

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในจังหวัดปทุมธานี



นางสาวนลินธร เชื้อเมืองพาน

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2554

Social Responsibility of Business Organization in Pathum Thani Province

Miss Nalinthorn Cheumungparn



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for

the Degree of Master of Business Administration

School of Management Science

Sukhothai Thammathirat Open University

2011

หัวข้อวิทยานิพนธ์ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในจังหวัดปทุมธานี
ชื่อและนามสกุล นางสาวนลินธร เชื้อเมืองพาน
แขนงวิชา บริหารธุรกิจ
สาขาวิชา วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
อาจารย์ที่ปรึกษา 1. รองศาสตราจารย์สุวีณา ตั้งโพธิ์สุวรรณ
2. รองศาสตราจารย์นวลเสน่ห์ วงศ์เชิดธรรม

วิทยานิพนธ์นี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 21 ธันวาคม 2554

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์สมจิตร ล้วนจำเริญ)



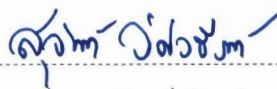
กรรมการ

(รองศาสตราจารย์สุวีณา ตั้งโพธิ์สุวรรณ)



กรรมการ

(รองศาสตราจารย์นวลเสน่ห์ วงศ์เชิดธรรม)



ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษา

(รองศาสตราจารย์ ดร. สุจินต์ วิสวธีรานนท์)

ชื่อวิทยานิพนธ์ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในจังหวัดปทุมธานี

ผู้วิจัย นางสาวนลินธร เชื้อเมืองพาน **รหัสนักศึกษา** 2523003289 **ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา (1) รองศาสตราจารย์สุวีณา ตั้งโพธิ์สุวรรณ (2) รองศาสตราจารย์นवलเสน่ห์ วงศ์เชิดธรรม
ปีการศึกษา 2554

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงสำรวจนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบาย ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ (2) การปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในแต่ละด้าน และ (3) เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในแต่ละด้านขององค์กรจำแนกตามลักษณะขององค์กรธุรกิจ

ประชากรคือ องค์กรธุรกิจที่ตั้งอยู่ในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 877 บริษัท โดยหลักการคำนวณโดยใช้สูตร ของ ทาโรยามาเน ได้ขนาดตัวอย่าง จำนวน 274 บริษัท เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้คือสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ยร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่า (1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบาย ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ด้านการกำกับดูแลองค์กร ด้านสิทธิมนุษยชนด้านการปฏิบัติด้านแรงงานด้านการปฏิบัติ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการดำเนินงานอย่างเป็นธรรม ด้านผู้บริโภค ด้านการพัฒนาชุมชนและสังคมอยู่ในระดับมาก (2) การปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจใน ด้านการพัฒนาชุมชน ด้านสุขภาพอนามัย ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสิทธิผู้บริโภค ด้านวัฒนธรรม อยู่ในระดับมาก สำหรับด้านการศึกษา อยู่ในระดับปานกลาง และ (3) เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในแต่ละด้านขององค์กร จำแนกตามลักษณะองค์กรธุรกิจ ในด้านระยะเวลาการก่อตั้งสถานประกอบการที่แตกต่างกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านพัฒนาชุมชน ด้านสุขภาพอนามัย ด้านการศึกษา ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสิทธิผู้บริโภค ด้านวัฒนธรรม ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ยกเว้นด้านพัฒนาชุมชน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ สำหรับขนาดอุตสาหกรรมที่แตกต่างกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านพัฒนาชุมชน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ .05 ด้านสุขภาพอนามัย ด้านการศึกษา ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสิทธิผู้บริโภค ด้านวัฒนธรรม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ และประเภทอุตสาหกรรมที่แตกต่างกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านพัฒนาชุมชน ด้านสุขภาพอนามัยแตกต่างกัน

คำสำคัญ ความรับผิดชอบต่อสังคม องค์กรธุรกิจ จังหวัดปทุมธานี

Thesis title: Social Responsibility of Business Organization in Pathum Thani Province

Researcher: Miss Nalinthorn Cheumungparn; **ID:** 2523003289;

Degree: Master of Business Administration;

Thesis advisors: (1) Suwena Tangpothisuwan, Associate Professor;

(2) Nuansanae Wongchirdtum, Associate Professor; **Academic year:** 2011

Abstract

Purposes of survey research: (1) to study policy of corporate social responsibility (CSR) of business organization; (2) to study the activities of CSR of business organizations by aspect; and (3) to compare CSR activities in each organization aspect by organizational business type.

Population was 877 business organizations located in Phatumthanee province using the Standard Deviation formula of Taro Yamane , the sample were 274 companies. Questionnaire use was a tool , Descriptive statistics used were average , percentage , standard deviation and inferential statistics were one- way ANOVA.

Research result were found that: (1) these were high opinions in policy of CSR, corporate governance , human rights , labor practice , environmental practice, fairly operation, care consumers and social justice & community development; (2) these were high opinions in CSR activities , community development, health, environment, consumer rights, culture and moderate opinion in education; and (3) comparing CSR activities in each organizational aspect by organizational business type, different corporate establishment time and CSR activities in terms of community development and culture had “no significant difference”. except for community development .Moreover,comparing the size difference of business with the CSR activities , community development had “ significant difference ”at the significant level of 0.05 Health, education, environment, human rights and culture had “no significant difference”. Comparing the business type’s difference with the CSR activities, community development and health had “significant difference”.

Keywords: Social Responsibility, Business Organization, Phathunthanee Province

กิตติกรรมประกาศ

ในการจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในจังหวัด
ปทุมธานีในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ สุวีณา ตังโพธิ์สุวรรณ และ
รองศาสตราจารย์ นวลเสนห์ วงศ์เชิดธรรม มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช ที่ได้ความรู้ คำปรึกษา
และแนะนำในการวิจัย สำเร็จลุล่วง

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังขอขอบพระคุณสมาชิกทุกท่านครอบครัวที่อุปการะ เพื่อนๆทุกคน
ที่คอยส่งกำลังใจและคำปรึกษาเสมอ

นลินธร เชื้อเมืองพาน

ตุลาคม 2554

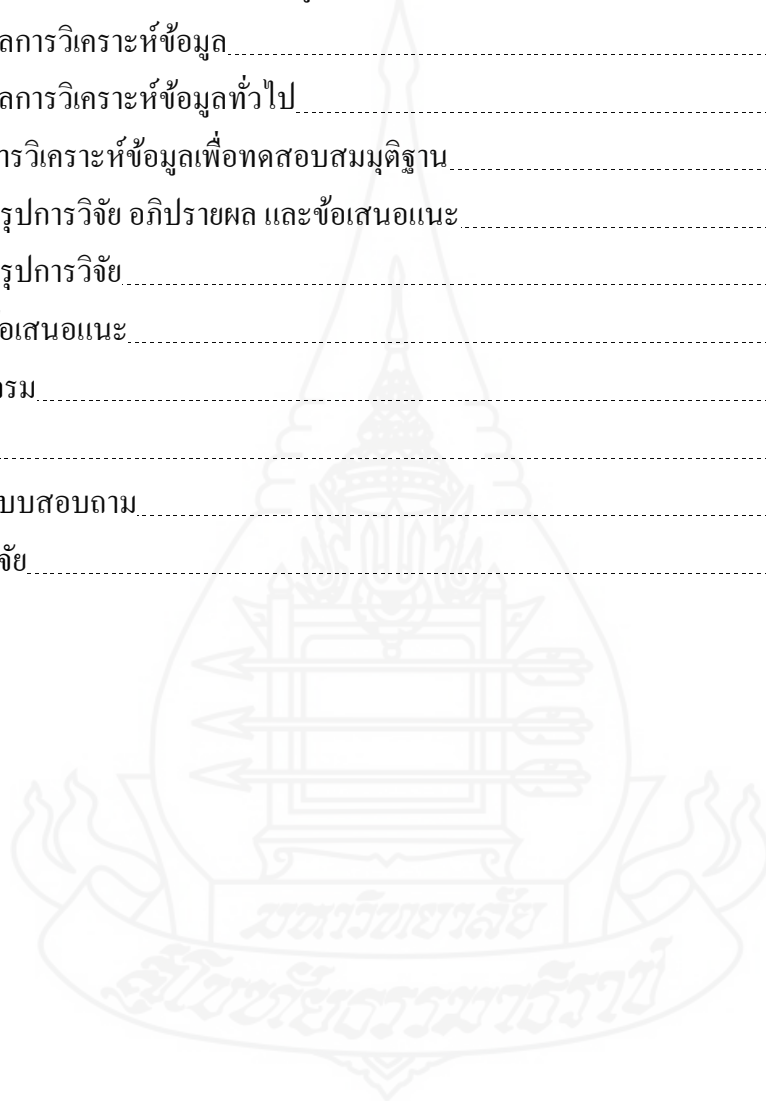


สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	๗
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	5
กรอบแนวคิดการวิจัย	6
สมมติฐานการวิจัย	7
ขอบเขตของการวิจัย	7
นิยามศัพท์เฉพาะ	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	9
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	10
แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม	10
แนวคิดจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อธุรกิจ	25
บรรษัทภิบาล (Corporate Governance - CG)	30
ลักษณะนโยบายและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจต่างๆ	35
ส.สู่เยาวชน เสริมสร้างคุณภาพชีวิตสู่เยาวชน (5 ส. โรงเรียน)	44
องค์กรธุรกิจภาคอุตสาหกรรมจังหวัดปทุมธานี	49
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	52
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	56
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	56
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	59
การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	60
การเก็บรวบรวมข้อมูล	61

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	61
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	62
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	63
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป.....	64
การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน.....	93
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	150
สรุปการวิจัย.....	150
ข้อเสนอแนะ.....	153
บรรณานุกรม.....	155
ภาคผนวก.....	158
แบบสอบถาม.....	159
ประวัติผู้วิจัย.....	173



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1	บัญชีประเภทโรงงานอุตสาหกรรม..... 4
ตารางที่ 2.1	ความแตกต่างระหว่างจริยธรรมและกฎหมาย..... 27
ตารางที่ 2.2	จำนวนโรงงานและจำนวนคนงานในจังหวัดปทุมธานี..... 51
ตารางที่ 3.1	จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง..... 58
ตารางที่ 4.1	จำนวนและร้อยละขององค์กรธุรกิจจำแนกตามอายุสถานประกอบการ..... 64
ตารางที่ 4.2	จำนวนและร้อยละขององค์กรธุรกิจจำแนกตามขนาดสถานประกอบการ..... 64
ตารางที่ 4.3	จำนวนและร้อยละขององค์กรธุรกิจจำแนกตามประเภทอุตสาหกรรม..... 65
ตารางที่ 4.4	จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็น องค์กรธุรกิจที่มีต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการกำกับดูแลองค์กร..... 66
ตารางที่ 4.5	จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานองค์กรธุรกิจ ที่มีต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิทธิมนุษยชน..... 67
ตารางที่ 4.6	จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็น องค์กรธุรกิจที่มีต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการปฏิบัติด้านแรงงาน..... 70
ตารางที่ 4.7	จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็น องค์กรธุรกิจที่มีต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม..... 72
ตารางที่ 4.8	จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็น องค์กรธุรกิจที่มีต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการดำเนินงานอย่างเป็นธรรม..... 74
ตารางที่ 4.9	จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็น องค์กรธุรกิจที่มีต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านผู้บริโภค..... 76
ตารางที่ 4.10	จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็น องค์กรธุรกิจที่มีต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการพัฒนาชุมชนและสังคม..... 78

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.11 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็น องค์กรธุรกิจที่มีต่อประเภทกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการพัฒนาชุมชน	80
ตารางที่ 4.12 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็น องค์กรธุรกิจที่มีต่อประเภทกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านสุขภาพอนามัย	83
ตารางที่ 4.13 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็น องค์กรธุรกิจที่มีต่อประเภทกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการศึกษา	85
ตารางที่ 4.14 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็น องค์กรธุรกิจที่มีต่อประเภทกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม	87
ตารางที่ 4.15 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็น องค์กรธุรกิจที่มีต่อประเภทกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านสิทธิผู้บริโภค	89
ตารางที่ 4.16 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็น องค์กรธุรกิจที่มีต่อประเภทกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านวัฒนธรรม	91
ตารางที่ 4.17 เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านพัฒนาชุมชน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จำแนกตามระยะเวลาการดำเนินงาน	93
ตารางที่ 4.18 เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสุขภาพ อนามัยโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จำแนกตามระยะเวลาการดำเนินงาน	95
ตารางที่ 4.19 เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการศึกษาโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จำแนกตามระยะเวลาการดำเนินงาน	96

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.20	เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านสิ่งแวดล้อมโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จำแนกตามระยะเวลาการดำเนินงาน.....	97
ตารางที่ 4.21	เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านสิทธิผู้บริโภคโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จำแนกตามระยะเวลาการดำเนินงาน.....	99
ตารางที่ 4.22	เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านวัฒนธรรมโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จำแนกตามระยะเวลาการดำเนินงาน.....	100
ตารางที่ 4.23	เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านพัฒนาชุมชนโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จำแนกตามขนาดองค์กรธุรกิจ.....	101
ตารางที่ 4.24	เปรียบเทียบขนาดองค์กรธุรกิจที่แตกต่างกัน กับหัวข้อบริษัทฯ เข้าไปช่วยเหลือประชาชนที่ประสบภัยธรรมชาติ เช่น น้ำท่วม ไฟไหม้ โดยการวิเคราะห์แบบรายคู่.....	103
ตารางที่ 4.25	เปรียบเทียบขนาดองค์กรธุรกิจที่แตกต่างกัน กับหัวข้อบริษัทฯ เข้าไปช่วยเหลือผู้ประสบภัยแล้งในท้องถิ่นทุรกันดาร โดยการวิเคราะห์แบบรายคู่.....	104
ตารางที่ 4.26	เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านสุขภาพอนามัยโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จำแนกตามขนาดองค์กรธุรกิจ.....	105
ตารางที่ 4.27	เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการศึกษาโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จำแนกตามขนาดองค์กรธุรกิจ.....	107
ตารางที่ 4.28	เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านสิ่งแวดล้อมโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จำแนกตามขนาดองค์กรธุรกิจ.....	108

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.29 เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการดำเนินงานอย่างเป็นธรรมโดยใช้การวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียวจำแนกตามขนาดองค์กรธุรกิจ	109
ตารางที่ 4.30 เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านวัฒนธรรมโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จำแนกตามขนาดองค์กรธุรกิจ	111
ตารางที่ 4.31 เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านพัฒนาชุมชนโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จำแนกตามประเภทองค์กรธุรกิจ	112
ตารางที่ 4.32 เปรียบเทียบประเภทองค์กรธุรกิจที่แตกต่างกันกับหัวข้อบริษัทฯ รับฟังปัญหาของชุมชน ที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงาน ของบริษัท โดยการวิเคราะห์แบบรายคู่	114
ตารางที่ 4.33 เปรียบเทียบประเภทองค์กรธุรกิจที่แตกต่างกันกับหัวข้อบริษัทฯ แก้ไขปัญหาของชุมชนโดยการวิเคราะห์แบบรายคู่	117
ตารางที่ 4.34 เปรียบเทียบประเภทองค์กรธุรกิจที่แตกต่างกันกับหัวข้อบริษัทฯ ให้การสนับสนุนการจัดกิจกรรมพัฒนาชุมชนในสถานที่รอบๆ บริษัท โดยการวิเคราะห์แบบรายคู่	120
ตารางที่ 4.35 เปรียบเทียบประเภทองค์กรธุรกิจที่แตกต่างกันกับหัวข้อ บริษัทเข้าไปช่วยเหลือประชาชนที่ประสบภัยธรรมชาติ เช่น น้ำท่วม ไฟไหม้	123
ตารางที่ 4.36 เปรียบเทียบประเภทองค์กรธุรกิจที่แตกต่างกันกับหัวข้อบริษัทฯ เข้าไปช่วยเหลือผู้ประสบภัยแล้งในท้องถิ่นทุรกันดาร	126
ตารางที่ 4.37 เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านพัฒนาชุมชนโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จำแนกตามประเภทองค์กรธุรกิจ	129

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.38	เปรียบเทียบประเภทองค์กรธุรกิจที่แตกต่างกันกับหัวข้อบริษัทฯ เข้าไปช่วยเหลือผู้ประสบภัยแล้งในท้องถิ่นทุรกันดาร โดยวิเคราะห์รายคู่.....	131
ตารางที่ 4.39	เปรียบเทียบประเภทองค์กรธุรกิจที่แตกต่างกันกับหัวข้อบริษัทฯ จัดสวัสดิการด้านรักษาพยาบาลให้แก่ลูกจ้างโดยเปรียบเทียบรายคู่.....	134
ตารางที่ 4.40	เปรียบเทียบประเภทองค์กรธุรกิจที่แตกต่างกันกับหัวข้อการผลิตสินค้า และบริการของบริษัทฯ มีอุปกรณ์ป้องกันความปลอดภัยในการทำงาน ให้กับลูกจ้างอย่างครบถ้วน โดยเปรียบเทียบรายคู่.....	137
ตารางที่ 4.41	เปรียบเทียบประเภทองค์กรธุรกิจที่แตกต่างกันกับหัวข้อบริษัทฯ จัดสถานที่ทำงานที่สะอาดและถูกสุขลักษณะให้แก่ลูกจ้าง โดยเปรียบเทียบรายคู่.....	141
ตารางที่ 4.42	เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการศึกษาโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จำแนกตามประเภทองค์กรธุรกิจ.....	144
ตารางที่ 4.43	เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านสิ่งแวดล้อมโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จำแนกตามประเภทองค์กรธุรกิจ.....	146
ตารางที่ 4.44	เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านผู้บริโภคโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จำแนกตามประเภทองค์กรธุรกิจ.....	147
ตารางที่ 4.45	เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านวัฒนธรรมโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จำแนกตามประเภทองค์กรธุรกิจ.....	148

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	6
ภาพที่ 2.1 กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่องค์กรต้องรับผิดชอบ.....	20



บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สืบเนื่องจากในปัจจุบัน โครงสร้างทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปของประเทศไทยจากภาคเกษตรกรรมเป็นภาคอุตสาหกรรม ซึ่งมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดความต้องการแรงงานในภาคอุตสาหกรรมมากขึ้น โดยมีบริษัทต่างๆ ในอุตสาหกรรมเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ ในการบริหารองค์กรภาคธุรกิจซึ่งมีแนวทางในการบริหารและจัดการภายในองค์กรเพื่อให้เกิดความมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อตัวองค์กร อันนำไปสู่องค์กรที่มีคุณภาพและประสบความสำเร็จ ด้วยภาวะเศรษฐกิจที่ขยายตัวอย่างรวดเร็ว ทำให้ประเทศไทยมีการลงทุนที่เพิ่มสูงขึ้น ตลอดจนโรงงานอุตสาหกรรมเกิดขึ้นอย่างมากมายภายในประเทศไทย ณ ปัจจุบันมีโรงงานอุตสาหกรรมตั้งอยู่ในประเทศไทยมากกว่า 376,630 แห่ง กระจายอยู่ทุกภูมิภาคภายในประเทศ (ที่มา <http://www.labour.go.th/map/thailand.jsp> สืบค้นวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2554) โดยจำแนกออกเป็นอุตสาหกรรมประเภทต่างๆ และมีอัตราแรงงานหมุนเวียนในระบบ 7,991,026 คน

ในการดำเนินธุรกิจของโรงงานอุตสาหกรรมนั้นสิ่งสำคัญคือการมุ่งหวังผลกำไรในการบริหารและดำเนินงาน จึงมีการวางแผนกลยุทธ์ ในการดำเนินธุรกิจตลอดจนแผนงานทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จ การที่องค์กรจะประสบความสำเร็จได้นั้นมีหลายปัจจัย ซึ่งมีดัชนีชี้วัดในการดำเนินงานให้ประสบความสำเร็จนั้นหากพิจารณา 4 มุมมองหลักประกอบด้วย กระบวนการภายใน ลูกค้า พนักงาน และมุมมองด้านการเงิน แต่สิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงถึงและทำให้้องค์กรสามารถอยู่รอดได้คือ การสร้างความยั่งยืนให้กับองค์กร นอกจากการดำเนินงานที่ดีควรได้รับการยอมรับจากสังคมเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรและการช่วยเหลือสังคม แม้กระบวนการทำงานภายในบริษัทจะมีประสิทธิภาพที่ดี แต่ภาพลักษณ์ในการช่วยเหลือสังคมไม่ดี ก็มีผลต่อสินค้าและบริการของบริษัท

ความรับผิดชอบต่อสังคมย่อมมีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการดำเนินธุรกิจอย่างมากมาย ประกอบด้วย ผู้ถือหุ้น ลูกค้า พนักงาน ผู้ส่งมอบ ตลอดจนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระดับชุมชน สังคม และประเทศชาติ ซึ่งในการดำเนินงานที่มุ่งเน้นผลกำไรในการทำงานนั้น พบปัญหาต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องอย่างมากมายเช่น ปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานกับโรงงาน ปัญหา

ความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับโรงงาน ปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับชุมชน เป็นต้น ในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจ ประเด็นด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมจึงเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างธุรกิจให้มีความยั่งยืนนั้นควรอยู่บนพื้นฐานในการไม่เอาเปรียบ ลูกค้า ชุมชน สังคม และผู้บริโภค

ความรับผิดชอบต่อองค์กรธุรกิจต่อสังคม CSR (Corporate Social Responsibility) หมายถึง ความรับผิดชอบต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อผลกระทบที่เกิดขึ้นและสิ่งแวดล้อม อันเกิดจากการตัดสินใจ หรือกิจกรรม รวมถึงผลิตภัณฑ์และบริการของผู้ประกอบการอุตสาหกรรม ผ่านพฤติกรรมที่โปร่งใสและมีจรรยาบรรณ ซึ่งสอดคล้องกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน และสวัสดิการของสังคม คำนี้ถึงความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นไปตามกฎหมายและสอดคล้องกับพฤติกรรมตามมาตรฐานสากล และบูรณาการทั่วทั้งองค์กร โดยการสร้างธุรกิจให้มีความยั่งยืน นอกจากการมุ่งเน้นผลกำไรในการดำเนินงานจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง

ปัจจุบัน ความรับผิดชอบต่อสังคมเริ่มเข้ามามีบทบาทในการสร้างความยั่งยืนให้กับองค์กร โดยมุ่งเน้น บริษัทได้รับประโยชน์ ชุมชนได้รับประโยชน์และประเทศชาติได้รับประโยชน์ ซึ่งประเทศไทยได้ตระหนักถึงการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น ทั้งในรูปแบบระบบคุณภาพต่างๆ เช่น มรท. 8001-2546, SA 8000, หรือโครงการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมมีความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR-DIW) จากภาครัฐ เพื่อมุ่งเน้นในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งครอบคลุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยในการกำหนดผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (กรมโรงงานอุตสาหกรรม: 21-27) ต้องทำการศึกษาจาก ผลิตภัณฑ์ และการบริการขององค์กร โดยทำการพิจารณาตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน (Value chain) โดยการบ่งชี้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ต้องมีการกำหนดหลักเกณฑ์ และทำการประเมินผลประโยชน์และผลกระทบของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และดำเนินการจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และกิจกรรมต่างๆ ในการดูแลต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยวัตถุประสงค์ขององค์กรในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม คือการนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยมีการกำหนดหลักการ 7 ประการ ประกอบด้วย หลักความรับผิดชอบต่อผู้ตรวจสอบได้ หลักการความโปร่งใส หลักการปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม หลักการยอมรับถึงผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสีย หลักการเคารพต่อหลักนิติธรรม หลักการเคารพต่อแนวปฏิบัติสากล หลักการเคารพต่อสิทธิมนุษยชน

แนวคิดด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเข้ามามีบทบาทในสังคมมากขึ้นโดยมีการรณรงค์จากภาครัฐและเอกชนในการทำกิจกรรมดังกล่าวสืบเนื่องจากโรงงานอุตสาหกรรมซึ่งเติบโตมากยิ่งขึ้นในประเทศไทย และมีอัตราการเติบโตที่สูงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในกระบวนการผลิตของโรงงานอุตสาหกรรม มักมีการสร้างมลพิษ ตลอดจนของเสียต่างๆ ต่อสิ่งแวดล้อม และ

ประชากร ซึ่งจากข้อมูลกรมโรงงานอุตสาหกรรมพบว่า หลายพื้นที่ในประเทศไทยมีการตั้งโรงงานอุตสาหกรรมอยู่อย่างหนาแน่น(<http://www2.diw.go.th/PIC/Map/changwats/web/index.html> สืบค้นวันที่ 4 มีนาคม 2554)พบว่า หลายจังหวัดภายในประเทศไทยซึ่งได้รับการประกาศเป็นพื้นที่สีแดง หมายถึง ไม่สามารถขยายโรงงานอุตสาหกรรมได้อีก สืบเนื่องจากความหนาแน่นของพื้นที่โรงงาน และควบคุมด้านมลภาวะ ตลอดจน ความพยายามควบคุมปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมและปัญหาชุมชน เมื่อมีแหล่งโรงงานอุตสาหกรรมเข้ามาดำเนินการจัดตั้งภายในชุมชนดังกล่าว เพื่อให้ผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมได้ตระหนักถึงสังคมและชุมชนรอบข้างทั้งในเรื่องมลภาวะสิ่งแวดล้อม การคำนึงถึงพนักงาน ชุมชนและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนผู้บริโภค ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการเข้าไปสำรวจความคิดเห็นต่อแนวความคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงงานอุตสาหกรรม โดยศึกษาถึงนโยบายและลักษณะของกิจกรรมต่างๆ ที่ได้ดำเนินการ โดยใช้หลักการกรมโรงงานอุตสาหกรรมในการจำแนกโรงงานที่มีผลกระทบต่อ พนักงาน สังคม และชุมชนรอบข้างโดยพิจารณาจากบัญชีประเภทโรงงานอุตสาหกรรม

(http://www.diw.go.th/diw_web/html/versionthai/data/factype.asp) ขนาดของแหล่งโรงงานอุตสาหกรรมที่กำเนิคมลพิษ ให้กับชุมชน สังคม พนักงาน และผู้บริโภค (กรมโรงงานอุตสาหกรรม :ตำราแหล่งกำเนิคมลพิษอากาศ:หน้า 46-47) โดยระบุว่า แหล่งกำเนิคมลพิษที่สำคัญของประเทศไทยสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภทใหญ่ ๆ คือ โรงงานอุตสาหกรรม โรงไฟฟ้า ยานพาหนะทางบก และแหล่งกำเนิคมลพิษจากพื้นที่ โดยจากข้อมูลแหล่งโรงงานอุตสาหกรรมพบว่าภาคกลางมีแหล่งโรงงานตั้งอยู่มากที่สุดและโรงงานเหล่านี้สร้างมลพิษทางอุตสาหกรรมในสัดส่วนร้อยละ 60-70 ของทั่วประเทศโดยโรงงานอุตสาหกรรมที่ตั้งอยู่ในภาคกลางปล่อยมลพิษแต่ละประเภทเป็นสัดส่วนเกินกว่าร้อยละ 60 ของมลพิษแต่ละชนิด โดยภาคกลางมีอุตสาหกรรมหลักที่เป็นแหล่งกำเนิคมลพิษประเภทจำแนกตามบัญชีประเภทโรงงานอุตสาหกรรม ได้แก่

ตารางที่ 1.1 บัญชีประเภทโรงงานอุตสาหกรรม

ประเภทโรงงาน	ประเภทชนิดของโรงงาน
053	โรงงานประกอบผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์พลาสติก
054	โรงงานผลิตแก้ว เส้นใยแก้วและผลิตภัณฑ์แก้ว
055	โรงงานผลิตภัณฑ์ เครื่องกระเบื้องเคลือบ เครื่องปั้นดินเผา หรือเครื่องดินเผา และรวมถึงการเตรียมวัสดุเพื่อการดังกล่าว
056	โรงงานผลิตอิฐ กระเบื้องหรือท่อ สำหรับใช้ในการก่อสร้างเป้าหมายหลอมโลหะ กระเบื้องประดับ หรือวัสดุทนไฟจากดินเหนียว
057	โรงงานประกอบกิจกรรมเกี่ยวกับซีเมนต์ ปูนขาวหรือปูนปลาสเตอร์
058	โรงงานประกอบผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับอุปกรณ์โลหะ
059	โรงงานประกอบกิจการเกี่ยวกับการ ถลุง หลอม ริด ดึง หรือผลิตเหล็ก หรือเหล็กกล้าในขั้นต้น
060	โรงงานประกอบกิจการเกี่ยวกับถลุง ผสม ทำให้บริสุทธิ์ หลอม หล่อ ริด ดึงหรือผลิตโลหะในขั้นต้น ซึ่งมีไซเหล็กหรือเหล็กกล้า
061	โรงงานผลิต ตบแต่ง ตัดแปลง หรือซ่อมแซมเครื่องมือ เครื่องใช้ที่ทำด้วย เหล็กหรือเหล็กกล้าและรวมถึงส่วนประกอบอุปกรณ์เครื่องมือและเครื่องใช้ ดังกล่าว
062	โรงงานผลิตตบแต่ง ตัดแปลง หรือซ่อมแซมเครื่องเรือน หรือเครื่องตกแต่ง ภายในอาคารที่ทำจากโลหะหรือโลหะเป็นส่วนใหญ่และรวมถึง ส่วนประกอบและอุปกรณ์ของเครื่องเรือนหรือเครื่องตกแต่งดังกล่าว
063	โรงงานประกอบกิจกรรมโลหะสำหรับการก่อสร้าง
064	โรงงานประกอบกิจการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์โลหะ

มูลเหตุจูงใจในการศึกษาเกิดจากแนวคิดด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งเริ่มมีบทบาทในประเทศไทยมากขึ้น ดังเห็นได้จากหลายหน่วยงานเข้ามามีส่วนร่วม ด้านกิจกรรมทางสังคมโดยเน้นการสร้างประโยชน์ต่อชุมชน อีกทั้งที่ตั้งของโรงงานอุตสาหกรรมซึ่งอยู่ใกล้กับแหล่งชุมชนโดยตรง มีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจังหวัดที่มีโรงงานอุตสาหกรรมและได้รับการประกาศเป็นพื้นที่สีแดง ได้แก่ จังหวัดปทุมธานี ซึ่งมีโรงงานอุตสาหกรรมมากกว่า 2,903 แห่ง กระจายอยู่ในจังหวัด แม้หน่วยงานภาครัฐจะมีมาตรการในการควบคุมโรงงานอุตสาหกรรม

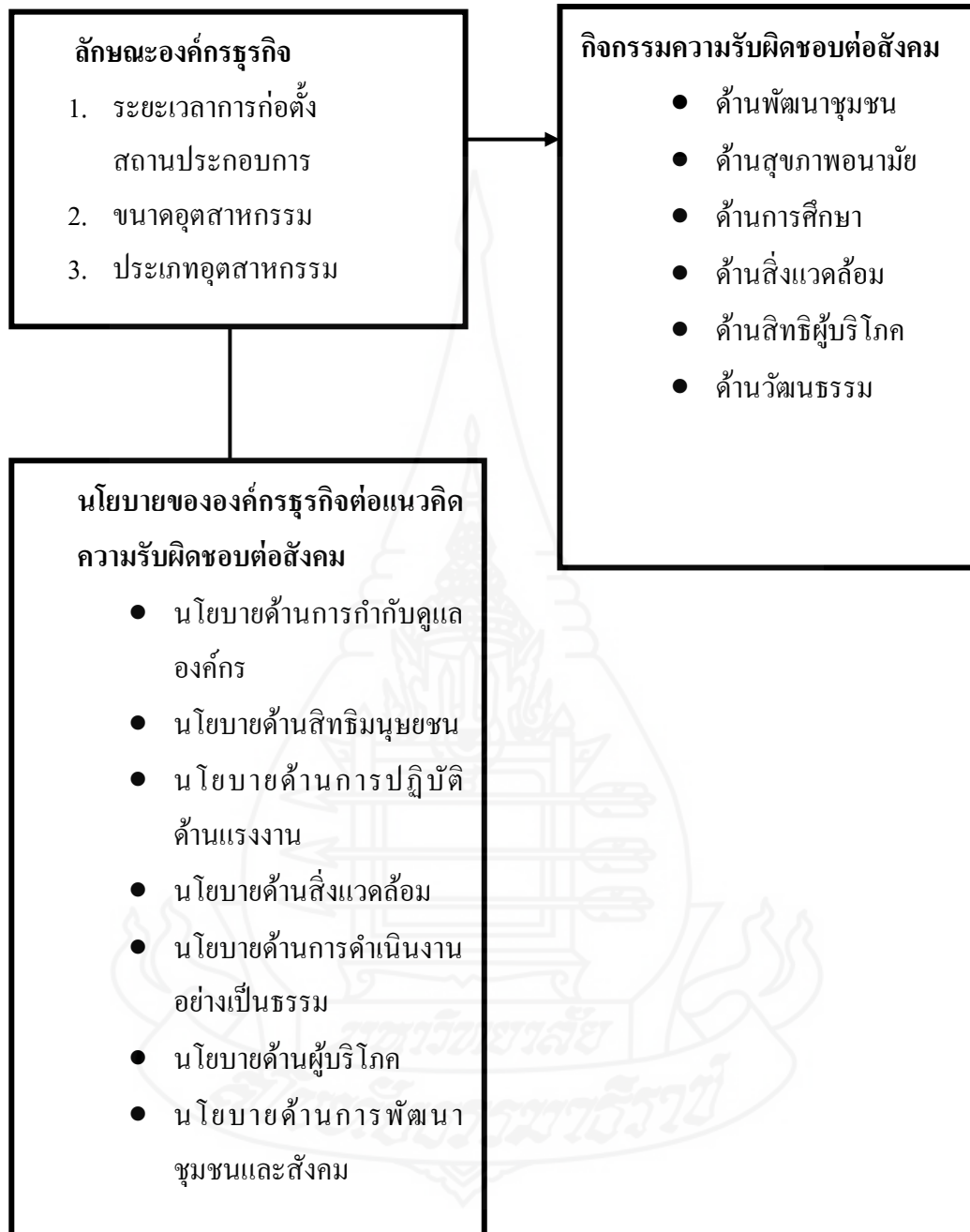
ดังกล่าวแต่ยังไม่สามารถป้องกันปัญหาได้อย่างทั่วถึง ซึ่งสามารถรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาดังกล่าวได้อย่างต่อเนื่อง

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบาย ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ
- 2.2 เพื่อศึกษาการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในแต่ละด้าน
- 2.3 เพื่อเปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในแต่ละด้านของ
องค์กรจำแนกตามประเภทขององค์กรธุรกิจ



3. กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากกรอบแนวคิดข้างต้น สามารถกำหนดสมมติฐานในการวิจัยเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในจังหวัดปทุมธานี

4. สมมติฐานการวิจัย

- 4.1 ระยะเวลาดำเนินงานที่แตกต่างกันกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม
- 4.2 ขนาดสถานประกอบการที่แตกต่างกันกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม
- 4.3 ประเภทสถานประกอบการที่แตกต่างกันกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

5. ขอบเขตของการวิจัย

5.1 ขอบเขตด้านประชากร

ในการศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาในกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมที่ตั้งอยู่ในเขตจังหวัดปทุมธานีจำนวน 2,903 แห่ง โดยแบ่งตามบัญชีประเภทโรงงานอุตสาหกรรมโดยพิจารณาขนาดของแหล่งโรงงานอุตสาหกรรมที่กำเนิดมลพิษ ให้กับชุมชน สังคม และพนักงาน และผู้บริโภค พบว่ามีบริษัทที่อยู่ในหลักเกณฑ์ดังกล่าว จำนวน 877 บริษัท

5.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

มุ่งเน้นการศึกษาระยะเวลาการก่อตั้งสถานประกอบการ ขนาดสถานประกอบการ และประเภทสถานประกอบการที่มีความแตกต่างกันมีผลต่อแนวคิดและกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

5.3 ขอบเขตด้านตัวแปร

5.3.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่

- 1) ลักษณะองค์กรธุรกิจ
- 2) แนวคิดด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

5.3.2 ตัวแปรตาม คือ

- 1) กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในจังหวัดปทุมธานี ได้นิยามศัพท์ตามตัวแปรต้นและตัวแปรตามไว้ดังนี้

“ลักษณะองค์กรธุรกิจ” หมายถึง กลุ่มผู้ประกอบการอุตสาหกรรมที่ตั้งอยู่ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี และเข้าเกณฑ์โรงงานที่มีผลต่อมลภาวะตามเกณฑ์โรงงานอุตสาหกรรมประกอบด้วย 12 ประเภท

“นโยบาย” หมายถึง หลักและวิธีปฏิบัติซึ่งถือเป็นแนวทางในการดำเนินงาน

“กิจกรรม” หมายถึง การกระทำและการปฏิบัติ ดำเนินการในเรื่องต่างๆ ที่มีส่วนช่วยเหลือสังคมและสิ่งแวดล้อม

“ความรับผิดชอบต่อสังคม” หมายถึง การยอมรับ ทั้งผลดีและผลไม่ดี ขององค์กรธุรกิจที่มีผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ในหัวข้อต่างๆ ประกอบด้วย

“การกำกับดูแลองค์กร” หมายถึง การปฏิบัติตามกฎหมาย และดำเนินในเรื่องต่างๆ ครอบคลุมด้านการปฏิบัติตาม ข้อกำหนด ความรับผิดชอบต่อที่ตรวจสอบได้ ความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ การปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม การยอมรับความคิดเห็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

“สิทธิมนุษยชน” หมายถึง สิทธิในด้านความเป็นพลเมืองของพนักงานตลอดจนสิทธิด้านการเมือง สิทธิด้านสังคม เศรษฐกิจและวัฒนธรรม สิทธิพื้นฐานของพนักงานกลุ่มต่างๆ สอดคล้องการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านวัฒนธรรม

“การปฏิบัติด้านแรงงาน” หมายถึง การดูแลพนักงานบริษัทโดยพิจารณาครอบคลุม การจ้างงานและความสัมพันธ์ในการจ้างงาน เงื่อนไขในการทำงานและการคุ้มครองทางสังคม การเจรจาหรือทางสังคมสุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน การพัฒนาทรัพยากรบุคคล สอดคล้องการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสุขภาพอนามัย

“สิ่งแวดล้อม” หมายถึง การพิจารณาในลักษณะปัญหาสิ่งแวดล้อม การลดมลพิษของเสียสู่ชุมชน การลดการใช้วัตถุดิบพิษและวัตถุอันตราย การส่งเสริมการบริโภคและการผลิตอย่างยั่งยืน การรณรงค์ดูแล และการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืนสอดคล้องกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อม

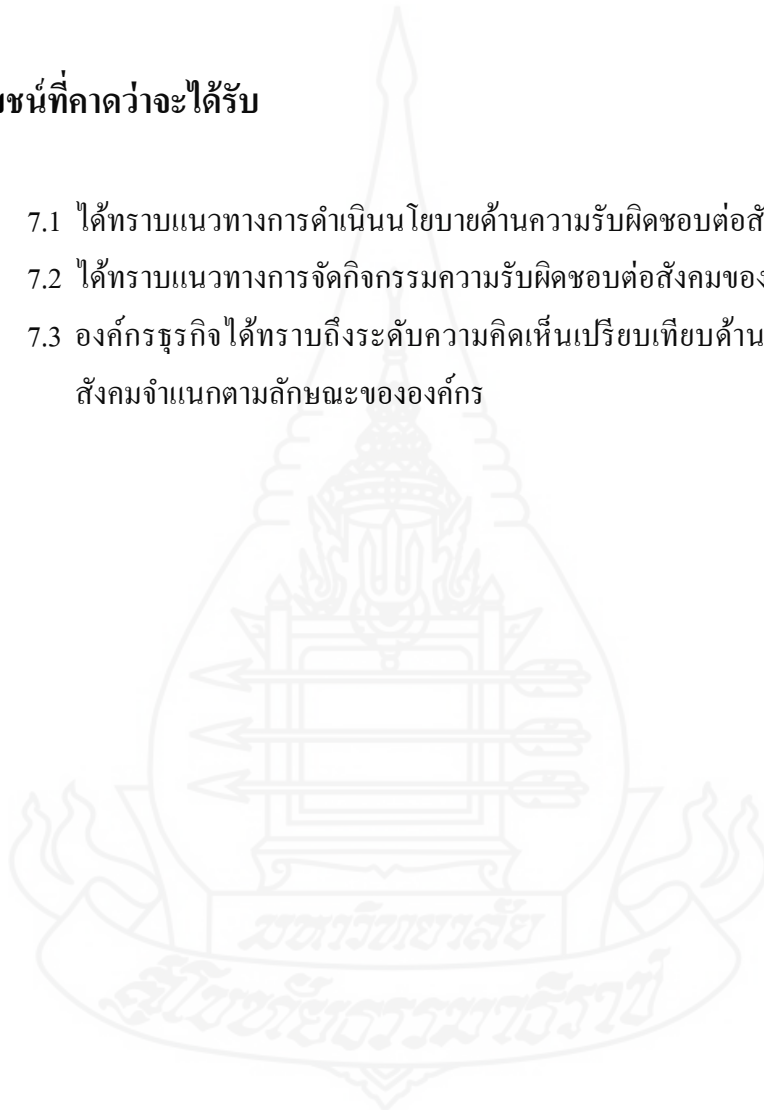
“การดำเนินงานอย่างเป็นธรรม” หมายถึง นโยบายด้านการดูแลพนักงาน โดยพิจารณา การจ่ายค่าตอบแทน การแข่งขันอย่างเป็นธรรม การส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมในห่วงโซ่อุปทาน การเคารพสิทธิมนุษยชนสอดคล้องกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการศึกษา

“ประเด็นด้านผู้บริโภค” หมายถึง การให้ข้อมูลและการทำการตลาดอย่างเป็นธรรม การดูแลสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค การจัดหาและพัฒนาสินค้าและบริการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การให้บริการและการสนับสนุนผู้บริโภค การปกป้องข้อมูลผู้บริโภคสอดคล้องกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิทธิผู้บริโภค

“การพัฒนาชุมชนและสังคม” หมายถึง การมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมด้านต่างๆ เช่น ด้านสุขภาพอนามัย ด้านส่งเสริมวัฒนธรรมและการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม การส่งเสริม การศึกษาการบรรเทาความยากจนและความหิวโหย การมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจ การมี ส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน สังคม สอดคล้องกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้าน พัฒนาชุมชน

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 7.1 ได้ทราบแนวทางการดำเนินนโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคม
- 7.2 ได้ทราบแนวทางการจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ
- 7.3 องค์กรธุรกิจได้ทราบถึงระดับความคิดเห็นเปรียบเทียบด้านความรับผิดชอบต่อสังคมจำแนกตามลักษณะขององค์กร



บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในจังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยได้จัดทำการศึกษา โดยอาศัยแนวคิดเชิงทฤษฎี วรรณกรรม ที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยในครั้งนี้ โดยสามารถทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องออกมาเป็นประเด็นดังนี้

1. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม
2. แนวคิดด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมทางธุรกิจ
3. บรรษัทภิบาล (Good Governance)
4. ลักษณะนโยบายและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจต่างๆ
5. องค์กรธุรกิจภาคอุตสาหกรรมจังหวัดปทุมธานี
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม

1.1 ความเป็นมาของแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม

ความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSR (Corporate Social Responsibility) หมายถึง ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจต่อสังคม (วารสารความปลอดภัยและสุขภาพ หน้า 38-39) จุดกำเนิดและปัจจัยที่ก่อให้เกิด CSR มีมานานกว่า 200 ปี แต่ในสมัยนั้นยังไม่มีคำบัญญัติคำว่า CSR ขึ้นในชื่ออย่างเป็นทางการและการทำ CSR ขององค์กรธุรกิจในยุคนั้น โดยมากไม่ได้เกิดจากเจตนาที่ดีขององค์กรเองที่จะทำในสิ่งที่ดีเพื่อตอบแทนในสังคมที่ตนอยู่ แต่มีกรณีที่เกิดปัญหาการคว่ำบาตร การประท้วงของแรงงาน สิ่งแวดล้อม ฯลฯ ก่อน แล้วจึงค่อยมาแก้ปัญหาและเสริมสร้างภาพลักษณ์ ด้วยการทำ CSR ที่หลัง โดยจุดกำเนิดของ CSR ในประเทศไทยนั้น แม้จะมีการนำ CSR มาใช้ในหลายสิบปีก่อน Michael E. Porter ได้กล่าวในนิตยสาร Harvard Business Review ฉบับเดือนธันวาคม 2006 ว่า “แนวโน้มธุรกิจในอนาคตข้างหน้าจะต้องให้ความสนใจ CSR เพราะจากนี้ไปประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจจะกลายเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งของประเทศที่พัฒนาแล้วที่นำมาใช้ในการทำการค้ากับหลายประเทศ

ทั้งนี้ในการประยุกต์ CSR กับธุรกิจยังเป็นการช่วยอุดช่องโหว่ของมาตรการภาครัฐ ทั้งในแง่ของกฎหมายและข้อบังคับต่างๆ รวมถึงการบังคับใช้ซึ่งอาจยังไม่เพียงพอในการควบคุมให้องค์กรธุรกิจดำเนินกิจการอย่างมีมนุษยธรรม ประกอบกับกระแสเรื่องสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เป็นประเด็นร้อนที่บีบให้องค์กรต้องหันมาใส่ใจ โดยยังคงต้องรักษาผลกำไรขององค์กร

1.2 ความหมายของความรับผิดชอบทางสังคม CSR มีผู้ให้นิยามอย่างมากมาย

สภาธุรกิจโลกเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (World Business Council For Sustainable Development –WBCSD) ได้ให้ความหมายไว้ว่า “CSR เป็นคำมั่นหรือพันธสัญญาที่ธุรกิจมีอยู่อย่างต่อเนื่องในการที่จะปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม และมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจ ด้วยการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของผู้ใช้แรงงาน รวมถึงครอบครัวของพวกเขา ตลอดจนการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นและสังคมในวงกว้าง

องค์กรระหว่างประเทศว่าด้วยมาตรฐาน (International Organization for Standardization-ISO) ได้นิยามว่า CSR หมายถึง เรื่องที่องค์กรตอบสนองต่อประเด็นด้านเศรษฐกิจ สังคม และ สิ่งแวดล้อม โดยมุ่งที่จะให้ประโยชน์กับ คน ชุมชน และสังคม นอกจากนั้นยังเป็นเรื่องบทบาทขององค์กรธุรกิจ ในสังคม และความคาดหวังของสังคมที่มีต่อองค์กรธุรกิจ โดยจะต้องทำด้วยความสมัครใจ และผู้บริหารจะต้องมีบทบาทที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่างๆที่สามารถวัดผลได้ 3 มิติ คือ มิติทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม อันนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

ที่ประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา (United Nation Conference on Trade and Development – UNCTAD) ให้ความหมายว่า CSR คือ การที่องค์กรธุรกิจเข้าไปเกี่ยวข้องและมีผลกระทบเชิงบวกต่อความต้องการและเป้าหมายของสังคม

คณะกรรมการยุโรป (European Commission) นิยามว่า CSR เป็นแนวคิดที่องค์กรธุรกิจจะบูรณาการงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมเข้าไปในกิจการ และการปฏิสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยสมัครใจ

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้นิยามหน้าที่ความรับผิดชอบที่ดีต่อสังคมขององค์กร และบริษัท (Definition of CSR) คือ ภาระผูกพันอันเป็นพันธสัญญาที่องค์กรและบริษัทที่ประกอบธุรกิจต้องปฏิบัติตามภาระกิจหน้าที่ที่กำหนดด้วยความสุจริตรอบคอบ มีการกำกับดูแลที่ดี และจริยธรรมเพื่อความเจริญเติบโตที่มั่นคงยั่งยืน โดยไม่เบียดเบียนสังคมและสิ่งแวดล้อม (Environment Social and Governance-ESG) ซึ่งถือเป็นการนำ 3 มิติของธุรกิจที่ยั่งยืน (Triple bottom Line-TBL) มาใช้ในการบริหารจัดการ

สถาบันไทยพัฒนา ซึ่งเป็นองค์กรที่ศึกษาวิจัยด้าน CSR ได้บัญญัติศัพท์ใหม่ของ CSR ขึ้นมาว่า “บรรษัทภิบาล” หมายถึง การดูแลรักษาไม่เฉพาะในส่วนที่เป็นกิจการ แต่ยังแผ่

ขยายกว้างออกไปครอบคลุมในส่วนที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดที่อยู่โดยรอบกิจการ ด้วยเงื่อนไขของความสำนึกรับผิดชอบต่อสังคมในฐานะสมาชิกของสังคมนั้นๆ และการมีคุณธรรมโดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทั้งในและนอกกิจการอย่างเท่าเทียมกัน

กรมโรงงานอุตสาหกรรม(คู่มือมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อสังคม 2551 หน้า 1) ได้ให้ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง ความรับผิดชอบต่อของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอันเกิดจากการตัดสินใจหรือกิจกรรม รวมถึงผลิตภัณฑ์และบริการของผู้ประกอบการอุตสาหกรรม ผ่านพฤติกรรมที่โปร่งใสและมีจรรยาบรรณ ซึ่งสอดคล้องกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน และสวัสดิการของสังคม คำนึงถึงความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นไปตามกฎหมาย และสอดคล้องกับพฤติกรรมตามมาตรฐานสากล และบูรณาการทั่วทั้งองค์กร

สมยศ นาวิการ(2530,น.35) (อ้างถึง ราชสีห์ . หน้า 7) ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ว่า เป็นการพิจารณาถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการตัดสินใจของกลุ่มธุรกิจต่อกลุ่มต่างๆ ทั้งหมดภายในสังคมนั้น ภายหลังจากพิจารณาถึงผลกระทบดังกล่าวนี้แล้ว ผู้บริหารควรทำการตัดสินใจในลักษณะที่เป็นประโยชน์ต่อบุคคลส่วนมาก คือให้ความยุติธรรมต่อกลุ่มต่างๆ ภายในสังคมมาก

สมควร กวียะ (2539,น.99) ให้ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคมไว้คือ สภาพหรือลักษณะนิสัยของการยอมรับ หรือยอมรับในผลที่ดีและไม่ดีในเหตุการณ์ หรือกิจการที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลได้กระทำ กำลังกระทำ และจะกระทำต่อสังคม

