

ชื่อหัวข้อวิทยานิพนธ์	ปัจจัยเชิงสาเหตุและประโยชน์ทางธุรกิจของการมีความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ในอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์
คำสำคัญ	ความรับผิดชอบต่อสังคม / ปัจจัยเชิงสาเหตุ / ประโยชน์ทางธุรกิจ / ทุนองค์กร
นักศึกษา	นายสำเริง ไกยวงศ์ รหัส 49860308
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประพันธ์ ชัยกิจอุราใจ
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม	รองศาสตราจารย์ ดร.ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์
หลักสูตร	การจัดการคุุณยัฒนัตติ (การจัดการธุรกิจ)
คณะวิชา	วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
พ.ศ.	2554

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุและประโยชน์ทางธุรกิจของการมีความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ในอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ องค์กรธุรกิจจำนวน 476 องค์กรถูกเลือกให้เป็นกลุ่มตัวอย่างของการวิจัย กลุ่มตัวอย่างถูกเลือกโดยใช้เทคนิคการเลือกตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยใช้แบบจำลองสมการเชิงโครงสร้าง ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. วัฒนธรรมมุ่งเน้นพนักงาน วัฒนธรรมมุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลง วัฒนธรรมมุ่งเน้นโครงสร้างอำนาจ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง และการเผยแพร่ความรู้ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการมีความรับผิดชอบต่อพนักงาน ในขณะที่การมีความรับผิดชอบต่อพนักงานมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการเพิ่มขึ้นของลูกค้านำใหม่ ผลผลิตการผลิต พฤติกรรมการเป็นพนักงานที่ดี และการรักษาพนักงานไว้ในองค์กร

2. วัฒนธรรมมุ่งเน้นพนักงาน วัฒนธรรมมุ่งเน้นตลาด ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง และการแสวงหาความรู้ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการมีความรับผิดชอบต่อลูกค้า ในขณะที่การมีความรับผิดชอบต่อลูกค้ามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อนวัตกรรมผลิตภัณฑ์

3. วัฒนธรรมมุ่งเน้นพนักงาน วัฒนธรรมมุ่งเน้นโครงสร้างอำนาจ วัฒนธรรมมุ่งเน้นตลาด และภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการมีความรับผิดชอบต่อผู้จำหน่าย วัตถุประสงค์ ในขณะที่การมีความรับผิดชอบต่อผู้จำหน่ายวัตถุประสงค์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความภักดีของลูกค้าและพฤติกรรมการเป็นพนักงานที่ดี

4. วัฒนธรรมมุ่งเน้นพนักงาน ภาวะผู้นำการแลกเปลี่ยน และการเก็บรักษาความรู้ขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการมีความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น แต่ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีอิทธิพลทางตรงเชิงลบต่อการมีความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น ในขณะที่การมีความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้นมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถในการทำกำไร แต่มีอิทธิพลทางตรงเชิงลบต่อผลผลิตภาพการผลิต

5. วัฒนธรรมมุ่งเน้นตลาด การแสวงหาความรู้ และการเผยแพร่ความรู้ในองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการมีความรับผิดชอบต่อชุมชน ในขณะที่การมีความรับผิดชอบต่อชุมชนไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานขององค์กร

6. วัฒนธรรมมุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลง การตีความหมายของความรู้ และการเก็บรักษาความรู้ขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ในขณะที่การมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลผลิตภาพการผลิต

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบว่า การมีความรับผิดชอบต่อพนักงานมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความสามารถในการทำกำไรโดยมีการเพิ่มขึ้นของลูกค้าใหม่และผลผลิตภาพการผลิตเป็นตัวแปรแทรก การมีความรับผิดชอบต่อผู้จำหน่ายวัตถุประสงค์มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความสามารถในการทำกำไร โดยมีความภักดีของลูกค้าเป็นตัวแปรแทรก การมีความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้นมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงลบต่อความสามารถในการทำกำไรโดยมีผลผลิตภาพการผลิตเป็นตัวแปรแทรก และการมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความสามารถในการทำกำไรโดยมีผลผลิตภาพการผลิตเป็นตัวแปรแทรก

เนื่องจากภาวะผู้นำ วัฒนธรรมองค์กร และการเรียนรู้ขององค์กรมีอิทธิพลต่อการนำกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมไปปฏิบัติในองค์กร ดังนั้น ผู้บริหารของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์และผู้บริหารของหน่วยงานภาครัฐควรพัฒนาองค์กรธุรกิจให้มีความเข้มแข็งทั้งในด้านภาวะผู้นำ วัฒนธรรมองค์กร และการเรียนรู้ขององค์กร เนื่องจากการมีความรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ ตรงกันข้าม การไม่มีความรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลเชิงลบต่อผลการดำเนินงานขององค์กรรวมทั้งส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ดังนั้น องค์กรธุรกิจควรมีความรับผิดชอบต่อสังคมขั้นต่ำคือการปฏิบัติตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย

<b>THESIS TITLE</b>	DETERMINANTS AND BUSINESS BENEFITS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF THE FIRMS IN ELECTRICAL AND ELECTRONIC INDUSTRY
<b>KEYWORD</b>	CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY/ DETERMINANT/ BUSINESS BENEFIT/ ORGANIZATIONAL CAPITAL
<b>STUDENT</b>	SAMROENG KAIYAWONG (ID 49860308)
<b>THESIS ADVISOR</b>	ASSIS. PROFES. PRAPHAN CHAIKIDURAJAI, DR.
<b>THESIS CO-ADVISOR</b>	ASSOC. PROFES. LADDAWAN PETCHROJ, DR.
<b>LEVEL OF STUDY</b>	DOCTOR OF MANAGEMENT (BUSINESS MANAGEMENT)
<b>FACULTY</b>	GRADUATE COLLEGE OF MANAGEMENT, SRIPATUM UNIVERSITY
<b>YEAR</b>	2011

