรตามกระบวนการในการดำเนินธุรกิจ โดยแบ่งออกเป็น 5 ประเภท 1. CSR – after – Process (กิจกรรมเพื่อสังคม) แยกจากการดำเนินธุรกิจหลัก ดำเนินการหลังจากที่ได้ทำกระบวนการธุรกิจนั้น และมักทำนอกเวลาทำงานปกติ ด้วยการเป็นอาสาสมัครบำเพ็ญประโยชน์หรือการบริจาคเงินหรือสิ่งของ โดยใช้กำไรที่ได้จากการดำเนินธุรกิจ 2. CSR – in – Process (ธุรกิจเพื่อสังคม) โดยกำหนดเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทางธุรกิจตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ ผลิต จัดจำหน่าย และให้บริการหลังการขาย โดยตระหนักถึงการป้องกันและกำจัดมลภาวะต่างๆ การใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดและมีประสิทธิภาพ การเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใสต่อผู้มีส่วนได้เสีย การชดเชยความบกพร่องจากสินค้าและบริการ โดยเป็นการดำเนินการในเวลาปกติของการทำงาน 3. CSR – as – Process (กิจการเพื่อสังคม) เป็นองค์กรที่ดำเนินงานโดยไม่แสวงหากำไร มูลนิธิ องค์กรสาธารณประโยชน์ องค์กรภาคประชาชน และส่วนราชการต่างๆ จัดตั้งเพื่อทำประโยชน์แก่สังคมในทุกกระบวนการของกิจการ 4. CSR – as – Enterprise (วิสาหกิจเพื่อสังคม) เป็นธุรกิจที่หารายได้ด้วยนวัตกรรม การแสวงหาโอกาสจากความอยู่ดีมีสุข การไม่ยึดติดกับกฎเกณฑ์ แบ่งเป็นองค์กรแบบดั้งเดิมที่ไม่แสวงหากำไร องค์กรแบบดั้งเดิมที่แสวงหากำไร และองค์กรแบบผสมผู้ดำเนินงานในวิสาหกิจเพื่อสังคมเรียกว่า ผู้ประกอบการสังคม (Social Entrepreneur) 5. CSR – as – Business (การทำธุรกิจสังคม) โดยการนำเอาประเด็นสังคมมาทำธุรกิจ ทั้งการผลิต การค้าและการบริการ เช่นการผลิตเครื่องจักรที่ช่วยประหยัดพลังงานหรือลดมลพิษ การขายปัจจัยการผลิตที่ไม่ปนเปื้อน การรับซื้อขยะอุตสาหกรรมไปคัดแยกและหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ การเป็นบริษัทให้คำปรึกษาหรือจัดฝึกอบรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นต้น องค์กรลักษณะนี้จะทำธุรกิจกับหน่วยงานที่ดำเนินงานด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมในทุกระดับ

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ควรส่งเสริมให้มีการนำแนวทางการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมในธุรกิจอุตสาหกรรมภาคตะวันออกของประเทศไทยเพื่อนำมาบูรณาการกับองค์กรเพื่อเกิดการพัฒนาร่วมกันระหว่างองค์กรธุรกิจอุตสาหกรรม ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม
2. ควรเพิ่มมาตรการการจูงใจให้มีการเสริมสร้างความตระหนักและให้ความสำคัญถึงการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมถือเป็นส่วนหนึ่งของการประกอบธุรกิจในทุกกิจกรรม
3. ควรมีการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย วัตถุประสงค์ ตัวชี้วัด และกิจกรรมต่างๆ ไว้ในในแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรธุรกิจอุตสาหกรรมและกำหนดคณะกรรมการกำกับดูแล และให้การสนับสนุนส่งเสริมให้มีการดำเนินการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างต่อเนื่อง

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรเพิ่มเติมการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น วิธีการประชุมระดมสมอง (Brainstorming Session) เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในเชิงวิชาการในการลด การควบคุม การป้องกัน และการแก้ไขทางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในการสร้างเสริมสุขภาวะองค์กรภาคอุตสาหกรรม
2. ควรมีการศึกษาตามประเภทของแต่ละอุตสาหกรรมเพื่อสร้างเป็นแนวทางปฏิบัติที่เหมาะสมยิ่งขึ้น

## รายการอ้างอิง

- ณัฐนนท ทวีสิน. (2558). *บุปผาใจและผลลัพท์ของนวัตกรรมการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรภาคเอกชนกลุ่มบริษัทในเขตอุตสาหกรรมนวนคร จังหวัดปทุมธานี*. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, สาขาวิชานวัตกรรมการจัดการ, วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม ฉบับที่ 4272 (พ.ศ. 2553) เรื่องกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคม มาตรฐานเลขที่ มอก. 26000-2553. (2554, 14 กุมภาพันธ์). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 128 ตอนพิเศษ 18 ง.
- พิพัฒน์ นนทนาธรณ์. (2553). *การจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร การสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน*. นนทบุรี: ชิงค์บียอนด์บุ๊ก จำกัด.
- ภัทรกร โพธิ์วรรณ และพิศมัย จารุจิตติพันธ์. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจโรงแรม. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 9(1), 63-64.
- รัฐนันท์ พงศ์วิทธิธร และภาคภูมิ ภัควิวาส. (2557). *แนวทางการพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก ในเขตภาคเหนือในประเทศไทย*. สาขาวิชาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ, คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ภาควิชาชีพ เชียงใหม่.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2560). *สถานประกอบการอุตสาหกรรม ภาคตะวันออก*. วันที่ค้นข้อมูล 2 มีนาคม 2561, เข้าถึงได้จาก <http://service.nso.go.th/nso/web/statseries/statseries16.html>
- อนันต์ ธรรมชาลัย. (2561). *แนวทางการจัดการความเสี่ยงสำหรับกลุ่มอุตสาหกรรมปิโตรเคมีของประเทศไทย*. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร*, 6(2), 84 - 87.
- Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward The Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48.
- Kotler, P., & Lee, N. (2005). *Corporate social responsibility: Doing the most good for your company and your cause*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons.
- Krejcie, R.V., & Morgan, D.W. (1970). *Educational and psychological measurement*. New York: Minnnesota University.
- อำนาจ วัดจินดา. (2558). ประเมินองค์การด้วย McKinsey 7-S. วันที่ค้นข้อมูล 2 มีนาคม 2561, เข้าถึงได้จาก [http:// https://www.hrcenter.co.th/index.php?module=columns\\_detail&ColumnID=647](http://https://www.hrcenter.co.th/index.php?module=columns_detail&ColumnID=647)