วิกกี คับเบิ้ลยู กริฟฟิน (Griffin.1996 หน้า 11) ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ว่า เป็นหน้าที่และข้อผูกพันขององค์กรในการมีหน้าที่ปกป้อง และให้ผลประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อมรอบข้าง

Keith Davis ให้ความหมาย ความรับผิดชอบต่อสังคมว่าธุรกิจเป็นหน่วยงานที่มีอำนาจและสามารถก่ออิทธิพลและกระทบให้สังคมไทยได้ตลอดเวลา โดยเฉพาะผลเสียของสภาพแวดล้อมจากการพัฒนา ดังนั้นธุรกิจจึงควรใช้ทรัพยากรหรืออำนาจที่มีอยู่ช่วยยกระดับความเป็นอยู่ของสังคมให้ดีขึ้นด้วยเหตุผลดังกล่าวนี้ ธุรกิจจึงควรต้องสนใจติดตาม เป็นธุระและเป็นหน้าที่ที่ต้องเข้าไปช่วยเหลือสังคมเสมอ

อาร์ เวน มอดี (Mondy,1998 ,P 22) กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมหมายถึง ข้อผูกมัดของผู้บริหารในการหาวิธีที่จะรักษาและปกป้องผลประโยชน์ของส่วนรวมมากกว่าผลประโยชน์ขององค์กรเพียงอย่างเดียว

สุรสิทธิ์ (2530, หน้า 8) กล่าวว่า ความรับผิดชอบในฐานะเป็นสถาบันทางสังคม สถาบันหนึ่งที่ต้องยอมรับในสิ่งที่ได้กระทำหรือส่งผลกระทบต่อกลุ่มต่างๆ ทั้งในแง่ดีและแง่ไม่ดี โดยใช้หลักจริยธรรม และคุณธรรม ซึ่งได้แก่ จรรยาบรรณ จิตสำนึกทางสังคม บทบาทและหน้าที่ เพื่อให้เกิดการแก้ไขอันจะทำให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมหมู่มาก รวมทั้งองค์กรหรือสถาบันนั้นๆ ด้วย

กรินไชย (2549 หน้า 13) กล่าวว่า ความรับผิดชอบทางสังคมหมายถึง การดำเนินการที่องค์กรธุรกิจพึงที่จะปฏิบัติเพื่อสังคมโดยส่วนรวมไม่สร้างความเสียหายให้แก่สังคมและสิ่งแวดล้อม ช่วยเหลือสังคมและสิ่งแวดล้อมให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นทั้งที่เกิดด้วยจิตสำนึกที่เต็มใจและเกิดจากกฎข้อบังคับทางกฎหมาย

ความรับผิดชอบทางสังคมโดยสรุปหมายถึง การดำเนินธุรกิจที่พิจารณามากกว่า การมุ่งเน้นกำไร แต่พิจารณาผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและปัจจัยภายนอกเช่นการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และชุมชน อันนำไปสู่การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

1.3 ระดับความรับผิดชอบต่อสังคม

จินตนา บุญบงการ (2544 น.34-36) ได้เสนอระดับ ความรับผิดชอบต่อสังคมเป็น 4 ระดับคือ

1.3.1 ความรับผิดชอบต่อทางเศรษฐกิจ (*Economic Responsibility*) เพื่อผลิตสินค้าและบริการตามที่ประชาชนต้องการ และนำมาขายเพื่อให้ได้กำไรแก่เจ้าของกิจการ (ในกรณีเป็นองค์กรทำเพื่อกำไร) นับได้ว่าเป็นความรับผิดชอบหลักและความรับผิดชอบดั้งเดิมของการดำเนินการจนอาจกล่าวได้ว่า นอกจากความรับผิดชอบต่อด้านเศรษฐกิจแล้วผู้บริหารในอดีตบางคนไม่เคยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อด้านอื่นๆ เลย

1.3.2 ความรับผิดชอบต่อทางกฎหมาย (*Legal responsibility*) เพื่อดำเนินกิจการไปตามครรลองของกฎหมายและกฎข้อบังคับต่างๆอย่าง ไรก็ตามกฎหมายและกฎข้อบังคับไม่สามารถจะครอบคลุมการกระทำทุกอย่างที่องค์กรกระทำได้ การกระทำบางอย่างไม่ผิดกฎหมาย แต่องค์กรควรจะกระทำหรือไม่ขึ้นขึ้นอยู่กับความรับผิดชอบต่อผู้บริหารองค์กรนั้นๆ

1.3.3 ความรับผิดชอบต่อทางจริยธรรม (*Ethical responsibility*) การกระทำบางอย่างไม่ใช่สิ่งที่กฎหมายบังคับ แต่ถ้าองค์กรไม่ทำก็ไม่ผิดกฎหมาย แต่องค์กรเลือกทำเพราะเป็นความรับผิดชอบต่อทางจริยธรรม เช่น การให้สวัสดิการด้านเสื้อผ้า ที่อยู่อาศัย เงินกู้ยืม อาหารกลางวัน รถรับ-ส่งพนักงาน การจัดนำเที่ยว เป็นต้น

1.3.4 ความรับผิดชอบต่อในการใช้ดุลยพินิจ (*Discretionary responsibility*) ความรับผิดชอบต่อในระดับนี้เป็นความสมัครใจของผู้บริหารองค์กร โดยตรง และขึ้นอยู่กับ การตัดสินใจ เลือกกระทำของผู้บริหารแต่ละคน ความรับผิดชอบต่อไม่ได้บังคับไว้ในกฎหมายหรือเป็น

สิ่งที่พนักงานคิดว่าควรได้รับตามจริยธรรม เช่น ผู้บริหารไม่สนับสนุนให้พนักงานทำงานล่วงเวลา แต่กลับพนักงานเพิ่ม เพิ่มเครื่องจักร เพิ่มเงินเดือน ทั้งนี้เพราะผู้บริหารพินิจพิจารณาอย่างสุขุมแล้วว่า การทำงานล่วงเวลาทำให้สุขภาพของพนักงานเสื่อมโทรม และเป็นการบั่นทอนคุณภาพชีวิต

1.4 ขนาดความรับผิดชอบทางสังคม

การพิจารณาเกี่ยวกับระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของหน่วยธุรกิจว่า ควรมีมากน้อย เพียงใดและอย่างไรนั้น จะใช้วิธีพิจารณา “ระดับของการตระหนักถึงปัญหาทางสังคม” (Social Responsiveness) หรือระดับความมากน้อยในการตระหนักถึงพันธะข้อผูกพันขององค์กรที่พึงมีต่อสังคม โดยการติดตามดูว่าธุรกิจได้ดำเนินการแก้ไขปัญหาต่างๆ เพื่อปลดปล่อยข้อปัญหาทางสังคมที่ธุรกิจมีภาระผูกพันอยู่และควรต้องเข้าช่วยเหลือแก้ไขได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิภาพเพียงใด สามารถแบ่งออกเป็น 3 แบบ คือ (ชงชัย สันติวงษ์ ,2546,น96-98)

1.4.1 การรับผิดชอบต่อสังคมตามข้อผูกพัน (Social Obligation Approach) คือ การยอมรับว่าธุรกิจมีความรับผิดชอบต่อเฉพาะเท่าที่เป็นขั้นต่ำสุดตามบังคับของกฎหมายเท่านั้น กิจกรรมที่มีแนวคิดแบบนี้จะเสียดุลทรัพย์ากรขององค์กรเฉพาะเพียงเท่าที่กฎหมายบังคับให้ต้องทำเท่านั้นแต่การจะหวังให้มีการเสียดุลสมัคใจเพื่อเข้าช่วยเหลือแก้ไขปัญหาสังคมนั้น

1.4.2 การรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility Approach) คือการยอมรับว่าธุรกิจมีความรับผิดชอบต่อทั้ง 2 ทางคู่กัน คือ การทำกำไรทางเศรษฐกิจและการรับผิดชอบต่อสังคมในการทำกำไรทางเศรษฐกิจนั้นคือ การมุ่งทำกำไร และเพิ่มทุน ของผู้ถือหุ้นให้สูงขึ้น อีกทางหนึ่งคือ ความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งหมายถึง การมุ่งสนใจต่อปัญหา ทางสังคมนี้จะถูกจำกัดโดยมีเฉพาะภายในกรอบที่จะไม่ทำให้องค์กรต้องสูญเสียประโยชน์ทางเศรษฐกิจ จนเกิดความเสียหายขึ้น ตามรูปแบบนี้องค์กร จะยอมรับในบทบาทของกลุ่มต่างๆ ที่ทำกิจกรรมทางสังคมและหรืออาจเข้าไปสนับสนุนโดยตรง พร้อมกับการส่งเสริมให้ทั้งผู้บริหารและพนักงานของตนออกไปร่วมมีบทบาทช่วยสังคมในทำนองเดียวกันด้วย การแก้ปัญหาสังคมตามรูปแบบนี้กระทำโดยการเข้าไปปฏิบัติตอบเพื่อให้เกิดการปรับแก้ปัญหาไปในตัวพร้อมกันตลอดเวลา

1.4.3 การระวังระไวต่อปัญหาในสังคม (Social Responsiveness Approach) โดยเน้นว่าธุรกิจมิใช่ว่าจะมีความรับผิดชอบต่อในทางเศรษฐกิจ และทางสังคมคู่กันเท่านั้น แต่จะต้องมองการณ์ไกลออกไป โดยคาดหมายถึงปัญหาในทางสังคมที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตไว้ล่วงหน้าและอุทิศทรัพยากรขององค์กรเพื่อช่วยเหลือแก้ไขปัญหานั้นที่่จะเกิดขึ้นในอนาคตด้วย วิธีการลักษณะแบบนี้จะเป็นการกระทำแบบ “กันไว้ดีกว่าแก้” โดยคาดหมายปัญหาที่จะเกิดขึ้นในอนาคตแล้วรีบเข้าไปลงมือแก้ไขในทันที

1.5 ขอบเขตความรับผิดชอบต่อสังคม

ในการประเมินว่าธุรกิจใดมี CSR หรือไม่ ต้องมีการพิจารณาอย่างครอบคลุม โดยมีขอบเขตความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีความแตกต่างกัน (สุดาว น. 40)

หลักเกณฑ์ที่ระบุในเอกสาร CSR ของธนาคารโลก ควรมีองค์ประกอบ 6 ประการคือ

1. สิ่งแวดล้อม
2. แรงงาน
3. สิทธิมนุษยชน
4. การมีส่วนร่วมกับชุมชน
5. มาตรฐานการดำเนินธุรกิจ
6. การตลาด

แนวปฏิบัติของ OECD ของบริษัทข้ามชาติ ได้ระบุถึงพฤติกรรมของธุรกิจที่พึงประสงค์ในหัวข้อต่างๆ เช่นการกำหนดนโยบายทั่วไป การเปิดเผยข้อมูล การแข่งขัน การเงิน การเสียดาย การจ้างงานและแรงงานสัมพันธ์ การคุ้มครองสิ่งแวดล้อม วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

The UN Global Compact หรือบัญญัติ 9 ประการ สำหรับธุรกิจ ซึ่งมีลักษณะเป็นกรอบการพัฒนาที่ยั่งยืน ด้วยความเป็นพลเมืองดีของธุรกิจที่มีผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และยอมรับพันธสัญญา นี้ด้วยความสมัครใจ ซึ่งกำหนดขึ้นจากการประชุมสมัชชาเศรษฐกิจโลก (World Economy Forum) โดยในทุกประเทศที่ทำธุรกิจอยู่ให้เคารพต่อหลักการ 10 หลักการดังนี้
หมวดว่าด้วยสิทธิมนุษยชน

1. สนับสนุนและเคารพหลักสิทธิมนุษยชนที่ประกาศในระดับสากล
2. ดูแลไม่ให้เกิดการล่วงละเมิดสิทธิมนุษยชนในธุรกิจของตน

หมวดว่าด้วยมาตรฐานแรงงาน

3. สนับสนุนเสรีภาพในการรวมกลุ่มของแรงงานและยอมรับอย่างจริงจังต่อสิทธิในการเจรจาต่อรองของแรงงานที่รวมกลุ่ม

4. จัดทุกรูปแบบของการบังคับใช้แรงงาน
5. ยกเลิกการใช้แรงงานเด็กอย่างเป็นผล
6. กำจัดการเลือกปฏิบัติในการจ้างแรงงานและอาชีพ

หมวดกำกับสิ่งแวดล้อม

7. สนับสนุนการพิทักษ์สิ่งแวดล้อม
8. จัดทำกิจกรรมที่มีส่วนส่งเสริมให้มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น
9. ส่งเสริมการพัฒนาและการใช้เทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

10. ต่อด้านการทุจริต

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2545 หน้า 95) แบ่งขอบเขตความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งหมด 7 ด้าน โดยรายละเอียด

1. ด้านชุมชน (The Community) องค์กรที่รับผิดชอบต่อสังคม จะต้องสร้างจุดเด่นขึ้นในชุมชน เช่น เป็นผู้ดำเนินการช่วยเหลือและแก้ปัญหาให้สังคม
2. ด้านสุขภาพและสวัสดิการ (Health and Welfare) องค์กรมีความเชื่อว่าการลงทุนในสุขภาพและการจัดสวัสดิการให้กับชุมชนเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีคุณค่าและจำเป็นสำหรับพนักงานบริษัทและชุมชนขนาดใหญ่ ตัวอย่างโครงการด้านสุขภาพและสังคมจะสร้างค่านิยมในชุมชน ซึ่งจะทำให้บริษัทมีอิทธิพลต่อผู้ลงทุนและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับบริษัท
3. ด้านการศึกษา (Education) องค์กรจำนวนมากมีความสนใจในความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการศึกษา ผู้บริหารมีความตระหนักว่าจำเป็นต้องปรับปรุงการศึกษาทั้งระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา วิทยาลัย และมหาวิทยาลัย ทั้งในด้านการบริจาคเงินด้านการศึกษา การประชาสัมพันธ์ และด้านอื่นๆ
4. ด้านสิทธิมนุษยชน (Human right) บางองค์กรมุ่งความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านการรณรงค์สิทธิมนุษยชน เช่น ความเท่าเทียมกันของเพศชาย และเพศหญิง ในการได้รับการจ้างงาน
5. ด้านสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ (The Natural environment) องค์กรจำนวนมากได้ตัดสินใจเลือกการแก้ปัญหาด้านสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ เช่น ผลิตสินค้าที่ไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การไม่ใช้สาร CFC เครื่องปรับอากาศและตู้เย็น
6. ด้านสิทธิผู้บริโภค (Consumer right) บางองค์กรได้เน้นสิทธิผู้บริโภค โดยคำนึงผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีความปลอดภัยและการโฆษณาที่เป็นความจริง (Truthful advertising)
7. ด้านวัฒนธรรม (Culture) เป็นการเรียนรู้และการคิดร่วมกัน ตลอดจนการแสดงผลออกระหว่างกลุ่มบุคคลหรือสังคม ธุรกิจที่ให้การสนับสนุนด้านศิลปวัฒนธรรมเชื่อว่าเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมในรูปแบบหนึ่งของความรับผิดชอบต่อสังคมซึ่งสามารถส่งเสริมการรู้จักบริษัท ตลอดจนสร้างความรู้สึกและทัศนคติที่ดีให้เกิดขึ้นกับบริษัทได้ แนวคิดที่ให้การสนับสนุนเหตุการณ์ด้านวัฒนธรรมถือว่าการลงทุนด้านคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นสำหรับลูกค้าชุมชนในท้องถิ่น บุคลากร และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กร ถือว่าสามารถสร้างวัฒนธรรมที่ดีให้กับกลุ่มเหล่านี้ได้

1.6 ความรับผิดชอบต่อธุรกิจ

เมื่อธุรกิจผลิตสินค้าออกสู่สังคม สิ่งที่ต้องคำนึงตลอดเวลาคือเรื่องความรับผิดชอบต่อผู้มีต่อผู้บริโภค ผู้บริหารและต่อพนักงาน รวมทั้งต่อสังคมโดยส่วนรวมด้วยในการประยุกต์ CSR

เข้ากับองค์กรธุรกิจ ในแต่ละขนาด โดย European Commission on CSR (สุดาว หน้า 41) ซึ่งกล่าวว่า การประยุกต์ CSR เข้ากับธุรกิจนั้นมีอยู่ 2 มิติใหญ่ๆ คือ

1.6.1 มิติภายใน ซึ่งพิจารณาจากการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ที่ธุรกิจนั้นดำเนินการอยู่ และจัดการได้โดยตรงเป็นต้นว่า

- 1) การบริหารจัดการที่มีความโปร่งใสทางบัญชี และกระบวนการตัดสินใจในทุกระดับ ซึ่งนักลงทุนและผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถเข้าถึงข้อมูลที่มีความชัดเจนได้
- 2) การปฏิบัติอย่างเท่าเทียมทั้งด้านการคัดเลือกเข้าทำงาน รายได้และความก้าวหน้าทางการทำงาน โดยเฉพาะกับแรงงานหญิงและผู้พิการ
- 3) การจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยการจัดสภาพงานและกระบวนการผลิต รวมทั้งการใช้เครื่องจักรเครื่องมือวัสดุอุปกรณ์อย่างปลอดภัยทั้งในส่วนโรงงานและสำนักงาน มีระบบการป้องกันอุบัติเหตุและเหตุฉุกเฉิน ตลอดจนการควบคุมอันตรายทั้งด้านกายภาพ เคมี ชีวภาพ และปัจจัยด้านจิตสังคม
- 4) การดูแลสุขภาพอนามัยของแรงงานให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีมีความสมดุลระหว่างงาน ชีวิตครอบครัวและการพักผ่อน
- 5) การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบที่ดี การใช้กระบวนการผลิตที่ประหยัดพลังงาน การควบคุมบำบัดมลพิษทางน้ำ มลพิษทางอากาศ กากของเสียอันตราย และขยะมูลฝอย รวมทั้งการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ไม่สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาวเป็นต้น

1.6.2 มิติภายนอก ซึ่งเกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางธุรกิจที่บริษัทอาจจะควบคุมไม่ได้ โดยตรง อาทิ

- 1) การคัดเลือกผู้จัดการสินค้า (Supplier) และหุ้นส่วนทางธุรกิจที่รับผิดชอบต่อสังคม โดยคำนึงถึงบทบาทความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นๆ เพื่อเป็นการขยายความรับผิดชอบต่อสังคมจากองค์กรของตนไปสู่องค์กรอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
- 2) การมีระบบดูแลผู้บริโภคในหลายๆ กระบวนการของสินค้าบริการ ตั้งแต่การผลิต การขายไปจนถึงการทิ้งให้ปลอดภัย
- 3) การมีส่วนร่วมช่วยเหลือทั้งด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อมในชุมชนใกล้เคียง ผ่านการบริจาคหรือกิจกรรมสาธารณชนประโยชน์ใดๆ ที่จะช่วยพัฒนาชุมชน และนำไปสู่ความเข้มแข็งของชุมชนนั้นๆ เช่น การจ้างแรงงานชุมชน ซึ่งนำรายได้สู่ชุมชน การบำเพ็ญประโยชน์ต่างๆ

4) การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในวงกว้าง เช่น บริษัทใหญ่ๆ หรือบริษัทที่มีสาขามากมายทั่วประเทศ อาจบริจาค ทำกิจกรรม หรือให้การสนับสนุนในรูปแบบต่างๆ เพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนาสังคมในประเด็นที่องค์กรเกี่ยวข้องหรือมีความสนใจ ซึ่งจะนำมาสู่ภาพลักษณ์ที่ดี อันเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างความไว้วางใจและเพิ่มคุณค่าขององค์กรในมุมมองของลูกค้า ประชาชนทั่วไป และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

5) การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในมิติต่างๆ เช่น สิ่งแวดล้อม สิทธิมนุษยชน และประเด็นสำคัญอื่นๆ ในระดับภูมิภาค และ/หรือระดับโลกตามความเหมาะสม และศักยภาพขององค์กร โดยอาจร่วมมือกับองค์กรต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นองค์กรภาครัฐ องค์กรพัฒนาเอกชน สถาบันการศึกษา หรือองค์กรธุรกิจอื่นๆ

1.7 วิธีการกำหนดความรับผิดชอบต่อสังคม

วิธีการกำหนดความรับผิดชอบต่อสังคม (Methods of institutionalizing social responsibility) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2545 น.97-98) ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) เป็นบทบาทของธุรกิจในการแก้ไขปัญหาทางด้านสังคมเพิ่มเติมจากที่ต้องปฏิบัติตามกฎหมาย เป็นภาระหน้าที่ขององค์กรที่จะต้องปฏิบัติอย่างมีจริยธรรมและมีศีลธรรม การตรวจสอบด้านสังคมเป็นเครื่องมือที่จะตรวจสอบการปฏิบัติงานอย่างมีจริยธรรมและมีศีลธรรม การตรวจสอบด้านสังคมเป็นเครื่องมือที่จะตรวจสอบการปฏิบัติงานด้านสังคมขององค์กร แต่ไม่ได้กำหนดวิธีการที่ทำให้เกิดความเชื่อมั่น เกี่ยวกับพฤติกรรมที่รับผิดชอบต่อสังคมในแต่ละวัน และเพื่อช่วยกำหนดพฤติกรรมเหล่านี้จำเป็นต้องมีกฎเกณฑ์มากกว่าข้อห้ามซึ่งองค์กรอาจกำหนดแผนก และมีกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนี้

1. แผนกติดต่อสาธารณชน (The Public affairs department of external affairs department) เป็นหน่วยงานที่เชื่อมโยงระหว่างองค์กรและผู้เกี่ยวข้องกับองค์กรภายนอก เช่น ลูกค้า หน่วยงานราชการและสื่อมวลชนหน้าที่ของหน่วยงานนี้ประกอบด้วย 1) การกำหนดปัญหาสังคม 2) การคาดคะเนแนวโน้มสังคม 3) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางสังคม 4) การติดต่อสื่อสารข้อมูลในการพัฒนาองค์กร 5) การพัฒนาโปรแกรมให้ตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้อง องค์กรภายนอกเฉพาะกลุ่ม

2. การสนับสนุนการแก้ปัญหาสังคม (Advocacy) การให้การสนับสนุนการแก้ปัญหาสังคมทางการเงิน วัสดุ และทรัพยากรมนุษย์ ตัวอย่าง บริษัทอาจจะให้การสนับสนุนการศึกษาเกี่ยวกับโรคเอดส์ (AIDS) และการเป็นผู้นำในการแก้ปัญหาเรื่องโรคเอดส์

3. การให้ความร่วมมือ (Partnership) เป็นการให้ความร่วมมือกับกลุ่มต่างๆ ในการแก้ปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือให้ความช่วยเหลือด้านต่างๆ โดยมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาสังคมการ

ให้ความร่วมมือนี้จะช่วยลดความตึงเครียดภายในบริษัท และจากกลุ่มที่มีความสนใจเฉพาะอย่าง ตลอดจนช่วยแก้ปัญหาสังคมด้วย เช่น การรณรงค์การประหยัดพลังงาน การหาวิธีที่จะแก้ปัญหา ด้านสภาพแวดล้อม

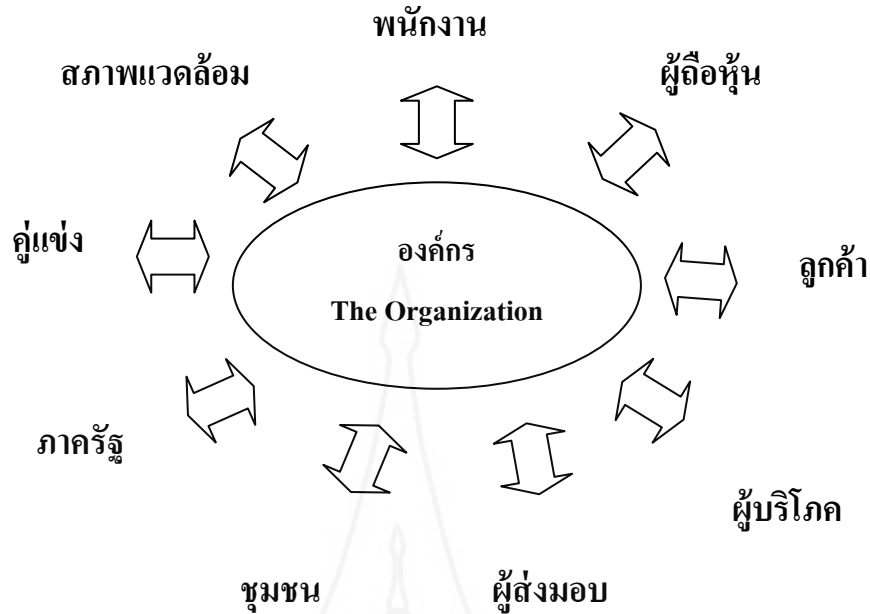
4. การให้ยืมตัวผู้บริหาร (Executive loans) หลายบริษัทมีการให้ยืมตัวผู้บริหารไปบริหารจัดการในองค์กรที่ไม่มุ่งหวังกำไร ซึ่งเป็นแนวคิดใหม่ในการแก้ปัญหา

5. การบริจาค (Philanthropy) เป็นการบริจาคเงิน เวลา สินค้า หรือบริการ เพื่อการกุศล เพื่อสถาบันการกุศล สถาบันมนุษยวิทยา และสถาบันการศึกษาต่างๆ ปรัชญาของบริษัทแบบดั้งเดิมจะสมมุติว่า บริษัทเป็นประชากรของชุมชนจึงมีหน้าที่บริจาคเงินเพื่อชุมชน

6. การใช้เครื่องมือทางการตลาดเพื่อแก้ปัญหาสังคม (Cause-relation marketing) เป็นการใช้เครื่องมือทางการตลาด โดยบริษัทจะให้ประโยชน์ด้านใดด้านหนึ่งเมื่อบริษัทซื้อผลิตภัณฑ์โดยตั้งกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย หลายบริษัทใช้กิจกรรมนี้ ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในรูปของการส่งเสริมการขาย เช่น การนำบรรจุภัณฑ์ที่ใช่แล้ว (แทนที่จะทิ้งเป็นขยะ) มาแลกซื้อผลิตภัณฑ์ใหม่ ในราคาที่ถูกกว่าการซื้อโดยไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่ใช่แล้วมาแลก

1.8 กลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับองค์กรต้องรับผิดชอบต่อสังคม

ในการดำเนินธุรกิจ การกำหนดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร โดยผู้บริหารต้องทราบว่าในกลุ่มใดบ้างที่ควรได้รับการพิจารณาความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งบุคคลที่มีความแตกต่างกันไป องค์กรต้องให้ความสนใจกับกลุ่มเหล่านี้ โดยมุ่งไปที่สภาพแวดล้อมการดำเนินงาน โดยจะต้องให้ความสำคัญกับกลุ่มต่างๆ อย่างเท่าเทียมกันซึ่งอยู่ภายใต้การดำเนินงาน



ภาพที่ 2.1 กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่องค์กรต้องรับผิดชอบ

ความรับผิดชอบต่อสังคม มีบทบาทสำคัญมากกับองค์กร ในการสร้างความยั่งยืนให้กับองค์กรและเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในการดำเนินธุรกิจ การได้รับการยอมรับจากสังคม ซึ่งการปฏิบัติขององค์กรจะอยู่ในความรับผิดชอบต่อทางเศรษฐกิจ กฎหมาย จริยธรรม ซึ่งการจัดกิจกรรมต่างๆ ในการส่งเสริมภาพลักษณ์ดังกล่าวสามารถดำเนินการได้หลายรูปแบบ ทั้งด้านการพัฒนาชุมชน สุขภาพอนามัย การศึกษา สิ่งแวดล้อม สิทธิผู้บริโภคและวัฒนธรรม

1.9 ความรับผิดชอบต่อสังคม SA 8000 (Social Accountability 8000)

SA 8000 หรือ Social Accountability 8000 เป็นระบบมาตรฐานสากลที่ให้ความสำคัญกับสิทธิขั้นพื้นฐานของแรงงาน ซึ่งเหมือนกับระบบ ISO 9000 ที่เป็นมาตรฐานสากลสำหรับระบบคุณภาพ อันเกี่ยวกับการจัดการด้านคุณภาพและการประกันคุณภาพ และ ISO 14000 ที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม SA 8000 เป็นระบบมาตรฐานสากลที่ใช้ได้กับทุกธุรกิจ อุตสาหกรรมการผลิต หรือ การบริการ โดยไม่คำนึงถึง ขนาด สถานที่ เทคโนโลยีในการผลิต และความซับซ้อนขององค์กร

จุดเริ่มต้นของ SA 8000 ในช่วงต้นทศวรรษ 1990 ประเทศสหรัฐอเมริกาได้มีปัญหากับการกีดกันเชื้อชาติในการทำงานของคนงานที่ไม่เป็นไปในทางเดียวกันในแต่ละทำให้เกิดข้อขัดแย้ง ขาดเอกภาพ และส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อสินค้าและบริการนั้นๆ ดังนั้น องค์กรที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้แก่ CEP (Council on Economic Priorities) และตัวแทนจาก

อุตสาหกรรม สหภาพแรงงาน NGO'S และกลุ่มผลประโยชน์ต่างๆ ได้เข้ามากำหนดและพัฒนา ระบบมาตรฐานสากลที่ให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านสิทธิมนุษยชนขั้น พื้นฐาน หรือ ระบบมาตรฐาน SA 8000 โดยได้จัดตั้งองค์กร CEPAA (The Council on Economic Priorities Accreditation Agency) ขึ้นมาดูแลในปี 1997

SA 8000 เป็นมาตรฐานสมัครใจ ไม่มีการบังคับ การนำไปใช้ถือเป็นเอกลักษณ์ของ หน่วยงานที่กำกับ ดูแลหรือรัฐบาลในประเทศนั้น ๆ CEPAA ไม่มีหน้าที่ในการกำหนดกฎระเบียบ หรือตราเป็นกฎหมาย หน้าที่ของ CEPAA คือการกำหนดมาตรฐาน ส่วนการประเมินว่าเป็นไปตาม มาตรฐานหรือไม่นั้นเป็นเรื่องของกระบวนการ รับรอง โดยมีสถาบันทดสอบและหน่วยงานตรวจ รับรองให้บริการตรวจประเมินแบบอิสระ หรือที่เรียกกันว่าเป็นการตรวจประเมินโดยบุคคลที่สาม

SA 8000 กำหนดขึ้นจากความเห็นชอบของกลุ่มผลประโยชน์ที่เกี่ยวข้อง ทั้ง ภาครัฐบาล ภาคเอกชน ธุรกิจ อุตสาหกรรม สถาบันทดสอบ และ กลุ่มผู้บริโภค ร่วมกันพิจารณา และผลักดันมาตรฐานดังกล่าว ทำให้ SA 8000 เป็นระบบมาตรฐานหนึ่งที่ได้รับ ความสนใจ

ข้อกำหนดเบื้องต้น

ระบบมาตรฐาน SA 8000 ได้กำหนดข้อกำหนดเบื้องต้นไว้ 9 ข้อ ดังนี้

1. การใช้แรงงานเด็ก (Child Labour) โดยห้ามว่าจ้างแรงงานเด็ก หรือแรงงานที่มี อายุต่ำกว่า 15 ปี หรือ แรงงานเด็กที่มีอายุต่ำกว่าที่กฎหมายของประเทศนั้นๆ กำหนด
2. การบังคับการใช้แรงงาน (Forced Labour) ห้ามมีการกักขังหน่วงเหนี่ยวโดยใช้ เอกสารสัญญาหรือการกักขังบริเวณ
3. สุขลักษณะและความปลอดภัย (Health and Safety) ต้องมีสภาพแวดล้อมใน การทำงานที่ดี มีระบบความปลอดภัย น้ำดื่มที่สะอาด ตลอดจนระบบการรักษาพยาบาลเบื้องต้นใน กรณีที่เกิดเหตุฉุกเฉิน หรือ อุบัติเหตุที่เกิดจากการทำงาน
4. สิทธิเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นและเจรจาต่อรองในรูปของการรวมกลุ่ม (Freedom of association and the right to collective bargaining) มีสิทธิในการรวมกลุ่มจัดตั้งเป็น องค์กร กลุ่ม คณะกรรมการ หรือสหภาพแรงงานเพื่อแสดงความคิดเห็นหรือเจรจาต่อรอง
5. การกีดกันหรือการแบ่งแยก (Discrimination) ไม่มีการแบ่งแยกในการจ้าง ค่าตอบแทนแรงงาน การฝึกอบรม การเลื่อนตำแหน่ง การสิ้นสุดการทำงาน เกษียณ โดยใช้เกณฑ์ใน เรื่อง เพศ เชื้อชาติ วรรณะ ศาสนา ทูพพลภาพ การเป็นสมาชิกหรือรู้จักคนในองค์กรใด ๆ และห้าม มีการล่วงละเมิดทางเพศ
6. กฎระเบียบวินัย (Disciplinary practices) ห้ามมีการเฆี่ยนตี ทำโทษโดยการ กักกัน ทำร้าย ร่างกาย หรือการใช้ถ้อยคำต่อเสียดหยามคาย

7. ชั่วโมงการทำงาน (Working hour) จะต้องไม่เกิน 48 ชั่วโมงใน 1 สัปดาห์และจะต้องมีวันพักผ่อน 1 วัน ในทุกๆ 7 วัน ในส่วนของการทำงานล่วงเวลาไม่ควรเกิน 12 ชั่วโมงต่อสัปดาห์และต้องได้รับค่าตอบแทนมากกว่าอัตราปกติ

8. ค่าตอบแทนแรงงาน (Compensation) ค่าจ้างแรงงานจะต้องเป็นอัตราขั้นต่ำตามที่กฎหมายกำหนด หรือเป็นไปตามมาตรฐานของอุตสาหกรรม ห้ามมีการหักค่าจ้างค่าตอบแทนเนื่องจากการทำผิดวินัย ค่าจ้างและผลประโยชน์ที่ได้รับจะต้องเปิดเผยและได้รับอย่างสม่ำเสมอ โดยจะต้องอยู่ในรูปของธนบัตรหรือเช็ค ห้ามว่าจ้างแรงงานที่เป็นลักษณะสัญญาว่าจ้างหรือการฝึกงานเพื่อหลีกเลี่ยงข้อกำหนดข้างต้น

9. ด้านระบบบริหารจัดการ (Management System) บริษัทจะต้องมีนโยบายที่เปิดเผยนโยบายของบริษัทจะต้องสอดคล้องกับกฎหมายและจะต้องสร้างความเชื่อมั่นแก่คนงานเกี่ยวกับทางด้านบริหารของบริษัทต้องมีการจัดส่งตัวแทนของบริษัทเข้าร่วมการประชุมนานาชาติเกี่ยวกับประเด็นด้านแรงงาน การบริหารงาน ของบริษัทจะต้องมีแผนงานที่ดีและชัดเจน

ประโยชน์ที่ได้รับจากการนำมาตรฐาน SA 8000 มาใช้

1. สร้างภาพลักษณ์ของบริษัทให้เป็นที่ยอมรับในสังคม โดยเฉพาะในสายตาของผู้บริโภค
2. ทำให้แรงงานมีความจงรักภักดีต่อองค์กร ประสิทธิภาพในการทำงานของแรงงานเพิ่มขึ้นและนำไปสู่การเพิ่มผลผลิตในที่สุด
3. สร้างความสัมพันธ์อันดีต่อสังคม
4. ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในตัวสินค้าและบริการและมีความภักดีต่อองค์กร
5. มีช่องทางการตลาดใหม่
6. มีโอกาสในการเลือกแรงงานที่มีคุณภาพ
7. ลดขั้นตอนและต้นทุนในการตรวจสอบ
8. ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในตัวสินค้าและบริการและมีความภักดีต่อองค์กร

ดังนั้น ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) และความรับผิดชอบต่อสังคม SA 8000 (Social Accountability 8000) นั้น มีความสัมพันธ์กันในการดำเนินงานที่ปฏิบัติเพื่อสังคม ให้เกิดคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของคนในส่วนรวม และเกิดการตระหนักถึงความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคมที่เกิดจากการกระทำขององค์กรที่พึงกระทำให้ต่อสังคมและคนในชุมชน โดยขึ้นอยู่กับคุณพินิจขององค์กรในการตัดสินใจในการปฏิบัติต่อส่วนรวม แต่ Social Accountability จะให้ความสำคัญกับคนที่ทำงานในองค์กรเป็นส่วนมาก โดยมีการกำหนดเป็นเกณฑ์มาตรฐาน

1.10 มาตรฐานความรับผิดชอบต่อผู้ประกอบการต่อสังคม CSR-DIW

กรมโรงงานอุตสาหกรรม ได้มีการรณรงค์ให้โรงงานอุตสาหกรรมดำเนินโครงการ CSR-DIW เพื่อเป็นเกณฑ์ปฏิบัติของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (<http://www.diw.go.th/csr/index.htm> สืบค้น 2 กุมภาพันธ์ 2554) โดยการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมในปัจจุบันต้องเผชิญกับการแข่งขัน และความท้าทายด้านต่าง ๆ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี แรงกดดันจากสถานะแข่งขันที่มีแนวโน้มรุนแรงมากขึ้นเป็นลำดับ รวมทั้งกระแสโลกหรือโลกาภิวัตน์ทำให้การดำเนินธุรกิจต้องปรับตัวเพื่อให้เติบโตและพัฒนาได้อย่างยั่งยืน (Sustainable Growth and Development) ดังนั้น การแสดงถึงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและสังคมควบคู่ไปกับการเสริมสร้างประสิทธิภาพและการเติบโตทางธุรกิจเป็นเรื่องที่มีความจำเป็นอย่างมากในปัจจุบันและอนาคต กระแสหรือแนวโน้มของมาตรฐานใหม่ ๆ ที่จะมีการประกาศและส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการหรือโรงงานอุตสาหกรรม จะมุ่งเน้นในเรื่องความปลอดภัย สุขอนามัย การส่งเสริมและปกป้องธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์และประหยัดพลังงาน การคุ้มครองแรงงาน สิทธิขั้นพื้นฐานของมนุษยชน ความรับผิดชอบต่อสังคม การสร้างนวัตกรรม และการพัฒนาความเป็นอยู่ของมนุษย์เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน ปัจจุบันองค์การระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน (International Organization for Standardization : ISO) ได้จัดทำร่างมาตรฐานระหว่างประเทศว่าด้วยการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO 26000 Social Responsibility) ซึ่งประกาศในปี 2553 ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมของประเทศไทยจึงจำเป็นต้องรับทราบ และเตรียมความพร้อมเพื่อปรับตัวเข้าสู่มาตรฐานดังกล่าวโดยมีแนวทางพัฒนาอย่างเป็นระบบ เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน สร้างความเชื่อมั่นและเป็นที่ยอมรับ กรมโรงงานอุตสาหกรรมซึ่งมีภารกิจหลักในการกำกับดูแลและผลักดันให้ธุรกิจอุตสาหกรรมดำเนินการและพัฒนาไปอย่างยั่งยืน โดยเน้นด้านสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย และเป็นที่ยอมรับของสากลได้เห็นถึงความสำคัญและความจำเป็นในการส่งเสริมโรงงานอุตสาหกรรม ให้มีการแสดงถึงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและสังคมควบคู่ไปกับการเสริมสร้างประสิทธิภาพและการเติบโตทางธุรกิจ ซึ่งจะต้องเตรียมความพร้อมเพื่อปรับตัวเข้าสู่มาตรฐานระหว่างประเทศว่าด้วยการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างเป็นระบบ จึงได้จัดทำโครงการการส่งเสริมการแสดงความรับผิดชอบต่อโรงงานอุตสาหกรรมต่อสังคม (Corporate Social Responsibility, Department of Industrial Works: CSR-DIW) ขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อส่งเสริมโรงงานอุตสาหกรรมให้สามารถนำเกณฑ์มาตรฐานของกรมโรงงานอุตสาหกรรมว่าด้วยการแสดงความรับผิดชอบต่อโรงงานอุตสาหกรรมต่อสังคม (Corporate Social

Responsibility, Department of Industrial work: CSR-DIW) ไปปฏิบัติ และได้รับการรับรองการปฏิบัติตามเกณฑ์มาตรฐานของกรมโรงงานอุตสาหกรรมว่าด้วยการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงงานอุตสาหกรรมต่อสังคม

2. เพื่อให้โรงงานอุตสาหกรรมพัฒนาตนเองเข้าสู่เกณฑ์มาตรฐานสากล (ISO 26000 Social Responsibility) หลักการความรับผิดชอบต่อสังคม 7 ประการ (มาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อสังคม พ.ศ.2553 หน้า 6-8)

- 1) หลักการความรับผิดชอบต่อที่ตรวจสอบได้ (Accountability)
- 2) หลักการความโปร่งใส (Transparency)
- 3) หลักการปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม (Ethical Behavior)
- 4) หลักการยอมรับถึงผลประโยชน์ของผู้อื่นที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Respect for stakeholder interests)
- 5) หลักการเคารพต่อหลักนิติธรรม (Respect for the rule of law)
- 6) หลักการเคารพต่อแนวปฏิบัติสากล (Respect for international norms of behavior)
- 7) หลักการเคารพต่อสิทธิมนุษยชน (Respect for human right)

เกณฑ์การทวนสอบการปฏิบัติ ตามประเด็นหลักของความรับผิดชอบต่อสังคม

- 1) การกำกับดูแลองค์กร (Organizational Governance)
- 2) สิทธิมนุษยชน (Humance right)
- 3) การปฏิบัติด้านแรงงาน (Labour practices)
- 4) สิ่งแวดล้อม (Environment)
- 5) การดำเนินงานอย่างเป็นธรรม (Fair operating practices)
- 6) ประเด็นด้านผู้บริโภค (Consumer issues)
- 7) การพัฒนาสังคม (Social development)

ผลที่ได้รับ

1. โรงงานอุตสาหกรรมสามารถนำเกณฑ์มาตรฐานดังกล่าวไปปฏิบัติได้รับการรับรองการปฏิบัติตามเกณฑ์มาตรฐานของกรมโรงงานอุตสาหกรรมว่าด้วยการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงงานอุตสาหกรรมต่อสังคม

2. โรงงานอุตสาหกรรมมีขีดความสามารถในการพัฒนาตนเองเข้าสู่เกณฑ์มาตรฐานสากล (ISO 26000 Social Responsibility)

2. แนวคิดจริยธรรมและความรับผิดชอบทางธุรกิจ

2.1 ความหมายของจริยธรรมทางธุรกิจ

การประกอบธุรกิจย่อมต้องมีสิ่งที่กำกับ เพื่อจัดการล่วงหน้าละเมิดสิทธิอันชอบธรรมที่อาจเกิดขึ้น สิ่งนั้นคือ จริยธรรมธุรกิจ ความหมายของจริยธรรมตามพจนานุกรมฉบับเฉลิมพระเกียรติ พ.ศ. 2530 (2530,น,135) ได้ให้ความหมายของจริยธรรมหมายถึง ธรรมที่เป็นข้อประพฤติและปฏิบัติ ศีลธรรม กฎศีลธรรม จริยธรรม(<http://reg.ksu.ac.th> สืบค้นวันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2554) มาจากคำว่าจริย+ธรรมแปลว่าธรรมอันบุคคลพึงปฏิบัติ

1) ในทางพุทธศาสนา "จริยธรรม คือ มรรค มรรคเป็นวิถีทาง ส่วนจริยธรรมเป็นการปฏิบัติเพื่อเข้าถึงจุดหมายโดยมีจุดหมายเพื่อให้หมดปัญหา

2) พจนานุกรมฯ (2525) "จริยธรรม คือ ธรรมที่เป็นข้อประพฤติปฏิบัติศีลธรรม"

3) พุทธทาส "จริยธรรม คือ สิ่งที่พึงปฏิบัติ จะต้องปฏิบัติ ซึ่งเป็นเรื่องปรัชญาคือต้องคิดเอง"

4) พระราชวรมุนี "จริยธรรม มาจากคำว่า พรหมจรรย์ ซึ่งหมายถึงมรรคหรือไตรสิกขาซึ่งจะนำมนุษย์ไปสู่จุดมุ่งหมายของชีวิต"

5) สุลักษณ์ ศิวรักษ์ "จริยธรรม คือ สิ่งที่คนในสังคมเกิดความเชื่อถือ จริยธรรมในสังคมเป็นผลพลอยได้ให้บังเกิดความยุติธรรมความเมตตาปราณีและความเป็นอิสระแก่กัน"

ดังนั้นจริยธรรมจึงหมายถึง มาตรฐาน คุณค่าแห่งความดีงามของการกระทำหนึ่งๆ หรือที่เรียกว่าพฤติกรรมโดยรวม

คาร์เตอร์ วี กูด (Good,1993 P 373 อ้างถึงใน มนตรี 2547 หน้า 22) กล่าวโดยสรุปได้ว่า จริยธรรม หมายถึง การปรับพฤติกรรมให้เข้ากับกฎเกณฑ์ หรือมาตรฐานของความประพฤติที่ถูกต้อง หรือดีงาม

ดวงเดือน (อ้างถึงใน บัณฑิตา 2544 หน้า 10-11) จริยธรรมหมายถึง ลักษณะทางสังคมหลากหลายของมนุษย์และมีขอบเขตรวมถึงพฤติกรรมทางสังคมประเภทต่างๆด้วยลักษณะพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรม จะมีคุณสมบัติประเภทใดประเภทหนึ่งใน 2 ประเภท คือ เป็นลักษณะที่สังคมต้องการให้มีอยู่ในสมาชิกในสังคมนั้น คือเป็นพฤติกรรมที่สังคมนิยมชมชอบ ให้การสนับสนุน และผู้กระทำส่วนมากเกิดความพอใจว่าการกระทำนั้นเป็นสิ่งที่ถูกต้องเหมาะสม ส่วนอีกประเภทหนึ่งคือลักษณะที่สังคมไม่ต้องการให้มีอยู่ในสมาชิกในสังคมเป็นการกระทำที่สังคมลงโทษหรือพยายามกำจัด และผู้กระทำพฤติกรรมนั้นส่วนมากรู้สึกรู้สึกว่าเป็นสิ่งที่ไม่ถูกต้องและ

ไม่สมควร ฉะนั้นผู้ที่มิจริยธรรมสูงคือ ผู้ที่มีลักษณะและพฤติกรรมประเภทแรกมากและประเภท
หลังน้อย

บัณฑิตา(2544 หน้า 13) จริยธรรม หมายถึง หลักการมาตรฐานของการประพฤติ
ปฏิบัติ การกระทำ การแสดงพฤติกรรมหรือการประพฤติปฏิบัติ ตลอดจนผลที่เกิดขึ้นจาก
การปฏิบัตินั้น โดยหากทำการวิเคราะห์ความหมายของจริยธรรมในแนวทางกว้างจะให้ความหมาย
ที่มีความแตกต่างออกไปเมื่อนำมารวมกับธุรกิจ ทำให้มีนักวิชาการต่างๆ ได้ให้ความหมายดังนี้

อานันท์ ปันยารชุน (อ้างถึงในบัณฑิตา หน้า 23) ได้ให้คำจำกัดความจริยธรรมทาง
ธุรกิจหมายถึง การผสมผสานระหว่างเศรษฐกิจ และ จริยธรรม โดยมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมนโยบาย
และการปฏิบัติของภาคธุรกิจ ในการสร้างความสำเร็จในการประกอบการอย่างมีความรับผิดชอบ มี
ความยั่งยืน มีผลในระยะยาว ในขณะที่เดียวกันก็ช่วยสร้างความสมดุลระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียใน
กิจการนั้นๆ อันได้แก่ ผู้ลงทุน ลูกจ้าง ลูกค้า ชุมชน ตลอดจนสภาพแวดล้อมอย่างสมดุล

พรนพ พุกกะพันธ์ (2545 ,น. 67) ได้ให้ความหมายจริยธรรมทางธุรกิจหมายถึง
มาตรฐานการผลิตสินค้า และ/หรือ บริการ เพื่อตอบแทนความคุ้มค่าของการลงทุน โดยเป็นธรรม
ต่อทุกฝ่าย กล่าวคือ เจ้าของกิจการ ผู้บริหาร ผู้ร่วมงาน ผู้บริโภค ผู้รับบริการ รัฐบาลและสังคม
ซึ่งมีความสัมพันธ์ในเชิงเศรษฐกิจร่วมกัน

มนตรี (2547 หน้า 23) ได้สรุปจริยธรรมทางธุรกิจหมายถึง หลักในการปฏิบัติ
ประพฤติตนตามหลักหรือแนวทางที่เหมาะสม ไม่ละเมิดสิทธิของตนเองและผู้อื่น ซึ่งอยู่ใน
การกระทำที่ดีงาม มีคุณธรรม และถูกต้องตามศีลธรรม

จริยธรรมทางธุรกิจ (พงค์สฎา 255) หมายถึง มาตรฐานการผลิตสินค้าและ
การบริการ เพื่อผลตอบแทนตามคุณค่าของการลงทุนโดยเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย กล่าวคือ ทั้งเจ้าของ
กิจการ ผู้บริหาร ผู้ร่วมงาน ผู้บริโภค ผู้รับบริการ รัฐบาล และสังคม ซึ่งมีความสัมพันธ์เชิงเศรษฐกิจ
ร่วมกัน

ตารางที่ 2.1 ความแตกต่างระหว่างจริยธรรมและกฎหมาย

กฎหมาย	จริยธรรม
1. มีการบังคับใช้	1. ปฏิบัติด้วยความสมัครใจ
2. เกิดขึ้นอย่างเป็นระบบ	2. เกิดขึ้นจากการสืบทอด
3. มีบทลงโทษที่ชัดเจน	3. บทลงโทษขึ้นอยู่กับสมาชิกในสังคม
4. ปฏิบัติตามจะได้รับคำชื่นชม	4. ปฏิบัติจะได้รับการยกย่องสรรเสริญ
5. ตัดสินด้วยคำว่าผิดหรือไม่ผิด	5. ตัดสินด้วยคำว่าควรหรือไม่ควร

ดังนั้นจริยธรรมธุรกิจจึงหมายถึง แนวปฏิบัติที่ดีในการดำเนินธุรกิจของบริษัทอันจะนำธุรกิจไปสู่การดำเนินงานที่ดีมีผลตอบแทนตามคุณค่าการลงทุนและเป็นธรรมกับทุกฝ่าย

