

ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจกับผลการดำเนินงาน ของโรงงานอุตสาหกรรมอาหารจังหวัดเพชรบุรี

The Relationship between Corporate Social Responsibility of Business and Performance of Food Industry in Phetchaburi Province

กฤตชน วงศ์รัตน์^{1*} และ ธิดารัตน์ ปิ่นทอง²

Kritchana Wongrat^{1*} and Thidarat Pinthong²

¹สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี 76000

²สาขาวิชาการจัดการสารสนเทศทางธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี 76000

¹Business Administration, Faculty of Management Science, Phetchaburi Rajabhat University, Phetchaburi 76000

²Business Information Management, Faculty of Management Science, Phetchaburi Rajabhat University, Phetchaburi 76000

*To whom correspondence should be addressed. e-mail: kritchawong@yahoo.com

Received: 21 January 2020, Revised: 23 March 2020, Accepted: 23 April 2020

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ 2) ผลการดำเนินงาน 3) ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจกับผลการดำเนินงาน และ 4) หาแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงงานอุตสาหกรรมอาหารจังหวัดเพชรบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นหัวหน้างานขึ้นไป จำนวน 208 คน โดยใช้เครื่องมือวิจัยเป็นแบบสอบถาม มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.82 เลือกเทคนิคการสุ่มแบบง่ายและผู้จัดการโรงงาน จำนวน 20 คนควรแยกวิจัยคุณภาพออกจากเชิงปริมาณ โดยใช้เครื่องมือวิจัยแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เลือกเทคนิคการสุ่มแบบเจาะจง สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันและการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 2) ผลการดำเนินงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3) ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจกับผลการดำเนินงาน โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกในทิศทางเดียวกันในระดับสูง และ 4) แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงงานอุตสาหกรรมอาหารจังหวัดเพชรบุรี ประกอบด้วย 9 แนวทาง คือ (1) การส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ (2) การสร้างค่านิยมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมแก่ผู้บริหาร (3) การกำหนดนโยบายส่งเสริมการปฏิบัติอย่างชัดเจน (4) การสื่อสารกับพนักงานทุกระดับเพื่อสร้างความร่วมมือในการทำงาน (5) การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงาน (6) การสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติกิจกรรม (7) การส่งเสริมการปฏิบัติกิจกรรมเพื่อสังคมนอกกระบวนการธุรกิจ (8) การประเมินผลการปฏิบัติกิจกรรมเพื่อสังคม และ (9) การสื่อสารข้อมูลการปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในวงกว้าง ดังนั้นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจนั้นนอกจากจะไม่สร้างภาระให้แก่สังคมแล้วยังเป็นการสร้างกำไรหรือผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้นและธุรกิจมีความเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ : ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ ผลการดำเนินงาน อุตสาหกรรมอาหาร

Abstract

The purposes of this research were to study 1) corporate social responsibility of business. 2) performance, 3) the relationship between corporate social responsibility with performance and 4) find a guideline to enhance performance to corporate social responsibility of food industrial in Phetchaburi province. The size of sampling group was 208 supervisors level up. The data was collected with a questionnaire with the reliability of 0.82, selected by the using simple random sampling method and 20 managers of industry were selected. The data was collected with structure interview, selected by the purposive sampling. The data was analyzed with statistics for percentage, mean, standard deviation, Pearson's product moment coefficient of correlation and content analysis.

The research results were as follows: 1) The average of corporate social responsibility was at a high level with overall. When considering each aspect, it was found that all aspects had a high level of average. 2) The average performance was at a high level. When considering each item, it was found that all items had a high level of performance. 3) There was a positive relationship between corporate social responsibility and performance in the same direction at a high level. and 4) The guidelines for the development of social responsibility operations of the food industry in Phetchaburi province consisted of 9 approaches which were (1) promoting knowledge and understanding (2) creating social responsibility values for executives (3) establishing policies to clearly promote concrete actions (4) communicating with employees at all levels to create cooperation in work (5) promoting participation (6) creating incentives for carrying out activities (7) promoting social activities outside the business process (8) performance evaluation of activities for social, and (9) communicating the information practices of social responsibility with a wide range. Therefore, showing the social responsibility of the business not only does not create a burden to the society, but also creates profits or returns for shareholders and businesses with sustainable growth.

