

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019: กรณีศึกษาองค์กรภาคอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

सानิตย์ หนูนิล¹

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และ 2) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงวิกฤตดังกล่าว เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามการวิจัยที่มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามแต่ละด้านมากกว่า 0.70 จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นองค์กรภาคอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 302 ราย โดยมีผู้บริหารองค์กรเป็นผู้ตอบแบบสอบถามการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติเชิงอ้างอิง ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ แบบขั้นตอน ผลการวิจัยพบว่า องค์กรมีการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และพบว่า องค์กรส่วนใหญ่มีการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคมในช่วงวิกฤตมากกว่าก่อนเกิดวิกฤต นอกจากนี้ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 สูงที่สุด คือ ปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยด้านการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และปัจจัยด้านนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ตามลำดับ ซึ่งผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการนำไปประยุกต์ใช้ โดยเฉพาะการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 รวมทั้งวิกฤตอื่นๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต

คำสำคัญ: ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร, วิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019, องค์กรภาคอุตสาหกรรม

ชื่อผู้ติดต่อบทความ: สานิตย์ หนูนิล

E-mail: sanit_tu45@hotmail.com

(Received: April 8, 2021; Revised: May 22, 2021; Accepted: May 27, 2021)

¹ ดร. วิทยาลัยพัฒนศาสตร์ ป๋วย อึ๊งภากรณ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ E-mail: sanit_tu45@hotmail.com

Factors Affecting Corporate Social Responsibility Function during the Crisis of COVID-19 Pandemic: A Case Study of Large Industrial Organizations in the Bangkok Metropolitan Area

Sanit Noonin¹

Abstract

The objectives of this research were to: 1) study the level of corporate social responsibility (CSR) function during the crisis of Novel Coronavirus 2019 (COVID-19) pandemic in Thailand; and 2) analyze factors influencing corporate social responsibility function during the crisis of COVID-19 pandemic. A quantitative study was done with data collected by questionnaire, with reliability of each questionnaire section at over 0.70. Samples were 302 managers of large industrial organizations operating in the Bangkok Metropolitan Area (BMA). Statistics used for data analysis comprised of: 1) descriptive statistics, including frequency, percentage, mean and standard deviation; and 2) inferential statistics, with correlation analysis and multiple regression analysis (Stepwise Method). Results were that overall organizations demonstrated moderate levels of corporate social responsibility during the crisis of COVID-19 pandemic in all aspects. Most organizations demonstrated more corporate social responsibility during the crisis of COVID-19 pandemic than before the crisis. Factors influencing corporate social responsibility function during the crisis of COVID-19 pandemic included transformational leadership, followed by stakeholder engagement, and corporate social responsibility policy. These results may be useful for corporate social responsibility-related projects, especially during times of COVID-19 crisis or other crises.

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR); Crisis of Novel Coronavirus 2019 (COVID-19) Pandemic; Industrial Organizations

Corresponding Author: Sanit Noonin

E-mail: sanit_tu45@hotmail.com

¹ Dr, Lecturer of Puey Ungphakorn School of Development Studies, Thammasat University E-mail: sanit_tu45@hotmail.com

1. บทนำ

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่เกิดขึ้นทั่วโลก ได้ส่งผลกระทบต่อสังคมในวงกว้าง รวมทั้งส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการทุกภาคส่วน โดยเฉพาะผลกระทบในเชิงเศรษฐกิจขององค์กร สอดคล้องกับข้อมูลจากรายงานของสภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2563) ที่ระบุว่า ในไตรมาสที่ 2 ของปี 2563 ผลจากมาตรการปิดเมือง (Lockdown) ส่งผลให้ GDP ตดลงมากถึงร้อยละ 12.2 เป็นการหดตัวต่ำที่สุดในประวัติศาสตร์เศรษฐกิจไทย ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงต้องมีการปรับกลยุทธ์การบริหารองค์กร อาทิ การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการดำเนินงาน การปรับแผนการตลาด เป็นต้น เพื่อให้สามารถก้าวข้ามวิกฤตและดำเนินกิจการต่อไปอย่างมั่นคง นอกจากการปรับตัวในด้านดังกล่าวแล้ว ประเด็นด้านความรับผิดชอบต่อสังคมก็ถือเป็นเรื่องที่มีความสำคัญและเป็นความท้าทายขององค์กรที่จะต้องรักษาความสมดุลระหว่างการแก้ปัญหาด้านธุรกิจขององค์กรกับการแสดงบทบาทด้านความรับผิดชอบต่อสังคมตามความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใน อาทิ บุคลากร และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก อาทิ ลูกค้า ผู้ส่งมอบวัตถุดิบ หน่วยงานภาครัฐ เป็นต้น เนื่องจากผู้ประกอบการธุรกิจถือเป็นภาคส่วนที่สำคัญของสังคมในการแสดงบทบาทด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในช่วงสถานการณ์วิกฤตนี้

อย่างไรก็ตาม การดำเนินการของผู้ประกอบการธุรกิจทั้งในด้านการแก้ปัญหาเชิงเศรษฐกิจและการแสดงบทบาทด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในช่วงสถานการณ์วิกฤตให้เกิดความสมดุลนั้นมิใช่เรื่องง่ายนัก ดังผลการศึกษาของนักวิชาการในอดีตที่ชี้ให้เห็นว่า มีข้อค้นพบที่ขัดแย้งกันเกี่ยวกับการแสดงบทบาทด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงสถานการณ์วิกฤต โดยผลการศึกษาด้านหนึ่งพบว่า เมื่อเกิดวิกฤตขึ้นองค์กรจะแสดงบทบาทด้านความรับผิดชอบต่อสังคมลดลง เนื่องจากองค์กรจะต้องให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาในเชิงเศรษฐกิจขององค์กรเป็นลำดับแรก (Fehre & Weber, 2015) ส่วนผลการศึกษาอีกด้านหนึ่งกลับชี้ให้เห็นว่า เมื่อเกิดวิกฤตขึ้นองค์กรยังคงแสดงบทบาทด้านความรับผิดชอบต่อสังคม นอกจากนี้ ยังมีข้อค้นพบที่น่าสนใจที่ระบุว่า เมื่อเกิดวิกฤตการณ์ขึ้น หลายองค์กรกลับแสดงบทบาทด้านความรับผิดชอบต่อสังคมต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพิ่มมากขึ้นด้วยเหตุผลต่าง ๆ อาทิ การดำเนินการดังกล่าวช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการลงทุน ช่วยสร้างให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมทั้งยังส่งผลดีในเชิงการตลาดอีกด้วย (Seles, Sousa Jabbour, Chiappetta Jabbour, & Jugend, 2018; García-Sánchez & García-Sánchez, 2020)

นอกจากนี้ จากการทบทวนวรรณกรรมในประเด็นการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงสถานการณ์วิกฤตพบว่า ส่วนใหญ่เป็นการศึกษาถึงการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรภายใต้สถานการณ์วิกฤตทางการเงินที่เกิดขึ้นในช่วงประมาณ ค.ศ. 2005 – 2012 ซึ่งมีการศึกษาถึงรายละเอียดการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงสถานการณ์วิกฤตอื่น ๆ รวมทั้งสถานการณ์วิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่เกิดขึ้น ก่อนข้างจำกัด โดยวิกฤตการณ์ดังกล่าวถือเป็นเหตุการณ์สำคัญของโลกที่ส่งผลกระทบอย่างใหญ่หลวงต่อองค์กรธุรกิจในทุกภาคส่วนต่าง ๆ รวมทั้งองค์กรภาคอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤตการณ์ครั้งนี้อย่างมาก โดยเฉพาะด้านอุปสงค์ของตลาดที่มีการชะลอตัว อันเนื่องมาจากมาตรการจำกัดการเดินทาง การบริโภคและความต้องการที่ลดลง เป็นต้น (Ramasmay, 2020) อย่างไรก็ตาม ด้วยองค์กรภาคอุตสาหกรรมเป็นองค์กรที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก รวมทั้งมีผู้มี

