

**ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
ในภาคอุตสาหกรรมการผลิต จังหวัดปทุมธานี**
**CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF SMALL AND MEDIUM
ENTERPRISES IN MANUFACTURING INDUSTRIAL SECTOR,
PATHUMTHANI PROVINCE**

สมยศ อวเกียรติ¹ ปัทมา รูปสุวรรณกุล²

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์การวิจัยครั้งนี้ คือ 1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณลักษณะองค์กร 2. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม 3. เพื่อศึกษาการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม 4. เพื่อศึกษาความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมในแต่ละคุณลักษณะองค์กร และ 5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะองค์กร กับ การจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคอุตสาหกรรมการผลิต จังหวัดปทุมธานี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริหารธุรกิจ SMEs ที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ในภาคอุตสาหกรรมการผลิต จังหวัดปทุมธานี จำนวน 202 ราย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบช่วงชั้น (Stratified Random Sampling) ตามประเภทธุรกิจของอุตสาหกรรมการผลิต ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และ Chi-square test ผลการวิจัยพบว่า SMEs ส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมผลิตเครื่องจักรและเครื่องมือ จัดตั้งแบบห้างหุ้นส่วนจำกัด ก่อตั้งมาแล้วกว่า 10 ปี มีขนาดเงินทุนโดยมีสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 50 ล้านบาท และมีจำนวนพนักงาน 1 – 50 คน ระดับความคิดเห็นต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของ SMEs โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก การจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม มีทั้งเพื่อสนับสนุนการศึกษาและวัฒนธรรม เพื่อสนับสนุนชุมชน เพื่อสนับสนุนสวัสดิการและสุขภาพ และเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ประเภทธุรกิจของอุตสาหกรรมการผลิต รูปแบบการประกอบการแตกต่างกันจะมีระดับความคิดเห็นต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน การจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านคุณลักษณะองค์กร ด้านประเภทธุรกิจของอุตสาหกรรมการผลิต และ ด้านขนาดเงินทุน

¹ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี

²ดร. รองอธิการบดีฝ่ายบริหารและกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยธนบุรี

Abstract

The purposes of this research are 1. To study the organizational characteristics factors. 2. To study the opinion level on the concept of corporate social responsibility. 3. To study the activities of corporate social responsibility in each of the organization's features and 5. To study the relationship between the organizational characteristics and the corporate social responsibility activities of small and medium enterprises (SMEs) in the manufacturing industrial sector of Pathumthani Province. The research sample was 202 SMEs Business executives in Pathumthani province, was recruited by stratified random sampling with manufacturing industrial sector by using questionnaires as tool for collecting data. Statistics used in data analysis were descriptive statistics: frequency, percentage, mean, standard deviation and statistics techniques for hypothesis testing were t-test, One-way ANOVA and Chi-square test. The research results showed that most SMEs were the manufacture of machines and tools, form a limited partnership, established more than 10 years, with a capital size of not more than 50 Million Baht with permanent assets and 1 - 50 employees. The level of opinion towards the concept of Corporate Social Responsibility of SMEs as a whole was at a high level. Corporate Social Responsibility activities were supported education and culture , the community, welfare and health and protected the environment. The hypotheses testing found that the type of manufacturing industry, different forms of entrepreneurship would have different levels of opinions on the Corporate Social Responsibility. Corporate Social Responsibility activities were related to organizational factors in the type of manufacturing industry and capital size.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Small and Medium Enterprises, Manufacturing Industrial Sector

บทนำ (Introduction)

ปัจจุบันทั่วโลกมีการให้ความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม (โดยต่อไปนี้จะใช้คำว่า CSR แทนคำว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibilities)) เพิ่มมากขึ้น ไม่ได้มุ่งเน้นแต่กำไรอย่างเดียว เช่น การบริจาคเงินช่วยเหลือคนด้อยโอกาส แต่การทำ CSR ต้องสูญเสียทั้งต้นทุนและเวลา จึงอาจจะขัดกับหลักการของบริษัทที่ว่ามุ่งเน้นที่จะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่เจ้าของ อย่างไรก็ตามการทำ CSR จะก่อให้เกิดประโยชน์กับบริษัทในระยะยาว โดยประโยชน์ของการทำ CSR ได้แก่ เพิ่มความจงรักภักดีของลูกค้า เพิ่มยอดขาย ทำให้สถานะ

ทางการเงินดีขึ้นซึ่งนำไปสู่ความยั่งยืนของกิจการ การมีสภาพแวดล้อมที่ดีแก่พนักงาน และชื่อเสียงของบริษัท (Weber, 2008) ซึ่งการทำ CSR เป็นการทำธุรกิจที่คำนึงถึงผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียไม่เฉพาะทางด้านลูกค้าทางธุรกิจเท่านั้น แต่รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ เช่น พนักงานในองค์กร ชุมชนใกล้เคียงด้วย ซึ่งจะก่อให้เกิดการสร้างมูลค่าให้แก่กิจการ (กัญญรัตน์ หงส์วรรณท์, 2555) การทำ CSR ได้รับการส่งเสริมจากองค์กรต่างๆ ในประเทศไทยมาระยะเวลาหนึ่งแล้ว แต่ก็ยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร โดยเฉพาะวิสาหกิจหรือธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก (Small and Medium Enterprises: SMEs) เนื่องจากผู้บริหารหรือผู้ประกอบการของกิจการยังมีความเข้าใจเกี่ยวกับ CSR ไม่ชัดเจน หรือ อาจจะยังมองไม่เห็นความสำคัญของการทำ CSR เท่าที่ควร (พัชนีศย์ เหลืองภัทรเชวง, 2558) นอกจากนี้ รัฐบาลก็ยังมีการกำหนดนโยบายให้ SME เป็นวาระแห่งชาติ และมีนโยบาย Thailand 4.0 ออกมาพร้อมๆ กัน ดังนั้น การสร้างองค์ความรู้แก่บุคลากรภายในองค์กร จึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญเพื่อเตรียมพร้อมรับผลกระทบในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งกับ SME และ การพัฒนาระบบ ICT ภายในองค์กรให้มีความมั่นคงและปลอดภัย รวมถึงการผลักดันให้องค์กรมีมาตรฐาน เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร การที่องค์กรหรือธุรกิจจะประสบความสำเร็จได้ก็จะต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมควบคู่ไปด้วย นอกเหนือจากการที่กิจการจะแสวงหากำไรสูงสุดแล้วจากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น จึงเป็นมูลเหตุจูงใจให้ผู้วิจัยต้องการที่จะศึกษาว่า การที่วิสาหกิจหรือธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะมีความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น มีปัจจัยใดบ้างที่เป็นตัวกำหนด และปัจจัยเหล่านั้นจะมีผลหรือมีความสัมพันธ์ต่อการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านต่างๆ อย่างไร โดยเลือกศึกษาในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี ซึ่งเป็นจังหวัดหนึ่งที่อยู่ใกล้กับกรุงเทพมหานคร และเป็นจังหวัดที่มีผู้ประกอบการ SMEs จำนวนมาก โดยเฉพาะเป็น SMEs ในภาคอุตสาหกรรมการผลิต เพื่อได้ทราบถึงปัจจัยที่สำคัญดังกล่าว และจะได้ส่งเสริมให้ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคอุตสาหกรรมการผลิต จังหวัดปทุมธานีได้มีความรับผิดชอบต่อสังคมและจัดทำกิจกรรมที่สะท้อนต่อความรับผิดชอบต่อสังคมให้มากขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณลักษณะขององค์กรของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคอุตสาหกรรมการผลิต จังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคอุตสาหกรรมการผลิต จังหวัดปทุมธานี
3. เพื่อศึกษาการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคอุตสาหกรรมการผลิต จังหวัดปทุมธานี