### ABSTRACT

This research aims at studying the determinants and business benefits of corporate social responsibilities of the firms in electrical and electronics industry. A total of 476 corporations were selected into the sample. Stratified random sampling technique was used to select the sample. Questionnaire survey was used to collect data. Structural equation modeling was used to test hypotheses at significance level 0.05. The results of research were summarized as follows:

1. Clan culture, adhocracy culture, hierarchical culture, transformational leadership and knowledge distribution had positive direct effect on employee responsibility while employee responsibility had positive direct effect on customer acquisition, productivity, organizational citizenship behavior and employee retention.

2. Clan culture, market culture, transformational leadership and knowledge acquisition had positive direct effect on customer responsibility while customer responsibility had positive direct effect on product innovation.

3. Clan culture, hierarchical culture, market culture, and transformational leadership had positive direct effect on supplier responsibility while supplier responsibility had positive direct effect on customer loyalty and organizational citizenship behavior.

4. Clan culture, transactional leadership and organizational memory had positive direct effect on shareholder responsibility but transformational leadership had negative direct effect on shareholder responsibility while shareholder responsibility had positive direct effect on profitability but had negative direct effect on productivity.

5. Market culture, knowledge acquisition and knowledge distribution had positive direct effect on community responsibility while community responsibility had no direct effect on corporate performances.

6. Adhocracy culture, knowledge interpretation and organizational memory had direct positive effect on environmental responsibility while environmental responsibility had positive direct effect on productivity.

The research results, in addition, found that employee responsibility had positive indirect effect via customer acquisition and productivity on profitability, supplier responsibility had positive indirect effect via customer loyalty on profitability, shareholder responsibility had negative indirect effect via productivity on profitability and environmental responsibility had positive indirect effect via productivity on profitability.

Due to the fact that corporate social responsibility implementation was influenced by leadership styles, corporate culture and organizational learning, therefore, leadership styles, corporate culture and organizational learning ought to be strengthened by the executives of electrical and electronics industry and government organizations. Due to the fact that corporate social responsibility had positive effect on corporate performances, conversely, social irresponsibly operating business had negative effect on corporate performances including economy, society and environment, therefore, the corporations ought to be social responsible by obeying the laws, minimum.

## กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้เปรียบเสมือนกับการเดินทางที่ยาวไกล ซึ่งต้องใช้เวลานานและต้องใช้ความเพียรพยายามอย่างมาก ประการสำคัญคือเป็นการเดินทางที่ไม่สามารถจะบรรลุถึงจุดหมายปลายทางได้โดยการเดินทางเพียงคนเดียว

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์ ความช่วยเหลือและความร่วมมือจากบุคคลสำคัญหลายท่าน จึงขอประกาศเกียรติคุณไว้ดังนี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประพันธ์ ชัยกิจอุไรใจ และ รองศาสตราจารย์ ดร.ลัดดาวัลย์ เพชร โรจน์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ได้ให้คำแนะนำและเป็นเข็มทิศในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบพระคุณ ศาสตราจารย์ ดร.วรภัทร โศชนะเกษม ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้อำนวยการหลักสูตรการจัดการคหกรรมศาสตร์ซึ่งเป็นผู้ที่ได้สอนให้ผู้วิจัยรู้จักคำว่า Corporate Social Responsibility เป็นครั้งแรก ขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.นรพล จินันท์เดช กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ซึ่งเป็นผู้ที่ได้สอนให้ผู้วิจัยเรียนรู้การทำวิจัยบนพื้นฐานของ Information gaps และขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณิ แกมเกตุ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นผู้ที่ได้ทำหน้าที่ในการประเมินและให้ข้อเสนอแนะอันมีคุณค่ายิ่งต่อการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้มีทั้งคุณภาพ ประสิทธิภาพ และประสิทธิผล

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.จิราวรรณ สมหวัง ผศ.ดร. พนิตสุภา ชรรมประมวล รศ.ดร. กุลชลี พวงเพชร อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี รศ.ดร.สมถวิล วิจิตรวรรณ และ ผศ.ดร.รัชนิกุล ภิญโญภาณุวัฒน์ อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการประเมินคุณภาพของแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย

ขอขอบพระคุณ รศ.ดร.เรืองวิทย์ เกษสุวรรณ อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิที่ได้ให้ความอนุเคราะห์โดยการลงนามในหนังสือแนะนำแบบสอบถามและขอขอบพระคุณผู้บริหารขององค์กรธุรกิจในอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ทุกท่านที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ด้วยการตอบแบบสอบถาม

ขอขอบพระคุณผู้มีส่วนช่วยเหลือด้านการเงินทุกท่านมี อาจารย์ ดร.สมพงศ์ แสงทอง เป็นต้น และขอขอบคุณ อาจารย์สกวรัตน์ จรุงนันทการ ที่ได้ช่วยเหลือผู้วิจัยให้มีความสามารถในการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง (SEM) โดยใช้โปรแกรม LISREL

สำเร็จ ไกยวงศ์