

ปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคม  
ของบุคลากร บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด


ภัทรพงษ์ โต๊ะจวงมล

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการจัดการสาธารณะ  
วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา  
พฤษภาคม 2560  
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

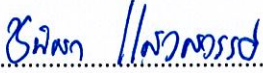
อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบปากเปล่างานนิพนธ์ ได้พิจารณา  
งานนิพนธ์ของ ภัทรพงษ์ โต้ะจงมล ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสาธารณะ ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

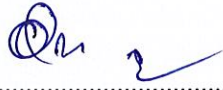
อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์


อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก  
(ดร.ชนิสรา แก้วสวรรค์)


คณะกรรมการสอบปากเปล่า

..... ประธาน  
(ดร.ชนิสรา แก้วสวรรค์)

..... กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร.อิสระ สุวรรณบดิน)

..... กรรมการ  
(ดร.นุจรี ภาคาสัตย์)

วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์อนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสาธารณะ ของมหาวิทยาลัยบูรพา

..... คณบดีวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บรรพต วิรุณราช)

วันที่.....เดือน ..... พ.ศ. 2560

## กิตติกรรมประกาศ

งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาจาก ดร. ชนิศรา แก้วสุวรรณค้ออาจารย์ที่ปรึกษาที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำแนวทางที่ถูกต้อง ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความละเอียดถี่ถ้วนและเอาใจใส่ด้วยดีเสมอมา ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่ง จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณคณะกรรมการสอบเค้าโครงการนิพนธ์ศ.ดร.อิสระ สุวรรณบด และ ดร.นุจรี ภาคาศักดิ์ ที่กรุณาให้ความรู้ให้คำปรึกษา ตรวจสอบแก้ไขและวิจารณ์ผลงานทำให้นิพนธ์มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ยังได้รับความอนุเคราะห์จากท่านผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรบุคคล บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด ตลอดจนบุคลากรทุกแผนกที่ประจำอยู่ที่บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด ที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยทำให้นิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี

ขอกราบขอบพระคุณ บิดามารดา และทุกคนในครอบครัวของผู้วิจัย ที่ให้กำลังใจ และสนับสนุนผู้วิจัยเสมอมา

คุณค่าและประโยชน์ของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นกตัญญูคุณเวทิตาแด่ บพภารี บุรพาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่านทั้งในอดีตและปัจจุบัน ที่ทำให้ข้าพเจ้าเป็นผู้มีการศึกษา และประสบความสำเร็จมาจนตราบเท่าทุกวันนี้

ภัทรพงษ์ โต้ะจงมด

57710341: สาขาวิชา: การจัดการสาธารณะ; บธ.ม. (การจัดการสาธารณะ)

คำสำคัญ: ปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม/ พฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคม/

บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด

ภัทรพงษ์ ไช้จงมล: ปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของบุคลากร บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด (SOCIAL COGNITIVE LEARNING FACTORS CONTRIBUTING TO CORPORATE SOCIAL BEHAVIORS OF PERSONNEL IN ELECTROLUX CO., LTD.) อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์: ชนิศรา แก้วสุวรรณ, ปร.ด. 106 หน้า. ปี พ.ศ. 2559.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม และพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบเพื่อสังคมของบุคลากร บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ เป็นบุคลากรของบริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด ทุกแผนก จำนวน 324 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของบุคลากร ปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม และพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบเพื่อสังคม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรม SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐาน และหาความสัมพันธ์โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ผลการวิจัยปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 18-29 ปี มีระยะเวลาปฏิบัติงานต่ำกว่า 5 ปี สถานภาพโสด และมีลักษณะงานปฏิบัติการ โรงงาน ปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบุคลากรของบริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก โดยประกอบด้วย 6 ด้าน คือ ด้านจิตสาธารณะ ด้านเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความซื่อสัตย์และความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ส่วนด้านการมีตัวแบบอย่างที่ดี และด้านการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ตามลำดับ ต่อมา พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบุคลากรของบริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก โดยประกอบด้วย 3 ด้าน คือ ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก และด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ตามลำดับ ส่วนด้านความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางจิตสังคมกับพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมอยู่ในระดับปานกลาง ข้อเสนอแนะ การพัฒนาพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมควรเพิ่มปัจจัยการสร้างตัวแบบที่ดีในการทำงานกับพนักงาน จะส่งผลให้พนักงานมีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

57710341: MAJOR: PUBLIC MANAGEMENT;  
M.B.A. (PUBLIC MANAGEMENT)

KEYWORDS: SOCIAL COGNITIVE LEARNING FACTORS/ CORPORATE SOCIAL  
BEHAVIOR/ ELECTROLUX CO., LTD.

PHATTHARAPHONG TOCHONGMON: SOCIAL COGNITIVE LEARNING  
FACTORS CONTRIBUTING TO CORPORATE SOCIAL BEHAVIORS OF PERSONNEL IN  
ELECTROLUX CO., LTD. ADVISOR: CHANISARA KAEOSAWAN, Ph.D., 106 P. 2016.

This study attempts to study social cognitive learning factors, corporate social behavior of personnel in Electrolux Co, Ltd. The subjects in this study were 324 employees from all departments of Electrolux Co, Ltd. whilst the research instrument was questionnaires asking for general information, social cognitive learning factors, and corporate social behavior. SPSS for Windows was applied to analyze for basic statistics and to find relationship using Pearson correlation analysis.

The findings reveal that the majority of the respondents were females, were in the age of 18-29 years old, had work experience of less than 5 years, were single, and worked in operational sector. The social cognitive learning factors of respondents who were employees from all departments of Electrolux Co, Ltd. were at very high level in overall of six factors including public mind, good attitude toward social responsibility, honesty, responsibility on policy acknowledgement. The role model and social support from superior workers were at the high level. Corporate social behavior of respondents were also at the very high level in overall. The three factors included responsibility for consumers in aspect of environment care was at very high level, corporation to develop community and society aspect was at high level, relationship between social mind and corporate social behavior was at the moderate level. The suggestions on developing corporate social behavior that it should increase good role model factors can influence employees who are responsible for corporate social behavior to gain more organizational commitment.

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
สารบัญ .....	ฉ
สารบัญตาราง .....	ซ
สารบัญภาพ .....	ญ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	3
สมมติฐานของการวิจัย .....	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	5
ขอบเขตการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	5
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กร .....	8
แนวคิดที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม.....	11
แนวคิดและทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม .....	22
ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด.....	33
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	36
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	40
การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	40
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	41
การหาคุณภาพของเครื่องมือ.....	44
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	47
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	48

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิจัย .....	49
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	50
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม .....	52
ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบ เพื่อสังคม .....	65
ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของบุคลากร บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด .....	72
ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์สมมติฐาน .....	73
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	79
สรุปผลการวิจัย .....	79
อภิปรายผล .....	83
ข้อเสนอแนะ .....	84
บรรณานุกรม .....	85
ภาคผนวก .....	91
ภาคผนวก ก .....	92
ภาคผนวก ข .....	98
ประวัติย่อของผู้วิจัย .....	106

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3-1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	41
3-2 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันของคะแนนรายชื่อ แบบวัดปัจจัยทางจิตสังคม ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคม .....	44
3-3 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันของคะแนนรายชื่อ แบบวัดพฤติกรรมการทำงาน ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม .....	46
4-1 จำนวนบุคลากรของบริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด จำแนกตามเพศ.....	50
4-2 จำนวนบุคลากรของบริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด จำแนกตามอายุ.....	50
4-3 จำนวนบุคลากรของบริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด จำแนกตามระยะเวลา การปฏิบัติงาน .....	51
4-4 จำนวนบุคลากรของบริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด จำแนกตาม สถานภาพสมรส .....	51
4-5 จำนวนบุคลากรของบริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด จำแนกตามลักษณะงาน.	52
4-6 มุมมองปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบุคลากรของ บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด ด้านเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม .	53
4-7 มุมมองปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบุคลากรของ บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด ด้านความซื่อสัตย์และความรับผิดชอบ .....	55
4-8 มุมมองปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบุคลากรของ บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด ด้านจิตสาธารณะ.....	57
4-9 มุมมองปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบุคลากรของบริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด ด้านการมีตัวแบบอย่างที่ดี .....	59
4-10 มุมมองปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบุคลากรของ บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด ด้านการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้า .....	61
4-11 มุมมองปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบุคลากรของ บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด ด้านการรับรู้ นโยบาย ความรับผิดชอบต่อ เพื่อสังคม .....	63
4-12 มุมมองปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบุคลากรของ บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด .....	65



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-13 มุมมองพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบเพื่อสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เป็นบุคลากรของบริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด ด้านความรับผิดชอบต่อ ผู้บริโภค.....	66
4-14 มุมมองพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบเพื่อสังคมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็น บุคลากรของบริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด ด้านการร่วมพัฒนาชุมชน และสังคม.....	68
4-15 มุมมองพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบเพื่อสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เป็นบุคลากรของบริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด ด้านการจัดการ สิ่งแวดล้อม.....	70
4-16 มุมมองพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบเพื่อสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เป็นบุคลากรของบริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด .....	71
4-17 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของบุคลากร บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด .....	72
4-18 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของบุคลากร บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด จำแนกตามเพศ.....	73
4-19 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของบุคลากร บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด จำแนกตามอายุ.....	74
4-20 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของบุคลากร บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด จำแนกตามระยะเวลาการปฏิบัติงาน .....	75
4-21 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของบุคลากร บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด จำแนกตามสถานภาพสมรส .....	76
4-22 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของบุคลากร บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด จำแนกตามลักษณะงาน .....	76
4-23 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมกับพฤติกรรมการทำงานเพื่อ สังคมของบุคลากร บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด .....	77
4-24 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน .....	78

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1-1 กรอบแนวคิดการวิจัย .....	4
2-1 ปัจจัยการดำเนิน CSR อย่างยั่งยืนในองค์กร .....	16
2-2 โครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทาง สภาพแวดล้อม.....	23

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในโลกปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เนื่องมาจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีต่าง ๆ ส่งผลให้ประเทศไทยต้องเร่งพัฒนาตนเองเพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลง และสามารถแข่งขันกับนานาประเทศได้ ซึ่งกระแสการเร่งพัฒนาและเศรษฐกิจที่บีบรัด ได้ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของคนในสังคมไทยให้เกิดการแข่งขัน จึงมีค่านิยมทางวัตถุสูง เกิดการเอาเปรียบซึ่งกันและกัน มุ่งแสวงหาผลประโยชน์ให้กับตนเองมากกว่าส่วนรวม ขาดการพัฒนาคุณธรรมจริยธรรมอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ทำให้เกิดภาวะขาดสมดุลทั้งทางจิตใจและวัตถุ ดังนั้น ความสำนึกต่อส่วนรวมจึงลดน้อยลงทุกวันความเจริญทางด้านวัตถุ ปัจจุบันทำให้สังคมมีค่านิยมให้ความสำคัญกับการแสวงหาเงินทองและอำนาจ มากกว่าให้ความสำคัญด้านจิตใจ สังคมจึงกลับเสื่อมโทรมลง และเกิดปัญหามากมาย (ฤทธิไกร ไชยงาม, 2558)

การปลูกฝังจิตใจให้บุคคลมีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคมจึงควรเกิดขึ้นในสังคมด้วยเหตุนี้จึงมีการกล่าวถึงคำว่า “จิตสาธารณะ” มากขึ้นเพื่อประโยชน์ที่จะเป็นแนวคิดต่อตนเอง อันจะสร้างประโยชน์ ก่อให้เกิดการพัฒนาแก่สังคมการปลูกฝังจิตใจให้บุคคลมีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม เป็นการสร้างคุณธรรมจริยธรรมซึ่งเป็นเรื่องที่เกิดจากภายใน “จิตสาธารณะ” เป็นสิ่งหนึ่งที่มีความสำคัญในการปลูกจิตสำนึกให้คนรู้จักเสียสละ ร่วมแรงร่วมใจ มีความร่วมมือในการทำประโยชน์เพื่อส่วนรวม ช่วยลดปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคม ช่วยกันพัฒนาคุณภาพชีวิต เพื่อเป็นหลักในการดำเนินชีวิต ช่วยแก้ปัญหาและสร้างสรรค์ให้เกิดประโยชน์สุขแก่สังคม (ฤทธิไกร ไชยงาม, 2558)

ในทางธุรกิจมักมุ่งเน้นการพัฒนาการแข่งขันด้านการตลาดเพื่อรายได้ ค่าตอบแทน ทำให้บางครั้งองค์กรทางธุรกิจละเลย หรือขาดความเอาใจใส่ต่อสังคมหรือผลกระทบ ที่ส่วนหนึ่งตนเองเป็นผู้ก่อให้เกิดผลเสียแก่สังคม จนมาในช่วง ค.ศ. 1980-1990 เริ่มมีแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ (Cooperate Social Responsibility: CSR) ซึ่งมาจากการผลักดันของภาคธุรกิจ และองค์กรพัฒนาเอกชนบางส่วน ซึ่งก่อนหน้านี้ ได้มีความพยายามผลักดันจากภาคประชาสังคมในการให้หน่วยองค์กรธุรกิจต้องรับผิดชอบต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมและสังคมที่เกิดขึ้น (มหาวิทยาลัยเที่ยงคืน, 2554)

บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด เป็นบริษัทหนึ่งที่ทำให้ความสำคัญต่อความรับผิดชอบต่อสังคมไทย ซึ่งจะมีการกำกับดูแลกิจการที่ดี คือ หนึ่งในแนวทางการบริหารจัดการที่บริษัทให้ความสำคัญสูงสุด ได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อสอดคล้องกับปรัชญาการทำธุรกิจขั้นพื้นฐานของบริษัท ทั้งนี้เพื่อเสริมสร้างความมั่นใจให้แก่ประชาคมโลก อันได้แก่ลูกค้า ผู้ถือหุ้น และนักลงทุน โดยเป็นการสนับสนุนให้เป็นบริษัทที่ได้รับการยอมรับและชื่นชมของสังคม ได้นำปรัชญาการทำธุรกิจ ขั้นพื้นฐานของบริษัท มาปฏิบัติจริง ร่วมงานกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนผลักดันกิจกรรมส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนไทยให้ดียิ่งขึ้นในทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านการศึกษา ความปลอดภัย และสิ่งแวดล้อม การดำเนินธุรกิจจึงต้องเป็นไปด้วยจิตสำนึกของการปฏิบัติตนเป็นพลเมืองดีของประเทศ ให้อยู่รอดเคียงคู่ไปกับเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของประเทศ เพื่อให้สังคมมีการพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นพื้นฐานสำคัญที่จะทำให้การดำเนินธุรกิจมีความรับผิดชอบต่อสังคม อย่างไรก็ตาม การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลนั้น พนักงานย่อมมีส่วนสำคัญมากในการที่จะแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ขององค์กรโดยการนำนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมาพึงปฏิบัติและมีจิตสำนึกที่ดีต่อสังคม ซึ่งจะทำให้เกิดผลสัมฤทธิ์ ในทางที่ดีกับองค์กรและสังคมส่วนรวมด้วย (บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด, 2557)

บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด จึงมีความมุ่งมั่นทุ่มเทเพื่อให้ความมั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ บริการ และการผลิตของบริษัทจะได้รับการพัฒนาอย่างยั่งยืน ผลิตภัณฑ์ได้รับการออกแบบเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตลอดช่วงอายุของผลิตภัณฑ์ โดยมีการตรวจสอบของเสียและมลภาวะจากการใช้ทรัพยากรและพลังงานเป็นประจำเพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น บริษัทจึงดำเนินมาตรการเชิงรุกตามที่บัญญัติในกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม และสนับสนุนให้ผู้จัดหาสินค้าและบริการใช้หลักปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมตามที่กำหนด (บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด, 2557)

จากความเป็นมาและความสำคัญข้างต้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นว่า ปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญา สังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของบุคลากร บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด โดยเน้นไปที่พฤติกรรม 3 ด้าน คือ 1) ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค 2) ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม และ 3) ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมที่จะนำไปสู่พฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของบุคลากร โดยหวังว่าการวิจัยครั้งนี้จะเป็นแนวทางในการพัฒนาลักษณะต่าง ๆ เพื่อให้บุคลากรมีพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคม และมีการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นปัจจัยที่จะพัฒนาและเพิ่มคุณค่าบุคลากรและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กรต่อไป

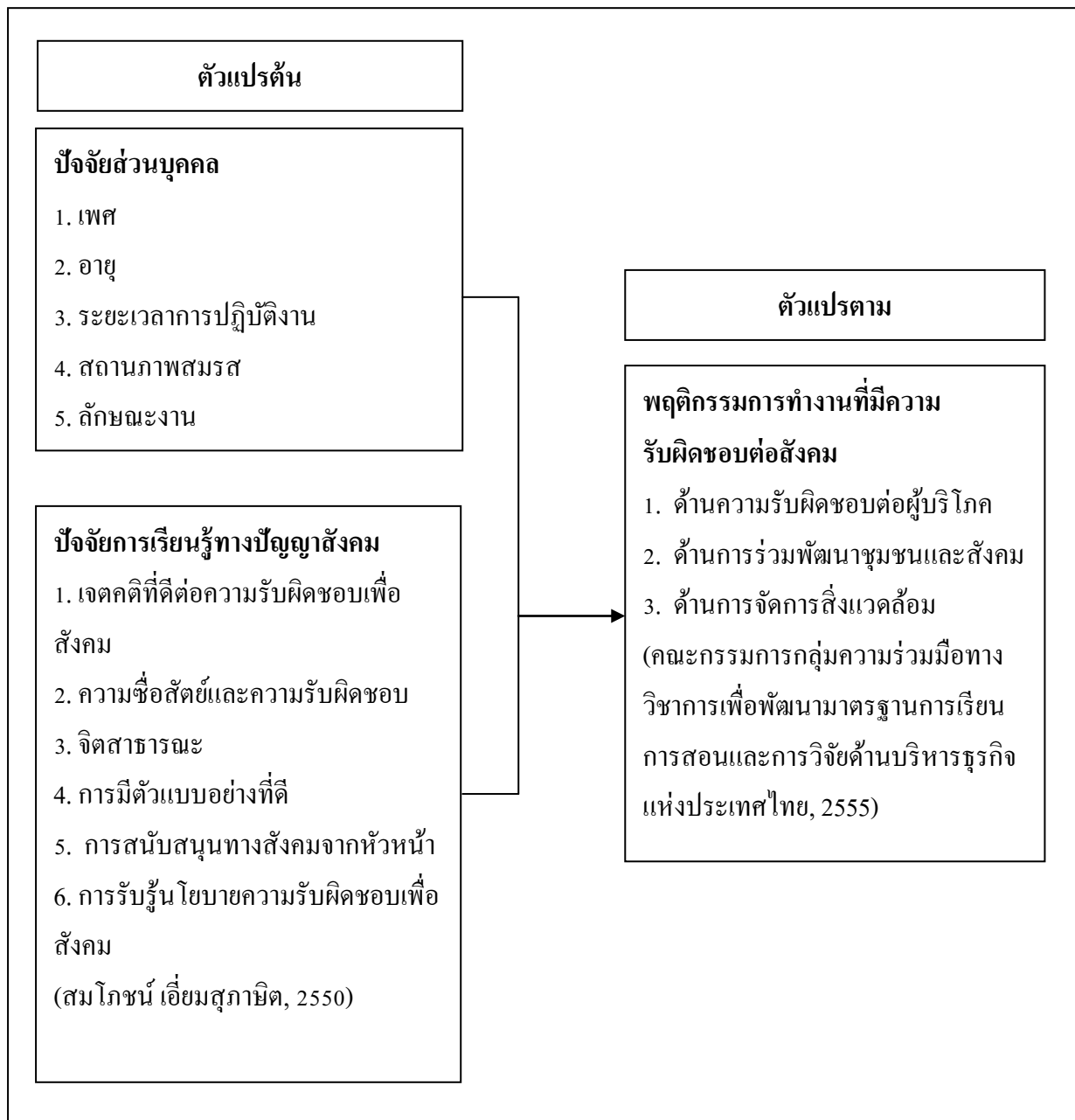
### **วัตถุประสงค์ของการวิจัย**

1. เพื่อศึกษาปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมของบุคลากร บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบเพื่อสังคมของบุคลากร บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด

### **สมมติฐานของการวิจัย**

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของบุคลากร บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด ที่แตกต่างกัน
2. ปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของบุคลากร บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด ที่แตกต่างกัน

## กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1-1 กรอบแนวคิดการวิจัย

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงองค์ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของบุคลากรที่นำไปสู่การศึกษาวิจัยต่อยอดสำหรับนักวิจัยที่สนใจทั้งภายในและภายนอกของบริษัท
2. ผลจากการวิจัยนี้จะเป็แนวทางในการเสนอแนะแก่บริษัท ในการกำหนดทิศทางหรือแนวทางปฏิบัติที่ดีเพื่อสร้างบรรยากาศในด้านความรับผิดชอบเพื่อสังคมของหน่วยงานต่อไป

## ขอบเขตการวิจัย

1. ด้านเนื้อหา ครอบคลุมเนื้อหา พฤติกรรมการทำงาน 3 ด้าน คือ 1) ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค 2) ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม และ 3) ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมที่จะนำไปสู่พฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของบุคลากร รวมทั้งทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมได้อธิบายสาเหตุของการเกิดพฤติกรรมของบุคคลว่า เกิดจากปัจจัยหลัก 2 ปัจจัย คือ 1) ลักษณะทางจิต และ 2) ลักษณะทางสังคม ซึ่งในการศึกษาวิจัยนี้ ลักษณะทางจิต ได้แก่ 1) เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม 2) ความซื่อสัตย์และความรับผิดชอบต่อสังคม และ 3) จิตสาธารณะ และลักษณะทางสังคม ได้แก่ 1) การมีตัวแบบอย่างที่ดี 2) การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน และ 3) การรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม
2. ประชากรที่ศึกษา จำนวน 324 คน เฉพาะข้อมูลการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified random sampling) จากบุคลากรของบริษัท อิเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด ทุกแผนก จำนวน 1,700 คน (ข้อมูล ณ เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2559)
3. ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษาในช่วงเวลา ตั้งแต่เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2559 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2560

## นิยามศัพท์เฉพาะ

บุคลากร หมายถึง บุคลากรที่ปฏิบัติงานในบริษัท อิเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด ทุกแผนก

พฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคม หมายถึง การปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ ตามลักษณะงานที่ได้รับมอบหมายให้ดีที่สุด ตามความสามารถของตนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของบริษัท เพื่อตอบสนองนโยบายที่เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม และการนำไปปฏิบัติให้เกิดประโยชน์ต่อผู้บริโภคและสังคม ประกอบด้วย พฤติกรรมการทำงาน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม และด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค หมายถึง การที่บุคลากรปฏิบัติหน้าที่ในการผลิตสินค้าให้แก่ผู้บริโภคอย่างปลอดภัยและเป็นที่น่าไว้วางใจได้ ตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ทุกชิ้น เป็นอย่างดี ก่อนมอบให้แก่ผู้บริโภค การดำเนินขั้นตอนการสั่งซื้อของผู้บริโภคอย่างรวดเร็วและตรงเวลา คำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภคเป็นสำคัญ น้อมรับความต้องการและคำแนะนำของผู้บริโภค ต่อการพัฒนาสินค้าเพื่อความพอใจสูงสุดแก่ผู้บริโภค

ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม หมายถึง การที่บุคลากรปฏิบัติหน้าที่ในการร่วมกิจกรรมอาสาที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมเพื่อสังคมของบริษัท เช่น ร่วมอาสาพัฒนาชุมชนรักษา สภาพแวดล้อมในชุมชนให้น่าอยู่ ร่วมบริจาคเพื่อการกุศล โดยสนับสนุนให้ชุมชนและสังคมมี ระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานต่าง ๆ อย่างเพียงพอ ได้แก่ วัด สถานศึกษา มีส่วนร่วมในการบำเพ็ญ ประโยชน์สาธารณะ โดยร่วม โครงการของบริษัท

ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม หมายถึง การที่บุคลากรปฏิบัติหน้าที่ในการจัดระบบ ปรับปรุงพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง จัดสภาพแวดล้อมในการทำงานให้เหมาะสม โดยทำการจัดระเบียบในที่ทำงานก่อให้เกิดสภาพการทำงานที่ดี ปลอดภัย มีระเบียบเรียบร้อย ด้วย กิจกรรม 3 ส ได้แก่ 1) สะสาง คือ การแยกของที่ไม่ต้องการออกจากของที่ต้องการและขจัดของที่ไม่ต้องการทิ้งไป 2) สะดวก คือ การจัดวางสิ่งของต่าง ๆ เพื่อความสะดวกและปลอดภัย และ 3) สะอาด คือ การทำความสะอาดเครื่องมือ อุปกรณ์ และสถานที่ทำงาน รวมทั้งใช้ ทรัพยากรธรรมชาติอย่างเกิดประโยชน์สูงสุด ประหยัดพลังงาน และนำทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่ นำระบบที่มีความปลอดภัยในการใช้งานมาใช้ โดยเริ่มตั้งแต่ ช่วงของการออกแบบ การผลิต จนกระทั่งลดและหาวิธีในการกำจัดขยะและส่วนประกอบต่าง ๆ ของสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ ที่สุด ตลอดจนพัฒนาสินค้าที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม หมายถึง ปัจจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานเพื่อ สังคม ตามแนวคิดทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม มี 2 ประการ คือ 1) ลักษณะทางจิต ได้แก่ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ความซื่อสัตย์และความรับผิดชอบต่อ จิตสาธารณะ และ 2) ลักษณะทางสังคม ได้แก่ การมีตัวแบบอย่างที่ดี การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน การรับรู้ นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม

เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง ความรู้สึกของบุคลากรในการรับรู้เชิง ประเมินค่าว่า พฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมเป็นสิ่งที่ดี มีประโยชน์ต่อตนเองและส่วนรวมมาก น้อยเพียงใด มีความรู้สึกชอบหรือพอใจต่อความรับผิดชอบต่อสังคม และเกิดความพร้อมที่จะ แสดงพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมสอดคล้องกับความรู้สึกของตน การวัด เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม



ความซื่อสัตย์และความรับผิดชอบ หมายถึง สิ่งสำคัญที่บุคลากรสำนึกอยู่เสมอเพื่อใช้ในการตัดสินใจว่าควรปฏิบัติงานตามหน้าที่ของตนอย่างเต็มความสามารถ ด้วยความถูกต้องตรงไปตรงมา ตรงต่อเวลาและการนัดหมายต่าง ๆ ใช้ทรัพยากรขององค์กรอย่างคุ้มค่า คำนึงถึงผลการปฏิบัติงานรวมถึงการปรับปรุงพัฒนาระบบงานให้สอดคล้องกับความต้องการของบริษัท