4. เพื่อศึกษาความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมในแต่ละคุณลักษณะองค์กรของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคอุตสาหกรรมการผลิต จังหวัดปทุมธานี

5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะองค์กรของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคอุตสาหกรรมการผลิต จังหวัดปทุมธานี กับ การจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

สมมติฐานการวิจัย (Hypotheses)

1. ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคอุตสาหกรรมการผลิต จังหวัดปทุมธานี ที่มีปัจจัยด้านคุณลักษณะองค์กรที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมที่แตกต่างกัน

2. ปัจจัยด้านคุณลักษณะองค์กรของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคอุตสาหกรรมการผลิต จังหวัดปทุมธานี มีความสัมพันธ์กับการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง(Literature Review)

ฉานสิทธิ์ ยอดพฤติการณ์ (2557) ได้กล่าวถึง ประเด็นหลักของกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ตามมาตรฐานสากล ISO 26000 สามารถแบ่งออกเป็น 7 ประเด็น ดังนี้ คือ 1) การกำกับดูแลองค์กร หรือ ธรรมาภิบาลขององค์กร 2) สิทธิมนุษยชน 3) การปฏิบัติด้านแรงงาน 4) สิ่งแวดล้อม 5) การปฏิบัติดำเนินงานอย่างเป็นธรรม 6) ประเด็นด้านผู้บริโภค 7) การมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน สำหรับขอบเขตหรือกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2545, 95) ได้อธิบายและแบ่งขอบเขตความรับผิดชอบต่อสังคม (Area of social responsibility) ออกเป็น 7 ด้าน ดังนี้

1. ด้านชุมชน (Community)
2. ด้านสุขภาพและสวัสดิการ (Health and Welfare)
3. ด้านการศึกษา (Education)
4. สิทธิมนุษยชน (Human rights)
5. สิ่งแวดล้อมธรรมชาติ (Natural Environment)
6. สิทธิของผู้บริโภค (Consumer Rights)

7. วัฒนธรรม (Culture) โดยสามารถจัดเป็นกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมได้ 4 ด้านหรือ 4 กิจกรรมหลัก ดังนี้ 1. เพื่อสนับสนุนการศึกษาและวัฒนธรรม 2. เพื่อสนับสนุนชุมชน 3. เพื่อสนับสนุนสวัสดิการและสุขภาพ และ 4. เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม

เพชรรัตน์ เรืองศักดิ์ (2553) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคอุตสาหกรรม จังหวัดนครศรีธรรมราช มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณลักษณะองค์กร ศึกษาระดับความคิดเห็นต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม ศึกษาการจัดกิจกรรมที่สะท้อนถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ศึกษาความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมในแต่ละคุณลักษณะองค์กร และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการจัดกิจกรรมที่สะท้อนถึงความรับผิดชอบต่อสังคมกับปัจจัยด้านคุณลักษณะองค์กรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคอุตสาหกรรม จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการใช้แบบสอบถามกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคอุตสาหกรรม จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 148 ราย วิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นด้วยสถิติพื้นฐาน ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติ t-test, ANOVA และ Chi-square test ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านคุณลักษณะขององค์กร ได้แก่ ประเภทธุรกิจของอุตสาหกรรม การผลิต รูปแบบของการประกอบการ ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ ขนาดเงินทุน และจำนวนพนักงานทั้งหมด ที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นความรับผิดชอบต่อสังคมที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ ปัจจัยด้านประเภทอุตสาหกรรม มีความสัมพันธ์กับการจัดกิจกรรมที่สะท้อนความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสุขภาพและสวัสดิการ ปัจจัยด้านขนาดเงินทุนของสถานประกอบการมีความสัมพันธ์กับการจัดกิจกรรมที่สะท้อนความรับผิดชอบต่อสังคมด้านชุมชน ด้วย

พรพิมล เอื้ออนันต์ (2553) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเพื่อศึกษารูปแบบและระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย ตลอดจนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและแนวทางการพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผลการวิจัย พบว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความรู้เรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมส่วนใหญ่แตกต่างกัน เมื่อแยกตามขนาดและประเภทกิจการ ดังนั้นไม่ว่าองค์กรจะจัดตั้งในรูปแบบใด หากมีความพร้อมก็สามารถแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยการจัดกิจกรรมต่างๆ ตามกำลังความสามารถของแต่ละกิจการมี

ชนัญพิชญา วงศ์สระคู (2555) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่มีต่อความ

รับผิดชอบต่อสังคม และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) กับการปฏิบัติตามหลักความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งผู้วิจัยได้เก็บรวบรวม ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 800 ราย ด้วยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน โดยเครื่องมือที่ใช้ในการ เก็บข้อมูลคือ แบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่า เบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมถึงการวิเคราะห์ปัจจัย ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ เมื่อกล่าวถึง ความ รับผิดชอบต่อสังคมนั้น จะนึกถึงการบริจาคเงิน/สิ่งของเพื่อสาธารณประโยชน์ ช่วยเหลือภัยพิบัติ หรือผู้ด้อยโอกาส และมีการนำหลักความรับผิดชอบต่อสังคมมาใช้ในองค์กร ร้อยละ 92.63 โดยมีการ ปฏิบัติตามข้อบังคับ นโยบาย กฎระเบียบ วิธีการดำเนินงานอย่างเป็นธรรมและไม่เลือกปฏิบัติ เป็น ปัจจัยที่ปฏิบัติตามมากที่สุด ส่วนการนำความรับผิดชอบต่อสังคมไปปฏิบัติสู่สังคมนั้นมีการนำหลักการ ดำเนินการแก้ไขปรับเปลี่ยนสินค้าให้เร็วที่สุดหากมีข้อกังวลเกี่ยวกับสุขภาพ ความปลอดภัย และ ความพึงพอใจของผู้บริโภคไปปฏิบัติสู่สังคมนามากที่สุด