ส่วนได้ส่วนเสียหลายภาคส่วน ซึ่งการตัดสินใจดำเนินการในด้านต่าง ๆ รวมถึงการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมก็ย่อมที่จะส่งผลกระทบต่อองค์กร ตลอดจนส่งผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

ทั้งนี้ในประเด็นด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรภาคอุตสาหกรรมถือเป็นภารกิจสำคัญที่องค์กรจะต้องให้ความสำคัญในการดำเนินกิจการควบคู่กับความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม โดยองค์กรจะต้องปฏิบัติตามมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ (CSR-DIW) ที่กำหนดโดยกรมโรงงานอุตสาหกรรม ครอบคลุมทั้ง 7 มิติ ได้แก่ การกำกับดูแลองค์กร สิทธิมนุษยชน การปฏิบัติด้านแรงงาน สิ่งแวดล้อม การดำเนินงานอย่างเป็นธรรม ประเด็นด้านผู้บริโภค รวมทั้งการมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน (กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2563ก) นอกจากนี้ ในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่เกิดขึ้น แม้องค์กรภาคอุตสาหกรรมจะได้รับผลกระทบอย่างหนัก แต่ยังเป็นภาคส่วนสำคัญในการแสดงบทบาทด้านความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในและภายนอกองค์กร (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2563)

ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงมุ่งที่จะการศึกษาถึงระดับการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 รวมทั้งศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้นอกจากจะสะท้อนคุณค่าในเชิงวิชาการแล้ว ยังจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการนำไปประยุกต์ใช้ในองค์กร โดยเฉพาะในการกำหนดนโยบายการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงสถานการณ์วิกฤต ตลอดจนการพัฒนาปัจจัยที่จะช่วยหนุนเสริมการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงสถานการณ์วิกฤต

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาระดับการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

2.2 เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

3. การทบทวนวรรณกรรม กรอบแนวคิด และสมมติฐานการวิจัย

3.1 การทบทวนวรรณกรรม

3.1.1 แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility: CSR) มีจุดกำเนิดจากการที่องค์กรธุรกิจมีการดำเนินงานที่มุ่งเน้นเพียงแต่การเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ แต่ละเลยในเรื่องของคุณธรรมจริยธรรม ดังนั้น แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรจึงเป็นการต่อต้านการดำเนินธุรกิจที่หวังเพียงแต่ผลลัพธ์ทางด้านการเงิน โดยไม่สนใจผลกระทบด้านลบที่เกิดขึ้นกับสังคมและสิ่งแวดล้อมในวงกว้าง

(Mostovicz, Kakabadse, & Kakabadse, 2009) ซึ่งองค์กรตลอดจนนักวิชาการได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ค่อนข้างหลากหลาย โดยสามารถสรุปความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรได้ว่า หมายถึง “การดำเนินกิจการขององค์กรควบคู่กับการทำความดี โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กรอย่างสมดุล อันจะสร้างให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน เพิ่มผลการดำเนินงานขององค์กร และนำพาองค์กรไปสู่ความยั่งยืน”

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาถึงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งหมายถึงการแสดงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อป้องกัน ช่วยเหลือเยียวยา ตลอดจนเพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากวิกฤตการณ์ดังกล่าว โดยแบ่งมิติของความรับผิดชอบต่อสังคมตามผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรเป็น 6 กลุ่ม ประกอบด้วย **ความรับผิดชอบต่อบุคลากร** อาทิ การปฏิบัติตามมาตรการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในสถานประกอบการ **ความรับผิดชอบต่อลูกค้า** อาทิ การสื่อสารเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในด้านคุณภาพ/การส่งมอบสินค้าหรือบริการให้กับลูกค้า **ความรับผิดชอบต่อผู้ส่งมอบวัตถุดิบ** อาทิ การปรับปรุงข้อตกลงหรือทุเลาข้อสัญญาให้กับผู้ส่งมอบวัตถุดิบที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 **ความรับผิดชอบต่อหน่วยงานภาครัฐ** อาทิ การติดตามประกาศ/คำสั่ง/รายงานเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 จากภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้สามารถปฏิบัติตามได้อย่างทันทั่วทั้งที่ **ความรับผิดชอบต่อเจ้าของหรือผู้ถือหุ้น** อาทิ การปรับแผนการใช้จ่ายเงินเพื่อรักษาสภาพคล่องในช่วงสถานการณ์ที่มีความผันผวนสูง รวมทั้ง **ความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม** อาทิ การช่วยเหลือชุมชนโดยรอบที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤตการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (International Labour Organization, 2020; Organisation for Economic Co-operation and Development, 2020; สถาบันไทยพัฒนา, 2563)

การแสดงบทบาทด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในช่วงวิกฤตนั้น ถือเป็นเรื่องท้าทายขององค์กร ในด้านการสร้างความสมดุลระหว่างการแก้ปัญหาเชิงเศรษฐกิจและการบริหารจัดการขององค์กรกับการแสดงบทบาทด้านความรับผิดชอบต่อสังคมตามความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังผลการศึกษาที่ชี้ให้เห็นว่าเมื่อเกิดวิกฤตหรือสถานการณ์ที่ยากลำบากขึ้น องค์กรมักจะมีการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของตนเองเป็นลำดับแรก ดังนั้น ในช่วงวิกฤตองค์กรมักจะให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาทางด้านการเงิน หรือมุ่งปรับปรุงกลยุทธ์ทางธุรกิจขององค์กรเป็นหลัก อาทิ การแก้ปัญหาด้านการผลิต ด้านการตลาด หรือด้านการเงิน เป็นต้น นอกจากนี้ ยังพบว่า เมื่อเกิดวิกฤตขึ้นองค์กรส่วนใหญ่จะจัดงบประมาณด้านต่างๆ รวมทั้งงบประมาณในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร สอดคล้องกับผลการศึกษาของนักวิชาการในอดีตที่สะท้อนให้เห็นว่าองค์กรมีการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมน้อยลงเมื่อเกิดวิกฤตการณ์ ทั้งนี้เนื่องจากเมื่อเกิดวิกฤตการณ์ขึ้น องค์กรจะมุ่งให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาในด้านกระบวนการดำเนินงานหลัก (Dias, Rodrigues, & Craig 2016; Fehre & Weber, 2015)

อย่างไรก็ตาม จากการวิเคราะห์วรรณกรรม ผลการศึกษาด้านหนึ่งชี้ให้เห็นว่าในช่วงวิกฤตองค์กรกลับมีการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมากกว่าก่อนเกิดวิกฤต ทั้งนี้เนื่องจากผู้บริหารองค์กรมองว่าเมื่อเกิดวิกฤตการณ์ขึ้น องค์กรในฐานะที่เป็นหน่วยหนึ่งของสังคมควรมีบทบาทในการแสดงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยการปรับการดำเนินงานให้สอดคล้องกับบริบทและศักยภาพขององค์กร นอกจากนี้ พบว่า