Keywords : Corporate Social Responsibility, Performance, Food Industry

บทนำ

อุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพสูงในการผลิตเพื่อบริโภคในประเทศและเพื่อการส่งออก เนื่องจากประเทศไทยมีพื้นฐานด้านการผลิตทางการเกษตรที่มั่นคงและมั่งคั่ง ทำให้มีผลผลิตที่สามารถนำมาใช้เป็นวัตถุดิบในการแปรรูปได้อย่างหลากหลายและต่อเนื่อง มีแรงงานที่มีคุณภาพจำนวนมาก มีการใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ผู้ประกอบการแต่ละประเภทอุตสาหกรรมยังมีความชำนาญในการผลิตและการใช้เทคโนโลยีที่ดีกว่าประเทศคู่แข่งอื่น ๆ อีกหลายประเทศในภูมิภาคเดียวกัน สามารถผลิตสินค้าได้ตามความต้องการของผู้ซื้อได้รวดเร็วและสามารถนำวัตถุดิบจากต่างประเทศมาแปรรูปให้เกิดมูลค่าเพิ่ม นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังมีความพร้อมในด้านการจัดการกระบวนการผลิตและการควบคุมคุณภาพ มีบุคลากรที่มีความรู้และประสบการณ์ นอกจากนี้ยังได้รับการยอมรับจากลูกค้าในต่างประเทศในเรื่องของการส่งมอบสินค้า และความรับผิดชอบต่อสินค้า รวมถึงชนิดของผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายและมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของตลาดต่างประเทศ สามารถทำรายได้สูงถึงปีละกว่า 400,00 บาท และยังเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้วัตถุดิบในประเทศเกือบทั้งหมดให้เกิดอุตสาหกรรมต่อเนื่องเป็นจำนวนมาก ตั้งแต่ภาคการเกษตรซึ่งเป็นอาชีพหลักของประชากรส่วนใหญ่ อุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร อุตสาหกรรมห้องเย็น อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ และการขนส่ง ปัจจัยสำคัญที่จะช่วยสนับสนุนให้อุตสาหกรรมนี้สามารถมีศักยภาพอย่างครบวงจร คือการใช้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาช่วยในกระบวนการผลิต เนื่องจากการค้าระหว่างประเทศในปัจจุบันมีการใช้มาตรการที่ไม่ใช่ภาษีอากร (Non-tariff barrier) มากีดกันการค้าในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การให้ใช้หลักเกณฑ์และวิธีการที่ดีในการเกษตร (Good agricultural practice : GAP) หลักเกณฑ์และวิธีการที่ดีในการผลิต (Good manufacturing practice : GMP) และการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤติที่ต้องควบคุม (Hazard analysis critical control point : HACCP) เป็นต้น [1]