จิตสาธารณะ หมายถึง ความตระหนักรู้ของบุคลากรที่เกิดภายในตนและความรู้สึกปรารถนาที่จะช่วยเหลือผู้อื่นและส่วนรวม มีความสำคัญในการดูแลรักษาสิ่งของส่วนรวม รักษากฎระเบียบที่กำหนดร่วมกัน และอาสาทำกิจกรรมเพื่อประโยชน์ส่วนรวม

การมีตัวแบบอย่างที่ดี หมายถึง ปริมาณการรับรู้ของบุคลากรว่าหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงานในหน่วยงานของตน มีพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งที่ดี มีความสามารถในการทำงานได้ดีและประสบความสำเร็จ

การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน หมายถึง การรับรู้ของบุคลากรว่าหัวหน้าในหน่วยงานของตนให้การสนับสนุนในการทำงาน 3 ด้าน คือ ด้านอารมณ์ เช่น การพูดให้กำลังใจในการทำงาน การพูดชมเชยเมื่อทำงานประสบความสำเร็จ ด้านข้อมูลข่าวสาร เช่น ให้คำแนะนำ คำปรึกษาที่ดีในการทำงาน สนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันอย่างเป็นกัลยาณมิตร และด้านวัสดุอุปกรณ์ เช่น มีบริการต่าง ๆ เพื่อความสะดวกสบายในการทำงาน จัดหาวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็น ในการทำงาน สนับสนุนงบประมาณในการทำงาน

การรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง การที่บุคลากรรับข้อมูลทางด้านนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ทำความเข้าใจความหมายนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม มีความรู้สึกว่่านโยบายดังกล่าวมีประโยชน์ มีผลดีและตัดสินใจว่าตนเองจะ ร่วมปฏิบัติตามงานแนวนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัย การเรียนรู้ทางปัญญาสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของบุคลากร บริษัท อีเลค โทรลักษ์ ประเทศไทย จำกัด ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยนำเสนอในหัวข้อดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กร
2. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม
3. แนวคิดและทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม
4. ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท อีเลคโทรลักษ์ ประเทศไทย จำกัด
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กร

#### ความหมายของวัฒนธรรมองค์กร

Gordon (1999, p. 342) กล่าวว่าวัฒนธรรมองค์กรคือสิ่งที่อธิบายสภาพแวดล้อมภายใน องค์กรที่รวมเอาข้อสมมุติ ความเชื่อ และค่านิยมที่สมาชิกขององค์กรมีส่วนร่วมกันและใช้เป็นแนวทาง ในการปฏิบัติงานเพื่อมีปฏิสัมพันธ์กับโครงสร้างอย่างเป็นทางการในการกำหนดรูปแบบพฤติกรรม

วัฒนธรรมองค์กร (Moorherad & Griffin, 1995, p.440) หมายถึง การแสดงให้เห็นถึง ค่านิยม ความรู้ ความคิด ศิลธรรม ประเพณี เทคโนโลยีตลอดจนสิ่งต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้นมา ความ เชื่อถือศรัทธาร่วมกันของบรรดาสมาชิกภายในองค์กรนั้น ๆ และทั้งแสดงให้เห็นถึงสัญลักษณ์ ต่าง ๆ เช่น ปรัชญา ตำนาน นิยาย เรื่องราว และภาษาพิเศษ ฯลฯ

หากมองในทัศนะแคบ วัฒนธรรมจะหมายถึง ระบบอุดมการณ์หรือแนวความคิด (An ideational or conceptual system) ที่เรียนรู้กันแลกเปลี่ยนกันได้และเป็นแนวทางหรือมาตรฐาน สำหรับพฤติกรรมที่เหมาะสมอันควรแก่การประพฤติปฏิบัติ วัฒนธรรมในแง่นี้จึงเป็นเสมือน เครื่องมือเพื่อรักษาและเกื้อกูลความสัมพันธ์ระหว่างคนกับสภาพแวดล้อม

สำหรับวัฒนธรรมองค์กรจะเป็นวัฒนธรรมทั้งระดับกว้างและระดับแคบ คือเป็นทั้ง แบบแผนสำหรับพฤติกรรมและแบบแผนของพฤติกรรมซึ่งสมาชิกทั้งหลายในองค์กรยึดถือ

ร่วมกัน และสะท้อนความเป็นจริงในองค์กรหรือสังคมที่ทุกคนรับรู้และยอมรับอย่างเป็นทางการ  
ร่วมกัน หรือไม่แตกต่างกันมากนัก

Smircich and Calas (1987, pp. 228) ให้ความเห็นว่า นิยามวัฒนธรรมองค์กรทั้งหลายนั้น  
มีที่มาจากความคิดพื้นฐาน 2 แนวทางหลัก คือ

แนวทางแรก เห็นว่าวัฒนธรรมองค์กรเป็นพฤติกรรมที่สังเกตเห็นได้ และเป็นตัวแปรตัว  
หนึ่งในบรรดาตัวแปรหลายตัวที่องค์กรมีอยู่ (ตัวแปรอื่น ๆ เช่น โครงสร้างองค์กร เทคโนโลยี ฯลฯ)  
แนวทางแรกจึงมีชื่อเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า Culture is something an organization has

แนวทางที่สอง เชื่อว่าวัฒนธรรมองค์กรเป็นความคิด ความเชื่อ ที่อยู่ภายในจิตใจของกลุ่ม  
หนึ่งและไม่ใช่เป็นเพียงตัวแปรตัวหนึ่งในองค์กร แต่ตัวองค์กรเองทั้งหมดคือ วัฒนธรรมหนึ่ง ๆ  
หรืออุปมาได้ว่าเปรียบเสมือนวัฒนธรรม แนวทางหลังจึงมีชื่อเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า Culture is  
something an organization is

ดังจะเห็นได้ว่า วัฒนธรรมองค์กรหมายถึงฐานคติพื้นฐานที่มีแบบแผนซึ่งถูกประดิษฐ์  
ค้นพบจากการเรียนรู้โดยกลุ่ม เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการแก้ไขปัญหาการปรับตัวและถูกถ่ายทอด  
ไปยังสมาชิกในองค์กร

#### ลักษณะของวัฒนธรรมองค์กร

Sergiovanni and Starratt (1988) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กรว่า ในทุก ๆ  
องค์กรย่อมมีหลักประพฤติกฎปฏิบัติที่พึงสังเกตได้ ซึ่งกำหนดขึ้น โดยหลักเกณฑ์ของการอยู่ร่วมกันจน  
กลายเป็นบรรทัดฐานที่บ่งชี้ว่า พฤติกรรมใดสิ่งใดควรปฏิบัติ และยอมรับได้ สิ่งใดเป็นสิ่งที่พึง  
ประสงค์ และบรรทัดฐานของการแสดงออก ซึ่งคำนึงถึงความเชื่อ ในกลุ่มของผู้ร่วมงาน

Alvesson (2002) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กรว่า มีลักษณะสำคัญดังนี้คือ

1. เป็นพฤติกรรมที่สังเกตเห็นได้อย่างสม่ำเสมอ เช่น การใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสาร  
พิธีการต่าง ๆ และรูปแบบพฤติกรรมที่บุคคลในองค์กรยอมรับ
2. มีบรรทัดฐาน ซึ่งยึดถือเป็นมาตรฐานของพฤติกรรม และแนวทางในการปฏิบัติงาน  
ร่วมกัน ว่าสิ่งใดจะต้องทำมากน้อยเพียงใดในการปฏิบัติงาน
3. ค่านิยมที่มีลักษณะเด่น เป็นค่านิยมส่วนใหญ่ที่บุคคลในองค์กรยอมรับให้การ  
สนับสนุนและคาดหวังในการปฏิบัติงานร่วมกัน
4. มีปรัชญาขององค์กร เป็นความเชื่อขององค์กรเกี่ยวกับการปฏิบัติและการให้บริการ
5. มีกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ เป็นระเบียบแบบแผน และเป็นแบบอย่างในการปฏิบัติงาน ซึ่ง  
สมาชิกจะต้องเรียนรู้เพื่อประสิทธิภาพของกลุ่ม

6. มีบรรยากาศองค์กร ซึ่งเป็นสิ่งที่สมาชิกขององค์กรกำหนดขึ้น จากการปฏิสัมพันธ์ของบุคคลในองค์กร และนอกองค์กรด้วย

ดังจะเห็นว่า ลักษณะวัฒนธรรมองค์กร คือ แนวความคิด ความเชื่อ และค่านิยมที่กลุ่มคนภายในองค์กรยึดถือ และปฏิบัติสืบต่อกันมา จากความรู้ ประสบการณ์ กฎ ระเบียบ และข้อบังคับที่ยึดถือกันมาเป็นบรรทัดฐานในการอยู่ร่วมกัน

#### หน้าที่ของวัฒนธรรมองค์กร

Daft (2004, pp. 361-362) กล่าวว่า วัฒนธรรมองค์กรมีหน้าที่สำคัญ 2 ประการ คือ

1. บรูณาการภายในองค์กร หมายถึง การประสานเชื่อมโยงสมาชิกขององค์กรเข้าด้วยกัน ให้ความรู้ว่าจะติดต่อสัมพันธ์และทำงานร่วมกันกับผู้อื่นในองค์กรอย่างไรมีประสิทธิภาพได้อย่างไร วัฒนธรรมองค์กรจึงเป็นเสมือนแนวทางชี้แนะความสัมพันธ์ของการทำงานในแต่ละวัน และช่วยให้เห็นว่าผู้คนมีการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรอย่างไร พฤติกรรมใดที่ยอมรับได้และพฤติกรรมใดไม่เป็นที่ยอมรับ

2. ช่วยองค์กรในการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมภายนอก หมายถึง ทำอย่างไรองค์กรจึงจะบรรลุเป้าหมายและจัดการกับสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรได้ โดยวัฒนธรรมจะช่วยให้ชี้แนะกิจกรรมประจำวันของผู้ปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายที่ชัดเจน และช่วยให้องค์กรสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ยังมีบทบาทสำคัญที่ช่วยให้องค์กรมีผลการปฏิบัติงานที่ดีขึ้น

ดังจะเห็นว่า หน้าที่ของวัฒนธรรมองค์กรเป็นการทำงานร่วมกันของคนภายในองค์กรที่จะเชื่อมโยงกันและสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงสามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

#### รูปแบบของวัฒนธรรมองค์กร

Daft (2004, pp. 367-370) แบ่งวัฒนธรรมองค์กรออกเป็น 4 รูปแบบ ดังนี้

1. วัฒนธรรมแบบปรับตัว วัฒนธรรมรูปแบบนี้มุ่งเน้นสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งมีความยืดหยุ่นและเปลี่ยนแปลงได้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยส่งเสริมค่านิยมองค์กร บรรทัดฐาน และความเชื่อเพื่อสนับสนุนศักยภาพขององค์กร องค์กรที่มีวัฒนธรรมแบบนี้จะมีความกระตือรือร้นในการสร้างความเปลี่ยนแปลง และมีการให้รางวัลสำหรับนวัตกรรมใหม่ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และการเสี่ยง

2. วัฒนธรรมแบบพันธกิจ วัฒนธรรมองค์กรแบบนี้ตระหนักถึงการให้บริการลูกค้าเฉพาะที่อยู่ภายนอกองค์กร แต่จะไม่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ลักษณะขององค์กรแบบนี้คือ มุ่งเน้นการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนของจุดประสงค์และเป้าหมายขององค์กร

3. วัฒนธรรมแบบครอบครัว วัฒนธรรมรูปแบบนี้มุ่งเน้นความเกี่ยวข้องและการมีส่วนร่วมของสมาชิกในองค์กร ในแง่ของความรับผิดชอบ และความเป็นเจ้าของ โดยสมาชิกในองค์กรมีการผูกมัดตนเองไว้กับองค์กรสูง ค่านิยมสำคัญของวัฒนธรรมแบบนี้คือ ความเอาใจใส่สมาชิกขององค์กร สมาชิกจะมีทุกอย่างที่ต้องการทราบเท่าที่สมาชิกยังมีผลผลิตให้กับองค์กร

4. วัฒนธรรมแบบราชการ วัฒนธรรมรูปแบบนี้มุ่งเน้นการดำเนินงานภายในภายใต้สภาพแวดล้อมที่มีเสถียรภาพ องค์กรประเภทนี้จะมีวัฒนธรรมที่สนับสนุนวิธีการในการทำธุรกิจ มีการสร้างสัญลักษณ์ วีรบุรุษ พิธีการที่สนับสนุน ความร่วมมือ และประเพณี รวมทั้งมีการจัดทำนโยบายและแนวทางปฏิบัติเพื่อเป็นหนทางสู่ความสำเร็จ ผู้ที่อยู่ในองค์กรประเภทนี้มักอยู่ในระดับต่าง ๆ แต่จะมีเสถียรภาพ มีระเบียบปฏิบัติ และมีความร่วมมือสูงในหมู่สมาชิก

ดังจะเห็นว่า รูปแบบวัฒนธรรมขององค์กร ทำให้บุคคลภายในองค์กรไว้นับถือซึ่งกันและกัน การเป็นเจ้าของ และการติดต่อสัมพันธ์กัน สมาชิกเหล่านี้จะให้การผูกมัดตนเองต่อกลุ่มหรือองค์กรที่พวกเขารู้สึกเป็นเจ้าของอย่างแท้จริง และเชื่อว่าตนมีส่วนร่วม

### แนวคิดที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

#### ความหมายพฤติกรรมการทำงาน

องค์กรหนึ่ง ๆ จำเป็นต้องมีบุคลากร ที่สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อการดำเนินงานบรรลุตามเป้าหมาย นอกจากนั้น การปฏิบัติงานยังมีความสำคัญต่อบุคคลอีกด้วย เพราะการปฏิบัติงานที่ประสบความสำเร็จและมีประสิทธิภาพย่อมทำให้บุคคลรู้สึกพอใจและภาคภูมิใจในตนเอง และมักได้รับการยอมรับและรางวัลจากผู้อื่นด้วย ไม่ว่าจะเป็นผู้บังคับบัญชาหรือเพื่อนร่วมงาน ดังนั้น การปฏิบัติงานของบุคคลจึงเป็นปัจจัยสำคัญของความก้าวหน้าในอาชีพและความสำเร็จในชีวิตของบุคคล (ชูชัย สมितिไกร, 2554, หน้า 59) มีนักวิชาการได้ให้ความหมายของพฤติกรรมการทำงาน ไว้เป็น ดังนี้

White (1989, p. 143) ให้ความหมายพฤติกรรมการทำงาน ว่าหมายถึง การแสดงออกของบุคคลเพื่อตอบสนองสิ่งหนึ่งในขณะปฏิบัติงานซึ่งสามารถสังเกตและวัดได้ตรงกันไม่ว่าการแสดงผลหรือการตอบสนองนั้นจะเกิดขึ้นภายนอกหรือภายในร่างกายก็ตาม นอกจากนี้ยังรวมถึงการกระทำที่ปรากฏออกมาเพื่อวัตถุประสงค์ในการปฏิบัติงาน โดยมีกลไกกำกับสั่งการจากความคิดความรู้สึก ที่มีอยู่ภายในของบุคคลตลอดเวลา ส่วน Albanese (1981, p. 204) ให้ความหมายของพฤติกรรมการทำงาน ว่าหมายถึง พฤติกรรมกระทำของคนงานที่จะส่งผลต่อความสำเร็จต่องานโดยตรง และพฤติกรรมนั้นยังรวมไปถึงการแสดงออกของคนงานที่มีต่อสภาพแวดล้อมในสังคมที่เขาปฏิบัติงานอยู่ เช่น ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน การเข้าร่วมกิจกรรมฝึกอบรม เป็นต้น

Baruch (1968, p. 136) ให้ความหมายพฤติกรรมการทำงาน หมายถึง สิ่งที่บุคคล แสดงออกเพื่อตอบโต้สิ่งใดสิ่งหนึ่งในขณะปฏิบัติงาน ซึ่งสามารถสังเกตและวัดได้ตรงกัน ไม่ว่าจะ การแสดงออก หรือการตอบสนองนั้นจะเกิดขึ้นภายในหรือภายนอกร่างกายก็ตามที่

Loper (1968, p. 242) ให้ความหมายพฤติกรรมการทำงาน หมายถึง การกระทำหรือสิ่งที่ แสดงออกและบุคคลอื่นสามารถสังเกตเห็นได้หรือไม่ก็ตาม เช่น ความรู้สึกนึกคิด เพื่อตอบสนอง ต่อสิ่งเร้าในขณะปฏิบัติงาน

Albanese (1981, p. 204) ให้ความหมายพฤติกรรมการทำงาน คือพฤติกรรมและการ กระทำของคนที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จต่อความสำเร็จของเขาโดยตรงและพฤติกรรม นั้นยังรวมไปถึง การแสดงออกของคนที่ต่อสิ่งแวดล้อมในสังคมที่เขาปฏิบัติงานอยู่

จากความหมายของพฤติกรรมการทำงานที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า พฤติกรรม การทำงาน หมายถึงการกระทำที่แสดงออกของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลในการปฏิบัติหน้าที่ของตน และ กิจกรรมต่าง ๆ ตามที่ได้รับมอบหมายจากองค์กร โดยใช้ศักยภาพของตนอย่างเต็มที่ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อ ความสำเร็จของงานโดยตรงเพื่อให้งานสำเร็จบรรลุเป้าหมายหรือนโยบายขององค์กรการกระทำ เหล่านี้สามารถสังเกต และวัดได้

#### แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม

แนวคิดของธุรกิจกับความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น ตั้งอยู่บนพื้นฐานความเชื่อที่ว่า ธุรกิจ กับสังคมจะต้องอยู่ร่วมกัน อย่างช่วยเหลือเกื้อกูลเอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกันไม่สามารถแบ่งแยก การดำเนินการออกจากกันได้อย่างสิ้นเชิง สังคมต้องได้รับการสนับสนุนจากธุรกิจ ธุรกิจก็ต้อง ประกอบการ อยู่ภายใต้ความคาดหวังของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบัน กระแสการดำเนิน ธุรกิจให้ความสำคัญกับคุณธรรมจริยธรรม มีการเรียกร้องให้ธุรกิจแสดงความ รับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มมากขึ้น จึงเป็นที่มาของการพัฒนาแนวคิดดังกล่าวที่เรียกว่า ความ รับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (Corporate Social Responsibility: CSR) หรือเรียกว่าซีเอสอาร์ (รพีพรรณ วงศ์ประเสริฐ, 2551, หน้า 86)

Smith et al. (1983, p. 653) ได้อธิบายถึงคุณลักษณะพฤติกรรม ที่ผู้ปฏิบัติงานภายใน องค์กรต้องมีเพื่อทำให้เกิดประสิทธิภาพภายในองค์กรไว้ 2 ลักษณะ คือ

1. พฤติกรรมตามบทบาทหน้าที่ (In role behavior) เป็นพฤติกรรมที่องค์กร ได้กำหนด หน้าที่ความรับผิดชอบต่อพนักงานอย่างชัดเจน และอยู่ภายใต้เงื่อนไข การให้รางวัล ผู้ปฏิบัติงาน รู้สึกว่าตนเป็นส่วนหนึ่งภายในระบบงาน และแสดงออกซึ่งพฤติกรรมการทำงานภายใต้ระบบงาน ขององค์กรซึ่งเป็นพฤติกรรมที่องค์กรใช้ในการประเมินผลการปฏิบัติงาน

2. พฤติกรรมนอกเหนือบทบาท (Extra role behavior) เป็นพฤติกรรมที่พนักงานได้ปฏิบัติโดยที่องค์กรไม่ได้กำหนดไว้อย่างเป็นทางการ และเป็นพฤติกรรมที่ไม่ได้ระบุไว้ในคำบรรยายลักษณะงาน ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่มีประโยชน์ต่อองค์กร สังคมให้การยอมรับและเห็นคุณค่า ผู้ปฏิบัติงานมีความคิดสร้างสรรค์และทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่นอกเหนือจากงานตามหน้าที่ของตนเอง ดังเช่น การกระทำเพื่อปกป้ององค์กรและทรัพย์สินจิงจิงการ ให้คำแนะนำสำหรับปรับปรุงองค์กร ฝึกฝนตนเองสำหรับความรับผิดชอบที่เพิ่มขึ้น สร้างสรรค์บรรยากาศที่ดีสำหรับองค์กร ทำกิจกรรม ร่วมกันภายในองค์กร เป็นต้น

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้น ได้อธิบายถึงพฤติกรรมการทำงานของบุคคลในองค์กร ที่ทำให้องค์กรมีประสิทธิภาพ ซึ่งต่อมาแนวคิดนี้ได้รับการศึกษาเพิ่มเติมจนเกิดเป็นที่มาของแนวคิด พฤติกรรมที่เป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร โดยพฤติกรรมที่เป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรเป็น พฤติกรรมบทบาทพิเศษ (Extra role) นอกเหนือจากการทำงานในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย โดย พฤติกรรมที่เป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร มีลักษณะ 3 ประการ คือ

1. เป็นการกระทำที่ตัดสินใจด้วยตัวเอง
2. ไม่ตระหนักถึงผลตอบแทนในระดับองค์กร
3. ส่งเสริมและสนับสนุนให้การทำงานในหน้าที่ในองค์กรมีประสิทธิผลที่เพิ่มขึ้น พฤติกรรมที่

อยู่นอกเหนือจากพฤติกรรมที่องค์กรกำหนดไว้ จะช่วยสนับสนุนให้การทำงานภายใน องค์กรมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยพฤติกรรมเหล่านี้ไม่สามารถที่จะตัดขาดจากงานตามหน้าที่ ได้อย่างชัดเจน แต่ก็ไม่ใช่พฤติกรรมตามบทบาท กล่าวได้ว่า พฤติกรรมที่เป็นสมาชิกที่ดีของ องค์กรยังมีส่วนของการทำงานตามหน้าที่เข้ามาเกี่ยวข้องและเป็นพฤติกรรมที่กระทำแล้วส่งเสริม การทำงาน และทำให้บรรยากาศในการทำงานเป็นไป ในทางบวกเกิดความสามัคคี และอยู่ภายใต้ ระบบการปกครองในองค์กร (Fisher, Lock & Edwin, 1992, pp. 141-145) จึงได้มีนักวิชาการนำ ข้อเสนอของทั้งสองแนวคิดมาทำการศึกษาเพิ่มเติม ได้เป็นแนวคิดพฤติกรรมที่เป็นสมาชิกที่ดี ขององค์กรไว้ ดังนี้

Podsakoff et al. (2000, pp. 351-363) ได้สังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวกับลักษณะของ พฤติกรรมที่เป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร โดยสรุปได้ 7 ลักษณะ คือ

1. พฤติกรรมการช่วยเหลือ (Helping behavior) เป็นการช่วยเหลือบุคคลในการทำงานด้วยความเต็มอกเต็มใจ และพฤติกรรมที่แสดงออกถึงการให้สนับสนุนในความสำเร็จของผู้ร่วมงาน และการพัฒนาวิชาชีพซึ่งแสดงออกทั้งคำพูดและการกระทำ (Cheerleading) รวมถึงการกระทำที่ช่วยเหลือการป้องกันและแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคล (Peacemaking)

2. พฤติกรรมการอดทนอดกลั้นหรือการมีน้ำใจเป็นนักกีฬา (Sportsmanship) เป็นการแสดงออกของบุคคลด้วยความเต็มใจในการอดทนต่อความไม่สุขสบายในงาน มีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งต่าง ๆ ที่ไม่เป็นไปตามที่ควรจะเป็น รับฟังความคิดเห็นของสมาชิก เสียสละ ความสนใจของตนเอง เพื่อให้เกิดผลดีในกลุ่มงาน

3. ความจงรักภักดีต่อองค์กร (Organization loyalty) เป็นการแสดงถึงการมีไมตรีจิต อันดีและการป้องกันองค์กร การสนับสนุน ส่งเสริม และการปกป้องพิทักษ์โครงสร้างที่เป็นรูปธรรมขององค์กร รวมถึงการป้องกันเหตุจากปัจจัยภายนอก

4. การปฏิบัติตามระเบียบขององค์กร (Organizational compliance) เป็นการปฏิบัติตามกฎระเบียบและวิธีการ รวมถึงกระบวนการทำงานที่ได้ซึมซับเข้าไปในตัวบุคคล ทำให้บุคคลนั้นยอมรับกฎกติกา ข้อปฏิบัติและวิธีการขององค์กร โดยกฎกติกาเหล่านั้นเป็นกฎกติกาที่ไม่มีบุคคลใดฝ่าฝืนติดตามในการแสดงพฤติกรรม

5. ความคิดสร้างสรรค์ (Individual initiative) เป็นการแสดงออกถึงความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลและการออกแบบนวัตกรรมที่มุ่งในการพัฒนาหรือผลการปฏิบัติงานขององค์กรการทำงานหนักและการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการแก้ปัญหาเกี่ยวกับงาน

6. การทำความดีให้สังคม (Civic virtue) เป็นการแสดงความเต็มอกเต็มใจในการเข้าไปมีส่วนร่วมกับองค์กรการเฝ้าติดตามสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ขององค์กร ที่อาจส่งผลกระทบต่อองค์กรการแสดงพฤติกรรมเช่นนี้บ่งบอกให้เห็นว่าบุคคลรู้สึกผูกพันกับองค์กร รู้สึกว่าตนเองเป็นเจ้าขององค์กรด้วย

7. การพัฒนาตนเอง (Self-development) เป็นการพัฒนาตนเองโดยการค้นคว้าเพิ่มเติม การเพิ่มพูนความรู้ทักษะ และความสามารถเพื่อนำมาใช้ในการทำงาน

จากแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมที่ได้กล่าวถึงพฤติกรรมของบุคคล โดยที่แต่ละคนจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน พฤติกรรมการทำงานเป็นพฤติกรรมในรูปแบบหนึ่งของบุคคลอันเป็นพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานที่บุคคลรับผิดชอบอยู่ ซึ่งแต่ละคนก็จะมีพฤติกรรมการทำงานแตกต่างกันออกไป

#### **ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม**

ในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมสามารถทำได้ในทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็นระดับบุคคล ระดับกลุ่ม ระดับองค์กร และระดับประเทศได้มีผู้ให้ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคมไว้หลากหลาย ดังนี้

จากการศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมระดับองค์กร มีผู้ให้ความหมาย ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจเช่น Kotler and Lee (2005, p. 3) ได้ให้ความหมายความรับผิดชอบต่อ



สังคม ว่าหมายถึง ความรับผิดชอบในการปรับปรุงความเป็นอยู่ของคนในสังคม ให้ดีขึ้นจากการดำเนินกิจกรรมของบริษัท รวมถึงการบริจาคทรัพยากรของบริษัท เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ของคนในสังคม สนับสนุนประเด็นต่าง ๆ ทางสังคมด้วยความสมัครใจ เพื่อให้สังคม และสิ่งแวดล้อมที่บริษัทตั้งอยู่มีความเจริญก้าวหน้า

ในขณะที่สถาบันรับรองมาตรฐาน (International Organization for Standardization [ISO], 2007, p. 3) ได้ให้ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคมว่าหมายถึง ความรับผิดชอบ ของบริษัทในด้านผลกระทบจากการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของบริษัทที่ส่งผลต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ด้วยการกระทำที่โปร่งใสและมีจริยธรรม ซึ่งมีความสอดคล้องกับการพัฒนาที่ยั่งยืนและความอยู่ดีมีสุข ของสังคม คำนี้ถึงความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การปฏิบัติตามกฎหมาย และ มาตรฐานของพฤติกรรมองค์กรระดับสากลและบูรณาการร่วมกันทั้งบริษัท