2.2 องค์ประกอบของจริยธรรมทางธุรกิจ

จริยธรรมทางธุรกิจเป็นประเด็นสำคัญในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (เขาวลัทธิ จิตต์วิโรดม อ้างถึงใน จิตติมา 2552 หน้า 11) เกี่ยวกับองค์ประกอบจริยธรรมทางธุรกิจ ดังนี้

- 1) ความซื่อสัตย์ได้แก่ ซื่อตรงต่อเวลา คำมั่นสัญญา งาน การนัดหมาย ระเบียบ ประเพณีและกฎหมาย ไม่พูดปด น้อฉล และกล่าวที่จะยอมรับความจริง
- 2) ความมีเกียรติยศ ศักดิ์ศรี โดยยึดถือหลักการมีเกียรติ ซื่อตรงและมีความกล้าหาญที่จะยอมรับผิด
- 3) การรักษาคำมั่นสัญญา โดยปฏิบัติตามข้อตกลง ยึดถือจิตใจ ไม่ตีความข้อตกลงในทางเทคนิคหรือกฎหมายโดยไม่อนุโลมหรือแก้ตัวเพื่อยกเลิกข้อตกลง
- 4) ความจงรักภักดีต่อครอบครัวเพื่อน นายจ้าง และประเทศชาติ ไม่ใช้หรือเปิดเผยข้อมูลลับเพื่อหาประโยชน์ใส่ตน
- 5) ความยุติธรรม มีความยุติธรรมและเปิดใจ มีความตั้งใจยอมรับข้อผิดพลาดอันเกิดจากสถานะที่เปลี่ยนแปลง ปฏิบัติต่อบุคคลอย่างเท่าเทียมและใจกว้างต่อความแตกต่างไม่แสวงหาผลประโยชน์จากความผิดพลาดหรือความทุกข์ยากของผู้อื่น
- 6) ความเอาใจใส่ต่อบุคคลอื่น เอาใจใส่ เมตตากรุณา รู้จักแบ่งปัน ช่วยในสิ่งที่จำเป็นและหลีกเลี่ยงที่จะทำอันตรายต่อผู้อื่น
- 7) ความเคารพต่อบุคคลอื่น โดยเคารพความเป็นส่วนตัวและสิทธิการตัดสินใจของทุกคน

8) การเป็นพลเมืองที่มีความรับผิดชอบ ได้แก่การปฏิบัติตามกฎหมาย สิทธิตามระบอบประชาธิปไตยและหน้าที่โดยส่วนรวม มีสำนึกทางสังคม เมื่ออยู่ในตำแหน่งผู้นำ หรือมีอำนาจหน้าที่และเคารพเกียรติการตัดสินใจในกระบวนการประชาธิปไตย

9) การแสวงหาความเป็นเลิศ แสวงหาความดีในทุกเรื่องมีความรับผิดชอบต่อตนเองมีความผูกพันและปฏิบัติงานทุกอย่างเต็มความสามารถ แสวงหาความรู้และการเตรียมตัวที่ดี

10) มีความรับผิดชอบที่พร้อมให้ตรวจสอบ รับผิดชอบต่อการตัดสินใจและผลที่เกิดขึ้น ทั้งจากการกระทำที่ไม่ได้กระทำเป็นแบบอย่างสำหรับผู้อื่นและหลีกเลี่ยงการประพฤติปฏิบัติที่ไม่เหมาะสม

2.3 ประเภทจริยธรรมทางธุรกิจ

จริยธรรมทางธุรกิจแบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ (จินตนา บุญบงการ, 2541 หน้า 29-30)

1. จริยธรรมของบุคลากรในองค์กรเดียวกัน มองได้จากความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อน ร่วมงาน ระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา ระหว่างพนักงานของบริษัท การไม่ซื่อสัตย์ต่อกิจการจากพนักงาน การทุจริตในด้านการจัดซื้อ การฉ้อฉลของพนักงาน โดยทั่วไปแล้วพนักงานจะไม่มีนิสัยชื้อโกง แต่จุดเริ่มต้นจะเกิดจากการเอาใจเอาเปรียบนายจ้าง เมื่อพนักงานเหล่านั้นเริ่มทำเรื่องเล็กๆ น้อยๆ เหล่านี้โดยไม่มี การท้วงติง พนักงานจะเริ่มมีความกำเริบว่าตนสามารถเอาเปรียบนายจ้างได้แล้ว ซึ่งอาจจะทำให้เกิดความมั่นใจในตนเองในการเอาใจเอาเปรียบบริษัทต่อไปเป็นจำนวนที่สูงยิ่งขึ้น จริยธรรมของบุคคลที่ทำงานในธุรกิจนั้นจึงขึ้นอยู่กับองค์กรแต่ละแห่งว่าจะใช้วิธีการอย่างไรและผู้บังคับบัญชาต้องทำงานเป็นตัวอย่างให้ผู้ใต้บังคับบัญชาได้เห็นถึงความซื่อสัตย์ของตนด้วย

2. จริยธรรมของบริษัทหรือของกิจการนั้นซึ่งมีต่อลูกค้าของตนกับผู้ถือหุ้น กับเจ้าหน้าที่การค้า กับผู้ถือตั๋วสัญญาใช้เงิน กับผู้ฝากเงินกับธนาคาร หรือต่อรัฐบาล ซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ใหญ่ขององค์กรต่างๆ แห่ง ในการเก็บภาษีอากร และท้ายสุดคือสังคมส่วนรวมการทำธุรกิจของกิจการต่อบุคคลที่เกี่ยวข้อง เป็นการกระทำแบบเสมอภาคหรือไม่พิจารณาได้จาก การไม่เอาใจเอาเปรียบทางการค้าอย่างไม่ยุติธรรม ถึงแม้กฎหมายจะกล่าวไว้ว่าเป็นสิ่งที่ถูกต้อง แต่อาจไม่ถูกต้องทางจริยธรรม เช่น การทำสัญญากับผู้ซื้อซึ่งเป็นลูกค้าของบริษัท โดยลูกค้าไม่เข้าใจเงื่อนไข และการผูกมัดในสัญญาเลย ถึงแม้จะถูกต้องตามหลักกฎหมายเพราะผู้ซื้อได้ลงนามของตนไว้แล้ว แต่ก็ผิดในด้านจริยธรรมเพราะเป็นการเอาใจเอาเปรียบผู้บริโภค

3. จริยธรรมขององค์กรต่อสังคม องค์กรที่ชำระภาษีแก่รัฐไม่ครบถ้วนก็ถือว่าเป็นการเอาใจเอาเปรียบผู้ที่ชำระครบถ้วน แต่ในปัจจุบันนี้มีคำกล่าวกันว่าผู้เสียภาษีครบถ้วนนั้นเป็นผู้ที่ฉลาดน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ที่หลีกเลี่ยงภาษี ความเสมอภาคและความสมดุลจึงขาดไป องค์กร

ทั้งหลายจึงพยายามหาทางเลี่ยงภาษี โดยใช้ช่องโหว่ของกฎหมาย อีกทั้งคณะกรรมการและผู้ถือหุ้นบางคนใช้วิธีการบัญชีถือโง่งงหรือโกงกร้อหรือมหาชนโดยส่วนรวม

2.4 คุณค่าแห่งจริยธรรมธุรกิจ

การที่องค์กรมีจริยธรรมต่อการดำเนินงานนั้น ไม่สามารถประเมินค่าออกมาเป็นตัวเงินได้ แต่จริยธรรมสามารถทำให้เรามองเห็นถึงองค์กรนั้น มีความสำเร็จในด้านอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นบุคลากร ทรัพยากร เทคโนโลยี เป็นต้น ซึ่งคุณค่าทางจริยธรรมสามารถประเมินประโยชน์ต่อองค์กรธุรกิจได้ดังต่อไปนี้

1. จริยธรรมก่อให้เกิดความเชื่อถือ (Credit) โดยธรรมชาติความเชื่อถือนั้นเกิดจากความซื่อสัตย์ ดังนั้นคนที่มีจริยธรรมดี ก่อปรด้วยความซื่อสัตย์เสมอ ย่อมได้รับความเชื่อถือ และความเชื่อถือคือที่มาของเครดิตทางการค้า ซึ่งเป็นปัจจัยที่ได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน ทั้งในด้านการลงทุนและการตลาด

2. จริยธรรมก่อให้เกิดการทุ่มเท (Devotion) ของคนทำงานอันจะนำมาซึ่งประสิทธิภาพอันทรงคุณภาพ (Qualitative Efficiency) ต่อการผลิตที่เต็มกำลัง (Full Capacity) หากบริษัทก่อปรด้วยคามมีจริยธรรม ปฏิบัติต่อพนักงานทุกคนอย่างมีมนุษยธรรม และมีพัฒนาการอย่างต่อเนื่อง ย่อมเป็นที่รัก ที่ผูกพันของพนักงาน พนักงานย่อมทุ่มเทความสามารถต่อการผลิตหรือการบริการอย่างเต็มกำลังความสามารถ อันนำมาซึ่งผลการผลิตหรือการบริการที่ดี

3. จริยธรรมก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี (Good Image) ซึ่งภาพลักษณ์ที่ดีมีผลต่อการค้าของบริษัท (Positioning) และมีผลความภักดีที่ผู้บริโภคมีต่อสินค้า และบริการบริษัท (Brand Royalty) และภาพลักษณ์ทางการค้าที่ดีมีผลโดยตรงต่อการกำหนดราคา (Pricing) และความภักดีต่อสินค้าและบริการ มีผลโดยตรงต่อยอดขาย (Sale Volume) ซึ่งราคาขายและยอดขายมีผลโดยตรงต่อกำไร อาจกล่าวได้ว่า จริยธรรมทางธุรกิจคือที่มาแห่งความร่ำรวย

4. จริยธรรมก่อให้เกิดการลดหย่อนทางกฎหมาย บริษัทที่มีประวัติทางจริยธรรมที่ดีงาม เมื่อพลาดพลั้งไปมีคดีความกับบุคคลอื่นที่ดี หรือกับรัฐก็ดี ย่อมได้ข้อลดหย่อนในบทลงโทษตามที่บัญญัติไว้ตามกฎหมายของแต่ละสังคม

5. จริยธรรมก่อให้เกิดการทำงานอย่างมีความสุข เมื่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ไม่ว่าจะเป็นผู้ถือหุ้น ผู้ร่วมงานในบริษัทคู่ค้า ผู้บริโภค และสังคม ต่างมีจริยธรรมที่ดีต่อกัน ย่อมเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีและอบอุ่นขึ้น ทุกฝ่ายจะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความสบายใจและไม่มีปัญหาบาดหมางใจกันเกิดขึ้น หรือหากมีบ้างโดยอุบัติเหตุ ก็จะแก้ไขได้โดยง่าย การทำงานอย่างมีจริยธรรมต่อตนเอง และต่อกันและกัน จึงเป็นชีวิตการทำงานที่เป็นความสุข ปราศจากความเครียดใดๆ นอกจากความเครียดในการแบกความเสี่ยงในอัตราที่สูงของธุรกิจประเภทนั้นเอง และแม้จะมี

ความเครียดจากภาวะเสี่ยงบ้าง จริยธรรมในการปฏิบัติงานจะช่วยผ่อนคลายและลดความเครียดไปได้มากที่สุด

ดังนั้นจริยธรรมจึงมีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจ และธุรกิจมีส่วนเกี่ยวข้องกับสังคม ที่จะเอื้ออำนวยต่อกัน โดยธุรกิจต้องดำเนินงานควบคู่กับการมีจริยธรรม เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร สังคม

3. บรรษัทภิบาล (Corporate Governance - CG)

โดยหลังจากการเกิดวิกฤตทางเศรษฐกิจขึ้น ทำให้การดำเนินงานธุรกิจเกิดผลกระทบตามมาเป็นอย่างมากทำให้เกิดกระแสการเรียกร้องให้มีการจัดตั้งองค์กรขึ้น และได้มีการนำแนวคิดบรรษัทภิบาลเข้ามาใช้ในธุรกิจเกิดขึ้นและใช้มากขึ้นจากเดิม เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในการลงทุนและดำเนินงานรวมถึงเป็นการวางรากฐานด้านจริยธรรมให้กับวงการธุรกิจ

การกำกับดูแลกิจการ(Corporate Governance - CG)

(<http://csr-faq.blogspot.com> สืบค้นวันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2554) หรือ **บรรษัทภิบาล** มาจากคำว่า **บรรษัท + ภิ** (แปลว่า เฉพาะ ช้างหน้า ยี่ง) + **บาล** (แปลว่า การปกครอง การรักษา) หมายถึง การกำกับดูแลกิจการให้เจริญรุดหน้าอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยเงื่อนไขของความถูกต้องโปร่งใส การมีจริยธรรมที่ดีโดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียในกิจการเป็นหลัก

บรรษัท(มนตรี 2547 หน้า 27 -29) หมายถึง Cooperation อันแสดงถึงองค์กรขนาดใหญ่ ที่ทำธุรกิจเพื่อมุ่งหวังผลกำไร (Profit) มีเสถียรภาพ (Stability) มีการเจริญเติบโต (Growth) และเพื่อแผ่ต่อสังคม (Social Contribution) ซึ่งรวมถึงธุรกิจเอกชน รัฐวิสาหกิจ หรือบริษัทข้ามชาติ คือไม่ใช่องค์กรของรัฐและไม่ใช่องค์กรของ NGO แต่ประการใด

อภิบาล หมายถึง การปกครองที่เปี่ยมด้วยความเอื้ออาทร ฉันทิตา มารดา อาหารต่อบุตร เป็นการปกครองที่เต็มไปด้วยจิตวิญญาณของการเล็งเห็นคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ซึ่งแตกต่างจากการปกครองด้วยอำนาจหรือด้วยอาวุธร้าย หรือการปกครองโดยใช้ทักษะและศิลปะเพื่อผู้ปกครองได้ประโยชน์สูงสุด คือเอาผู้ปกครองเป็นตัวตั้ง

บรรษัทภิบาล (Coperate Governance) หมายถึง โครงสร้างที่แสดงถึงความสัมพันธ์และความรับผิดชอบร่วมกันระหว่างกลุ่มหลักขององค์กรซึ่งประกอบด้วย ผู้ถือหุ้น คณะกรรมการบริษัท และฝ่ายจัดการ เพื่อให้เกิดสมรรถนะการแข่งขันขององค์กร อันนำไปสู่เป้าหมายขององค์กรที่กำหนดไว้ซึ่งการบริหารและกำหนดทิศทางขององค์กรต้องคำนึงถึงผลกระทบที่มีต่อผู้มีผลประโยชน์ร่วม (Stakeolders) เช่น พนักงานลูกค้าและสังคมด้วย

บรรษัทภิบาลที่ดีประกอบด้วย 3 มิติ (สุภาพร พิศาลบุตร, 2544 อ้างถึงในมนตรี 28-29)

มิติที่ 1 โครงสร้างและกระบวนการ (Structure and Process) ของการนำและควบคุมองค์กรไปสู่เป้าหมาย เป็นส่วนที่เป็นรูปธรรมที่จับต้องได้ ซึ่งประกอบด้วยโครงสร้างองค์กร การกำหนดอำนาจหน้าที่หรือกฎบัตร คู่มือ คำสั่ง ระเบียบปฏิบัติ ระบบงานต่างๆ ดังนั้น โครงสร้างและกระบวนการต้องเอื้อในการนำและควบคุมองค์กรไปสู่วัตถุประสงค์ขององค์กรที่ตั้งไว้

มิติที่ 2 จริยธรรมและคุณธรรมของคนในองค์กร (Ethics & integrity of People) โดยให้ความสำคัญในระดับสูงที่ต้องมีการปฏิบัติให้เป็นเยี่ยงอย่างจนมีคำกล่าวที่ว่า “ส่งสัญญาณจากส่วนยอด” หรือ Tone at The Top แต่มิได้ละเลยในกลุ่มอื่น หากแต่ต้องเริ่มจากส่วนยอดและให้ปฏิบัติในแนวเดียวกันตลอดแนว

มิติที่ 3 ความสามารถและภูมิปัญญา (Competency and Wisdom) หมายถึง ความสามารถของคนในองค์กรที่มีขีดความสามารถในการนำเอาความรู้ (Knowledge) มาสร้างทักษะ (Skill) และเกิดความชำนาญที่เพียงพอ (Proficiency) และนำไปสู่ความสำเร็จ

นอกจากนี้ในการดำเนินธุรกิจในตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งอยู่ในฐานะที่เป็นประธานคณะกรรมการสร้างความรู้ความเข้าใจและการประชาสัมพันธ์การดำเนินการเกี่ยวกับบรรษัทภิบาลในประเทศไทย ตามข้อกำหนด การกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน ปี 2549 ได้ประกาศเผยแพร่แนวนั้น เป็นการนำข้อปฏิบัติจากหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี 15 ข้อ ที่ได้ประกาศใช้เมื่อเดือนมีนาคม 2545 มาปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมให้เทียบเคียงกับหลักการกำกับดูแลกิจการของ The Organisation for Economic Co-Operation and Development (OECD Principles of Corporate Governance ปี 2004) และข้อเสนอแนะของธนาคารโลกจากการเข้าร่วมโครงการ Corporate Governance – Reports on the Observance of standards and codes (CG-ROSC) โดยปรับให้มีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียนไทย มีอยู่ด้วยกัน 5 หมวด ได้แก่ สิทธิของผู้ถือหุ้น การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน บทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส และความรับผิดชอบต่อคณะกรรมการ

หมวดที่ 1 สิทธิของผู้ถือหุ้น – ผู้ถือหุ้นมีสิทธิในความเป็นเจ้าของโดยควบคุมบริษัทผ่านการแต่งตั้งคณะกรรมการให้ทำหน้าที่แทนตนและมีสิทธิในการตัดสินใจเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของบริษัท บริษัทจึงควรส่งเสริมให้ผู้ถือหุ้นได้ใช้สิทธิของตน

หมวดที่ 2 การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน – ผู้ถือหุ้นทุกราย ทั้งผู้ถือหุ้นที่เป็นผู้บริหารและผู้ถือหุ้นที่ไม่เป็นผู้บริหาร รวมทั้งผู้ถือหุ้นต่างชาติ ควรได้รับการปฏิบัติที่เท่าเทียมกันและเป็นธรรม ผู้ถือหุ้นส่วนน้อยที่ถูกละเมิดสิทธิควรมีโอกาสได้รับการชดเชย

หมวดที่ 3 บทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย – ผู้มีส่วนได้เสียควรได้รับการดูแลจากบริษัทตามสิทธิที่มีตามกฎหมาย ที่เกี่ยวข้อง คณะกรรมการควรพิจารณาให้มีกระบวนการส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างบริษัทกับผู้มีส่วนได้เสียในการสร้างความมั่นคงทางการเงินและความยั่งยืนของกิจการ

หมวดที่ 4 การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส – คณะกรรมการควรดูแลให้บริษัทเปิดเผยข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ทั้งข้อมูลทางการเงินและข้อมูลที่มีใช้ข้อมูลทางการเงินอย่างถูกต้อง ครบถ้วน ทันเวลา โปร่งใส ผ่านช่องทางที่เข้าถึงข้อมูลได้ง่าย มีความเท่าเทียมกันอย่างน่าเชื่อถือ

หมวดที่ 5 ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ – คณะกรรมการมีบทบาทสำคัญในการกำกับดูแลกิจการเพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัท คณะกรรมการมีความรับผิดชอบต่อผลการปฏิบัติหน้าที่ต่อผู้ถือหุ้น และเป็นอิสระจากฝ่ายจัดการ

หลักการกำกับดูแลทั้ง 5 หมวดนี้ หมวดที่ 1 และหมวดที่ 2 เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับผู้ถือหุ้น ขณะที่หมวดที่ 4 และหมวดที่ 5 เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับคณะกรรมการ ซึ่งทั้งผู้ถือหุ้นและคณะกรรมการถือเป็นผู้มีส่วนได้เสีย ในกิจการ มีเพียงหมวดที่ 3 ที่กล่าวถึงผู้มีส่วนได้เสียนอกกิจการ ซึ่งเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องหลักกับการดำเนินกิจการที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

แนวปฏิบัติตามหลักการหมวดที่ 3 นี้ ผู้มีส่วนได้เสียควรได้รับการดูแลจากบริษัทตามสิทธิที่มีตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และเมื่อพิจารณาที่จุดมุ่งหมายของหลักการดังกล่าวก็ยิ่งจำกัคว่าเป็นไปเพื่อสร้างความมั่นคง ความมั่นคงทางการเงินและความยั่งยืนของกิจการ ในขณะที่เจตนารมณ์ในการดำเนินกิจการที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น จะคำนึงถึงประโยชน์ของสังคมเป็นที่ตั้ง อีกทั้งการดูแลผู้มีส่วนได้เสียนอกกิจการอย่างมีสัมฤทธิภาพนั้น จะต้องเริ่มต้นจากจิตสำนึกที่ต้องการทำความเต็มใจมิใช่เพียงปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

ดังนั้นการดำเนินกิจกรรมโดยมีเป้าหมายที่ผู้ถือหุ้น ผู้บริหาร คณะกรรมการ หรือพนักงาน (คือผู้มีส่วนได้เสียในกิจการ) เป็นตัวตั้ง กิจการเหล่านี้ เป็นเรื่องของความรับผิดชอบต่อสังคมในองค์กร ซึ่งจัดอยู่ในหัวข้อการกำกับดูแลและกิจการภายในให้มีความโปร่งใส สามารถให้สังคมภายนอกตรวจสอบได้ ในขณะที่การดำเนินกิจกรรมโดยมีเป้าหมายที่ครอบครัวของพนักงาน ชุมชนท้องถิ่นที่ตั้งอยู่ (รวมถึงสิ่งแวดล้อม) ลูกค้า คู่ค้า คู่แข่งขัน และประชาชนทั่วไป เป็นตัวตั้ง (คือ ผู้มีส่วนได้เสียนอกกิจการ) กิจกรรมเหล่านี้เป็นเรื่องของความรับผิดชอบต่อสังคมนอกองค์กร ฉะนั้นกิจการใดที่มีการกำกับดูแลกิจการที่คืออยู่แล้ว ก็ถือว่าได้มีส่วนในการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ด้วยบรรษัทภิบาล จึงถือเป็นโครงสร้างและกระบวนการภายในกิจการ ที่ต้องจัดให้มีขึ้นสำหรับการกำหนดทิศทางและสอดส่องดูแลผลการปฏิบัติงานของกิจการ ทั้งนี้ เพื่อมิให้เกิดความ

เสียหายต่อกิจการ พร้อมกันกับความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่มและส่งเสริมการเติบโตของกิจการอย่างมั่นคง ขณะที่ความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ หรือ บรรษัทภิบาล ซึ่งมาจากคำว่า บรรษัท+บริ (แปลว่า ทั้งหมด ออกไป โดยรอบ)+บาล หมายถึง การดูแลรักษาไม่เฉพาะในส่วนที่เป็นกิจการ แต่ยังแผ่ขยายกว้างออกไปครอบคลุมในส่วนที่เป็นผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมดที่อยู่โดยรอบกิจการด้วยเงื่อนใยของความสำนึกรับผิดชอบต่อสังคมในฐานะพลเมืองบริษัท (Corporate Citizen) การมีคุณธรรม โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทั้งในและนอกกิจการอย่างเท่าเทียมกัน

บรรษัทภิบาล จึงเป็นกลไกการดำเนินงานในกิจกรรมที่เชื่อมโยงสู่กระบวนการภายนอกที่จัดให้มีขึ้นภายใต้จุดมุ่งหมายที่ต้องการสร้างประโยชน์แก่กิจการ โดยส่วนรวมบนพื้นฐานของการไม่เบียดเบียนกัน การสงเคราะห์ช่วยเหลือส่วนรวมตามกำลังและความสามารถของกิจการ อันนำไปสู่ความยั่งยืนของกิจการในระยะยาวหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการอันนำไปสู่ความยั่งยืนของกิจการในระยะยาวหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ ตามที่สำนักคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์(ก.ล.ต.) ได้ยกร่างขึ้นเพื่อเป็นแนวปฏิบัติให้แก่บริษัทจดทะเบียนและบริษัทกิจการทั่วไป โดยมีอยู่ด้วยกัน 8 หมวด ได้แก่ การกำกับดูแลกิจการที่ดี การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม การเผยแพร่ข่าวสารจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม และการจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

หมวดที่ 1 การกำกับดูแลกิจการที่ดี เป็นการจัดให้มีระบบบริหารจัดการอย่างรู้หน้าที่ มีความรับผิดชอบต่อสังคมในการจัดการอย่างเท่าเทียม เป็นธรรม มีประสิทธิภาพ โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ ซึ่งจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความมั่นใจต่อผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน ผู้มีส่วนได้เสีย และผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ซึ่งนำไปสู่ความเติบโต และเสถียรภาพทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนของธุรกิจ

หมวดที่ 2 การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรมย่อมก่อให้เกิดความเชื่อมั่นกับผู้เกี่ยวข้อง อันส่งผลดีต่อกิจการในระยะยาว ทั้งนี้ ธุรกิจควรถือปฏิบัติตามแนวทางเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในการดำเนินธุรกิจ โดยไม่เห็นแก่ผลประโยชน์ที่อาจได้มาจากการดำเนินงานที่ไม่ถูกต้องตามทำนองคลองธรรม

หมวดที่ 3 การพิทักษ์สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม-ทรัพยากรบุคคลเป็นปัจจัยสำคัญของธุรกิจในการสร้างมูลค่าเพิ่มและเพิ่มผลผลิต ดังนั้น ธุรกิจควรปรับปรุงสภาพแวดล้อมและเงื่อนใยในการทำงาน ให้พนักงานมีคุณภาพชีวิตที่ดี และได้มีโอกาสแสดงศักยภาพตลอดจนได้รับโอกาสในการฝึกฝนและเพิ่มพูนทักษะในการทำงาน

หมวดที่ 4 ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค สินค้า และ/หรือ บริการของธุรกิจไม่ควรก่อให้เกิดความเสี่ยงหรืออันตรายต่อผู้บริโภค ทั้งนี้ ธุรกิจควรปรับปรุงมาตรฐานของสินค้า และ/หรือบริการให้มีความเป็นสากลและให้ทุกคนสามารถเข้าถึงได้ รวมทั้งควรพัฒนาสินค้า และ/หรือบริการเพื่อเป็นประโยชน์ในการช่วยแก้ไขปัญหาของสังคมด้วย

หมวดที่ 5 การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม ชุมชนและสังคมที่เข้มแข็ง และมีการพัฒนาที่ยั่งยืน มีความสำคัญยิ่งในฐานะเป็นปัจจัยเอื้อต่อการดำเนินงานของธุรกิจ ดังนั้น ธุรกิจควรจัดกิจกรรมทางสังคม และ/หรือ มีส่วนร่วมในการส่งเสริมความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนและสังคมที่ได้รับผลกระทบจากกระบวนการผลิตสินค้า และ/หรือ บริการของธุรกิจโดยการแสดงตัวเป็นพลเมืองที่ดีของชุมชนนั้น พร้อมกับคิดค้นวิธีการที่จะลดและหยุดผลกระทบในทางลบต่อชุมชนและสังคมที่เกิดจากกระบวนการดำเนินงานของธุรกิจในที่สุด

หมวดที่ 6 การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม การเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรโลก บวกกับปัจจัยความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ นอกจากเป็นสาเหตุของการบริโภคทรัพยากรธรรมชาติ จำนวนมหาศาลจนเกินกว่าความจำเป็น ยังก่อให้เกิดมลภาวะทั้งทางน้ำ อากาศ ขยะ สารพิษ ฯลฯ ซึ่งส่งผลให้เกิดภาวะโลกร้อนตามมา โดยภาวะโลกร้อนดังกล่าวจะกระทบต่อมนุษย์และระบบนิเวศต่อไป ดังนั้น ธุรกิจจึงมีหน้าที่ ในการปรับปรุงคุณภาพชีวิตมนุษย์ด้วยการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อม โดยถือว่าการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมเป็นหน้าที่ร่วมกันของทุกคน

หมวดที่ 7 การเผยแพร่นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม ในการดำเนินธุรกิจสามารถนำแนวคิด CSR มาประยุกต์ผสมผสานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงให้เข้ากับการวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจได้อย่างกลมกลืน โดยการพัฒนาความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์การดำเนินงานด้าน CSR และนำมาปรับใช้ คิดค้นให้เกิดนวัตกรรมในธุรกิจที่สามารถสร้างประโยชน์สูงสุดทั้งต่อธุรกิจและสังคมไปพร้อมๆ กัน (innovative business)

หมวดที่ 8 การจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ธุรกิจควรให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลที่สะท้อนให้เห็นการปฏิบัติตามแนวทาง CSR ที่กล่าวมาอย่างครบถ้วน โดยข้อมูลที่เปิดเผยนั้นนอกจากจะเป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้เสีย (stakeholders) ทุกฝ่ายแล้ว ยังช่วยในการสอบทานให้ธุรกิจทราบได้ว่า ได้ดำเนินการในเรื่อง CSR ตรงกับเป้าหมายที่วางไว้

4. ลักษณะนโยบายและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ธุรกิจต่างๆ

4.1 SCG Group กลุ่มบริษัทในเครือซีเมนต์ไทยจากรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน 2552 (http://www.siamcement.com/th/05sustainability_development/ สืบค้นวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2554) ซึ่งมีการกำหนดในหมวดของการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมโดยแบ่งความรับผิดชอบต่อสังคมดังนี้

1. การจัดการด้านสุขภาพและความปลอดภัย โดยมีวัตถุประสงค์ในการตระหนักถึงการปราศจากการบาดเจ็บและการเจ็บป่วยของพนักงาน โดยระบบการจัดการอาชีวอนามัยและสุขอนามัย ซึ่งประกอบด้วยโครงการต่างๆ เช่น SCG Safety Framework, การให้การรับรองความปลอดภัยของผู้ธุรกิจ (SCG Contractor Safety Certification System, SCS) พัฒนาระบบการจัดการความปลอดภัยของผู้ธุรกิจ, โครงการ “วัฒนธรรมใหม่ด้านความปลอดภัย” (New Safety, New Culture), โครงการวัดการรับรู้ของพนักงานด้านความปลอดภัย (Safety Perception Survey), โครงการประเมินผลกระทบทางสุขภาพของประชาชน (Health Impact Assessment, HIA), การป้องกันและมาตรการรองรับเมื่อมีการหกั่วไหลของสารเคมีและผลิตภัณฑ์, โครงการความปลอดภัยของผู้ธุรกิจ, ความปลอดภัยในงานขนส่ง

2. การสร้างความผูกพันต่อพนักงาน ในการสร้างความผูกพันของพนักงาน ที่เอสซีจีดำเนินการให้กับพนักงาน ผลจากการสำรวจในปี 2551 ได้ถูกนำมาพัฒนาเป็นโครงการต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างความผูกพันกับพนักงาน โดยมีรายละเอียดดังนี้ โครงการผู้บริหารระดับสูงพบพนักงานทุกระดับ, โครงการพัฒนาระบบการบริหารผลการปฏิบัติงาน (Performance Management System), โครงการดูแลสุขภาพของพนักงานแบบองค์รวม (SCG Holistic Health Program)

3. สิทธิมนุษยชน มีนโยบายในการดูแลพนักงานในเรื่องต่าง ๆ ให้เหมาะสมและเป็นธรรม ตามระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงาน เอสซีจีจึงมีระบบการดูแลพนักงานโดยใช้ระบบคณะกรรมการบุคคลในทุกระดับ เมื่อมีข้อร้องทุกข์เกิดขึ้นเอสซีจีจะหาทางยุติโดยเร็วเอสซีจีกำหนดแนวปฏิบัติในการจัดจ้างแรงงานทั้งพนักงานและผู้ธุรกิจด้วยความเคารพในสิทธิมนุษยชน โดยยึดถือข้อกำหนดตามกฎหมายแรงงานเป็นหลัก ทั้งในเรื่องการจ้างแรงงานเด็ก หรือการบังคับใช้แรงงาน ในกรณีการจ้างแรงงานท้องถิ่นในประเทศที่ไม่มีกฎหมายว่าด้วยการจ้างแรงงานเด็กหรือการบังคับใช้แรงงาน ให้ยึดถือปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานของประเทศไทยเพื่อให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน และที่ผ่านมายังไม่เคยพบข้อร้องเรียนกรณีจ้างแรงงานเด็ก หรือการบังคับใช้แรงงาน ทั้งนี้

เอสซีจีได้พิจารณาถึงเรื่องสิทธิมนุษยชนในทุกธุรกิจและทุกประเทศที่เขาไปลงทุน รวมถึงการว่าจ้างธุรกิจ

4. ความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์และบริการเอสซีจีตระหนักดีว่าการผลิตสินค้าที่ปลอดภัยเป็นหน้าที่ความรับผิดชอบที่ผู้ประกอบการ เพื่อพัฒนาระบบการประกันคุณภาพ (Quality Assurance) ของเอสซีจีให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และสอดคล้องกับ PL Law อาทิ ศึกษาแนวทางการจัดการด้าน Product Liability จากบริษัทชั้นนำที่เอสซีจีร่วมทุน หรือเป็นคู่ค้า, ให้ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับ Product Liability และการประกันคุณภาพแก่พนักงานในบริษัทต่าง ๆ ตลอดจนลูกค้าของเอสซีจี, จัดตั้งหน่วยงานประกันคุณภาพระดับกลุ่มธุรกิจเพื่อเป็นผู้ประสานงานและผลักดันให้เกิดการพัฒนา, ระบบประกันคุณภาพอย่างเป็นระบบ มีประสิทธิภาพและเกิดความต่อเนื่องในระดับบริษัท, จัดทำแนวปฏิบัติ ข้อกำหนดด้านความปลอดภัยของสินค้า และเกณฑ์การประเมินความสอดคล้อง, ดำเนินการตรวจประเมินระบบการปฏิบัติงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อปรับปรุงทั้งมาตรการเชิงป้องกัน(Product Liability Prevention) ซึ่งเป็นมาตรการที่ทำให้สินค้ามีความปลอดภัยตั้งแต่ต้นทาง ด้วยการออกแบบสินค้าที่ปลอดภัย และมาตรการเชิงรับ (Product Liability Defense) ซึ่งเป็นมาตรการเพื่อลดผลกระทบในกรณีที่มีข้อร้องเรียน

5. การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย เอสซีจี เปเปอร์ เป็นธุรกิจนำร่องในการจัดสานเสวนาผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Dialogue) สานเสวนาด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานสากล เรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO 26000: Social Responsibility) และแนวความคิดด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนอันประกอบด้วย 4 หัวข้อหลัก คือ

- การปฏิบัติด้านแรงงาน
- สิทธิมนุษยชน
- การมีส่วนร่วมและการพัฒนา
- สิ่งแวดล้อม

โดยสรุปแล้วผู้มีส่วนได้เสียจะพอใจกับนโยบายและการดำเนินงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมของเอสซีจี แต่ก็มีประเด็นและข้อเสนอแนะต่าง ๆ การพัฒนาอย่างยั่งยืนเพื่อมุ่งให้เกิดความสมดุลทั้ง 3 ด้าน คือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

6. การพัฒนาชุมชนและสังคมอย่างยั่งยืน โดยมีโครงการที่สำคัญ อาทิ ด้านการพัฒนาศักยภาพเยาวชนเอสซีจีให้การสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของเยาวชนทั้งด้านการศึกษา วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี กีฬา และศิลปะตลอดมา อาทิ โครงการสนับสนุนมูลนิธิและองค์กรสาธารณกุศล, SCG Sharing the Dream เพื่อปลูกฝังความรู้และพัฒนาการศึกษาของเยาวชนในอาเซียน โดยมอบทุนการศึกษาให้กับนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาที่มีผลการเรียนดี มีความกตัญญูต่อ

บิดามารดา และมีความกระตือรือร้นที่จะศึกษาต่อ แต่ขาดแคลนทุนทรัพย์, โครงการบูรณะ โรงเรียนคนพิการ Disable Children's Training School ในประเทศเวียดนาม, โครงการฝึกงานภาคฤดูร้อน “SCG Excellent Internship Program” เปิดโอกาสให้นิสิตนักศึกษาฝึกจริง คิดจริง ทำจริง พร้อมปลูกฝังเรื่องหลักบรรษัทภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคม, Thailand Rescue Robot Championship เอสซีจีจัดการแข่งขันหุ่นยนต์กู้ภัยขึ้นเป็นครั้งแรกในไทย SCG Badminton Academy เพื่อส่งเสริมและพัฒนาทักษะความสามารถนักแบดมินตันเยาวชนไทย, โครงการต้นแบบการผลิตช่างเทคนิค (SCG Model School) เพื่อพัฒนาศักยภาพของบุคลากรสายเทคนิคที่ต้นน้ำ ภายวิทยาศาสตร์ “SCG Sci-Camp” ส่งเสริมให้เยาวชนสนใจการศึกษาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, โครงการจุกุประกายปัญญาปี 5 “Young Writer Camp” ร่วมกับเครือข่าย จัดค่ายนักเขียนรุ่นเยาว์อย่าง, โครงการต่อยอดนวัตกรรม โดยคัดเลือกนักเรียน นิสิตนักศึกษา และประชาชนทั่วไปที่ส่งผลงานไอเดียนวัตกรรมเข้าประกวด

7. ด้านสิ่งแวดล้อม ใจอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างจริงจังตามแนวทาง 3R (Reduce, Reuse/Recycle, Replenish) รวมทั้งออกแบบและปรับปรุงเครื่องจักร เทคโนโลยี กระบวนการผลิต ตลอดจนสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแล้ว เพื่อสร้างให้เกิดความสมดุลของระบบนิเวศอย่างยั่งยืนผ่านโครงการสำคัญ อาทิ, โครงการ “เอสซีจี รั้งน้ำเพื่ออนาคต” อาทิ การสร้างฝายชะลอน้ำในบริเวณรอบโรงงานปูนซิเมนต์ไทย (ลำปาง) ป่าอนุรักษ์แม่ทรายคำ และ สร้างฝายชะลอน้ำในชุมชนของด้านสาธารณประโยชน์ อาทิ โครงการ “เอสซีจี - 7 สีช่วยชาวบ้าน”, โครงการสานใจไทยสู่ใจใต้ กิจกรรมสร้างสรรค์ประโยชน์ให้เยาวชนใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้, ร่วมด้วยช่วยกันจัดโครงการมอบผ้าห่มและเสื้อกันหนาวให้กับชาวเขา และเจ้าหน้าที่ทหาร-ตำรวจพื้นที่ นอกจากนี้เอสซีจี ซิเมนต์ได้สนับสนุนปูนซิเมนต์แก่ชมรมอาสาพัฒนาของสถาบันการศึกษาทั่วประเทศ รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐ และองค์กรสาธารณกุศล เพื่อนำไปก่อสร้างสาธารณประโยชน์ อาทิ อาคารเรียน ห้องสมุด ห้องน้ำ ศาลาอ่านหนังสือ และลานอเนกประสงค์ ให้กับโรงเรียน วัด และชุมชนในท้องถิ่น

มูลนิธิซิเมนต์ไทย (SCG Foundation) ขณะเดียวกันการผลักดันให้พนักงานเอสซีจีเข้ามามีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมเพื่อสังคมกับมูลนิธิฯ และ “การส่งเสริมพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็งอย่างยั่งยืน” ก็ถือเป็นภารกิจอีกเรื่องหนึ่งที่มูลนิธิซิเมนต์ไทยให้ความสำคัญและดำเนินการควบคู่กันไปด้วย กิจกรรมของมูลนิธิแบ่งเป็น 5 ด้าน ดังนี้

1. การพัฒนาเด็กปฐมวัยด้วยหนังสือ
2. การส่งเสริมและสนับสนุนด้านการศึกษา
3. การส่งเสริมความสามารถเฉพาะด้านของเยาวชน

4. การสร้างจิตสำนึกรับผิดชอบแก่เด็กและเยาวชน

5. ความช่วยเหลือกรณีเร่งด่วนต่าง ๆ และการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน

โดยจากการดำเนินงานทั้ง 6 ด้านดังกล่าว SCG Group ได้สำรวจในด้านภาพลักษณ์องค์กรต่อผู้มีส่วนได้เสียในทุกกลุ่มซึ่งอยู่ในระดับที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

4.2 CP Group เครือเจริญโภคภัณฑ์ (<http://www.wearecp.com/> สืบค้น ณ วันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2554) ธุรกิจเครือ CP ประกอบด้วยกลุ่มธุรกิจที่มีความหลากหลาย จึงสามารถแบ่งความรับผิดชอบต่อสังคมในแต่ละกลุ่มดังนี้

กลุ่มธุรกิจการตลาดและการจัดจำหน่ายหรือเซเว่นอีเลฟเว่น

(<http://www.cpallnews.com> สืบค้นวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2554) ได้จัดตั้งโรงเรียนปัญญาภิวัฒน์เทคโนโลยีธุรกิจและสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้สนใจสามารถเข้าศึกษาฟรีและสามารถฝึกประสบการณ์ในการดำเนินงาน

โครงการ ทรูปลูกปัญญา โดยเน้นการปลูกความดี ปลูกความรู้ และปลูกใจรักสิ่งแวดล้อม โดยมีความมุ่งมั่นให้เด็กและเยาวชน และคนไทยทั่วประเทศได้มีโอกาสในการเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสาร สารความรู้ใหม่ๆ เปิดโลกทัศน์ทางความคิด สร้างแรงบันดาลใจให้เกิดการเรียนรู้อย่างยั่งยืน อันนำสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาในที่สุด โดยการนำศักยภาพทางเทคโนโลยีการสื่อสารอย่างครบวงจรของบริษัทในกลุ่มทรูไปมอบให้กับโรงเรียนที่ขาดแคลนทั่วประเทศ

กลุ่ม ซีพีเอฟ ยึดมั่นเสมอในการยกระดับคุณภาพสังคม และส่งเสริมพัฒนาเศรษฐกิจของชาติอย่างยั่งยืน... บนความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของพนักงาน ครอบครัว ชุมชน และสังคมวงกว้าง โดยสร้างสรรค์กิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อประเทศชาติและสังคมอย่างต่อเนื่องยาวนาน กิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของซีพีเอฟนั้น เป็นการสนับสนุนกิจกรรมที่อุทิศ และทำประโยชน์กับชุมชนและองค์กรเพื่อสาธารณประโยชน์โดยไม่หวังผลตอบแทน การสร้างงานสร้างอาชีพ ด้วยการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่บริษัทมีความเชี่ยวชาญสู่เกษตรกร การสร้างเสริม สุขภาพของเด็ก เยาวชน และผู้บริโภค การบริหารความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสิ่งแวดล้อม การให้ความช่วยเหลือเฉพาะหน้าเพื่อบรรเทาความเสียหายทั้งทางร่างกายและจิตใจ ตลอดจนการฟื้นฟูเยียวยา ประชาชนจากสถานการณ์ภัยพิบัติ และภาวะวิกฤติต่างๆ การร่วมมือกับหน่วยงานอื่นๆ เพื่อยกระดับมาตรฐาน เทคโนโลยีและวิทยาศาสตร์ และกีฬา และเป็นบริษัทที่มีมาตรฐานบรรษัทภิบาล ประกอบด้วย

ด้านการถ่ายทอดเทคโนโลยี

การสร้างงานสร้างอาชีพแก่เกษตรกรรายย่อย ให้ความสำคัญอย่างยิ่งยวดกับการวิจัยและพัฒนา เพื่อให้ได้เทคโนโลยีการเลี้ยงสัตว์ที่มี มุ่งมั่นที่จะถ่ายทอดเทคโนโลยีระดับโลกนี้ไปสู่เกษตรกร

โครงการ Contract Farming เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตเกษตรกรไทย ด้วยแนวคิดของท่านประธาน ธนินท์ เจียรวนนท์ ในเรื่องการส่งเสริมอาชีพและเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกร เครือเจริญโภคภัณฑ์ จึงเริ่มต้นโครงการสร้างอาชีพขึ้นในปี 2518 โดยนำระบบงานส่งเสริมอาชีพและรายได้ ให้กับเกษตรกร ที่เรียกว่า Contract Farming โดยโครงการส่งเสริมการเลี้ยงไก่กระถาง

ด้านการสร้างงานสร้างอาชีพในรูปแบบกลุ่มเกษตรกรโครงการหมู่บ้านเกษตรกรหมอนงั่ว เป็นโครงการที่จัดตั้งขึ้นมา เพื่อช่วยเหลือเกษตรกรที่มีฐานะยากจน ไม่มีที่ทำกินเป็นของตนเอง ให้มีโอกาสได้ประกอบอาชีพการเลี้ยงสัตว์ ควบคู่ไปกับการเพาะปลูก การดำเนินงานของโครงการ จัดเป็นระบบเบ็ดเสร็จครบวงจร เพื่อให้การพัฒนาอาชีพ ของเกษตรกร เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมาก

การผลิตก๊าซชีวภาพจากมูลสัตว์ เพื่อเป็นพลังงานทดแทนและปรับปรุง
สิ่งแวดล้อม
วัตถุประสงค์

1. เพื่อส่งเสริมให้เกษตรกรนำมูลสุกรมาผลิตก๊าซชีวภาพให้เป็นพลังงานทดแทนจากเชื้อเพลิง
2. เพื่อควบคุมมลพิษจากของเสียที่เกิดจากการเลี้ยงสุกรซึ่งเป็นการปรับปรุงสิ่งแวดล้อม
3. เพื่อส่งเสริมให้เกษตรกรนำกากที่ได้จากการหมักของบ่อก๊าซชีวภาพมาใช้เป็นปุ๋ยบำรุงดิน

โครงการหมู่บ้านเกษตรกรกรมกำแพงเพชร โครงการหมู่บ้านเกษตรกรกรม เพื่อช่วยเหลือ เกษตรกรให้มีที่ดินทำกินเป็นของตนเอง และมีโอกาสประกอบอาชีพการเลี้ยงสัตว์ควบคู่กับการปลูกพืช ตลอดจน การนำระบบการจัดการที่ครบวงจรมาใช้ในการดำเนินโครงการ

โครงการเกษตรผสมผสาน 7 อาชีพ 7 รายได้ ตามแนวพระราชดำริ โครงการเพื่อแก้ปัญหาต่างๆ และส่งเสริมการอยู่ดีกินดีของราษฎรตามแนวพระราชดำริเกี่ยวกับการพัฒนาชนบทที่สำคัญคือ ทรงมุ่งช่วยเหลือพัฒนาให้ชนบทพึ่งตนเองได้ และมีสภาพ ชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น โดยมีแนวทางดำเนินการ คือทำให้เกษตรกรสามารถพึ่งตนเองได้ โดยเฉพาะด้านอาหาร เช่น ข้าว พืชผัก

ผลไม้ เป็นต้น และเน้นมิให้เกษตรกรพึ่งพากับพืชเกษตรแต่เพียงอย่างเดียว เกษตรกรควรมีรายได้เพิ่มขึ้นนอกเหนือไปจากภาคเกษตร เช่น อุตสาหกรรมในครัวเรือน เป็นต้น

โครงการพัฒนาพื้นที่ ต.ปากกรอ จ.สงขลา มุ่งเน้นการส่งเสริมอาชีพและพัฒนาคุณภาพชีวิต ตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงในพื้นที่ ต.ปากกรอ จำนวน 6 หมู่บ้าน และตำบลใกล้เคียง คือ ต.ป่าขาด และต.รำแดง ตลอดจนการสืบสานฟื้นฟูประเพณี วัฒนธรรม ทำให้เกิดกระบวนการเรียนรู้และกระบวนการมีส่วนร่วมทั้งได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานในพื้นที่ ทั้งภาคเอกชนและภาครัฐ ตลอดจนผู้นำชุมชนและองค์กรท้องถิ่น ส่งผลให้ชุมชนสามารถพึ่งตนเองได้ ในระดับที่น่าพอใจ การจัดตั้งกลุ่มอาชีพผู้เลี้ยงปลาทาบติมและพัฒนาไปสู่ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และสู่การเป็นวิสาหกิจชุมชน การส่งเสริมอาชีพ

- การพัฒนาระบบการผลิตข้าวครบวงจร
- การปลูกผักปลอดภัยจากสารพิษ
- การปลูกมะพร้าวน้ำหอม
- การเลี้ยงปลาทาบติมในกระชัง
- การอนุบาลปลาทาบติม
- การเลี้ยงไก่เนื้อพันธุ์พื้นเมือง
- โครงการห้วยของคตอันเนื่องมาจากพระราชดำริ

ซีพีเป็นผู้นำในการพัฒนาเทคโนโลยีการเลี้ยงสัตว์ และการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ บริษัทมีฟาร์มเพาะพันธุ์ เลี้ยงสัตว์ และเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำกระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาค และมีการบริหารความปลอดภัยชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ มีการควบคุมดูแลเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม ทั้งด้านน้ำ อากาศ กลิ่น และขยะ ตลอดจนการมุ่งพัฒนาพลังงานทดแทน เพื่อเป็นเชื้อเพลิงในการผลิตกระแสไฟฟ้า รวมไปถึงการช่วยเหลือฟื้นฟูสภาพแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติ ในบริเวณที่กิจการของบริษัทตั้งอยู่ เพื่ออนุรักษ์ สิ่งแวดล้อมให้ยั่งยืน อาทิ:

โครงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

- โครงการสนับสนุนกิจกรรมปลูกป่าชายเลน
- โครงการสัตว์น้ำหน้าบ้าน
- โครงการศึกษาและทดลองการทำฟาร์มเลี้ยงกุ้งที่เป็นมิตรต่อนาข้าวอันเนื่องมาจากพระราชดำริ
- โครงการขยะแห้งแลกไข่ไก่สด ซี.พี.