อุตสาหกรรมอาหารของจังหวัดเพชรบุรีตั้งอยู่ในเขตส่งเสริมการลงทุนเขตที่ 3 เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพเป็นศูนย์กลางการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารในภูมิภาคตะวันตกที่มีความพร้อมทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านวัตถุดิบ แรงงาน และทำเลที่ตั้งซึ่งอยู่ใกล้กรุงเทพมหานคร โดยอุตสาหกรรมอาหารเติบโตอยู่ในเกณฑ์ดี โดยได้รับปัจจัยสนับสนุนมาจากนโยบายของภาครัฐ เช่น การพัฒนากิจการแปรรูปและการค้าขายอาหารสมัยใหม่ โดยผลิตภัณฑ์อาหารในพื้นที่ส่วนมากมักเป็นการแปรรูปวัตถุดิบในท้องถิ่น ซึ่งส่วนใหญ่ได้มาจากผลผลิตทางการเกษตร การประมง อย่างไรก็ตามยังคงมีปัจจัยเสี่ยงจากการแข่งขันที่ค่อนข้างรุนแรง เนื่องจากมีผู้ประกอบการจำนวนมากที่มีการผลิตสินค้าที่มีความคล้ายคลึงกัน ซึ่งส่งผลให้ประสิทธิภาพการสร้างรายได้ของธุรกิจอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ประกอบกับปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจเป็นสิ่งที่มีการกล่าวถึงกันมากทั่วโลกว่าเป็นแนวทางที่เหมาะสมในการประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจเพราะเชื่อมั่นว่าการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรมและมีความรับผิดชอบต่อสังคมจะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน ซึ่งสามารถก่อให้เกิดประโยชน์ที่หลากหลายทั้งที่เป็นนามธรรมและรูปธรรม เช่น การสร้างภาพพจน์ที่ดี การเพิ่มมูลค่าแก่สินค้า การสร้างชื่อเสียงให้กับบริษัท สามารถเป็นแหล่งของโอกาสและขยายความสามารถในการสร้างนวัตกรรมของธุรกิจได้ [2,3] ตั้งแต่ช่วงปลายคริสต์ศตวรรษ ที่ 20 สังคมเริ่มตระหนักถึงผลกระทบในด้านลบที่เกิดจากการดำเนินอุตสาหกรรมหรือการดำเนินธุรกิจที่วางบนพื้นฐาน เน้นผลกำไรเป็นเป้าหมายสูงสุด ซึ่งการดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงแรกจะเห็นได้ว่าพัฒนามาจากกระแสของการเรียกร้องของประชาชน จากสถานการณ์ความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคมปัจจุบันที่วิวัฒนาการและความซับซ้อนของปัญหาเพิ่มมากขึ้น ส่วนสะท้อนให้เห็นถึงปรากฏการณ์ความขัดแย้งของผลกระทบที่เป็นผลประโยชน์จากการดำเนินกิจการของกลุ่มองค์กรภาคธุรกิจหรือกลุ่มทุน ขัดแย้งต่อผลประโยชน์และความเป็นอยู่ของชุมชนและสังคมที่กิจการของกลุ่มธุรกิจตั้งอยู่ โดยเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ล้วนเป็นภาพสะท้อนที่มีอาจปฏิเสธได้ว่าสาเหตุสำคัญนั้นมาจากปัญหาที่เกิดขึ้นจากการที่ธุรกิจไม่มีความรับผิดชอบต่อสังคมไม่ว่าจะเป็นด้านความเป็นธรรม ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านแรงงาน ด้านผู้บริโภคและด้านพัฒนาชุมชน ในวงกว้างซึ่งจะทำให้เกิดผลกระทบทางลบต่อธุรกิจในด้านภาพลักษณ์ การยอมรับ ชื่อเสียงรวมถึงผลการดำเนินงานของธุรกิจ จนในปัจจุบันความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรได้กลายเป็นแนวทางข้อกำหนดทางการค้ายุคใหม่ที่สร้างกระแสให้องค์กรธุรกิจตื่นตัวและดำเนินการและแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมในการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มขึ้น [4] ดังนั้นถ้าอุตสาหกรรมอาหารดำเนินการตามองค์ประกอบหลักของความรับผิดชอบต่อสังคมทั้ง 7 ประการ ได้แก่ 1) มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อแสดงถึงความโปร่งใส พร้อมรับการตรวจสอบ และสามารถชี้แจงให้ผู้มีส่วนได้เสียได้รับทราบถึงผลการปฏิบัติงานได้ 2) มีการคำนึงถึงสิทธิมนุษยชน ซึ่งเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานของมนุษย์ 3) การปฏิบัติด้านแรงงาน องค์กรต้องตระหนักว่าแรงงานไม่ใช่สินค้าแต่ปฏิบัติเสมือนเป็นปัจจัยการผลิต 4) มีการดูแลสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงหลักการป้องกันปัญหามลพิษการบริโภคอย่างยั่งยืนและมีประสิทธิภาพ 5) มีการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม องค์กรต่าง ๆ ควรแข่งขันกันอย่างเป็นธรรมและเปิดกว้าง ซึ่งจะช่วยส่งเสริมประสิทธิภาพในการลดต้นทุนสินค้าและบริการ 6) ใส่ใจต่อผู้บริโภค เปิดโอกาสให้ผู้บริโภคได้รับทราบข้อมูลในการใช้สินค้าและบริการอย่างเหมาะสม และ 7) การแบ่งปันสู่สังคมและชุมชน เพื่อให้สังคมอยู่ร่วมกันกับธุรกิจอย่างยั่งยืน การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจเป็นเครื่องมือในการสร้างผลการดำเนินงานที่ดีขึ้นทั้งด้านกำไร ยอดขาย ส่วนแบ่งการตลาด ลูกค้า การจัดส่งสินค้า การพัฒนาเทคโนโลยีและทรัพยากรมนุษย์กล่าวคือ หากอุตสาหกรรมอาหารมีความรับผิดชอบต่อสังคมในการกำกับดูแลกิจการที่ดี ให้ความเป็นธรรม สิทธิมนุษยชน รับผิดชอบต่อแรงงาน ผู้บริโภค พัฒนาชุมชนและสังคม และดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างดีในระดับสูงจะทำให้ผลการดำเนินงานสูงขึ้นในลักษณะที่มีความสัมพันธ์กัน แต่ในทางตรงกันข้ามถ้าหากธุรกิจไม่สามารถดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยความจริงใจและสอดคล้องกับนโยบายขององค์กรก็จะทำให้ผลการดำเนินงานลดลงเช่นเดียวกัน และหากธุรกิจให้ความสำคัญกับประโยชน์ที่จะได้รับจากการดำเนินการตามมาตรฐาน ISO 26000 จะเป็นการสร้างจุดแข็งให้กับตราสินค้าและภาพลักษณ์ที่ดีเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ตลอดจนความร่วมมือในการบริหารองค์กรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ แรงจูงใจ และสร้างขวัญกำลังใจให้กับพนักงาน ทำให้สามารถรักษาพนักงานที่ดีไว้ให้อยู่

กับองค์กรตลอดไปได้ ส่วนประโยชน์ในด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมนั้นเป็นการสร้างชื่อเสียงให้กับองค์กร ลดปัญหาและผลกระทบจากสิ่งแวดล้อม เสริมสร้างชุมชนและสังคมให้เข้มแข็งต่อไป