ส่วนคณะกรรมการนักธุรกิจเพื่อสิ่งแวดล้อมโลก (World Business Council for Sustainable Development [WBCSD], 2008) ได้ให้ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคม ว่าหมายถึง การปฏิบัติตามความมุ่งมั่นอย่างต่อเนื่องของบริษัท ในการประพฤติปฏิบัติที่ดี เพื่อประโยชน์สุขของตนเองและส่วนรวม มีส่วนช่วยในการพัฒนาเศรษฐกิจ ปรับปรุงคุณภาพชีวิตของพนักงาน ครอบครัวของพนักงาน คุณภาพชุมชนท้องถิ่น และสังคมในวงกว้าง

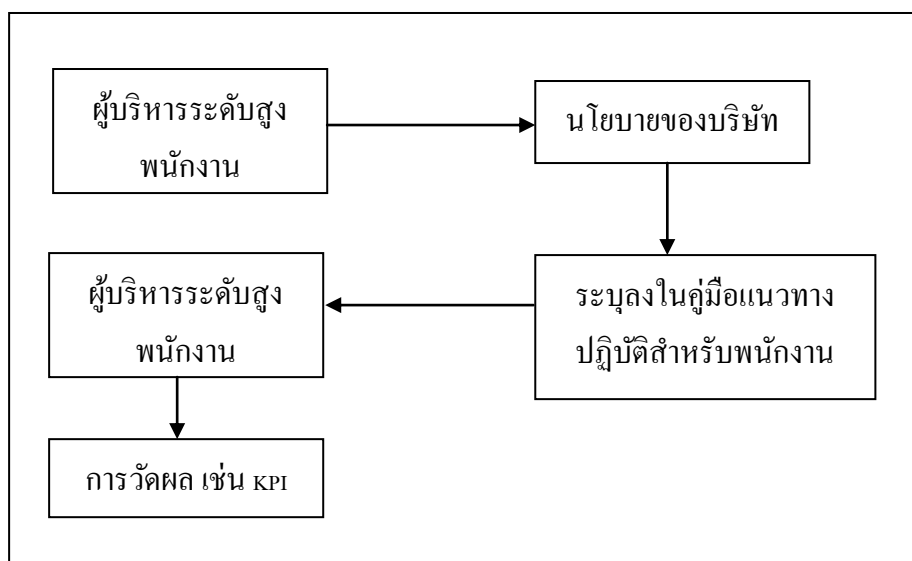
ไพบูลย์ วัฒนศิริธรรม (2549, หน้า 3) ที่ได้ให้ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคมว่าหมายถึง การที่บริษัทกระทำสิ่งที่เป็ผลดี เป็นคุณประโยชน์ต่อสังคมทั้งทางตรงและทางอ้อม รวมถึงพัฒนา องค์กรเองให้มีคุณธรรม คุณภาพ และประสิทธิภาพอย่างดีที่สุด

พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์ และคณะ (2549, หน้า 3) ที่ได้ให้ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคม ว่าหมายถึง ความรับผิดชอบต่อสังคมของ องค์กรธุรกิจ หรือ ความรับผิดชอบต่อสังคม บริษัท หมายถึง การดำเนินกิจกรรมภายในและภายนอก องค์กร ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมทั้งในระดับใกล้และไกล ด้วยการให้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรหรือ ทรัพยากรจากภายนอกองค์กร ในอันที่จะทำให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้ อย่างเป็นปกติสุข

ดังนั้นสรุปได้ว่า ดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ เป็นการดำเนินธุรกิจของบริษัท โดยทำสิ่งที่เป็ประโยชน์ต่อชุมชนและสังคมส่วนรวม เพื่อปรับปรุงความเป็นอยู่ให้ดีขึ้นของสังคมส่วนรวมไปพร้อมกับพัฒนาเศรษฐกิจของบริษัท โดยบริษัทจะทำด้วยความสมัครใจ และผู้บริหารมีบทบาทเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อความเจริญก้าวหน้าของสังคม และการพัฒนาที่ยั่งยืน

เสรี วงษ์มณฑา และชัชชนะ เดชคณา (2550, หน้า 37-38) กล่าวว่า การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนั้น ต้องเริ่มตั้งแต่การประกาศพันธกิจที่ไม่ได้มีเพียงมิติทาง

เศรษฐกิจอย่างเฉียว แต่ต้องมีมิติทางสังคมร่วมด้วย ซึ่งผู้บริหารสามารถกระตุ้นพนักงานในองค์กร ได้ด้วยการแสดงวิสัยทัศน์ ความสำเร็จในอนาคตขององค์กร รวมไปถึงการสร้างค่านิยมที่ดีให้กับ องค์กรเพื่อที่จะทำให้พนักงานในองค์กรดำเนินตามแนวทางดังกล่าวได้ถูกต้องมากขึ้น นอกจากนี้ ยังเสริมว่า ผู้บริหารจะต้องเป็นผู้สนับสนุน ส่งเสริมและเป็นแบบอย่างที่ดีให้แก่พนักงานอีกด้วย ดัง ภาพที่ 2-1 แสดงปัจจัยการดำเนินงาน CSR อย่างยั่งยืนในองค์กร



ภาพที่ 2-1 ปัจจัยการดำเนิน CSR อย่างยั่งยืนในองค์กร (เสรี วังษ์มณฑา และชัชณะ เดชคณา, 2550, หน้า 37-38)

หากพิจารณาความหมายข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปสาระสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ได้ดังนี้

1. การดำเนินกิจกรรมองค์กรสมัครใจที่จะทำ มีความมุ่งมั่นที่จะทำให้สังคมดีขึ้นโดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรในหรือการร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกองค์กรในการดำเนินกิจกรรม
  2. การดำเนินกิจกรรมในที่นี้หมายถึง การดำเนินงานขององค์กร จะต้องมีส่วนร่วมได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอก
  3. ประเด็นที่จะต้องครอบคลุมประเด็นต่าง ๆ ในสังคมและสิ่งแวดล้อม
- จะเห็นได้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็นแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมโดยที่องค์กรสมัครใจที่จะทำ ให้สังคมดีขึ้น โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กร หรือการร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกองค์กรในการดำเนินกิจกรรม โดยกิจกรรมในที่นี้

หมายถึง การดำเนินกิจกรรมขององค์กรจะต้องมีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอก มีส่วนร่วมด้วยซึ่งประเด็นในการทำกิจกรรมจะต้องครอบคลุมประเด็นต่าง ๆ ในสังคมและสิ่งแวดล้อม

### ประเภทของความรับผิดชอบต่อสังคม

ปัจจุบันมีการแบ่งประเภทของ CSR ออกเป็นหลายลักษณะ อาจแบ่งได้เป็นหลายรูปแบบแตกต่างกัน เพื่อเพิ่ม โอกาสในการเลือกใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างความแตกต่าง ซึ่งแต่ละประเภคนั้นจะให้ผลประโยชน์ต่อองค์กรที่แตกต่างกันไป ในงานวิจัยครั้งนี้ใช้รูปแบบ CSR ตามกรอบแนวคิดของพิพัฒน์ นนทนาธรณ์ (2553) เพื่อใช้เป็นแนวทางการศึกษา ซึ่งได้พิจารณาความรับผิดชอบต่อสังคมตามบทบาทและความเกี่ยวข้องของสถานประกอบการ โดยสามารถจำแนกออกเป็น 3 กิจกรรม ได้แก่

1. กิจกรรมเพื่อสังคม (CSR-after-process) สถานประกอบการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในรูปแบบนี้โดยมากมักเป็นสถานประกอบการธุรกิจที่แสวงหากำไร ดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของสถานประกอบการเพื่อสร้างประโยชน์แก่สังคมในด้านต่าง ๆ แต่ดำเนินการภายหลังและแยกส่วนจากระบวนการทำงานหลักของสถานประกอบการ เช่น การแก้ไขเยียวยาชุมชนที่ได้รับผลกระทบทางมลพิษจากการประกอบการ การแจกจ่ายสิ่งของช่วยบรรเทาสาธารณภัย การเป็นอาสาสมัครช่วยบำเพ็ญสาธารณประโยชน์ เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมเพื่อสังคมเหล่านี้มักเป็นกิจกรรมที่อยู่นอกเหนือเวลาทำงานตามปกติ

2. ธุรกิจเพื่อสังคม (CSR-in-process) สถานประกอบการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในรูปแบบนี้โดยมากยังคงเป็นสถานประกอบการธุรกิจที่แสวงหากำไร ดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมที่อยู่ในกระบวนการทำงานหลักของสถานประกอบการ หรือเป็นการทำธุรกิจที่หากำไรอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น การป้องกันหรือกำจัดมลพิษในกระบวนการผลิตเพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อชุมชน การผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานตามข้อกำหนดในฉลากผลิตภัณฑ์ การเปิดเผยข้อมูลผลิตภัณฑ์อย่างถูกต้องครบถ้วนต่อผู้บริโภค เป็นต้น ซึ่งการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมเหล่านี้ถือเป็นกิจกรรมที่อยู่ในเวลาทำงานปกติ

3. กิจการเพื่อสังคม (CSR-as-process) มักเป็นสถานประกอบการที่ดำเนินงานโดยไม่แสวงหากำไรให้แก่ตนเอง กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ เป็นหน่วยงานที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อประโยชน์สาธารณะให้แก่สังคมในทุกกระบวนการของกิจการ ได้แก่ มูลนิธิ สถานประกอบการสาธารณประโยชน์ สถานประกอบการประชาชน และส่วนราชการต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม กิจการเพื่อสังคมมีข้อแตกต่างจากหน่วยงานที่เรียกตัวเองว่า สถานประกอบการที่ไม่มีวัตถุประสงค์หากำไร ตรงที่หน่วยงานที่ไม่หากำไร อาจอยู่ในสภาพที่ไม่มีกำไรให้ทั้งแก่ตนเองและสังคม อันเนื่องมาจากการขาดกระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพ แต่กิจการเพื่อสังคมเกิดจากการผสมผสานอุดมการณ์ในแบบนักพัฒนา

สังคมเข้ากับการบริหารจัดการในแบบผู้ประกอบการ ซึ่งการผนวกจุดแข็งระหว่างแผนงานของภาคประชาสังคมกับกระบวนการที่มีประสิทธิภาพของภาคธุรกิจ ในอันที่สร้างให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่สังคมโดยรวม ขณะเดียวกันกิจการก็สามารถอยู่รอดได้ด้วยการพึ่งพาการดำเนินงานของตนเอง แทนการสนับสนุนจากแหล่งทุนภายนอก อาจกล่าวได้ว่าเป็นสถานประกอบการที่หาทำไรให้แก่สังคม โดยที่เจ้าของกิจการเหล่านี้ มักเรียกตัวเองว่า เป็นผู้ประกอบการทางสังคม

### แนวปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

แนวปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ควรอยู่บนหลักพอประมาณที่ธุรกิจไม่เบียดเบียนตนเองและสังคม จะเห็นได้ว่าความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นสิ่งที่ผู้บริหารหรือนักธุรกิจต้องปฏิบัติ ให้เป็นไปตามข้อกำหนด กฎหมาย หรือประโยชน์ทางเศรษฐกิจ เพื่อความสามารถในการอยู่รอดของธุรกิจ แนวปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ แบ่งออกเป็น 10 ด้าน (คณะกรรมการกลุ่มความร่วมมือทางวิชาการเพื่อพัฒนามาตรฐานการเรียนการสอนและการวิจัยด้านบริหารธุรกิจแห่งประเทศไทย, 2555) ดังนี้

1. การกำกับดูแลกิจการที่ดี หมายถึง การจัดให้มีระบบบริหารจัดการอย่างรู้หน้าที่และมีความรับผิดชอบต่อสังคมในการจัดการอย่างโปร่งใสเท่าเทียมเป็นธรรมและมีประสิทธิภาพ รวมถึงสามารถเพิ่มคุณค่าและมูลค่าพร้อมรับการตรวจสอบได้

การกำกับดูแลกิจการที่ดีตามจำกัดตามคำจำกัดความขององค์การเพื่อความร่วมมือและการพัฒนาทางเศรษฐกิจ กล่าวไว้ว่า เป็นความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ได้แก่ คณะผู้บริหารของบริษัท คณะกรรมการบริษัท ผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกราย โดยการกำกับดูแลกิจการที่ดีเป็น โครงสร้างที่ช่วยให้กิจการสามารถกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ รวมถึงวิธีการกระบวนการ ขั้นตอนในการบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายดังกล่าว อีกทั้งยังครอบคลุมวิถีคิดตามผลการดำเนินงานอันเป็นประโยชน์ต่อกิจการ ผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ได้รับความเป็นธรรมเท่าเทียมกัน พร้อมด้วยการมีธรรมาบรรณในการประกอบกิจการ การให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมและผลประโยชน์ของสังคมในชุมชนที่กิจการนั้น ๆ ดำเนินการอยู่

ดังนั้น การกำกับดูแลกิจการที่ดีมีวัตถุประสงค์และเป้าหมายเพื่อสร้างและพัฒนากิจการ โดยกำหนดและคำนึงถึงกระบวนการตัดสินใจ กลยุทธ์ โครงสร้าง ระบบ แผนงาน ระเบียบวิธีการปฏิบัติ ขั้นตอน วัตถุประสงค์สำเร็จว่าด้วยเรื่องสิทธิของผู้ถือหุ้น การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน บำบาทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การเปิดเผยข้อมูลและความ โปร่งใส รวมทั้งความรับผิดชอบต่อคณะกรรมการ

2. การประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรม หมายถึง ความสามารถทางธุรกิจในการแข่งขันอย่างเป็นธรรม มีการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมในห่วงโซ่คุณค่า การเคารพสิทธิในทรัพย์สิน ตลอดจนส่งเสริมการเกี่ยวข้องกับการเมืองอย่างมีความรับผิดชอบต่อ

การประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรม ต้องอาศัยการปฏิบัติต่อกันของคู่ค้าและกิจการที่เกี่ยวข้อง จึงจะก่อให้เกิดความต่อเนื่องของบรรยากาศที่เป็นธรรม ซึ่งไม่มีหลักประกันใดในเวทีการค้าที่จะรับรองได้ว่า ผู้รักษาความเป็นธรรมจะได้รับการปฏิบัติตอบในลักษณะเดียวกัน กระนั้นก็ตามยังมีเหตุผลหลายประการที่แสดงว่า เป็นการคุ้มค่ากว่าที่จะริเริ่มเป็นผู้ปฏิบัติก่อน เพื่อส่งเสริมสัญญาณและแสดงท่าทีไปยังคู่ค้าและกิจการที่เกี่ยวข้องถึงเจตนาในการประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรม

3. การต่อต้านการทุจริต ทำได้โดยการกำหนดเป็นนโยบายและกลยุทธ์โดยผู้นำของกิจการจะต้องเป็นแบบอย่างที่ดี มีการวางแผนบริหารความเสี่ยงของการทุจริตคอร์รัปชัน ทั้งในกิจการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ รวมทั้งสร้างกลไกการรายงานและติดตามผล เพื่อเสริมสร้างให้พนักงาน ตัวแทน คู่สัญญารับจ้าง และคู่ค้า ตระหนักถึงผลของการทุจริตที่อาจเกิดขึ้น โดยการต่อต้านการทุจริตจะใช้วิธีให้การสนับสนุน หรือร่วมมือกันเป็นภาคีเครือข่าย

การทุจริตเป็นเรื่องที่แม้จะต่อต้านได้ยาก เพราะโดยธรรมชาติของการทุจริตนั้น มักเป็นการสมประโยชน์ระหว่างผู้ให้และผู้รับ การประเมินผลกระทบจึงไม่ชัดเจนและทำได้ยาก ซึ่งต่างจากการไว้ความรับผิดชอบต่อสังคมประเภทอื่น ๆ ที่สามารถระบุผู้เสียหายและวัดผลกระทบได้อย่างเป็นรูปธรรมกว่า เช่น การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างไม่เป็นธรรม การหลอกลวงลูกค้า การละเมิดสิทธิมนุษยชน การทำลายสิ่งแวดล้อม เป็นต้น แต่กิจการต่าง ๆ ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมก็ควรพิจารณาด้วยปัญญา ให้เห็นถึงวิธีการป้องปรามการทุจริตคอร์รัปชัน โดยปราศจากความรุนแรง ให้เกิดผลสำเร็จได้ เมื่อได้ตระหนักถึงปัจจัยสาเหตุ วิธีการแก้ไข และทำการปฏิบัติได้จริง จนเป็นที่ประจักษ์ในผลสัมฤทธิ์ที่คืบคลาน

4. การเคารพสิทธิมนุษยชน หมายถึง กิจการต้องเคารพต่อชีวิตและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของทุกคน ซึ่งนับเป็นรากฐานของการบริหารและการพัฒนาทรัพยากรบุคคล รวมทั้งการสร้างมนุษยสัมพันธ์ โดยแนวทางการปฏิบัติแบ่งได้เป็น 1) การจัดทำนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนให้เป็นไปตามข้อกำหนดของมาตรฐานสากล ครอบคลุมทั้งกิจการ สร้างองค์ความรู้ด้านสิทธิมนุษยชนในกิจการ และ มีการประเมินผลเป็นระยะ 2) การบริหารจัดการความเสี่ยงโดยประเมินความเสี่ยงที่อาจเกิดจากการละเมิดสิทธิมนุษยชน ทั้งในกิจการ ชุมชน และสังคม รวมถึงละเว้นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการร่วมกระทำผิดทั้งทางตรงและทางอ้อม และ 3) มีกลไกการคุ้มครองและเยียวยา โดยเปิดโอกาสให้พนักงาน ชุมชน และสังคมมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น

5. การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม หมายถึง แรงงานมีสิทธิขั้นพื้นฐานที่จะเลือกทำงานได้ตามความต้องการของตน และมีสิทธิที่จะอยู่ในสภาพการทำงานที่ดีมีความยุติธรรม ดังนั้นกิจการต้องเคารพและปฏิบัติตามกฎหมาย และหลักจริยธรรม ซึ่งแนวทางปฏิบัติของกิจการที่สำคัญคือ การไม่เลือกปฏิบัติในการจ้างงาน ไม่ใช่แรงงานบังคับ ไม่ใช่แรงงานเด็ก พนักงานมีเสรีภาพในการสมาคม และร่วมเจรจาต่อรองเพื่อได้รับความคุ้มครองทางสังคม รวมทั้งกิจการต้องจัดให้มีสภาพแวดล้อมที่คำนึงถึงสุขภาพ และความปลอดภัยในการทำงาน

6. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค หมายถึง ความรับผิดชอบต่อคุณภาพและคุณภาพและคุณสมบัติ รวมถึงข้อมูลของสินค้าและบริการ ตลอดจนวิธีการในการนำเสนอและการใช้สินค้าและบริการนั้น ๆ ว่าจะต้องเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพอนามัย มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค สังคม ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม มีการกระทำการที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อผู้บริโภค ในลักษณะที่เป็นการละเมิดหรือทำให้เสียสิทธิของผู้บริโภคอันเป็นการเสื่อมเสียจรรยาบรรณในการประกอบกิจการที่ดี

แนวทางการปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค มีฐานความคิดมาจากสิทธิของผู้บริโภค กล่าวคือ กิจการต้องผลิตสินค้าและบริการที่ปลอดภัยต่อชีวิตและสุขภาพของผู้บริโภคที่สามารถไว้วางใจได้ มีระบบการจัดเก็บข้อมูลผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพ มีการบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าทั้งก่อนและหลังการขาย มีการให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคที่ตรงความจริงและเพียงพอ รวมทั้งให้ความรู้เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ ทำการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมของสินค้าและบริการ โดยให้ความสำคัญกับกระบวนการและกิจกรรมที่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่สังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อนำไปสู่การบริโภคที่ยั่งยืน

7. การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม มีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาและส่งเสริมความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ ตลอดจนการฟื้นฟูสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งหลักการปฏิบัติคือสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน สร้างการจ้างงานและพัฒนาทักษะ ขจัดและป้องกันภัยคุกคามที่มีผลต่อสุขภาพ รวมทั้งการส่งเสริมสุขภาพที่ดี และประการสุดท้าย คือ การลงทุนทางสังคม

กิจการควรยึดหลักคุณธรรม คือ การมีจิตสาธารณะเพื่อชุมชนและสังคมส่วนรวม มีข้อมูลของชุมชน ทั้งในด้านภูมิศาสตร์ ประชากรศาสตร์ ความคิดเห็นและความต้องการของชุมชน ภายใต้ความพร้อมและทรัพยากรที่มีอยู่ มีเป้าหมายและแนวทางการดำเนินงานที่ชัดเจน ตลอดจนเสริมสร้างให้ชุมชนมีภูมิคุ้มกันที่ดี เพื่อนำไปสู่การพึ่งตนเองในระยะยาว เป็นการยกระดับคุณภาพสังคม ส่งผลให้กิจการมีสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคมที่ดีตามไปด้วย

8. การจัดการสิ่งแวดล้อม หมายถึง การเพิ่มมูลค่าและสร้างความยั่งยืนให้กับกิจการ รวมถึงสังคมและประเทศชาติด้วยการจัดการสิ่งแวดล้อม มีแนวทางปฏิบัติ 4 ส่วน คือ 1) การ

ป้องกันมลภาวะ 2) การใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน 3) การลดและปรับตัวให้เข้ากับภาวะโลกร้อน และ 4) การปกป้องสิ่งแวดล้อม ความหลากหลายทางชีวภาพ และการบูรณะที่อยู่อาศัยตามธรรมชาติ โดยกิจการควรมีความรู้จริงในการประกอบกิจการที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และแสวงหาความรู้ใหม่ ๆ เพื่อพัฒนากิจกรรมเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม มีความพอประมาณในการใช้ทรัพยากรและใช้งบประมาณ มีการเทียบเคียงการใช้ทรัพยากรกับกิจการอื่นที่มีการปฏิบัติที่ดี เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน และมีหน่วยงานที่รับผิดชอบเพื่อทำหน้าที่ติดตามและประเมินผลการทำงานอย่างชัดเจน

ทุกวันนี้ผลกระทบจากการดำเนินกิจการ โดยอาศัยหรือใช้ไปในลักษณะทำให้สูญสิ้นไปหรือทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในระดับที่สูงขึ้นทุกวัน ทำให้เกิดปัญหาพิพาททางสิ่งแวดล้อมประเภทต่าง ๆ และเป็นสาเหตุที่ก่อให้เกิดหายนภัยทางธรรมชาติ เช่น น้ำป่า น้ำท่วม ดินโคลนถล่ม ไฟป่า แผ่นดินไหว สึนามิคลื่นยักษ์ วัตภัย ฯลฯ ที่กลับมาทำลายทรัพย์สินของกิจการ รวมทั้งบ้านเมืองชีวิตมนุษย์และสัตว์ต่าง ๆ เป็นความสูญเสียอย่างมหาศาล

ดังนั้น ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องซึ่งไม่เพียงแต่ภาครัฐ ภาคธุรกิจทั้งการผลิตและบริการ หน่วยงานที่ดูแลสิ่งแวดล้อมเท่านั้น แต่รวมถึงกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับกิจการทั้งหมด ที่ต้องหันมาตระหนักและเห็นความสำคัญต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม และมีแผนการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ได้ผลอย่างเป็นรูปธรรม มีการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า เพื่อประโยชน์สูงสุดและบรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพิ่มมากขึ้น

9. นวัตกรรมและการเผยแพร่ นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง ผลลัพธ์จากการประกอบกิจการด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม ที่เกิดผลสำเร็จอย่างจริงจัง และเกิดการเปลี่ยนแปลงทางความคิด การผลิตและกระบวนการทำงาน ไม่ว่าจะการเปลี่ยนแปลงนั้น จะเกิดขึ้นจากการปฏิบัติ การเปลี่ยนแปลงใหม่ทั้งหมด หรือการพัฒนาต่อยอด

หลักสำคัญในการสร้างนวัตกรรม ภายใต้การดำเนินกิจการที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม คือ การดำเนินกิจการที่สามารถสร้างสิ่งใหม่ ๆ อันมีทั้งมูลค่าและคุณค่าให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเป็นผลกระทบในเชิงบวกเพื่อจะทำให้กิจการ สังคม ชุมชน วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมเกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น เป็นนวัตกรรมที่ก่อให้เกิดผลิตภาพหรือมูลค่าเพิ่มขึ้น และเป็นที่มาอันสำคัญของความมั่นคงทางเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อม ดังนั้นการเป็นกิจการแห่งนวัตกรรมที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น มีความจำเป็นต้องดำเนินการในทุกระดับของกิจการไปพร้อมกัน ตั้งแต่ระดับหน้าที่ ระดับบุคคล ระดับกิจการ และระดับพลเมืองโลก ซึ่งการเผยแพร่ นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม ในรายงานแห่งความยั่งยืนของกิจการ จะเป็นผลให้เกิดการ

ยอมรับในความคิด และการปฏิบัติเหล่านั้นจะมีผลต่อ โครงสร้างและวัฒนธรรมของกิจการ ซึ่งจะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในที่สุด

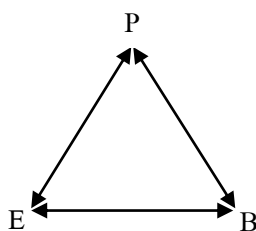
10. การจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืน เป็นการเปิดเผยผลกระทบและผลลัพธ์ ทั้งเชิงบวกและลบต่อเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินกิจการ เช่นเดียวกับคำอื่น ๆ เช่น รายงานความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นต้น อันจะนำไปสู่ความยั่งยืนในช่วงเวลาที่รายงาน โดยมุ่งหมายของการจัดทำรายงาน คือ การเทียบเคียง การสาธิต การเปรียบเทียบ รายงานแห่งความยั่งยืนเป็นการวัดและเปิดเผยข้อมูลด้านความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกกิจการ สำหรับการดำเนินงานที่มีต่อเป้าหมายของการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับข้อมูลที่สะท้อนให้เห็นการปฏิบัติตามแนวทางดังกล่าวอย่างครบถ้วน

ดังจะเห็นได้ว่า การดำเนินกิจการอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมจึงเป็นเรื่องที่สามารถเริ่มต้นทำได้ง่าย ๆ จากการมีจิตสำนึกและคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นพื้นฐานแรก ที่จะไม่ทำในสิ่งใด ๆ ซึ่งส่งผลกระทบต่อในแง่ลบหรือเป็นอันตรายต่อผู้อื่น หรือที่เรียกว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องทุก ๆ หน่วยในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ในขณะที่เดียวกันก็ไม่กระทำการใด ๆ ที่เป็นการขัดต่อกฎหมาย ระเบียบ เงื่อนไข และวัฒนธรรมอื่นที่มีอยู่