ผู้บริหารบางองค์กรได้ใช้การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมาเป็นกลยุทธ์หนึ่งในการบริหารเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับองค์กรในช่วงสถานการณ์วิกฤต (Tee, Asare, Opoku, & Tabitha, 2017; He & Harris, 2020)

ดังนั้น จากผลการศึกษาของนักวิชาการในอดีตดังกล่าวจึงนำมาสู่การตั้งคำถามในการวิจัยครั้งนี้เกี่ยวกับระดับการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่เกิดขึ้นว่าเป็นอย่างไร ซึ่งผลการวิจัยจะช่วยอธิบายปรากฏการณ์รวมทั้งช่วยตอบคำถามการวิจัยผ่านการศึกษาเชิงประจักษ์

3.1.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรให้ประสบผลสำเร็จได้นั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ จากการวิเคราะห์วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องปรากฏปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรค่อนข้างหลากหลาย ทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกองค์กร อาทิ ปัจจัยด้านความพร้อมของทรัพยากรองค์กร ปัจจัยด้านการวางแผนเชิงกลยุทธ์ ปัจจัยด้านนโยบายหรือข้อกำหนดจากภาครัฐ เป็นต้น (सानิตย์ หนูนิล, วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์, และจันทนา แสนสุข, 2560) อย่างไรก็ตาม ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งสนใจที่จะศึกษาตัวแปรที่เป็นปัจจัยภายในองค์กร 3 ตัวแปร ได้แก่ ปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ปัจจัยด้านนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม และปัจจัยด้านการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เนื่องจากผลการศึกษาของนักวิชาการในอดีตได้แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรดังกล่าวกับการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในบริบทที่แตกต่างหลากหลาย และจากการวิเคราะห์วรรณกรรมได้สะท้อนให้เห็นว่ายังขาดการศึกษาถึงอิทธิพลของตัวแปรดังกล่าวที่มีต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในบริบทของสถานการณ์วิกฤต รวมทั้งวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่เกิดขึ้น ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้เลือกตัวแปรต้นทั้ง 3 ตัวแปร มาทำการศึกษาเพื่อยืนยันว่าตัวแปรดังกล่าวจะมีอิทธิพลต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงสถานการณ์วิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือไม่ อย่างไร โดยมีรายละเอียดอิทธิพลของแต่ละตัวแปรต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ดังนี้

3.1.3 ปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) เป็นแนวคิดที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างยิ่งตั้งแต่ในช่วงทศวรรษที่ 1980 เป็นต้นมา โดยเฉพาะทางด้านการบริหารจัดการ โดยนักวิชาการได้ทำการศึกษาเพื่อสรุปถึงคุณลักษณะที่สำคัญของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง อาทิ Bass & Avolio (1990) ได้ศึกษาและกำหนดองค์ประกอบของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้านหลัก ได้แก่ 1) การมีอิทธิพลทางความคิด 2) การสร้างแรงจูงใจ 3) การกระตุ้นให้เกิดปัญหา และ 4) การให้ความสำคัญกับความเป็นปัจเจก ซึ่งลักษณะที่สำคัญของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงทั้ง 4 ประการดังกล่าว ถือเป็นปัจจัยที่เอื้อและสนับสนุนต่อการดำเนินงานขององค์กร รวมทั้งต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม อาทิ คุณลักษณะด้านการมีอิทธิพลทางความคิด คือ ผู้นำที่ปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดีในด้านต่างๆ เป็นที่เคารพศรัทธาของผู้ตาม มุ่งเน้นการสร้างให้เกิดความ

ภาคภูมิใจในตัวผู้นำ เป็นผู้มีวิสัยทัศน์ ผู้นำประเภทนี้จะมีความสามารถในการคิดวิเคราะห์ในเรื่องต่างๆ อย่างเป็นระบบเพื่อความสำเร็จในอนาคตขององค์กร รวมทั้งปฏิบัติตามมาตรฐานด้านจริยธรรมอย่างเคร่งครัด ซึ่งหากผู้นำมีคุณลักษณะดังกล่าวก็จะส่งเสริมให้การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะการเป็นตัวอย่างที่ดีให้กับบุคลากรในการปฏิบัติตามในด้านต่างๆ เป็นต้น (Bass, 1985) สอดคล้องกับการศึกษาของนักวิชาการในอดีตที่แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร อาทิ การศึกษาของ Jnaneswar & Ranjit (2020) ที่ระบุว่า ปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางบวกต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

3.1.4 ปัจจัยด้านนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม

นโยบายเปรียบเสมือนเครื่องชี้้นำให้การดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด รวมทั้งการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรให้ประสบผลสำเร็จก็จะต้องมีการกำหนดนโยบายหรือแนวทางในการดำเนินงานที่มีความชัดเจนด้วยเช่นกัน สอดคล้องกับแนวคิดของ Bowen (1953) ที่อธิบายว่าความรับผิดชอบต่อสังคมถือเป็นพันธะหน้าที่ขององค์กรธุรกิจในการกำหนดนโยบาย ตัดสินใจ หรือดำเนินการให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้และสอดคล้องกับคุณค่าต่างๆ ที่เป็นที่ยอมรับของสังคม นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับการศึกษาของนักวิชาการในอดีตที่แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของปัจจัยด้านนโยบายที่มีต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร อาทิ การศึกษาของ Kalyar, Rafi, & Kalyar (2013) ที่ระบุว่า มีปัจจัยหลากหลายที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร รวมทั้งปัจจัยด้านการวางแผนเชิงกลยุทธ์ขององค์กร กล่าวคือ การกำหนดนโยบายหรือการวางแผนกลยุทธ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมจะช่วยให้การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็นไปอย่างมีทิศทาง เนื่องจากนโยบายหรือแผนกลยุทธ์ดังกล่าวได้ผ่านการวิเคราะห์ทั้งปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในองค์กรอย่างเป็นระบบ นอกจากนี้ ยังได้มีการกำหนดแนวทางการปฏิบัติ การติดตาม ตลอดจนการวัดผลการดำเนินงานไว้อย่างเป็นขั้นตอน