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจกับผลการดำเนินงานของโรงงานอุตสาหกรรมอาหารจังหวัดเพชรบุรี ทั้งนี้เพื่อเป็นการศึกษาถึงการบริหารงานความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลอันจะส่งผลต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมอาหารสำหรับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจของโรงงานอุตสาหกรรมอาหารจังหวัดเพชรบุรี
2. เพื่อศึกษาผลการดำเนินงานของโรงงานอุตสาหกรรมอาหารจังหวัดเพชรบุรี
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจกับผลการดำเนินงาน ของโรงงานอุตสาหกรรมอาหารจังหวัดเพชรบุรี
4. เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงงานอุตสาหกรรมอาหารจังหวัดเพชรบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) การวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ หัวหน้างานขึ้นไปที่ปฏิบัติหน้าที่ในโรงงานอุตสาหกรรมอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ได้แก่ หัวหน้าฝ่าย หัวหน้าแผนก ซุปเปอร์ไวเซอร์ ผู้ช่วยผู้จัดการ รองผู้จัดการสอบและผู้จัดการ รวมทั้งสิ้น 432 คน เพื่อตอบแบบสอบถาม จากโรงงานทั้งหมด 15 แห่ง [8]

กลุ่มตัวอย่างเลือกมาจากประชากรที่เป็นหัวหน้างานขึ้นไปที่ปฏิบัติงานในโรงงานอุตสาหกรรมอาหารจังหวัดเพชรบุรี ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 208 คน เพื่อตอบแบบสอบถาม โดยคำนวณจากสูตรของ ทาโร ยามาเน่ [9] ใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (simple random sampling)

2) การวิจัยเชิงคุณภาพ

ให้ข้อมูลหลักจากการสัมภาษณ์เป็นผู้จัดการฝ่ายต่าง ๆ จำนวน 20 คน โดยใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling)

ตัวแปรการวิจัย

ตัวแปรต้น คือ ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีขององค์กร ด้านความเป็นธรรม สิทธิมนุษยชนและแรงงาน ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคมขององค์กร และด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมขององค์กร

ตัวแปรตาม คือ ผลการดำเนินงานที่ประเมินโดยภาพรวมจากตัวชี้วัด 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามสำหรับหัวหน้างานขึ้นไปของโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร มีค่าความเชื่อมั่นโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค [10] ประกอบด้วยตัวแปรความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจเท่ากับ .91 ตัวแปรผลการดำเนินงานเท่ากับ .85 และโดยภาพรวมทั้งฉบับเท่ากับ .82 โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของหัวหน้างาน ตอนที่ 2 แบบสอบถามความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ และตอนที่ 3

แบบสอบถามผลการดำเนินงานของโรงงานอุตสาหกรรมอาหารจังหวัดเพชรบุรี เป็นลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) มี 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด และแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เพื่อใช้สัมภาษณ์ผู้จัดการฝ่ายต่าง ๆ เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงงานอุตสาหกรรมอาหารจังหวัดเพชรบุรี

ผู้วิจัยประสานงานขอความอนุเคราะห์จากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ออกหนังสือถึงผู้จัดการโรงงานทั้ง 15 แห่ง เพื่อส่งแบบสอบถามโดยขอความอนุเคราะห์หัวหน้างานฝ่ายต่าง ๆ ตอบแบบสอบถามพร้อมทั้งขอความอนุเคราะห์ส่งแบบสอบถามที่ตอบแล้วกลับมายังคณะวิทยาการจัดการเพื่อดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามจนได้ครบ จำนวน 208 ฉบับ โดยเตรียมการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติต่อไป และหลังจากนั้นติดต่อและประสานงานกับผู้จัดการ โรงงานอีกครั้งหนึ่งเพื่อขอความอนุเคราะห์ดำเนินการเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้จัดการฝ่ายต่าง ๆ จำนวน 20 คน

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

นำแบบสอบถามทั้งหมดมาทำการลงรหัสด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติเพื่อวิเคราะห์และแปลความหมายของข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ ข้อมูลเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจกับผลการดำเนินงานของโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard deviation: S.D.) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน(Pearson's product moment correlation coefficient) [11] และวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงงานอุตสาหกรรมอาหารจังหวัดเพชรบุรี โดยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา(Content analysis)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 68.8 เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 31.3 มีอายุ 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 48.6 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 63.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.4 ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 11 – 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.1 และตำแหน่งงานเป็นซูเปอร์ไวเซอร์ คิดเป็นร้อยละ 33.7

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจของหัวหน้างานในโรงงานอุตสาหกรรมอาหารจังหวัดเพชรบุรี

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจของหัวหน้างานในโรงงานอุตสาหกรรมอาหารจังหวัดเพชรบุรี

ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจของโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร	\bar{X}	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีขององค์กร	4.22	0.74	มาก	1
2. ด้านความเป็นธรรม สิทธิมนุษยชนและแรงงาน	4.17	0.85	มาก	2
3. ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค	4.09	0.84	มาก	4
4. ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคมขององค์กร	4.15	0.92	มาก	3
5. ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมขององค์กร	4.04	0.75	มาก	5
ภาพรวมเฉลี่ย	4.14	0.74	มาก	

จากตารางที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจของโรงงานอุตสาหกรรมอาหารจังหวัดเพชรบุรี โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปหา

น้อยดังนี้ ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีขององค์กร ด้านความเป็นธรรม สิทธิมนุษยชนและแรงงาน ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคมขององค์กร ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค และด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมขององค์กร