### **แนวคิดและทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม**

ในการศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของบุคลากร บริษัท อีเลค โทรลักษ์ ประเทศไทย จำกัด ครั้งนี้ ผู้วิจัยอธิบายสาเหตุของการเกิดพฤติกรรมตามทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม (Social cognitive learning theory) ของ Bandura (1986, p. 24) มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา เนื่องจากแนวคิดพื้นฐานของเบนคูราเชื่อว่า พฤติกรรมของมนุษย์มีปฏิสัมพันธ์กับปัจจัยหลัก 2 ปัจจัย คือ 1) ปัจจัยส่วนบุคคล และ 2) ปัจจัยทางสภาพแวดล้อม และการร่วมกันของปัจจัยส่วนบุคคลนั้นจะต้องร่วมกันในลักษณะที่กำหนดซึ่งกันและกัน (Bandura, 1986, p. 24) ซึ่งสามารถเขียนเป็นภาพอธิบายได้ดังต่อไปนี้





B = พฤติกรรม (Behavior)

P = ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors)

E = สภาพแวดล้อม (Environment Factors)

ภาพที่ 2-2 โครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางสภาพแวดล้อม (Bandura, 1986, p. 24)

จากภาพที่ 3 แสดงให้เห็นว่า พฤติกรรมปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางสภาพแวดล้อม ทำหน้าที่กำหนดที่มีอิทธิพลเชิงเหตุ - เชิงผลกัน ปัจจัยที่กำหนดซึ่งกันและกันที่ละคู่ คือ คู่แรก ระหว่าง  $P \leftrightarrow B$  เป็นการปฏิสัมพันธ์ระหว่างความคิด ความเชื่อ ความรู้สึก ซึ่งปัจจัยดังกล่าว กำหนดลักษณะและทิศทางของพฤติกรรม การกำหนดซึ่งกันและกันของ  $E \leftrightarrow P$  เป็นการปฏิสัมพันธ์ระหว่างลักษณะของบุคคลกับสภาพแวดล้อม และการกำหนดซึ่งกันและกันของ  $B \leftrightarrow E$  เป็นการปฏิสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับสภาพแวดล้อมในชีวิตประจำวันของเรา (สมโภชน์ เอี่ยมสุภาษิต, 2550, หน้า 48-49 อ้างอิงจาก Bandura, 1986, pp. 1-60)

เนื่องจากแนวคิดทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม อธิบายสาเหตุของการเกิดพฤติกรรมของบุคคลเกิดจากสาเหตุหลัก 2 ประการ คือ 1) ลักษณะทางจิต โดยจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมที่มีสาเหตุจาก ลักษณะทางจิต ได้แก่ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ค่านิยมเชื้อสัตย์และมีความรับผิดชอบต่อสังคม และจิตสาธารณะ และ 2) ลักษณะทางสังคม โดยจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีสาเหตุจากลักษณะทางสังคม ได้แก่ การมีตัวแบบที่ดี การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน การรับรู้ นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม (สมโภชน์ เอี่ยมสุภาษิต, 2550, หน้า 48-49 อ้างอิงจาก Bandura, 1986, pp. 1-60) ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ลักษณะทางจิต ซึ่งมีผลต่อการแสดงออกทางพฤติกรรมแตกต่างกัน ไปด้วย และมีผลต่อพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคม

#### 1.1 เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม

เจตคติ (Attitude) เป็นนามธรรมที่เกิดจากการเรียนรู้หรือประสบการณ์ในชีวิตของบุคคล และมีความสำคัญต่อการตอบสนองทางสังคมของบุคคลเป็นอย่างมาก นั่นคือ บุคคลมีพฤติกรรมอย่างไรหรือทำสิ่งใดลงไป เจตคติจะเป็นเครื่องกำหนดเจตคติจึงเป็นส่วนหนึ่งของบุคคล และบุคลิกภาพของบุคคล และบุคคลมีเจตคติต่อสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ในลักษณะที่แตกต่างกันออกไป และเจตคดียังหมายถึง จิตลักษณะประเภทหนึ่งของบุคคลอยู่ในรูปของความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความรู้สึกนี้เกิดจากความรู้เชิงประเมินค่าของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งนั้น ว่าสิ่งนั้นเป็นประโยชน์หรือมีโทษมากน้อยเพียงใด ซึ่งทำให้เกิดความพอใจหรือไม่พอใจ และมีความพร้อมที่จะกระทำต่อสิ่งนั้นไปในทางที่สอดคล้องกับความรู้สึกของตนต่อสิ่งนั้น ฉะนั้นบุคคลจึงสามารถมีเจตคติต่อสิ่งต่าง ๆ มากมาย แม้แต่เจตคติต่อตนเองหรือเจตคติต่อการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง ส่วน

Fishbein and Ajzen (1975, pp. 336-339) ได้ให้ความหมายของเจตคติว่า หมายถึง จิตลักษณะประเภทหนึ่งของบุคคลเกิดจากการรู้คิดเชิงประมาณค่าเกี่ยวกับบุคคล หรือสิ่งหนึ่งสิ่งใดในแง่ให้ประโยชน์หรือโทษมากน้อยเพียงใด ทำให้มีความโน้มเอียงไปทางชอบหรือไม่ชอบ พพอใจหรือไม่พอใจต่อสิ่งต่าง ๆ โดยมีอารมณ์เป็นส่วนประกอบ รวมทั้งความพร้อมที่จะแสดงพฤติกรรมเฉพาะอย่าง เช่น ให้การสนับสนุนช่วยเหลือหรือขัดขวางทำลาย เป็นต้น

Thurstone (1931, p. 39) ได้ให้ความหมายของเจตคติว่า เจตคติเป็นระดับความมากน้อยของความรู้สึก ในด้านบวกและลบที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น บุคคล สิ่งของ ความคิด บทความ โดยบุคคลสามารถบอกความรู้สึกที่ต่างกันได้ว่า เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย

นอกจากนี้ เจตคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ (Mc Guire, 1969, pp. 155-156) คือ

ก. ความรู้เชิงประเมินค่า (Cognitive component) หมายถึง การรับรู้ของบุคคลเกี่ยวกับวัตถุ สิ่งของหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ รวมทั้งความเชื่อของบุคคลต่อสิ่งเหล่านั้นว่าดีหรือเลว มีประโยชน์หรือมีโทษมากน้อยเพียงใด บุคคลส่วนใหญ่ มักจะมีความรู้เชิงประเมินค่าสิ่งของต่าง ๆ เพียงเล็กน้อยและอาจจะเป็นความรู้ที่ไม่ถูกต้องด้วย ทำให้เกิดอคติหรือมีเจตคติต่อสิ่งนั้น ๆ ไม่ตรงกับความเป็นจริงเป็นผลให้เกิดผลเสียต่อบุคคลหรือส่วนรวมได้ และเนื่องจากความรู้เชิงประเมินค่านี้นี้เป็นต้นกำเนิดของเจตคติของบุคคล ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงเจตคติที่สำคัญประการหนึ่ง คือ การปรับปรุงความรู้เชิงประเมินค่าโดยการให้ความรู้ที่ตรงกับความจริงแก่บุคคลนั้น ๆ

ข. ความรู้สึกทางอารมณ์ (Affective component) หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลในลักษณะที่ชอบหรือไม่ชอบ พอใจหรือไม่พอใจต่อสิ่งนั้น การที่บุคคลรู้ว่าสิ่งใดดีมีประโยชน์ บุคคลจะรู้สึกชอบสิ่งนั้น และตรงกันข้ามถ้ารู้ว่าสิ่งใดมีโทษบุคคลจะไม่ชอบหรือเกลียดสิ่งนั้น ส่วนใหญ่แล้วความรู้สึกพอใจของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดจะเกิดขึ้น โดยอัตโนมัติและสอดคล้องกับความรู้เชิงประเมิน ค่าเกี่ยวกับสิ่งนั้น ๆ ด้วย ตามปกติแล้วถ้าสิ่งใดดีมีประโยชน์โดยตรงต่อตนเอง บุคคลย่อมพึงพอใจมาก แต่ถ้าเป็นประโยชน์ต่อคนอื่นที่ตนไม่รู้จัก หรือเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม โดยที่เป็นประโยชน์ต่อตนเองไม่มากนัก บุคคลจะรู้สึกพึงพอใจต่อสิ่งนั้นเพียงเล็กน้อย

ค. ความพร้อมที่จะกระทำ (Behavioral intention component) หมายถึง ความโน้มเอียงหรือความพร้อมที่บุคคลจะแสดงพฤติกรรมให้สอดคล้องกับความรู้สึกของตนเอง ซึ่งความโน้มเอียงที่จะแสดงพฤติกรรมนี้เป็นไปแบบกว้าง ๆ ไม่เฉพาะเจาะจง การที่บุคคลจะแสดงพฤติกรรมได้อย่างเฉพาะเจาะจง ขึ้นอยู่กับจิตลักษณะอื่น ๆ ของบุคคลและสถานการณ์

จากความหมายของเจตคติที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง ความรู้สึกของพนักงานในการรับรู้เชิงประเมินค่าว่าความรับผิดชอบต่อสังคม เป็น สิ่งที่ดีมีประโยชน์ต่อตนเองและส่วนรวมมากน้อยเพียงใด มีความรู้สึกชอบหรือพอใจต่อพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม และเกิดความพร้อมที่จะแสดงพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมสอดคล้องกับความรู้สึกของตน

### 1.2 ค่านิยมซื้อสัตย์และมีความรับผิดชอบ

ค่านิยม (Value) เป็นแนวทางหรือแนวคิดเพื่อให้บุคคลได้ใช้เป็นมาตรฐานในการเลือกกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเป็นสิ่งที่ช่วยให้บุคคลสามารถตัดสินใจในการกระทำของตน (วัชรพล สุภจักรวัฒนา, 2550, หน้า 8 อ้างอิงจาก Kluckhohn; & Murray, 1953, p. 204) ค่านิยมหมายถึง ความเชื่อของมนุษย์ทั้งหลายในสังคมที่มีร่วมกัน เกี่ยวกับสิ่งที่ควรทำหรือสิ่งที่ควรห้าม ด้านวิถีปฏิบัติทั้งหลาย ที่เป็นอุดมคติและจุดหมายปลายทางทั้งหลายเป็นอุดมคติของการดำเนินชีวิต (Roksach, 1980, p. 262) ค่านิยมเป็นความเชื่อที่บุคคลยึดถือว่าอะไรคือเป้าหมายที่ต้องการ อะไรคือเป้าหมายที่ไม่ต้องการ ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับวิถีทางที่บุคคลนั้นเชื่อว่าถ้าปฏิบัติแล้วจะไปถึงเป้าหมายที่เขาต้องการและเขาจะทำ ทุกอย่างเพื่อให้ได้สิ่งนั้นมา ค่านิยมเป็นต้นทางของเจตคติของบุคคล เมื่อบุคคลนิยมยึดถือว่าสิ่งใด มีค่าที่เขาต้องการจะทำให้เกิดเจตคติพอใจในสิ่งนั้น กล่าวคือ มีอิทธิพลทำให้เกิดความโน้มเอียงที่จะทำพฤติกรรมให้เข้าใกล้หรือได้มาซึ่งสิ่งนั้น (Kalish, 1973, pp. 340-343)

ค่านิยมของสังคม (Social value) ประกอบกับการถ่ายทอดทางสังคม (Socialization) และปัจจัยภายในตัวบุคคลเอง เช่น บุคลิกภาพ ของบุคคลผู้นั้นจะส่งผลให้เกิดเป็นค่านิยมส่วนบุคคล (Personal value) และค่านิยมที่บุคคลยึดถือนี้ จะส่งผลต่อความคิด จิตใจ และพฤติกรรมของ

ผู้นั้น แต่ค่านิยมไม่ใช่เรื่องอิทธิพลทางเดียว แต่เป็นอิทธิพลสองทาง กล่าวคือ ความคิด จิตใจ และพฤติกรรมของบุคคลก็จะสามารถทำให้ค่านิยมส่วน บุคคลเปลี่ยนแปลงไปได้และค่านิยมส่วน บุคคลก็สามารถส่งผลกระทบต่อค่านิยมของสังคมได้เช่นกัน เมื่อบุคคลยึดถือค่านิยมใดเป็นค่านิยม ที่สำคัญที่สุดของเขา ค่านิยมนั้นจะเป็นตัวจิตสำนึกหรือเป็นสิ่งที่ปรารถนาหรือสิ่งที่บุคคลต้องการ ซึ่งมีความสำคัญในการ

- ชี้แนะแนวทางให้กระทำพฤติกรรมที่สนองตอบต่อค่านิยมนั้นอย่างสม่ำเสมอในทุก สถานการณ์ เช่น บุคลิก ค่านิยมของ ความซื่อสัตย์

- เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจ เมื่อค่านิยมเป็นการเชื่อว่าการกระทำเช่นใดถูก การกระทำ เช่นใดผิด บุคคลจะยึดถือที่จะทำในสิ่งที่ตนคิดว่าถูกและจะไม่ทำในสิ่งที่ตนคิดว่าผิด

- เป็นมาตรฐานในการประเมินและการตัดสินใจการกระทำของผู้อื่นว่าถูกหรือผิด

- มีอิทธิพลต่อการรับรู้ในเป้าหมายของบุคคลหรือขององค์กร และวิธีการของบุคคล หรือขององค์กรว่าเป็นสิ่งที่ดีที่ถูกต้อง หรือเป็นสิ่งที่ไม่ดีหรือไม่ถูกต้อง

- เป็นตัวทำให้เกิดความขัดแย้งระหว่างบุคคลสองฝ่าย ได้และส่งผลต่อกิจกรรม สัมพันธระหว่างบุคคล เช่น บุคคลที่มีค่านิยมมุ่งความสำเร็จในงานเป็นเลิศจะมีความขัดแย้งกับ บุคคลที่มีค่านิยมในการทำงานแบบแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และ

- เป็นตัวกำหนดการกระทำของบุคคล ไม่ว่าค่านิยมนั้นจะมีคุณธรรมหรือไร้คุณธรรม ก็ตาม (สิริอร วิชาวุธ, 2553, หน้า 221)

ศูนย์ส่งเสริมจริยธรรมสถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน ซึ่งมีอำนาจหน้าที่หลักใน การ กำหนดและจัดทำค่านิยมสร้างสรรค์เป็นคุณธรรมประจำใจให้เจ้าหน้าที่ของรัฐพึงยึดถือ เพื่อ สร้าง วัฒนธรรมการทำงานใหม่ให้งานภาครัฐบังเกิดผลตามแนวทางของแผนการปฏิรูประบบ บริหารภาครัฐ ที่มุ่งสร้างประโยชน์ให้สูงสุดแก่ประชาชนและประเทศชาติ ถือได้ว่าเป็นมาตรฐาน กลาง ของพนักงานและลูกจ้างอื่นของรัฐเพื่อป้องกันการทุจริต และประพฤติมิชอบและเสริมสร้าง ประสิทธิภาพในการปฏิบัติหน้าที่ ต่อมารัฐบาลได้ปฏิรูประบบราชการปรับปรุงระบบค่านิยมและ วัฒนธรรมการทำงานใหม่ โดยเริ่มต้นจากการใช้ยุทธศาสตร์เพื่อส่งเสริมและปรับเปลี่ยนวิสัยทัศน์ วัฒนธรรม และค่านิยมในการทำงาน โดยให้แต่ละส่วนราชการจัดทำแถลงค่านิยมสร้างสรรค์ (Value statement) เพื่อเป็นการปฏิรูประบบ มีสมรรถนะ มีคุณภาพ มีคุณธรรม และมีประสิทธิภาพ สูง เป็นที่เชื่อถือ และศรัทธาของประชาชน จึงได้แต่งตั้งคณะกรรมการการศึกษาและกำหนด ความหมาย ค่านิยมสร้างสรรค์ไว้ดังนี้ ค่านิยมสร้างสรรค์ หมายถึง ค่านิยมที่ดีมีประ โยชน์ต่อสังคม ที่ได้รับการถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปยังอีกรุ่นหนึ่ง นอกจากนั้น ยังหมายถึง ค่านิยมใหม่ที่ยังไม่

เคยมีมาก่อน และเข้ามาแทนที่ค่านิยมเก่าที่ไม่สามารถแก้ไขปรับปรุงให้ดีขึ้น และที่ไม่สามารถ  
แก้ปัญหาดังกล่าวได้ (สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน, 2546)

จากการศึกษานิยามผู้วิจัยพบว่า ค่านิยมที่มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความ  
ความรับผิดชอบต่อสังคม ได้แก่ ค่านิยมซื่อสัตย์และมีความรับผิดชอบ เนื่องจากค่านิยมดังกล่าวนี้ มี  
ความหมายที่สอดคล้องที่ให้ความหมายว่า เป็นสิ่งที่บุคคลเห็นว่า เรื่องต่อไปนี้เป็นสิ่งที่มีคุณค่าควร  
ปฏิบัติได้แก่ การปฏิบัติหน้าที่เต็มความสามารถด้วยความรับผิดชอบ ตรงไปตรงมา มีความ  
รับผิดชอบต่อประชาชน ต่อผลการปฏิบัติงานองค์การตรงต่อการกำหนดค่านิยมต่าง ๆ

จากความหมายของค่านิยมซื่อสัตย์และมีความรับผิดชอบที่กล่าวมาในข้างต้นสรุปได้  
ว่า ค่านิยมซื่อสัตย์และมีความรับผิดชอบ หมายถึง สิ่งสำคัญที่บุคลากรสำนึกอยู่เสมอเพื่อใช้ในการ  
ตัดสินใจว่าควรปฏิบัติงานตามหน้าที่ของตนอย่างเต็มความสามารถ ด้วยความถูกต้องตรงไปตรงมา  
ตรงต่อเวลา และการนัดหมายต่าง ๆ ใช้ทรัพยากรขององค์กรอย่างคุ้มค่า คำนึงถึงผลการปฏิบัติงาน  
รวมถึงการปรับปรุงพัฒนาระบบงานให้สอดคล้องกับความต้องการของบริษัท

### 1.3 จิตสาธารณะ

จิตสาธารณะ (Public mind) พบว่า มีการใช้คำศัพท์ที่ใช้เรียกที่แตกต่างกันออกไป เช่น  
จิตสำนึกสาธารณะ จิตสำนึกสาธารณสมบัติ จิตสำนึกทางสังคม ซึ่งมีผู้ที่ให้ความหมายเอาไว้  
หลายท่านดังนี้ สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (2542, หน้า 14) ได้ให้ความหมายของ จิต  
สาธารณะ ว่าหมายถึง การรู้จักเอาใจใส่และเป็นธุระและเข้าร่วมในเรื่องของส่วนรวมที่เป็น  
ประโยชน์ต่อประเทศชาติ มีความสำนึกและยึดมั่นในระบบคุณธรรม จริยธรรมที่ดีงาม เน้นความ  
เรียบร้อย ประหยัด และมีความสมดุลระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ

ในขณะที่ อรพินทร์ ชูชม, อัจฉรา สุขารมณ และอุษาศรี จินดารัตน์ (2549, หน้า 10)  
ได้ให้ความหมายของคำว่า จิตสาธารณะ ว่าหมายถึง การที่บุคคลตระหนักรู้และคำนึงถึงประโยชน์  
สุขของส่วนรวมและสังคม เห็นคุณค่าในการเอาใจใส่ ดูแลรักษาสถานที่ของเครื่องใช้ต่าง ๆ ที่เป็นของ  
ส่วนรวม หรืออาจจะหมายถึงจิตสำนึกสาธารณสมบัติ กล่าวคือ การใช้สาธารณสมบัติอย่าง  
รับผิดชอบต่อสังคม หรือ การรับผิดชอบต่อสาธารณสมบัติ ซึ่งมี 2 ประการ คือ

ก. รับผิดชอบต่อสาธารณสมบัติด้วยการหลีกเลี่ยงการใช้การกระทำที่ก่อให้เกิด  
ความชำรุดเสียหายต่อสาธารณสมบัตินั้น ๆ รวมไปถึงการถือเป็นหน้าที่ที่จะมีส่วนร่วมในการดูแล  
สาธารณสมบัติ ในวิสัยทัศน์ที่ตนทำได้

ข. การเคารพสิทธิในการใช้สาธารณสมบัติของผู้อื่น เพราะสาธารณสมบัติคือ ของที่  
คนทั่วไปมีสิทธิในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์คำนึงว่าคนอื่นมีสิทธิใช้เช่นเดียวกัน จึงต้องไม่ยึดสา  
ธารณสมบัติไว้เป็นของตัวเองและไม่ปิดกั้นการใช้ประโยชน์ของผู้อื่น และในงานวิจัยของ ชาย

โพธิ์สติตา ที่ได้สรุปความเข้าใจของจิตสำนึกต่อสาธารณสมบัติ หรือจิตสาธารณะไว้ 2 ระดับ คือ 1) เป็นจิตสำนึกแบบ Passive คือ จิตสำนึกแบบที่บุคคลไม่ต้องทำอะไรมาก เพียงแต่ไม่ก่อให้เกิดความเสียหายหรือไม่ทำลายสาธารณสมบัติที่ตนใช้ก็พอซึ่งเป็นการแสดงออกว่าบุคคลมีความเข้าใจว่าควรหรือไม่ควรปฏิบัติอย่างไรกับสาธารณสมบัติ และ 2) จิตสำนึกแบบ Active เป็นระดับที่บุคคลกระทำการอันแสดงว่าเขามีความรับผิดชอบต่อสาธารณะสมบัติ ไม่ว่าจะได้ใช้หรือไม่ได้ใช้สาธารณสมบัตินั้นก็ตาม เช่น การมีส่วนร่วมในการบำรุงรักษาสาธารณสมบัติที่ชำรุดเสียหาย

จากความหมายของจิตสาธารณะ ที่กล่าวมาในข้างต้นสรุปได้ว่า จิตสาธารณะหมายถึง ความตระหนักรู้ของบุคคลที่เกิดขึ้นในตนและความรู้สึกปรารถนาที่จะช่วยเหลือผู้อื่นและส่วนรวม มีความสำนึกในการดูแลรักษาสิ่งของส่วนรวม รักษากฎระเบียบที่กำหนดร่วมกันและอาสา ทำกิจกรรมเพื่อประโยชน์ส่วนรวม

## 2. ลักษณะทางสังคม

ลักษณะทางสังคมเป็นสถานการณ์ภายนอก ที่มีผลต่อการแสดงออกของบุคคล และเป็นปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคม

2.1 การมีตัวแบบที่ดี จากทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม ที่กล่าวว่า พฤติกรรมส่วนมากของมนุษย์เกิดจากการเรียนรู้ การเรียนรู้มี 2 รูปแบบ คือ การเรียนรู้จากประสบการณ์ตรงหรือการเรียนรู้จากผลการกระทำและการเรียนรู้จากการสังเกต ในประเด็นของการเห็นแบบอย่างเป็นการเรียนรู้จากการสังเกต เกิดจากการสังเกตตัวแบบ (Model) ว่าตัวแบบทำอะไร ทำอย่างไร มีกฎเกณฑ์อย่างไร เมื่อสังเกตแล้วก็นำมาคิดว่าตนสามารถทำพฤติกรรมใหม่ได้อย่างไร

Bandura (1986) มีแนวคิดว่า พฤติกรรมของบุคคลเรียนรู้โดยการสังเกต หรือการเลียนแบบ (Observational or modeling learning) โดยสิ่งแวดล้อมและตัวผู้เรียน มีความสำคัญเท่า ๆ กัน ผู้เรียนและสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อกันและกัน เนื่องจากการเรียนรู้เกิดปฏิสัมพันธ์ (Interact) กับสิ่งแวดล้อมพฤติกรรมของมนุษย์หลายอย่างจึงเกิดจากการเรียนรู้ทางสังคม (สิริอร วิชาวุธ และคณะ, 2554, หน้า 136) ทฤษฎีการเรียนรู้จากการสังเกตตัวแบบ (Social cognitive learning theory) ของ Bandura (1986, p. 89) แบ่งกระบวนการเรียนรู้แบบเลียนแบบไว้ 4 กระบวนการ ได้แก่

ก. กระบวนการใส่ใจ (Attentional processes) คือ การที่บุคคลมีความเอาใจใส่ สนใจรับรู้ในพฤติกรรมของตัวแบบเพื่อทำการเลียนแบบ

ข. กระบวนการเก็บจำ (Retention processes) คือ เมื่อบุคคลสนใจแล้วทำให้เกิดการเรียนรู้ได้ โดยบุคคลสามารถจดจำพฤติกรรมของตัวแบบไว้ได้มากน้อยเพียงใดในการเลียนแบบ

ค. การแสดงออก (Production processes) เมื่อบุคคลจดจำพฤติกรรมของตัวแบบได้แล้ว บุคคลจะนำเอาการเก็บจำเป็นสัญลักษณ์มาแปลงเป็นการกระทำที่คล้ายคลึงกับตัวแบบ

ง. กระบวนการจูงใจ (Motivation processes) คือ ตัวจูงใจมีความสำคัญที่มีผลต่อการแสดงพฤติกรรมตามตัวแบบออกมา เช่น การที่บุคคลเห็นตัวแบบทำพฤติกรรมหนึ่ง ๆ แล้วได้รับการเสริมแรงทำให้ผู้สังเกตเกิดความรู้สึกพอใจและได้ชื่นชมตัวแบบไปพร้อมกัน ซึ่งมีผลทำให้ผู้สังเกตจะประเมินตนเองว่าสามารถทำพฤติกรรมตามตัวแบบได้เมื่อประสบความสำเร็จก็จะยิ่งภูมิใจในตัวแบบมากขึ้น

จากความหมายของการมีตัวแบบที่ดี ที่กล่าวมาในข้างต้นสรุปได้ว่า การมีตัวแบบที่ดี หมายถึง ปริมาณการรับรู้ของบุคคลกร ว่าหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงานในหน่วยงานของตน มีพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมทั้งที่ดี มีความสามารถในการทำงานได้ดี และ ประสบความสำเร็จ

## 2.2 การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน

การสนับสนุนทางสังคม (Social support) หมายถึง การที่ได้รับข้อมูลข่าวสารที่ทำให้บุคคลเชื่อว่ามีคนให้ความรัก มีคนเอาใจใส่ เห็นคุณค่า มีคนยกย่อง รู้สึกว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของสังคม มีความผูกพันและเอื้ออาทรต่อกัน

ส่วน Pender (1987, p. 396) ได้ให้ความหมายของการสนับสนุนทางสังคม ว่าหมายถึง ความรู้สึกเป็นเจ้าของการได้รับการยอมรับการเป็นที่รักและนับถือ รวมทั้งการมีคุณค่าเป็นที่ต้องการของบุคคลอื่น โดยได้รับจากกลุ่มบุคคลในระดับสังคมนั้น เป็นผู้ให้การสนับสนุนด้านจิตใจ วัตถุประสงค์ คำแนะนำ ซึ่งจะทำให้บุคคลนั้น สามารถดำรงอยู่ในสังคมได้อย่างเหมาะสม การสนับสนุนทางสังคม หมายถึง การที่บุคคลรับรู้ถึงความช่วยเหลือในการปฏิบัติงาน ด้านต่าง ๆ เช่น ด้านจิตใจ อารมณ์ และสังคม ด้านวัตถุ และด้านข้อมูลข่าวสาร จากหัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงาน (อังสินันท์ อินทรกำแหง, อรพินทร์ ชูชม และอัจฉรา สุชารมณี, 2550, หน้า 9) การสนับสนุนทางสังคม หมายถึง การรับรู้ของบุคคลเกี่ยวกับการได้รับความช่วยเหลือจากครอบครัวและบุคคลอื่น ในด้านอารมณ์ ด้านวัตถุ และด้านข้อมูล (มนัส บุญประกอบ และพรณี บุญประกอบ, 2549, หน้า 16-17) การสนับสนุนทางสังคม