โครงการอนุรักษ์พลังงาน

- โครงการโรงผลิตน้ำมันไบโอดีเซลจากน้ำมันพืชใช้แล้ว (Bio Diesel)

- โครงการเปลี่ยนหม้อไอน้ำจากเชื้อเพลิงน้ำมันเตาเป็นเชื้อเพลิงแข็ง (กะลาปาล์ม)
- โครงการผลิตแก๊สชีวภาพ (Bio Gas)
- โครงการพัฒนาโรงไฟฟ้าระบบพลังงานความร้อนร่วม (Co-Generation)
- โครงการประหยัดพลังงาน

โครงการเกษตรเพื่ออาหารกลางวันนักเรียน การส่งเสริมพัฒนาการทั้งทางร่างกาย จิตใจ และสมองของเยาวชนไทย โดยการช่วยเหลือแก้ปัญหา ทุพ โภชนาการอย่างยั่งยืน จึงเกิดขึ้น ซีพีเอฟ เข้าไปส่งเสริมและให้ความรู้แก่เด็กนักเรียนระดับประถมศึกษา ในโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนที่ห่างไกลกว่า 40,000 คน โดยมุ่งหวังที่จะให้เด็กไทยได้บริโภคโปรตีนอย่างพอเพียง มีภาวะ โภชนาการที่ดี รวมถึงมีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการเลี้ยงไก่ไข่ ตลอดจนการบริหารจัดการ ซึ่งเด็กไทย เหล่านั้นสามารถนำคิดตัวไปใช้ประกอบอาชีพในวันข้างหน้าได้อีกด้วย

โครงการเปิดโลกความรู้ สู่อาหารปลอดภัย ภายใต้มาตรฐานการผลิตระดับโลก โครงการนี้เป็นการเปิดโอกาสให้นักเรียน นักศึกษา และเด็กไทยทั่วประเทศ ได้เข้าไปทัศนศึกษา และ เยี่ยมชม โรงงานแปรรูปเนื้อไก่ที่ใหญ่และทันสมัยที่สุดในเอเชียของซีพีเอฟ จ.นครราชสีมา และจ.สระบุรี นับเป็นการเปิดโลกทัศน์และเติมอาหารสมองแก่เยาวชนของไทย ทำให้ได้เห็นกระบวนการผลิตเนื้อไก่ ตั้งแต่ต้นทางคือโรงงานอาหารสัตว์ กระบวนการเลี้ยง การป้องกันโรค การชำแหละและแปรรูปเนื้อไก่จนมาเป็นอาหารจานไก่หลากหลายเมนู

โครงการสนับสนุนทุนวิจัยใช้หวัดนก ซีพีเอฟ ตระหนักดีถึงสุขภาพอนามัยของมวลมนุษยชาติ จึงเร่งให้การสนับสนุนทุนวิจัยใช้หวัดนก โดยร่วมมือกับจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ดำเนินการวิจัยไวรัสใช้หวัดนกที่เกิดในคน เพื่อค้นหาวัคซีนป้องกัน ซึ่งจะยังประโยชน์มหาศาลแก่ผู้คนทั้งในประเทศไทยและในสังคมโลก ขณะเดียวกัน ซีพีเอฟ ยังให้การ สนับสนุนงานวิจัยไวรัสใช้หวัดนกในสัตว์ให้แก่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เพื่อดำเนินการค้นหาวิธีป้องกันไวรัสสายในอุตสาหกรรมการเลี้ยงสัตว์

ด้านสาธารณสุขประโยชน์ สนับสนุนกิจกรรมอันเป็นประโยชน์ต่อสาธารณสุข และ ชำรงไว้ซึ่งสถาบัน พระมหากษัตริย์ รวมทั้งในภาวะที่เกิดภัยพิบัติในทุกๆ ครั้งๆ ซีพีเอฟยังได้เข้าไปช่วยเหลือเป็นการเร่งด่วน เพื่อลดผลกระทบต่อน้องประชาชนผู้ประสบภัยให้ได้มากที่สุด นอกจากนี้ ซีพีเอฟยังมีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ อาหารในราคาพิเศษ เพื่อลดทอนผลกระทบของผู้บริโภคอันเนื่องมาจากภาวะทางเศรษฐกิจ

การให้ความช่วยเหลือผู้ประสบภัยยามเกิดภัยพิบัติ ในยามที่คนไทยต้องประสบภัยพิบัติ เช่น สึนามิ อุทกภัย หรือภัยธรรมชาติร้ายแรงอื่นๆ ซีพีเอฟในฐานะผู้ผลิต อาหารของโลก ได้

นำอาหารเข้าใช้ช่วยเหลือผู้ประสบภัยด้วยความเต็มใจและด้วยความรวดเร็ว ด้วยความพร้อมด้านสำนักงานสาขาที่มีอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ

การสนับสนุนกิจกรรมค่ายอาสาพัฒนาชนบทนิสิต นักศึกษา ซีพีเอฟให้การสนับสนุนการออกค่ายอาสาพัฒนาชนบทของนิสิตนักศึกษาจากหลายสถาบัน อาทิ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ฯลฯ และยังให้ การสนับสนุนผลิตภัณฑ์อาหารในวันเด็กแห่งชาติ แก่สถาบันหรือชุมชนต่างๆ โดยให้การสนับสนุนเป็นอย่างดี มาตลอด ตั้งแต่ปี 2544 จนถึงปัจจุบัน

ร่วมคาราวานธงฟ้าลดค่าครองชีพประชาชน จากภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันซึ่งส่งผลกระทบต่อประชาชนส่วนใหญ่ ทำให้ค่าครองชีพประชาชนสูงขึ้น อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ นับเป็นสิ่งที่ทำให้ประชาชนคนไทยต้องเดือดร้อน ซีพีเอฟในฐานะผู้ผลิตอาหาร จึงเข้าร่วมกับคาราวานธงฟ้าของกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ เดินสายไปตามสถานที่ต่างๆ ทั่วประเทศ เพื่อนำสินค้าอาหารคุณภาพมาตรฐานส่งออก ไปจำหน่ายให้กับผู้บริโภคในราคาพิเศษ ซึ่งสามารถช่วยบรรเทาความเดือดร้อนให้แก่ประชาชนได้เป็นอย่างมาก

ด้านกีฬา ซีพีเอฟ ร่วมสนับสนุนกิจกรรมทางกีฬาในรูปแบบต่างๆ ด้วยเชื่อว่าการพัฒนาการทางกีฬา จะเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยสร้างเสริมอัตลักษณ์ ความภาคภูมิใจ ความรู้รักสามัคคี และความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวของคนในชาติ ได้แก่

- การสนับสนุนการแข่งขันมวยซีพีเอฟ ต้องการส่งเสริมให้เยาวชนใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ ควบคู่กับการเพิ่มพูนสุขภาพร่างกาย ให้แข็งแรง จึงให้การสนับสนุนการแข่งขันมวยไทยภายใต้ชื่อ “มวยไทยไถ่อย่างห้าดาวรอบมาราธอนเงินล้าน” เพื่อเป็นการช่วยรักษาศิลปะแม่ไม้มวยไทยให้คงอยู่สืบไป

- การสนับสนุนทีมฟุตบอลซีพีเอฟ ให้การสนับสนุนกีฬาฟุตบอล ของราชนาวีสโมสร กองทัพเรือ ทั้งในรูปแบบของผลิตภัณฑ์อาหาร และเงินทุนอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมพัฒนาการของนักฟุตบอลไทย

กิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ ซีพีเอฟ มีโรงงานกระจายอยู่ตามภูมิภาคต่างๆทั่วประเทศ ซึ่งทุกๆ โรงงานจะดำเนินการตามมาตรฐานที่ดี ไม่ปล่อยน้ำเสีย ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ไม่สร้างความเดือดร้อนให้ชุมชนใกล้เคียงแล้ว โรงงานทุกแห่งจะปฏิบัติตนเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน โดยจะเข้าร่วมกิจกรรมมากมายที่แต่ละชุมชนสร้างสรรค์ขึ้น เช่น การทอดกฐิน-ผ้าป่า การบริจาคอุปกรณ์การเรียนและกีฬา การมอบผลิตภัณฑ์อาหาร เป็นต้น

4.3 บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) (<http://www.pptplc.com/> สืบค้นวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2554) ภายใต้สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ปตท. ได้ให้ความสำคัญต่อ SSHE และกำหนดนโยบาย มาตรการดำเนินการ เป็นพื้นฐานการดำเนินงาน ครอบคลุมทุกพื้นที่ใน บริษัท ด้วยทิศทางและเป้าหมายที่ชัดเจนและเป็นระบบ ส่งผลต่อความสำเร็จที่ต่อเนื่องของ ปตท. และเป็นแรงผลักดันให้ ปตท. มุ่งขยายการดำเนินงานต่อไป โดยมีโครงการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมดังนี้

โรงเรียนในฝัน “โครงการ โรงเรียนในฝัน” เป็นอีกหนึ่งภารกิจสำคัญ ที่ ปตท. ร่วมสนับสนุน มาตั้งแต่ต้นปี 2547 โดยดำเนินงานให้แก่โรงเรียนในฝัน (Lab School) มุ่งเน้นความสำคัญ ในการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อร่วมกันหาเป้าหมายของโรงเรียนในฝัน แต่ละแห่งร่วมกัน ผลของการผนึกกำลังของทุกคนที่เกี่ยวข้อง ทำให้มีโรงเรียนในฝันของ ปตท. ทั้ง 3 แห่งได้รับการรับรองให้เป็น “โรงเรียนต้นแบบโรงเรียนในฝันของประเทศ” โรงเรียนในฝันของ ปตท. ขึ้นอยู่กับการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายการกำหนดกลยุทธ์และแผนการดำเนินงาน โครงการ ดังกล่าว จึงเริ่มต้น ที่การจัดทำเวทีประชาคม เพื่อสำรวจและระดมความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องใน พื้นที่ทุกฝ่าย ทั้งนี้เพื่อสรุปข้อมูลแนวทาง และ ความคาดหวังของชุมชน ต่อการพัฒนาโรงเรียน

โรงเรียนปอไร่วิทยาคม ตั้งเป้าหมายไว้ว่าการมุ่งเน้น เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ โดย พัฒนาแหล่งเรียนรู้ ในโรงเรียนทุกรูปแบบ อาทิ ห้องสมุด ห้องคอมพิวเตอร์ ศูนย์วิทยากร

โรงเรียนเสด็จวนชยางค์กุลวิทยา มุ่งเน้นเป็นศูนย์การเรียนรู้ เทคโนโลยี สารสนเทศของจังหวัดลำปางและต้องการสร้างเสริมสภาพแวดล้อมให้ดียิ่งขึ้น

โรงเรียนชุมชนบ้านบางโหนด มุ่งเพิ่มศักยภาพ ของห้องเรียนให้เป็นห้องเรียน e-learning และต้องการสร้างอาคารเรียนเพิ่ม

มอบทุนการศึกษา

นับตั้งแต่ปี พ.ศ.2539 ปตท. ได้สนับสนุนทุนการศึกษา อุปกรณ์การเรียนการสอน และอุปกรณ์กีฬา ให้กับโรงเรียนในเขตพื้นที่รอบหน่วยงานคลัง และแนวท่อส่งก๊าซธรรมชาติทั่วประเทศอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะได้มอบทุนการศึกษาให้กับนักเรียนยากจนและมีความประพฤติดี ในระดับประถมศึกษา ,มัธยมศึกษาตอนต้น และ ตอนปลาย สำหรับระดับอุดมศึกษานั้น ปตท. ได้มอบทุนต่อเนื่องจนจบปริญญาตรี นอกจากนั้น ปตท. ยังสนับสนุนจัดการแข่งขัน Money Management Award (MM Award) เป็นปีที่ 2 เพื่อเพิ่มพูนความรู้และแนวคิดด้านการบริหารการเงิน และการลงทุนให้แก่เยาวชนคนรุ่นใหม่ และสนับสนุนการแข่งขันเกมธุรกิจ “Thammasat undergraduate Business Challenge” เพื่อเป็นการพัฒนาศักยภาพของเยาวชนไทย และส่งเสริมให้

นักศึกษาจากสถาบันการศึกษาชั้นนำของประเทศและต่างประเทศกว่า 15 สถาบันสร้างนวัตกรรมด้านการบริหารจัดการองค์กร

อาคารเรียนและห้องสมุด

การจัดสร้างอาคารเรียน “บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)” เป็นอีกหนึ่งโครงการที่ ปตท. ได้สนับสนุนการก่อสร้างขึ้น เพื่อมอบให้แก่โรงเรียนต่างๆ ที่ขาดแคลนในเขตภูมิภาคอย่างต่อเนื่อง นับตั้งแต่ปี 2536 เป็นต้นมา โดยจัดสร้างเป็นอาคารเรียนขนาดสองชั้น เอื้อประโยชน์ในการเป็นสถานที่ศึกษาอบรม ปลุกฝังวิชาความรู้ให้แก่เยาวชน ตลอดจนเป็นศูนย์กลางในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของชุมชนใกล้เคียงในปี 2540 ปตท. ได้ขยายโครงการ ด้วยการจัดสร้างห้องสมุด “พลังไทย เพื่อไทย” พร้อมทั้ง มอบอุปกรณ์การศึกษาและหนังสือเรียน สำหรับเยาวชนจะได้ใช้ค้นคว้าความรู้ เพื่อเปิดโลกทัศน์ให้กว้างขวางยิ่งขึ้น

5. 5. ผู้เยาวชน เสริมสร้างคุณภาพชีวิตผู้เยาวชน (5 ส.โรงเรียน)

เพื่อเสริมสร้างวินัยให้แก่เยาวชน ซึ่งเป็นรากฐานการพัฒนาประเทศในอนาคต ปตท. ได้นำหลักการ 5 ส ซึ่งเป็นพื้นฐานของกิจกรรมด้านคุณภาพและสิ่งแวดล้อม ที่ ปตท. ปฏิบัติอยู่ เข้าเผยแพร่ให้ความรู้และประยุกต์ใช้ให้เกิดผลแก่เยาวชน อาทิ จัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับระบบการบริหารงานด้วย 5ส และชี้แจงหลักเกณฑ์กติกาการดำเนินโครงการฯ จัดงานวัน Big Cleaning Day ให้ทุกโรงเรียน พร้อมมอบอุปกรณ์ทำความสะอาด/ ถังขยะ ให้แก่โรงเรียน ตรวจสอบการดำเนินกิจกรรม 5ส ของโรงเรียน จัดการสัมมนาคณะครูประจำปี โดยพาตัวแทนคณะครูของโรงเรียน เข็มชมบริษัท และโรงเรียนที่ได้ดำเนินกิจกรรม 5สออกจากรั้ว ปตท. ยังได้เสริมโครงการที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม อาทิ โครงการปลูกผักปลอดสารพิษ โครงการสวนสมุนไพร ฯลฯ เพิ่มเติมอีกด้วย โดยเน้นโรงเรียนบริเวณรอบหน่วยงานของ ปตท. ทั่วประเทศ

ค่ายเยาวชน

ค่ายเยาวชนอนุรักษ์พลังงาน Generation P ปตท. เร่งปลุกฝังให้เยาวชนมีจิตสำนึกในการใช้พลังงานอย่างประหยัด ผ่านกิจกรรมการเรียนรู้ โดยเปิดโอกาสให้เยาวชนจากโรงเรียนต่างๆ ทั่วประเทศได้หมุนเวียนกัน เข้าร่วมกิจกรรมและนำเสนอ “แผนงานโครงการอนุรักษ์พลังงานในโรงเรียน” เพื่อประกวดและรับรางวัล จาก ปตท. อันเป็นการสร้างพลังทีมงาน นักอนุรักษ์พลังงานที่เข้มแข็งต่อไป

Gassy Camp เป็นกิจกรรมค่ายเยาวชนที่จัดขึ้นเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับก๊าซธรรมชาติ ผ่านกิจกรรมสหวิทยาการ หวังผลให้ ได้นำความรู้ไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชน

นอกจากนั้น ยังได้จัดให้ตัวแทนนักเรียนที่เข้าค่าย นำเสนอผลงานการผลิตและสร้างสรรค์ ถ่ายทอดความรู้ผ่านสื่อกิจกรรมต่างๆต่อชุมชนและสถานศึกษา ในรูปแบบการส่งประกวดให้ ปตท. พิจารณาคัดเลือกรับรางวัล

ค่าย เยาวชน ปตท. รักษ์ ทะเลไทยปีแรก (2549) เริ่มจาก โรงเรียนในอำเภอขนอม จ. นครศรีธรรมราช ปีที่สอง (2550) ขยายผลถึงโรงเรียนทั้งจังหวัด และ โรงเรียนทั่วประเทศในอนาคต ด้วยวัตถุประสงค์ที่จะสร้างความรู้ความเข้าใจในความสำคัญของทรัพยากรชายฝั่งและทะเล รวมทั้งให้เกิดจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรในเขตพื้นที่ที่ตนอาศัย

รณนิทรรศการเคลื่อนที่ตั้งแต่ ปี 2543 ปตท. ได้จัดทำรณนิทรรศการเคลื่อนที่ ในรูปแบบ Edutainment นำเสนอเนื้อหาสาระผ่านสื่อบอร์ด และอิเล็กทรอนิกส์ ไว้ภายในรณนิทรรศการ ซึ่งสามารถเคลื่อนย้ายไปตามโรงเรียนต่างๆในกลุ่มเป้าหมายได้สะดวก เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องและเห็นประโยชน์ของ “ก๊าซธรรมชาติ” ให้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น ปัจจุบัน ปตท. มีรณนิทรรศการเคลื่อนที่ จำนวน 2 คัน คือ รถ “เปิดโลกก๊าซธรรมชาติ” มุ่งเน้นให้ความรู้พื้นฐานเรื่องก๊าซธรรมชาติแก่เด็กนักเรียน โรงเรียนระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา และรถ “Gassy Energy” มุ่งเน้นเยาวชนระดับอาชีวศึกษา อุดมศึกษา หน่วยงานราชการ ภาครัฐและเอกชน

ร่วมสร้างฝืนนักประดิษฐ์ปตท. ร่วมสานฝัน นักประดิษฐ์ ใช้พลังงานอย่างยั่งยืน ในฐานะบริษัทพลังงานแห่งชาติ ปตท. มุ่งรณรงค์ปลูกจิตสำนึกและส่งเสริมให้ประชาชนในทุกระดับตระหนักถึงความสำคัญในการใช้พลังงานอย่างรู้คุณค่า ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการใช้พลังงานอย่างยั่งยืน และพอเพียงโดยเปิดโอกาสให้นิสิตนักศึกษาและประชาชนทั่วไป ได้คิดค้นสิ่งประดิษฐ์ที่สร้างสรรค์ เพื่อการประหยัดพลังงาน โดยเริ่มจัดการโครงการประกวด “ปตท. ร่วมสานฝันนักประดิษฐ์ ใช้พลังงานอย่างยั่งยืน” ซึ่งด้วยพระราชทานสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ขึ้นตั้งแต่ปี 2550

กองทุนพัฒนากีฬาแห่งชาติเพื่อสร้างความพร้อมและความแข็งแกร่งให้แก่นักกีฬาไทยตั้งแต่ระดับเยาวชนต่อเนื่องจนถึงระดับอาชีพ ตลอดจนบุคลากรทางด้านกีฬา อาทิ กรรมการตัดสิน ตามโครงการ 1 สมาคมกีฬา 1 รัฐวิสาหกิจ ปตท. ได้สนับสนุน สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ และ ลอนเทนนิสสมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ ต่อเนื่อง 3 ปี รวมเป็นเงิน 9,000,000 บาท

ฟุตบอลปตท. ร่วมกับสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ เร่งพัฒนากีฬาฟุตบอลของไทย เพื่อให้เยาวชนได้พัฒนาทักษะความสามารถ เพิ่มพูนประสบการณ์ และมุ่งสู่การแข่งขันในระดับสากลต่อไป โดยที่ผ่านมาได้สนับสนุนการเตรียมทีมและการแข่งขันในรายการสำคัญๆ ดังนี้

1. การแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก
2. การแข่งขันฟุตบอลหญิงชิงแชมป์เอเชีย (AFC) U-20
3. การเตรียมทีมฟุตบอลชาย
4. การเตรียมทีมฟุตบอลเยาวชน
5. การเตรียมทีมฟุตบอลชายทีมชาติไทย (เอเชียนเกมส์)
6. การเตรียมทีมฟุตบอลเยาวชนชาติไทย อายุ 20 ปี

เทนนิส ปตท. ร่วมมือกับลอนเทนนิสสมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ เร่งพัฒนากีฬาเทนนิส ตามแผนพัฒนากีฬาแห่งชาติ ตั้งแต่ปี 2549 – 2551 ซึ่งในปีที่ผ่านมา ได้สนับสนุนโครงการต่างๆ ดังนี้

1. โครงการพัฒนานักเทนนิสเยาวชนไทยสู่อาชีพ
2. โครงการศูนย์ฝึกนักเทนนิสเยาวชนไทย รวม 9 แห่ง ทั่วประเทศ
3. โครงการพัฒนาศูนย์พัฒนากีฬาเทนนิสแห่งชาติ
4. โครงการแข่งขันเทนนิสเดวิคัพและเฟดคัพ
5. โครงการแข่งขันเทนนิสหญิงนานาชาติ สะสมคะแนนอันดับโลก

ปตท. ร่วมมือกับลอนเทนนิสสมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ เร่งพัฒนากีฬาเทนนิส ตามแผนพัฒนากีฬาแห่งชาติ ตั้งแต่ปี 2549 – 2551 ซึ่งในปีที่ผ่านมา ได้สนับสนุนโครงการต่างๆ ดังนี้

- โครงการพัฒนานักเทนนิสเยาวชนไทยสู่อาชีพ
- โครงการศูนย์ฝึกนักเทนนิสเยาวชนไทย รวม 9 แห่ง ทั่วประเทศ
- โครงการพัฒนาศูนย์พัฒนากีฬาเทนนิสแห่งชาติ
- โครงการแข่งขันเทนนิสเดวิคัพ และเฟดคัพ
- โครงการแข่งขันเทนนิสหญิงนานาชาติ สะสมคะแนนอันดับโลก

การประกวดศิลปกรรม

กว่า 20 ปีที่ผ่านมา ที่ ปตท. ได้ร่วมกับ มหาวิทยาลัยศิลปากร จัดการประกวดศิลปกรรม ปตท. ขึ้น เพื่อมุ่งส่งเสริมสนับสนุนให้เยาวชนไทย และศิลปินมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และพัฒนาผลงานทางด้านศิลปะอันจะนำไปสู่พลังในการสร้างสรรค์วงการศิลปะซึ่งถือเป็นรากฐานของชาติให้พัฒนาและก้าวหน้ามากยิ่งขึ้นการประกวดดังกล่าวเปิดโอกาสให้เยาวชนและผู้สนใจส่งผลงานประกวดภายใต้หัวข้อเรื่องที่กำหนดขึ้นในแต่ละปีและดำเนินการตัดสินโดยคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านศิลปะ พร้อมทั้งจัดพิธีมอบรางวัลและจัดนิทรรศการแสดงผลงานเพื่อเผยแพร่ให้ประชาชนที่สนใจเข้าชม ทั้งนี้โดยมุ่งหวังชักชวนให้ศิลปินและประชาชนทั่วไป ร่วมกันสร้าง

เสริมความดีงามคืนกลับสู่สังคม เพื่อช่วยจรรโลงสังคมไทยของเราให้น่าอยู่งดงามและคงคุณค่าสืบไป การจัดการประกวดศิลปกรรม ปตท. ครั้งที่ 25 ในปี 2553 นี้ กำหนดจัดการประกวดขึ้นในหัวข้อ "ความฝันอันสูงสุด" เพื่อเปิดโอกาสให้นิสิต นักศึกษา เยาวชน และประชาชนทั่วไป ได้สร้างสรรค์ผลงานศิลปะที่เกิดจากแนวความคิด ความใฝ่ฝัน หรือความปรารถนาของตนเอง โดยเปิดกว้างในทุกแนวความคิด ซึ่งสามารถเป็นเครื่องมือหรือพลังกระตุ้นเตือนให้ทุกคนยึดเหนี่ยว และมีกำลังใจในการดำเนินชีวิตร่วมกันอย่างมีความสุขและยั่งยืนตลอดไป

ค่ายเยาวชน ปตท. อนุรักษ์ประเพณีตักลงบูชาค่ายที่ได้รับความร่วมมือของสภาวัฒนธรรมจังหวัดลำปาง และสำนักงานวัฒนธรรม จังหวัดลำปางเพื่อการอนุรักษ์วัฒนธรรมและสืบทอดประเพณีการตักลงบูชา อีกทั้งเป็นการส่งเสริมให้เยาวชนในท้องถิ่น เกิดความรัก ความหวงแหน และเกิดจิตสำนึกในการที่จะร่วมสืบทอดประเพณีที่งดงามให้อยู่คู่กับจังหวัดลำปาง อันจะเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของจังหวัดสืบต่อไปในอนาคต ด้วยการเรียนรู้เกี่ยวกับกลองบูชาอย่างละเอียดจากวิทยากรที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญรวมทั้ง ยังได้มีการฝึกทักษะการตักลงบูชาในจังหวัดต่าง ๆ ที่เป็นศิลาเฉพาะของจังหวัดลำปางอีกด้วย

การอนุรักษ์ประเพณีตักลงบูชา เขลางค์นคร

ปี พ.ศ. 2545 ปตท. ได้มีส่วนร่วมฟื้นฟูและอนุรักษ์ประเพณีตักลงบูชา ซึ่งเป็นประเพณีท้องถิ่นดั้งเดิมของ จังหวัดลำปาง ที่เกือบสูญหายไปให้กลับมาเป็นส่วนหนึ่งในวิถีการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมประเพณีอันทรงคุณค่าของท้องถิ่นอีกครั้ง โดยร่วมกับ สมาคมชาวเหนือและจังหวัดลำปาง ริเริ่มจัดงาน “มหัศจรรย์ก่องบูชา ล้านนาไทย” ขึ้น จนปัจจุบันได้พัฒนาเป็นงานประเพณีประจำจังหวัดลำปาง จัดขึ้นระหว่างวันที่ 2- 4 เมษายน ของทุกปี รวมถึงการจัดกิจกรรมปัญญาท้องถิ่นตระเวนฝึกสอนและอบรมการตักลงบูชาให้แก่เยาวชนในแต่ละอำเภออย่างสม่ำเสมอ เพื่อเตรียมพร้อมสู่การแข่งขันตักลงบูชาระดับจังหวัดต่อไป และการจัดเวที “หนึ่งร้อยตำบล หนึ่งร้อยคนตักลงบูชา” เพื่อระดมความคิดหันต่อแนวทางการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ทั้งนี้เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ชุมชนและเยาวชน เห็นคุณค่าและเข้ามามีส่วนร่วมสานต่องานอนุรักษ์และฟื้นฟูประเพณีดังกล่าวให้ยั่งยืนอย่างจริงจังต่อไป เพื่อให้ประเพณีการตักลงบูชาได้ถ่ายทอดสืบสานไปสู่ลูกหลานในอนาคต เมื่อปี 2549 ปตท. จึงได้สนับสนุนการจัดสร้าง “โสังก่องบูชาเขลางค์นคร “ขึ้น ที่วัดเจดีย์ ชาวหลัง (พระอารามหลวง) ให้เป็นศูนย์กลางการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประเพณีดังกล่าวรวมถึงจัดทำกลองบูชา 9 ชุด ให้แก่จังหวัด เพื่อใช้เป็นกลองหลักในการแข่งขันอีกด้วย

บริษัท แอ็ดวาน อินโฟร์เซอร์วิซ จำกัด (<http://www.ais.co.th> สืบค้นวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2554) นอกเหนือจากความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจตามหลักธรรมาภิบาล ด้วยความโปร่งใสและเป็นธรรม เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้าแล้ว AIS ยังมีเจตนาแน่วแน่ในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR : Corporate Social Responsibility) ด้วยการมีส่วนร่วมพัฒนาสังคมไทยให้มีคุณภาพและมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นอย่างยั่งยืน AIS ได้กำหนดหลักการดำเนินงาน 4 แนวทางเพื่อตอบแทนสังคมไทย

สนับสนุนสถาบันครอบครัว

เป็นโครงการที่จัดขึ้นเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดีของสมาชิก ในครอบครัว ภายใต้โครงการ "สานรัก สนับสนุนสถาบันครอบครัว" ด้วยความเชื่อมั่นว่า "ครอบครัว" เป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาไปสู่สังคมที่ดี หากครอบครัวไทยแข็งแรงย่อมส่งผลให้ประเทศชาติแข็งแรงไปด้วย

- ภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดี
- วารสารสานรัก
- จุลสารสำหรับครอบครัว
- กิจกรรม AIS Family Rally เพื่อสายใจไทย
- กิจกรรม AIS Family Walk Rally สมทบทุนมูลนิธิอานันทมหิดล

เป็นแบบอย่างที่ดีในสังคม

ด้วยการเสาะหาเยาวชนตัวอย่างที่ดีของสังคมไทยภายใต้แนวคิดที่ว่าครอบครัวที่แข็งแรงไม่จำเป็นต้องมาจากครอบครัวที่สมบูรณ์ แต่มาจากจิตใจที่แข็งแกร่ง AIS ถ่ายทอดชีวิตของเด็กๆ ไขว่คว้าแต่มีความผูกพันในครอบครัวที่แน่นแฟ้น ส่งผลให้เป็นที่รักของสังคม มุ่งมั่นต่อผู้ทำงานหารายได้เพื่อเลี้ยงครอบครัว และตั้งใจศึกษาเพื่อพัฒนาตนเองสู่อนาคตที่ดี

- รายการสารคดีทางโทรทัศน์ “สานรัก คนเก่งหัวใจแกร่ง”
- กิจกรรม สานรัก คนเก่งหัวใจแกร่งสัญจร
- แคมป์เยาวชน สานรัก คนเก่งหัวใจแกร่ง
- มอบเทพรายการโทรทัศน์

ให้โอกาสและช่วยเหลือสังคม

เยาวชนคือกำลังสำคัญของชาติและเป็นหัวใจหลักของครอบครัวที่ต้องดูแล ให้ความรักความอบอุ่น AIS จัดงานวันเด็กตั้งแต่ปี 2543 โดยเน้นกลุ่มเด็กที่บกพร่องทางสมอง อวัยวะแขนขา การมองเห็นและได้ยิน

- โครงการ เอไอเอส สร้างอาชีพ Call Center แด่ผู้พิการ

- โครงการ ถังน้ำใจ เอไอเอส เพื่อไทยไม่ขาดน้ำ
- เอไอเอส ยิ้มหวานวันเด็ก สานรักเพื่อน้องพิการ
- ศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก เอไอเอส – สานรัก
- ลานกีฬา เอไอเอส
- เอไอเอส จัดหาอุปกรณ์สนับสนุนการปฏิบัติงานตำรวจจราจร
- เอไอเอส-สวพ.91 แจ่งเหตุควั่น เหตุร้าย
- เอไอเอส จัดกิจกรรมดีๆ แน่แน่ว่าที่บัณฑิตใหม่
- เอไอเอสร่วมใจบรรเทาภัยน้ำท่วม
- เอไอเอส ร่วมใจบรรเทาภัยหนาว
- เอไอเอส ร่วมใจช่วยเหลือผู้ประสบภัยจากเหตุการณ์ธรณีพิบัติ

ปลูกจิตสำนึกให้พนักงานช่วยเหลือสังคม

นอกจากความรับผิดชอบต่องานที่บริษัทฯ ได้ดำเนินการสู่สาธารณชนมาอย่างต่อเนื่องแล้ว ภายในองค์กรเองก็ยังได้ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม ด้วยการนำแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมเข้าไปสู่กระบวนการทำงาน การถ่ายทอดความรู้เพื่อพัฒนาบุคลากร การปลูกฝังจิตสำนึกด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ของบุคลากรภายในองค์กร การสนับสนุนให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือสังคม โดยผ่าน โครงการต่างๆ

- กิจกรรม AIS Sport Charity
- กิจกรรมรวมพลังเอไอเอสลดภาวะโลกร้อน
- กิจกรรมมอบแสงสว่าง มอบทานทางปัญญา
- กิจกรรมทำบุญกับสถานสงเคราะห์
- กิจกรรมพัฒนาโรงเรียนในชนบท

6. องค์กรธุรกิจภาคอุตสาหกรรมจังหวัดปทุมธานี

จังหวัดปทุมธานีอยู่ในเขตภาคกลางห่างจากกรุงเทพมหานครไปทางทิศเหนือ เป็นระยะทางประมาณ 27.8 กิโลเมตร มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียง คือ

ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอบางไทร อำเภอบางปะอินและอำเภอรังนก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อำเภอหนองแค และอำเภอวิหารแดง จังหวัดสระบุรี

ทิศตะวันออก ติดต่อกับอำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก และ อำเภอบางน้ำเปรี้ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา

ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอลาดบัวหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม และอำเภอไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี

ทิศใต้ ติดต่อกับเขตหนองจอก เขตคลองสามวา เขตสายไหม เขตบางเขน เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร และ อำเภอปากเกร็ด อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี

จังหวัดปทุมธานีแบ่งเขตการปกครองส่วนภูมิภาคออกเป็น 7 อำเภอ 60 ตำบล 399 หมู่บ้าน การปกครองส่วนท้องถิ่น ประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนจังหวัด 1 แห่ง เทศบาล 14 แห่ง องค์การบริหารส่วนตำบล 60 แห่ง

ปทุมธานี เป็นจังหวัดในภาคกลางของประเทศไทย มีแม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่าน แบ่งเขตการปกครองเป็น 7 อำเภอ คือ อำเภอเมืองปทุมธานี อำเภอสสามโคก อำเภอลาดหลุมแก้ว อำเภอธัญบุรี อำเภอหนองเสือ อำเภอคลองหลวง และอำเภอลำลูกกา ซึ่งเป็นแหล่งอุตสาหกรรมซึ่งถูกเป็นพื้นที่สีแดงซึ่งกรมผังเมืองและกรมโรงงานอุตสาหกรรมประกาศไม่ให้มีการขยายโรงงานอุตสาหกรรมภายในพื้นที่จังหวัด

วิสัยทัศน์ : "ปทุมธานีเป็นเมืองศูนย์กลางการศึกษาวิจัย การพัฒนาเทคโนโลยี เสริมสร้างความเข้มแข็งวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้"

พันธกิจ : ประเด็นยุทธศาสตร์จังหวัดปทุมธานี มี 4 ประเด็นยุทธศาสตร์

1. การบูรณาการระหว่างสถาบันการศึกษาและวิจัย
2. จังหวัดปทุมธานีเป็นเมืองน่าอยู่
3. มีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) และผู้ผลิตชุมชนที่เข้มแข็ง และมีความสามารถในการแข่งขัน
4. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงการเรียนรู้แบบบูรณาการ

ทั้งนี้ปทุมธานีถือได้ว่าเป็นเมืองอุตสาหกรรมโดยจากข้อมูล กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานจังหวัดปทุมธานี โดยข้อมูลจากศูนย์ปฏิบัติการจังหวัดปทุมธานี พบว่ามีพื้นที่ในการประกอบการอุตสาหกรรมรวม 22,698.16 ไร่ และการกระจายตัวของโรงงานในทุกอำเภอ และมีนิคมอุตสาหกรรม 2 แห่ง คือนิคมอุตสาหกรรมนวนคร และ นิคมอุตสาหกรรมบางกระดี โดยเป็นจังหวัดที่เป็นแหล่งธุรกิจและแหล่งอุตสาหกรรมอันดับ 6 ของประเทศ โดยโรงงานอุตสาหกรรมในปี 2553 จำนวน 2,903 แห่ง โดยแบ่งประเภทอุตสาหกรรมดังนี้

ตารางที่ 2.2 จำนวนโรงงานและจำนวนคนงานในจังหวัดปทุมธานี

ลำดับ	หมวดอุตสาหกรรม	จำนวน โรงงาน	จำนวนคนงาน		
			ชาย	หญิง	รวม
1	อุตสาหกรรมการเกษตร	72	1,148	1,114	2,262
2	อุตสาหกรรมอาหาร	210	8,573	12,910	21,483
3	อุตสาหกรรมเครื่องดื่มน้ำ	20	4,422	971	5,393
4	อุตสาหกรรมสิ่งทอ	64	1,865	5,398	7,263
5	อุตสาหกรรมเครื่องแต่งกาย	29	899	3,624	4,523
6	อุตสาหกรรมเครื่องหนัง	26	1,303	1,801	3,104
7	อุตสาหกรรมไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้	167	4,618	3,125	7,743
8	อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์และเครื่องเรือน	112	3,293	1,728	5,021
9	อุตสาหกรรมกระดาษและผลิตภัณฑ์ จากกระดาษ	84	2,863	1,806	4,669
10	อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์	46	1,325	494	1,819
11	อุตสาหกรรมเคมี	178	4,449	4,531	8,980
12	อุตสาหกรรมปิโตรเคมีและผลิตภัณฑ์	22	495	321	816
13	อุตสาหกรรมยาง	36	3,310	1,340	4,650
14	อุตสาหกรรมพลาสติก	235	6,103	5,657	11,760
15	อุตสาหกรรมโลหะ	177	6,436	2,693	9,129
16	อุตสาหกรรมโลหะ	28	5,289	2,083	7,372
17	อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โลหะ	455	14,113	5,948	20,061
18	อุตสาหกรรมเครื่องจักรกล	205	12,343	15,470	27,813
19	อุตสาหกรรมไฟฟ้า	188	23,560	63,453	87,013
20	อุตสาหกรรมขนส่ง	222	8,256	2,898	11,154
21	อุตสาหกรรมอื่นๆ	327	6,984	13,929	20,913
รวม		2,903	121,647	151,294	272,941

ที่มา: รายงานสำหรับผู้บริหารจังหวัดปทุมธานี

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บัณฑิตา ทรัพย์กมล (2544) ศึกษาเรื่อง “ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ: ศึกษาเฉพาะกรณีนิคมอุตสาหกรรมเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ” มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาถึงทัศนคติของผู้บริหารที่มีต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม รวมทั้งศึกษาถึงนโยบาย และกิจกรรม ตลอดจนแนวโน้มของการจัดกิจกรรมในอนาคต กลุ่มประชากรในการศึกษาคั้งนี้ คือ กลุ่มนิคมอุตสาหกรรมในเขตกรุงเทพมหานคร 193 แห่ง พบว่า ทัศนคติของประชากรด้านความรับผิดชอบต่อสังคมภายในองค์กรประกอบด้วยการจัดสวัสดิการ การเลื่อนตำแหน่งอย่างยุติธรรม การให้เงินเดือนที่เหมาะสม การส่งเสริมด้านการฝึกอบรมให้แก่พนักงาน ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด สำหรับทัศนคติต่อการรับผิดชอบต่อสังคมภายนอกองค์กรซึ่งประกอบด้วย การซื้อสัตย์ต่อผู้บริโภค การไม่จ้างแรงงานผิดกฎหมาย การผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด สำหรับทัศนคติต่อความรับผิดชอบต่อสังคมภายนอกองค์กร ซึ่งประกอบด้วย การซื้อสัตย์ต่อผู้บริโภค การไม่จ้างแรงงานผิดกฎหมาย การผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนในด้านทัศนคติต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งรวมถึงขอบเขตด้านชุมชนและสวัสดิการ การศึกษา สิทธิผู้บริโภค และด้านศิลปวัฒนธรรม พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับมาก นโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมพบว่า มีนโยบายด้านการส่งเสริม การผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพมากที่สุด คือ 86.5 และในทางตรงกันข้ามไม่มีนโยบายด้านการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมมากถึง 70.5 ในส่วนกิจการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมพบว่า องค์กรจัดให้มีกิจกรรมในการผลิตสินค้าที่ดีและมีคุณภาพมากที่สุดมากถึง 90.7 ในทางกลับกันองค์กรที่ไม่จัดกิจกรรมด้านการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมมากที่สุดอยู่ที่ร้อยละ 83.4 สำหรับปัจจัยจูงใจในการจัดกิจกรรมอันประกอบด้วย การใช้จริยธรรมในการบริหารงาน การตระหนักถึงจรรยาบรรณขององค์กรและการสร้างภาพพจน์ที่ดีขององค์กร ภาพรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับแนวโน้มในการจัดกิจกรรมพบว่า ในอนาคต องค์กรจะจัดกิจกรรมในการผลิตสินค้าที่ดีและบริการที่มีคุณภาพ มากที่สุด รองลงมาคือ การรักษาสภาพแวดล้อม และการบริจาคเงินหรือสิ่งของในงานสาธารณกุศล ซึ่งจะมีการจัดกิจกรรมดังกล่าวต่อไป ข้อเสนอแนะจากการศึกษา รัฐบาลควรมีส่วนเข้ามาเกี่ยวข้องในการเผยแพร่ และประชาสัมพันธ์ให้กับองค์กรที่มีการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมให้ประชาชนได้รับรู้ รวมทั้งสนับสนุนหลักการบรรษัทภิบาลให้ขยายออกไปยังองค์กรอื่นๆ เพิ่มมากขึ้น เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อพนักงานและชุมชนมากที่สุด และควรมีการศึกษาขยายผลในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมไปยังภูมิภาคต่างๆ

รัตนา รัตนะ (2551) ศึกษาเรื่อง “ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Social and Environmental Awareness) ของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย ศึกษาเฉพาะกรณี โครงการกรุงไทยยูววนิช” นี้มีความมุ่งหมายที่จะศึกษาการดำเนินธุรกิจของ บมจ. ธนาคารกรุงไทย ตามแนวคิดทฤษฎี ธรรมชาติ บาล บรรษัทภิบาล ซึ่งเป็นหลักสากลที่ใช้ในการทำงานขององค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม เพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล โปร่งใส ตรวจสอบได้ สร้างความเชื่อมั่นความไว้วางใจ สร้างมูลค่าและผลตอบแทนให้แก่ธนาคาร ลูกค้า ธนาคารและผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ผู้ถือหุ้น การสร้างความเจริญเติบโตที่มั่นคงและยั่งยืนแก่องค์กร คำนึงกำไรแก่สังคมส่วนรวมและร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยนำหลักการบรรษัทภิบาลมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ จากการศึกษาวิจัยการดำเนินโครงการกรุงไทยยูววนิช ภายใต้แนวคิดชีวิตที่เลือกได้นั้น ผลการวิจัยพบว่า เป็นการช่วยเหลือสังคมในมิติแห่งการศึกษาและการเรียนรู้ที่ให้เยาวชนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายมีแนวคิดในเชิงธุรกิจ ลองทำธุรกิจจริงเพื่อสำรวจความชอบของตนเอง

โกวิทย์ สวัสดิ์มงคล (2550) ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการแก้ไขปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อม ของผู้ประกอบการรถเอกชนร่วมบริการ ขสมก. มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อม ลักษณะการดำเนินธุรกิจรถร่วมที่เป็นการแก้ไขปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อม เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา กลุ่มประชากรในการศึกษา คือผู้ประกอบการรถเอกชนร่วมบริการ ขสมก. ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 62 บริษัท โดยมีผู้ประกอบการทั้งสิ้น 145 ราย จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีความเห็นต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อม ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนลักษณะการดำเนินธุรกิจรถร่วมที่เป็นการแก้ไขปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อม ผู้ประกอบการมีการปฏิบัติโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และความต้องการ การสนับสนุนเพื่อเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมกรณีการแก้ไขปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อม ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และมีข้อเสนอแนะจากการศึกษา คือผู้ประกอบการ ควรร่วมกันกำหนดแนวทางการดำเนินธุรกิจรถร่วม จัดกิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และผู้อื่นเข้าใจถึงปัญหามลพิษ และสนับสนุนให้พนักงานมีความรู้ในการตรวจสอบและควบคุมเครื่องยนต์ เพื่อแก้ไขปัญหามลพิษทางอากาศ นอกจากนี้ ภาครัฐควรสนับสนุนเงินทุนเพื่อปรับปรุงเครื่องยนต์ จัดศูนย์ตรวจสอบและบำรุงรักษายานพาหนะให้มากขึ้น ลดหย่อนภาษีอากรนำเข้าอุปกรณ์ที่ช่วยลดมลพิษ ส่งเสริมให้มีเครือข่ายสถานประกอบการเพื่อแก้ไขปัญหามลพิษ และควรประชาสัมพันธ์ให้สังคมรับรู้ถึงองค์กรธุรกิจรถร่วมที่ให้ความร่วมมือปฏิบัติตามกฎหมายอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างกำลังใจในการดำเนินงานและเป็นตัวอย่างที่ดีให้แก่องค์กรธุรกิจอื่นๆ ต่อไป

ราชสีห์ เสนะวงศ์ (2550) ศึกษาเรื่อง “ความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้สื่อข่าว หนังสือพิมพ์สยามกีฬารายวัน” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความรู้ต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้สื่อข่าวและระดับปฏิบัติความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้สื่อข่าวผลการศึกษาภาพรวมพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ในระดับสูง ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม ในประเด็นการเสนอข่าวตามความเป็นจริง ส่วนเรื่องการทำข่าวด้วยความรอบคอบ กลุ่มตัวอย่างก็มีระดับการปฏิบัติด้านนี้มาก และด้านการไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคลกลุ่ม ตัวอย่างก็มีระดับการปฏิบัติด้านนี้มาก และด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้สื่อข่าวพบว่า ผู้สื่อข่าวที่มีข้อมูลทั่วไปต่างกัน มีความรู้ต่อความรับผิดชอบต่อสังคมไม่แตกต่างกันการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปกับการปฏิบัติถึงความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้สื่อข่าวพบว่าผู้สื่อข่าวที่มีข้อมูลทั่วไปต่างกัน มีการปฏิบัติถึงความรับผิดชอบต่อสังคมไม่แตกต่างกันและข้อเสนอแนะจากการศึกษาคือผู้สื่อข่าวควรมีจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวโดยนำเสนอข่าวจากข้อเท็จจริงและทำข่าวด้วยความรอบคอบโดยไม่เป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลและยึดจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอย่างเคร่งครัด

กรินไชย ศรี โศกกรวด (2549) เรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของผู้ประกอบการรถยนต์มือสองในเขตจังหวัดนครราชสีมา” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของผู้ประกอบการรถยนต์มือสอง ในเขตจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 128 คน พบว่าภาพรวมเกี่ยวกับปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของผู้ประกอบการรถยนต์มือสอง ผลการศึกษาภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างมีปัญหาอยู่ในระดับน้อย โดยเฉพาะนโยบายผู้ประกอบการในการจำหน่ายรถยนต์มือสอง ผลการศึกษาภาพรวมทัศนคติผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์มือสองที่มีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการคุ้มครองผู้บริโภค 5 ด้าน ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 พบว่า กลุ่มตัวอย่างด้วยในระดับมากโดยเฉพาะด้านการให้ข่าวสารรวมทั้งคำพรรณาคูณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับรถยนต์มือสองหรือบริการในประเด็นบริษัทควรให้ข้อมูลที่จะไม่ก่อให้เกิดผลเสียหรือการกระทำผิดกฎหมายและด้านอิสระในการเลือกหารยนต์มือสองหรือบริการในประเด็นบริษัทควรมีนโยบายที่ไม่เอาर्डเอาเปรียบลูกค้าและผู้ซื้อรถยนต์มือสองมีสิทธิที่จะเลือกสินค้าหรือบริการตามความต้องการของตนเอง ข้อเสนอแนะจากการศึกษาผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์มือสองควรคำนึงถึงสิทธิ การคุ้มครองผู้บริโภคหลักจรรยาบรรณ ความซื่อสัตย์และความยุติธรรม รวมถึงกลุ่มผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์มือสอง ควรจัดทำนโยบายสร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์มือสองรายอื่นๆ ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมร่วมกันและควรส่งเสริมให้มี

การรวมกลุ่มของผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์มือสองจัดกิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม โดยเฉพาะการคุ้มครองสิทธิของผู้ซื้อรถยนต์มือสอง

มนตรี เลิศสกุลเจริญ (2547) ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจภาคอุตสาหกรรมในจังหวัดนนทบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริหารองค์กรธุรกิจที่มีต่อแนวความรับผิดชอบต่อสังคมและการจัดกิจกรรมบริการที่สะท้อนถึงความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ผู้ศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลองค์กรธุรกิจภาคอุตสาหกรรมในจังหวัดนนทบุรี 6 อำเภอ จำนวน 269 ราย โดยภาพรวมผู้บริหารองค์กรธุรกิจเห็นด้วยกับแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมทางด้านเศรษฐกิจ กฎหมาย จริยธรรม และการใช้ดุลยพินิจทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมาก และมีความเห็นด้วยต่อการจัดกิจกรรมหรือบริการที่สะท้อนถึงความรับผิดชอบต่อสังคมทางสังคม 6 ด้าน คือ ด้านสุขภาพอนามัย สิ่งแวดล้อม สิทธิผู้บริโภค และวัฒนธรรม อยู่ในระดับมาก แต่มีความเห็นด้วยในด้านการพัฒนาชุมชนและการศึกษาอยู่ในระดับปานกลาง และมีข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจคือ ผู้บริหารองค์กรธุรกิจ ควรกำหนดนโยบายขององค์กรให้ครอบคลุมถึงความรับผิดชอบต่อสังคมด้านต่างๆ และจัดกิจกรรมให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า และสอดคล้องกับวัฒนธรรม ของชุมชนอย่างแท้จริง โดยใช้การบริหารแบบมีส่วนร่วมจากฝ่ายต่างๆ ขององค์กรธุรกิจ เพื่อจัดกิจกรรมตอบสนองความต้องการของทุกฝ่ายอย่างเป็นรูปธรรม



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมขององค์กรธุรกิจในจังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการและอุปกรณ์ที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย ประชากรที่ใช้ในการวิจัย การสุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

โรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดปทุมธานีประกอบด้วย 2,903 บริษัท ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างประชากรในการวิจัยคือกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมซึ่งเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในด้านการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศและเป็นโรงงานที่ผลิตสินค้าที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตามประกาศประเภทโรงงานอุตสาหกรรม โดยแบ่งกลุ่มประเภทอุตสาหกรรมที่เป็นแหล่งกำเนิดมลพิษของประเทศจำแนกตามกฎกระทรวง พ.ศ. 2535 ออกตามความในพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ.2535 (กรมโรงงานอุตสาหกรรม: ตำราระบบบำบัดมลพิษทางอากาศ: 46-47) ซึ่งในจังหวัดปทุมธานีมีโรงงานประเภทที่เข้าข่ายตามพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าว จำนวน 877 บริษัท ครอบคลุมใน 7 อำเภอหลักของจังหวัดปทุมธานี เป็นฐานในการคำนวณ

1.1 การสุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจจังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยได้สุ่มตัวอย่างจากประชากรที่ใช้ในการวิจัยแบบหลายขั้นตอน (Multiple Random Sampling) โดยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 การคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากรที่ดำเนินธุรกิจเข้าข่ายประเภทอุตสาหกรรมที่เป็นแหล่งกำเนิดมลพิษของประเทศ จำแนกตามกฎกระทรวง พ.ศ. 2535 ออกตามความในพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ.2535 (กรมโรงงานอุตสาหกรรม:ตำราระบบบำบัดมลพิษทางอากาศ:46-47) ซึ่งในจังหวัดปทุมธานีมีโรงงานประเภทที่เข้าข่ายตามพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าว จำนวน 877 บริษัท โดยหลักการคำนวณโดยใช้สูตรความคาดเคลื่อนมาตรฐาน(ประมวลสาระวิชาชุดวิทยานิพนธ์6-10:2552:14) ของ Taro Yamane's ดังสูตรต่อไปนี้