3.1.5 ปัจจัยด้านการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

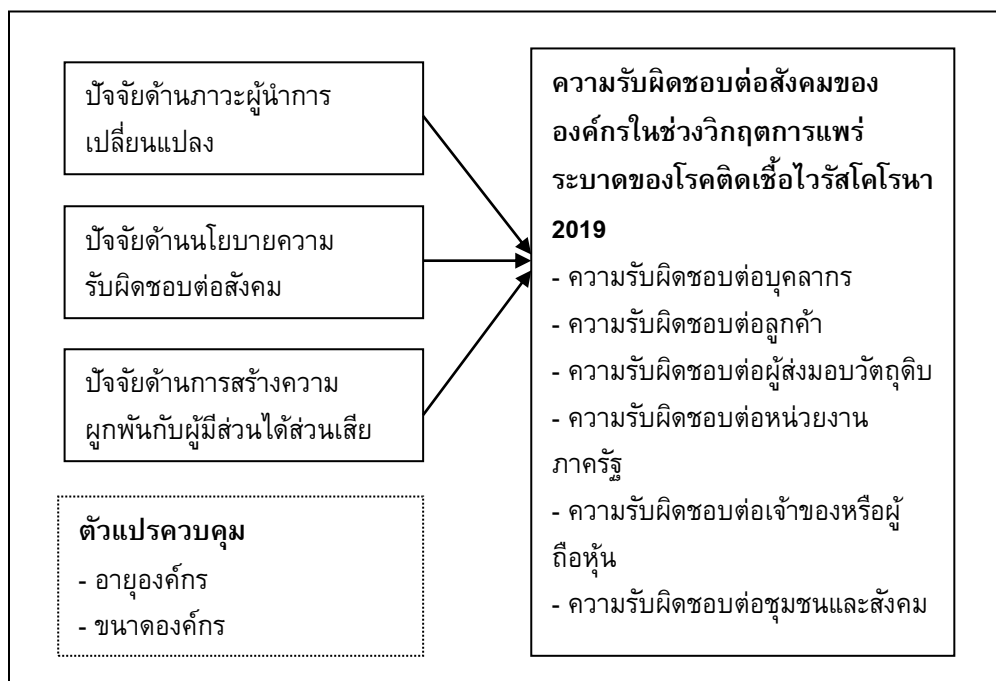
ทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Theory) อธิบายว่ามีการพึ่งพิงกันอย่างซับซ้อนระหว่างองค์กรธุรกิจกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อาทิ บุคลากร ลูกค้า ผู้ส่งมอบวัตถุดิบ หน่วยงานภาครัฐ เจ้าของหรือผู้ถือหุ้น รวมทั้งชุมชนและสังคม เป็นต้น ดังนั้น องค์กรธุรกิจจึงจำเป็นต้องมีการแบ่งปันประโยชน์ให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มอย่างมีคุณภาพและเหมาะสม (Freeman, 1984) อย่างไรก็ตาม เนื่องจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรมีอยู่หลากหลายกลุ่ม รวมทั้งมีความคาดหวังและความต้องการที่ซับซ้อน ดังนั้น องค์กรจะต้องมีการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Engagement) คือ กระบวนการสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (AccountAbility, 2011) ซึ่งหากองค์กรมีการดำเนินการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีประสิทธิภาพก็จะส่งผลต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมองค์กรให้ประสบความสำเร็จ (Lindgreen & Swaen, 2010) สอดคล้องกับการศึกษาของนักวิชาการในอดีตที่แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของปัจจัยด้านการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อ

สังคมขององค์กร อาทิ การศึกษาของ สานิตย์ หนูวิล, วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์, และจันทนา แสนสุข (2560) ที่ระบุว่า ปัจจัยด้านการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีอิทธิพลทางบวกต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

นอกจากนี้ ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยยังกำหนดให้ อายุองค์กร (Firm Age) และขนาดองค์กร (Firm Size) เป็นตัวแปรควบคุม (Control Variable) เนื่องจากองค์กรที่มีอายุมากกว่า รวมทั้งองค์กรที่มีขนาดใหญ่กว่ามักจะมีทุนที่เหนือกว่าองค์กรที่มีอายุน้อยกว่าและมีขนาดเล็กกว่า อาทิ การมีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ หรือมีประสบการณ์ในการดำเนินงานที่สูงกว่า (Aldrich & Auster, 1986) ซึ่งการมีทุนที่เหนือกว่าดังกล่าวย่อมส่งผลกระทบเชิงบวกต่อการดำเนินงานขององค์กรในด้านต่างๆ รวมทั้งการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม สอดคล้องกับการศึกษาของนักวิชาการในอดีตที่ชี้ให้เห็นว่า อายุและขนาดองค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อการดำเนินงานของด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Hu, Chen, & Wang, 2018; Kalyar, Rafi, & Kalyar, 2013) ดังนั้น ปัจจัยดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่ตัวแปรตามในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงกำหนดเป็นตัวแปรควบคุมในการศึกษาเพื่อจะได้พิจารณาอิทธิพลของตัวแปรควบคุมดังกล่าวประกอบด้วย

3.2 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยสามารถสังเคราะห์เป็นกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

3.3 สมมติฐานการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

3.3.1 ปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางบวกต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

3.3.2 ปัจจัยด้านนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลทางบวกต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

3.3.3 ปัจจัยด้านการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีอิทธิพลทางบวกต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ องค์กรภาคอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่มีจำนวนบุคลากรขององค์กรตั้งแต่ 200 คนขึ้นไป และมีที่ตั้งของกิจการอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีจำนวนทั้งสิ้น 1,403 องค์กร (ข้อมูลปรับปรุงเมื่อวันที่ 4 สิงหาคม พ.ศ. 2563) (กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2563) ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้ฐานข้อมูลองค์กรภาคอุตสาหกรรมจากกรมโรงงานอุตสาหกรรมที่ได้มีการเก็บรวบรวมและจำแนกข้อมูลประเภทขององค์กรภาคอุตสาหกรรมไว้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์ รวมทั้งครอบคลุมองค์กรภาคอุตสาหกรรมทุกประเภท ดังนั้นประชากรที่ผู้วิจัยใช้ในการศึกษานี้จึงมีความเหมาะสมในการศึกษา โดยในการคำนวณหาขนาดตัวอย่างแบบทราบจำนวนประชากร ผู้วิจัยใช้สูตรของ Weiers (2005) ซึ่งได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 302 ราย

4.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ ซึ่งมีอัตราการตอบกลับค่อนข้างต่ำ เพื่อให้มีอัตราการตอบกลับที่ยอมรับได้ คือ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ตามแนวคิดของ Aaker, Kumar, & Day (2001) ผู้วิจัยจึงได้เก็บข้อมูลจากประชากรทั้งหมด โดยการวิจัยครั้งนี้มีหน่วยในการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) เป็นระดับองค์กร มีผู้บริหารองค์กรประกอบด้วย ผู้จัดการโรงงาน/ผู้จัดการบริษัท หรือผู้บริหารที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นผู้ตอบแบบสอบถามการวิจัย ซึ่งกำหนดระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลไว้เป็นเวลา 2 เดือน คือ ตั้งแต่ 1 มิถุนายน – 31 กรกฎาคม พ.ศ. 2563 เมื่อได้รับแบบสอบถามที่มีความถูกต้องสมบูรณ์ครบตามจำนวนที่คำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างไว้ คือ จำนวน 302 ฉบับ ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล และจากการคำนวณอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามที่มีความถูกต้องสมบูรณ์ดังกล่าว พบว่า คิดเป็น ร้อยละ 21.53