Luetkenhorst (2004) แนะนำว่าการส่งเสริมการทำ CSR ควรเน้นที่ 1. การเข้าไปมีส่วนร่วมขององค์กรธุรกิจต่างๆที่เข้มข้นขึ้นในเรื่องการส่งเสริมให้ธุรกิจตระหนักถึงความสำคัญของ CSR และเรื่องการสนับสนุนการทำ CSR สำหรับสมาชิกขององค์กร 2. คิดหามาตรการที่รอบคอบเพื่อ ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของสาธารณะเพื่อขับเคลื่อนการปฏิบัติในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมให้ เข้มข้นขึ้น โดยต้องจัดการทั้งในด้านอุปทานและอุปสงค์ เช่นการให้รางวัลในรูปแบบต่างๆต่อบริษัทที่ มีความก้าวหน้าในการปฏิบัติในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และการรณรงค์ให้ผู้บริโภคสนับสนุนใน การซื้อสินค้าหรือบริการจากบริษัทที่มีกิจกรรมด้าน CSR เป็นต้น นอกจากนี้สำหรับวิสาหกิจขนาด กลางและขนาดย่อมในประเทศที่กำลังพัฒนาหรือประเทศที่ผลิตเพื่อการส่งออกมีความจำเป็นที่ต้องมี เครื่องมือในการตรวจสอบ และรายงานประสิทธิภาพของการปฏิบัติในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม รวมถึงเครื่องมือในการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

Spence and Rutherford (2003) พบว่าเนื่องจาก SME ต้องพึ่งพาเครือข่ายความสัมพันธ์ ส่วนบุคคลในการดำเนินธุรกิจ จึงให้ความสนใจและเห็นความสำคัญในการลงทุนในเรื่องทุนทางสังคม Spence et al. (2003) ศึกษาเรื่องต้นทุนทางสังคมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศ เยอรมันและอังกฤษในหัวข้อการมีส่วนร่วมอย่างเป็นทางการ การเชื่อมโยงเครือข่ายภายในกลุ่ม การ เชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างกลุ่ม การอาสาสมัคร การกุศล และการที่ผู้คนเข้ามามีส่วนร่วมอย่างไร โดย ทำการศึกษา กับธุรกิจ 3 กลุ่ม คือภาคการบริการระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ ภาคการบริการระหว่างธุรกิจ กับลูกค้า และภาคการผลิต ในมุมมองเรื่องวัฒนธรรม สถาบันและเศรษฐกิจ และสรุปว่าความต้องการ ทุนทางสังคมสามารถนำไปสู่ธุรกิจหันมาดำเนินการอย่างมีจริยธรรมได้ หรืออีกนัยหนึ่งหมายความว่า ทุนทางสังคมส่วนหนึ่งได้มาจากการประกอบธุรกิจอย่างมีจริยธรรม

ประโยชน์ที่ได้รับ (The research advantages)

1. เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมธุรกิจ SMEs ในภาคอุตสาหกรรมการผลิต จังหวัดปทุมธานี ให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น

2. เพื่อเป็นข้อมูลสารสนเทศในการส่งเสริมให้ธุรกิจ SMEs จัดทำกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methodology)

เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เก็บข้อมูลจากภาคอุตสาหกรรมการผลิต ตามสัดส่วนจำนวน SMEs ในแต่ละประเภทธุรกิจของอุตสาหกรรมการผลิต โดยส่งแบบสอบถามไปทางไปรษณีย์ตามที่อยู่ที่แจ้งจดทะเบียนไว้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในภาคอุตสาหกรรมการผลิต ที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ในจังหวัดปทุมธานี จำนวนทั้งสิ้น 4,893 ราย ณ ปี พ.ศ. 2560 แต่กลุ่มประชากรที่จะใช้ศึกษาวิจัยครั้งนี้ จะศึกษาเฉพาะธุรกิจการผลิตที่มีจำนวนมาก 5 ประเภทแรกของจังหวัดปทุมธานี ซึ่งมีจำนวนรวม 2,542 ราย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2561: ออนไลน์)

2. กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในภาคอุตสาหกรรมการผลิต ที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ในจังหวัดปทุมธานี ตามประเภทธุรกิจของอุตสาหกรรมการผลิตที่มีจำนวนมาก 5 อันดับแรก โดยเปิดตารางของ Taro Yamanae และเพื่อสำรวจข้อมูลไว้ด้วย จำนวนหนึ่ง ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 363 ราย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบช่วงชั้น (Stratified Random Sampling) ดังนี้

ตาราง 1 แสดงจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประเภทธุรกิจของอุตสาหกรรมการผลิต	ประชากร (ราย)	กลุ่มตัวอย่าง (ราย)
1. การผลิตเครื่องจักรและเครื่องมือ	755	108
2. การผลิตผลิตภัณฑ์ที่ทำจากโลหะดิษฐ์	607	87
3. การซ่อมและติดตั้งเครื่องจักรและอุปกรณ์	453	65
4. การผลิตเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์เคมี	438	62
5. การผลิตผลิตภัณฑ์ยางและพลาสติก	289	41
รวม	2,542	363

แต่ในการวิจัยครั้งนี้สามารถรวบรวมแบบสอบถามที่สมบูรณ์กลับมาได้เพียง 202 ชุด

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณลักษณะขององค์กร ซึ่งประกอบด้วย

- 1.1. ประเภทธุรกิจของอุตสาหกรรมการผลิต
- 1.2. รูปแบบของการประกอบการ
- 1.3. ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ
- 1.4. ขนาดเงินทุน
- 1.5. จำนวนพนักงานทั้งหมด

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ประกอบด้วย

2.1 ความคิดเห็นต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม ประกอบด้วย

- 2.1.1 ด้านธรรมาภิบาลขององค์กร
- 2.1.2 ด้านสิทธิมนุษยชน
- 2.1.3 ด้านข้อปฏิบัติด้านแรงงาน
- 2.1.4 ด้านสิ่งแวดล้อม
- 2.1.5 ด้านการดำเนินงานอย่างเป็นธรรม
- 2.1.6 ด้านผู้บริโภค
- 2.1.7 ด้านการพัฒนาสังคม

2.2 การจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ประกอบด้วยกิจกรรมต่อไปนี้