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของโรงงานอุตสาหกรรมอาหารจังหวัดเพชรบุรี

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของโรงงานอุตสาหกรรมอาหารจังหวัดเพชรบุรี

ผลการดำเนินงานของโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร	\bar{X}	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. ระบบการบริหารจัดการด้านเทคโนโลยีและทรัพยากรมนุษย์มีประสิทธิภาพ	4.27	0.64	มาก	1
2. มีผลการดำเนินงานที่บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้	4.13	0.70	มาก	8
3. สามารถจัดส่งสินค้าได้ตรงต่อเวลาทุกครั้ง	4.10	0.59	มาก	10
4. มีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	4.21	0.71	มาก	3
5. สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว	4.05	0.67	มาก	12
6. สามารถรักษาฐานลูกค้าเดิมไว้ได้	4.13	0.70	มาก	7
7. สามารถดึงดูดกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใหม่ได้	4.17	0.69	มาก	6
8. ผู้บริโภคมีความจงรักภักดีต่อผลิตภัณฑ์	4.24	0.67	มาก	2
9. มีรายได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	4.12	0.72	มาก	9
10. มีผลกำไรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	4.20	0.69	มาก	4
11. มียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	4.08	0.68	มาก	11
12. สามารถลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานลงได้	4.18	0.61	มาก	5
ภาพรวมเฉลี่ย	4.15	0.65	มาก	

จากตารางที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า ผลการดำเนินงานของโรงงานอุตสาหกรรมอาหารในจังหวัดเพชรบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกข้อมีผลการดำเนินงานอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ระบบการบริหารจัดการด้านเทคโนโลยีและทรัพยากรมนุษย์มีประสิทธิภาพ ผู้บริโภคมีความจงรักภักดีต่อผลิตภัณฑ์ มีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีผลกำไรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สามารถลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานลงได้ สามารถดึงดูดกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใหม่ได้ สามารถรักษาฐานลูกค้าเดิมไว้ได้ มีผลการดำเนินงานที่บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ มีรายได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สามารถจัดส่งสินค้าได้ตรงต่อเวลาทุกครั้ง มียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจกับผลการดำเนินงานของโรงงานอุตสาหกรรมอาหารจังหวัดเพชรบุรี

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจกับผลการดำเนินงานของโรงงานอุตสาหกรรมอาหารจังหวัดเพชรบุรี

ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจของโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร	ผลการดำเนินงานของโรงงานอุตสาหกรรมอาหารจังหวัดเพชรบุรีภาพรวม (Y_{tot})
1. ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีขององค์กร	0.846**
2. ด้านความเป็นธรรม สิทธิมนุษยชนและแรงงาน	0.708**
3. ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค	0.648**

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจของโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร	ผลการดำเนินงานของโรงงานอุตสาหกรรมอาหารจังหวัดเพชรบุรีภาพรวม (Y_{tot})
4.ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคมขององค์กร	0.521**
5.ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมขององค์กร	0.692**
ภาพรวมเฉลี่ย	0.745**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 3 ผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจกับผลการดำเนินงานของโรงงานอุตสาหกรรมอาหารจังหวัดเพชรบุรี โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกในทิศทางเดียวกันในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ ($r = 0.745$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีความสัมพันธ์กันทางบวกในระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ได้แก่ ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีขององค์กร ด้านความเป็นธรรม สิทธิมนุษยชนและแรงงาน ด้านที่มีความสัมพันธ์กันทางบวกระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ได้แก่ ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมขององค์กร ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคและด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคมขององค์กร

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงงานอุตสาหกรรมอาหารจังหวัดเพชรบุรี

จากการสัมภาษณ์ผู้จัดการฝ่ายต่างๆ ในโรงงานอุตสาหกรรมเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงงานอุตสาหกรรมจังหวัดเพชรบุรีมีแนวทางการพัฒนาการดำเนินงาน 9 ประการ ดังต่อไปนี้



รูปที่ 2 แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงงานอุตสาหกรรมอาหารจังหวัดเพชรบุรี

1. การส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการทางธุรกิจ แก่พนักงานหรือลูกค้า พบว่าโรงงานอุตสาหกรรมอาหารดำเนินธุรกิจอย่างเป็นทางการในการผลิตสินค้าโดยทุกขั้นตอนจะคำนึงถึงคุณภาพและความปลอดภัยทั้งในส่วนของพนักงานที่ปฏิบัติงานและลูกค้า ดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสและเป็นธรรมที่เป็นไปตามกฎหมายที่กำหนดไว้

2. การสร้างค่านิยมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมแก่ผู้บริหาร พนักงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยมีการมุ่งเน้นการทำงานเป็นทีมอย่าง มีรูปแบบการดำเนินงานที่ชัดเจน มีการปฏิบัติตามแนวทางที่องค์กรกำหนดเป็นนโยบาย ซึ่งจะส่งผลให้องค์กรดำเนินธุรกิจต่อไปด้วยความยั่งยืนอย่างแท้จริง