4.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้ดัดแปลงข้อคำถามเพื่อใช้วัดตัวแปรที่ศึกษาโดยพิจารณาให้สอดคล้องกับนิยามศัพท์เฉพาะที่กำหนดขึ้น ผ่านการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งเป็น **ตัวแปรต้น** จำนวน 3 ตัวแปร ดังนี้ 1) ข้อคำถามเกี่ยวกับภาวะผู้นำ การเปลี่ยนแปลง จำนวน 8 ข้อ (Bass, 1985; Bass & Avolio, 1990) 2) ข้อคำถามเกี่ยวกับนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม จำนวน 4 ข้อ (Kalyar, Rafi, & Kalyar, 2013; สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม, 2555) 3) ข้อคำถามเกี่ยวกับการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 3 ข้อ (AccountAbility, 2011; Lindgreen & Swaen, 2010; สานิตย์ หนูนิล, วิโรจน์ เจริญลักษณ์, และจันทนา แสนสุข, 2560) **ตัวแปรตาม** คือ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงวิกฤตการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ผู้วิจัยได้ประยุกต์ข้อคำถามจากแนวปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในช่วงวิกฤตการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่กำหนดโดยองค์กรทั้งในและต่างประเทศ ครอบคลุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 6 กลุ่ม มีข้อคำถามทั้งหมดจำนวน 29 ข้อ (International Labour Organization, 2020; Organisation for Economic Co-operation and Development, 2020; สถาบันไทยพัฒนา, 2563) โดยทั้งตัวแปรต้นและตัวแปรตามดังกล่าวมีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ สำหรับ **ตัวแปรควบคุม** ประกอบด้วย 2 ตัวแปร ได้แก่ 1) อายุองค์กร พิจารณาจากระยะเวลาในการดำเนินกิจการ และ 2) ขนาดองค์กร พิจารณาจากจำนวนบุคลากรขององค์กร (Hu, Chen, & Wang, 2018; Kalyar, Rafi, & Kalyar, 2013) โดยทั้ง 2 ตัวแปรมีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบให้เขียนตอบ (Fill-in) นอกจากนี้ ยังมีข้อคำถามที่กำหนดขึ้นมาเพื่อศึกษาเปรียบเทียบระดับการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรระหว่างก่อนเกิดวิกฤตกับช่วงวิกฤตการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 อีก 1 ข้อ มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตัวเลือก (Multiple Choice Question) จำนวน 3 ตัวเลือก

การหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย การทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย ตลอดจนนิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา และนำมาปรับปรุงข้อคำถาม จากนั้นจึงหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับคุณลักษณะตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยใช้สูตร IOC (Index of Item-Objective Congruence) และทำการประมวลผลความเห็นของผู้เชี่ยวชาญเป็นรายข้อ ปรากฏค่าดัชนีความเที่ยงตรงระหว่างข้อคำถามมีค่าระหว่าง 0.60 ถึง 1.00 ซึ่งมีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ถือว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามในแบบสอบถามได้ (Rovinelli & Hambleton, 1977) นอกจากนี้ เพื่อยืนยันว่าข้อคำถามเป็นตัววัดที่จัดอยู่ในองค์ประกอบเดียวกัน ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) จากการทดสอบ พบว่าน้ำหนักองค์ประกอบมีค่าระหว่าง 0.581 ถึง 0.951 ซึ่งมีค่าตั้งแต่ 0.40 ขึ้นไป ถือเป็นค่าที่ยอมรับได้ (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2010) สำหรับการตรวจสอบความเชื่อมั่น โดยนำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มผู้บริหารองค์กรที่ไม่ใช่หน่วยตัวอย่างของการวิจัย จำนวน 30 ราย และทำการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ตามวิธีของ Cronbach (1970) ที่ต้องมีค่ามากกว่า 0.70 พบว่าค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามแต่ละด้านมีค่าระหว่าง 0.906 ถึง 0.908 ถือเป็นค่าที่ยอมรับได้

4.4 การวิเคราะห์ผลการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลทั่วไปขององค์กร ข้อมูลระดับการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ในช่วงวิกฤตการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และข้อมูลระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงวิกฤตการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับ สถิติเชิงอ้างอิง เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานการวิจัย ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ แบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ด้วยเป็นวิธีที่มีความเหมาะสมในการพิจารณาคัดเลือกตัวแปรพยากรณ์ที่ดีที่สุด และได้โมเดลที่ประหยัดที่สุด (ทรงศักดิ์ ภูสีอ่อน, 2554)

5. ผลการวิจัยและอภิปรายผล

5.1 ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและขององค์กร

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้บริหารที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (ร้อยละ 62.3) รองลงมาเป็นผู้จัดการโรงงาน/บริษัท (ร้อยละ 37.7) ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 57.3) รองลงมาเป็นเพศหญิง (ร้อยละ 42.7) ส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 50 ปี (ร้อยละ 37.7) รองลงมาในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือ มีอายุ 41-50 ปี (ร้อยละ 36.4) ด้านระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 60.6) รองลงมาคือระดับปริญญาโท (ร้อยละ 34.4) ส่วนข้อมูลด้านอายุงานในองค์กรปัจจุบัน พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุงานมากกว่า 15 ปี (ร้อยละ 52.0) รองลงมาคือมีอายุงาน 5-10 ปี (ร้อยละ 21.2)

สำหรับข้อมูลทั่วไปขององค์กร พบว่า ที่ตั้งขององค์กรที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา 3 ลำดับแรก ได้แก่ 1) จังหวัดสมุทรปราการ (ร้อยละ 35.4) 2) กรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 20.2) และ 3) จังหวัดสมุทรสาคร (ร้อยละ 17.5) ด้านอายุองค์กร พบว่า อายุองค์กรเฉลี่ยอยู่ที่ 36.88 ปี โดยองค์กรที่มีอายุน้อยที่สุด คือ 1 ปี และองค์กรที่มีอายุมากที่สุดคือ 142 ปี ด้านจำนวนบุคลากร พบว่า มีบุคลากรเฉลี่ย 956 คน โดยองค์กรที่มีบุคลากรมากที่สุดมีจำนวน 15,000 คน และองค์กรที่มีบุคลากรน้อยที่สุดมีจำนวน 200 คน ด้านรูปแบบการประกอบธุรกิจ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นบริษัทจำกัด (ร้อยละ 81.1) รองลงมาเป็นบริษัทมหาชน (ร้อยละ 12.6) ด้านประเภทของกิจการ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นกิจการของคนไทย (ร้อยละ 65.5) รองลงมาเป็นบริษัทข้ามชาติ (ร้อยละ 27.2) ส่วนข้อมูลด้านประเภทอุตสาหกรรมขององค์กรที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา พบว่า 3 ลำดับแรก ได้แก่ 1) อุตสาหกรรมยานยนต์หรือชิ้นส่วนยานยนต์ (ร้อยละ 18.5) 2) อุตสาหกรรมอาหารหรือเครื่องดื่ม (ร้อยละ 12.3) และ 3) อุตสาหกรรมแฟชั่นหรือสิ่งทอ (ร้อยละ 10.9)

ผลการศึกษาระดับการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

จากการวิเคราะห์ข้อมูลระดับการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เทียบกับก่อนเกิดวิกฤต ปรากฏผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ระดับการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เทียบกับก่อนเกิดวิกฤต

กลุ่มรายการ	จำนวน	ร้อยละ
ดำเนินงานน้อยกว่าก่อนเกิดวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019	37	12.3
ดำเนินงานเท่ากับก่อนเกิดวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019	87	28.8
ดำเนินงานมากกว่าก่อนเกิดวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019	178	58.9
รวม	302	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่า ในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 องค์กรที่ทำการศึกษามีแนวโน้มการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมากกว่าก่อนเกิดวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ร้อยละ 58.9) โดยสถานการณ์วิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในประเทศไทยเริ่มเกิดขึ้นในช่วงประมาณเดือนมกราคม พ.ศ. 2563 ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงที่กำลังเกิดวิกฤต คือเดือนมิถุนายน – เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2563 สำหรับระดับการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 แต่ละด้านมีรายละเอียดดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ระดับการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 แบ่งตามรายด้าน