ตามความหมายในบทความของ Bhanthumnavin (2000, pp. 155-166) ได้ให้นิยามของการสนับสนุนทางสังคมไว้ 3 ด้าน ได้แก่

ก. การสนับสนุนด้านอารมณ์ (Emotional support) เช่น การพูดปลอบโยน การพูดให้กำลังใจ ให้ความหวังใจ ความรัก ความอบอุ่น ความเห็นใจ หรือการยอมรับ เป็นต้น

ข. การสนับสนุนทางด้านข้อมูลข่าวสาร (Information support) เช่น การช่วยเหลือในการแก้ปัญหา ช่วยหาทางออกที่ดี ให้การแนะนำ คำปรึกษาเมื่อเกิดปัญหา การให้รางวัลหรือการลงโทษ การให้ข้อมูลย้อนกลับเพื่อช่วยให้ความเข้าใจ หรือในการตัดสินใจที่ดี เป็นต้น

ค. การสนับสนุนทางด้านวัสดุ เครื่องใช้รวมทั้งเงินและแรงงาน (Material support) การได้รับการสนับสนุนจากหัวหน้างาน (Supervisor support) พนักงานได้พัฒนามุมมองที่เกี่ยวข้องกับระดับที่หัวหน้างานให้คุณค่าและดูแลความเป็นอยู่ ความสุขของพวกเขา เนื่องจากหัวหน้างานเป็นตัวแทนขององค์การที่รับผิดชอบในการติดตาม และประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ใต้บังคับบัญชา พนักงานมองหัวหน้างานด้วยมุมมองที่แตกต่างกันทั้ง ชื่นชมหรือไม่ชื่นชม (เป็นกนก วงศ์ปิ่นเพ็ชร, 2551, หน้า 46 อ้างอิงจาก Hofmann & Morgeson, 1999)

จากความหมายของการสนับสนุนจากหัวหน้างาน ที่กล่าวมาในข้างต้นสรุปได้ว่า การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน หมายถึง การรับรู้ของพนักงานว่าหัวหน้าในหน่วยงานของตนให้การสนับสนุนในการทำงาน 3 ด้าน คือ 1) ด้านอารมณ์ เช่น การพูดให้กำลังใจในการทำงาน การพูด ชมเชย เมื่อทำงานประสบความสำเร็จ 2) ด้านข้อมูลข่าวสาร เช่น ให้คำแนะนำ คำปรึกษาที่ดีในการทำงาน สนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันอย่างเป็นกัลยาณมิตร และ 3) ด้านวัสดุอุปกรณ์ เช่น มีบริการต่าง ๆ เพื่อความสะดวกสบายในการทำงาน จัดหาวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นในการทำงาน สนับสนุนงบประมาณในการทำงาน

### 2.3 การรับรู้ นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม

โมเวน และไมเนอร์ ได้ให้ความหมายการรับรู้ (Perception) ว่าหมายถึง กระบวนการที่บุคคลเปิดรับต่อข้อมูลข่าวสาร ตั้งใจรับข้อมูลนั้นและทำความเข้าใจความหมาย (Mowen & Minor, 1998, p. 63) ส่วน Garrison and Magoon (1972, p. 2 อ้างถึงใน มยุรี กลั้ววงษ์, 2552, หน้า 56) ได้ให้ความหมายการรับรู้ว่าหมายถึง กระบวนการทางสมองในการตีความหรือแปลความหมายข้อมูลจากการสัมผัสของประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของร่างกายกับสิ่งแวดล้อม ก็เป็นสิ่งเร้าหรือสิ่งแวดล้อมมีสัมผัสนั้นว่าเป็นอะไร มีความหมายอย่างไร ลักษณะเป็นอย่างไร และการที่จะรับรู้สิ่งที่มาสัมผัสนั้น ต้องอาศัยประสบการณ์เป็นเครื่องช่วยในการตีความถ้าไม่เคยมีประสบการณ์มาก่อน บุคคลนั้นจะไม่สามารถรับรู้ได้ว่าสิ่งนั้นคืออะไร หรือมีความหมายอย่างไร

สิริอร วิชชาวุธ (2553, หน้า 91-92) ได้กล่าวว่า การรับรู้ประกอบด้วย กระบวนการ 2 กระบวนการ คือ

ก. การรู้สึก (Sensation) เป็นกระบวนการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งเร้า ที่ผ่านเข้ามาทางประสาทสัมผัสทั้ง 5 และส่งไปยังสมองเพื่อตีความ

ข. การรับรู้ (Perception) การตีความว่าสิ่งที่รู้สึกนั้นคืออะไร อาศัยกระบวนการรู้สึกเก็บข้อมูลดิบส่งไปยังสมองเทียบกับการเรียนรู้ในอดีตแล้วเข้าสู่กระบวนการรับรู้ ว่ามีความสัมพันธ์กับสิ่งต่าง ๆ ที่เคยเรียนรู้มาในอดีตอย่างไร จากนั้นจึงตัดสินใจว่าจะมีพฤติกรรมอะไร และนโยบายหมายถึง หลักการและแนวปฏิบัติซึ่งถือเป็นแนวดำเนินการ



นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม กล่าวคือ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ เป็นกิจกรรมที่สถาบันธุรกิจเพื่อสังคมส่งเสริมการนำมาตรฐานสากลเกี่ยวกับแนวคิดและ วัตถุประสงค์เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจมาประยุกต์สู่การปฏิบัติจริงใน กระบวนการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาสังคม ชุมชน และ สิ่งแวดล้อม (คณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียน, 2551)

จากความหมายของการรับรู้ นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ที่กล่าวมาในข้างต้น พอสรุปได้ว่า การรับรู้ นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง การที่พนักงานรับข้อมูลทางด้าน นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ทำความเข้าใจความหมายนโยบายความรับผิดชอบต่อ สังคม มีความรู้สึกว่านโยบายดังกล่าวมีประโยชน์ มีผลดีและตัดสินใจว่าตนเองจะร่วมปฏิบัติตาม งานแนวนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม

3. ลักษณะทางชีวสังคมและภูมิหลังกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อ สังคม

จากการศึกษาเอกสารพบว่า ตัวแปรด้านชีวสังคมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคม ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส ระยะเวลาปฏิบัติงาน ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1 อายุกับพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคม อายุเป็นปัจจัยด้านหนึ่งที่ทำให้บุคคลมีความคิดและพฤติกรรมที่ต่างกัน เนื่องจากบุคคลในแต่ละวัยจะมีประสบการณ์ในชีวิตที่แตกต่างกัน ดังที่นิชาภัทร โพธิ์บาง (2550, หน้า 152) ที่ได้ศึกษาลักษณะจิตใจ และสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับ พฤติกรรมการทำงานราชการอย่างมีจริยธรรมของเจ้าหน้าที่การเงินและบัญชี จำนวน 372 คน พบว่า เจ้าหน้าที่การเงินและบัญชีที่มีอายุน้อยเป็นผู้มีพฤติกรรมการทำงานเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรมากกว่า เจ้าหน้าที่การเงินและบัญชีที่มีอายุมาก

สำหรับจุฑารัตน์ กิตติเชษมากร (2553, หน้า 133) ได้ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในการปฏิบัติงานและด้านการมีส่วนร่วมของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จำนวน 300 คน พบว่า พนักงานที่มีอายุมากมีพฤติกรรมการทำงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในการ ปฏิบัติงานและด้านการมีส่วนร่วมมากกว่าพนักงานที่มีอายุน้อย จากข้อมูลดังกล่าวในข้างต้น ที่พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการทำงาน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงคาดว่าอายุน่าจะมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมของบุคลากร บริษัท อีเล็กโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด ในงานวิจัยครั้งนี้

3.2 ระยะเวลาปฏิบัติงานกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับระยะเวลาปฏิบัติงาน เช่น ในงานวิจัยของ สุกันยา พูลเดช (2552, หน้า 64) ได้ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมของวิศวกรสังกัดการไฟฟ้า ส่วนภูมิภาค จำนวน 479 คน พบว่า วิศวกรสังกัดการไฟฟ้า ส่วนภูมิภาคที่มีอายุงานมากมีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมมากกว่าวิศวกรสังกัดการไฟฟ้า ส่วนภูมิภาคที่มีอายุงานน้อย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นที่พบว่า ระยะเวลาปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงาน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงคาดว่าระยะเวลาปฏิบัติงานน่าจะมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของบุคลากร บริษัท อีเล็กโทรลิกส์ ประเทศไทย จำกัด ในงานวิจัยครั้งนี้

### 3.3 สถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสถานภาพสมรส เช่น ในงานวิจัยของ จัตทยา กฤตยาพงศ์พันธุ์ (2553, หน้า 77) ที่ศึกษาการบริหารเปลี่ยนแปลงองค์กรที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงานของพนักงานในบริษัท แชนมินาไซ ซิสเต็มส์ (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 200 คน พบว่า พนักงานที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการทำงานด้านแนวโน้มการทำงานต่อในอนาคตแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพนักงานที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกันมีพฤติกรรมการทำงานด้านแนวโน้มการทำงานต่อในอนาคตมากกว่าพนักงานที่มีสถานภาพโสด

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นที่พบว่า สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงาน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงคาดว่าสถานภาพสมรสน่าจะมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของบุคลากร บริษัท อีเล็กโทรลิกส์ ประเทศไทย จำกัด ในงานวิจัยครั้งนี้

### 3.4 ลักษณะงานกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

ลักษณะงาน (Job characteristics) เป็นความรู้สึกที่มีต่องานที่ทำในด้านความหลากหลายของทักษะ (Skill variety) เอกลักษณะของงาน (Task identity) ความมีนัยสำคัญของงาน (Task significance) ความเป็นอิสระในงาน (Autonomy) และผลป้อนกลับจากงาน (Feedback) ซึ่งลักษณะงานดังกล่าวจะมีผลทำให้รู้สึกว่าการงานมีความหมาย มีความสำคัญและมีคุณค่า ก่อให้เกิดความพึงพอใจในงานตามมา (เรื่องอุไร ออมรไชย, 2550, หน้า 8 อ้างอิงจาก Hackman & Lawler, 1980, pp. 78-80) และจากงานวิจัยของ วรรณภา กันยวงส์ (2551, หน้า 102) ที่ศึกษาลักษณะสถานการณ์ในงานอาชีพและลักษณะทางจิตใจที่เกี่ยวข้องกับการปรับตัวของผู้บริหารสตรีในองค์กรเอกชน จำนวน 286 คน พบว่า ผู้บริหารสตรีในองค์กรเอกชน ที่มีลักษณะงานตรงกับความถนัดมากมีการปรับตัวสูงกว่าผู้บริหารสตรีที่มีลักษณะงานตรงกับความถนัดต่ำ คิดเป็นร้อยละการทำนายเท่ากับ 50.7 และ 43.1 ตามลำดับ

จากข้อมูลดังกล่าวในข้างต้นที่พบว่า ลักษณะงานมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงาน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงคาดว่าสถานภาพสมรสน่าจะมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของบุคลากร บริษัท อีเล็กโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด ในงานวิจัยครั้งนี้

จากการประมวลเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทำให้เห็นว่า อายุ ระยะเวลาปฏิบัติงาน สถานภาพสมรส และลักษณะงาน น่าจะมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมของบุคลากร บริษัท อีเล็กโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงได้ใช้ตัวแปรชีวสังคมและภูมิหลังเหล่านี้ มาเป็นตัวแปรแบ่งกลุ่มย่อยในการวิจัยครั้งนี้

## ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท อีเล็กโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด

### ประวัติความเป็นมาของบริษัท อีเล็กโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด

มร. เอ็กเซล เวนเนอร์-เกรน ผู้ก่อตั้งบริษัทอีเล็กโทรลักซ์ ที่กรุงสต็อกโฮล์ม ประเทศสวีเดน ในปีค.ศ. 1919 หรือ ปีพ.ศ. 2462 คือผู้ที่เล็งเห็นและริเริ่มวิสัยทัศน์ซึ่งได้กลายมาเป็นรากฐานการดำเนินงานของบริษัท ในอันที่จะมุ่งมั่นพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เข้าใจและตอบสนองถึงความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคในอนาคต ด้วยความฝันของ มร.เอ็กเซล ที่จะช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้บริโภคได้ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงขึ้นในครัวเรือนของผู้บริโภคทั่วโลกมาตลอดระยะเวลากว่า 90 ปี ทำให้ในปัจจุบันอีเล็กโทรลักซ์ได้ก้าวสู่ความเป็นผู้นำด้านการผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน และเพื่อการใช้งานระดับมืออาชีพบนเวทีระดับโลก (บริษัท อีเล็กโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด, 2557)

บริษัท อีเล็กโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด Electrolux Thailand Co., Ltd. เป็นบริษัทประกอบกิจการผลิต และจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน บริษัท อีเล็กโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด ได้จดทะเบียนก่อตั้ง 27 ตุลาคม พ.ศ. 2540 โดยจดทะเบียนลงทุน 899 ล้านบาท บริษัท อีเล็กโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด ได้ก่อตั้งอยู่ในหนองละลอก อำเภอบ้านค่าย จังหวัดระยอง

ด้วยประวัติด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่แพร่ขยายออกไป อีเล็กโทรลักซ์จึงมีนักออกแบบจำนวนมาก อาทิเช่น เรย์มอนด์ โลวี และซิกเช็นส์ ซาซัน นอกจากนี้ อีเล็กโทรลักซ์ยังเป็นหนึ่งในผู้ก่อตั้งกลุ่มบริหารจัดการงานออกแบบภายใน โดยเริ่มก่อตั้งเป็นครั้งแรกเมื่อปีพ.ศ. 2507 ดูแลรับผิดชอบโดย มร. ฮิวโก้ ลินสโตม ผู้บุกเบิกอุตสาหกรรมออกแบบแห่งประเทศไทยตั้งแต่ปีพ.ศ. 2528 ถึงปีพ.ศ. 2547 ทีมงานออกแบบผลิตภัณฑ์ทำงานภายใต้การควบคุมดูแลของคริสเตียน คิงส์เปอร์ และในปีพ.ศ. 2547 นี้เอง เฮนริก ออตโต นักออกแบบรถยนต์ชื่อดังจากวอลโว่ได้เข้าร่วมงานกับอีเล็กโทรลักซ์ในตำแหน่งหัวหน้าฝ่ายงานออกแบบของบริษัท ฯ

อีเลคโทรลักซ์ เป็นบริษัทผู้นำระดับโลกด้านการผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าเพื่อการใช้งานในครัวเรือน และเพื่อการใช้งานระดับมืออาชีพ โดยในแต่ละปีมียอดขายหน่วยผลิตภัณฑ์มากกว่า 40 ล้านชิ้นในกว่า 150 ประเทศทั่วโลก บริษัทได้เน้นย้ำถึงการเป็นผู้ค้นคว้านวัตกรรมใหม่ มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลัก โดยได้ใช้ข้อมูลจากการทำวิจัย เพื่อให้ทราบถึงหรือมีความเข้าใจลูกค้าอย่างกว้างขวางและลึกซึ้ง ทั้งนี้ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ สามารถสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค และผู้ใช้งานระดับมืออาชีพ ได้อย่างแท้จริง ผลิตภัณฑ์ของอีเลคโทรลักซ์นั้นรวม ถึงตู้เย็น เครื่องล้างจาน เครื่องซักผ้า เครื่องดูดฝุ่น และเตาหุงต้ม ภายใต้ตราสินค้าอีเลคโทรลักซ์ เออีจี-อีเลคโทรลักซ์ ซาซุซซี่ ยูเรก้า และฟรีเจอร์ ในปีพ.ศ. 2552 อีเลคโทรลักซ์ มียอดขายผลิตภัณฑ์ 109 พันล้าน โครเนอร์สวีเดน หรือประมาณห้าแสนล้านบาท และมีพนักงานทั้งสิ้นจำนวน 51,000 คน และในปีพ.ศ. 2556 อีเลคโทรลักซ์มียอดขายกว่า 4.9 แสนล้านบาท และมีพนักงานทั่วโลก 61,000 คน (บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด, 2557)

การดำเนินงานของกลุ่มบริษัทอีเลคโทรลักซ์แบ่งเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อการใช้งานในครัวเรือน และผลิตภัณฑ์เพื่อการใช้งานระดับมืออาชีพ โดยผลิตภัณฑ์เพื่อการใช้งานในครัวเรือนคิดเป็นร้อยละ 94 ของยอดขายทั้งหมดของกลุ่ม ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าเพื่อการประกอบอาหาร ผลิตภัณฑ์ดูแลทำความสะอาดและถนอมผ้า และผลิตภัณฑ์ดูแลทำความสะอาดพื้น สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อการใช้งานระดับมืออาชีพ คิดเป็นร้อยละ 6 ของยอดขายทั้งหมดของกลุ่ม ประกอบด้วยเครื่องใช้ไฟฟ้าสำหรับอุตสาหกรรมครัว, ภัตตาคาร และร้านซักรีด

เครื่องใช้ไฟฟ้าอีเลคโทรลักซ์ทั้งหมดได้รับการพัฒนาขึ้นโดยยึดถือความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลัก โดยมีเป้าประสงค์ที่จะนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่สามารถส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่สะดวกสบายยิ่งขึ้นให้กับผู้บริโภค อีเลคโทรลักซ์คือหนึ่งในแบรนด์เครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนชั้นนำระดับโลก โดยบริษัทฯ ได้รับคะแนนกว่าร้อยละ 96 ของการเป็นแบรนด์สินค้าที่ผู้บริโภคมีความคุ้นเคย และยังได้รับการจัดอันดับให้เป็นหนึ่งในสามแบรนด์ที่ผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยากเป็นเจ้าของมากที่สุดในประเทศไทยอีกด้วย ปัจจุบัน อีเลคโทรลักซ์ ยังคงมุ่งมั่นที่จะดำเนินงานเพื่อพัฒนานวัตกรรมใหม่ที่ครอบคลุมถึงคุณภาพ ประสิทธิภาพ ความง่ายในการใช้งาน ดีไซน์ที่โดดเด่น สวยงาม และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งหวังที่จะช่วยเพิ่มความสุขในการใช้ชีวิตประจำวันให้กับผู้บริโภค (บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด, 2557)

ในปัจจุบัน 97 เปอร์เซ็นต์ของโรงงานผลิตอีเลคโทรลักซ์จำนวน 52 แห่ง ที่ตั้งอยู่ใน 19 ประเทศ ทั่วโลก ได้ผ่านการรับรองคุณภาพสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยตามมาตรฐานสิ่งแวดล้อม ISO14001 ในขณะที่อีก 3 เปอร์เซ็นต์ที่เหลือกำลังเตรียมพร้อมระบบปฏิบัติงาน และกำลังจะได้รับการ

การตรวจสอบเช่นกัน สำหรับในประเทศไทย โรงงานผลิตของอีเลคโทรลักซ์ นับเป็นหนึ่งใน โรงงานผลิตจำนวน 52 แห่ง โดยตั้งอยู่ที่จังหวัดระยองได้ผ่านการรับรองมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม และความปลอดภัยตามมาตรฐานสากลหลายประเภท อาทิเช่น ISO14001, ISO9000 และ OHSAS 18001 นอกจากนี้ยังมีนโยบายที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยที่เข้มงวด อาทิเช่น ระบบ การบำบัดน้ำเสีย การใช้พลังงาน การบริหารจัดการเกี่ยวกับมลพิษ รวมถึงแนวทางการดำเนินงาน สำหรับพนักงานในโรงงาน ปัจจุบัน โรงงานระยองแห่งนี้กำลังดำเนินงานเพื่อช่วยรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อม โดยมีการตั้งโครงการที่มีชื่อว่า “โครงการประหยัดพลังงาน” ด้วยวัตถุประสงค์ที่จะช่วยส่งเสริม ความรู้และกระตุ้นให้พนักงานในทุกแผนกได้เข้าใจถึงผลกระทบที่กำลังเกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อมใน ปัจจุบัน และช่วยกันหาแนวทางป้องกันด้วยวิธีการปฏิบัติงานแบบใหม่ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มากขึ้น (บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด, 2557)

ทีมนักออกแบบที่ศูนย์การออกแบบของอีเลคโทรลักซ์ จำนวนกว่า 120 คน ทำงานอยู่ใน ศูนย์การออกแบบของอีเลค โทรลักซ์รวม 7 แห่ง ซึ่งตั้งอยู่ในทวีปยุโรป อเมริกาเหนือ อเมริกาใต้ ออสเตรเลีย และเอเชีย โดยในทุกปี นักเรียนด้านการออกแบบ ผู้ชนะเลิศระดับโลกจากโครงการ ประกวดออกแบบอีเลคโทรลักซ์ ดีไซน์ แล็บ จะได้เข้าร่วมฝึกงานกับทีมนักออกแบบอย่างใกล้ชิด เป็นเวลากว่า 6 เดือน เพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งของทีมในการออกแบบผลิตภัณฑ์

อีเลคโทรลักซ์ยังคงมุ่งมั่นที่จะนำเสนอนวัตกรรมและผลิตภัณฑ์ที่ยกระดับคุณภาพชีวิต ของผู้คนทั่วโลก ขณะที่บางบริษัทเห็นว่าวิศวกรรมและเทคโนโลยีเป็นตัวขับเคลื่อนนวัตกรรม อีเลคโทรลักซ์มุ่งเน้นให้ผู้บริโภคเป็นศูนย์กลางของนวัตกรรมทั้งหมด สิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นได้ด้วย พันธมิตรอันแข็งแกร่งของอีเลคโทรลักซ์ที่ให้ความสำคัญกับการรับฟังความต้องการและความจำเป็น ของผู้บริโภค ผ่านการสัมภาษณ์และการเยี่ยมชมบ้านเรือนในภูมิภาคต่าง ๆ เพื่อรับทราบข้อมูลเชิง ลึกที่จำเป็นเกี่ยวกับชีวิตความเป็นอยู่ของผู้บริโภคและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอยู่อย่าง ต่อเนื่อง

นับตั้งแต่วันที่ก่อตั้งบริษัทในเมืองสต็อกโฮล์ม ประเทศสวีเดน เมื่อปีพ.ศ. 2462 บริษัท อีเลคโทรลักซ์ได้กลายเป็นผู้นำระดับโลกในด้านการออกแบบและการสร้างสรรค์นวัตกรรม เครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนตลอดมา จากวัฒนธรรมด้านการออกแบบที่สืบทอดกันมาของประเทศ ในแถบสแกนดิเนเวีย และกลุ่มประเทศยุโรป อีเลคโทรลักซ์ได้ก้าวสู่การเป็นผู้คิดค้นนวัตกรรมที่ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง ด้วยความมุ่งมั่นที่จะสร้างสรรค์ เครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชิ้นให้มีประโยชน์ใช้สอยสูงสุดแก่ผู้บริโภค

ด้วยพันธมิตรที่แน่นแฟ้นดังกล่าวส่งผลให้บริษัทได้พัฒนาเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนด้วย วัสดุที่ทนทานที่ต้องการตอบสนองความต้องการและให้เกิดความเหมาะสมกับชีวิตประจำวันของ

ผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี การออกแบบเครื่องใช้ไฟฟ้าทั้งหมดนี้จะต้องสะท้อนถึงความเที่ยงตรงในฟังก์ชันการทำงานอย่างแท้จริง ประกอบกับการเลือกวัสดุที่ให้คุณค่า พร้อมมอบความปลอดภัย ความสะดวกสบายต่อการใช้งาน ไปจนถึงความง่ายในการใช้งาน นอกจากนี้เครื่องใช้ไฟฟ้าของอิเล็กทรอนิกส์ยังใช้เทคโนโลยีที่มากด้วยคุณค่า ที่จะมอบประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้กับผู้ใช้ด้วยคุณประโยชน์ที่มีประสิทธิภาพของเครื่องใช้ทุกชิ้น

แนวความคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์แบบ “War-on-white” สะท้อนให้เห็นถึงการนำแฟชั่นนำสมัยต่าง ๆ มาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบเครื่องใช้ไฟฟ้า ทั้งนี้เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ และความเฉพาะตัวมากยิ่งขึ้น ไม่ใช่ผลิตภัณฑ์สีขาวแบบทั่วไป แนวความคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ โครงการประกวดออกแบบผลิตภัณฑ์ระดับโลก “อิเล็กทรอนิกส์ ดีไซน์ แล็บ” เป็นโครงการประกวดออกแบบผลิตภัณฑ์ระดับโลกที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปี เพื่อเปิดโอกาสให้นักศึกษาผู้ที่สนใจด้านการออกแบบได้เสนอแนวความคิดใหม่ ๆ สำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์แห่งอนาคต

ดังนั้นจะเห็นว่า บริษัท อิเล็กทรอนิกส์ ประเทศไทย จำกัด มุ่งมั่นที่จะดำเนินงานเพื่อพัฒนานวัตกรรมใหม่ที่ครอบคลุมถึงคุณภาพ ประสิทธิภาพ ความง่ายในการใช้งาน ดีไซน์ที่โดดเด่น สวยงาม และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งหวังที่จะช่วยเพิ่มความสุขในการใช้ชีวิตประจำวันให้กับผู้บริโภค

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กรวสา จันทวงศ์วิไล และคณะ (2555) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการสอนอย่างมีประสิทธิภาพของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ของการศึกษา 3 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการสอนอย่างมีประสิทธิภาพของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาลักษณะทางสังคม ลักษณะทางจิตร่วมกันมีอำนาจในการทำนายพฤติกรรมการสอนอย่างมีประสิทธิภาพของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ในเขตกรุงเทพมหานคร 3) เพื่อศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางสังคมกับลักษณะทางจิตที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสอนอย่างมีประสิทธิภาพของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ในเขตกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่า

ประการแรก ตัวทำนายในกลุ่มลักษณะทางสังคม และลักษณะทางจิต รวม 3 ตัวแปร ร่วมกันทำนายพฤติกรรมการสอนอย่างมีประสิทธิภาพด้านรวม ในกลุ่มอาจารย์รวมทำนายได้ร้อยละ

ละ 54.40 กลุ่มย่อยทำนายได้ระหว่างร้อยละ 44.60 ถึงร้อยละ 62.90 ทำนายได้สูงสุดในกลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ตัวทำนายที่สำคัญตามลำดับคือ เจตคติต่อการสอนอย่างมีประสิทธิภาพ การยอมรับนวัตกรรม และการสนับสนุนทางสังคม