- 2.2.1 เพื่อสนับสนุนการศึกษาและวัฒนธรรม
- 2.2.2 เพื่อสนับสนุนชุมชน
- 2.2.3 เพื่อสนับสนุนสวัสดิการและสุขภาพ
- 2.2.4 เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยแบบสอบถามจะแบ่งเป็น 4 ตอนดังนี้

- ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวข้องกับข้อมูลปัจจัยด้านคุณลักษณะขององค์กร
- ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลความคิดเห็นต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม ประกอบด้วย ด้านธรรมาภิบาลขององค์กร ด้านสิทธิมนุษยชน ด้านข้อปฏิบัติด้านแรงงาน ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการดำเนินงานอย่างเป็นธรรม ด้านผู้บริโภค และด้านการพัฒนาสังคม

โดยกำหนดตัวเลขมาตรวัดประมาณค่า มี 5 ระดับกำหนดระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่แสดงระดับความมากน้อยดังนี้

- ระดับ 5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
- ระดับ 4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมาก
- ระดับ 3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นปานกลาง
- ระดับ 2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อย
- ระดับ 1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

โดยแปลผลค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นโดยยึดเกณฑ์ดังนี้

- ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
- ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมาก
- ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ระดับความคิดเห็นปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อย
- ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

- ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวข้องกับ ข้อมูลการจัดกิจกรรมที่สะท้อนถึงความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นคำถามในลักษณะว่ามีหรือไม่มี ประกอบด้วยกิจกรรม เพื่อสนับสนุนการศึกษาและวัฒนธรรม เพื่อสนับสนุนชุมชน เพื่อสนับสนุนสวัสดิการและสุขภาพ และเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม

โดยมีค่าคะแนนเป็นดังนี้

- ค่าคะแนน 1 เท่ากับ มี
- ค่าคะแนน 0 เท่ากับ ไม่มี

- ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ เป็นคำถามปลายเปิด 1 ข้อ

มีการนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลอง (Try Out) กับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานี ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คนแล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ $\alpha = .903$ ซึ่งอยู่เกณฑ์ที่ยอมรับได้ แล้วจึงนำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบค่าความเชื่อมั่นเรียบร้อยแล้วนำไปเก็บข้อมูลจริง

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน

1.1. ค่าร้อยละ (Percentage)

1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean)

1.3. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

2.1 t – test

2.2 One-way Analysis of Variance (F – test)

2.3 Chi – square test

ผลการวิจัย (Research Results)

1. ข้อมูลปัจจัยคุณลักษณะองค์กร

ส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมการผลิต ประเภทการผลิตเครื่องจักรและเครื่องมือซึ่งมีได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น จำนวน 72 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.64 รองลงมาเป็นอุตสาหกรรมการผลิตประเภทการผลิตการผลิตผลิตภัณฑ์ที่ทำจากโลหะประดิษฐ์ ยกเว้น เครื่องจักรและอุปกรณ์ จำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.24 เป็นอุตสาหกรรมการผลิตประเภทการซ่อมและติดตั้งเครื่องจักรและอุปกรณ์ จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.84 เป็นอุตสาหกรรมการผลิตประเภทการผลิตเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์เคมี จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.37 และเป็นอุตสาหกรรมการผลิตประเภทการผลิตผลิตภัณฑ์ยางและพลาสติก จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.91 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีรูปแบบการจัดตั้งกิจการแบบห้างหุ้นส่วนจำกัด โดยมีระยะเวลาในการก่อตั้งสถานประกอบการมากกว่า 10 ปี เป็นสถานประกอบการที่มีสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 50 ล้านบาท และมีจำนวนพนักงานทั้งหมดในสถานประกอบการ จำนวน 1-50 คน

2. ข้อมูลระดับความคิดเห็นต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม ได้ผลสรุปดังนี้

ระดับความคิดเห็นต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมทั้ง 7 ด้าน พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม อยู่ในระดับมาก 6 ด้าน โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านผู้บริโภค ($\bar{X} = 4.24$) ด้านธรรมาภิบาลขององค์กร ($\bar{X} = 4.15$) ด้านสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 3.98$) ด้านการพัฒนาสังคม ($\bar{X} = 3.97$) ด้านการดำเนินงานอย่างเป็นธรรม ($\bar{X} = 3.82$) และด้านสิทธิมนุษยชน ($\bar{X} = 3.81$) และมีระดับความคิดเห็นต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ในระดับปานกลาง 1 ด้าน คือ ด้านข้อปฏิบัติด้านแรงงาน ($\bar{X} = 3.36$)

3. ข้อมูลการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

จากการศึกษาการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่า กิจกรรม

- เพื่อสนับสนุนการศึกษาและวัฒนธรรม ส่วนใหญ่เกี่ยวกับ ให้การอุปถัมภ์ศาสนา จำนวน 108 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.47
- เพื่อสนับสนุนชุมชน ส่วนใหญ่เกี่ยวกับ บริจาคเงินหรือสิ่งของเพื่อสาธารณประโยชน์ จำนวน 156 ราย คิดเป็นร้อยละ 77.23
- เพื่อสนับสนุนสวัสดิการและสุขภาพ ส่วนใหญ่เกี่ยวกับ มีจัดกิจกรรมนันทนาการเพื่อสร้างสรรค์คุณภาพชีวิตที่ดีให้กับพนักงาน จำนวน 152 ราย คิดเป็นร้อยละ 75.25
- เพื่อรักษาสິงแวดล้อม ส่วนใหญ่เกี่ยวกับ การปลูกป่าอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ จำนวน 51 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.72

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคอุตสาหกรรมการผลิต จังหวัดปทุมธานีที่มีปัจจัยด้านคุณลักษณะองค์กรที่แตกต่างกันจะมีระดับความคิดเห็นต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 1 พบความแตกต่างของแต่ละปัจจัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 ดังนี้

1. ประเภทธุรกิจของอุตสาหกรรมการผลิต พบว่า ประเภทธุรกิจของอุตสาหกรรมการผลิตที่แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม ที่แตกต่างกันใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้าน -ธรรมาภิบาลขององค์กร ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านผู้บริโภค และ ด้านการพัฒนาสังคม

2. รูปแบบการประกอบการ พบว่า รูปแบบการประกอบการที่แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน 2 ด้าน ได้แก่ ด้านธรรมาภิบาลขององค์กร และด้านสิทธิมนุษยชน

2.1 ด้านธรรมาภิบาลขององค์กร พบว่า รูปแบบการประกอบการ ประเภทห้างหุ้นส่วนจำกัด มีระดับความคิดเห็นต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านธรรมาภิบาลขององค์กร สูงกว่า บริษัท จำกัด หรือ บริษัทมหาชน จำกัด