ด้าน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ความรับผิดชอบต่อบุคลากร	3.11	1.28	ปานกลาง
ความรับผิดชอบต่อลูกค้า	3.12	1.28	ปานกลาง
ความรับผิดชอบต่อผู้ส่งมอบวัตถุดิบ	3.08	1.16	ปานกลาง
ความรับผิดชอบต่อหน่วยงานภาครัฐ	3.22	1.65	ปานกลาง
ความรับผิดชอบต่อเจ้าของหรือผู้ถือหุ้น	3.12	1.27	ปานกลาง
ความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม	2.88	1.14	ปานกลาง
ความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม	3.09	1.18	ปานกลาง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมฯ

จากตารางที่ 2 พบว่า องค์กรที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษามีการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง และหากพิจารณารายละเอียดเป็นรายด้าน พบว่ามีการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเกือบทุกด้านอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกัน

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

ก่อนทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ทำการศึกษา โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของตัวแปรที่ทำการศึกษา

ตัวแปร	CSR	TL	CSRP	SE	FA	FS	ค่า VIF
CSR	1.000	.920**	.806**	.805**	-.029	-.126*	
TL		1.000	.789**	.769**	-.010	-.092	2.648
CSRP			1.000	.752**	-.014	-.055	2.298
SE				1.000	-.001	-.035	2.443
FA					1.000	.120*	
FS						1.000	

หมายเหตุ: ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (TL) นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม (CSRP) การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (SE) อายุองค์กร (FA) ขนาดองค์กร (FS)

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญที่ระดับ .01

จากตารางที่ 3 แสดงค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งหมดที่ทำการศึกษา และหากพิจารณาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นที่ทำการศึกษาทุกคู่ พบว่ามีค่าไม่เกิน 0.80 นอกจากนี้ จากการทดสอบค่า VIF ของตัวแปรต้นทุกตัวที่ทำการศึกษา ปรากฏมีค่าระหว่าง 2.298 ถึง 2.648 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรต้นที่ศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กันมากเกินไปจนทำให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Hair et al., 2010) ดังนั้น จึงสามารถทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ได้ โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

ตัวแปร	Beta	t	P-value
ค่าคงที่ (Constant)		1.024	.307
ปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง	.651***	17.744	.000
ปัจจัยด้านการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	.190***	5.535	.000
ปัจจัยด้านนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม	.149***	4.198	.000

R = .937 R² = .879

หมายเหตุ: *** มีนัยสำคัญที่ระดับ .001

จากตารางที่ 4 ปรากฏปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เรียงตามค่าอิทธิพล ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีอิทธิพลทางบวกต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ($\beta = .651$, P-value < .001) ดังนั้น จากผลการวิจัยจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 1 2) ปัจจัยด้านการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีอิทธิพลทางบวกต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ($\beta = .190$, P-value < .001) ดังนั้น จากผลการวิจัยจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 3 และ 3) ปัจจัยด้านนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม มีอิทธิพลทางบวกต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ($\beta = .149$, P-value < .001) ดังนั้น จากผลการวิจัยจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 2

นอกจากนี้ จากการวิเคราะห์เพิ่มเติมเกี่ยวกับอิทธิพลของตัวแปรควบคุม ได้แก่ อายุองค์กร และขนาดองค์กรที่มีต่อตัวแปรตาม ปรากฏมีเพียงขนาดองค์กรที่มีอิทธิพลทางลบต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ($\beta = -.050$, P-value < .05)

5.2 อภิปรายผล

ผลการวิจัยครั้งนี้ได้สะท้อนให้เห็นถึงระดับการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยพบว่าในช่วงวิกฤตดังกล่าวองค์กรส่วนใหญ่มีการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมากกว่าก่อนเกิดวิกฤต ทั้งนี้อาจเกิดจากปัจจัยเชิงสาเหตุต่างๆ อาทิ วิสัยทัศน์ของผู้บริหารองค์กร นโยบายเชิงกลยุทธ์ขององค์กร หรืออาจเกิดจากการเรียกร้องของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้องค์กรธุรกิจหันมาแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในช่วงสถานการณ์วิกฤต เป็นต้น สอดคล้องกับการศึกษาของนักวิชาการในอดีต อาทิ การศึกษาของ Seles et al. (2018) ที่สะท้อนให้เห็นว่า ในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นองค์กรส่วนใหญ่จะมีการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มมากขึ้น

นอกจากนี้ หากพิจารณาในรายละเอียด ผลการวิจัยยังได้สะท้อนข้อมูลที่น่าสนใจ กล่าวคือในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่เกิดขึ้น องค์กรมีการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

ในกระบวนการ (CSR In-Process) ทุกด้าน สูงกว่าความรับผิดชอบต่อสังคมนอกกระบวนการ (CSR After-Process) คือ ความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม ทั้งนี้อาจเนื่องจากการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการดังกล่าวเป็นสิ่งที่องค์กรจะต้องดำเนินการอยู่แล้วในกระบวนการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งการละเลยต่อการดำเนินการในบางด้านอาจเกี่ยวข้องกับการละเมิดต่อการปฏิบัติตามกฎหมายหรือข้อบังคับ หรืออาจส่งผลต่อความเชื่อมั่นในทางธุรกิจขององค์กร นอกจากนี้ ยังอาจเกี่ยวข้องกันนโยบายด้านงบประมาณขององค์กรอีกด้วย

สำหรับผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ปรากฏว่าทั้ง 3 ตัวแปรต้น ที่ทำการศึกษามีอิทธิพลต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) อิทธิพลของปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ผลจากการศึกษาสะท้อนให้เห็นว่าปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางบวกต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หากพิจารณาในรายละเอียดยังปรากฏว่า ตัวแปรปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 สูงกว่าตัวแปรอื่นอีกด้วย ทั้งนี้อาจเนื่องจากคุณลักษณะที่สำคัญของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงทั้ง 4 ด้านดังกล่าวที่เอื้อและสนับสนุนต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรให้ประสบความสำเร็จ (Bass, 1985) นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับการศึกษาของนักวิชาการในอดีต อาทิ Jnaneswar & Ranjit (2020) ที่ระบุว่า ปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางบวกต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าแม้ในช่วงสถานการณ์วิกฤต โดยเฉพาะวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่เกิดขึ้น ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงยังเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลทางบวกต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

2) อิทธิพลของปัจจัยด้านนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ผลจากการศึกษาสะท้อนให้เห็นว่าปัจจัยด้านนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลทางบวกต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทั้งนี้เนื่องจากนโยบายหรือยุทธศาสตร์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมถือเป็นแนวทางให้การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็นไปอย่างมีทิศทางมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล สอดคล้องกับแนวคิดของ Bowen (1953) ที่ได้อธิบายถึงเรื่องดังกล่าวไว้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมถือเป็นพันธะหน้าที่ขององค์กรธุรกิจในการกำหนดนโยบาย ตัดสินใจ หรือดำเนินการให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้และสอดคล้องกับคุณค่าต่าง ๆ ที่เป็นที่ยอมรับของสังคม นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับการศึกษาของนักวิชาการในอดีต อาทิ Kalyar, Rafi, & Kalyar (2013) ที่ระบุว่า ปัจจัยด้านการวางแผนเชิงกลยุทธ์ขององค์กรมีอิทธิพลต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าแม้ในช่วงสถานการณ์วิกฤต โดยเฉพาะวิกฤตการแพร่ระบาด

ของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่เกิดขึ้น นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมยังเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทางบวกต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

3) อิทธิพลของปัจจัยด้านการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

ผลจากการศึกษาสะท้อนให้เห็นว่าปัจจัยด้านการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีอิทธิพลทางบวกต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทั้งนี้เนื่องจากกระบวนการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะช่วยให้องค์กรมีความเข้าใจผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้อย่างลึกซึ้ง ซึ่งจะช่วยให้้องค์กรสามารถตอบสนองต่อความคาดหวัง หรือความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียผ่านการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การดำเนินการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะช่วยให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งความสัมพันธ์ที่ดีดังกล่าวจะส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม อันจะส่งผลให้การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีโอกาสประสบความสำเร็จได้มากยิ่งขึ้น (AccountAbility, 2011; Lindgreen & Swaen, 2010) นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับการศึกษาของนักวิชาการในอดีต อาทิ สานิตย์ หนูนิล, วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์, และจันทนา แสนสุข (2560) ที่ระบุว่า ปัจจัยด้านการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีอิทธิพลทางบวกต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าแม้ในช่วงสถานการณ์วิกฤต โดยเฉพาะวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่เกิดขึ้น การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียยังเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทางบวกต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

นอกจากนี้ จากการวิเคราะห์เพิ่มเติมเกี่ยวกับอิทธิพลของตัวแปรควบคุม คือ อายุองค์กร และขนาดองค์กรที่มีต่อตัวแปรตาม คือ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ผลการศึกษาค้นนี้มีข้อค้นพบที่น่าสนใจ คือ ปรากฏว่าขนาดองค์กรกลับมีอิทธิพลทางลบต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของนักวิชาการในอดีตที่ส่วนใหญ่พบว่า อายุองค์กร รวมทั้งขนาดองค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Hu, Chen, & Wang 2018; Kalyar, Rafi, & Kalyar 2013) ทั้งนี้อาจเนื่องจากองค์กรที่มีขนาดใหญ่กว่าเมื่อเกิดวิกฤตการณ์ขึ้นอาจได้รับผลกระทบที่มากกว่า หรือมีความสามารถในการปรับตัวที่น้อยกว่าองค์กรขนาดเล็ก สอดคล้องกับ Aldrich & Auster (1986) ที่ระบุว่า แม้้องค์กรขนาดเล็กจะมีอุปสรรคในบางด้าน แต่้องค์กรขนาดเล็กกลับมีความได้เปรียบในการปรับตัวในบางสถานการณ์ เนื่องจากการมีบุคลากรน้อย มีโครงสร้างที่ไม่ซับซ้อน จึงทำให้สามารถปรับตัวได้ดีกว่าและเสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่า ดังนั้น ในช่วงวิกฤตองค์กรที่มีขนาดใหญ่กว่าจึงมุ่งแก้ปัญหาทางด้านเศรษฐกิจหรือกระบวนการดำเนินงานหลักขององค์กรที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤตการณ์ที่เกิดขึ้น จึงอาจทำให้มีการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรบางด้านลดลง

6. สรุปผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยครั้งนี้ได้สะท้อนสารสนเทศที่สำคัญทั้งในด้านระดับการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กล่าวคือ องค์กรมีการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และองค์กรส่วนใหญ่มีการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในช่วงวิกฤตมากกว่าก่อนเกิดวิกฤต ส่วนด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ปรากฏว่าทั้ง 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ปัจจัยด้านการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และปัจจัยด้านนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ตามลำดับ

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นว่าในช่วงสถานการณ์วิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 องค์กรที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาส่วนใหญ่มีการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมากกว่าก่อนเกิดวิกฤต อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาในรายละเอียดถึงระดับการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ปรากฏว่าการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง และหากพิจารณาเพิ่มเติมจะพบว่าความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคมยังมีระดับการดำเนินการน้อยกว่าด้านอื่น ๆ ดังนั้น องค์กรควรพิจารณาให้ความสำคัญกับการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่ครอบคลุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม นอกจากนี้ องค์กรควรกำหนดให้การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นกลยุทธ์หนึ่งในการบริหารงานขององค์กรในช่วงสถานการณ์วิกฤต โดยอาจปรับการดำเนินงานให้สอดคล้องกับศักยภาพและความพร้อมด้านทรัพยากรขององค์กร เพื่อสร้างการยอมรับในบทบาทด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ นอกจากนี้ การดำเนินการดังกล่าวยังจะสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อองค์กรในด้านต่าง ๆ อาทิ สร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุนในช่วงสถานการณ์วิกฤต ช่วยสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกให้กับองค์กร เป็นต้น

นอกจากนี้ ผลการศึกษายังได้สะท้อนให้เห็นถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงสถานการณ์วิกฤตที่เกิดขึ้นสูงสุด ดังนั้น ผู้บริหารระดับสูง ตลอดจนผู้บริหารที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ได้แก่ การพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นกับบุคลากรภายในองค์กรผ่านกระบวนการต่าง ๆ นอกจากนี้ องค์กรควรมีการกำหนดแนวทางในการดำเนินการเพื่อสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรอย่างเป็นระบบ รวมทั้งการกำหนดนโยบายด้าน

ความรับผิดชอบต่อสังคมที่เหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทขององค์กร เนื่องจากการดำเนินการดังกล่าวจะเป็นตัวหนุนเสริมให้เกิดการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ซึ่งจะส่งผลกระทบเชิงบวกต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยเฉพาะในช่วงสถานการณ์วิกฤตที่ทุกภาคส่วนในสังคมควรมีส่วนในการแสดงบทบาทด้านความรับผิดชอบต่อสังคมร่วมกัน

7.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาเพียงแค่ปัจจัยภายในองค์กร ได้แก่ ปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ปัจจัยด้านนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม และปัจจัยด้านการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังนั้น ในอนาคตผู้วิจัยจึงควรทำการศึกษาถึงปัจจัยภายนอกองค์กรที่อาจมีอิทธิพลต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงสถานการณ์วิกฤต อาทิ ปัจจัยด้านกฎหมายหรือมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง หรือควรมีการศึกษาถึงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในช่วงวิกฤตกับผลการดำเนินงานหรือภาพลักษณ์ขององค์กร และการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาขององค์กรที่เป็นองค์กรภาคอุตสาหกรรม ดังนั้น เพื่อขยายการอธิบายผลการศึกษาในภาพกว้างขึ้น รวมทั้งเพื่อยืนยันข้อค้นพบจากการวิจัยครั้งนี้ ในอนาคตผู้วิจัยจึงควรทำการศึกษาองค์กรภาคส่วนอื่น ๆ เพิ่มเติม อาทิ องค์กรในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวหรือบริการ นอกจากนี้ เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาในช่วงเริ่มต้นของการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (การระบาดระลอกแรก) ดังนั้น ในอนาคตผู้วิจัยจึงควรศึกษาเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบผลการศึกษา และอีกประการหนึ่งเนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารองค์กร ซึ่งผลการวิจัยอาจไม่สะท้อนความคิดเห็นของบุคลากรกลุ่มอื่นในองค์กร ดังนั้น ในอนาคตผู้วิจัยควรศึกษาจากบุคลากรระดับปฏิบัติการเพิ่มเติมหรืออาจศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นในเรื่องดังกล่าวระหว่างบุคลากรระดับผู้บริหารและระดับปฏิบัติการ