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

โดย n = จำนวนของขนาดตัวอย่าง
 N = จำนวนรวมทั้งหมดของประชากรที่ใช้ในการศึกษา
 E = ความผิดพลาดที่ยอมรับได้ (โดยกำหนดให้เท่ากับ 0.05)

แทนค่าจากสูตรได้ดังนี้

$$\begin{aligned} N &= \frac{877}{1 + 877(.05)^2} \\ &= 274.7063 \end{aligned}$$

ดังนั้น ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เท่ากับ 274 บริษัท

ขั้นที่ 2 ทำการหาจำนวนประชากรที่ต้องการสุ่มในแต่ละตำแหน่ง โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิตามสัดส่วน (Proportional Stratified Random Sampling) โดยใช้สูตร ดังนี้

จำนวนตัวอย่างในแต่ละกลุ่มชั้น = $\frac{\text{จำนวนตัวอย่างทั้งหมด} \times \text{จำนวนประชากรในแต่ละกลุ่มชั้น}}{\text{จำนวนประชากรทั้งหมด}}$

ตารางที่ 3.1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

อุตสาหกรรม	ประเภท	ประชากร	กลุ่ม ตัวอย่าง
โรงงานประกอบผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์พลาสติก	053	225	69
โรงงานผลิตแก้ว เส้นใยแก้วและผลิตภัณฑ์แก้ว	054	4	2
โรงงานผลิตภัณฑ์ เครื่องกระเบื้องเคลือบ เครื่องปั้นดินเผา หรือเครื่องดินเผา และรวมถึงการเตรียมวัสดุเพื่อการดังกล่าว	055	11	2
โรงงานผลิตอิฐ กระเบื้องหรือท่อ สำหรับใช้ในการก่อสร้างเบ้าหลอมโลหะ กระเบื้องประดับหรือวัสดุทนไฟจากดินเหนียว	056	2	2
โรงงานประกอบกิจกรรมเกี่ยวกับซีเมนต์ ปูนขาวหรือปูนพลาสติก	057	4	2
โรงงานประกอบผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับอุปกรณ์โลหะ	058	146	45
โรงงานประกอบกิจการเกี่ยวกับการ ถลุง หลอม รีด ดึง หรือผลิตเหล็ก หรือเหล็กกล้าในขั้นต้น	059	12	4
โรงงานประกอบกิจการเกี่ยวกับถลุง ผสม ทำให้บริสุทธิ์ หลอม หล่อ รีด ดึงหรือผลิตโลหะในขั้นต้น ซึ่งมีเหล็กหรือเหล็กกล้า	060	14	4
โรงงานผลิต ตกแต่ง ดัดแปลง หรือซ่อมแซมเครื่องมือ เครื่องใช้ที่ทำด้วยเหล็กหรือเหล็กกล้าและรวมถึงส่วนประกอบอุปกรณ์เครื่องมือและเครื่องใช้ดังกล่าว	061	37	12
โรงงานผลิต ตกแต่ง ดัดแปลง หรือซ่อมแซมเครื่องเรือนหรือเครื่องตกแต่งภายในอาคารที่ทำจากโลหะหรือโลหะเป็นส่วนใหญ่และรวมถึงส่วนประกอบและอุปกรณ์ของเครื่องเรือนหรือเครื่องตกแต่งดังกล่าว	062	21	7
โรงงานประกอบกิจกรรมโลหะสำหรับการก่อสร้าง	063	68	21
โรงงานประกอบกิจการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์โลหะ	064	333	104
รวม		877	274

ขั้นที่ 3 ทำการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความน่าจะเป็น โดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ซึ่งประชากรมีโอกาสที่จะได้รับเลือกเท่าๆ กัน เมื่อผู้วิจัยแบ่งกลุ่มตัวอย่างตามประชากรในแต่ละประเภทอุตสาหกรรม ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่าไรแล้วก็ทำการจับ Random Number Table (ประมวลสาระวิชาวิทยานิพนธ์ 6-10 :2552:29-30) จากรายชื่อบริษัท และทำการนับจำนวนการสุ่มประชากรจนครบ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในจังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยได้กำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาจากแนวคิดทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปขององค์กร จำนวน 3 ข้อ ด้านอายุการก่อตั้งของสถานประกอบการ ขนาดของสถานประกอบการ ประเภทการดำเนินธุรกิจของสถานประกอบการ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบคำถามปลายปิด(Close-ended response questions) ซึ่งมีตัวเลือกให้ผู้ตอบตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด โดยกำหนดรายละเอียด

ส่วนที่ 2 และ ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับแนวคิดขององค์กรธุรกิจ ต่อความรับผิดชอบต่อสังคม และกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ลักษณะคำถามเป็นข้อความเชิงบวก โดยให้เลือกตอบได้คำตอบเดียว ใช้มาตราส่วนประมาณค่า(Rating Scale) โดยให้คะแนนเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด จำนวน 71 ข้อ โดยกำหนดเกณฑ์ตามแนวทางมาตรฐานประมาณค่าแบบลิเคิร์ต Likert Rating Scal (ประมวลสาระชุดวิทยานิพนธ์ 6-10:2552: 57) ซึ่งกำหนดการให้คะแนนในแต่ละระดับ ดังนี้

ข้อความเชิงบวก	(คะแนน)
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

3. การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในจังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นสำหรับการวิจัยนำไปทดสอบหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหา และ หาความเชื่อมั่น ดังนี้

3.1 ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัย รวมทั้งแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่จะศึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างกรอบแนวคิดของการวิจัย และการสร้างแบบสอบถาม

3.2 สํารวจรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยและออกแบบสอบถาม

3.3 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบได้ข้อคำถาม IOC มากกว่า 0.5 ขึ้นไป และนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อปรับปรุงแก้ไข

3.4 นำแบบสอบถามที่แก้ไขเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้ กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่น การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา Alpha Coefficient (α -Coefficient) ตามวิธีของ Cronbach ค่าแอลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถามโดยภาพรวมของค่าที่ใกล้เคียง 0.8 เป็นต้นไป จะยอมรับว่ามีค่าความเชื่อมั่น โดยใช้ สูตร ดังนี้ (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2545)

$$\text{Cronbach' alpha} \quad = \quad \frac{k \text{ covariance / variance}}{1 + (k - 1) \text{ covariance / variance}}$$

(α -Coefficient)

เมื่อ α -Coefficient = ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งหมด

k = จำนวนคำถาม

$\frac{\text{Covariance}}{\text{Variance}}$ = ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่างๆ

$\frac{\text{Covariance}}{\text{Variance}}$ = ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

ซึ่งมีค่า Cronbach Alpha .979

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ทำการส่งแบบสอบถาม ที่ผ่านการแก้ไขปรับปรุงแล้วไปยังผู้บริหารองค์กรธุรกิจภาคอุตสาหกรรมในจังหวัดปทุมธานี

4.1 ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามให้กับผู้บริหารองค์กรธุรกิจตามสัดส่วนที่กำหนดไว้ทั้งหมดจำนวน 274 ฉบับ แล้วรวบรวมแบบสอบถาม

4.2 ตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของแบบสอบถามทุกฉบับและนำมากำหนดรหัสในการประเมินผล SPSS

4.3 นำแบบสอบถามมาวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้รับแบบสอบถามคืน ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาดำเนินการตรวจสอบข้อมูล และทำการประมวลผลข้อมูลได้นำมาบันทึกโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS: Statistical Package for Social Science)

การอภิปรายผลการวิจัยของส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 จะใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) (เสาวรศ :2552: 43) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผลและแปลความหมายค่าคะแนน ได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

จากการให้คะแนน ดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจะแบ่งเกณฑ์ในการวัดครั้งนี้ออกเป็น 5 ระดับโดยมีวิธีการ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย ใช้ในการแปลความหมายได้ดังนี้

1.00-1.80	น้อยที่สุด
1.81-2.00	น้อย
2.61-3.40	ปานกลาง
3.41-4.20	มาก
4.21-5.00	มากที่สุด

6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยตั้งแต่ขั้นตอนการจัดทำแบบสอบถามและการจัดรวบรวมข้อมูลจะทำการลงรหัสเพื่อใช้ในการประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ผ่านโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) ในการประมวลผลข้อมูล ดังนี้

6.1 การแจกแจงความถี่ (Mean) และหาค่าร้อยละ (Percentage) ของคำตอบลักษณะข้อมูลทั่วไปขององค์กรธุรกิจ

6.2 หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของความคิดเห็น

6.3 การเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว ANOVA (One Way Analysis of Variance)

6.4 วิธีการเปรียบเทียบพหุคูณแบบ LSD

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในจังหวัดปทุมธานี ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษากับกลุ่มประชากรตัวอย่างในการศึกษาคือ ผู้บริหารขององค์กรธุรกิจในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 274 บริษัท และเพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาจึงกำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย
SD	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
F	แทน	อัตราส่วนเฉลี่ยเอฟของฟิชเชอร์ (F-distribution)
df	แทน	ระดับขั้นของความเป็นอิสระ (Degree of freedom)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Square)
MS	แทน	ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Mean Square)
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผู้ศึกษาได้ศึกษาข้อมูลแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป (ลักษณะองค์กรธุรกิจ)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นผู้บริหารองค์กรธุรกิจที่มีต่อแนวคิดและกิจกรรม

ความรับผิดชอบต่อสังคม

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นผู้บริหารองค์กรธุรกิจเกี่ยวกับ กิจกรรมด้านความ

รับผิดชอบต่อสังคม

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ด้านการก่อตั้งสถานประกอบการ ขนาดสถานประกอบการ และประเภทอุตสาหกรรม แสดงตารางดังนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละขององค์กรธุรกิจจำแนกตามอายุสถานประกอบการ

ระยะเวลาในการก่อตั้ง	จำนวน	ร้อยละ
1-5 ปี	63	23.0
6-10 ปี	86	31.4
11-15 ปี	56	20.4
16-20 ปี	37	13.5
21-25 ปี	19	6.9
26-30 ปี	4	1.5
31-35 ปี	7	2.6
36 ปี ขึ้นไป	2	0.7
รวม	274	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่าองค์กรธุรกิจ ในช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือ ช่วงอายุ 6-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.4 รองลงมาช่วงอายุ 1-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.0 ปี และสำหรับช่วงอายุที่น้อยที่สุด คือช่วงอายุ 36 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 0.70

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละขององค์กรธุรกิจจำแนกตามขนาดสถานประกอบการ

ขนาดสถานประกอบการ	จำนวน	ร้อยละ
-ขนาดใหญ่ มีจำนวนคนงานมากกว่า 1,000 คนขึ้นไป	4	1.5
-ขนาดกลาง มีจำนวนคนงานเกิน 300-999 คน	37	13.5
-ขนาดเล็ก มีจำนวนคนงาน 50-299 คน	159	58.0
-ขนาดย่อม มีจำนวนคนงาน 1-49 คน	74	27.0
รวม	274	100

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ ขนาดสถานประกอบการขนาดเล็กมีจำนวนคนงาน 50-299 คน ร้อยละ 58.0 รองลงมา สถานประกอบการขนาดย่อม มีจำนวนคนงาน 1-49 คน ร้อยละ 27.0 และขนาดสถานประกอบการน้อยที่สุด คือขนาดใหญ่ มีจำนวนคนงานมากกว่า 1,000 คน ขึ้นไปร้อยละ 1.5

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละขององค์กรธุรกิจจำแนกตามประเภทอุตสาหกรรม

ประเภท	จำนวน	ร้อยละ
-โรงงานอุตสาหกรรมประกอบผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์พลาสติก (053)	69	25.2
-โรงงานผลิตแก้ว เส้นใยแก้ว และผลิตภัณฑ์แก้ว(054)	2	0.7
-โรงงานผลิตภัณฑ์เครื่องกระเบื้องเคลือบเครื่องปั้นดินเผา หรือเครื่องดินเผาและรวมทั้งการเตรียมวัสดุเพื่อการดังกล่าว(055)	2	0.7
-โรงงานผลิตอิฐ กระเบื้องหรือท่อ สำหรับใช้ในการก่อสร้างเบ้าหลอมโลหะ กระเบื้องประดับ หรือวัสดุทนไฟจากดินเหนียว (056)	2	0.7
-โรงงานประกอบกิจกรรมเกี่ยวกับซีเมนต์ ปูนขาวหรือปูนปลาสเตอร์ (057)	2	0.7
-โรงงานประกอบผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับอุปกรณ์โลหะ(058)	45	16.4
-โรงงานประกอบกิจการเกี่ยวกับการ ถลุง หลอม รีด ดึง หรือผลิตเหล็กหรือเหล็กกล้าในขั้นต้น(059)	4	1.5
-โรงงานประกอบกิจการเกี่ยวกับถลุง ผสม ทำให้บริสุทธิ์ หลอม หล่อ รีด ดึงหรือผลิตโลหะในขั้นต้น ซึ่งมีใช่เหล็กหรือเหล็กกล้า (060)	4	1.5
-โรงงานผลิต ตกแต่ง คัดแปลง หรือซ่อมแซมเครื่องมือ เครื่องใช้ที่ทำด้วยเหล็กหรือเหล็กกล้าและรวมถึงส่วนประกอบอุปกรณ์เครื่องมือและเครื่องใช้ดังกล่าว (061)	12	4.4
-โรงงานผลิตตกแต่ง คัดแปลง หรือซ่อมแซมเครื่องเรือน หรือเครื่องตกแต่งภายในอาคารที่ทำจากโลหะหรือโลหะเป็นส่วนใหญ่และรวมถึงส่วนประกอบและอุปกรณ์ของเครื่องเรือนหรือเครื่องตกแต่งดังกล่าว(062)	7	2.6
-โรงงานประกอบกิจกรรมโลหะสำหรับการก่อสร้าง (063)	21	7.7
-โรงงานประกอบกิจการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์โลหะ(064)	104	38.8
รวม	274	100

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นประเภทอุตสาหกรรมพบว่ามากที่สุด คือ โรงงานประกอบกิจการผลิตภัณฑ์โลหะ (064) ร้อยละ 38.8 รองลงมา โรงงานอุตสาหกรรม ประกอบผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์พลาสติก(053)ร้อยละ 25.2 และประเภทโรงงานอุตสาหกรรม ที่น้อยที่สุด ร้อยละ 0.7 ได้แก่ โรงงานผลิตแก้ว เส้นใยแก้ว และผลิตภัณฑ์แก้ว (054) โรงงานผลิต เครื่องกระเบื้องเคลือบ เครื่องปั้นดินเผา หรือเครื่องปั้นดินเผา รวมทั้ง การเตรียมวัตถุดิบเพื่อการ ดังกล่าว (055) โรงงานผลิตอิฐ กระเบื้องหรือท่อ สำหรับใช้ในการก่อสร้างเข้าหลอมโลหะ กระเบื้อง ประดับหรือวัสดุทนไฟจากดินเหนียว โรงงานประกอบกิจกรรมเกี่ยวกับซีเมนต์ ปูนขาวหรือปูน พลาสเตอร์ (056) โรงงานประกอบกิจกรรมเกี่ยวกับซีเมนต์ ปูนขาว และปูนพลาสเตอร์ (057)

1.2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้บริหารองค์กรธุรกิจ ต่อนโยบายความ รับผิดชอบต่อสังคม แสดงดังตาราง ดังนี้

ตารางที่ 4.4 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นขององค์กรธุรกิจที่มีต่อ นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการกำกับดูแลองค์กร

ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการกำกับดูแลองค์กร	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	แปลผล	
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
-บริษัทฯยอมรับสิทธิตาม กฎหมายและสิทธิประโยชน์ ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่าง เคร่งครัด	24.5 (67)	55.8 (153)	15.3 (42)	4.4 (12)	0.0 (0)	4.00	0.76	มาก	
-บริษัทฯ มีการปฏิบัติตาม กฎหมายอย่างเคร่งครัด	18.2 (50)	66.1 (181)	15.7 (43)	0.0 (0)	0.0 (0)	4.03	0.58	มาก	
-บริษัท ฯ มีการ สื่อสาร นโยบายและการดำเนินงานที่ เป็นธรรมและมีความโปร่งใส ให้กับสาธารณชนและ พนักงานของบริษัทฯ รับทราบ	13.1 (36)	50.7 (139)	36.1 (99)	0.0 (0)	0.0 (0)	3.77	0.66	มาก	
						รวม	3.93	0.53	มาก

จากตารางที่ 4.4 ผลการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริหารองค์กรธุรกิจที่มีต่อ นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการกำกับดูแลองค์กรพบว่าอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.93

โดยในหัวข้อบริษัทฯยอมรับสิทธิตามกฎหมายและสิทธิประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเคร่งครัดร้อยละ 55.8 เห็นด้วยมาก รองลงมาร้อยละ 24.5 เห็นด้วยมากที่สุด และร้อยละ 4.4 เห็นด้วยน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ความคิดเห็นต่อการที่บริษัทฯ มีการปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด พบว่า ร้อยละ 66.1 เห็นด้วยมาก รองลงมาร้อยละ 18.2 เห็นด้วยมากที่สุด และร้อยละ 15.7 อยู่ในระดับ ปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03

ความคิดเห็นต่อการที่บริษัทฯ มีการสื่อสารนโยบายและการดำเนินงานอย่างเป็นธรรมและมีความโปร่งใสให้กับสาธารณชนและพนักงานของบริษัทรับทราบพบว่าร้อยละ 50.7 เห็นด้วยมาก รองลงมา ร้อยละ 36.1 เห็นด้วยปานกลาง และร้อยละ 13.1 เห็นด้วยมากที่สุด โดยมี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77

ตารางที่ 4.5 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานขององค์กรธุรกิจที่มีต่อ นโยบายความ รับผิดชอบต่อสังคมด้านสิทธิมนุษยชน

ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านสิทธิมนุษยชน	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
-บริษัท ๆ มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านการรณรงค์สิทธิมนุษยชน	10.9 (30)	61.3 (168)	26.3 (72)	1.5 (4)	0.0 (0)	3.82	0.64	มาก
-กรณีที่บริษัทฯท่านมีลูกจ้างที่มีความแตกต่างด้านเชื้อชาติ ศาสนา เพศ และคนพิการ บริษัทได้มีการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน	13.5 (37)	59.9 (164)	26.6 (73)	0.0 (0)	0.0 (0)	3.87	0.62	มาก

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านสิทธิมนุษยชน	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
-บริษัทฯให้ความสำคัญกับการเคารพสิทธิส่วนบุคคล พนักงานรักษาข้อมูล ความลับพนักงาน	26.6 (73)	45.3 (124)	28.1 (77)	0.0 (0)	0.0 (0)	3.99	0.74	มาก
-บริษัทฯคำนึงด้านการเคารพสิทธิของทุกคนใน ด้านมาตรฐานค่าครองชีพ ที่เพียงพอในเรื่องสุขภาพ และความเป็นอยู่ที่ดี ของตนและครอบครัวที่ ด้านปัจจัยพื้นฐาน การรักษาทางการแพทย์	12.4 (34)	61.7 (169)	24.5 (67)	1.5 (4)	0.0 (0)	3.85	0.64	มาก
-บริษัทฯไม่เลือกปฏิบัติใน การทำงาน การคัดเลือก การพัฒนาฝึกอบรม และ การเลื่อนตำแหน่ง ซึ่งมี การพิจารณาจากคุณสมบัติ ทักษะ และประสบการณ์ ไม่ใช่เกณฑ์ในเรื่อง เชื้อชาติ สีผิว เพศ ศาสนา องค์กร การเมือง สัญชาติหรือ แหล่งกำเนิดทางสังคม	10.9 (30)	65.3 (179)	23.4 (64)	.4 (1)	0.0 (0)	3.87	0.58	มาก
รวม						3.88	0.52	มาก

จากตารางที่ 4.5 ผลการศึกษาความคิดเห็นองค์กรธุรกิจที่มีต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิทธิมนุษยชน พบว่าอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88

ความคิดเห็นด้านบริษัท ๆ มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านการรณรงค์สิทธิมนุษยชนร้อยละ 61.3 เห็นด้วยมาก รองลงมาร้อยละ 26.3 เห็นด้วยปานกลาง และร้อยละ 1.5 เห็นด้วยน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82

ความคิดเห็นต่อ องค์กรที่บริษัทฯท่านมีลูกจ้างที่มีความแตกต่างด้านเชื้อชาติ ศาสนา เพศ และคนพิการ บริษัทได้มีการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันพบว่าร้อยละ 59.9 เห็นด้วยมาก รองลงมาร้อยละ 26.6 เห็นด้วยปานกลาง และร้อยละ 13.5 อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87

ความคิดเห็นต่อการที่บริษัทฯให้ความสำคัญกับการเคารพสิทธิส่วนบุคคลของพนักงานรักษาข้อมูลความลับพนักงานพบว่าร้อยละ 45.3 เห็นด้วยมาก รองลงมา ร้อยละ 28.1 เห็นด้วยปานกลาง และร้อยละ 26.6 เห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99

ความคิดเห็นต่อการที่ บริษัทฯ คำนึงด้านการเคารพสิทธิของทุกคนในด้านมาตรฐานค่าครองชีพที่เพียงพอในเรื่องสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของตนและครอบครัวที่ด้านปัจจัยพื้นฐาน การรักษาทางการแพทย์พบว่าร้อยละ 61.7 เห็นด้วยมาก รองลงมา ร้อยละ 24.5 เห็นด้วยปานกลาง และร้อยละ 1.5 เห็นด้วยน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย 3.85

ความคิดเห็นต่อการที่ บริษัทฯ ไม่เลือกปฏิบัติในการจ้างงาน การคัดเลือก การพัฒนาฝึกอบรม และการเลื่อนตำแหน่ง ซึ่งมีการพิจารณาจากคุณสมบัติ ทักษะ และประสบการณ์ ไม่ใช่เกณฑ์ในเรื่อง เชื้อชาติ สีผิว เพศ ศาสนา องค์กร การเมือง สัญชาติหรือแหล่งกำเนิดทางสังคมพบว่าร้อยละ 65.3 เห็นด้วยมาก รองลงมา ร้อยละ 23.4 เห็นด้วยปานกลาง และร้อยละ 0.400 เห็นด้วยน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย 3.87

ตารางที่ 4.6 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นขององค์กรธุรกิจที่มีต่อ
นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมทางสังคมด้านการปฏิบัติด้านแรงงาน

ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการปฏิบัติด้านแรงงาน	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	แปล ผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
บริษัทฯ ไม่แสวงหาการหลบ เลี่ยงภาระหน้าที่ของนายจ้าง ตามที่ กฎหมายได้กำหนด	17.2 (47)	68.8 (183)	16.1 (44)	0.0 (0)	0.0 (0)	4.01	0.58	มาก
บริษัทฯ มีการจ้างงานการ จัดสวัสดิการ และการจ่ายเงิน เดือนมีหลักเกณฑ์กำหนดเป็น ประกาศที่ชัดเจนและเป็น ไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง	18.2 (50)	56.9 (156)	23.4 (64)	1.5 (4)	0.0 (0)	3.92	0.69	มาก
บริษัทฯ ตระหนักถึงความ ปลอดภัยในการทำงานความเสี่ยง ต่อสุขภาพการทำงานมีการ จัดหาอุปกรณ์ป้องกัน อันตรายต่างๆและมีโครงการและ กิจกรรมรณรงค์ในด้านดังกล่าว	27.4 (75)	59.9 (164)	11.3 (31)	1.5 (4)	0.0 (0)	4.13	0.66	มาก
บริษัทฯ มีการส่งเสริม ด้านการพัฒนาและการฝึกอบรม และโอกาสความก้าวหน้าของ พนักงาน	12.0 (33)	62.8 (172)	23.7 (65)	1.5 (4)	0.0 (0)	3.85	0.63	มาก
บริษัทฯ ไม่แบ่งแยก ความแตกต่างของพนักงาน ด้านเพศ เชื้อชาติ ศาสนาไม่เป็น อุปสรรคในการพิจารณา ความก้าวหน้าในงานของพนักงาน	16.8 (46)	56.9 (156)	24.8 (68)	1.5 (4)	0.0 (0)	3.89	0.68	มาก
รวม						3.9672	.55174	มาก

จากตารางที่ 4.6 ผลการศึกษาความคิดเห็นขององค์กรธุรกิจที่มีต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการปฏิบัติด้านแรงงาน อยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97

ความคิดเห็นในหัวข้อบริษัทไม่แสวงหาการหลบเลี่ยงภาระหน้าที่ของนายจ้างตามที่ กฎหมาย ได้กำหนดร้อยละ 68.8 เห็นด้วยมาก รองลงมา ร้อยละ 17.2 เห็นด้วยมากที่สุด และ ร้อยละ 16.1 เห็นด้วยปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01

ความคิดเห็นต่อ กรณีที่บริษัท มีการจ้างงาน การจัดสวัสดิการ และการจ่ายเงินเดือนมีหลักเกณฑ์กำหนดเป็นประกาศที่ชัดเจนและเป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องพบว่าร้อยละ 56.9 เห็นด้วยมาก รองลงมา ร้อยละ 23.4 เห็นด้วยปานกลาง และร้อยละ 1.5 อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92

ความคิดเห็นต่อ การที่บริษัท ตระหนักถึงความปลอดภัยในการทำงาน ความเสี่ยงต่อสุขภาพการทำงานมีการจัดหาอุปกรณ์ป้องกันอันตรายต่างๆ และมีโครงการและ กิจกรรมรณรงค์ในด้านดังกล่าวพบว่าร้อยละ 59.9 เห็นด้วยมาก รองลงมา ร้อยละ 27.4 เห็นด้วยมาก และ ร้อยละ 1.5 เห็นด้วยในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13

ความคิดเห็นต่อการที่ บริษัท มีการส่งเสริมด้านการพัฒนาและการฝึกอบรม และโอกาสความก้าวหน้าของพนักงานพบว่าร้อยละ 62.8 เห็นด้วยมาก รองลงมา ร้อยละ 23.7 เห็นด้วยปานกลาง และร้อยละ 1.5 เห็นด้วยน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย 3.85

ความคิดเห็นต่อการที่ บริษัท ของท่าน ไม่แบ่งแยกความแตกต่างของพนักงานด้านเพศ เชื้อชาติ ศาสนาไม่เป็นอุปสรรคในการพิจารณาความก้าวหน้าในงานของพนักงานพบว่า ร้อยละ 56.9 เห็นด้วยมาก รองลงมา ร้อยละ 24.8 เห็นด้วยปานกลาง และร้อยละ 1.5 เห็นด้วยน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย 3.89

ตารางที่ 4.7 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นขององค์กรธุรกิจที่มีต่อ
นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม

ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	แปล ผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
-บริษัทฯ มีมาตรการกำกับดูแล การปล่อยมลพิษทางน้ำ อากาศ ของเสีย อันเป็นอันตรายต่อ สิ่งมีชีวิต	16.8 (46)	56.9 (156)	24.8 (68)	1.5 (4)	0.0 (0)	3.89	0.60	มาก
-บริษัทฯ ให้ความร่วมมือ ภาครัฐในด้านการควบคุม มลพิษเพื่อแก้ไขปัญหาด้าน สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ โดยเสมือนเป็นหน้าที่	13.5 (37)	67.5 (185)	17.5 (48)	1.5 (4)	0.0 (0)	4.01	0.62	มาก
-การแก้ไขปัญหา สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ เป็นความรับผิดชอบต่อสังคม ของสถานประกอบการ	16.8 (46)	70.1 (192)	10.2 (28)	2.9 (8)	0 (0)	4.01	0.62	มาก
-บริษัทฯ มีหน้าที่ในการพัฒนา ความรู้ความเข้าใจในการด้าน สิ่งแวดล้อม มลภาวะให้กับ พนักงาน ชุมชน สังคม	8.0 (22)	77.0 (211)	12.0 (33)	1.5 (4)	1.5 (4)	3.89	0.64	มาก
-บริษัทฯ ของท่านมีแนวทางใน การดำเนินธุรกิจที่ไม่เป็น อันตรายต่อสิ่งแวดล้อม เป็น การร่วมอนุรักษ์สภาพแวดล้อม ทางธรรมชาติ	13.5 (37)	67.2 (184)	16.4 (45)	2.9 (8)	0.0 (0)	3.91	0.38	มาก
	รวม					3.93	0.47	มาก

จากตารางที่ 4.7 ผลการศึกษาความคิดเห็นขององค์กรธุรกิจที่มีต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมพบว่าอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93

ความคิดเห็นบริษัทฯ มีมาตรการกำกับดูแลการปล่อยมลพิษทางน้ำ อากาศ ของเสีย อันเป็นอันตรายต่อสิ่งมีชีวิต พบว่าร้อยละ 56.9 เห็นด้วยมาก รองลงมาร้อยละ 24.8 เห็นด้วยปานกลาง และ ร้อยละ 1.5 เห็นด้วยน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89

ความคิดเห็นต่อ ภารกิจที่บริษัทฯ ให้ความร่วมมือภาครัฐในด้านการควบคุมมลพิษเพื่อแก้ไขปัญหาด้านสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติโดยเสมือนเป็นหน้าที่พบว่าร้อยละ 67.5 เห็นด้วยมาก รองลงมาร้อยละ 17.5 เห็นด้วยปานกลาง และร้อยละ 1.5 อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01

ความคิดเห็นต่อการที่การแก้ไขปัญหาสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมของสถานประกอบการพบว่าร้อยละ 70.1 เห็นด้วยมาก รองลงมา ร้อยละ 16.8 เห็นด้วยมากที่สุด และ ร้อยละ 1.5 เห็นด้วยในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01

ความคิดเห็นต่อการที่ บริษัทฯมีหน้าที่ในการพัฒนาความรู้ความเข้าใจในการด้านสิ่งแวดล้อม ผลภาวะให้กับพนักงาน ชุมชน สังคม พบว่าร้อยละ 77.0 เห็นด้วยมาก รองลงมา ร้อยละ 12.0 เห็นด้วยปานกลาง และร้อยละ 1.5 เห็นด้วยน้อยและน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.89

ความคิดเห็นต่อการที่ บริษัทฯ ของท่านมีแนวทางในการดำเนินธุรกิจที่ไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม เป็นการร่วมอนุรักษ์สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติพบว่าร้อยละ 67.2 เห็นด้วยมาก รองลงมา ร้อยละ 16.4 เห็นด้วยปานกลาง และร้อยละ 2.9 เห็นด้วยน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย 3.39

ตารางที่ 4.8 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของค้กรธุรกิจที่มีต่อ
นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการดำเนินงานอย่างเป็นธรรม

ความรับผิดชอบต่อสังคมด้าน การดำเนินงานอย่างเป็นธรรม	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	แปล ผล	
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
บริษัทฯ ของท่านมีการตอบ แทนให้กับผู้มีส่วนได้ส่วน เสียเป็นไปอย่างเหมาะสม	10.6 (29)	62.0 (170)	24.1 (66)	3.3 (9)	0.0 (0)	3.80	0.66	มาก	
บริษัทฯ มีนโยบายการมี ส่วนร่วมทางการเมืองโดย ไม่เลือกปฏิบัติ และเป็นไป อย่างเหมาะสมเช่นกรณี การเปิดโอกาสให้พนักงานไป ใช้สิทธิเลือกตั้งทางการเมือง	8.8 (24)	72.3 (198)	17.5 (48)	1.5 (4)	0.0 (0)	3.88	0.56	มาก	
บริษัทฯ ของท่านมีส่วนร่วม อย่างจริงจังในการยกระดับ ความตระหนักของ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม ในเรื่องหลักการและประเด็น ความรับผิดชอบต่อสังคม	14.2 (39)	65.3 (179)	20.4 (56)	0.0 (0)	0.0 (0)	3.94	0.59	มาก	
บริษัทฯ ของท่านมีการเคารพ ในสิทธิทรัพย์สินของผู้อื่น เช่น หลักฐานการใช้ Software ที่มีลิขสิทธิ์เป็นต้น	13.5 (37)	57.3 (157)	27.7 (76)	1.5 (4)	0.0 (0)	3.83	0.67	มาก	
						รวม	3.86	0.47	มาก

จากตารางที่ 4.8 ผลการศึกษาความคิดเห็นของค้กรธุรกิจที่มีต่อแนวคิดความ
รับผิดชอบต่อสังคมด้านการดำเนินงานอย่างเป็นธรรม พบว่าอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ
3.86

ความคิดเห็นบริษัทฯ ของท่านมีการตอบแทนให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นไปอย่างเหมาะสม พบว่าร้อยละ 62.0 เห็นด้วยมาก รองลงมาร้อยละ 24.1 เห็นด้วยปานกลาง และร้อยละ 3.3 เห็นด้วยน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80

ความคิดเห็นต่อ กรณีที่บริษัทฯ มีนโยบายการมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยไม่เลือกปฏิบัติ และเป็นไปอย่างเหมาะสมเช่นกรณี การเปิดโอกาสให้พนักงานไปใช้สิทธิเลือกตั้งทางการเมืองพบว่าร้อยละ 73.2 เห็นด้วยมาก รองลงมาร้อยละ 17.5 เห็นด้วยปานกลาง และร้อยละ 1.5 อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88

ความคิดเห็นต่อ บริษัทฯ ของท่านมีส่วนร่วมอย่างจริงจังในการยกระดับความตระหนักของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในเรื่องหลักการและประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่าร้อยละ 65.3 เห็นด้วยมาก รองลงมา ร้อยละ 20.4 เห็นด้วยปานกลาง และร้อยละ 14.2 เห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94

ความคิดเห็นต่อการที่ บริษัทฯ ของท่านมีการเคารพในสิทธิทรัพย์สินของผู้อื่น เช่น หลักฐานการใช้ Software ที่มีลิขสิทธิ์ พบว่าร้อยละ 57.3 เห็นด้วยมาก รองลงมา ร้อยละ 27.7 เห็นด้วยปานกลาง และร้อยละ 1.5 เห็นด้วยน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย 3.83 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.67



ตารางที่ 4.9 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของคณาจารย์ที่มีต่อ
นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมด้านผู้บริโภคร

ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านผู้บริโภคร	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	แปล ผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
บริษัทฯ ของท่านมีการสื่อสาร และให้ข้อมูลของสินค้าและ บริการ ที่ครบถ้วนและ เป็นข้อเท็จจริงอย่างเหมาะสม	17.2 (47)	52.9 (145)	27.7 (76)	2.2 (6)	0.0 (0)	3.85	0.72	มาก
บริษัทฯ เห็นด้วยกับการเน้นใน เรื่องสิทธิของผู้บริโภครโดย คำนึงถึงผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ สุขภาพอนามัยและความ ปลอดภัยของผู้บริโภคร รวมถึง การโฆษณาที่เป็นความจริง	12.8 (35)	60.9 (167)	24.8 (68)	1.5 (4)	0.0 (0)	3.85	0.64	มาก
บริษัทฯ ไม่เลือกปฏิบัติต่อ ผู้บริโภครบนพื้นฐานของศาสนา เพศ เชื้อชาติ หรือถิ่นที่อยู่	13.5 (37)	58.4 (160)	25.9 (71)	0.7 (2)	1.5 (4)	3.82	0.72	มาก
บริษัทฯ รับผิดชอบต่อผู้บริโภคร กรณีสินค้าและบริการเกิดความ เสียหายหรืออันตรายในเงื่อนไข ที่ระบุไว้	24.5 (67)	51.5 (141)	23.4 (64)	0.7 (2)	0.0 (0)	4.00	0.71	มาก
บริษัทฯ มีการจัดหาและพัฒนา สินค้าและบริการที่เป็น ประโยชน์ต่อสังคม	25.2 (69)	46.7 (128)	25.9 (71)	2.2 (6)	0.0 (0)	3.95	0.77	มาก
	รวม					3.89	0.57	มาก

จากตารางที่ 4.9 ผลการศึกษาความคิดเห็นของคณาจารย์ที่มีต่อแนวคิดความ
รับผิดชอบต่อสังคมด้านผู้บริโภครพบว่าอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89

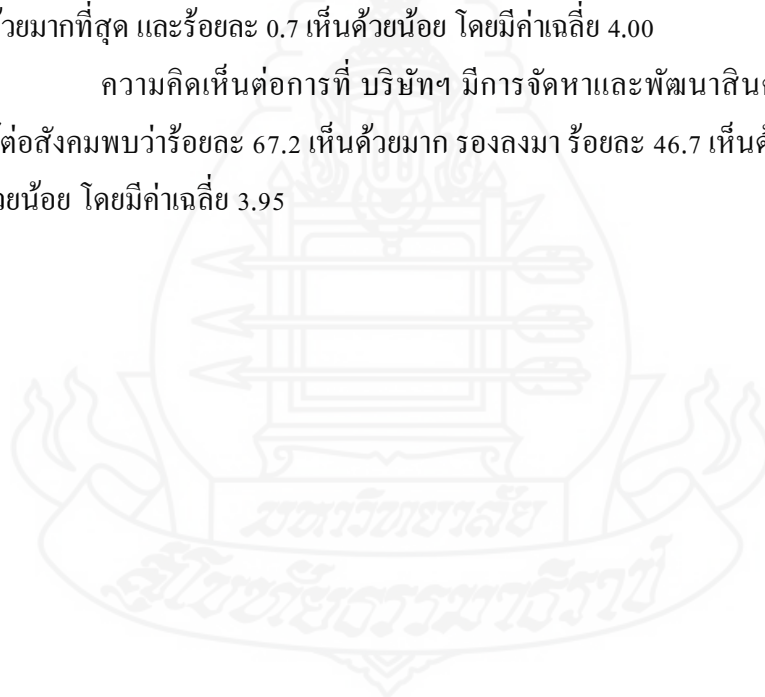
ความคิดเห็นบริษัทฯ ของท่านมีการสื่อสารและให้ข้อมูลของสินค้าและบริการที่ครบถ้วนและเป็นข้อเท็จจริงอย่างเหมาะสม พบว่าร้อยละ 52.9 เห็นด้วยมาก รองลงมา ร้อยละ 27.7 เห็นด้วยปานกลาง และ ร้อยละ 2.2 เห็นด้วยน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85

ความคิดเห็นต่อ กรณีที่บริษัทฯ เห็นด้วยกับการเน้นในเรื่องสิทธิของผู้บริโภค โดยคำนึงถึงผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ สุขภาพอนามัยและความปลอดภัยของผู้บริโภค รวมถึงการโฆษณาที่เป็นความจริงพบว่าร้อยละ 60.9 เห็นด้วยมาก รองลงมา ร้อยละ 24.8 เห็นด้วยปานกลาง และร้อยละ 1.5 อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85

ความคิดเห็นต่อการที่ บริษัทฯ ไม่เลือกปฏิบัติต่อผู้บริโภคบนพื้นฐานของศาสนา เพศ เชื้อชาติ หรือถิ่นที่อยู่พบว่าร้อยละ 58.4 เห็นด้วยมาก รองลงมา ร้อยละ 25.9 เห็นด้วยปานกลาง และ ร้อยละ 0.4 เห็นด้วยในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82

ความคิดเห็นต่อการที่ บริษัทฯ รับผิดชอบต่อผู้บริโภค กรณีสินค้าและบริการเกิดความเสียหายหรืออันตรายในเงื่อนงำที่ระบุไว้พบว่าร้อยละ 51.5 เห็นด้วยมาก รองลงมา ร้อยละ 24.5 เห็นด้วยมากที่สุด และร้อยละ 0.7 เห็นด้วยน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย 4.00

ความคิดเห็นต่อการที่ บริษัทฯ มีการจัดหาและพัฒนาสินค้าและบริการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมพบว่าร้อยละ 67.2 เห็นด้วยมาก รองลงมา ร้อยละ 46.7 เห็นด้วยมาก และร้อยละ 2.2 เห็นด้วยน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย 3.95



ตารางที่ 4.10 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็น องค์กรธุรกิจที่มีต่อ
นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการพัฒนาชุมชนและสังคม

ความรับผิดชอบต่อสังคมด้าน การพัฒนาชุมชนและสังคม	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	แปล ผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
บริษัทฯ มีการกำหนดนโยบาย ในการจัดกิจกรรมหรือบริการ เพื่อสังคมโดยมีงบประมาณ	21.2 (58)	46.4 (127)	31.8 (87)	0.7 (2)	0.0 (0)	3.88	0.74	มาก
บริษัทฯ ของท่านมี การช่วยเหลือชุมชนและสังคม โดยสร้างจุดเด่นขึ้นในชุมชน โดยเป็นผู้นำในการแก้ไข ปัญหาให้กับชุมชนและสังคม	13.9 (38)	38.3 (105)	42.7 (117)	5.1 (14)	0.0 (0)	3.61	0.79	มาก
บริษัทฯของท่าน มีการลงทุน ด้านสุขภาพและจัดสวัสดิการ ให้กับชุมชน เช่น การมอบ ทุนการศึกษา การสนับสนุน ด้านศิลปวัฒนธรรม จะสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ให้เกิดขึ้นกับองค์กร	10.6 (29)	40.1 (110)	43.4 (119)	5.8 (16)	0.0 (0)	3.58	0.65	มาก
บริษัทฯ ของท่านมีการลงทุน ในกิจกรรมที่แสดงถึง ความรับผิดชอบต่อสังคม โดยพิจารณาเรื่องสิ่งแวดล้อม สังคมและการกำกับดูแล ภายในองค์กร ให้เหมาะสมกับ ท้องถิ่นที่ผู้ประกอบการ อุตสาหกรรมประกอบกิจการ การอยู่	10.9 (30)	47.8 (131)	40.1 (110)	1.1 (3)	0.0 (0)	3.55	0.76	มาก

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

ความรับผิดชอบต่อสังคมด้าน การพัฒนาชุมชนและสังคม	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	แปล ผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
บริษัทฯ ของท่านมีการลงทุน เพื่อสังคมที่มีความสัมพันธ์ และสอดคล้องต่อผลกระทบ ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่าง เหมาะสมและพิจารณาการ ลงทุนขนาดขององค์กรและ ข้อกังวลของชุมชนเป็นหลัก	10.9 (30)	47.8 (131)	40.1 (110)	1.1 (3)	0.0 (0)	3.69	0.68	มาก
รวม						3.66	0.58	มาก

จากตารางที่ 4.10 ผลการศึกษาความคิดเห็นขององค์กรธุรกิจที่มีต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการพัฒนาชุมชนและสังคม พบว่าอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66

ความคิดเห็นบริษัทฯ มีการกำหนดนโยบายในการจัดกิจกรรมหรือบริการเพื่อสังคมโดยมีงบประมาณ พบว่าร้อยละ 46.4 เห็นด้วยมาก รองลงมาร้อยละ 31.8 เห็นด้วยปานกลาง และ ร้อยละ 0.7 เห็นด้วยน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88

ความคิดเห็นต่อ กรณีที่บริษัทฯ ของท่านมี การช่วยเหลือชุมชนและสังคมโดยสร้างจุดเด่นขึ้นในชุมชน โดยเป็นผู้นำในการแก้ไขปัญหาให้กับชุมชนและสังคมพบว่าร้อยละ 47.7 เห็นด้วยปานกลาง รองลงมาร้อยละ 38.3 เห็นด้วยมาก และร้อยละ 5.1 อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61

ความคิดเห็นต่อการที่ บริษัทฯ ของท่าน มีการลงทุนด้านสุขภาพและจัดสวัสดิการให้กับชุมชน เช่น การมอบทุนการศึกษา การสนับสนุนด้านศิลปวัฒนธรรม จะสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดกับองค์กรพบว่าร้อยละ 43.4 เห็นด้วยปานกลาง รองลงมา ร้อยละ 40.1 เห็นด้วยมาก และ ร้อยละ 5.8 เห็นด้วยในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58

ความคิดเห็นต่อการที่ บริษัทฯ ของท่านมีการลงทุนในกิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม โดยพิจารณาเรื่องสิ่งแวดล้อม สังคมและการกำกับดูแลภายในองค์กร ให้เหมาะกับท้องถิ่นที่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมประกอบกิจการอยู่พบว่าร้อยละ 47.8 เห็นด้วยมาก รองลงมา ร้อยละ 40.1 เห็นด้วยปานกลาง และร้อยละ 1.1 เห็นด้วยน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย 3.55

ความคิดเห็นต่อการที่ บริษัทฯ ของท่านมีการลงทุนเพื่อสังคมที่มีความสัมพันธ์และสอดคล้องต่อผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างเหมาะสมและพิจารณาการลงทุน ขนาดขององค์กรและข้อกังวลของชุมชนเป็นหลักพบว่าร้อยละ 47.8 เห็นด้วยมาก รองลงมา ร้อยละ 40.1 เห็นด้วยปานกลางและร้อยละ 1.1 เห็นด้วยน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย 3.69

1.3 ประเภทกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านพัฒนาชุมชน ด้านสุขภาพอนามัย ด้านการศึกษา ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสิทธิผู้บริโภคและด้านวัฒนธรรม

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของบริษัทฯ ต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการพัฒนาชุมชน ด้านสุขภาพอนามัย ด้านการศึกษา ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสิทธิผู้บริโภค ด้านวัฒนธรรม แสดงดังตาราง ดังนี้

ตารางที่ 4.11 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นองค์กรธุรกิจที่มีต่อประเภทกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการพัฒนาชุมชน

กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการพัฒนาชุมชน	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
บริษัทฯ รับฟังปัญหาของชุมชนที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานของบริษัท	10.9 (30)	44.2 (121)	43.1 (118)	1.8 (5)	0.0 (0)	3.64	0.70	มาก
บริษัทฯ เข้าไปแก้ปัญหาของชุมชนที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานของบริษัท	5.8 (16)	48.9 (134)	44.9 (123)	.4 (1)	0.0 (0)	3.60	0.60	มาก

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

กิจกรรมความรับผิดชอบต่อทาง สังคมด้านการพัฒนาชุมชน	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	แปล ผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
บริษัทฯ ให้การสนับสนุน การจัดกิจกรรมพัฒนาชุมชนใน สถานที่รอบๆบริษัท	9.5 (26)	48.9 (134)	39.8 (109)	1.8 (5)	0.0 (0)	3.66	0.67	มาก
บริษัทฯ เข้าไปช่วยเหลือ ประชาชนที่ประสบภัยธรรมชาติ เช่น น้ำท่วม ไฟไหม้	12.0 (33)	39.1 (107)	46.7 (128)	2.2 (6)	0.0 (0)	3.61	0.72	มาก
บริษัทฯ เข้าไปช่วยเหลือ ผู้ประสบภัยแล้งใน ท้องถิ่นทุรกันดาร	12.0 (33)	43.4 (119)	43.1 (118)	1.5 (4)	0.0 (0)	3.66	0.70	มาก
บริษัทฯ ให้การสนับสนุน การสร้างสาธารณประโยชน์ ให้แก่ชุมชน เช่น ห้องสมุด เป็นต้น	4.4 (12)	32.8 (90)	51.1 (140)	11.7 (32)	0.0 (0)	3.30	0.73	ปาน กลาง
บริษัทฯ ให้ความร่วมมือกับ ชุมชนในการพัฒนาชุมชนอย่าง สม่ำเสมอ	4.7 (13)	33.2 (91)	47.1 (129)	15.0 (41)	0.0 (0)	3.28	0.77	ปาน กลาง
รวม						3.54	0.56	มาก

จากตารางที่ 4.11 ผลการศึกษาความคิดเห็นขององค์กรธุรกิจที่มีต่อประเภทกิจกรรม
ความรับผิดชอบต่อทางสังคมด้านการพัฒนาชุมชน พบว่าอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54

ความคิดเห็นบริษัทฯ รับผิดชอบต่อปัญหาของชุมชน ที่ได้รับผลกระทบจากการ
ดำเนินงานของบริษัท พบว่าร้อยละ 44.2 เห็นด้วยมาก รองลงมาร้อยละ 43.1 เห็นด้วยปานกลาง
และ ร้อยละ 1.8 เห็นด้วยน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64

ความคิดเห็นต่อ กรณีที่บริษัทฯ เข้าไปแก้ปัญหาของชุมชน ที่ได้รับผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัทพบว่าร้อยละ 48.9 เห็นด้วยมาก รองลงมาร้อยละ 44.9 เห็นด้วยปานกลาง และร้อยละ 5.8 อยู่ในระดับมากที่สุด และร้อยละ 0.4 อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60

ความคิดเห็นต่อ กรณีที่บริษัทฯ ให้การสนับสนุนการจัดกิจกรรมพัฒนาชุมชนในสถานที่รอบๆบริษัทพบว่าร้อยละ 48.9 เห็นด้วยมาก รองลงมาร้อยละ 39.8 เห็นด้วยปานกลาง และร้อยละ 1.8 อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66

ความคิดเห็นต่อ กรณีที่บริษัทฯ เข้าไปช่วยเหลือประชาชนที่ประสบภัยธรรมชาติ เช่น น้ำท่วม ไฟไหม้พบว่าร้อยละ 46.7 เห็นด้วยปานกลาง รองลงมาร้อยละ 39.1 เห็นด้วยมาก และร้อยละ 2.2 อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61

ความคิดเห็นต่อ กรณีที่บริษัทฯ เข้าไปช่วยเหลือผู้ประสบภัยแล้งในท้องถิ่นทุรกันดารพบว่าร้อยละ 43.4 เห็นด้วยมาก รองลงมาร้อยละ 43.1 เห็นด้วยปานกลาง และร้อยละ 1.5 อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66

ความคิดเห็นต่อ กรณีที่บริษัทฯ ให้การสนับสนุนการสร้างสาธารณประโยชน์ให้แก่ชุมชน เช่น ห้องสมุด เป็นต้นพบว่าร้อยละ 51.1 เห็นด้วยปานกลาง รองลงมาร้อยละ 32.8 เห็นด้วยมาก และร้อยละ 4.4 อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30

ความคิดเห็นต่อ กรณีที่บริษัทฯ ให้ความร่วมมือกับชุมชนในการพัฒนาชุมชนอย่างสม่ำเสมอ เป็นต้นพบว่าร้อยละ 47.1 เห็นด้วยปานกลาง รองลงมาร้อยละ 33.2 เห็นด้วยมาก และร้อยละ 4.7 อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.28