2.2 ด้านสิทธิมนุษยชน พบว่า รูปแบบการประกอบการ ประเภทห้างหุ้นส่วนจำกัด

มีระดับความคิดเห็นต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านสิทธิมนุษยชน สูงกว่า บริษัท จำกัด หรือ บริษัทมหาชน จำกัด

สำหรับปัจจัย 3. ระยะเวลาการดำเนินกิจการ 4. ขนาดเงินทุนของกิจการ และ 5. จำนวนพนักงานทั้งหมดในสถานประกอบการ พบว่า มีระดับความคิดเห็นต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 ปัจจัยด้านคุณลักษณะขององค์กรของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในภาคอุตสาหกรรมการผลิต จังหวัดปทุมธานี มีความสัมพันธ์กับการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบ ความสัมพันธ์แต่ละปัจจัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนี้

ประเภทธุรกิจของอุตสาหกรรมการผลิต มีความสัมพันธ์ กับ การจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อสนับสนุนสวัสดิการและสุขภาพ เกี่ยวกับ ให้การส่งเสริมด้านการกีฬา ตามด้วยการให้พนักงานได้รับการฝึกอบรมและส่งเสริมการศึกษาตามอัธยาศัย และ การจัดกิจกรรมนันทนาการเพื่อสร้างสรรคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับพนักงาน และ ขนาดเงินทุนของกิจการ พบว่า ขนาดเงินทุนของกิจการ มีความสัมพันธ์กับการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อสนับสนุนชุมชน จะเห็นได้ว่า สถานประกอบการในแต่ละขนาดเงินทุน จัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อสนับสนุนชุมชน เกี่ยวกับ การบริจาคเงินหรือสิ่งของเพื่อสาธารณประโยชน์กันเป็นส่วนใหญ่ สำหรับ ปัจจัยด้านรูปแบบการประกอบการ ระยะเวลาดำเนินกิจการ และ จำนวนพนักงานทั้งหมดในสถานประกอบการ พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

สรุปและอภิปรายผล (Conclusion and Discussion)

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในภาคอุตสาหกรรมการผลิต จังหวัดปทุมธานี” สามารถอภิปรายผลการวิจัย ได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านคุณลักษณะองค์กรของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคอุตสาหกรรม การผลิต จังหวัดปทุมธานี จากการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมการผลิตประเภทการผลิตเครื่องจักรและเครื่องมือซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น มีรูปแบบการจัดตั้งกิจการแบบห้างหุ้นส่วนจำกัด โดยมีระยะเวลาในการก่อตั้งสถานประกอบการมากกว่า 10 ปี เป็นสถานประกอบการที่มีสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 50 ล้านบาท และมีจำนวนพนักงานทั้งหมดในสถานประกอบการ จำนวน 1-50 คน

2. ระดับความคิดเห็นต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในภาคอุตสาหกรรมการผลิต จังหวัดปทุมธานี จากการศึกษา พบว่า มีความคิดเห็นต่อแนวคิด

ความรับผิดชอบต่อสังคมโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยที่สุด ดังนี้ ด้านด้านผู้บริโภคร ด้าน ธรรมาภิบาลขององค์กร ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการพัฒนาสังคม ด้านการดำเนินงานอย่างเป็นธรรม ด้านสิทธิมนุษยชน และด้านข้อปฏิบัติด้านแรงงาน เนื่องจากเจ้าของและผู้จัดการธุรกิจมีความเชื่อในหลักการและตระหนักในความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ กล่าวคือ การทำดีก็จะทำให้ธุรกิจดี ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ โสภณ พรโชคชัย (2552, 16-20) กล่าวว่า จำเป็นอย่างยิ่งที่วิสาหกิจที่มุ่งหวังจะเจริญเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนต้องมี CSR การมี CSR นั้นมีแต่ได้กับได้ (Win-win) พบว่า โดยภาพรวมผู้บริหารมีความคิดเห็นด้วยมากกับแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม สอดคล้องกับผลการศึกษาของ เพชรรัตน์ เรื่องศักดิ์ (2553) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคอุตสาหกรรม จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาลำดับความคิดเห็นต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมแต่ละด้านจากมากไปน้อยที่สุด พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อความรับผิดชอบต่อสังคมด้านประเด็นด้านผู้บริโภครสูงสุด ทั้งนี้เนื่องจากองค์กรส่วนใหญ่คำนึงถึงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจขององค์กรเป็นหลักใหญ่ คือ การทำกำไรจากการสนับสนุนสินค้าและบริการของผู้บริโภค ซึ่ง Bovee, Thill, Wood and Dovel (อ้างถึงใน จินตนา บุญบงการ, 2550, 20-21) กล่าวว่า เป็นความรับผิดชอบต่อหลักและความรับผิดชอบต่อดั้งเดิมของการดำเนินกิจการ คือ การตอบสนองความต้องการในด้านสินค้าและบริการแก่ผู้บริโภค โดยผู้บริโภคเป็นกุญแจหลักในการนำกำไรและความมั่งคั่งมาสู่กิจการ จนแทบกล่าวได้ว่าผู้บริหารในอดีต ไม่คำนึงถึงเรื่องอื่นเลยนอกจากความรับผิดชอบต่อทางเศรษฐกิจ คือ การสนองความต้องการของผู้บริโภคและผู้ถือหุ้น ซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักขององค์กร

3. การจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในภาคอุตสาหกรรมการผลิต จังหวัดปทุมธานี จากการศึกษา พบว่า การจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อสนับสนุนการศึกษาและวัฒนธรรม ส่วนใหญ่เกี่ยวกับการให้การอุปถัมภ์ศาสนา ส่วนที่เป็นส่วนน้อย คือ มีการจัดกิจกรรมเผยแพร่วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และมรดกของท้องถิ่น สอดคล้องกับผลการศึกษาของ เพชรรัตน์ เรื่องศักดิ์ (2553) พบว่า กิจกรรมของ SMEs ที่สะท้อนถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ในด้านการศึกษาและ วัฒนธรรม ส่วนใหญ่เป็นการทำนุบำรุงอุปถัมภ์ศาสนา ทำบุญ ทอดกฐิน สร้างวัด การจัดกิจกรรมด้านชุมชน ส่วนใหญ่เกี่ยวกับการบริจาคเงินหรือสิ่งของเพื่อสาธารณประโยชน์ บรรเทาภัยพิบัติหรือช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาส เนื่องจากการจัดกิจกรรมที่สะท้อนถึงความรับผิดชอบต่อสังคมจะเชื่อมโยงไปกับทรัพยากรที่ต้องใช้ในการดำเนินการ เห็นได้ว่าส่วนใหญ่เป็นการดำเนินกิจกรรมโดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรเป็นหลัก เป็นประเภทของความรับผิดชอบต่อสังคมแบบ Corporate-driven (พิพัฒน์ ยอด0พลฤดีการณั์ อ้างถึงใน กมลทิพย์