ประการที่สอง ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนสองทาง อาจารย์ที่มีการยอมรับนวัตกรรมมากและได้รับการสนับสนุนทางสังคมมากมีพฤติกรรมการสอนอย่างมีประสิทธิภาพสูง ไม่พบปฏิสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับนวัตกรรมและการสนับสนุนทางสังคมกับพฤติกรรมการสอนอย่างมีประสิทธิภาพ พิจารณาตัวแปรอิสระทีละตัว พบว่า คะแนนพฤติกรรมการสอนอย่างมีประสิทธิภาพแปรปรวนไปตามการยอมรับนวัตกรรมทั้งในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มเพศชาย กลุ่มเพศหญิง กลุ่มอายุน้อย กลุ่มอายุมาก กลุ่มประสบการณ์น้อย กลุ่มประสบการณ์มาก กลุ่มสูงกว่าปริญญาตรี กลุ่มโสด กลุ่มสมรส กลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลทั้ง 4 แห่ง แปรปรวนไปตามการสนับสนุนทางสังคมทั้งในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มเพศชาย กลุ่มเพศหญิง กลุ่มอายุน้อย กลุ่มอายุมาก กลุ่มประสบการณ์มาก กลุ่มสูงกว่าปริญญาตรี และกลุ่มสมรส อาจารย์ที่มีเจตคติต่อการสอนอย่างมีประสิทธิภาพมากและได้รับการสนับสนุนทางสังคมมากมีพฤติกรรมการสอนอย่างมีประสิทธิภาพสูง ไม่พบปฏิสัมพันธ์ระหว่างเจตคติต่อการสอนอย่างมีประสิทธิภาพและการสนับสนุนทางสังคมกับพฤติกรรมการสอนอย่างมีประสิทธิภาพ พิจารณาตัวแปรอิสระทีละตัว พบว่า คะแนนพฤติกรรมการสอนอย่างมีประสิทธิภาพแปรปรวนไปตามเจตคติต่อการสอนอย่างมีประสิทธิภาพทั้งในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มเพศชาย กลุ่มเพศหญิง กลุ่มอายุน้อย กลุ่มอายุมาก กลุ่มประสบการณ์น้อย กลุ่มประสบการณ์มาก กลุ่มสูงกว่าปริญญาตรี กลุ่มโสด กลุ่มสมรส กลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร กลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ และกลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพฯ แปรปรวนไปตามสนับสนุนทางสังคมในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มเพศชาย กลุ่มเพศหญิง กลุ่มอายุน้อย กลุ่มอายุมาก กลุ่มประสบการณ์น้อย กลุ่มประสบการณ์มาก กลุ่มสูงกว่าปริญญาตรี กลุ่มสมรส กลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ กลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

กังสดาล เชาวน์วัฒนกุล (2558) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการทำงานของอาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนกับแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษานิยามของพฤติกรรมการทำงานตามแนวคิด CSR ของบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในความรับผิดชอบต่อสังคมของอาจารย์มหาวิทยาลัยเอกชน ตลอดจนความคาดหวังของสังคมต่ออาจารย์มหาวิทยาลัย การศึกษาครั้งนี้ได้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้ายการสัมภาษณ์เจาะลึกจากผู้ให้ข้อมูล จำนวน 8 คน จากการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง และใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา ทั้งนี้ ในงานวิจัยนี้เป็นการนำโมเดล CSR ของแคร์โรลมาเป็นกรอบแนวคิด ซึ่งพฤติกรรมการ

ทำงานตามแนวคิด CSR ประกอบด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมใน 4 ด้าน คือ ความรับผิดชอบต่อด้านเศรษฐกิจ ด้านกฎหมาย ด้านจริยธรรม และด้านกาให้แก่งสังคม จากการศึกษาพบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมตามโมเดล CSR ของแคร์โรล ทั้ง 4 ด้าน ครอบคลุมภารกิจหน้าที่ของบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน อย่างไรก็ตามก็มีความรับผิดชอบต่อด้านเศรษฐกิจเป็นด้านที่มีข้อจำกัดในการแสดงพฤติกรรมมากที่สุด โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ใกล้ชิดมากที่สุดที่ต้องคำนึงถึง คือ นักศึกษารองลงมา คือ ผู้ปกครองและเพื่อนอาจารย์ ทั้งนี้ สังคมย่อมคาดหวังในความรับผิดชอบต่อสังคมของอาจารย์มหาวิทยาลัยรัฐและเอกชน ไม่แตกต่างกัน

ธิดาชนก วงศ์พิทักษ์ (2556) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยสังคมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมจิตอาสาของนิสิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ วัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับของพฤติกรรมจิตอาสาของนิสิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ 2) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางจิตและปัจจัยทางสังคมกับพฤติกรรมจิตอาสาของนิสิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ 3) ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่สามารถทำนายพฤติกรรมจิตอาสาของนิสิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กลุ่มตัวอย่างเป็นนิสิตของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ศึกษาเฉพาะนิสิตที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage random sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ได้แก่ แบบวัดพฤติกรรมจิตอาสา แบบวัดการรับรู้ความสามารถของตน แบบวัดการเห็นคุณค่าในตนเอง แบบวัดแรงจูงใจอาสา แบบวัดการมีตัวแบบด้านจิตอาสาและแบบวัดการสนับสนุนทางสังคม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับของพฤติกรรมจิตอาสาของนิสิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยรวมอยู่ในระดับสูง 2) ปัจจัยทางจิต ได้แก่ การรับรู้ความสามารถของตนและแรงจูงใจอาสา มีความสัมพันธ์บวกกับพฤติกรรมจิตอาสา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และปัจจัยทางสังคม ได้แก่ การมีตัวแบบด้านจิตอาสาและการสนับสนุนทางสังคมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมจิตอาสา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ยุวดา สิงห์เมธา (2554) ที่ได้ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพ เพื่อป้องกันโรคเบาหวานของบุคลากรในโรงพยาบาลเทพธารินทร์ จำนวน 273 คน พบว่าบุคลากรที่รับรู้นโยบาย/โครงการส่งเสริมสุขภาพของโรงพยาบาลเทพธารินทร์สูง มีพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพเพื่อป้องกันโรคเบาหวานมากกว่าบุคลากรที่รับรู้ นโยบาย/โครงการส่งเสริมสุขภาพของโรงพยาบาลเทพธารินทร์ต่ำ และยังพบอีกว่าการรับรู้ นโยบาย/โครงการส่งเสริมสุขภาพของโรงพยาบาลเทพธารินทร์สามารถร่วมทำนายพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพเพื่อป้องกันโรคเบาหวานของบุคลากรในกลุ่มรวมได้ ร้อยละ 51



โสรยา คงศิษ (2555) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานบริษัทผลิตภัณฑ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางจิตและลักษณะทางสังคมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานและศึกษาปัจจัยสำคัญในการทำนาย พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งด้านรวมและรายด้านของพนักงาน ได้แก่ ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ด้านการร่วมพัฒนาและสังคม ด้านดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ทั้งในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานบริษัทผลิตภัณฑ์ จำนวน 359 คน ได้มาจากการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิตามแผนก ใช้แบบสอบถามแบบมาตราประเมินรวมค่า 6 ระดับ ที่ค่าความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง 0.82 ถึง 0.94 และใช้สถิติการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนาการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบสองทางการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้น จากการศึกษาพบว่า 1) พบปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมและการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างานที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในด้านรวม ในกลุ่มย่อยเฉพาะในกลุ่มพนักงานที่มีระยะเวลาปฏิบัติงานมาก ( $P < 0.05$ ) 2) พบปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความผูกพันต่อองค์กรและการมีตัวแบบที่ดี ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในด้านรวม ในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มพนักงานที่มีอายุมาก กลุ่มพนักงานที่มีระยะเวลาปฏิบัติงานมาก กลุ่มพนักงานที่มีสถานภาพโสด กลุ่มพนักงานที่มีสถานภาพสมรส กลุ่มพนักงานที่ปฏิบัติการในโรงงาน ( $P < 0.05$ ) 3) พบปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรจิตสาธารณะและการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในด้านรวม ในกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มพนักงานที่มีอายุมาก กลุ่มพนักงานที่มีระยะเวลาปฏิบัติงานมาก กลุ่มพนักงานที่มีสถานภาพโสด ( $P < 0.05$ ) และ 4) พบว่าในกลุ่มรวม มีตัวแปร 5 ตัว ที่สามารถทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในด้านรวม ได้ร้อยละ 46 ตัวแปรสำคัญที่เข้ามาทำนายลำดับแรก ได้แก่ จิตสาธารณะ รองลงมา ได้แก่ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม และการมีตัวแบบที่ดี การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน การรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ตามลำดับ ในกลุ่มย่อยพบว่า จิตสาธารณะเป็นตัวแปรสำคัญที่เข้ามาทำนายลำดับแรก ในกลุ่มพนักงานที่มีอายุน้อย กลุ่มพนักงานที่มีระยะเวลาปฏิบัติงานน้อย กลุ่มพนักงานที่มีสถานภาพโสด กลุ่มพนักงานที่ปฏิบัติงานในสำนักงาน และเข้าทำนายในลำดับอื่นในทุกกลุ่ม ( $P < 0.05$ )

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของบุคลากร บริษัท อิเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด โดยมี การดำเนินการวิจัยตามขั้นตอน คือ การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การหาคุณภาพเครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูล การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีรายละเอียด ดังนี้

#### การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ บุคลากรของบริษัท อิเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด ทุกแผนก จำนวน 1,700 คน (ข้อมูล ณ เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2559)

##### การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ บุคลากรของบริษัท อิเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด ทุกแผนก ซึ่งได้จากวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified random sampling) ได้จำนวน 324 คน โดยมีขั้นตอนการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างและเลือกกลุ่มตัวอย่างดังนี้

1. การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ คำนวณโดยใช้สูตรการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1967, p. 886) โดยมีสูตรการคำนวณดังต่อไปนี้

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

โดยที่ e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง (e = 0.05)

N = ขนาดของกลุ่มประชากร

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$$\text{แทนค่า } n = \frac{1,700}{1 + 1,700(0.05)^2}$$

$$n = 323.81$$

$$n = 324$$

2. การสุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ได้มาจากการสุ่มแบบช่วงชั้น (Stratified sampling) และการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) คือ เลือกเก็บข้อมูลจากบุคลากร บริษัท อีเทลโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด จำนวน 11 แผนก ดังตารางที่ 3-1

ตารางที่ 3-1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

แผนก	จำนวนประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
แผนกผู้บริหาร	10	2
แผนกฝ่ายบุคคล	20	4
แผนกโลจิสติกส์	180	34
แผนกคิดค้นและพัฒนา	50	10
แผนกตรวจสอบคุณภาพ	70	13
แผนกจัดซื้อ	20	4
แผนกไอที	5	1
แผนกบัญชี	15	3
แผนกวิศวกร	50	10
แผนกอาคารและสถานที่	20	4
แผนกฝ่ายผลิต	1,260	239
รวม	1,700	324

### การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นเครื่องมือวัดประเภตมาตรประเมินรวมค่า (Summated rating scale) และแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นมีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจากเอกสารและตำราที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบความคิดในการสร้างเครื่องมือ

2. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารการวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยพิจารณาถึงรายละเอียดต่าง ๆ เพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดไว้

3. ข้อคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามสร้างแบบสอบถาม ให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อนำมาวิเคราะห์

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ ศึกษาจากตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎีหลักการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตของการวิจัยและสร้างเครื่องมือ ให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย และนำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 คำถามปลายปิดเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระยะเวลาการปฏิบัติงาน สถานภาพสมรส และลักษณะงาน

ตอนที่ 2 คำถามปลายปิดเกี่ยวกับปัจจัยทางจิต แบ่งเป็น 3 ลักษณะ คือ 1) เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบเพื่อสังคม 2) ความซื่อสัตย์และความรับผิดชอบ และ 3) จิตสาธารณะ และปัจจัยทางสังคม แบ่งเป็น 3 ลักษณะคือ 1) การมีตัวแบบอย่างที่ดี 2) การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้า และ 3) การรับรู้ นโยบาย ความรับผิดชอบเพื่อสังคม

เกณฑ์การให้คะแนนแบบวัดปัจจัยทางจิตสังคม มี 5 ระดับ ดังนี้

5 คะแนน หมายถึง จริง

4 คะแนน หมายถึง ค่อนข้างจริง

3 คะแนน หมายถึง ค่อนข้างไม่จริง

2 คะแนน หมายถึง ไม่จริง

1 คะแนน หมายถึง ไม่จริงเลย

การแบ่งระดับคะแนน ทำโดยพิจารณาหาค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ได้ แบ่งระดับเป็น 5 ระดับ โดยใช้ค่าทางสถิติ คะแนนเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean) กำหนดช่วงของการวัดดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.80 \end{aligned}$$

และกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายของข้อมูลแต่ละด้าน ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระดับ 4.21-5.00 หมายถึง ปัจจัยทางจิตสังคมอยู่ในระดับดีมาก

ค่าเฉลี่ยระดับ 3.41-4.20 หมายถึง ปัจจัยทางจิตสังคมอยู่ในระดับดี

ค่าเฉลี่ยระดับ 2.61-3.40 หมายถึง ปัจจัยทางจิตสังคมอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระดับ 1.81-2.60 หมายถึง ปัจจัยทางจิตสังคมอยู่ในระดับน้อย  
 ค่าเฉลี่ยระดับ 1.00-1.80 หมายถึง ปัจจัยทางจิตสังคมอยู่ในระดับน้อยที่สุด  
 ตอนที่ 3 คำถามปลายปิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบเพื่อสังคม  
 แบ่งเป็น 3 ด้าน คือ 1) ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค 2) ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม  
 และ 3) ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม

เกณฑ์การให้คะแนนแบบวัดพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม มี 5  
 ระดับ ดังนี้

- 5 คะแนน หมายถึง จริง
- 4 คะแนน หมายถึงค่อนข้างจริง
- 3 คะแนน หมายถึงค่อนข้างไม่จริง
- 2 คะแนน หมายถึง ไม่จริง
- 1 คะแนน หมายถึง ไม่จริงเลย

การแบ่งระดับคะแนน ทำโดยพิจารณาหาค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ได้ แบ่งระดับเป็น  
 5 ระดับ โดยใช้ค่าทางสถิติ คะแนนเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean) กำหนดช่วงของการวัดดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.80 \end{aligned}$$

และกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายของข้อมูลแต่ละด้าน ดังนี้

- ค่าเฉลี่ยระดับ 4.21-5.00 หมายถึง มีความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ในระดับดีมาก
  - ค่าเฉลี่ยระดับ 3.41-4.20 หมายถึง มีความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ในระดับดี
  - ค่าเฉลี่ยระดับ 2.61-3.40 หมายถึง มีความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ในระดับปานกลาง
  - ค่าเฉลี่ยระดับ 1.81-2.60 หมายถึง มีความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ในระดับน้อย
  - ค่าเฉลี่ยระดับ 1.00-1.80 หมายถึง มีความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ในระดับน้อยที่สุด
- ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของบุคลากร

บริษัท อีเทล โทรลักษ์ ประเทศไทย จำกัด

### การหาคุณภาพของเครื่องมือ

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแบบวัดที่สร้างขึ้นเองและแบบวัดที่ปรับปรุงมาจากผู้อื่น มาทำการหาคุณภาพของเครื่องมือ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### 1. การหาค่าอำนาจจำแนก (Discrimination)

การหาค่าอำนาจจำแนกของแบบวัด ผู้วิจัยนำเอาแบบวัดที่ได้ตรวจสอบความเที่ยงตรงแล้วไปทดลองกับกลุ่มบุคลากร บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน และนำมาวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ของคะแนนรายข้อกับคะแนนรวม (Item-total correlations) และเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันตั้งแต่ 0.20 ขึ้นไปเอาไว้ (Diekhoff, 1992, p. 211) เพื่อนำมาใช้เป็นข้อคำถามในแบบวัดที่ใช้สำหรับเก็บข้อมูลจริง ดังตารางที่ 3-2

ตารางที่ 3-2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันของคะแนนรายข้อ แบบวัดปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคม

	Corrected item- total correlation	Cronbach's alpha if item deleted
<b>เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบเพื่อสังคม</b>	0.711	0.939
1. ท่านเห็นว่าคนที่ทำงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นบุคคลที่น่ายกย่อง	0.497	0.940
2. ท่านคิดว่ากิจกรรมพัฒนาชุมชนและสังคมสร้างประโยชน์ให้กับสังคมอย่างมาก	0.358	0.941
3. ท่านรู้สึกภูมิใจที่ทำงานอย่างเต็มความสามารถเพื่อที่ได้สินค้าที่มีคุณภาพและปลอดภัยต่อลูกค้า	0.675	0.939
<b>ความซื่อสัตย์และความรับผิดชอบ</b>	0.594	0.939
4. ท่านคิดว่าการทำงานให้สำเร็จภายในเวลาที่กำหนดเป็นสิ่งสำคัญที่ควรยึดถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด	0.539	0.940
5. ท่านภูมิใจที่ได้ทำงานตามหน้าที่อย่างตรงไปตรงมา	0.589	0.939
6. แม้ว่าท่านจะได้รับมอบหมายงานที่ไม่ชอบก็ตาม ท่านก็จะพยายามทำให้ลุล่วงไปได้ด้วยดี	0.267	0.942

ตารางที่ 3-2 (ต่อ)

	Corrected item- total correlation	Cronbach's alpha if item deleted
<b>จิตสาธารณะ</b>	0.734	0.938
7. ท่านตระหนักดีว่าในการทำงานต้องยึดมั่นใน กฎระเบียบร่วมกันในบริษัท	0.653	0.939
8. ท่านคิดว่าการดูแลรักษาของส่วนร่วมในบริษัทเป็น หน้าที่ที่ท่านต้องทำ	0.583	0.939
9. ท่านสำนึกเสมอว่าปัญหาส่วนรวมในที่ทำงานเป็น ปัญหาของท่านที่ต้องช่วยแก้ไข	0.532	0.940
<b>การมีตัวแบบอย่างที่ดี</b>	0.575	0.940
10. หัวหน้างานและเพื่อนร่วมงานของท่านปฏิบัติงาน โดยยึดหลักนโยบายของบริษัทเป็นสำคัญ	0.560	0.940
11. หัวหน้างานและเพื่อนร่วมงานของท่านพยายาม พัฒนาความรู้ความสามารถของตนอยู่เสมอเพื่อ ปฏิบัติงานในหน้าที่ให้ดีขึ้น	0.168	0.942
12. หัวหน้างานและเพื่อนร่วมงานของท่านมีการ ทำงานอย่างเป็นระบบเพื่อดำเนินงานได้สำเร็จและ รวดเร็ว	0.404	0.941
<b>การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้า</b>	0.416	0.941
13. หัวหน้างานให้การสนับสนุนท่านในการพัฒนา ความรู้ความสามารถเพื่อความก้าวหน้าในการทำงาน	0.504	0.940
14. หัวหน้ามักให้คำปรึกษาเมื่อท่านพบอุปสรรคใน การทำงาน	0.284	0.942
15. หัวหน้าเปิดโอกาสให้ท่านได้แลกเปลี่ยนความ คิดเห็นในการทำงาน	0.267	0.943
<b>การรับรู้นโยบาย ความรับผิดชอบเพื่อสังคม</b>	0.668	0.939
16. บริษัทของท่านมีนโยบายและเป้าหมายในการ ดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างชัดเจน	0.474	0.940

ตารางที่ 3-2 (ต่อ)

	Corrected item- total correlation	Cronbach's alpha if item deleted
17. ท่านให้ความสำคัญในการเข้าร่วมกิจกรรมตาม นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท	0.543	0.940
18. นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทมี ประโยชน์ต่อบริษัทและสังคมอย่างมาก	0.569	0.940
ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงาน เพื่อสังคม	0.954	0.938

ตารางที่ 3-3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันของคะแนนรายชื่อ แบบวัดพฤติกรรม  
การทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

	Corrected item- total correlation	Cronbach's alpha if item deleted
ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค	0.686	0.939
19. ท่านตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ทุกชิ้นอย่าง ละเอียดรอบคอบก่อนมอบให้ลูกค้า	0.388	0.941
20. ท่านพัฒนาการทำงานและสินค้าอยู่เสมอตาม คำแนะนำหรือข้อเสนอแนะของลูกค้า	0.487	0.940
21. ท่านทำงานอย่างเต็มความสามารถเพื่อที่ได้สินค้าที่ มีคุณภาพ ปลอดภัย และเป็นที่น่าพอใจของลูกค้า	0.600	0.939
ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม	0.556	0.940
22. ท่านเข้าร่วมกิจกรรมอาสาเพื่อสังคมของบริษัท เสมอ	0.528	0.940
23. ท่านเข้าร่วมกิจกรรมอาสากับบริษัทในการบำรุง พื้นที่สาธารณะ	0.544	0.940
24. ท่านทุ่มเททำกิจกรรมอาสาเพื่อสังคม เพราะตรง กับเป้าหมายของบริษัทให้ดีที่สุดทุกครั้ง	0.371	0.941



ตารางที่ 3-3 (ต่อ)

	Corrected item- total correlation	Cronbach's alpha if item deleted
ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม	0.702	0.939
25. ท่านร่วมโครงการของบริษัทในการพัฒนา สิ่งแวดล้อมในชุมชนให้น่าอยู่	0.595	0.939
26. ท่านให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีกับบริษัทในการ ดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมภายในโรงงาน	0.433	0.941
27. ท่านปฏิบัติงานโดยยึดหลักข้อปฏิบัติด้านโรงงานสีเขียว ของบริษัท	0.574	0.939
พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม	0.868	0.938

### 3. การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

การหาค่าความเชื่อมั่น ผู้วิจัยจะนำเอาแบบวัดที่ได้ทดลองใช้ทุกฉบับไปหาค่าความเชื่อมั่น โดยการหาค่าความสอดคล้องภายในด้วยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's coefficient alpha) โดยกำหนดให้มีค่าความเชื่อมั่นตั้งแต่ 0.85 ขึ้นไป ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.941 ผลการทดลองปรากฏว่า แบบสอบถามดังกล่าวเป็นเครื่องมือที่มีคุณภาพ

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยขอหนังสือเพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากคณบดีวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ส่งถึงผู้บริหารบริษัท อิเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด
2. เมื่อได้รับอนุญาตในการเก็บข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยติดต่อผู้จัดการฝ่ายบุคคลของบริษัท อิเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด เพื่อทำการประสานงานในการเก็บข้อมูล
3. ผู้วิจัยนำแบบวัดไปดำเนินการเก็บข้อมูล พร้อมชี้แจงรายละเอียดของการเก็บข้อมูลให้ทราบ เพื่อแจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ
4. ผู้วิจัยเก็บแบบวัดคืนด้วยตัวเองและตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบวัดอีกครั้ง

## การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

**การจัดกระทำข้อมูล** ผู้วิจัยดำเนินการจัดกระทำข้อมูลที่รวบรวมมาได้ตามขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วนของคำตอบของแบบวัดแต่ละชุด โดยคัดเลือกเฉพาะแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ โดยพิจารณาจากแบบวัดที่มีการตอบครบทุกข้อคำถาม
2. ตรวจสอบให้คะแนนตามเกณฑ์การให้คะแนนที่กำหนด นำคะแนนที่ได้ไปวิเคราะห์ตามวิธีการทางสถิติ

**การวิเคราะห์ข้อมูล** ผู้วิจัยนำข้อมูลทั้งหมดมาจัดระเบียบข้อมูลลงรหัสและทำการประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา เพื่อศึกษาหาปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระยะเวลาการปฏิบัติงาน สถานภาพสมรส และลักษณะงาน โดยวิเคราะห์ร้อยละ (Percent) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ค่าความถี่ (Frequency)
2. การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างเป็นอิสระต่อกัน 2 กลุ่ม โดยใช้ Independent sample t-test
3. การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างเป็นอิสระต่อกันมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ One-way analysis of variance F-test ในกรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ โดยใช้วิธี Least of Significant Difference (LSD)
4. การหาความสัมพันธ์โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient) มีเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้
  - ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าระหว่าง 0.91-1.00 ถือว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก
  - ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าระหว่าง 0.71-0.90 ถือว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับสูงปานกลาง
  - ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าระหว่าง 0.51-0.70 ถือว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของบุคลากร บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากบุคลากรของบริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด ทุกแผนก จำนวน 324 คน นำเสนอผลการวิจัยเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบเพื่อสังคม

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของบุคลากร บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์สมมติฐาน

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

N แทน จำนวนประชาชนทั้งจำนวน

n แทน จำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่าง

$\bar{X}$  แทน คะแนนเฉลี่ย

SD แทน ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

t แทน ค่าสถิติทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม

F แทน ค่าสถิติทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยมากกว่า 2 กลุ่ม

\* แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

r แทน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

## ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4-1 จำนวนบุคลากรของบริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	132	40.70
หญิง	192	59.30
รวม	324	100.00

จากตารางที่ 4-1 ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 324 คน จำแนกตามเพศ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 59.30 และเพศชาย จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 40.70

ตารางที่ 4-2 จำนวนบุคลากรของบริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
18-29 ปี	184	56.80
30-41 ปี	123	38.00
42-53 ปี	15	4.60
54 ปีขึ้นไป	2	0.60
รวม	324	100.00

จากตารางที่ 4-2 ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 324 คน จำแนกตามอายุ พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุ 18-29 ปี จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 56.80 รองลงมา คือ อายุ 30-41 ปี จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00 รองลงมา คือ อายุ 42-53 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 4.60 และอายุ 54 ปีขึ้นไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.60

ตารางที่ 4-3 จำนวนบุคลากรของบริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด จำแนกตามระยะเวลา  
การปฏิบัติงาน

ระยะเวลาการปฏิบัติงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5 ปี	209	64.50
5-10 ปี	92	28.40
11-15 ปี	22	6.80
มากกว่า 15 ปี	1	0.30
รวม	324	100.00

จากตารางที่ 4-3 ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 324 คน จำแนกตามระยะเวลาการปฏิบัติงาน พบว่า ส่วนใหญ่มีระยะเวลาปฏิบัติงานต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 64.50 รองลงมา ระยะเวลาปฏิบัติงาน 5-10 ปี จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 28.40 รองลงมาระยะเวลาการปฏิบัติงาน 11-15 ปี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 6.80 และระยะเวลาการปฏิบัติงานมากกว่า 15 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.30

ตารางที่ 4-4 จำนวนบุคลากรของบริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด จำแนกตาม  
สถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	185	57.10
สมรส	124	38.30
หย่าร้าง/ หม้าย	11	3.40
แยกกันอยู่	4	1.20
รวม	324	100.00

จากตารางที่ 4-4 ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 324 คน จำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 57.10 รองลงมาสถานภาพสมรส จำนวน

124 คน คิดเป็นร้อยละ 38.30 รองลงมาสถานภาพหย่าร้าง/ หม้าย จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.40 และสถานภาพแยกกันอยู่ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.20

ตารางที่ 4-5 จำนวนบุคลากรของบริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด จำแนกตามลักษณะงาน

ลักษณะงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สำนักงาน	36	11.10
ปฏิบัติการโรงงาน	288	88.90
รวม	324	100.00

จากตารางที่ 4-5 ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 324 คน จำแนกตามลักษณะงาน พบว่า ส่วนใหญ่มีลักษณะงานปฏิบัติการโรงงาน จำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 88.90 และลักษณะงานสำนักงาน จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 11.10

## ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม

ตารางที่ 4-6 มุมมองปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบุคลากรของบริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด  
ด้านเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม

เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงเลย				
1. ท่านเห็นว่าคนที่ทำงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นบุคคลที่น่ายกย่อง	162 50.00%	138 426.0%	22 6.80%	2 0.60%	0 0.00%	4.42	0.65	ดีมาก	2
2. ท่านคิดว่ากิจกรรมพัฒนาชุมชนและสังคมสร้างประโยชน์ให้กับสังคมอย่างมาก	129 39.80%	173 53.40%	22 6.80%	0 0.00%	0 0.00%	4.33	0.60	ดีมาก	3
3. ท่านรู้สึกภูมิใจที่ทำงานอย่างเต็มความสามารถเพื่อที่ได้สินค้าที่มีคุณภาพและปลอดภัยต่อลูกค้า	174 53.70%	124 53.70%	25 7.70%	1 0.30^	0 0.00%	4.45	0.65	ดีมาก	1
รวม (n = 324)						4.40	0.47	ดีมาก	

จากตารางที่ 4-6 แสดงมุมมองปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบุคลากรของบริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด ด้านเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบเพื่อสังคม ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.40$ ) โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้ คือ ลำดับที่ 1 ท่านรู้สึกภูมิใจที่ทำงานอย่างเต็มความสามารถเพื่อที่ได้สินค้าที่มีคุณภาพและปลอดภัยต่อลูกค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.45$ ) รองลงมา ลำดับที่ 2 ท่านเห็นว่าคนที่ทำงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นบุคคลที่น่ายกย่อง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.42$ ) และลำดับที่ 3 ท่านคิดว่ากิจกรรมพัฒนาชุมชนและสังคมสร้างประโยชน์ให้กับสังคมอย่างมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.33$ )



ตารางที่ 4-7 มุมมองปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบุคลากรของบริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด  
ด้านความซื่อสัตย์และความรับผิดชอบ

ความซื่อสัตย์และความรับผิดชอบ	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงเลย				
1. ท่านคิดว่าการทำงานให้สำเร็จภายในเวลาที่กำหนดเป็นสิ่งสำคัญที่ควรยึดถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด	170 52.50%	131 40.40%	22 6.80%	1 0.30%	0 0.00%	4.45	0.63	ดีมาก	1
2. ท่านภูมิใจที่ได้ทำงานตามหน้าที่อย่างตรงไปตรงมา	168 51.90%	127 39.20%	29 9.00%	0 0.00%	0 0.00%	4.43	0.65	ดีมาก	2
3. แม้ว่าท่านจะได้รับมอบหมายงานที่ไม่ชอบก็ตาม ท่านก็จะพยายามทำให้ลุล่วงไปได้ด้วยดี	128 39.50%	144 44.40%	40 12.30%	11 3.40%	1 0.30%	4.19	0.80	ดี	3
	รวม (n = 324)					4.36	0.51	ดีมาก	

จากตารางที่ 4-7 แสดงมุมมองปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบุคลากรของบริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด ด้านความซื่อสัตย์และความรับผิดชอบ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.36$ ) โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้ คือ ลำดับที่ 1 ท่านคิดว่าการทำงานให้สำเร็จภายในเวลาที่กำหนดเป็นสิ่งสำคัญที่ควรยึดถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.45$ ) รองลงมา ลำดับที่ 2 ท่านภูมิใจที่ได้ทำงานตามหน้าที่อย่างตรงไปตรงมา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.43$ ) และลำดับที่ 3 แม้ว่าท่านจะได้รับมอบหมายงานที่ไม่ชอบก็ตาม ท่านก็จะพยายามทำให้ลุล่วงไปได้ด้วยดี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ( $\bar{X} = 4.19$ )

ตารางที่ 4-8 มุมมองปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบุคลากรของบริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด ด้านจิตสาธารณะ

จิตสาธารณะ	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงเลย				
1. ท่านตระหนักดีว่าในการทำงานต้องยึดมั่นในกฎระเบียบร่วมกันในบริษัท	202 62.30%	104 32.10%	18 5.60%	0 0.00%	0 0.00%	4.57	0.60	ดีมาก	1
2. ท่านคิดว่าการดูแลรักษาของส่วนร่วมในบริษัทเป็นหน้าที่ที่ท่านต้องทำ	181 55.90%	124 38.30%	17 5.20%	2 0.60%	0 0.00%	4.49	0.63	ดีมาก	2
3. ท่านสำนึกเสมอว่าปัญหาส่วนรวมในที่ทำงานเป็นปัญหาของท่านที่ต้องช่วยแก้ไข	111 34.30%	173 53.40%	35 10.80%	4 1.20%	1 0.30%	4.20	0.70	ดี	3
	รวม (n = 324)					4.42	0.48	ดีมาก	

จากตารางที่ 4-8 แสดงมุมมองปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบุคลากรของบริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด ด้านจิตสาธารณะ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.42$ ) โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้ คือ ลำดับที่ 1 ท่านตระหนักดีว่าในการทำงานต้องยึดมั่นในกฎระเบียบร่วมกันในบริษัท มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.57$ ) รองลงมา ลำดับที่ 2 ท่านคิดว่าการดูแลรักษาของส่วนร่วมในบริษัทเป็นหน้าที่ที่ท่านต้องทำ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.49$ ) และลำดับที่ 3 ท่านสำนึกเสมอว่าปัญหาส่วนรวมในที่ทำงานเป็นปัญหาของท่านที่ต้องช่วยแก้ไข มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ( $\bar{X} = 4.20$ )

ตารางที่ 4-9 มุมมองปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบุคลากรของบริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด ด้านการมีตัวแบบอย่างที่ดี

การมีตัวแบบอย่างที่ดี	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริงเลย	ไม่จริง				
1. หัวหน้างานและเพื่อนร่วมงานของท่านปฏิบัติงานโดยยึดหลักนโยบายของบริษัทเป็นสิ่งสำคัญ	109 33.60%	154 47.50%	46 14.20%	12 3.70%	3 0.90%	4.09	0.84	ดี	2
2. หัวหน้างานและเพื่อนร่วมงานของท่านพยายามพัฒนาความรู้ความสามารถของตนอยู่เสมอเพื่อปฏิบัติงานในหน้าที่ให้ดีขึ้น	107 33.00%	162 50.00%	45 13.90%	8 2.50%	2 0.60%	4.12	0.78	ดี	1
3. หัวหน้างานและเพื่อนร่วมงานของท่านมีการทำงานอย่างเป็นระบบเพื่อดำเนินงานได้สำเร็จและรวดเร็ว	107 33.00%	154 47.50%	50 15.40%	9 2.80%	4 1.20%	4.08	0.84	ดี	3
	รวม (n = 324)					4.10	0.67	ดี	

จากตารางที่ 4-9 แสดงมุมมองปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบุคลากรของบริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด ด้านการมีตัวแบบอย่างที่ดี ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ( $\bar{X} = 4.10$ ) โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้ คือ ลำดับที่ 1 หัวหน้างานและเพื่อนร่วมงานของท่านพยายามพัฒนาความรู้ความสามารถของตนอยู่เสมอเพื่อปฏิบัติงานในหน้าที่ให้ดีขึ้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ( $\bar{X} = 4.12$ ) รองลงมา ลำดับที่ 2 หัวหน้างานและเพื่อนร่วมงานของท่านปฏิบัติงานโดยยึดหลักนโยบายของบริษัทเป็นสำคัญ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ( $\bar{X} = 4.09$ ) และลำดับที่ 3 หัวหน้างานและเพื่อนร่วมงานของท่านมีการทำงานอย่างเป็นระบบเพื่อดำเนินงานได้สำเร็จและรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ( $\bar{X} = 4.08$ )

ตารางที่ 4-10 มุมมองปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบุคลากรของบริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด  
ด้านการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้า

การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้า	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงเลย				
1. หัวหน้างานให้การสนับสนุนท่านในการพัฒนาความรู้ความสามารถเพื่อ ความก้าวหน้าในการทำงาน	100 30.90%	150 46.30%	57 17.60%	11 3.40%	6 1.90%	4.01	0.89	ดี	2
2. หัวหน้ามักให้คำปรึกษาเมื่อท่านพบ อุปสรรคในการทำงาน	107 33.00%	134 41.40%	65 20.10%	15 4.60%	3 0.90%	4.01	0.90	ดี	1
3. หัวหน้าเปิดโอกาสให้ท่านได้ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการทำงาน	93 28.70%	137 42.30%	73 22.50%	17 5.20%	4 1.20%	3.92	0.91	ดี	3
	รวม (n = 324)					3.98	0.77	ดี	

จากตารางที่ 4-10 แสดงมุมมองปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบุคลากรของบริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด ด้านการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้า ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ( $\bar{X} = 3.98$ ) โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้ คือ ลำดับที่ 1 หัวหน้ามักให้คำปรึกษาเมื่อท่านพบอุปสรรคในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ( $\bar{X} = 4.01$ ,  $SD = 0.90$ ) รองลงมา ลำดับที่ 2 หัวหน้างานให้การสนับสนุนท่านในการพัฒนาความรู้ความสามารถเพื่อความก้าวหน้าในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ( $\bar{X} = 4.01$ ,  $SD = 0.89$ ) และ ลำดับที่ 3 หัวหน้าเปิดโอกาสให้ท่านได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ( $\bar{X} = 3.92$ )



ตารางที่ 4-11 มุมมองปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบุคลากรของบริษัท อิเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด  
ด้านการรับรู้ นโยบาย ความรับผิดชอบเพื่อสังคม

การรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงเลย				
1. บริษัทของท่านมีนโยบายและเป้าหมายในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างชัดเจน	133 41.00%	148 45.70%	38 11.70%	5 1.50%	0 0.00%	4.26	0.72	ดีมาก	3
2. ท่านให้ความสำคัญในการเข้าร่วมกิจกรรมตามนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท	142 43.80%	143 44.10%	34 10.50%	5 1.50%	0 0.00%	4.30	0.72	ดีมาก	1
3. นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทมีประโยชน์ต่อบริษัทและสังคมอย่างมาก	127 39.20%	162 50.00%	33 10.20%	2 0.60%	0 0.00%	4.28	0.67	ดีมาก	2
รวม (n = 324)						4.28	0.56	ดีมาก	

จากตารางที่ 4-11 แสดงมุมมองปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบุคลากรของบริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด ด้านการรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.28$ ) โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้ คือ ลำดับที่ 1 ท่านให้ความสำคัญในการเข้าร่วมกิจกรรมตามนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.30$ ) รองลงมา ลำดับที่ 2 นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทมีประโยชน์ต่อบริษัทและสังคมอย่างมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.28$ ) และลำดับที่ 3 บริษัทของท่านมีนโยบายและเป้าหมายในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.26$ )

ตารางที่ 4-12 มุมมองปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบุคลากรของบริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด

ปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
1. ด้านเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบเพื่อสังคม	4.40	0.47	ดีมาก	2
2. ด้านความซื่อสัตย์และความรับผิดชอบ	4.36	0.51	ดีมาก	3
3. ด้านจิตสาธารณะ	4.42	0.48	ดีมาก	1
4. ด้านการมีตัวแบบอย่างที่ดี	4.10	0.67	ดี	5
5. ด้านการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้า	3.98	0.77	ดี	6
6. ด้านการรับรู้นโยบาย ความรับผิดชอบต่อสังคม	4.28	0.56	ดีมาก	4
รวม (n = 324)	4.26	0.41	ดีมาก	

จากตารางที่ 4-12 แสดงมุมมองปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบุคลากรของบริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.26$ ) โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้ คือ ลำดับที่ 1 ด้านจิตสาธารณะ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.42$ ) รองลงมา ลำดับที่ 2 ด้านเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.40$ ) รองลงมา ลำดับที่ 3 ด้านความซื่อสัตย์และความรับผิดชอบต่อสังคม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.36$ ) รองลงมา ลำดับที่ 4 ด้านการรับรู้ นโยบาย ความรับผิดชอบต่อสังคม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.28$ ) รองลงมา ลำดับที่ 5 ด้านการมีตัวแบบอย่างที่ดี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ( $\bar{X} = 4.10$ ) และลำดับที่ 6 ด้านการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ( $\bar{X} = 3.98$ )

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

ตารางที่ 4-13 มุมมองพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบเพื่อสังคมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบุคลากรของบริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด  
ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงเลย				
1. ท่านตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ทุกชิ้นอย่างละเอียดรอบคอบก่อนมอบให้ลูกค้า	171 52.80%	135 41.70%	16 4.90%	2 0.60%	0 0.00%	4.47	0.62	ดีมาก	2
2. ท่านพัฒนาการทำงานและสินค้าอยู่เสมอตามคำแนะนำหรือข้อเสนอแนะของลูกค้า	166 51.20%	129 39.80%	28 8.60%	1 0.30%	0 0.00%	4.42	0.66	ดีมาก	3
3. ท่านทำงานอย่างเต็มความสามารถเพื่อที่ได้สินค้าที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และเป็นที่น่าไว้วางใจของลูกค้า	188 58.00%	115 35.50%	21 6.50%	0 0.00%	0 0.00%	4.52	0.62	ดีมาก	1
	รวม (n = 324)					4.47	0.50	ดีมาก	

จากตารางที่ 4-13 แสดงมุมมองพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบเพื่อสังคมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบุคลากรของบริษัท อิเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.47$ ) โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้ คือ ลำดับที่ 1 ท่านทำงานอย่างเต็มความสามารถเพื่อที่ได้สินค้าที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และเป็นที่น่าไว้วางใจของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.52$ ) รองลงมา ลำดับที่ 2 ท่านตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ทุกชิ้นอย่างละเอียดรอบคอบก่อนมอบให้ลูกค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.47$ ) และลำดับที่ 3 ท่านพัฒนาการทำงานและสินค้าอยู่เสมอตามคำแนะนำหรือข้อเสนอแนะของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.42$ )

ตารางที่ 4-14 มุมมองพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบเพื่อสังคมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบุคลากรของบริษัท อิเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม

ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงเลย				
1. ท่านเข้าร่วมกิจกรรมอาสาเพื่อสังคมของบริษัทเสมอ	106 32.70%	160 49.40%	56 17.30%	2 0.60%	0 0.00%	4.14	0.71	ดี	2
2. ท่านเข้าร่วมกิจกรรมอาสาทั้งกับบริษัทในการบำรุงพื้นที่สาธารณะ	111 34.30%	154 47.50%	50 15.40%	9 2.80%	0 0.00%	4.13	0.77	ดี	3
3. ท่านทุ่มเททำกิจกรรมอาสาเพื่อสังคมเพราะตรงกับเป้าหมายของบริษัทให้ดีที่สุดทุกครั้ง	114 35.20%	158 48.80%	46 14.20%	5 1.50%	1 0.30%	4.17	0.75	ดี	1
	รวม (n = 324)					4.15	0.62	ดี	

จากตารางที่ 4-14 แสดงมุมมองพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบเพื่อสังคมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบุคลากรของบริษัท อิเล็กทรอนิกส์ ประเทศไทย จำกัด ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ( $\bar{X} = 4.15$ ) โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้ คือ ลำดับที่ 1 ท่านทุ่มเททำกิจกรรมอาสาเพื่อสังคม เพราะตรงกับเป้าหมายของบริษัทให้ดีที่สุดทุกครั้ง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ( $\bar{X} = 4.17$ ) รองลงมา ลำดับที่ 2 ท่านเข้าร่วมกิจกรรมอาสาเพื่อสังคมของบริษัทเสมอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ( $\bar{X} = 4.14$ ) และลำดับที่ 3 ท่านเข้าร่วมกิจกรรมอาสา กับบริษัทในการบำรุงพื้นที่สาธารณะ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ( $\bar{X} = 4.13$ )

ตารางที่ 4-15 มุมมองพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบเพื่อสังคมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบุคลากรของบริษัท อิเล็คโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด  
ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม

ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงเลย				
1. ท่านร่วมโครงการของบริษัทในการพัฒนาสิ่งแวดล้อมในชุมชนให้น่าอยู่	118 36.40%	142 43.80%	60 18.50%	2 0.60%	2 0.60%	4.15	0.78	ดี	3
2. ท่านให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีกับบริษัทในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมภายในโรงงาน	156 48.10%	152 46.90%	15 4.60%	1 0.30%	0 0.00%	4.43	0.60	ดีมาก	2
3. ท่านปฏิบัติงานโดยยึดหลักข้อปฏิบัติด้านโรงงานสีเขียวของบริษัท	167 51.50%	148 45.70%	8 2.50%	1 0.30%	0 0.00%	4.49	0.56	ดีมาก	1
	รวม (n = 324)					4.35	0.53	ดีมาก	



จากตารางที่ 4-15 แสดงมุมมองพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบเพื่อสังคมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบุคลากรของบริษัท อิเล็คโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.35$ ) โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้ คือ ลำดับที่ 1 ท่านปฏิบัติงานโดยยึดหลักข้อปฏิบัติด้านโรงงานสีเขียวของบริษัท มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.49$ ) รองลงมา ลำดับที่ 2 ท่านให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีกับบริษัทในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมภายในโรงงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.43$ ) และลำดับที่ 3 ท่านร่วมโครงการของบริษัทในการพัฒนาสิ่งแวดล้อมในชุมชนให้น่าอยู่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ( $\bar{X} = 4.15$ )

ตารางที่ 4-16 มุมมองพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบุคลากรของบริษัท อิเล็คโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด

พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
1. ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค	4.67	0.50	ดีมาก	1
2. ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม	4.15	0.62	ดี	3
3. ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม	4.35	0.53	ดีมาก	2
รวม (n = 324)	4.32	0.44	ดีมาก	

จากตารางที่ 4-16 แสดงมุมมองพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบุคลากรของบริษัท อิเล็คโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.32$ ) โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้ คือ ลำดับที่ 1 ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.67$ ) รองลงมา ลำดับที่ 2 ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.35$ ) และลำดับที่ 3 ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ( $\bar{X} = 4.15$ )

#### ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของบุคลากร บริษัท อิเล็กทรอนิกส์ ประเทศไทย จำกัด

ตารางที่ 4-17 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของบุคลากร บริษัท อิเล็กทรอนิกส์ ประเทศไทย จำกัด

ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
1. ให้ทุกคนเชื่อมั่นในความคิด และช่วยกันพัฒนาสังคม	10	3.09
2. บริษัทมีนโยบายและการรณรงค์หลาย ๆ ด้าน เพื่อนำมา ยึดถือปฏิบัติในการทำงาน	15	4.63
3. มุ่งมั่นสร้างสรรค์ สิ่งที่ดีกว่าเพื่อสังคม	18	5.56
4. เราทุกคนควรมีน้ำใจซึ่งกันและกัน ร่วมแรงร่วมใจกัน มี ความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ตัวเองได้รับอย่างดีที่สุด	9	2.78
5. จะทำกิจกรรมเพื่อสังคมทุกครั้งที่มีโอกาส	21	6.48
6. ทุกคนต้องมีส่วนร่วมในทุก ๆ ด้าน	14	4.32
7. อยากให้มีกิจกรรมอาสาเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง	16	4.94
8. สังคมและหน่วยงานควรมีการพูดคุย ระดมความคิด เพื่อ กำหนดนโยบายและวัตถุประสงค์ให้ชัดเจน	2	0.62
9. ควรปฏิบัติตามกฎ ระเบียบชุมชน กฎหมายสิ่งแวดล้อม	8	2.46
10. สร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับจิตสาธารณะของพนักงานใน องค์กรอยู่เสมอ	24	7.41
11. ควรทำการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับจิตอาสาให้พนักงาน และชุมชนโดยรอบโรงงานได้รับทราบเพื่อให้เกิดความ เข้าใจที่ตรงกัน	35	10.80
12. ไม่มีข้อเสนอแนะ	152	46.91
รวม	324	100

## ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์สมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของบุคลากร บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด ที่แตกต่างกัน

1. บุคลากรที่มีเพศต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมที่แตกต่างกัน

$H_0$  บุคลากรที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมไม่แตกต่างกัน

$H_1$  บุคลากรที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-18 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของบุคลากร บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด จำแนกตามเพศ

เพศ	n	$\bar{X}$	SD	t	Sig. (2-tailed)
ชาย	132	4.28	0.35	0.004	0.997
หญิง	192	4.28	0.41		

จากตารางที่ 4-18 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของบุคลากร บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.997 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก  $H_0$  หมายความว่า บุคลากรที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมไม่แตกต่างกัน

2. บุคลากรที่มีอายุต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมที่แตกต่างกัน

$H_0$  บุคลากรที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมไม่แตกต่างกัน

$H_1$  บุคลากรที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-19 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของบุคลากร บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด จำแนกตามอายุ

อายุ	n	$\bar{X}$	SD	F	Sig.
18-29 ปี	184	4.25	0.38	2.457	0.063
30-41 ปี	123	4.34	0.40		
42-53 ปี	15	4.11	0.38		
54 ปีขึ้นไป	2	4.30	0.21		
รวม	324				

จากตารางที่ 4-19 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของบุคลากร บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติแบบ One-way ANOVA ในการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.063 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก  $H_0$  หมายความว่า บุคลากรที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมไม่แตกต่างกัน

3. บุคลากรที่มีระยะเวลาการปฏิบัติงานต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมที่แตกต่างกัน

$H_0$  บุคลากรที่มีระยะเวลาการปฏิบัติงานต่างกัน มีพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมไม่แตกต่างกัน

$H_1$  บุคลากรที่มีระยะเวลาการปฏิบัติงานต่างกัน มีพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-20 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของบุคลากร บริษัท อิเล็กทรอนิกส์  
ประเทศไทย จำกัด จำแนกตามระยะเวลาการปฏิบัติงาน

ระยะเวลาการปฏิบัติงาน	n	$\bar{X}$	SD	F	Sig.
ต่ำกว่า 5 ปี	209	4.27	0.37	0.174	0.914
5-10 ปี	92	4.30	0.42		
11-15 ปี	22	4.28	0.41		
มากกว่า 15 ปี	1	4.15	0.00		
รวม	324				

จากตารางที่ 4-20 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของบุคลากร บริษัท อิเล็กทรอนิกส์ ประเทศไทย จำกัด จำแนกตามระยะเวลาการปฏิบัติงาน โดยใช้สถิติแบบ One-way ANOVA ในการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.914 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก  $H_0$  หมายความว่า บุคลากรที่มีระยะเวลาการปฏิบัติงานต่างกัน มีพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมไม่แตกต่างกัน

4. บุคลากรที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมที่แตกต่างกัน

$H_0$  บุคลากรที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมไม่แตกต่างกัน

$H_1$  บุคลากรที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-21 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของบุคลากร บริษัท อิเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	n	$\bar{X}$	SD	F	Sig.
โสด	185	4.29	0.38	0.142	0.935
สมรส	124	4.27	0.39		
หย่าร้าง/ หม้าย	11	4.24	0.52		
แยกกันอยู่	4	4.20	0.17		
รวม	324				

จากตารางที่ 4-21 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของบุคลากร บริษัท อิเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด จำแนกตามสถานภาพสมรส โดยใช้สถิติแบบ One-way ANOVA ในการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.935 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก  $H_0$  หมายความว่า บุคลากรที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมไม่แตกต่างกัน

5. บุคลากรที่มีลักษณะงานต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมที่แตกต่างกัน  
 $H_0$  บุคลากรที่มีลักษณะงานต่างกัน มีพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมไม่แตกต่างกัน  
 $H_1$  บุคลากรที่มีลักษณะงานต่างกัน มีพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-22 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของบุคลากร บริษัท อิเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด จำแนกตามลักษณะงาน

ลักษณะงาน	n	$\bar{X}$	SD	F	Sig.
สำนักงาน	36	4.23	0.46	0.69	0.407
ปฏิบัติการโรงงาน	288	4.29	0.38		
รวม	324				

จากตารางที่ 4-22 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของบุคลากร บริษัท อิเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด จำแนกตามลักษณะงาน โดยใช้สถิติแบบ

One-way ANOVA ในการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.407 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก  $H_0$  หมายความว่า บุคลากรที่มีลักษณะงานต่างกัน มีพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของบุคลากร บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-23 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมกับพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของบุคลากร บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด

		พฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคม
ปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม	Pearson Correlation	0.639**
	p-value	0.000
	n	324

\*\* p-value < 0.01

จากตารางที่ 4-23 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมกับพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของบุคลากร บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด โดยใช้สถิติ Pearson correlation ในการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 พบว่า ปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมอยู่ในระดับปานกลาง ( $r = 0.639$ ) ดังนั้นปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของบุคลากร บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด

## ตารางที่ 4-24 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของบุคลากร บริษัท อิเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด ที่แตกต่างกัน	
1. บุคลากรที่มีเพศต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมที่ต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
2. บุคลากรที่มีอายุต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมที่ต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
3. บุคลากรที่มีระยะเวลาการปฏิบัติงานต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมที่ต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
4. บุคลากรที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมที่ต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
5. บุคลากรที่มีลักษณะงานต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมที่ต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของบุคลากร บริษัท อิเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด ที่แตกต่างกัน	ความสัมพันธ์ระดับปานกลาง



## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษา เรื่อง ปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของบุคลากร บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด โดยทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 324 คน ซึ่งเป็นบุคลากรของบริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด ทุกแผนก ซึ่งใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบสอบถามและนำมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความถี่ ค่าสถิติ t-test One-way ANOVA และการหาความสัมพันธ์โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

#### สรุปผลการวิจัย

##### ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 324 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 59.30 เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 40.70 มีอายุ 18-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 56.80 มีระยะเวลาปฏิบัติงานต่ำกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 64.50 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 57.10 และมีลักษณะงานปฏิบัติการ โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 88.90

##### ปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม

ปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบุคลากรของบริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.26$ ) โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้ คือ ด้านจิตสาธารณะ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.42$ ) รองลงมา ด้านเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบเพื่อสังคม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.40$ ) รองลงมา ด้านความซื่อสัตย์และความรับผิดชอบ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.36$ ) รองลงมา ด้านการรับรู้นโยบาย ความรับผิดชอบเพื่อสังคม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.28$ ) รองลงมา ด้านการมีตัวแบบอย่างที่ดี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ( $\bar{X} = 4.10$ ) และด้านการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ( $\bar{X} = 3.98$ ) ตามลำดับ

ด้านจิตสาธารณะ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.42$ ) โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้ คือ ท่านตระหนักดีว่าในการทำงานต้องยึดมั่นในกฎระเบียบร่วมกันในบริษัท มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.57$ ) รองลงมา ท่านคิดว่าการดูแลรักษาของส่วนร่วมในบริษัทเป็น

หน้าที่ที่ท่านต้องทำ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.49$ ) และท่านสำนึกเสมอว่าปัญหาส่วนรวมในที่ทำงานเป็นปัญหาของท่านที่ต้องช่วยแก้ไข มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ( $\bar{X} = 4.20$ ) ตามลำดับ

ด้านเจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบเพื่อสังคม ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.40$ ) โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้ คือ ท่านรู้สึกภูมิใจที่ทำงานอย่างเต็มความสามารถ เพื่อที่ได้สินค้าที่มีคุณภาพและปลอดภัยต่อลูกค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.45$ ) รองลงมา ท่านเห็นว่าคนที่ทำงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นบุคคลที่น่ายกย่อง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.42$ ) และท่านคิดว่ากิจกรรมพัฒนาชุมชนและสังคมสร้างประโยชน์ให้กับสังคมอย่างมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.33$ ) ตามลำดับ