ตารางที่ 4.12 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นขององค์กรธุรกิจที่มีต่อประเภทกิจกรรมความรับผิดชอบต่อทางสังคมด้านสุขภาพอนามัย

กิจกรรมความรับผิดชอบต่อ สังคมด้านสุขภาพอนามัย	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	แปล ผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
บริษัทฯ จัดกิจกรรมตรวจ สุขภาพให้แก่ลูกจ้าง	8.4 (23)	40.1 (110)	41.6 (114)	9.9 (27)	0.0 (0)	3.47	0.79	มาก
บริษัทฯ จัดสวัสดิการด้าน รักษาพยาบาลให้แก่ลูกจ้าง	23.0 (63)	46.4 (127)	21.2 (58)	8.0 (22)	1.5 (4)	3.81	0.93	มาก
การผลิตสินค้าและบริการ ของบริษัทฯ มีอุปกรณ์ ป้องกันความปลอดภัยใน การทำงานให้กับลูกจ้าง อย่างครบถ้วน	17.9 (49)	47.8 (131)	25.2 (69)	7.7 (21)	1.5 (4)	3.73	0.89	มาก
บริษัทฯ จัดสถานที่ทำงานที่ สะอาดและถูกสุขลักษณะ ให้แก่ลูกจ้าง	12.8 (35)	55.5 (152)	22.3 (61)	9.5 (26)	0.0 (0)	3.72	0.81	มาก
บริษัทฯ สนับสนุน ภาครัฐบาลในการจัดหน่วย แพทย์เคลื่อนที่ตรวจสุขภาพ ให้แก่คนในชุมชน	19.0 (52)	46.7 (128)	24.5 (67)	8.4 (23)	1.5 (4)	3.73	0.91	มาก
	รวม					3.69	0.78	มาก

จากตารางที่ 4.12 ผลการศึกษาความคิดเห็นขององค์กรธุรกิจที่มีต่อประเภทกิจกรรมความรับผิดชอบต่อทางสังคมด้านสุขภาพอนามัย พบว่าอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69

ความคิดเห็นบริษัทฯ จัดกิจกรรมตรวจสุขภาพให้แก่ลูกจ้างพบว่าร้อยละ 41.6 เห็นด้วยปานกลาง รองลงมาร้อยละ 40.1 เห็นด้วยมาก และ ร้อยละ 8.4 เห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47

ความคิดเห็นต่อ กรณีที่บริษัทฯ จัดสวัสดิการด้านรักษาพยาบาลให้แก่ลูกจ้าง พบว่าร้อยละ 46.4 เห็นด้วยมาก รองลงมาร้อยละ 23.0 เห็นด้วยมาก และร้อยละ 1.5 อยู่ในระดับน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81

ความคิดเห็นต่อ กรณีที่การผลิตสินค้าและบริการของบริษัทฯ มีอุปกรณ์ป้องกันความปลอดภัยในการทำงานให้กับลูกจ้างอย่างครบถ้วน พบว่าร้อยละ 47.8 เห็นด้วยมาก รองลงมาร้อยละ 25.2 เห็นด้วยปานกลาง และร้อยละ 1.5 อยู่ในระดับน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73

ความคิดเห็นต่อ บริษัทฯ จัดสถานที่ทำงานที่สะอาดและถูกสุขลักษณะให้แก่ลูกจ้าง พบว่าร้อยละ 55.5 เห็นด้วยมาก รองลงมาร้อยละ 22.3 เห็นด้วยปานกลาง และร้อยละ 9.5 อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72

ความคิดเห็นต่อ บริษัทฯ สนับสนุนภาครัฐบาลในการจัดหน่วยแพทย์เคลื่อนที่ตรวจสุขภาพให้แก่คนในชุมชน พบว่าร้อยละ 46.7 เห็นด้วยมาก รองลงมาร้อยละ 24.5 เห็นด้วยปานกลาง และร้อยละ 1.5 อยู่ในระดับน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73



ตารางที่ 4.13 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นขององค์กรธุรกิจที่มีต่อ
ประเภทกิจกรรมความรับผิดชอบต่อทางสังคมด้านการศึกษา

กิจกรรมความรับผิดชอบต่อ สังคมด้านการการศึกษา	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	แปล ผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
บริษัทฯ สนับสนุน ทุนการศึกษาให้กับบุตร พนักงานและนักเรียนใน ชุมชน	4.7 (13)	44.5 (122)	21.2 (58)	26.6 (73)	2.9 (8)	3.22	0.99	ปาน กลาง
บริษัทฯ สนับสนุน ทุนการศึกษาให้กับนักเรียน ที่ขาดแคลน	2.9 (8)	39.1 (107)	32.1 (88)	23.4 (64)	2.6 (7)	3.16	0.91	ปาน กลาง
บริษัทฯ ให้ความร่วมมือใน การสร้างอาคารเรียนให้กับ เด็กในชุมชน	10.2 (28)	24.5 (67)	32.1 (88)	30.7 (84)	2.6 (7)	3.09	1.03	ปาน กลาง
บริษัทฯ ให้ความร่วมมือใน การจัดทำห้องสมุดเพื่อ ชุมชน	2.6 (7)	30.3 (83)	36.9 (101)	27.7 (76)	2.6 (7)	3.03	0.89	ปาน กลาง
บริษัทฯ ส่งเสริมให้ลูกจ้าง ได้รับการศึกษาที่สูงขึ้น	4.4 (12)	35.0 (96)	32.5 (89)	23.7 (65)	4.4 (12)	3.11	0.96	ปาน กลาง
บริษัทฯ ส่งเสริมให้ลูกจ้าง ได้รับการฝึกอบรมและ พัฒนาความรู้	18.2 (35)	27.4 (75)	33.6 (92)	16.1 (44)	10.2 (28)	3.16	1.15	ปาน กลาง
บริษัทฯ สนับสนุนรับ นักศึกษาเข้าฝึกงาน ในบริษัท	14.6 (40)	27.4 (75)	34.7 (95)	14.6 (40)	8.8 (24)	3.24	1.14	ปาน กลาง
	รวม					3.15	0.88	ปาน กลาง

จากตารางที่ 4.13 ผลการศึกษาความคิดเห็นขององค์กรธุรกิจที่มีต่อประเภทกิจกรรม ความรับผิดชอบทางสังคมด้านการศึกษา พบว่าอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15

บริษัทฯ สนับสนุนทุนการศึกษาให้กับบุตรพนักงานและนักเรียนในชุมชน พบว่าร้อยละ 44.5 เห็นด้วยมาก รองลงมาร้อยละ 26.6 เห็นด้วยน้อย และ ร้อยละ 2.9 เห็นด้วยน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22

ความคิดเห็นต่อ บริษัทฯ สนับสนุนทุนการศึกษาให้กับนักเรียนที่ขาดแคลน พบว่าร้อยละ 39.1 เห็นด้วยมาก รองลงมาร้อยละ 32.1 เห็นด้วยปานกลาง และร้อยละ 2.6 อยู่ใน ระดับน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16

ความคิดเห็นต่อ บริษัทฯ ให้ความร่วมมือในการสร้างอาคารเรียนให้กับเด็กใน ชุมชนพบว่ามีร้อยละ 32.1 เห็นด้วยปานกลาง รองลงมาร้อยละ 30.7 เห็นด้วยน้อย และร้อยละ 2.6 อยู่ใน ระดับน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09

ความคิดเห็นต่อ บริษัทฯ ให้ความร่วมมือในการจัดทำห้องสมุดเพื่อชุมชน พบว่าร้อยละ 36.9 เห็นด้วยปานกลาง รองลงมาร้อยละ 30.3 เห็นด้วยมาก และร้อยละ 2.6 อยู่ใน ระดับมากที่สุดและน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03

ความคิดเห็นต่อ บริษัทฯ ส่งเสริมให้ลูกจ้างได้รับการศึกษาที่สูงขึ้นพบว่ามีร้อยละ 35.0 เห็นด้วยมาก รองลงมาร้อยละ 32.5 เห็นด้วยปานกลาง และร้อยละ 23.7 อยู่ในระดับน้อยและ ร้อยละ 4.4 อยู่ในระดับมากที่สุดและน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11

ความคิดเห็นต่อ บริษัทฯ ส่งเสริมให้ลูกจ้างได้รับการฝึกอบรมและพัฒนาความรู้ พบว่าร้อยละ 33.6 เห็นด้วยปานกลาง รองลงมาร้อยละ 27.4 เห็นด้วยมาก และร้อยละ 10.2 อยู่ใน ระดับน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16

ความคิดเห็นต่อ บริษัทฯ สนับสนุนรับนักศึกษาเข้าฝึกงานในบริษัทพบว่ามี ร้อยละ 34.7 เห็นด้วยปานกลาง รองลงมาร้อยละ 27.4 เห็นด้วยมาก และร้อยละ 8.8 อยู่ในระดับ น้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24 และ 1.14

ตารางที่ 4.14 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นขององค์กรธุรกิจที่มีต่อ
ประเภทกิจกรรมความรับผิดชอบต่อทางสังคมด้านสิ่งแวดล้อม

กิจกรรมความรับผิดชอบต่อทาง สังคมด้านสิ่งแวดล้อม	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	แปล ผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
บริษัทฯ ให้ความสำคัญและ รับผิดชอบต่อผลกระทบที่เกิดจาก กระบวนการผลิตสินค้าและ บริการ	13.9 (38)	27.7 (76)	35.8 (98)	22.6 (62)	0.0 (0)	3.33	0.98	ปาน กลาง
บริษัทฯ ท่านมีมาตรการกำกับ ดูแลการปล่อยมลพิษทางน้ำ สู่ชุมชน	12.8 (35)	43.4 (119)	35.4 (97)	8.4 (23)	0.0 (0)	3.61	0.82	มาก
บริษัทฯ ท่านมีมาตรการกำกับ ดูแล การปล่อยมลพิษทาง อากาศสู่ชุมชน	7.3 (20)	43.4 (134)	35.4 (98)	8.0 (22)	0.0 (0)	3.55	0.75	มาก
บริษัทฯ ท่านมีมาตรการกำกับ ดูแลการปล่อยมลพิษทางเสียงที่ มีผลกระทบต่อชุมชน	12.0 (33)	41.6 (114)	39.4 (108)	6.9 (13)	0.0 (0)	3.56	0.79	มาก
บริษัทฯ ท่านให้ความสำคัญต่อ การนำวัสดุหรือวัตถุดิบที่ สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้	11.7 (32)	43.4 (119)	37.6 (103)	7.3 (20)	0.0 (0)	3.59	0.79	มาก
บริษัทฯ ให้ลูกจ้างมีส่วนร่วมใน การจัดกิจกรรมรักษา สิ่งแวดล้อมภายในบริษัท	11.3 (31)	42.0 (115)	39.4 (108)	7.3 (20)	0.0 (0)	3.57	0.79	มาก
บริษัทฯ จัดสภาพแวดล้อมใน การทำงาน เช่น แสงสว่าง สวนหย่อมที่พักผ่อนให้ แก่ลูกจ้าง	5.1 (14)	46.4 (127)	39.4 (108)	3.6 (10)	5.5 (15)	3.42	0.87	มาก
รวม						3.52	0.72	มาก

จากตารางที่ 4.14 ผลการศึกษาความคิดเห็นขององค์กรธุรกิจที่มีต่อประเภทกิจกรรม ความรับผิดชอบทางสังคมด้านสิ่งแวดล้อม พบว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52

บริษัทฯ ให้ความสำคัญและรับผิดชอบต่อผลกระทบที่เกิดจากกระบวนการผลิตสินค้าและบริการพบว่าร้อยละ 35.8 เห็นด้วยปานกลาง รองลงมาร้อยละ 27.7 เห็นด้วยมาก และร้อยละ 13.9 เห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33

ความคิดเห็นต่อ บริษัทฯ ท่านมีมาตรการกำกับดูแลการปล่อยมลพิษทางน้ำสู่ชุมชนพบว่าร้อยละ 43.4 เห็นด้วยมาก รองลงมาร้อยละ 35.4 เห็นด้วยปานกลาง และร้อยละ 8.4 อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61

ความคิดเห็นต่อ บริษัทฯ ท่านมีมาตรการกำกับดูแล การปล่อยมลพิษทางอากาศสู่ชุมชนพบว่าร้อยละ 43.4 เห็นด้วยมาก รองลงมาร้อยละ 35.4 เห็นด้วยปานกลาง และร้อยละ 7.3 อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55

ความคิดเห็นต่อบริษัทฯท่านมีมาตรการกำกับดูแลการปล่อยมลพิษทางเสียงที่มีผลกระทบต่อชุมชนพบว่าร้อยละ 41.6 เห็นด้วยมาก รองลงมาร้อยละ 39.4 เห็นด้วยปานกลาง และร้อยละ 6.9 อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59

ความคิดเห็นต่อ บริษัทฯ ท่านให้ความสำคัญต่อการนำวัสดุหรือวัตถุดิบที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้พบว่าร้อยละ 43.4 เห็นด้วยมาก รองลงมาร้อยละ 37.6 เห็นด้วยปานกลาง และร้อยละ 7.3 อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59

ความคิดเห็นต่อ บริษัทฯ ให้ลูกจ้างมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมรักษาสิ่งแวดล้อมภายในบริษัทพบว่าร้อยละ 42.0 เห็นด้วยปานกลาง รองลงมาร้อยละ 39.4 เห็นด้วยน้อย และร้อยละ 7.3 อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57

ความคิดเห็นต่อ บริษัทฯ จัดสภาพแวดล้อมในการทำงาน เช่น แสงสว่าง สวนหย่อมที่พักผ่อนให้แก่ลูกจ้างพบว่าร้อยละ 46.4 เห็นด้วยมาก รองลงมาร้อยละ 39.4 เห็นด้วยปานกลาง และร้อยละ 5.1 อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42

ตารางที่ 4.15 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นขององค์กรธุรกิจที่มีต่อ
ประเภทกิจกรรมความรับผิดชอบต่อทางสังคมด้านสิทธิผู้บริโภค

กิจกรรมความรับผิดชอบต่อทาง สังคมด้านสิทธิผู้บริโภค	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	แปล ผล	
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
บริษัทฯ คำนึงถึงความ ปลอดภัยของลูกค้าจากการใช้ สินค้าหรือบริการ	9.5 (26)	43.8 (120)	40.5 (111)	2.6 (7)	3.6 (10)	3.53	0.84	มาก	
บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อ การจัดจำหน่ายสินค้าและ บริการแก่ลูกค้าโดยเน้น ความมีคุณภาพ	16.4 (45)	44.5 (122)	34.7 (95)	4.4 (12)	0.0 (0)	3.73	0.78	มาก	
บริษัทฯ มีการประชาสัมพันธ์ หรืออธิบายให้ลูกค้าเข้าใจใน สินค้าและบริการก่อน ตัดสินใจซื้อ	20.8 (57)	42.0 (115)	34.3 (94)	2.9 (8)	0.0 (0)	3.81	0.80	มาก	
บริษัทฯ ชดใช้ค่าเสียหายที่ เกิดขึ้นจากสินค้าหรือบริการ ที่ชำรุดให้แก่ลูกค้าตาม เงื่อนไข	9.1 (25)	48.9 (134)	38.3 (105)	3.6 (10)	0.0 (0)	3.64	0.70	มาก	
บริษัทฯ ระบุระยะเวลาใน การรับประกันอายุการใช้งาน ของสินค้าให้แก่ลูกค้า ทุกประเภท	9.1 (25)	48.9 (134)	38.3 (105)	3.6 (10)	0.0 (0)	3.64	0.70	มาก	
บริษัทฯ ดำเนินการด้าน การบริโภคสินค้า/ใช้บริการ โดยเน้นความพึงพอใจของ ลูกค้าเป็นหลัก	12.4 (34)	45.3 (124)	38.7 (106)	3.6 (10)	0.0 (0)	3.66	0.74	มาก	
						รวม	3.67	0.62	มาก

จากตารางที่ 4.15 ผลการศึกษาความคิดเห็นขององค์กรธุรกิจที่มีต่อประเภทกิจกรรม ความรับผิดชอบทางสังคมด้านสิทธิผู้บริโภค พบว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67

บริษัทฯ คำนึงถึงความปลอดภัยของลูกค้าจากการใช้สินค้าหรือบริการพบว่า ร้อยละ 43.8 เห็นด้วยมาก รองลงมาร้อยละ 40.5 เห็นด้วยปานกลาง และร้อยละ 2.6 เห็นด้วยน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53

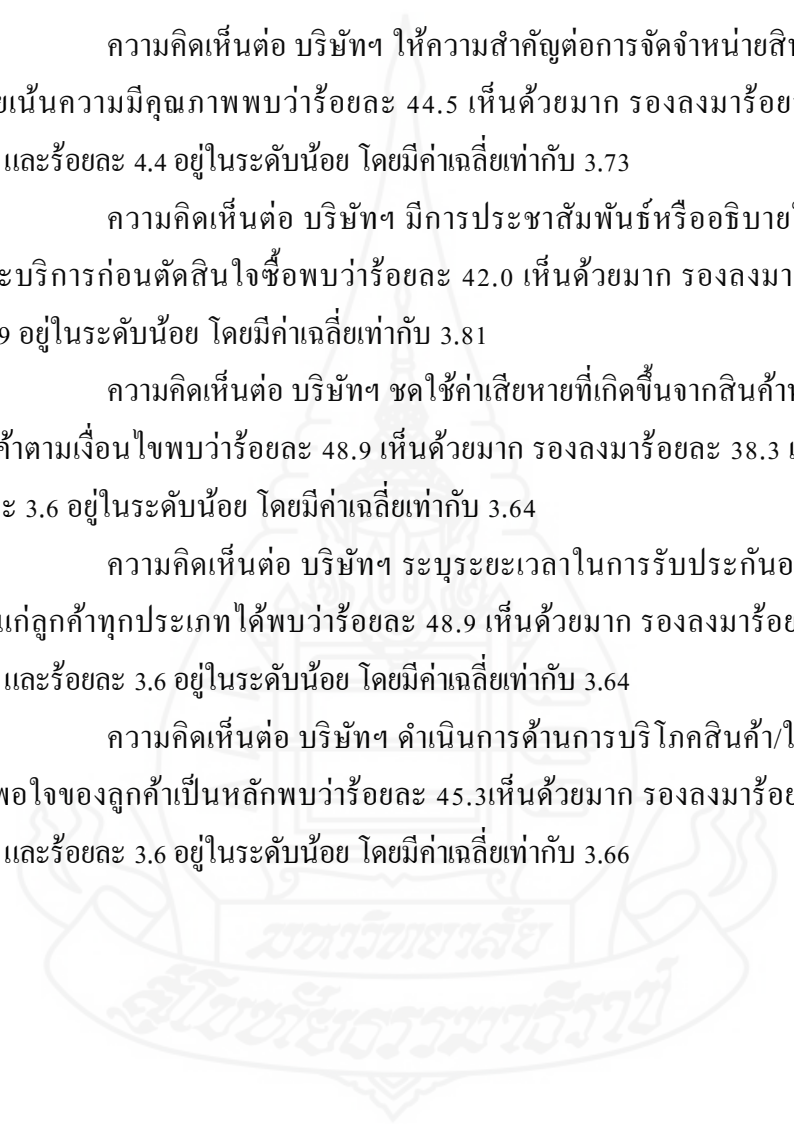
ความคิดเห็นต่อ บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการแก่ลูกค้าโดยเน้นความมีคุณภาพพบว่าร้อยละ 44.5 เห็นด้วยมาก รองลงมาร้อยละ 34.7 เห็นด้วยปานกลาง และร้อยละ 4.4 อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73

ความคิดเห็นต่อ บริษัทฯ มีการประชาสัมพันธ์หรืออธิบายให้ลูกค้าเข้าใจในสินค้าและบริการก่อนตัดสินใจซื้อพบว่าร้อยละ 42.0 เห็นด้วยมาก รองลงมาร้อยละ 34.3 และร้อยละ 2.9 อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81

ความคิดเห็นต่อ บริษัทฯ ชดใช้ค่าเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าหรือบริการที่ชำรุดให้แก่ลูกค้าตามเงื่อนไขพบว่าร้อยละ 48.9 เห็นด้วยมาก รองลงมาร้อยละ 38.3 เห็นด้วยปานกลาง และร้อยละ 3.6 อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64

ความคิดเห็นต่อ บริษัทฯ ระบุระยะเวลาในการรับประกันอายุการใช้งานของสินค้าให้แก่ลูกค้าทุกประเภทได้พบว่าร้อยละ 48.9 เห็นด้วยมาก รองลงมาร้อยละ 38.3 เห็นด้วยปานกลาง และร้อยละ 3.6 อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64

ความคิดเห็นต่อ บริษัทฯ ดำเนินการด้านการบริโภคสินค้า/ใช้บริการ โดยเน้นความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลักพบว่าร้อยละ 45.3เห็นด้วยมาก รองลงมาร้อยละ 38.7 เห็นด้วยปานกลาง และร้อยละ 3.6 อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66



ตารางที่ 4.16 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นขององค์กรธุรกิจที่มีต่อ
ประเภทกิจกรรมความรับผิดชอบต่อทางสังคมด้านวัฒนธรรม

กิจกรรมความรับผิดชอบต่อทาง สังคมด้านวัฒนธรรม	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	แปล ผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
บริษัทฯ กำหนดวันหยุด ทำงาน ในวันสำคัญทาง ศาสนาและประเพณีตาม วันหยุดราชการให้แก่ลูกจ้าง	15.7 (43)	49.3 (135)	32.8 (90)	2.2 (6)	0.0 (0)	3.78	0.73	มาก
บริษัทฯ กำหนดวันหยุดพิเศษ ที่นอกเหนือจากกฎหมาย กำหนดให้แก่ลูกจ้างเช่น การลาแต่งงาน การลารับ ราชการทหาร การแข่งขัน กีฬาประจำปี	15.0 (44)	50.4 (138)	32.5 (89)	2.2 (6)	0.0 (0)	3.78	0.72	มาก
บริษัทฯ เปิดโอกาสให้ลูกจ้าง เสนอความคิดเห็นและ การมีส่วนร่วมใน การจัดกิจกรรมต่างๆ	13.5 (37)	38.3 (105)	32.5 (89)	10.6 (29)	5.1 (14)	3.45	1.02	มาก
ผู้บริหารของบริษัทฯ ไปร่วมงานของพนักงาน เช่น งานแต่งงาน งานบวช งานศพ หรืองานอื่นๆของ ลูกจ้างบริษัท	10.2 (28)	29.6 (81)	34.7 (95)	20.1 (55)	5.5 (15)	3.19	1.05	ปาน กลาง
บริษัทฯ อนุญาต ให้ลูกจ้าง ผู้ขายสามารถลาอุปสมบทได้	10.9 (30)	37.6 (103)	34.7 (95)	11.3 (31)	5.5 (15)	3.37	1.01	ปาน กลาง
บริษัทฯ มีการจัดทอดกฐิน หรือทอดผ้าป่าให้กับวัด ในชุมชน	8.8 (24)	42.3 (116)	33.2 (91)	10.6 (29)	5.1 (14)	3.39	0.97	ปาน กลาง

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

กิจกรรมความรับผิดชอบต่อ สังคมด้านวัฒนธรรม	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	แปล ผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
บริษัทฯ มีส่วนร่วมใน งานกิจกรรมของชุมชน เช่น กิจกรรมวันเด็ก วันสงกรานต์	9.5 (26)	47.4 (130)	27.4 (75)	12.0 (33)	3.6 (10)	3.47	0.95	มาก
	รวม					3.49	0.75	มาก

จากตารางที่ 4.16 ผลการศึกษาความคิดเห็นองค์กรธุรกิจที่มีต่อประเภทกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านวัฒนธรรม พบว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49

ความคิดเห็นบริษัทฯ กำหนดวันหยุดทำงาน ในวันสำคัญทางศาสนาและประเพณีตามวันหยุดราชการให้แก่ลูกจ้างพบว่าร้อยละ 49.3 เห็นด้วยมาก รองลงมาร้อยละ 32.8 เห็นด้วยปานกลาง และ ร้อยละ 2.2 เห็นด้วยน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78

ความคิดเห็นต่อ บริษัทฯ กำหนดวันหยุดพิเศษที่นอกเหนือจากกฎหมายกำหนดให้แก่ลูกจ้างเช่น การลาแต่งงาน การลารับราชการทหาร การแข่งขันกีฬาประจำปีพบว่าร้อยละ 50.4 เห็นด้วยมาก รองลงมาร้อยละ 32.5 เห็นด้วยปานกลาง และร้อยละ 2.2 อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78

ความคิดเห็นต่อ บริษัทฯ เปิดโอกาสให้ลูกจ้างเสนอความคิดเห็นและการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมต่างๆพบว่าร้อยละ 38.3 เห็นด้วยมาก รองลงมาร้อยละ 32.5 เห็นด้วยปานกลาง และร้อยละ 5.1 อยู่ในระดับน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45

ความคิดเห็นต่อ ผู้บริหารของบริษัทฯ ไปร่วมงานของพนักงาน เช่น งานแต่งงาน งานบวช งานศพ หรืองานอื่นๆของลูกจ้างบริษัทพบว่าร้อยละ 34.7 เห็นด้วยปานกลาง รองลงมาร้อยละ 29.6 เห็นด้วยมาก และร้อยละ 5.5 อยู่ในระดับน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19

ความคิดเห็นต่อ บริษัทฯ อนุญาต ให้ลูกจ้างผู้ชายสามารถลาอุปสมบทได้พบว่าร้อยละ 37.6 เห็นด้วยมาก รองลงมาร้อยละ 34.7 เห็นด้วยปานกลาง และร้อยละ 11.3 อยู่ในระดับเห็นด้วยน้อย และ ร้อยละ 5.5 เห็นด้วยน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37

ความคิดเห็นต่อ บริษัทฯ มีการจัดทอดกฐิน หรือทอดผ้าป่าให้กับวัดในชุมชน พบว่าร้อยละ 42.3 เห็นด้วยมาก รองลงมาร้อยละ 33.2 เห็นด้วยปานกลาง และร้อยละ 5.1 อยู่ในระดับน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39

ความคิดเห็นต่อ บริษัทฯ มีส่วนร่วมในงานกิจกรรมของชุมชน เช่น กิจกรรมวันเด็ก วันสงกรานต์ พบว่าร้อยละ 47.4 เห็นด้วยมาก รองลงมาร้อยละ 27.4 เห็นด้วยปานกลาง และร้อยละ 3.6 อยู่ในระดับน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

2.1 ระยะเวลาการดำเนินงานที่แตกต่างกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

ตารางที่ 4.17 เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านพัฒนาชุมชนโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวจำแนกตามระยะเวลาการดำเนินงาน

กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมด้านพัฒนาชุมชน	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F
บริษัทฯ รับฟังปัญหาของชุมชน ที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานของบริษัท	ระหว่างกลุ่ม	2.178	7	.311	.633
	ภายในกลุ่ม	130.771	266	.492	
	รวม	132.949	273		
บริษัทฯ เข้าไปแก้ปัญหาของชุมชน ที่ได้รับผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัท	ระหว่างกลุ่ม	.923	7	.132	.355
	ภายในกลุ่ม	98.716	266	.371	
	รวม	99.639	273		
บริษัทฯ ให้การสนับสนุนการจัดกิจกรรมพัฒนาชุมชนในสถานที่รอบๆ บริษัท	ระหว่างกลุ่ม	1.321	7	.189	.411
	ภายในกลุ่ม	122.113	266	.459	
	รวม	123.434	273		

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อ สังคมด้านพัฒนาชุมชน	แหล่งความ แปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F
บริษัทฯ เข้าไปช่วยเหลือ ประชาชนที่ประสบภัยธรรมชาติ เช่น น้ำท่วม ไฟไหม้	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม รวม	3.918 139.297 143.215	7 266 273	.560 .524	1.069
บริษัทฯ เข้าไปช่วยเหลือ ผู้ประสบภัยแล้งใน ท้องถิ่นทุรกันดาร	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม รวม	4.213 131.222 135.434	7 266 273	.602 .493	1.220
บริษัทฯ ให้การสนับสนุน การสร้างสาธารณประโยชน์แก่ ชุมชน เช่น ห้องสมุด เป็นต้น	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม รวม	3.645 141.815 145.460	7 266 273	.521 .533	.977
บริษัทฯ ให้ความร่วมมือกับ ชุมชนในการพัฒนาชุมชน อย่างสม่ำเสมอ	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม รวม	1.571 161.349 162.920	7 266 273	.224 .607	.370
	ระหว่างกลุ่ม	1.232	7	.176	.550
รวม	ภายในกลุ่ม	85.199	266	.320	
	รวม	86.431	273		

จากตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความ
รับผิดชอบต่อสังคมด้านพัฒนาชุมชนโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวจำแนกตาม
ระยะเวลาการดำเนินงาน พบว่าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ระยะเวลาการ
ดำเนินงานของสถานประกอบการที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้าน
การพัฒนาชุมชน

ตารางที่ 4.18 เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสุขภาพ อนามัยโดยใช้
การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวจำแนกตามระยะเวลาการดำเนินงาน

กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อ สังคมด้านสุขภาพอนามัย	แหล่งความ แปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F
บริษัทฯ จัดกิจกรรมตรวจ สุขภาพให้แก่ลูกจ้าง	ระหว่างกลุ่ม	.587	7	.084	.133
	ภายในกลุ่ม	167.679	266	.630	
	รวม	168.266	273		
บริษัทจัดสวัสดิการรักษายาบาล ให้แก่ลูกจ้าง	ระหว่างกลุ่ม	8.015	7	1.145	1.339
	ภายในกลุ่ม	227.492	266	.855	
	รวม	235.507	273		
การผลิตสินค้าและบริการของ บริษัทฯ มีอุปกรณ์ป้องกันความ ปลอดภัยในการทำงานให้กับ ลูกจ้างอย่างครบถ้วน	ระหว่างกลุ่ม	7.411	7	1.059	1.337
	ภายในกลุ่ม	210.604	266	.792	
	รวม	218.015	273		
บริษัทฯ จัดสถานที่ทำงานที่ สะอาดและถูกสุขลักษณะ ให้แก่ลูกจ้าง	ระหว่างกลุ่ม	8.449	7	1.207	1.896
	ภายในกลุ่ม	169.346	266	.637	
	รวม	177.796	273		
บริษัทฯ สนับสนุนภาครัฐบาลใน การจัดหน่วยแพทย์เคลื่อนที่ตรวจ สุขภาพให้แก่ คนในชุมชน	ระหว่างกลุ่ม	9.795	7	1.399	1.709
	ภายในกลุ่ม	217.756	266	.819	
	รวม	227.551	273		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	5.303	7	.758	1.263
	ภายในกลุ่ม	159.502	266	.600	
	รวม	164.805	273		

จากตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสุขภาพอนามัยโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวจำแนกตามระยะเวลาการดำเนินงาน พบว่าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ระยะเวลาการดำเนินงานของสถานประกอบการที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสุขภาพอนามัย

ตารางที่ 4.19 เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการศึกษาโดยใช้
การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวจำแนกตามระยะเวลาการดำเนินงาน

กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อ สังคมด้านการศึกษา	แหล่งความ แปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F
บริษัทฯ สนับสนุนทุนการศึกษา ให้กับบุตร พนักงานและนักเรียน ในชุมชน	ระหว่างกลุ่ม	1.632	7	.233	.234
	ภายในกลุ่ม	264.663	266	.995	
	รวม	266.296	273		
บริษัทฯ สนับสนุนทุนการศึกษา ให้กับนักเรียนที่ขาดแคลน	ระหว่างกลุ่ม	2.955	7	.422	.509
	ภายในกลุ่ม	220.655	266	.830	
	รวม	223.609	273		
บริษัทฯ ให้ความร่วมมือใน การสร้างอาคารเรียนให้กับ เด็กในชุมชน	ระหว่างกลุ่ม	4.418	7	.631	.591
	ภายในกลุ่ม	284.301	266	1.069	
	รวม	288.719	273		
บริษัทฯ ให้ความร่วมมือใน การจัดทำห้องสมุดเพื่อชุมชน	ระหว่างกลุ่ม	2.591	7	.370	.464
	ภายในกลุ่ม	212.230	266	.798	
	รวม	214.821	273		
บริษัทฯ ส่งเสริมลูกจ้างได้รับ การศึกษาที่สูงขึ้น	ระหว่างกลุ่ม	2.394	7	.342	.362
	ภายในกลุ่ม	251.099	266	.944	
	รวม	253.493	273		
บริษัทฯ ส่งเสริมให้ลูกจ้างได้รับ การฝึกอบรมและพัฒนาความรู้	ระหว่างกลุ่ม	5.116	7	.731	.542
	ภายในกลุ่ม	358.493	266	1.348	
	รวม	363.609	273		
บริษัทฯ สนับสนุนการรับ นักศึกษาเข้าฝึกงานในบริษัท	ระหว่างกลุ่ม	6.559	7	.937	.716
	ภายในกลุ่ม	348.057	266	1.308	
	รวม	354.617	273		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2.214	7	.316	.404
	ภายในกลุ่ม	208.336	266	.783	
	รวม	210.549	273		

ตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการศึกษาโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวจำแนกตามระยะเวลาการดำเนินงาน พบว่าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ระยะเวลาการดำเนินงานของสถานประกอบการที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการศึกษา

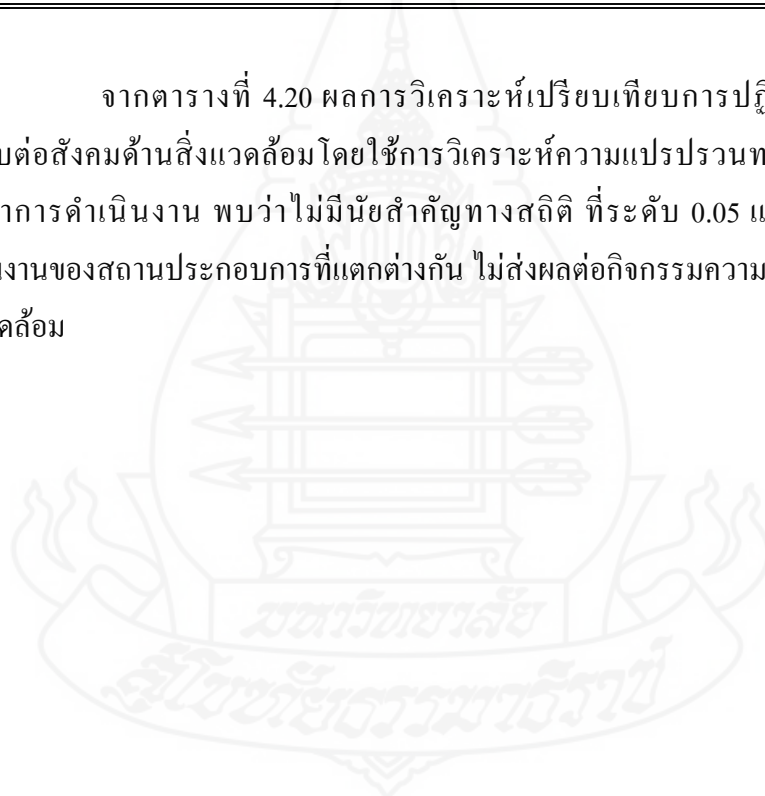
ตารางที่ 4.20 เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวจำแนกตามระยะเวลาการดำเนินงาน

กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อม	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F
บริษัทฯ ให้ความสำคัญและรับผิดชอบต่อผลกระทบที่เกิดจากกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ	ระหว่างกลุ่ม	4.733	7	.676	.703
	ภายในกลุ่ม	255.705	266	.961	
	รวม	260.438	273		
บริษัทฯ ท่านมีมาตรการกำกับดูแลการปล่อยมลพิษทางน้ำสู่ชุมชน	ระหว่างกลุ่ม	4.581	7	.654	.984
	ภายในกลุ่ม	176.850	266	.665	
	รวม	181.431	273		
บริษัทฯ ท่านมีมาตรการกำกับดูแลการปล่อยมลพิษทางอากาศสู่ชุมชน	ระหว่างกลุ่ม	3.963	7	.566	1.020
	ภายในกลุ่ม	147.715	266	.555	
	รวม	151.679	273		
บริษัทฯ ท่านมีมาตรการกำกับดูแลการปล่อยมลพิษทางเสียงที่มีผลกระทบต่อชุมชน	ระหว่างกลุ่ม	4.935	7	.705	1.133
	ภายในกลุ่ม	165.463	266	.622	
	รวม	170.398	273		
บริษัทฯ ของท่านให้ความสำคัญต่อการนำวัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้	ระหว่างกลุ่ม	1.652	7	.236	.373
	ภายในกลุ่ม	168.381	266	.633	
	รวม	170.033	273		
บริษัทฯ ให้ลูกจ้างมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมรักษาสิ่งแวดล้อมภายในบริษัท	ระหว่างกลุ่ม	3.701	7	.529	.851
	ภายในกลุ่ม	165.339	266	.622	
	รวม	169.040	273		

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อม	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F
บริษัทฯ จัดสภาพแวดล้อมในการทำงาน เช่น แสงสว่าง สวนหย่อมที่พักผ่อนให้แก่ลูกจ้าง	ระหว่างกลุ่ม	2.519	7	.360	.473
	ภายในกลุ่ม	202.215	266	.760	
	รวม	204.734	273		
	ระหว่างกลุ่ม	3.084	7	.441	.836
	ภายในกลุ่ม	140.163	266	.527	
รวม	รวม	143.247	273		

จากตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวจำแนกตามระยะเวลาการดำเนินงาน พบว่าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ระยะเวลาการดำเนินงานของสถานประกอบการที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อม



ตารางที่ 4.21 เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิทธิผู้บริโภคโดยใช้
การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวจำแนกตามระยะเวลาการดำเนินงาน

กิจกรรมความรับผิดชอบต่อ สังคมด้านผู้บริโภค	แหล่งความ แปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F
บริษัทฯ คำนึงถึงความปลอดภัย ของลูกค้าจากการใช้สินค้าหรือ บริการ	ระหว่างกลุ่ม	5.033	7	.719	1.011
	ภายในกลุ่ม	189.234	266	.711	
	รวม	194.266	273		
บริษัทฯให้ความสำคัญต่อการจัด จำหน่ายสินค้าและบริการแก่ ลูกค้าโดยเน้นความมีคุณภาพ	ระหว่างกลุ่ม	6.755	7	.965	1.592
	ภายในกลุ่ม	161.259	266	.606	
	รวม	168.015	273		
บริษัทฯมีการประชาสัมพันธ์หรือ อธิบายให้ลูกค้าเข้าใจสินค้าและ บริการก่อนตัดสินใจซื้อ	ระหว่างกลุ่ม	7.317	7	1.045	1.681
	ภายในกลุ่ม	165.431	266	.622	
	รวม	172.748	273		
บริษัทฯชดเชยค่าเสียหายที่เกิดขึ้น จากสินค้าหรือบริการที่ชำรุด ให้แก่ลูกค้าตามเงื่อนไข	ระหว่างกลุ่ม	7.610	7	1.087	2.297
	ภายในกลุ่ม	125.894	266	.473	
	รวม	133.504	273		
บริษัทฯ ระบุระยะเวลาใน การรับประกันอายุการใช้งาน ของสินค้าให้แก่ลูกค้าทุกประเภท	ระหว่างกลุ่ม	7.610	7	1.087	2.297
	ภายในกลุ่ม	125.894	266	.473	
	รวม	133.504	273		
บริษัทฯ ดำเนินการด้านการ บริโภคสินค้า/ใช้บริการโดยเน้น ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก	ระหว่างกลุ่ม	3.919	7	.560	1.026
	ภายในกลุ่ม	145.190	266	.546	
	รวม	149.109	273		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	5.245	7	.749	1.966
	ภายในกลุ่ม	101.366	266	.381	
	รวม	106.611	273		

จากตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิทธิผู้บริโภคโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวจำแนกตามระยะเวลาการดำเนินงาน พบว่าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ระยะเวลาการดำเนินงานของสถานประกอบการที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิทธิผู้บริโภค

ตารางที่ 4.22 เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านวัฒนธรรมโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวจำแนกตามระยะเวลาการดำเนินงาน

กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมด้านวัฒนธรรม	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F
บริษัทกำหนดวันหยุดทำงานในวันสำคัญทางศาสนาและประเพณีตามวันหยุดราชการให้แก่ลูกจ้าง	ระหว่างกลุ่ม	4.797	7	.685	1.307
	ภายในกลุ่ม	139.499	266	.524	
	รวม	144.296	273		
บริษัทฯ กำหนดวันหยุดพิเศษที่นอกเหนือ จากกฎหมายกำหนดให้แก่ลูกจ้างเช่นการลาแต่งงาน การลารับราชการทหาร	ระหว่างกลุ่ม	6.443	7	.920	1.821
	ภายในกลุ่ม	134.419	266	.505	
	รวม	140.861	273		
บริษัทฯ เปิดโอกาสให้ลูกจ้างเสนอความคิดเห็นและการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมต่างๆ	ระหว่างกลุ่ม	8.006	7	1.144	1.104
	ภายในกลุ่ม	275.673	266	1.036	
	รวม	283.679	273		
ผู้บริหารของบริษัทฯ ไปร่วมงานของพนักงาน เช่น งานแต่งงาน งานบวช งานศพ หรืองานอื่นๆ ของลูกจ้างบริษัท	ระหว่างกลุ่ม	14.309	7	2.044	1.916
	ภายในกลุ่ม	283.823	266	1.067	
	รวม	298.131	273		
บริษัทฯ อนุญาตให้ลูกจ้างผู้ชายสามารถลาอุปสมบทได้	ระหว่างกลุ่ม	6.893	7	.985	.973
	ภายในกลุ่ม	269.136	266	1.012	
	รวม	276.029	273		

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อ สังคมด้านวัฒนธรรม	แหล่งความ แปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F
บริษัทที่มีการจัดทอดกฐิน หรือ ทอดผ้าป่าให้กับวัดในชุมชน	ระหว่างกลุ่ม	10.890	7	1.556	1.694
	ภายในกลุ่ม	244.325	266	.919	
	รวม	255.215	273		
บริษัทที่มีส่วนร่วมในงานกิจกรรม ของชุมชน เช่น กิจกรรมวันเด็ก วันสงกรานต์	ระหว่างกลุ่ม	5.184	7	.741	.817
	ภายในกลุ่ม	241.083	266	.906	
	รวม	246.266	273		
รวม	ภายในกลุ่ม	1.048	3	.349	2.498
	ระหว่างกลุ่ม	151.306	270	.560	
	รวม	152.353	273		

จากตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์ที่เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านวัฒนธรรมโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวจำแนกตามระยะเวลาการดำเนินงาน พบว่าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ระยะเวลาการดำเนินงานของสถานประกอบการที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านวัฒนธรรม

2.2 ขนาดองค์กรธุรกิจแตกต่างกันกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

ตารางที่ 4.23 เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านพัฒนาชุมชนโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวจำแนกตามขนาดองค์กรธุรกิจ

กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อ สังคมด้านพัฒนาชุมชน	แหล่งความ แปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F
บริษัทฯ รับฟังปัญหาของชุมชน ที่ได้รับผลกระทบจาก การดำเนินงานของบริษัท	ระหว่างกลุ่ม	2.619	3	.873	1.808
	ภายในกลุ่ม	130.330	270	.483	
	รวม	132.949	273		

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อ สังคมด้านพัฒนาชุมชน	แหล่งความ แปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F
บริษัทฯ เข้าไปแก้ปัญหของ ชุมชน ที่ได้รับผลกระทบต่อ การดำเนินงานของบริษัท	ระหว่างกลุ่ม	1.384	3	.461	1.267
	ภายในกลุ่ม	98.255	270	.364	
	รวม	99.639	273		
บริษัทฯ ให้การสนับสนุนการจัด กิจกรรมพัฒนาชุมชนในสถานที่ รอบๆ บริษัท	ระหว่างกลุ่ม	1.402	3	.467	1.034
	ภายในกลุ่ม	122.033	270	.452	
	รวม	123.434	273		
บริษัทฯ เข้าไปช่วยเหลือ ประชาชนที่ประสบภัยธรรมชาติ เช่น น้ำท่วม ไฟไหม้	ระหว่างกลุ่ม	4.675	3	1.558	3.037
	ภายในกลุ่ม	138.540	270	.513	
	รวม	143.215	273		
บริษัทฯ เข้าไปช่วยเหลือ ผู้ประสบภัยแล้งใน ท้องถิ่นทุรกันดาร	ระหว่างกลุ่ม	4.351	3	1.450	2.987
	ภายในกลุ่ม	131.084	270	.485	
	รวม	135.434	273		
บริษัทฯ ให้การสนับสนุน การสร้างสาธารณประโยชน์ แก่ชุมชน เช่น ห้องสมุด เป็นต้น	ระหว่างกลุ่ม	2.935	3	.978	1.853
	ภายในกลุ่ม	142.525	270	.528	
	รวม	145.460	273		
บริษัทฯ ให้ความร่วมมือกับ ชุมชนในการพัฒนาชุมชน อย่างสม่ำเสมอ	ระหว่างกลุ่ม	4.364	3	1.455	2.477
	ภายในกลุ่ม	158.556	270	.587	
	รวม	162.920	273		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2.800	3	.933	3.013
	ภายในกลุ่ม	83.631	270	.310	
	รวม	86.431	273		

*มีระดับนัยสำคัญที่ 0.05

จากตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านพัฒนาชุมชนโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวจำแนกตามขนาดองค์กรธุรกิจ พบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ขนาดองค์กรธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านพัฒนาชุมชน

โดยแบบรายข้อทั้ง 7 หัวข้อพบว่า ในหัวข้อบริษัทฯ เข้าไปช่วยเหลือประชาชนที่ประสบภัยธรรมชาติ เช่น น้ำท่วม ไฟไหม้ ($F=3.037^*$) พบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติดังนั้นผู้ศึกษาได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้

ตารางที่ 4.24 เปรียบเทียบขนาดองค์กรธุรกิจที่แตกต่างกัน กับหัวข้อบริษัทฯ เข้าไปช่วยเหลือประชาชนที่ประสบภัยธรรมชาติ เช่น น้ำท่วม ไฟไหม้ โดยการวิเคราะห์แบบรายคู่

ขนาด	\bar{X}	ขนาดใหญ่	ขนาดกลาง	ขนาดเล็ก	ขนาดย่อม
		(มีจำนวนคนงานมากกว่า 1,000 คนขึ้นไป)	(มีจำนวนคนงานเกิน 300-999 คน)	(จำนวนคนงาน 50-299 คน)	(จำนวนคนงาน 1-49 คน)
		3.75	3.62	3.51	3.81
ขนาดใหญ่ (มีจำนวนคนงานมากกว่า 1,000 คนขึ้นไป)	3.75	-	0.745	0.406	0.958
ขนาดกลาง (มีจำนวนคนงานเกิน 300-999 คน)	3.62	-	-	0.171	0.325
ขนาดเล็ก (จำนวนคนงาน 50-299 คน)	3.51	-	-	-	0.002
ขนาดย่อม (จำนวนคนงาน 1-49 คน)	3.81	-	-	-	-

*มีระดับนัยสำคัญที่ 0.05

จากตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์ ขนาดองค์กรธุรกิจที่แตกต่างกัน มีผลต่อแนวคิดด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในหัวข้อบริษัทฯ เข้าไปช่วยเหลือประชาชนที่ประสบภัยธรรมชาติ เช่น น้ำท่วม ไฟไหม้ พบว่า สถานประกอบการขนาดเล็กมีจำนวนคนงาน มากกว่า 50-299 คน กับสถานประกอบการขนาดย่อมมีจำนวนคนงานเกิน 1-49 คนมีค่าความน่าจะเป็น

เท่ากับ 0.002* ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า สถานประกอบการขนาดเล็กมีจำนวนคนงานมากกว่า 50-299 คนขึ้นไป มีความคิดเห็นแตกต่างจากสถานประกอบการขนาดย่อมมีจำนวนคนงานเกิน 1-49 คนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ สถานประกอบการขนาดย่อมจำนวนคนงาน 1-49 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 มากกว่าสถานประกอบการขนาดเล็กมีค่าเฉลี่ย 3.51

ในหัวข้อบริษัทฯเข้าไปช่วยเหลือผู้ประสบภัยแล้งในท้องถิ่นทุรกันดาร (F-Prob=0.032*) ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ซึ่งมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญดังนั้นผู้ศึกษาได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้

ตารางที่ 4.25 เปรียบเทียบขนาดองค์กรธุรกิจที่แตกต่างกัน กับหัวข้อบริษัทฯเข้าไปช่วยเหลือผู้ประสบภัยแล้งในท้องถิ่นทุรกันดาร โดยการวิเคราะห์แบบรายคู่

ขนาด	X	ขนาดใหญ่	ขนาดกลาง	ขนาดเล็ก	ขนาดย่อม
		(มีจำนวนคนงานมากกว่า 1,000 คนขึ้นไป)	(มีจำนวนคนงานเกิน 300-999 คน)	(จำนวนคนงาน 50-299 คน)	(จำนวนคนงาน 1-49 คน)
ขนาดใหญ่ (มีจำนวนคนงานมากกว่า 1,000 คนขึ้นไป)	3.75	-	0.619	0.640	0.748
ขนาดกลาง (มีจำนวนคนงานเกิน 300-999 คน)	3.57	-	-	0.892	0.035
ขนาดเล็ก (จำนวนคนงาน 50-299 คน)	3.58	-	-	-	0.005
ขนาดย่อม (จำนวนคนงาน 1-49 คน)	3.86	-	-	-	-

*มีระดับนัยสำคัญที่ 0.05

จากตารางที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์ ขนาดสถานประกอบการที่แตกต่างกัน มีผลต่อนโยบายขององค์กรธุรกิจด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในหัวข้อบริษัทฯเข้าไปช่วยเหลือผู้ประสบภัยแล้งในท้องถิ่นทุรกันดารพบว่า สถานประกอบการขนาดกลางมีจำนวนคนงาน มากกว่า 300-999 คนขึ้นไป กับสถานประกอบการขนาดย่อมมีจำนวนคนงาน 1-49 คน มีค่าความน่าจะเป็น

เท่ากับ 0.035* ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า สถานประกอบการขนาดกลางมีจำนวนคนงานมากกว่า 300-999 คนขึ้นไป มีความคิดเห็นแตกต่างจากสถานประกอบการขนาดย่อมมีจำนวนคนงาน 1-49 คนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ สถานประกอบการขนาดย่อมมีจำนวนคนงาน 1-49 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 มากกว่าสถานประกอบการขนาดเล็กมีจำนวนคนงาน 300-999 คน มีค่าเฉลี่ย 3.57