ศรีชะภา, 2550, 17) เป็นการจัดกิจกรรม CSR เชิงรับ (Responsive CSR) ซึ่งเป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในเชิงลบที่เกิดขึ้นหรืออาจเกิดขึ้นจากกิจกรรมทางธุรกิจ โดยที่อาจยังไม่ได้มีกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือสังคมภายนอกและจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อมีปัญหาที่สังคมภายนอกเรียกร้อง สอดคล้องกับการศึกษาของ Kotler & Lee (2005) ได้ให้ข้อเสนอแนะ หลักการในการสร้างสรรค์กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ว่า อันดับแรกเป็นการพิจารณาเลือกประเด็นในการดำเนินการโดยแนะนำให้เริ่มต้นจากประเด็นที่กำลังอยู่ในความสนใจของสังคมขณะนั้น และสุดท้ายเป็นการนำมาปฏิบัติ โดยพิจารณาวิธีการหรือกิจกรรมที่เหมาะสมในการนำเสนอประเด็นสู่สาธารณชน ทั้งนี้ได้ให้แนวทางการดำเนินงานด้านสังคมขององค์กรธุรกิจไว้ 6 รูปแบบหลัก หนึ่งใน 6 รูปแบบหลักก็คือ โครงการบริจาคเงินหรือสิ่งของเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัยต่างๆ มีพนักงานเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมมากที่สุด สอดคล้องกับผลการศึกษาของชญพิชญา วงศ์สระคู (2555) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่ เมื่อกล่าวถึง ความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น จะนึกถึงการบริจาคเงิน/สิ่งของเพื่อสาธารณะประโยชน์ ช่วยเหลือภัยพิบัติหรือผู้ด้อยโอกาส และมีการนำหลักความรับผิดชอบต่อสังคมมาใช้ในองค์กร ร้อยละ 92.63 โดยมีการปฏิบัติตามข้อบังคับ นโยบาย กฎระเบียบ วิธีการดำเนินงานอย่างเป็นธรรมและไม่เลือกปฏิบัติ เป็นปัจจัยที่ปฏิบัติมากที่สุด ส่วนการนำความรับผิดชอบต่อสังคมไปปฏิบัติสู่สังคมนั้นมีการนำหลักการดำเนินการแก้ไขปรับเปลี่ยนสินค้าให้เร็วที่สุดหากมีข้อกังวลเกี่ยวกับสุขภาพ ความปลอดภัย และความพึงพอใจของผู้บริโภคไปปฏิบัติสู่สังคมมากที่สุด

4. ความแตกต่างของปัจจัยด้านคุณลักษณะองค์กรกับระดับความคิดเห็นต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม

1) ประเภทธุรกิจของอุตสาหกรรมการผลิต จากการศึกษา พบว่า อุตสาหกรรมการผลิตประเภทการผลิตผลิตภัณฑ์ที่ทำจากโลหะประดิษฐ์ ยกเว้นเครื่องจักรและอุปกรณ์ มีระดับความคิดเห็นด้าน ธรรมชาติขององค์กร เกี่ยวกับ การเคารพในผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร สูงกว่าอุตสาหกรรมประเภทอื่น สำหรับระดับความคิดเห็นด้านธรรมชาติขององค์กรเกี่ยวกับความเคารพในผลประโยชน์ ความต้องการ ความสามารถและการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านผู้บริโภค และด้านการพัฒนาสังคม ก็สูงกว่าอุตสาหกรรมประเภทอื่น ทั้งนี้อาจเนื่องจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรมีความคาดหวังต่อการตอบสนองความต้องการทางด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรแต่ละประเภทในระดับที่แตกต่างกัน โดยองค์กรที่อยู่ในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและความเป็นอยู่ของคนในสังคมมากย่อมถูกคาดหวังให้รู้สึกรับผิดชอบต่อสังคมในระดับมาก สอดคล้องกับ ผลการศึกษาวิจัยของ วรณชากาญจนมุสิก (2554) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ที่มีผล

ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า อุตสาหกรรมที่ควรให้ความสนใจในการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม คือ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ด้านสินค้าอุปโภคบริโภค

2) รูปแบบการประกอบการ จากการศึกษา พบว่า สถานประกอบการ ประเภทห้างหุ้นส่วนจำกัดหรือห้างหุ้นส่วนสามัญจำกัด มีระดับความคิดเห็นต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมด้าน ธรรมชาติขององค์กร ได้แก่ การมีมาตรฐานและกฎเกณฑ์ในการประเมินผลงานที่สามารถสื่อสารได้ชัดเจน เข้าถึงได้ และถูกกฎหมาย การปฏิบัติตามกฎระเบียบและดำเนินงานอย่างเป็นธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ เคารพในผลประโยชน์ ความต้องการ ความสามารถและโอกาสการมีส่วนร่วม และด้านสิทธิมนุษยชน ได้แก่ การเคารพสิทธิในการแสดงความคิดเห็นโดยปราศจากการแทรกแซงและไม่ขัดขวางการเข้าถึงและปฏิบัติตามสิทธิ ไม่เลือกปฏิบัติในกระบวนการจ้างงานโดยการกีดกัน เพศ เชื้อชาติ ศาสนา และแรงงานอพยพ ให้ความเคารพสิทธิบุคคลที่จะได้รับมาตรฐานที่ดีที่สุดในด้านสุขภาพกาย และสิทธิที่จะได้รับการศึกษาตามสิทธิมนุษยชนและเสรีภาพขั้นพื้นฐาน สูงกว่าบริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัด

สำหรับปัจจัยด้าน 3) ระยะเวลาในการประกอบการ 4) ขนาดเงินทุนของสถานประกอบการ และ 5) จำนวนพนักงานทั้งหมดในสถานประกอบการ มีระดับความรับผิดชอบต่อสังคมไม่แตกต่างกัน ซึ่งผลการวิจัยก็สอดคล้องกับ เพชรรัตน์ เรืองศักดิ์ (2553)

5 ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านคุณลักษณะองค์กรกับการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