3. การกำหนดนโยบายส่งเสริมการปฏิบัติอย่างชัดเจนเป็นรูปธรรม โรงงานอุตสาหกรรมอาหารมีการตั้งเป้าหมายโดยกำหนดนโยบาย วิสัยทัศน์ พันธกิจ อุดมการณ์ การกำกับดูแลกิจการ จริยธรรมและจรรยาบรรณขององค์กรเพื่อเป็นแนวทางการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งองค์กร

4. การสื่อสารกับพนักงานทุกระดับเพื่อสร้างความร่วมมือการทำงานในโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร มีระบบการสื่อสารเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจให้พนักงานทุกระดับทั้งผู้บริหารระดับสูง ผู้บริหารระดับกลางและผู้บริหารระดับต้น

5. การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงานในการปฏิบัติกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมทุกขั้นตอน มีการบูรณาการความร่วมมือทั้งองค์กรที่เกิดจากการร่วมคิด ร่วมทำการงานที่เกิดผลสัมฤทธิ์สูงสุดของโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร โดยให้พนักงานทุกระดับเข้ามามีส่วนร่วมในการร่วมคิด ร่วมแก้ปัญหาพร้อมตัดสินใจ ร่วมปฏิบัติ ร่วมติดตามประเมินผลกับกิจกรรม ความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงาน

6. การสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ทุกองค์กรพึงตระหนักและให้ความสำคัญกับการสร้างแรงจูงใจแก่พนักงานที่มีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานกิจกรรมรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีการยกย่องชมเชย และให้รางวัลกับพนักงานที่มีผลงานเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด จนเกิดเป็นพฤติกรรมหรือวัฒนธรรมองค์กร

7. การส่งเสริมการปฏิบัติกิจกรรมเพื่อสังคมนอกกระบวนการธุรกิจ เพื่อเสริมสร้างสังคมที่เป็นสุขและสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน ทุกภาคส่วนของสังคมจะได้เติบโตไปพร้อม ๆ กัน ซึ่งโรงงานอุตสาหกรรมอาหารมีการจัดกิจกรรมเพื่อสังคมและชุมชน โดยรอบรวมทั้งใส่ใจดูแลสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง

8. การประเมินผลการปฏิบัติกิจกรรมเพื่อสังคมเพื่อวัดมูลค่าเพิ่มและคุณค่าเพิ่มจากการดำเนินงานกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของโรงงานอุตสาหกรรมอาหารทั้งยอดขายและกำไรเพิ่มขึ้น ชื่อเรื่องและภาพลักษณ์ขององค์กรเป็นที่ยอมรับและพึงพอใจของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น พนักงานมีความภาคภูมิใจในผลงานและองค์กรมากขึ้นและให้ความเชื่อมั่นที่จะทำงานกับองค์กรนั้นต่อไป มีความรักและผูกพันต่อองค์กรมากขึ้น

9. การสื่อสารข้อมูลการปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในวงกว้างเพื่อสร้างการรับรู้และความน่าเชื่อถือของธุรกิจ โดยโรงงานอุตสาหกรรมอาหารมีการจัดทำรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อใช้เป็นข้อมูลของบริษัทในการนำเสนอแก่ผู้บริหารระดับสูง การนำเสนอเพื่อการตรวจรับรองมาตรฐาน ความรับผิดชอบต่อสังคมหรือ ISO 26000 และเผยแพร่ให้แก่สาธารณชน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้รับข้อมูลจากการปฏิบัติงานเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัท

อภิปรายผล

1) ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจตามความคิดเห็นของหัวหน้างานในโรงงานอุตสาหกรรมอาหารจังหวัดเพชรบุรี โดยภาพรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยเรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีขององค์กร ด้านความเป็นธรรม สิทธิมนุษยชนและแรงงาน ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคมขององค์กร ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคและด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมขององค์กร ทั้งนี้เนื่องมาจากการที่กิจการมีเป้าหมายที่ถูกต้องเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม เปรียบเสมือนมีเข็มทิศช่วยในการดำเนินธุรกิจ เพื่อไม่ให้ประสบกับ

ปัญหาและอุปสรรค จากการดำเนินงานที่ขาดความรับผิดชอบต่องค์กรตั้งแต่ต้นทางได้ หากธุรกิจมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร ซึ่งคือการดำเนินกิจการภายใต้หลักจริยธรรมและการจัดการที่ดี โดยรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กรจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิ่นรัตน์ สิริพันธ์พงศ์ [12] ที่ศึกษาเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมและที่พักในจังหวัดภูเก็ต ที่พบว่าระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมและที่พักในจังหวัดภูเก็ตทุกขนาดมีความรับผิดชอบต่อสังคมโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