สถานประกอบการขนาดเล็กมีจำนวนคนงาน มากกว่า 50-299 คน กับสถานประกอบการขนาดย่อมมีจำนวนคนงานเกิน 1-49 คนมีค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.005* ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า สถานประกอบการขนาดเล็กมีจำนวนคนงาน มากกว่า 50-299 คนขึ้นไป มีความคิดเห็นแตกต่างจากสถานประกอบการขนาดย่อมมีจำนวนคนงานเกิน 1-49 คนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ สถานประกอบการขนาดย่อมมีจำนวนคนงาน 1-49 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 มากกว่าสถานประกอบการขนาดเล็กมีจำนวนคนงาน 50-299 คน มีค่าเฉลี่ย 3.58

ตารางที่ 4.26 เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสุขภาพอนามัยโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวจำแนกตามขนาดองค์กรธุรกิจ

กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสุขภาพอนามัย	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F
บริษัทฯ จัดกิจกรรมตรวจสุขภาพให้แก่ลูกจ้าง	ระหว่างกลุ่ม	3.277	3	1.092	1.788
	ภายในกลุ่ม	164.989	270	.611	
	รวม	168.266	273		
บริษัทจัดสวัสดิการรักษายาบาลให้แก่ลูกจ้าง	ระหว่างกลุ่ม	3.608	3	1.203	1.400
	ภายในกลุ่ม	231.899	270	.859	
	รวม	235.507	273		
การผลิตสินค้าและบริการของบริษัทฯ มีอุปกรณ์ป้องกันความปลอดภัยในการทำงานให้กับลูกจ้างอย่างครบถ้วน	ระหว่างกลุ่ม	4.212	3	1.404	1.773
	ภายในกลุ่ม	213.803	270	.792	
	รวม	218.015	273		

ตารางที่ 4.26 (ต่อ)

กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสุขภาพอนามัย	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F
บริษัทฯ จัดสถานที่ทำงานที่สะอาดและถูกสุขลักษณะ ให้แก่ลูกจ้าง	ระหว่างกลุ่ม	2.898	3	.966	1.491
	ภายในกลุ่ม	174.897	270	.648	
	รวม	177.796	273		
บริษัทฯ สนับสนุนภาครัฐบาลในการจัดหน่วยแพทย์เคลื่อนที่ตรวจสุขภาพให้แก่ คนในชุมชน	ระหว่างกลุ่ม	3.296	3	1.099	1.323
	ภายในกลุ่ม	224.255	270	.831	
	รวม	227.551	273		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3.264	3	1.088	1.818
	ภายในกลุ่ม	161.542	270	.598	
	รวม	164.805	273		

จากตารางที่ 4.26 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสุขภาพอนามัยโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวจำแนกตามขนาดองค์กรธุรกิจ พบว่าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ขนาดองค์กรธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสุขภาพอนามัย

ตารางที่ 4.27 เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการศึกษาโดยใช้
การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวจำแนกตามขนาดองค์กรธุรกิจ

กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อ สังคมด้านการศึกษา	แหล่งความ แปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F
บริษัทฯ สนับสนุนทุนการศึกษา ให้กับบุตร พนักงานและนักเรียน ในชุมชน	ระหว่างกลุ่ม	5.528	3	1.843	1.908
	ภายในกลุ่ม	260.768	270	.966	
	รวม	266.296	273		
บริษัทฯ สนับสนุนทุนการศึกษา ให้กับนักเรียนที่ขาดแคลน	ระหว่างกลุ่ม	5.634	3	1.878	2.326
	ภายในกลุ่ม	217.976	270	.807	
	รวม	223.609	273		
บริษัทฯ ให้ความร่วมมือใน การสร้างอาคารเรียนให้กับ เด็กในชุมชน	ระหว่างกลุ่ม	4.870	3	1.623	1.544
	ภายในกลุ่ม	283.849	270	1.051	
	รวม	288.719	273		
บริษัทฯ ให้ความร่วมมือใน การจัดทำห้องสมุดเพื่อชุมชน	ระหว่างกลุ่ม	2.142	3	.714	.907
	ภายในกลุ่ม	212.679	270	.788	
	รวม	214.821	273		
บริษัทฯ ส่งเสริมลูกจ้าง ที่ได้รับการศึกษาที่สูงขึ้น	ระหว่างกลุ่ม	3.512	3	1.171	1.265
	ภายในกลุ่ม	249.980	270	.926	
	รวม	253.493	273		
บริษัทฯ ส่งเสริมให้ลูกจ้างได้รับ การฝึกอบรมและพัฒนาความรู้	ระหว่างกลุ่ม	9.636	3	3.212	2.450
	ภายในกลุ่ม	353.973	270	1.311	
	รวม	363.609	273		
บริษัทฯ สนับสนุนการรับ นักศึกษาเข้าฝึกงานในบริษัท	ระหว่างกลุ่ม	8.112	3	2.704	2.107
	ภายในกลุ่ม	346.505	270	1.283	
	รวม	354.617	273		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	4.809	3	1.603	2.104
	ภายในกลุ่ม	205.740	270	.762	
	รวม	210.549	273		

จากตารางที่ 4.27 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการศึกษาโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวจำแนกตามขนาดองค์กรธุรกิจ พบว่าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ขนาดองค์กรธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการศึกษา

ตารางที่ 4.28 เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมโดยใช้ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวจำแนกตามขนาดองค์กรธุรกิจ

กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อม	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F
บริษัทฯให้ความสำคัญและรับผิดชอบต่อผลกระทบที่เกิดจากกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ	ระหว่างกลุ่ม	6.989	3	2.330	2.482
	ภายในกลุ่ม	253.449	270	.939	
	รวม	260.438	273		
บริษัทฯท่านมีมาตรการกำกับดูแลการปล่อยมลพิษทางน้ำสู่ชุมชน	ระหว่างกลุ่ม	1.338	3	.446	.669
	ภายในกลุ่ม	180.092	270	.667	
	รวม	181.431	273		
บริษัทฯท่านมีมาตรการกำกับดูแลการปล่อยมลพิษทางอากาศสู่ชุมชน	ระหว่างกลุ่ม	.923	3	.308	.551
	ภายในกลุ่ม	150.756	270	.558	
	รวม	151.679	273		
บริษัทฯท่านมีมาตรการกำกับดูแลการปล่อยมลพิษทางเสียงที่มีผลกระทบต่อชุมชน	ระหว่างกลุ่ม	1.471	3	.490	.784
	ภายในกลุ่ม	168.927	270	.626	
	รวม	170.398	273		
บริษัทฯของท่านให้ความสำคัญต่อการนำวัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้	ระหว่างกลุ่ม	.594	3	.198	.315
	ภายในกลุ่ม	169.439	270	.628	
	รวม	170.033	273		
บริษัทฯให้ลูกจ้างมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมรักษาสีสิ่งแวดล้อมภายในบริษัท	ระหว่างกลุ่ม	1.624	3	.541	.873
	ภายในกลุ่ม	167.416	270	.620	
	รวม	169.040	273		

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อม	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F
บริษัทฯ จัดสภาพแวดล้อมในการทำงาน เช่น แสงสว่าง สวนหย่อมที่พักผ่อนให้แก่ลูกจ้าง	ระหว่างกลุ่ม	1.133	3	.378	.501
	ภายในกลุ่ม	203.601	270	.754	
	รวม	204.734	273		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	1.441	3	.480	.914
	ภายในกลุ่ม	141.807	270	.525	
	รวม	143.247	273		

จากตารางที่ 4.28 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวจำแนกตามขนาดองค์กรธุรกิจ พบว่าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ขนาดองค์กรธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อม

ตารางที่ 4.29 เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการดำเนินงานอย่างเป็นธรรมโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวจำแนกตามขนาดองค์กรธุรกิจ

ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการดำเนินงานอย่างเป็นธรรม	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F
บริษัทฯ คำนึงถึงความปลอดภัยของลูกค้าจากการใช้สินค้าหรือบริการ	ระหว่างกลุ่ม	4.152	3	1.384	1.966
	ภายในกลุ่ม	190.114	270	.704	
	รวม	194.266	273		
บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการแก่ลูกค้าโดยเน้นความมีคุณภาพ	ระหว่างกลุ่ม	.772	3	.257	.415
	ภายในกลุ่ม	167.243	270	.619	
	รวม	168.015	273		

ตารางที่ 4.29 (ต่อ)

ความรับผิดชอบต่อสังคม	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F
ด้านการดำเนินงานอย่างเป็นธรรม	บริษัทฯมีการประชาสัมพันธ์หรืออธิบายให้ลูกค้าเข้าใจสินค้าและบริการก่อนตัดสินใจซื้อ	ระหว่างกลุ่ม	3	.434	.683
	ภายในกลุ่ม	171.447	270	.635	
	รวม	172.748	273		
บริษัทฯชดเชยค่าเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าหรือบริการที่ชำรุดให้แก่ลูกค้าตามเงื่อนไข	ระหว่างกลุ่ม	3	.441	.902	
	ภายในกลุ่ม	132.179	270	.490	
	รวม	133.504	273		
บริษัทฯ ระบุระยะเวลาในการรับประกันอายุการใช้งานของสินค้าให้แก่ลูกค้าทุกประเภท	ระหว่างกลุ่ม	3	.441	.902	
	ภายในกลุ่ม	132.179	270	.490	
	รวม	133.504	273		
บริษัทฯ ดำเนินการด้านการบริโภคสินค้า/ใช้บริการโดยเน้นความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก	ระหว่างกลุ่ม	3	.226	.411	
	ภายในกลุ่ม	148.431	270	.550	
	รวม	149.109	273		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	.424	1.087	
	ภายในกลุ่ม	105.339	270	.390	
	รวม	106.611	273		

จากตารางที่ 4.29 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการดำเนินงานอย่างเป็นธรรมโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จำแนกตามขนาดองค์กรธุรกิจ พบว่าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ขนาดองค์กรธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการดำเนินงานอย่างเป็นธรรม

ตารางที่ 4.30 เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านวัฒนธรรมโดยใช้
การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวจำแนกตามขนาดองค์กรธุรกิจ

กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อ สังคมด้านวัฒนธรรม	แหล่งความ แปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F
บริษัทกำหนดวันหยุดทำงานใน วันสำคัญทางศาสนาและประเพณี ตามวันหยุดราชการให้แก่ลูกจ้าง	ระหว่างกลุ่ม	.951	3	.317	.597
	ภายในกลุ่ม	143.345	270	.531	
	รวม	144.296	273		
บริษัทฯ กำหนดวันหยุดพิเศษที่ นอกเหนือ จากกฎหมายกำหนด ให้แก่ลูกจ้างเช่นการลาแต่งงาน การลารับราชการทหาร	ระหว่างกลุ่ม	.731	3	.244	.470
	ภายในกลุ่ม	140.130	270	.519	
	รวม	140.861	273		
บริษัทฯ เปิดโอกาสให้ลูกจ้าง เสนอความคิดเห็นและการมีส่วน ร่วมในการจัดกิจกรรมต่างๆ	ระหว่างกลุ่ม	2.381	3	.794	.762
	ภายในกลุ่ม	281.298	270	1.042	
	รวม	283.679	273		
ผู้บริหารของบริษัทฯ ไปร่วมงาน ของพนักงาน เช่น งานแต่งงาน งานบวช งานศพ หรืองานอื่นๆ ของลูกจ้างบริษัท	ระหว่างกลุ่ม	3.452	3	1.151	1.054
	ภายในกลุ่ม	294.679	270	1.091	
	รวม	298.131	273		
บริษัทฯ อนุญาตให้ลูกจ้างผู้ชาย สามารถลาอุปสมบทได้	ระหว่างกลุ่ม	2.408	3	.803	.792
	ภายในกลุ่ม	273.621	270	1.013	
	รวม	276.029	273		
บริษัทฯ มีการจัดทอดกฐิน หรือ ทอดผ้าป่าให้กับวัดในชุมชน	ระหว่างกลุ่ม	.805	3	.268	.285
	ภายในกลุ่ม	254.411	270	.942	
	รวม	255.215	273		
บริษัทมีส่วนร่วมในงานกิจกรรม ของชุมชน เช่น กิจกรรมวันเด็ก วันสงกรานต์	ระหว่างกลุ่ม	1.039	3	.346	.381
	ภายในกลุ่ม	245.227	270	.908	
	รวม	246.266	273		

ตารางที่ 4.30 (ต่อ)

กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมด้านวัฒนธรรม	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F
	ระหว่างกลุ่ม	1.048	3	.349	.623
รวม	ภายในกลุ่ม	151.306	270	.560	
	รวม	152.353	273		

จากตาราง 4.30 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านวัฒนธรรม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวจำแนกตามขนาดองค์กรธุรกิจ พบว่าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ขนาดองค์กรธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านวัฒนธรรม

2.3 ประเภทองค์กรธุรกิจที่แตกต่างกันกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

ตารางที่ 4.31 เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านพัฒนาชุมชนโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวจำแนกตามประเภทองค์กรธุรกิจ

กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมด้านพัฒนาชุมชน	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F
บริษัทฯ รับฟังปัญหาของชุมชนที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานของบริษัท	ระหว่างกลุ่ม	13.351	11	1.214	2.659
	ภายในกลุ่ม	119.598	262	.456	
	รวม	132.949	273		
บริษัทฯ เข้าไปแก้ปัญหของชุมชนที่ได้รับผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัท	ระหว่างกลุ่ม	10.461	11	.951	2.794
	ภายในกลุ่ม	89.178	262	.340	
	รวม	99.639	273		
บริษัทฯ ให้การสนับสนุนการจัดกิจกรรมพัฒนาชุมชนในสถานที่รอบๆ บริษัท	ระหว่างกลุ่ม	16.978	11	1.543	3.799
	ภายในกลุ่ม	106.456	262	.406	
	รวม	123.434	273		

ตารางที่ 4.31 (ต่อ)

กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านพัฒนาชุมชน	แหล่งความ แปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F
บริษัทฯ เข้าไปช่วยเหลือประชาชนที่ ประสบภัยธรรมชาติ เช่น น้ำท่วม ไฟไหม้	ระหว่างกลุ่ม	17.039	11	1.549	3.217
	ภายในกลุ่ม	126.176	262	.482	
	รวม	143.215	273		
บริษัทฯ เข้าไปช่วยเหลือผู้ประสบภัย แล้งในท้องถิ่นทุรกันดาร	ระหว่างกลุ่ม	22.952	11	2.087	4.860
	ภายในกลุ่ม	112.482	262	.429	
	รวม	135.434	273		
บริษัทฯ ให้การสนับสนุนการสร้าง สาธารณประโยชน์แก่ชุมชน เช่น ห้องสมุด เป็นต้น	ระหว่างกลุ่ม	4.267	11	.388	.720
	ภายในกลุ่ม	141.192	262	.539	
	รวม	145.460	273		
บริษัทฯ ให้ความร่วมมือกับชุมชนใน การพัฒนาชุมชนอย่างสม่ำเสมอ	ระหว่างกลุ่ม	7.949	11	.723	1.222
	ภายในกลุ่ม	154.971	262	.591	
	รวม	162.920	273		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	11.188	11	1.017	3.541
	ภายในกลุ่ม	75.243	262	.287	
	รวม	86.431	273		

จากตารางที่ 4.31 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านพัฒนาชุมชนโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวจำแนกตามประเภทองค์กรธุรกิจ พบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ขนาดองค์กรธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านพัฒนาชุมชน

ในหัวข้อพบว่าบริษัทฯ รับผิดชอบของชุมชน ที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานของบริษัท (F=2.659) พบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นผู้ศึกษาได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้

ตารางที่ 4.32 เปรียบเทียบประเภทองค์กรธุรกิจที่แตกต่างกันกับหัวข้อบริษัทฯ รับฟังปัญหาของชุมชน ที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานของบริษัท โดย
การวิเคราะห์แบบรายคู่

ประเภท		ผลิตภัณฑ์ พลาสติก (053)	ผลิตภัณฑ์ แก้ว (054)	เครื่องปั้น ดินเผา (055)	ผลิตภัณฑ์ จระเข้ (056)	ซีเมนต์ ปูนขาว (057)	อุปกรณ์ โลหะ (058)	ผลิตภัณฑ์ เหล็กกล้า (059)	ผลิตภัณฑ์ โลหะ ขั้นต้น (060)	เครื่องมือ เครื่องใช้ ทำด้วย เหล็ก (061)	เครื่องกล แต่ภายใน อาคารที่ ทำจาก โลหะ (062)	โลหะใช้ ในอาคาร ก่อสร้าง (063)	ผลิตภัณฑ์ โลหะ (064)
	\bar{X}	3.33	3.00	4.50	3.50	3.50	3.84	3.25	4.00	3.83	3.57	3.76	3.72
ผลิตภัณฑ์พลาสติก(053)	3.33	-	0.492	0.017*	0.731	0.731	0.000*	0.811	0.056	0.019	0.375	0.011*	0.000*
ผลิตภัณฑ์แก้ว(054)	3.00	-	-	0.027*	0.460	0.460	0.085	0.670	0.089	0.108	0.292	0.129	0.136
เครื่องปั้นดินเผา(055)	4.50	-	-	-	0.140	0.140	0.181	0.034*	0.394	0.198	0.088	0.141	0.108
ผลิตภัณฑ์จระเข้ (056)	3.50	-	-	-	-	1.000	0.481	0.670	0.394	0.519	0.895	0.601	0.647
ซีเมนต์ ปูนขาว (057)	3.50	-	-	-	-	-	0.481	0.670	0.394	0.519	0.895	0.601	0.647
อุปกรณ์โลหะ (058)	3.84	-	-	-	-	-	-	0.093	0.659	0.960	0.321	0.644	0.307
ผลิตภัณฑ์ เหล็กกล้า (059)	3.25	-	-	-	-	-	-	-	0.118	0.136	0.449	0.166	0.172
ผลิตภัณฑ์โลหะขั้นต้น (060)	4.00	-	-	-	-	-	-	-	-	0.670	0.312	0.519	0.419
เครื่องมือ เครื่องใช้ทำด้วยเหล็ก (061)	3.83	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.416	0.770	0.586
เครื่องกลแต่ภายในอาคารที่ทำจากโลหะ (062)	3.57	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.519	0.571
โลหะใช้ในอาคารก่อสร้าง(063)	3.76	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.801
ผลิตภัณฑ์โลหะ (064)	3.72	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 4.32 ผลการวิเคราะห์ ประเภทอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติก (053) กับประเภทอุตสาหกรรมเครื่องปั้นดินเผา (055) พบว่ามีค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.017 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่าประเภทอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติก (053) มีความคิดเห็นแตกต่างจากประเภทอุตสาหกรรมเครื่องปั้นดินเผา (055) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ ประเภทอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติก (053) มีค่าเฉลี่ย 3.33 ซึ่งมากกว่าประเภทอุตสาหกรรมเครื่องปั้นดินเผา (055) มีค่าเฉลี่ย 4.50

ประเภทอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติก (053) กับประเภทอุตสาหกรรมโลหะใช้ในการก่อสร้าง(063) พบว่ามีค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.011 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือประเภทอุตสาหกรรมโลหะใช้ในการก่อสร้าง(063) มีค่าเฉลี่ย 3.76 ซึ่งมากกว่าประเภทอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติก (053) มีค่าเฉลี่ย 3.33

ประเภทอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติก (053) กับประเภทอุตสาหกรรมอุปกรณ์โลหะ (058) พบว่ามีค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือประเภทอุตสาหกรรมอุปกรณ์โลหะ (058) มีค่าเฉลี่ย 3.84 ซึ่งมากกว่าประเภทอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติก (053) มีค่าเฉลี่ย 3.76

ประเภทอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติก (053) กับประเภทอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โลหะ(064) พบว่ามีค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือประเภทอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โลหะ (064) มีค่าเฉลี่ย 3.72 ซึ่งมากกว่าประเภทอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติก (053) มีค่าเฉลี่ย 3.33

ประเภทอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์แก้ว(054) กับประเภทอุตสาหกรรมเครื่องปั้นดินเผา (055) พบว่ามีค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.027 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือประเภทอุตสาหกรรมเครื่องปั้นดินเผา (055) มีค่าเฉลี่ย 4.50 ซึ่งมากกว่าประเภทอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์แก้ว (054) มีค่าเฉลี่ย 3.00

ประเภทอุตสาหกรรมเครื่องปั้นดินเผา (055) กับประเภทอุตสาหกรรมผลิตเหล็กเหล็กกล้า (059) พบว่ามีค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.034 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือประเภทอุตสาหกรรมเครื่องปั้นดินเผา (055) มีค่าเฉลี่ย 4.50 ซึ่งมากกว่าประเภทอุตสาหกรรมผลิตเหล็ก เหล็กกล้า (059) มีค่าเฉลี่ย 3.25

ในหัวข้อพบว่าบริษัทๆ แก้ไขปัญหาของชุมชน ที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานของบริษัท ($F= 0.002^*$) ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ซึ่งมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญดังนั้นผู้ศึกษาได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้



ตารางที่ 4.33 เปรียบเทียบประเภทองค์กรธุรกิจที่แตกต่างกันกับหัวข้อบริษัทฯ แก้ไขปัญหาของชุมชน โดยการวิเคราะห์แบบรายคู่

ประเภท	\bar{X}	ผลิตภัณฑ์พลาสติก (053)	ผลิตภัณฑ์แก้ว (054)	เครื่องปั้นดินเผา (055)	ผลิตภัณฑ์กระดาษ (056)	ซีเมนต์ ปูนขาว (057)	อุปกรณ์โลหะ (058)	ผลิตภัณฑ์เหล็กกล้า (059)	ผลิตภัณฑ์โลหะขั้นต้น (060)	เครื่องมือเครื่องใช้ทำด้วยเหล็ก (061)	เครื่องกลแต่ภายในอาคารที่ทำงานโลหะ (062)	โลหะใช้ในอาคารก่อสร้าง (063)	ผลิตภัณฑ์โลหะ (064)
		3.36	3.00	4.00	3.50	4.00	3.84	3.00	3.75	3.50	3.71	3.76	3.64
ผลิตภัณฑ์พลาสติก(053)	3.36	-	0.387	0.129	0.742	0.129	0.000*	0.228	0.197	0.451	0.129	0.006*	0.002*
ผลิตภัณฑ์แก้ว(054)	3.00	-	-	0.088	0.392	0.088	0.046*	1.000	0.139	0.263	0.128	0.079	0.123
เครื่องปั้นดินเผา(055)	4.00	-	-	-	0.392	1.000	0.712	0.049*	0.621	0.263	0.542	0.582	0.394
ผลิตภัณฑ์กระดาษ (056)	3.50	-	-	-	-	0.392	0.415	0.323	0.621	1.000	0.647	0.545	0.729
ซีเมนต์ ปูนขาว (057)	4.00	-	-	-	-	-	0.712	0.049*	0.621	0.263	0.542	0.582	0.394
อุปกรณ์โลหะ (058)	3.84	-	-	-	-	-	-	0.006*	0.757	0.070	0.583	0.593	0.056
ผลิตภัณฑ์เหล็ก เหล็กกล้า (059)	3.00	-	-	-	-	-	-	-	0.070	0.139	0.052	0.017*	0.031*
ผลิตภัณฑ์โลหะขั้นต้น (060)	3.75	-	-	-	-	-	-	-	-	0.459	0.922	0.970	0.722
เครื่องมือเครื่องใช้ทำด้วยเหล็ก (061)	3.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.441	0.216	0.418
เครื่องกลแต่ภายในอาคารที่ทำงานโลหะ (062)	3.71	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.852	0.759
โลหะใช้ในอาคารก่อสร้าง(063)	3.76	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.400
ผลิตภัณฑ์โลหะ (064)	3.64	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

ประเภทอุตสาหกรรมผลิตเหล็ก เหล็กกล้า (059) กับประเภทอุตสาหกรรมโลหะใช้ในการก่อสร้าง (063) พบว่ามีค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.017 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ ประเภทอุตสาหกรรมโลหะใช้ในการก่อสร้าง (063) มีค่าเฉลี่ย 3.64 ซึ่งมากกว่า ประเภทอุตสาหกรรมผลิตเหล็ก เหล็กกล้า (059) มีค่าเฉลี่ย 3.00

ในหัวข้อพบว่าบริษัทฯ ให้การสนับสนุนการจัดกิจกรรมพัฒนาชุมชนในสถานที่รอบๆบริษัท ($F = 0.000*$) ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ซึ่งมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญดังนั้นผู้ศึกษาได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้



ตารางที่ 4.34 เปรียบเทียบประเภทองค์กรธุรกิจที่แตกต่างกันกับหัวข้อบริษัทฯ ให้การสนับสนุนการจัดกิจกรรมพัฒนาชุมชนในสถานที่รอบๆ บริษัท โดย
การวิเคราะห์แบบรายคู่

ประเภท		ผลิตภัณฑ์ พลาสติก (053)	ผลิตภัณฑ์ แก้ว (054)	เครื่องปั้น ดินเผา (055)	ผลิตภัณฑ์ กระเบื้อง (056)	ซีเมนต์ ปูนขาว (057)	อุปกรณ์ โลหะ (058)	ผลิตภัณฑ์ เหล็กกล้า (059)	ผลิตภัณฑ์ โลหะ ขั้นต้น (060)	เครื่องมือ เครื่องใช้ ทำด้วย เหล็ก (061)	เครื่องกล แต่ภายใน อาคารที่ ทำจาก โลหะ (062)	โลหะใช้ ในอาคาร ก่อสร้าง (063)	ผลิตภัณฑ์ โลหะ (064)
	\bar{X}	3.33	3.30	4.50	4.00	4.00	3.91	3.00	3.75	3.50	3.71	3.90	3.74
ผลิตภัณฑ์พลาสติก(053)	3.33	-	0.467	0.011*	0.146	0.146	0.000*	0.310	0.205	0.404	0.133	0.000*	0.000*
ผลิตภัณฑ์แก้ว(054)	3.30	-	-	0.019*	0.118	0.118	0.049*	1.000	0.175	0.305	0.163	0.056	0.105
เครื่องปั้นดินเผา(055)	4.50	-	-	-	0.434	0.434	0.202	0.007*	0.175	0.041*	0.125	0.208	0.096
ผลิตภัณฑ์กระเบื้อง (056)	4.00	-	-	-	-	1.000	0.847	0.071	0.651	0.305	0.577	0.840	0.569
ซีเมนต์ ปูนขาว (057)	4.00	-	-	-	-	-	0.847	0.071	0.651	0.305	0.577	0.840	0.569
อุปกรณ์โลหะ (058)	3.91	-	-	-	-	-	-	0.007*	0.628	0.048*	0.448	0.970	0.135
ผลิตภัณฑ์ เหล็กกล้า (059)	3.00	-	-	-	-	-	-	-	0.097	0.175	0.075	0.010*	0.023*
ผลิตภัณฑ์โลหะขั้นต้น (060)	3.75	-	-	-	-	-	-	-	-	0.498	0.929	0.657	0.976
เครื่องมือ เครื่องใช้ทำด้วยเหล็ก (061)	3.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.480	0.080	0.217
เครื่องกลแต่ภายในอาคารที่ทำจากโลหะ (062)	3.71	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.494	0.917
โลหะใช้ในอาคารก่อสร้าง(063)	3.90	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.282
ผลิตภัณฑ์โลหะ (064)	3.74	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ ประเภทอุตสาหกรรมเครื่องปั้นดินเผา (055) มีค่าเฉลี่ย 4.50 มากกว่าประเภทอุตสาหกรรมผลิตเหล็ก เหล็กกล้า (059) มีค่าเฉลี่ย 3.00

ประเภทอุตสาหกรรมเครื่องปั้นดินเผา (055) กับประเภทอุตสาหกรรมผลิตเหล็ก เหล็กกล้า (061) พบว่ามีค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.041 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือประเภทอุตสาหกรรมผลิตเหล็ก เหล็กกล้า (061) มีค่าเฉลี่ย 4.50 มากกว่าประเภทอุตสาหกรรมเครื่องปั้นดินเผา (055) มีค่าเฉลี่ย 3.50

ประเภทอุตสาหกรรมอุปกรณ์โลหะ (058) กับประเภทอุตสาหกรรมผลิตเหล็ก เหล็กกล้า (059) พบว่ามีค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือประเภทอุตสาหกรรมอุปกรณ์โลหะ (058) มีค่าเฉลี่ย 3.91 มากกว่าประเภทอุตสาหกรรมผลิตเหล็ก เหล็กกล้า (059) มีค่าเฉลี่ย 3.00

ประเภทอุตสาหกรรมอุปกรณ์โลหะ (058) กับประเภทอุตสาหกรรมเครื่องมือเครื่องใช้ทำด้วยเหล็ก (061) พบว่ามีค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.048 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือประเภทอุตสาหกรรมอุปกรณ์โลหะ (058) มีค่าเฉลี่ย 3.91 มากกว่าประเภทอุตสาหกรรมเครื่องมือเครื่องใช้ทำด้วยเหล็ก (061) มีค่าเฉลี่ย 3.50

ประเภทอุตสาหกรรมผลิตเหล็ก เหล็กกล้า (059) กับประเภทอุตสาหกรรมโลหะใช้ในการก่อสร้าง (063) พบว่ามีค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.010 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือกับประเภทอุตสาหกรรมโลหะใช้ในการก่อสร้าง (063) มีค่าเฉลี่ย 3.90 มากกว่าประเภทอุตสาหกรรมผลิตเหล็ก เหล็กกล้า (059) มีค่าเฉลี่ย 3.00

ประเภทอุตสาหกรรมผลิตเหล็ก เหล็กกล้า (059) กับประเภทอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โลหะ (064) พบว่ามีค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.023 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ประเภทอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โลหะ (064) มีค่าเฉลี่ย 3.74 มากกว่าประเภทอุตสาหกรรมผลิตเหล็ก เหล็กกล้า (059) มีค่าเฉลี่ย 3.00

ในหัวข้อพบว่าบริษัทเข้าไปช่วยเหลือประชาชนที่ประสบภัยธรรมชาติ เช่น น้ำท่วม ไฟไหม้ (F-Prob= 0.000*) ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ซึ่งมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญดังนั้นผู้ศึกษาได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้

ตารางที่ 4.35 เปรียบเทียบประเภทองค์กรธุรกิจที่แตกต่างกันกับหัวข้อบริษัทเข้าไปช่วยเหลือประชาชนที่ประสภัยธรรมชาติ เช่น น้ำท่วม ไฟไหม้

ประเภท	\bar{X}	ผลิตภัณฑ์ พลาสติก (053)	ผลิตภัณฑ์ แก้ว (054)	เครื่องปั้น ดินเผา (055)	ผลิตภัณฑ์ กระเบื้อง (056)	ซีเมนต์ ปูนขาว (057)	อุปกรณ์ โลหะ (058)	ผลิตภัณฑ์ เหล็กกล้า (059)	ผลิตภัณฑ์ โลหะ ขั้นต้น (060)	เครื่องมือ เครื่องใช้ ทำด้วย เหล็ก (061)	เครื่องกล แต่ภายใน อาคารที่ ทำจาก โลหะ (062)	โลหะใช้ ในอาคาร ก่อสร้าง (063)	ผลิตภัณฑ์ โลหะ (064)
		3.25	3.00	4.00	3.50	4.00	3.87	3.00	4.00	3.67	3.71	3.76	3.70
ผลิตภัณฑ์พลาสติก(053)	3.25	-	0.621	0.131	0.611	0.131	0.000*	0.491	0.036*	0.054	0.090	0.003*	0.000*
ผลิตภัณฑ์แก้ว(054)	3.00	-	-	0.151	0.472	0.151	0.085	1.000	0.097	0.210	0.200	0.139	0.158
เครื่องปั้นดินเผา(055)	4.00	-	-	-	0.472	1.000	0.791	0.097	1.000	0.530	0.608	0.643	0.548
ผลิตภัณฑ์กระเบื้อง (056)	3.50	-	-	-	-	0.472	0.465	0.406	0.406	0.753	0.700	0.610	0.684
ซีเมนต์ ปูนขาว (057)	4.00	-	-	-	-	-	0.791	0.097	1.000	0.530	0.608	0.643	0.548
อุปกรณ์โลหะ (058)	3.87	-	-	-	-	-	-	0.017	0.713	0.376	0.589	0.568	0.185
ผลิตภัณฑ์ เหล็กกล้า (059)	3.00	-	-	-	-	-	-	-	0.043	0.097	0.102	0.045*	0.048*
ผลิตภัณฑ์โลหะขั้นต้น (060)	4.00	-	-	-	-	-	-	-	-	0.406	0.512	0.530	0.400
เครื่องมือเครื่องใช้ทำด้วยเหล็ก (061)	3.67	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.885	0.705	0.868
เครื่องกลแต่ภายในอาคารที่ทำจากโลหะ (062)	3.71	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.875	0.964
โลหะใช้ในอาคารก่อสร้าง(063)	3.76	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.718
ผลิตภัณฑ์โลหะ (064)	3.70	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

ประเภทอุตสาหกรรมผลิตเหล็ก เหล็กกล้า (059) กับประเภทอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โลหะ (064) พบว่ามีค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.048 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ ประเภทอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โลหะ (064) มีค่าเฉลี่ย 3.70มากกว่า ประเภทอุตสาหกรรมผลิตเหล็ก เหล็กกล้า (059) มีค่าเฉลี่ย 3.00

ในหัวข้อพบว่าบริษัทฯ เข้าไปช่วยเหลือผู้ประสบภัยแล้งในท้องถิ่นทุรกันดาร ($F= 0.000^*$) ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ซึ่งมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญดังนั้นผู้ศึกษาได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้



ตารางที่ 4.36 เปรียบเทียบประเภทองค์กรธุรกิจที่แตกต่างกันกับหัวข้อบริษัทฯ เข้าไปช่วยเหลือผู้ประสบภัยแล้งในท้องถิ่นทุรกันดาร

ประเภท	\bar{X}	ผลิตภัณฑ์	ผลิตภัณฑ์	เครื่องปั้น	ผลิตภัณฑ์	ซีเมนต์	อุปกรณ์	ผลิตภัณฑ์	ผลิตภัณฑ์	เครื่องมือ	เครื่องจักร	โลหะใช้	ผลิตภัณฑ์
		พลาสติก (053)	แก้ว (054)	ดินเผา (055)	กระเบื้อง (056)	ปูนขาว (057)	อลูมิเนียม (058)	เหล็กกล้า (059)	โลหะ ขั้นต้น (060)	เครื่องมือ ทำด้วย เหล็ก (061)	เครื่องจักร แต่ภายใน อาคารที่ ทำจาก โลหะ (062)	โลหะใช้ ในอาคาร ก่อสร้าง (063)	ผลิตภัณฑ์ โลหะ (064)
		3.26	3.00	4.50	4.00	3.50	3.93	3.00	3.75	3.50	3.57	4.00	3.78
ผลิตภัณฑ์พลาสติก(053)	3.26	-	0.579	0.009*	0.117	0.611	0.000*	0.440	0.148	0.244	0.233	0.000*	0.000*
ผลิตภัณฑ์แก้ว(054)	3.00	-	-	0.023*	0.128	0.446	0.050	1.000	0.187	0.319	0.278	0.040*	0.097
เครื่องปั้นดินเผา(055)	4.50	-	-	-	0.446	0.128	0.232	0.009*	0.187	0.047*	0.078	0.303	0.124
ผลิตภัณฑ์กระเบื้อง (056)	4.00	-	-	-	-	0.446	0.888	0.079	0.660	0.319	0.415	1.000	0.637
ซีเมนต์ ปูนขาว (057)	3.50	-	-	-	-	-	0.361	0.379	0.660	1.000	0.892	0.303	0.552
อุปกรณ์อลูมิเนียม (058)	3.93	-	-	-	-	-	-	0.007*	0.592	0.043*	0.175	0.701	0.188
ผลิตภัณฑ์เหล็ก เหล็กกล้า (059)	3.00	-	-	-	-	-	-	-	0.107	0.187	0.165	0.006*	0.020
ผลิตภัณฑ์โลหะขั้นต้น (060)	3.75	-	-	-	-	-	-	-	-	0.509	0.664	0.485	0.931
เครื่องมือ เครื่องใช้ทำด้วยเหล็ก (061)	3.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.819	0.036*	0.164
เครื่องจักรแต่ภายในอาคารที่ทำจากโลหะ (062)	3.57	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.135	0.418
โลหะใช้ในอาคารก่อสร้าง(063)	4.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.159
ผลิตภัณฑ์โลหะ (064)	3.78	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

ตารางที่ 4.37 เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านพัฒนาชุมชนโดยใช้
การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวจำแนกตามประเภทองค์กรธุรกิจ

กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านสุขภาพอนามัย	แหล่งความ แปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F
บริษัทฯ จัดกิจกรรมตรวจสุขภาพ ให้แก่ลูกจ้าง	ระหว่างกลุ่ม	17.178	11	1.562	2.708
	ภายในกลุ่ม	151.088	262	.577	
	รวม	168.266	273		
บริษัทจัดสวัสดิการรักษายาบาล ให้แก่ลูกจ้าง	ระหว่างกลุ่ม	17.714	11	1.610	1.937
	ภายในกลุ่ม	217.793	262	.831	
	รวม	235.507	273		
การผลิตสินค้าและบริการของบริษัทฯ มีอุปกรณ์ป้องกันความปลอดภัยในการ ทำงานให้กับลูกจ้างอย่างครบถ้วน	ระหว่างกลุ่ม	19.147	11	1.741	2.293
	ภายในกลุ่ม	198.868	262	.759	
	รวม	218.015	273		
บริษัทฯ จัดสถานที่ทำงานที่สะอาดและ ถูกสุขลักษณะให้แก่ลูกจ้าง	ระหว่างกลุ่ม	17.319	11	1.574	2.570
	ภายในกลุ่ม	160.477	262	.613	
	รวม	177.796	273		
บริษัทฯ สนับสนุนภาครัฐบาลใน การจัดหน่วยแพทย์เคลื่อนที่ตรวจ สุขภาพให้แก่ คนในชุมชน	ระหว่างกลุ่ม	12.312	11	1.119	1.362
	ภายในกลุ่ม	215.239	262	.822	
	รวม	227.551	273		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	14.394	11	1.309	2.279
	ภายในกลุ่ม	150.412	262	.574	
	รวม	164.805	273		

จากตารางที่ 4.37 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความ
รับผิดชอบต่อสังคมด้านสุขภาพอนามัยโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวจำแนกตาม
ประเภทองค์กรธุรกิจ พบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ขนาดองค์กรธุรกิจที่แตกต่างกัน
ส่งผลต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสุขภาพอนามัย

ในหัวข้อพบว่าบริษัทฯ จัดกิจกรรมให้แก่ลูกจ้าง ($F=2.708$) ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ซึ่งมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญดังนั้นผู้ศึกษาได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ย คู่ใดบ้างแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้



ตารางที่ 4.38 เปรียบเทียบประเภทองค์กรธุรกิจที่แตกต่างกันกับหัวข้อบริษัทฯ เข้าไปช่วยเหลือผู้ประสบภัยแล้งในท้องถิ่นทุรกันดาร โดยวิเคราะห์รายคู่

ประเภท	\bar{X}	ผลิตภัณฑ์ พลาสติก (053)	ผลิตภัณฑ์ แก้ว (054)	เครื่องปั้น ดินเผา (055)	ผลิตภัณฑ์ กระเบื้อง (056)	ซีเมนต์ ปูทาง (057)	อุปกรณ์ โลหะ (058)	ผลิตภัณฑ์ เหล็กกล้า (059)	ผลิตภัณฑ์ โลหะ ขั้นต้น (060)	เครื่องมือ เครื่องใช้ ทำด้วย เหล็ก (061)	เครื่องกล แต่ภายใน อาคารที่ ทำจาก โลหะ (062)	โลหะใช้ ในอาคาร ก่อสร้าง (063)	ผลิตภัณฑ์ โลหะ (064)
		3.19	3.00	4.00	3.50	3.50	3.78	2.50	2.50	3.25	3.43	3.71	3.55
ผลิตภัณฑ์พลาสติก(053)	3.19	-	0.730	0.137	0.568	0.568	0.000*	0.079	0.875	0.796	0.426	0.006*	0.003*
ผลิตภัณฑ์แก้ว(054)	3.00	-	-	0.189	0.511	0.511	0.158	0.448	0.704	0.667	0.482	0.205	0.313
เครื่องปั้นดินเผา(055)	4.00	-	-	-	0.511	0.511	0.686	0.023*	0.225	0.197	0.349	0.612	0.405
ผลิตภัณฑ์กระเบื้อง (056)	3.50	-	-	-	-	1.000	0.613	0.130	0.704	0.667	0.907	0.703	0.929
ซีเมนต์ ปูทาง (057)	3.50	-	-	-	-	-	0.613	0.130	0.704	0.667	0.907	0.703	0.929
อุปกรณ์โลหะ (058)	3.78	-	-	-	-	-	-	0.001*	0.184	0.033*	0.259	0.752	0.091
ผลิตภัณฑ์ เหล็กกล้า (059)	2.50	-	-	-	-	-	-	-	0.164	0.088	0.052	0.004*	0.007*
ผลิตภัณฑ์โลหะขั้นต้น (060)	2.50	-	-	-	-	-	-	-	-	1.000	0.708	0.263	0.442
เครื่องมือ เครื่องใช้ทำด้วยเหล็ก (061)	3.25	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.621	0.092	0.199
เครื่องกลแต่ภายในอาคารที่ทำจากโลหะ (062)	3.43	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.389	0.687
โลหะใช้ในอาคารก่อสร้าง(063)	3.71	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.361
ผลิตภัณฑ์โลหะ (064)	3.55	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

ตารางที่ 4.38 ผลการวิเคราะห์ ประเภทอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติก (053) กับประเภทอุตสาหกรรมอุปกรณ์โลหะ (058) พบว่ามีค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือประเภทอุตสาหกรรมอุปกรณ์โลหะ (058) มีค่าเฉลี่ย 3.78 มากกว่าประเภทอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติก (053) มีค่าเฉลี่ย 3.19

ประเภทอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติก (053) กับประเภทอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โลหะใช้ในการก่อสร้าง(063) พบว่ามีค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ ประเภทอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โลหะใช้ในการก่อสร้าง(063) มีค่าเฉลี่ย 3.71 มากกว่าประเภทอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติก (053) มีค่าเฉลี่ย 3.19

ประเภทอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติก (053) กับประเภทอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โลหะ(064) พบว่ามีค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือประเภทอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โลหะ (064) มีค่าเฉลี่ย 3.55 มากกว่า ประเภทอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติก (053) มีค่าเฉลี่ย 3.19

ประเภทอุตสาหกรรมเครื่องปั้นดินเผา (055) กับประเภทอุตสาหกรรมผลิตเหล็กเหล็กกล้า (059) พบว่ามีค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.023 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือประเภทอุตสาหกรรมเครื่องปั้นดินเผา (055) มีค่าเฉลี่ย 4.00 มากกว่า ประเภทอุตสาหกรรมผลิตเหล็ก เหล็กกล้า (059) มีค่าเฉลี่ย 2.50

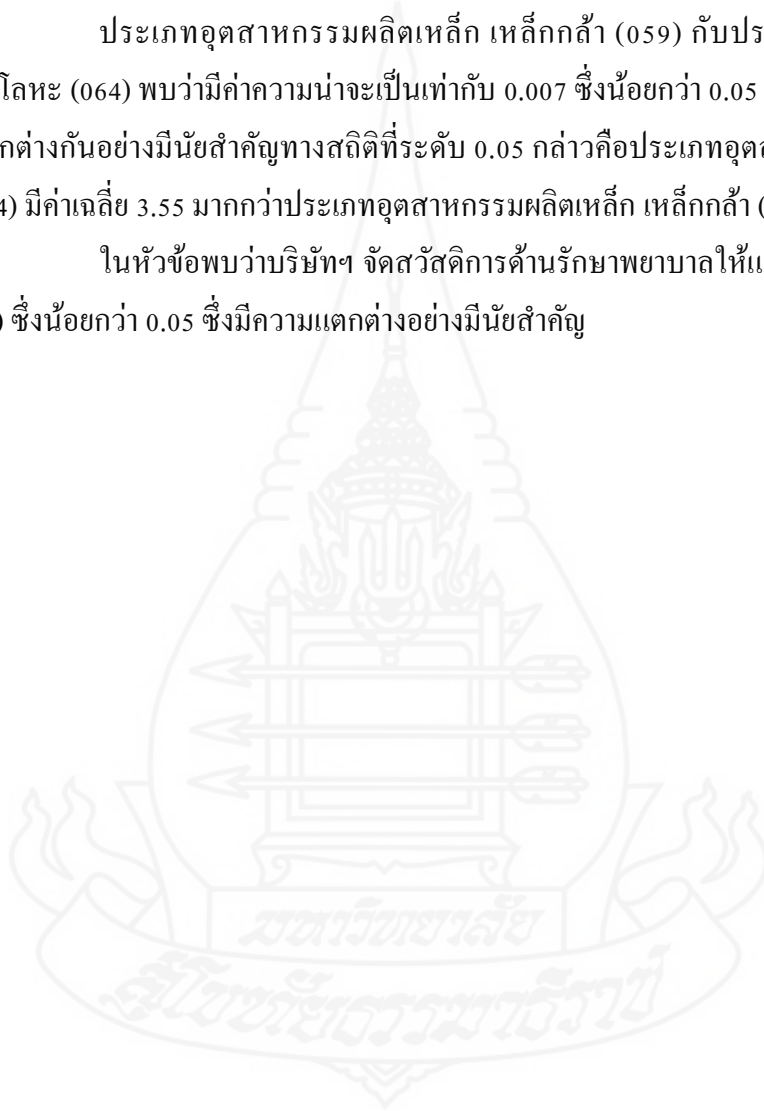
ประเภทอุตสาหกรรมอุปกรณ์โลหะ (058) กับประเภทอุตสาหกรรมผลิตเหล็กเหล็กกล้า (059) พบว่ามีค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือประเภทอุตสาหกรรมอุปกรณ์โลหะ (058) มีค่าเฉลี่ย 3.78 มากกว่าประเภทอุตสาหกรรมผลิตเหล็ก เหล็กกล้า (059) มีค่าเฉลี่ย 2.50

ประเภทอุตสาหกรรมอุปกรณ์โลหะ (058) กับประเภทอุตสาหกรรมเครื่องมือเครื่องใช้ทำด้วยเหล็ก (061) พบว่ามีค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.033 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือประเภทอุตสาหกรรมอุปกรณ์โลหะ (058) มีค่าเฉลี่ย 3.78 มากกว่า ประเภทอุตสาหกรรมเครื่องมือเครื่องใช้ทำด้วยเหล็ก (061) มีค่าเฉลี่ย 3.25

ประเภทอุตสาหกรรมผลิตเหล็ก เหล็กกล้า (059) กับประเภทอุตสาหกรรมโลหะใช้ในการก่อสร้าง (063) พบว่ามีค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือประเภทอุตสาหกรรมโลหะใช้ในการก่อสร้าง (063) มีค่าเฉลี่ย 3.71 มากกว่าประเภทอุตสาหกรรมผลิตเหล็ก เหล็กกล้า (059) มีค่าเฉลี่ย 2.50

ประเภทอุตสาหกรรมผลิตเหล็ก เหล็กกล้า (059) กับประเภทอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โลหะ (064) พบว่ามีค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือประเภทอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โลหะ (064) มีค่าเฉลี่ย 3.55 มากกว่าประเภทอุตสาหกรรมผลิตเหล็ก เหล็กกล้า (059) มีค่าเฉลี่ย 2.50

ในหัวข้อพบว่าบริษัทฯ จัดสวัสดิการด้านรักษาพยาบาลให้แก่ลูกจ้าง ($F=0.035$) ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ซึ่งมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ



ตารางที่ 4.39 เปรียบเทียบประเภทองค์กรธุรกิจที่แตกต่างกันกับหัวข้อบริษัทฯ จัดสวัสดิการด้านรักษาพยาบาลให้แก่ลูกจ้างโดยเปรียบเทียบรายคู่

ประเภท	\bar{X}	ผลิตภัณฑ์ พลาสติก (053)	ผลิตภัณฑ์ แก้ว (054)	เครื่องปั้น ดินเผา (055)	ผลิตภัณฑ์ กระเบื้อง (056)	ซีเมนต์ ปูนขาว (057)	อุปกรณ์ อโลหะ (058)	ผลิตภัณฑ์ เหล็กกล้า (059)	ผลิตภัณฑ์ โลหะ ขั้นต้น (060)	เครื่องมือ เครื่องใช้ ทำด้วย เหล็ก (061)	เครื่องกล แต่ภายใน อาคารที่ ทำจาก โลหะ (062)	โลหะใช้ ในอาคาร ก่อสร้าง (063)	ผลิตภัณฑ์ โลหะ (064)
		3.78	4.00	4.50	3.00	4.00	4.09	2.50	3.50	3.33	3.43	4.00	3.82
ผลิตภัณฑ์พลาสติก(053)	3.78	-	0.740	0.274	0.233	0.740	0.081	0.007*	0.547	0.116	0.329	0.340	0.807
ผลิตภัณฑ์แก้ว(054)	4.00	-	-	0.584	0.274	1.000	0.893	0.059	0.527	0.339	0.435	1.000	0.779
เครื่องปั้นดินเผา(055)	4.50	-	-	-	0.101	0.584	0.533	0.012*	0.206	0.095	0.144	0.459	0.295
ผลิตภัณฑ์กระเบื้อง (056)	3.00	-	-	-	-	0.274	0.100	0.527	0.527	0.633	0.558	0.140	0.210
ซีเมนต์ ปูนขาว (057)	4.00	-	-	-	-	-	0.893	0.059	0.527	0.339	0.435	1.000	0.779
อุปกรณ์อโลหะ (058)	4.09	-	-	-	-	-	-	0.001*	0.217	0.011*	0.076	0.712	0.096
ผลิตภัณฑ์เหล็กกล้า (059)	2.50	-	-	-	-	-	-	-	0.122	0.115	0.105	0.003*	0.005*
ผลิตภัณฑ์โลหะขั้นต้น (060)	3.50	-	-	-	-	-	-	-	-	0.752	0.901	0.316	0.495
เครื่องมือเครื่องใช้ทำด้วยเหล็ก (061)	3.33	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.826	0.044	0.083
เครื่องกลแต่ภายในอาคารที่ทำจากโลหะ (062)	3.43	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.152	0.276
โลหะใช้ในอาคารก่อสร้าง(063)	4.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.403