1) ประเภทธุรกิจของอุตสาหกรรมการผลิต จากการศึกษาพบว่า ประเภทธุรกิจของอุตสาหกรรมการผลิต มีความสัมพันธ์กับการจัดกิจกรรมที่สะท้อนถึงความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อสนับสนุนสวัสดิการและสุขภาพ เกี่ยวกับ การให้การส่งเสริมด้านการกีฬา และ การให้พนักงานได้รับการฝึกอบรม และส่งเสริมการศึกษาตามอัธยาศัย ทั้งนี้อาจเนื่องจากการดำเนินกิจการของอุตสาหกรรมแต่ละประเภท ต้องการใช้ขีดศักยภาพและความสามารถของพนักงานแตกต่างกันไปตามลักษณะงานของประเภทอุตสาหกรรม อันจะส่งผลต่อการให้สวัสดิการ ตลอดจนการจัดกิจกรรมต่างๆ ให้กับพนักงาน เพื่อให้พนักงานได้ใช้ศักยภาพของตนเองอย่างสูงสุดความสามารถเพื่อสร้างผลผลิตให้กับองค์กร ผลการวิจัยสอดคล้องกับ พิพัฒน์ ยอดพฤติการ (2553) กล่าวว่า การขับเคลื่อน CSR ในวิสาหกิจขนาดใหญ่และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จะมีจุดเน้นและกิจกรรมที่มีความแตกต่างกัน เนื่องจากระดับการรับรู้และการพัฒนา CSR ที่ไม่เท่ากัน ปัจจัยเกี่ยวเนื่องกับลักษณะและประเภทของธุรกิจ ถิ่นที่ตั้ง รวมทั้งความ เกี่ยวโยงกับสายอุปทาน (Supply chain) ของกิจการนั้นๆ

2) รูปแบบของการประกอบการ จากการศึกษาพบว่า รูปแบบของการประกอบการ

ไม่มีความสัมพันธ์กับการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อสนับสนุนการศึกษาและวัฒนธรรม เพื่อสนับสนุนชุมชน เพื่อสนับสนุนสวัสดิการและสุขภาพ และเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ อธิบายได้ว่า การเลือกรูปแบบของการประกอบการประกอบด้วย เหตุผล เช่น การระดมทุน ความรู้ความสามารถและประสบการณ์ของผู้บริหาร การควบคุม การบริหารงาน ความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามการพิจารณาความเหมาะสมของแต่ละสถานประกอบการ นั้น การบริหารงานของบริษัทบางแห่งยังมีลักษณะการบริหารงานแบบห้างหุ้นส่วนหรือแบบเจ้าของคนเดียวอยู่ ในทางกลับกันห้างหุ้นส่วนบางแห่งบริหารงานในแบบบริษัท ในส่วนของเงินทุนก็เช่นเดียวกัน บางห้างหุ้นส่วนมีขนาดเงินลงทุนมากกว่าบริษัท พรพิมล เอื้ออนันต์ (2553) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเพื่อศึกษารูปแบบและระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย ตลอดจนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและแนวทางการพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผลการวิจัย พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความรู้เรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมส่วนใหญ่แตกต่างกัน เมื่อแยกตามขนาดและประเภทกิจการ ดังนั้นไม่ว่าองค์กรจะจัดตั้งในรูปแบบใด หากมีความพร้อมก็สามารถแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยการจัดกิจกรรมต่างๆ ตามกำลังความสามารถของแต่ละกิจการมี

3) ระยะเวลาในการประกอบการ จากการศึกษาพบว่า ระยะเวลาในการประกอบ - การ ไม่มีความสัมพันธ์กับการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อสนับสนุนการศึกษาและวัฒนธรรม เพื่อสนับสนุนชุมชน เพื่อสนับสนุนสวัสดิการและสุขภาพ และเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับ เพชรรัตน์ เรืองศักดิ์ (2553) ซึ่งผลการศึกษาวิจัยพบว่า ระยะเวลาในการก่อตั้งสถานประกอบการที่ต่างกันจะมีกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่แตกต่างกัน กล่าวคือ ความคาดหวังของสังคมที่มีต่อองค์กรธุรกิจจะแตกต่างกันตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ เนื่องด้วยองค์กรที่ก่อตั้งมานานจะมีความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจมากกว่าองค์กรที่เพิ่งเริ่มก่อตั้ง ทำให้สามารถจัดกิจกรรมได้มากขึ้นและปฏิบัติได้อย่างต่อเนื่องมากกว่า

4) ขนาดเงินทุนของสถานประกอบการ จากการศึกษาพบว่า ขนาดเงินทุนของสถานประกอบการ มีความสัมพันธ์กับการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อสนับสนุนชุมชน จะเห็นได้ว่า สถานประกอบการในแต่ละขนาด จัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อสนับสนุนชุมชน เกี่ยวกับบริจาคเงินหรือสิ่งของเพื่อสาธารณประโยชน์ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิด กับลูกค้าและชุมชน เพราะขอบเขตการดำเนินงานมักอยู่ในเขตพื้นที่ท้องถิ่นหนึ่ง จึงสามารถสัมผัสถึงปัญหาและรับรู้และตอบสนองความต้องการของชุมชน ในฐานะที่เป็นพลเมืองของชุมชน ผลการศึกษาสอดคล้องกับ ชนัญพิชญา วงศ์สระคู (2555) ได้

ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่มีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กับการปฏิบัติตามหลักความรับผิดชอบต่อสังคม ผลการวิจัย พบว่า ส่วนใหญ่ เมื่อกล่าวถึง ความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น จะนึกถึงการบริจาคเงิน/สิ่งของเพื่อสาธารณประโยชน์ ช่วยเหลือภัยพิบัติหรือผู้ด้อยโอกาส และมีการนำหลักความรับผิดชอบต่อสังคมมาใช้ในองค์กร ร้อยละ 92.63 โดยมีการปฏิบัติตามข้อบังคับ นโยบาย กฎระเบียบ วิธีการดำเนินงานอย่างเป็นธรรมและไม่เลือกปฏิบัติ เป็นปัจจัยที่ปฏิบัติมากที่สุด ส่วนการนำความรับผิดชอบต่อสังคมไปปฏิบัติสู่สังคมนั้นมีการนำหลักการดำเนินการแก้ไขปรับเปลี่ยนสินค้าให้เร็วที่สุด หากมีข้อกังวลเกี่ยวกับสุขภาพ ความปลอดภัย และความพึงพอใจของผู้บริโภคไปปฏิบัติสู่สังคมมากที่สุด