2) ผลการดำเนินงานของโรงงานอุตสาหกรรมอาหารในจังหวัดเพชรบุรี โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกข้อมีผลการดำเนินงานอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ ระบบการบริหารจัดการด้านเทคโนโลยีและทรัพยากรมนุษย์มีประสิทธิภาพ รองลงมาคือ ผู้บริโภคมีความจงรักภักดีต่อผลิตภัณฑ์ มีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีผลกำไรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว ทั้งนี้เนื่องมาจากการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จและมีความมั่นคงในระยะยาวนั้นธุรกิจจะต้องมีผลการดำเนินงานที่ดีในทุก ๆ ด้าน ดังนั้นผู้บริหารจะต้องให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชชชกร ชีรัชต์กุล [13] ที่ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการเพิ่มคุณค่าให้แก่ลูกค้ากับผลการดำเนินงานของบริษัทประกันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่พบว่า ผลการดำเนินงานโดยรวมและเป็นรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านการเรียนรู้และพัฒนา ด้านลูกค้า ด้านการเงินและด้านกระบวนการภายในองค์กรมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

3) ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจกับผลการดำเนินงานของโรงงานอุตสาหกรรมอาหารจังหวัดเพชรบุรี โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกในทิศทางเดียวกันในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีความสัมพันธ์กันทางบวกระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ได้แก่ ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีขององค์กร และด้านความเป็นธรรมขององค์กรและสิทธิมนุษยชน ส่วนด้านที่มีความสัมพันธ์กันทางบวกระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ได้แก่ ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมขององค์กร ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคและแรงงาน และด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคมขององค์กร ทั้งนี้เนื่องมาจากอุตสาหกรรมอาหารมีความมุ่งมั่นที่จะบรรลุซึ่งพันธกิจในการเป็นผู้ผลิตสินค้าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ควบคู่ไปกับการรับผิดชอบต่อสังคมและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกกลุ่ม ตามแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจที่กำหนดโดยองค์การระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน รวมถึงแนวปฏิบัติสากล ซึ่งคำนึงถึงทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และธรรมาภิบาล เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ขวัญยิหวา ไชยมาลาและอิสราภรณ์ ทนผล [14] ที่ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการทำมาค้าขายรับผิดชอบต่อสังคมกับผลการดำเนินงานขององค์กร ที่พบว่า บริษัทที่มีการร่วมทุนกับบริษัทข้ามชาติในกลุ่มประเทศ OECD และการเปิดเผยการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถในการทำกำไร (ROA)

4) แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงงานอุตสาหกรรมอาหารจังหวัดเพชรบุรี ประกอบด้วย 9 แนวทาง คือ (1) การส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ (2) การสร้างค่านิยมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมแก่ผู้บริหาร (3) การกำหนดนโยบายส่งเสริมการปฏิบัติอย่างชัดเจนเป็นรูปธรรม (4) การสื่อสารกับพนักงานทุกระดับเพื่อสร้างความร่วมมือในการทำงาน (5) การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงาน (6) การสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติกิจกรรม (7) การส่งเสริมการปฏิบัติกิจกรรมเพื่อสังคมนอกกระบวนการธุรกิจ (8) การประเมินผลการปฏิบัติกิจกรรมเพื่อสังคม และ (9) การสื่อสารข้อมูลการปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในวงกว้าง ทั้งนี้เนื่องมาจากโรงงานอุตสาหกรรมอาหารให้ความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยมีได้มุ่งเน้นการประกอบธุรกิจเพื่อการเติบโตทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียวแต่ยังคงตระหนักถึงการดำเนินงานภายใต้ความรับผิดชอบต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อมเพื่อให้องค์กรได้มีการเติบโตอย่างยั่งยืนโดยมุ่งเน้นการกำกับดูแลกิจการอย่างรู้หน้าที่และมีความรับผิดชอบในการจัดการด้วยความถูกต้อง โปร่งใส เป็นธรรมและคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์รและภาคภูมิ ภัควิลาส [15] ที่ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตภาคเหนือในประเทศไทย ที่พบว่า แนวทางการพัฒนาความ

รับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตภาคเหนือในประเทศไทย ควรมุ่งในประเด็นดังนี้ 1) การสร้างจิตสำนึกและให้ความสำคัญตระหนักถึงความสำคัญของการรับผิดชอบต่อสังคมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับทุกๆ ฝ่ายทั้งภายในและภายนอกองค์กร 2) การมุ่งตระหนักถึงคุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณ และธรรมาภิบาลที่สามารถเกื้อหนุนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย ตั้งมั่นตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง 3) การมุ่งสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมควบคู่กับการดำเนินธุรกิจในทุกกระบวนการของธุรกิจ เพื่อความยั่งยืนร่วมกันกับชุมชนและสิ่งแวดล้อม และ 4) การประเมินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม และการปรับปรุงกิจกรรมให้เข้ากับบริบทการดำเนินงานของธุรกิจเพื่อให้เกิดการปรับตัวและเปลี่ยนแปลง เกิดความยั่งยืนในความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. จากผลการวิจัย ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจของโรงงานอุตสาหกรรมอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมขององค์กร เป็นด้านที่มีค่าเฉลี่ยเป็นลำดับสุดท้าย ดังนั้นบริษัทควรมีการบริหารและพัฒนาแนวทางการจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจในการจัดนโยบายรักษาสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น เช่น การลดโลกร้อน การปลูกต้นไม้ ฯลฯ