อุตสาหกรรมโลหะใช้ในการก่อสร้าง (063) มีค่าเฉลี่ย 4.00 มากกว่าประเภทอุตสาหกรรมเครื่องมือเครื่องใช้ทำด้วยเหล็ก (061) มีค่าเฉลี่ย 3.33

ในหัวข้อพบว่าการผลิตสินค้าและบริการของบริษัทฯ มีอุปกรณ์ป้องกันความปลอดภัยในการทำงานให้กับลูกจ้างอย่างครบถ้วน ($F=2.293$) ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ซึ่งมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญดังนั้นผู้ศึกษาได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้



ตารางที่ 4.40 เปรียบเทียบประเภทองค์กรธุรกิจที่แตกต่างกันกับหัวข้อการผลิตสินค้าและบริการของบริษัทฯ มีอุปกรณ์ป้องกันความปลอดภัยในการทำงาน
ให้กับลูกจ้างอย่างครบถ้วน โดยเปรียบเทียบรายคู่

ประเภท		ผลิตภัณฑ์ พลาสติก (053)	ผลิตภัณฑ์ แก้ว (054)	เครื่องปั้น ดินเผา (055)	ผลิตภัณฑ์ กระเบื้อง (056)	ซีเมนต์ ปูนขาว (057)	อุปกรณ์ โลหะ (058)	ผลิตภัณฑ์ เหล็กกล้า (059)	ผลิต โลหะ ขั้นต้น (060)	เครื่องมือ เครื่องใช้ ทำด้วย เหล็ก (061)	เครื่องกล แต่ภายใน อาคารที่ ทำงาน โลหะ (062)	โลหะใช้ ในอาคาร ก่อสร้าง (063)	ผลิตภัณฑ์ โลหะ (064)
	\bar{X}	3.70	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	2.50	3.25	3.17	3.29	4.05	3.73
ผลิตภัณฑ์พลาสติก(053)	3.70	-	0.627	0.627	0.267	0.627	0.069	0.008*	0.321	0.053	0.237	0.103	0.795
ผลิตภัณฑ์แก้ว(054)	4.00	-	-	1.000	0.252	1.000	1.000	0.048*	0.321	0.212	0.307	0.941	0.665
เครื่องปั้นดินเผา(055)	4.00	-	-	-	0.252	1.000	1.000	0.048*	0.321	0.212	0.307	0.941	0.665
ผลิตภัณฑ์กระเบื้อง (056)	3.00	-	-	-	-	0.252	0.113	0.508	0.741	0.802	0.683	0.105	0.241
ซีเมนต์ ปูนขาว (057)	4.00	-	-	-	-	-	1.000	0.048*	0.321	0.212	0.307	0.941	0.665
อุปกรณ์โลหะ (058)	4.00	-	-	-	-	-	-	0.001*	0.100	0.004*	0.045*	0.836	0.084
ผลิตภัณฑ์ เหล็กกล้า (059)	2.50	-	-	-	-	-	-	-	0.225	0.186	0.151	0.001*	0.006*
ผลิตโลหะขั้นต้น (060)	3.25	-	-	-	-	-	-	-	-	0.869	0.948	0.095	0.280
เครื่องมือ เครื่องใช้ทำด้วยเหล็ก (061)	3.17	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.774	0.006*	0.035*
เครื่องกลแต่ภายในอาคารที่ทำงานโลหะ (062)	3.29	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.046*	0.192
โลหะใช้ในอาคารก่อสร้าง(063)	4.05	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.130
ผลิตภัณฑ์โลหะ (064)	3.73	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

อุตสาหกรรมอุปกรณ์โลหะ (058) มีค่าเฉลี่ย 4.00 มากกว่า ประเภทอุตสาหกรรมเครื่องตกแต่งภายในอาคารที่ทำจากโลหะ(062) มีค่าเฉลี่ย 3.29

ประเภทอุตสาหกรรมผลิตเหล็ก เหล็กกล้า (059) กับประเภทอุตสาหกรรมโลหะใช้ในการก่อสร้าง (063) พบว่ามีค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือประเภทอุตสาหกรรมโลหะใช้ในการก่อสร้าง (063) มีค่าเฉลี่ย 4.05 มากกว่า ประเภทอุตสาหกรรมผลิตเหล็ก เหล็กกล้า (059) มีค่าเฉลี่ย 2.50

ประเภทอุตสาหกรรมผลิตเหล็ก เหล็กกล้า (059) กับประเภทอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โลหะ (064) พบว่ามีค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือประเภทอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โลหะ (064) มีค่าเฉลี่ย 3.73 มากกว่า ประเภทอุตสาหกรรมผลิตเหล็ก เหล็กกล้า (059) มีค่าเฉลี่ย 2.50

ประเภทอุตสาหกรรมเครื่องมือเครื่องใช้ทำด้วยเหล็ก (061) กับประเภทอุตสาหกรรมโลหะใช้ในการก่อสร้าง (063) พบว่ามีค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือประเภทอุตสาหกรรมโลหะใช้ในการก่อสร้าง (063) มีค่าเฉลี่ย 4.05 มากกว่า ประเภทอุตสาหกรรมเครื่องมือเครื่องใช้ทำด้วยเหล็ก (061) มีค่าเฉลี่ย 3.17

ประเภทอุตสาหกรรมเครื่องมือเครื่องใช้ทำด้วยเหล็ก (061) กับประเภทอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โลหะ (064) พบว่ามีค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.035 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือประเภทอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โลหะ (064) มีค่าเฉลี่ย 3.73 มากกว่าประเภทอุตสาหกรรมเครื่องมือเครื่องใช้ทำด้วยเหล็ก (061) มีค่าเฉลี่ย 3.17

ประเภทอุตสาหกรรมเครื่องมือเครื่องตกแต่งภายในอาคารที่ทำจากโลหะ (062) กับประเภทอุตสาหกรรมโลหะใช้ในการก่อสร้าง (063) พบว่ามีค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.046 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือประเภทอุตสาหกรรมโลหะใช้ในการก่อสร้าง (063) มีค่าเฉลี่ย 4.05 มากกว่า ประเภทอุตสาหกรรมเครื่องมือเครื่องตกแต่งภายในอาคารที่ทำจากโลหะ (062) มีค่าเฉลี่ย 3.29

ในหัวข้อพบว่าบริษัทฯ จัดสถานที่ทำงานที่สะอาดและถูกสุขลักษณะให้แก่ลูกจ้าง ($F=2.570$) ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ซึ่งมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญดังนั้นผู้ศึกษาได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้



ตารางที่ 4.41 เปรียบเทียบประเภทองค์กรธุรกิจที่แตกต่างกันกับหัวข้อบริษัทฯ จัดสถานที่ทำงานที่สะอาดและถูกสุขลักษณะให้แก่ลูกจ้าง โดยเปรียบเทียบรายคู่

ประเภท	\bar{X}	ผลิตภัณฑ์	ผลิตภัณฑ์แก้ว	เครื่องปั้นดินเผา	ผลิตภัณฑ์กระจก	ซีเมนต์ ปูนขาว	อุปกรณ์โลหะ	ผลิตภัณฑ์เหล็กกล้า	ผลิตภัณฑ์โลหะขั้นต้น	เครื่องมือเครื่องใช้ทำด้วยเหล็ก	เครื่องกลแต่ภายในอาคารที่ทำงานโลหะ	โลหะใช้ในอาคารก่อสร้าง	ผลิตภัณฑ์โลหะ (064)
		(053)	(054)	(055)	(056)	(057)	(058)	(059)	(060)	(061)	(062)	(063)	(064)
	\bar{X}	3.78	4.00	4.00	3.00	3.50	3.96	2.50	3.25	3.17	3.29	3.95	3.68
ผลิตภัณฑ์พลาสติก(053)	3.78	-	0.669	0.699	0.164	0.615	0.250	0.002*	0.187	0.012*	0.111	0.385	0.412
ผลิตภัณฑ์แก้ว(054)	4.00	-	-	1.000	0.202	0.523	0.937	0.028*	0.269	0.164	0.256	0.935	0.571
เครื่องปั้นดินเผา(055)	4.00	-	-	-	0.202	0.523	0.937	0.028*	0.269	0.164	0.256	0.935	0.571
ผลิตภัณฑ์กระจก (056)	3.00	-	-	-	-	0.523	0.092	0.461	0.713	0.781	0.649	0.101	0.223
ซีเมนต์ ปูนขาว (057)	3.50	-	-	-	-	-	0.421	0.141	0.713	0.578	0.733	0.435	0.744
อุปกรณ์โลหะ (058)	3.96	-	-	-	-	-	-	0.000*	0.085	0.002*	0.036*	0.988	0.052
ผลิตภัณฑ์เหล็ก เหล็กกล้า (059)	2.50	-	-	-	-	-	-	-	0.177	0.141	0.110	0.001*	0.003*
ผลิตภัณฑ์โลหะขั้นต้น (060)	3.25	-	-	-	-	-	-	-	-	0.854	0.942	0.101	0.279
เครื่องมือเครื่องใช้ทำด้วยเหล็ก (061)	3.17	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.749	0.006*	0.031
เครื่องกลแต่ภายในอาคารที่ทำงานโลหะ (062)	3.29	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.052	0.195
โลหะใช้ในอาคารก่อสร้าง(063)	3.95	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.151
ผลิตภัณฑ์โลหะ (064)	3.68	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

อุตสาหกรรมอุปกรณ์โลหะ (058) มีค่าเฉลี่ย 3.96 มากกว่าประเภทอุตสาหกรรมเครื่องตกแต่งภายในอาคารที่ทำจากโลหะ(062) มีค่าเฉลี่ย 3.29

ประเภทอุตสาหกรรมผลิตเหล็ก เหล็กกล้า (059) กับประเภทอุตสาหกรรมโลหะใช้ในการก่อสร้าง (063) พบว่ามีค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือประเภทอุตสาหกรรมโลหะใช้ในการก่อสร้าง (063) มีค่าเฉลี่ย 3.95 มากกว่า ประเภทอุตสาหกรรมผลิตเหล็ก เหล็กกล้า (059) มีค่าเฉลี่ย 2.50

ประเภทอุตสาหกรรมผลิตเหล็ก เหล็กกล้า (059) กับประเภทอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โลหะ (064) พบว่ามีค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือประเภทอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โลหะ (064) มีค่าเฉลี่ย 3.68 มากกว่า ประเภทอุตสาหกรรมผลิตเหล็ก เหล็กกล้า (059) มีค่าเฉลี่ย 2.50

ประเภทอุตสาหกรรมเครื่องมือเครื่องใช้ทำด้วยเหล็ก (061) กับประเภทอุตสาหกรรมโลหะใช้ในการก่อสร้าง (063) พบว่ามีค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือประเภทอุตสาหกรรมโลหะใช้ในการก่อสร้าง (063) มีค่าเฉลี่ย 3.95 มากกว่า ประเภทอุตสาหกรรมเครื่องมือเครื่องใช้ทำด้วยเหล็ก (061)มีค่าเฉลี่ย 3.17

ประเภทอุตสาหกรรมเครื่องมือเครื่องใช้ทำด้วยเหล็ก (061) กับประเภทอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โลหะ (064) พบว่ามีค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.031 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าเฉลี่ย 3.95 มากกว่าประเภทอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โลหะ (064) มีค่าเฉลี่ย 3.68มากกว่า ประเภทอุตสาหกรรมเครื่องมือเครื่องใช้ทำด้วยเหล็ก (061)มีค่าเฉลี่ย 3.17

ตารางที่ 4.42 เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการศึกษาโดยใช้
การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวจำแนกตามประเภทองค์กรธุรกิจ

กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการศึกษา	แหล่งความ แปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F
บริษัทฯ สนับสนุนทุนการศึกษาให้กับ บุตร พนักงานและนักเรียนในชุมชน	ระหว่างกลุ่ม	11.689	11	1.063	1.093
	ภายในกลุ่ม	254.607	262	.972	
	รวม	266.296	273		
บริษัทฯ สนับสนุนทุนการศึกษาให้กับ นักเรียนที่ขาดแคลน	ระหว่างกลุ่ม	7.552	11	.687	.833
	ภายในกลุ่ม	216.057	262	.825	
	รวม	223.609	273		
บริษัทฯ ให้ความร่วมมือในการสร้าง อาคารเรียนให้กับเด็กในชุมชน	ระหว่างกลุ่ม	13.265	11	1.206	1.147
	ภายในกลุ่ม	275.454	262	1.051	
	รวม	288.719	273		
บริษัทฯ ให้ความร่วมมือในการจัดทำ ห้องสมุดเพื่อชุมชน	ระหว่างกลุ่ม	8.535	11	.776	.985
	ภายในกลุ่ม	206.287	262	.787	
	รวม	214.821	273		
บริษัทฯ ส่งเสริมลูกจ้างได้รับการศึกษาที่ สูงขึ้น	ระหว่างกลุ่ม	8.498	11	.773	.826
	ภายในกลุ่ม	244.994	262	.935	
	รวม	253.493	273		
บริษัทฯ ส่งเสริมให้ลูกจ้างได้รับ การฝึกอบรมและพัฒนาความรู้	ระหว่างกลุ่ม	25.987	11	2.362	1.833
	ภายในกลุ่ม	337.623	262	1.289	
	รวม	363.609	273		
บริษัทฯ สนับสนุนการรับนักศึกษาเข้า ฝึกงานในบริษัท	ระหว่างกลุ่ม	39.750	11	3.614	3.007
	ภายในกลุ่ม	314.867	262	1.202	
	รวม	354.617	273		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	9.748	11	.886	1.156
	ภายในกลุ่ม	200.801	262	.766	
	รวม	210.549	273		

จากตารางที่ 4.42 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความ
รับผิดชอบต่อสังคมด้านการศึกษาโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวจำแนกตามประเภท
องค์กรธุรกิจ พบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ขนาดองค์กรธุรกิจที่แตกต่างกัน
ส่งผลต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการศึกษา



ตารางที่ 4.43 เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมโดยใช้
การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวจำแนกตามประเภทองค์กรธุรกิจ

กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม	แหล่งความ แปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F
บริษัทฯให้ความสำคัญและรับผิดชอบต่อ ผลกระทบที่เกิดจากกระบวนการผลิต สินค้าและบริการ	ระหว่างกลุ่ม	12.070	11	1.097	1.157
	ภายในกลุ่ม	248.368	262	.948	
	รวม	260.438	273		
บริษัทฯท่านมีมาตรการกำกับดูแล การปล่อยมลพิษทางน้ำสู่ชุมชน	ระหว่างกลุ่ม	12.734	11	1.158	1.798
	ภายในกลุ่ม	168.697	262	.644	
	รวม	181.431	273		
บริษัทฯท่านมีมาตรการกำกับดูแล การปล่อยมลพิษทางอากาศสู่ชุมชน	ระหว่างกลุ่ม	9.234	11	.839	1.544
	ภายในกลุ่ม	142.445	262	.544	
	รวม	151.679	273		
บริษัทฯท่านมีมาตรการกำกับดูแล การปล่อยมลพิษทางเสียงที่มี ผลกระทบต่อชุมชน	ระหว่างกลุ่ม	18.068	11	1.643	2.825
	ภายในกลุ่ม	152.330	262	.581	
	รวม	170.398	273		
บริษัทฯของท่านให้ความสำคัญต่อ การนำวัสดุที่สามารถนำกลับ มาใช้ใหม่ได้	ระหว่างกลุ่ม	12.889	11	1.172	1.954
	ภายในกลุ่ม	157.144	262	.600	
	รวม	170.033	273		
บริษัทฯ ให้ลูกจ้างมีส่วนร่วมใน การจัดกิจกรรมรักษาสิ่งแวดล้อม ภายในบริษัท	ระหว่างกลุ่ม	7.599	11	.691	1.121
	ภายในกลุ่ม	161.441	262	.616	
	รวม	169.040	273		
บริษัทฯ จัดสภาพแวดล้อมในการทำงาน เช่น แสงสว่าง สวนหย่อมที่พักผ่อน ให้แก่ลูกจ้าง	ระหว่างกลุ่ม	7.949	11	.723	.962
	ภายในกลุ่ม	196.784	262	.751	
	รวม	204.734	273		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	9.779	11	.889	1.745
	ภายในกลุ่ม	133.468	262	.509	
	รวม	143.247	273		

จากตารางที่ 4.43 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวจำแนกตามประเภทองค์กรธุรกิจ พบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ขนาดองค์กรธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อม

ตารางที่ 4.44 เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านผู้บริโภคโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวจำแนกตามประเภทองค์กรธุรกิจ

กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านผู้บริโภค	แหล่งความ แปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F
บริษัทฯ ดำเนินถึงความปลอดภัย ของลูกค้าจากการใช้สินค้า หรือบริการ	ระหว่างกลุ่ม	9.087	11	.826	1.169
	ภายในกลุ่ม	185.180	262	.707	
	รวม	194.266	273		
บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการจัด จำหน่ายสินค้าและบริการแก่ลูกค้า โดยเน้นความมีคุณภาพ	ระหว่างกลุ่ม	9.180	11	.835	1.377
	ภายในกลุ่ม	158.834	262	.606	
	รวม	168.015	273		
บริษัทฯ มีการประชาสัมพันธ์หรือ อธิบายให้ลูกค้าเข้าใจสินค้าและ บริการก่อนตัดสินใจซื้อ	ระหว่างกลุ่ม	13.637	11	1.240	2.041
	ภายในกลุ่ม	159.111	262	.607	
	รวม	172.748	273		
บริษัทฯ ชดใช้ค่าเสียหายที่เกิดขึ้นจาก สินค้าหรือบริการที่ชำรุดให้แก่ลูกค้า ตามเงื่อนไข	ระหว่างกลุ่ม	7.199	11	.654	1.357
	ภายในกลุ่ม	126.305	262	.482	
	รวม	133.504	273		
บริษัทฯ ระบุระยะเวลาใน การรับประกันอายุการใช้งานของ สินค้าให้แก่ลูกค้าทุกประเภท	ระหว่างกลุ่ม	7.199	11	.654	1.357
	ภายในกลุ่ม	126.305	262	.482	
	รวม	133.504	273		
บริษัทฯ ดำเนินการด้านการบริโภค สินค้า/ใช้บริการโดยเน้นความพึงพอใจ ของลูกค้าเป็นหลัก	ระหว่างกลุ่ม	9.628	11	.875	1.644
	ภายในกลุ่ม	139.482	262	.532	
	รวม	149.109	273		

ตารางที่ 4.44 (ต่อ)

กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านผู้บริโภค	แหล่งความ แปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F
	ระหว่างกลุ่ม	6.895	11	.627	1.647
รวม	ภายในกลุ่ม	99.716	262	.381	
	รวม	106.611	273		

จากตารางที่ 4.44 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านผู้บริโภคโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวจำแนกตามประเภทองค์กรธุรกิจ พบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ขนาดองค์กรธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านผู้บริโภค

ตารางที่ 4.45 เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ด้าน วัฒนธรรมโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวจำแนกตามประเภทองค์กรธุรกิจ

กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านวัฒนธรรม	แหล่งความ แปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F
บริษัทกำหนดวันหยุดทำงานในวัน สำคัญทางศาสนาและประเพณี ตามวันหยุดราชการให้แก่ลูกจ้าง	ระหว่างกลุ่ม	6.072	11	.552	1.046
	ภายในกลุ่ม	138.223	262	.528	
	รวม	144.296	273		
บริษัทกำหนดวันหยุดพิเศษ ที่นอกเหนือ จากกฎหมายกำหนดให้แก่ ลูกจ้างเช่นการลาแต่งงาน การลารับ ราชการทหาร	ระหว่างกลุ่ม	14.412	11	1.310	2.715
	ภายในกลุ่ม	126.449	262	.483	
	รวม	140.861	273		
บริษัทฯ เปิดโอกาสให้ลูกจ้างเสนอความ คิดเห็นและการมีส่วนร่วมในการจัด กิจกรรมต่างๆ	ระหว่างกลุ่ม	18.300	11	1.664	1.642
	ภายในกลุ่ม	265.379	262	1.013	
	รวม	283.679	273		

ตารางที่ 4.45 (ต่อ)

กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านวัฒนธรรม	แหล่งความ แปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F
ผู้บริหารของบริษัทฯ ไปร่วมงานของ พนักงาน เช่น งานแต่งงาน งานบวช งานศพ หรืองานอื่นๆ ของลูกจ้างบริษัท	ระหว่างกลุ่ม	8.692	11	.790	.715
	ภายในกลุ่ม	289.440	262	1.105	
	รวม	298.131	273		
บริษัทฯ อนุญาตให้ลูกจ้างผู้ชายสามารถ ลาอุปสมบทได้	ระหว่างกลุ่ม	8.565	11	.779	.763
	ภายในกลุ่ม	267.465	262	1.021	
	รวม	276.029	273		
บริษัทฯ มีการจัดทอดกฐิน หรือทอดผ้าป่าให้กับวัดในชุมชน	ระหว่างกลุ่ม	12.175	11	1.107	1.193
	ภายในกลุ่ม	243.040	262	.928	
	รวม	255.215	273		
บริษัทมีส่วนร่วมในงานกิจกรรมของ ชุมชน เช่น กิจกรรมวันเด็ก วันสงกรานต์	ระหว่างกลุ่ม	15.574	11	1.416	1.608
	ภายในกลุ่ม	230.693	262	.881	
	รวม	246.266	273		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	8.744	11	.795	1.450
	ภายในกลุ่ม	143.610	262	.548	
	รวม	152.353	273		

จากตารางที่ 4.45 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการปฏิบัติกิจกรรมความ
รับผิดชอบต่อสังคมด้านผู้บริโภคร โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวจำแนกตามประเภท
องค์กรธุรกิจ พบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ขนาดองค์กรธุรกิจที่แตกต่างกัน
ส่งผลต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านวัฒนธรรม

บทที่ 5

สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมขององค์กรธุรกิจในจังหวัดปทุมธานี มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบาย และประเภทกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ โดยเปรียบเทียบความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรจำแนกตามลักษณะขององค์กรธุรกิจ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา กับกลุ่มประชากรตัวอย่างในการศึกษาคือ ผู้บริหารขององค์กรธุรกิจภาคอุตสาหกรรมในจังหวัดปทุมธานีจำนวน 274 ราย

หลังจากเก็บข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรม SPSS ในการคำนวณและวิเคราะห์สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว ANOVA (One Way Analysis of Variance) และวิธีการเปรียบเทียบพหุคูณแบบ LSD หรือ Fisher's Least – Significant Different เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยประชากรครั้งละหลายคู่ ผลการศึกษาสามารถสรุปภาพรวมได้ดังนี้

1. สรุปการวิจัย

1.1 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.1.1 เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบาย ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ

1.1.2 ศึกษากิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ

1.1.3 เพื่อเปรียบเทียบความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรจำแนกตามลักษณะขององค์กรธุรกิจ

1.2 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรที่ใช้ศึกษาเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ บริษัทในจังหวัดปทุมธานี ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ใน

การศึกษาเท่ากับ 274 ตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนาการแจกแจงความถี่ (Frequency) หาค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง สถิติเชิงอนุมาน การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว ANOVA (One Way Analysis of Variance) และวิธีการเปรียบเทียบพหุคูณแบบ LSD เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยประชากรครั้งละหลายคู่โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในการทดสอบสมมติฐาน

1.3 ผลการวิจัย

ผลการวิจัยจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 274 บริษัท พบว่า

1.3.1 ข้อมูลทั่วไปของลักษณะองค์กรธุรกิจ

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุสถานประกอบการเฉลี่ย 6-10 ปี โดยเป็นสถานประกอบการขนาดเล็ก มีจำนวนคนงาน 50-299 คน ดำเนินธุรกิจประเภท โรงงาน ประกอบกิจการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์โลหะ (064)

1.3.2 ระดับความคิดเห็นขององค์กรธุรกิจที่มีต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมด้านต่างๆ ด้านการกำกับดูแลองค์กร อยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.53 ด้านสิทธิมนุษยชนอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52 ด้านการปฏิบัติด้านแรงงานอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.47 ด้านการปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.47 ด้านการดำเนินงานอย่างเป็นธรรม อยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.47 ด้านผู้บริโภค อยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.57 ด้านการพัฒนาชุมชนและสังคมอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.58

1.3.3 ระดับความคิดเห็นขององค์กรด้านกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการพัฒนาชุมชน อยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.56 ด้านสุขภาพอนามัย อยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.78 ด้านการศึกษา อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.88 ด้านสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.72 ด้านสิทธิผู้บริโภค อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.62 ด้านวัฒนธรรม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.75

1.4 สรุปสมมุติฐานการวิจัยและการอภิปรายผล

1.4.1 อายุสถานประกอบการที่แตกต่างกัน มีผลต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อ

สังคม

- ด้านการพัฒนาชุมชน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- ด้านสุขภาพอนามัย ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- ด้านการศึกษา ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- ด้านสิ่งแวดล้อม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- ด้านสิทธิผู้บริโภค ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- ด้านวัฒนธรรม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.4.2 ขนาดประกอบการที่แตกต่างกัน มีผลต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

- ด้านพัฒนาชุมชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- ด้านสุขภาพอนามัย ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- ด้านการศึกษา ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- ด้านสิ่งแวดล้อม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- ด้านสิทธิผู้บริโภค ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- ด้านวัฒนธรรม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.4.3 ประเภทสถานประกอบการที่แตกต่างกัน มีผลต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อ

ต่อสังคม

- ด้านพัฒนาชุมชน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05
- ด้านสุขภาพอนามัย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05
- ด้านการศึกษา ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05
- ด้านสิ่งแวดล้อม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05
- ด้านสิทธิผู้บริโภค ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05
- ด้านวัฒนธรรม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

2. ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาทำให้ผู้วิจัยได้ทราบถึงทัศนคติ ผู้บริหารที่มีต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านต่างๆ ตลอดจนการจัดกิจกรรมและบริการที่สะท้อนถึงความรับผิดชอบต่อสังคมในเรื่องดังกล่าว ทำให้เกิดข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาดังนี้

1. สถานประกอบการขนาดต่างๆ ควรคำนึงถึงถึงการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมด้านข้อปฏิบัติด้านแรงงานเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด ในเรื่อง การจ้างงาน การจัดสวัสดิการ การจ่ายเงินเดือน รวมทั้งคำนึงถึงความปลอดภัยในการทำงาน

2. สถานประกอบการขนาดต่างๆ ควรคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมในประเด็น การปล่อยมลพิษ ของเสียออกนอกโรงงาน การดูแลรักษาสภาพแวดล้อมภายในสังคม และชุมชน รวมทั้งมีแนวทางในการดำเนินธุรกิจที่ไม่เป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม

3. สถานประกอบการขนาดต่างๆ ควรคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมด้านพัฒนาชุมชน ในการช่วยเหลือประชาชน ด้านภัยพิบัติธรรมชาติ

4. สถานประกอบการควรพิจารณาการจัดกิจกรรมช่วยเหลือชุมชนและสังคมตามความสามารถขององค์กรอย่างเต็มกำลัง ที่จะปฏิบัติได้ โดยการสนับสนุนด้านต่างๆ เช่น การสร้างสาธารณประโยชน์ให้แก่ชุมชน เช่น การเป็นผู้นำในการให้ความรู้และช่วยเหลือชุมชน การลงทุนด้าน สุขภาพอนามัย การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในการช่วยเหลือชุมชน และลดความกังวลของชุมชนในการอยู่ร่วมกับสถานประกอบการ ด้วยการสร้างความมั่นใจให้กับชุมชน

5. สถานประกอบการควรคำนึงถึงสุขภาพอนามัย พนักงาน การดูแลใส่ใจในการรักษาสุขภาพของพนักงาน

ข้อเสนอแนะที่มีต่อภาครัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1. สภาอุตสาหกรรมแต่ละจังหวัด ควรณรงค์ในการให้สถานประกอบการต่างๆ หันมาตระหนักถึงการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม และเพิ่มแรงจูงใจในการเข้าร่วมโครงการ ควรจัดให้มีการมอบประกาศเกียรติคุณ หรือให้รางวัลยกย่องแก่องค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ให้เป็นที่รู้จักเผยแพร่ให้สังคมได้รับรู้ เป็นการสร้างกำลังใจให้กับองค์กรธุรกิจในการปฏิบัติต่อไป และเป็นตัวอย่างที่ดีให้แก่องค์กรอื่นๆ

2. สภาอุตสาหกรรมควรส่งเสริมการจัดกิจกรรมขององค์กรธุรกิจภาคอุตสาหกรรมที่จัดเพื่อสังคม และสำรวจของต้องการของผู้เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นข้อมูลในการจัดกิจกรรมเพิ่มเติม ตลอดจนเพิ่มมาตรการในการส่งเสริมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

3. สภาอุตสาหกรรมจังหวัด ควรเป็นผู้ประสานงานให้ความรู้ แก่ผู้บริหารองค์กรธุรกิจภาคอุตสาหกรรม ผู้แทน ชุมชนและลูกจ้าง เพื่อให้ทั้งหมดมีความเข้าใจตรงกันในการจัดกิจกรรมเพื่อสังคม และเป็นสื่อการในการอำนวยความสะดวกในการจัดกิจกรรมต่างๆ

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องที่ขั้นตอนต่างๆ ในการดำเนินกิจกรรมและบริการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม
2. ควรศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการจัดกิจกรรมและบริการที่สะท้อนถึงความรับผิดชอบต่อสังคมด้านอื่นๆ



บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- กรมโรงงานอุตสาหกรรม (2553) *คู่มือมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อสังคม*, กรุงเทพมหานคร :ธรรมสาร
- กรมโรงงานอุตสาหกรรม(2550).*ตำราฉบับคัดมลพิษทางอากาศ.พิมพ์ครั้งที่ 2* กรุงเทพมหานคร ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- กรมโรงงานอุตสาหกรรม(2551).*ตำราฉบับคัดมลพิษน้ำ.พิมพ์ครั้งที่4* กรุงเทพมหานคร สำนักเทคโนโลยีอุตสาหกรรม กรมโรงงานสิ่งแวดล้อม
- กรีนไชย ศรีโคกกรวด (2549) “ ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์มือสองในเขตจังหวัดนครราชสีมา” วิทยานิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตร์มหาบัณฑิต คณะสังคมสงเคราะห์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- โกวิทย์ สวัสดิ์มัลลง (2550) “ ความรับผิดชอบต่อสังคมด้าน การแก้ไขปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการรถเอกชนร่วมบริการ ขสมก” วิทยานิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตร์มหาบัณฑิต คณะสังคมสงเคราะห์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- จิตติมา ปรีเมฉินทร์ (2552) “การดำเนินการเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ในประเทศไทย” วิทยานิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตร์มหาบัณฑิต คณะสังคมสงเคราะห์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- จินตนา บุญบงการ (2541) *สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ.กรุงเทพมหานคร บริษัท พิมพ์ดี*
- ดวงเดือน พันธุ์นาวัน (2524) *จิตวิทยาจริยธรรมและจิตวิทยาภาษา.กรุงเทพมหานครสำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิชย์ จำกัด*
- ธงชัย สันติวงษ์ (2540).*องค์การและการจัดการทันสมัยยุคโลกาภิวัตน์.กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิชย์ จำกัด*
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2553) *วิทยานิพนธ์ 1* นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช วิทยาการจัดการ
- มนตรี เลิศสกุลเจริญ(2547) “แนวทางการพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจภาคอุตสาหกรรมในจังหวัดนนทบุรี “วิทยานิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตร์มหาบัณฑิต คณะสังคมสงเคราะห์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์,และคณะ (2539).*องค์การและการจัดการ.กรุงเทพมหานคร:ดวงกลมสมัย*
- สมยศ นากาวิ(2530) *การบริหารธุรกิจ* กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์บรรณกิจ

สุดาว เลิศวิสุทธิไพบูลย์ (2550, 13 มีนาคม) “CSR ทิศทางขององค์กรยุคใหม่” *โพสทูเดย์*

หน้า 37-43

บัณฑิตา ทรัพย์กมล (2544) “ความรับผิดชอบต่อสังคมและองค์กรภาคธุรกิจ: ศึกษาเฉพาะกรณีโรงงานอุตสาหกรรมเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตรมหาบัณฑิต คณะสังคมสงเคราะห์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

รัตนา รัตน์ะ (2551) “ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย:

กรณีศึกษาโครงการกรุงไทยยูวาณิช” วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

วายุ กาญจนศร (2551) “ความรับผิดชอบต่อสังคม ของนักศึกษาสาขาวิชาพลศึกษา

คณะศึกษาศาสตร์” วิทยานิพนธ์ ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตร

และการสอนบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ราชสีห์ เสนะวงศ์ (2550) “ความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์สยามกีฬารายวัน”

วิทยานิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตรมหาบัณฑิต คณะสังคมสงเคราะห์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

<http://www.labor.go.th> สืบค้นวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2554

<http://www.diw.go.th> สืบค้นวันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2554

<http://reg.ksu.ac.th> สืบค้นวันที่ 3 กุมภาพันธ์

<http://www.siamcement.com> สืบค้นวันที่ 5 กุมภาพันธ์

<http://www.cpallnews.com> สืบค้นวันที่ 6 กุมภาพันธ์

<http://www.pttplc.com> สืบค้นวันที่ 6 กุมภาพันธ์

<http://www.ais.c.th> สืบค้นวันที่ 6 กุมภาพันธ์



ภาคผนวก

มหาวิทยาลัย

ราชภัฏสกลนคร



ภาคผนวก
แบบสอบถาม

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

ศูนย์วิจัยการบรรณารักษ์

แบบสอบถามเรื่อง

เรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในจังหวัดปทุมธานี

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป(ลักษณะองค์กรธุรกิจ)

โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ บนข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1) สถานประกอบการของท่านก่อตั้งมาแล้วกี่ปี

 1-5 ปี 6-10 ปี 11-15 ปี 16-20 ปี 21-25 ปี 26-30 ปี 31-35 ปี 36 ปี ขึ้นไป โปรดระบุ.....ปี

2) ขนาดสถานประกอบการของท่าน

 ขนาดใหญ่ มีจำนวนคนงาน มากกว่า 1,000 คนขึ้นไป ขนาดกลาง มีจำนวนคนงานเกิน 300-999 คน ขนาดเล็ก จำนวนคนงาน 50-299 คน ขนาดย่อม จำนวนคนงาน 1-49 คน

3) ประเภทอุตสาหกรรม

- โรงงานอุตสาหกรรมประกอบผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์พลาสติก (053)
- โรงงานผลิตแก้ว เส้นใยแก้ว และผลิตภัณฑ์แก้ว(054)
- โรงงานผลิตภัณฑ์เครื่องกระเบื้องเคลือบ เครื่องปั้นดินเผา หรือเครื่องดินเผาและรวมทั้งการเตรียมวัสดุเพื่อการดังกล่าว(055)
- โรงงานผลิตอิฐ กระเบื้องหรือท่อ สำหรับใช้ในการก่อสร้างเป้าหมายหลอมโลหะ กระเบื้องประดับ หรือวัสดุทนไฟจากดินเหนียว(056)
- โรงงานประกอบกิจกรรมเกี่ยวกับซีเมนต์ ปูนขาวหรือปูนปลาสเตอร์(057)
- โรงงานประกอบผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับอุปกรณ์โลหะ(058)
- โรงงานประกอบกิจการเกี่ยวกับการ ถลุง หลอม รีด ดึง หรือผลิตเหล็กหรือเหล็กกล้าในขั้นต้น(059)
- โรงงานประกอบกิจการเกี่ยวกับถลุง ผสม ทำให้บริสุทธิ์ หลอม หล่อ รีด ดึง หรือผลิตโลหะในขั้นต้น ซึ่งมีไขเหล็กหรือเหล็กกล้า(060)
- โรงงานผลิต ตกแต่ง ดัดแปลง หรือซ่อมแซมเครื่องมือ เครื่องใช้ที่ทำด้วยเหล็กหรือเหล็กกล้าและรวมถึงส่วนประกอบอุปกรณ์เครื่องมือและเครื่องใช้ดังกล่าว (061)
- โรงงานผลิตตกแต่ง ดัดแปลง หรือซ่อมแซมเครื่องเรือน หรือเครื่องตกแต่งภายในอาคารที่ทำจากโลหะหรือโลหะเป็นส่วนใหญ่และรวมถึงส่วนประกอบและอุปกรณ์ของเครื่องเรือนหรือเครื่องตกแต่งดังกล่าว(062)
- โรงงานประกอบกิจกรรมโลหะสำหรับการก่อสร้าง(063)
- โรงงานประกอบกิจการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์โลหะ(064)

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของบริษัทฯ ต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียง

คำตอบเดียว

นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านการกำกับดูแลองค์กร					
4.บริษัทฯ ยอมรับสิทธิตามกฎหมายและสิทธิประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเคร่งครัด					
5.บริษัทฯ มีการปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด					
6. บริษัทฯ มีการสื่อสารนโยบายและการดำเนินงานที่เป็นธรรมและมีความโปร่งใสให้กับสาธารณชนและพนักงานของบริษัทฯ รับทราบ					
ด้านสิทธิมนุษยชน					
7. บริษัทฯ มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านการรณรงค์สิทธิมนุษยชน					
8. กรณีที่บริษัทฯ ท่านมีลูกจ้างที่มีความแตกต่างด้านเชื้อชาติ ศาสนา เพศ และคนพิการ บริษัทฯ ได้มีการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน					
9. บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการเคารพสิทธิส่วนตัวของพนักงานรักษาข้อมูลความลับพนักงาน					

นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
10. บริษัทฯ คำนึงด้านการเคารพสิทธิของทุกคนในด้านมาตรฐานค่าครองชีพที่เพียงพอในเรื่องสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของตนและครอบครัวในด้านปัจจัยพื้นฐานการรักษาทางการแพทย์					
11. บริษัทฯ ไม่เลือกปฏิบัติในการจ้างงาน การคัดเลือก การพัฒนาฝึกอบรม และการเลื่อนตำแหน่ง ซึ่งมีการพิจารณาจากคุณสมบัติทักษะ และประสบการณ์ ไม่ใช่เกณฑ์ในเรื่องเชื้อชาติ สีผิว เพศ ศาสนา องค์กร การเมือง สัญชาติหรือแหล่งกำเนิดทางสังคม					
การปฏิบัติด้านแรงงาน 12. บริษัทฯ ไม่แสวงหาการหลบเลี่ยงภาระหน้าที่ของนายจ้างตามที่ กฎหมายได้กำหนด					
13. บริษัทฯ มีการจ้างงาน การจัดสวัสดิการ และการจ่ายเงินเดือนมีหลักเกณฑ์กำหนดเป็นประกาศที่ชัดเจนและเป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง					
14. บริษัทฯ ตระหนักถึงความปลอดภัยในการทำงาน ความเสี่ยงต่อสุขภาพการทำงาน มีการจัดหาอุปกรณ์ป้องกันอันตรายต่างๆ และมีโครงการและกิจกรรมรณรงค์ในด้านดังกล่าว					

นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
15. บริษัท ฯ มีการส่งเสริมด้านการพัฒนา และการฝึกอบรม และ โอกาสความก้าวหน้า ของพนักงาน					
16. บริษัทฯ ของท่าน ไม่แบ่งแยกความแตกต่างของพนักงานด้านเพศ เชื้อชาติ ศาสนาไม่เป็นอุปสรรคในการพิจารณา ความก้าวหน้าในงานของพนักงาน					
<u>ด้านสิ่งแวดล้อม</u>					
17. บริษัทฯ มีมาตรการกำกับดูแลการปล่อยมลพิษทางน้ำ อากาศ ของเสีย อันเป็นอันตรายต่อสิ่งมีชีวิต					
18. บริษัทฯ ให้ความร่วมมือภาครัฐในด้านการควบคุมมลพิษเพื่อแก้ไขปัญหาด้านสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติโดยเสมือนเป็นหน้าที่					
19. การแก้ไขปัญหาสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมของสถานประกอบการ					
20.บริษัทฯมีหน้าที่ในการพัฒนาความรู้ ความเข้าใจในการด้านสิ่งแวดล้อม มลภาวะ ให้กับพนักงาน ชุมชน สังคม					

นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
21. บริษัทฯ ของท่านมีแนวทางในการดำเนินธุรกิจที่ไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม เป็นความร่วมมืออนุรักษ์สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ					
การดำเนินงานอย่างเป็นธรรม					
22. บริษัทฯ ของท่านมีการตอบแทนให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นไปอย่างเหมาะสม					
23. บริษัทฯ มีนโยบายการมีส่วนร่วมทางการเมือง โดยไม่เลือกปฏิบัติ และเป็นไปอย่างเหมาะสมเช่นกรณี การเปิดโอกาสให้พนักงานไปใช้สิทธิเลือกตั้งทางการเมือง					
24. บริษัทฯ ของท่านมีส่วนร่วมอย่างจริงจังในการยกระดับความตระหนักของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในเรื่องหลักการและประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม					
25. บริษัทฯ ของท่านมีการเคารพในสิทธิทรัพย์สินของผู้อื่นเช่น หลักฐานการใช้ Software ที่มีลิขสิทธิ์เป็นต้น					
ด้านผู้บริโภค					
26. บริษัทฯ ของท่านมีการสื่อสารและให้ข้อมูลของสินค้าและบริการ ที่ครบถ้วนและเป็นข้อเท็จจริงอย่างเหมาะสม					

นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
27. บริษัทฯ เห็นด้วยกับการเน้นในเรื่องสิทธิของผู้บริโภค โดยคำนึงถึงผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ สุขภาพอนามัยและความปลอดภัยของผู้บริโภค รวมถึงการโฆษณาที่เป็นความจริง					
28. บริษัทฯ ไม่เลือกปฏิบัติต่อผู้บริโภคบนพื้นฐานของศาสนา เพศ เชื้อชาติ หรือถิ่นที่อยู่					
29. บริษัทฯ รับผิดชอบต่อผู้บริโภค กรณีสินค้าและบริการเกิดความเสียหายหรืออันตรายในเงื่อนไขที่ระบุไว้					
30. บริษัทฯ มีการจัดหาและพัฒนาสินค้าและบริการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม					
ด้านการพัฒนาชุมชนและสังคม					
31. บริษัทฯ มีการกำหนดนโยบายในการจัดกิจกรรมหรือบริการเพื่อสังคม โดยมีงบประมาณ					
32. บริษัทฯ ของท่านมี การช่วยเหลือชุมชนและสังคม โดยสร้างจุดเด่นขึ้นในชุมชนโดยเป็นผู้นำในการแก้ไขปัญหาให้กับชุมชนและสังคม					
33. บริษัทฯ ของท่าน มีการลงทุนด้านสุขภาพและจัดสวัสดิการให้กับชุมชน เช่น การมอบทุนการศึกษา การสนับสนุนด้านศิลปวัฒนธรรม จะสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นกับองค์กร					

นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
34. บริษัทฯ ของท่านมีการลงทุนในกิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม โดยพิจารณาเรื่องสิ่งแวดล้อม สังคมและการกำกับดูแลภายในองค์กร ให้เหมาะกับท้องถิ่นที่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมประกอบกิจการอยู่					
35. บริษัทฯ ของท่านมีการลงทุนเพื่อสังคมที่มีความสัมพันธ์และสอดคล้องต่อผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างเหมาะสมและพิจารณาการลงทุน ขนาดขององค์กรและข้อกังวลของชุมชนเป็นหลัก					



ตอนที่ 3 : ประเภทกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านพัฒนาชุมชน ด้านสุขภาพอนามัย
ด้านการศึกษา ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสิทธิผู้บริโภคและด้านวัฒนธรรม
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องซึ่งตรงกับความคิดเห็นของท่าน

กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านต่างๆ	ระดับปฏิบัติการ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านการพัฒนาชุมชน					
36.บริษัทฯ รับฟังปัญหาของชุมชน ที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานของบริษัท					
37. บริษัทฯ เข้าไปแก้ปัญหของชุมชน ที่ได้รับผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัท					
38. บริษัทฯ ให้การสนับสนุนการจัดกิจกรรมพัฒนาชุมชนในสถานที่รอบๆบริษัท					
39.บริษัทฯ เข้าไปช่วยเหลือประชาชนที่ประสบภัยธรรมชาติ เช่น น้ำท่วม ไฟไหม้					
40. บริษัทฯ เข้าไปช่วยเหลือผู้ประสบภัยแล้งในท้องถิ่นทุรกันดาร					
41.บริษัทฯ ให้การสนับสนุนการสร้างสาธารณประโยชน์ให้แก่ชุมชน เช่น ห้องสมุด เป็นต้น					
42.บริษัทฯ ให้ความร่วมมือกับชุมชนในการพัฒนาชุมชนอย่างสม่ำเสมอ					
ด้านสุขภาพอนามัย					
43. บริษัทฯ จัดกิจกรรมตรวจสุขภาพให้แก่ลูกจ้าง					
44.บริษัทฯ จัดสวัสดิการด้านรักษาพยาบาลให้แก่ลูกจ้าง					

กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านต่างๆ	ระดับปฏิบัติการ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
45.การผลิตสินค้าและบริการของบริษัทฯ มีอุปกรณ์ป้องกันความปลอดภัยในการทำงานให้กับลูกจ้างอย่างครบถ้วน					
46.บริษัทฯ จัดสถานที่ทำงานที่สะอาดและถูกสุขลักษณะให้แก่ลูกจ้าง					
47. บริษัทฯ สนับสนุนภาครัฐบาลในการจัดหน่วยแพทย์เคลื่อนที่ตรวจสุขภาพให้แก่คนในชุมชน					
ด้านการศึกษา					
48. บริษัทฯ สนับสนุนทุนการศึกษาให้กับบุตรพนักงานและนักเรียนในชุมชน					
49. บริษัทฯ สนับสนุนทุนการศึกษาให้กับนักเรียนที่ขาดแคลน					
50.บริษัทฯ ให้ความร่วมมือในการสร้างอาคารเรียนให้กับเด็กในชุมชน					
51.บริษัทฯ ให้ความร่วมมือในการจัดทำห้องสมุดเพื่อชุมชน					
52.บริษัทฯ ส่งเสริมให้ลูกจ้างได้รับการศึกษาที่สูงขึ้น					
53.บริษัทฯ ส่งเสริมให้ลูกจ้างได้รับการฝึกอบรมและพัฒนาความรู้					
54.บริษัทฯ สนับสนุนกรับนักศึกษาเข้าฝึกงานในบริษัท					

กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านต่างๆ	ระดับปฏิบัติการ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านสิ่งแวดล้อม					
55. บริษัทฯ ให้ความสำคัญและรับผิดชอบต่อผลกระทบที่เกิดจากกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ					
56. บริษัทฯ ท่านมีมาตรการกำกับดูแลการปล่อยมลพิษทางน้ำสู่ชุมชน					
57. บริษัทฯ ท่านมีมาตรการกำกับดูแลการปล่อยมลพิษทางอากาศสู่ชุมชน					
58. บริษัทฯ ท่านมีมาตรการกำกับดูแลการปล่อยมลพิษทางเสียงที่มีผลกระทบต่อชุมชน					
59. บริษัทฯ ท่านให้ความสำคัญต่อการนำวัสดุหรือวัสดุคืบที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้					
60. บริษัทฯ ให้ลูกจ้างมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมรักษาสิ่งแวดล้อมภายในบริษัท					
61. บริษัทฯ จัดสภาพแวดล้อมในการทำงาน เช่น แสงสว่าง สวนหย่อมที่พักผ่อนให้แก่ลูกจ้าง					
ด้านสิทธิผู้บริโภค					
62. บริษัทฯ คำนึงถึงความปลอดภัยของลูกค้าจากการใช้สินค้าหรือบริการ					
63. บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการแก่ลูกค้าโดยเน้นความมีคุณภาพ					

กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านต่างๆ	ระดับปฏิบัติการ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
64.บริษัทฯ มีการประชาสัมพันธ์หรืออธิบาย ให้ลูกค้าเข้าใจในสินค้าและบริการก่อน ตัดสินใจซื้อ					
65.บริษัทฯ ชดใช้ค่าเสียหายที่เกิดขึ้นจาก สินค้าหรือบริการที่ชำรุดให้แก่ลูกค้าตาม เงื่อนไข					
66. บริษัทฯ ระบุระยะเวลาในการรับประกัน อายุการใช้งานของสินค้าให้แก่ลูกค้าทุก ประเภท					
67. บริษัทฯ ดำเนินการด้านการบริโภค สินค้า/ใช้บริการ โดยเน้นความพึงพอใจของ ลูกค้าเป็นหลัก					
ด้านวัฒนธรรม					
68.บริษัทฯ กำหนดวันหยุดทำงาน ในวัน สำคัญทางศาสนาและประเพณีตาม วันหยุดราชการให้แก่ลูกจ้าง					
69.บริษัทฯ กำหนดวันหยุดพิเศษที่ นอกเหนือจากกฎหมายกำหนดให้แก่ลูกจ้าง เช่น การลาแต่งงาน การลารับราชการทหาร การแข่งขันกีฬาประจำปี					
70.บริษัทฯ เปิดโอกาสให้ลูกจ้างเสนอความ คิดเห็นและการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรม ต่างๆ					
71.ผู้บริหารของบริษัทฯ ไปร่วมงานของ พนักงาน เช่น งานแต่งงาน งานบวช งาน ศพ หรืองานอื่นๆของลูกจ้างบริษัท					

กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านต่างๆ	ระดับปฏิบัติการ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
72. บริษัทฯ อนุญาต ให้ลูกจ้างผู้ชายสามารถ ลาอุปสมบทได้					
73. บริษัทฯ มีการจัดทอดกฐิน หรือ ทอดผ้าป่าให้กับวัดในชุมชน					
74. บริษัทฯ มีส่วนร่วมในงานกิจกรรมของ ชุมชน เช่นกิจกรรมวันเด็ก วันสงกรานต์					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....ขอบคุณท่านที่เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามค่ะ.....

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นางสาวนลินธร เชื้อเมืองพาน
วัน เดือน ปีเกิด	4 พฤศจิกายน 2524
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	ศิลปศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 2546
สถานที่ทำงาน	บริษัท ซี.พี.ค้าปลีกและการตลาด จำกัด
ตำแหน่ง	ผู้จัดการแผนกพัฒนาบุคลากร