5) จำนวนพนักงานทั้งหมดในสถานประกอบการ จากการศึกษาพบว่า จำนวนพนักงานทั้งหมด ในสถานประกอบการ ไม่มีความสัมพันธ์กับการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อสนับสนุนการศึกษาและวัฒนธรรม เพื่อสนับสนุนชุมชน เพื่อสนับสนุนสวัสดิการและสุขภาพ และเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้เนื่องจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ไม่มีแผนกลยุทธ์เรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม เหมือนเช่น องค์กรขนาดใหญ่ ซึ่งจะเชื่อมโยงทรัพยากรที่ต้องใช้ในการดำเนินจัดกิจกรรมและคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรทั้งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในและภายนอกองค์กร เป็นการจัดกิจกรรม CSR เชิงรับ (Responsive CSR) ซึ่งแสดงความรับผิดชอบต่อเพียงบรรเทาผลกระทบในเชิงลบที่เกิดขึ้นหรืออาจเกิดขึ้นจากกิจกรรมทางธุรกิจ สอดคล้องกับ Welford and Frost (2006) ได้กล่าวถึงหัวข้อเรื่องแรงงานและสิทธิของผู้ใช้แรงงานซึ่งเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุดในเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจตามกฎหมาย ภาค ประโยชน์จากความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ ตั้งแต่การลดความเสี่ยงในเรื่อง บุคคลากร การสรรหาและการรักษาคนไว้กับองค์กร การลดค่าใช้จ่าย และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อหุ้นส่วน อุปสรรคต่างๆ รวมไปถึงการขาดแคลนทรัพยากรและความชำนาญ และการขาดความตระหนักถึงความต้องการของหุ้นส่วนและเทคนิคการผลิตที่ไม่มีประสิทธิภาพ งานวิจัยนี้พบว่าบริษัทใหญ่มีแนวโน้มที่จะเอาชนะอุปสรรคดังกล่าวได้ในขณะที่บริษัทเล็กๆประสบผลในทางตรงกันข้าม สรุปผลจากการสัมภาษณ์ของผู้วิจัยเรื่องนี้พบความชัดเจนว่า บริษัทใหญ่ๆเริ่มหันมาพิจารณาเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบหรือสินค้าจากบริษัทที่มีความสามารถในการทำความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นบริษัทขนาดใหญ่และมีจำนวนน้อย เนื่องจากบริษัทเหล่านั้นต้องการทำธุรกิจกับบริษัทหุ้นส่วนที่สามารถทำ CSR ได้ดีด้วย โดยเฉพาะเรื่องมาตรฐานแรงงานและสิทธิของผู้ใช้แรงงานการนำความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจมาใช้มีข้อได้เปรียบหลายข้อ

ข้อเสนอแนะ (Recommendation)

จากการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเสนอข้อเสนอแนะไว้ดังนี้

1. หน่วยงานภาครัฐจะต้องเข้ามาช่วยสนับสนุนการฝึกอบรมให้ความรู้เรื่อง ความรับผิดชอบ ต่อสังคมให้กับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งผู้ประกอบการรายเดิมและ ผู้ประกอบการรายใหม่ให้มากขึ้น เพื่อให้ผู้ประกอบการได้มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องความ รับผิดชอบต่อสังคมมากยิ่งขึ้น และจะทำให้ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้ความสำคัญกับการทำ กิจกรรมเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น
2. ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะต้องให้ความสำคัญกับการวางแผนในการ ทำกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น
3. ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต้องมีการกำหนดและมอบหมายผู้รับผิดชอบดูแลการทำกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการอย่างชัดเจน เพื่อจะได้ควบคุมดูแล และติดตามโครงการต่างๆ ได้อย่างใกล้ชิดและต่อเนื่อง
4. ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมควรให้ความสำคัญกับการติดตามและการประเมินผลการ ดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมด้วย เพื่อได้ทราบถึงปัญหาและความสำเร็จของการ ดำเนินกิจกรรมต่างๆ เหล่านั้น

เอกสารอ้างอิง (References)

- กมลทิพย์ ศรีชะฎา. (2550). การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์และความคิดเห็นของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานครเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท เซพรอน ประเทศไทย สํารวจและผลิตจำกัด กรณีศึกษาโครงการพระดาบส. วิทยานิพนธ์, ปริญญา พานิชยศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กัญญรัตน์ หงส์วรรณ (2555). บทบาทของ CSR เพื่อตอบสนองความคําค่างค์กรธุรกิจ ในบริบท ไทย. วารสารสุทธิปริทัศน์. ปีที่ 26, ฉบับที่ 80 (กันยายน – ธันวาคม 2555), 163-176.
- จินตนา บุญบังการ. (2550). สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร: บริษัท แอค ทีฟพริ้นท์ จำกัด.
- ชนัญพิชญา วงศ์สระคู. (2555). ความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์, ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

- ฉานลสิทธิ์ ยอดพฤติการณ์. (2557). **CSR จากแนวคิดทางธุรกิจสู่วิถีชีวิตตนเอง**. สมบูรณ์การพิมพ์: นครราชสีมา.
- เพชรรัตน์ เรื่องศักดิ์ (2553). **ความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคอุตสาหกรรม จังหวัดนครศรีธรรมราช**. การศึกษาค้นคว้าอิสระ, การจัดการมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- พรพิมล เอื้ออนันต์ (2553). **การพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม**. วิทยานิพนธ์ ปริญญาศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- พัธนิธย์ เหลืองภัทรเชวง (2558). **ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมและต้นทุนเงินทุนของผู้ถือหุ้น**. การศึกษาค้นคว้าอิสระ, บัญชีมหาบัณฑิต, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์. (2553). **คั่นห้องส่อง (CSR) ไทย**. สืบค้นเมื่อ 1 มิถุนายน, 2553, จาก <http://www.csrthailand.net/th/knowledge/details/58>
- วรรณษา กาญจนมุสิก (2554). **การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์, ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2545). **องค์การและการจัดการ (ฉบับมาตรฐาน)**. กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมสาร จำกัด.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว) (2561). **รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2560**. สืบค้น 4 มกราคม 2562. จาก: <http://www.sme.go.th>
- โสภณ พรโชคชัย. (2552). **CSR ที่แท้**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์ - มหาวิทยาลัย.
- Kotler, Philip & Lee, Nancy. (2005). **Corporate social responsibility**. New Jersey, John Wiley & Sons.
- Luetkenhorst, W. (2004). **Corporate Social Responsibility and the Development Agenda: The Case for Actively Involving Small and Medium Enterprises**. *Intereconomics*, May/June, 157-166.
- Spence, L.J., & Rutherford, R. (2003). **Small Business and Empirical Perspective in Business Ethics: Editorial**. *Journal of Business Ethics*, 47(1), 1-5.

Weber, M. (2008). **The business case for corporate social responsibility: A company level measurement approach for CSR.** *European Management Journal*, 26(4), 247-261.

Welford, R. & Frost, S. (2006). **Corporate Social Responsibility in Asian Supply – Chains.** Retrived on 1 February 1, 2019. From <https://doi.org/10.1002/csr.121>