ด้านความซื่อสัตย์และความรับผิดชอบต่อสังคม ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.36$ ) โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้ คือ ท่านคิดว่าการทำงานให้สำเร็จภายในเวลาที่กำหนดเป็นสิ่งสำคัญที่ควรยึดถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.45$ ) รองลงมา ท่านภูมิใจที่ได้ทำงานตามหน้าที่อย่างตรงไปตรงมา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.43$ ) และแม้ว่าท่านจะได้รับการมอบหมายงานที่ไม่ชอบก็ตาม ท่านก็จะพยายามทำให้ลุล่วงไปได้ด้วยดี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ( $\bar{X} = 4.19$ ) ตามลำดับ

ด้านการรับรู้นโยบาย ความรับผิดชอบต่อสังคม ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.28$ ) โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้ คือ ท่านให้ความสำคัญในการเข้าร่วมกิจกรรมตามนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.30$ ) รองลงมา นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทมีประโยชน์ต่อบริษัทและสังคมอย่างมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.28$ ) และบริษัทของท่านมีนโยบายและเป้าหมายในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.26$ ) ตามลำดับ

ด้านการมีตัวแบบอย่างที่ดี ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ( $\bar{X} = 4.10$ ) โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้ คือ หัวหน้างานและเพื่อนร่วมงานของท่านพยายามพัฒนาความรู้ความสามารถของตนอยู่เสมอเพื่อปฏิบัติงานในหน้าที่ให้ดีขึ้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ( $\bar{X} = 4.12$ ) รองลงมา หัวหน้างานและเพื่อนร่วมงานของท่านปฏิบัติงานโดยยึดหลักนโยบายของบริษัทเป็นสำคัญ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ( $\bar{X} = 4.09$ ) และหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงานของท่านมีการทำงานอย่างเป็นระบบเพื่อดำเนินงานได้สำเร็จและรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ( $\bar{X} = 4.08$ ) ตามลำดับ

ด้านการสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้า ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ( $\bar{X} = 3.98$ ) โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้ คือ หัวหน้ามักให้คำปรึกษาเมื่อท่านพบอุปสรรคในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ( $\bar{X} = 4.01$ ,  $SD = 0.90$ ) รองลงมา หัวหน้างานให้การสนับสนุนท่านในการพัฒนาความรู้ความสามารถเพื่อความก้าวหน้าในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ( $\bar{X} = 4.01$ ,

SD = 0.89) และหัวหน้าเปิดโอกาสให้ท่านได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ( $\bar{X} = 3.92$ ) ตามลำดับ

#### พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบเพื่อสังคม

พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบเพื่อสังคมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบุคลากรของบริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.32$ ) โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้ คือ ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.67$ ) รองลงมา ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.35$ ) และด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ( $\bar{X} = 4.15$ ) ตามลำดับ

ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.47$ ) โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้ คือ ท่านทำงานอย่างเต็มความสามารถเพื่อที่ได้สินค้าที่มีคุณภาพปลอดภัย และเป็นที่น่าไว้วางใจของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.52$ ) รองลงมา ท่านตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ทุกชิ้นอย่างละเอียดรอบคอบก่อนมอบให้ลูกค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.47$ ) และท่านพัฒนาการทำงานและสินค้าอยู่เสมอตามคำแนะนำหรือข้อเสนอแนะของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.42$ ) ตามลำดับ

ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.35$ ) โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้ คือ ท่านปฏิบัติงานโดยยึดหลักข้อปฏิบัติด้านโรงงานสีเขียวของบริษัท มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.49$ ) รองลงมา ท่านให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีกับบริษัทในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมภายในโรงงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.43$ ) และท่านร่วมโครงการของบริษัทในการพัฒนาสิ่งแวดล้อมในชุมชนให้น่าอยู่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ( $\bar{X} = 4.15$ ) ตามลำดับ

ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ( $\bar{X} = 4.15$ ) โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้ คือ ท่านทุ่มเททำกิจกรรมอาสาเพื่อสังคม เพราะตรงกับเป้าหมายของบริษัทให้ดีที่สุดทุกครั้ง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ( $\bar{X} = 4.17$ ) รองลงมา ท่านเข้าร่วมกิจกรรมอาสาเพื่อสังคมของบริษัทเสมอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ( $\bar{X} = 4.14$ ) และท่านเข้าร่วมกิจกรรมอาสาของบริษัทในการบำรุงพื้นที่สาธารณะ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ( $\bar{X} = 4.13$ ) ตามลำดับ

#### การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของบุคลากร บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด ที่แตกต่างกัน

1. บุคลากรที่มีเพศต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า บุคลากรที่มีเพศต่างกัน ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของ บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด กล่าวคือ บุคลากรที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมไม่แตกต่างกัน

2. บุคลากรที่มีอายุต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า บุคลากรที่มีอายุต่างกัน ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของ บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด กล่าวคือ บุคลากรที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมไม่แตกต่างกัน

3. บุคลากรที่มีระยะเวลาการปฏิบัติงานต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า บุคลากรที่มีระยะเวลาการปฏิบัติงานต่างกัน ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของ บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด กล่าวคือ บุคลากรที่มีระยะเวลาการปฏิบัติงานต่างกัน มีพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมไม่แตกต่างกัน

4. บุคลากรที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า บุคลากรที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของ บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด กล่าวคือ บุคลากรที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมไม่แตกต่างกัน

5. บุคลากรที่มีลักษณะงานต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า บุคลากรที่มีลักษณะงานต่างกัน ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของ บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด กล่าวคือ บุคลากรที่มีลักษณะงานต่างกัน มีพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยทางจิตสังคมส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของบุคลากร บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด ที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมอยู่ในระดับปานกลาง ( $r = 6.39$ ) ดังนั้นปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของบุคลากร บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด

## อภิปรายผล

การศึกษา เรื่อง ปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของบุคลากร บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด สามารถอภิปรายผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ ได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมของบุคลากร บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด

จากผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมของบุคลากรของบริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก โดยผลการศึกษาในครั้งนี้ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของธิดาชนก วงศ์พิทักษ์ (2556) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยสังคมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมจิตอาสาของนิสิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จากการศึกษาพบว่า ระดับของพฤติกรรมจิตอาสาของนิสิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยรวมอยู่ในระดับสูง และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของโสธยา คงศิษย์ (2555) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานบริษัทผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่า ในกลุ่มรวม มีตัวแปร 5 ตัว ที่สามารถทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในด้านรวม ได้ร้อยละ 46 ตัวแปรสำคัญที่เข้ามาทำนายลำดับแรก ได้แก่ จิตสาธารณะ รองลงมา ได้แก่ เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม และการมีตัวแบบที่ดี การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างาน การรับรู้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมของบุคลากร บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด

จากผลการศึกษา พบว่า พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมของบุคลากร บริษัท อีเลคโทรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก โดยผลการศึกษาในครั้งนี้ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของกรวสา จันทวงศ์วิไล และคณะ (2555) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการสอนอย่างมีประสิทธิภาพของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ในเขตกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่า ตัวทำนายในกลุ่มลักษณะทางสังคม และลักษณะทางจิต รวม 3 ตัวแปรร่วมกันทำนายพฤติกรรมการสอนอย่างมีประสิทธิภาพด้านรวม ในกลุ่มอาจารย์รวมทำนายได้ร้อยละ 54.40 กลุ่มย่อยทำนายได้ระหว่างร้อยละ 44.60 ถึงร้อยละ 62.90 ทำนายได้สูงสุดในกลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ตัวทำนายที่สำคัญตามลำดับคือ เจตคติต่อการสอนอย่างมีประสิทธิภาพ การยอมรับนวัตกรรม และการสนับสนุนทางสังคม และสอดคล้องกับของธิดาชนก วงศ์พิทักษ์ (2556) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยสังคมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมจิตอาสาของนิสิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จากการศึกษาพบว่า

ปัจจัยทางจิต ได้แก่ การรับรู้ความสามารถของตนเองและแรงจูงใจอาสา มีความสัมพันธ์บวกกับ พฤติกรรมจิตอาสา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และปัจจัยทางสังคม ได้แก่ การมีตัวแบบ ด้านจิตอาสาและการสนับสนุนทางสังคมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมจิตอาสา อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

### ข้อเสนอแนะ

1. ควรจัดกิจกรรมพิเศษ เช่น การจัดกิจกรรมการกุศลที่เกี่ยวข้องกับบริษัท อิเล็กทรอนิกส์ ประเทศไทย จำกัด เพื่อเป็นกิจกรรมที่จะสร้างประสบการณ์และการจดจำภาพลักษณ์ให้กับบุคลากร และชุมชน

2. ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์และด้านราคา โดยเน้นการประหยัดพลังงาน ช่วยลดโลกร้อน ดังนั้นควรมีการพัฒนาระบบเทคโนโลยีให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของสังคม

3. การพัฒนาพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ผู้บริหารควรพัฒนา พฤติกรรมที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมกับพนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรและควรเพิ่มปัจจัย การสร้างตัวแบบที่ดีในการทำงานกับพนักงาน การสร้างตัวแบบที่ดีเป็นผลให้พนักงานเลียนแบบได้ ทั้งระดับหัวหน้ากับลูกน้อง และเพื่อนร่วมงานกันเอง จะส่งผลให้พนักงานมีพฤติกรรมการทำงานที่ มีความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งการมีตัวแบบที่ดีในการทำงานแล้ว สามารถพัฒนาปัจจัยลักษณะทาง จิตที่เป็นสาเหตุภายในของบุคคล ให้มีความผูกพันต่อองค์กรมากขึ้น ได้เช่นกัน

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาพฤติกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารในการ กำหนดนิยามพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมที่อยู่ในบริบทของบุคลากร การวิจัย ครั้งต่อไปควรเพิ่มการศึกษาข้อมูลแบบการวิจัยเชิงคุณภาพเข้าไป เพื่อศึกษาความคิดรวบยอดของ พฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อนำข้อมูลมาสนับสนุนใน การกำหนดนิยามของพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

2. งานวิจัยนี้ศึกษาพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับกลุ่ม ตัวอย่างซึ่งเป็นบุคลากรในบริษัท งานวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาพฤติกรรมการทำงานที่มีความ รับผิดชอบต่อสังคมในระดับองค์กร กับผู้นำหรือผู้บริหารของหลาย ๆ บริษัทที่มีการดำเนินธุรกิจ ลักษณะเดียวกัน เพื่อศึกษาพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมที่องค์กรมีต่อสังคม และศึกษาพฤติกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมได้กว้างขึ้น

## บรรณานุกรม

- กรวสา จันทวงศ์วิไล และคณะ. (2555). *ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการสอนอย่างมีประสิทธิภาพของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- กังสตาล เชาว์วัฒนกุล. (2558). พฤติกรรมการทำงานของอาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนกับแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทอร์น*, 8(2), 30-40.
- คณะกรรมการกลุ่มความร่วมมือทางวิชาการเพื่อพัฒนามาตรฐานการเรียนการสอนและการวิจัยด้านบริหารธุรกิจแห่งประเทศไทย. (2555). *แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ*. กรุงเทพฯ: เมจิกเพรส.
- คณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียน. (2551). *เข็มทิศธุรกิจเพื่อสังคม*. กรุงเทพฯ: ไอคอนพริ้นติ้ง.
- จุฑารัตน์ กิตติขมากร. (2553). *ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในการปฏิบัติงานและด้านการมีส่วนร่วมของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ฉัตรยา กฤตยาพงศ์พันธุ์. (2553). *การบริหารเปลี่ยนแปลงองค์กรที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงานของพนักงานในบริษัทแซนมิโนไอซ์ซิสเต็มส์ (ประเทศไทย) จำกัด*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ชูชัย สมितिไกร. (2554). *จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธิดาชนก วงศ์พิทักษ์. (2556). *ปัจจัยสังคมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมจิตอาสาของนิสิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*. สารนิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, สาขาวิชาจิตวิทยาพัฒนาการ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นิชาภัทร โพธิ์บาง. (2550). *ลักษณะจิตใจและสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานราชการอย่างมีจริยธรรมของเจ้าหน้าที่การเงินและบัญชี*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- บริษัท อีเลคโตรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด. (2557). *ประวัติความเป็นมาของของบริษัท*  
อีเลคโตรลักซ์ ประเทศไทย จำกัด. เข้าถึงได้จาก <http://newsroom.electrolux.com/th/>
- ปิ่นกนก วงศ์ปิ่นเพชร. (2551). *สภาพแวดล้อมในการทำงานและคุณลักษณะส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับผลลัพธ์ของการปรับตัวในการทำงานของนายทหารชั้นประทวนของกองทัพบกที่บรรจุเข้ารับราชการใหม่สังกัดเหล่ากำลังรบ: การศึกษา 3 ระยะเวลา*. ปริญญาโทศึกษาศาสตร์ดุสิตบัณฑิต, สาขาวิชาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พิพัฒน์ นนทนาธรณ์. (2553). *การจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร การสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: ริงค์ บีคอนด์ บั๊คส์.
- พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์ และคณะ. (2549). *การพัฒนา CSR ในกระบวนการบริหารจัดการ องค์กรธุรกิจระยะที่ 1: การศึกษาคุณลักษณะองค์กรประกอบและเครื่องมือสำหรับการพัฒนา*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ไพบุลย์ วัฒนศิริธรรม. (2549). *แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการการเรียนการสอนและการวิจัยด้านบริหารธุรกิจแห่งประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: เมจิกเพรส.
- มนัส บุญประกอบ และพรณี บุญประกอบ. (2549). *ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงาน ภายหลังเกษียณอายุของข้าราชการมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*. *วารสารพฤติกรรมศาสตร์*, 12, 36-48.
- มยุรี กลั้ววงษ์. (2552). *ความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ที่เกี่ยวข้องต่อพฤติกรรมทางสังคมของผู้ป่วยโรคจิต*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรดุสิตบัณฑิต, สาขาวิชาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- มหาวิทยาลัยเที่ยงคืน. (2554). *ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทต่อสังคม*. เข้าถึงได้จาก <http://www.///61.47.2.69~midnight/midnight.0009999908/2544.html>
- ยุวดา สิงห์เมธา. (2554). *ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพเพื่อการป้องกันโรคเบาหวานของบุคลากรในโรงพยาบาลเทพารินทร์*. ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- รพีพรรณ วงศ์ประเสริฐ. (2551). *ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ*. *BU Academic Review*, 8(2), 85-94.



- เรืองอุไร อมรไชย. (2550). ปัจจัยด้านจิตลักษณะและสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของพยาบาลวิชาชีพ ในโรงพยาบาลชุมชน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ฤทธิไกร ไชยงาม. (2558). นิยามของคำว่า จิตสาธารณะ. เข้าถึงได้จาก <https://www.gotoknow.org/posts/584017>
- วรรณภา กันยาวงศ์. (2551). ลักษณะสถานการณ์ในงานอาชีพและลักษณะทางจิตใจที่เกี่ยวข้องกับการปรับตัวของผู้บริหารสตรีในองค์กรเอกชน. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วัชรพล ศุภจักรวัฒนา. (2550). ค่านิยมในการทำงานของคนไทยในทัศนะของสมาชิกสภานิติบัญญัติแห่งชาติ. ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์, คณะรัฐประศาสนศาสตร์, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน. (2546). ค่านิยมสร้างสรรค์ของเจ้าหน้าที่ของรัฐ. กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมจริยธรรมสถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน.
- สมโภชน์ เอี่ยมสุภาษิต. (2550). ทฤษฎีและเทคนิคการปรับพฤติกรรม. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ. (2542). วาระการวิจัยแห่งชาติในภาวะวิกฤตเพื่อฟื้นฟูชาติ. กรุงเทพฯ: สำนักคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม.
- สิริอร วิชาวุธ. (2553). จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การเบื้องต้น. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สิริอร วิชาวุธ และคณะ. (2554). จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุกัญญา พูลเดช. (2552). ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมของวิศวกรสังกัดการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เสรี วงษ์มณฑา และชัชณะ เฉลยคณา. (2550). คู่มือลึกลับแบรนด์. กรุงเทพฯ: ฐานบุ๊คส์.

- โสรยา คงศิษ. (2555). *ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานบริษัทผลิตภัณฑ์*. ปรินซ์ตันนิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อรพินทร์ ชูชม, อัจฉรา สุขารมณี และอุษาศรี จินดารัตน์. (2549). *การวิเคราะห์ปัจจัยทางจิตสังคมที่สัมพันธ์กับจิตสำนึกทางปัญญาและคุณภาพชีวิตของเยาวชนไทย*. ปรินซ์ตันนิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อังศิรินทร์ อินทรกำแหง, อรพินทร์ ชูชม, และอัจฉรา สุขารมณี. (2550). *การวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงเหตุและคชนี้วัดภาวะวิกฤตชีวิตสตรีไทยสมรสวัยกลางคนที่ทำงานนอกร้านในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. ปรินซ์ตันนิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Albanese, R. (1981). *Managing: Toward accountability for performance* (3<sup>rd</sup> ed.). Homewood, IL: Richard D. Irwin.
- Alverson, M. (2002). *Understanding organizational culture*. London: Sage.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Baruch, B, D. (1968). *New ways in discipline*. New York: McGraw-Hill.
- Bhanthumnavin, D. (2000). Importance of supervisory social support and its implications for HRD in Thailand. *Psychology and developing societies*, 12(2), 155-156.
- Daft, R. L. (2004). *Organization theory and design* (8<sup>th</sup> ed.). Mason, OH: South-Western College.
- Diekhoff, G. (1992). *Statistics for the social and behavioral sciences*. USA: Wm C. Brown.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Fisher, C., Lock, D., & Edwin, A. (1992). *The new lock in job satisfaction research and theory In job satisfaction: How people feel about it affects their performance*. New York: Lexington.
- Garrison, K. C, & Magoon, R. (1972). *Educational psychology*. Ohio: Charles E. Morrill Publishing Century-Crofts.

- Gordon, J. R. (1999). *Organizational behavior: A diagnostic approach* (6<sup>th</sup> ed). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Hackman, R. J., & Oldham, G. R. (1980). *Work redesign*. Massachusetts: Addison-Wesley.
- Hofmann & Morgeson. (1999). Safety at work: A meta-analytic investigation of the link between job demands, job resources, burnout, engagement, and safety outcomes. *Journal of applied psychology*, 84, 286-296.
- International Organization for Standardization (ISO). (2007). *Future ISO 26000 standard on social responsibility reaches positive turning point*. Retrieved from <http://www.iso.org/iso/pressrelese.htm?refid=Ref1049>
- Kalish, R. A. (1973). *The psychology of human behavior* (3<sup>rd</sup> ed.). California: Brooks/ Cole.
- Kluckhohn, C., & Murray, H. A. (1953). *Personality: In nature, society and culture*. New York: Alfred A. Knopf.
- Kotler, P., & Lee, N. (2005). *Corporate social responsibility: Doing the most good for your company and your cause*. Hoboken. New Jersey: Wiley.
- Loper, F. M. (1968). *Evaluating employ performance*. New York: Public Personality Association.
- McGuire, W. J. (1969). *The nature of attitudes and attitude change*. MA: Addison-Wesley.
- Moorthead, G., & Griffin, R. W. (1995). *Organizational behavior: Managing people and organizations*. Boston, MA: Houghton Mifflin.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (1998). *Consumer behavior* (5<sup>th</sup> ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Pender, N. J. (1987). *Health promotion in nursing practice*. Norwalk. Conn: Appleton and Lenge.
- Podsakoff, P. M., et al. (2000). Organizational citizenship behavior: A critical review of the theoretical and empirical literature and suggestions for future research. *Journal of management*. 26(3), 513-563.
- Rokaech, M. (1980). Some unresolved issues in theories of beliefs, attitudes and values. *Nebrasaka Symposium on Motivation*, 27, 261-304.
- Sergiovanni, T. J., & Starratt, R. J. (1988). *Supervision: Human perspectives*. New York: McGraw-Hill.

- Smircich, L., & Calas, M. B. (1987). *Organizational culture: A critical assessment*. CA: Beverly Hills.
- Smith, C. A., et al. (1983). Organizational citizenship behavior: Its nature and antecedents. *Journal of Applied Psychology*, 68, 653-663.
- Thurstone. (1931). *The reliability and validity of tests*. n.p.
- White, D. D. (1989). *Organization behavior*. New York: Jimone & Schaster.
- World Business Council for Sustainable Development (WBCSD). (2008). *Corporate social responsibility*. Retrieved from <http://www.wbcd.org/templates/TemplateWBCSD5/layout.asp?type=p&MenuId=MTEOOQ>
- Yamane, T. (1967). *Statistics: An introduction analysis* (2<sup>nd</sup> ed.). New York: Harper & Row.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก  
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย



วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

Graduate school of Commerce Burapha University

แบบสอบถาม

ปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคม  
ของบุคลากร บริษัท อิเล็กทรอนิกส์ ประเทศไทย จำกัด

แบบสอบถามนี้มีความประสงค์ที่จะศึกษาปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคมของบุคลากร บริษัท อิเล็กทรอนิกส์ ประเทศไทย จำกัด จึงขอความกรุณาจากท่านได้โปรดตอบแบบสอบถามนี้ด้วยตนเองและด้วยความเป็นจริง คำตอบของท่านจะไม่มีผลกระทบต่อท่าน โดยผู้วิจัยจะเก็บแบบสอบถามไว้เป็นความลับ และใช้เพื่อการศึกษาวิจัย โดยจะประมวลผลนำเสนอในภาพรวมของการวิจัยเท่านั้นหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามและขอขอบคุณท่านมา ณ โอกาสนี้

ตอนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย  ลงใน  หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ

ชาย  หญิง

2. อายุ

18-29 ปี  30-41 ปี  
 42-53 ปี  54 ปีขึ้นไป

3. ระยะเวลาการปฏิบัติงาน

ต่ำกว่า 5 ปี  5-10 ปี  
 11-15 ปี  มากกว่า 15 ปี

4. สถานภาพสมรส

โสด  สมรส  
 หย่าร้าง หม้าย  แยกกันอยู่

## 5. ลักษณะงาน

 สำนักงาน ปฏิบัติการโรงงาน

## ตอนที่ 2: แบบวัดปัจจัยการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความ แล้วทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่กำหนดให้เพียงคำตอบเดียว

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
	จริง (5)	ค่อนข้างจริง (4)	ไม่จริง (3)	ไม่จริง (2)	ไม่จริง เลย (1)
<b>เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบเพื่อสังคม</b>					
1. ท่านเห็นว่าคนที่ทำงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นบุคคลที่น่ายกย่อง					
2. ท่านคิดว่ากิจกรรมพัฒนาชุมชนและสังคมสร้างประโยชน์ให้กับสังคมอย่างมาก					
3. ท่านรู้สึกภูมิใจที่ทำงานอย่างเต็มความสามารถเพื่อที่ได้สินค้าที่มีคุณภาพและปลอดภัยต่อลูกค้า					
<b>ความซื่อสัตย์และความรับผิดชอบ</b>					
4. ท่านคิดว่าการทำงานให้สำเร็จภายในเวลาที่กำหนดเป็นสิ่งสำคัญที่ควรยึดถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด					
5. ท่านภูมิใจที่ได้ทำงานตามหน้าที่อย่างตรงไปตรงมา					
6. แม้ว่าท่านจะได้รับมอบหมายงานที่ไม่ชอบก็ตาม ท่านก็จะพยายามทำให้ลุล่วงไปได้ด้วยดี					
<b>จิตสาธารณะ</b>					
7. ท่านตระหนักดีว่าในการทำงานต้องยึดมั่นในกฎระเบียบร่วมกันในบริษัท					
8. ท่านคิดว่าการดูแลรักษาของส่วนร่วมในบริษัทเป็นหน้าที่ที่ท่านต้องทำ					



ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
	จริง (5)	ค่อนข้างจริง (4)	ค่อนข้างไม่จริง (3)	ไม่จริง (2)	ไม่จริงเลย (1)
9. ท่านสำนึกเสมอว่าปัญหาส่วนรวมในที่ทำงานเป็นปัญหาของท่านที่ต้องช่วยแก้ไข					
<b>การมีตัวแบบอย่างที่ดี</b>					
10. หัวหน้างานและเพื่อนร่วมงานของท่านปฏิบัติงานโดยยึดหลักนโยบายของบริษัทเป็นสำคัญ					
11. หัวหน้างานและเพื่อนร่วมงานของท่านพยายามพัฒนาความรู้ความสามารถของตนอยู่เสมอเพื่อปฏิบัติงานในหน้าที่ให้ดีขึ้น					
12. หัวหน้างานและเพื่อนร่วมงานของท่านมีการทำงานอย่างเป็นระบบเพื่อดำเนินงานได้สำเร็จและรวดเร็ว					
<b>การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้า</b>					
13. หัวหน้างานให้การสนับสนุนท่านในการพัฒนาความรู้ความสามารถเพื่อความก้าวหน้าในการทำงาน					
14. หัวหน้ามักให้คำปรึกษาเมื่อท่านพบอุปสรรคในการทำงาน					
15. หัวหน้าเปิดโอกาสให้ท่านได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการทำงาน					
<b>การรับรู้นโยบาย ความรับผิดชอบเพื่อสังคม</b>					
16. บริษัทของท่านมีนโยบายและเป้าหมายในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างชัดเจน					
17. ท่านให้ความสำคัญในการเข้าร่วมกิจกรรมตามนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท					
18. นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทมีประโยชน์ต่อบริษัทและสังคมอย่างมาก					

**ตอนที่ 3: แบบวัดพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม**

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความ แล้วทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่กำหนดให้เพียงคำตอบเดียว

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
	จริง (5)	ค่อนข้างจริง (4)	ค่อนข้างไม่จริง (3)	ไม่จริง (2)	ไม่จริงเลย (1)
<b>ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค</b>					
19. ท่านตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ทุกชิ้นอย่างละเอียดรอบคอบก่อนมอบให้ลูกค้า					
20. ท่านพัฒนาการทำงานและสินค้าอยู่เสมอตามคำแนะนำหรือข้อเสนอแนะของลูกค้า					
21. ท่านทำงานอย่างเต็มความสามารถเพื่อที่ได้สินค้าที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และเป็นที่น่าพอใจของลูกค้า					
<b>ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม</b>					
22. ท่านเข้าร่วมกิจกรรมอาสาเพื่อสังคมของบริษัทเสมอ					
23. ท่านเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัครกับบริษัทในการบำรุงพื้นที่สาธารณะ					
24. ท่านทุ่มเททำกิจกรรมอาสาเพื่อสังคม เพราะตรงกับเป้าหมายของบริษัทให้ดีที่สุดทุกครั้ง					
<b>ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม</b>					
25. ท่านร่วมโครงการของบริษัทในการพัฒนาสิ่งแวดล้อมในชุมชนให้น่าอยู่					
26. ท่านให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีกับบริษัทในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมภายในโรงงาน					
27. ท่านปฏิบัติงานโดยยึดหลักข้อปฏิบัติด้านโรงงานสีเขียวของบริษัท					

**ตอนที่ 4: ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานเพื่อสังคม**

.....

.....

.....

.....

.....

**\*\*\* ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ \*\*\***

ภาคผนวก ข  
อักษรวิสุทธิ