2. จากผลการวิจัย ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจกับผลการดำเนินงานของโรงงานอุตสาหกรรมอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมขององค์กร ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค และด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคมขององค์กร มีความสัมพันธ์กันทางบวกระดับปานกลาง ดังนั้นผู้บริหารควรดำเนินการจัดทำนโยบายการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม นโยบายต่อผู้บริโภคและนโยบายการพัฒนาชุมชนและสังคมโดยการจัดกิจกรรมและลงปฏิบัติให้เห็นเป็นรูปธรรมมากขึ้น

3. แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงงานอุตสาหกรรมอาหารจังหวัดเพชรบุรี ประกอบด้วย 9 แนวทางนั้น ผู้บริหารของโรงงานอุตสาหกรรมอาหารจังหวัดเพชรบุรีควรนำไปศึกษาและวิเคราะห์เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติอันจะส่งผลต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมในอนาคต

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. ควรมีการศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจที่มีผลต่อด้านอื่น ๆ เช่น ภาพลักษณ์องค์กร ความจงรักภักดีของพนักงาน ความเจริญเติบโตและความยั่งยืนของธุรกิจ เป็นต้น

2. ควรมีการศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจของโรงงานอุตสาหกรรมอาหารในจังหวัดเพชรบุรี เช่น ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ การมุ่งเน้นการตลาด การบริหารองค์กรสู่ความเป็นเลิศ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- [1] ศูนย์อาหารเครือข่ายครบวงจร. GMP ความหมายและความสำคัญ. [อินเทอร์เน็ต]. 2561 [เข้าถึงเมื่อวันที่ 21 กรกฎาคม 2561]. เข้าถึงได้จาก : http://www.foodnetworksolution.com/news_and_articles/.
- [2] Weber, M. The business case for corporate social responsibility: a company-level measurement approach for CSR. *European Management Journal*: 2008; 26: 247-261.
- [3] Stephenson, A. The Pursuit of CSR and Business Ethics Policies: Is it a source of competitive advantage for organizations. *The Journal of American Academy of Business*: 2009; 14: 251-262.
- [4] พิสาร หมิ่นไกร. ความรับผิดชอบต่อสังคม : ความจริงที่มีอาจปฏิเสธ. [อินเทอร์เน็ต]. 2559 [เข้าถึงเมื่อวันที่ 25 กรกฎาคม 2561]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.roypalang.org/blogs/Pisan/1458272187>.
- [5] สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม. มาตรฐานว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม – ISO 26000. [อินเทอร์เน็ต]. 2552 [เข้าถึงเมื่อวันที่ 18 เมษายน 2561]. เข้าถึงได้จาก : http://www.tisi.go.th/training52/26000_52/presentation.html.

- [6] สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม. เข้มทิศธุรกิจเพื่อสังคม. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: ไอคอน พรีเมียม; 2552.
- [7] Kaplan, Robert S. and Norton, David P. The Balanced Scorecard : translating strategy into action. Massachusetts : Harvard Business School Press; 1996.
- [8] ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมโรงงานอุตสาหกรรม. ข้อมูลโรงงาน. [อินเทอร์เน็ต]. 2561 [เข้าถึงเมื่อวันที่ 25 กรกฎาคม 2561]. เข้าถึงได้จาก : <http://userdb.diw.go.th/results1.asp>
- [9] Yamane, Taro. Statistics: An Introductory Analysis. Third edition. New York : Harper and Row Publication; 1973.
- [10] Cronbach, L. J. Essentials of Psychological Test. 5th ed. New York: Harper Collins; 1970.
- [11] ยุทธ ไกยวรรณ. หลักสถิติวิจัยและการใช้โปรแกรม SPSS. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย; 2553.
- [12] ปิ่นรัตน์ สิริพันธ์พงศ์. ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ โรงแรมและที่พักในจังหวัดภูเก็ต. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ 2560; 3: 96 – 106.
- [13] รัชชชก ชีรัชต์กุล. ความสัมพันธ์ระหว่างการเพิ่มคุณค่าให้แก่ลูกค้ากับผลการดำเนินงานของบริษัทประกันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ [วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม; 2552.
- [14] ขวัญยิหาว ไชยมาลาและอิสราภรณ์ ทนุผล. ความสัมพันธ์ระหว่างการทำความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลการดำเนินงานขององค์กร. วารสารสหศาสตร์ศรีปทุม ชลบุรี 2560; 3: 1 – 9.
- [15] รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธรและภาควิภา กักวิภาส. แนวทางการพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตภาคเหนือในประเทศไทย. วารสารมหาวิทยาลัยฟาอีสเทอร์น 2560; 8: 93 – 103.