7.3 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

หน่วยงานที่มีบทบาทในการส่งเสริมการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร อาทิ กองพัฒนาอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ กระทรวงอุตสาหกรรม ควรมีนโยบายส่งเสริมการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรภาคอุตสาหกรรม โดยเฉพาะในช่วงสถานการณ์วิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่เกิดขึ้น ผ่านแนวทางหรือมาตรการต่าง ๆ อย่างเหมาะสม

8. กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยเรื่องสถานการณ์ผลกระทบ การปรับตัว ความต้องการความช่วยเหลือ และความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรภาคอุตสาหกรรมในช่วงวิกฤต COVID-19 ซึ่งได้รับทุนการสนับสนุนการวิจัยจากกองทุนวิจัยวิทยาลัยพัฒนศาสตร์ ป๋วย อึ๊งภากรณ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

9. เอกสารอ้างอิง

- กรมโรงงานอุตสาหกรรม. (2563ก). *มาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ (CSR-DIW)*. สืบค้น 10 พฤษภาคม 2563 จาก <http://ecocenter.diw.go.th/csr/images/content/10newsletter/pdf/2563/Standard-CSR-DIW-2563.pdf>
- _____. (2563ข). *ข้อมูลโรงงานแยกตามพื้นที่*. สืบค้น 8 พฤษภาคม 2563 จาก <http://www2.diw.go.th/factory/tumbol.asp>
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2563). *Sustainable Development Showcases 2020 แนวทางการจัดการภาวะวิกฤต COVID-19*. สืบค้น 25 ธันวาคม 2563. จาก <https://www.setsustainability.com/download/pumfoiqxctdrj8k>
- ทรงศักดิ์ ภูสีอ่อน. (2554). *การประยุกต์ใช้ SPSS วิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัย*. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- สถาบันไทยพัฒน์. (2563). *รายงานการตรวจสอบภาพองค์กรต่อการรับมือโรคโควิด 19*. สืบค้น 10 พฤษภาคม 2563 จาก <https://thaicsr.sharefile.com/share/view/sc11fa6d66064146b>
- สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม. (2555). *แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ*. กรุงเทพฯ: สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.
- สานิตย์ หนูนิล วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ และจันทนา แสนสุข. (2560). ปัจจัยเชิงสาเหตุและผลลัพธ์ของความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงกลยุทธ์: การศึกษาเชิงประจักษ์ธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*. 39(153), 59-84.
- AccountAbility. (2011). *AA1000 stakeholder engagement standard 2011*. Retrieved December 15, 2020, from <http://www.accountability.org/images/content/3/6/362/AA1000SES%202010%20PRINT.PDF>
- Aaker D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2001). *Marketing Research* (7th ed.). New York: John Wiley & Son Inc.
- Aldrich, H., & Auster, E. R. (1986). Even dwarfs started small: Liabilities of age and size and their strategic implications. *Research in Organizational Behavior*, 8, 165–198.
- Bass, B. M. (1985). *Leadership and performance beyond expectations*. New York: Free Press.
- Bass, B. M., & Avolio, B. J. (1990). The implications of transactional and transformational leadership for individual, team and organizational development. *Research in Organizational Change and Development*, 4, 231-272.
- Bowen, H. R. (1953). *Social responsibilities of the businessman*. New York: Harper and Row.
- Cronbach, L. J. (1970). *Essentials of psychological Test* (5th ed.). New York: Harper Collins.
- Dias, A., Rodrigues, L. L., & Craig, R. (2016). Global financial crisis and corporate social responsibility disclosure. *Social Responsibility Journal*, 12(4), 654-671.

- Fehre, K., & Weber, F. (2015). Challenging corporate commitment to CSR Do CEOs keep talking about corporate social responsibility (CSR) issues in times of the global financial crisis?. *Management Research Review*, 39(11), 1410-1430.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. MA: Pitman.
- García-Sánchez, I.-M. & García-Sánchez, A. (2020). Corporate Social Responsibility during COVID-19 Pandemic. *Journal of Open Innovation Technology Market and Complexity*, 6(126), 1-21.
- Hair, F. J., Black, C. W., Babin, J. B., & Anderson, E. R. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- He, H. & Harris, L. (2020). The impact of Covid-19 pandemic on corporate social responsibility and marketing philosophy. *Journal of Business Research*, 116, 176-182.
- Hu, Y., Chen, S., & Wang, J. (2018). Managerial humanistic attention and CSR: Do firm characteristics matter?. *Sustainability*, 10, 1-18.
- International Labour Organization. (2020). *Family-friendly policy and other good workplace practices in the context of COVID-19*. Retrieved December 15, 2020, from http://www.ilo.org/gender/WCMS_740831/lang--en/index.htm
- Jnaneswar, K., & Ranjit, G. (2020). Effect of transformational leadership on job performance: Testing the mediating role of corporate social responsibility. *Journal of Advances in Management Research*, 17(5), 605-625.
- Kalyar, N. M., Rafi, N., & Kalyar, N. A. (2013). Factor affecting corporate social responsibility: An empirical study. *Systems Research and Behavioral Science*, 30, 495-505.
- Lindgreen, A., & Swaen, V. (2010). Corporate social responsibility. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 1-7.
- Mostovicz, I., Kakabadse, N. & Kakabadse, A. (2009). CSR: the role of leadership in driving ethical outcomes. *Corporate Governance*, 9(4), 448-460.
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2020). *COVID-19 and responsible business conduct*. Retrieved December 15, 2020, from https://www.businesshumanrights.org/sites/default/files/documents/OECD_COVID-19%20and%20Responsible%20Business%20Conduct_Full%20Note.pdf
- Ramasamy, R. (2020). *Mapping the road to recovery for the industrial and energy markets amid COVID-19*. Retrieved December 15, 2020, from <https://ww2.frost.com/frost-perspectives/mapping-the-road-to-covid-19-recovery-for-the-industrial-and-energy-markets/>
- Rovinelli, R., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Tijdschrift voor Onderwijsresearch*, 2(2), 49-60.
- Seles, P. R. M. B., Jabbour, S., de L. B. A., Jabbour C. J. C., & Jugend, D. (2018). "In sickness and in

health, in poverty and in wealth?" Economic crises and CSR change management in difficult times. *Journal of Organizational Change Management*, 31(1), 4-25.

Tee, E., Asare, B. L., Opoku, T. R., & Tabitha, O-D. (2017). The effect of the 2008 financial crisis on corporate social responsibilities: Evidence from multinational companies. *Research Journal of Finance and Accounting*, 8(16), 20-30.

Weiers, R. M. (2005). *Introduction to business statistics* (5th ed.). Pennsylvania: Duxbury Press.

ประวัติแนบท้ายบทความ



Name and Surname:	Sanit Noonin
Highest Education:	Ph.D. in Management
University or Agency:	Puey Ungphakorn School of Development Studies, Thammasat University
Field of Expertise:	Corporate Social Responsibility (CSR), Management, Human Resource Management and Development, and Related Fields.
Address:	Puey Ungphakorn School of Development Studies, Thammasat University, Klong Nueng, Klong Luang, Pathum Thani, Thailand
E-mail:	sanit_tu45@hotmail.com

